



แนวทางพัฒนางานด้านประชาสัมพันธ์ในการเผยแพร่
บทบาทภารกิจของสภาผู้แทนราษฎรในยุคดิจิทัล

นักศึกษากลุ่มที่ 2

รายงานวิชาการนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
การพัฒนานักบริหารระดับสูงสำหรับข้าราชการรัฐสภาสามัญ รุ่นที่ 12
สถาบันพระปกเกล้า
พ.ศ. 2563
ลิขสิทธิ์ของสถาบันพระปกเกล้า



แนวทางพัฒนางานด้านประชาสัมพันธ์ในการเผยแพร่บทบาทภารกิจ
ของสภาผู้แทนราษฎรในยุคดิจิทัล

โดย

นางสาวกฤติญา สุขระบุตร	รหัสประจำตัว 63-12-02
นางสาวจิรวดี บุษราคัม	รหัสประจำตัว 63-12-11
นายชัยรัตน์ ทาริยา	รหัสประจำตัว 63-12-17
นางสาวณัฐาศิริ สุขภาพ	รหัสประจำตัว 63-12-21
นางสาวธิราวดี ธนะรังสฤษฎ์	รหัสประจำตัว 63-12-33
นางสาวรุ่งทิพย์ ดิยานนท์สุขา	รหัสประจำตัว 63-12-60
นางสุประวีณ์ มีมา วชิรไตรภพ	รหัสประจำตัว 63-12-79
นางสุวรรณา มารินี	รหัสประจำตัว 63-12-82

สถาบันพระปกเกล้า

รายงานวิชาการกลุ่ม เรื่อง แนวทางพัฒนางานด้านประชาสัมพันธ์ในการเผยแพร่บทบาทภารกิจของสภาผู้แทนราษฎรในยุคดิจิทัล

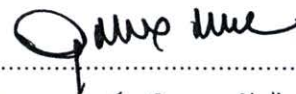
อาจารย์ที่ปรึกษา :

...พลเอก.....



(เอกชัย ศรีวิลาศ)

อนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตรการพัฒนานักบริหารระดับสูง
สำหรับข้าราชการรัฐสภาสามัญฯ รุ่นที่ 12



.....
(ศาสตราจารย์วุฒิสาร ตันไชย)
เลขาธิการสถาบันพระปกเกล้า

บทคัดย่อ

ชื่อผู้จัดทำ : นักศึกษาสถาบันพระปกเกล้า หลักสูตรการพัฒนานักบริหาร
ระดับสูงสำหรับข้าราชการรัฐสภาสามัญ รุ่นที่ 12

ชื่อหัวข้อเอกสาร : แนวทางพัฒนางานด้านประชาสัมพันธ์ในการเผยแพร่บทบาท
ภารกิจของสภาผู้แทนราษฎรในยุคดิจิทัล

อาจารย์ที่ปรึกษา : พลเอก เอกชัย ศรีวิลาศ

การศึกษา “แนวทางการพัฒนางานด้านประชาสัมพันธ์ในการเผยแพร่บทบาทภารกิจของสภาผู้แทนราษฎรในยุคดิจิทัล” เป็นการศึกษาจากสภาพปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นในปัจจุบันของงานด้านการประชาสัมพันธ์ การเผยแพร่บทบาทภารกิจของสภาผู้แทนราษฎร และความรู้ด้านกระบวนการนิติบัญญัติ ซึ่งในสภาวะการณ์ปัจจุบันการดำเนินงานได้รับอิทธิพลของสังคมดิจิทัลเป็นสังคมที่มีความเป็นพลวัตสูง มีความคาดหวังและความต้องการที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วตามความหลากหลายของกลุ่มคนในสังคมหรือผู้ใช้บริการ อาทิ ความหลากหลายในกลุ่มอายุและอาชีพ ย่อมทำให้มีความคาดหวัง และความต้องการที่แตกต่างกัน ซึ่งการศึกษาในครั้งนี้ได้ให้ความสำคัญเกี่ยวกับการพัฒนางานด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อให้สอดคล้องกับบริบทสังคมดิจิทัลในการเผยแพร่ความรู้และข้อมูลข่าวสารต่อสาธารณชน โดยเป็นการประชาสัมพันธ์ที่มุ่งความทันสมัยภายใต้วิสัยทัศน์ขององค์กร “สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎรก้าวสู่การเป็น SMART Parliament” เพื่อเสริมสร้างประสิทธิภาพในการทำงาน นำไปสู่เป้าหมายของสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎรในการเป็นองค์กรที่มีขีดสมรรถนะสูง เป็นระบบราชการ 4.0 (High Performance Organization) และมีระบบการปฏิบัติงานและให้บริการในรูปแบบรัฐสภาดิจิทัล (Digital & SMART Parliament)

ทั้งนี้ ได้ทำการศึกษาในรูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ (Quantitative Research) โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) กับผู้รับบริการและผู้ที่เกี่ยวข้องหรือมีส่วนได้เสีย (Stakeholder) ต่อการปฏิบัติภารกิจของสำนักประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วย สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร จำนวน 5 คน ผู้บริหารสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร จำนวน 8 คน เจ้าหน้าที่ของสำนักประชาสัมพันธ์ จำนวน 12 คน ผู้เชี่ยวชาญด้านการประชาสัมพันธ์ จำนวน 5 คน และผู้ใช้บริการของสำนักประชาสัมพันธ์ จำนวน 10 คน ตลอดจนการศึกษาจากข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Research) หรือจากเอกสาร (Documentary Research) รวมทั้งทำการศึกษาในเรื่องของระเบียบ ทฤษฎี แนวคิด และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องต่างๆ อาทิ แผนยุทธศาสตร์ด้านการสื่อสารองค์กร แนวคิดด้าน

การประชาสัมพันธ์ การศึกษาเปรียบเทียบกับรัฐสภาต่างประเทศด้านประชาสัมพันธ์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ เป็นต้น ซึ่งใช้ระยะเวลาในการศึกษาระหว่างเดือนมีนาคม - เดือนกรกฎาคม 2563

จากผลการศึกษาทำให้ทราบปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์ เผยแพร่บทบาทภารกิจของสภาผู้แทนราษฎรและกระบวนการนิติบัญญัติ ประกอบด้วย (1) ปัญหาด้านบุคลากรที่ขาดความรู้ ความชำนาญและทักษะในด้านประชาสัมพันธ์และสื่อดิจิทัล รวมทั้งขาดความรู้ ความเข้าใจในข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการนิติบัญญัติ (2) ปัญหาด้านการบูรณาการในการทำงานร่วมกันระหว่างกลุ่มงานต่างๆ ภายในสำนักประชาสัมพันธ์ (3) ปัญหาด้านสื่อหรือข้อมูลข่าวสาร เช่น เนื้อหาและวิธีการนำเสนอที่น่าสนใจ (4) ปัญหาด้านกลุ่มเป้าหมายที่มีความหลากหลาย เช่น กลุ่มอายุและอาชีพ ซึ่งมีความต้องการในการเข้าถึงข้อมูลที่แตกต่างกัน (5) ปัญหาด้านนโยบาย การวางแผน และกระบวนการในการประชาสัมพันธ์ ซึ่งสามารถเปลี่ยนแปลงตามการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหาร รวมทั้งสถานการณ์ที่อาจเกิดขึ้นในกรณีเร่งด่วน ซึ่งต้องแก้ปัญหเฉพาะหน้าโดยไม่ได้อยู่ในแผนการปฏิบัติตามที่กำหนด (6) ปัญหาด้านสถานที่ในการดำเนินงานซึ่งอยู่ระหว่างการก่อสร้างที่ยังไม่เสร็จสมบูรณ์ จึงเป็นอุปสรรคต่อการบริการ

สำหรับการพัฒนางานด้านประชาสัมพันธ์ จากผลการศึกษาพบว่า ต้องมีการพัฒนาบริบทด้านต่างๆ ประกอบด้วย (1) ด้านบุคลากร เน้นให้มีความรู้ความเข้าใจในการประชาสัมพันธ์และสื่อดิจิทัล องค์ความรู้ในกระบวนการนิติบัญญัติ (2) ด้านโครงสร้างการบริหารจัดการ เช่น การปรับเปลี่ยนรูปแบบการให้บริการเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของสังคมดิจิทัล (3) ด้านเทคโนโลยี เน้นการปรับเปลี่ยนเครื่องมือให้มีความทันสมัยอย่างต่อเนื่อง (4) ด้านข้อมูลหรือเนื้อหา เน้นปรับเนื้อหาข่าวสารให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายที่มีความหลากหลาย

นอกจากผลการศึกษาดังกล่าว การศึกษาคั้งนี้คณะผู้ศึกษามีข้อเสนอทั้งเชิงการปฏิบัติงานและเชิงนโยบาย โดยข้อเสนอเชิงการปฏิบัติงาน ได้แก่ (1) ต้องให้ความสำคัญทั้งการบริการผ่านระบบออนไลน์และออฟไลน์ควบคู่กันเพื่อให้ครอบคลุมผู้รับบริการที่มีความหลากหลาย (2) ควรเพิ่มความสำคัญต่อผู้รับบริการที่เป็นบุคลากรภายในองค์กรหรือบุคคลในวงงานสภาเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการสนับสนุนงานของฝ่ายนิติบัญญัติ (3) ต้องสร้างเครือข่ายความร่วมมือในการทำงานทั้งภายใน และภายนอกองค์กรเพื่อเพิ่มช่องทางการให้บริการที่ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น ส่วนข้อเสนอเชิงนโยบาย ได้แก่ (1) สนับสนุนให้มีการฝึกอบรมบุคลากรเพื่อพัฒนาทักษะและกระบวนการทัศนในการทำงาน (2) ส่งเสริมบริบทการทำงานที่มีเอกภาพ เช่น การทำงานในรูปแบบคณะกรรมการสำหรับการจัดทำสื่อดิจิทัลเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพด้านการประชาสัมพันธ์ขององค์กร (3) ปรับโครงสร้างอัตรากำลังและตำแหน่งสายงานบุคลากรเพื่อให้ความสอดคล้องต่อความต้องการในการพัฒนางานด้านสื่อ

ดิจิทัลซึ่งเป็นงานที่ต้องการบุคลากรที่มีทักษะและความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านเพื่อเชื่อมโยงกับงานสื่อ
ดิจิทัลมาพัฒนางานด้านสื่อสารองค์กรยุคใหม่ และข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป (1) ควรศึกษา
ความนิยมในการใช้สื่อสมัยใหม่เพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารต่างๆ (2) ควรศึกษา
เชิงเปรียบเทียบระหว่างรัฐสภาไทยและต่างประเทศในด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อให้ได้ข้อมูลในมิติอื่นๆ
ที่น่าสนใจยิ่งขึ้น

กิตติกรรมประกาศ

เอกสารวิชาการกลุ่มฉบับนี้จัดเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรการพัฒนา
นักบริหารระดับสูงสำหรับข้าราชการรัฐสภาสามัญ รุ่นที่ 12 เรื่อง “แนวทางพัฒนางานด้านประชาสัมพันธ์
ในการเผยแพร่บทบาทและภารกิจของสภาผู้แทนราษฎรในยุคดิจิทัล” การจัดทำเอกสารวิชาการกลุ่มฉบับนี้
สำเร็จลุล่วงไปได้ดี เนื่องจากได้รับความกรุณาจากผู้บริหารสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร
ที่สนับสนุนงบประมาณในการจัดอบรมหลักสูตรครั้งนี้ อีกทั้งคณะผู้ศึกษาได้รับความอนุเคราะห์
จากพลเอก เอกชัย ศรีวิลาศ ผู้อำนวยการสำนักสันติวิธีและธรรมาภิบาล สถาบันพระปกเกล้า ซึ่งให้เกียรติ
เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา และอาจารย์วิหวัศ ชัยภาคภูมิ รองเลขาธิการสถาบันพระปกเกล้า ซึ่งให้เกียรติ
เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาร่วม โดยได้ให้ความรู้เชิงปฏิบัติเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย
และสื่อออนไลน์ อีกทั้งได้ให้ข้อเสนอแนะในการจัดทำเอกสารวิชาการด้านต่างๆ เพื่อให้การจัดทำ
เอกสารวิชาการกลุ่มมีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้นและมุ่งให้เกิดประโยชน์ต่อการศึกษาวิจัยในวงงาน
รัฐสภาต่อไป

คณะผู้ศึกษาขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญทุกท่านที่กรุณาเสียสละเวลา
ตอบแบบสอบถามในประเด็นต่างๆ ตลอดจนคณาจารย์และเจ้าหน้าที่ทีมงานของสถาบันพระปกเกล้า
ที่มีส่วนช่วยสนับสนุนในการเรียนรู้ให้ประสบความสำเร็จ ขอขอบคุณเพื่อนๆ ทุกคนที่ช่วยให้สัมภาษณ์
และแนะนำในการจัดทำสรุปเอกสารวิชาการกลุ่ม และขอขอบคุณกำลังใจดีๆ จากครอบครัว และเพื่อนๆ
จากสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร ความดีอันเกิดจากการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คณะผู้ศึกษา
ขอมอบแต่บิดา มารดา ครู คณาจารย์ และผู้มีพระคุณทุกท่านที่ได้มีส่วนช่วยผลักดันและเป็นกำลังใจ
ซึ่งคณะผู้ศึกษาซาบซึ้งในความกรุณาอันยิ่งใหญ่จากท่าน และขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

สุดท้ายนี้ คณะผู้ศึกษาขอขอบพระคุณสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร และ
สถาบันพระปกเกล้า ที่กรุณาให้การสนับสนุนการศึกษาในครั้งนี้

นักศึกษาหลักสูตรการพัฒนานักบริหารระดับสูง
สำหรับข้าราชการรัฐสภาสามัญ รุ่นที่ 12 กลุ่มที่ 2
สถาบันพระปกเกล้า
พฤศจิกายน 2563

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	ก
กิตติกรรมประกาศ	ง
สารบัญ	จ
สารบัญตาราง	ช
สารบัญภาพ	ฉ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	9
1.3 ขอบเขตของการศึกษา	9
1.4 วิธีดำเนินการศึกษา	10
1.5 นิยามศัพท์	11
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	15
บทที่ 2 แนวคิดทฤษฎี	15
1. รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560	15
1.1 การมีส่วนร่วมของประชาชนภายใต้บทบัญญัติของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560	15
1.2 บทบัญญัติของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 กับบริบทการมีส่วนร่วมของประชาชน	20
2. ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561 - 2580)	23
2.1 กรอบยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. 2561 - 2580)	23
2.2 เป้าหมายและประเด็นยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. 2561- 2580)	24

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3. ยุทธศาสตร์สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร	27
3.1 ประมวลสาระสำคัญเกี่ยวกับแผนปฏิบัติราชการสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร พ.ศ. 2563 - 2565	27
3.2 ยุทธศาสตร์การสื่อสารองค์กร การเสริมสร้างประชาธิปไตย และความเป็นพลเมืองในระบอบประชาธิปไตยในยุคดิจิทัล พ.ศ. 2561 – 2564	30
4. สำนักประชาสัมพันธ์กับการเผยแพร่บทบาทภารกิจของสภาผู้แทนราษฎรในยุคดิจิทัล	31
4.1 ยุทธศาสตร์สำนักประชาสัมพันธ์	31
4.2 สำนักประชาสัมพันธ์และกลุ่มงานในสำนักประชาสัมพันธ์	33
5. แนวคิดที่เกี่ยวข้องด้านการประชาสัมพันธ์	41
5.1 หลักการประชาสัมพันธ์	41
5.2 มวลชนสัมพันธ์	45
5.3 สื่อดิจิทัลกับการประชาสัมพันธ์ยุค 4.0	46
6. ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องด้านการประชาสัมพันธ์	49
6.1 ทฤษฎีการสื่อสารเชิงปฏิสัมพันธ์	49
6.2 ทฤษฎีความร่วมมือ	50
6.3 แนวคิดการประสานงาน	54
7. การศึกษาเปรียบเทียบรัฐสภาต่างประเทศด้านการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ความรู้	58
7.1 รัฐสภาสหราชอาณาจักร (UK Parliament)	58
7.2 รัฐสภาเยอรมัน (German Bundestag)	62
7.3 รัฐสภาออสเตรเลีย (Parliament of Australia)	64
7.4 รัฐสภาไทยกับรัฐสภาประเทศต่างๆ	68

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
8. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องด้านการประชาสัมพันธ์และข้อมูลข่าวสารของรัฐสภา	71
บทที่ 3 วิธีการศึกษา	77
1. ขอบเขตการศึกษา	77
1.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา	77
1.2 ประชากรในการศึกษา	77
1.3 กลุ่มตัวอย่างในการศึกษา	78
1.4 ระยะเวลาในการศึกษา	78
2. วิธีดำเนินการศึกษา	78
3. กรอบแนวคิดในการศึกษา	79
บทที่ 4 ผลการศึกษา	80
4.1 สภาพการดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์เผยแพร่บทบาทภารกิจของ สภาผู้แทนราษฎรและความรู้ด้านกระบวนการนิติบัญญัติ	80
4.2 สภาพปัญหาและอุปสรรคการดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์เผยแพร่ บทบาทภารกิจของสภาผู้แทนราษฎรและกระบวนการด้านนิติบัญญัติ	97
4.3 การพัฒนางานด้านการประชาสัมพันธ์ในบทบาทภารกิจของสภาผู้แทนราษฎร และการเผยแพร่ความรู้ด้านกระบวนการนิติบัญญัติในยุคดิจิทัล	102
บทที่ 5 ข้อเสนอแนะ	108
5.1 ข้อเสนอแนะ	111
5.2 ข้อเสนอแนะ	134
บรรณานุกรม	142
ภาคผนวก	146
ประวัติผู้ศึกษา	169

สารบัญญัตราง

ตาราง		หน้า
1.	ตารางแสดงความเชื่อมโยงระหว่างแผนปฏิบัติราชการสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร พ.ศ. 2563 - 2565 กับยุทธศาสตร์การสื่อสารองค์กรฯ ของสำนักประชาสัมพันธ์	91
2.	ตารางแสดงสภาพปัญหาและอุปสรรคการดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์เผยแพร่บทบาทภารกิจของสภาผู้แทนราษฎรและกระบวนการนิติบัญญัติ	98
3.	ตารางแสดงแนวทางการพัฒนางานด้านประชาสัมพันธ์เผยแพร่บทบาทภารกิจของสภาผู้แทนราษฎรและกระบวนการนิติบัญญัติ	103
4.	ตารางแสดงสรุปแนวทางการพัฒนางานด้านประชาสัมพันธ์ในการเผยแพร่ของสภาผู้แทนราษฎร	127

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1. ภาพแสดงความเชื่อมโยงระหว่างพันธกิจและยุทธศาสตร์ แผนปฏิบัติราชการสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร พ.ศ. 2563 - 2565	30
2. ภาพแสดงระดับความร่วมมือ	52
3. ภาพแสดงกรอบภารกิจของกลุ่มงานภายในสังกัดสำนักประชาสัมพันธ์	81
4. ภาพแสดงปัญหาและอุปสรรคการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ ในบทบาทภารกิจของสภาผู้แทนราษฎรและการเผยแพร่ความรู้ ด้านกระบวนการนิติบัญญัติในยุคดิจิทัล	101
5. ภาพแสดงการพัฒนางานด้านการประชาสัมพันธ์ในบทบาทภารกิจ ของสภาผู้แทนราษฎรและการเผยแพร่ความรู้ด้านกระบวนการนิติบัญญัติ ในยุคดิจิทัล	107
6. ภาพแสดงสรุปกรอบแนวทางการพัฒนางานด้านการประชาสัมพันธ์ ในการเผยแพร่บทบาทภารกิจของสภาผู้แทนราษฎร	133

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

สภาพการณ์

รัฐสภา เป็นสถาบันนิติบัญญัติที่มีอำนาจหน้าที่ในการออกกฎหมาย อาทิ การแก้ไขเพิ่มเติมรัฐธรรมนูญ การออกพระราชบัญญัติ การแก้ไขเพิ่มเติมหรือยกเลิกพระราชบัญญัติ อำนาจหน้าที่ในการควบคุมการบริหารราชการแผ่นดิน ซึ่งเป็นหลักสำคัญอันเป็นรากฐานของระบบรัฐสภา อาทิ การดำเนินงานของคณะกรรมการการอภิปรายไม่ไว้วางใจคณะรัฐมนตรี การตั้งกระทู้ และอำนาจหน้าที่ในการให้ความเห็นชอบในเรื่องสำคัญๆ อาทิ การให้ความเห็นชอบหนังสือสัญญา ระหว่างประเทศทั้งการสนับสนุนหรือคัดค้าน ทั้งนี้ รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 หมวด 7 ได้บัญญัติให้รัฐสภาประกอบด้วยสองสภา คือ สภาผู้แทนราษฎรซึ่งมีหน่วยงานที่สนับสนุน คือ สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร และวุฒิสภา มีหน่วยงานสนับสนุน คือ สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา ทั้งนี้ การดำเนินงานของสำนักงานสภาผู้แทนราษฎรและสำนักงานเลขาธิการวุฒิสภาได้มีส่วนสำคัญอย่างยิ่ง ในการสนับสนุนการขับเคลื่อนดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับบทบาทและภารกิจของสถาบันนิติบัญญัติโดยในที่นี้คณะผู้ศึกษาจะขอกล่าวเฉพาะบทบาทภารกิจของสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎรซึ่งถือเป็นส่วนราชการสำคัญในการปฏิบัติหน้าที่รองรับการดำเนินงานของสภาผู้แทนราษฎร ตลอดจนสนับสนุน ส่งเสริม ช่วยเหลือ จัดการ ให้บริการในการทำงานของฝ่ายการเมือง การประสานกับหน่วยงานในภาคส่วนต่างๆ ที่เกี่ยวข้องต่อการดำเนินงานของสถาบันนิติบัญญัติให้เป็นไปด้วยความเรียบร้อย สะดวก ถูกต้อง รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อประชาชน สังคม และประเทศชาติเป็นสำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสังคมยุคปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในยุคดิจิทัลซึ่งให้ความสำคัญต่อการพัฒนาศักยภาพในการทำงานโดยเฉพาะในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารระหว่างสภาผู้แทนราษฎรกับประชาชน รวมทั้งหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งในด้านการประชาสัมพันธ์ถึงข้อมูลข่าวสารที่เป็นจริงและการเผยแพร่ความรู้ในกระบวนการนิติบัญญัติให้กับประชาชนอย่างถูกต้อง สามารถเข้าถึงประชาชนได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ โดยการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาสนับสนุนการทำงานนั้นย่อมมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์ที่จะทำให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสำหรับการสื่อสารองค์กรอย่างชัดเจนในยุคปัจจุบัน

สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร เป็นหน่วยงานที่สนับสนุนการดำเนินงานของสถาบันนิติบัญญัติในส่วนของสภาผู้แทนราษฎร และได้ส่งเสริมการมีส่วนร่วมทางการเมืองของภาคประชาชนเพื่อนำไปสู่การพัฒนาการปกครองระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข ภายใต้วิสัยทัศน์ (Vision) ขององค์กรที่ระบุไว้ว่า “สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร ก้าวสู่การเป็น SMART Parliament” ให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2560 - 2579) ที่เป็นเป้าหมายการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืนตามหลักธรรมาภิบาล ภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 3 ขององค์กรในการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของภาคพลเมืองในระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข เพื่อสนับสนุนงานนิติบัญญัติ โดยสำนักประชาสัมพันธ์และสถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภาได้เข้ามามีบทบาทในการสนับสนุนการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ซึ่งเป็นกระบวนการสื่อสารองค์กรของสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎรอย่างต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน

ทั้งนี้ ในส่วนของสำนักประชาสัมพันธ์ได้มีบทบาทภารกิจด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับภารกิจของสถาบันนิติบัญญัติและสภาผู้แทนราษฎร รวมทั้งการเผยแพร่ความรู้ด้านการเมืองการปกครองระบอบประชาธิปไตยในระบอบรัฐสภา ประกอบกับการดำเนินงานภายใต้แผนยุทธศาสตร์ของสำนักประชาสัมพันธ์ด้านการสื่อสารองค์กรและการเสริมสร้างประชาธิปไตยและความเป็นพลเมืองในระบอบประชาธิปไตยในยุคดิจิทัล พ.ศ. 2561-2564 ซึ่งสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ของสำนักประชาสัมพันธ์ในการเป็น “ศูนย์สื่อสารองค์กรอัจฉริยะเพื่อสนับสนุนบทบาทของสถาบันนิติบัญญัติและเสริมสร้างประชาธิปไตยและความเป็นพลเมืองประชาธิปไตยในยุคดิจิทัล” โดยได้สนับสนุนให้มีการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้เป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาทั้งในด้านระบบ เนื้อหา และรูปแบบการสื่อสารระหว่างสถาบันนิติบัญญัติกับประชาชนทุกกลุ่ม โดยตั้งอยู่บนพื้นฐานของการใช้นวัตกรรม การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลอย่างเต็มประสิทธิภาพ เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของประชาชน ตลอดจนการเข้าถึงข้อมูล และการส่งเสริมสนับสนุนให้ประชาชนได้เข้ามามีส่วนร่วมมากขึ้น

สำนักประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วย 6 กลุ่มงานหลัก มีการดำเนินงานโดยแบ่งตามภารกิจ และหน้าที่ความรับผิดชอบที่มีความแตกต่างกัน ได้แก่ กลุ่มงานบริหารทั่วไปและพิธีการ มีหน้าที่ความรับผิดชอบในการดำเนินการเกี่ยวกับงานสารบรรณ และธุรการทั่วไปของสำนักฯ งานพัสดุ ครุภัณฑ์ การเงิน และงบประมาณของสำนักฯ งานทะเบียน และข้อมูลด้านบุคคลของสำนักฯ การจัดทำแผนงาน และงบประมาณ รวมถึงการประสานงานด้านแผน รายงานผลการปฏิบัติงาน และการใช้จ่ายงบประมาณ และสถิติ การประสานงาน วางแผนการดำเนินงาน และอำนวยความสะดวกด้านงานพระราชพิธีรัฐพิธี และพิธีการต่างๆ ของรัฐสภา สภาผู้แทนราษฎร และสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร รวมทั้งการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์งานการกุศล และอื่นๆ ที่หน่วยงานภายนอกขอความร่วมมือ

กลุ่มงานสารนิเทศ มีหน้าที่ความรับผิดชอบในการเป็นศูนย์ประสานงานในการติดต่อ สอบถามข้อมูล กิจกรรม ผลงาน การกิจของสภาผู้แทนราษฎร และสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร การอำนวยความสะดวกและบริการทั่วไปในด้านต่างๆ ให้กับสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร ข้าราชการ และลูกจ้างของสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร ประชาชน และผู้มาติดต่อราชการ เผยแพร่ ความรู้ ข้อมูลในรูปแบบของการบรรยาย การจัดทำเอกสารเผยแพร่เกี่ยวกับการเมืองการปกครอง ในระบอบประชาธิปไตย สิทธิเสรีภาพ และหน้าที่ของประชาชน บทบาทอำนาจหน้าที่ของรัฐสภา สภาผู้แทนราษฎร และสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร โดยมีกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ นักเรียน นิสิต นักศึกษา และประชาชนที่มาศึกษาดูงาน การเผยแพร่กิจกรรมประจำวันของรัฐสภา สภาผู้แทนราษฎร และสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎรทางรูปแบบอินเทอร์เน็ตและเสียงตามสายภายในหน่วยงาน การประสานความร่วมมือกับหน่วยงานอื่นในการประชาสัมพันธ์ และเผยแพร่กิจกรรม รวมทั้ง ผลงานของรัฐสภา สภาผู้แทนราษฎร ประธานและรองประธานสภาผู้แทนราษฎร ผู้นำฝ่ายค้าน ในสภาผู้แทนราษฎร สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร คณะกรรมาธิการ และสำนักงานเลขาธิการ สภาผู้แทนราษฎร รวมทั้งการอำนวยความสะดวกแก่ผู้มาติดต่อราชการหรือเข้าฟังการประชุมของสภา

กลุ่มงานสื่อมวลชน มีหน้าที่ความรับผิดชอบในการประสานงานและอำนวยความสะดวก แก่สื่อมวลชนในการเผยแพร่ข่าว รวมทั้งการให้สัมภาษณ์ การแถลงข่าวของรัฐสภา สภาผู้แทนราษฎร ประธาน และรองประธานสภาผู้แทนราษฎร ผู้นำฝ่ายค้านในสภาผู้แทนราษฎร สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร คณะกรรมาธิการ และสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร การติดตาม ตรวจสอบ วิเคราะห์ ประมวลผล ตรวจสอบข่าว ทำกฤตภาคแถลง และชี้แจงข่าวของรัฐสภา สภาผู้แทนราษฎร และสำนักงาน เลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร การบันทึกภาพนิ่งเกี่ยวกับกิจกรรมของรัฐสภา สภาผู้แทนราษฎร ประธาน และรองประธานสภาผู้แทนราษฎร ผู้นำฝ่ายค้านในสภาผู้แทนราษฎร สมาชิกสภาผู้แทน ราษฎร คณะกรรมาธิการ และสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร เพื่อประกอบการจัดทำข่าว กิจกรรม และเอกสารเผยแพร่ทางสิ่งพิมพ์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ของสำนักงานเลขาธิการ สภาผู้แทนราษฎร การเผยแพร่ข่าว ภาพเกี่ยวกับบุคคลสำคัญ และคณะบุคคลที่เข้าเยี่ยมคารวะหรือ เข้าพบประธานรัฐสภา ประธาน และประธานสภาผู้แทนราษฎร ผู้นำฝ่ายค้านในสภาผู้แทนราษฎร สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร คณะกรรมาธิการ และผู้บริหารของสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร

กลุ่มงานโสตทัศนูปกรณ์ มีหน้าที่ความรับผิดชอบในการศึกษา รวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ และเสนอความเห็นเกี่ยวกับการวางแผน จัดหาเครื่องมือ และโสตทัศนูปกรณ์ในด้านการประชาสัมพันธ์ และสัมมนาของรัฐสภา สภาผู้แทนราษฎร คณะกรรมาธิการ และสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร ตลอดจนการศึกษา รวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ และเสนอความเห็นเกี่ยวกับการวางแผนจัดหา ควบคุม ดูแล บำรุงรักษา และซ่อมแซมเกี่ยวกับเครื่องมือโสตทัศนูปกรณ์ ระบบกระจายสัญญาณโทรทัศน์ของ

รัฐสภา ระบบการลงคะแนน ระบบภาพเสียงเพื่อสนับสนุนการประชุมรัฐสภา สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร คณะกรรมาธิการ และการประชุมหรือการสัมมนาที่เกี่ยวข้องในวงงานของสภา การให้บริการ บ้านพักเสียงและวีดิทัศน์ ในการอภิปรายแก่สมาชิกรัฐสภาเพื่อสนับสนุนการประชุมรัฐสภา สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร คณะกรรมาธิการ และการประชุมหรือการสัมมนาที่เกี่ยวข้องในวงงานของสภาไว้เพื่อเป็นหลักฐาน และประกอบการจัดทำรายงานการประชุมสภา การศึกษา อีกทั้งการประสานงานกับผู้รับบริการ ในการนำอุปกรณ์คอมพิวเตอร์เข้าใช้ในการประชุมรวมทั้งในเรื่องของการสัมมนา การเสวนา และการอภิปรายต่างๆ

กลุ่มงานผลิตเอกสาร มีหน้าที่ความรับผิดชอบในการศึกษา รวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ วางแผน และจัดทำสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ ของสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร เพื่อเผยแพร่ความรู้ เกี่ยวกับการเมืองการปกครองในระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข สิทธิ เสรีภาพ และหน้าที่ของประชาชน และการมีส่วนร่วมในการปกครองของประชาชนตามรัฐธรรมนูญ การผลิตเอกสาร และสื่อสิ่งพิมพ์ เพื่อเผยแพร่บทบาทอำนาจหน้าที่ กิจกรรมผลงานของรัฐสภา สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร ประธานและรองประธานสภาผู้แทนราษฎร ผู้นำฝ่ายค้านในสภาผู้แทนราษฎร สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร คณะกรรมาธิการ และสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร เพื่อเผยแพร่สู่สาธารณชน การผลิต ออกแบบโสตทัศนูปกรณ์ เพื่อประกอบการจัดทำคำบรรยายเผยแพร่ความรู้ เกี่ยวกับการเมืองการปกครองในระบอบประชาธิปไตย บทบาทอำนาจหน้าที่ กิจกรรมผลงานของรัฐสภา สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร ประธาน และรองประธานสภาผู้แทนราษฎร ผู้นำฝ่ายค้านในสภาผู้แทนราษฎร สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร คณะกรรมาธิการ และสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร ด้านงาน ศิลปกรรมในการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ รวมทั้งจัดทำอาร์ตเวิร์คด้วยระบบคอมพิวเตอร์ในการจัดทำ สื่อสิ่งพิมพ์เพื่อเผยแพร่ความรู้ทางการเมืองการปกครองในระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ ทรงเป็นประมุข บทบาทอำนาจหน้าที่ กิจกรรม ผลงานของรัฐสภา สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร ประธาน และ รองประธานสภาผู้แทนราษฎร ผู้นำฝ่ายค้านในสภาผู้แทนราษฎร สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร คณะกรรมาธิการ และสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร

กลุ่มงานเผยแพร่ประชาธิปไตยและกิจกรรมสภาผู้แทนราษฎร มีอำนาจหน้าที่ ในการศึกษา รวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ เพื่อจัดทำแผนงาน โครงการ การสัมมนา การเสวนา การอภิปราย การจัดทำเอกสาร และการจัดนิทรรศการเพื่อการเผยแพร่ความรู้ด้านการเมืองการปกครองระบอบ ประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข รวมถึงบทบาทอำนาจหน้าที่ กิจกรรม และผลงาน ของรัฐสภา สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร สิทธิเสรีภาพ และหน้าที่ของประชาชนตามรัฐธรรมนูญ โดยมี กลุ่มเป้าหมาย คือ นิสิต นักศึกษา สถาบันการเมือง ส่วนราชการ และภาคเอกชน รวมทั้งประชาชน ในภูมิภาคต่างๆ การจัดกิจกรรมสภาผู้แทนราษฎรพบประชาชนในพื้นที่ต่างๆ และในสถาบันการศึกษา

ต่างๆ ทั่วทุกภูมิภาค เพื่อให้ประชาชนหรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในหลายภาคส่วนได้มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น อีกทั้งการผลิตสื่อเพื่อใช้ในโครงการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ การศึกษา รวบรวม วิเคราะห์ ติดตาม และประเมินผลการดำเนินงานตามแผนงานในโครงการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์และกิจกรรมสภาผู้แทนราษฎร

สภาพปัญหา

ในปัจจุบันโลกมีการเปลี่ยนแปลงบริบทอย่างรวดเร็วจากยุค Analog ไปสู่ยุค Digital และยุค Robotic จึงทำให้เทคโนโลยีดิจิทัลมีอิทธิพลต่อการดำรงชีวิตและการทำงาน ข้าราชการซึ่งเป็นแกนหลักของการพัฒนาประเทศจึงต้องปรับตัวให้สอดคล้องกับบริบทของการเปลี่ยนแปลงเพื่อป้องกันไม่ให้เกิด culture shock ที่เกิดจากการเปลี่ยนผ่านเทคโนโลยี และเพื่อป้องกันความเสี่ยงที่อาจเกิดจากการใช้เทคโนโลยีที่ไม่เหมาะสม เช่น การสูญเสียการเป็นส่วนตัว ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน การโจรกรรมทางข้อมูล การโจมตีทางไซเบอร์ เป็นต้น Digital literacy หรือทักษะความเข้าใจและใช้เทคโนโลยีดิจิทัลจึงเป็นทักษะด้านดิจิทัลพื้นฐานที่จะเป็นกลไกสำคัญสำหรับข้าราชการในการปฏิบัติงาน การสื่อสาร และการทำงานร่วมกับผู้อื่นในลักษณะ “ทำน้อย ได้มาก” หรือ “Work less but get more impact” และช่วยส่วนราชการสร้างคุณค่า (Value Co-creation) และความคุ้มค่าในการดำเนินงาน (Economy of Scale) เพื่อการขับเคลื่อนไปสู่การเป็นประเทศไทย 4.0 อีกทั้งยังเป็นเครื่องมือที่ช่วยให้ข้าราชการสามารถเรียนรู้และพัฒนาตนเองเพื่อให้ได้รับโอกาสการทำงานที่ดีและเติบโตก้าวหน้าในอาชีพราชการ (Learn and Growth) ด้วยเกียรติและศักดิ์ศรีอย่างภาคภูมิใจในงาน

ทั้งนี้ ประโยชน์ของการพัฒนา Digital literacy สำหรับข้าราชการจะทำให้ทำงานได้รวดเร็ว ลดข้อผิดพลาด และมีความมั่นใจในการทำงานมากขึ้น มีความภาคภูมิใจในผลงานที่สามารถสร้างสรรค์ได้เอง สามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น สามารถระบุทางเลือกและการตัดสินใจได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น สามารถบริหารจัดการงานและเวลาได้ดีมากขึ้น และช่วยสร้างสมดุลในชีวิตและการทำงาน ตลอดจนเป็นเครื่องมือช่วยในการเรียนรู้และเติบโตอย่างเหมาะสม และในส่วนประโยชน์สำหรับส่วนราชการและหน่วยงานของรัฐแล้ว จะทำให้หน่วยงานได้รับการยอมรับว่ามีความทันสมัย เปิดกว้างและเป็นที่ยอมรับซึ่งจะช่วยดึงดูดและรักษาคนรุ่นใหม่ที่มีศักยภาพสูงมาทำงานกับองค์กรด้วย ตลอดจนทำให้หน่วยงานได้รับความเชื่อมั่นและไว้วางใจจากประชาชนและผู้รับบริการมากขึ้น บุคลากรในองค์กรสามารถใช้ศักยภาพในการทำงานที่มีมูลค่าสูง (High Value Job) มากขึ้น กระบวนการทำงานและการสื่อสารขององค์กร กระชับขึ้น คล่องตัวมากขึ้น และมีประสิทธิภาพมากขึ้น หน่วยงานสามารถประหยัดทรัพยากร (งบประมาณและกำลังคน) ในการดำเนินงานได้มากขึ้น (สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน, ม.ป.ป.)

ด้วยบริบทดังกล่าว สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎรจึงได้ดำเนินการปรับเปลี่ยนองค์กรเพื่อก้าวเข้าสู่การทำงานในยุคดิจิทัล ส่งผลให้กระบวนการทำงานและพัฒนาศักยภาพบุคลากร และผู้นำองค์กรมีความสำคัญ เพื่อให้สอดคล้องกับทิศทางการเปลี่ยนแปลงและสามารถบริหารจัดการแก้ปัญหา และลดอุปสรรคในการดำเนินงานแบบเดิมๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้เทคโนโลยีต่างๆ ได้เข้ามามีบทบาทและเป็นเครื่องมือสำคัญที่ทำให้การทำงานยุคดิจิทัลที่เพิ่มการเชื่อมโยงในการติดต่อ ความคล่องตัว ความสะดวก สามารถทำงานได้ไม่จำกัดเวลาและสถานที่เพื่อตอบโจทย์ความต้องการในการปรับเปลี่ยนอย่างรวดเร็ว ทั้งนี้ ในการดำเนินงานที่ผ่านมาของสำนักประชาสัมพันธ์ สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร พบว่า เกิดสภาพปัญหาในการทำงานที่สำคัญ ดังนี้

1. ปัญหาการขาดมิติการบูรณาการในการทำงานร่วมกันภายในสำนักประชาสัมพันธ์ เนื่องจาก บุคลากรในสำนักประชาสัมพันธ์แต่ละกลุ่มงาน ไม่ได้มีการแบ่งปันหรือแลกเปลี่ยนข้อมูล ที่จัดทำขึ้นภายในกลุ่มงานให้กลุ่มงานอื่นๆ ได้รับทราบและนำไปใช้ประโยชน์เท่าที่ควร จึงส่งผลให้เกิดการทำงานซ้ำซ้อนกัน เช่น กรณีการเขียนข้อมูลเกี่ยวกับการเลือกตั้ง แต่ละกลุ่มก็จะมีการจัดทำผลผลิตสื่อในรูปแบบของตนเอง เพื่อเผยแพร่ไปยังช่องทางต่างๆ เป็นต้น ดังนั้น หากมีการบูรณาการในการทำงานร่วมกันโดยการตั้งคณะทำงานและใช้เทคโนโลยีในการบูรณาการการดำเนินงานร่วมกันพร้อมทั้งเชื่อมโยงแต่ละกลุ่มงานจะเป็นส่วนหนึ่งในการลดขั้นตอนในการทำงาน ขณะเดียวกันจะทำให้เกิดการแบ่งปันข้อมูลข่าวสารในการทำงานร่วมกัน และจะทำให้การทำงานมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

2. ปัญหาการสร้างมวลชนสัมพันธ์ยังไม่ครอบคลุมในพื้นที่ทุกจังหวัดทั่วประเทศ เนื่องจากการสร้างมวลชนสัมพันธ์เป็นการกระทำเพื่อให้บุคคลหรือกลุ่มบุคคลในสังคมหรือชุมชนต่างๆ เกิดการรวมตัวมีความสัมพันธ์ผูกพันเกี่ยวข้องต่อกัน ทำให้เกิดความร่วมมือ เกิดการประสานงานกัน เพื่อช่วยเหลือและสนับสนุนการปฏิบัติงานในด้านการเผยแพร่ความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับการทำหน้าที่ของฝ่ายนิติบัญญัติ และเป็นการดำเนินการอย่างเป็นทางการ เพื่อให้สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร ผู้บริหาร และข้าราชการสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร ได้มีปฏิสัมพันธ์อันดีกับประชาชน เป็นส่วนหนึ่งของชุมชน มีความเข้าใจปัญหาซึ่งกันและกัน ตลอดจนร่วมมือแก้ไขปัญหาต่างๆ ของประชาชน เป็นการทำงานที่เรียกว่า “งานมวลชนสัมพันธ์” ต้องมีการดำเนินการของกลุ่มมวลชนอย่างครบวงจรตั้งแต่ การฝึกอบรมการจัดตั้งการควบคุม และการนำการเคลื่อนไหวภายในขอบเขตอำนาจหน้าที่ของสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎรให้เป็นไปเพื่อสนับสนุนการปฏิบัติหน้าที่รองรับการทำงานของสภาผู้แทนราษฎร และรัฐสภา ซึ่งถึงแม้สำนักประชาสัมพันธ์ได้มีการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง แต่พบปัญหาว่ายังคงทำได้เพียงเฉพาะส่วนของประเทศไม่ครอบคลุมทุกจังหวัด เนื่องจากต้องใช้งบประมาณจำนวนมากในการลงพื้นที่จัดกิจกรรมแต่ละครั้ง ทั้งนี้ หากมีการนำเทคโนโลยีมาช่วยในการปฏิบัติงานในการสร้างมวลชนสัมพันธ์จะช่วยเป็นการลดค่าใช้จ่ายในการทำงานได้เป็นอย่างดีและมีประสิทธิภาพมากขึ้น

3. ปัญหาเรื่องการสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน โดยที่ผ่านมา สำนักประชาสัมพันธ์มีการจัดกิจกรรมเพื่อสร้างกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้อง ทั้งจากสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร องค์กรภาคเอกชน และประชาชนทั่วไป ในรูปแบบต่างๆ เช่น การจัดกิจกรรม สัมมนา เสวนา การจัดกิจกรรมนำชมรัฐสภา ซึ่งทำให้เกิดการมีส่วนร่วมของประชาชน อย่างไรก็ตามกระบวนการดังกล่าวยังขาดความต่อเนื่องชัดเจนในการดำเนินงานอย่างเป็นรูปธรรมที่จะให้ประชาชนได้เข้ามามีส่วนร่วมอย่างกว้างขวางและครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมาย ส่วนวิธีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ในการให้ประชาชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในช่องทางต่างๆ มากขึ้น ซึ่งเป็นรูปแบบการสื่อสารสองทางทั้งช่องทางที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการในกระบวนการนิติบัญญัติยังดำเนินการไม่ครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมายเท่าที่ควร ดังนั้น หากมีการนำเทคโนโลยีมาช่วยในการดำเนินงานจะช่วยทำให้เกิดประสิทธิภาพในการสื่อสารระหว่างหน่วยงานกับประชาชนและทุกภาคส่วนได้มากยิ่งขึ้น

4. ปัญหาการพัฒนาประสิทธิภาพในการทำงานด้านสื่อดิจิทัลให้มีประสิทธิภาพเพื่อให้เท่าทันกับการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วของโลกปัจจุบัน โดยปัจจุบันสำนักประชาสัมพันธ์ สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎรได้มีการปรับกลยุทธ์ในการประชาสัมพันธ์ให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ของส่วนราชการ และนโยบายของรัฐบาลที่จะเป็นรัฐบาล 4.0 โดยการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลมาสนับสนุนการปฏิบัติงานของบุคลากรในการจัดทำข้อมูลเนื้อหา (Content) และประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางออนไลน์ในรูปแบบต่างๆ เช่น สื่อสังคมออนไลน์ในรูปแบบ Facebook Line Application และเว็บไซต์ เพื่อให้การประชาสัมพันธ์ของสำนักงานฯ เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด แต่อย่างไรก็ตาม พบว่าบุคลากรในสำนักประชาสัมพันธ์จำเป็นต้องพัฒนาประสิทธิภาพในการทำงานด้านสื่อดิจิทัลเพื่อให้เท่าทันต่อการเปลี่ยนแปลงให้มากขึ้นกว่าเดิมรวมทั้งการปรับตัวในบริบทของการสื่อสารองค์กรในเชิงรุก ดังนั้น บุคลากรจึงต้องมีทักษะความเข้าใจและใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (Digital literacy) ทักษะในการนำเครื่องมือ อุปกรณ์ และเทคโนโลยีดิจิทัลที่มีอยู่ในปัจจุบัน อาทิ คอมพิวเตอร์ อุปกรณ์ประเภท Smart Device โปรแกรมคอมพิวเตอร์ และสื่อออนไลน์รูปแบบต่างๆ เป็นต้น มาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการสื่อสารองค์กร การปฏิบัติงาน และการทำงานร่วมกันในเชิงบูรณาการ หรือใช้เพื่อพัฒนากระบวนการทำงาน หรือระบบงานในองค์กรให้มีความทันสมัยและมีประสิทธิภาพ โดยทักษะดังกล่าวจะต้องมีความครอบคลุมความสามารถในองค์ประกอบ 4 มิติ ซึ่งประกอบด้วย การใช้ (Use) การเข้าใจ (Understand) การสร้าง (Create) และการเข้าถึง (Access) เทคโนโลยีดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลง ในยุคดิจิทัลซึ่งเป็นบริบทสำคัญที่ทุกองค์กรและหน่วยงานต้องเร่งมือเพื่อรองรับการแข่งขันที่รวดเร็วขึ้น

5. ปัญหาการใช้ภาษาในการสื่อสารเพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารด้านนิติบัญญัติ เนื่องจากเป็นข้อมูลที่มีความเป็นทางการและมีความสลับซับซ้อนยากต่อการทำความเข้าใจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งประชาชนกลุ่มผู้รับข่าวสารที่มีภูมิหลังแตกต่างกันทั้งในด้านอายุ เพศ การศึกษา ทัศนคติ ประสบการณ์ ย่อมส่งผลต่อการทำความเข้าใจในข้อมูลข่าวสารด้านนิติบัญญัติของสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎรแตกต่างกัน ดังนั้น กระบวนการผลิตเนื้อหาข้อมูลข่าวสารหรือการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ที่ตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมายได้อย่างชัดเจนและทั่วถึงย่อมจะทำให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ซึ่งการนำเทคโนโลยีมาช่วยในผลิตสื่อให้มีเนื้อหาสาระที่เข้าใจง่ายและสามารถสื่อสารไปยังประชาชนได้ทุกช่วงวัยในช่องทางต่างๆ จึงเป็นส่วนสนับสนุนในการสร้างความเข้าใจอันดีกับประชาชนต่อสถาบันนิติบัญญัติ

สรุปในสิ่งที่ต้องการศึกษา

ทั้งนี้ เพื่อให้การปฏิบัติงานของสำนักประชาสัมพันธ์ สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร สามารถรองรับบทบาทภารกิจในการรองรับการดำเนินงานของสถาบันนิติบัญญัติและสภาผู้แทนราษฎร ได้อย่างถูกต้อง รวดเร็ว มีประสิทธิภาพเท่าทันต่อการเปลี่ยนแปลงในยุคสังคมดิจิทัล คณะผู้ศึกษาจึงได้ตระหนักถึงความสำคัญในการศึกษา เรื่อง “แนวทางการพัฒนางานด้านประชาสัมพันธ์ในการเผยแพร่บทบาทภารกิจของสภาผู้แทนราษฎรในยุคดิจิทัล” เพื่อศึกษาการดำเนินงาน สภาพปัญหา และอุปสรรคงานด้านประชาสัมพันธ์ในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์บทบาทภารกิจของสภาผู้แทนราษฎร และความรู้ด้านกระบวนการนิติบัญญัติ และเพื่อพัฒนางานด้านการประชาสัมพันธ์ในการเผยแพร่บทบาทภารกิจของสภาผู้แทนราษฎรในยุคดิจิทัลอันจะเป็นแนวทางให้บุคลากรของสำนักประชาสัมพันธ์ สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎรจะสามารถกำหนดแนวทางการพัฒนางานด้านประชาสัมพันธ์เผยแพร่บทบาทภารกิจของสภาผู้แทนราษฎรและความรู้ด้านกระบวนการนิติบัญญัติในยุคดิจิทัลดังกล่าวไปเป็นแนวทางในการสนับสนุนภารกิจของสภาผู้แทนราษฎรได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์การศึกษา

1.2.1 เพื่อศึกษาการดำเนินงาน สภาพปัญหา และอุปสรรคงานด้านประชาสัมพันธ์เผยแพร่บทบาทภารกิจของสภาผู้แทนราษฎร และความรู้ด้านกระบวนการนิติบัญญัติ

1.2.2 เพื่อพัฒนางานด้านการประชาสัมพันธ์เผยแพร่บทบาทภารกิจของสภาผู้แทนราษฎร และความรู้ด้านกระบวนการนิติบัญญัติในยุคดิจิทัล

1.3 ขอบเขตของการศึกษา

1.3.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาถึงแนวทางพัฒนางานด้านประชาสัมพันธ์ในการเผยแพร่บทบาทภารกิจของสภาผู้แทนราษฎรในยุคดิจิทัล คณะผู้ศึกษาในฐานะผู้ปฏิบัติหน้าที่ในสำนักประชาสัมพันธ์ ได้มีความสนใจในการศึกษาการดำเนินงาน สภาพปัญหา และอุปสรรคงานด้านประชาสัมพันธ์เผยแพร่บทบาทภารกิจของสภาผู้แทนราษฎร และความรู้ด้านกระบวนการนิติบัญญัติ ตลอดจนแนวทางในการพัฒนางานดังกล่าวอย่างมีประสิทธิภาพในยุคดิจิทัล

1.3.2 ประชากรในการศึกษา

- สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร
- ผู้บริหารสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร
- เจ้าหน้าที่ของสำนักประชาสัมพันธ์
- ผู้เชี่ยวชาญด้านการประชาสัมพันธ์
- ผู้ใช้บริการของสำนักประชาสัมพันธ์ (ผู้มีส่วนได้เสีย)

1.3.3 กลุ่มตัวอย่างในการศึกษา

กลุ่มตัวอย่างในการศึกษา ได้มีการคัดเลือกจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Information) ในการศึกษาถึงการพัฒนางานด้านประชาสัมพันธ์ในการเผยแพร่บทบาทภารกิจของสภาผู้แทนราษฎรในยุคดิจิทัล ประกอบด้วย

(ก) กลุ่มเป้าหมายที่เป็นตัวแทนสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร (คัดเลือกจากบุคคลที่เคยมีประสบการณ์ทำงานด้านสื่อมวลชน) รวมจำนวน 5 คน

(ข) กลุ่มเป้าหมายที่เป็นตัวแทนผู้บริหารสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎรที่เกี่ยวข้อง (ประกอบด้วย รองเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร ผู้อำนวยการสำนักประชาสัมพันธ์ และผู้บังคับบัญชาในกลุ่มงานในสังกัดสำนักประชาสัมพันธ์) รวมจำนวน 8 คน

(ค) กลุ่มเป้าหมายที่เป็นตัวแทนเจ้าหน้าที่ของสำนักประชาสัมพันธ์ กลุ่มงานละ 2 คน รวมจำนวน 12 คน

(ง) ผู้เชี่ยวชาญด้านการประชาสัมพันธ์ (ผู้มีประสบการณ์ด้านงานประชาสัมพันธ์อย่างน้อย 10 ปี ขึ้นไปทั้งภาครัฐและเอกชน) รวมจำนวน 5 คน

(จ) กลุ่มเป้าหมายที่เป็นตัวแทนผู้ให้บริการของสำนักประชาสัมพันธ์ (ผู้มีส่วนได้เสีย) รวมจำนวน 10 คน

1.3.4 ระยะเวลาในการศึกษา

เดือนมีนาคม - เดือนกรกฎาคม 2563

1.4 วิธีดำเนินการศึกษา

1.4.1 วิธีการศึกษา

(ก) วิธีการศึกษาเชิงคุณภาพ โดยศึกษา

1) การวิจัยเอกสาร (Documentary Research) โดยศึกษาเอกสาร ระเบียบ ทฤษฎี แนวคิด และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย กรอบยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560 - 2579) แผนปฏิบัติราชการสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร พ.ศ. 2563 - 2565 แผนยุทธศาสตร์ด้านการสื่อสารองค์กร การเสริมสร้างประชาธิปไตย และความเป็นพลเมืองระบอบ ประชาธิปไตยในยุคดิจิทัล พ.ศ. 2561 - 2564 ภารกิจของสภาผู้แทนราษฎร บทบาทภารกิจของ สำนักประชาสัมพันธ์ อำนาจหน้าที่ความรับผิดชอบของแต่ละกลุ่มงาน แนวคิดที่เกี่ยวข้อง ด้านประชาสัมพันธ์ การศึกษาเปรียบเทียบรัฐสภาต่างประเทศด้านประชาสัมพันธ์ และงานวิจัย ที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์

2) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก กับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informant) โดยศึกษาผลการดำเนินงาน ปัญหาอุปสรรคของสำนักประชาสัมพันธ์ สัมภาษณ์ตัวแทนสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร ผู้บริหารของสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร ที่เกี่ยวข้อง บุคลากรของสำนักประชาสัมพันธ์ และกลุ่มตัวแทนผู้รับบริการของสำนักประชาสัมพันธ์ (ผู้มีส่วนได้เสีย)

3) การสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมของคณะผู้จัดทำในแต่ละกลุ่มงาน ประกอบด้วย กลุ่มงานสารนิเทศ กลุ่มงานสื่อมวลชน กลุ่มงานโสตทัศนูปกรณ์ และกลุ่มงานเผยแพร่ประชาธิปไตยและ กิจกรรมสภาผู้แทนราษฎร

1.4.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

- การศึกษาเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง
- การสัมภาษณ์เชิงลึก
- การสังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วม

1.5 นิยามศัพท์

1.5.1 งานด้านประชาสัมพันธ์ หมายถึง การดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ ของ สำนักประชาสัมพันธ์ สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร ประกอบด้วย 6 กลุ่มงาน โดยแบ่งตาม ภารกิจงาน และหน้าที่ความรับผิดชอบ ดังนี้

1) กลุ่มงานบริหารทั่วไปและพิธีการ มีหน้าที่ความรับผิดชอบในการดำเนินการ เกี่ยวกับงานสารบรรณ และธุรการทั่วไปของสำนักฯ งานพัสดุ ครุภัณฑ์ การเงิน และงบประมาณของ

สำนักฯ งานทะเบียน และข้อมูลด้านบุคคลของสำนักฯ การจัดทำแผนงาน และงบประมาณ รวมถึง การประสานงานด้านแผน รายงานผลการปฏิบัติงาน และการใช้จ่ายงบประมาณ และสถิติของสำนักฯ การประสานงาน วางแผนการดำเนินงาน และอำนวยความสะดวกด้านงานพระราชพิธี รัฐพิธี และพิธีการ ต่างๆ ของรัฐสภา สภาผู้แทนราษฎร และสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร รวมทั้งการเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์งานการกุศล และอื่นๆ ที่หน่วยงานต่างๆ ขอความร่วมมือ

2) กลุ่มงานสารนิเทศ มีหน้าที่ความรับผิดชอบในการเป็นศูนย์ประสานงาน ในการติดต่อสอบถามข้อมูล กิจกรรม ผลงาน ภารกิจของสภาผู้แทนราษฎร และสำนักงานเลขาธิการ สภาผู้แทนราษฎร การอำนวยความสะดวกและบริการทั่วไปในด้านต่างๆ ให้กับสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร ข้าราชการ และลูกจ้างของสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร ประชาชน และผู้มาติดต่อ ราชการ เผยแพร่ความรู้ ข้อมูล ในรูปแบบการบรรยาย การจัดทำเอกสารเผยแพร่เกี่ยวกับการเมือง การปกครองในระบอบประชาธิปไตย สิทธิเสรีภาพ และหน้าที่ของประชาชน บทบาทอำนาจหน้าที่ ของรัฐสภา สภาผู้แทนราษฎร และสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร ให้แก่นักเรียน นิสิต นักศึกษา และประชาชนที่มาศึกษาดูงาน การเผยแพร่กิจกรรมประจำวันของรัฐสภา สภาผู้แทนราษฎร และสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎรทางอินเทอร์เน็ตและเสียงตามสาย การประสานความร่วมมือ กับหน่วยงานอื่นในการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่กิจกรรม และผลงานของรัฐสภา สภาผู้แทนราษฎร ประชาน และรองประธานสภาผู้แทนราษฎร ผู้นำฝ่ายค้านในสภาผู้แทนราษฎร สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร คณะกรรมาธิการ และสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร รวมทั้งการอำนวยความสะดวก ให้แก่ผู้มาติดต่อราชการหรือเข้าฟังการประชุมของสภา

3) กลุ่มงานสื่อมวลชน มีหน้าที่ความรับผิดชอบในการประสานงานและ อำนวยความสะดวกแก่สื่อมวลชนในการเผยแพร่ข่าว รวมทั้งการให้สัมภาษณ์ การแถลงข่าวของรัฐสภา สภาผู้แทนราษฎร ประชาน และรองประธานสภาผู้แทนราษฎร ผู้นำฝ่ายค้านในสภาผู้แทนราษฎร สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร คณะกรรมาธิการ และสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร การติดตาม ตรวจสอบ วิเคราะห์ ประมวลผล ตรวจสอบ การทำกฤตภาคแถลง และการชี้แจงข่าวของรัฐสภา สภาผู้แทนราษฎร และสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร การบันทึกภาพกิจกรรมของรัฐสภา สภาผู้แทนราษฎร ประชาน และรองประธานสภาผู้แทนราษฎร ผู้นำฝ่ายค้านในสภาผู้แทนราษฎร สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร คณะกรรมาธิการ และสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร เพื่อประกอบการจัดทำกิจกรรม และ เอกสารเผยแพร่ของสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร การเผยแพร่ข่าว ภาพเกี่ยวกับบุคคลสำคัญ และคณะบุคคลที่เข้าเยี่ยมคารวะหรือเข้าพบของรัฐสภา สภาผู้แทนราษฎร ประชาน และ รองประธานสภาผู้แทนราษฎร ผู้นำฝ่ายค้านในสภาผู้แทนราษฎร สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร คณะกรรมาธิการ และผู้บริหารของสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร

4) กลุ่มงานโสตทัศนูปกรณ์ มีหน้าที่ความรับผิดชอบในการศึกษา รวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ และเสนอความเห็นเกี่ยวกับการวางแผน และจัดหาเครื่องมือ และโสตทัศนูปกรณ์ในด้านการประชาสัมพันธ์ และสัมมนาของรัฐสภา สภาผู้แทนราษฎร คณะกรรมาธิการ และสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร การศึกษา รวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ และเสนอความเห็นเกี่ยวกับการวางแผนจัดหา ควบคุม ดูแล บำรุงรักษา และซ่อมแซมเครื่องมือโสตทัศนูปกรณ์ ระบบกระจายสัญญาณโทรทัศน์ ระบบการลงคะแนน ระบบภาพเสียงเพื่อสนับสนุนการประชุมรัฐสภา สภาผู้แทนราษฎร คณะกรรมาธิการ และการประชุมหรือการสัมมนาที่เกี่ยวข้องในวงงานของสภา การให้บริการบันทึกเสียงและวีดิทัศน์ ในการอภิปรายแก่สมาชิกรัฐสภา เพื่อสนับสนุนการประชุมรัฐสภา สภาผู้แทนราษฎร คณะกรรมาธิการ และการประชุมหรือการสัมมนาที่เกี่ยวข้องในวงงานของสภา เพื่อเป็นหลักฐานและประกอบการจัดทำรายงานการประชุมสภา และการประสานงานในการนำอุปกรณ์คอมพิวเตอร์เข้าใช้ในการประชุม รวมทั้งในเรื่องของการสัมมนา การเสวนา และการอภิปรายต่างๆ

5) กลุ่มงานผลิตเอกสาร มีหน้าที่ความรับผิดชอบในการศึกษา รวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ วางแผน และจัดทำสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ ของสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร เพื่อเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับการเมืองการปกครองในระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข สิทธิ เสรีภาพ และหน้าที่ของประชาชน และการมีส่วนร่วมในการปกครองของประชาชนตามรัฐธรรมนูญ การผลิตเอกสารและสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อเผยแพร่บทบาทอำนาจหน้าที่ กิจกรรมผลงานของรัฐสภา สภาผู้แทนราษฎร ประธาน และรองประธานสภาผู้แทนราษฎร ผู้นำฝ่ายค้านในสภาผู้แทนราษฎร สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร คณะกรรมาธิการ และสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร เพื่อเผยแพร่สู่สาธารณชน การผลิต ออกแบบโสตทัศนูปกรณ์ เพื่อประกอบคำบรรยายเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับการเมืองการปกครองในระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข บทบาทอำนาจ หน้าที่ กิจกรรมผลงานของรัฐสภา สภาผู้แทนราษฎร ประธาน และรองประธานสภาผู้แทนราษฎร ผู้นำฝ่ายค้านในสภาผู้แทนราษฎร สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร คณะกรรมาธิการ และสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร การดำเนินงานศิลปกรรมในการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ รวมทั้งการจัดทำอาร์ตเวิร์ค ด้วยระบบคอมพิวเตอร์ในการจัดทำสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อเผยแพร่ความรู้ทางการเมืองการปกครองในระบอบประชาธิปไตย บทบาทอำนาจหน้าที่ กิจกรรม ผลงานของรัฐสภา สภาผู้แทนราษฎร ประธานและรองประธานสภาผู้แทนราษฎร ผู้นำฝ่ายค้านในสภาผู้แทนราษฎร สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร คณะกรรมาธิการ และสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร

6) กลุ่มงานเผยแพร่ประชาธิปไตยและกิจกรรมสภาผู้แทนราษฎร มีอำนาจหน้าที่ในการศึกษา รวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ เพื่อจัดทำแผนงาน โครงการ การสัมมนา การเสวนา การอภิปราย การจัดทำเอกสารวิชาการ และการจัดนิทรรศการเพื่อการเผยแพร่ความรู้ด้านการเมืองการปกครอง

ระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข บทบาทอำนาจหน้าที่ กิจกรรม และ ผลงานของรัฐสภา สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร สิทธิเสรีภาพ และหน้าที่ของประชาชนตามรัฐธรรมนูญ ให้กับ นิสิต นักศึกษา สถาบันการเมือง ส่วนราชการ และเอกชน รวมทั้งประชาชนในภูมิภาคต่างๆ การจัดกิจกรรม สมาชิกสภาผู้แทนราษฎรพบประชาชนในพื้นที่ต่างๆ และในสถาบันการศึกษาต่างๆ ทั่วทุกภูมิภาค เพื่อให้ ประชาชนได้มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น การผลิตสื่อเพื่อใช้สำหรับโครงการเผยแพร่ ประชาธิปไตย การศึกษา รวบรวม วิเคราะห์ ติดตาม และประเมินผลการดำเนินงานตามแผนงาน ในโครงการเผยแพร่ประชาธิปไตยและกิจกรรมสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร

1.5.2 บทบาทและภารกิจของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร หมายถึง บทบาทหน้าที่ของสมาชิก สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร ได้แก่ การเสนอและพิจารณา ร่างพระราชบัญญัติประกอบรัฐธรรมนูญและ ร่างพระราชบัญญัติ การควบคุมการบริหารราชการแผ่นดิน ซึ่งเป็นหลักสำคัญอันเป็นรากฐานของ ระบบรัฐสภา ประกอบด้วย การตั้งกระทู้ถาม การเปิดอภิปรายทั่วไป การตั้งคณะกรรมการสามัญ หรือวิสามัญ การให้ความเห็นชอบแต่งตั้งบุคคลเป็นนายกรัฐมนตรี การอภิปรายไม่ไว้วางใจ คณะรัฐมนตรี การตั้งกระทู้ และอำนาจหน้าที่ในการให้ความเห็นชอบในเรื่องสำคัญๆ เช่น การให้ ความเห็นชอบหนังสือสัญญาระหว่างประเทศทั้งการสนับสนุนหรือคัดค้าน

1.5.3 สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร หมายถึง หน่วยงานที่เป็นกลไกสำคัญ ในการสนับสนุนการปฏิบัติภารกิจของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร เนื่องจากเป็นหน่วยงานหลักสนับสนุน ส่งเสริม ช่วยเหลือ จัดการ ให้บริการในการทำงานของฝ่ายการเมือง ประสานกับหน่วยงาน ในภาคส่วนต่างๆ ที่เกี่ยวข้องต่อการดำเนินงานของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร

1.5.4 ยุคดิจิทัล หมายถึง เป็นยุคที่มีความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศและ การสื่อสารโดยเชื่อมโยง Artificial Intelligence (AI) คือ ปัญญาประดิษฐ์ ซึ่งเป็นโปรแกรมที่ถูกเขียน และพัฒนาให้มีความสามารถในการคิด วิเคราะห์ วางแผน และตัดสินใจได้จากการประมวลผลของ ฐานข้อมูลขนาดใหญ่ และยังสามารถดัดแปลงการประมวลผลหรือประยุกต์ให้เป็นไปตามสถานการณ์ ต่างๆ มีการเพิ่มศักยภาพภายใต้ความคล่องตัวรวดเร็วเพื่อให้เกิดประโยชน์ที่ลดข้อจำกัดต่างๆ ที่มี ทั้งนี้ สำนักประชาสัมพันธ์ สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎรจึงได้มีการปรับกลยุทธ์ ในการประชาสัมพันธ์ให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ของส่วนราชการและนโยบายของรัฐบาลที่จะเป็น รัฐบาล 4.0 โดยการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลมาสนับสนุนการปฏิบัติงานของบุคลากรในการจัดทำข้อมูล เนื้อหาและประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางออนไลน์ในรูปแบบต่างๆ เช่น สื่อสังคมออนไลน์ในรูปแบบ Facebook Line Application และเว็บไซต์ เพื่อให้การประชาสัมพันธ์ของส่วนราชการดำเนินไป อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลสูงสุด

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.6.1 สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎรมีแนวทางการพัฒนางานด้านประชาสัมพันธ์ เผยแพร่บทบาทภารกิจของสภาผู้แทนราษฎร และความรู้ด้านกระบวนการนิติบัญญัติในยุคดิจิทัล

1.6.2 บุคลากรของสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎรสามารถกำหนดแนวทางการพัฒนางานด้านประชาสัมพันธ์เผยแพร่บทบาทภารกิจของสภาผู้แทนราษฎร และความรู้ด้านกระบวนการนิติบัญญัติในยุคดิจิทัลดังกล่าว เพื่อเป็นแนวทางในการสนับสนุนภารกิจของสภาผู้แทนราษฎร ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

บทที่ 2

แนวคิดทฤษฎี

การศึกษาเรื่อง “แนวทางพัฒนางานด้านประชาสัมพันธ์ในการเผยแพร่บทบาท และภารกิจของสภาผู้แทนราษฎรในยุคดิจิทัล” คณะผู้ศึกษาได้นำแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องมาใช้เป็นกรอบในการศึกษาวิเคราะห์เพื่อหาแนวทางการพัฒนางานด้านประชาสัมพันธ์ในการเผยแพร่บทบาท และภารกิจของสภาผู้แทนราษฎรในยุคดิจิทัลอันเป็นกลไกในการเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติราชการของสำนักประชาสัมพันธ์ สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร ประกอบด้วย

1. รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560
2. ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561 - 2580)
3. ยุทธศาสตร์สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร
4. สำนักประชาสัมพันธ์กับการเผยแพร่บทบาทภารกิจของสภาผู้แทนราษฎรในยุคดิจิทัล
5. แนวคิดที่เกี่ยวข้องด้านประชาสัมพันธ์
6. ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องด้านการประชาสัมพันธ์
7. การศึกษาเปรียบเทียบรัฐสภาต่างประเทศด้านการประชาสัมพันธ์ และเผยแพร่ความรู้
8. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องด้านการประชาสัมพันธ์ และข้อมูลข่าวสารของรัฐสภา

1. รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560

1.1 การมีส่วนร่วมของประชาชนภายใต้บทบัญญัติของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560

ภายใต้บริบททางการเมืองการปกครอง เศรษฐกิจ และสังคมตามระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข การมีส่วนร่วมของประชาชนถือเป็นหลักการสำคัญที่ยึดโยงให้กระบวนการประชาธิปไตยของประเทศคงไว้ซึ่งความชอบธรรม ถือเป็นกลไกเริ่มต้นไปสู่การพัฒนาภาคประชาสังคมและเชื่อมโยงไปสู่การพัฒนาประเทศด้วยลักษณะความร่วมมือของประชาชน ซึ่งเป็นเจ้าของอำนาจอธิปไตยตามบทบัญญัติของรัฐธรรมนูญในแต่ละยุคสมัย มีคำจำกัดความของการมีส่วนร่วมของประชาชน เจอนไขพื้นฐาน ระดับขั้น และประโยชน์ของการมีส่วนร่วมของประชาชนซึ่งเป็นหัวใจสำคัญในการเสริมสร้างความเข้มแข็งของระบอบประชาธิปไตยแบบผู้แทน คณะผู้ศึกษาจึงขอประมวลสาระสำคัญดังต่อไปนี้ (เรณูมาศ, 2559)

1.1.1 ความหมายของการมีส่วนร่วมของประชาชน

การมีส่วนร่วม (Participation) ตามพจนานุกรมอังกฤษฉบับออกฟอร์ด ได้ระบุคำนิยามไว้ว่า “เป็นการมีส่วนร่วม (ร่วมกับคนอื่น) ในการกระทำบางอย่างหรือบางเรื่อง” โดยส่วนใหญ่มีการกำหนดคำจำกัดความของการมีส่วนร่วมในความหมายตรงข้ามกับคำว่า “การเมินเฉย” (Apathy) ดังนั้น การมีส่วนร่วมตามความหมายข้างต้นจึงหมายถึงการที่บุคคลกระทำการในเรื่องใดเรื่องหนึ่งหรือในประเด็นที่บุคคลนั้นสนใจ ไม่ว่าจะบุคคลนั้นจะได้ปฏิบัติการเพื่อแสดงถึงความสนใจอย่างจริงจังหรือไม่ก็ตาม ไม่จำเป็นที่บุคคลนั้นจะต้องเข้าไปเกี่ยวข้องกับกิจกรรมนั้นโดยตรงก็ได้ แต่การมีทัศนคติ ความคิดเห็น ความสนใจ ห่วงใย ก็เพียงพอแล้วที่จะเรียกว่าเป็นการมีส่วนร่วมได้ เมื่อขยายคำจำกัดความในบริบทของ “การมีส่วนร่วมของประชาชน” จึงหมายความว่า การที่กลุ่มประชาชนหรือขบวนการที่สมาชิกของชุมชนที่กระทำการออกมาในลักษณะของการทำงานร่วมกันที่จะแสดงให้เห็นถึงความต้องการร่วม ความสนใจร่วม มีความต้องการที่จะบรรลุถึงเป้าหมายร่วมทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง หรือการดำเนินการร่วมกันเพื่อให้เกิดอิทธิพลต่อรองอำนาจมติชน ไม่ว่าจะเป็นทางตรงหรือทางอ้อม หรือการดำเนินการเพื่อให้เกิดอิทธิพลต่อรองอำนาจทางการเมือง เศรษฐกิจ รวมทั้งการปรับปรุงสภาพทางสังคมในกลุ่มชุมชน อย่างไรก็ตาม ยังมีนักวิชาการผู้ทรงคุณวุฒิได้ให้คำจำกัดความของการมีส่วนร่วมของประชาชนไว้มากมายซึ่งเป็นนิยามที่ความสอดคล้องร่วมกัน จึงสามารถประมวลสาระสำคัญได้ว่าการมีส่วนร่วมของประชาชนเป็นกระบวนการหรือการเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้าไปเกี่ยวข้องในการทำกิจกรรมใดทั้งทางตรง และทางอ้อม โดยใช้การสื่อสารสองทาง และมีการปฏิสัมพันธ์ที่มีเป้าหมายเพื่อการตัดสินใจที่ดีกว่า ด้วยเหตุนี้ รูปแบบของการมีส่วนร่วมของประชาชนจึงเริ่มตั้งแต่การร่วมคิดการร่วมให้ข้อมูล การร่วมแสดงความคิดเห็น การร่วมตัดสินใจ และการร่วมลงมือปฏิบัติ ซึ่งความร่วมมือที่เกิดขึ้นของประชาชนจะเป็นกลไกสำคัญที่นำไปสู่ความสำเร็จในการดำเนินงานหรือเกิดการพัฒนาในภาคประชาสังคมอย่างมีประสิทธิภาพ

1.1.2 ประโยชน์ของการมีส่วนร่วมของประชาชน

หัวใจสำคัญของการมีส่วนร่วมของประชาชน คือ ความร่วมกันของประชาชนในบริบทต่างๆ โดยมีเป้าหมายเพื่อนำไปสู่ความสำเร็จหรือการพัฒนาในภาคประชาสังคมด้วยบริบทความร่วมมือกันของประชาชนจึงนำไปสู่ประโยชน์ที่เกิดขึ้น ดังนี้

(ก) คุณภาพของการตัดสินใจดีขึ้น กระบวนการปรึกษาหารือกับสาธารณชนจะช่วยสร้างความกระจ่างให้กับวัตถุประสงค์และความต้องการของโครงการหรือนโยบาย ที่สำคัญการมีส่วนร่วมของประชาชนในหลายสถานการณ์ที่ผ่านมาจะนำไปสู่การพิจารณาทางเลือกใหม่ๆ ที่จะเป็นแนวทางสู่ความสำเร็จหรือการพัฒนาให้เกิดประสิทธิภาพ และประสิทธิผล

(ข) ใช้ต้นทุนน้อยและลดความล่าช้า แม้ว่าการเปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมจะต้องใช้เวลา และมีค่าใช้จ่ายมากกว่าการตัดสินใจฝ่ายเดียว แต่การตัดสินใจฝ่ายเดียวที่ไม่คำนึงถึงความต้องการแท้จริงของประชาชนอาจนำมาซึ่งการโต้แย้ง คัดค้าน หรือเหตุพิพาทระหว่างกันซึ่งจะกลายเป็นความเสี่ยงให้เกิดความล่าช้า หรือผลกระทบที่ต้องเสียค่าใช้จ่ายสูงขึ้น ในระยะยาวจนกลายเป็นปัญหา และอุปสรรคที่เกิดความเสียหายมากขึ้น

(ค) การสร้างฉันทามติ การมีส่วนร่วมของประชาชนจะเป็นกลไกที่ช่วยสร้างข้อตกลง และข้อผูกพันอย่างมั่นคงในระยะยาวระหว่างกลุ่มที่มีความแตกต่างกัน ช่วยสร้างความเข้าใจระหว่างกลุ่มต่างๆ ลดข้อโต้แย้งทางความคิด และช่วยให้เกิดความชอบธรรมต่อการตัดสินใจของผู้นำประชาชนหรือตัวแทนของภาคประชาสังคม

(ง) การนำไปปฏิบัติง่ายขึ้น การเข้ามามีส่วนร่วมในการตัดสินใจทำให้ประชาชนมีความรู้สึกของการเป็นผู้มีบทบาท และมีคุณค่าในการตัดสินใจนั้น เมื่อมีการตัดสินใจเกิดขึ้นร่วมกันจึงนำไปสู่ความคาดหวังเพื่อให้เกิดผลในทางปฏิบัติร่วมกันซึ่งจะเกิดภาวะความกระตือรือร้น และความร่วมแรงร่วมใจในการดำเนินงานอีกด้วย

(จ) การหลีกเลี่ยงการเผชิญหน้าที่เป็นเหตุให้เกิดวิวาทะ การเปิดโอกาสให้ประชาชนฝ่ายต่างๆ ได้เข้ามาแสดงความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ หรือข้อสังเกตที่เป็นประโยชน์ต่อส่วนรวมตั้งแต่เริ่มต้นดำเนินงานจะช่วยลดความเสี่ยงที่จะเกิดการโต้แย้ง และเหตุวิวาทะของแต่ละฝ่ายซึ่งจะกลายเป็นสถานการณ์ให้เกิดการเผชิญหน้าอย่างรุนแรงได้

(ฉ) การคงไว้ซึ่งความน่าเชื่อถือ และความชอบธรรม ด้วยกระบวนการตัดสินใจที่โปร่งใสและเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมจะสร้างความน่าเชื่อถือต่อสาธารณชน และเกิดความชอบธรรมโดยเฉพาะเมื่อต้องมีการตัดสินใจในเรื่องที่มีการโต้แย้งกัน

(ช) การคาดการณ์ความห่วงกังวล และทัศนคติของสาธารณชน การมีบุคลากรเข้ามาทำงานร่วมกับสาธารณชนในกระบวนการมีส่วนร่วมจะทำให้ได้รับรู้และเข้าใจถึงทัศนคติ ความคิดเห็น และความคาดหวังของสาธารณชนต่อการดำเนินงานนั้น ทำให้สามารถคาดการณ์ปฏิกิริยาตอบสนองของสาธารณชนต่อกระบวนการ และการตัดสินใจได้อย่างถูกต้อง และรัดกุมยิ่งขึ้น

(ซ) การพัฒนาภาคประชาสังคม ถือเป็นคุณค่าสำคัญจากการมีส่วนร่วมของประชาชน ซึ่งการสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนจะทำให้ประชาชนเกิดความรับรู้ และเกิดความเข้าใจ โดยเฉพาะในการดำเนินงานของภาครัฐต่อประชาชน ซึ่งจะส่งผลให้ประชาชนมีความเข้าใจที่ถูกต้อง และให้การสนับสนุนกระบวนการตัดสินใจตามนโยบาย ซึ่งในการดำเนินงานภาครัฐอาจส่งผลให้ประชาชนได้เรียนรู้หรือแลกเปลี่ยนทักษะการทำงานร่วมกันเพื่อแก้ปัญหาต่างๆ ของภาคประชาสังคมอย่างมีประสิทธิภาพในอนาคต

1.1.3 ระดับชั้นการมีส่วนร่วมของประชาชน

การแบ่งระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนอาจแบ่งได้หลายวิธีขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ และความละเอียดของการจำแนกระดับเป็นสำคัญโดยมีข้อพึงสังเกตว่าระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนมักจะขึ้นอยู่กับลักษณะความยากง่ายหรือความซับซ้อนในการสื่อสารเพื่อเข้าถึงการมีส่วนร่วม จึงสามารถเรียงระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนจากต่ำสุดไปหาสูงสุด (จุฬารัตน เต็มผล, 2561, หน้า 45 – 51) ดังนี้

(ก) ระดับการให้ข้อมูล เป็นระดับการมีส่วนร่วมในระดับพื้นฐานและเป็นวิธีการที่ง่ายที่สุดของการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้มีส่วนเกี่ยวข้องดำเนินงานกับประชาชนมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ข้อมูลแก่ประชาชนโดยวิธีการต่างๆ เช่น การแถลงข่าว การแจกข่าวสาร และการแสดงนิทรรศการ เป็นต้น แต่ไม่เปิดโอกาสให้แสดงความคิดเห็นหรือเข้ามาเกี่ยวข้องใดๆ

(ข) ระดับการเปิดรับความคิดเห็นจากประชาชน เป็นระดับชั้นการมีส่วนร่วมที่สูงกว่าระดับการให้ข้อมูล กล่าวคือ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องดำเนินงานจะเชิญชวนให้ประชาชนแสดงความคิดเห็น เพื่อเป็นข้อมูลในการประเมินข้อดีข้อเสียของการดำเนินงานนั้นได้อย่างชัดเจนมากขึ้น เช่น การจัดทำแบบสอบถามก่อนริเริ่มดำเนินงาน การบรรยาย การอธิบาย หรือการเปิดโอกาสให้ประชาชนได้แสดงความคิดเห็นร่วมกัน เป็นต้น

(ค) ระดับการปรึกษาหารือ เป็นการเจรจาอย่างเป็นทางการระหว่างผู้มีส่วนเกี่ยวข้องดำเนินงาน และประชาชน เพื่อประเมินความก้าวหน้า ความคาดหวัง หรือประเด็นข้อสงสัยต่างๆ เช่น การจัดประชุม การจัดสัมมนาเชิงปฏิบัติการ หรือการสานเสวนารับฟังความคิดเห็น เป็นต้น

(ง) ระดับการวางแผนร่วมกัน เป็นระดับชั้นการมีส่วนร่วมที่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องดำเนินงานกับประชาชนมีความรับผิดชอบร่วมกันในการวางแผนเตรียมพร้อมดำเนินงาน และผลที่จะเกิดขึ้นจากการดำเนินงานการวางแผนร่วมกันเป็นระดับที่ควรเลือกใช้สำหรับการพิจารณาประเด็นที่มีความยุ่งยากซับซ้อน และมีข้อโต้แย้งหลายฝ่ายหลายประเด็น เช่น การใช้สื่อบุคคลซึ่งเป็นผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาต่างๆ ที่เกี่ยวข้องมาประสานงานร่วมกับประชาชน หรือการใช้หลักเจรจาร่วมกันเพื่อหาทางประนีประนอมในประเด็นที่มีการโต้แย้งกับประชาชน เป็นต้น

(จ) ระดับการร่วมปฏิบัติ เป็นระดับที่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องดำเนินงานกับประชาชนร่วมกันวางแผน ตัดสินใจ และดำเนินงานตามแนวทางให้เกิดความสอดคล้อง จึงเป็นชั้นการนำไปปฏิบัติร่วมกันเพื่อให้บรรลุผลตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

(ฉ) ระดับการควบคุมโดยประชาชน เป็นระดับสูงสุดของการมีส่วนร่วมโดยประชาชนเพื่อแก้ปัญหาอุปสรรคหรือข้อขัดแย้งที่มีอยู่ทั้งหมด โดยเฉพาะการมีส่วนร่วมแบบ

ลงประชามติ แต่การลงประชามติจะสามารถสะท้อนความต้องการของประชาชนได้ดีเพียงใดต้องขึ้นอยู่กับความชัดเจนของประเด็นที่จะลงประชามติ และการกระจายข่าวสารเชิงเปรียบเทียบเกี่ยวกับข้อดี และข้อเสียของประเด็นดังกล่าวให้ประชาชนเข้าใจอย่างสมบูรณ์ และทั่วถึงด้วย การสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนโดยการทำประชามติจึงเป็นการเชื่อมโยงบริบทของประชาธิปไตยที่สะท้อนความต้องการของประชาชนอย่างทั่วถึง และมีความชอบธรรมสูงมาก ซึ่งในหลายประเทศที่มีความเสถียรภาพทางการเมืองปกครองในระบอบประชาธิปไตยมักจะทำให้ความสำคัญกับผลการลงประชามติจากภาคประชาชนโดยมีผลบังคับให้รัฐบาลต้องปฏิบัติตามเสียงสะท้อนของประชาชน และสำหรับกระบวนการประชามติของประเทศไทยนั้น ถือเป็นกลไกสำคัญในการสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชน และเป็นสาระสำคัญของกฎหมายแม่บทเพื่อการพัฒนาประเทศ ยกตัวอย่างเช่น รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 ในหมวดหน้าที่ของรัฐ มาตรา 58 บัญญัติว่า การดำเนินการใดของรัฐหรือที่รัฐจะอนุญาตให้ผู้ใดดำเนินการ ถ้าการนั้นมีผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติ คุณภาพสิ่งแวดล้อม สุขภาพอนามัย คุณภาพชีวิต หรือส่วนได้เสียสำคัญอื่นใดของประชาชนหรือชุมชนหรือสิ่งแวดล้อมอย่างรุนแรง รัฐต้องดำเนินการให้มีการศึกษา และประเมินผลกระทบต่อคุณภาพสิ่งแวดล้อม และสุขภาพของประชาชนหรือชุมชน และจัดให้มีการรับฟังความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้เสียและประชาชน และชุมชนที่เกี่ยวข้องก่อน เพื่อนำมาประกอบการพิจารณาดำเนินการหรืออนุญาตตามที่กฎหมายบัญญัติ และในหมวดการปฏิรูปประเทศด้านการเมือง มาตรา 258 บัญญัติว่า ให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมทางการเมือง และให้ประชาชนใช้สิทธิเลือกตั้ง และออกเสียงประชามติโดยอิสระปราศจากการครอบงำไม่ว่าด้วยทางใด (รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560, น. 41 - 42 และ 188 - 189) เป็นต้น

1.1.4 เงื่อนไขพื้นฐานของการมีส่วนร่วมของประชาชน

เมื่อการมีส่วนร่วมเป็นการเปิดโอกาสให้ประชาชนได้มีส่วนร่วมในการคิดริเริ่ม การพิจารณาตัดสินใจ โดยให้เกิดการร่วมปฏิบัติ และร่วมรับผิดชอบในเรื่องต่างๆ อันมีผลกระทบต่อตัวประชาชนเอง การมีส่วนร่วมจึงเป็นการร่วมมือของประชาชนไม่ว่าปัจเจกบุคคลหรือกลุ่มคนที่เห็นพ้องต้องกัน และเข้ามาร่วมรับผิดชอบเพื่อดำเนินการพัฒนา และเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางที่ต้องการกระทำผ่านกลุ่มหรือองค์การเพื่อให้บรรลุถึงความเปลี่ยนแปลงที่พึงประสงค์ภายใต้เงื่อนไขพื้นฐาน จำแนกได้ 3 ประการ คือ

(ก) การมีอิสรภาพในการเข้าร่วม หมายถึง การเข้าร่วมต้องเป็นไปด้วยความสมัครใจ

(ข) ความเสมอภาคในการเข้าร่วมดำเนินงาน หมายถึง ประชาชนผู้เข้าร่วมจะต้องมีสิทธิเท่าเทียมกันซึ่งเป็นไปตามความคุ้มครองตามบทบัญญัติแห่งรัฐธรรมนูญ

(ค) ประชาชนผู้เข้าร่วมต้องมีความสามารถพอที่จะเข้าร่วมดำเนินงาน หมายถึง มีความเข้าใจในเรื่องนั้นๆ แต่หากการดำเนินงานที่กำหนดไว้มีความซับซ้อนเกินความสามารถของกลุ่มเป้าหมายก็จะต้องมีการพัฒนาศักยภาพให้ประชาชนผู้มีส่วนเกี่ยวข้องสามารถมีส่วนร่วมได้

1.1.5 ขั้นตอนของการมีส่วนร่วม

การมีส่วนร่วมถือเป็นบริบทของกระบวนการในการกระตุ้น และสร้างแรงจูงใจให้ประชาชนได้รับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับข้อมูลที่ต้องการสื่อสาร จึงจำเป็นต้องใช้กระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชนเพื่อให้เป็นพลังขับเคลื่อนให้กระบวนการติดต่อสื่อสารสัมพันธ์หรือแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างประชาชนในสังคมเป็นไปได้โดยสะดวกขึ้น กระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชนแบ่งกระบวนการออกเป็น 4 ขั้นตอน คือ (จินตวีร์, 2554)

(ก) การมีส่วนร่วมในการคิด ศึกษา และค้นคว้าแสวงหาปัญหา และสาเหตุของปัญหาตลอดจนความต้องการของประชาชน

(ข) การมีส่วนร่วมในการวางนโยบาย หรือแผนงาน โครงการ หรือการดำเนินงานเพื่อลด และแก้ไขปัญหา

(ค) การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเกี่ยวกับการจัดหรือปรับปรุงระบบการบริหารทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ และดำเนินงานให้บรรลุตามเป้าหมาย

(ง) มีส่วนร่วมในการควบคุม ติดตาม และประเมินผลการทำงาน

1.2 บทบัญญัติของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 กับบริบทการมีส่วนร่วมของประชาชน

การมีส่วนร่วมของประชาชนเป็นหลักการประชาสังคมที่ยึดโยงให้กระบวนการประชาธิปไตยของประเทศคงไว้ซึ่งความชอบธรรมซึ่งเป็นกลไกเริ่มต้นไปสู่การพัฒนาสังคม และเชื่อมโยงไปสู่การพัฒนาประเทศด้วยลักษณะความร่วมมือของประชาชนซึ่งเป็นเจ้าของอำนาจอธิปไตย และด้วยหลักการสำคัญในการยึดโยงการดำเนินงานภาครัฐกับประโยชน์ของประชาชน รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 จึงได้มีบทบัญญัติที่เชื่อมโยงกับการมีส่วนร่วมของประชาชนโดยการใช้สิทธิทางตรง ประมวลสาระสำคัญได้ดังต่อไปนี้ (โครงการอินเทอร์เน็ตเพื่อกฎหมายประชาชน, 2560)

มาตรา 43 บุคคลและชุมชนมีสิทธิเข้าชื่อกันเพื่อเสนอแนะต่อหน่วยงานรัฐให้ดำเนินการที่จะเป็นประโยชน์ต่อประชาชนหรือชุมชน หรืองดเว้นไม่ดำเนินการใดอันจะกระทบต่อความเป็นอยู่อย่างสงบสุขของประชาชนหรือชุมชน และหน่วยงานรัฐต้องพิจารณาข้อเสนอแนะนั้น โดยให้ประชาชนที่เกี่ยวข้องมีส่วนร่วมในการพิจารณาด้วยตามวิธีการที่กฎหมายบัญญัติ

มาตรา 133 ผู้มีสิทธิเลือกตั้งจำนวนไม่น้อยกว่า 10,000 คน สามารถเข้าชื่อเสนอกฎหมายตามหมวด 3 สิทธิเสรีภาพของปวงชนชาวไทย หรือหมวด 5 หน้าที่ของรัฐ โดยเป็นไปตามกฎหมายว่าด้วยการเข้าชื่อเสนอกฎหมาย

มาตรา 254 ประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้งในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีสิทธิเข้าชื่อกันเพื่อเสนอข้อบัญญัติหรือเพื่อถอดถอนสมาชิกสภาท้องถิ่นได้ ทั้งนี้ รัฐธรรมนูญยังไม่ได้กำหนดจำนวนรายชื่อที่ต้องใช้ไว้ซึ่งอาจแตกต่างกันไปตามท้องถิ่น และจะต้องมีกฎหมายออกมากำหนดหลักเกณฑ์ต่อไป

มาตรา 256 ประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้งจำนวนไม่น้อยกว่า 50,000 คนสามารถเข้าชื่อเพื่อเสนอแก้ไขรัฐธรรมนูญโดยเป็นไปตามกฎหมายว่าด้วยการเข้าชื่อเสนอกฎหมาย

นอกจากสิทธิโดยตรงที่ประชาชนสามารถเข้าชื่อเพื่อเสนอกฎหมายและนโยบายบทบัญญัติของรัฐธรรมนูญ หมวด 5 หน้าที่ของรัฐ ยังกำหนดให้รัฐมีหน้าที่ต้องจัดให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซึ่งเกี่ยวข้องกับประโยชน์ของประชาชน และชุมชน ดังนี้

มาตรา 57 (1) รัฐต้องอนุรักษ์ ฟื้นฟูและส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น ศิลปะวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม และจารีตประเพณีอันดีงาม เน้นการจัดให้มีพื้นที่สาธารณะสำหรับการทำกิจกรรม โดยต้องส่งเสริมให้ประชาชน ชุมชน และองค์กรท้องถิ่นมีส่วนร่วมด้วย

มาตรา 57 (2) รัฐต้องอนุรักษ์ คุ้มครอง บำรุงรักษา ฟื้นฟู บริหารจัดการ และใช้หรือจัดให้มีการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม และความหลากหลายทางชีวภาพ โดยต้องให้ประชาชน และชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมดำเนินการ และได้รับประโยชน์ด้วย

มาตรา 63 รัฐต้องจัดให้มีมาตรการเพื่อป้องกัน และจัดการทุจริต และประพฤติมิชอบ รวมทั้งกลไกส่งเสริมให้ประชาชนรวมตัวกันเพื่อมีส่วนร่วมในการรณรงค์ต่อต้าน หรือชี้เบาะแสการทุจริต

มาตรา 65 ในกฎหมายว่าด้วยการจัดทำยุทธศาสตร์ชาติ ต้องมีบทบัญญัติเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมและการรับฟังความคิดเห็นของประชาชนทุกภาคส่วนอย่างทั่วถึงด้วย

มาตรา 67 รัฐต้องอุปถัมภ์ และคุ้มครองพระพุทธศาสนา ส่งเสริมสนับสนุนการศึกษา และเผยแผ่หลักธรรม ต้องมีมาตรการ และกลไกในการป้องกันมิให้มีการบ่อนทำลายพระพุทธศาสนาไม่ว่าในรูปแบบใด และพึงส่งเสริมให้พุทธศาสนิกชนมีส่วนร่วมในการดำเนินมาตรการหรือกลไกดังกล่าวด้วย

มาตรา 74 รัฐต้องจัดให้มีระบบแรงงานสัมพันธ์ที่ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องมีส่วนร่วมในการดำเนินการ

มาตรา 78 รัฐต้องให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาประเทศด้านต่างๆ การจัดทำบริการสาธารณะ การตรวจสอบการใช้อำนาจรัฐ การต่อต้านการทุจริต รวมทั้งการตัดสินใจทางการเมือง และการอื่นๆ ที่อาจมีผลกระทบต่อประชาชน

มาตรา 178 รัฐต้องออกกฎหมายกำหนดวิธีการที่จะให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็น และได้รับการเยียวยาที่จำเป็นจากผลกระทบของการทำหนังสือสัญญาระหว่างประเทศ

มาตรา 252 กรณีที่มาของผู้บริหารขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นรูปแบบพิเศษ ซึ่งจะมาจากการเลือกตั้งหรือมาจากความเห็นชอบของสภาท้องถิ่น หรือวิธีอื่นก็ได้แต่ต้องคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของประชาชนโดยเป็นไปตามที่กฎหมายบัญญัติด้วย

มาตรา 253 ในการดำเนินงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ให้เปิดเผยข้อมูลและรายงานผลให้ประชาชนทราบ และมีกลไกให้ประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมด้วย

มาตรา 257 (3) การปฏิรูปประเทศต้องทำให้ประชาชนมีความสุขมีคุณภาพชีวิตที่ดี และมีส่วนร่วมในการพัฒนาประเทศ และการปกครองในระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข

มาตรา 259 กฎหมายว่าด้วยขั้นตอน และแผนการปฏิรูปประเทศ ต้องระบุถึงการมีส่วนร่วมของประชาชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

นอกจากนี้ บทบัญญัติของรัฐธรรมนูญ หมวด 5 หน้าที่ของรัฐ ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการรับฟังความคิดเห็นของประชาชนยังกำหนดให้รัฐมีหน้าที่ต้องเปิดรับฟังความคิดเห็นของประชาชน โดยมีประเด็นสำคัญ คือ

มาตรา 58 การดำเนินการที่อาจมีผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติ คุณภาพสิ่งแวดล้อม สุขภาพอนามัย ฯลฯ รัฐต้องจัดให้มีการรับฟังความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้เสีย ประชาชน และชุมชนที่เกี่ยวข้องก่อน เพื่อนำมาประกอบการพิจารณาดำเนินการ

มาตรา 65 ในกฎหมายว่าด้วยการจัดทำยุทธศาสตร์ชาติ ต้องมีบทบัญญัติเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม และการรับฟังความคิดเห็นของประชาชนทุกภาคส่วน

มาตรา 77 ก่อนการออกกฎหมายทุกฉบับ รัฐต้องจัดรับฟังความคิดเห็นของผู้เกี่ยวข้อง วิเคราะห์ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากกฎหมาย รวมทั้งเปิดเผย และการรับฟังความคิดเห็นต่อประชาชน

มาตรา 178 รัฐต้องออกกฎหมายกำหนดวิธีการที่จะให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็น และได้รับการเยียวยาจากผลกระทบของการทำหนังสือสัญญาระหว่างประเทศ

2. ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561 - 2580)

2.1 กรอบยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. 2561 - 2580)

รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย มาตรา 65 กำหนดให้รัฐพึงจัดให้มียุทธศาสตร์ชาติ เป็นเป้าหมายการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืนตามหลักธรรมาภิบาลเพื่อใช้เป็นกรอบในการจัดทำแผนต่างๆ ให้สอดคล้องและบูรณาการกันเพื่อให้เกิดเป็นพลังผลักดันร่วมกันไปสู่เป้าหมายดังกล่าว โดยให้เป็นไปตามที่กำหนดในกฎหมายว่าด้วยการจัดทำยุทธศาสตร์ชาติ และต่อมาได้มีการตราพระราชบัญญัติ การจัดทำยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. 2560 มีผลบังคับใช้เมื่อวันที่ 1 สิงหาคม 2560 โดยกำหนดให้มีการแต่งตั้งคณะกรรมการยุทธศาสตร์ชาติ เพื่อรับผิดชอบในการจัดทำร่างยุทธศาสตร์ชาติ กำหนดวิธีการ การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำร่างยุทธศาสตร์ชาติ ในการติดตาม การตรวจสอบ และการประเมินผล รวมทั้งกำหนดมาตรการส่งเสริมและสนับสนุนให้ประชาชนทุกภาคส่วนดำเนินการให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ

ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561 - 2580) เป็นยุทธศาสตร์ฉบับแรกของประเทศไทย ตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย ซึ่งจะต้องนำไปสู่การปฏิบัติเพื่อให้ประเทศไทยบรรลุวิสัยทัศน์ “ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศพัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” หรือคติพจน์ประจำชาติว่า “มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน” (ยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. 2561-2580, 2561, น.5-6)

ความมั่นคง หมายถึง การมีความมั่นคงปลอดภัยจากภัยและการเปลี่ยนแปลงทั้งภายในประเทศ และภายนอกประเทศในทุกระดับ ทั้งระดับประเทศ สังคม ชุมชน ครัวเรือน และปัจเจกบุคคล และมีความมั่นคงในทุกมิติ ทั้งมิติทางการทหาร เศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และการเมือง เช่น ประเทศ มีความมั่นคงในเอกราช และอธิปไตย มีการปกครองระบอบประชาธิปไตยที่มีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข สถาบันชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์มีความเข้มแข็งเป็นศูนย์กลาง และเป็นที่ยึดเหนี่ยวจิตใจ ของประชาชน มีระบบการเมืองที่มั่นคงเป็นกลไกที่นำไปสู่การบริหารประเทศที่ต่อเนื่อง และโปร่งใสตามหลักธรรมาภิบาล สังคมมีความปรองดองและความสามัคคี สามารถผนึกกำลังเพื่อพัฒนาประเทศ ชุมชน มีความเข้มแข็ง ครอบครัวมีความอบอุ่น ประชาชนมีความมั่นคงในชีวิต มีงาน และรายได้ที่มั่นคงพอเพียงกับการดำรงชีวิต มีการออมสำหรับวัยเกษียณ ความมั่นคงของอาหาร พลังงานและน้ำ มีที่อยู่อาศัยและความปลอดภัยในชีวิตทรัพย์สิน

ความมั่งคั่ง หมายถึง ประเทศไทยมีการขยายตัวของเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง และมีความยั่งยืน จนเข้าสู่กลุ่มประเทศรายได้สูง ความเหลื่อมล้ำของการพัฒนาลดลง ประชากรมีความอยู่ดีมีสุขได้รับ ผลประโยชน์จากการพัฒนาอย่างเท่าเทียมกันมากขึ้น และมีการพัฒนาอย่างทั่วถึงทุกภาคส่วน มีคุณภาพชีวิตตามมาตรฐานขององค์การสหประชาชาติ ไม่มีประชาชนที่อยู่ในภาวะความ

ยากจน เศรษฐกิจในประเทศมีความเข้มแข็ง ขณะเดียวกันต้องมีความสามารถในการแข่งขันกับประเทศต่างๆ ทั้งในตลาดโลก และตลาดภายในประเทศเพื่อให้สามารถสร้างรายได้ทั้งจากภายในและภายนอกประเทศ ตลอดจนมีการสร้างฐานเศรษฐกิจ และสังคมแห่งอนาคตเพื่อให้สอดคล้องกับบริบทการพัฒนาที่เปลี่ยนแปลง และประเทศไทยมีบทบาทที่สำคัญในเวทีโลก มีความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจ และการค้าอย่างแน่นแฟ้นกับประเทศในภูมิภาคเอเชีย โดยเป็นจุดสำคัญของการเชื่อมโยงในภูมิภาคทั้งการคมนาคมขนส่ง การผลิต การค้า การลงทุน และการทำธุรกิจเพื่อให้เป็นพลังในการพัฒนา นอกจากนี้ ยังมีความสมบูรณ์ในทุนที่จะสามารถสร้างการพัฒนาต่อเนื่องไปได้ ได้แก่ ทุนมนุษย์ ทุนทางปัญญา ทุนทางการเงิน ทุนที่เป็นเครื่องมือเครื่องจักร ทุนทางสังคม และทุนทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม

ความยั่งยืน หมายถึง การพัฒนาที่สามารถสร้างความเจริญ รายได้ และคุณภาพชีวิตของประชาชนให้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นการเจริญเติบโตของเศรษฐกิจที่อยู่บนหลักการใช้ การรักษา และการฟื้นฟูฐานทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน ไม่ใช่ทรัพยากรธรรมชาติจนเกินพอดี ไม่สร้างมลภาวะ ต่อสิ่งแวดล้อมจนเกินความสามารถในการรองรับ และเสถียรภาพของระบบนิเวศ การผลิต และการบริโภค เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน ทรัพยากรธรรมชาติ มีความอุดมสมบูรณ์มากขึ้น และสิ่งแวดล้อมมีคุณภาพดีขึ้น คนมีความรับผิดชอบต่อสังคม มีความเอื้ออาทร เสียสละเพื่อผลประโยชน์ส่วนรวม รัฐบาลมีนโยบายที่มุ่งประโยชน์ส่วนรวมอย่างยั่งยืนและให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของประชาชนและทุกภาคส่วนในสังคมยึดถือ รวมทั้งปฏิบัติตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อการพัฒนาอย่างสมดุล มีเสถียรภาพ และยั่งยืน

2.2 เป้าหมายและประเด็นยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. 2561 - 2580)

การพัฒนาประเทศในช่วงระยะเวลาของยุทธศาสตร์ชาติ จะมุ่งเน้นการสร้างสมดุลระหว่างการพัฒนาความมั่นคง เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในรูปแบบ “ประชารัฐ” ประกอบด้วย 6 ยุทธศาสตร์ โดยแต่ละยุทธศาสตร์มีการกำหนดเป้าหมายและประเด็นการพัฒนา ดังนี้ (ยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. 2561-2580, 2561, น.9-10)

2.2.1 ยุทธศาสตร์ชาติด้านความมั่นคง มีเป้าหมายการพัฒนาที่สำคัญ คือ ประเทศชาติมั่นคง ประชาชนมีความสุข เน้นการบริหารจัดการสถานะแวดล้อมของประเทศให้มีความมั่นคง ปลอดภัย เอกရာช อธิปไตย และมีความสงบเรียบร้อยในทุกระดับ ตั้งแต่ระดับชาติ สังคม ชุมชน มุ่งเน้นการพัฒนาคน เครื่องมือ เทคโนโลยี และระบบฐานข้อมูลขนาดใหญ่ให้มีความพร้อมสามารถรับมือกับภัยคุกคาม และภัยพิบัติได้ทุกรูปแบบและทุกระดับความรุนแรงควบคู่ไปกับการป้องกันและแก้ไขปัญหาด้านความมั่นคงที่มีอยู่ในปัจจุบัน และที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคต ใช้กลไกการแก้ไขปัญหาแบบบูรณาการ ทั้งกับส่วนราชการ ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม และองค์กรที่ไม่ใช่รัฐ

รวมถึงประเทศเพื่อนบ้านและมิตรประเทศทั่วโลกบนพื้นฐานของหลักธรรมาภิบาลเพื่อเอื้ออำนวยประโยชน์ต่อการดำเนินการของยุทธศาสตร์ชาติด้านอื่นๆ ให้สามารถขับเคลื่อนไปได้ตามทิศทางและเป้าหมายที่กำหนด

2.2.2 ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน มีเป้าหมายการพัฒนา ที่มุ่งเน้นการยกระดับศักยภาพของประเทศในหลากหลายมิติ บนพื้นฐานแนวคิด 3 ประการ ได้แก่

(1) “ต่อยอดอดีต” โดยมองกลับไปที่เราความสำเร็จทางเศรษฐกิจ อัตลักษณ์ วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต และจุดเด่นทางทรัพยากรธรรมชาติที่หลากหลาย รวมทั้งความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบของประเทศ ในด้านอื่นๆ นำมาประยุกต์ผสมผสานกับเทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อให้สอดคล้องกับบริบทของเศรษฐกิจและสังคมโลกสมัยใหม่

(2) “ปรับปรุงจจุบัน” เพื่อปูทางสู่นาคตโดยผ่านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของประเทศในมิติต่างๆ ทั้งโครงข่ายระบบคมนาคมและขนส่ง โครงสร้างพื้นฐานวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและดิจิทัล ตลอดจนการปรับสภาพแวดล้อมให้เอื้อต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมและบริการอนาคต

(3) “สร้างคุณค่าใหม่ในอนาคต” ด้วยการเพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการพัฒนาคนรุ่นใหม่ รวมถึงปรับรูปแบบธุรกิจเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของตลาดผสมผสานกับยุทธศาสตร์ที่รองรับอนาคตบนพื้นฐานของการต่อยอดอดีตและปรับปรุงจจุบัน พร้อมทั้งการส่งเสริมและสนับสนุนจากภาครัฐให้ประเทศไทยสามารถสร้างฐานรายได้และการจ้างงานใหม่ ขยายโอกาสทางการค้าและการลงทุนในเวทีโลกควบคู่ไปกับการยกระดับรายได้และการกินดีอยู่ดี รวมถึงการเพิ่มขึ้นของคนชั้นกลาง และลดความเหลื่อมล้ำของคนในประเทศได้ในคราวเดียวกัน

2.2.3 ยุทธศาสตร์ชาติด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ มีเป้าหมายการพัฒนาที่สำคัญเพื่อพัฒนาคนในทุกมิติและในทุกช่วงวัยให้เป็นคนดี เก่ง และมีคุณภาพ โดยคนไทย มีความพร้อมทั้งกาย ใจ สติปัญญา มีพัฒนาการที่รอบด้าน และมีสุขภาวะที่ดีในทุกช่วงวัย มีจิตสาธารณะ รับผิดชอบต่อสังคมและผู้อื่น มีความมั่งคั่ง อุดม ออบอ้อมอารี มีวินัย รักษา ศีลธรรม และเป็นพลเมืองดีของชาติ มีหลักคิดที่ถูกต้องเหมาะสม มีทักษะที่จำเป็นในศตวรรษที่ 21 มีทักษะสื่อสาร ภาษาอังกฤษและภาษาที่สาม และอนุรักษ์ภาษาท้องถิ่น มีนิสัยรักการเรียนรู้ และการพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่องตลอดชีวิตสู่การเป็นคนไทยที่มีทักษะสูง เป็นนวัตกรรม นวัตกรรม นักคิด ผู้ประกอบการ เกษตรกรยุคใหม่ และอื่นๆ โดยมีสัมมาชีพตามความถนัดของตนเอง

2.2.4 ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างโอกาส และความเสมอภาคทางสังคม มีเป้าหมายการพัฒนาที่ให้ความสำคัญกับการดึงเอาพลังของภาคส่วนต่างๆ ทั้งภาคเอกชน ประชาสังคม

ชุมชน ท้องถิ่นมาร่วมขับเคลื่อนโดยการสนับสนุนการรวมตัวของประชาชนในการร่วมคิดร่วมทำเพื่อส่วนรวม การกระจายอำนาจและความรับผิดชอบไปสู่กลไกบริหารราชการแผ่นดินในระดับท้องถิ่น การเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนในการจัดการตนเอง และการเตรียมความพร้อมของประชากรไทยทั้งในมิติสุขภาพ เศรษฐกิจ สังคม และสภาพแวดล้อมให้เป็นประชากรที่มีคุณภาพ สามารถพึ่งตนเองและทำประโยชน์แก่ครอบครัว ชุมชน และสังคมให้นานที่สุด โดยรัฐให้หลักประกันการเข้าถึงบริการและ สวัสดิการที่มีคุณภาพอย่างเป็นธรรมและทั่วถึง

2.2.5 ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม มีเป้าหมายการพัฒนาที่สำคัญเพื่อนำไปสู่การบรรลุเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนในทุกมิติ ทั้งด้านสังคม เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม ธรรมาภิบาล และความเป็นหุ้นส่วนความร่วมมือระหว่างกันทั้งภายในและภายนอกประเทศอย่างบูรณาการ ใช้พื้นที่เป็นตัวตั้งในการกำหนดกลยุทธ์ แผนงาน และการให้ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องได้เข้ามามีส่วนร่วมในแบบทางตรงให้มากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้โดยเป็นการดำเนินการบนพื้นฐานการเติบโตร่วมกันไม่ว่าจะเป็นทางเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และคุณภาพชีวิต โดยให้ความสำคัญกับการสร้างสมดุลทั้งสามด้านอันจะนำไปสู่ความยั่งยืนเพื่อคนรุ่นต่อไปอย่างแท้จริง

2.2.6 ยุทธศาสตร์ชาติด้านการปรับสมดุล และพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ มีเป้าหมายการพัฒนาที่สำคัญเพื่อปรับเปลี่ยนภาครัฐที่ยึดหลัก “ภาครัฐของประชาชนเพื่อประชาชนและประโยชน์ส่วนรวม” โดยภาครัฐต้องมีขนาดที่เหมาะสมกับบทบาทภารกิจ แยกแยะบทบาท หน่วยงานของรัฐที่ทำหน้าที่ในการกำกับหรือในการให้บริการในระบบเศรษฐกิจที่มีการแข่งขัน มีสมรรถนะสูง ยึดหลักธรรมาภิบาล ปรับวัฒนธรรมการทำงานให้มุ่งผลสัมฤทธิ์ และผลประโยชน์ส่วนรวม มีความทันสมัย และพร้อมที่จะปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของโลกอยู่ตลอดเวลาโดยเฉพาะอย่างยิ่งการนำนวัตกรรมเทคโนโลยีข้อมูลขนาดใหญ่ ระบบการทำงานที่เป็นดิจิทัลเข้ามาประยุกต์ใช้อย่างคุ้มค่าและปฏิบัติงานเทียบได้กับมาตรฐานสากล รวมทั้งมีลักษณะเปิดกว้างเชื่อมโยงถึงกันและการเปิดโอกาสให้ทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมเพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชนได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และโปร่งใส โดยทุกภาคส่วนในสังคมต้องร่วมกันปลูกฝังค่านิยมความซื่อสัตย์สุจริต ความมั่งคั่ง และสร้างจิตสำนึกในการปฏิเสธไม่ยอมรับการทุจริตประพฤติมิชอบอย่างสิ้นเชิง นอกจากนั้น การบังคับใช้กฎหมายจะต้องมีความชัดเจน มีเพียงเท่าที่จำเป็น มีความทันสมัย มีความเป็นสากล มีประสิทธิภาพ และนำไปสู่การลดความเหลื่อมล้ำและเอื้อต่อการพัฒนาโดยกระบวนการยุติธรรมมีการบริหารที่มีประสิทธิภาพเป็นธรรม ไม่เลือกปฏิบัติ และการอำนวยความสะดวกตามหลักนิติธรรม

3. ยุทธศาสตร์สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร

3.1 ประมวลสาระสำคัญเกี่ยวกับแผนปฏิบัติราชการของสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร พ.ศ. 2563 - 2565

สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร เป็นส่วนราชการสังกัดรัฐสภา มีอำนาจหน้าที่เกี่ยวกับปฏิบัติราชการประจำทั่วไปของสภาผู้แทนราษฎร และรัฐสภาเป็นไปตามพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการฝ่ายรัฐสภา พ.ศ. 2554 เป็นส่วนราชการดำเนินนิติบัญญัติที่มีพันธกิจ และยุทธศาสตร์มุ่งเน้นการพัฒนาองค์กรในการสนับสนุนบทบาทและภารกิจของสถาบันนิติบัญญัติตามบทบัญญัติแห่งรัฐธรรมนูญเพื่อประโยชน์ต่อประเทศชาติและประชาชน ปัจจุบันได้มีการใช้แผนปฏิบัติราชการสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร พ.ศ. 2563 - 2565 ซึ่งเป็นการทบทวนแนวทางการพัฒนาองค์กรเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานของฝ่ายนิติบัญญัติจากแผนยุทธศาสตร์ของสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร พ.ศ. 2561 - 2564 โดยเชื่อมโยงการปฏิบัติราชการให้สอดคล้องกับรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 แผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2560 - 2579) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 - 2564) แผนการปฏิรูปประเทศ แผนนโยบายของรัฐบาล และกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องภายใต้ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในยุคดิจิทัล รวมทั้งบริบทสังคม เศรษฐกิจ และการเมืองของประเทศที่เปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบัน โดยมีสาระสำคัญเกี่ยวกับแผนปฏิบัติราชการดังต่อไปนี้ (สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร สำนักนโยบายและแผน, หน้า 11 - 21)

3.1.1 ประเด็นความท้าทายของสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร

(ก) ความท้าทายด้านพันธกิจ ประกอบด้วย

- เสริมสร้างกระบวนการนิติบัญญัติให้มีคุณภาพและได้มาตรฐานสากล
- เสริมสร้างบทบาทและความร่วมมือในเวทีรัฐสภาอาเซียน และรัฐสภาระหว่างประเทศ
- ส่งเสริมวัฒนธรรมทางการเมือง และการมีส่วนร่วมของประชาชนในระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข

(ข) ความท้าทายด้านปฏิบัติการ ประกอบด้วย

- พัฒนาองค์กรให้มีขีดสมรรถนะสูง เป็นระบบราชการ 4.0 และมีระบบการปฏิบัติงาน การให้บริการในรูปแบบ Digital & SMART Parliament
- พัฒนาองค์กรให้ก้าวไปสู่องค์กรที่เปิดกว้างและเชื่อมโยงทุกภาคส่วน
- พัฒนาองค์กรสู่ความเป็นเลิศตามมาตรฐานสากล

(ค) ความท้าทายด้านบุคลากร ประกอบด้วย

- พัฒนาบุคลากรทุกสายงานให้มีขีดสมรรถนะสูง เพื่อตอบสนองการเป็นองค์กรระบบราชการ 4.0

- พัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ความชำนาญในการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่เพื่อรองรับการเป็น Digital & SMART Parliament

- ส่งเสริมและสร้างขวัญกำลังใจให้บุคลากรมีคุณภาพชีวิตที่ดี มีความผาสุกในการปฏิบัติงาน

สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎรได้ทบทวนบริบท และความท้าทายดังกล่าว รวมถึงปรับปรุงประเด็นการพัฒนาให้มีความทันสมัย และสอดคล้องกับแผนการพัฒนาประเทศ จึงกำหนดวิสัยทัศน์ในแผนปฏิบัติราชการสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร พ.ศ. 2563 - 2565 ไว้ว่า “สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎรก้าวสู่การเป็น SMART Parliament” โดยที่ *SMART Parliament* หมายถึง สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎรเป็นองค์กรที่มีการบริหารจัดการโดยมีระบบที่ทันสมัย และมีขีดสมรรถนะสูง มีคุณธรรมจริยธรรม และความโปร่งใส พร้อมปรับเปลี่ยนไปสู่รัฐสภาดิจิทัล (Digital Parliament) เพื่อสนับสนุนงานของสถาบันนิติบัญญัติให้มีประสิทธิภาพ ประสิทธิผล และเกิดประโยชน์สุขต่อประชาชน

องค์ประกอบของ *SMART Parliament*

S - Sophisticated

เป็นองค์กรที่มีบุคลากรมีความรอบรู้ มีทักษะ มีสมรรถนะสูง มีความเชี่ยวชาญ เป็นมืออาชีพด้านนิติบัญญัติ และสามารถปรับตัวเพื่อตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงตามสถานการณ์ในประเทศ และสถานการณ์โลกได้อย่างยั่งยืน (Sustainable Risk and Change Management)

M - Moral & Ethics

เป็นองค์กรที่ยึดมั่นในคุณธรรม และจริยธรรม มีค่านิยม และวัฒนธรรมองค์กรที่ดี มีความผาสุกในการปฏิบัติงาน

A - Accountability & Transparency

เป็นองค์กรธรรมาภิบาล (Good Governance) ที่มีการบริหารจัดการองค์กรตามหลักการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี คำนึงถึงหลักความเลื่อมใส และผลกระทบต่อสังคม หลักความคุ้มค่า หลักการมีส่วนร่วม และความรับผิดชอบ ยึดมั่นความโปร่งใส และตรวจสอบได้

R - Resilient & Competitive

เป็นองค์กรที่ตอบสนองทันต่อการเปลี่ยนแปลง และมีความสามารถในการแข่งขันตามระบบราชการ 4.0 คือ มีการทำงานอย่างเปิดกว้าง และเชื่อมโยงถึงกัน (Open & Connected Government) มีการทำงานโดยยึดประชาชนเป็นศูนย์กลาง (Citizen-Centric

Government) มีการสานพลังภาคีและเครือข่ายกับทุกภาคส่วนทั้งในและต่างประเทศ (Collaboration)

T - Technology & Digital Transformation

เป็นองค์กรรัฐสภาดิจิทัลที่สามารถสร้างสรรค์ และใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยี ดิจิทัล นวัตกรรม ข้อมูลสารสนเทศ และทุนมนุษย์

3.1.2 วิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมายองค์กร และยุทธศาสตร์ของสำนักงานเลขาธิการ สภาผู้แทนราษฎร พ.ศ. 2563 – 2565

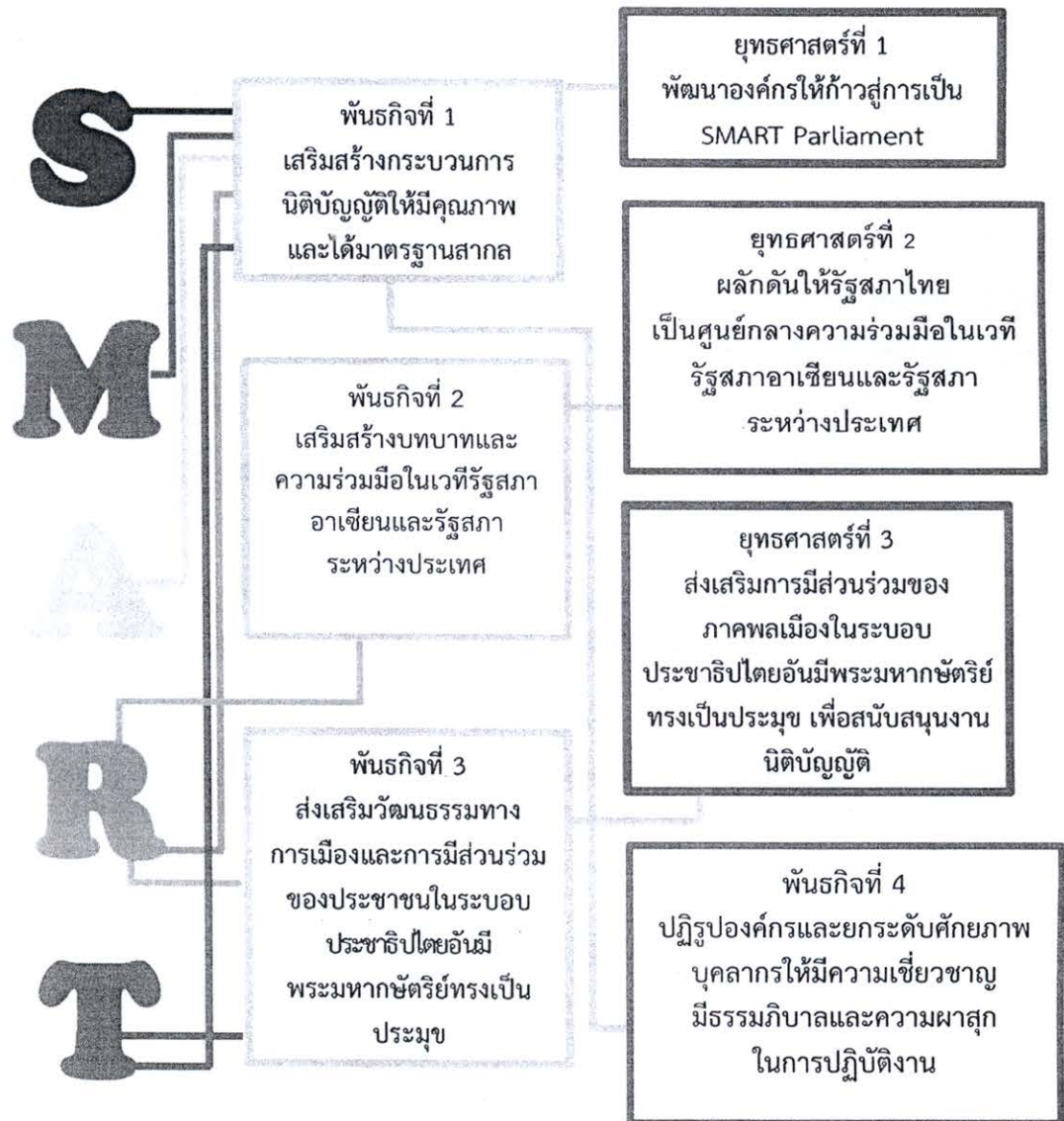
วิสัยทัศน์

“สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎรก้าวสู่การเป็น SMART Parliament”

เป้าหมายองค์กรระยะ 5 ปี

องค์กรที่มีขีดสมรรถนะสูง (High Performance Organization) เป็นระบบ ราชการ 4.0 และมีระบบการปฏิบัติงาน และให้บริการในรูปแบบ Digital & SMART Parliament

ยุทธศาสตร์สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร



ภาพที่ 1 แสดงความเชื่อมโยงระหว่างพันธกิจ และยุทธศาสตร์ แผนปฏิบัติราชการ
สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร พ.ศ. 2563 - 2565
(ที่มา : สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร สำนักนโยบายและแผน, 2562)

3.2 ยุทธศาสตร์การสื่อสารองค์กร การเสริมสร้างประชาธิปไตยและความเป็นพลเมือง
ในระบอบประชาธิปไตยในยุคดิจิทัล พ.ศ. 2561 - 2564

ภายใต้ทิศทางดำเนินงานตามแผนปฏิบัติราชการสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร พ.ศ. 2563 - 2565 ซึ่งเป็นการทบทวนแนวทางการพัฒนาองค์กรเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานของ

ฝ่ายนิติบัญญัติจากแผนยุทธศาสตร์ของสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร พ.ศ. 2561 – 2564 สำนักประชาสัมพันธ์ เป็นส่วนราชการภายในที่มีอำนาจหน้าที่หลักด้านการประชาสัมพันธ์ของรัฐสภา สภาผู้แทนราษฎร และสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร โดยมีพันธกิจสำคัญเกี่ยวกับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกของรัฐสภา สภาผู้แทนราษฎร และสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร ตามขอบเขตหน้าที่ความรับผิดชอบที่ได้รับมอบหมาย ประกอบด้วย งานประชาสัมพันธ์ และ สารนิเทศภายในองค์กร การประชาสัมพันธ์ข่าวและภาพกิจกรรมของสภาผู้แทนราษฎรและหน่วยงาน การถ่ายทอดสัญญาณภาพและเสียงการประชุมของรัฐสภาและคณะกรรมการผ่านระบบ ไลฟท์ทศนูปรกรณ์ การผลิตสื่อสิ่งพิมพ์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์เพื่อการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ความรู้ การจัดโครงการกิจกรรมเผยแพร่ความรู้การเมืองการปกครองในระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ ทรงเป็นประมุข และการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน เป็นต้น โดยมีผู้รับบริการกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร สมาชิกวุฒิสภา บุคลากรในวงงานรัฐสภา ประชาชนและผู้มาติดต่อราชการ (สำนักประชาสัมพันธ์, 2560)

4. สำนักประชาสัมพันธ์กับการเผยแพร่บทบาทภารกิจของสภาผู้แทนราษฎรในยุคดิจิทัล

4.1 ยุทธศาสตร์สำนักประชาสัมพันธ์

จากแผนยุทธศาสตร์ฉบับปัจจุบันของสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร มียุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการปฏิบัติราชการของสำนักประชาสัมพันธ์ คือ ยุทธศาสตร์ที่ 3 ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของภาคพลเมืองในระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข เพื่อสนับสนุนงานนิติบัญญัติ ซึ่งถือเป็นความท้าทายด้านพันธกิจของสำนักประชาสัมพันธ์ในการส่งเสริมวัฒนธรรมทางการเมือง และการมีส่วนร่วมของประชาชนในระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ ทรงเป็นประมุข โดยสอดคล้องกับ SMART Parliament (S-M-A-R-T) ในส่วนของ R - Resilient & Competitive คือ เป็นองค์กรที่ตอบสนองทันต่อการเปลี่ยนแปลง และมีความสามารถในการแข่งขันตามระบบราชการ 4.0 คือ มีการทำงานอย่างเปิดกว้าง และเชื่อมโยงถึงกัน มีการทำงานโดยยึดประชาชนเป็นศูนย์กลางมีการสานพลังสามัคคี และเครือข่ายทุกภาคส่วนทั้งในและต่างประเทศ และ T - Technology & Digital Transformation คือ เป็นองค์กรรัฐสภาดิจิทัลที่สามารถสร้างสรรค์ และใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัล นวัตกรรม ข้อมูลสารสนเทศ และทุนมนุษย์

ด้วยเหตุนี้ สำนักประชาสัมพันธ์จึงได้มีการปรับปรุงแผนยุทธศาสตร์ฉบับใหม่ เพื่อให้สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์ของสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร พ.ศ. 2561 - 2564 โดยกำหนดกรอบทิศทางการพัฒนาด้านการสื่อสารองค์กร การเสริมสร้างประชารัฐ และความเป็นพลเมืองประชาธิปไตยในยุคดิจิทัลให้สอดคล้องกับแผนแม่บทการพัฒนาองค์กร การกำหนดบริบทเชิงยุทธศาสตร์

ด้านวิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าประสงค์ ตัวชี้วัดความสำเร็จ และทิศทางการพัฒนา เพื่อให้สามารถสนับสนุนภารกิจของฝ่ายนิติบัญญัติและองค์กร เกิดผลสัมฤทธิ์ตามเป้าประสงค์อย่างเป็นรูปธรรม ภายใต้ชื่อ “ยุทธศาสตร์การสื่อสารองค์กร การเสริมสร้างประชาธิปไตย และความเป็นพลเมืองในระบอบประชาธิปไตย ในยุคดิจิทัล พ.ศ. 2561 - 2564” ที่มุ่งประสิทธิภาพในกระบวนการสื่อสารองค์กรเน้นความสำคัญกับงานด้านการสื่อสารโดยการเชื่อมโยงการสื่อสารกับระบบ ICT มุ่งยกระดับให้งานด้านการประชาสัมพันธ์และการสื่อสารองค์กรสามารถสนองตอบต่อบทบาทภารกิจของฝ่ายนิติบัญญัติอย่างแท้จริงภายใต้ความพร้อมเพื่อการปฏิบัติงานเชิงรุกในสถานการณ์ที่มีการเปลี่ยนแปลงโดยตลอดเวลา

สำหรับแนวทางการดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์การสื่อสารองค์กร การเสริมสร้างประชาธิปไตยและความเป็นพลเมืองในระบอบประชาธิปไตยในยุคดิจิทัล พ.ศ. 2561 - 2564 ซึ่งเป็นส่วนขับเคลื่อนการดำเนินงานการสื่อสารองค์กรของสำนักประชาสัมพันธ์ สรุปสาระสำคัญของยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ที่นำไปสู่การปฏิบัติงานดังต่อไปนี้ (สำนักประชาสัมพันธ์, 2560)

4.1.1 ยุทธศาสตร์การเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร ประกอบด้วยกลยุทธ์ คือ

(ก) การพัฒนางานด้านประชาสัมพันธ์แบบประชาธิปไตย โดยวางระบบและปรับกระบวนการทำงาน และกลไกที่เกี่ยวข้องจากแนวตั้งสู่แนวนอนมากขึ้น เพื่อสร้างความเชื่อมโยงกับทุกภาคส่วนนำมาสู่การบูรณาการสำนักประชาสัมพันธ์

(ข) การประชาสัมพันธ์เชิงรุก โดยการนำเสนอข่าวดีและป้องกันข่าวที่ส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือของสถาบันนิติบัญญัติ รวมทั้งสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร

(ค) การสร้างพันธมิตรทางการข่าว และความสัมพันธ์อันดีกับสื่อมวลชน

(ง) การสร้างพันธมิตรด้านพลเมืองประชาธิปไตย

(จ) การสร้างพันธมิตรด้านการมีส่วนร่วมภาคพลเมืองเพื่อปฏิรูปประเทศและขับเคลื่อนประเทศร่วมกับสถาบันนิติบัญญัติ

(ฉ) การพัฒนาระบบงานเทคโนโลยีสารสนเทศและระบบสารสนเทศเพื่อรองรับสนับสนุนและประชาสัมพันธ์ภารกิจของฝ่ายนิติบัญญัติและสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร

4.1.2 ยุทธศาสตร์การยกระดับความเป็นพลเมืองในระบอบประชาธิปไตย ส่งเสริมความร่วมมือของภาครัฐ เอกชน และภาคประชาสังคมเพื่อการพัฒนาประชาธิปไตย และสร้างความเป็นหุ้นส่วนของภาคพลเมืองเพื่อขับเคลื่อนประเทศร่วมกันกับสถาบันนิติบัญญัติ ประกอบด้วยกลยุทธ์ คือ

(ก) พัฒนากลไกการเผยแพร่องค์ความรู้เพื่อยกระดับความเป็นพลเมืองในระบอบประชาธิปไตย และส่งเสริมความร่วมมือของภาครัฐ เอกชน และประชาสังคมเพื่อการพัฒนาประชาธิปไตย และความเป็นหุ้นส่วนของภาคพลเมืองในการขับเคลื่อนประเทศร่วมกับสถาบันนิติบัญญัติ

(ข) พัฒนาประชาธิปไตยและเสริมสร้างความเป็นพลเมืองในระบอบประชาธิปไตยให้ครอบคลุมทั่วทุกภูมิภาค ตลอดจนการเชื่อมโยงและฉายภาพให้เห็นความสัมพันธ์ของการเป็นพลเมืองไทย พลเมืองอาเซียน

4.1.3 ยุทธศาสตร์การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการสื่อสารองค์กร และการมีส่วนร่วมของภาคพลเมืองในการสร้างความเข้มแข็งของประชาธิปไตย และขับเคลื่อนประเทศร่วมกับสถาบันนิติบัญญัติ ประกอบด้วยกลยุทธ์ คือ

(ก) บูรณาการข้อมูลและข่าวสารของสถาบันนิติบัญญัติและสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎรให้มีความทันสมัย โดยการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและสื่อออนไลน์มาใช้ปฏิบัติงาน

(ข) พัฒนาเนื้อหา รูปแบบ สื่อประชาสัมพันธ์ให้ทันสมัยและมีประสิทธิภาพสามารถเข้าถึงผู้รับบริการได้สะดวก กว้างขวาง และครอบคลุม

4.1.4 ยุทธศาสตร์การเสริมสร้างความรู้และทักษะบุคลากรให้มีสมรรถนะในการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์และการสื่อสารองค์กร และการให้องค์ความรู้ด้านการมีส่วนร่วมภาคพลเมือง ตลอดจนพัฒนางานที่เกี่ยวข้องให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น

กลยุทธ์ที่สำคัญ คือ การพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับพันธกิจของสำนักประชาสัมพันธ์ สื่อสารองค์กร สื่อมวลชนสัมพันธ์ ประชาธิปไตย และการมีส่วนร่วมภาคพลเมือง สมรรถนะทักษะด้านการประชาสัมพันธ์ขั้นสูง และสามารถใช้ไอทีที่สนับสนุนเทคโนโลยีสารสนเทศสมัยใหม่ในกระบวนการประชาสัมพันธ์

4.2 สำนักประชาสัมพันธ์ และกลุ่มงานในสำนักประชาสัมพันธ์

สำนักประชาสัมพันธ์ เป็นส่วนราชการภายในระดับสำนัก สังกัดสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร ตามประกาศรัฐสภาเกี่ยวกับการแบ่งส่วนราชการภายในสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร พ.ศ. 2545 และประกาศคณะกรรมการข้าราชการฝ่ายรัฐสภา เรื่อง กำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบของสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร พ.ศ. 2545 ลงวันที่ 26 กรกฎาคม 2545 มีการแบ่งส่วนราชการภายในสำนักประชาสัมพันธ์ออกเป็น 6 กลุ่มงาน ประกอบด้วย กลุ่มงานบริหารทั่วไปและพิธีการ กลุ่มงานสารนิเทศ กลุ่มงานสื่อมวลชน กลุ่มงาน

โสตทัศนูปกรณ์ กลุ่มงานผลิตเอกสาร และกลุ่มงานเผยแพร่ประชาธิปไตยและกิจกรรมสภาผู้แทนราษฎร

สำนักประชาสัมพันธ์มีหน้าที่ความรับผิดชอบเกี่ยวกับงานด้านการประชาสัมพันธ์ของรัฐสภา สภาผู้แทนราษฎร และสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร จัดกิจกรรม และเผยแพร่ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับบทบาทภารกิจของรัฐสภา และการปกครองระบอบประชาธิปไตย ดำเนินการเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ การติดต่อสอบถาม การต้อนรับ รับรอง และอำนวยความสะดวกแก่สมาชิกรัฐสภา บุคคลในวงงานสภา ประชาชน และผู้มาติดต่อราชการ ดำเนินการประสานงาน และอำนวยความสะดวก งานด้านพระราชพิธี รัฐพิธี และพิธีการต่างๆ ของรัฐสภา สภาผู้แทนราษฎร และสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร ดำเนินการศึกษา รวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ วางแผน และดำเนินการ ผลิตเอกสารและสื่อสิ่งพิมพ์เกี่ยวกับความรู้ด้านการเมืองการปกครองในระบอบประชาธิปไตย สิทธิเสรีภาพและหน้าที่ของประชาชน บทบาทอำนาจหน้าที่ กิจกรรมและผลงานของรัฐสภา สภาผู้แทนราษฎร คณะกรรมาธิการ และสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร ดำเนินการศึกษา รวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ เพื่อจัดทำแผนงาน โครงการ การสัมมนา การเสวนา การอภิปราย การจัดทำเอกสารและการจัดนิทรรศการเพื่อการเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับด้านการเมืองการปกครองในระบอบประชาธิปไตย บทบาทอำนาจหน้าที่ กิจกรรม และผลงานของรัฐสภา สภาผู้แทนราษฎร สิทธิเสรีภาพ และหน้าที่ของประชาชนตามรัฐธรรมนูญให้กับนักเรียน นิสิต นักศึกษา ส่วนราชการ ภาคเอกชน และประชาชนในภูมิภาคต่างๆ ตลอดจน การจัดกิจกรรมให้ประชาชนในพื้นที่ได้มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นทางการเมืองร่วมกับสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร ดำเนินการติดตาม ตรวจสอบ วิเคราะห์ ประมวลผล เสนอแนะชี้แจงข้อเท็จจริงข่าวสารที่มีความคลาดเคลื่อนเกี่ยวกับรัฐสภา สภาผู้แทนราษฎร และสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร รวมทั้งการติดต่อประสานงาน และอำนวยความสะดวกแก่สื่อมวลชนในการเผยแพร่ข่าว การให้สัมภาษณ์ การแถลงข่าวของประธานและรองประธานสภาผู้แทนราษฎร ผู้นำฝ่ายค้านในสภาผู้แทนราษฎร สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร คณะกรรมาธิการ และสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร ดำเนินการศึกษา รวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ และเสนอความเห็นเกี่ยวกับการวางแผน จัดหา ควบคุม ดูแล บำรุงรักษา และซ่อมแซมอุปกรณ์ เครื่องมือโสตทัศนูปกรณ์ ระบบการลงคะแนน ระบบกระจายสัญญาณโทรทัศน์ภายใน ระบบเสียงและระบบภาพเพื่อสนับสนุนการประชุมรัฐสภา สภาผู้แทนราษฎร คณะกรรมาธิการ และการประชุมหรือการสัมมนาที่เกี่ยวข้องในวงงานของสภา รวมทั้งปฏิบัติงานอื่นที่ได้รับมอบหมาย ทั้งนี้ โดยจำแนกหน้าที่ความรับผิดชอบและภารกิจหลักออกเป็น 6 กลุ่มงาน ประกอบด้วย

4.2.1 กลุ่มงานบริหารทั่วไปและพิธีการ มีหน้าที่ความรับผิดชอบและภารกิจในการดำเนินงาน ดังนี้

หน้าที่ความรับผิดชอบ

- (ก) ดำเนินการเกี่ยวกับงานสารบรรณ และธุรการทั่วไปของสำนัก
 - (ข) ดำเนินการเกี่ยวกับงานพัสดุ ครุภัณฑ์ การเงิน และงบประมาณของสำนัก
 - (ค) ดำเนินการเกี่ยวกับงานทะเบียน และข้อมูลด้านบุคคลของสำนัก
 - (ง) ดำเนินการเกี่ยวกับการจัดทำแผนงาน งบประมาณรวมถึงการประสานงาน ด้านแผน รายงานผลการปฏิบัติงาน และการใช้จ่ายงบประมาณ และสถิติของสำนัก
 - (จ) ดำเนินการเกี่ยวกับประสานงาน วางแผนการดำเนินงาน อำนวยความสะดวก ด้านงานพระราชพิธี รัฐพิธี และพิธีการต่างๆ ของรัฐสภา สภาผู้แทนราษฎร และสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร
 - (ฉ) ดำเนินการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์งานการกุศล และอื่นๆ ที่หน่วยงานต่างๆ ขอความร่วมมือ
 - (ช) ปฏิบัติงานอื่นที่ได้รับมอบหมาย
- ภารกิจ
- (ก) งานด้านการบริหาร และอำนวยการทั่วไป
 - (ข) งานด้านพิธีการต่างๆ

4.2.2 กลุ่มงานสารนิเทศ มีหน้าที่ความรับผิดชอบและภารกิจในการดำเนินงาน ดังนี้

หน้าที่ความรับผิดชอบ

- (ก) เป็นศูนย์ประสานงานในการติดต่อสอบถามข้อมูล กิจกรรม ผลงานภารกิจของสภาผู้แทนราษฎร และสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร การอำนวยความสะดวกและบริการทั่วไปในด้านต่างๆ ให้แก่สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร ข้าราชการ พนักงานราชการ และลูกจ้างของสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร ประชาชน และผู้มาติดต่อราชการ
- (ข) ดำเนินการเกี่ยวกับการเผยแพร่ข้อมูลความรู้ในรูปแบบของการบรรยาย การจัดทำสื่อเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับการเมืองการปกครองในระบบประชาธิปไตย สิทธิเสรีภาพ และหน้าที่ของประชาชน บทบาทอำนาจหน้าที่ของรัฐสภา สภาผู้แทนราษฎร และสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร ให้แก่นักเรียน นิสิต นักศึกษา และประชาชนที่มาศึกษาดูงานรัฐสภา

(ค) ดำเนินการเผยแพร่กิจกรรมประจำวันของรัฐสภา สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร และสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎรผ่านทางอินเทอร์เน็ตและสื่ออิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบเสียงตามสาย

(ง) ดำเนินการประสานความร่วมมือกับหน่วยงานอื่นในการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่กิจกรรม และผลงานของรัฐสภา สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร ประธาน และรองประธานสภาผู้แทนราษฎร ผู้นำฝ่ายค้านในสภาผู้แทนราษฎร สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร คณะกรรมาธิการ และสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร

(จ) อำนวยความสะดวกแก่ผู้มาติดต่อราชการหรือเข้าฟังการประชุมสภา

(ฉ) ปฏิบัติงานอื่นที่ได้รับมอบหมาย

ภารกิจ

(ก) งานด้านการให้คำแนะนำ และอำนวยความสะดวกแก่ผู้มาติดต่อราชการ

(ข) งานด้านการนำชมรัฐสภา การบรรยายสรุปความรู้เกี่ยวกับรัฐสภา ให้แก่คณะบุคคลที่เข้าเยี่ยมชม และศึกษาดูงานรัฐสภา

(ค) งานด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร กิจกรรมผ่านเสียงตามสาย ภายในสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร

(ง) งานด้านการจัดทำสื่อเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับรัฐสภา

(จ) งานด้านการเผยแพร่ และจัดกิจกรรมวันเด็กแห่งชาติเป็นประจำทุกปี

4.2.3 กลุ่มงานสื่อมวลชน มีหน้าที่ความรับผิดชอบและภารกิจในการดำเนินงาน

ดังนี้

หน้าที่ความรับผิดชอบ

(ก) ดำเนินการประสานงาน อำนวยความสะดวกแก่สื่อมวลชนในการเผยแพร่ข่าว รวมทั้งการให้สัมภาษณ์ การแถลงข่าวของรัฐสภา สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร ประธานและรองประธานสภาผู้นำฝ่ายค้านในสภาผู้แทนราษฎร สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร คณะกรรมาธิการ และสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร ดำเนินการติดตาม ตรวจสอบ วิเคราะห์ ประมวลผล ตรวจสอบข่าว กฤตภาคแถลง และชี้แจงข่าวของรัฐสภา สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร และสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร

(ข) ดำเนินการบันทึกภาพกิจกรรมของรัฐสภา สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร ประธานและรองประธานสภาผู้นำฝ่ายค้านในสภา สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร คณะกรรมาธิการ และสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร เพื่อประกอบการจัดทำกิจกรรม และเอกสารเผยแพร่ของสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร

(ค) ดำเนินการเผยแพร่ข่าว ภาพเกี่ยวกับบุคคลสำคัญและคณะบุคคลที่เข้าเยี่ยมคารวะหรือขอเข้าพบของรัฐบาล สภาผู้แทนราษฎร ประธานและรองประธานสภา ผู้นำฝ่ายค้านในสภาผู้แทนราษฎร สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร คณะกรรมาธิการ และผู้บริหารของสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร

(ง) ปฏิบัติงานอื่นที่ได้รับมอบหมาย

ภารกิจ

(ก) การทำข่าวเยี่ยมคารวะประธานสภา และรองประธานสภา กรณีบุคคลสำคัญต่างประเทศเข้าเยี่ยมคารวะ

(ข) การให้สัมภาษณ์ของประธานสภาและรองประธานสภา

(ค) การจัดทำบัตรผ่านเข้าออกบริเวณสภา และบัตรเข้าทำข่าวในห้องประชุมสภาให้กับสื่อมวลชน

(ง) การอำนวยความสะดวกแก่สื่อมวลชนที่เข้ามาทำข่าวภายในรัฐสภา

(จ) การถ่ายทอดสดการประชุมสภาทางสถานีวิทยุโทรทัศน์

(ฉ) การประชาสัมพันธ์กิจกรรมของคณะกรรมาธิการ และสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร

(ช) จัดทำบทความเพื่อการประชาสัมพันธ์ในโอกาสวันสำคัญ อาทิ วันที่ระลึกพระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัว วันสถาปนารัฐสภา วันรัฐธรรมนูญ และการประชุมรัฐสภาระหว่างประเทศที่รัฐสภาไทยเป็นเจ้าภาพ

(ซ) การแถลงข่าวของกรรมาธิการ และสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร

(ฌ) การตรวจข่าวจากสื่อหนังสือพิมพ์ประจำวัน

(ญ) ถ่ายภาพนิ่ง และประชาสัมพันธ์ภาพถ่ายของกิจกรรมต่างๆ

(ฎ) รายการ “ร้อยเรียงข่าวสารจากสำนักประชาสัมพันธ์”

4.2.4 กลุ่มงานโสตทัศนูปกรณ์ มีหน้าที่ความรับผิดชอบและภารกิจในการดำเนินงาน ดังนี้

หน้าที่ความรับผิดชอบ

(ก) ดำเนินการศึกษา รวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ และเสนอความเห็นเกี่ยวกับการวางแผน และจัดหาเครื่องมือ และอุปกรณ์โสตทัศนูปกรณ์ในด้านการประชาสัมพันธ์ และสัมมนาของรัฐบาล สภาผู้แทนราษฎร คณะกรรมาธิการ และสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร

(ข) ดำเนินการศึกษา รวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ และเสนอความเห็นเกี่ยวกับการวางแผนจัดหา ควบคุม ดูแล บำรุงรักษา และซ่อมแซมโสตทัศนูปกรณ์ระบบถ่ายทอดสดการ

ประชุมผ่านระบบกระจายสัญญาณโทรทัศน์ภายในของรัฐสภา ระบบเสียงและระบบภาพเพื่อสนับสนุนการประชุมรัฐสภา ระบบการลงคะแนน และระบบเสียงตามสาย ระบบบันทึกภาพ และเสียงเพื่อสนับสนุนการประชุมรัฐสภา ประชุมสภาผู้แทนราษฎร คณะกรรมาธิการ และการประชุมกิจกรรม หรือการสัมมนาที่เกี่ยวข้องในวงงานของสภา

(ค) ดำเนินการศึกษา วางแผนจัดหา ควบคุม ดูแล บำรุงรักษาโสตทัศนอุปกรณ์ภายในห้องรับรองคณะผู้เยี่ยมชมรัฐสภา ห้องประชุมคณะกรรมาธิการ งานพิธีการ และกิจกรรมต่างๆ ของสำนักงาน

(ง) ดำเนินการบริการบันทึกภาพและเสียงการอภิปรายของสมาชิกภายในห้องประชุมรัฐสภาเพื่อสนับสนุนการประชุมรัฐสภา สภาผู้แทนราษฎร คณะกรรมาธิการ และการประชุมหรือการสัมมนาที่เกี่ยวข้องในวงงานของสภาไว้เพื่อเป็นหลักฐาน และให้บริการสำเนาโสตทัศนวัสดุ แก่สมาชิกหรือหน่วยงานที่ขอรับบริการ

(จ) ปฏิบัติงานอื่นที่ได้รับมอบหมาย

ภารกิจ

(ก) ดำเนินการควบคุม/ถ่ายทอดสัญญาณภาพและเสียงการประชุมรัฐสภา สภาผู้แทนราษฎร ผ่านระบบกระจายสัญญาณโทรทัศน์ภายในของรัฐสภา

(ข) ดำเนินการควบคุมระบบเสียง และระบบลงคะแนนเสียงภายในห้องประชุมรัฐสภา ตลอดจนควบคุมระบบเสียงตามสายเพื่อกระจายสัญญาณเสียงการประชุมนิติบัญญัติในพื้นที่ภายในและภายนอกอาคารรัฐสภา

(ค) ดำเนินการให้บริการติดตั้งโสตทัศนอุปกรณ์ภายในห้องประชุม คณะกรรมาธิการ ห้องรับรองคณะผู้เยี่ยมชมรัฐสภา ตลอดจนติดตั้งพร้อมควบคุมเครื่องเสียงภายในงานกิจกรรม และพิธีการต่างๆ ของสำนักงานฯ

(ง) ดำเนินการให้บริการสำเนาโสตทัศนวัสดุการประชุมสภา

4.2.5 กลุ่มงานผลิตเอกสาร มีหน้าที่ความรับผิดชอบและภารกิจในการดำเนินงาน ดังนี้

หน้าที่ความรับผิดชอบ

(ก) ดำเนินการศึกษา รวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ วางแผน และจัดทำสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ ของสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร เพื่อเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับการเมืองการปกครองในระบอบประชาธิปไตย สิทธิเสรีภาพ และหน้าที่ของประชาชน และการมีส่วนร่วมในการปกครองของประชาชนตามรัฐธรรมนูญ

(ข) ดำเนินการผลิตเอกสาร และสิ่งพิมพ์ เพื่อเผยแพร่บทบาทอำนาจหน้าที่ กิจกรรมผลงานของรัฐสภา สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร ประธาน และรองประธานสภาผู้แทนราษฎร ผู้นำฝ่ายค้านในสภาผู้แทนราษฎร สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร คณะกรรมาธิการ ตลอดจนส่วนราชการ ภายในของสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎรเพื่อเผยแพร่สู่สาธารณชน

(ค) ดำเนินการผลิต ออกแบบโสตทัศนูปกรณ์ เพื่อประกอบคำบรรยาย เผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับการเมืองการปกครองในระบอบประชาธิปไตย บทบาทอำนาจหน้าที่ กิจกรรม ผลงานของรัฐสภา สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร ประธาน และรองประธานสภาผู้แทนราษฎร ผู้นำฝ่ายค้านในสภาผู้แทนราษฎร สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร คณะกรรมาธิการ และสำนักงานเลขาธิการ สภาผู้แทนราษฎร

(ง) ดำเนินการดำเนินงานศิลปกรรมในการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ รวมทั้งจัดทำ อาร์ตเวิร์คด้วยระบบคอมพิวเตอร์ในการจัดทำสื่อสิ่งพิมพ์ เพื่อเผยแพร่การเมืองการปกครองในระบอบประชาธิปไตย ตลอดจนบทบาท อำนาจหน้าที่ กิจกรรม ผลงานของรัฐสภา สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร ประธานและรองประธานสภาผู้แทนราษฎร ผู้นำฝ่ายค้านในสภาผู้แทนราษฎร สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร คณะกรรมาธิการ และสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร

(จ) ปฏิบัติงานอื่นที่ได้รับมอบหมาย

ภารกิจ

(ก) งานด้านการผลิตหนังสือ

(ข) งานด้านการผลิตโปสเตอร์ แผ่นพับ

(ค) งานด้านการให้บริการด้านศิลปกรรม

(ง) งานเผยแพร่สื่อสิ่งพิมพ์

4.2.6 กลุ่มงานเผยแพร่ประชาธิปไตยและกิจกรรมสภาผู้แทนราษฎร มีหน้าที่ ความรับผิดชอบและภารกิจในการดำเนินงาน ดังนี้

หน้าที่ความรับผิดชอบ

(ก) ดำเนินการศึกษา รวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ เพื่อจัดทำแผนงาน โครงการ การสัมมนา การเสวนา การอภิปราย การจัดทำเอกสาร และการจัดนิทรรศการเพื่อการ เผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับด้านการเมืองการปกครองในระบอบประชาธิปไตย บทบาทอำนาจหน้าที่ กิจกรรม และผลงานของรัฐสภา สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร สิทธิเสรีภาพ และหน้าที่ของประชาชนตาม รัฐธรรมนูญ

(ข) ดำเนินการเกี่ยวกับการสัมมนา การเสวนา การอภิปราย จัดนิทรรศการ และเผยแพร่เอกสารเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับการเมืองการปกครองในระบอบประชาธิปไตย บทบาท

อำนาจหน้าที่ กิจกรรม และผลงานของรัฐสภา สภาผู้แทนราษฎร สภาศรีสภาพ และหน้าที่ของประชาชนตามรัฐธรรมนูญให้กับนิสิต นักศึกษา สถาบันการเมือง ส่วนราชการ และเอกชน รวมทั้งประชาชนในภูมิภาคต่างๆ

(ค) จัดกิจกรรมสภาผู้แทนราษฎรพบประชาชนในพื้นที่เพื่อให้ประชาชนได้มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น

(ง) จัดกิจกรรมตามโครงการฯ ทั้งในส่วนกลาง และส่วนภูมิภาค

(จ) ดำเนินการผลิตสื่อเพื่อใช้ในโครงการฯ เพื่อเผยแพร่ประชาธิปไตย

(ฉ) ดำเนินการศึกษา รวบรวม วิเคราะห์ ติดตามและประเมินผลการดำเนินงานตามแผนงานโครงการฯ

(ช) ปฏิบัติงานอื่นที่ได้รับมอบหมาย

ภารกิจ

(ก) งานด้านการจัดกิจกรรมเผยแพร่ประชาธิปไตยในระบบรัฐสภา

(ข) งานด้านการเผยแพร่กิจกรรมสภาผู้แทนราษฎร

(ค) งานด้านการผลิตสื่อเพื่อใช้ในโครงการเพื่อเผยแพร่ประชาธิปไตย

การดำเนินงานของทั้ง 6 กลุ่มงานนั้นได้อยู่ภายใต้ยุทธศาสตร์ของสำนักประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วย

(ก) ยุทธศาสตร์การเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร ประกอบด้วย กลยุทธ์การพัฒนางานด้านประชาสัมพันธ์แบบประชารัฐ การประชาสัมพันธ์เชิงรุก การสร้างพันธมิตรทางการข่าวด้านพลเมืองประชาธิปไตย และด้านการมีส่วนร่วมภาคพลเมือง รวมทั้งการพัฒนาระบบงานเทคโนโลยีสารสนเทศ และระบบสารสนเทศบูรณาการ เพื่อรองรับ สนับสนุน และประชาสัมพันธ์ภารกิจของฝ่ายนิติบัญญัติ และสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร

(ข) ยุทธศาสตร์การยกระดับความเป็นพลเมืองในระบอบประชาธิปไตย ส่งเสริมความร่วมมือของภาครัฐ เอกชน และประชาสังคม เพื่อการพัฒนาประชาธิปไตย และสร้างความเป็นหุ้นส่วนของภาคพลเมืองเพื่อขับเคลื่อนประเทศร่วมกับสถาบันนิติบัญญัติ ประกอบด้วยกลยุทธ์ในการพัฒนาการเผยแพร่องค์ความรู้ การพัฒนาประชาธิปไตย และเสริมสร้างความเป็นพลเมืองในระบอบประชาธิปไตย เพื่อให้ครอบคลุมทั่วทุกภูมิภาคของประเทศ

(ค) ยุทธศาสตร์การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการสื่อสารองค์กร และการมีส่วนร่วมของภาคพลเมืองในการสร้างความเข้มแข็งของประชาธิปไตย และขับเคลื่อนประเทศร่วมกับสถาบันนิติบัญญัติ ประกอบด้วยกลยุทธ์ การบูรณาการข้อมูล และข่าวสารของสถาบันนิติบัญญัติ และสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎรให้มีความทันสมัย รวมทั้งการพัฒนาเนื้อหา รูปแบบ สื่อประชาสัมพันธ์ให้ทันสมัยอย่างมีประสิทธิภาพ

(ง) ยุทธศาสตร์การเสริมสร้างความรู้ และทักษะบุคลากรให้มีสมรรถนะในการปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ และการสื่อสารองค์กร รวมทั้งการให้ความรู้ด้านการมีส่วนร่วมภาคพลเมือง โดยมีกลยุทธ์ที่สำคัญในการพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับพันธกิจของสำนักประชาสัมพันธ์ สื่อสารองค์กร สื่อมวลชนสัมพันธ์ ประชาธิปไตย และการมีส่วนร่วมภาคพลเมือง โดยมีสมรรถนะทักษะด้านการประชาสัมพันธ์ขั้นสูง และสามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศสมัยใหม่ ในกระบวนการประชาสัมพันธ์อย่างมีประสิทธิภาพ

ดังนั้น คณะผู้ศึกษาจึงได้ตระหนักถึงความสำคัญของอำนาจหน้าที่ความรับผิดชอบตลอดจนภารกิจของสำนักประชาสัมพันธ์ที่เป็นส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนองค์การ คณะผู้ศึกษาจึงได้สนใจในการศึกษาแนวทางการพัฒนางานด้านประชาสัมพันธ์ในการเผยแพร่บทบาทภารกิจของสภาผู้แทนราษฎรในยุคดิจิทัล เพื่อศึกษาการดำเนินงาน สภาพปัญหา และอุปสรรคต่างๆ ของงานด้านการประชาสัมพันธ์ในข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับบทบาทภารกิจของสภาผู้แทนราษฎร รวมทั้งการเผยแพร่ความรู้ด้านกระบวนการนิติบัญญัติ เพื่อนำไปสู่การพัฒนางานด้านการประชาสัมพันธ์ และเผยแพร่ความรู้ในกระบวนการนิติบัญญัติที่สอดคล้องกับความต้องการของประชาชนในสังคมยุคดิจิทัล โดยคณะผู้ศึกษาจะเชื่อมโยงทฤษฎีที่เกี่ยวข้องในการศึกษา ประกอบด้วย หลักการประชาสัมพันธ์ มวลชนสัมพันธ์ สื่อดิจิทัลประชาสัมพันธ์ยุคใหม่ ทฤษฎีการประสานงานและความร่วมมือ ตลอดจนการศึกษาเปรียบเทียบต่างประเทศ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในหัวข้อถัดไป

5. แนวคิดที่เกี่ยวข้องด้านการประชาสัมพันธ์

5.1 หลักการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์ หมายถึง การสร้างความสัมพันธ์อันดี ระหว่างกลุ่มบุคคลทุกองค์กร สามารถใช้การประชาสัมพันธ์เพื่อให้ภารกิจหลักเป็นไปอย่างราบรื่นลดทอนปัญหาอุปสรรคลงให้น้อยที่สุดเท่าที่จะน้อยได้ (ทัศนีย์ ผลชานิกโก, ม.ป.ป.)

5.1.1 ลักษณะของการประชาสัมพันธ์ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, ม.ป.ป.)
มีดังต่อไปนี้

(ก) การประชาสัมพันธ์จัดเป็นการสื่อสารสองทาง (Two-Way Communication) เป็นการสื่อสารจากผู้ส่งไปยังผู้รับเกี่ยวกับข่าวสารขององค์การที่ต้องการสื่อสารให้สาธารณชนรับทราบ และเข้าใจและยังเป็นการสื่อสารย้อนกลับจากผู้รับ คือ สาธารณชน ไปยังองค์การเกี่ยวกับความคิดเห็นที่เกี่ยวกับองค์การ

(ข) การประชาสัมพันธ์อาจมีกลุ่มเป้าหมายหลายกลุ่ม (Multiple Target Group) เช่น พนักงาน ลูกค้า ผู้ถือหุ้น ชุมชน รัฐบาล หรือหน่วยงานต่างๆ เป็นต้น ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ในการประชาสัมพันธ์ว่าต้องการประชาสัมพันธ์ไปยังกลุ่มเป้าหมายใดบ้าง

(ค) การประชาสัมพันธ์เป็นการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจ ทั้งนี้ การประชาสัมพันธ์ต้องตั้งอยู่บนหลักความจริง เพื่อมุ่งให้เกิดความเชื่อถือและปฏิบัติตามด้วยความสมัครใจ

(ง) การประชาสัมพันธ์เป็นการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง และสม่ำเสมอ โดยคาดหวังผลต่อเนื่องในระยะยาว เพื่อให้สาธารณชนมีความศรัทธา และมีความไว้วางใจต่อองค์กรเพื่อให้องค์กรสามารถดำเนินกิจการอยู่ในระยะยาวได้

(จ) การประชาสัมพันธ์เป็นการดำเนินงานอย่างเป็นระบบ โดยจะมีการวางแผน ควบคุม และประเมินผลของการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้มั่นใจว่าการดำเนินการประชาสัมพันธ์เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผล

5.1.2 ประเภทของการประชาสัมพันธ์ (ทัศนีย์ ผลชานิกโก, ม.ป.ป.) การประชาสัมพันธ์แบ่งตามลักษณะงานได้ 2 ประเภท คือ

(ก) การประชาสัมพันธ์ภายใน (Internal Public Relations) คือ การสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มบุคคลภายในสถาบันเอง อันได้แก่ กลุ่มเจ้าหน้าที่เสมียน พนักงาน ลูกจ้าง รวมตลอดจนถึงนักการภารโรง คนขับรถภายในองค์การสถาบันให้เกิดมีความรักใคร่กลมเกลียว สามัคคีกันในหมู่เพื่อนร่วมงาน รวมทั้งด้านการเสริมสร้างขวัญกำลังใจ มีความรักใคร่ผูกพันและจงรักภักดีต่อหน่วยงาน

การประชาสัมพันธ์ภายในจึงมีความสำคัญมาก การประชาสัมพันธ์ภายนอกองค์การ สถาบันจะดีไปไม่ได้เลยหากการประชาสัมพันธ์ภายในองค์การสถาบันยังไร้ประสิทธิภาพ เพราะความสัมพันธ์อันดีภายในหน่วยงานจะมีผลสะท้อนไปกับการสร้างความสัมพันธ์ภายนอกด้วย และการสร้างความสัมพันธ์อันดีภายในหน่วยงานยังเอื้ออำนวยให้บริการ และการดำเนินงานขององค์การสถาบันเป็นไปด้วยความราบรื่น คล่องตัว และมีประสิทธิภาพ รวมทั้งการที่พนักงาน ลูกจ้างภายในสถาบันมีความเข้าใจนโยบาย และการดำเนินงานของสถาบันเป็นอย่างดีจะเป็นกำลังสำคัญในการสร้างประสิทธิภาพแก่การประชาสัมพันธ์ภายนอกด้วย

สำหรับสื่อและเครื่องมือที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ภายในนั้นอาจใช้รูปแบบการติดต่อสื่อสารด้วยวาจาแบบซึ่งหน้า (Face of Face) หรืออาจใช้สิ่งพิมพ์ภายในองค์การ (House Journal) เช่น หนังสือเวียน จดหมายของภายใน วารสารภายใน เป็นต้น

(ข) การประชาสัมพันธ์ภายนอก (External Public Relations) คือ การสร้างความเข้าใจ และความสัมพันธ์อันดีกับประชาชนภายนอกกลุ่มต่างๆ อันได้แก่ ประชาชนทั่วไป และประชาชนที่องค์การสถาบันเกี่ยวข้อง เช่น ผู้นำความคิดเห็น ผู้นำในท้องถิ่น ลูกค้า ผู้บริโภค

รวมทั้งชุมชนละแวกใกล้เคียง ฯลฯ เพื่อให้กลุ่มประชาชนเหล่านี้เกิดความรู้ความเข้าใจในตัวสถาบัน และให้ความสนับสนุนร่วมมือแก่สถาบันด้วยดีอย่างยั่งยืน

5.1.3 หลักสำคัญของการประชาสัมพันธ์ การประชาสัมพันธ์ในปัจจุบันมีหลักการสำคัญอยู่ 3 ประการด้วยกัน ดังนี้

(ก) การบอกกล่าวหรือชี้แจง เผยแพร่ให้ทราบ คือการบอกกล่าวชี้แจงให้ประชาชนทราบถึง นโยบาย วัตถุประสงค์ การดำเนินงาน ผลงาน บริการ และกิจกรรมต่างๆ ตลอดจนข่าวคราวความเคลื่อนไหวขององค์การสถาบันให้ประชาชน และกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องได้ทราบ และรู้เห็นถึงสิ่งดังกล่าว ซึ่งนับเป็นการปูพื้นฐานแห่งความเข้าใจในองค์การสถาบัน ทำให้สถาบันเป็นที่รู้จัก เข้าใจและเลื่อมใส ตลอดจนทำให้ประชาชนเกิดความรู้สึกที่เป็นไปในทางที่ดีต่อองค์การสถาบัน

(ข) การป้องกัน และแก้ไขการเข้าใจผิด การป้องกันความเข้าใจผิดนี้ ทางด้านวิชาการประชาสัมพันธ์ ถือเป็นการประชาสัมพันธ์เพื่อป้องกัน (Preventive Relation) ซึ่งมีความสำคัญมาก เพราะการป้องกันไว้ก่อนย่อมมีผลดีกว่าที่จะต้องมาทำการแก้ไขในภายหลัง ฉะนั้น การป้องกันความเข้าใจผิดจึงเป็นการกระทำที่ป้องกันมิให้กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องกับสถาบันบังเกิดความเข้าใจผิดต่อสถาบันได้

(ค) การสำรวจประชามติ หลักที่สำคัญของการประชาสัมพันธ์อีกประการหนึ่งคือ จะต้องมีการสำรวจวิจัยประชามติ เพราะองค์การสถาบันจะดำเนินการประชาสัมพันธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพจะต้องรู้ซึ่งถึงความรู้สึกนึกคิดของประชาชนหรือที่เรียกว่า ประชามติ (Public Opinion) จะต้องทราบว่าประชาชนต้องการอะไร ไม่ต้องการอะไร ชอบหรือไม่ชอบสิ่งไหน ตลอดจนทำที่ต่างๆ ที่ประชาชนมีต่อองค์การสถาบันของเรา ซึ่งจะทราบได้จากการสำรวจวิจัยประชามติ เพื่อองค์การสถาบันจะสามารถตอบสนองสิ่งต่างๆ ให้สอดคล้องกับความรู้สึกนึกคิด และความต้องการของประชาชน

การประชาสัมพันธ์ จะเน้นเรื่องการติดต่อสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพพจน์ขององค์กร โดยเผยแพร่ข้อมูลความรู้ และความคิดเห็น เป็นการจูงใจให้ได้รับการสนับสนุนหรือสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของสินค้าให้เป็นที่รู้จักโดยไม่ให้ภาพลักษณ์ของธุรกิจติดภาพที่เน้นการขายมากเกินไป (นิวัฒน์, 2562)

5.1.4 สิ่งสำคัญของการประชาสัมพันธ์ในยุคดิจิทัล ควรคำนึงถึง

(ก) การเลือกเครื่องมือสื่อสารตรงวัตถุประสงค์ จากพฤติกรรมการสื่อสารของคนไทยเมื่อช่วงปี 2561 โดยข้อมูลจาก ETDA ระบุว่า คนไทยมีการบริโภคสื่อผ่านอินเทอร์เน็ตเมื่อในช่วงที่ผ่านมามากถึง 10 ชั่วโมง 5 นาที ต่อวัน ซึ่งแต่ละช่องทางการบริโภคก็จะมีปริมาณการใช้งาน

แตกต่างกันไปตามบริบทแวดล้อมและความแตกต่างของแต่ละบุคคล โดยผู้สื่อสารจำเป็นจะต้องรู้จักช่องทางและเครื่องมือการสื่อสารให้ดีเสียก่อน

(ข) รู้จักสื่อ ประเภทของสื่อในการประชาสัมพันธ์ในยุคปัจจุบันมีความแตกต่างจากสมัยก่อนอย่างสิ้นเชิง ผู้คนส่วนใหญ่มีแนวโน้มที่จะบริโภคสื่อออนไลน์มากกว่าสื่อออฟไลน์ด้วยเงื่อนไขด้านความรวดเร็ว และความสะดวกสบาย ทั้งนี้ สื่อสองประเภทนี้ก็มีกรอบการใช้งานที่แตกต่างกัน สื่อบางประเภทหากเป็นสื่อสิ่งพิมพ์แบบออฟไลน์ก็จะเข้าถึงผู้ใช้ได้มากกว่าในบางรูปแบบ ดังนั้น ผู้ทำการประชาสัมพันธ์จะต้องรู้จักประเภท รูปแบบ และขอบเขตการใช้งานอย่างถูกต้องจึงจะเลือกใช้ได้อย่างเหมาะสม อีกทั้งจำเป็นจะต้องรู้วิธีการทำงานของสื่อ เวลาปิดข่าว การประชุมข่าว การคัดเลือกข่าว เพื่อให้ผู้ทำประชาสัมพันธ์สามารถส่งข่าวเข้าไปให้สื่อได้ทันท่วงที รวมถึงรูปแบบการนำเสนอที่เหมาะสมกับข่าว เช่น ข่าวหนังสือพิมพ์ ข่าวโทรทัศน์ หรือออนไลน์

5.1.5 ความต้องการของสื่อมวลชนในด้านข้อมูลข่าวสาร แหล่งข่าวของผู้สื่อข่าวในประเทศจะมีอยู่ 2 แหล่งหลัก คือ

(ก) งานแถลงข่าว คือ การจัดงานสื่อมวลชนโดยผู้ให้ข่าวเชิญนักข่าวมารับข่าวในการแถลงข่าวนั้นอาจมีผู้ให้ข่าวจำนวนหนึ่งคนหรือมากกว่าที่อาจให้ผู้รายงานข่าวถามคำถามโดยข้อมูลคร่าวๆ ที่ผู้สื่อข่าวต้องการ คือ รายละเอียดที่จะแถลง แหล่งที่มาของข้อมูลอ้างอิง ผลวิจัย จุดประสงค์ และเป้าหมายโครงการ และผลกระทบที่มีต่อสังคม

(ข) ข่าวในกระแส คือ ประเด็นที่อยู่ในความสนใจของสังคม หรือกรณีที่เกี่ยวข้องกับองค์กร หน่วยงานบริษัท โดยสื่อจะใช้วิธีการสอบถามความคิดเห็น ผลกระทบ แผนการรับมือกับประเด็นที่กำลังเกิดขึ้นในสังคม นอกจากนี้ ยังมีแหล่งข่าวอื่นๆ ที่ผู้สื่อข่าวจะใช้หาข้อมูลนำเสนอ

(ค) สัมภาษณ์พิเศษ คือ เป็นแหล่งข่าวประเภทบุคคลโดยเป็นบุคคลใดก็ตามที่สามารถให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับข่าวที่จะต้องการนำเสนอ

(ง) สื่อสังคมออนไลน์หรือ Social Media ถือเป็นแหล่งข่าวที่ผู้สื่อข่าวจะใช้นำมาประกอบการพิจารณากระแสข่าวที่อยู่ในสังคม และถือเป็นรูปแบบการสื่อสารทางเทคโนโลยีสารสนเทศ ที่ได้รับความนิยมและมีอิทธิพลต่อกระบวนการสื่อสารในสังคมมากขึ้นในปัจจุบัน

(จ) เว็บไซต์ จัดเป็นช่องทางข้อมูลข่าวสารที่มีอิทธิพลอย่างมากในรูปแบบของเทคโนโลยีสารสนเทศที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย เป็นแหล่งสืบค้นอ้างอิงข้อมูลกว้างขวางที่ผู้สื่อข่าวใช้หาข้อมูลเชิงลึกในองค์กร หรือ บริษัท ที่เกี่ยวข้องกับข่าว

(ฉ) เอกสาร จะเป็นแหล่งที่สื่อใช้หาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับประเด็นนั้นๆ

5.2 มวลชนสัมพันธ์

“มวลชนสัมพันธ์” คือ การทำกิจกรรมที่ภาครัฐร่วมกับชุมชนหรือชาวบ้านเพื่อประชาชนได้มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น โดยมีการประชุมหน้าที่หลักส่วนงานที่เกี่ยวข้องออกพบปะเยี่ยมเยียนแสวงหาความร่วมมือจากประชาชน และการมีส่วนร่วมกับชุมชน (วิภาณี แม้นอินทร์, ม.ป.ป.)

มวลชนสัมพันธ์มีที่มาจากการทำงานที่ตำรวจตระเวนชายแดน (ตชด.) นำมาใช้ในการสร้างมวลชน เพื่อสร้างความสัมพันธ์กับชาวบ้านในยุคสมัยที่ประเทศต้องเผชิญกับภัยด้านความมั่นคง จากขบวนการผู้ก่อการร้ายคอมมิวนิสต์ โดยยุทธศาสตร์หลักในการทำงานของตำรวจตระเวนชายแดน คือ การทำงานของตำรวจตระเวนชายแดน จะสำเร็จได้ต้องยึดประชาชนเป็นหลักด้วยการเอาชนะใจประชาชน การให้ความคุ้มครองป้องกันภัยและให้การช่วยเหลือประชาชน ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และการศึกษา งานมวลชนสัมพันธ์ คือ งานทำให้เกิด 3 ช. ได้แก่ ทำให้ชอบในความดีของเรา จนเกิดความเชื่อ และช่วยเหลือร่วมมือทำให้ภารกิจสำเร็จ

นอกจากนี้ คำว่า “ชุมชนสัมพันธ์” มีความหมายที่ใกล้เคียงกับมวลชนสัมพันธ์ หมายถึง การที่องค์กร ธุรกิจ ดำเนินการประชาสัมพันธ์กับชุมชน โดยมีการวางแผน และดำเนินการร่วมกับชุมชนอย่างต่อเนื่อง เพื่อที่จะรักษา และส่งเสริมสิ่งแวดล้อมที่ดีในด้านต่างๆ ของชุมชน ซึ่งจะเกิดประโยชน์ร่วมกันระหว่างองค์กรธุรกิจ และชุมชน

5.2.1 ความจำเป็นที่ต้องมีการประชาสัมพันธ์กับมวลชน และชุมชน คือ

- (ก) ฟังพาดอาศัยซึ่งกันและกัน
- (ข) ตอบแทนชุมชน และสังคม
- (ค) ป้องกันปฏิบัติการต่อต้านจากชุมชน

บุญอยู่ ขอพรประเสริฐ ได้ให้ความหมายชุมชนสัมพันธ์ว่าหมายถึง การติดต่อสื่อสารของหน่วยงานกับกลุ่มคน องค์กร หรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่อยู่ใกล้เคียง หรือเกี่ยวข้องโดยตรงกับหน่วยงานเพื่อสร้างความรู้จักคุ้นเคย และความเข้าใจอันดีต่อกัน ทั้งนี้ โดยมุ่งหวังผลให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียดังกล่าวเกิดทัศนคติที่ดีกับหน่วยงาน เกิดศรัทธา ให้การสนับสนุนกิจการของหน่วยงาน ตลอดจนเกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อหน่วยงาน (บุญอยู่ ขอพรประเสริฐ, ม.ป.ป.)

5.2.2 ความสำคัญของงานชุมชนสัมพันธ์ต่อองค์กร

- (ก) ก่อให้เกิดความสัมพันธ์ และความเข้าใจอันดีต่อกัน
- (ข) ทำให้ชุมชนเกิดทัศนคติที่ดีกับหน่วยงาน
- (ค) ทำให้ได้รับการสนับสนุน/การช่วยเหลือจากชุมชนทั้งในภาวะปกติและ

ภาวะวิกฤติ

- (ง) ชุมชน และประชาชนในชุมชนเกิดศรัทธาต่อหน่วยงาน

- (จ) หน่วยงานมีภาพลักษณ์ที่ดีในสายตาชุมชน
- (ฉ) หน่วยงานได้แสดงออกถึงการเป็นพลเมืองที่ดีของสังคม (Good Citizen) อันจะมีผลให้หน่วยงานมีชื่อเสียง และได้รับการยอมรับในวงกว้างยิ่งขึ้น กรณีกิจกรรมชุมชนสัมพันธ์เป็นกิจกรรมสาธารณประโยชน์ด้วยย่อมเป็นการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมได้อีกทางหนึ่ง (Corporate Social Responsibility : CSR) ซึ่งกำลังเป็นกระแสสังคมในปัจจุบัน
- (ช) เป็นส่วนหนึ่งของการเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้กับภาพลักษณ์ของหน่วยงาน
- (ซ) เป็นการสนับสนุนด้านการตลาดของหน่วยงานอีกทางหนึ่ง

5.3 สื่อดิจิทัลกับการประชาสัมพันธ์ยุค 4.0

5.3.1 สื่อดิจิทัลกับการประชาสัมพันธ์ยุคใหม่

โลกก้าวหน้าไปไกลมากขึ้นตามเทคโนโลยีและพฤติกรรมการใช้งานส่งผลให้ในแต่ละช่วงปีที่ผ่านมา มีการพัฒนา และเดินหน้าไปอย่างสม่ำเสมอ รูปแบบการใช้ชีวิตของคนในสังคมก็เปลี่ยนแปลงยอมรับได้ในยุคสมัยที่เปลี่ยนไปและความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่เข้ามามีอิทธิพลกับการใช้ชีวิตแทบจะทุกช่องทาง ดังที่ปัจจุบันเราเรียกมันว่า ยุคดิจิทัล 4.0 แต่กว่าที่จะเติบโตมาได้จนถึงขณะนี้ล้วนแล้วแต่ต้องมีการเดินทาง และโลกในยุคดิจิทัลก่อนจะถึง 4.0 เริ่มมาจาก

ยุคดิจิทัล 1.0 คือยุคของการเปิดโลกอินเทอร์เน็ต ถือว่าเป็นจุดเปลี่ยนแรก ของพฤติกรรมการใช้ชีวิตของคนในสังคม เพราะหลายสิ่งได้เริ่มปรับบทบาทให้เข้าถึงอินเทอร์เน็ตมากขึ้น

ยุคดิจิทัล 2.0 คือยุคของสื่อสังคมออนไลน์หรือ Social Media ที่เชื่อมต่อด้วยเครือข่ายกันอย่างกว้างขวางผ่านระบบอินเทอร์เน็ต เมื่ออินเทอร์เน็ตได้เข้ามาสู่สังคมเป็นวงกว้าง คนในสังคมได้มีการปรับตัวและใช้งานอินเทอร์เน็ตให้เข้ามาอยู่ในชีวิตประจำวันมากขึ้น เช่น การสื่อสารโดยผ่านโซเชียลมีเดีย ส่งผลให้เหล่านี้อาจเกิดการผสมผสานผนวกเข้ากับการทำธุรกิจในบริบทของสื่อสังคมออนไลน์

ยุคดิจิทัล 3.0 ยังมาพร้อมกับการใช้งานสมาร์ตโฟนของผู้บริโภคที่กลายมาเป็นอุปกรณ์ในการค้นหาข้อมูลการสื่อสาร และการสั่งซื้อสินค้า จนแบรนด์ต่างๆ ต้องปรับตัวสู่การเข้าถึงลูกค้าในรูปแบบใหม่เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันผ่านบริการใหม่ที่ให้บริการข้อมูลข่าวสารและการบริการด้วยรูปแบบเทคโนโลยีสารสนเทศออนไลน์ ซึ่งเรียกว่า Cloud Computing Service

สำหรับยุคดิจิทัล 4.0 คือ ยุคแห่งข้อมูลและการเชื่อมโยงฐานข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) ซึ่งมาจากพฤติกรรมของผู้บริโภคในยุคดิจิทัล 2.0 และ 3.0 ส่งผลให้ข้อมูลต่างๆ ได้มีมาก

ขึ้น เกิดเป็นการขยายข้อมูลที่มีปริมาณสูงมาก แพลตฟอร์มทางธุรกิจแต่ละชนิดก็ได้มีการขยายออกไปอย่างกว้างขวาง นอกจากนี้ Big Data ยังสามารถนำมาวิเคราะห์ ต่อยอด คิดค้น และนำมาพัฒนาเป็น Application เพื่ออำนวยความสะดวกต่อผู้ใช้งานผ่านสมาร์ทโฟน (Smart Phone) แท็บเล็ต (Tablet) เป็นต้น โดยในยุคปัจจุบันที่มีความก้าวหน้าของเทคโนโลยีอย่างครบครัน และมี Artificial Intelligence (AI) คือ ปัญญาประดิษฐ์เข้ามาเกี่ยวข้องมากขึ้นในการทำงานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสารและคาดว่าจะเข้ามามีบทบาทเต็มตัวในอนาคตอันใกล้ ซึ่งปัญญาประดิษฐ์เป็นโปรแกรมที่ถูกเขียนและพัฒนาให้มีความฉลาด มีความสามารถคิด วิเคราะห์ วางแผน และตัดสินใจได้ จากการประมวลผลของฐานข้อมูลขนาดใหญ่และยังสามารถดัดแปลงการประมวลผลประยุกต์ให้ เป็นไปตามสถานการณ์ต่างๆ ดังกล่าวข้างต้นเสมือนเป็นจุดเริ่มต้น และได้มีการพัฒนามาเรื่อยๆ เป็นการเพิ่มศักยภาพในการประดิษฐ์ของมนุษย์เพื่อข้ามขีดจำกัดต่างๆ ความรวดเร็วของเทคโนโลยีและความคิดอันก้าวล้ำของมนุษย์มีแนวโน้มที่ว่าหลายสิ่งหลายอย่างอาจได้มีการพัฒนาไปได้ไกลมากขึ้น ในฐานะผู้ประกอบการที่จะต้องมีการปรับตัว ให้เท่าทันและใช้เทคโนโลยีให้เกิดประโยชน์และถูกต้อง ภายใต้อิทธิพลของสังคมดิจิทัลตามความก้าวหน้าทางโลกาภิวัตน์และบริบทแวดล้อมของประเทศที่เปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบัน (เพื่อนคู่คิดออนไลน์, ม.ป.ป.)

5.3.2 องค์ประกอบของสื่อดิจิทัล ประกอบด้วย

(ก) ข้อความ (Text) เป็นส่วนที่เกี่ยวกับเนื้อหาของมัลติมีเดียใช้แสดง รายละเอียดหรือเนื้อหาของเรื่องที่น่าเสนอ ซึ่งปัจจุบันมีหลายรูปแบบ ได้แก่

- ข้อความที่ได้จากการพิมพ์ ซึ่งเป็นข้อความปกติที่พบได้ทั่วไปได้จากการพิมพ์ด้วยโปรแกรมประมวลผลงานเอกสารเชิงประยุกต์ (Word Processor) เช่น NotePad Text Editor Microsoft Word เป็นต้น

- ข้อความจากการสแกน เป็นข้อความในลักษณะภาพ หรือ Image ได้จากการนำเอกสารที่พิมพ์ไว้แล้ว (เอกสารต้นฉบับ) มาทำการสแกนด้วยเครื่องสแกนเนอร์ (Scanner) ซึ่งจะได้ผลออกมาเป็นภาพ (Image) หนึ่งภาพ ปัจจุบันสามารถแปลงข้อความภาพเป็นข้อความปกติได้ โดยอาศัยโปรแกรม OCR ข้อความอิเล็กทรอนิกส์ เป็นข้อความที่พัฒนาให้อยู่ในรูปของสื่อที่ใช้ประมวลผล

- ข้อความอิเล็กทรอนิกส์ เป็นข้อความที่พัฒนาให้อยู่ในรูปของสื่อที่ใช้ประมวลผล

- ข้อความไฮเปอร์เท็กซ์ (HyperText) เป็นรูปแบบของข้อความที่ได้รับ ความนิยมสูงมากในปัจจุบัน โดยเฉพาะการเผยแพร่เอกสารในรูปของเอกสารเว็บ เนื่องจากสามารถใช้เทคนิคการลิงก์หรือเชื่อมข้อความไปยังข้อความหรือจุดอื่นๆ ได้

(ข) ภาพนิ่ง (Still Image) เช่น ภาพถ่าย ภาพวาด และภาพลายเส้น เป็นต้น ภาพนิ่งนับว่ามีบทบาทต่อระบบงานมัลติมีเดียมากกว่าข้อความหรือตัวอักษร

(ค) ภาพเคลื่อนไหว (Animation) ภาพกราฟิกที่มีการเคลื่อนไหวเพื่อแสดงขั้นตอนหรือปรากฏการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง เช่น การเคลื่อนที่ของลูกสูบของเครื่องยนต์ เป็นต้น ทั้งนี้ เพื่อสร้างสรรค์จินตนาการให้เกิดแรงจูงใจจากผู้ชม การผลิตภาพเคลื่อนไหวจะต้องใช้โปรแกรมที่มีคุณสมบัติเฉพาะทางซึ่งอาจมีปัญหาเกิดขึ้นอยู่บ้างเกี่ยวกับขนาดของไฟล์ที่ต้องใช้พื้นที่ในการจัดเก็บมากกว่าภาพนิ่งหลายเท่า

(ง) เสียง (Audio) เป็นไฟล์ที่ถูกจัดเก็บอยู่ในรูปของสัญญาณดิจิทัลซึ่งสามารถเล่นซ้ำกลับไปกลับมาได้

(จ) วิดีโอ (Video) เป็นองค์ประกอบของมัลติมีเดียที่มีความสำคัญเป็นอย่างมาก เนื่องจากวิดีโอในระบบดิจิทัลสามารถนำเสนอรวมข้อความหรือรูปภาพ (ภาพนิ่งหรือภาพเคลื่อนไหว) ประกอบกับเสียงได้สมบูรณ์มากกว่าองค์ประกอบชนิดอื่นๆ (เน็ตคอนไลน์, 2563)

5.3.3 การประชาสัมพันธ์ และการประชาสัมพันธ์ดิจิทัล

การประชาสัมพันธ์ (Public Relations) เป็นการนำข้อมูลข่าวสารจากองค์กรไปสู่บุคคลจากบุคคลออกไปสู่สังคมภายนอกจนกระทั่งออกไปสู่ภายนอกประเทศหรือระดับโลก ซึ่งการประชาสัมพันธ์ เป็นการสื่อสารเพื่อจัดการขององค์กรให้เกิดสัมพันธภาพอันดีกับผู้รับข่าวสารกลุ่มต่างๆ เพื่อให้เกิดความเข้าใจเกี่ยวกับความคิดเห็น (Opinion) ทศนคติ (Attitude) และค่านิยม (Value) หรือเป็นการติดต่อสื่อสารกับชุมชนทั้งภายในภายนอกเพื่อสร้างภาพพจน์ขององค์กรกับสาธารณชน อีกทั้ง ยังมีความพยายามผ่านการวางแผนอย่างต่อเนื่องที่จะสร้างและรักษาไว้ซึ่งความปรารถนาดี และความเข้าใจกันระหว่างองค์กร และสาธารณชนที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร อันจะทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลง ดังนั้น หัวใจสำคัญของการประชาสัมพันธ์จึงเป็นการสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องระหว่างองค์กรกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ซึ่งในที่นี้หมายรวมถึงลูกค้า ประชาชน ชุมชน สมาคม หน่วยราชการ และเจ้าหน้าที่ พนักงานทุกระดับในองค์กร (จอห์น นพดล, ออนไลน์)

การประชาสัมพันธ์ดิจิทัล (Digital Public Relations) เป็นกระบวนการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ที่สร้างความสัมพันธ์ที่เป็นประโยชน์แก่องค์กร โดยส่วนมากคนเหล่านั้นคือทุกคนที่มีส่วนได้และส่วนเสียกับองค์กรของเราโดยในช่วงหลายปีที่ผ่านมาการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี โดยเฉพาะเทคโนโลยีดิจิทัลและสื่อสังคมออนไลน์ ส่งผลกระทบต่อวงการสื่อสารมวลชนที่สื่อสิ่งพิมพ์มีการทยอยปิดตัวลง และมุ่งหน้าไปสู่การทำคอนเทนต์ในรูปแบบดิจิทัลกันเป็นจำนวนมาก และสิ่งนี้เองที่ทำให้วงการประชาสัมพันธ์ต้องปรับตัวตามการเปลี่ยนแปลงของสื่อที่เปลี่ยนไปด้วยเช่นกัน โดยการเปลี่ยนไปสู่ Digital PR ที่จะสามารถตอบโจทย์การทำประชาสัมพันธ์ในปัจจุบัน

ได้มากที่สุด Digital PR เป็นกลยุทธ์ที่ใช้เพื่อเพิ่มการรับรู้แบรนด์โดยใช้เครื่องมือสมัยใหม่ จะสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างตรงจุด รวมถึงการนำเครื่องมือที่ช่วยอำนวยความสะดวกและช่วยให้การดำเนินกิจกรรมประชาสัมพันธ์นั้นเกิดประสิทธิภาพสูงสุด

สำนักประชาสัมพันธ์ สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร ได้มีการปรับกลยุทธ์ในการประชาสัมพันธ์ให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์สำนักงานฯ และนโยบายของรัฐบาลที่จะเป็นรัฐบาล 4.0 โดยการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลมาสนับสนุนการปฏิบัติงานของบุคลากรในการจัดทำคอนเทนต์ (Content) และประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในรูปแบบ Application และเว็บไซต์ เพื่อให้การประชาสัมพันธ์ของสำนักงานฯ เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด

6. ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องด้านการประชาสัมพันธ์

6.1 ทฤษฎีการสื่อสารเชิงปฏิสัมพันธ์ (Communication Theory: Interaction)

การสื่อสารเชิงปฏิสัมพันธ์ เป็นการแสดงให้เห็นถึงการสื่อสารหรือปัจจัยทางการสื่อสาร เป็นเครื่องมือในการสร้างปฏิภิกิริยา คือการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างเนื้อหาข่าวสารกับบุคคล ทฤษฎีนี้มุ่งเน้นแสดงให้เห็นถึงกระบวนการเชื่อมโยงและสัมพันธ์กันระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสาร ซึ่งถูกกำหนด โดยปัจจัยภายในและภายนอก เช่น อารมณ์เจตคติ ความไว้วางใจกัน การยอมรับฟังความคิดเห็นซึ่งกันและกัน ความน่าเชื่อถือ และช่องว่างของระยะห่าง เป็นต้น (กิตติยาพร เสนคราม, ม.ป.ป.) ดังนั้น สารระสำคัญของการสื่อสารเชิงปฏิสัมพันธ์ ประกอบด้วย

6.1.1 การให้ความสำคัญกับกระบวนการเชื่อมโยง ระหว่างผู้รับและผู้ส่งสาร ซึ่งปกติจะมีความสัมพันธ์ด้วยอำนาจภายนอก และมีปัจจัยเกี่ยวข้องหลายอย่าง

6.1.2 การสื่อสารจะขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายด้าน บุคลิกภาพ ความน่าเชื่อของผู้ส่งข่าวสารเป็นตัวกำหนดปฏิภิกิริยาของผู้รับสาร

6.1.3 พฤติกรรมทั้งหลายของคนเป็นผลมาจากพฤติกรรมทางการสื่อสาร

6.1.4 พฤติกรรมต่างๆ ของคนมีอิทธิพลต่อกระบวนการเชื่อมโยงระหว่างผู้รับ และผู้ส่งสาร

จากทฤษฎีดังกล่าวพบว่า งานมวลชนสัมพันธ์ และชุมชนสัมพันธ์นั้นเป็นแขนงหนึ่งของงานประชาสัมพันธ์เป็นการดำเนินการเพื่อสร้างความเข้าใจ และความสัมพันธ์อันดีของประชาชนต่อองค์กร เพื่อส่งเสริมความร่วมมือและเข้ามามีส่วนร่วมในกิจการขององค์กร ทั้งนี้ สิ่งที่สำคัญอันเป็นจุดเริ่มของความสำเร็จในการดำเนินงาน คือ ความเข้าใจทั้งการเข้าใจในธรรมชาติและพฤติกรรมของประชาชนโดยเฉพาะประชาชนกลุ่มเป้าหมาย เพื่อนำความเข้าใจนั้นมาสังเคราะห์เป็นกลยุทธ์สร้างความสัมพันธ์และการมีปฏิสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมายได้อย่างเหมาะสม อย่างไรก็ตาม กระบวนการดำเนินงานมวลชนสัมพันธ์และชุมชนสัมพันธ์นั้นจะต้องอาศัยการสื่อสารที่ดี โดยเฉพาะอย่างยิ่ง

การสื่อสารแบบสองทางซึ่งทั้งสองฝ่ายสามารถโต้ตอบกันและมีปฏิสัมพันธ์กันได้ดีที่สุด ดังนั้น การสื่อสารในลักษณะนี้ถือได้ว่าเป็นการสื่อสารที่มีความเหมาะสม มีประสิทธิภาพและสามารถสร้างสรรค์ ตลอดจนพัฒนาให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ประสบผลสำเร็จได้ด้วยดี

6.2 ทฤษฎีความร่วมมือ

ความร่วมมือมีความสำคัญอย่างยิ่งในการใช้เป็นเครื่องมือในการจัดบริการงานด้านการประชาสัมพันธ์ให้เกิดประสิทธิภาพ ซึ่งจะนำมาสู่การบรรลุผลตามเป้าหมายที่องค์กรได้วางไว้ สำหรับแนวคิดเกี่ยวกับความร่วมมือนั้นได้มีนักวิชาการได้ให้ความหมายของความร่วมมือไว้ดังนี้

Thomson and Perry (2006, p. 20) กล่าวว่า ความร่วมมือเป็นการกระทำหรือกระบวนการของการสร้างการแบ่งปันหรือการค้นพบที่เกี่ยวข้องกับการแบ่งปันเพื่อสร้างคุณค่าใหม่ด้วยการกระทำสิ่งใหม่ๆ ที่แตกต่างจากเดิม โดยการกระทำสิ่งใหม่จำเป็นต้องมีการแลกเปลี่ยนความคิดที่สร้างสรรค์เกิดขึ้น ความแตกต่างบางสิ่งบางอย่างที่เกิดขึ้นจากกระบวนการความร่วมมือ โดยทุกคนต้องร่วมมือกันด้วยการนำความเชี่ยวชาญ งบประมาณ ความสามารถออกมาเพื่อสร้างสรรค์ทีมงาน

ประเวศ วะสี (2543, หน้า 6) ที่กล่าวว่า ความร่วมมือระหว่างภาคีเป็นการประสานความคิด และความร่วมมือระหว่างทุกหน่วยงานของสังคมทั้งในระดับท้องถิ่น ระดับอำเภอ ระดับจังหวัด และระดับชาติ ซึ่งในการจัดการทำแผนพัฒนาระดับชุมชนแต่ละภาคี องค์กรควรกำหนดบทบาทของตนเองให้ชัดเจน โดยภาครัฐควรปรับทัศนคติ และบทบาทจากผู้สั่งการมาเป็นผู้สนับสนุนประชาชน ทั้งในด้านความคิดวิชาการและงบประมาณ สถาบันการศึกษาควรปรับกระบวนการเรียนการสอนการวิจัยให้เอื้อต่อการสนับสนุนกระบวนการพัฒนาชุมชน ภาคเอกชนองค์กรพัฒนาเอกชนควรสนับสนุนงบประมาณ และเทคนิควิชาการที่มีประโยชน์ต่อการทำแผนชุมชนโดยเน้นการร่วมคิดวางแผนติดตาม และร่วมรับประโยชน์ ชุมชนควรค้นหาจุดแข็ง จุดอ่อน ความรู้ความสามารถศักยภาพที่ชุมชนมีอยู่ด้วยตนเอง และสร้างเครือข่ายเพื่อรวมพลังสามัคคี รวมทั้งค้นหาชุมชนที่มีศักยภาพเพื่อเป็นพื้นที่นำร่องสำหรับเรียนรู้ การสร้างความเข้าใจให้เป็นเวทีเรียนรู้ร่วมกัน และองค์กรท้องถิ่นควรปรับกระบวนการทำงานโดยเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้าไปมีส่วนร่วมรับข้อมูล สนับสนุนงบประมาณ ประสานประโยชน์พันธมิตร เพื่อพัฒนาการเรียนรู้ร่วมกัน

กล่าวโดยสรุป ความร่วมมือ หมายถึง การประสานความคิด การแบ่งปันเพื่อสร้างคุณค่าใหม่ด้วยการกระทำสิ่งใหม่ๆ แตกต่างไปจากเดิม โดยมีการแลกเปลี่ยนความคิดที่สร้างสรรค์ระหว่างทุกหน่วยงานของสังคม ทั้งในระดับท้องถิ่น อำเภอ จังหวัดและระดับชาติ เพื่อให้การดำเนินงานประสบความสำเร็จ โดยรูปแบบของความร่วมมือจะมีลักษณะที่แตกต่างกันไปตามบริบทและกิจกรรมที่ปฏิบัติร่วมกัน

6.2.1 การจัดการความร่วมมือ

Agranoff and McGuire (2003) ได้ทำการแบ่งความร่วมมือออกเป็น 6 ประเภท กล่าวคือ

(ก) การจัดการความร่วมมือแบบเป็นระบบ เป็นการเปิดโอกาสให้องค์กรจากภาคส่วนต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นจากภาครัฐ หรือภาคเอกชนเข้ามาร่วมมือกันเพื่อสรรสร้างให้เป้าหมายรวมทั้งภารกิจของกลุ่มประสบความสำเร็จเป็นรูปธรรมขึ้นได้มีการพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน ตลอดจนมีการแบ่งปันทรัพยากรต่างๆ ร่วมกัน มีการปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันดำเนินการปรับเปลี่ยนตนเองเพื่อให้สามารถตอบสนองเป้าหมายที่ได้ร่วมกันมีการวางแผนเชิงกลยุทธ์ร่วมกัน ได้แก่ การระบุพันธกิจ การชี้แจงภารกิจ การประเมินสิ่งแวดล้อมภายใน และภายนอก การระบุกลยุทธ์ และการปฏิบัติงาน และจัดให้มีการเจรจาต่อรองระหว่างองค์การร่วมด้วย

(ข) การจัดการความร่วมมือแบบพยายามป้องกันตนเอง เป็นรูปแบบของความพยายามป้องกันตนเองไม่ให้ถูกผนวกเข้าไปในกระบวนการสร้างความร่วมมือกับองค์กรอื่นๆ

(ค) การจัดการความร่วมมือแบบบนล่างระหว่างหน่วยงาน เป็นรูปแบบการสร้างความร่วมมือกับองค์กรที่อยู่ในระดับต่ำกว่า หรืออยู่ในระดับล่างลงไป รูปแบบความร่วมมือจะเป็นไปในลักษณะของการเสนอข้อมา หรือการสนับสนุนทางการเงิน รวมทั้งทรัพยากรอื่นๆ ที่จำเป็นให้แก่องค์กรระดับล่างเพื่อกระตุ้นให้องค์การดังกล่าวสามารถดำเนินการปฏิบัติงานตามที่ต้องการ ทั้งนี้ ความร่วมมือรูปแบบนี้ยังมีการออกแบบระเบียบการบางอย่างขึ้นมาเพื่อควบคุมการปฏิบัติงานหรือกระตุ้นให้องค์การระดับล่างตอบสนองต่อเจตนารมณ์ด้วย

(ง) การจัดการความร่วมมือแบบผู้ให้และผู้รับ เป็นการสร้างความร่วมมือระหว่างองค์กรที่รับบทบาทเป็นผู้ให้เงินสนับสนุนกับองค์กรที่รับบทบาทเป็นผู้รับเงินสนับสนุน โดยทั้งสององค์กรจะดำเนินงานแบบถ้อยทีถ้อยอาศัยซึ่งกันและกัน และมีการควบคุมกันเอง

(จ) การจัดการความร่วมมือเชิงปฏิกริยา เป็นการสร้างความร่วมมือแบบครั้งคราวเพื่อการปฏิบัติงาน โดยประเด็นที่ถูกพิจารณาว่าเป็นปัจจัยที่ก่อให้เกิดปรากฏการณ์ดังกล่าว ได้แก่

- องค์กรมีอำนาจอิสระและบูรณาภาพที่ทำให้สามารถสร้างขอบเขตขึ้นมาป้องกันตนเองจากอิทธิพลภายนอก หรือจากภัยคุกคามจากภายนอกได้

- การรับเอาการบริหารจัดการแบบแยกฝ่ายบริหารออกจากฝ่ายปฏิบัติการ ส่งผลให้เกิดการพิจารณาว่าการดำเนินงานร่วมกันระหว่างองค์กรที่เปรียบเสมือนฝ่ายบริหารและองค์กรที่เปรียบเสมือนฝ่ายปฏิบัติการแลดูเป็นสิ่งที่จำเป็น และไม่น่าพึงปรารถนา

- มีการพิจารณาว่ากิจกรรมที่จะเกิดขึ้นจากการสร้างความร่วมมือ ไม่ได้อยู่ในขอบเขตภารกิจขององค์กร หรือไม่เกี่ยวข้องกับภารกิจพื้นฐานที่องค์กรต้องรับผิดชอบแต่อย่างใด

6.2.3 กิจกรรมที่เกิดขึ้นระหว่างการสร้างความร่วมมือ

เมื่อองค์การต่างๆ ได้เข้ามาร่วมมือกันแล้ว สิ่งที่จะต้องเกิดขึ้นตามมา คือ กิจกรรมที่ต้องปฏิบัติร่วมกัน สามารถจำแนกประเภทกิจกรรม ที่จะเกิดขึ้นจากการสร้างความร่วมมือ ออกเป็น 5 กิจกรรม ดังนี้ (Agranoff & McGuire, 2003, pp. 69-70)

กิจกรรมที่ 1 การแสวงหาข้อมูล มีการพิจารณาว่าข้อมูลเป็นทรัพยากรที่มีความจำเป็นนอกเหนือจากศักยภาพในด้านอื่นๆ ที่องค์การแต่ละองค์การมีอยู่แล้ว ซึ่งประเภทของข้อมูลที่ควรมีการแสวงหา ประกอบด้วย ลักษณะพื้นฐาน ข้อมูลการปฏิบัติงานขององค์การต่างๆ ข้อมูลการช่วยเหลือทางเทคนิค และข้อมูลการสนับสนุนทางการเงิน

กิจกรรมที่ 2 การแสวงหาการปรับเปลี่ยนเพื่อให้เกิดความเหมาะสม เป็นกิจกรรมที่กระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลงกฎ ระเบียบ หรือบางสิ่งบางอย่างภายในองค์การเพื่อก่อให้เกิดความยืดหยุ่นตลอดจนสร้างการทำงานที่สอดคล้องกัน ทั้งนี้ กิจกรรมนี้จะเกิดขึ้นได้ต้องมี การสร้างความร่วมมือเพื่อระบุแนวทางการปฏิบัติงานร่วมกันก่อนดำเนินการ

กิจกรรมที่ 3 การกำหนดนโยบายและแผนกลยุทธ์ร่วมกัน เป็นกิจกรรมที่อาจอยู่ในรูปของความสัมพันธ์แบบเป็นทางการ เช่น การร่วมกันทำข้อตกลงว่าด้วยการกระจายสินค้าและบริการ หรืออาจเป็นกิจกรรมในรูปแบบความสัมพันธ์แบบไม่เป็นทางการ ทั้งนี้ กิจกรรมดังกล่าวเป็นวิธีการผนวกเอาองค์การต่างๆ เข้าร่วมกระบวนการตัดสินใจเพื่อก่อให้เกิดเป้าหมายที่สอดคล้องกัน

กิจกรรมที่ 4 การแลกเปลี่ยนทรัพยากร เป็นกิจกรรมที่สามารถเห็นได้เด่นชัด เมื่อมีการระบุเป้าหมายร่วมกันเรียบร้อยแล้ว โดยลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างองค์การจะเป็นแบบพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน

กิจกรรมที่ 5 โครงการความร่วมมือ เป็นกิจกรรมที่อาจเกิดขึ้นทั้งในระยะสั้นหรือระยะยาว โดยหลักการแล้วองค์การต่างๆ จะได้รับโอกาสให้เข้ามา ร่วมมือกันเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลที่มีอยู่ รวมทั้งการให้ความช่วยเหลือทางด้านเทคนิคเฉพาะทางร่วมด้วย

6.2.4 ปัจจัยที่ทำให้ความร่วมมือประสบความสำเร็จ

ความร่วมมือจะประสบความสำเร็จได้จึงจำเป็นต้องอาศัยปัจจัยสำคัญหลายประการ ได้แก่ (โกวิทย์ พวงงาม, 2552, หน้า 110)

ประการแรก การมีวิสัยทัศน์ที่มุ่งประโยชน์สาธารณะ ถือเป็นเงื่อนไขสำคัญประการแรก ทั้งนี้ หากผู้บริหารมองเห็นผลประโยชน์ระยะยาวที่ประชาชนจะได้รับจากการร่วมมือกันกับองค์การอื่นโดยจะทำให้ประชาชนในท้องถิ่นตนได้รับบริการที่ดีมีมาตรฐานขึ้นจะทำให้การหารือเพื่อก่อให้เกิดความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนกระทำได้ง่าย

ประการที่สอง “การมีทัศนคติที่ดี” ต่อความร่วมมือของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง เป็นหุ้นส่วนกัน ซึ่งจะเป็นกุญแจสำคัญของความสำเร็จในความร่วมมือ ทัศนคติที่ดีดังกล่าว ได้แก่ การกระตือรือร้นที่จะร่วมมือ ความยืดหยุ่นในการร่วมมือ ความคิดที่จะหาคำตอบต่อปัญหาร่วมกับองค์กรอื่น ความอดทน การให้ทุกฝ่ายมีส่วนร่วม

ประการที่สาม ความสมัครใจ ในขั้นแรกของการริเริ่มความร่วมมือ ควรให้ความสำคัญกับ “ความสมัครใจ” ของทุกฝ่ายที่ร่วมมือกันมากกว่าที่จะพยายามให้ทุกฝ่ายตกลง และลงนามในข้อตกลงอย่างเป็นทางการให้ได้โดยเร็ว ซึ่งจะนำไปสู่ความล้มเหลวมากกว่าที่จะสำเร็จ ดังนั้น ในบางครั้งการร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนอาจเกิดจากการร่วมมือกันอย่างไม่เป็นทางการเป็นเพียงการเจรจาตกลงกันระหว่างผู้บริหารของแต่ละองค์กรเท่านั้นก่อน มิได้มีการลงนามในสัญญาข้อตกลงเป็นสัญญาทางปกครองแต่ประการใด แต่ก็นับเป็นก้าวสำคัญที่จะไปสู่การร่วมมือกันอย่างเป็นทางการที่ยั่งยืนต่อไป หากผู้ที่มีส่วนร่วมเห็นประโยชน์จากความร่วมมืออย่างไม่เป็นทางการนั้น

ประการที่สี่ ความร่วมมืออย่างเป็นหุ้นส่วน นับเป็นอีกเงื่อนไขที่สำคัญ ทั้งนี้ องค์กรที่เข้าร่วมหารือกันเพื่อให้เกิดความร่วมมือกันต้องอยู่บนพื้นฐานของความเสมอภาคเท่าเทียมกัน ไม่ค้ำคึงถึงว่าเป็นท้องถิ่นขนาดใหญ่หรือมีงบประมาณมากกว่าหรือไม่

ประการที่ห้า ความจริงใจ และโปร่งใสในการร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนที่มาร่วมมือกันตั้งแต่เริ่มแรก และในการดำเนินการตามข้อตกลงความร่วมมือ ถือเป็นเงื่อนไขสำคัญอีกเช่นกันเพราะจะนำไปสู่ความเชื่อใจซึ่งกันและกันในขั้นตอนการดำเนินการต่อไป

ประการที่หก การมีข้อมูลข้อเท็จจริงอย่างเพียงพอในการเริ่มความร่วมมือ และดำเนินการความร่วมมือจำเป็นต้องมีข้อมูล ข้อเท็จจริงเกี่ยวกับกิจการที่จะร่วมมือกัน เพียงพอในการตัดสินใจ

6.3 แนวคิดการประสานงาน

นิยามของคำว่า การประสานงาน หมายถึง “การจัดระเบียบวิธีการทำงาน เพื่อให้ทำงาน และเจ้าหน้าที่ฝ่ายต่างๆ ร่วมมือปฏิบัติงานเป็นน้ำหนึ่งใจเดียว ไม่ทำให้งานซ้อนกัน ขัดแย้งกัน หรือภาวะที่เหลื่อมล้ำกัน ทั้งนี้เพื่อให้งานดำเนินไปอย่างราบรื่น สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ และนโยบายขององค์กร อย่างสมานฉันท์ และมีประสิทธิภาพ” (สมิต, 2548)

รัตนภรณ์ ได้ให้ความหมาย การประสานงาน หมายถึง “การติดต่อสื่อสารให้เกิดความคิด ความเข้าใจตรงกันในการร่วมมือปฏิบัติงานให้สอดคล้อง ทั้งเวลา และกิจกรรมที่จะต้องกระทำให้บรรลุวัตถุประสงค์อย่างสมานฉันท์ และมีประสิทธิภาพ เพื่อให้งานดำเนินไปอย่างราบรื่น ไม่เกิดการทำงานซ้ำซ้อน ขัดแย้งกัน หรือเหลื่อมล้ำกัน การประสานงานจึงเป็นกระบวนการหนึ่งของการ

บริหาร และการปฏิบัติงานในหน่วยงานหรือองค์กร ความสำเร็จของการประสานงานขึ้นอยู่กับ
บทบาท และความสามารถของบุคลากร” (รัตนารณ, 2553)

6.3.1 องค์ประกอบของการประสานงาน อาจพิจารณาองค์ประกอบที่สำคัญ ดังนี้

(ก) ความร่วมมือ จะต้องสร้างสัมพันธภาพในการทำงานร่วมกันของทุกฝ่าย โดยอาศัยความเข้าใจหรือการตกลงร่วมกัน มีการรวบรวมกำลังความคิด วิธีการ เทคนิค และระดมทรัพยากรมาสนับสนุนงานร่วมกัน เพื่อให้เกิดความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน เต็มใจที่จะทำงานร่วมกัน

(ข) จังหวะเวลา จะต้องปฏิบัติงานตามบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบของแต่ละคน ตามกำหนดเวลาที่ตกลงกันให้ตรงเวลา

(ค) ความสอดคล้อง จะต้องพิจารณาความเหมาะสมพอดี ไม่ทำงานซ้อนกัน

(ง) ระบบการสื่อสาร จะต้องมีการสื่อสารที่เข้าใจตรงกันอย่างรวดเร็ว และราบรื่น

(จ) ผู้ประสานงาน จะต้องสามารถดึงทุกฝ่ายเข้าร่วมทำงาน เพื่อตรงไปสู่จุดหมายเดียวกันตามที่กำหนดเป็นวัตถุประสงค์ของงาน

6.3.2 วัตถุประสงค์ของการประสานงาน (สมิต, 2548)

การประสานงานเกิดจากความต้องการที่จะให้งานหรือกิจกรรมย่อยๆ ที่จะทำเกิดผลสำเร็จโดยปฏิบัติอย่างสอดคล้องในจังหวะเวลาเดียวกัน ได้ผลงานที่มีคุณภาพตามมาตรฐานที่เป็นไปตามข้อกำหนด ประหยัดเวลา และทรัพยากรในการปฏิบัติงาน ก่อนการประสานงานควรกำหนดความต้องการให้แน่ชัดว่าจะประสานงานให้เกิดอะไรหรือเป็นอย่างไร หรือจะทำให้ได้ผลรับอย่างไร เพราะหากว่าไม่มีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนก็อาจจะประสานงานไปผิดจากที่ควรจะเป็น โดยทั่วไปการประสานงานเน้นวัตถุประสงค์เฉพาะ ดังนี้

(ก) เพื่อแจ้งให้ผู้ซึ่งมีส่วนเกี่ยวข้องทราบ

(ข) เพื่อรักษาไว้ซึ่งความสัมพันธ์อันดี

(ค) เพื่อขอคำยินยอมหรือความเห็นชอบ

(ง) เพื่อขอความช่วยเหลือ

(จ) เพื่อขจัดข้อขัดแย้งอันอาจมีขึ้น

6.3.3 ปัจจัยในการประสานงาน

ปัจจัยที่จำเป็นต่อการประสานงานไม่ว่าจะเป็นองค์การหรือหน่วยงานประเภทใดมีปัจจัยที่สำคัญ ดังนี้

(ก) คน หมายถึง ผู้ซึ่งจะทำให้งานเป็นผลขึ้นมา การประสานงานที่แท้จริง คือ การประสานคนให้ร่วมใจร่วมกำลังงานด้วยการนำเอาความสามารถของคนมาทำให้เกิดผลงานในจุดมุ่งหมาย

เดียวกัน ความสามารถของคนพิจารณาได้สองด้าน คือ ทางด้านความรู้และด้านความสัมพันธ์กับผู้อื่น ผู้ประสานงานต้องมีความรู้ความสามารถและการมองการไกล มีมนุษยสัมพันธ์ มีทัศนคติที่ดีต่อกัน ผู้ร่วมงานทุกฝ่ายเข้ากันได้ดี มีการพบปะหารือกันอยู่เสมอ

(ข) เงิน หมายถึง ตัวเงิน และสิ่งอื่นซึ่งสามารถใช้เป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนได้ในการประสานงานจะต้องมีกำลังเงินสนับสนุนการปฏิบัติงาน

(ค) วัสดุ หมายถึง สิ่งของเครื่องมือและเครื่องใช้ต่างๆ ในการประสานจะต้องมีวัสดุอุปกรณ์ช่วยในการประสานงานอย่างพอเพียง

(ง) วิธีการทำงาน หมายถึง การบริหารงานให้บรรลุผลสำเร็จตามจุดประสงค์ที่กำหนดเป็นเป้าหมายไว้ มีการกำหนดอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบให้ชัดเจน มีการมอบหมายงาน และการควบคุมงาน การติดต่อสื่อสารดีสำหรับเรื่องที่จะมีการประสานงานนั้นอาจมีความหลากหลายซึ่งต้องพิจารณารูปแบบของการประสานงานให้เหมาะสม โดยทั่วไปมีสิ่งที่จะต้องคำนึงถึงในการประสานงานในแต่ละกรณี ดังต่อไปนี้

1. วัตถุประสงค์ การประสานงานเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์จะต้องอาศัยความร่วมมือและจังหวะเวลาในการปฏิบัติจากผู้เกี่ยวข้องหลายฝ่าย ตัวอย่างเช่น งานกฎหมายส่วนว่าคดีของธนาคาร ในการเตรียมฟ้องจะต้องประสาน เพื่อขอเอกสาร และขอความร่วมมือให้จัดทำการ์ดบัญชีมาเป็นเอกสารพยาน ตรวจสอบความครบถ้วน และความถูกต้องในการคิดคำนวณดอกเบี้ยตามกฎหมาย ในประการสำคัญจะต้องส่งมาให้ทันกำหนดเพื่อจะได้ไม่ต้องเลื่อนฟ้องและทนายความมีเวลาตรวจสอบความถูกต้องในทางกฎหมายได้

2. กระบวนการ การประสานงานในเรื่องที่มีขั้นตอนการปฏิบัติอย่างเป็นทางการจะต้องกระทำให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ซึ่งเป็นสิ่งที่ต้องระมัดระวังอย่างยิ่ง เนื่องจากงานที่มีวัตถุประสงค์ดีแต่มีการปฏิบัติผิดขั้นตอนก็จะทำให้ไม่ได้รับผลตามต้องการ ตัวอย่างเช่น การจัดให้พนักงานร่วมบริจาคโลหิตเพื่ออุทิศถวายเป็นพระราชกุศลเป็นกิจกรรมซึ่งมีวัตถุประสงค์ที่ดีจะต้องดำเนินการเชิญชวนพนักงานให้ร่วมบริจาคโลหิตด้วยการประสานงานกับศูนย์รับบริจาคโลหิตในการกำหนดวัน เวลา และสถานที่ ให้เหมาะสม มีความสะดวกทั้งทางหน่วยงานต่างๆ ที่จะอนุญาตให้พนักงานละจากหน้าที่มาบริจาคโลหิตและพนักงานผู้บริจาคเองจะเกิดความสะดวก ในขั้นตอนต่อไปก็ต้องแจ้งเชิญชวนให้พนักงานทราบกำหนดวัน เวลา และสถานที่ จะต้องติดต่อขออนุญาตฝ่ายสถานที่และขอความร่วมมือในการจัดสถานที่ล่วงหน้า ติดต่อฝ่ายอาหารเพื่อจัดเลี้ยงอาหารว่าง และเครื่องดื่มเพื่อให้เกิดความพร้อมในทุกภาคส่วน

3. เจ้าหน้าที่กับเจ้าหน้าที่การประสานงานระหว่างคนต้องคำนึงถึงความเข้าใจ และความรู้สึกที่ดีต่อกันในเบื้องต้นจะต้องมีการยอมรับระหว่างกันเพื่อจะได้มีทัศนคติที่ดีต่อกัน ความร่วมมือก็จะเกิดตามมา เจ้าหน้าที่ซึ่งรับผิดชอบในงานที่ต้องร่วมกันทำเป็นทีมก็จะต้องให้ความร่วมมือกันโดยลักษณะของการทำงานอยู่แล้วแต่เจ้าหน้าที่ซึ่งอยู่ต่างหน่วยงานกันมักจะเข้าใจว่าอยู่ต่างทีมงานกันแต่ที่จริงผู้ซึ่งอยู่ต่างหน่วยงานกันแต่ต้องติดต่อประสานงานกันคือเป็นทีมงานเดียวกัน ทั้งนี้ ต้องทำความเข้าใจวัตถุประสงค์ให้ตรงกันและรู้บทบาทหน้าที่ของตนในงานที่จะประสานกัน มีความร่วมมือให้แก่กัน เช่น การประสานงานในการย้ายสำนักงาน ก็จะต้องทำความเข้าใจกันระหว่างเจ้าหน้าที่ของสถานที่เดิมกับเจ้าหน้าที่ของสถานที่ใหม่ มีการตกลงในเรื่อง วัน เวลา และชี้แจงข้อมูลอันจำเป็นให้แก่กันเพื่อจะได้เกิดความเข้าใจและมีความรู้สึกที่ดีต่อกัน

4. หน่วยงานต่อหน่วยงาน ตัวอย่างเช่น การรับงานออกแบบจากฝ่ายศิลป์ของบริษัทส่งให้ทางโรงพิมพ์ แก๊สทำเพลท นำกลับมาให้ฝ่ายศิลป์ปรับสี และส่งให้ผู้บริหารอนุมัติการจัดพิมพ์ และบรรจุหีบห่อให้เรียบร้อย จัดส่งให้แก่หน่วยงานต่างๆ ตามกำหนดเวลาที่ได้ตกลงกัน เพื่อให้หน่วยงานต่างๆ จัดส่งถึงลูกค้าต่อไป

5. นโยบายกับวิธีปฏิบัติ นโยบายถูกกำหนดขึ้นโดยฝ่ายจัดการ หรือผู้บริหารสูงสุด การปฏิบัติด้วยวิธีการใดๆ จะต้องไม่ขัดกับนโยบายแม้จะให้ผลตรงตามวัตถุประสงค์ และบรรลุเป้าหมาย เช่น การให้สินเชื่อของธนาคาร ซึ่งกำหนดนโยบายไว้ว่าจะไม่ส่งเสริมการสร้างอาคารชุด เพราะถ้ามีธุรกิจอาคารชุดมากเกินไปความจำเป็น เมื่อประชาชนไม่ต้องการที่อยู่อาศัยในลักษณะนี้ธุรกิจก็จะไม่สามารถใช้หนี้คืนธนาคารได้ ดังนั้น สาขาของธนาคารจะต้องไม่ให้การอนุมัติสินเชื่อแก่ธุรกิจอาคารชุดแม้ว่าจะเป็นวิธีการที่ทำให้ยอดวงเงินสินเชื่อเข้าเป้า

6. นโยบายกับการปฏิบัติ มีการประสานนโยบาย อันได้แก่ หลักการที่กำหนดไว้ล่วงหน้าเพื่อใช้เป็นกรอบหรือแนวทางปฏิบัติ ซึ่งจะต้องทำให้ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายได้รับรู้ มีความเข้าใจ และปฏิบัติได้ถูกต้องตรงกัน เป็นการประสานนโยบายกับการปฏิบัติ

7. การปฏิบัติกับการปฏิบัติ ในการประสานงานใดจะมีการปฏิบัติหลายกิจกรรมซึ่งแต่ละกิจกรรมก็จะดำเนินไปในแนวทางที่จะให้เกิดประสิทธิผลอย่างมีประสิทธิภาพ และประหยัด แต่ถ้าไม่มีการประสานการปฏิบัติก็อาจจะไม่สอดคล้องกันและไม่ถูกจังหวะเวลาเป็นผลให้ งานโดยรวมเสียหายได้ ทั้งนี้ จะต้องประสานวัตถุประสงค์และนโยบายตามแผนงานโดยพิจารณาถึงระเบียบวิธีปฏิบัติงาน การใช้เวลา วัสดุอุปกรณ์ กำลังคน กำลังเงิน และวิธีการสื่อสาร

6.3.4 ปัญหาในการประสานงาน (จักรวาล, 2561, หน้า 269)

การปฏิบัติงานในองค์กรไม่ว่าจะเป็นองค์กรภาครัฐ ภาคเอกชนหรือหน่วยงานใด ปัญหาที่เกิดจากการการประสานงานระหว่างกัน เช่น ระหว่างผู้บังคับบัญชากับผู้ใต้บังคับบัญชา ระหว่างเพื่อนร่วมงานในระดับเดียวกัน หรือระหว่างหน่วยงานก็ตาม เป็นต้น มักมีสาเหตุของปัญหาที่แท้จริงมาจากคนทั้งสิ้น ซึ่งพอสรุปได้เป็น 4 ประการ คือ

(ก) การเสียสละ ช่วยเหลือ เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ แบ่งปัน ให้ความรู้ ให้คำแนะนำ ที่เป็นประโยชน์แก่เพื่อนร่วมงานในการปฏิบัติหน้าที่ หรือการแสดงความคิดเห็น การมีส่วนร่วม การแก้ไขปัญหา ข้อมูลในการทำงาน ความจริงใจต่อกันทั้งต่อหน้าและลับหลัง ยังมีการปฏิบัติต่อกันน้อย จึงเป็นเหตุทำให้การประสานงานในการปฏิบัติหน้าที่ในด้านต่างๆ ไม่ประสบผลสำเร็จ

(ข) การใช้ปัญหาในการสื่อสารระหว่างกัน ไม่ว่าจะเป็นการพูดด้วยถ้อยคำ หรือปฏิบัติอย่างสุภาพไพเราะ อ่อนหวานอย่างมีประโยชน์กับเพื่อนร่วมงานด้วยความจริงใจยังมีการปฏิบัติต่อกันน้อย เนื่องจากบางครั้งมีการใช้คำพูดที่หยาบคาย พูดโกหก พูดส่อเสียด พูดเพื่อเจ้าหาสาระไม่ได้ จึงเป็นเหตุทำให้การประสานงานในการปฏิบัติหน้าที่ในด้านต่างๆ ไม่ประสบผลสำเร็จ

(ค) การประพฤติปฏิบัติในสิ่งที่เป็นประโยชน์แก่เพื่อนร่วมงานด้วยความเต็มใจ การให้ข้อเสนอแนะ ข้อมูลข่าวสาร ไม่ว่าจะเป็นได้รับการร้องขอหรือไม่ก็ตาม ยังมีการปฏิบัติต่อกันน้อยมีอคติต่อกัน จึงเป็นสาเหตุทำให้เกิดปัญหาในการปฏิบัติงานร่วมกัน

(ง) การประพฤติปฏิบัติตนขาดความเสมอต้นเสมอปลาย มีความเหลื่อมล้ำกัน แบ่งแยกแบ่งกลุ่ม เลือกรักมักที่ซัง ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของการปฏิบัติหน้าที่การทำงานหรือเรื่องส่วนตัว

7. การศึกษาเปรียบเทียบรัฐสภาต่างประเทศด้านการประชาสัมพันธ์ และเผยแพร่ความรู้

7.1 รัฐสภาสหราชอาณาจักร (UK Parliament)

7.1.1 การเผยแพร่ความรู้พื้นที่ต่างๆ (Outreach)

ทีม Outreach จะออกพบประชาชน นักเรียน นักศึกษา เพื่อเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับการปกครองระบอบประชาธิปไตยในระบบรัฐสภา อาทิ กระบวนการนิติบัญญัติของรัฐสภา อำนาจหน้าที่ของรัฐสภา เป็นการส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต (Life Long Learning) ในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับรัฐสภา และความเป็นพลเมือง โดยทีม Outreach ดำเนินงานในรูปแบบต่างๆ ประกอบด้วย

(ก) Schools and Colleges สำหรับอายุ 7-14 ปี เจ้าหน้าที่เดินทางไปพบเด็ก และเยาวชนในโรงเรียน เพื่อเผยแพร่ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับรัฐสภา

(ข) Assembly สำหรับนักเรียนอายุ 14-16 ปี เจ้าหน้าที่เดินทางไปพบเด็กและเยาวชนที่โรงเรียนเพื่อจัดกิจกรรมประชุม รวมกลุ่ม แลกเปลี่ยนความคิดเห็น เพื่อเผยแพร่ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับรัฐสภา

(ค) Workshop สำหรับนักเรียนอายุ 14-16 ปี เจ้าหน้าที่เดินทางไปพบเด็กและเยาวชนที่โรงเรียนเพื่อจัดกิจกรรมเผยแพร่ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับรัฐสภา กิจกรรมที่ดำเนินการได้แก่

- Campaign for Change
- Elections and Voting
- Laws and Debating สำหรับประชาชนในชุมชนและเยาวชน โดยกิจกรรมที่ดำเนินการ ได้แก่
 - People, Power, and UK Parliament : An Introduction
 - Are you influential? Get your voice heard in UK Parliament
 - Empower! for adults with learning disabilities
 - Learn Live การเผยแพร่ความรู้ในรูปแบบออนไลน์ ได้แก่
 - Votes for women สำหรับนักเรียน อายุ 7-14 ปี
 - How laws are made สำหรับนักเรียน อายุ 7-14 ปี
 - Campaigning สำหรับนักเรียน อายุ 7-14 ปี
 - The budget สำหรับนักเรียน อายุ 14-16 ปี

การดำเนินงานของ Outreach ได้ส่งเสริมการมีส่วนร่วมตามระบอบประชาธิปไตยในรูปแบบการเรียนรู้วิธีการแสดงความคิดเห็นในชุมชนของตน กลุ่มเป้าหมายเป็นคนในชุมชนรวมทั้งเยาวชนในชุมชน (Community and youth groups) ได้แก่

- จัดสัมมนา และการประชุม เพื่อกระตุ้นให้เกิด Active citizenship ในโรงเรียนและมหาวิทยาลัยต่างๆ กลุ่มเป้าหมายเป็นนักเรียน และนักศึกษา (Schools and colleges)
- การเรียนรู้ผ่านระบบออนไลน์ (Online Sessions) กลุ่มเป้าหมายเป็นประชาชนทั่วไปกิจกรรมต่างๆ ของรัฐสภาอังกฤษ สามารถลงทะเบียนเข้าร่วมกิจกรรมได้ในทุกๆ เดือน โดยจะได้รับข่าวประชาสัมพันธ์ที่เป็นข้อมูลล่าสุด และเป็นช่องทางที่รัฐสภาอังกฤษได้สร้างโอกาสในการเรียนรู้ และการมีส่วนร่วมให้กับสังคม

จึงกล่าวได้ว่าการดำเนินงานของ Outreach เป็นการให้ความรู้และเปิดโอกาสให้กับประชาชนหรือเยาวชนทั่วประเทศได้เกิดภาวะเรียนรู้ในกระบวนการดำเนินงานของฝ่าย

นิติบัญญัติและกระบวนการที่ประชาชนทั่วไปสามารถแสดงความคิดเห็นผ่านไปยังฝ่ายนิติบัญญัติ ซึ่งเป็นเรื่องที่สำคัญต่อกระบวนการประชาธิปไตยพื้นฐานของประชาชน ด้วยเหตุนี้ ทีม Outreach จึงได้จัดทำกิจกรรมและการฝึกอบรมเพื่อสนับสนุนการแสดงความคิดเห็นต่างๆ ของภาคประชาชนต่อสาธารณชนซึ่งเป็นการสัมมนาที่เปิดโอกาสให้กับการแสดงความคิดเห็นในประเด็นที่หลากหลาย โดยเห็นความสำคัญของทุกประเด็นที่ประชาชนต้องการแสดงความคิดเห็นต่อสาธารณชน การดำเนินงานของทีม Outreach ยังเป็นการให้ความช่วยเหลือต่อสังคมเพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจในประชาธิปไตยของอังกฤษผ่านการทำกิจกรรมที่หลากหลายซึ่งตรงกับความต้องการของสังคมกลุ่มต่างๆ

7.1.2 UK Parliament Week

เป็นกิจกรรมการพบปะประชาชน นักเรียน นักศึกษา ในพื้นที่ต่างๆ ทั่วประเทศ โดยในกิจกรรมจะมีทั้งข้อคำถาม การอภิปราย การยื่นเรื่องราวร้องทุกข์ การรณรงค์ประเด็นต่างๆ อาทิ ด้านการเมืองการปกครองในระบอบประชาธิปไตย การมอบอำนาจต่อประชาชน และการทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่างๆ โดยมีการจัดทำสื่อในรูปแบบต่างๆ มีทั้งคลิปวิดีโอ การแสดงความคิดเห็นผ่านสื่อออนไลน์ การโหวต การประชุมกลุ่ม การเลือกตั้งกรรมการนักเรียน รวมทั้งการพบปะของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร และสมาชิกวุฒิสภา เป็นต้น ซึ่งนอกจากการลงทะเบียนเข้าร่วม Parliament Week ซึ่งอาจได้รับสิ่งต่างๆ มากมายแล้ว ยังมีรูปแบบอื่นๆ ที่เป็นแหล่งเรียนรู้ และเข้าร่วมกิจกรรมกับรัฐสภาอังกฤษ ได้แก่

(ก) VDO เป็นรูปแบบการแสดงความคิดเห็นผ่านวิดีโอในเรื่องของแต่ละบุคคล เพื่อให้สาธารณชนได้รับรู้ผ่านช่องทางของสื่อรัฐสภา เช่น สิทธิของผู้พิการ ซึ่งผู้พิการอาจนำเสนอในรูปแบบวิดีโอในประเด็นที่ตนต้องการ ผ่านมายังรัฐสภา

(ข) Colouring Book เป็นการเรียนรู้ประวัติศาสตร์ความเป็นมาของรัฐสภาอังกฤษผ่านการระบายสีตามรูปที่มีให้เลือก เช่น ห้องประชุมสภา โดยการโหวตครั้งแรกของผู้หญิงใช้สิทธิเลือกตั้งในปี ค.ศ. 1918 (พ.ศ. 2461) สำหรับการแบ่งแยกอำนาจของรัฐสภาในปี ค.ศ. 1998 ได้มีการกระจายอำนาจไปสู่ Scotland (Scottish Parliament) Wales (National Assembly for Wales) และ Northern Ireland (Northern Ireland Assembly) หรือรูปภาพของ Magna Carta ซึ่งเป็นกฎหมายฉบับแรกของอังกฤษ ในปี ค.ศ. 1215 (พ.ศ. 1758) โดยกษัตริย์ King John เป็นผู้ลงนามในกฎหมายซึ่งมีจำนวน 63 มาตรา เป็นการออกกฎหมายครั้งแรกที่กษัตริย์ต้องอยู่ภายใต้กฎหมาย

7.1.3 Learning Resources

การจัดทำแหล่งข้อมูลในการเรียนรู้ที่สามารถใช้สำหรับการเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมของรัฐสภา โดยเพียงสมัครลงใน UK Parliament Week ก็จะได้รับอุปกรณ์สนับสนุนกิจกรรมการเรียนรู้ ซึ่งมีรูปแบบต่างๆ ได้แก่

(ก) A Fab Kit Packed (อุปกรณ์รูปแบบต่างๆ เช่น คุกกี้ กล้องเลือกตั้ง เป็นต้น)

(ข) Video:

- Teach UK Parliament (ให้ความรู้เกี่ยวกับรัฐสภาอังกฤษ)

- Empower (วิดีโอที่แสดงพลังของคนในชุมชนในกลุ่มพิเศษของสังคมที่มีความบกพร่อง เช่น การได้ยิน)

- Yours Story หรือ Our History (เป็นการแสดงในวิดีโอให้เห็นว่ารัฐสภาอังกฤษมีผลกระทบต่อชีวิตที่สะท้อนมายังกลุ่มหรือประชาชนอย่างไร)

7.1.4 Learning Programme

(ก) Peers in Schools โรงเรียนต่างๆ สามารถขอให้สมาชิกวุฒิสภาเข้าไปพบปะเพื่อรับฟังข้อคิดเห็น หรือการทำงานต่างๆ ของเด็ก และเยาวชนที่มีอายุระหว่าง 14-18 ปี

(ข) Parliamentary Studies Module เป็นการเผยแพร่ความรู้ร่วมกันระหว่างมหาวิทยาลัย และรัฐสภา ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการดำเนินงานของฝ่ายนิติบัญญัติ

(ค) Youth Select Committee (YSC)

House of Commons หรือสภาผู้แทนราษฎรเป็นผู้สนับสนุน YSC โดยมีจำนวน 11 คณะกรรมาธิการ สมาชิกมีอายุระหว่าง 15-18 ปี รวมทั้งสมาชิกของรัฐสภาเยาวชนของอังกฤษ (the UK Youth Parliament) สภาเยาวชน (Youth Councilors) และผู้แทนเยาวชนจากชาติต่างๆ ใน UK (British, Scottish, Welsh, Irish) โดย YSC จะได้รับการฝึกอบรมที่เกี่ยวข้องจากเจ้าหน้าที่ของรัฐสภาร่วมกับเจ้าหน้าที่จากสภาเยาวชนของอังกฤษ

YSC เป็นการเปิดโอกาสให้เยาวชนได้เข้ามาตรวจสอบข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับสาธารณสุข และสามารถยื่นข้อเสนอในประเด็นอื่นที่เยาวชนสนใจหรือมีความเกี่ยวข้อง

(ง) Equali Teas เป็นการส่งเสริมให้ชุมชนต่างๆ สร้างความร่วมมือกันเพื่อเข้ามามีส่วนในการแลกเปลี่ยนแสดงความคิดเห็นหรือติเบตซึ่งเป็นการดำเนินงานที่ต่อเนื่องไปถึงปี ค.ศ. 2028 นอกจากนี้ รัฐสภาอังกฤษยังได้มีการจัดทำแบบฟอร์มในการมีส่วนร่วมสำหรับกิจกรรมของรัฐสภา (Community Workshops and Presentation Request Form) โดยข้อมูลดังกล่าวจะไม่ถูกเปิดเผยต่อสาธารณสุขเพื่อนำไปเป็นข้อมูลติดต่อส่วนบุคคลระหว่างเจ้าหน้าที่รัฐสภาและผู้ขอเข้าร่วมกิจกรรมกับรัฐสภา

7.1.5 การเยี่ยมชม (Visit)

การเข้าชมรัฐสภาสามารถเข้าชมได้เป็นกลุ่มคณะหรือครอบครัว โดยการลงทะเบียนขอเข้าชมผ่านระบบออนไลน์

การวางแผนเข้าชมรัฐสภาสามารถ Download แผนที่ และเส้นทางสำหรับการเดินทางสู่รัฐสภา ทั้งการเดินทางโดยรถไฟ รถไฟฟ้าใต้ดิน รถบัส เรือ การเดิน จักรยาน รถทัวร์

และรถยนต์ส่วนบุคคล รวมทั้งการเข้าเยี่ยมชมของผู้พิการต่างๆ ซึ่งได้มีวิดีโอแนะนำประกอบการเข้าเยี่ยมชม ยกตัวอย่างการดำเนินงาน เช่น

(ก) กิจกรรมการพบปะพูดคุย (Public Talks and Events)

เป็นรูปแบบของการพบปะพูดคุยในประเด็นที่น่าสนใจ อาทิ ประเด็นด้านกฎหมายที่มีผลกระทบต่อสังคมยาวนาน ซึ่งการพบปะเป็นรูปแบบการซื้อตั๋วเข้าร่วมงานซึ่งจะได้รับฟังการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างสมาชิกรัฐสภา และประชาชนที่สนใจต่อประเด็นที่พูดคุยในวันนั้นซึ่งเป็นการจัดในสถานที่ต่างๆ ในพื้นที่ของรัฐสภา

(ข) ทัวร์เสมือนจริง (Virtual tour)

การเยี่ยมชมทั้งสภาผู้แทนราษฎรและวุฒิสภาในรูปแบบทัวร์เสมือนจริง (Houses of Parliament 360 Degree Virtual Tour) และการเยี่ยมชม Women and Parliament เหตุการณ์ประวัติศาสตร์ในเรื่องการเรียกร้องสิทธิของสตรีในทางการเมืองตั้งแต่ ค.ศ. 1700 จนกระทั่งปัจจุบัน

(ค) Teacher training

เป็นรูปแบบการฝึกอบรมสำหรับครูหรือเยาวชนที่ต้องการรับการฝึกอบรมด้าน Active Citizenship กฎหมายหรือกระบวนการตรากฎหมาย ความรู้เกี่ยวกับรัฐสภา มนุษยชน และวิชาภาษาอังกฤษ เป็นต้น

7.2 รัฐสภาเยอรมัน (German Bundestag)

7.2.1 การเยี่ยมชม (Visit)

(ก) อนุญาตให้เข้าเยี่ยมชมรัฐสภาตั้งแต่อายุ 15 ปี ขึ้นไป

(ข) การเข้าเยี่ยมชมต้องแจ้งล่วงหน้าออนไลน์ โดยให้เลือกวันเข้าชมอย่างน้อย 3 วันที่สามารถเข้าเยี่ยมชมได้ เพราะมีความต้องการเข้าเยี่ยมชมจำนวนมาก

(ง) เยี่ยมชมโตม ซึ่งสามารถมองเห็นทั้งรัฐสภา ทำเนียบรัฐบาล และวิวเมืองเบอร์ลิน โดยใช้เวลาเข้าชมโตมรอบละ 45 นาที

7.2.2 การเผยแพร่ความรู้ในพื้นที่ต่างๆ (The Bundestag on The Move)

เป็นรถเคลื่อนที่เพื่อเผยแพร่ความรู้และข้อมูลข่าวสารของรัฐสภาเยอรมัน ทั้งในกระบวนการดำเนินงานของฝ่ายนิติบัญญัติ อ่างานหน้าที่ ฯลฯ โดยมีเจ้าหน้าที่คอยให้คำแนะนำ โดยในรถมีทั้งภาพยนตร์ การแนะนำวิธีการเยี่ยมชมรัฐสภาผ่านทางเว็บไซต์ รวมทั้งอุปกรณ์ต่างๆ สามารถใช้ได้ฟรี โดยกลุ่มนักเรียนนักศึกษาสามารถลงทะเบียนเพื่อเข้าชมวิถีทัศน์เกี่ยวกับการทำงานของรัฐสภาในรถเคลื่อนที่ดังกล่าว ซึ่งการให้บริการของรถเคลื่อนที่นี้จะเดินทางไปตามเมืองต่างๆ ตามวัน เวลา และสถานที่ที่กำหนดซึ่งสามารถตรวจสอบตารางเดินทางของรถเคลื่อนที่ได้จากเว็บไซต์ของรัฐสภา ยกตัวอย่างการดำเนินงาน เช่น

(ก) การจัดนิทรรศการเคลื่อนที่ (Mobile Exhibition) นิทรรศการเคลื่อนที่จะจัดแสดงตามที่ประชาชนในเขตพื้นที่นั้นๆ ร้องขอ โดยเป็นการนำเสนอการทำงานของรัฐสภา ประกอบด้วย บอร์ดแสดงนิทรรศการ จำนวน 21 บอร์ด พร้อมด้วยภาพยนตร์ที่จัดฉายในพื้นที่นิทรรศการและคอมพิวเตอร์ 2 เครื่องให้สามารถเข้าเว็บไซต์รัฐสภาเพื่อการเรียนรู้หรือเยี่ยมชม รวมทั้งการมีเจ้าหน้าที่คอยให้คำแนะนำประจำบูธนิทรรศการ กลุ่มนักเรียนนักศึกษาสามารถลงทะเบียนเพื่อเข้าชมการจัดแสดงนิทรรศการเพื่อศึกษากระบวนการดำเนินงานและภารกิจของรัฐสภา ซึ่งผู้ที่ต้องการเข้าชมนิทรรศการสามารถหาข้อมูลผ่านระบบออนไลน์ในวันเวลา และสถานที่ของการจัดนิทรรศการในพื้นที่ต่างๆ

(ข) Consumer Fairs เป็นการพบปะประชาชนในพื้นที่ เพื่อรับฟังความคิดเห็น และการพูดคุยแลกเปลี่ยนปัญหาต่างๆ ในพื้นที่ของตนกับสมาชิกรัฐสภาหรือคณะกรรมการภายใน communication stand ซึ่งสามารถยื่นข้อร้องเรียนต่อคณะกรรมการดังกล่าว ที่บางครั้งได้ร่วมกับการจัดงานในพื้นที่นั้น ทั้งนี้ โดยปกติจะเป็นเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำ การปรึกษาในปัญหาต่างๆ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็น รวมทั้งการให้ความรู้ในระบบงานรัฐสภา อำนาจหน้าที่ ฯลฯ จากการบรรยายของเจ้าหน้าที่ ซึ่งนักเรียนนักศึกษาสามารถลงทะเบียนเพื่อขอเข้าร่วมงาน หรือขอร่วมแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับสมาชิกรัฐสภาหรือคณะกรรมการใน communication stand และสามารถใช้อุปกรณ์ต่างๆ ที่จัดให้ในงานสำหรับการเผยแพร่ความรู้ และข้อมูลข่าวสารของรัฐสภา consumer fairs เป็นการจัดงานในพื้นที่ต่างๆ ทั่วประเทศ ซึ่งสามารถหาข้อมูลผ่านระบบออนไลน์ในวันเวลา และสถานที่ของการจัดงาน เพื่อเข้าร่วมกิจกรรม

(ค) Orders Service for Flyers and Publications

รัฐสภาได้จัดเตรียมเอกสารแจกทั้งด้านการเผยแพร่ความรู้ และประชาสัมพันธ์ข่าวสารเกี่ยวกับรัฐสภาในภาษาอังกฤษ ซึ่งสามารถส่งผ่านทางอีเมล หรือสามารถ download ในรูปแบบไฟล์ pdf ฟรี

7.2.3 Service

การติดต่อกับรัฐสภาสามารถกระทำได้โดยผ่านระบบออนไลน์ ซึ่งได้จัดทำเป็นรูปแบบฟอร์มให้กรอก รวมทั้งสามารถแจ้งข้อมูลต่างๆ ได้ตามที่ต้องการ ในกรณีที่มีข้อคำถามก็จะมีเจ้าหน้าที่ตอบกลับซึ่งข้อมูลต่างๆ จะถูกเก็บไว้เพียง 14 วัน ยกตัวอย่างการดำเนินงาน เช่น

(ก) Media Centre

เป็นศูนย์การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในการทำงานของรัฐสภาทั้งในการประชุมสภา และประชุมคณะกรรมการ รวมทั้งการประชุมอื่นที่สมาชิกรัฐสภาเข้าไปเกี่ยวข้อง หรือการพูดคุยแลกเปลี่ยนประเด็นในระดับนานาชาติที่เกี่ยวข้องกับรัฐสภาเยอรมัน โดยใช้สถานที่ใน

รัฐสภา นอกจากนี้ ยังได้จัดทำสื่อเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับระบอบประชาธิปไตยในรูปแบบอื่น เช่น ภาพยนตร์ที่แสดงให้เห็นถึงเหตุการณ์สำคัญๆ หรือบุคคลสำคัญ ฯลฯ

(ข) The Press Documentation Division of the German Bundestag

เป็นส่วนที่ดำเนินงานในการเก็บข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับการทำงานของสมาชิกรัฐสภา ทั้งในการประชุม และในกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องในประเด็นทางการเมือง เศรษฐกิจ และวัฒนธรรม ซึ่งได้มีการผลิตสื่อดังกล่าวเป็นประจำทุกๆ วันทำการของรัฐสภา โดยจัดทำทั้งในรูปแบบเอกสารและข้อมูลสำหรับการสืบค้นเพื่อให้บริการแก่สมาชิกรัฐสภา อย่างไรก็ตามเอกสารที่ผลิตขึ้นเป็นข้อมูลภายในที่ยังไม่มีการนำเผยแพร่ต่อสาธารณชน ซึ่งเป็นส่วนการทำงานเฉพาะภายในรัฐสภาและสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ภายใต้ข้อจำกัด

7.3 รัฐสภาออสเตรเลีย (Parliament of Australia)

7.3.1 Visit

(ก) Schools

นักเรียนในระดับชั้นประถม และมีอายุสามารถเข้าชมรัฐสภาเป็นกลุ่มของโรงเรียน โดยเจ้าหน้าที่จะนำชมทั้งในส่วนของผู้แทนราษฎร และวุฒิสภา รวมทั้งนิทรรศการที่จัดไว้ในรัฐสภา ซึ่งใช้เวลาเข้าชมประมาณ 1 ชั่วโมง โดยเป็นส่วนของ Parliamentary Education Office (PEO) ซึ่งให้ความรู้เกี่ยวกับกระบวนการตรากฎหมายตามระบอบประชาธิปไตย นอกจากนี้ นักเรียนนักศึกษายังได้มีโอกาสเข้าเยี่ยมชม the Queen's Terrace Gallery และมีโอกาสได้พบกับสมาชิกรัฐสภาผู้แทนราษฎร หรือสมาชิกวุฒิสภา ซึ่งอาจใช้เวลาเข้าพบและพูดคุยกับสมาชิกประมาณครึ่งชั่วโมง

กระบวนการเข้าชมที่รัฐสภาต้องจองล่วงหน้าประมาณ 2 ปี ผ่านระบบออนไลน์ เนื่องจากมีการขอเข้าชมสถานที่เป็นจำนวนมาก ทั้งนี้ การเดินทางมายังรัฐสภา (เมือง Canberra) นั้น The Parliament and Civics Education Rebate (PACER) ซึ่งเป็นรัฐบาลออสเตรเลียได้ให้การสนับสนุนค่าใช้จ่ายสำหรับนักเรียนในระดับเกรด 4-12 ในกลุ่มของโรงเรียนที่เดินทางมาเข้าชมรัฐสภา โดยสามารถเข้าชมรัฐสภาเฉพาะในช่วงเวลาราชการ

(ข) Private Group Tours

การเข้าชมรัฐสภาในกลุ่มทัวร์นั้น ต้องเสียค่าใช้จ่ายโดยในเวลาราชการคนละ 25\$ สำหรับวันหยุดสุดสัปดาห์ และวันหยุดต่างๆ คนละ 30\$ โดยให้เข้าชมกลุ่มละ 20 คนขึ้นไป โดยสามารถนำตัวเข้าชมไปเป็นส่วนลดสินค้าที่ร้านขายของที่ระลึกในรัฐสภา 10% ภายในวันที่เข้าชม

(ค) Virtual Tour

การเข้าชมรัฐสภาสามารถเข้าชมในรูปแบบของทัวร์เสมือนจริง โดยสามารถชมในห้องประชุมทั้งของผู้แทนราษฎร และห้องประชุมของวุฒิสภา ซึ่งหมุนได้รอบห้องทั้ง 360 องศา ประกอบกับ ได้มีการอธิบายในรายละเอียดต่างๆ ที่ปรากฏอยู่ในห้องประชุม อาทิ ตำแหน่งที่นั่ง

ประธาน ฝ่ายค้านในสภา ฝ่ายเลขานุการ เจ้าหน้าที่เซาวเลข เอกสารประกอบการประชุม ฯลฯ โดยการคลิกไปยังตัวอักษร i (information) ก็จะมีข้อมูลอธิบายรายละเอียด ซึ่งเป็นการเรียนรู้ในสถานที่ โดยไม่ต้องมีเจ้าหน้าที่นำชม

7.3.2 Activities

(ก) My First Speech Competition

เป็นกิจกรรมการแข่งขันการพูดของนักเรียนในระดับมัธยมปลาย (เกรด 10-12) ซึ่งสามารถพูดได้หลากหลายประเด็นทั้งด้านการศึกษา เศรษฐกิจ สังคม การเมือง สิ่งแวดล้อม ฯลฯ โดยเป็นรูปแบบคลิปที่ใช้เวลาประมาณ 3-4 นาที แล้วส่งเข้ามาแข่งขันที่รัฐสภาซึ่งมีการคัดเลือกให้เหลือจำนวน 12 คน ในรอบสุดท้าย และมีจำนวนเพียง 3 คน ที่ชนะการประกวดในรอบสุดท้ายโดยจะได้รับเกียรติบัตรที่ลงนามโดยสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรในพื้นที่และประธานรัฐสภา ทั้งนี้ ผู้ที่ชนะการประกวด ทั้ง 3 คนจะได้รับเชิญเข้ามายังรัฐสภา เพื่อพบกับคณะกรรมการ สมาชิกสภาผู้แทนราษฎรของพื้นที่ตน และประธานรัฐสภา รวมทั้ง ได้รับเชิญให้พูดต่อสมาชิกรัฐสภา

(ข) Things to Do and See

เมื่อเข้ามายังรัฐสภาแล้ว ผู้เข้าชมสามารถเลือกกิจกรรมต่างๆ ได้หลากหลาย ได้แก่ การศึกษาประวัติศาสตร์ของรัฐสภา (History of Parliament House) ซึ่งอยู่บนชั้นดาดฟ้าหรือ ชั้นบนสุดของอาคารรัฐสภา (Roof) เมื่ออยู่ด้านบนนั้นจะสามารถมองเห็นรัฐสภาหลังเก่าและสถานที่รำลึกทางประวัติศาสตร์ในสงครามออสเตรเลีย

นอกจากนี้ยังได้ศึกษาถึงด้านสถาปัตยกรรม (Discover the Architecture) ในสถานที่ต่างๆ ที่อยู่ในบริเวณรัฐสภา โดยเฉพาะสถาปัตยกรรมของอาคารรัฐสภาที่มีการประกวดการออกแบบอาคารจากนานาประเทศ เพื่อให้เป็นสถานที่ที่แสดงให้เห็นถึงหัวใจของประชาธิปไตยในระบบรัฐสภาของออสเตรเลีย (the heart of Australian parliamentary democracy) ซึ่งเป็นรูปแบบที่แสดงการเข้าถึงและการมีส่วนร่วมของสาธารณชน โดยการเข้าชมภายในอาคารรัฐสภาจะได้ชมห้องโถง (Great Hall) สำหรับการต้อนรับ รับประทานอาหารเย็นหรืองานในภารกิจที่สำคัญๆ ห้องโถงหินอ่อน (Marble Foyer) ห้องโถงสมาชิกรัฐสภา (Members' Hall) ซึ่งจะอยู่ภายในบริเวณกลางอาคารรัฐสภาโดยเป็นจุดเชื่อมต่อในอาคารห้องประชุมสภาผู้แทนราษฎร (House of Representatives) และห้องประชุมวุฒิสภา (Senate Chamber)

7.3.3 Department of the House of Representatives

(ก) อำนวยความสะดวกในการดำเนินงานของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร ทั้งด้านการประชุมสภา ประชุมคณะกรรมการสภาฯ และคณะกรรมการวิสามัญ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

(ข) ส่งเสริมสนับสนุนการทำงานของสภาผู้แทนราษฎร และเผยแพร่ต่อสาธารณชนในรูปแบบสื่อต่างๆ ทั้งในประเทศ ในภูมิภาค และระหว่างประเทศ รวมทั้งการดำเนินงานในส่วนต่างๆ ดังนี้

- การบริหารจัดการในส่วนของโครงสร้างองค์กร
- การจัดทำทะเบียนประวัติสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร
- การจัดทำแผนการดำเนินงาน
- การให้บริการด้านกฎหมาย
- การจัดสัมมนาและเผยแพร่ความรู้ (มีค่าใช้จ่ายสำหรับผู้เข้าร่วมสัมมนา)

โดยสามารถเข้าร่วมสัมมนาได้ทั้งส่วนบุคคลและองค์กรในประเด็นต่างๆ ดังนี้

- กระบวนการตรากฎหมาย
- อำนาจหน้าที่ของรัฐสภา
- ด้านงบประมาณ
- ภารกิจของคณะกรรมการธิการ และกระบวนการดำเนินงาน

7.3.4 Education Resources

ข้อมูลทางการศึกษาได้ถูกจัดทำขึ้นโดย Parliamentary Education Office (PEO) ซึ่งได้ดำเนินการในรูปแบบสื่อออนไลน์ และสื่อกิจกรรมในรูปแบบต่างๆ ประกอบด้วย

(ก) Programs

Parliament House program

เป็นโปรแกรมลักษณะการโต้วาทีในลักษณะเชิงบทบาทสมมติที่เหมาะสมสำหรับกลุ่มนักเรียนที่ศึกษาอยู่ในระดับประถมที่มีอายุระหว่าง 4-12 ปี จำนวนระหว่าง 15-50 คน ในเรื่องต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับระบอบประชาธิปไตยของออสเตรเลีย อาทิ

- กระบวนการออกกฎหมายของฝ่ายนิติบัญญัติ
- อำนาจหน้าที่ของรัฐสภา
- ที่มาของรัฐบาล
- การโปร่งใสตรวจสอบได้ของรัฐบาล

นักเรียนที่เข้าร่วมโปรแกรมจะแสดงบทเป็นสมาชิกรัฐสภาเพื่อการดีเบต ในประเด็นต่างๆ เช่น กฎหมายที่ผ่านการพิจารณาจากสภาผู้แทนราษฎรหรือวุฒิสภา การเสนอขอแก้ไขกฎหมาย การแสดงบทเป็นฝ่ายค้านในสภา เพื่อตั้งคำถามต่อการบริหารราชการแผ่นดินของรัฐบาล รวมทั้งการแสดงบทบาทเป็นคณะกรรมการธิการในสภา ทำหน้าที่ในการศึกษาข้อมูลต่างๆ ที่รวบรวมได้จากภาคประชาชน เป็นต้น ซึ่งการแสดงบทบาทสมมติดังกล่าวจะช่วยให้นักเรียนมีความรู้ความเข้าใจในกระบวนการทำงานของฝ่ายนิติบัญญัติได้อย่างชัดเจน

- Prepare for Your Program

เป็นการเรียนรู้เกี่ยวกับระบบรัฐสภาในห้องเรียนแต่ใช้ทรัพยากรของรัฐสภา ซึ่งเป็นการเรียนรู้แบบเสมือนจริง (Immersive learning) ในรัฐสภา โดยใช้อุปกรณ์สนับสนุนการเรียนรู้ ได้แก่

(ข) การเยี่ยมชมรัฐสภาจากทัวร์เสมือนจริง (Parliament House Virtual Tour)

- Videos

- แนะนำรัฐสภา (What is Parliament?)

- กระบวนการออกกฎหมาย (Making a law) หลักสูตรของออสเตรเลียที่สอดคล้องกับหลักสูตรพลเมืองออสเตรเลีย และความเป็นพลเมือง (Australian Curriculum Aligned Resources; Australian Civics and Citizenship Curriculum)

- Video Conferencing Program

เป็นการเรียนรู้จากวิดีโอในห้องเรียนสำหรับนักเรียนที่มีอายุระหว่าง 5-12 ปี ใช้เวลาประมาณ 30-60 นาที ซึ่งสอนในเรื่องเกี่ยวกับรัฐสภา ได้แก่ กระบวนการออกกฎหมาย อำนาจหน้าที่ของรัฐสภา ที่มาของรัฐบาล การโปรงใสตรวจสอบได้ของรัฐบาล ซึ่งโปรแกรมต่างๆ อาจเลือกให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายในโรงเรียน และการให้ความสำคัญของโรงเรียนต่อประเด็นการเรียนรู้ในระบบรัฐสภาจากวิดีโอดังกล่าว การสนับสนุนการเรียนรู้จากวิดีโอในห้องเรียนเพื่อให้เกิดการพัฒนา ด้านความรู้ความเข้าใจในการดำเนินงานของรัฐสภา ซึ่งได้สอดคล้องกับหลักสูตรพลเมืองออสเตรเลีย และความเป็นพลเมือง โดยให้ความสำคัญในประเด็นการแลกเปลี่ยนระหว่างคุณครูและนักเรียน หลังจากที่ได้ศึกษาจากวิดีโอ

(ค) Publications

ข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวกับอำนาจหน้าที่ และกระบวนการในการดำเนินงานของรัฐสภาได้จัดทำและเผยแพร่ในรูปแบบออนไลน์ เพื่อให้ประชาชนที่สนใจ รวมทั้งนักเรียน นักศึกษา สามารถศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองได้อย่างสะดวกและรวดเร็วยิ่งขึ้น ข้อมูลต่างๆ ประกอบด้วย

- ความรู้เกี่ยวกับวุฒิสภา

- ความรู้เกี่ยวกับสภาผู้แทนราษฎร

- อำนาจหน้าที่และกระบวนการดำเนินงานของวุฒิสภา

- อำนาจหน้าที่และกระบวนการดำเนินงานของสภาผู้แทนราษฎร

7.4 รัฐสภาไทยกับรัฐสภาประเทศต่างๆ

จากการดำเนินงานของรัฐสภาประเทศต่างๆ ตามที่ได้นำตัวอย่างมาเสนอ 3 แห่ง คือ รัฐสภาสหราชอาณาจักร หรือรัฐสภาอังกฤษ (UK Parliament) รัฐสภาเยอรมัน (German Bundestag) และรัฐสภาออสเตรเลีย (Parliament of Australia) โดยทั้ง 3 แห่ง มีรูปแบบที่แตกต่างกันในการเผยแพร่ความรู้ และประชาสัมพันธ์ในการปฏิบัติภารกิจของสมาชิกรัฐสภา ซึ่งการเผยแพร่ความรู้ และประชาสัมพันธ์ในการกิจของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรนั้น เป็นภารกิจหลักของสำนักประชาสัมพันธ์ สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎรที่ต้องมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อให้การดำเนินงานของสภาผู้แทนราษฎรได้เผยแพร่ออกสู่สาธารณชนอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับการเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับระบบรัฐสภาและอำนาจหน้าที่ของสภาผู้แทนราษฎร เพื่อให้ประชาชนทั่วไป นักเรียน นักศึกษา ได้รับความรู้อย่างถูกต้องจากสำนักงานฯ โดยตรงผ่านสื่อรูปแบบต่างๆ อย่างเหมาะสม ดังนั้น การพัฒนาศักยภาพ และรูปแบบของสื่อที่ใช้ในการดำเนินงาน จึงมีความสำคัญอย่างยิ่งดังจะเห็นได้จากการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ของรัฐสภาในต่างประเทศทั้ง 3 แห่ง ที่ได้นำมาเปรียบเทียบในการดำเนินงานด้านการเผยแพร่ความรู้และการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารในการปฏิบัติภารกิจของรัฐสภา ซึ่งรูปแบบที่แตกต่างของทั้ง 3 แห่ง น่าสนใจต่อการนำมาปรับใช้ ในการพัฒนาด้านสื่อประชาสัมพันธ์และการเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับรัฐสภาของสำนักงานฯ เป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากได้มีการดำเนินงานที่แตกต่างไปจากการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานฯ โดยเป็นลักษณะ “มวลชนสัมพันธ์” ซึ่งเป็นการดำเนินงานในรูปแบบที่มากกว่าการประชาสัมพันธ์ซึ่งเป็นการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มเป้าหมาย อาทิ ชุมชนหรือประชาชน นักเรียน นักศึกษา กับรัฐสภาเพื่อให้เกิดความร่วมมือและการสร้างสัมพันธ์ภาพที่ดีนำไปสู่การพัฒนางานที่ตรงกับความต้องการของภาคประชาชนเนื่องจากรัฐสภาสามารถรับรู้เสียงสะท้อนกลับมายังรัฐสภาได้อย่างต่อเนื่องจึงทำให้มองเห็นทิศทางพัฒนางานได้ชัดเจน ตรงเป้าหมาย โดยใช้เวลาที่รวดเร็วกว่าเดิมภายใต้ทรัพยากรที่กำหนดอย่างมีประสิทธิภาพ

รัฐสภาสหราชอาณาจักรหรือรัฐสภาอังกฤษ (UK Parliament) ได้จัดรูปแบบการเผยแพร่ความรู้และประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารในบทบาทและภารกิจของรัฐสภาผ่าน 2 รูปแบบของกิจกรรม ได้แก่ การออกไปเผยแพร่ความรู้ข้อมูลข่าวสารในภารกิจของรัฐสภาต่อสาธารณชนในพื้นที่ต่างๆ และรูปแบบการให้ความรู้ ข้อมูลข่าวสารกับผู้เข้ามาเยี่ยมชมรัฐสภา โดยทั้ง 2 รูปแบบมีการใช้เครื่องมือที่หลากหลายตามความเหมาะสมของการใช้งาน อย่างไรก็ตามบริบททั้ง 2 รูปแบบได้ใช้เครื่องมือที่มีความทันสมัยเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการดำเนินงานเป็นรูปแบบทัวร์เสมือนจริง (Virtual tour) ซึ่งสามารถเข้าเยี่ยมชมในอาคารรัฐสภาได้โดยไม่ต้องเดินทางมายังรัฐสภา ในส่วนของโปรแกรมการเรียนรู้ (Learning Programme) ที่แตกต่างจากรัฐสภาไทย กล่าวคือ การสนับสนุนกิจกรรมร่วมกับเยาวชน สมาชิกรัฐสภาเยาวชน (the UK Youth Parliament) ซึ่งยังไม่มีรูปแบบและ

แนวทางในประเทศไทยร่วมกับสภาเยาวชน (Youth Councillors) และผู้แทนเยาวชนจากชาติต่างๆ ของอังกฤษรวม 4 สัญชาติ (British, Scottish, Welsh, Irish) เพื่อตั้งคณะกรรมการธิการเยาวชน (Youth Select Committee: YSC) ที่มีอายุระหว่าง 15-18 ปี โดยคณะกรรมการของเยาวชนจะทำการตรวจสอบข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับสาธารณชน รวมทั้งประเด็นอื่นๆ ที่เยาวชนให้ความสนใจ นอกจากนี้กิจกรรม Equali Teas ที่จัดให้ชุมชนได้มีโอกาสแลกเปลี่ยนความคิดเห็นหรือโต้เถียงกันในประเด็นสาธารณะ รวมทั้งการจัดทำอุปกรณ์รูปแบบต่างๆ ที่ใช้เป็นเครื่องมือในการเรียนรู้ ซึ่งเครื่องมือดังกล่าวจะถูกส่งไปยังโรงเรียนหรือประชาชนที่สนใจในการเรียนรู้เกี่ยวกับกระบวนการทำงานของรัฐสภา โดยเครื่องมือดังกล่าวมีทั้งรูปแบบ VDO และอุปกรณ์ต่างๆ (A Fab Kit Packed) เช่น คู่มือและกล่องเลือกตั้ง เป็นต้น ซึ่งการเผยแพร่ความรู้และข้อมูลข่าวสารของรัฐสภา รวมทั้งกิจกรรมของกลุ่มต่างๆ ถือเป็นบริบทที่น่าสนใจในการพัฒนางาน ของสำนักประชาสัมพันธ์ในการเป็นมวลชนสัมพันธ์ในอนาคต

รัฐสภาเยอรมัน (German Bundestag) การเผยแพร่ความรู้ และประชาสัมพันธ์ ข้อมูลข่าวสารในภารกิจของรัฐสภาไม่ได้แตกต่างจากรัฐสภาอังกฤษมากนัก คือ ค่อนข้างเป็นรูปแบบมวลชนสัมพันธ์อย่างชัดเจนต่างกันที่รัฐสภาเยอรมันได้เริ่มให้ความรู้กับเยาวชนที่มีอายุ 15 ปี ขึ้นไป ซึ่งรัฐสภาอังกฤษได้เริ่มให้ความรู้แก่เด็กและเยาวชนตั้งแต่ระดับประถม คือ 7-16 ปี การดำเนินงานของรัฐสภาเยอรมันในด้านการเผยแพร่ความรู้ได้มีลักษณะที่แตกต่างจากรัฐสภาอังกฤษที่เด่นชัดในเรื่องของการจัดรัฐสภาเคลื่อนที่ (The Bundestag on The Move) ซึ่งในรถดังกล่าวมีทั้งภาพยนตร์ แนะนำรัฐสภา คอมพิวเตอร์สำหรับการค้นหาข้อมูลความรู้ในกระบวนการด้านนิติบัญญัติ ฯลฯ ซึ่งรถดังกล่าวจะเดินทางทั่วประเทศ โดยกำหนดตารางการเดินทางอย่างชัดเจนทั้งสถานที่ที่จะไป และวันเวลาที่ จะจอดรถเพื่อให้บริการในพื้นที่ต่างๆ นอกจากนี้ได้มีนิทรรศการเคลื่อนที่ (Mobile Exhibition) ด้วยเช่นกัน ซึ่งจะมีความคล้ายกับรถยนต์เคลื่อนที่แต่จะเป็นการให้บริการสำหรับประชาชนหรือองค์กรที่สนใจและร้องขอต่อรัฐสภาแล้วจึงนำนิทรรศการไปจัดแสดงในสถานที่ที่ถูกกำหนดจากภาคประชาชนในแต่ละเขตพื้นที่ นอกจากบอร์ดนิทรรศการแล้วมีคอมพิวเตอร์เพื่อให้ค้นคว้าข้อมูลเกี่ยวกับรัฐสภาเช่นกัน ที่สำคัญคืองาน Consumer Fairs เป็นการจัดกิจกรรมเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างภาคประชาชนกับสมาชิกรัฐสภาหรือคณะกรรมการ โดยจัดภายในพื้นที่ที่เรียกว่า Communication Stand ซึ่งในกิจกรรมดังกล่าวจะมีเจ้าหน้าที่รัฐสภาร่วมให้คำปรึกษาและแลกเปลี่ยนความคิดเห็น เพื่อแก้ไขปัญหาในเขตพื้นที่ มีการบรรยายให้ความรู้ในงาน การจัดกิจกรรมดังกล่าวมีทั่วประเทศ ตามวันเวลาสถานที่ที่กำหนด และสามารถลงทะเบียนเข้าร่วมกิจกรรมในระบบออนไลน์ ซึ่งกลุ่มเป้าหมายที่เข้าร่วมกิจกรรมมีทั้งประชาชนที่สนใจ และนักเรียน นักศึกษา สำหรับการเผยแพร่ในรูปแบบเอกสารต่างๆ ได้ปรับเป็นรูปแบบออนไลน์ สามารถ Download ข้อมูลได้ฟรี ในส่วนของข้อมูลเกี่ยวกับการประชุมสภา ประชุมคณะกรรมการ รวมทั้งการประชุมอื่นที่สมาชิก

รัฐสภาเข้าไปเกี่ยวข้องทั้งภายในและร่วมกับนานาชาติประเทศ โดยใช้สถานที่ในอาคารรัฐสภาเป็นที่ประชุมต่างๆ นั้น Media Centre เป็นผู้รวบรวมข้อมูลการประชุม หรือการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในรัฐสภาแล้วจัดทำเป็นคลิปเพื่อเผยแพร่ต่อสาธารณชนในระบบออนไลน์เช่นกัน เห็นได้ว่าการดำเนินงานของรัฐสภาเยอรมันมีความเป็นมวลชนสัมพันธ์ค่อนข้างชัดเจน จึงเป็นการทำงานในรูปแบบเชิงรุกโดยเป็นฝ่ายออกไปให้ความรู้แก่ประชาชนอย่างต่อเนื่องด้วยรูปแบบของการดำเนินงานที่แตกต่างและหลากหลายเพื่อให้รัฐสภาเป็นศูนย์กลางของการเผยแพร่ประชาธิปไตย เห็นได้ว่าการเผยแพร่ความรู้ของรัฐสภาเยอรมันที่ดำเนินการนั้น รัฐสภาไทยยังไม่ได้มีการพัฒนาให้เป็นรูปแบบมวลชนสัมพันธ์ดังกล่าว โดยเฉพาะการจัดเวทีหรือพื้นที่ในการพูดคุยแลกเปลี่ยนระหว่างประชาชน นักเรียนนักศึกษาและสมาชิกรัฐสภาที่รัฐสภาไทยได้ดำเนินการนั้นเป็นรูปแบบเสวนาหรือการบรรยาย ซึ่งเป็นการรับฟังวิทยากรพูดคุยในประเด็นที่กำหนด โดยเน้นวิทยากรที่เป็นสมาชิกรัฐสภา อาจารย์ในมหาวิทยาลัย หรือเจ้าหน้าที่รัฐในพื้นที่ที่จัดกิจกรรมหรือผู้ทรงคุณวุฒิที่มีประสบการณ์ต่อประเด็นดังกล่าว แต่ทั้งนี้ประเมินได้ว่าการดำเนินงานยังไม่เปิดกว้างในการรับฟังความคิดเห็นอย่างกว้างขวาง

รัฐสภาออสเตรเลีย (Parliament of Australia) การดำเนินงานด้านเผยแพร่ความรู้ และประชาสัมพันธ์ใกล้เคียงกับรูปแบบของทั้งรัฐสภาอังกฤษ และรัฐสภาเยอรมัน มีความแตกต่างกันบ้างในรายละเอียดของกิจกรรมต่างๆ โดยรัฐสภาออสเตรเลียให้ความสำคัญต่อเด็ก และเยาวชนในการปลูกฝังประชาธิปไตยในระบบรัฐสภาที่เพิ่มขึ้นมา คือ กิจกรรมต่างๆ ที่ให้เด็กและเยาวชนในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายได้มีส่วนร่วม ทั้งการแข่งขัน My First Speech Competition เป็นกิจกรรมที่ดีมาก ส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ของเด็กในการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับทุกๆ เรื่อง ทั้งการเมือง เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม ฯลฯ ที่สำคัญเมื่อได้รับรางวัลแล้วยังได้รับเกียรติให้มาพูดที่รัฐสภาอีก นอกจากนี้ ยังให้ความสำคัญต่อการศึกษาดูงานที่รัฐสภาทั้งการสนับสนุนงบประมาณในการเดินทาง มารัฐสภาให้กับโรงเรียน การจัดกิจกรรมแสดงบทบาทสมมติในขณะที่เยี่ยมชมรัฐสภาของเยาวชน สำหรับเด็ก และเยาวชนที่มีอายุ 4-12 ปี ในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการทำงานของรัฐสภา และรัฐบาล รวมทั้งการติเบต ซึ่งนักเรียนจะได้รับบทบาทต่างๆ ทั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร สมาชิกวุฒิสภา สมาชิกฝ่ายค้านในสภา เพื่อตั้งคำถามต่อฝ่ายรัฐบาลในการบริหารประเทศ รวมทั้งการแสดงเป็น คณะกรรมการทำหน้าที่ศึกษาข้อมูลที่ประชาชนร้องเรียนโดยการแสดงดังกล่าวทำให้เยาวชนมีความรู้ ความเข้าใจในระบบรัฐสภามากยิ่งขึ้น สำหรับโรงเรียนที่ยังไม่มีโอกาสได้นำนักเรียนเข้ามาที่รัฐสภาสามารถศึกษาได้จากสื่อออนไลน์ การชมรัฐสภาด้วยทัวร์เสมือนจริง (Virtual Tour) การศึกษาจาก VDO (Video Conferencing Program) ซึ่งสามารถเรียนในห้องเรียนกับอาจารย์ที่โรงเรียน โดยหลักสูตรจะสอดคล้องกับการเรียนวิชาพลเมือง หรือความเป็นพลเมืองของออสเตรเลีย การดำเนินงานของรัฐสภาออสเตรเลียในด้านการเผยแพร่ความรู้ และข้อมูลในการปฏิบัติภารกิจของรัฐสภานั้นได้ให้ความสำคัญต่อเด็กและเยาวชนเป็นอย่างยิ่ง รูปแบบกิจกรรมที่หลากหลายทำให้การเรียนรู้ และรู้จัก

รัฐสภาในกลุ่มเยาวชนเป็นเรื่องที่น่าสนใจและสามารถเรียนรู้ได้หลายช่องทาง การมีส่วนร่วมของเยาวชนในการแสดงบทบาทสมมติเป็นการใช้สื่อการสอนที่ทำให้เด็กเป็นศูนย์กลางของการเรียนรู้ สมาชิกรัฐสภา และเจ้าหน้าที่ได้ให้ความสำคัญต่อการให้ความรู้แก่เยาวชนที่เข้ามาศึกษาเรียนรู้การทำงานของรัฐสภา ซึ่งนอกจากใช้ระบบการเรียนรู้ด้วยวิธีต่างๆ ดังที่กล่าวมาแล้วนั้นยังสามารถศึกษาจากบริเวณโดยรอบอาคารรัฐสภาซึ่งเป็นการเรียนรู้ประวัติศาสตร์ของรัฐสภาและออสเตรเลีย มีกิจกรรมที่น่าสนใจมากมายตามที่ได้กล่าวถึงในเบื้องต้น ซึ่งทำให้รัฐสภาเป็นสถานที่ที่มีความต้องการสูงต่อคณะเยี่ยมชมทั้งกลุ่มนักเรียนและกลุ่มทัวร์ขนาดเล็ก โดยอาจต้องลงทะเบียนในระบบออนไลน์ จองคิวยาวนานถึง 2 ปี สำหรับรัฐสภาไทยยังไม่มีการจัดกิจกรรมดังกล่าวเพื่อให้ความรู้แก่เด็กและเยาวชน รวมทั้งความหลากหลายของสถานที่สำหรับการเข้าชมบริเวณรอบๆ อาคารรัฐสภา อาทิ สถานที่ที่แสดงให้เห็นประวัติศาสตร์ความเป็นมาของชาติไทย ระบอบประชาธิปไตย ฯลฯ ที่เยาวชนควรได้รับความรู้ ความเข้าใจ อย่างถูกต้อง และการทำให้รัฐสภาเป็นศูนย์กลางการศึกษาเกี่ยวกับการเมืองการปกครองไทยในอนาคต

8. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องด้านการประชาสัมพันธ์และข้อมูลข่าวสารของรัฐสภา

8.1 งานวิจัยเรื่อง A Grounded Theory of Open Government Data : A Case Study In the UK

เป็นงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของรัฐสภา ในการปรับปรุงด้านการเผยแพร่ข้อมูลสู่สาธารณชน ซึ่งเป็นการศึกษาในการดำเนินการของระบบข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ในหน่วยงานภาครัฐ โดยใช้ประเทศสหราชอาณาจักร (United Kingdom) เป็นกรณีศึกษา โดยเป็นปรากฏการณ์ใหม่ของประเทศพัฒนาเพื่อเพิ่มความเชื่อมั่นของประชาชนในประเทศต่อระบบราชการ ทั้งนี้ ได้เคยมีการศึกษาจากหลากหลายงานวิจัยในเรื่องเกี่ยวกับการให้ความสำคัญต่อศักยภาพ และการดำเนินงานของภาครัฐในการใช้ข้อมูลระบบเปิดเพื่อการจัดการที่ดีขึ้น โดยงานวิจัยที่นำมากล่าวถึงนี้เป็นการศึกษารูปแบบการวิจัยจากข้อมูลหรือการวิจัยรากฐานเพื่อสร้างทฤษฎีที่มาจากข้อมูลการสัมภาษณ์ในรูปแบบกึ่งโครงสร้าง โดยมีการสัมภาษณ์ในโครงการนำร่องดังกล่าว จำนวนรวม 5 คน ซึ่งเป็นเจ้าหน้าที่รัฐระดับท้องถิ่น จำนวน 4 คน และเจ้าหน้าที่รัฐในองค์กรระดับประเทศในลอนดอน จำนวน 1 คน ผลการวิจัยพบว่า การใช้ระบบเปิดเผยข้อมูลของภาครัฐได้เพิ่มศักยภาพในการทำงานด้านบริหารจัดการทั้งในส่วนของการส่งข้อมูล มาตรฐานการทำงาน ความรับผิดชอบและการตระหนักในเรื่องของสาธารณะ ซึ่งได้มีการคาดการณ์ไว้ว่าระบบเปิดข้อมูลภาครัฐนั้นจะมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องโดยมีการเข้ามามีส่วนร่วมและตอบรับจากองค์กรภาครัฐเรื่อยๆ โดยเฉพาะองค์กรภาครัฐขนาดใหญ่ที่จะมีการฝึกใช้ระบบใหม่นี้ ทั้งองค์กร ซึ่งจะนำไปสู่ความโปร่งใสในข้อมูลที่เปิดเผยจากภาครัฐ และเกิดความเชื่อมั่นจากประชาชนมากยิ่งขึ้น

จากการศึกษาดังกล่าวมีการเจาะจงผู้ให้ข้อมูลสัมภาษณ์ จำนวน 3 หน่วยงาน คือ ระดับท้องถิ่น 2 หน่วยงานใน Scotland หน่วยงานแรก สัมภาษณ์ตำแหน่ง E-Government Manager และ Head of Service หน่วยงานที่สอง สัมภาษณ์ตำแหน่ง Web Manager, Planning, Strategy และ Relationship Manager สำหรับหน่วยงานระดับประเทศได้สัมภาษณ์ 1 หน่วยงานใน London ตำแหน่ง Head of Technology Strategy ซึ่งการวิจัยนี้ใช้รูปแบบดั้งเดิมของทฤษฎีจากข้อมูล ซึ่งอ้างถึง Glaser and Strauss โดยใช้ประเทศสหราชอาณาจักรเป็นโครงการนำร่องก่อนที่จะนำไปพัฒนาประเทศอื่นๆ โดยเฉพาะประเทศกำลังพัฒนา ซึ่งต้องการการพัฒนากระบวนการทำงานของภาครัฐในรูปแบบระบบเปิดเผยข้อมูลต่อสาธารณะ เพื่อให้เกิดการโปร่งใส มีประสิทธิภาพ และมีมาตรฐานในการทำงานระหว่างภาครัฐและการเข้าถึงข้อมูลจากภาครัฐของภาคประชาชนซึ่งการนำไปใช้ในพื้นที่ที่แตกต่างในบริบท อาจมีข้อจำกัดเกิดขึ้น แต่การวิจัยครั้งนี้ไม่ได้กล่าวถึงข้อจำกัดของการนำไปใช้โดยทั่วไป (Generalization) การสัมภาษณ์แบบเจาะจงโดยข้อมูลหน่วยงานภาครัฐในระดับท้องถิ่นเป็นเฉพาะพื้นที่ Scotland ทั้ง 2 หน่วยงาน โดยสหราชอาณาจักรมีทั้งในส่วนของ Wales และ Ireland ที่ไม่ได้นำมาเป็นส่วนหนึ่งของการวิจัยในระดับท้องถิ่น อย่างไรก็ตาม งานวิจัยดังกล่าวเป็นจุดเริ่มของการเริ่มตระหนักให้เห็นถึงความสำคัญของการเปิดเผยข้อมูลในกระบวนการดำเนินงานของรัฐสภาต่อสาธารณชนเพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมของประชาชนในการตรวจสอบการดำเนินงานของภาครัฐ ประกอบกับเพื่อนำไปสู่การทำงานที่มีมาตรฐานเดียวกันในระบบการบริหารจัดการด้านข้อมูลของภาครัฐและมีผลต่อการดำเนินงานที่โปร่งใส โดยที่ประชาชนสามารถตรวจสอบได้จากข้อมูลที่เปิดเผยดังกล่าว

8.2 งานวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว นครหาดใหญ่

วัตถุประสงค์ของงานวิจัยดังกล่าวเพื่อศึกษาสถานการณ์การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวนครหาดใหญ่ เพื่อศึกษาการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวนครหาดใหญ่ และเพื่อสังเคราะห์แนวทางการพัฒนาการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวนครหาดใหญ่ ดำเนินการวิจัยแบบผสมผสานด้วยวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) โดยการศึกษาเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง และสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) จากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) จำนวน 24 คน และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) โดยการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่จำนวน 400 คน

ผู้วิจัยได้นำผลการวิจัยมาสร้างเป็นแนวทางการพัฒนาการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวนครหาดใหญ่ เรียกว่า “POP TEAMS” ประกอบด้วย 8 ปัจจัย ดังนี้ คือ (1) P = Policy

หมายถึง นโยบายการประชาสัมพันธ์ (2) O = Organization หมายถึง องค์กร และบุคลากรรองรับในการประชาสัมพันธ์ (3) P = Purposes หมายถึง เป้าหมาย และจุดประสงค์ในเชิงการประชาสัมพันธ์ (4) T = Target Group หมายถึง กลุ่มเป้าหมายของการประชาสัมพันธ์ (5) E = Explicit Activities หมายถึง การกำหนดกิจกรรมในการเผยแพร่การประชาสัมพันธ์ (6) A = Assistant Media หมายถึง สื่อที่ช่วยในการประชาสัมพันธ์ (7) M = Money หมายถึง งบประมาณที่ใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์ และ (8) S = Strategies หมายถึง กลยุทธ์ในการประชาสัมพันธ์จากนั้นผู้วิจัยได้ตรวจสอบความเป็นไปได้ในการประยุกต์ใช้แนวทางการพัฒนาการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวนครหาดใหญ่ด้วยแนวทางที่เรียกว่า “POP TEAMS”

8.3 งานวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การพัฒนาการประชาสัมพันธ์เทศบาลตำบลพะตง อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย เพื่อศึกษา ปัญหา อุปสรรค การรับรู้ข่าวสารของประชาชน และกลยุทธ์การพัฒนาการประชาสัมพันธ์ของเทศบาลตำบลพะตง อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับ คณะผู้บริหารเทศบาล และผู้อำนวยการกองต่างๆ จำนวน 12 คน และใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) กับประชาชนในชุมชนจำนวน 380 คน ด้วยการวิเคราะห์ข้อมูล และการแจกแจงความถี่ และร้อยละ

ผลการศึกษา พบว่า ระบบการประชาสัมพันธ์ของเทศบาลตำบลพะตงมีข้อบกพร่องได้แก่ การเผยแพร่ข่าวสารล่าช้า และไม่สอดคล้องกับรายละเอียดกิจกรรมที่จัดขึ้น ทางเทศบาลไม่มีการกำหนดนโยบายหรือวางแผนการประชาสัมพันธ์กิจกรรม งบประมาณ และบุคลากรในบริบทด้านการประชาสัมพันธ์มีไม่เพียงพอในการบริหารงาน ข้อมูลข่าวสารที่เผยแพร่ไปบางส่วนไม่ตรงกับความต้องการของประชาชน สื่อต่างๆ ที่เทศบาลนำมาใช้ในการประชาสัมพันธ์ไม่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล สำหรับการพัฒนากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เทศบาลตำบล พะตง มีแนวทางในการพัฒนา ดังนี้ 1) ด้านการวางแผนการปฏิบัติงาน ในการปฏิบัติงานควรมีการวางแผนก่อนการดำเนินการ และจัดลำดับความสำคัญ 2) ด้านการพัฒนาการบริหารจัดการข้อมูลข่าวสาร การให้ข้อมูลข่าวสารในกิจกรรมต่างๆ ต้องมีความแม่นยำ ถูกต้องและเป็นไปตามโครงการที่ได้แจ้งไว้ 3) ด้านบุคลากรผู้ปฏิบัติงาน ควรเพิ่มบุคลากรหรือสร้างเครือข่ายเพิ่ม เช่น ให้ผู้บริหาร หรือชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการให้ข้อมูลข่าวสาร 4) การใช้สื่อเพื่อให้เข้าถึงประชาชน เทศบาลควรปรับปรุงให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น 5) ด้านงบประมาณ ควรเพิ่มเติมงบประมาณด้านการประชาสัมพันธ์ให้เพียงพอแก่การปฏิบัติงาน

8.4 งานวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งเสริมและพัฒนาการประชาสัมพันธ์ภายในมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน และความต้องการข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของบุคลากรมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ และนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษามาพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ภายในมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ นักศึกษา และบุคลากรมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ จำนวน 200 คน การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้วิธีการสำรวจ และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป

ผลการศึกษาพบว่า นักศึกษา และบุคลากรของมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ จำนวน 200 คน แบ่งเป็นเพศหญิง 133 คน และเพศชาย 67 คน โดยส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21 - 30 ปี อยู่ในสังกัดกอง/ศูนย์/สำนัก และมีระยะเวลาศึกษา/ปฏิบัติงานอยู่ในช่วง 1 - 5 ปี มากที่สุด ด้านการรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์ภายในมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติของนักศึกษาและบุคลากรมากที่สุด คือ การรับข่าวสารผ่านทางเว็บไซต์ (www.hcu.ac.th) จำนวน 132 คน รับข่าวสารต่อสัปดาห์ สัปดาห์ละ 1 - 2 ครั้ง มากที่สุด จำนวน 96 คน และอยู่ในช่วงเวลา 12.01 - 16.30 น. มากที่สุด ส่วนใหญ่รับข่าวสารเพื่อทราบข่าวสารต่างๆ มากที่สุด จำนวน 163 คน โดยนักศึกษาและบุคลากรส่วนใหญ่จะเลือกอ่านอย่างละเอียดเฉพาะสื่อที่สนใจ และอ่านเฉพาะประเด็นที่สนใจมากที่สุด จำนวน 52 คน หากรับข่าวสารแล้วมีข้อสงสัยนักศึกษา และบุคลากรจะเลือกสอบถามจากหน่วยงานต้นสังกัดมากที่สุด จำนวน 100 คน ขณะที่ปัญหาในการรับข่าวสารที่พบส่วนใหญ่ คือ การได้รับข้อมูลล่าช้า จำนวน 76 คน ด้านรูปแบบของสื่อประชาสัมพันธ์ภายในมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติที่นักศึกษาและบุคลากรสนใจมากที่สุด คือ ปฏิทินกิจกรรมของมหาวิทยาลัย จำนวน 119 คน ส่วนรูปแบบสื่อออนไลน์ที่นักศึกษา และบุคลากรสนใจมากที่สุด คือ มีข้อมูลครบถ้วน จำนวน 80 คน การนำเสนอสื่อประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ที่นักศึกษาและบุคลากรสนใจมากที่สุด คือ สื่อผสม จำนวน 76 คน ด้านความต้องการสื่อประชาสัมพันธ์ภายในนักศึกษา และบุคลากรมีความต้องการสื่อประชาสัมพันธ์ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.70 มากที่สุดคือ สื่อเว็บไซต์ (www.hcu.ac.th) คิดเป็นค่าเฉลี่ยที่ 4.15 อยู่ในระดับความต้องการมาก นักศึกษาและบุคลากรต้องการรับข่าวสารด้านความเคลื่อนไหวของมหาวิทยาลัยในคณะวิชาและหน่วยงานมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ยที่ 4.02 ส่วนนักศึกษาและบุคลากร มีความต้องการสื่อประชาสัมพันธ์ที่หลากหลายในภาพรวมอยู่ในระดับมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ยที่ 3.99 ด้านความต้องการให้มีการประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่างๆ ของคณะวิชา/หน่วยงาน ลงสื่อประชาสัมพันธ์เป็นรายเดือน (ปฏิทินข่าว) โดยมีความต้องการในภาพรวมอยู่ในระดับมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ยที่ 3.91 และความ

ต้องการให้มีการประชาสัมพันธ์ให้ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายในภาพรวมอยู่ในระดับมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ยที่ 3.95

8.5 งานวิจัยเรื่อง แนวทางพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย เพื่อศึกษาสภาพการดำเนินงาน และแนวทางการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ กรรมการสภามหาวิทยาลัย ผู้บริหาร อาจารย์ เจ้าหน้าที่ และนักศึกษา ของมหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์ จำนวน 364 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามความคิดเห็นต่อสภาพปัจจุบันของงานประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์ ที่มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .949 มีการจัดสนทนากลุ่ม จำนวน 32 คน จำแนกออกเป็น 4 กลุ่ม ดังนี้ กลุ่มผู้บริหารและกรรมการสภามหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์ 5 คน กลุ่มอาจารย์จำนวน 5 คน กลุ่มเจ้าหน้าที่จำนวน 10 คน และกลุ่มนักศึกษาจำนวน 12 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยหาค่าร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทั้งนี้ ผลการวิจัยพบว่า สภาพการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า มีการปฏิบัติงานด้านบุคลากรมากกว่าด้านอื่น รองลงมา คือ ด้านการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ ด้านการวางแผน และด้านการประเมินผล ตามลำดับ และแนวทางการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์ ประกอบด้วย 1. ด้านการวางแผน จะต้องใช้กระบวนการมีส่วนร่วมในกระบวนการคิด การวางแผนงาน การปฏิบัติงานกับบุคลากร นักศึกษา และหน่วยงานภายนอก 2. ด้านการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ การจัดกิจกรรมสร้างเครือข่ายความเชื่อมโยง ความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างงานประชาสัมพันธ์กับบุคลากร นักศึกษาและหน่วยงานภายนอก 3. ด้านบุคลากร พัฒนา และสนับสนุนโดยการจัดอบรมให้ความรู้ เน้นสร้างความเข้าใจในด้านการประชาสัมพันธ์ 4. ด้านการประเมินผล ควรใช้หลักการประเมินผลอย่างต่อเนื่อง การวัด และประเมินผลที่มีประสิทธิภาพจะให้ข้อมูลที่ถูกต้องเที่ยงตรง สำหรับการตัดสินใจเกี่ยวกับปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพเป็นข้อมูลย้อนกลับที่จะช่วยติดตามกำกับ ดูแล ความก้าวหน้าของการปฏิบัติกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง

8.6 งานวิจัยเรื่อง การพัฒนาระบบการประชาสัมพันธ์ของเทศบาลเมืองอ่างทอง

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาระบบการประชาสัมพันธ์ของเทศบาลเมืองอ่างทอง ศึกษาสภาพปัญหาในการรับข้อมูลข่าวสารของประชาชนในเขตเทศบาลเมืองอ่างทอง และแนวทางการพัฒนาระบบการประชาสัมพันธ์ โดยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณผสมผสานกับการวิจัยเชิงคุณภาพมีการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม สุ่มตัวอย่างจากประชาชนจำนวน 390 คน ที่อาศัยอยู่ในเขตเทศบาลเมืองอ่างทอง และมีการเก็บข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์ โดยทำการเก็บข้อมูล

การศึกษาจากเจ้าหน้าที่ผู้เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์และประชาชนที่อยู่ในเขตเทศบาลเมือง อ่างทอง จำนวน 4 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย อายุ มากกว่า 50 ปีขึ้นไป ประกอบอาชีพค้าขาย อาศัยอยู่ชุมชนตลาดหลวง 2 ในเขตเทศบาลเมืองอ่างทอง เป็นเวลา 16 ปีขึ้นไป ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจและชื่นชอบในการ ประชาสัมพันธ์ผ่านเสียงตามสาย ด้านเนื้อหา พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจการประชาสัมพันธ์ สื่อสิ่งพิมพ์ในรูปแบบแผ่นพับมากที่สุด ด้านระบบการประชาสัมพันธ์ของเทศบาลเมืองอ่างทอง พบว่า การประชาสัมพันธ์ของเทศบาลเมืองอ่างทอง เป็นไปตามกระบวนการและขั้นตอนตามหลักการดำเนินงาน ประชาสัมพันธ์ในระดับหนึ่ง โดยมีการศึกษาค้นคว้าหาข้อมูลต่างๆ ที่ได้มาจากหนังสือราชการ มีการวิจัย และรับฟังความคิดเห็นจากประชาชน ด้านปัญหาและอุปสรรค พบว่า สื่ออุปกรณ์ที่ใช้ในการประกาศ ประชาสัมพันธ์มีการชำรุด และงบประมาณทางด้านการประชาสัมพันธ์มีจำกัดที่จะเสริมสร้างพัฒนา กระบวนการประชาสัมพันธ์ของเทศบาลเมืองอ่างทองให้เกิดประโยชน์สูงสุด ส่วนข้อเสนอแนะ คือ การมุ่งเน้นให้เทศบาลเมืองอ่างทองดำเนินการพัฒนาช่องทางในการติดต่อสื่อสารให้มีประสิทธิภาพ และครอบคลุมทุกๆ ด้านตลอดจนมุ่งการพัฒนากระบวนการประชาสัมพันธ์และบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในบริการข้อมูลข่าวสารในฐานะศูนย์กลางข่าวสารของประชาชน

บทที่ 3

วิธีการศึกษา

จากการศึกษาเกี่ยวกับแนวทางพัฒนางานด้านประชาสัมพันธ์ในการเผยแพร่บทบาทภารกิจของสภาผู้แทนราษฎรในยุคดิจิทัล จะเป็นการศึกษาในเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยศึกษาระเบียบ ทฤษฎี แนวคิด และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ที่ได้รวบรวมไว้แล้ว ประกอบด้วย กรอบยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี แผนปฏิบัติราชการสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร พ.ศ. 2563 - 2565 แผนยุทธศาสตร์ด้านการสื่อสารองค์กร การเสริมสร้างประชาธิปไตย และความเป็นพลเมืองระบอบประชาธิปไตยในยุคดิจิทัล พ.ศ. 2561 - 2564 บทบาทและภารกิจของสำนักประชาสัมพันธ์ อำนาจหน้าที่ความรับผิดชอบของแต่ละกลุ่มงานในสังกัด รวมทั้งศึกษาผลการดำเนินงาน ปัญหา อุปสรรค ของสำนักประชาสัมพันธ์ การสัมภาษณ์ตัวแทนผู้บริหารสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎรที่เกี่ยวข้อง เจ้าหน้าที่ของสำนักประชาสัมพันธ์ และตัวแทนผู้ใช้บริการของสำนักประชาสัมพันธ์ (ผู้มีส่วนได้เสีย) ตลอดจนการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมของคณะผู้จัดทำในแต่ละกลุ่มงาน ประกอบด้วย กลุ่มงานสารนิเทศ กลุ่มงานสื่อมวลชน กลุ่มงานโสตทัศนูปกรณ์ และกลุ่มงานเผยแพร่ประชาธิปไตยและกิจกรรมสภาผู้แทนราษฎร

1. ขอบเขตการศึกษา

1.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

1.1.1 ศึกษาถึงการดำเนินงาน สภาพปัญหา และอุปสรรคของงานด้านประชาสัมพันธ์ในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์บทบาทภารกิจของสถาบันนิติบัญญัติ ประกอบด้วย บทบาทภารกิจหน้าที่ความรับผิดชอบของสำนักประชาสัมพันธ์ กลุ่มงานต่างๆ ในสังกัดของสำนักประชาสัมพันธ์ และขั้นตอนการดำเนินงานในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์บทบาท ภารกิจ และกิจกรรมของรัฐสภาสภาผู้แทนราษฎร และสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎรในปัจจุบัน

1.1.2 ศึกษาวิเคราะห์แนวทางพัฒนางานด้านการประชาสัมพันธ์ในการเผยแพร่บทบาทภารกิจของสถาบันนิติบัญญัติในยุคดิจิทัล โดยการสัมภาษณ์บุคคลสำคัญและการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมของคณะผู้จัดทำในแต่ละกลุ่มงาน

1.2 ประชากรในการศึกษา

1.2.1 สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร

1.2.2 ผู้บริหารสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร

- 1.2.3 เจ้าหน้าที่ของสำนักประชาสัมพันธ์
- 1.2.4 ผู้เชี่ยวชาญด้านการประชาสัมพันธ์
- 1.2.5 ผู้ให้บริการของสำนักประชาสัมพันธ์ (ผู้มีส่วนได้เสีย)

1.3 กลุ่มตัวอย่างในการศึกษา

โดยทำการคัดเลือกจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญถึงการพัฒนางานด้านประชาสัมพันธ์ในการเผยแพร่บทบาทภารกิจของสภาผู้แทนราษฎรในยุคดิจิทัล รวมจำนวน 40 คนประกอบด้วย

- 1.3.1 กลุ่มเป้าหมายที่เป็นตัวแทนสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร โดยคัดเลือกจากบุคคลที่เคยมีประสบการณ์ทำงานด้านสื่อสารมวลชน รวมจำนวน 5 คน
- 1.3.2 กลุ่มเป้าหมายที่เป็นตัวแทนผู้บริหารสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร ที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย รองเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร ผู้อำนวยการสำนักประชาสัมพันธ์ ผู้บังคับบัญชากลุ่มงานในสังกัดสำนักประชาสัมพันธ์ รวมจำนวน 8 คน
- 1.3.3 กลุ่มเป้าหมายที่เป็นตัวแทนเจ้าหน้าที่ของสำนักประชาสัมพันธ์ กลุ่มงานละ 2 คน รวมจำนวน 12 คน
- 1.3.4 ผู้เชี่ยวชาญด้านการประชาสัมพันธ์ ซึ่งเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในด้านงานประชาสัมพันธ์อย่างน้อย 10 ปี ขึ้นไปทั้งภาครัฐและเอกชน รวมจำนวน 5 คน
- 1.3.5 กลุ่มเป้าหมายที่เป็นตัวแทนผู้ให้บริการของสำนักประชาสัมพันธ์ (ผู้มีส่วนได้เสีย) รวมจำนวน 10 คน

1.4 ระยะเวลาในการศึกษา

เดือนมีนาคม - เดือนกรกฎาคม 2563

2. วิธีดำเนินการศึกษา

การศึกษานี้คณะผู้ศึกษาใช้วิธีการศึกษาทั้งแบบการวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ดังนี้

2.1 การวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary Research) แบ่งออกเป็น

2.1.1 โดยศึกษาระเบียบ ทฤษฎี แนวคิด และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องที่ได้รวบรวมไว้แล้ว โดยเฉพาะกรอบนโยบายที่เกี่ยวข้องกับยุทธศาสตร์ของสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร และนโยบายการสื่อสารองค์กรของสำนักประชาสัมพันธ์ ตลอดจนบทบาทภารกิจของหน่วยงานสังกัดสำนักประชาสัมพันธ์ รวมทั้งแนวคิดและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องในบริบทของการประชาสัมพันธ์

2.1.2 ศึกษาวิเคราะห์ผลการดำเนินงาน ปัญหา/อุปสรรค ของสำนักประชาสัมพันธ์

2.2 การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

2.2.1 วิธีการสัมภาษณ์เจาะลึก เป็นการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ โดยใช้แบบสัมภาษณ์ที่ได้ออกแบบไว้เพื่อเก็บข้อมูลเชิงลึกกับตัวแทนสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร ผู้บริหารสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎรที่เกี่ยวข้อง เจ้าหน้าที่ของสำนักประชาสัมพันธ์ และตัวแทนผู้ใช้บริการของสำนักประชาสัมพันธ์ (ผู้มีส่วนได้เสีย) เพื่อนำมารวบรวมและวิเคราะห์ศึกษาสภาพการดำเนินงาน ปัญหาและอุปสรรคของสำนักประชาสัมพันธ์

2.2.2 การสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมของคณะผู้ศึกษาในแต่ละกลุ่มงาน ประกอบด้วย กลุ่มงานบริหารทั่วไปและพิธีการ กลุ่มงานสารนิเทศ กลุ่มงานสื่อมวลชน กลุ่มงานโสตทัศนูปกรณ์ กลุ่มงานผลิตเอกสาร และกลุ่มงานเผยแพร่ประชาธิปไตยและกิจกรรมสภาผู้แทนราษฎร

3. กรอบแนวคิดในการศึกษา

จากการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาในเชิงคุณภาพ โดยนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษา ถึงกรอบทิศทางนโยบายด้านการประชาสัมพันธ์ของส่วนราชการ ทฤษฎี แนวคิด และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งการดำเนินงาน ปัญหา/อุปสรรค ของสำนักประชาสัมพันธ์ การสัมภาษณ์ตัวแทนผู้บริหารสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎรที่เกี่ยวข้อง เจ้าหน้าที่ของสำนักประชาสัมพันธ์ และตัวแทนผู้ใช้บริการของสำนักประชาสัมพันธ์ พร้อมทั้งการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม จำแนกแต่ละกลุ่มงาน ประกอบด้วย กลุ่มงานบริหารทั่วไปและพิธีการ กลุ่มงานสารนิเทศ กลุ่มงานสื่อมวลชน กลุ่มงานโสตทัศนูปกรณ์ กลุ่มงานผลิตเอกสาร และกลุ่มงานเผยแพร่ประชาธิปไตยและกิจกรรมสภาผู้แทนราษฎร โดยได้กำหนดกรอบระยะเวลาการศึกษาในเดือนมีนาคม - กรกฎาคม พ.ศ. 2563 เพื่อนำไปสู่แนวทางพัฒนางานด้านประชาสัมพันธ์ในการเผยแพร่บทบาทภารกิจของสถาบันนิติบัญญัติในยุคดิจิทัลและบุคลากรของสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร ทั้งนี้ เพื่อนำแนวทางพัฒนางานด้านประชาสัมพันธ์ในการเผยแพร่บทบาทและภารกิจของสถาบันนิติบัญญัติในยุคดิจิทัลดังกล่าว ไปเป็นแนวทางในการสนับสนุนงานของสถาบันนิติบัญญัติได้อย่างมีประสิทธิภาพในบริบทของ Smart & Digital Parliament นับจากนี้ไป

บทที่ 4

ผลการศึกษา

จากการศึกษาเรื่อง “แนวทางพัฒนางานด้านประชาสัมพันธ์ในการเผยแพร่บทบาทและภารกิจของสภาผู้แทนราษฎรในยุคดิจิทัล” ซึ่งคณะผู้ศึกษาได้ดำเนินการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลถึงกรอบทิศทางนโยบายการปฏิบัติราชการและบริหารการประชาสัมพันธ์ของส่วนราชการ ทฤษฎีแนวคิด และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งสภาพการดำเนินงาน ปัญหาและอุปสรรคของสำนักประชาสัมพันธ์ กอปรกับการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ตัวแทนผู้บริหารสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎรที่เกี่ยวข้อง เจ้าหน้าที่ของสำนักประชาสัมพันธ์ และตัวแทนผู้ใช้บริการของสำนักประชาสัมพันธ์ (ผู้มีส่วนได้เสีย) พร้อมทั้งการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมในการดำเนินงานตามบทบาทและภารกิจของกลุ่มงานภายในสังกัดสำนักประชาสัมพันธ์ ทั้งนี้ ผลการศึกษาดำเนินงานตามวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดในการศึกษาดังกล่าวคณะผู้ศึกษาในฐานะของบุคลากรสังกัดสำนักประชาสัมพันธ์ขอนำเสนอรายละเอียดดังต่อไปนี้

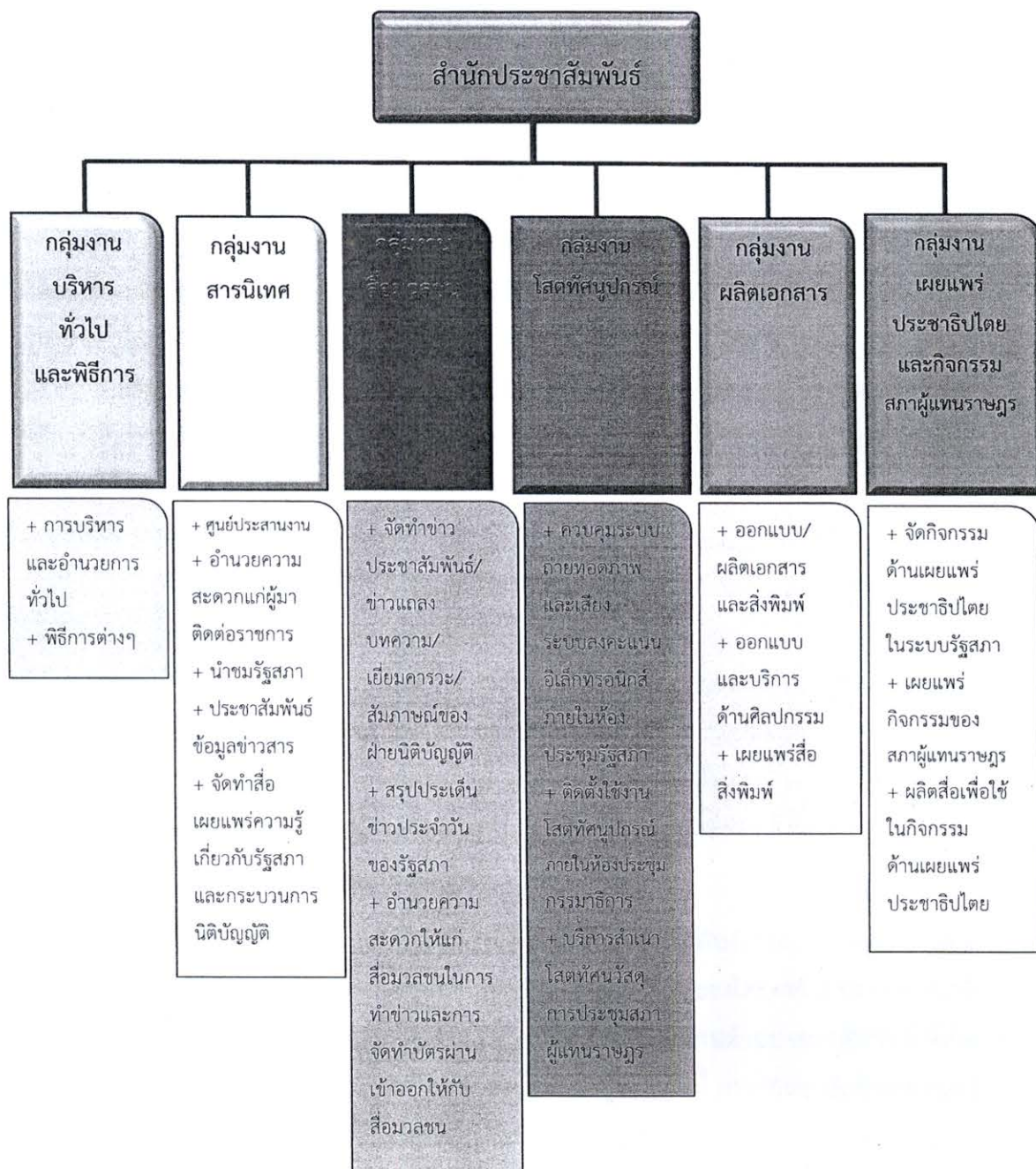
4.1 สภาพการดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์เผยแพร่บทบาทภารกิจของสภาผู้แทนราษฎรและความรู้ด้านกระบวนการนิติบัญญัติ

4.1.1 โครงสร้าง บทบาทหน้าที่ และความรับผิดชอบของสำนักประชาสัมพันธ์

สำนักประชาสัมพันธ์ สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร มีบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบเกี่ยวกับงานด้านประชาสัมพันธ์ของรัฐสภา สภาผู้แทนราษฎร และสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร ทั้งนี้ โดยจำแนกหน้าที่ความรับผิดชอบและภารกิจหลักตามโครงสร้างส่วนราชการภายในของสำนักประชาสัมพันธ์ออกเป็น 6 กลุ่มงาน ประกอบด้วย

- (1) กลุ่มงานบริหารทั่วไปและพิธีการ
- (2) กลุ่มงานสารนิเทศ
- (3) กลุ่มงานสื่อมวลชน
- (4) กลุ่มงานโสตทัศนูปกรณ์
- (5) กลุ่มงานผลิตเอกสาร
- (6) กลุ่มงานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์และกิจกรรมสภาผู้แทนราษฎร

กรอบภารกิจของกลุ่มงานภายในสังกัดสำนักประชาสัมพันธ์



ภาพที่ 3 แสดงกรอบภารกิจของกลุ่มงานภายในสังกัดสำนักประชาสัมพันธ์

จากการแบ่งส่วนราชการภายในของสำนักประชาสัมพันธ์ออกเป็น 6 กลุ่มงาน ประกอบด้วย กลุ่มงานบริหารทั่วไปและพิธีการ กลุ่มงานสารนิเทศ กลุ่มงานสื่อมวลชน กลุ่มงานโสตทัศนูปกรณ์ กลุ่มงานผลิตเอกสาร และกลุ่มงานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์และกิจกรรมสภาผู้แทนราษฎร ทั้งนี้ แต่ละกลุ่มงานมีหน้าที่ความรับผิดชอบและภารกิจที่เป็นโครงสร้างสำคัญของงานด้านประชาสัมพันธ์ทั้งภายในและภายนอกองค์กร ซึ่งสำนักประชาสัมพันธ์มีโครงสร้างเชิงหน้าที่ความรับผิดชอบครอบคลุมตามประเภทการประชาสัมพันธ์แบ่งออกเป็น

(ก) การประชาสัมพันธ์ภายใน (Internal Public Relations) เป็นกระบวนการที่ต้องการสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มบุคลากรภายในองค์กร หรือบุคลากรที่เกี่ยวข้องในวงงานสภา โดยกลุ่มงานที่มีบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบเชื่อมโยงกับการประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรที่เป็นส่วนงานสนับสนุนแนวคิด กระบวนการ ขั้นตอน กิจกรรม พิธีการ สื่อมวลชนสัมพันธ์ สื่อประชาสัมพันธ์ และโสตทัศนูปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารภายในองค์กร ได้แก่ กลุ่มงานบริหารทั่วไปและพิธีการ กลุ่มงานสารนิเทศ กลุ่มงานผลิตเอกสาร และกลุ่มงานโสตทัศนูปกรณ์

(ข) การประชาสัมพันธ์ภายนอก (External Public Relations) คือ การสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีกับบุคคลภายนอกองค์กร ได้แก่ ประชาชนทั่วไป ผู้มีส่วนได้เสียผู้มาติดต่อราชการ เป็นต้น โดยกลุ่มงานที่มีบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบเชื่อมโยงกับการประชาสัมพันธ์นอกองค์กรที่เป็นส่วนงานสนับสนุนแนวคิด กระบวนการ ขั้นตอน กิจกรรมพิธีการ สื่อมวลชนสัมพันธ์ สื่อประชาสัมพันธ์ และโสตทัศนูปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารภายนอกองค์กรหรือการสื่อสารสาธารณะ ได้แก่ กลุ่มงานสื่อมวลชน กลุ่มงานผลิตเอกสาร และกลุ่มงานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์และกิจกรรมสภาผู้แทนราษฎร

จึงกล่าวได้ว่าสภาพการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์เผยแพร่บทบาทภารกิจของสภาผู้แทนราษฎรและความรู้ด้านกระบวนการนิติบัญญัติในส่วนของโครงสร้าง บทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบของสำนักประชาสัมพันธ์มีความเอื้ออำนวยต่องานด้านประชาสัมพันธ์ให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลตามหลักการประชาสัมพันธ์อยู่แล้ว ทั้งนี้ การประชาสัมพันธ์เผยแพร่ในประเด็นบทบาทภารกิจของสภาผู้แทนราษฎร และประเด็นความรู้ด้านกระบวนการนิติบัญญัตินั้น กลุ่มงานในสังกัดสำนักประชาสัมพันธ์ซึ่งมีบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบ ทั้งการประชาสัมพันธ์ภายในและการประชาสัมพันธ์ภายนอกดังกล่าวถือว่ามีภาระรองรับมิติการประชาสัมพันธ์ทั้งบทบาทภารกิจของสภาผู้แทนราษฎรและความรู้ด้านกระบวนการนิติบัญญัติต่อกลุ่มเป้าหมายอย่างครอบคลุมตามหลักการประชาสัมพันธ์องค์กรแล้วโดยผ่านรูปแบบการดำเนินงานเชิงแนวคิด กระบวนการ ขั้นตอน กิจกรรม พิธีการ สื่อมวลชนสัมพันธ์ สื่อประชาสัมพันธ์ และโสตทัศนูปกรณ์ ยกตัวอย่างเช่น

1. การประชาสัมพันธ์เชิงพิธีการ ดำเนินการโดยกลุ่มงานบริหารทั่วไปและพิธีการ ได้แก่ พิธีการสำคัญของรัฐสภา สภาผู้แทนราษฎร และสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร รวมทั้งงานการกุศลต่าง ๆ เช่น การจัดพิธีบวงสรวงและสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ประจำรัฐสภา การจัดพิธีทำบุญประจำปีของส่วนราชการสังกัดรัฐสภา เป็นต้น โดยมีกลุ่มเป้าหมายเป็นสมาชิกรัฐสภา บุคคลในวงงานสภา ผู้บริหารและบุคลากรของสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร

2. การประชาสัมพันธ์เชิงสื่อบุคคล สื่อกิจกรรม และสื่อสิ่งพิมพ์ ดำเนินการโดยกลุ่มงานสารนิเทศ ได้แก่ การประสานงานอำนวยความสะดวกแก่ผู้มาติดต่อราชการ การนำชมรัฐสภา การบรรยายสรุปความรู้เกี่ยวกับรัฐสภาให้แก่คณะบุคคลที่เข้าเยี่ยมชมและศึกษาดูงานระบบงานรัฐสภา การประชาสัมพันธ์ผ่านระบบโสตทัศนูปกรณ์เสียงตามสายภายในสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร และการจัดทำสื่อเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับรัฐสภา

กลุ่มงานผลิตเอกสารได้ดำเนินการออกแบบและผลิตเอกสารสิ่งพิมพ์เพื่อเผยแพร่บทบาทอำนาจหน้าที่กิจกรรมผลงานของรัฐสภา สภาผู้แทนราษฎร ประธานและรองประธานสภาผู้แทนราษฎรผู้นำฝ่ายค้านในสภาผู้แทนราษฎร สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร คณะกรรมาธิการ ตลอดจนส่วนราชการภายในของสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎรเพื่อเผยแพร่สู่สาธารณชน

กลุ่มงานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์และกิจกรรมสภาผู้แทนราษฎรได้ดำเนินการประชาสัมพันธ์ภายนอกในเชิงกิจกรรมสร้างการมีส่วนร่วมกับประชาชน ได้แก่ การจัดกิจกรรมสภาผู้แทนราษฎรพบประชาชนในพื้นที่ การจัดกิจกรรมรัฐสภาสัญจรเพื่อเด็กและเยาวชน การจัดกิจกรรมยุวชนประชาธิปไตย การจัดกิจกรรมประกวดวรรณกรรมรางวัลพานแว่นฟ้า เป็นต้น

3. การประชาสัมพันธ์เชิงสื่อมวลชนสัมพันธ์ ดำเนินการโดยกลุ่มงานสื่อมวลชน ได้แก่ การประสานงานและอำนวยความสะดวกแก่สื่อมวลชนในการเผยแพร่ข่าว การให้สัมภาษณ์ การแถลงข่าวของรัฐสภา สภาผู้แทนราษฎร ประธานและรองประธานสภาผู้แทนราษฎร ผู้นำฝ่ายค้านในสภาผู้แทนราษฎร สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร คณะกรรมาธิการ และสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร ดำเนินการติดตาม ตรวจสอบ วิเคราะห์ ประมวลผล ตรวจข่าว กฤตภาคแถลง รวมถึงการชี้แจงแถลงข่าวของรัฐสภา สภาผู้แทนราษฎร และสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร โดยใช้หลักองค์ประกอบของการประสานงานที่สำคัญ ดังนี้

(ก) ความร่วมมือ จะต้องสร้างสัมพันธภาพในการทำงานร่วมกันกับสื่อมวลชนแขนงต่าง ๆ โดยอาศัยความเข้าใจหรือการตกลงร่วมกันเพื่อให้เกิดความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันในการปฏิบัติงานระหว่างกันราชการกับสื่อมวลชน

(ข) จังหวะเวลา จะต้องมีความตรงกันหรือสอดคล้องประสานกันในงาน

(ค) ความสอดคล้อง จะต้องพิจารณาความเหมาะสมพอดี ไม่ทำงานซ้อนกัน

(ง) ระบบการสื่อสาร จะต้องมีการสื่อสารที่เข้าใจตรงกันอย่างรวดเร็ว และราบรื่น

(จ) ผู้ประสานงาน จะต้องสามารถดึงทุกฝ่ายเข้าร่วมทำงานเพื่อตรงไปสู่จุดหมายเดียวกันตามที่กำหนดเป็นวัตถุประสงค์ของงาน

การประสานงานกับสื่อมวลชนนั้นถือเป็นองค์ประกอบสำคัญของงานด้านสื่อมวลชนสัมพันธ์ซึ่งการประสานงานมีวัตถุประสงค์เพื่อแจ้งให้ผู้ซึ่งมีส่วนเกี่ยวข้องได้ทราบ เพื่อรักษาไว้ซึ่งความสัมพันธ์อันดี เพื่อขอคำยินยอมหรือความเห็นชอบ เพื่อขอความช่วยเหลือ และเพื่อขจัดข้อขัดแย้งหรือความเข้าใจที่คลาดเคลื่อนในการนำเสนอข่าวสารของสื่อมวลชน

4. การประชาสัมพันธ์เชิงสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ดำเนินการโดยกลุ่มงานโสตทัศนูปกรณ์ ในการควบคุมถ่ายทอดสัญญาณภาพและเสียงการประชุมรัฐสภา สภาผู้แทนราษฎรผ่านระบบกระจายสัญญาณโทรทัศน์ภายในของรัฐสภา การควบคุมระบบเสียง และระบบลงคะแนนเสียงภายในห้องประชุมรัฐสภา ตลอดจนควบคุมระบบเสียงตามสายเพื่อกระจายสัญญาณเสียง การประชุมนิติบัญญัติทั้งภายในและภายนอกอาคารรัฐสภา การให้บริการติดตั้งโสตทัศนูปกรณ์ภายในห้องประชุมคณะกรรมการผู้เยี่ยมชมรัฐสภา ตลอดจนติดตั้งพร้อมควบคุมเครื่องเสียงภายในงานกิจกรรมและพิธีการต่าง ๆ ของฝ่ายนิติบัญญัติและส่วนราชการ รวมทั้งการให้บริการสำเนาโสตทัศนวัสดุการประชุมสภา การประชาสัมพันธ์ในรูปแบบนี้จะเป็นการใช้เครื่องมืออุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อสนับสนุนการสื่อสารประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร

4.1.2 นโยบายของรัฐและส่วนราชการที่สนับสนุนงานด้านประชาสัมพันธ์

(ก) ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561 - 2580)

แผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปีที่มีขึ้นตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 กำหนดให้รัฐพึงจัดให้มียุทธศาสตร์ชาติเป็นเป้าหมายการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืนตามหลักธรรมาภิบาลเพื่อเป็นกรอบการจัดทำแผนต่าง ๆ ให้สอดคล้องและบูรณาการให้เกิดเป็นพลังผลักดันร่วมกันไปสู่เป้าหมายดังกล่าวซึ่งจะต้องนำไปสู่การปฏิบัติให้ประเทศไทยบรรลุวิสัยทัศน์ “ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศพัฒนาแล้วด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” รัฐบาลจึงมีนโยบายที่จะใช้โมเดลการขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยนวัตกรรมเพื่อพัฒนาประเทศไทยไปสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน หรือไทยแลนด์ 4.0 ทั้งนี้ โดยมีปัจจัยต่อความสำเร็จของการพัฒนาไปสู่ระบบราชการ 4.0 ดังนี้

1. การสานพลังระหว่างภาครัฐและภาคส่วนอื่นในสังคม เป็นการยกระดับการทำงานจากการประสานงานกัน (Coordination) หรือทำงานด้วยกัน (Cooperation) ไปสู่การร่วมมือกัน (Collaboration) เป็นการบริหารกิจการบ้านเมืองในรูปแบบ “ประชารัฐ”

2. การสร้างนวัตกรรม (Innovation) เป็นการคิดค้นและหาวิธีการหรือศึกษาเรื่องใหม่ ๆ เพื่อให้เกิดผลกระทบใหญ่ต่อการตอบสนองความต้องการของประชาชนได้อย่างมีคุณภาพ โดยให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมเพื่อสร้างความเข้าใจ การเข้าถึงความรู้สึกนึกคิด

3. การปรับเข้าสู่ความเป็นดิจิทัล (Digitalization) เป็นการผสมผสานการจัดเก็บและประมวลผลข้อมูลผ่านระบบคลาวด์ อุปกรณ์สมาร์ตโฟน และเครื่องมือที่ใช้ในการทำงานร่วมกันเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับการดำเนินการให้บริการของราชการ สามารถตอบสนองความต้องการของประชาชนได้ในทุกเวลา ทุกสถานที่ ทุกอุปกรณ์ และทุกช่องทาง ได้อย่างมั่นคง ปลอดภัย และประหยัด

ด้วยเหตุนี้ ปัจจัยต่อความสำเร็จของการพัฒนาไปสู่ระบบราชการ 4.0 ในบริบทของการสานพลังระหว่างภาครัฐและภาคส่วนอื่นในสังคม จึงเป็นองค์ประกอบที่เอื้ออำนวยให้ส่วนราชการโดยเฉพาะสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎรต้องมีมาตรการสื่อสารประชาสัมพันธ์องค์กรเกี่ยวกับราชการด้านนิติบัญญัติต่อบุคลากรในวงงานสภา ผู้มีส่วนได้เสีย และประชาชนทั่วไปเพื่อนำไปสู่การประสานงานกันหรือทำงานด้วยกัน (Cooperation) หรือไปสู่การร่วมมือกัน (Collaboration) อย่างยั่งยืน ขณะที่บริบทการสร้างนวัตกรรมซึ่งเป็นการคิดค้นและหาวิธีการหรือศึกษาเรื่องใหม่ ๆ ที่มุ่งให้เกิดประโยชน์สาธารณะต่อการตอบสนองความต้องการของประชาชนได้อย่างมีคุณภาพ และบริบทการปรับเข้าสู่ความเป็นดิจิทัล (Digitalization) และเครื่องมือที่ใช้ในการทำงานร่วมกันเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับการดำเนินการให้บริการของราชการสามารถตอบสนองความต้องการของประชาชนได้ในทุกเวลานั้น ถือเป็นองค์ประกอบที่เอื้ออำนวยให้สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎรได้มีมาตรการสื่อสารในการกำหนดหรือพัฒนาช่องทางการสื่อสารประชาสัมพันธ์องค์กรให้มีความเป็นดิจิทัลเพื่อปรับตัวและรองรับเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารที่มีความทันสมัย มีความรวดเร็วของข้อมูล และมีประสิทธิภาพในการสื่อสารสองทาง

(ข) ความท้าทายและยุทธศาสตร์ขององค์กรภายใต้แผนปฏิบัติราชการสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร พ.ศ. 2563 – 2565

ตามที่สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎรได้มีการใช้แผนปฏิบัติราชการสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร พ.ศ. 2563 - 2565 ซึ่งเป็นการทบทวนแนวทางการพัฒนาองค์กรเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานของฝ่ายนิติบัญญัติจากแผนยุทธศาสตร์ของสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร พ.ศ. 2561 - 2564 โดยเชื่อมโยงการปฏิบัติราชการให้สอดคล้องกับรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 ตลอดจนแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2560 - 2579) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 - 2564)

แผนการปฏิรูปประเทศ แนวนโยบายของรัฐบาล และกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องภายใต้ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในยุคดิจิทัล อีกทั้งบริบทสังคม เศรษฐกิจ และการเมืองของประเทศที่เปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบัน โดยมีประเด็นความท้าทายทางนโยบาย ดังนี้

1. ประเด็นความท้าทายของสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร

1.1 ความท้าทายด้านพันธกิจ ประกอบด้วย

- เสริมสร้างกระบวนการนิติบัญญัติให้มีคุณภาพและได้มาตรฐานสากล
 - เสริมสร้างบทบาทและความร่วมมือในเวทีรัฐสภาอาเซียน และรัฐสภาระหว่างประเทศ
 - ส่งเสริมวัฒนธรรมทางการเมืองและการมีส่วนร่วมของประชาชน
- ในระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข

1.2 ความท้าทายด้านปฏิบัติการ ประกอบด้วย

- พัฒนานองค์กรให้มีขีดสมรรถนะสูง โดยเป็นระบบราชการ 4.0 และมีระบบการปฏิบัติงาน รวมถึงการให้บริการในรูปแบบ Digital & SMART Parliament
- พัฒนานองค์กรให้ก้าวไปสู่องค์กรที่เปิดกว้างและมีการเชื่อมโยงในทุกภาคส่วน
- พัฒนานองค์กรสู่ความเป็นเลิศตามมาตรฐานสากล

1.3 ความท้าทายด้านบุคลากร ประกอบด้วย

- พัฒนาคูคลากรทุกสายงานให้มีขีดสมรรถนะสูงเพื่อตอบสนองการเป็นองค์กรระบบราชการ
- พัฒนาคูบุคลากรให้มีความรู้ความชำนาญในการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่เพื่อรองรับการเป็น Digital & SMART Parliament
- ส่งเสริมและสร้างขวัญกำลังใจให้บุคลากรมีคุณภาพชีวิตที่ดี มีความผูกพันในการปฏิบัติงาน

2. ประเด็นยุทธศาสตร์ของสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร

ตามที่สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎรได้ทบทวนความท้าทายดังกล่าว รวมถึงปรับปรุงประเด็นการพัฒนาให้มีความทันสมัย และสอดคล้องกับแผนการพัฒนาประเทศ จึงได้มีการกำหนดวิสัยทัศน์ในแผนปฏิบัติราชการสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร พ.ศ. 2563 - 2565 โดยมีหลักการว่า “สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎรก้าวสู่การเป็น SMART Parliament” กล่าวคือ

SMART Parliament หมายถึง สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร เป็นองค์กรที่มีการบริหารจัดการโดยมีระบบที่ทันสมัย และมีขีดสมรรถนะสูง มีคุณธรรมจริยธรรม และความโปร่งใสพร้อมปรับเปลี่ยนไปสู่รัฐสภาดิจิทัล (Digital Parliament) เพื่อสนับสนุนงานของสถาบันนิติบัญญัติให้มีประสิทธิภาพ ประสิทธิผล และเกิดประโยชน์สุขต่อประชาชน ทั้งนี้ องค์ประกอบของ SMART Parliament ประกอบด้วย

1. S - Sophisticated เป็นองค์กรที่มีบุคลากรมีความรอบรู้ มีทักษะ มีสมรรถนะสูง มีความเชี่ยวชาญเป็นมืออาชีพด้านนิติบัญญัติ และสามารถปรับตัวเพื่อตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงตามสถานการณ์ในประเทศและสถานการณ์โลกได้อย่างยั่งยืน (Sustainable Risk and Change Management)

2. M - Moral & Ethics เป็นองค์กรที่ยึดมั่นในคุณธรรม และจริยธรรม มีค่านิยม และวัฒนธรรมองค์กรที่ดี มีความผาสุกในการปฏิบัติงาน

3. A - Accountability & Transparency เป็นองค์กรธรรมาภิบาล (Good Governance) ที่มีการบริหารจัดการองค์กรตามหลักการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี คำนึงถึงหลักความเลี้ยว และผลกระทบต่อสังคม หลักความคุ้มค่า หลักการมีส่วนร่วม และความรับผิดชอบ ยึดมั่นความโปร่งใส และตรวจสอบได้

4. R - Resilient & Competitive เป็นองค์กรที่ตอบสนองทันต่อการเปลี่ยนแปลงและมีความสามารถในการแข่งขันตามระบบราชการ 4.0 คือ มีการทำงานอย่างเปิดกว้างและสามารถเชื่อมโยงถึงกัน (Open & Connected Government) มีการทำงานโดยยึดประชาชนเป็นศูนย์กลาง (Citizen - Centric Government) มีการสานพลังภาคีและเครือข่ายกับทุกภาคส่วนทั้งในและต่างประเทศ (Collaboration)

5. T - Technology & Digital Transformation เป็นองค์กรรัฐสภาดิจิทัลที่สามารถสร้างสรรค์ และใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัล นวัตกรรม ข้อมูลสารสนเทศ และทุนมนุษย์

สำหรับพันธกิจและยุทธศาสตร์ของสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร ตามแผนปฏิบัติราชการสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร พ.ศ. 2563 – 2565 ประกอบด้วย

พันธกิจสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร

1. เสริมสร้างกระบวนการนิติบัญญัติให้มีคุณภาพและได้มาตรฐานสากล
2. เสริมสร้างบทบาทและความร่วมมือในเวทีรัฐสภาอาเซียนและรัฐสภา ระหว่างประเทศ
3. ส่งเสริมวัฒนธรรมทางการเมืองและการมีส่วนร่วมของประชาชน ในระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข

ยุทธศาสตร์สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร

1. พัฒนาการให้ก้าวสู่การเป็น SMART Parliament
2. ผลักดันให้รัฐสภาไทยเป็นศูนย์กลางความร่วมมือในเวทีรัฐสภาอาเซียน และรัฐสภาระหว่างประเทศ
3. ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของภาคพลเมืองในระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข เพื่อสนับสนุนงานนิติบัญญัติ
4. ปฏิรูปองค์กรและยกระดับศักยภาพบุคลากรให้มีความเชี่ยวชาญ มีธรรมาภิบาลและความผาสุกในการปฏิบัติงาน

จากวิสัยทัศน์ พันธกิจ และยุทธศาสตร์ตามแผนปฏิบัติราชการสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร พ.ศ. 2563 – 2565 ดังกล่าวสามารถเชื่อมโยงได้ว่ากรอบแนวทางนโยบายขององค์กรได้มีความเอื้ออำนวยให้สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎรมีการสื่อสารประชาสัมพันธ์องค์กรในการเผยแพร่บทบาทและภารกิจของสภาผู้แทนราษฎรในยุคดิจิทัลได้อย่างครอบคลุมโดยเริ่มจากบริบททางวิสัยทัศน์ SMART Parliament ที่นิยามถึงความเป็นองค์กรที่มีการบริหารจัดการโดยมีระบบที่ทันสมัย และมีขีดสมรรถนะสูง มีคุณธรรมจริยธรรม และความโปร่งใสพร้อมปรับเปลี่ยนไปสู่รัฐสภาดิจิทัล เพื่อสนับสนุนงานของสถาบันนิติบัญญัติให้มีประสิทธิภาพ ประสิทธิผล และเกิดประโยชน์สุขต่อประชาชน โดยเชื่อมโยงกับบริบทพันธกิจที่เกี่ยวข้องกับงานด้านประชาสัมพันธ์ คือ พันธกิจเสริมสร้างกระบวนการนิติบัญญัติให้มีคุณภาพ และได้มาตรฐานสากล รวมทั้งพันธกิจส่งเสริมวัฒนธรรมทางการเมืองและการมีส่วนร่วมของประชาชนในระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข จากวิสัยทัศน์และพันธกิจจึงนำไปสู่การเชื่อมโยงได้ว่า สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎรมีความพร้อมที่จะปรับตัวไปสู่ความเป็นรัฐสภาดิจิทัลองค์กรโดยเน้นการปฏิบัติราชการที่มุ่งใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการสื่อสารและพัฒนาการให้สอดคล้องตามความก้าวหน้าทางโลกาภิวัตน์ในรูปแบบดิจิทัล รวมทั้งการนำเทคโนโลยีสารสนเทศดิจิทัลมาประยุกต์ใช้ในกระบวนการประชาสัมพันธ์ตามพันธกิจเสริมสร้างกระบวนการนิติบัญญัติให้มีคุณภาพ และได้มาตรฐานสากล รวมทั้งพันธกิจส่งเสริมวัฒนธรรมทางการเมืองและการมีส่วนร่วมของประชาชนในระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข

ขณะที่ยุทธศาสตร์องค์กรที่เอื้ออำนวยต่อการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ในการเผยแพร่บทบาทภารกิจของสภาผู้แทนราษฎรในยุคดิจิทัล คือ ยุทธศาสตร์การพัฒนาการให้ก้าวสู่การเป็น SMART Parliament ซึ่งถือเป็นกลไกให้สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎรต้องมีการปรับตัวและเน้นใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการสื่อสารและพัฒนาการโดยเฉพาะสื่อประชาสัมพันธ์แบบดิจิทัลที่สามารถเข้าถึงผู้รับสารกลุ่มเป้าหมายได้อย่างถูกต้องรวดเร็ว

และรองรับการมีส่วนร่วมได้อย่างกว้างขวาง กอปรกับยุทธศาสตร์ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของภาคพลเมืองในระบบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข เพื่อสนับสนุนงานนิติบัญญัติซึ่งถือเป็นองค์ประกอบให้ส่วนราชการต้องมีกระบวนการสื่อสารไปยังประชาชนกลุ่มเป้าหมาย เพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมขอภาคพลเมือง และที่สำคัญบริบทยุทธศาสตร์นี้ยังถือเป็นยุทธศาสตร์ในความรับผิดชอบของสำนักประชาสัมพันธ์โดยตรงด้วย

(ค) ยุทธศาสตร์การสื่อสารองค์กร การเสริมสร้างประชารัฐและความเป็นพลเมืองในระบบประชาธิปไตยในยุคดิจิทัล พ.ศ. 2561 – 2562 สำนักประชาสัมพันธ์

ตามที่สำนักประชาสัมพันธ์จึงได้มีการปรับปรุงแผนยุทธศาสตร์ฉบับใหม่ให้สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์ของสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร พ.ศ. 2561 - 2564 โดยกำหนดกรอบทิศทางการพัฒนาด้านการสื่อสารองค์กร การเสริมสร้างประชารัฐและความเป็นพลเมืองประชาธิปไตยในยุคดิจิทัลให้สอดคล้องกับแผนแม่บทการพัฒนาองค์กร การกำหนดบริบทเชิงยุทธศาสตร์ด้านวิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าประสงค์ ตัวชี้วัดความสำเร็จ และทิศทางการพัฒนาเพื่อให้สามารถสนับสนุนภารกิจของฝ่ายนิติบัญญัติและสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร เกิดผลสัมฤทธิ์ตามเป้าประสงค์อย่างเป็นรูปธรรมภายใต้ชื่อ “ยุทธศาสตร์การสื่อสารองค์กรการเสริมสร้างประชารัฐ และความเป็นพลเมืองในระบบประชาธิปไตยในยุคดิจิทัล พ.ศ. 2561 - 2564” ที่มุ่งประสิทธิภาพในกระบวนการสื่อสารองค์กรเน้นความสำคัญกับงานด้านการสื่อสารโดยการเชื่อมโยงการสื่อสารกับระบบเทคโนโลยีสารสนเทศในรูปแบบดิจิทัล มุ่งยกระดับให้งานด้านประชาสัมพันธ์และการสื่อสารองค์กรสามารถสนองตอบต่อบทบาทภารกิจของฝ่ายนิติบัญญัติอย่างแท้จริงภายใต้ความพร้อมเพื่อการปฏิบัติงานเชิงรุกในสถานการณ์ที่มีการเปลี่ยนแปลงโดยตลอดเวลา ทั้งนี้ สำนักประชาสัมพันธ์โดยบทบาทและการดำเนินงานของกลุ่มงานภายใน ซึ่งประกอบด้วย กลุ่มงานบริหารทั่วไปและพิธีการ กลุ่มงานสารนิเทศ กลุ่มงานสื่อมวลชน กลุ่มงานโสตทัศนูปกรณ์ กลุ่มงานผลิตเอกสาร และกลุ่มงานเผยแพร่ประชาธิปไตยและกิจกรรมสภาผู้แทนราษฎรได้มีกรอบการปฏิบัติราชการที่รองรับบริบทด้านประชาสัมพันธ์ในการเผยแพร่บทบาทภารกิจของสภาผู้แทนราษฎรในยุคดิจิทัลภายใต้ยุทธศาสตร์ของสำนักประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วย

1. ยุทธศาสตร์การเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร ประกอบด้วย กลยุทธ์การพัฒนางานด้านประชาสัมพันธ์แบบประชารัฐ การประชาสัมพันธ์เชิงรุก การสร้างพันธมิตรทางการข่าวด้านพลเมืองประชาธิปไตย ด้านการมีส่วนร่วมภาคพลเมืองและด้านสื่อมวลชนสัมพันธ์ รวมทั้งการพัฒนาระบบงานเทคโนโลยีสารสนเทศและระบบโสตทัศนูปกรณ์เพื่อรองรับสนับสนุนและประชาสัมพันธ์ภารกิจของฝ่ายนิติบัญญัติและสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร

2. ยุทธศาสตร์การยกระดับความเป็นพลเมืองในระบอบประชาธิปไตย ส่งเสริมความร่วมมือของภาครัฐ เอกชน และประชาสังคม เพื่อการพัฒนาประชาธิปไตยและสร้างความเป็นหุ้นส่วนของภาคพลเมืองเพื่อขับเคลื่อนประเทศร่วมกับสถาบันนิติบัญญัติ โดยมีกลยุทธ์สำคัญ คือ การพัฒนากลไกการเผยแพร่องค์ความรู้ การพัฒนาประชาธิปไตยและเสริมสร้างความเป็นพลเมืองในระบอบประชาธิปไตย เพื่อให้ครอบคลุมทั่วทุกภูมิภาคของประเทศ

3. ยุทธศาสตร์การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการสื่อสารองค์กรและการมีส่วนร่วมของภาคพลเมืองในการสร้างความเข้มแข็งของประชาธิปไตยและขับเคลื่อนประเทศร่วมกับสถาบันนิติบัญญัติ โดยมีกลยุทธ์สำคัญ คือ การบูรณาการข้อมูลและข่าวสารของสถาบันนิติบัญญัติและสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎรให้มีความทันสมัย รวมทั้งการพัฒนาเนื้อหา รูปแบบ สื่อประชาสัมพันธ์ให้ทันสมัยอย่างมีประสิทธิภาพ

4. ยุทธศาสตร์การเสริมสร้างความรู้และทักษะบุคลากรให้มีสมรรถนะในการปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ และการสื่อสารองค์กร รวมทั้งการให้ความรู้ด้านการมีส่วนร่วมภาคพลเมือง โดยมีกลยุทธ์สำคัญ คือ การพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับพันธกิจของสำนักประชาสัมพันธ์ สื่อสารองค์กร สื่อมวลชนสัมพันธ์ ประชาธิปไตย และการมีส่วนร่วมภาคพลเมือง โดยมีสมรรถนะทักษะด้านการประชาสัมพันธ์ขั้นสูง และสามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศสมัยใหม่ในกระบวนการประชาสัมพันธ์อย่างมีประสิทธิภาพ

4.1.3 ความเชื่อมโยงระหว่างแผนปฏิบัติการของสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร พ.ศ. 2563 - 2565 กับกลยุทธ์การสื่อสารองค์กร การเสริมสร้างประชาธิปไตยและความเป็นพลเมืองในระบอบประชาธิปไตยในยุคดิจิทัล พ.ศ. 2561 - 2564

แผนปฏิบัติการของสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร พ.ศ. 2563 - 2565 มียุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการปฏิบัติราชการของสำนักประชาสัมพันธ์ คือ การปฏิบัติราชการร่วมกันภายใต้วิสัยทัศน์ “สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎรก้าวสู่การเป็น Smart Parliament” โดยการปฏิบัติราชการของสำนักประชาสัมพันธ์จะมีความสอดคล้องกับบริบทความท้าทายตามหน้าที่ความรับผิดชอบ ดังนี้

<p style="text-align: center;">ความเชื่อมโยงแผนปฏิบัติการสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร พ.ศ. 2563 - 2565 กับยุทธศาสตร์การสื่อสารองค์กรฯ เกี่ยวกับงานด้านประชาสัมพันธ์</p>		
<p style="text-align: center;">แผนปฏิบัติการสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร พ.ศ. 2563 - 2565</p>		<p style="text-align: center;">ยุทธศาสตร์การสื่อสารองค์กรฯ ของสำนักประชาสัมพันธ์ พ.ศ. 2561 - 2564</p>
พันธกิจ	ยุทธศาสตร์	
<p>พันธกิจที่ 1 คือ การเสริมสร้าง กระบวนการนิติบัญญัติ ให้มีคุณภาพ และ มาตรฐานสากล</p> <p>พันธกิจที่ 3 คือ การส่งเสริมวัฒนธรรม ทางการเมืองและการมี ส่วนร่วมของ ประชาชน ในระบอบประชาธิปไตย อันมีพระมหากษัตริย์ ทรงเป็นประมุข</p>	<p>ยุทธศาสตร์ที่ 1 คือ การพัฒนาองค์กร ให้ก้าวสู่การเป็น SMART Parliament</p> <p>ยุทธศาสตร์ที่ 3 คือ การส่งเสริมการมี ส่วนร่วมของภาคพลเมือง ในระบอบประชาธิปไตย อันมีพระมหากษัตริย์ ทรงเป็นประมุขเพื่อสนับสนุน งานนิติบัญญัติ</p> <p>ยุทธศาสตร์ที่ 4 คือ การปฏิรูปองค์กร และ ยกระดับศักยภาพบุคลากร ให้ มีความเชี่ยวชาญ มีธรรมาภิบาล และมีความ ผาสุกในการปฏิบัติงาน</p>	<p>1.ยุทธศาสตร์การเสริมสร้าง ภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร มีกลยุทธ์ประกอบด้วย การพัฒนางานด้านประชาสัมพันธ์ แบบประชารัฐ การประชาสัมพันธ์ เชิงรุกการสร้างพันธมิตร ทางการข่าวด้านพลเมือง ประชาธิปไตยและด้านการ มีส่วนร่วมภาคพลเมือง รวมทั้ง การพัฒนาระบบงานเทคโนโลยี สารสนเทศและงานระบบ โสตทัศนูปกรณ์เพื่อรองรับ สนับสนุนและประชาสัมพันธ์ ภารกิจของฝ่ายนิติบัญญัติ สำนักงานเลขาธิการ สภาผู้แทนราษฎร</p> <p>2. ยุทธศาสตร์การยกระดับ ความเป็นพลเมืองในระบอบ ประชาธิปไตยฯ มีกลยุทธ์ประกอบด้วย การพัฒนากลไกการเผยแพร่ องค์ความรู้การพัฒนา ประชาธิปไตยและเสริมสร้าง ความเป็นพลเมือง</p>

<p>ความเชื่อมโยงแผนปฏิบัติการสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร พ.ศ. 2563 - 2565</p> <p>กับยุทธศาสตร์การสื่อสารองค์กรฯ เกี่ยวกับงานด้านประชาสัมพันธ์</p>		
<p>แผนปฏิบัติการสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร พ.ศ. 2563 - 2565</p>		<p>ยุทธศาสตร์การสื่อสารองค์กรฯ ของสำนักประชาสัมพันธ์ พ.ศ. 2561 - 2564</p>
พันธกิจ	ยุทธศาสตร์	
		<p>ในระบอบประชาธิปไตย เพื่อให้ครอบคลุมทั่วทุกภูมิภาคของประเทศ</p> <p>3. ยุทธศาสตร์การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการสื่อสารองค์กร</p> <p>มีกลยุทธ์ประกอบด้วย การบูรณาการข้อมูลและข่าวสารของสถาบันนิติบัญญัติและสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร ให้มีความทันสมัย รวมทั้งการพัฒนาเนื้อหา รูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ให้ทันสมัยอย่างมีประสิทธิภาพ</p> <p>4. ยุทธศาสตร์การเสริมสร้างความรู้และทักษะบุคลากรให้มีสมรรถนะในการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์และการสื่อสารองค์กร</p> <p>มีกลยุทธ์ประกอบด้วย การพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับภารกิจสำนักประชาสัมพันธ์งานสื่อสารองค์กรงาน</p>

ความเชื่อมโยงแผนปฏิบัติการสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร พ.ศ. 2563 - 2565 กับยุทธศาสตร์การสื่อสารองค์กรฯ เกี่ยวกับงานด้านประชาสัมพันธ์		
แผนปฏิบัติการสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร พ.ศ. 2563 - 2565		ยุทธศาสตร์การสื่อสารองค์กรฯ ของสำนักประชาสัมพันธ์ พ.ศ. 2561 - 2564
พันธกิจ	ยุทธศาสตร์	
		สื่อมวลชนสัมพันธ์ ความรู้ด้าน ประชาธิปไตยและการมีส่วนร่วม ร่วมภาคพลเมือง สมรรถนะ ทักษะด้านการประชาสัมพันธ์ ขั้นสูง ความสามารถในการใช้ โสตทัศนูปกรณ์ รวมทั้ง เทคโนโลยีสารสนเทศสมัยใหม่ ในกระบวนการประชาสัมพันธ์

ตารางที่ 1 แสดงความเชื่อมโยงระหว่างแผนปฏิบัติการสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร พ.ศ. 2563 - 2565 กับยุทธศาสตร์การสื่อสารองค์กรฯ สำนักประชาสัมพันธ์

4.1.4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพการดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์เผยแพร่ บทบาทภารกิจของสภาผู้แทนราษฎรและความรู้ด้านกระบวนการนิติบัญญัติ

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้สัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างตามขอบเขตการศึกษา เรื่อง แนวทางพัฒนางานด้านประชาสัมพันธ์ในการเผยแพร่บทบาทภารกิจของสภาผู้แทนราษฎร ในยุคดิจิทัล ได้แก่ สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร ผู้บริหารของสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร ผู้เชี่ยวชาญด้านการประชาสัมพันธ์และการใช้สื่อดิจิทัลจากหน่วยงานต่าง ๆ ข้าราชการรัฐสภา สายงานนักประชาสัมพันธ์ บุคลากรของสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร และประชาชนทั่วไปผู้มาติดต่อราชการ คณะผู้ศึกษา จึงขอสรุปประเด็นสภาพการดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์ เผยแพร่บทบาทภารกิจของสภาผู้แทนราษฎรและความรู้ด้านกระบวนการนิติบัญญัติจากการประมวลความคิดเห็นของผู้ให้สัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างตามวัตถุประสงค์การศึกษาดังต่อไปนี้

(ก) บทบาทและภารกิจด้านประชาสัมพันธ์เผยแพร่บทบาทภารกิจของสภาผู้แทนราษฎรและความรู้ด้านกระบวนการนิติบัญญัติ

สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร โดยหน่วยงานภายในที่มีบทบาทและภารกิจด้านประชาสัมพันธ์มีการดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารทั้งบทบาทและภารกิจของสภาผู้แทนราษฎรและการเผยแพร่ความรู้ด้านกระบวนการนิติบัญญัติในช่วงเวลาที่ผ่านมาได้อย่างเหมาะสมตามบริบทแวดล้อมและสถานการณ์ทางการเมืองและสถาบันนิติบัญญัติที่เปลี่ยนแปลงไปจนถึงปัจจุบัน ซึ่งหน่วยงานด้านประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎรมีการให้บริการและการอำนวยความสะดวกต่างๆ ทั้งด้านการต้อนรับ การติดต่อสอบถามข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการประชุมรัฐสภา การประชุมสภาผู้แทนราษฎร การประชุมคณะกรรมการของสภาผู้แทนราษฎร และพิธีการหรือกิจกรรมต่าง ๆ ในวงงานรัฐสภา การติดต่อประสานงานกับสื่อมวลชนเพื่อจัดเตรียมการแถลงข่าวของสมาชิกฯ รวมทั้ง สรุปการแถลงข่าว เพื่อนำไปเผยแพร่ตามช่องทางต่างๆ การให้บริการข่าวสารความรู้ด้านนิติบัญญัติ ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์สำหรับด้านประชาสัมพันธ์ การสนับสนุนโสตทัศนูปกรณ์เพื่อดำเนินงานด้านพิธีการ กิจกรรม การประชุม การจัดฝึกอบรม และการสัมมนาของฝ่ายนิติบัญญัติและสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร การจัดกิจกรรมด้านการเผยแพร่ประชาธิปไตยและการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข โดยมีความเชื่อมโยงระหว่างฝ่ายนิติบัญญัติ ภาคส่วนราชการ ภาคประชาสังคม และประชาชนทั่วไป ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่า โครงสร้าง บทบาท และภารกิจงานด้านประชาสัมพันธ์ ของสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎรมีความครอบคลุมการประชาสัมพันธ์ทั้งรูปแบบภายในองค์กรและภายนอกองค์กรในเชิงกิจกรรมเชื่อมโยงกับภาคส่วนสังคมแล้ว

(ข) นโยบายด้านประชาสัมพันธ์ในบทบาทภารกิจของสภาผู้แทนราษฎรและการเผยแพร่ความรู้ด้านกระบวนการนิติบัญญัติในยุคดิจิทัล

จากกรอบวิสัยทัศน์ พันธกิจ และยุทธศาสตร์ตามแผนปฏิบัติราชการ สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร พ.ศ. 2563 - 2565 ซึ่งเป็นนโยบายขององค์กรที่มีความเอื้ออำนวยให้สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎรต้องรองรับการสื่อสารประชาสัมพันธ์องค์กรเพื่อเผยแพร่บทบาทและภารกิจของสภาผู้แทนราษฎรให้เกิดประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลตามเป้าประสงค์ทางนโยบายของส่วนราชการ โดยเฉพาะยุทธศาสตร์องค์กรที่เอื้ออำนวยต่อการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ในการเผยแพร่บทบาทภารกิจของสภาผู้แทนราษฎรในยุคดิจิทัลคือ ยุทธศาสตร์การพัฒนางานองค์กรให้ก้าวสู่การเป็น SMART Parliament ซึ่งถือเป็นกลไกให้สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎรต้องมีการปรับตัวและเน้นใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการสื่อสารและพัฒนางานองค์กรซึ่งหมายถึงการใช้สื่อประชาสัมพันธ์แบบดิจิทัลที่เข้ามามีบทบาทต่อการสื่อสารและพัฒนางานองค์กรในยุคความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารปัจจุบัน

ขณะเดียวกันยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับสำนักประชาสัมพันธ์ คือ ยุทธศาสตร์ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของภาคพลเมืองในระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุขเพื่อสนับสนุนงานนิติบัญญัติ ซึ่งถือเป็นกรอบทิศทางให้สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎรโดยการปฏิบัติหน้าที่ของสำนักประชาสัมพันธ์ต้องมีกระบวนการสื่อสารไปยังประชาชนกลุ่มเป้าหมายเพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมของภาคพลเมืองซึ่งถือเป็นการดำเนินงานตามบทบัญญัติแห่งรัฐธรรมนูญในการสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนและเพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความเป็นพลเมืองในระบอบประชาธิปไตย ตลอดจนบทบาทภารกิจของสภาผู้แทนราษฎรและกระบวนการนิติบัญญัติในระบบรัฐสภาซึ่งล้วนมีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกับวิถีความเป็นพลเมืองและความเป็นประชาธิปไตยเพื่อประโยชน์สุขของประชาชนอย่างยั่งยืน

นอกจากยุทธศาสตร์ตามแผนปฏิบัติราชการของสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร พ.ศ. 2563 - 2565 สำนักประชาสัมพันธ์ยังมียุทธศาสตร์การสื่อสารองค์กร การเสริมสร้างประชารัฐ ความเป็นพลเมืองในระบอบประชาธิปไตยในยุคดิจิทัล พ.ศ. 2561 - 2564 ที่มุ่งประสิทธิภาพในกระบวนการสื่อสารองค์กรเน้นความสำคัญกับงานด้านการสื่อสาร โดยการเชื่อมโยงการสื่อสารกับระบบเทคโนโลยีสารสนเทศในรูปแบบดิจิทัล มุ่งยกระดับให้งานด้านประชาสัมพันธ์และการสื่อสารองค์กรสามารถสนองตอบต่อบทบาทภารกิจของฝ่ายนิติบัญญัติ ภายใต้ความพร้อมเพื่อการปฏิบัติงานเชิงรุกในสถานการณ์ที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ทั้งนี้ กลยุทธ์การสื่อสารองค์กรฯ อาจจะยังไม่มีรายละเอียดที่เจาะจงถึงรูปแบบ แนวทาง หรือมาตรฐานของการใช้สื่อประชาสัมพันธ์แบบดิจิทัลให้เป็นรูปธรรมและการบูรณาการเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน

(ค) ช่องทางประชาสัมพันธ์ในบทบาทภารกิจของสภาผู้แทนราษฎรและการเผยแพร่ความรู้ด้านกระบวนการนิติบัญญัติในยุคดิจิทัล

จากวิสัยทัศน์ของสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎรที่กำหนดว่า สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎรก้าวสู่การเป็น SMART Parliament ซึ่งหมายถึง สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎรเป็นองค์กรที่มีการบริหารจัดการโดยมีระบบที่ทันสมัยและพร้อมที่จะปรับเปลี่ยนไปสู่รัฐสภาดิจิทัล เพื่อสนับสนุนงานของสถาบันนิติบัญญัติให้มีประสิทธิภาพ ประสิทธิผล และเกิดประโยชน์สุขต่อประชาชน ดังนั้น สำนักประชาสัมพันธ์ในบทบาทของหน่วยงานภายในที่รับผิดชอบด้านการสื่อสารองค์กรจึงต้องมีช่องทางประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกองค์กรเพื่อสื่อสารบทบาทภารกิจของสภาผู้แทนราษฎรและการเผยแพร่ความรู้ด้านกระบวนการนิติบัญญัติในยุคดิจิทัล ซึ่งที่ผ่านมามีการดำเนินงานตามบทบาทและภารกิจของกลุ่มงานในสังกัดประชาสัมพันธ์ได้มีการใช้ช่องทางประชาสัมพันธ์ด้วยรูปแบบต่าง ๆ ได้แก่ การประชาสัมพันธ์

เชิงพิธีการ การประชาสัมพันธ์เชิงสื่อบุคคล รวมทั้งสื่อกิจกรรม และสื่อสิ่งพิมพ์ การประชาสัมพันธ์เชิงสื่อมวลชนสัมพันธ์ การประชาสัมพันธ์เชิงอิเล็กทรอนิกส์และโสตทัศนูปกรณ์

อย่างไรก็ตาม สำหรับการใช้อสื่อประชาสัมพันธ์แบบดิจิทัลในช่วงที่ผ่านมา สำนักประชาสัมพันธ์ได้มีการปรับกระบวนการทำงานภายใต้การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี จากเดิมที่เป็นระบบอนาล็อกซึ่งจะต้องปรับรูปแบบและพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ให้เป็นดิจิทัล อีกทั้งกรอบทิศทางการพัฒนาองค์กรที่จะต้องปรับเปลี่ยนไปความสู่ความเป็นรัฐสภาดิจิทัล เนื่องจากในปัจจุบันส่วนราชการกำลังเข้าสู่ยุคของการใช้อสื่อใหม่ในรูปแบบของสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ซึ่งถือเป็นช่องทางหลักในการประชาสัมพันธ์ไปสู่ผู้รับสารกลุ่มเป้าหมาย ที่มีประสิทธิภาพอย่างยิ่ง และจากการดำเนินงานที่ผ่านมา กลุ่มงานภายในของสำนักประชาสัมพันธ์ ได้มีการปรับแผนและวิธีการนำเสนองานประชาสัมพันธ์ให้ทันสมัยเพิ่มมากขึ้น และเพิ่มช่องทางในการสื่อสารข้อมูลไปยังกลุ่มเป้าหมายตามภารกิจของกลุ่มงาน เช่น การสื่อสารประชาสัมพันธ์ผ่านรูปแบบที่เรียกว่า Digital Platform โดยเฉพาะรูปแบบสื่อสังคมออนไลน์ ได้แก่ Facebook Youtube เป็นต้น ซึ่งได้นำเสนอในรูปแบบของการนำชมหรือการให้ความรู้เกี่ยวกับรัฐสภาและกระบวนการนิติบัญญัติตามรัฐธรรมนูญ รวมทั้งการสร้างเครือข่าย กลุ่มเป้าหมายในลักษณะของแฟนเพจ นอกจากนี้ยังมีการสื่อสารด้วยรูปแบบ Line Application เช่น การประสานงานด้านสื่อมวลชนสัมพันธ์ด้วย Group Line หรือการประชาสัมพันธ์ข้อมูล ข่าวสารบทบาทภารกิจของสภาผู้แทนราษฎร และการเผยแพร่ความรู้ด้านกระบวนการนิติบัญญัติ ผ่านรูปแบบ QR Code เป็นต้น ส่วนงานด้านผลิตเอกสารได้มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบของสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อเผยแพร่แบบเดิมให้เป็นหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) เพื่อรองรับกับการประชาสัมพันธ์ยุคดิจิทัลในปัจจุบัน

กล่าวสรุปได้ว่า การดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์ในบทบาทภารกิจของ สภาผู้แทนราษฎรและการเผยแพร่ความรู้ด้านกระบวนการนิติบัญญัติของสำนักประชาสัมพันธ์ ได้มีการปรับกระบวนการในด้านการประชาสัมพันธ์ไปยังผู้รับสารกลุ่มเป้าหมาย มาอย่างต่อเนื่อง ซึ่งในช่วงการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีอนาล็อกซึ่งสำนักประชาสัมพันธ์ได้เน้นรูปแบบ การประชาสัมพันธ์ตามหลักนิเทศศาสตร์เดิม คือการใช้อสื่อบุคคลในการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องโดยเชื่อมโยงจากตัวบุคคลเป็นสำคัญ ได้แก่ สมาชิกรัฐสภา บุคคลในวง งานรัฐสภา วิทยากร สื่อมวลชน เป็นต้นขณะที่สื่อสิ่งพิมพ์ประชาสัมพันธ์ได้มีการจัดทำเรียบเรียง เนื้อหาและการออกแบบจัดพิมพ์เป็นรูปเล่มในรูปแบบเอกสารแผ่นพับ โปสเตอร์ หนังสือ วารสาร จุลสาร บทความ ข่าวแจก และป้ายนิทรรศการเพื่อสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายตามภารกิจของแต่ละกลุ่มงานภายใน ขณะที่สื่ออิเล็กทรอนิกส์ประชาสัมพันธ์จะเป็นการสื่อสารในลักษณะงาน บริการโสตทัศนูปกรณ์และโสตทัศนวัสดุ การใช้อสื่ออิเล็กทรอนิกส์ในลักษณะการประชาสัมพันธ์

ผ่านเสียงตามสายและระบบกระจายสัญญาณโทรทัศน์ภายในองค์กร และสื่อเทคโนโลยีสารสนเทศในรูปแบบอินเทอร์เน็ตสำหรับสื่อกิจกรรมในลักษณะของโครงการและกิจกรรมประชาสัมพันธ์ ภายในและภายนอกองค์กร มีการใช้ช่องทางประชาสัมพันธ์ที่ผสมผสานระหว่างสื่อบุคคล สื่อมวลชน สื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออินเทอร์เน็ต สื่ออิเล็กทรอนิกส์ รวมทั้งการใช้สื่อสารมวลชน เพิ่มความรวดเร็วในการสื่อสารสู่สาธารณะ ได้แก่ วิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา ในลักษณะของการจัดทำสเปคตวิทยุกระจายเสียงและสเปคตวิทยุโทรทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ ด้านความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับความเป็นประชาชนพลเมืองในระบบประชาธิปไตยตามบทบัญญัติของรัฐธรรมนูญภายใต้บริบทการขับเคลื่อนการปฏิรูปของประเทศที่เปลี่ยนแปลง ตลอดจนบทบาทภารกิจของสภาผู้แทนราษฎรและกระบวนการนิติบัญญัติในระบบรัฐสภา เป็นต้น ทั้งนี้ จากนโยบายของรัฐและส่วนราชการสังกัดรัฐสภาในการปรับตัวและนำเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสารมาประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติราชการอย่างต่อเนื่อง และปัจจุบันสำนักประชาสัมพันธ์ได้มีการทบทวนแนวทางโดยเริ่มทยอยปรับเปลี่ยนกระบวนการและช่องทางประชาสัมพันธ์ให้รองรับทิศทางการพัฒนาองค์กรในรูปแบบดิจิทัล ทั้งนี้ โดยเริ่มปรับกระบวนการทัศนจากรูปแบบและองค์ประกอบของการประชาสัมพันธ์แบบเดิมให้ยกระดับสู่มาตรฐาน “การสื่อสารองค์กร” ซึ่งมีบริบทที่ครอบคลุมการประชาสัมพันธ์ในเชิงรุกในยุคสมัยใหม่ที่ต้องมีการสื่อสารเชื่อมโยงผู้รับสารกลุ่มเป้าหมายภายใต้ความถูกต้อง รวดเร็ว กระชับ และเข้าถึงได้อย่างครอบคลุมโดยเน้นการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารแบบดิจิทัลมาใช้ในการสื่อสารพัฒนาองค์กร เพื่อมุ่งประโยชน์ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดต่อผู้รับสารกลุ่มเป้าหมายจนนำมาซึ่งภาพลักษณ์ที่ดี ในด้านการสื่อสารองค์กรทั้งภายในและภายนอกให้กับส่วนราชการ

4.2 สภาพปัญหาและอุปสรรคการดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์เผยแพร่บทบาทภารกิจของสภาผู้แทนราษฎรและกระบวนการด้านนิติบัญญัติ

จากการศึกษารวบรวมข้อมูล โดยศึกษาผลสภาพการดำเนินงาน ปัญหาและอุปสรรคของสำนักประชาสัมพันธ์ และการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญซึ่งเป็นสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร ในฐานะสมาชิกรัฐสภา ผู้บริหารของสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร ผู้เชี่ยวชาญด้านการประชาสัมพันธ์ และการใช้สื่อดิจิทัลจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เจ้าหน้าที่ของสำนักประชาสัมพันธ์ และตัวแทนผู้ใช้บริการของสำนักประชาสัมพันธ์ (ผู้มีส่วนได้เสีย) ตลอดจนการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมของคณะผู้จัดทำในแต่ละกลุ่มงาน ประกอบด้วย กลุ่มงานสารนิเทศ กลุ่มงานสื่อมวลชน กลุ่มงานโสตทัศนูปกรณ์ และกลุ่มงานเผยแพร่ประชาธิปไตยและกิจกรรมสภาผู้แทนราษฎร สามารถวิเคราะห์สภาพปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์เผยแพร่บทบาทภารกิจของสภาผู้แทนราษฎร และกระบวนการด้านนิติบัญญัติ ดังนี้

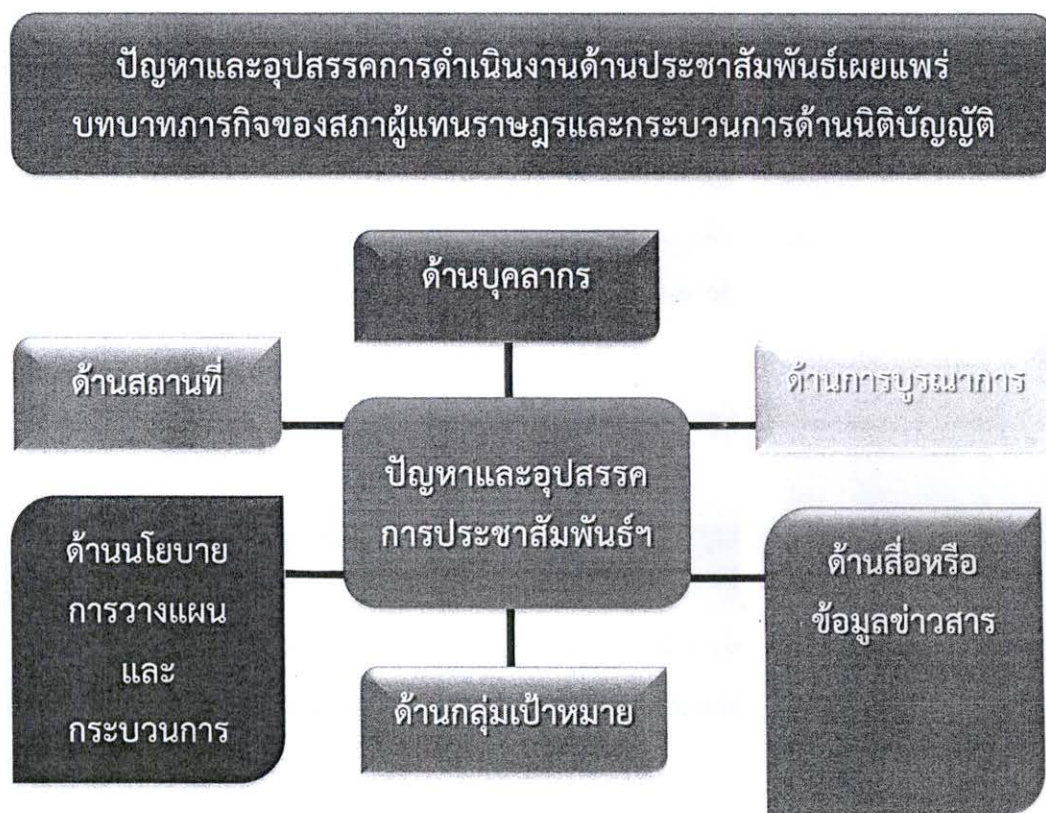
ประเด็นปัญหา	สภาพปัญหา
<p>1. ด้านบุคลากร ด้านความรู้ ความชำนาญ ทักษะ และ ความเชี่ยวชาญในการประชาสัมพันธ์ และ ความรู้ความสามารถในการใช้เครื่องมือสื่อสารต่าง ๆ</p> <p>2. ด้านการบูรณาการระหว่างกลุ่มงานภายในสำนักประชาสัมพันธ์ และการติดต่อประสานงานกับหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง</p> <p>3. ด้านสื่อหรือข้อมูลข่าวสาร ทั้งเนื้อหา รูปแบบ วิธีการนำเสนอ รวมไปถึงชนิดของสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์</p>	<p>1. บุคลากรบางส่วนยังขาดความรู้ความชำนาญ ทักษะ และ ความเชี่ยวชาญในงานประชาสัมพันธ์ และขาดความกระตือรือร้นในการทำงาน</p> <p>2. บุคลากรขาดความรู้ความสามารถ ประสบการณ์ ความชำนาญ และความคิดสร้างสรรค์ในการใช้เครื่องมือสื่อสารด้านดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์</p> <p>3. บุคลากรขาดความรู้ความเข้าใจในรูปแบบของสื่อดิจิทัล การปรับข้อมูล เนื้อหาและภาพให้เหมาะสมมีความน่าสนใจเข้ากับสื่อดิจิทัล</p> <p>4. บุคลากรมีองค์ความรู้ไม่เพียงพอต่อการนำมาจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ และขาดความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับข้อมูลที่จะนำเสนอ เช่น ความรู้เกี่ยวกับกฎหมาย ข้อบังคับ หรือกระบวนการทางนิติบัญญัติต่าง ๆ</p> <p>ขาดการติดต่อประสานงานที่ดีระหว่างกลุ่มงานหรือการประสานกับหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างเครือข่ายและความเชื่อมโยงในการประชาสัมพันธ์</p> <p>1. การประชาสัมพันธ์ยังขาดความคิดสร้างสรรค์ที่เป็นเลิศ ทีมงานออกแบบดีไซน์ยังขาดประสบการณ์ รวมถึงขาดเครื่องมืออุปกรณ์ที่ใช้สำหรับการนำเสนอ และที่สำคัญคือ งบประมาณที่ใช้สำหรับการประชาสัมพันธ์</p> <p>2. การประชาสัมพันธ์ยึดรูปแบบที่เป็นทางการเกินไป</p> <p>3. การเปลี่ยนแปลงของสื่อดิจิทัลมีการเติบโต</p>

ประเด็นปัญหา	สภาพปัญหา
4. ด้านกลุ่มเป้าหมาย	<p>และเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศอย่างรวดเร็ว</p> <p>4. การประชาสัมพันธ์ขาดการวางแผนการใช้สื่อดิจิทัล เพื่อพัฒนาสื่อใหม่ ๆ ให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้อย่างทันท่วงที ทำให้การประชาสัมพันธ์ขาดความรวดเร็ว ทันท่วงที ผู้รับข้อมูลข่าวสารได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อภายนอกองค์กรก่อนสื่อภายในองค์กร</p> <p>5. ช่องทางที่นำเสนอยังไม่มีหลากหลาย</p> <p>6. อุปสรรคด้านสื่อสาร การใช้ศัพท์เชิงวิชาการที่ยากต่อการทำความเข้าใจได้ในระยะเวลาอันสั้น และช่องทางที่ใช้นำเสนอข่าวประชาสัมพันธ์เป็นการสื่อสารทางเดียว</p> <p>7. อุปสรรคด้านเครือข่ายสัญญาณอินเทอร์เน็ต</p> <p>1. ความหลากหลายของกลุ่มเป้าหมายจากการประชาสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมายเดิม ๆ ที่แตกต่างกันออกไปของแต่ละกลุ่มงานภายในสำนักประชาสัมพันธ์ ไม่มีการบูรณาการระหว่างกลุ่มงานในลักษณะต่างกลุ่มต่างเผยแพร่เนื้อหาข้อมูลข่าวสารตามวัตถุประสงค์และกลุ่มเป้าหมายของตน ทำให้ประชาชนที่มีใช้กลุ่มเป้าหมายไม่ได้รับข้อมูลข่าวสารหรือรับรู้ข้อมูลที่คลาดเคลื่อนได้</p> <p>2. ความคิดเห็นด้านการเมืองที่แตกต่างกันของประชาชน รวมถึงความหลากหลายทางการเมืองและความขัดแย้งที่เกิดขึ้น เป็นปัญหาในการที่จะประชาสัมพันธ์ข่าวสาร ภารกิจของสภาผู้แทนราษฎรให้ประชาชนสนใจเข้าใจและ</p>

ประเด็นปัญหา	สภาพปัญหา
<p>5. ด้านนโยบาย การวางแผนและกระบวนการประชาสัมพันธ์</p>	<p>เกิดการยอมรับ</p> <p>3. ประชาชนทั่วไปหรือบุคคลภายนอกวงงานของสภาไม่ทราบถึงกระบวนการ ขั้นตอน และไม่เข้าใจการทำงานของกระบวนการนิติบัญญัติอย่างแท้จริง โดยรับรู้ข่าวสารและเข้าใจเพียงว่ามี การอภิปรายของแต่ละสภา แต่ยังไม่ทราบถึงสาระสำคัญหรือประโยชน์ของการประชุมที่จะได้รับจากกระบวนการนิติบัญญัตินั้น ๆ อย่างแท้จริงและยั่งยืน</p> <p>1. การเตรียมการประชาสัมพันธ์อาจมีการเปลี่ยนแปลงตามสถานการณ์ ทั้งที่ได้รับแจ้งกรณีเร่งด่วนและการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า</p> <p>2. ปัญหาด้านงบประมาณในการประชาสัมพันธ์ที่ได้รับการจัดสรรในแต่ละปีไม่เพียงพอต่อการดำเนินการเผยแพร่ความรู้ให้แก่ประชาชนอย่างทั่วถึงกลุ่มเป้าหมาย ทั้งกลุ่มเยาวชนและประชาชนทั่วไปบางปีงบประมาณ มีการจัดสรรงบประมาณที่ล่าช้า และถูกปรับลดลงน้อยกว่าเดิม จากสาเหตุดังกล่าวจึงไม่สามารถที่จะวางแผนและขยายการขับเคลื่อนการดำเนินการกิจกรรมเผยแพร่ความรู้ในรูปแบบใหม่ ๆ หรือเป็นที่นิยมในปัจจุบัน</p> <p>3. ด้านนโยบายผู้บริหาร เป็นส่วนหนึ่งที่จะขับเคลื่อนให้การทำงานการเผยแพร่ความรู้ต่อประชาชนมีความต่อเนื่องและเกิดประโยชน์สูงสุด ซึ่งที่ผ่านมาเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงผู้บริหารนโยบายก็เปลี่ยนไปด้วยทำให้ขาดความต่อเนื่อง</p> <p>4. อุปสรรคเรื่องการดำเนินงาน ซึ่งมีลำดับ</p>

ประเด็นปัญหา	สภาพปัญหา
6. ด้านสถานที่ในการดำเนินงาน	ขั้นตอนมากจนเกินไป มีอุปสรรคเรื่องพื้นที่สำหรับการให้บริการ เนื่องจากรัฐสภาพังอยู่ในระหว่างการก่อสร้าง ส่งผลให้การดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์ จึงยังไม่ค่อยเกิดความสะดวกและยังไม่ ครอบคลุมการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายเท่าที่ควร

ตารางที่ 2 แสดงสภาพปัญหาและอุปสรรคการดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์เผยแพร่บทบาทภารกิจของสภาผู้แทนราษฎร และกระบวนการด้านนิติบัญญัติ



ภาพที่ ๔ แสดงปัญหาและอุปสรรคการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ในบทบาทภารกิจของสภาผู้แทนราษฎรและการเผยแพร่ความรู้ด้านกระบวนการนิติบัญญัติในยุคดิจิทัล

4.3 การพัฒนางานด้านการประชาสัมพันธ์ในบทบาทภารกิจของสภาผู้แทนราษฎรและการเผยแพร่ความรู้ด้านกระบวนการนิติบัญญัติในยุคดิจิทัล

จากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกกับกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้รู้หรือผู้ให้ข้อมูลสำคัญเกี่ยวกับงานประชาสัมพันธ์องค์กร โดยประกอบด้วย สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร ผู้บริหารของสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎรเจ้าหน้าที่ของสำนักประชาสัมพันธ์ ผู้เชี่ยวชาญด้านการประชาสัมพันธ์ และผู้ใช้บริการของสำนักประชาสัมพันธ์ ตามวัตถุประสงค์การศึกษาในบริบทของการพัฒนางานด้านการประชาสัมพันธ์ในบทบาทภารกิจของสภาผู้แทนราษฎร และการเผยแพร่ความรู้ด้านกระบวนการนิติบัญญัติในยุคดิจิทัล เพื่อพัฒนางานด้านประชาสัมพันธ์ตามกรอบวิสัยทัศน์ของแผนปฏิบัติราชการสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร พ.ศ. 2563 – 2565 ที่มุ่งเน้นว่า “สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎรก้าวสู่การเป็น SMART Parliament” ซึ่งหมายถึงการเป็นองค์กรที่มีการบริหารจัดการโดยมีระบบที่ทันสมัยและมีขีดสมรรถนะสูงมีคุณธรรมจริยธรรมและความโปร่งใสพร้อมปรับเปลี่ยนไปสู่รัฐสภาดิจิทัล (Digital Parliament) และให้มีความสอดคล้องเชื่อมโยงตาม “ยุทธศาสตร์การสื่อสารองค์กร การเสริมสร้างประชาธิปไตยและความเป็นพลเมืองในระบอบประชาธิปไตยในยุคดิจิทัล พ.ศ. 2561 - 2564” เพื่อสนับสนุนงานของสถาบันนิติบัญญัติให้มีประสิทธิภาพ ประสิทธิผล และเกิดประโยชน์สุขต่อประชาชนโดยยึดหลักตามกรอบพันธกิจสำคัญเกี่ยวกับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกของรัฐสภาสภาผู้แทนราษฎร และสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎรซึ่งเป็นไปตามบทบาทและหน้าที่ความรับผิดชอบของสำนักประชาสัมพันธ์ที่ได้รับมอบหมาย กล่าวคือ

1. งานประชาสัมพันธ์ และสารนิเทศภายในองค์กร
2. การประชาสัมพันธ์ข่าวและภาพภารกิจเกี่ยวกับกิจกรรมของสภาผู้แทนราษฎรและสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร
3. การถ่ายทอดสัญญาณภาพและเสียงการประชุมของรัฐสภา สภาผู้แทนราษฎร และคณะกรรมการผ่านระบบโสตทัศนอุปกรณ์
4. การผลิตสื่อสิ่งพิมพ์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์เพื่อการประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ความรู้การจัดโครงการกิจกรรมเผยแพร่ความรู้การเมืองการปกครองในระบอบประชาธิปไตย สนับสนุนและพัฒนาการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน
5. ภายใต้งานดำเนินงานของสำนักประชาสัมพันธ์มีผู้รับบริการกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร สมาชิกวุฒิสภา บุคลากรในวงงานรัฐสภา และประชาชน

จากกรอบพันธกิจสำคัญเกี่ยวกับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกดังกล่าว รวมถึงแผนแม่บทการพัฒนาองค์กรของสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร และ

ยุทธศาสตร์การสื่อสารองค์กรฯ ของสำนักประชาสัมพันธ์จึงนำไปสู่การสรุปความเชื่อมโยงเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนางานด้านประชาสัมพันธ์ในบทบาทภารกิจของสภาผู้แทนราษฎรและการเผยแพร่ความรู้ด้านกระบวนการนิติบัญญัติดังต่อไปนี้

ประเด็นการพัฒนา	แนวทางการพัฒนา
<p>1. การพัฒนางานด้านบุคลากร ด้านความรู้ ความชำนาญ ทักษะ และ ความเชี่ยวชาญในการประชาสัมพันธ์ และ ความรู้ความสามารถในการใช้เครื่องมือ และเทคโนโลยีต่าง ๆ เพื่อใช้ในการสื่อสาร</p>	<p>1. ส่งเสริมและสนับสนุนการเรียนรู้ การฝึกอบรม หรือ การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ระหว่างกันให้บุคลากรของสำนักประชาสัมพันธ์ ให้มีทักษะความชำนาญเพื่อให้มีความรู้ความ เชี่ยวชาญในงานที่ปฏิบัติ รวมถึงการใช้ เทคโนโลยี</p> <p>2. มีระบบการจัดการบุคลากร และสร้าง แรงจูงใจ โดยมีการวางแผนกำลังคนตรงกับ ความต้องการและมีระบบการประเมินผลงาน และความก้าวหน้า นอกจากนี้การสร้าง แรงจูงใจและขวัญกำลังใจให้แก่บุคลากรเป็น สิ่งจำเป็น สนับสนุนการทำงานให้มีความ คล่องตัวรองรับการเปลี่ยนแปลง เปิดโอกาส ให้บุคลากรสามารถทำงานในภาคส่วนใดก็ได้ เพื่อสร้างคุณภาพชีวิตของข้าราชการ</p> <p>3. มีระบบการวิเคราะห์ความต้องการ อัตรากำลังของหน่วยงานเพื่อการสรรหา คัดเลือกบุคลากรให้มีจำนวนที่เหมาะสม ได้บุคลากรมีความรู้ความสามารถที่ตรงกับ ความต้องการทั้งในปัจจุบันและอนาคต</p>
<p>2. การพัฒนางานด้านโครงสร้างการ บริหารจัดการ</p>	<p>1. มีระบบการทำงานที่มีประสิทธิภาพ คล่องตัว และมุ่งเน้นผลสัมฤทธิ์ในงานโดยมุ่งให้บุคลากร สามารถทำงานเชื่อมโยงบทบาทและภารกิจ ร่วมกัน</p> <p>2. ปรับเปลี่ยนการบริหารจัดการลักษณะงาน</p>

ประเด็นการพัฒนา	แนวทางการพัฒนา
<p>3. การพัฒนางานด้านเทคโนโลยี</p> <p>นำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาใช้</p> <p>ในการปรับปรุงประสิทธิภาพการบริหารจัดการและการให้บริการของสำนัก</p> <p>ประชาสัมพันธ์เพื่ออำนวยความสะดวกในการทำงาน ซึ่งจะต้องมีการปรับตัวปรับงานให้ก้าวทันกับเทคโนโลยีด้วย</p>	<p>ประจำที่ได้มีการปฏิบัติอยู่เดิมให้มีความเหมาะสมกับสภาพการณ์ในปัจจุบัน</p> <p>3. นำเทคโนโลยีมาใช้ในการบูรณาการ งานแต่ละส่วนเข้ารวมกันเป็นหนึ่งเดียวการลดขั้นตอนในการทำงานและทำให้เกิดการแบ่งปันข้อมูลข่าวสารร่วมกัน จะทำให้การทำงานมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น</p> <p>1. นำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและสื่อออนไลน์มาใช้ปฏิบัติงานให้เข้ารับบทบาทและภารกิจของส่วนงาน รวมถึงการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการจัดทำฐานข้อมูลเพื่อเก็บรวบรวมองค์ความรู้ให้เป็นศูนย์กลาง แบ่งกลุ่มประเภทของข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับภารกิจงานของสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร ข้อมูลนิติบัญญัติที่เป็นปัจจุบันเพื่อการค้นหาและนำข้อมูลไปใช้ได้อย่างรวดเร็ว</p> <p>2. เลือกใช้สื่อสารสนเทศที่สามารถทำงานในลักษณะการสื่อสารแบบสองทาง (2 - Way Communication) โดยมีการจัดทำในรูปแบบของสื่อสังคมออนไลน์หรือสื่อดิจิทัล คือ การออกแบบกระบวนการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อใหม่ เช่น Facebook หรือ Line Application หรือ Instagram ซึ่งเป็นสื่อที่ใช้ในปัจจุบัน เช่น การสร้างเป็นสติ๊กเกอร์ฟรี เพื่อให้ประชาชนทั่วไปหรือผู้สนใจได้ดาวน์โหลดนำไปใช้ หรือจัดทำวีดิทัศน์สั้นหรือสื่ออินโฟกราฟิกเพื่อให้สามารถรับรู้และเข้าใจการสื่อความหมายได้ง่าย ทั้งนี้ โดยสอดคล้องกับความรู้ด้านประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เพื่อ</p>

ประเด็นการพัฒนา	แนวทางการพัฒนา
<p>4. การพัฒนางานด้านข้อมูล (Message) หรือเนื้อหา (Content)</p> <p>เน้นพัฒนาและปรับปรุงเนื้อหา ข้อมูล ข่าวสารให้มีความถูกต้อง มีความน่าสนใจ และนำเสนอให้ได้หลากหลายรูปแบบ เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย มีความเป็นกลาง</p>	<p>สร้างแรงจูงใจให้ประชาชนทั่วไปได้เกิดความสนใจและติดตามรับรู้ข้อมูลข่าวสารได้อย่างต่อเนื่องมากขึ้น</p> <ol style="list-style-type: none"> กำหนดกลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจนและสอดคล้องตามแผนที่จะประชาสัมพันธ์ให้มากที่สุดเพื่อการประชาสัมพันธ์และนำเสนอข้อมูลที่เหมาะสมและตรงกับความต้อการ ทั้งนี้ ควรมีการแยกกลุ่มเป้าหมายเพื่อวิเคราะห์ ความต้องการที่ชัดเจน การอธิบาย นำเสนอข้อมูลเพื่อเผยแพร่ความรู้ด้านกระบวนการนิติบัญญัติให้เกิดความเข้าใจได้ง่ายและสอดคล้องเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายพร้อมสร้างแรงดึงดูดเพื่อให้เกิดความน่าสนใจ เข้าถึงได้ง่ายด้วยการนำเสนอสิ่งแปลกใหม่ที่น่าจดจำ เช่น การสร้างคำใหม่ ตัวอย่าง คำเชื่อม โลโก้ ฯลฯ เพื่อสร้างแบรนด์หรือสัญลักษณ์ของกิจกรรมเพื่อให้เป็นที่รู้จักอย่างรวดเร็ว ใช้รูปแบบการเสนอเนื้อหาที่แตกต่างอยู่เสมอ ทั้งนี้ การนำเสนอข่าวสารของสภาผู้แทนราษฎรควรมีการพัฒนางานในเชิงรุกมากขึ้น เช่น การสื่อสารที่ใช้สื่อดิจิทัลในรูปแบบการสื่อสารสองทางไปยังกลุ่มเป้าหมายให้มีความหลากหลายตามวัตถุประสงค์ของภารกิจ โดยมีฟังก์ชันที่เน้นการปฏิสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานราชการกับกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้เกิดความมีส่วนร่วมที่ได้จากการสื่อสาร ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการติดตามและประเมินผลการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร และถือเป็นการสร้างความเข้าใจอันดีและ

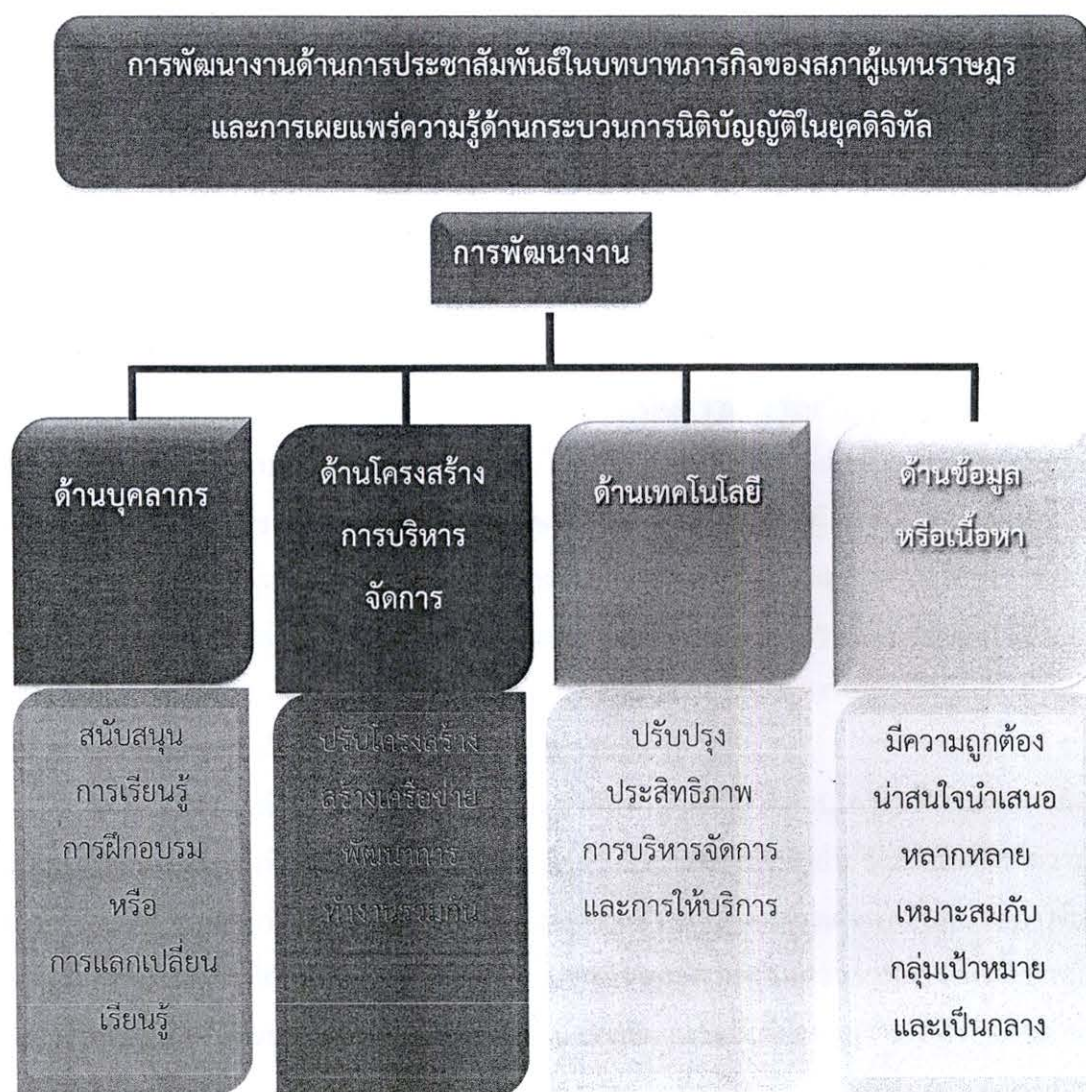
ประเด็นการพัฒนา	แนวทางการพัฒนา
	ให้การสนับสนุนร่วมมือกับองค์กรตามหลักของการประชาสัมพันธ์อย่างยั่งยืน

ตารางที่ 3 แสดงแนวทางการพัฒนางานด้านประชาสัมพันธ์เผยแพร่บทบาทภารกิจของสภาผู้แทนราษฎรและกระบวนการด้านนิติบัญญัติ

ดังนั้น คณะผู้ศึกษาจึงขอสรุปว่า แนวทางพัฒนางานด้านการประชาสัมพันธ์ในบทบาทภารกิจของสภาผู้แทนราษฎร และการเผยแพร่ความรู้ด้านกระบวนการนิติบัญญัติ จึงควรดำเนินการให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์การสื่อสารองค์กร และการเสริมสร้างประชาธิปไตย และเป็นพลเมืองในระบอบประชาธิปไตยในยุคดิจิทัล พ.ศ. 2561 - 2564 และความเป็น SMART Parliament ที่ประกอบด้วย S – Sophisticated เน้นการพัฒนาบุคลากรให้มีศักยภาพในการปฏิบัติงานอย่างมืออาชีพ M - Moral & Ethics เน้นการปฏิบัติงานภายใต้มาตรฐานคุณธรรมและจริยธรรม A - Accountability & Transparency เน้นการปฏิบัติงานภายใต้หลักธรรมาภิบาลองค์กร R - Resilient & Competitive เน้นการปฏิบัติงานที่ปรับตัวกับการเปลี่ยนแปลง มีความยืดหยุ่น เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการบริหารจัดการที่ดี และ T - Technology & Digital Transformation เน้นการเชื่อมโยงเทคโนโลยีสารสนเทศมาสนับสนุนการปฏิบัติงานในยุคดิจิทัล

ทั้งนี้ จึงต้องเน้นการปรับรูปแบบการดำเนินงานให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป มีการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ ประกอบกับการเพิ่มประสิทธิภาพในการพัฒนาบุคลากรให้มีศักยภาพ เข้าใจกลุ่มเป้าหมายและสามารถผลิตสื่อที่เหมาะสม พร้อมเผยแพร่ข้อมูลภารกิจของรัฐสภา สภาผู้แทนราษฎร สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร และความรู้ด้านนิติบัญญัติได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลเพื่อให้สามารถหลอมรวมการทำงานขององค์กรนิติบัญญัติ เป็นการให้บริการอย่างครบวงจร มีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเป็นระบบ มีมาตรฐานรวดเร็ว ถูกต้องครบถ้วน และทันสมัย เพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพการให้บริการมีกระบวนการเพิ่มความโปร่งใส และความน่าเชื่อถือ เชื่อมโยงการทำงานและข้อมูล โดยคำนึงถึงประโยชน์ของประชาชนและผู้รับบริการเป็นสำคัญ มีเป้าหมายในการส่งมอบบริการที่มีคุณภาพให้กับสมาชิกรัฐสภา สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร สมาชิกวุฒิสภา บุคคลในวงงานรัฐสภา หน่วยงานต่าง ๆ สื่อมวลชน และประชาชนทั่วไป สามารถรองรับรูปแบบการปฏิสัมพันธ์ด้านดิจิทัลระหว่างหน่วยงานไม่ว่าจะเป็นการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างประชาชนกับองค์กรนิติบัญญัติ หรือระหว่างหน่วยงานรัฐกับองค์กร

นิติบัญญัติ ระหว่างองค์กรนิติบัญญัติกับประชาชน และระหว่างหน่วยงานทุกภาคส่วนกับองค์กรนิติบัญญัติ เป็นต้น ตลอดจนเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมและตรวจสอบกระบวนการวิธีการดำเนินงาน รวมถึงเอกสารและข้อมูลต่างๆ ขององค์กรนิติบัญญัติ ซึ่งจะช่วยสนับสนุนการสร้างสังคมประชาธิปไตย สร้างความโปร่งใส และความเชื่อมั่นและศรัทธาต่อผู้รับบริการและประชาชนโดยนำเทคโนโลยีมาปรับใช้กับการดำเนินงานและการให้บริการต่าง ๆ ของหน่วยงานให้สอดคล้องตามแนวทางการปฏิบัติราชการแบบ SMART Parliament นับจากนี้ไป



ภาพที่ ๕ แสดงการพัฒนางานด้านการประชาสัมพันธ์ในบทบาทภารกิจของสภาผู้แทนราษฎร และการเผยแพร่ความรู้ด้านกระบวนการนิติบัญญัติในยุคดิจิทัล

บทที่ 5

ข้อสรุปและข้อเสนอแนะ

จากการศึกษา เรื่อง แนวทางพัฒนางานด้านประชาสัมพันธ์ในการเผยแพร่บทบาทภารกิจของสภาผู้แทนราษฎรในยุคดิจิทัล คณะผู้ศึกษาในฐานะผู้ปฏิบัติหน้าที่ในสำนักประชาสัมพันธ์มีความสนใจศึกษาถึงการดำเนินงาน สภาพปัญหา และอุปสรรคงานด้านประชาสัมพันธ์เผยแพร่บทบาทภารกิจของสภาผู้แทนราษฎร และความรู้ด้านกระบวนการนิติบัญญัติ ตลอดจนแนวทางในการพัฒนางานดังกล่าว โดยเน้นวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนางานด้านการประชาสัมพันธ์เผยแพร่บทบาทภารกิจของสภาผู้แทนราษฎร และความรู้ด้านกระบวนการนิติบัญญัติในยุคดิจิทัลซึ่งเป็นการศึกษาเชิงคุณภาพโดยศึกษาข้อมูลจากเอกสารระเบียบ ทฤษฎี แนวคิด และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ กรอบยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560 - 2579) แผนปฏิบัติราชการสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร พ.ศ. 2563 - 2565 แผนยุทธศาสตร์สื่อสารองค์กรของสำนักประชาสัมพันธ์ บทบาทภารกิจของสำนักประชาสัมพันธ์และอำนาจหน้าที่ ความรับผิดชอบของแต่ละกลุ่มงานภายในสังกัดสำนักประชาสัมพันธ์ รวมทั้งการสัมภาษณ์เชิงลึกซึ่งใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึกกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ทั้งนี้ ได้ศึกษาถึงสภาพการณ์ดำเนินงาน ปัญหาและอุปสรรคของสำนักประชาสัมพันธ์ มีการสัมภาษณ์ตัวแทนสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร ผู้บริหารสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร เจ้าหน้าที่ของสำนักประชาสัมพันธ์ และตัวแทนผู้ใช้บริการของสำนักประชาสัมพันธ์ (ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย) ตลอดจนการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม ของคณะผู้ศึกษาในแต่ละกลุ่มงาน ประกอบด้วย กลุ่มงานสารนิเทศ กลุ่มงานสื่อมวลชน กลุ่มงานโสตทัศนูปกรณ์ และกลุ่มงานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์และกิจกรรมสภาผู้แทนราษฎร

สำหรับการดำเนินงานของสำนักประชาสัมพันธ์ได้ปฏิบัติตามโครงสร้างและภารกิจ ประกอบด้วย 6 กลุ่มงานที่มีภารกิจที่แตกต่างกันการดำเนินงานของสำนักประชาสัมพันธ์จึงมีความแตกต่างและหลากหลายทั้งด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารและการเผยแพร่บทบาทภารกิจของสภาผู้แทนราษฎรที่ผ่านสื่อรูปแบบต่างๆ ทั้งภายในและภายนอกส่วนราชการ ทั้งนี้ สำนักประชาสัมพันธ์ มีการพัฒนาทั้งรูปแบบและกระบวนการทำงานของแต่ละกลุ่มงานมาอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดความเชื่อมโยงและประสิทธิภาพสูงสุดแต่ผลการดำเนินงานที่ผ่านมายังต้องมีการปรับปรุง เพื่อให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วในบริบทสังคมปัจจุบันที่เป็นสังคมดิจิทัล ซึ่งเป็นสังคมที่มีความต้องการที่หลากหลายของผู้บริโภคสื่อโดยเฉพาะผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์โดยมีความซับซ้อนในประเด็นข้อมูลข่าวสาร ต้องใช้สื่อที่มีความรวดเร็ว สะดวกในการเข้าถึง มีความทันสมัยหรือเป็นที่นิยมในกลุ่มสังคมส่วนใหญ่ และที่สำคัญคือการจัดทำเนื้อหาที่สามารถดึงดูดความสนใจของคนในสังคม

ซึ่งเนื้อหาที่สำนักประชาสัมพันธ์ได้เผยแพร่ต่อสาธารณชนนั้นยังมีความเป็นราชการทั้งรูปแบบหรือภาพลักษณ์ที่เป็นทางการ การนำเสนอข้อมูลที่ยากต่อการทำความเข้าใจเนื่องจากเป็นข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการนิติบัญญัติและภารกิจของสภาผู้แทนราษฎร โดยเป็นข้อมูลที่แน่นในเนื้อหาทำให้ผู้ที่ไม่มีความรู้ด้านกฎหมายและการเมืองการปกครองโดยเฉพาะเด็กและเยาวชนไม่ค่อยให้ความสนใจ โดยเห็นว่าเป็นเรื่องที่ยาก เด็กและเยาวชนมักเห็นว่าเป็นเรื่องของผู้ใหญ่ซึ่งไม่ได้เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันของนักเรียนนักศึกษา แต่ทั้งนี้ความสนใจของสาธารณชนและเยาวชนส่วนใหญ่เป็นเรื่องของการเมืองที่เกี่ยวข้องกับนักการเมืองโดยเฉพาะกลุ่มนักการเมืองรุ่นใหม่ที่ได้รับการนิยมนในกลุ่มเยาวชน โดยไม่ได้มีความรู้ความเข้าใจด้านการเมืองการปกครองระบอบประชาธิปไตยในระบบรัฐสภาและการทำหน้าที่ของกระบวนการนิติบัญญัติอย่างแท้จริง โดยมีทัศนคติในเชิงลบต่อนักการเมืองและการเมืองการปกครองซึ่งเกิดจากการได้รับข้อมูลจากสื่อต่างๆ ที่มุ่งเน้นภาพลักษณ์ทางด้านลบของนักการเมืองโดยไม่ได้ให้ความรู้ด้านกระบวนการนิติบัญญัติต่อสาธารณชนมากนัก ขณะที่สื่อของฝ่ายนิติบัญญัติภายใต้การดำเนินงานของสำนักประชาสัมพันธ์ส่วนใหญ่เน้นการให้ความรู้และข่าวสารที่เป็นทางการหรือตามรูปแบบของระบบราชการซึ่งไม่ได้รับความนิยมหรือความสนใจจากสาธารณชนเท่าที่ควร

การศึกษาครั้งนี้จึงเป็นการศึกษาในแนวทางการพัฒนาการทำงานของสำนักประชาสัมพันธ์ในเชิงบูรณาการด้านโครงสร้างและภารกิจของแต่ละกลุ่มงาน เพื่อให้เกิดความสะดวก รวดเร็วในการเข้าถึงของผู้ใช้บริการทั้งภายในและภายนอกองค์กร รวมทั้งการปรับเปลี่ยนช่องทางสื่อให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย เพื่อให้เป็นที่สนใจของสาธารณชนในวงกว้าง และสามารถถ่ายทอดภารกิจของสภาผู้แทนราษฎรต่อสังคมให้เกิดความรู้ความเข้าใจอย่างถูกต้อง

สำหรับกระบวนการในการศึกษานั้นได้นำปัญหาต่างๆ ดังที่ได้กล่าวข้างต้นมาเป็นข้อมูลพื้นฐานในการจัดทำแบบสอบถามสำหรับประชากรกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้รูปแบบการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงและใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกสำหรับกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่เลือกแบบเจาะจงนั้นได้เลือกจากประชากรที่มีทั้งประชาชนทั่วไป เจ้าหน้าที่ของสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร ผู้บริหารสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร และผู้เชี่ยวชาญด้านการประชาสัมพันธ์ ได้แก่ นักวิชาการ ผู้ประกอบวิชาชีพสื่อ และผู้บริหารองค์กรเอกชนที่ควบคุมดูแลด้านการประชาสัมพันธ์ โดยผลการสัมภาษณ์ได้ให้ข้อมูลในทิศทางที่ใกล้เคียงกันซึ่งส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อการทำงานของสำนักประชาสัมพันธ์ในระดับหนึ่ง ทั้งนี้ มีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในเรื่องความทันสมัย การเข้าถึงข้อมูลที่สะดวกรวดเร็วยิ่งขึ้น รวมทั้งความน่าสนใจทั้งในเนื้อหาและรูปแบบหรือภาพลักษณ์ที่ดึงดูดความสนใจ ซึ่งรวมถึงการมีผู้เชี่ยวชาญหรือความร่วมมือระหว่างหน่วยงาน เป็นต้น

กลุ่มตัวอย่างที่ให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์ดังกล่าวได้เน้นย้ำในหลายประเด็นที่น่าสนใจ อาทิ การปรับเปลี่ยนรูปแบบหรือวิธีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและความรู้ความเข้าใจในเรื่องกระบวนการนิติบัญญัติ และภารกิจของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรต่อสาธารณชน ซึ่งรูปแบบเดิมๆ ที่ผ่านมามักเป็นรูปแบบการทำงานตามระบบราชการ ภาพลักษณ์ของสื่อจากหน่วยงานราชการมักจะขาดความสนใจจากสาธารณชนทำให้การเผยแพร่ข้อมูลของฝ่ายนิติบัญญัติถูกแย่งชิงไปอยู่ในมือของสื่อเอกชนซึ่งดำเนินการในรูปแบบต่างๆ ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวดเร็ว และสามารถดึงดูดผู้บริโภคสื่อให้ติดตามในช่องทางดังกล่าวอย่างต่อเนื่อง ซึ่งการดำเนินงานขององค์กรภาคเอกชนที่ประกอบธุรกิจสื่อได้ลงทุนในการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ทำให้มีความสะดวกรวดเร็วในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ประกอบกับการมีทรัพยากรบุคคลที่ทำงานเชิงรุกอย่างมืออาชีพ ซึ่งเป็นผู้ที่มีชื่อเสียงหรือเป็นที่รู้จักอย่างดีในสังคม มีการติดตามแหล่งข้อมูลข่าวสารที่เกิดขึ้นตลอด 24 ชั่วโมง โดยเกิดจากการทำงานเป็นทีมที่มีประสิทธิภาพ กระบวนการทำงานของภาคเอกชนมีความแตกต่างจากภาครัฐอย่างเห็นได้ชัด ทำให้สื่อมวลชนในภาคเอกชนมีความโดดเด่นและมีอิทธิพลต่อความคิดและพฤติกรรมของคนในสังคมที่บริโภคสื่อเหล่านั้นๆ เนื่องจากมีการติดตามการนำเสนอของสื่อดังกล่าวเป็นประจำอย่างต่อเนื่อง ซึ่งการที่ภาครัฐ มีกระบวนการทำงานที่ต่างจากภาคเอกชนนั้นสืบเนื่องจากข้อจำกัดในเรื่องของโครงสร้าง นโยบาย และงบประมาณที่มีความแตกต่างกันจึงทำให้การดำเนินงานในฝ่ายปฏิบัติการมีข้อจำกัด เช่น ข้อจำกัดด้านงบประมาณในการลงทุนเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในสื่อที่ทันสมัยและการพัฒนาบุคลากรอย่างมืออาชีพ รวมทั้งการทำงานเชิงรุกของภาครัฐที่แตกต่างจากภาคเอกชนซึ่งความแตกต่างเกิดจากภาครัฐเป็นองค์กรที่ไม่แสวงหาผลกำไรทำให้การทำงานขาดการแข่งขันเชิงธุรกิจหรือการแย่งชิงตลาดของผู้บริโภคเหมือนภาคธุรกิจ โดยข้อจำกัดต่างๆ ที่เกิดขึ้นดังกล่าวนี้เนื่องจากภาครัฐมีเป้าหมายที่แตกต่างจากภาคเอกชนอย่างชัดเจน ซึ่งการดำเนินงานขององค์กรภาครัฐมีเป้าหมายเพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อสาธารณชนโดยไม่หวังผลกำไรจากผลการดำเนินงาน

กล่าวได้ว่าการดำเนินงานของสำนักประชาสัมพันธ์ภายใต้การกำกับดูแลของสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎรและสถาบันนิติบัญญัติซึ่งสนับสนุนนโยบายการทำงานเชิงรุกของบุคลากรอย่างต่อเนื่องในการมุ่งสู่การเป็น Smart Parliament ซึ่งเป็นวิสัยทัศน์ของสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร โดยมีเป้าหมายขององค์กร คือ การเป็นองค์กรที่มีขีดสมรรถนะ เป็นระบบราชการ 4.0 และมีระบบการปฏิบัติงานและให้บริการในรูปแบบ รัฐสภาดิจิทัล (Digital & Smart Parliament) ประกอบกับการดำเนินงานของสำนักประชาสัมพันธ์ได้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ที่ 3 ของสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร โดยส่งเสริมการมีส่วนร่วมของภาคพลเมืองในระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุขเพื่อสนับสนุนงานนิติบัญญัติ รวมทั้ง

แผนยุทธศาสตร์ด้านการสื่อสารองค์การเสริมสร้างประชารัฐและความเป็นพลเมืองระบอบประชาธิปไตยในยุคดิจิทัล พ.ศ. 2561 - 2564 โดยยุทธศาสตร์ที่สอดคล้องกับการดำเนินงานของสำนักประชาสัมพันธ์นั้น ประกอบด้วย ยุทธศาสตร์ที่ 1 การเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีขององค์การ ยุทธศาสตร์ที่ 2 การยกระดับความเป็นพลเมืองในระบอบประชาธิปไตย ส่งเสริมความร่วมมือของภาครัฐ เอกชน และประชาสังคม โดยมุ่งพัฒนาประชาธิปไตยและสร้างความเป็นหุ้นส่วนของภาคพลเมือง เพื่อขับเคลื่อนประเทศร่วมกับสถาบันนิติบัญญัติ ยุทธศาสตร์ที่ 3 การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการสื่อสารองค์การและการมีส่วนร่วมของภาคพลเมืองในการสร้างความเข้มแข็งของประชาธิปไตยและขับเคลื่อนประเทศร่วมกับสถาบันนิติบัญญัติ ยุทธศาสตร์ที่ 4 การเสริมสร้างความรู้ ทักษะบุคลากรให้มีสมรรถนะในการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ และการสื่อสารองค์การ การให้องค์ความรู้ด้านการมีส่วนร่วมภาคพลเมือง ตลอดจนพัฒนางานที่เกี่ยวข้องให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น

ทั้งนี้ ในเรื่องของการพัฒนานั้น สำนักประชาสัมพันธ์ได้มีการพัฒนาในกระบวนการทำงานเพื่อให้ความทันสมัยสอดคล้องกับสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงตามพลวัตมาโดยตลอด โดยเฉพาะด้านบุคลากรที่มุ่งเน้นการพัฒนาในการทำงานเชิงรุก เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากยิ่งขึ้นอย่างต่อเนื่อง และเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของสาธารณชนและองค์กรต่างๆ ที่เกี่ยวข้องในทุกภาคส่วนของสังคม นอกจากนี้ สถาบันนิติบัญญัติเป็นองค์กรในระดับประเทศที่สำคัญคือเป็นหนึ่งในสามขององค์กรตามอำนาจธิปไตยซึ่งในเชิงการเปรียบเทียบด้านกระบวนการดำเนินงานนั้น เป็นการยากในการเปรียบเทียบกับองค์กรอื่นๆ ในประเทศได้อย่างชัดเจน ทั้งในเชิงโครงสร้าง นโยบาย กระบวนการทำงาน ภารกิจ ด้านความรู้และทักษะของบุคลากร เนื่องจากมีโครงสร้างที่เป็นองค์กรอิสระ การดำเนินนโยบายที่ต้องสอดคล้องกับกระบวนการทำงานและภารกิจของฝ่ายนิติบัญญัติและสภาผู้แทนราษฎรด้านบุคลากรในสำนักประชาสัมพันธ์ของฝ่ายนิติบัญญัตินั้นนอกจากจะต้องมีทักษะของการเป็นนักประชาสัมพันธ์แล้วที่สำคัญต้องมีความรู้ความเข้าใจในกระบวนการนิติบัญญัติ เพื่อให้การสื่อสารข้อมูลและเผยแพร่ความรู้ที่เกี่ยวกับกระบวนการนิติบัญญัติต่อสาธารณชนมีความถูกต้อง และเป็นที่ยอมรับในสังคม ซึ่งเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีในด้านการประชาสัมพันธ์ของสถาบันนิติบัญญัติ โดยสรุปสาระสำคัญในการศึกษาดังต่อไปนี้

5.1 ข้อสรุป

การศึกษาการดำเนินงาน สภาพปัญหา และอุปสรรคด้านการประชาสัมพันธ์ในบทบาทภารกิจของสภาผู้แทนราษฎร และการเผยแพร่ความรู้ด้านกระบวนการนิติบัญญัติในยุคดิจิทัล

5.1.1 การดำเนินการเผยแพร่บทบาทภารกิจของสภาผู้แทนราษฎรและความรู้ ด้านกระบวนการนิติบัญญัติ

จากวิสัยทัศน์ พันธกิจ และยุทธศาสตร์ตามแผนปฏิบัติราชการสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร พ.ศ. 2563 - 2565 สามารถเชื่อมโยงได้ว่ากรอบแนวทางนโยบายขององค์กร ได้เอื้ออำนวยให้สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎรมีการสื่อสารประชาสัมพันธ์องค์การในการเผยแพร่บทบาทและภารกิจของสภาผู้แทนราษฎรในยุคดิจิทัลได้อย่างครอบคลุม โดยเริ่มจากบริบททางวิสัยทัศน์ SMART Parliament ที่นิยามถึงความเป็นองค์กรสนับสนุนงานนิติบัญญัติที่มีการบริหารจัดการโดยมีระบบที่ทันสมัยมีขีดสมรรถนะสูง มีคุณธรรมจริยธรรม และความโปร่งใส พร้อมปรับเปลี่ยนไปสู่รัฐสภาดิจิทัลเพื่อสนับสนุนงานของสถาบันนิติบัญญัติให้มีประสิทธิภาพ ประสิทธิผล และเกิดประโยชน์สุขต่อประชาชน โดยพันธกิจที่เกี่ยวข้องกับงานด้านประชาสัมพันธ์ คือ พันธกิจเสริมสร้างกระบวนการนิติบัญญัติให้มีคุณภาพและได้มาตรฐานสากล ตลอดจนพันธกิจส่งเสริมวัฒนธรรมทางการเมืองและการมีส่วนร่วมของประชาชนในระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข ทั้งนี้ สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎรได้มีความพร้อมที่จะปรับตัวไปสู่ความเป็นรัฐสภาดิจิทัลโดยเน้นการปฏิบัติราชการที่มุ่งใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยเพื่อการสื่อสารและพัฒนาองค์กรให้สอดคล้องตามความก้าวหน้าทางโลกาภิวัตน์ในรูปแบบดิจิทัล รองรับการนำเทคโนโลยียุคดิจิทัลมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ตามพันธกิจเสริมสร้างกระบวนการนิติบัญญัติให้มีคุณภาพและได้มาตรฐานสากล รวมทั้งพันธกิจส่งเสริมวัฒนธรรมทางการเมืองและการมีส่วนร่วมของประชาชนในระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข

สำหรับยุทธศาสตร์องค์กรที่เอื้ออำนวยต่อการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ในการเผยแพร่บทบาทภารกิจของสภาผู้แทนราษฎรในยุคดิจิทัล คือ ยุทธศาสตร์การพัฒนาองค์กรให้ก้าวสู่การเป็น SMART Parliament ซึ่งถือเป็นกลไกให้สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎรต้องมีการปรับตัวและเน้นใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการสื่อสารและพัฒนาองค์กรโดยเฉพาะสื่อประชาสัมพันธ์แบบดิจิทัลที่สามารถเข้าถึงผู้รับสารกลุ่มเป้าหมายได้อย่างถูกต้อง รวดเร็ว ฉับไว และรองรับการมีส่วนร่วมได้อย่างกว้างขวาง กอปรกับยุทธศาสตร์ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของภาคพลเมืองในระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข เพื่อสนับสนุนงานนิติบัญญัติซึ่งถือเป็นองค์ประกอบให้ส่วนราชการต้องมีกระบวนการสื่อสารไปยังประชาชนกลุ่มเป้าหมายเพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมของภาคพลเมืองและที่สำคัญบริบทยุทธศาสตร์นี้ยังถือเป็นยุทธศาสตร์ในความรับผิดชอบของสำนักประชาสัมพันธ์โดยตรงด้วย

ทั้งนี้ สำนักประชาสัมพันธ์ ได้ดำเนินการภายใต้ยุทธศาสตร์ของสำนักประชาสัมพันธ์ “ยุทธศาสตร์การสื่อสารองค์การเสริมสร้างประชารัฐ และความเป็นพลเมืองในระบอบประชาธิปไตย ในยุคดิจิทัล พ.ศ. 2561 - 2564” ที่มุ่งประสิทธิภาพในกระบวนการสื่อสารองค์การเน้นความสำคัญกับงานด้านการสื่อสารโดยการเชื่อมโยงการสื่อสารกับระบบเทคโนโลยีสารสนเทศในรูปแบบดิจิทัล มุ่งยกระดับให้งานด้านประชาสัมพันธ์และการสื่อสารองค์การสามารถสนองตอบต่อบทบาทภารกิจของฝ่ายนิติบัญญัติอย่างแท้จริงภายใต้ความพร้อมเพื่อการปฏิบัติงานเชิงรุกในสถานการณ์ที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ทั้งนี้ สำนักประชาสัมพันธ์ภายใต้บทบาทและภารกิจการดำเนินงานของกลุ่มงานภายในแต่ละส่วนงาน ซึ่งประกอบด้วย กลุ่มงานบริหารทั่วไปและพิธีการ กลุ่มงานสารนิเทศ กลุ่มงานสื่อมวลชน กลุ่มงานโสตทัศนูปกรณ์ กลุ่มงานผลิตเอกสาร และกลุ่มงานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์และกิจกรรมสภาผู้แทนราษฎร โดยแต่ละกลุ่มงานมีหน้าที่ความรับผิดชอบและภารกิจที่เป็นโครงสร้างสำคัญของงานด้านประชาสัมพันธ์ทั้งภายในและภายนอกองค์กร ซึ่งสำนักประชาสัมพันธ์มีโครงสร้างเชิงหน้าที่ความรับผิดชอบที่ครอบคลุมตามประเภทการประชาสัมพันธ์โดยแบ่งออกเป็น

1. การประชาสัมพันธ์ภายใน (Internal Public Relations) เป็นกระบวนการที่ต้องการสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มบุคลากรภายในองค์กร หรือบุคลากรที่เกี่ยวข้องในวงงานสภา โดยกลุ่มงานที่มีบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบเชื่อมโยงกับการประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรที่เป็นส่วนงานสนับสนุนแนวคิด กระบวนการ ขั้นตอน กิจกรรม พิธีการ สื่อมวลชนสัมพันธ์ สื่อประชาสัมพันธ์ และโสตทัศนูปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารภายในองค์กร ได้แก่ กลุ่มงานบริหารทั่วไปและพิธีการ กลุ่มงานสารนิเทศ กลุ่มงานผลิตเอกสาร และกลุ่มงานโสตทัศนูปกรณ์

2. การประชาสัมพันธ์ภายนอก (External Public Relations) คือ การสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีกับประชาชนภายนอกองค์กร อาทิ ประชาชนทั่วไป ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ผู้มาติดต่อราชการ โดยกลุ่มงานที่มีบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบเชื่อมโยงกับการประชาสัมพันธ์องค์กรที่เป็นส่วนงานสนับสนุนแนวคิด กระบวนการ ขั้นตอน กิจกรรม พิธีการ สื่อมวลชนสัมพันธ์ สื่อประชาสัมพันธ์ และโสตทัศนูปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารภายนอกองค์กรหรือการสื่อสารสาธารณะ ได้แก่ กลุ่มงานสื่อมวลชน กลุ่มงานผลิตเอกสาร และกลุ่มงานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์และกิจกรรมสภาผู้แทนราษฎร

จึงกล่าวได้ว่าสภาพการดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์เผยแพร่บทบาทภารกิจของสภาผู้แทนราษฎรและความรู้ด้านกระบวนการนิติบัญญัติในส่วนของโครงสร้าง บทบาทหน้าที่ และความรับผิดชอบของสำนักประชาสัมพันธ์มีความเอื้ออำนวยต่อการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลตามหลักการประชาสัมพันธ์อยู่แล้ว ทั้งนี้ การประชาสัมพันธ์เผยแพร่ในประเด็นบทบาทภารกิจของสภาผู้แทนราษฎรและประเด็นความรู้ด้านกระบวนการ

นิติบัญญัตินั้น กลุ่มงานในสังกัดของสำนักประชาสัมพันธ์ซึ่งมีบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบ ทั้งการประชาสัมพันธ์ภายในและการประชาสัมพันธ์ภายนอกดังกล่าว ถือว่ามีการรองรับมิติด้านการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ ทั้งบทบาทภารกิจของสภาผู้แทนราษฎรและความรู้ด้านกระบวนการนิติบัญญัติต่อกลุ่มเป้าหมายอย่างครอบคลุมตามหลักการประชาสัมพันธ์ โดยผ่านรูปแบบของการดำเนินงานเชิงแนวคิด กระบวนการ ขั้นตอน กิจกรรม พิธีการ สื่อมวลชนสัมพันธ์ สื่อประชาสัมพันธ์ และโสตทัศนูปกรณ์ ดังนี้

1.1 การประชาสัมพันธ์เชิงพิธีการ ดำเนินการโดยกลุ่มงานบริหารทั่วไปและพิธีการ ได้แก่ พิธีการสำคัญของรัฐสภา สภาผู้แทนราษฎร และสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร รวมทั้งงานการกุศลต่างๆ เช่น การจัดพิธีบวงสรวงและสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ประจำรัฐสภา การจัดพิธีทำบุญประจำปีของส่วนราชการสังกัดรัฐสภา เป็นต้น โดยมีกลุ่มเป้าหมายเป็นสมาชิกรัฐสภา บุคคลในวงงานสภา ผู้บริหาร และบุคลากรของสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร

1.2 การประชาสัมพันธ์เชิงสื่อบุคคล สื่อกิจกรรม และสื่อสิ่งพิมพ์ ดำเนินการโดย

1.2.1 กลุ่มงานสารนิเทศ ได้แก่ การประสานงานอำนวยความสะดวกแก่ผู้มาติดต่อราชการ การนำชมรัฐสภา การบรรยายสรุปความรู้เกี่ยวกับรัฐสภาให้แก่คณะบุคคลที่เข้าเยี่ยมชม และศึกษาดูงานรัฐสภา การประชาสัมพันธ์ผ่านการสื่อสารด้วยเสียงตามสายภายในสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร และการจัดทำสื่อเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับรัฐสภา

1.2.2 กลุ่มงานผลิตเอกสาร ได้ดำเนินการออกแบบและผลิตเอกสาร สิ่งพิมพ์เพื่อเผยแพร่บทบาท อำนาจหน้าที่ กิจกรรม และผลงานของรัฐสภา สภาผู้แทนราษฎร รวมถึงประธานและรองประธานสภาผู้แทนราษฎร ผู้นำฝ่ายค้านในสภาผู้แทนราษฎร สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร คณะกรรมาธิการ ตลอดจนส่วนราชการภายในของสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎรเพื่อเผยแพร่สู่สาธารณชน

1.2.3 กลุ่มงานเผยแพร่ประชาธิปไตยและกิจกรรมสภาผู้แทนราษฎร ได้ดำเนินการประชาสัมพันธ์ภายนอกในเชิงกิจกรรมสร้างการมีส่วนร่วมกับประชาชน ยกตัวอย่าง เช่น การจัดกิจกรรมสภาผู้แทนราษฎรพบประชาชนในพื้นที่ การจัดกิจกรรมรัฐสภาสัญจรเพื่อเด็กและเยาวชน การจัดกิจกรรมยุวชนประชาธิปไตย การจัดกิจกรรมประกวดวรรณกรรมรางวัลพานแว่นฟ้า เป็นต้น

1.3 การประชาสัมพันธ์เชิงสื่อมวลชนสัมพันธ์ ดำเนินการโดยกลุ่มงานสื่อมวลชน ได้แก่ การประสานงานและอำนวยความสะดวกแก่สื่อมวลชนในการเผยแพร่ข่าว การให้สัมภาษณ์ การแถลงข่าวของรัฐสภา สภาผู้แทนราษฎร รวมทั้งประธานและรองประธานสภา ผู้นำฝ่ายค้านในสภาผู้แทนราษฎร สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร คณะกรรมาธิการ และสำนักงาน

เลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร ดำเนินการติดตาม ตรวจสอบ วิเคราะห์ ประมวลผล ตรวจสอบ กฤตภาค แฉลง และชี้แจงข่าวของรัฐบาล สภาผู้แทนราษฎร และสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร โดยใช้ องค์ประกอบของการประสานงานที่สำคัญ ดังนี้

(ก) ความร่วมมือ เป็นองค์ประกอบแรกที่จะต้องสร้างสัมพันธภาพในการทำงานร่วมกันของสื่อมวลชนแขนงต่างๆ โดยอาศัยความเข้าใจหรือการตกลงร่วมกันเพื่อให้เกิดความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันในการปฏิบัติงานระหว่างกันราชการกับสื่อสารมวลชน

(ข) จังหวะเวลา จะต้องมีความตรงกันหรือสอดคล้องประสานกันในงาน

(ค) ความสอดคล้อง จะต้องพิจารณาความเหมาะสมพอดี ไม่ทำงานซ้อนกัน

(ง) ระบบการสื่อสาร จะต้องมีการสื่อสารที่เข้าใจตรงกันอย่างรวดเร็วและเกิดความราบรื่น

(จ) ผู้ประสานงาน จะต้องสามารถดึงทุกฝ่ายเข้าร่วมทำงานเพื่อตรงไปสู่จุดหมายเดียวกันตามที่กำหนดเป็นวัตถุประสงค์ของงาน

1.4 การประชาสัมพันธ์เชิงโสตทัศนูปกรณ์ ดำเนินการโดยกลุ่มงานโสตทัศนูปกรณ์ ในการควบคุมถ่ายทอดสัญญาณภาพและเสียงการประชุมรัฐสภา สภาผู้แทนราษฎรผ่านระบบกระจายสัญญาณโทรทัศน์ภายในของรัฐสภา การควบคุมระบบเสียง และระบบลงคะแนนเสียงภายในห้องประชุมรัฐสภา การให้บริการติดตั้งโสตทัศนูปกรณ์ภายในห้องประชุมคณะกรรมการธิการ ห้องรับรองคณะผู้เยี่ยมชมรัฐสภา ตลอดจนติดตั้งพร้อมควบคุมเครื่องเสียงภายในงานกิจกรรมและพิธีการต่างๆ ของฝ่ายนิติบัญญัติและส่วนราชการ รวมทั้งการให้บริการสำเนาโสตทัศนวัสดุการประชุมสภา การประชาสัมพันธ์ในรูปแบบนี้จะเป็นการใช้เครื่องมืออุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อสนับสนุนการสื่อสารประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร

ทั้งนี้ การใช้สื่อประชาสัมพันธ์แบบดิจิทัลในช่วงที่ผ่านมาสำนักประชาสัมพันธ์ ได้มีการปรับกระบวนการทำงานภายใต้การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีจากเดิมที่เป็นระบบอนาล็อกซึ่งจะต้องปรับรูปแบบและพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ให้เป็นดิจิทัล อีกทั้งรอบทิศทาง การพัฒนาองค์กรที่จะต้องปรับเปลี่ยนไปความสู่ความเป็นรัฐสภาดิจิทัล เนื่องจากในปัจจุบันส่วนราชการ กำลังเข้าสู่ยุคของการใช้สื่อใหม่ในรูปแบบของสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ซึ่งถือเป็นช่องทางหลักในการประชาสัมพันธ์ไปสู่ผู้รับสารกลุ่มเป้าหมายที่มีประสิทธิภาพอย่างยิ่ง และจากการดำเนินงานที่ผ่านมา กลุ่มงานภายในของสำนักประชาสัมพันธ์ ได้มีการปรับแผนและวิธีการนำเสนอ งานประชาสัมพันธ์ให้ทันสมัยเพิ่มมากขึ้นและเพิ่มช่องทางในการสื่อสารข้อมูลไปยังกลุ่มเป้าหมายตามภารกิจแต่ละกลุ่มงาน เช่น การสื่อสารประชาสัมพันธ์ผ่านรูปแบบที่เรียกว่า Digital Platform โดยเฉพาะรูปแบบสื่อสังคมออนไลน์ ได้แก่ Facebook Youtube เป็นต้น ซึ่งได้นำเสนอในรูปแบบ

ของการนำชมหรือการให้ความรู้เกี่ยวกับรัฐสภาและกระบวนการนิติบัญญัติตามรัฐธรรมนูญ รวมทั้งการสร้างเครือข่ายของกลุ่มเป้าหมายในลักษณะของแฟนเพจ นอกจากนี้ ยังมีการสื่อสารด้วยรูปแบบ Line Application เช่น การประสานงานด้านสื่อมวลชนสัมพันธ์ด้วย Group Line หรือการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารบทบาทภารกิจของสภาผู้แทนราษฎร และการเผยแพร่ความรู้ด้านกระบวนการนิติบัญญัติผ่านรูปแบบของ QR Code เป็นต้น ส่วนงานด้านผลิตเอกสารได้มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบของสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อเผยแพร่แบบเดิมให้เป็นหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) เพื่อรองรับกับการประชาสัมพันธ์ยุคดิจิทัลในปัจจุบัน

จึงกล่าวสรุปได้ว่า ปัจจุบันการดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์ในบทบาทภารกิจของสภาผู้แทนราษฎรและการเผยแพร่ความรู้ด้านกระบวนการนิติบัญญัติโดยบทบาทและภารกิจของสำนักประชาสัมพันธ์ได้มีการปรับกระบวนการทั้งในด้านการประชาสัมพันธ์ไปยังผู้รับสารกลุ่มเป้าหมายมาอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ ในช่วงการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีอนาล็อกซึ่งสำนักประชาสัมพันธ์ได้เน้นรูปแบบการประชาสัมพันธ์ตามหลักนิเทศศาสตร์เดิม คือ การใช้สื่อบุคคลในการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องโดยเชื่อมโยงจากตัวบุคคลเป็นสำคัญ ได้แก่ สมาชิกรัฐสภา บุคคลในวงงานสภา วิทยากร สื่อมวลชน ขณะที่สื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ได้มีการจัดทำเรียบเรียงเนื้อหาและการออกแบบจัดพิมพ์เป็นรูปเล่มเอกสารแผ่นพับ โปสเตอร์ หนังสือ วารสาร จุลสาร บทความ ข่าวแจก ป้ายนิทรรศการ เป็นต้น เพื่อทำการสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายตามภารกิจแต่ละกลุ่มงานภายใน ส่วนสื่ออิเล็กทรอนิกส์เพื่อการประชาสัมพันธ์จะเป็นการสื่อสารในลักษณะงานบริการ โสตทัศนูปกรณ์ และโสตทัศนวัสดุ รวมถึงการใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ในลักษณะการประชาสัมพันธ์ผ่านเสียงตามสาย และระบบกระจายสัญญาณโทรทัศน์ภายในองค์กร และสื่อเทคโนโลยีสารสนเทศในรูปแบบอินเทอร์เน็ตสำหรับสื่อกิจกรรมในลักษณะของโครงการและกิจกรรมประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกองค์กร มีการใช้ช่องทางประชาสัมพันธ์ที่ผสมผสานระหว่างสื่อบุคคล สื่อมวลชน สื่อสิ่งพิมพ์ อินเทอร์เน็ต สื่ออิเล็กทรอนิกส์ รวมทั้งการใช้สื่อสารมวลชนในการเพิ่มความรวดเร็วในการสื่อสารสู่สาธารณะ ได้แก่ วิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภาในลักษณะการจัดทำสเปด วิทยุกระจายเสียงและสเปดวิทยุโทรทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความเป็นพลเมืองในระบอบประชาธิปไตยตามบทบัญญัติของรัฐธรรมนูญภายใต้บริบทการขับเคลื่อนการปฏิรูปของประเทศที่เปลี่ยนแปลงไป ตลอดจนบทบาทภารกิจของสภาผู้แทนราษฎรและกระบวนการนิติบัญญัติในระบอบรัฐสภา และจากนโยบายของรัฐและส่วนราชการสังกัดรัฐสภาในการปรับตัวและนำเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมาประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติราชการอย่างต่อเนื่อง และปัจจุบันสำนักประชาสัมพันธ์ได้มีการทบทวนแนวทางโดยเริ่มทยอยปรับเปลี่ยนกระบวนการและช่องทางประชาสัมพันธ์ให้รองรับทิศทางการพัฒนาองค์กรในรูปแบบดิจิทัล โดยเริ่มปรับกระบวนการ

จากรูปแบบและองค์ประกอบของการประชาสัมพันธ์แบบเดิม ให้ยกระดับสู่มาตรฐานของ “การสื่อสารองค์กร” ซึ่งมีบริบทที่ครอบคลุมการประชาสัมพันธ์ในเชิงรุกในยุคสมัยใหม่ที่ต้องมีการสื่อสารเชื่อมโยงผู้รับสารกลุ่มเป้าหมายอย่างถูกต้อง รวดเร็ว กระชับ โดดเด่น และกว้างขวาง โดยเน้นการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสารแบบดิจิทัลมาใช้ในการสื่อสารพัฒนาองค์กร

5.1.2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการดำเนินงานด้านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์บทบาทภารกิจของสภาผู้แทนราษฎรและความรู้ด้านกระบวนการนิติบัญญัติ

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้สัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างตามขอบเขตการศึกษา เรื่อง แนวทางพัฒนางานด้านประชาสัมพันธ์ในการเผยแพร่บทบาทภารกิจของสภาผู้แทนราษฎร ในยุคดิจิทัล ประกอบด้วย สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร ผู้บริหารของสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร ผู้เชี่ยวชาญด้านการประชาสัมพันธ์และการใช้สื่อดิจิทัล บุคลากรสำนักประชาสัมพันธ์ บุคลากรของสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร และประชาชนทั่วไปผู้มาติดต่อราชการ ทำให้ทราบถึงความคิดเห็นเกี่ยวกับการดำเนินงานด้านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์บทบาทภารกิจของสภาผู้แทนราษฎร และความรู้ด้านกระบวนการนิติบัญญัติดังต่อไปนี้

1. ความคิดเห็นเกี่ยวกับการดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์เผยแพร่บทบาทภารกิจของสภาผู้แทนราษฎรและความรู้ด้านกระบวนการนิติบัญญัติ

สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร โดยหน่วยงานภายในที่มีบทบาทและภารกิจด้านประชาสัมพันธ์มีการดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารทั้งบทบาทและภารกิจของสภาผู้แทนราษฎรและการเผยแพร่ความรู้ด้านกระบวนการนิติบัญญัติในช่วงที่ผ่านมาได้อย่างเหมาะสมเพียงพอตามบริบทสภาวการณ์ทางการเมืองและสถาบันนิติบัญญัติ ตลอดจนความก้าวหน้าตามกระแสโลกาภิวัตน์ที่เปลี่ยนแปลงไปจนถึงปัจจุบัน ซึ่งหน่วยงานด้านประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎรมีการให้บริการและการอำนวยความสะดวก ทั้งด้านการต้อนรับ การติดต่อสอบถามข้อมูลข่าวสารทั้งที่เกี่ยวข้องกับการประชุมรัฐสภา การประชุมสภาผู้แทนราษฎร การประชุมคณะกรรมการธิการของสภาผู้แทนราษฎร พิธีการหรือกิจกรรมต่างๆ ในวงงานสภา การติดต่อประสานงานกับสื่อมวลชนเพื่อจัดเตรียมการแถลงข่าวของสมาชิกฯ รวมทั้งสรุปการแถลงข่าวเพื่อนำไปเผยแพร่ตามช่องทางต่างๆ การให้บริการข่าวสารความรู้ด้านนิติบัญญัติผ่านสื่อสิ่งพิมพ์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์สำหรับงานด้านประชาสัมพันธ์ การสนับสนุนโสตทัศนูปกรณ์เพื่อดำเนินงานด้านพิธีการ กิจกรรมการประชุม การจัดฝึกอบรม และการสัมมนาของฝ่ายนิติบัญญัติ และสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร การจัดโครงการกิจกรรมด้านการเผยแพร่ประชาธิปไตยและการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข โดยมีความเชื่อมโยงระหว่างฝ่ายนิติบัญญัติ ภาคส่วนราชการ ภาคประชาสังคม และภาคประชาชนทั่วไป

จึงกล่าวโดยสรุปได้ว่า โครงสร้าง บทบาท และภารกิจงานด้านประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎรได้มีความครอบคลุมบริบทการประชาสัมพันธ์ทั้งภายในองค์กรและภายนอกองค์กรในเชิงกิจกรรมเชื่อมโยงกับภาคส่วนสังคมแล้ว

2. นโยบายด้านประชาสัมพันธ์ในบทบาทภารกิจของสภาผู้แทนราษฎรและการเผยแพร่ความรู้ด้านกระบวนการนิติบัญญัติในยุคดิจิทัล

จากกรอบวิสัยทัศน์ พันธกิจ และยุทธศาสตร์ตามแผนปฏิบัติราชการสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร พ.ศ. 2563 - 2565 ซึ่งเป็นนโยบายขององค์กรที่มีความเอื้ออำนวยให้สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎรต้องรองรับการสื่อสารประชาสัมพันธ์องค์กรเพื่อเผยแพร่บทบาทและภารกิจของสภาผู้แทนราษฎรให้เกิดประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลตามเป้าประสงค์ทางนโยบายของส่วนราชการ โดยเฉพาะยุทธศาสตร์องค์กรที่เอื้ออำนวยต่อการพัฒนาประชาสัมพันธ์ในการเผยแพร่บทบาทภารกิจของสภาผู้แทนราษฎรในยุคดิจิทัล คือ ยุทธศาสตร์การพัฒนางานองค์กรให้ก้าวสู่การเป็น SMART Parliament ซึ่งถือเป็นกลไกให้สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎรต้องมีการปรับตัว และเน้นใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการสื่อสารและพัฒนางานองค์กร ซึ่งหมายถึงการใช้สื่อประชาสัมพันธ์แบบดิจิทัลที่เข้ามามีบทบาทต่อการสื่อสารและพัฒนางานองค์กรในยุคแห่งความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารปัจจุบัน โดยยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับสำนักประชาสัมพันธ์ คือ ยุทธศาสตร์ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของภาคพลเมืองในระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุขเพื่อสนับสนุนงานนิติบัญญัติ โดยสำนักประชาสัมพันธ์ต้องมีกระบวนการสื่อสารไปยังประชาชนกลุ่มเป้าหมายเพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมของภาคพลเมืองซึ่งถือเป็นการดำเนินงานตามบทบัญญัติแห่งรัฐธรรมนูญในการสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนและเพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความเป็นพลเมืองในระบอบประชาธิปไตย ตลอดจนบทบาทภารกิจของสภาผู้แทนราษฎรและกระบวนการนิติบัญญัติในระบบรัฐสภา ซึ่งล้วนมีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกับวิถีความเป็นพลเมืองและความเป็นประชาธิปไตยเพื่อประโยชน์สุขของประชาชนอย่างยั่งยืน

นอกจากนี้ สำนักประชาสัมพันธ์ยังมีการใช้แผนยุทธศาสตร์การสื่อสารองค์กรการเสริมสร้างประชาธิปไตย และความเป็นพลเมืองในระบอบประชาธิปไตยในยุคดิจิทัล พ.ศ. 2561 - 2564 ที่มุ่งประสิทธิภาพในกระบวนการสื่อสารองค์กรเน้นความสำคัญกับงานด้านการสื่อสารโดยการเชื่อมโยงการสื่อสารกับระบบเทคโนโลยีสารสนเทศในรูปแบบดิจิทัล มุ่งยกระดับให้งานด้านประชาสัมพันธ์และการสื่อสารองค์กรสามารถสนองตอบต่อบทบาทภารกิจของฝ่ายนิติบัญญัติภายใต้ความร่วมมือเพื่อการปฏิบัติงานเชิงรุกในสถานการณ์ที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา แต่กลยุทธ์การสื่อสารองค์กรฯ อาจจะยังไม่มีรายละเอียดที่เจาะจงถึงรูปแบบ แนวทาง หรือมาตรฐานของการใช้สื่อประชาสัมพันธ์แบบดิจิทัลให้เป็นรูปธรรมและการบูรณาการเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน

3. ช่องทางประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับบทบาทภารกิจของสภาผู้แทนราษฎรและการเผยแพร่ความรู้ด้านกระบวนการนิติบัญญัติในยุคดิจิทัล

การใช้สื่อประชาสัมพันธ์แบบดิจิทัลในช่วงที่ผ่านมา สำนักประชาสัมพันธ์ มีการปรับกระบวนการทำงานภายใต้การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีจากเดิมที่เป็นระบบออนไลน์ซึ่งจะต้องปรับรูปแบบและพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ให้เป็นดิจิทัล อีกทั้งกรอบทิศทางการพัฒนาองค์กรที่จะต้องปรับเปลี่ยนไปสู่ความเป็นรัฐสภาดิจิทัล เนื่องจากในปัจจุบันส่วนราชการกำลังเข้าสู่ยุคของการใช้สื่อใหม่ในรูปแบบของสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ซึ่งถือเป็นช่องทางหลักในการประชาสัมพันธ์ไปสู่ผู้รับสารกลุ่มเป้าหมายที่มีประสิทธิภาพอย่างยิ่ง และจากการดำเนินงานที่ผ่านมากลุ่มงานภายในของสำนักประชาสัมพันธ์ได้มีการปรับแผนและวิธีการนำเสนองานประชาสัมพันธ์ให้ทันสมัยเพิ่มมากขึ้นและเพิ่มช่องทางในการสื่อสารข้อมูลไปยังกลุ่มเป้าหมายตามภารกิจของกลุ่มงาน เช่น การสื่อสารประชาสัมพันธ์ผ่านรูปแบบที่เรียกว่า Digital Platform โดยเฉพาะรูปแบบสื่อสังคมออนไลน์ ได้แก่ Facebook Youtube เป็นต้น ซึ่งได้นำเสนอในรูปแบบของการนำชมหรือการให้ความรู้เกี่ยวกับรัฐสภาและกระบวนการนิติบัญญัติตามรัฐธรรมนูญ รวมทั้งการสร้างเครือข่ายกลุ่มเป้าหมายในรูปแบบของแฟนเพจ นอกจากนี้ยังมีการสื่อสารด้วยรูปแบบ Line Application เช่น การประสานงานด้านสื่อมวลชนสัมพันธ์ด้วย Group Line หรือการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารบทบาทภารกิจของสภาผู้แทนราษฎร และการเผยแพร่ความรู้ด้านกระบวนการนิติบัญญัติผ่านรูปแบบ QR Code เป็นต้น ส่วนงานด้านผลิตเอกสารได้มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบของสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อเผยแพร่แบบเดิมให้เป็นหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) เพื่อรองรับกับการประชาสัมพันธ์ยุคดิจิทัลในปัจจุบัน

จึงสรุปได้ว่า ปัจจุบันการดำเนินงานด้านการสื่อสารองค์กร สำนักประชาสัมพันธ์ ได้มีการปรับกระบวนการทั้งในด้านช่องทางการประชาสัมพันธ์ไปยังผู้รับสารกลุ่มเป้าหมายอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ ในช่วงการเปลี่ยนแปลงบริบทรูปแบบของเทคโนโลยีจากอนาล็อกซึ่งสำนักประชาสัมพันธ์ได้เน้นรูปแบบการประชาสัมพันธ์ตามหลักนิเทศศาสตร์เดิม คือ การใช้สื่อบุคคลในการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องโดยเชื่อมโยงจากตัวบุคคล ได้แก่ สมาชิกรัฐสภา บุคคลในวงงานรัฐสภา วิทยากร สื่อมวลชน เป็นต้น ขณะที่สื่อสิ่งพิมพ์ประชาสัมพันธ์ได้มีการจัดทำเรียบเรียงเนื้อหาและการออกแบบจัดพิมพ์เป็นเอกสารแผ่นพับ โปสเตอร์ หนังสือ วารสาร จุลสาร บทความ ข่าวแจก ป้ายนิทรรศการเพื่อสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายตามภารกิจของแต่ละกลุ่มงานภายใน ส่วนสื่ออิเล็กทรอนิกส์ประชาสัมพันธ์จะเป็นการสื่อสารในลักษณะงานบริการสารสนเทศที่สมบูรณ์แบบและสอดทันวิสัย รวมถึงการใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ในลักษณะการประชาสัมพันธ์ผ่านเสียงตามสายและระบบกระจายสัญญาณโทรทัศน์ภายในองค์กรและสื่อเทคโนโลยีสารสนเทศในรูปแบบอินเทอร์เน็ต

สำหรับสื่อกิจกรรมในลักษณะของโครงการและกิจกรรมประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกองค์กร มีการใช้ช่องทางประชาสัมพันธ์ที่ผสมผสานระหว่างสื่อบุคคล สื่อมวลชน สื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออินเทอร์เน็ต สื่ออิเล็กทรอนิกส์ รวมทั้งการใช้สื่อสารมวลชนในการเพิ่มความรวดเร็วในการสื่อสารสู่สาธารณะ ได้แก่ วิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา ในรูปแบบการจัดทำสโปตวิทยุกระจายเสียงและสโปตวิทยุโทรทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับความเป็นพลเมืองของประชาชน ในระบอบประชาธิปไตยตามบทบัญญัติของรัฐธรรมนูญภายใต้บริบทการขับเคลื่อนการปฏิรูปของ ประเทศที่เปลี่ยนแปลงไป ตลอดจนบทบาทภารกิจของสภาผู้แทนราษฎร และกระบวนการนิติบัญญัติ ในระบบรัฐสภา เป็นต้น และจากนโยบายของรัฐ และส่วนราชการสังกัดรัฐสภาในการปรับตัวและ นำเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมาประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติราชการอย่างต่อเนื่อง และ ปัจจุบันสำนักประชาสัมพันธ์ได้มีการทบทวนแนวทางโดยเริ่มทยอยปรับเปลี่ยนกระบวนการและ ช่องทางประชาสัมพันธ์ให้รองรับทิศทางการพัฒนาองค์กรในรูปแบบดิจิทัล โดยเริ่มปรับกระบวนการ จากรูปแบบและองค์ประกอบของการประชาสัมพันธ์แบบเดิมให้ยกระดับสู่มาตรฐาน “การสื่อสาร องค์กร” ซึ่งมีบริบทที่ครอบคลุมการประชาสัมพันธ์ในเชิงรุกในยุคสมัยใหม่ที่ต้องมีการสื่อสารเชื่อมโยง ผู้รับสารกลุ่มเป้าหมายอย่างถูกต้อง รวดเร็ว กระชับ โดดเด่น และกว้างขวาง โดยเน้นการประยุกต์ใช้ เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารแบบดิจิทัลมาใช้ในการสื่อสารพัฒนาองค์กร เพื่อมุ่งให้เกิด ประสิทธิภาพสูงสุดต่อผู้รับสารกลุ่มเป้าหมายจนนำมาซึ่งภาพลักษณ์ที่ดีในด้านการสื่อสารองค์กรทั้งภายใน และภายนอกให้กับส่วนราชการ

5.1.3 กรอบแนวทางการพัฒนางานด้านการประชาสัมพันธ์เผยแพร่บทบาทภารกิจ ของสภาผู้แทนราษฎรและความรู้ด้านกระบวนการนิติบัญญัติในยุคดิจิทัล

(ก) แนวทางการพัฒนาด้านบุคลากร

1. การส่งเสริมและสนับสนุนการโอกาสในเรียนรู้ การฝึกอบรม หรือการแลกเปลี่ยน เรียนรู้ระหว่างกันให้บุคลากรของสำนักประชาสัมพันธ์ให้มีทักษะความชำนาญสั่งสมเป็นประสบการณ์ เพื่อให้มีความรู้ความเชี่ยวชาญในงานตามบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบและงานที่ได้รับมอบหมาย พร้อมกับการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ เพื่อรองรับมิติการเป็น Digital & SMART Parliament ตัวอย่างเช่น การจัดฝึกอบรมออนไลน์ผ่านศูนย์การจัดการความรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ของสำนัก สารสนเทศ สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร เช่น การอบรมการใช้งานระบบสำนักงาน อิเล็กทรอนิกส์ แนะนำการใช้งาน Application ระบบสืบค้นข้อมูลสำหรับการประชุมสภา การจัดทำคลิพวิดีโอ เรื่อง องค์ความรู้และการแนะนำการให้บริการของแต่ละกลุ่มงานของสำนักประชาสัมพันธ์โดยเผยแพร่ ผ่านรูปแบบ Line Application ตลอดจนจัดทำทะเบียนหนังสืออิเล็กทรอนิกส์เพื่อสืบค้นหนังสือ

ณ ห้องเรียนรู้ประชาธิปไตยของสำนักประชาสัมพันธ์ในรูปแบบออนไลน์โดยลงข้อมูลผ่าน Line Application สำนักประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วย องค์ความรู้ในวงงานรัฐสภา องค์ความรู้ด้านกฎหมาย กฎหมายรัฐธรรมนูญ บทความทางวิชาการ งานเขียนวิชาการ และองค์ความรู้ทั่วไป โดยคณะทำงานด้านการจัดการความรู้ของสำนักประชาสัมพันธ์ ประจำปี 2563 เพื่อนำความรู้มาประยุกต์ใช้ในการทำงาน

2. การมุ่งพัฒนาบุคลากร โดยมีระบบจัดการบุคลากรที่ตอบสนองยุทธศาสตร์และสร้างแรงจูงใจ มีการวางแผนกำลังคนที่ตรงกับความต้องการและเพื่อประโยชน์สูงสุดของระบบงานของราชการ มีระบบการประเมินผลงานและความก้าวหน้าบุคลากรที่เน้นผลสัมฤทธิ์ของงานอย่างตรงไปตรงมา มีการสร้างแรงจูงใจและขวัญกำลังใจที่ดีให้แก่บุคลากร มีนโยบายบริหารจัดการบุคลากรสนับสนุนการทำงานให้มีความคล่องตัวรองรับต่อการเปลี่ยนแปลง ขณะเดียวกันยังสามารถปรับตัวให้ก้าวทันเทคโนโลยีในยุคปัจจุบัน พร้อมทั้งสร้างความรอบรู้ ลงมือปฏิบัติ และแก้ไขปัญหาได้อย่างถูกต้องเหมาะสมเพื่อแสดงถึงความเป็นมืออาชีพในประเภทสายงานและระดับที่ถือครองและที่สำคัญที่สุด คือ การเน้นความมีคุณธรรมและจริยธรรมต่อราชการโดยการเสริมสร้างจิตสำนึกในด้านค่านิยมที่ร่วมกันต่อราชการตามหลักธรรมาภิบาล วินัยข้าราชการรัฐสภาสามัญ ประมวลจริยธรรมข้าราชการรัฐสภา และแผนป้องกันการทุจริตสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร ทั้งนี้การพัฒนาเสริมสร้างบุคลากรยุคใหม่ให้มีความรู้ความสามารถที่ก้าวทันเทคโนโลยีควบคู่ไปกับภาวะจิตสำนึกด้านค่านิยมที่ร่วมกันต่อราชการจะเป็นพลังขับเคลื่อนภายใต้หลักธรรมาภิบาลให้การดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์เกิดผลสัมฤทธิ์ต่องานของส่วนราชการและสาธารณะอย่างถูกต้องเหมาะสม และยั่งยืน

3. เชื่อมโยงการบริหารจัดการคุณภาพการให้บริการ (PMQA) กับการประชาสัมพันธ์ บทบาทภารกิจของสภาผู้แทนราษฎรให้เกิดความเชื่อมั่น ศรัทธา และน่าเชื่อถือว่าองค์กรนิติบัญญัติเป็นที่พึ่งของประชาชนและเชื่อถือไว้วางใจได้ โดยต้องมีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยและมีรูปแบบหรือคุณสมบัติที่มีความเหมาะสมต่อกลุ่มเป้าหมายมาปรับใช้ในการทำงานเพื่อเพิ่มขีดสมรรถนะให้สูงขึ้นและมุ่งความทันสมัย นอกจากนี้ควรเปิดกว้างและเชื่อมโยงกันโดยยึดโยงประชาชนเป็นศูนย์กลางในการทำงาน มีการสร้างนวัตกรรมและสานพลังทุกภาคส่วนเพื่อปรับกระบวนการทัศนสู่ความเป็นดิจิทัล เช่น การจัดทำระบบการลงทะเบียนกลุ่มเป้าหมายออนไลน์ในการเข้าร่วมงาน พิธีมอบรางวัลพานแว่นฟ้าการจัดทำระบบการลงทะเบียนออนไลน์เพื่อเข้าร่วมกิจกรรมประกวดนวัตกรรมประชาธิปไตยการนำระบบสื่อสารออนไลน์ด้วย Zoom Application มาใช้ในกระบวนการประชุมและ ตรวจสอบผลงานการประกวด ตลอดจนสัมภาษณ์คณะกรรมการและผู้ส่งผลงานเข้าประกวด เป็นต้น ซึ่งการนำเทคโนโลยีต่างๆ มาปรับใช้ในการทำงานส่งผลให้เกิดความคล่องตัวในการทำงาน

และสามารถเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารต่างๆไปยังกลุ่มเป้าหมายได้ในวงกว้างยิ่งขึ้น ตลอดจนประหยัดงบประมาณก่อให้เกิดความคุ้มค่าในการดำเนินงานโครงการต่างๆ เป็นต้น

4. นโยบายและระบบการจัดการด้านบุคลากรที่มีประสิทธิภาพตอบสนองยุทธศาสตร์ และสร้างแรงจูงใจโดยมีระบบการวิเคราะห์ความต้องการอัตรากำลังของหน่วยงานด้านการประชาสัมพันธ์ ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญในการสรรหาคัดเลือกบุคลากรให้มีจำนวนที่เหมาะสมและให้มีความรู้ความสามารถที่ตรงกับความต้องการทั้งในปัจจุบันและอนาคต มีการวัดผลการปฏิบัติงาน ซึ่งเป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างยิ่งในการวางแผนความก้าวหน้าให้กับบุคลากร และมีเป้าหมายในการสนับสนุนให้บุคลากรสามารถทำงานในทุกภาคส่วนและทุกมิติของงานประชาสัมพันธ์ยุคใหม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างคุณภาพชีวิตข้าราชการในกระบวนการทำงานสื่อสารองค์กรต่อส่วนราชการอย่างยั่งยืน เช่น การจัดทำฐานข้อมูลบุคลากรในสำนักประชาสัมพันธ์ในการฝึกอบรมเพื่อนำฐานข้อมูลมาใช้ประโยชน์ในการวางแผนนโยบายและจัดการบุคลากรในสำนักประชาสัมพันธ์ โดยเป็นการจัดทำแบบติดตามและบันทึกรายละเอียดการพัฒนาตามแผนพัฒนารายบุคคล และมีการจัดทำการวิเคราะห์กระบวนการเพื่อกำหนดอัตรากำลังของแต่ละกลุ่มงานไว้ในฐานข้อมูลโดยรวบรวมไว้ที่กลุ่มงานบริหารทั่วไปและพิธีการ และส่งต่อผ่านทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ให้ทางสำนักพัฒนาบุคลากรและสำนักนโยบายและแผนในการดำเนินการจัดการต่อไป

5. บุคลากรของสำนักประชาสัมพันธ์ ควรเน้นบูรณาการการทำงานร่วมกันโดยการตั้งคณะทำงานและใช้เทคโนโลยีในการบูรณาการการทำงานร่วมกันแต่ละกลุ่มงานจะเป็นส่วนหนึ่งในการลดขั้นตอนในการทำงานและทำให้เกิดการแบ่งปันข้อมูลข่าวสารในการทำงานร่วมกัน โดยจะส่งผลให้การทำงานในภาพลักษณ์ของศูนย์สื่อสารองค์กรมีอาชีพของสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎรและสำนักประชาสัมพันธ์เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากยิ่งขึ้นในยุคดิจิทัล ตัวอย่างเช่น การจัดตั้งคณะทำงานด้านการจัดทำข้อมูลเผยแพร่ผ่านประชาสัมพันธ์ผ่านทางช่องทางต่างๆ เพื่อลดความซ้ำซ้อนในการทำงานและเกิดความคล่องตัวในการทำงานมากยิ่งขึ้น โดยคณะทำงานประกอบด้วยบุคลากรของทุกกลุ่มงานที่มีความชำนาญในการสร้างเนื้อหาและการออกแบบกราฟิกต่างๆ เพื่อเผยแพร่ไปยังช่องทางออนไลน์ในรูปแบบของ Line Facebook Youtube เป็นต้น เผยแพร่ข่าวสารการประชาสัมพันธ์ทั้งภายในและภายนอกองค์กรเพื่อให้ได้รับทราบข้อมูลร่วมกันได้อย่างรวดเร็วมากยิ่งขึ้น

6. การสร้างวัฒนธรรมการทำงานที่ดี ซื่อตรงและสุจริต คิดเชิงบวกสำหรับงานสื่อสารองค์กรที่รวมถึงมิติการให้บริการในบริบทงานด้านประชาสัมพันธ์ต่อทุกภาคส่วน เน้นการมีจิตสำนึกที่ดีและค่านิยมองค์กรที่ดีร่วมกันต่อการปฏิบัติราชการมุ่งเน้นมีประสิทธิภาพและความร่วมมือด้วยความสามัคคีเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกัน ตัวอย่างเช่น การจัดทำคลิปวิดีโอ เรื่อง การเป็นข้าราชการที่ดี

การจัดทำคลิปวิดีโอ เรื่อง ลดภาวะโลกร้อน เพื่อช่วยกันประหยัดทรัพยากร การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์ในรูปแบบของ Infographic เรื่อง จิตบริการ Service Mind ผ่านช่องทางออนไลน์ Facebook YouTube และ line ของแต่ละกลุ่มงานและสำนักประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างวัฒนธรรมใหม่ในการทำงาน การใช้ line Application มาอำนวยความสะดวกให้ท่านสมาชิกรัฐสภาในการติดต่อการใช้บริการของกลุ่มงานโสตทัศนูปกรณ์ เรื่อง “การขอใช้บริการนำเสนอข้อมูลประกอบการประชุม” ซึ่งจะช่วยลดขั้นตอนที่ล่าช้าในการปฏิบัติงานและยังเป็นการสร้างนวัตกรรมใหม่ของการให้บริการ เป็นต้น

7. มีการพัฒนางานของตนเองตลอดเวลาอย่างต่อเนื่อง ต้องติดตามความเคลื่อนไหวข้อมูลข่าวสารอย่างต่อเนื่อง มองทุกอย่างให้เป็นข่าว มีใจรักในงานที่ทำ มีความกระตือรือร้นในการทำงานตามบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบโดยไม่ชักช้า และหมั่นเรียนรู้ฝึกฝนเพื่อความรอบรู้ในงานอย่างลึกซึ้ง มีการทำงานโดยใช้เทคโนโลยีสื่อดิจิทัลมาช่วยในการทำงาน ยกตัวอย่างเช่น การใช้สื่อออนไลน์ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร สามารถจัดทำเนื้อหาและเผยแพร่ข้อมูล ได้ทันที ทุกที่ ทุกเวลา สามารถดัดแปลงแก้ไข ปรับปรุงเนื้อหาได้อย่างฉับไว โดยการใช้มือถือ หรือ Note book เพียงเครื่องเดียวในการทำงาน เพื่อสามารถทำงานได้ทุกที่ไม่ว่าจะอยู่ที่ไหน (ที่บ้านหรือที่ทำงาน) เกิดความรวดเร็วฉับไวในการทำงาน

(ข) แนวทางการพัฒนาด้านโครงสร้างการบริหารจัดการ

1. มีการปรับโครงสร้างการบริหารงานและรูปแบบในการทำงานภายในหน่วยงาน ให้รองรับการปฏิบัติหน้าที่ในยุคดิจิทัล และปรับกระบวนการทำงานในรูปแบบของ Broadcast คือ มีการกระจาย เผยแพร่ และส่งข่าวในเครือข่ายสื่อสารไปให้แก่ผู้รับบริการ อาทิ สมาชิกรัฐสภา ข้าราชการ และประชาชนทั่วไป ทั้งนี้ โดยการนำเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยมาสนับสนุนงานและส่งเสริมกระบวนการทำงานแบบมีส่วนร่วมเพื่อให้เกิดการบูรณาการของการทำงานร่วมกับพันธมิตร เครือข่ายสื่อสารในทุกระดับ
2. การสร้างเครือข่ายประชาสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานภายในและบุคคลภายนอก เพื่อความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อประสานงานให้บรรลุวัตถุประสงค์
3. ผู้ปฏิบัติงานของแต่ละกลุ่มงานจะต้องพัฒนางานให้ไปถึงระดับการทำงานร่วมกัน ได้ทุกกลุ่มงานจะต้องประยุกต์งานให้ทันกับความเปลี่ยนแปลงเชิงเทคโนโลยีและนวัตกรรมให้มากขึ้นด้วย

(ค) แนวทางการพัฒนาด้านเทคโนโลยี

1. เน้นการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการปรับปรุงประสิทธิภาพการบริหารจัดการและการให้บริการของสำนักประชาสัมพันธ์ทั้งภายในหน่วยงานและภายนอกหน่วยงานอย่างมีแบบแผนและเป็นระบบ มีกระบวนการธรรมาภิบาลที่ประชาชนทุกคนสามารถเข้าถึงบริการได้โดยไม่มีข้อจำกัดทางกายภาพ พื้นที่ และภาษา ขณะที่การพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในด้านที่เกี่ยวข้องจะต้องคำนึงถึงประสิทธิภาพในกระบวนการสื่อสารองค์กร เน้นความสำคัญกับงานด้านการสื่อสารโดยการเชื่อมโยงการสื่อสารกับระบบ ICT มุ่งยกระดับให้งานด้านการประชาสัมพันธ์และการสื่อสารองค์กรสามารถสนองตอบต่อบทบาทภารกิจของฝ่ายนิติบัญญัติอย่างแท้จริงภายใต้ความพร้อมเพื่อการปฏิบัติงานเชิงรุกในสถานการณ์ที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ตัวอย่างเช่น ปัจจุบันสำนักประชาสัมพันธ์มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านทาง Group Line Application เพื่อเสนอข่าว Press Release การสรุปข่าวประจำวันไปยังคณะผู้บริหารภายในสำนักงานฯ และสื่อมวลชนได้โดยตรง การจัดทำสื่อสังคมออนไลน์ในรูปแบบ Facebook เฉพาะกลุ่มเพื่อทำการสื่อสารให้ตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่มีหลากหลายและสามารถรองรับการสื่อสารสองทางร่วมกัน การปรับรูปแบบการนำเสนอข่าวสาร (Platform) ที่มีเทคนิคที่กระตุ้นให้เกิดความน่าในใจ มีความสอดคล้องเหมาะสมกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายโดยเฉพาะมิติด้านความทันสมัยและความหลากหลาย สามารถเข้าถึงข้อมูลได้สะดวก รวดเร็ว ฉับไว ภายใต้ความถูกต้องและเหมาะสมในอนาคตอาจมีการจัดทำสติ๊กเกอร์ไลน์เพื่อให้บริการประชาชนทั่วไปหรือผู้สนใจได้ดาวน์โหลดโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย หรือจัดทำเป็นวีดิทัศน์สั้น สื่ออินโฟกราฟิกเพื่อให้สามารถรับรู้และเข้าใจการสื่อความหมายได้ง่าย โดยสอดแทรกองค์ความรู้เกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของภาคประชาชนและการเมืองการปกครองในระบอบประชาธิปไตยในระบบรัฐสภาผ่านสื่อต่างๆ เพื่อสร้างแรงจูงใจให้ประชาชนทั่วไปได้เกิดความสนใจและติดตามรับรู้ข้อมูลข่าวสารอย่างต่อเนื่องมากยิ่งขึ้น

2. เน้นการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและสื่อออนไลน์มาใช้ปฏิบัติงานและจัดทำฐานข้อมูลเพื่อเก็บรวบรวมองค์ความรู้ให้เป็นศูนย์กลาง แบ่งกลุ่มประเภทของข้อมูลข่าวสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับภารกิจงานของสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร ข้อมูลนิติบัญญัติที่เป็นปัจจุบันเพื่อการค้นหาและนำข้อมูลไปใช้ได้อย่างรวดเร็ว เพื่อลดการซ้ำซ้อนหรือเกิดข้อมูลที่คลาดเคลื่อนและเป็นประโยชน์ต่อการปฏิบัติงานของบุคลากร โดยเป็นฐานข้อมูลเดียวกันกับทั้งส่วนราชการ

3. นำสื่อสังคมออนไลน์มาใช้เป็นเครื่องมือเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ โดยการปรับรูปแบบสื่อในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเพื่อให้คนรุ่นใหม่สนใจข้อมูลที่เผยแพร่ ควรใช้สื่อออนไลน์ให้มากขึ้นและเป็นสื่อหลักในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ เน้นการใช้สื่อและเทคโนโลยีใหม่ๆ อย่างต่อเนื่อง แทนสื่อรูป

แบบเดิมๆ และควรปรับปรุงแบบการสื่อสาร (Platform) ให้น่าสนใจพร้อมตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่มีความทันสมัยและมีความหลากหลาย เพื่อให้สามารถเข้าถึงข้อมูลได้สะดวก รวดเร็ว

4. เน้นการเลือกใช้สื่อที่สามารถทำงานในลักษณะการสื่อสารแบบสองทางและเป็นสื่อใหม่ในรูปแบบของสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) คือ การออกแบบเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ในรูปแบบ Facebook Line Application หรือ Instagram เป็นต้น ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ บุคลากรต้องรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ด้วย เนื่องจากการพัฒนาอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีการสื่อสาร โดยต้องเป็นผู้รับและใช้สื่อที่มีจุดยืนทางสังคม เข้าใจตนเอง เข้าใจสังคม และเข้าใจในสิ่งที่สื่อมีการนำเสนอ จะช่วยให้บุคลากรสามารถเข้าใจ ประเมินและสร้างสรรค์เนื้อหาสื่อโดยไม่ถูกครอบงำจากสื่อ มุ่งใช้สื่อที่เป็นประโยชน์ในการทำงาน เพราะหากบุคลากรขาดการรู้เท่าทันสื่อย่อมตกเป็นเหยื่อ และหากไม่มีการกลั่นกรองข้อมูลก่อนจะนำไปแชร์ก็จะนำไปสู่การเผยแพร่ข้อมูลที่บิดเบือนข้อเท็จจริงไปสู่สาธารณชนได้ ซึ่งส่งผลกระทบต่อร้ายแรงในวงกว้าง ดังนั้น บุคลากรต้องรู้เท่าทันในการนำสื่อออนไลน์มาปรับใช้ในการทำงานร่วมด้วย

5. การนำเสนอข้อมูลข่าวสารด้านสถาบันนิติบัญญัติต้องมีศัพท์ทางวิชาการและเข้าใจได้ยากนั้น ควรเพิ่มเสียงประกอบการบรรยายหรือวีดิทัศน์สรุปสั้นเพียง 1-3 นาที เพื่อให้ผู้รับสารกลุ่มเป้าหมายเกิดความเข้าใจได้ง่ายขึ้นและไม่รู้สึกความเบื่อหน่ายในการเข้าถึงและรับรู้ข่าวสารที่นำเสนอ

(ง) แนวทางการพัฒนาด้านข้อมูล (Message) หรือเนื้อหา (Content)

1. ควรมีการพัฒนาและปรับปรุงเนื้อหาข้อมูลข่าวสารให้มีความเข้าใจง่าย มีความน่าสนใจและเน้นการนำเสนอที่มีความหลากหลายทั้งเนื้อหาและรูปแบบตามเทคโนโลยีของยุคสมัยและความเอื้ออำนวยตามบทบาทและภารกิจของแต่ละกลุ่มงานภายในสังกัดสำนักประชาสัมพันธ์

2. เนื้อหาที่จะสื่อไปยังผู้รับสารกลุ่มเป้าหมายควรมีความสอดคล้องเหมาะสมกับผู้รับสารกลุ่มเป้าหมาย มีความเข้าใจง่าย มีความเป็นเอกลักษณ์ของการสื่อสาร เช่น การเน้นประเด็นหลัก การเสริมลีลา การใช้สีสັນและกราฟิกตามหลักนิเทศศาสตร์และทัศนศิลป์ เป็นต้น และที่สำคัญอย่างยิ่งการสื่อสารเนื้อหาต้องมีความตรงประเด็น กระชับ ไม่เยิ่นเย้อ และซ้ำซาก

3. ควรมีการนำเสนอสิ่งแปลกใหม่ที่น่าจดจำ เช่น การสร้างคำ วลี หรือประโยคใหม่ๆ การใช้ตัวย่อ คำเชื่อม โลโก้ ฯลฯ เพื่อสร้างจุดสะดุดสายตาหรือสัญลักษณ์ของกิจกรรมให้เกิดการรับรู้ข้อมูลข่าวสารและเป็นที่รู้จักอย่างรวดเร็ว ขณะเดียวกันควรเสริมเทคนิคการนำเสนอเนื้อหาที่เน้นเชื่อมโยงกับวิถีสังคมโดยทั่วไปเพื่อให้เกิดบรรยากาศการมีส่วนร่วมกับข่าวสารมากขึ้น เช่น การเล่าเรื่องราวที่ดึงดูดความสนใจอย่างต่อเนื่องเพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่สนใจในวงกว้างและมีการพูดถึงในสังคมอย่างต่อเนื่อง หรือมีการแชร์เรื่องราวในสังคมออนไลน์ เป็นต้น

4. พัฒนางานในเชิงรุกให้มากยิ่งขึ้น โดยหาวิธีการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่จะนำไปเผยแพร่สู่สาธารณะชนให้มากขึ้น เช่น การลงพื้นที่ของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร หรือภาพรวมการทำงานของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรและคณะกรรมการ มีการนำผลการดำเนินงานของฝ่ายนิติบัญญัติซึ่งเป็นที่ประจักษ์หรือเป็นที่สนใจต่อกระแสสังคมในวงกว้างมานำเสนอต่อประชาชน มีการเชื่อมโยงการทำงานและข้อมูลโดยคำนึงถึงประโยชน์ของประชาชนเป็นสำคัญ

5. สำหรับข้อมูลข่าวสารด้านนิติบัญญัติซึ่งจะมีความเป็นวิชาการเฉพาะในวงงานสภาซึ่งทำให้ประชาชนทั่วไปไม่ค่อยเข้าใจทั้งบริบทของเนื้อหาและรูปแบบของข่าวสารด้านนิติบัญญัติ ดังนั้น จึงควรเปิดช่องทางการสื่อสารเพื่อให้ผู้รับสารกลุ่มเป้าหมายได้เกิดความรู้ ความเข้าใจ หรือมีการถามตอบในรูปแบบการสื่อสารสองทางเพื่อให้ผู้รับสารกลุ่มเป้าหมายสามารถสอบถามและเกิดความเข้าใจมากขึ้น

(จ) ด้านนโยบาย การวางแผนและกระบวนการประชาสัมพันธ์

1. ควรมีการวางแผนการประชาสัมพันธ์อย่างรัดกุมและควรมีทีมงานหรือระบบสำรองสำหรับเตรียมรับมือกับปัญหาเฉพาะหน้าที่อาจเกิดขึ้นในทุกกรณี

2. ควรลดขั้นตอนในการตรวจสอบความถูกต้องที่ไม่จำเป็นหรือมีความซ้ำซ้อน โดยเน้นความรวดเร็วในการนำเสนอในส่วนของการนำเสนอข่าวแถลง ข่าวการประชุม องค์ความรู้ ด้านนิติบัญญัติ ร่างพระราชบัญญัติต่างๆ ทั้งนี้ เพื่อให้เกิดความรวดเร็ว กระชับเวลาในการเรียบเรียงข้อมูลสารสนเทศเพื่อสร้างสรรค์และนำเสนอต่อสื่อมวลชนในกระบวนการเผยแพร่ไปยังสาธารณะอย่างรวดเร็ว กระชับ และทันเหตุการณ์ภายใต้การตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลข่าวสารอย่างรัดกุมและมีมาตรฐานงานด้านประชาสัมพันธ์อย่างมืออาชีพ

สรุปแนวทางการพัฒนางานด้านการประชาสัมพันธ์
ในการเผยแพร่บทบาทภารกิจของสภาผู้แทนราษฎร

การเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์	รูปแบบเดิม	รูปแบบดิจิทัล
1. การพัฒนา ด้านบุคลากร	การฝึกอบรม หรือการแลกเปลี่ยน เรียนรู้ระหว่างกันให้บุคลากร ของสำนักประชาสัมพันธ์ในการ อบรมสัมมนาออกสถานที่ต่างๆ	<p>1. จัดฝึกอบรมออนไลน์ผ่านศูนย์การจัดการความรู้ ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศของสำนักสารสนเทศ สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร อาทิ การอบรมการใช้งานระบบสำนักงาน อิเล็กทรอนิกส์ แนะนำการใช้งาน Application ระบบสืบค้นข้อมูล</p> <p>2. การจัดทำคลิปวิดีโอสั้นแนะนำองค์ความรู้ และการให้บริการของแต่ละกลุ่มงานของสำนัก ประชาสัมพันธ์ โดยเผยแพร่ผ่าน Line Application กลุ่มไลน์สำนักประชาสัมพันธ์และแต่ละกลุ่มงาน เฟซบุ๊กเพจของสำนักประชาสัมพันธ์ และ ของแต่ละกลุ่มงาน</p> <p>3. จัดทำทะเบียนหนังสืออิเล็กทรอนิกส์เพื่อสืบค้น หนังสือ ณ ห้องเรียนรู้ประชาธิปไตย สำนักประชาสัมพันธ์ ในรูปแบบออนไลน์โดยลงข้อมูลผ่าน Line Application สำนักประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วย องค์ความรู้ ในวงงานรัฐสภา องค์ความรู้ด้านกฎหมาย กฎหมาย รัฐธรรมนูญ บทความทางวิชาการ งานเขียนวิชาการ และองค์ความรู้ทั่วไป</p> <p>พัฒนาเสริมสร้างบุคลากรยุคใหม่ให้มีความรู้ ความสามารถที่ก้าวทันเทคโนโลยีควบคู่ไปกับ ภาวะจิตสำนึกด้านค่านิยมที่ตีร่วมกันต่อราชการ จะเป็นพลังขับเคลื่อนภายใต้หลักธรรมาภิบาลให้ การดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์เกิดผลสัมฤทธิ์ ต่องานของส่วนราชการและสาธารณชนอย่างถูกต้อง</p>
	การมุ่งพัฒนาบุคลากร โดยมีระบบจัดการบุคลากร ที่ตอบสนองยุทธศาสตร์ และสร้างแรงจูงใจ	

การเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์

รูปแบบเดิม

รูปแบบดิจิทัล

ไม่ได้มีการจัดทำข้อมูลอย่างเป็น
รับโดยยังเน้นการเก็บข้อมูลที่เป็น
เป็นกระดาษมากกว่า

สำนักพัฒนาบุคลากรเป็นผู้จัดเก็บ
ข้อมูลบุคลากรที่เข้ารับการ
ฝึกอบรมต่าง ๆ โดยสำนัก
ประชาสัมพันธ์ไม่ได้นำข้อมูล
ดังกล่าวมาใช้ประโยชน์

แต่ละกลุ่มงานต่างทำงานในหน้าที่
ของตนเอง โดยแต่ละกลุ่มงาน
มีผู้ปฏิบัติงานที่มีความเชี่ยวชาญ
ในด้านต่าง ๆ ที่ต่างกัน อาทิ

เหมาะสม และยั่งยืน

สร้างนวัตกรรมและสานพลังทุกภาคส่วนเพื่อปรับ
กระบวนการทัศน์สู่ความเป็นดิจิทัล อาทิ การจัดทำ
ระบบการลงทะเบียนกลุ่มเป้าหมายออนไลน์
ในการเข้าร่วมงานพิธีมอบรางวัลพานแว่นฟ้า
การจัดทำระบบการลงทะเบียนออนไลน์เพื่อ
เข้าร่วมกิจกรรมประกวดนวัตกรรมประจำปีไทย
การนำระบบสื่อสารออนไลน์ด้วย Zoom
Application มาใช้ในกระบวนการประชุมและ
ตรวจผลงานการประกวด ตลอดจนสัมภาษณ์
คณะกรรมการและผู้ส่งผลงานเข้าประกวด
จัดทำฐานข้อมูลบุคลากรสำนักประชาสัมพันธ์
ในการฝึกอบรมเพื่อนำฐานข้อมูลมาใช้ประโยชน์
ในการวางนโยบายและจัดการบุคลากรในสำนัก
ประชาสัมพันธ์ โดยจัดทำแบบติดตามและบันทึก
รายละเอียดการพัฒนาตามแผนพัฒนารายบุคคล
และมีการจัดทำการวิเคราะห์กระบวนการ
เพื่อกำหนดอัตรากำลังของแต่ละกลุ่มงานไว้
ในฐานข้อมูล โดยรวบรวมไว้ที่กลุ่มงานบริหารทั่วไป
และพิธีการของสำนักประชาสัมพันธ์และส่งต่อ
ผ่านทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ ให้ทางสำนักพัฒนา
บุคลากรและสำนักนโยบายและแผนในการ
ดำเนินการจัดการต่อไป

ตั้งคณะทำงานและใช้เทคโนโลยีในการบูรณาการ
การดำเนินงานร่วมกันเพื่อลดขั้นตอนในการทำงาน
และทำให้เกิดการแบ่งปันข้อมูลข่าวสารในการ
ทำงานร่วมกัน โดยจะส่งผลให้การทำงานใน

การเผยแพร่
ประชาสัมพันธ์

รูปแบบเดิม

รูปแบบดิจิทัล

การใช้สื่อโสตทัศนูปกรณ์
การจัดทำสื่อสมัยใหม่ การเขียน
ข่าวการสรุปข่าว และบางครั้ง
มีการทำงานที่ซ้ำซ้อนกัน

สร้างวัฒนธรรมการทำงานที่ดี
ชัดเจนและสุจริตโดยออกเป็น
หนังสือเวียนเผยแพร่ทางระบบ
สารบรรณอิเล็กทรอนิกส์

สำนักพัฒนาบุคลากรดำเนินการ
จัดฝึกอบรมต่าง ๆ ให้แก่
บุคลากรของสำนักงาน
เลขาธิการ
สภาผู้แทนราษฎร

ภาพลักษณ์ของศูนย์สื่อสารองค์กรมืออาชีพของ
สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎรและสำนัก
ประชาสัมพันธ์เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล
มากยิ่งขึ้นในยุคดิจิทัล อาทิ จัดตั้งคณะทำงาน
ด้านการจัดทำข้อมูลเผยแพร่ผ่านประชาสัมพันธ์
ผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ โดยคณะทำงาน
ประกอบด้วยบุคลากรของทุกกลุ่มงานที่มีความ
ชำนาญในการสร้างเนื้อหาและการออกแบบ
กราฟิกต่างๆ เพื่อเผยแพร่ไปยังช่องทางออนไลน์
ทั้งไลน์ เฟซบุ๊ก และยูทูป

1. จัดทำคลิปวิดีโอ เรื่อง การเป็นข้าราชการที่ดี
การจัดทำคลิปวิดีโอ เรื่อง ลดภาวะโลกร้อน
เพื่อช่วยกันประหยัดทรัพยากร รวมทั้งจัดทำสื่อ
ประชาสัมพันธ์ออนไลน์ในรูปแบบของ Infographic
เรื่อง จิตบริการ Service mind ผ่านช่องทางออนไลน์
ไลน์ เฟซบุ๊ก และยูทูป ของแต่ละกลุ่มงานและ
สำนักประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างวัฒนธรรมใหม่
ในการทำงาน

2. ใช้ไลน์มาเป็นเครื่องมือในการมาอำนวยความสะดวก
สะดวกให้สมาชิกวุฒิสภาในการติดต่อการใช้บริการ
ของกลุ่มงานโสตทัศนูปกรณ์ เรื่อง “การขอใช้
บริการนำเสนอข้อมูลประกอบการประชุม”

บุคลากรของสำนักประชาสัมพันธ์ มีการพัฒนา
ตนเองและพัฒนางานตลอดเวลาอย่างต่อเนื่อง
และมีการทำงานโดยใช้เทคโนโลยีสื่อดิจิทัลมาช่วย
ในการทำงาน โดยการใช้มือถือ หรือ Note book
เพื่อสามารถทำงานได้ทุกที่ ทุกเวลา

การเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์	รูปแบบเดิม	รูปแบบดิจิทัล
2. การพัฒนา ด้านโครงสร้าง การบริหาร จัดการ		<p>ปรับโครงสร้างการบริหารงานและรูปแบบในการทำงานภายในสำนักประชาสัมพันธ์ให้รองรับการปฏิบัติหน้าที่ในยุคดิจิทัล และปรับกระบวนการทำงานในรูปแบบของ Broadcast คือ มีการกระจายข่าว เผยแพร่ข่าว และการส่งข่าวในเครือข่ายสื่อสารไปให้แก่ผู้รับบริการ อาทิ สมาชิกวุฒิสภา ข้าราชการ และประชาชนทั่วไป ทั้งนี้ โดยการนำเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยมาสนับสนุนงานและส่งเสริมกระบวนการทำงานแบบมีส่วนร่วมเพื่อให้เกิดการบูรณาการของการทำงานร่วมกันกับพันธมิตรเครือข่ายสื่อสารในทุกระดับ</p> <p>2. สร้างเครือข่ายประชาสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานภายในและบุคคลภายนอก เพื่อความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อประสานงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ ผู้ปฏิบัติงานของแต่ละกลุ่มงานจะต้องพัฒนางานให้ไปถึงระดับการทำงานร่วมกันได้ทุกกลุ่มงาน จะต้องประยุกต์งานให้ทันกับความเปลี่ยนแปลงเชิงเทคโนโลยีและนวัตกรรมให้มากขึ้นด้วย</p>
3. การพัฒนา ด้านเทคโนโลยี	การเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ ใช้กระดาษแจกสื่อมวลชน	<p>1. มีการใช้สื่อ Social Media ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านทางไลน์กลุ่ม เพื่อเสนอข่าวต่างๆ ไปยังคณะผู้บริหารและสื่อมวลชนได้โดยตรง</p> <p>2. จัดทำข่าวแจกหรือเอกสารแจกในรูปแบบคิวอาร์โค้ด ให้สื่อมวลชนสแกนเพื่อรับข้อมูล</p> <p>3. การจัดเฟซบุ๊กเฉพาะกลุ่ม เพื่อจัดการสื่อสารให้ตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่มีหลากหลาย</p>

การเผยแพร่
ประชาสัมพันธ์

รูปแบบเดิม

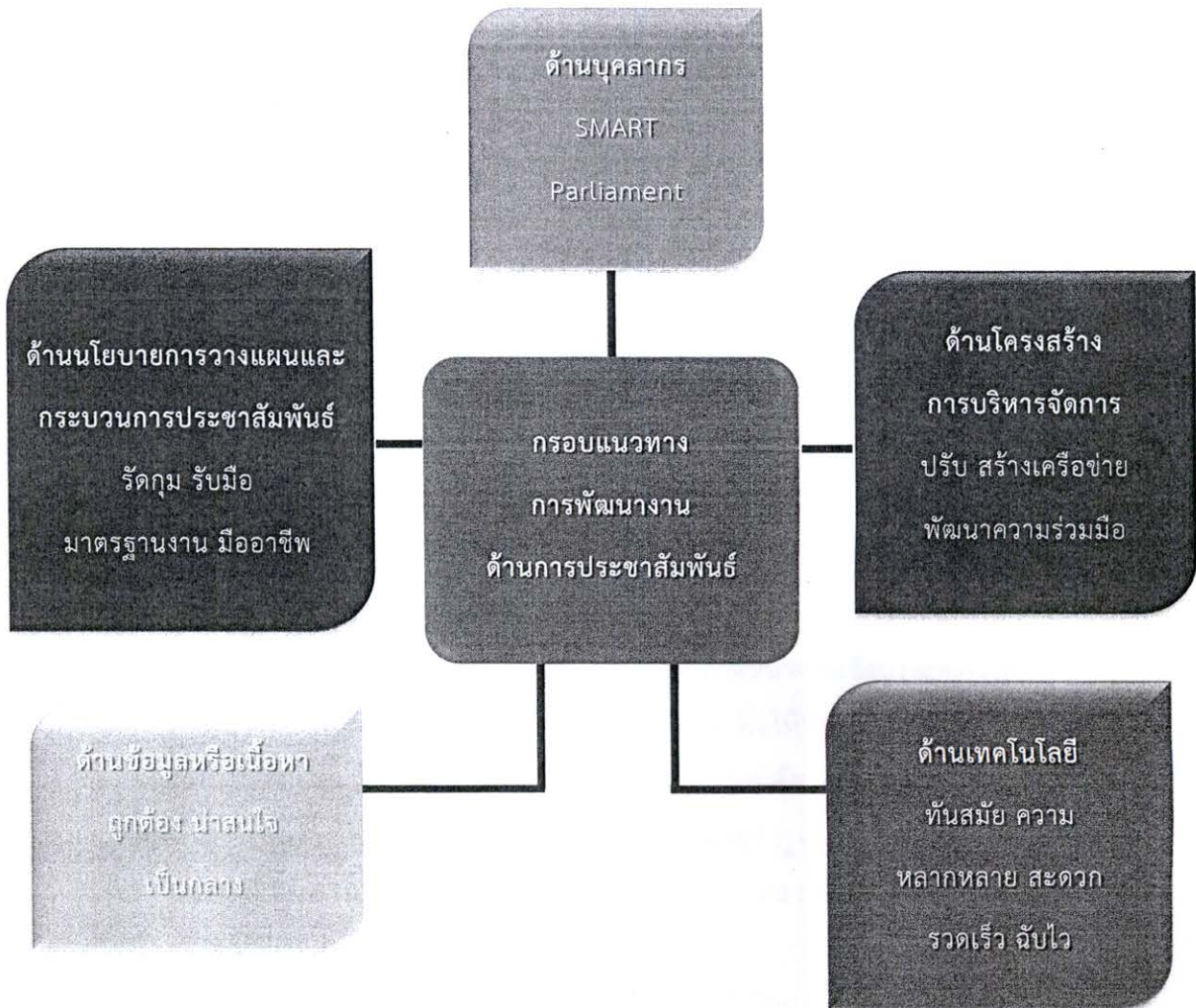
รูปแบบดิจิทัล

<p>4. การพัฒนา ด้านข้อมูล (Message) หรือเนื้อหา (Content)</p>	<p>เผยแพร่ข้อมูลที่มีความเป็น วิชาการ มีเนื้อหาข้อมูลที่มีความ เป็นทางการและเข้าใจได้ยาก โดยเผยแพร่ทางเว็บไซต์รัฐสภา เท่านั้น</p>	<p>4. ปรับรูปแบบการนำเสนอข่าวสาร (Platform) ที่มีเทคนิคที่กระตุ้นให้เกิดความน่าสนใจ มีความ สอดคล้องเหมาะสมกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย โดยเฉพาะมิติด้านความทันสมัยและความ หลากหลาย</p> <p>5. เน้นการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและ สื่อออนไลน์มาใช้ปฏิบัติงานและจัดทำฐานข้อมูล เพื่อเก็บรวบรวมองค์ความรู้ให้เป็นศูนย์กลาง แบ่งกลุ่มประเภทของข้อมูลข่าวสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับภารกิจงานของสำนักงานเลขาธิการ สภาผู้แทนราษฎร ข้อมูลนิติบัญญัติที่เป็นปัจจุบัน เพื่อการค้นหาและนำข้อมูลไปใช้ได้อย่างรวดเร็ว</p> <p>6. เน้นการเลือกใช้สื่อที่สามารถทำงานในลักษณะ การสื่อสารแบบสองทางและ เป็นสื่อใหม่ใน รูปแบบของสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) คือ การออกแบบเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ แบบไลน์ เฟซบุ๊ก อินสตราแกรม และทวิตเตอร์</p> <p>6. จัดทำวีดิทัศน์การนำเสนอข้อมูลข่าวสารด้าน นิติบัญญัติ เพื่อสามารถเผยแพร่ทางออนไลน์ได้ อาทิ วีดิทัศน์แนะนำกฎหมาย โดยสรุปสั้นๆ ความยาว 1 - 3 นาที เพื่อให้ผู้รับสาร กลุ่มเป้าหมายเกิดความเข้าใจได้ง่ายขึ้น</p> <p>1. พัฒนาและปรับปรุงเนื้อหาข้อมูลข่าวสาร ให้มีความเข้าใจง่าย มีความน่าสนใจและเน้นการ นำเสนอที่มีความหลากหลายทั้งเนื้อหาและ รูปแบบตามเทคโนโลยีของยุคสมัย และความ เอื้ออำนวยตามบทบาทและภารกิจของแต่ละกลุ่ม</p>
---	---	---

การเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์	รูปแบบเดิม	รูปแบบดิจิทัล
5. ด้านนโยบาย การวางแผน และ กระบวนการ ประชาสัมพันธ์	มีขั้นตอนการนำเสนอผ่าน ผู้บังคับบัญชาตามสายงาน	<p>งานภายใน</p> <p>2. นำเสนอสิ่งแปลกใหม่ที่น่าจดจำ เช่น การสร้างคำ วลี หรือประโยคใหม่ๆ การใช้ตัวย่อ คำเชื่อม โลโก้ ฯลฯ เพื่อสร้างจุดสะดุดตาหรือสัญลักษณ์ของ กิจกรรมให้เกิดการรับรู้ข้อมูลข่าวสารและเป็นที่รู้จัก อย่างรวดเร็ว อาทิ การจัดทำอินโฟกราฟิก และ โฟโต้บอร์ด</p> <p>3. เปิดช่องทางการสื่อสารเพื่อให้ผู้รับสาร กลุ่มเป้าหมายได้เกิดความรู้ ความเข้าใจ หรือ มีการถามตอบในรูปแบบการสื่อสารสองทาง เพื่อให้ผู้รับสารกลุ่มเป้าหมายสามารถสอบถาม และเกิดความเข้าใจมากขึ้น</p> <p>ลดขั้นตอนในการตรวจสอบความถูกต้องที่ ไม่จำเป็นหรือมีความซ้ำซ้อน โดยเน้นความรวดเร็ว ในการนำเสนอในส่วนของการนำเสนอข่าวแถลง ข่าวการประชุม องค์ความรู้ด้านนิติบัญญัติ ร่างพระราชบัญญัติต่างๆ เพื่อให้เกิดความรวดเร็ว กระชับ และทันเหตุการณ์ภายใต้การตรวจสอบ ความถูกต้องของข้อมูลข่าวสารอย่างรัดกุมและ มีมาตรฐานงานด้านประชาสัมพันธ์อย่างมืออาชีพ</p>

ตารางที่ 4 แสดงสรุปแนวทางการพัฒนางานด้านประชาสัมพันธ์
ในการเผยแพร่บทบาทภารกิจของสภาผู้แทนราษฎร

กรอบแนวทางการพัฒนางาน
ด้านประชาสัมพันธ์ในการเผยแพร่บทบาทภารกิจของสภาผู้แทนราษฎร



ภาพที่ ๖ แสดงสรุปกรอบแนวทางการพัฒนางานด้านการประชาสัมพันธ์
ในการเผยแพร่บทบาทภารกิจของสภาผู้แทนราษฎร

5.2 ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษา เรื่อง แนวทางพัฒนางานด้านประชาสัมพันธ์ในการเผยแพร่บทบาทภารกิจของสภาผู้แทนราษฎรในยุคดิจิทัล คณะผู้ศึกษาได้ทำการสรุปข้อเสนอแนะจากการการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ตัวแทนผู้บริหารสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎรที่เกี่ยวข้อง เจ้าหน้าที่ของสำนักประชาสัมพันธ์ และตัวแทนผู้ใช้บริการของสำนักประชาสัมพันธ์ พร้อมทั้งการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมในการดำเนินงานตามบทบาทและภารกิจของกลุ่มงานภายในสังกัดสำนักประชาสัมพันธ์ การพัฒนากระบวนการดำเนินงานของสำนักประชาสัมพันธ์ย่อมอยู่ภายใต้วิสัยทัศน์ เป้าหมาย และยุทธศาสตร์ที่ 3 ของสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎรและยุทธศาสตร์ของสำนักประชาสัมพันธ์ รวมทั้งภายใต้ระบบการปฏิบัติงานและการให้บริการในรูปแบบรัฐสภาดิจิทัล ซึ่งต้องมีการพัฒนาในหลายมิติอย่างสอดคล้องกัน ที่สำคัญคือ มิติด้านโครงสร้าง ด้านนโยบาย และด้านบุคลากร

ด้านโครงสร้าง การพัฒนาเชิงบูรณาการในภารกิจของแต่ละกลุ่มงานภายในเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการดำเนินงาน โดยมีการทำงานร่วมกันของแต่ละกลุ่มงาน ทั้งการเชื่อมโยงและประสานกันในข้อมูลข่าวสารเพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ การใช้ช่องทางร่วมกันในการรับและส่งข้อมูลต่อสาธารณชน ซึ่งศูนย์รวมการทำงานเชิงบูรณาการอาจเป็นรูปแบบคณะกรรมการหรือกลุ่มภารกิจพิเศษหรือรูปแบบอื่นๆ ที่สามารถส่งเสริมสนับสนุนให้เกิดการพัฒนางานเชิงบูรณาการให้เกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม ซึ่งควรเป็นการเพิ่มศักยภาพในการทำงานเชิงรุก เพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วในสังคมปัจจุบัน และสามารถตอบสนองต่อความต้องการของสาธารณชนที่มีความหลากหลายในรูปแบบของสื่อที่ใช้ทั้งระบบออนไลน์และออฟไลน์ (รูปแบบอื่นๆ ที่ไม่ใช่ระบบดิจิทัล) ทั้งกลุ่มเป้าหมายที่เดินทางเข้ามาเยี่ยมชมรัฐสภา และกลุ่มเป้าหมายที่อยู่ในพื้นที่การจัดโครงการ/กิจกรรมในสถานที่ต่างๆ

ด้านนโยบาย การพัฒนาในการดำเนินงานของสำนักประชาสัมพันธ์มีความจำเป็นต้องได้รับการสนับสนุนด้านนโยบายที่ชัดเจน โดยเฉพาะในเรื่องการจัดสรรงบประมาณทั้งด้านวัสดุ อุปกรณ์ที่ทันสมัย การจัดทีมงานพิเศษหรือจัดตั้งคณะกรรมการ รวมทั้งส่งเสริมการพัฒนาความรู้ และทักษะของบุคลากรในด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการทำงาน เช่น การจัดทำเนื้อหาและเลือกใช้แพลตฟอร์มที่เหมาะสมกับเนื้อหาและกลุ่มเป้าหมาย การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อให้เกิดความสะดวกรวดเร็ว ทันสมัย และสามารถสร้างภาพลักษณ์ของสื่อประชาสัมพันธ์ที่ดึงดูดความสนใจของสาธารณชนได้มากยิ่งขึ้น เป็นต้น ซึ่งการสนับสนุนด้านนโยบายเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อการพัฒนางานอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้การดำเนินงานของฝ่ายปฏิบัติมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นในสภาวะการณ์ปัจจุบัน ทั้งนี้ การดำเนินงานของสำนักประชาสัมพันธ์ของสภาผู้แทนราษฎรที่มีความรวดเร็ว ทันสมัย และ

สะดวกต่อการเข้าถึงสื่อของผู้บริโภคยอมทำให้การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในภารกิจของฝ่ายนิติบัญญัติ อาทิ การประชุมสภาผู้แทนราษฎร การประชุมคณะกรรมการ และการแถลงข่าวของผู้แทนราษฎร ทันต่อเหตุการณ์หรือการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในขณะนั้น นโยบายที่สำคัญที่สอดคล้องต่อการพัฒนาองค์กรให้เป็นรัฐสภาดิจิทัลเพื่อให้สอดคล้องกับสังคมดิจิทัลที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วตามบริบทของพลวัตที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน แสดงให้เห็นถึงการสนับสนุนของสำนักประชาสัมพันธ์ต่อการพัฒนาองค์กรที่เห็นได้จากการเปลี่ยนแปลงในระดับสำนักที่โดดเด่นและชัดเจน ซึ่งสำนักประชาสัมพันธ์มีความได้เปรียบในการปรับภาพลักษณ์และกระบวนการดำเนินงานของสำนัก เนื่องจากเป็นผู้ควบคุมการทำงานของสื่อประชาสัมพันธ์ทั้งในและนอกองค์กร ดังนั้น นโยบายในการปรับภาพลักษณ์ของสำนักประชาสัมพันธ์ที่กำหนดอย่างชัดเจนและมีการวัดประสิทธิผลที่เกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรมที่ปรากฏต่อสาธารณชนจะทำให้ภาพลักษณ์ใหม่ๆ ของสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎรส่งผลต่อภาพลักษณ์ของสภาผู้แทนราษฎรที่มีความทันสมัย การเข้าถึงของสาธารณชนต่อรัฐสภาที่มีความสะดวกรวดเร็ว สามารถแสดงให้เห็นถึงการเป็นรัฐสภาดิจิทัลที่สามารถให้บริการภาคประชาชนได้อย่างทั่วถึงทุกช่องทางและมีประสิทธิภาพที่สูงขึ้นกว่าเดิมที่ติดภาพลักษณ์ของการเป็นองค์กรภาครัฐในอดีตอย่างชัดเจน ดังนั้น การกำหนดนโยบายจึงมีความสำคัญต่อการเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ และกระบวนการทำงานของสำนักประชาสัมพันธ์ที่มีความสำคัญ

ด้านบุคลากร การพัฒนาบุคลากรเป็นการพัฒนาที่สำคัญมากขององค์กร โดยเฉพาะในยุคสังคมที่เป็นพลวัตโดยมีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว บุคลากรที่มีศักยภาพมีความจำเป็นอย่างยิ่งต่อการเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลขององค์กรและการพัฒนาองค์กรในทิศทางที่กำหนด ซึ่งการปฏิบัติงานและการให้บริการในรูปแบบรัฐสภาดิจิทัลที่สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ของสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร คือ การเป็นองค์กรนิติบัญญัติที่เรียกว่า “Smart Parliament” นั้น บุคลากรของฝ่ายนิติบัญญัติเป็นปัจจัยสำคัญต่อการขับเคลื่อนองค์กรในกรอบและทิศทางดังกล่าว การที่สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎรสามารถให้บริการสาธารณชนในรูปแบบรัฐสภาดิจิทัล บุคลากรต้องมีความเป็นเลิศ (Smart People) ด้านความรู้และทักษะ (Knowledge and Skills) ในแต่ละบุคคล ซึ่งนอกจากการปฏิบัติหน้าที่ตามลักษณะของงานที่กำหนด (Job Description) ในตำแหน่งของตนอย่างมีประสิทธิภาพแล้ว การมีความรู้และทักษะอื่นๆ ที่สามารถนำมาใช้สนับสนุนการทำงานเป็นสิ่งสำคัญเป็นอย่างยิ่งของการพัฒนาองค์กรในศตวรรษที่ 21 ที่มุ่งเน้นในเรื่องการพัฒนาตนเองของบุคลากร ทั้งนี้ การพัฒนาด้านบุคลากรของสำนักประชาสัมพันธ์นั้นเกี่ยวข้องกับองค์ความรู้ในหลากหลายสาขาวิชา ที่สำคัญได้แก่ ด้านการเมืองการปกครอง เช่น องค์ความรู้ด้านการเมืองการปกครองระบอบประชาธิปไตย

ในระบบรัฐสภา การทำงานของกระบวนการนิติบัญญัติ บทบาท ภารกิจของสภาผู้แทนราษฎร ประวัติความเป็นมาของรัฐสภาไทย และความเป็นพลเมือง เป็นต้น เพื่อใช้ในการเผยแพร่ความรู้ ต่อสาธารณชนที่เข้าเยี่ยมชมรัฐสภา และการเดินทางจัดโครงการ/กิจกรรมเผยแพร่ความรู้ นอกสถานที่ทั้งกลุ่มเป้าหมายที่เป็นนักเรียน นักศึกษาในสถาบันการศึกษา และผู้นำชุมชนหรือ เครือข่ายภาคพลเมืองในพื้นที่ต่างๆ ทั่วประเทศ นอกจากนี้องค์ความรู้ด้านการประชาสัมพันธ์ การสื่อสารมวลชน นิเทศศาสตร์ และวารสารศาสตร์ ซึ่งนักประชาสัมพันธ์ต้องมีองค์ความรู้ดังกล่าว เพื่อสามารถปฏิบัติหน้าที่ด้านสื่อมวลชนของสำนักประชาสัมพันธ์ แต่ทั้งนี้ การประชาสัมพันธ์ ในศตวรรษที่ 21 ต้องมีทักษะการทำสื่อประชาสัมพันธ์ที่ทันสมัยในบริบทของยุคดิจิทัลเป็นสำคัญ ซึ่งการพัฒนาบุคลากรให้มีทักษะด้านสื่อดิจิทัลย่อมทำให้องค์กรสามารถสร้างการเปลี่ยนแปลงที่สอดคล้อง กับความต้องการของสังคมดิจิทัลที่มีความซับซ้อนและความหลากหลายของกลุ่มผู้บริโภค โดยทักษะ ดังกล่าวของบุคลากรจะสามารถเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและความรู้ที่เกี่ยวข้องผ่านทุกแพลตฟอร์ม (ได้แก่ Facebook, YouTube, Twitter, TikTok, Instagram, Line Application, Website etc.) และหลากหลายรูปแบบ โดยเฉพาะการใช้ทักษะด้าน Infographic Design สำหรับประชาสัมพันธ์ข้อมูล ข่าวสารและเผยแพร่ความรู้ผ่านด้วยภาพทำให้ดึงดูดความสนใจได้มากยิ่งขึ้น ซึ่งการเผยแพร่ความรู้ ในกระบวนการนิติบัญญัติและภารกิจของสภาผู้แทนราษฎรนั้นเป็นเรื่องที่ยากในการทำความเข้าใจ สำหรับผู้ที่ไม่มีความรู้พื้นฐานรวมทั้งเด็กและเยาวชน ซึ่งบุคลากรทุกสายงานของสำนักประชาสัมพันธ์ ต้องปรับรูปแบบการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและความรู้ที่เกี่ยวข้องในวงงานรัฐสภาต่อสาธารณชนตาม ความเหมาะสมของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งต้องเริ่มจากการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรให้สามารถทำงาน ในเชิงรุกและสอดคล้องกับความต้องการของสังคมยุคดิจิทัล

นอกจากนี้การสร้างสื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร เพื่อพัฒนาประสิทธิภาพการดำเนินงานสู่ความเป็นเลิศต้องเริ่มปรับจากการนำเสนอข้อมูลฝ่ายเดียว (Passive Information) เป็นการดึงดูดให้สาธารณชนหรือกลุ่มเป้าหมายเข้ามามีส่วนร่วม (Active-Persuasion) ด้วยการสร้างศรัทธาต่อสังคม เช่น การส่งเสริมด้านความเสมอภาคในสังคมเพื่อให้ คนรุ่นใหม่สนใจเข้ามามีบทบาทในกิจกรรมหลากหลายรูปแบบทั้งทางตรงและทางอ้อม ซึ่งการสร้าง ความร่วมมือในการดำเนินงานเป็นสิ่งสำคัญทั้งเครือข่ายการทำงานของหน่วยงานภายในและภายนอก องค์กร เพื่อสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการและนำไปสู่การติดตามการดำเนินงาน อย่างต่อเนื่องในรูปแบบของ “รัฐสภาสัมพันธ์” โดยมีความสัมพันธ์เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร ระหว่างผู้รับบริการภายในรัฐสภา เช่น ระหว่างส่วนราชการภายในต่างๆ และสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรกับ สำนักประชาสัมพันธ์ รวมทั้งการแลกเปลี่ยนระหว่างรัฐสภากับสาธารณชนหรือประชาชนทั่วไป ทั้งในรูปแบบองค์กรภาครัฐและเอกชน

เนื่องจากสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎรประกอบด้วยสำนักต่างๆ ที่มีภารกิจที่หลากหลายเพื่อให้ครอบคลุมการปฏิบัติหน้าที่ในการอำนวยความสะดวกต่อสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร และการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในวงงานรัฐสภาต่อสาธารณชน รวมทั้งการเผยแพร่ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการนิติบัญญัติให้กับเด็กและเยาวชน นักเรียน นักศึกษา และประชาชนอย่างทั่วถึงทุกพื้นที่ของประเทศผ่านช่องทางของการใช้สื่อรูปแบบต่างๆ โดยเฉพาะสื่อดิจิทัลที่เข้ามามีบทบาทมากและเป็นสื่อหลักที่สำคัญในปัจจุบันเนื่องจากทำให้การสื่อสารมีความสะดวก รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ดังนั้น เพื่อให้การดำเนินงานได้สอดคล้องกับสังคมปัจจุบันจึงต้องเพิ่มแนวทางการดำเนินงานและการปรับรูปแบบการทำงานให้มีความชัดเจนอย่างเป็นรูปธรรม ดังนี้

1. การทำงานที่เชื่อมโยงกับสำนักต่างๆ มากยิ่งขึ้น เพื่อนำไปสู่เครือข่ายความร่วมมือระหว่างสำนักประชาสัมพันธ์และสำนักต่างๆ เช่น การนำสรุปข้อมูลการประชุมสภา และประชุมคณะกรรมการต่างๆ เผยแพร่สู่สาธารณชน (ผ่านการใช้ link ข้อมูล) โดยอยู่ภายใต้การดำเนินงานของสำนักประชาสัมพันธ์ ซึ่งอาจตั้งขึ้นใหม่หรือ ใช้แพลตฟอร์มเดิมที่มีสมาชิกและเครือข่ายอยู่แล้วแต่สามารถพัฒนาให้สอดคล้องกับรูปแบบของ “รัฐสภาสัมพันธ์” คือเป็นรูปแบบที่สาธารณชนสามารถเข้ามามีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น การให้ข้อมูลข่าวสารเพิ่มเติม หรือมีข้อคำถามต่างๆ ที่ต้องการข้อมูลและองค์ความรู้เพิ่มเติมจากฝ่ายนิติบัญญัติ เป็นต้น

2. การจัดทำเอกสารในรูปแบบ E-book เพื่อให้สามารถ Download ได้ตลอดเวลาโดยไม่จำกัดปริมาณ และระยะเวลา เป็นการประหยัดทรัพยากรขององค์กร และการใช้ทรัพยากรให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ซึ่งข้อมูลต่างๆ อาจนำมาเผยแพร่ผ่าน Link ของหน่วยงานภายในที่รับผิดชอบ เช่น กลุ่มงานผลิตเอกสาร สำนักการประชุม และสำนักกรรมการ 1 2 และ 3 สำนักวิชาการ สำนักการพิมพ์ เป็นต้น

3. การจัดทำเป็นหมวดหมู่หรือประเภทของข้อมูล เพื่อให้ผู้ใช้บริการมีความสะดวก รวดเร็วต่อการค้นหาหรือสืบค้นข้อมูล

4. การสร้างเครือข่ายทั้งภายในและภายนอกองค์กร ระหว่างสำนักประชาสัมพันธ์และสำนักต่างๆ ของส่วนราชการ และระหว่างสำนักประชาสัมพันธ์กับเครือข่าย ภาคประชาชน และเยาวชนกลุ่มต่างๆ เช่น เครือข่ายพลเมืองของรับสภา เครือข่ายยุวชนประชาธิปไตย เครือข่ายรัฐสภาสัญจร เครือข่ายต้นกล้ารัฐสภา เครือข่ายวรรณกรรมรางวัลพานแว่นฟ้า ฯลฯ เพื่อให้เกิดการขับเคลื่อน “รัฐสภาสัมพันธ์” อย่างต่อเนื่อง

5. การทำงานอย่างเป็นระบบร่วมกับสำนักภายในต่างๆ ที่มีภารกิจที่คล้ายคลึงกับสำนักประชาสัมพันธ์ เช่น สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา และกลุ่มงานรับเรื่องราวร้องทุกข์ เป็นต้น ซึ่งเป็นการสร้างมิติใหม่ในการทำงานของสำนักประชาสัมพันธ์ เพื่อให้สามารถเข้าถึง

กลุ่มเป้าหมายได้สะดวก รวดเร็วยิ่งขึ้น และยังเป็นการสนับสนุนส่งเสริมด้านการประชาสัมพันธ์ระหว่างรัฐสภาและภาคประชาชนให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ทั้งนี้ การดำเนินงานในระยะเริ่มต้นอาจใช้การนำ Link ของสถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา และกลุ่มงานรับเรื่องราวร้องทุกข์มาเผยแพร่ ซึ่งอาจมีการพัฒนางานให้เป็นระบบมากยิ่งขึ้นต่อไป

ทั้งนี้ โดยสรุปสาระสำคัญถึงข้อเสนอแนะสำหรับแนวทางพัฒนางานด้านประชาสัมพันธ์ในการเผยแพร่บทบาทภารกิจของสภาผู้แทนราษฎรในยุคดิจิทัล ดังนี้

5.2.1 ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติงาน

(ก) กระบวนการด้านประชาสัมพันธ์ในการเผยแพร่บทบาทภารกิจของสภาผู้แทนราษฎรในยุคดิจิทัลซึ่งเป็นบทบาทและหน้าที่ความรับผิดชอบสำคัญอย่างยิ่งของบุคลากรทุกกลุ่มงานภายในสังกัดสำนักประชาสัมพันธ์ สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎรกับการปฏิบัติราชการภายในอาคารที่ทำการสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร อาคารรัฐสภา เกียกกายซึ่งปัจจุบันอยู่ในระหว่างการดำเนินงานก่อสร้างอาคารและพื้นที่ที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งการดำเนินงานติดตั้งระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารตามโครงการก่อสร้างอาคารรัฐสภาแห่งใหม่ พร้อมอาคารประกอบ ซึ่งยังไม่แล้วเสร็จสมบูรณ์เช่นเดียวกับงานโครงสร้างหลัก ดังนั้น จึงมักส่งผลกระทบต่อกระบวนการประชาสัมพันธ์ขององค์กรความสะดวกในการสื่อสารประชาสัมพันธ์ภายในอาคารรัฐสภาแห่งใหม่ยังเป็นอุปสรรคต่อการสื่อสารและเข้าถึงผู้รับสารกลุ่มเป้าหมายด้วยความรวดเร็วและความครอบคลุมพื้นที่ในช่วงที่ผ่านมาบ้าง แต่การพัฒนาบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ในการเผยแพร่บทบาทภารกิจของสภาผู้แทนราษฎรยังเป็นกลยุทธ์ที่สำนักประชาสัมพันธ์ต้องใช้เป็นปัจจัยแห่งความสำเร็จเพื่อการพัฒนาทางด้านประชาสัมพันธ์ในการเผยแพร่บทบาทและภารกิจของสภาผู้แทนราษฎร การปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ในยุคดิจิทัล จึงต้องพัฒนาและฝึกฝนตนบุคลากรที่เกี่ยวข้องให้มีความรอบรู้ในเรื่องของการใช้สื่อสมัยใหม่เป็นเครื่องมือสำคัญในการประชาสัมพันธ์ทั้งภายในและภายนอกองค์กร ตลอดจนฝึกฝนเรียนรู้และพัฒนาการนำเสนอภาพและข้อมูลให้มีความทันสมัยและน่าสนใจมากยิ่งขึ้น

(ข) แม้ว่าในปัจจุบันสื่อออนไลน์ที่เน้นเทคโนโลยีสารสนเทศจะเข้ามามีบทบาทสำคัญต่อการสื่อสารพัฒนาองค์กรจนกลายเป็นส่วนสำคัญในการสื่อสารองค์กรในยุคดิจิทัล แต่อย่างไรก็ตามสื่อออฟไลน์หรือสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบใดก็ตามที่ไม่ได้เชื่อมโยงกับเครือข่ายอินเทอร์เน็ตก็ยังคงมีความจำเป็นและมีความสำคัญกับผู้รับสารกลุ่มเป้าหมายบางกลุ่ม ดังนั้น ในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ถึงผู้รับสารกลุ่มเป้าหมายที่มีความแตกต่างกันจึงควรให้ความสำคัญทั้งสื่อออฟไลน์และสื่อออนไลน์ควบคู่กันไปเพื่อให้ผู้รับสารกลุ่มเป้าหมายทุกกลุ่มสามารถรับรู้ข้อมูลข่าวสารได้อย่างครอบคลุมและเกิดประสิทธิภาพ

(ค) ควรให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรด้วยเพื่อให้บุคลากรของสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎรและบุคลากรในวงงานสภาได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารความเคลื่อนไหวและการดำเนินงานของสำนักประชาสัมพันธ์ซึ่งเป็นหน่วยงานด้านสื่อสารองค์กรในการสนับสนุนบทบาทและภารกิจงานของรัฐสภา สภาผู้แทนราษฎร และสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร

(ง) ควรแสวงหาเครือข่ายความร่วมมือด้านงานประชาสัมพันธ์กับหน่วยงานทั้งภายในและภายนอกองค์กร โดยเฉพาะเครือข่ายงานที่สามารถเป็นช่องทางการสื่อสารไปยังประชาชนได้อาทิ สื่อมวลชนสายข่าวแขนงอื่นที่นอกเหนือจากสายข่าวการเมืองเพื่อ ทั้งนี้ เพื่อเพิ่มช่องทางในการสื่อสารและขยายเครือข่ายบุคลากรที่ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ให้กว้างขวางซึ่งจะส่งผลให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์มีความคล่องตัวมากขึ้น

(จ) ควรมีการศึกษาการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานอื่น ทั้งภาคส่วนราชการและภาคเอกชนเกี่ยวกับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ การเลือกใช้สื่อ และประสิทธิภาพของสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์เปรียบเทียบข้อดีและข้อด้อย ความเหมือนและความต่างระหว่างการดำเนินงานของเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎรกับหน่วยงานภายนอกในภาคส่วนต่างๆ ซึ่งจะใช้เป็นข้อมูลอ้างอิงทางวิชาการและงานกลยุทธ์ไปสู่เพื่อพัฒนางานด้านประชาสัมพันธ์ให้มีความก้าวหน้า

(ฉ) ควรมีการจัดทำคู่มือองค์ความรู้เกี่ยวกับงานด้านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ยุคดิจิทัลที่แต่ละกลุ่มงานภายในสังกัดสำนักประชาสัมพันธ์ได้ดำเนินงาน ทั้งนี้ เพื่อประโยชน์ในการอ้างอิงข้อมูลด้านวิชาการและการเรียนรู้ไปสู่ภาคปฏิบัติให้กับบุคลากรของสำนักประชาสัมพันธ์ในการศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมเพื่อนำมาใช้ในการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

(ช) ควรเน้นการปฏิบัติงานในทุกมิติของงานประชาสัมพันธ์ด้วยความละเอียดรอบคอบและรัดกุมด้วยมาตรฐานการตรวจสอบ กล่าวคือ การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารทุกข่าวจะต้องมีความถูกต้องแม่นยำของข้อมูล โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุคดิจิทัลที่การเผยแพร่ไม่มีข้อจำกัดในเรื่องของเวลาและสถานที่ ซึ่งแม้ว่าจะต้องเผยแพร่ด้วยความรวดเร็วแล้ว ข้อมูลข่าวสารจะต้องมีความถูกต้องและน่าเชื่อถือด้วย

(ซ) จากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในยุคดิจิทัล บุคลากรที่เกี่ยวข้องจะต้องมีทัศนคติการทำงานในเชิงรุกตามเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างต่อเนื่องจึงต้องรู้จักปรับตัวให้เข้ากับยุคสมัยที่สื่อสมัยใหม่เข้ามามีอิทธิพลต่อการสื่อสาร และพร้อมในการเรียนรู้เทคโนโลยีเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารรูปแบบใหม่อยู่เสมอ

(ฉ) ควรเน้นบูรณาการการทำงานร่วมกันระหว่างกลุ่มงานภายในของสำนักประชาสัมพันธ์ ตามความเชี่ยวชาญและความถนัดของบุคลากรแต่ละกลุ่มงาน อาทิ กลุ่มงานผลิตเอกสารซึ่งมีช่องทางในการสื่อสารและมีบุคลากรที่มีความชำนาญในการบรรณาธิการ เรียบเรียง ออกแบบ และผลิตสื่อสิ่งพิมพ์กลุ่มงานโสตทัศนูปกรณ์ซึ่งมีบุคลากรที่มีความชำนาญในการใช้งานโสตทัศนูปกรณ์สนับสนุนการสื่อสาร หรือกลุ่มงานสื่อมวลชนซึ่งมีบุคลากรที่มีความชำนาญในการเขียนข่าวและประสานงานสื่อมวลชน เป็นต้น

5.2.2 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

(ก) ควรมีการสนับสนุนให้บุคลากรของแต่ละกลุ่มงานภายในสังกัดสำนักประชาสัมพันธ์ ได้รับการฝึกอบรมและการพัฒนากระบวนทัศน์ที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ เพื่อให้มีทัศนคติที่ดีในเชิงบวกต่องานควบคู่ไปกับการพัฒนาความรู้ ทักษะ ความชำนาญ และความเป็นมืออาชีพในสายงานของแต่ละบุคคลอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ รวมทั้งอบรมและพัฒนาความรู้ที่นอกเหนือสายงานตนเองที่จำเป็นต่อการปฏิบัติงานทั้งในปัจจุบันและอนาคต

(ข) สำหรับการดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร ในภาพรวม ควรมีการตั้งคณะกรรมการร่วมในการจัดทำสื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์องค์กร ที่มีมาตรฐานและมีความเป็นเอกภาพเดียวกัน โดยกำหนดผู้รับสารกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่มให้ชัดเจน เพื่อการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ในการนำเสนอรูปแบบที่แตกต่างกันไปยังกลุ่มเป้าหมายและสื่อทุกสื่อที่แตกต่างกันเพื่อให้เข้ากับแนวทางการนำเสนอข่าวของสื่อแต่ละประเภทและมุ่งนำเสนอเนื้อหาที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมายของสื่อ นั้น และควรตั้งคณะทำงานผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ดิจิทัลโดยมีสัดส่วนบุคลากรคณะทำงานที่มาจากสายงานนักประชาสัมพันธ์ สายงานวิทยากร สายงานด้านโสตทัศนศึกษา สายงานนายช่าง และสายงานด้านธุรการ เพื่อจะเป็นตัวแทนของแต่ละกลุ่มงานภายในมาบูรณาการงานร่วมกัน ทั้งด้านการจัดทำเนื้อหาข้อมูล รูปแบบการผลิตสื่อ และช่องทางเผยแพร่ประชาสัมพันธ์

(ค) ควรให้ความสำคัญกับการจัดทำแผนกลยุทธ์พัฒนาการประชาสัมพันธ์ให้เป็น การประชาสัมพันธ์เชิงรุกในยุคดิจิทัล รวมทั้งปรับโครงสร้างด้านอัตรากำลังและตำแหน่งสายงาน บุคลากรให้มีรูปแบบและจำนวนอัตรากำลังที่สอดคล้องและเหมาะสมกับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในยุคดิจิทัล ภายใต้เทคโนโลยีสื่อสารองค์กรที่มีความซับซ้อนและมีจำนวนมากขึ้นและควรจัดสรร บุคลากรให้มีจำนวนที่เหมาะสมเพียงพอกับการปฏิบัติงานตามสภาพพื้นที่จริงของอาคารรัฐสภา เกียกกาย ซึ่งจะมีขนาดใหญ่กว้างขวางมากขึ้น

(ง) ควรให้การสนับสนุนงบประมาณในการจัดหาวัสดุ เครื่องมือและอุปกรณ์สำหรับงานด้านประชาสัมพันธ์ที่มีความทันสมัยให้เพียงพอต่อการปฏิบัติงานตามบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบของแต่ละกลุ่มงานภายใน เพื่อให้สำนักประชาสัมพันธ์มีความพร้อมในการขับเคลื่อนงานประชาสัมพันธ์เชิงรุก เพื่อเผยแพร่บทบาทและภารกิจของสภาผู้แทนราษฎรในยุคดิจิทัล

(จ) ควรให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและฐานข้อมูลที่มีอยู่ให้มีประสิทธิภาพภายใต้มาตรฐานทางสารสนเทศเดียวกัน และควรปรับปรุงพัฒนาฐานข้อมูลงานประชาสัมพันธ์องค์กรให้มีความทันสมัยสำหรับงานประชาสัมพันธ์ภารกิจของสภาผู้แทนราษฎร และการเผยแพร่ความรู้ด้านกระบวนการนิติบัญญัติ

5.2.3 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

(ก) ต้องมีการศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมถึงความนิยมในการใช้สื่อสมัยใหม่ของผู้รับสารกลุ่มเป้าหมายทั้งกลุ่มเด็กเยาวชน ประชาชนวัยทำงาน ผู้สูงอายุ และประชาชนในภูมิภาคต่างๆ ทั้งนี้ เพื่อให้การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารต่างๆ สามารถเข้าถึงผู้รับสารกลุ่มเป้าหมายภายใต้ความแตกต่างกันทั้งด้านประชากรศาสตร์ จิตวิทยา สังคม และวัฒนธรรม ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเกิดความเข้าใจในเนื้อหาของการสื่อสาร อีกทั้งยังสามารถเกิดความร่วมมือร่วมด้วยกระบวนการสื่อสารสองทางจากสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งสื่อสมัยใหม่ถือเป็นส่วนขับเคลื่อนสำคัญที่จะเป็นกลยุทธ์หลักในกระบวนการสื่อสารองค์กรนับจากนี้ไป

(ข) การศึกษาในอนาคตต้องให้ความสำคัญต่อการพัฒนางานเชิงเปรียบเทียบ โดยเฉพาะระหว่างรัฐสภาไทยและรัฐสภาในประเทศต่างๆ เนื่องจากการดำเนินงานของรัฐสภาไม่สามารถเปรียบเทียบกับองค์กรต่างๆ ในประเทศได้ชัดเจน การนำแนวทางการดำเนินงานของต่างประเทศ มาศึกษาย่อมทำให้เกิดแนวทางการพัฒนาการดำเนินงานของสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร โดยเฉพาะด้านการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ความรู้ของรัฐสภาต่างๆ ได้มากยิ่งขึ้น ซึ่งการศึกษาครั้งนี้ ได้นำการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับด้านประชาสัมพันธ์ และการเผยแพร่ความรู้เฉพาะประเทศสหราชอาณาจักร เยอรมนี และออสเตรเลีย เพียง 3 ประเทศ ซึ่งได้นำมาเป็นตัวอย่างคร่าวๆ การศึกษาครั้งต่อไปจึงต้องนำประเทศอื่นมาศึกษาเชิงเปรียบเทียบเพื่อให้ได้ข้อมูลในมิติอื่นๆ ที่น่าสนใจยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

- กิตติยาพร เสนคราม. สื่อเพื่อการเรียนการสอน. สืบค้นเมื่อวันที่ 10 เมษายน 2563 จาก http://sci544148107.blogspot.com/p/3_13.html
- โกวิทย์ พวงงาม. (2552). การปกครองท้องถิ่นไทย หลักการและมิติใหม่ในอนาคต. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์วิญญูชน, หน้า 112-123.
- โครงการอินเทอร์เน็ตเพื่อกฎหมายประชาชน. (2560). รัฐธรรมนูญ 2560 ให้เรามีส่วนร่วมเรื่องอะไรได้บ้าง. สืบค้นเมื่อวันที่ 10 เมษายน 2563, จาก <http://wiki.kpi.ac.th/index.php?title=การมีส่วนร่วมของประชาชน>
- จักรวาล สุขไมตรี. (2561). เทคนิคการประสานงานในองค์กร. วารสารวิชาการแพรวากาฬสินธุ์, ปีที่ 5 ฉบับที่ 2, หน้า 269.
- จินตวีร์ เกษมสุข. (2554). การสื่อสารกับการเปลี่ยนแปลงของสังคม. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย, หน้า 53-68
- จุฬีวรรณ เต็มผล. (2561). การมีส่วนร่วมทางการเมืองในระบอบประชาธิปไตย. กรุงเทพฯ: สำนักการพิมพ์ สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร, หน้า 45-51.
- จอห์น นพดล. การประชาสัมพันธ์เชิงรุก. สืบค้นเมื่อวันที่ 20 มีนาคม 2563, จาก https://johnnopadon.blogspot.com/2014/12/blog-post_11.html
- ชัยอนันต์ สมุทวณิช. (2548). การจัดการการพัฒนาระบบราชการ เพื่อพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของประเทศอย่างเป็นองค์รวม. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการร่วมกับมูลนิธิส่งเสริมนโยบายศึกษา, หน้า 135-144.
- ทัศนีย์ ผลชานิกโก. (ม.ป.ป.). การประชาสัมพันธ์. สืบค้นเมื่อวันที่ 10 เมษายน 2563, จาก https://www.prd.go.th/download/article/article_20151102174745.pdf
- นิเทศน์ออนไลน์. สื่อดิจิทัล. สืบค้นเมื่อวันที่ 31 มีนาคม 2563, จาก <http://paitoon.esdc.go.th/sux-dicithal>

บรรณานุกรม (ต่อ)

- นิวัฒน์ วงศ์พรหมปรีดา. (2562). กลยุทธ์การ PR และ Communicationในยุคดิจิทัล. สืบค้นเมื่อวันที่ 10 เมษายน 2563, จาก <https://www.mreport.co.th/news/industry-movement/049-Industry4-PR-Communication>
- บุญอยู่ ขอพรประเสริฐ. ชุมชนสัมพันธ์ : แนวคิดและการจัดการ. สืบค้นเมื่อวันที่ 10 เมษายน 2563, จาก <http://oknation.nationtv.tv/blog/boonyou/2009/07/05/entry-1>
- ประเวศ วะสี. (9 มกราคม 2543). ชีวิตชุมชน. หนังสือพิมพ์เพื่อการแลกเปลี่ยนเรียนรู้, หน้า 6-10.
- พัชรภา ขาวบริสุทธิ. (2561). วารสารรังสิตบัณฑิตศึกษาในกลุ่มธุรกิจและสังคมศาสตร์, ปีที่ 4 ฉบับที่ 2 เดือนกรกฎาคม - ธันวาคม 2561. หน้า 315.
- เพื่อนคู่คิดธุรกิจออนไลน์. ทำความรู้จักโลกในยุคดิจิทัล. สืบค้นเมื่อวันที่ 31 มีนาคม 2563, จาก <https://www.wynnsoft-solution.com>
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราชา. (ม.ป.ป.). การส่งเสริมการตลาด:การประชาสัมพันธ์. สืบค้นเมื่อวันที่ 10 เมษายน 2563, จาก <https://www.stou.ac.th/stouonline/lom/data/sms/market/Unit8/Subm1/U811-1.htm>
- ยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. 2561 - 2580). (2561). ราชกิจจานุเบกษา. เล่ม 135 ตอนที่ 82 ก.
- รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560. (2560). ราชกิจจานุเบกษา เล่มที่ 134 ตอนที่ 40 ก, หน้า 41-42 และ 188-189.
- เรณูมาศ รักษาแก้ว. (2559). การมีส่วนร่วมของประชาชน. สืบค้นเมื่อวันที่ 10 เมษายน 2563, จาก <http://wiki.kpi.ac.th/index.php?title=การมีส่วนร่วมของประชาชน>
- รัตนภรณ์ ศรีพิชัยค์. (2553). เทคนิคการประสานงาน Cooperation Technique. สืบค้นเมื่อวันที่ 10 เมษายน 2563, จาก http://www.stabundamrong.go.th/web/book/53/b18_53.pdf
- วิภาณี แม้นอินทร์. แนวคิดมวลชนสัมพันธ์และชุมชนสัมพันธ์. สืบค้นเมื่อวันที่ 10 เมษายน 2563, จาก http://www.elfms.ssru.ac.th/wipanee_ma/file.php/1/Document_Community_Relations_1-60/Chapter_1_Concept_Community_Relations.pdf

บรรณานุกรม (ต่อ)

- สารนิยน์ แซ่ซิ่น และสุขุม เฉลยทรัพย์. หลักการประชาสัมพันธ์สื่อดิจิทัล. สืบค้นเมื่อวันที่ 20 มีนาคม 2563, จาก <http://porschkub.exteen.com/20110818/entry>
- สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน. (2560). ประเทศไทยในบริบทไทยแลนด์ 4.0 ภายใต้รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560. สืบค้นเมื่อวันที่ 10 เมษายน 2563, จาก [www.ocsc.go.th > document > thailand-4-0-under-constitution-2560](http://www.ocsc.go.th/document/thailand-4-0-under-constitution-2560)
- สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน. (2560). ระบบราชการไทยในบริบทไทยแลนด์ 4.0. สืบค้นเมื่อวันที่ 10 เมษายน 2563, จาก [www.ocsc.go.th > 4._rabbraachkaaraithyainbribthaithyaelnd-4-0.pdf](http://www.ocsc.go.th/4_rabbraachkaaraithyainbribthaithyaelnd-4-0.pdf)
- สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน. (2560). Digital literacy คืออะไร . สืบค้นเมื่อวันที่ 10 เมษายน 2563, จาก www.ocsc.go.th/DLProject/mean-dip
- สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร. (2562). แผนปฏิบัติราชการสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร พ.ศ. 2563 - 2565. สำนักนโยบายและแผน. สืบค้นเมื่อวันที่ 10 เมษายน 2562, จาก <http://intranet.parliament.go.th/ewtadmin/ewt>
- สำนักประชาสัมพันธ์. (2560). แผนยุทธศาสตร์การสื่อสารองค์กรและการเสริมสร้างประชาธิปไตยและความเป็นพลเมืองในระบอบประชาธิปไตยในยุคดิจิทัล พ.ศ. 2561 - 2564. ในสำนักประชาสัมพันธ์. ทบทวนโครงสร้างสำนักประชาสัมพันธ์. เอกสารประกอบการประชุม คณะทำงานระบบงานด้านยุทธศาสตร์ และเทคโนโลยีสารสนเทศและสารสนเทศศึกษา. สำนักประชาสัมพันธ์ สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร.
- สมิต สัจฉกร. (2548). การประสานงานและการสร้างความร่วมมือ. สืบค้นเมื่อวันที่ 10 เมษายน 2563, จาก http://www.tpa.or.th/writer/read_this_book_topic.php?bookID=394&pageid=3&read=true&count=true
- อารีย์ สุวรรณศิริ. (2556). การวิจัยเพื่อพัฒนาสังคมไทย. ในการประชุมมหาดใหญ่วิชาการ ครั้งที่ 4 วันที่ 10 พฤษภาคม 2556 (536) ครั้งที่ 4 212, หน้า 212.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- อลิสา มะเซ็ง. (2557). วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏวราชนครินทร์, ปีที่ 1 ฉบับที่ 2
กรกฎาคม - ธันวาคม. หน้า 25-31.
- Agranoff, R., & McGuire, M. (2003). Collaborative public management: New strategies for
local governments. Washington, DC: Georgetown University Press, p. 135-142.
- Omar, Azmi; M. Bass, Julian; and Lowit, Peter. (2014). A Grounded Theory Of Open
Government Data: A Case Study In The UK. UK Academy for Information
Systems Conference Proceedings 2014. 17. สืบค้นเมื่อวันที่ 25 มีนาคม 2563, จาก
<https://aisel.aisnet.org/ukais2014/17>
- Thomson, A. M., & Perry, J. L. (2006). Collaboration processes: Inside the black box.
Journal of Public Administration Research and Theory, 10(2), p. 20-30.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

สรุปประเด็นสภาพปัญหาและอุปสรรคการดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์
เผยแพร่บทบาทภารกิจของสภาผู้แทนราษฎรและกระบวนการด้านนิติบัญญัติ

สรุปประเด็นสภาพปัญหาและอุปสรรคการดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์เผยแพร่บทบาทภารกิจของสภาผู้แทนราษฎรและกระบวนการด้านนิติบัญญัติ

จากการศึกษา เก็บรวบรวมข้อมูล และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้รับบริการและผู้ที่เกี่ยวข้องหรือมีส่วนได้เสีย (Stakeholder) ต่อการปฏิบัติภารกิจของสำนักประชาสัมพันธ์ สามารถวิเคราะห์ สรุปประเด็นปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์เผยแพร่บทบาทภารกิจของสภาผู้แทนราษฎรและกระบวนการด้านนิติบัญญัติ ในด้านต่างๆ ได้ดังนี้

1. ปัญหาด้านบุคลากร ที่เป็นผู้ดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์เผยแพร่บทบาทภารกิจของสภาผู้แทนราษฎรและกระบวนการด้านนิติบัญญัติ ซึ่งสภาพปัญหาที่พบในการดำเนินงาน มีดังนี้

1. บุคลากรบางส่วนยังขาดความรู้ความชำนาญ ทักษะ และความเชี่ยวชาญในงานประชาสัมพันธ์ และขาดความกระตือรือร้นในการทำงาน
2. บุคลากรขาดความรู้ความสามารถ ประสบการณ์ ความชำนาญ และความคิดสร้างสรรค์ในการใช้เครื่องมือสื่อสารด้านดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์
3. บุคลากรขาดความรู้ความเข้าใจในรูปแบบของสื่อดิจิทัล การปรับข้อมูล เนื้อหา และภาพให้เหมาะสม มีความน่าสนใจเข้ากับสื่อดิจิทัล
4. บุคลากรขาดความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับข้อมูลที่จะนำเสนอ เช่น ความรู้เกี่ยวกับกฎหมาย ข้อบังคับ หรือกระบวนการทางนิติบัญญัติต่างๆ

จากสภาพปัญหาดังกล่าวมีความสอดคล้องกับความคิดเห็นของนางสาวนิธิตา ประเสริฐภักดี วิทยากรชำนาญการ (2563, สัมภาษณ์) ที่ได้กล่าวว่า “ปัญหาและอุปสรรค คือ บุคลากรบางส่วนยังไม่มีความรู้ความเข้าใจในรูปแบบของสื่อดิจิทัล การปรับข้อมูล เนื้อหาและภาพให้เหมาะสม มีความน่าสนใจเข้ากับสื่อดิจิทัล และควรพัฒนาการเข้าถึงการใช้งานสื่อดิจิทัล ให้มีความคล่องในการใช้งาน ฝ่ายศิลปกรรมการเรียนรู้และพัฒนาการนำเสนอภาพและข้อมูล ให้มีความทันสมัยและน่าสนใจมากยิ่งขึ้น”

และนางสาวทัศนีย์ สมมิตร นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการ (2563, สัมภาษณ์) ที่มีความเห็นว่า “บุคลากรมีองค์ความรู้ไม่เพียงพอต่อการนำมาจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์”

ขณะที่ความคิดเห็นของนางสาวเข็มจิรา วรรณโมลี นักวิชาการโสตทัศนศึกษาชำนาญการ (2563, สัมภาษณ์) ซึ่งให้สัมภาษณ์ว่า “การประชาสัมพันธ์และการเผยแพร่ความรู้ด้านกระบวนการนิติบัญญัติ สภาพปัญหาและอุปสรรคที่ทำให้กระบวนการและขั้นตอนการจัดทำร่างกฎหมายมีปัญหา นั้น ซึ่งปัญหาหลักที่พบคือการขาดความชำนาญในการจัดทำร่างกฎหมาย

ของหน่วยงาน เมื่อขาดความชำนาญ ความรัดกุม และความรู้อย่างลึกซึ้งซึ่งครอบคลุมในกฎหมายที่ใช้บังคับอยู่จึงไม่ทราบว่าจะดำเนินการอย่างไร ดังนั้น ก่อนที่จะเผยแพร่ประชาสัมพันธ์จึงต้องตรวจสอบเพื่อความแน่ใจในข้อมูลก่อนทุกครั้งเพื่อการประชาสัมพันธ์ให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล”

ส่วนนายยอดยิ่ง บัณฑิตทัศนานนท์ นักวิชาการโสตทัศนศึกษาชำนาญการพิเศษ (2563, สัมภาษณ์) ยังให้ความคิดเห็นว่า “กระบวนการนิติบัญญัติ มีรายละเอียดค่อนข้างมาก การนำเสนอข้อมูลที่สั้นกระชับและมีความถูกต้อง ต้องใช้ความรู้และประสบการณ์”

ดังนั้น จึงควรมีการพัฒนาบุคลากร โดยการจัดอบรม ศึกษาดูงาน การสอนงาน เพื่อพัฒนาทักษะของผู้ปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องตามความคิดเห็นของนางสาวสุนันทา เนื่องคำอินทร์ เจ้าพนักงานประชาสัมพันธ์ (2563, สัมภาษณ์) ที่ให้ความเห็นเพิ่มเติมในการแก้ไขปัญหาด้านบุคลากรว่า “ควรมีการจัดอบรมทักษะการใช้เครื่องมือ หรือการศึกษาดูงานในเรื่องเครื่องมือการสื่อสารด้านดิจิทัล และควรมีการแนะนำการสอนงานให้แก่เพื่อนร่วมงาน เพื่อพัฒนาทักษะของผู้ปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ให้มีประสิทธิภาพ”

2. ด้านการบูรณาการระหว่างกลุ่มงานภายในสำนักประชาสัมพันธ์และการติดต่อประสานงานกับหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ขาดการติดต่อประสานงานที่ดีระหว่างกลุ่มงานหรือการประสานกับหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างเครือข่ายและความเชื่อมโยงในการประชาสัมพันธ์

ดังความคิดเห็นของนางสาวช่อมภา กิจเจริญทรัพย์ วิทยาการเชี่ยวชาญ (2563, สัมภาษณ์) ซึ่งกล่าวว่า “จากสภาพปัญหาการประชาสัมพันธ์ที่ขาดเอกภาพในการทำงานร่วมกันที่ผ่านมา หากสามารถนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาสนับสนุนงาน ส่งเสริมกระบวนการทำงานแบบมีส่วนร่วมก็จะเกิดการบูรณาการงานร่วมกันกับพันธมิตรเครือข่ายในทุกระดับ

ทั้งนี้ แต่ละกลุ่มงานจะต้องพัฒนางานให้ไปถึงระดับการทำงานร่วมกันให้ได้ เนื่องจากเครือข่ายอิเล็กทรอนิกส์ เป็นการติดต่อข้อมูลผ่านระบบสารสนเทศเพื่อเปิดให้กลุ่มเป้าหมายรับข้อมูลข่าวสารหรือเข้าร่วมกิจกรรมกับสำนักงานฯ และกระบวนการทำงานของฝ่ายนิติบัญญัติภายใต้กรอบกติกาที่ตกลงที่สำคัญอย่างยิ่งทุกกลุ่มงานจะต้องประยุกต์งานให้ทันกับความเปลี่ยนแปลงเชิงเทคโนโลยีและนวัตกรรมให้มากขึ้นด้วยเช่นกัน”

3. ปัญหาด้านสื่อหรือข้อมูลข่าวสาร ที่เป็นสื่อกลางในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและประชาสัมพันธ์ให้ผู้รับสาร ได้แก่ ประชาชนกลุ่มเป้าหมายได้รับทราบ พบว่ามีปัญหาเกี่ยวกับเนื้อหา รูปแบบ วิธีการนำเสนอ รวมไปถึงชนิดของสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ โดยสภาพของปัญหาที่พบ ได้แก่

1. การประชาสัมพันธ์ยังขาดความคิดสร้างสรรค์ที่เป็นเลิศ ที่งานออกแบบดีไซน์ยังขาดประสบการณ์ รวมถึงขาดเครื่องมืออุปกรณ์ที่ใช้สำหรับการนำเสนอ และที่สำคัญคืองบประมาณที่ใช้สำหรับการประชาสัมพันธ์

2. การประชาสัมพันธ์ยึดรูปแบบที่เป็นทางการเกินไป

3. การเปลี่ยนแปลงของสื่อดิจิทัลมีการเติบโตและเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศอย่างรวดเร็ว

4. การประชาสัมพันธ์ขาดการวางแผนการใช้สื่อดิจิทัล เพื่อพัฒนาสื่อแบบใหม่ๆ ให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้รับสารกลุ่มเป้าหมายได้อย่างทันท่วงที ทำให้การประชาสัมพันธ์ขาดความรวดเร็ว ทันต่อเวลา ผู้รับข้อมูลข่าวสารได้รับรู้ข้อมูลข่าวจากสื่อภายนอกก่อนสื่อภายในองค์กร

5. ช่องทางที่นำเสนอยังไม่มีหลากหลาย

6. อุปสรรคด้านสื่อสาร โดยเฉพาะการใช้ศัพท์เชิงวิชาการที่ยากต่อการทำความเข้าใจได้ในระยะเวลาอันสั้น

7. อุปสรรคด้านสัญญาณเครือข่ายสัญญาณอินเทอร์เน็ตที่ยังไม่เสถียรภาพ เนื่องจากการก่อสร้างอาคารสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎรยังไม่แล้วเสร็จ

ทั้งนี้ ดังความคิดเห็นของนายสยาม หัตถสงเคราะห์ สมาชิกสภาผู้แทนราษฎรพรรคเพื่อไทย (2563, สัมภาษณ์) ได้ให้ความคิดเห็นว่า การนำเสนอข่าวประชาสัมพันธ์สถาบันนิติบัญญัติที่เป็นข่าววิชาการที่มีการทำความเข้าใจยากนั้น ควรเปิดช่องทางการสอบถามโดยการเปิดเป็นการสื่อสารสองทางเพื่อให้ผู้รับสารสามารถสอบถามเพื่อความเข้าใจ ซึ่งสอดคล้องกับความคิดเห็นของนายรังสิมันต์ โรม สมาชิกสภาผู้แทนราษฎรพรรคก้าวไกล (2563, สัมภาษณ์) ว่า การนำเสนอข่าวประชาสัมพันธ์สถาบันนิติบัญญัติที่มีศัพท์ทางวิชาการและเข้าใจได้ยากนั้น ควรเพิ่มคลิปเสียงหรือคลิปวิดีโอสั้นๆ เพียง 1-3 นาที เพื่อให้ผู้รับสารเข้าใจง่ายขึ้นและสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้รับสาร อีกทั้งยังมีความสอดคล้องกับความคิดเห็นของนายเทพไท เสนพงศ์ สมาชิกสภาผู้แทนราษฎรพรรคประชาธิปัตย์ (2563, สัมภาษณ์) ว่า การนำเสนอข่าวสารของสถาบันนิติบัญญัตินั้น ควรนำเสนอเป็นรูปแบบใหม่ เช่น การทำเป็น infographic เน้นคำวลีเด็ดๆ ของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรให้ครอบคลุมโดยไม่เน้นนำเสนอเฉพาะประธานหรือรองประธานสภาผู้แทนราษฎรเท่านั้น และควรนำเสนอข่าวทางด้านนิติบัญญัติไม่ใช่งานสังคมหรืองานส่วนตัว

ส่วนนางจงดเดือน สุทธิรัตน์ ผู้อำนวยการสำนักประชาสัมพันธ์ (2563, สัมภาษณ์) ได้ให้ความคิดเห็นด้านการนำเสนอข่าวประชาสัมพันธ์ที่มีความสอดคล้องตรงกันกับสมาชิกฯ ว่าควรทำการสื่อสารสองทางและทำเป็น infographic โดยเน้นวลีเด็ดๆ ของประธาน

หรือรองประธานสภาผู้แทนราษฎรที่เกี่ยวกับงานนิติบัญญัติ ส่วนอุปสรรคในการส่งข่าวประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อดิจิทัลซึ่งขณะนี้ยังอยู่ในระหว่างการก่อสร้างอาคารสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎรซึ่งยังดำเนินการไม่แล้วเสร็จทำให้สัญญาณเครือข่ายอินเทอร์เน็ตยังไม่เสถียรภาพเท่าที่ควร จึงทำให้การส่งข่าวเกิดความล่าช้าและขาดความคล่องตัวไปบ้าง อย่างไรก็ตามเมื่อการก่อสร้างอาคารสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎรดำเนินงานเสร็จเรียบร้อยแล้ว การทำงานด้านประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อดิจิทัลของสำนักประชาสัมพันธ์จะเกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลพร้อมยกระดับการดำเนินงานเพื่อการสื่อสารองค์กรเชิงรุกอย่างมืออาชีพ

ขณะที่นางสาววาสิตามน ม่วงทอง นักวิชาการโสตทัศนศึกษาชำนาญการพิเศษ ได้ให้ความคิดเห็นว่า “ปัญหาและอุปสรรคของการประชาสัมพันธ์ในบทบาทและภารกิจของสภาผู้แทนราษฎรและความรู้ด้านกระบวนการนิติบัญญัติ คือ ช่องทางในการนำเสนอข่าวสารยังไม่หลากหลาย นอกจากนี้ ยังมีปัญหาด้านความคิดสร้างสรรค์ ทีมงานออกแบบดีไซน์เครื่องมือการนำเสนอ และมีงบประมาณในการดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์ค่อนข้างจำกัด เช่น ในการผลิตภาพยนตร์ประชาสัมพันธ์ให้เห็นถึงความสำคัญของสภาผู้แทนราษฎรจะต้องใช้งบประมาณและทีมงานจำนวนมากแต่ประโยชน์ที่ได้รับคือสามารถเข้าถึงประชาชนได้กว้างขวางอย่างแน่นอน ทั้งนี้ สามารถผลิตเป็นภาพยนตร์ในรูปแบบซีรี่ย์ (เช่น ภาพยนตร์เกาหลีที่มีการเผยแพร่ทางสื่ออินเทอร์เน็ต) ซึ่งกระตุ้นให้ผู้คนติดตามเป็นจำนวนมากและสามารถสอดแทรกสาระผ่านสื่อออนไลน์ไปยังผู้ชมได้อย่างสอดคล้องลงตัว ส่วนปัญหาด้านการประชาสัมพันธ์ที่ขาดการวางแผนการใช้สื่อดิจิทัลเพื่อพัฒนาสื่อใหม่ให้ตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้อย่างทันท่วงที ซึ่งตรงกับความคิดเห็นของนางสาวช่อผกา กิจเจริญทรัพย์ วิทยากรเชี่ยวชาญที่ยกตัวอย่างว่า “หากมีข้อมูลองค์ความรู้และมีการจัดทำฐานข้อมูลวิชาการแต่ขาดการสนับสนุนจากระบบสารสนเทศที่น่าสนใจ งานที่นำเสนอก็จะไม่น่าสนใจและเข้าไม่ถึงผู้รับสาร”

สอดคล้องกับความคิดเห็นของนางสาวลัดดาวัลย์ วัฒนเสถียร นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการพิเศษ (2563, สัมภาษณ์) ที่ได้กล่าวว่า “การเปลี่ยนแปลงของสื่อดิจิทัลมีการเติบโตและเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศอย่างรวดเร็ว การดำเนินการประชาสัมพันธ์ยังขาดการวางแผนการใช้สื่อดิจิทัลเพื่อพัฒนาสื่อใหม่ๆ ให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้อย่างทันท่วงที นอกจากนี้การดำเนินงานยังมีลำดับขั้นตอนมากเกินไป และเจ้าหน้าที่ขาดทักษะด้านการประชาสัมพันธ์ รวมทั้งปัญหาอุปสรรคด้านสื่อสารซึ่งมีการใช้คำศัพท์เชิงวิชาการที่ยากต่อการทำความเข้าใจได้ในระยะเวลาอันสั้น”

ตามที่นางสาวรุ่งนภา ขันธิโชติ ผู้อำนวยการสำนักบริการทางการแพทย์ประจำรัฐสภา (2563, สัมภาษณ์) ได้ให้ความคิดเห็นว่า การนำเสนอข่าวประชาสัมพันธ์ของสำนักงานฯ ควรมีความหลากหลายรูปแบบมากกว่านี้ แต่ให้อยู่ในแนววิชาการเพื่อความศักดิ์สิทธิ์ขององค์กร สอดคล้องกับความเห็นของสิบเอก โชคชัย สุฤทธิ ผู้บังคับการกลุ่มงานบริการระบบคอมพิวเตอร์ สำนักสารสนเทศ (2563, สัมภาษณ์) ได้ให้ความคิดเห็นว่า ควรเพิ่มความหลากหลายของรูปแบบการนำเสนอเพื่อความน่าสนใจ

นอกจากนี้ นายยอดยิ่ง บัณฑิตทัศนานนท์ นักวิชาการโสตทัศนศึกษาชำนาญการพิเศษ (2563, สัมภาษณ์) ได้ให้ความเห็นว่า “สิ่งที่เห็นว่าเป็นปัญหา คือ การยึดรูปแบบที่เป็นทางการเกินไปและผู้รับสารได้รับรู้ข่าวจากสื่อภายนอกก่อนสื่อภายในองค์กร”

4. ปัญหาด้านกลุ่มเป้าหมาย

พบว่าปัญหาด้านความหลากหลายของกลุ่มเป้าหมายและปัญหาของประชาชน ผู้อยู่นอกวงงานรัฐสภาไม่ทราบถึงกระบวนการ ขั้นตอน และไม่เข้าใจการทำงานของกระบวนการนิติบัญญัติอย่างแท้จริง โดยเป็นเพียงการรับรู้แค่ว่ามีภารกิจปรายในที่ประชุมสภาแต่ยังไม่ทราบถึงสาระสำคัญที่จะได้รับจากกระบวนการนิติบัญญัตินั้นๆ

ตามความคิดเห็นของ นางสาวบุปผาชาติ กลางประพันธ์ เจ้าพนักงานธุรการชำนาญงาน (2563, สัมภาษณ์) ที่มีความเห็นว่า “การประชาสัมพันธ์บทบาทและภารกิจของสภาผู้แทนราษฎรในปัจจุบันเป็นการประชาสัมพันธ์ตามบทบาทอำนาจหน้าที่ของแต่ละกลุ่มงาน ซึ่งมีความแตกต่างกันออกไปตามภารกิจ และกลุ่มเป้าหมายที่ทำการสื่อสารประชาสัมพันธ์จะเป็นกลุ่มเป้าหมายเดิมๆ เช่น กลุ่มงานสื่อมวลชน กลุ่มเป้าหมาย คือ ประชาสัมพันธ์ภารกิจของสภาผู้แทนราษฎรแก่สื่อมวลชนเพื่อนำข่าวที่ได้เสนอไปยังสำนักงานต้นสังกัด กลุ่มงานเผยแพร่ประชาธิปไตย เน้นการประชาสัมพันธ์เผยแพร่แก่บุคคลภายนอกซึ่งแบ่งออกเป็นโครงการต่างๆ เช่น ยุวชนประชาธิปไตย กลุ่มเป้าหมาย คือ เยาวชนที่เป็นนักเรียน นักศึกษา โครงการประกวดวรรณกรรมพานแว่นฟ้าเป็นการประกวดเขียนหนังสือเกี่ยวกับการเมือง กลุ่มเป้าหมาย คือ นักเรียน ศิลปินต่างๆ กลุ่มสารนิเทศทำการต้อนรับคณะที่เข้าเยี่ยมชมรัฐสภา ต้อนรับบุคคลหรือคณะผู้มาติดต่อราชการ ประสานงาน ฉะนั้น การประชาสัมพันธ์จึงไม่มีกลุ่มเป้าหมายใหม่ๆ กลุ่มคนที่ไม่ใช่กลุ่มเป้าหมายอาจจะไม่ได้รับรู้ข่าวสารหรือรับรู้แบบมีความคลาดเคลื่อนไปบ้าง นอกจากนี้ยังมีปัญหาเกี่ยวกับประชาชน ผู้คนนอกวงงานสภาจะไม่ทราบถึงกระบวนการขั้นตอนในการดำเนินงานของระบบนิติบัญญัติซึ่งบางครั้งอาจทำให้ไม่เข้าใจในการทำงานของกระบวนการนิติบัญญัติ ขณะที่ประชาชนเพียงแค่อติดตามการถ่ายทอดสดการประชุมของสภาผู้แทนราษฎร การประชุมของสมาชิกวุฒิสภาโดยเป็นการรับชมแบบทั่วไปตามการอภิปรายของสมาชิกฯ แต่ยังไม่ทราบแก่นแท้ของบริบทกระบวนการนิติบัญญัติที่เป็นสาระสำคัญอย่าง

แท้จริงรอบด้านจึงมักจะเกิดความเข้าใจผิดและตกเป็นเครื่องมือของกลุ่มคนที่ยุยงปั่นกระแสเกี่ยวกับการเมือง ส่งผลให้เป็นปัญหาจากเล็กน้อยกลายเป็นปัญหาที่ใหญ่โตลุกลามไปทั่วประเทศ จนต้องมีการสู้รบทำสงครามทางการเมืองหลายต่อหลายครั้ง”

นอกจากนี้ในส่วนของความคิดเห็นด้านการเมืองที่แตกต่างกันของประชาชน และความหลากหลายทางการเมือง ตลอดจนความขัดแย้งที่เกิดขึ้นในช่วงอดีตที่ผ่านมาเป็นปัญหาในการประชาสัมพันธ์ข่าวสารภารกิจของสภาผู้แทนราษฎรให้ประชาชนสนใจ เข้าใจ และเกิดภาวะการยอมรับ ตามความคิดเห็นของนายณรงค์ศักดิ์ เพชรเรืองสุด วิทยากรเชี่ยวชาญ (2563, สัมภาษณ์) กล่าวว่า “ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมาสถานการณ์ทางการเมืองไม่ปกติมีความคิดเห็นทางการเมืองที่แตกต่างกันสูง และรัฐสภาก็ไม่ได้ประกอบด้วยสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรและวุฒิสภา แต่เป็นสภานิติบัญญัติแห่งชาติที่เป็นแค่คนกลุ่มหนึ่งได้รับการแต่งตั้งขึ้นมาทำหน้าที่นิติบัญญัติ ไม่ได้มาจากการเลือกตั้งจากประชาชนทำให้เกิดการยึดโยงกับประชาชน ถึงแม้ว่าในช่วงปี 2563 จะมีสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรและวุฒิสภาตามรัฐธรรมนูญ 2560 แต่ความคิดความเห็นด้านการเมืองของประชาชนก็ยังคงมีความแตกต่างกันอยู่มาก ตลอดจนสภาผู้แทนราษฎรประกอบไปด้วยพรรคการเมืองจำนวนมากซึ่งแยกเป็นฝ่ายรัฐบาลและฝ่ายค้าน ประเด็นที่เกิดขึ้นจึงเป็นเหมือนความเห็นต่างของทั้งสองฝ่ายในทุกเรื่อง ขณะที่ความขัดแย้งในด้านมุมมองความคิดทางการเมือง ยังคงเกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลาจึงทำให้เป็นปัญหาอุปสรรคในการประชาสัมพันธ์ข่าวสารภารกิจของสภาผู้แทนราษฎรให้ประชาชนสนใจ เกิดเข้าใจและเกิดการยอมรับจากสังคม”

5. ปัญหาด้านนโยบาย การวางแผน และกระบวนการประชาสัมพันธ์ สามารถสรุปสภาพปัญหาได้ดังนี้

1. การเตรียมการประชาสัมพันธ์อาจมีการเปลี่ยนแปลงตามสถานการณ์ ทั้งที่ได้รับแจ้งกรณีเร่งด่วนและการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า
2. ปัญหาด้านงบประมาณในการดำเนินการประชาสัมพันธ์ที่ได้รับการจัดสรรในแต่ละปีงบประมาณยังไม่เพียงพอต่อการดำเนินการเผยแพร่ความรู้ให้แก่ประชาชนได้ทั่วถึง ทุกกลุ่มเป้าหมายทั้งกลุ่มเยาวชนและประชาชนทั่วไป บางปีงบประมาณมีความล่าช้าและถูกปรับลดลงน้อยกว่าเดิม จากสาเหตุดังกล่าวจึงไม่สามารถที่จะวางแผนและขยายการขับเคลื่อนการดำเนินการกิจกรรมเผยแพร่ความรู้ในรูปแบบใหม่ๆ หรือเป็นที่นิยมในปัจจุบัน
3. ด้านนโยบายผู้บริหาร เป็นส่วนหนึ่งที่จะขับเคลื่อนให้การทำงานการเผยแพร่ความรู้ต่อประชาชนมีความต่อเนื่องและเกิดประโยชน์สูงสุด ซึ่งที่ผ่านมาเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงผู้บริหารนโยบายก็เปลี่ยนไปด้วย ทำให้ขาดความต่อเนื่อง
4. อุปสรรคเรื่องการจัดดำเนินงาน ซึ่งมีลำดับขั้นตอนมากเกินไป

จากสภาพปัญหาดังกล่าว จะเห็นได้ว่า ในบางครั้งการเตรียมการประชาสัมพันธ์ อาจมีการเปลี่ยนแปลงตามสถานการณ์ ทั้งที่ได้รับความกดดันเร่งด่วนและการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า ดังนั้น การแก้ไขปัญหาดังกล่าวต้องมีการวางแผนการประชาสัมพันธ์อย่างรัดกุมและควรมีทีมงานหรือระบบสำรองสำหรับเตรียมรับมือกับปัญหาเฉพาะหน้าที่อาจเกิดขึ้นในทุกกรณี

ตามที่นางสาวเข็มจิรา วรรณโมลี นักวิชาการโสตทัศนศึกษาชำนาญการ (2563, สัมภาษณ์) ได้ให้ความคิดเห็นว่า “การประชาสัมพันธ์เป็นงานที่จะต้องมีการวางแผนอย่างรัดกุม การวางแผนประชาสัมพันธ์ไว้ล่วงหน้าจะทำให้ดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ แต่ในบางครั้ง การเตรียมการประชาสัมพันธ์อาจมีการเปลี่ยนแปลงทั้งที่ได้รับแจ้งและเป็นปัญหาเฉพาะหน้า จึงควรมีทีมหรือระบบไว้เตรียมการรับมือกับปัญหาเฉพาะหน้าที่อาจจะเกิดขึ้น”

ส่วนประเด็นสภาพปัญหาด้านงบประมาณและนโยบายผู้บริหาร นายณรงค์ศักดิ์ เพชรเรืองสุด วิทยากรเชี่ยวชาญ (2563, สัมภาษณ์) ได้ให้ความคิดเห็นว่า “งบประมาณที่ได้รับการจัดสรรในแต่ละปีไม่เพียงพอต่อการดำเนินการเผยแพร่ความรู้ให้แก่ประชาชนได้อย่างทั่วถึง ทุกกลุ่มเป้าหมายทั้งกลุ่มเยาวชนและประชาชนทั่วไป ซึ่งบางปีงบประมาณมีความล่าช้า ในการเบิกจ่ายและถูกปรับลดกรอบวงเงินที่น้อยกว่าเดิม จากสาเหตุดังกล่าวจึงไม่สามารถที่จะวางแผน และขยายการขับเคลื่อนการดำเนินการกิจกรรมเผยแพร่ความรู้ในรูปแบบใหม่ๆ หรือเป็นที่นิยม ในปัจจุบัน ส่วนนโยบายผู้บริหารเป็นส่วนหนึ่งที่จะขับเคลื่อนให้การทำงานการเผยแพร่ความรู้ ต่อประชาชนมีความต่อเนื่องและเกิดประโยชน์สูงสุด ซึ่งที่ผ่านมาเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงผู้บริหาร ก็เป็นผลให้นโยบายก็เปลี่ยนไปด้วยจึงทำให้ขาดความต่อเนื่อง”

นอกจากนี้การแก้ไขปัญหากับกระบวนการและขั้นตอนในการประชาสัมพันธ์ ยังสามารถกระทำได้โดยการเน้นความรวดเร็วในการนำเสนอ โดยที่นางสาวทัศนีย์ สมมิตร นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการ (2563, สัมภาษณ์) ได้ให้ความคิดเห็นว่า “ควรลดขั้นตอนในการ ตรวจสอบความถูกต้อง โดยเน้นความรวดเร็วในการนำเสนอในส่วนของการนำเสนอข่าวแถลง ข่าวการประชุม องค์ความรู้ด้านนิติบัญญัติ พระราชบัญญัติต่างๆ เพื่อนำมาสร้างสรรค์สื่อและ นำเสนอต่อสื่อมวลชนเพื่อเผยแพร่ไปยังประชาชนให้ได้รับรู้และรับทราบ”

6. ปัญหาด้านสถานที่ในการดำเนินงาน ซึ่งมีอุปสรรคเรื่องพื้นที่สำหรับการให้บริการ เนื่องจากอาคารรัฐสภายังอยู่ในระหว่างการดำเนินงานก่อสร้างซึ่งยังไม่แล้วเสร็จสมบูรณ์ การประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานจึงยังดำเนินการได้ไม่สะดวกและไม่เต็มที่ ตามความเห็นของ นางสาวลัดดาวัลย์ วัฒนเสถียร นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการพิเศษ (2563, สัมภาษณ์) เกี่ยวกับ ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ว่า “การประชาสัมพันธ์ขององค์กรยังคงมี อุปสรรคในเรื่องพื้นที่สำหรับการให้บริการ เนื่องจากอาคารรัฐสภายังอยู่ในระหว่างการก่อสร้าง”

ภาคผนวก ข

สรุปประเด็นการพัฒนางานด้านการประชาสัมพันธ์ในบทบาทภารกิจของสภาผู้แทนราษฎร
และการเผยแพร่ความรู้ด้านกระบวนการนิติบัญญัติในยุคดิจิทัล

สรุปประเด็นการพัฒนางานด้านการประชาสัมพันธ์ในบทบาทภารกิจของสภาผู้แทนราษฎร และการเผยแพร่ความรู้ด้านกระบวนการนิติบัญญัติในยุคดิจิทัล

จากการศึกษา เก็บรวบรวมข้อมูล และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้รับบริการและผู้ที่เกี่ยวข้องหรือมีส่วนได้เสียต่อการปฏิบัติภารกิจของสำนักประชาสัมพันธ์ สามารถวิเคราะห์ สรุปประเด็นการพัฒนางานด้านการประชาสัมพันธ์ในบทบาทภารกิจของสภาผู้แทนราษฎร และการเผยแพร่ความรู้ด้านกระบวนการนิติบัญญัติในยุคดิจิทัลในด้านต่างๆ ดังนี้

1. แนวทางการพัฒนางานด้านบุคลากร

ควรส่งเสริมและสนับสนุนการเรียนรู้ การฝึกอบรม หรือการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ระหว่างกันให้บุคลากรของสำนักประชาสัมพันธ์ให้มีทักษะ ความชำนาญ เพื่อให้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญในงานที่ปฏิบัติ พร้อมกับการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ เพื่อรองรับการเป็น Digital & SMART Parliament

การพัฒนาบุคลากรของสำนักประชาสัมพันธ์มีความสัมพันธ์กับยุทธศาสตร์ การเสริมสร้างความรู้และทักษะบุคลากรให้มีสมรรถนะที่พร้อมในการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ การสื่อสารองค์กร และการให้องค์ความรู้ด้านการมีส่วนร่วมภาคพลเมือง ตลอดจนพัฒนางาน ที่เกี่ยวข้องให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้นซึ่งเป็นการพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้อง กับพันธกิจของสำนักประชาสัมพันธ์ในด้านการสื่อสารองค์กร สื่อมวลชนสัมพันธ์ ประชาธิปไตย และการมีส่วนร่วมภาคพลเมือง พัฒนาสมรรถนะ ทักษะ และประสบการณ์ด้านการประชาสัมพันธ์ขั้นสูง สามารถใช้ไอศตทศนุปรกรณ์ ตลอดจนเทคโนโลยีสารสนเทศสมัยใหม่ในกระบวนการประชาสัมพันธ์ นอกจากนี้ องค์ประกอบด้านคนหรือบุคลากรยังเป็นปัจจัยสำคัญโดยเฉพาะการประชาสัมพันธ์ ภายใน (Internal Public Relations) อีกนัยหนึ่งก็คือเป็นปัจจัยสำคัญของการประสานงาน เพราะความสัมพันธ์อันดีภายในหน่วยงานจะมีผลสะท้อนไปกับการสร้างความสัมพันธ์ภายนอก การประสานคนให้เกิดความร่วมมือแรงร่วมใจกันในงานด้วยการนำเอาความรู้ความสามารถแต่ละคน มาทำให้เกิดผลงานด้วยจุดมุ่งหมายเดียวกัน และการสร้างความสัมพันธ์อันดีภายในหน่วยงาน ยังเป็นปัจจัยเอื้ออำนวยให้งานบริการ การประสานงาน และการดำเนินงานส่วนต่างๆ ขององค์กร เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพจนนำมาซึ่งภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กรในภาพรวมอย่างยั่งยืน

สำหรับกระบวนการเตรียมความพร้อมของบุคลากรเพื่อการพัฒนา งานด้านประชาสัมพันธ์ในบทบาทภารกิจของสภาผู้แทนราษฎร และการเผยแพร่ความรู้ด้านกระบวนการ นิติบัญญัติในยุคดิจิทัลนั้น ด้านนางจงเดือน สุทธิรัตน์ ผู้อำนวยการสำนักประชาสัมพันธ์ (2563,

สัมภาษณ์) ได้กล่าวถึงการเตรียมความพร้อมของบุคลากรสำนักประชาสัมพันธ์ซึ่งจะต้องคำนึงถึงปัจจัยแวดล้อมต่าง ๆ ที่เชื่อมโยงกับความสำเร็จในงานประชาสัมพันธ์ขององค์กร ดังนี้

1. การเชื่อมโยงการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ หรือที่เรียกว่า PMQA กับการประชาสัมพันธ์บทบาทภารกิจของสภาผู้แทนราษฎรให้เกิดความเชื่อมั่น ศรัทธา และน่าเชื่อถือว่าองค์กรนิติบัญญัติ เป็นที่พึ่งของประชาชนและเชื่อถือไว้วางใจได้ จำเป็นต้องมีการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารที่ทันสมัย ซึ่งมีความสอดคล้องและเหมาะสมในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายมาปรับใช้ในการทำงานเพื่อเพิ่มขีดสมรรถนะในการทำงานให้สูงขึ้น และตอบโจทยความป็นงานประชาสัมพันธ์ที่รองรับการสื่อสารองค์กรที่รองรับความทันสมัย รวมทั้งการให้ความสำคัญกับการเปิดกว้างและเชื่อมโยงกันในภาคเครือข่ายสื่อสารสาธารณะ โดยยึดโยงประชาชนเป็นศูนย์กลางในการทำงาน มีการสร้างนวัตกรรม สานพลังทุกภาคส่วน และพร้อมที่จะปรับตัวและกระบวนงานไปสู่ความเป็นการสื่อสารองค์กรแบบดิจิทัลนับจากนี้ไป

2. มุ่งพัฒนาบุคลากร โดยมีระบบการจัดการบุคลากรตอบสนองยุทธศาสตร์ และสร้างแรงจูงใจ มีการวางแผนกำลังคนตรงกับความต้องการและเพื่อประโยชน์สูงสุดของระบบงานของราชการ มีระบบการประเมินผลงานและความก้าวหน้า มีการสร้างแรงจูงใจและขวัญ กำลังใจให้แก่บุคลากรและการดำเนินงานที่มุ่งบรรลุตามกรอบยุทธศาสตร์ที่กำหนดไว้ มีนโยบายการจัดการบุคลากรสนับสนุนการทำงานให้มีความคล่องตัวรองรับการเปลี่ยนแปลง

3. มีนโยบายและระบบการจัดการด้านบุคลากรที่มีประสิทธิภาพตอบสนองยุทธศาสตร์และสร้างแรงจูงใจ โดยมีระบบการวิเคราะห์ความต้องการอัตรากำลังของหน่วยงานด้านการประชาสัมพันธ์ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญในการสรรหาคัดเลือกบุคลากรให้มีจำนวนที่เหมาะสม และให้มีความรู้ ความสามารถที่ตรงกับความต้องการทั้งในปัจจุบันและอนาคต มีการวัดผลการปฏิบัติงานซึ่งเป็นหัวใจสำคัญอย่างยิ่งในการวางแผนความก้าวหน้าให้กับบุคลากร และมีเป้าหมายในการสนับสนุนให้บุคลากรสามารถทำงานในภาคส่วนใดก็ได้เพื่อสร้างคุณภาพชีวิตของข้าราชการ

4. มีระบบการทำงานที่มีประสิทธิภาพ คล่องตัว และมุ่งเน้นผลสัมฤทธิ์ในงาน โดยมุ่งให้บุคลากรในสำนักประชาสัมพันธ์สามารถทำงานเชื่อมโยงบทบาทและภารกิจร่วมกัน โดยการตั้งคณะทำงานและใช้เทคโนโลยีในการบูรณาการงานแต่ละส่วนเข้ารวมกันเป็นหนึ่งเดียว ทั้งนี้ แต่ละกลุ่มงานจะเป็นส่วนหนึ่งในการลดขั้นตอนในการทำงานและทำให้เกิดการแบ่งปันข้อมูลข่าวสารในการทำงานร่วมกัน และจะทำให้การทำงานมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

5. การสร้างวัฒนธรรมการทำงานที่ดี มีประสิทธิภาพ และความร่วมมือ

6. ระบบการพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ ความสามารถ สามารถปรับตัวตามยุคสมัยเพื่อให้ก้าวทันเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไป สามารถแก้ไขปัญหา สร้างความรอบรู้ที่ควบคู่

ไปกับการมุ่งเน้นคุณธรรมจริยธรรมขององค์กรโดยเฉพาะความใส่ใจเรื่องค่านิยมที่ดีต่อองค์กร เพื่อประโยชน์ของส่วนรวมซึ่งเป็นประโยชน์ของราชการสำหรับงานด้านประชาสัมพันธ์องค์กร

ขณะที่ข้อเสนอแนะด้านทิศทางการพัฒนางานด้านประชาสัมพันธ์ของผู้บริหาร นางสาวโสมอุษา บุรณะเหตุ รองเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร (2563, สัมภาษณ์) ได้ให้ข้อสังเกตว่า บุคลากรของสำนักประชาสัมพันธ์ล้วนมีศักยภาพที่สามารถปฏิบัติงานภายใต้การเปลี่ยนแปลง และความก้าวหน้าของเทคโนโลยีได้เป็นอย่างดีด้วยปัจจัยแวดล้อมและบริบทการทำงาน ที่ต้องเน้นความคล่องตัวและมีการสื่อสารองค์กรอย่างต่อเนื่องตามบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบ ของแต่ละกลุ่มงาน อย่างไรก็ตาม การทำงานในเชิงรุกหรือการปรับตัวให้เท่าทันความเปลี่ยนแปลง และความก้าวหน้าของเทคโนโลยีให้เกิดผลสัมฤทธิ์อย่างยั่งยืนและสอดคล้องกับกรอบทิศทางการพัฒนาองค์กรของสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎรนั้น จำเป็นต้องอาศัยแรงขับเคลื่อน จากภายในของบุคลากรทุกระดับทุกตำแหน่งสายงานเองด้วยจึงจะทำให้การปฏิบัติงานมีความเป็น มืออาชีพและมีประสิทธิภาพ กล่าวคือ “การเป็นนักประชาสัมพันธ์ที่ดีนั้น ต้องมีจิตวิญญาณของ นักประชาสัมพันธ์เข้าไปทุกจุดที่เป็นประชาสัมพันธ์”

ที่สำคัญยังต้องมีการพัฒนางานของตนเองอย่าหยุดนิ่ง ซึ่งในการดำเนินงาน ของสำนักประชาสัมพันธ์ถือว่ามีความมุ่งมั่นตั้งใจจริงเป็นอย่างมาก แต่ทั้งนี้ ยังขาดการประชาสัมพันธ์ตัวเองจึงต้องไม่หยุดนิ่งในการประชาสัมพันธ์บทบาทและ ภารกิจของหน่วยงานภายในกันเองด้วย โดยควบคู่ไปกับการยกระดับงานประชาสัมพันธ์ยุคใหม่ ที่ติดตามความเคลื่อนไหวข้อมูลข่าวสารตลอดเวลา มองทุกอย่างให้เป็นข่าว (Nose of News) และจับประเด็นให้ได้และนำเสนอสื่อสารผ่านช่องทางที่มีประสิทธิภาพด้วยความทันสมัยและ เข้าถึงได้อย่างรวดเร็วและครอบคลุม ขณะเดียวกันบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ยุคใหม่จำเป็นต้อง มีทัศนคติเชิงบวกต่องานด้านการสื่อสารองค์กรในยุคดิจิทัล มีความใส่ใจในองค์กร รักงานที่ทำ กระตือรือร้นในการทำงานตลอดเวลา รอบรู้ในงาน ตลอดจนสามารถสร้างเครือข่ายการทำงาน เครือข่ายสังคมออนไลน์ไปยังสื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ ตัวอย่างเช่น Facebook รางวัลพานแว่นฟ้า ที่มีการเชื่อมโยงเครือข่ายกับ Facebook เครือข่ายวรรณกรรม การทำงานสื่อออนไลน์ในยุคใหม่ จึงควรคำนึงถึงเทคนิค วิธีการ และเข้าใจเนื้อหาในการนำเสนอผ่านสื่อใหม่ ต้องมีการฝึกฝนเรียนรู้ และมีความใส่ใจในรายละเอียดการทำงาน รู้จักสังเกตประเมินสถานการณ์ มีจิตวิญญาณของ นักประชาสัมพันธ์ในการทำงานภายใต้ความรอบคอบ รอบรู้ และการสั่งสมประสบการณ์ให้อยู่ ในระดับความอย่างมืออาชีพด้วยความภาคภูมิใจ

2. แนวทางการพัฒนางานด้านโครงสร้างการบริหารจัดการ

ในการเตรียมงานด้านประชาสัมพันธ์ อาจมีการเปลี่ยนแปลงตามสถานการณ์ ซึ่งอาจมีการปรับเปลี่ยนการบริหารจัดการลักษณะงานที่ได้มีการปฏิบัติอยู่เดิมให้มีความเหมาะสมกับสภาพการณ์ในปัจจุบัน ดังที่นางสาวโสมอุษา บุรณะเหตุ รองเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร ในฐานะกำกับดูแลสำนักประชาสัมพันธ์ สถานีวิทยุและโทรทัศน์รัฐสภา และสำนักสารสนเทศ (2563, สัมภาษณ์) ได้เสนอความเห็นเกี่ยวกับโครงสร้างการทำงานของสำนักประชาสัมพันธ์ไว้ว่า สำนักประชาสัมพันธ์มีโครงสร้างที่ติดอยู่แล้ว แต่เนื่องจากสถานการณ์ปัจจุบัน รวมถึงจะต้องมีการปรับตัวปรับงานให้ก้าวทันกับเทคโนโลยี การพัฒนางานด้านการประชาสัมพันธ์ในบทบาทภารกิจของสภาผู้แทนราษฎร และการเผยแพร่ความรู้ด้านกระบวนการนิติบัญญัติในยุคดิจิทัลนั้น จำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องมีการปรับโครงสร้างการบริหารงานภายในสำนักประชาสัมพันธ์ในบางส่วนงาน ตลอดจนรูปแบบในการทำงานให้รองรับการปฏิบัติหน้าที่ในอาคารรัฐสภาแห่งใหม่ในยุคดิจิทัล ตัวอย่างเช่น บทบาทภารกิจของกลุ่มงานโสตทัศนูปกรณ์ที่ไม่เพียงแต่ดูแลระบบโสตทัศนูปกรณ์ดังเช่นในอดีตเท่านั้น แต่ภารกิจในปัจจุบันได้มีการปรับรูปแบบเป็นดิจิทัลซึ่งการทำงานขยายมิติการสื่อสารทั้งรูปแบบการถ่ายทอดสดทางโทรทัศน์ดิจิทัล (TV Broadcasting) และคู่ขนานไปกับการสื่อสารผ่านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารแบบออนไลน์โดยมีกระบวนการสื่อสารที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ การกระจายข่าว การเผยแพร่ข่าว รวมทั้งการส่งข่าวสารในเครือข่ายสื่อออนไลน์ไปยังผู้รับสารกลุ่มเป้าหมายซึ่งเป็นสมาชิกรัฐสภา ข้าราชการ และประชาชนทั่วไปที่ใช้เข้าถึงบริการเครือข่ายประชาสัมพันธ์ออนไลน์ของรัฐสภาและสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร

สำหรับกลุ่มงานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ไทยและกิจกรรมสภาผู้แทนราษฎร ควรมีการปรับโครงสร้างในการทำงานโดยเน้นงานวิชาการ เน้นการปรับแผนการทำงานให้มีความน่าสนใจ เช่น การปรับปรุงหลักสูตรโครงการด้านประชาสัมพันธ์ ด้านการส่งเสริมการมีส่วนร่วมทางการเมืองของภาคประชาชน หรือกิจกรรมสนับสนุนความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการนิติบัญญัติตามระบบงานรัฐสภา ขณะเดียวกันยังสามารถต่อยอดหรือยกระดับผลงานที่ผ่านมา ซึ่งเป็นผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ให้กับองค์กรและสำนักประชาสัมพันธ์ด้วยดีเรื่อยมา ส่วนงานของกลุ่มงานผลิตเอกสาร ถือว่าโครงสร้างและบริบทภารกิจและหน้าที่ความรับผิดชอบเดิมยังคงมีความเหมาะสมและจำเป็นต่อกระบวนการประชาสัมพันธ์องค์กร แต่เนื่องจากการกำหนดและการเรียบเรียงเนื้อหาทางวิชาการ (Content) ซึ่งจะต้องมีประสบการณ์ทางนิติศาสตร์ในการวิเคราะห์ประเด็น เรียบเรียง และนำเสนอทางวิชาการตามหลักนิติศาสตร์เป็นสำคัญ จึงจำเป็นต้องอาศัยบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถด้วยประสบการณ์ด้านนิติศาสตร์ในการบรรณาธิการและเรียบเรียงเนื้อหาสื่อเอกสาร และควรพัฒนางานให้มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการนำเสนอสื่อตามสมัยนิยมในยุคดิจิทัล ตลอดจนควรมีการเรียนรู้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศสมัยใหม่ให้มีการนำเทคโนโลยีมาใช้ให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย

3. แนวทางการพัฒนางานด้านเทคโนโลยี

การดำเนินงานของสำนักประชาสัมพันธ์ในยุคใหม่ ควรนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการปรับปรุงประสิทธิภาพการบริหารจัดการและการให้บริการของสำนักประชาสัมพันธ์ ทั้งภายในหน่วยงานและภายนอกหน่วยงานอย่างมีแบบแผนและเป็นระบบ มีระบบธรรมาภิบาลที่ประชาชนทุกคนสามารถเข้าถึงบริการได้ โดยไม่มีข้อจำกัดทางกายภาพ พื้นที่ และภาษา และการพัฒนาเทคโนโลยีในทุกๆ ด้านจะต้องคำนึงถึงประสิทธิภาพในกระบวนการสื่อสารองค์กร เน้นความสำคัญกับงานด้านการสื่อสารโดยการเชื่อมโยงการสื่อสารกับระบบ ICT มุ่งยกระดับให้งานด้านการประชาสัมพันธ์ และการสื่อสารองค์กรสามารถสนองตอบต่อบทบาทภารกิจของฝ่ายนิติบัญญัติอย่างแท้จริงภายใต้ความพร้อมเพื่อการปฏิบัติงานเชิงรุกในสถานการณ์ที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา เพื่อให้เป็นไปตามยุทธศาสตร์การเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร การพัฒนาระบบงานเทคโนโลยีสารสนเทศและระบบโสตทัศนูปกรณ์ เพื่อรองรับสนับสนุนและประชาสัมพันธ์ภารกิจของฝ่ายนิติบัญญัติและสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร และยุทธศาสตร์การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการสื่อสารองค์กร และการมีส่วนร่วมของภาคพลเมือง ในการสร้างความเข้มแข็งของประชาธิปไตย และขับเคลื่อนประเทศร่วมกับสถาบันนิติบัญญัติ ประกอบด้วยกลยุทธ์ ด้านการบูรณาการข้อมูลและข่าวสารของสถาบันนิติบัญญัติและสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎรให้มีความทันสมัย โดยการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและสื่อออนไลน์มาใช้ปฏิบัติงานให้เข้ารับบทบาทและภารกิจของส่วนงาน รวมถึงการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการจัดทำฐานข้อมูลเพื่อเก็บรวบรวมองค์ความรู้ให้เป็นศูนย์กลาง แบ่งกลุ่มประเภทของข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับภารกิจงานของสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร ข้อมูลนิติบัญญัติที่เป็นปัจจุบันเพื่อการค้นหาและนำข้อมูลไปใช้ได้อย่างรวดเร็ว ลดการซ้ำซ้อนหรือเกิดข้อมูลที่คลาดเคลื่อนซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการปฏิบัติงานของบุคลากรอย่างยั่งยืน ซึ่งนางสาวพอลตา ปัญญาฤทธิ์ (2563, สัมภาษณ์) ข้าราชการกรกลุ่มงานบริหารทั่วไป ได้เสนอให้สำนักประชาสัมพันธ์ควรมีฐานข้อมูลกลางที่มีความน่าเชื่อถือ ถูกต้อง และทันสมัย และสามารถนำมาใช้ได้อย่างทันท่วงที สอดคล้องกับแนวคิดของ นางอัจฉรา จูยืนยง ผู้บังคับบัญชากรกลุ่มงานโสตทัศนูปกรณ์ (2563, สัมภาษณ์) ว่า ควรมีฐานข้อมูล Database ที่ถูกต้อง ทันสมัย และมีความคล่องตัวในการใช้งาน รวมทั้งควรเป็นฐานข้อมูลเดียวกันกับทั้งองค์กร ส่วนช่องทางการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ควรมีความหลากหลายทั้งออนไลน์และออฟไลน์ รวมทั้งควรเลือกใช้สื่อให้เหมาะสมกับเนื้อหาและกลุ่มเป้าหมายเพื่อประโยชน์ในภาพรวมของงานประชาสัมพันธ์องค์กรในยุคใหม่

นอกจากนี้ ผู้ให้สัมภาษณ์หลายรายมีข้อเสนอแนะที่ตรงกันในเรื่องการนำเอาเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาปรับใช้กับงานของสำนักประชาสัมพันธ์ โดยเฉพาะการใช้สื่อสังคม

ออนไลน์ (Social Media) ซึ่งได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก เนื่องจากสื่อสังคมออนไลน์เป็นหนึ่งในทางเลือกของการสื่อสารข้อมูลที่มีการใช้เทคโนโลยีเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องที่มีรูปแบบการสื่อสารข้อมูลที่หลากหลาย ในปัจจุบันสำนักประชาสัมพันธ์ได้มีการใช้สื่อ Social Media ในการเผยแพร่ข่าวสารด้วยเช่นกัน เช่น การจัดทำ Group Line Application เพื่อเสนอข่าว Press Release การสรุปข่าวประจำวันไปยังผู้คณะบริหารภายในสำนักงานฯ และสื่อมวลชนได้โดยตรง การจัดทำสื่อสังคมออนไลน์ในรูปแบบ Facebook เฉพาะกลุ่ม เพื่อจัดการสื่อสารให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่มีหลากหลายและสามารถรองรับการสื่อสารสองทางร่วมกัน เป็นต้น ซึ่งเป็นไปตามข้อเสนอแนะของนายสุวิช สุทธิประภา ผู้อำนวยการฝ่ายข่าวและผู้ประกาศข่าว ในฐานะผู้เชี่ยวชาญด้านงานประชาสัมพันธ์ (2563, สัมภาษณ์) เสนอว่า ควรปรับรูปแบบสื่อในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเพื่อให้คนรุ่นใหม่สนใจข้อมูลที่เผยแพร่ควรใช้สื่อออนไลน์เพิ่มขึ้นและเป็นสื่อหลักในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร จึงควรการเน้นการใช้สื่อและเทคโนโลยีใหม่ๆ แทนสื่อรูปแบบเดิม และปรับรูปแบบการนำเสนอข่าวสาร (Platform) ให้มีลีลาเทคนิคที่กระตุ้นความน่าสนใจ มีความสอดคล้องเหมาะสมกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายโดยเฉพาะมิติด้านความทันสมัยและความหลากหลาย สามารถเข้าถึงข้อมูลได้สะดวก รวดเร็ว ง่ายไวภายใต้ความถูกต้อง ซึ่งสอดคล้องกับนางสาวช่อผกา กิจเจริญทรัพย์ วิทยากรเชี่ยวชาญของสำนักประชาสัมพันธ์ (2563, สัมภาษณ์) ว่าจะต้องยึดหลักแนวความคิดการผสมผสานทางเทคโนโลยีใหม่ๆ (Technology Convergence) เพื่อยกระดับการเข้าถึงประชาชน เยาวชน และผู้สนใจภาคส่วนต่าง ๆ เช่น ในอนาคตควรที่จะเลือกสารสนเทศที่สามารถทำงานในลักษณะการสื่อสารแบบสองทาง (2 - Way Communication) ควรมีการจัดทำในรูปแบบของสื่อ Social หรือดิจิทัล คือ การออกแบบกระบวนการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อใหม่ เช่น Facebook Line Application หรือ Instagram ซึ่งเป็นสื่อที่ใช้ในปัจจุบัน เช่น สร้างเป็นสติ๊กเกอร์ฟรี เพื่อให้ประชาชนทั่วไปหรือผู้สนใจได้ดาวน์โหลด หรือจัดทำเป็นวีดิทัศน์สั้นหรือสื่ออินโฟกราฟิกเพื่อให้สามารถรับรู้และเข้าใจการสื่อความหมายได้ง่าย ทั้งนี้ โดยสอดคล้องความรู้ด้านประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ เพื่อสร้างแรงจูงใจให้ประชาชนทั่วไปได้เกิดความสนใจและติดตามรับรู้ข้อมูลข่าวสารอย่างต่อเนื่องมากขึ้น เป็นต้น

4. แนวทางการพัฒนางานด้านข้อมูล (Message) หรือเนื้อหา (Content)

ควรพัฒนาและปรับปรุงเนื้อหา ข้อมูลข่าวสาร ควรมีความถูกต้อง มีความน่าสนใจ และนำเสนอให้ได้หลากหลายรูปแบบ เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย และมีความเป็นกลาง สืบเนื่องจากยุทธศาสตร์การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการสื่อสารองค์กรและการมีส่วนร่วมของภาคพลเมือง ในการสร้างความเข้มแข็งของประชาธิปไตย และขับเคลื่อนประเทศร่วมกับสถาบันนิติบัญญัติ โดยจะต้องพัฒนาเนื้อหาและรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ให้มีความทันสมัย และมีประสิทธิภาพ ที่สามารถเข้าถึงผู้รับบริการได้อย่างสะดวก กว้างขวาง และครอบคลุมเพียงพอซึ่งจากหลักการ ประชาสัมพันธ์ (Public Relations) สิ่งที่ต้องคำนึงก่อนเสมอ คือ การกำหนดกลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจนและสอดคล้องไปตามแผนที่จะประชาสัมพันธ์ให้มากที่สุดเพื่อการประชาสัมพันธ์ที่ตรงจุด ทั้งนี้ ควรมีการแยกกลุ่มเป้าหมายเพื่อวิเคราะห์ความต้องการที่ชัดเจน เช่น นักศึกษาที่ต้องเลือกตั้งครั้งแรก (First Time Election) ต้องมีการประชาสัมพันธ์อย่างไร กิจกรรมอะไรบ้างที่จะทำให้นักศึกษาแต่ละกลุ่มเกิดความสนใจรับรู้ ต้องใช้สื่อประเภทใด เพื่อให้เข้าถึงได้มากที่สุด ง่ายที่สุด เร็วที่สุด และตรงกับความต้องการมากที่สุด

นายประภาส ทองสุข รองกรรมการผู้จัดการใหญ่ ธนาคารซีไอเอ็มบีไทย จำกัด (มหาชน) (2563, สัมภาษณ์) เสนอแนะให้ควรมีการแยกกลุ่มเป้าหมาย เพื่อวิเคราะห์ความต้องการที่ชัดเจน เช่น นักศึกษาที่ต้องเลือกตั้งครั้งแรกจะต้องมีการประชาสัมพันธ์อย่างไร กิจกรรมอะไรบ้างที่จะทำให้นักศึกษากลุ่มดังกล่าวสนใจรับรู้ ต้องใช้สื่อประเภทใด เพื่อให้เข้าถึงได้มากที่สุด ง่ายที่สุด เร็วที่สุด และตรงกับความต้องการมากที่สุด เช่นเดียวกับ นางสาววาสิตามน ม่วงทอง นักวิชาการโสตทัศนศึกษาชำนาญการพิเศษ (2563, สัมภาษณ์) เสนอความคิดเห็นว่า ควรมีการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจน ซึ่งกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่มมีความสนใจและความสามารถในการรับสื่อที่แตกต่างกัน ดังนั้น การประชาสัมพันธ์ที่มีควรวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายเสียก่อนซึ่งเนื้อหาควรมีการปรับปรุงรูปแบบของเนื้อหาให้เข้าใจง่าย ไม่ซับซ้อน ใช้ภาพเล่าเรื่อง หรือการสื่อสารในรูปแบบที่ไม่เป็นทางการ และผลิตสื่อให้เหมาะกับกลุ่มเป้าหมายและเนื้อหา

ส่วนในด้านเนื้อหา (Content) หรือ Message ที่จะสื่อไปยังกลุ่มเป้าหมาย ควรมีความสอดคล้องกัน เข้าใจง่าย มีความเป็นเอกลักษณ์ ตรงประเด็น ไม่เยิ่นเย้อ และซ้ำซาก ขณะที่นายพันธกานต์ ทานนท์ ผู้ช่วยหัวหน้าหลักสูตรสื่อดิจิทัลและการสร้างสรรค์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต (2563, สัมภาษณ์) ในฐานะผู้เชี่ยวชาญด้านการประชาสัมพันธ์ ให้ข้อคิดที่น่าสนใจว่าควรเข้าใจก่อนว่าเรากำลังสื่อสารกับใคร กลุ่มเป้าหมายมีลักษณะอย่างไร ต้องการอะไร ฯลฯ เพื่อสร้างสื่อประชาสัมพันธ์ได้อย่างเหมาะสม การสื่อสารเผยแพร่ความรู้ต้องดึงประเด็นให้เข้าใจหรือเข้าถึงได้ง่าย การเสนอสิ่งแปลกใหม่ที่น่าจดจำ เช่น การสร้างคำใหม่ๆ ตัวย่อ คำเชื่อม โลโก้ ฯลฯ

เพื่อสร้างแบรนด์หรือสัญลักษณ์ของกิจกรรมให้เป็นที่รู้จักอย่างรวดเร็ว ใช้รูปแบบการเสนอเนื้อหา (Content) ที่แตกต่างอยู่เสมอ เช่น การเล่าเรื่องราวที่ดึงดูดความสนใจอย่างต่อเนื่อง เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่สนใจในวงกว้าง และมีการพูดถึงในสังคมอย่างต่อเนื่อง หรือมีการแชร์เรื่องราวในสังคมออนไลน์ เป็นต้น

นางสาวอารีวรรณ พูลทรัพย์ รักษาการผู้บังคับบัญชากลุ่มงานผลิตเอกสาร (2563, สัมภาษณ์) กล่าวถึงการพัฒนางานด้านประชาสัมพันธ์และเสนอแนะแนวทางในการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ คือ ควรให้ความสำคัญกับเนื้อหา (Content) ให้มาก ผู้บริโภคจะมีความสนใจในสิ่งที่นำเสนอหรือไม่ขึ้นอยู่กับเนื้อหานั้นมีความน่าสนใจหรือไม่ ข้อมูลที่นำเสนอมีความถูกต้องสมบูรณ์และมีประโยชน์อย่างไรกับผู้บริโภค หรือจะส่งผลกระทบต่อสังคม ทั้งนี้ ในฐานะที่สำนักประชาสัมพันธ์เป็นผู้ที่อยู่ใกล้กับแหล่งข่าวหรือแหล่งข้อมูลมากที่สุด รับรู้ความเคลื่อนไหวในการดำเนินงาน รวมทั้งบทบาทภารกิจของฝ่ายนิติบัญญัติมากที่สุด เพราะฉะนั้นเนื้อหาที่จะเกิดประโยชน์ต่อกลุ่มเป้าหมายผู้รับสารจึงต้องมีวิธีการนำเสนอให้อ่านหรือผู้บริโภคได้ง่ายต่อความเข้าใจ สามารถเข้าถึงได้และข้อมูลต้องสั้น กระชับ ได้ใจความ ที่สำคัญต้องมีการนำเสนอในรูปแบบใหม่ๆ ไม่ใช่เป็นแค่ตัวหนังสือเพียงอย่างเดียว

นอกจากนี้ นางสาวมันทนา ศรีเพ็ญประภา ผู้บังคับบัญชากลุ่มงานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์และกิจกรรมสภาผู้แทนราษฎร (2563, สัมภาษณ์) ได้ให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมว่า ควรมีการย่อยข้อมูลในการเผยแพร่ความรู้ด้านกระบวนการนิติบัญญัติเพื่อทำให้เกิดความเข้าใจได้ง่ายและสอดคล้องเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย พร้อมสร้างแรงดึงดูดเพื่อให้เกิดความน่าสนใจ ทั้งนี้ การนำเสนอข่าวสารของสภาผู้แทนราษฎรควรมีการพัฒนางานในเชิงรุกมากยิ่งขึ้น ควรหาวิธีการในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่จะนำไปเผยแพร่สู่สาธารณชนให้มากยิ่งขึ้น เช่น การลงพื้นที่ของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร ภาพรวมการทำงานนิติบัญญัติของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร เช่น การประชุมในบริบทของคณะกรรมการหรือคณะอนุกรรมการต่าง ๆ ซึ่งมีผลงานอะไรบ้าง อันเป็นที่ประจักษ์ โดยที่แต่ละท่านมีแนวคิดในการทำงานอย่างไร นอกจากนี้ควรนำเรื่องราวที่เป็นประเด็นน่าสนใจเพื่อสร้างประเด็นให้เป็นข่าว เช่น การหยิบยกประเด็นที่สำคัญที่เข้าสู่การพิจารณาของสภา มีความคืบหน้าในการดำเนินงานอย่างไร เป็นต้น

สำหรับนายเทพไท เสนพงศ์ สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร พรรคประชาธิปัตย์ (2563, สัมภาษณ์) ได้ให้ความสำคัญในเรื่องการนำเสนอข้อมูลข่าวสารว่า ควรมีความเป็นกลาง ไม่นำเสนอเพียงข่าวหรือกิจกรรมของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรคนใดคนหนึ่ง ควรมีการนำเสนอในภาพรวมหรือนำเสนอเรื่องงานในความเป็นหน่วยงานนิติบัญญัติของรัฐสภา เช่นเดียวกันกับนางศิริรัตน์ จิตระเปียบ ผู้ให้บริการของสำนักประชาสัมพันธ์ (2563, สัมภาษณ์) มีความคิดเห็นว่า

ข่าวสารควรเน้นความถูกต้อง พร้อมรักษาคุณภาพการนำเสนอข่าวสารให้ดีและคอยปรับปรุงข้อมูลข่าวสารให้มีความทันสมัยอยู่เสมอ

ดังนั้น คณะผู้ศึกษาจึงสรุปว่า แนวทางพัฒนางานด้านการประชาสัมพันธ์ ในบทบาทภารกิจของสภาผู้แทนราษฎร และการเผยแพร่ความรู้ด้านกระบวนการนิติบัญญัติ จึงควรดำเนินการให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์การสื่อสารองค์กร และการเสริมสร้างประชารัฐ และความเป็นพลเมืองในระบบประชาธิปไตยในยุคดิจิทัล พ.ศ. 2561 - 2564 และความเป็น SMART Parliament ที่ประกอบด้วย

S – Sophisticated

M - Moral & Ethics

A - Accountability & Transparency

R - Resilient & Competitive

T - Technology & Digital Transformation

ทั้งนี้ จึงต้องเน้นการปรับรูปแบบการดำเนินงานให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป มีการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ ประกอบกับการเพิ่มประสิทธิภาพในการพัฒนาบุคลากรให้มีศักยภาพ เข้าใจกลุ่มเป้าหมายและสามารถผลิตสื่อที่เหมาะสม พร้อมเผยแพร่ข้อมูลภารกิจของรัฐสภา สภาผู้แทนราษฎร สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร และความรู้ด้านนิติบัญญัติได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลเพื่อให้สามารถหลอมรวมการทำงานขององค์กรนิติบัญญัติ เป็นการให้บริการอย่างครบวงจร มีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเป็นระบบมีมาตรฐานรวดเร็ว ถูกต้องครบถ้วน และทันสมัย เพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพการให้บริการ มีกระบวนการเพิ่มความโปร่งใส และความน่าเชื่อถือ เชื่อมโยงการทำงานและข้อมูล โดยคำนึงถึงประโยชน์ของประชาชนและผู้รับบริการเป็นสำคัญ มีเป้าหมายในการส่งมอบบริการที่มีคุณภาพให้กับสมาชิกรัฐสภา สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร สมาชิกวุฒิสภา บุคคลในวงงานรัฐสภา หน่วยงานต่าง ๆ สื่อมวลชน และประชาชนทั่วไป สามารถรองรับรูปแบบการปฏิสัมพันธ์ด้านดิจิทัลระหว่างหน่วยงานไม่ว่าจะเป็นกรณีปฏิสัมพันธ์ระหว่างประชาชนกับองค์กรนิติบัญญัติ หรือระหว่างหน่วยงานรัฐกับองค์กรนิติบัญญัติ ระหว่างองค์กรนิติบัญญัติกับประชาชน และระหว่างหน่วยงานทุกภาคส่วนกับองค์กรนิติบัญญัติ เป็นต้น ตลอดจนเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมและตรวจสอบกระบวนการ วิธีการดำเนินงาน รวมถึงเอกสารและข้อมูลต่าง ๆ ขององค์กรนิติบัญญัติ ซึ่งจะช่วยสนับสนุนการสร้างสังคมประชาธิปไตย สร้างความโปร่งใส และความเชื่อมั่นและศรัทธาต่อผู้รับบริการและประชาชนโดยนำเทคโนโลยีมาปรับใช้กับการดำเนินงานและการให้บริการต่างๆ ของหน่วยงานให้สอดคล้องตามแนวทางการปฏิบัติราชการแบบ SMART Parliament นับจากนี้ไป

ภาคผนวก ค

แนวทางการสัมภาษณ์เจาะลึก

การศึกษา เรื่อง แนวทางพัฒนางานด้านประชาสัมพันธ์
ในการเผยแพร่บทบาทภารกิจของสภาผู้แทนราษฎรในยุคดิจิทัล

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนางานด้านการประชาสัมพันธ์ และเผยแพร่ความรู้
ในบทบาท ภารกิจของสภาผู้แทนราษฎร เพื่อให้ประชาชนสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร และ
ได้รับความรู้อย่างสะดวกรวดเร็วตรงกับความต้องการของประชาชน

3.1 การพัฒนางานด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารจากสภาผู้แทนราษฎร

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

3.2 การพัฒนางานด้านการเผยแพร่ความรู้ในบทบาท ภารกิจของสภาผู้แทนราษฎร

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ผู้สัมภาษณ์.....

ตำแหน่ง.....

แนวทางการสัมภาษณ์ และตอบคำถาม นियามศัพท์

การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ หมายถึง การดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักประชาสัมพันธ์ สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร ประกอบด้วย 6 กลุ่มงาน โดยแบ่งตามภารกิจงาน และหน้าที่ความรับผิดชอบ ดังนี้

1. กลุ่มงานบริหารทั่วไปและพิธีการ มีหน้าที่ความรับผิดชอบในการดำเนินการเกี่ยวกับงานสารบรรณ และธุรการทั่วไปของสำนักฯ งานพัสดุ ครุภัณฑ์ การเงิน และงบประมาณของสำนักฯ งานทะเบียน และข้อมูลด้านบุคคลของสำนักฯ การจัดทำแผนงาน และงบประมาณ รวมถึงการประสานงานด้านแผน รายงานผลการปฏิบัติงาน และการใช้จ่ายงบประมาณ และสถิติของสำนักฯ การประสานงาน วางแผนการดำเนินงาน และอำนวยความสะดวกด้านงานพระราชพิธี รัฐพิธี และพิธีการต่างๆ ของรัฐสภา สภาผู้แทนราษฎร และสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร รวมทั้งการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์งานการกุศล และอื่นๆ ที่หน่วยงานต่างๆ ขอความร่วมมือ

2. กลุ่มงานสารนิเทศ มีหน้าที่ความรับผิดชอบในการเป็นศูนย์ประสานงานในการติดต่อสอบถามข้อมูล กิจกรรม ผลงาน ภารกิจของสภาผู้แทนราษฎร และสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร การอำนวยความสะดวกและบริการทั่วไปในด้านต่างๆ ให้กับสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร ข้าราชการ และลูกจ้างของสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร ประชาชน และผู้มาติดต่อราชการ เผยแพร่ความรู้ ข้อมูล ในรูปแบบการบรรยาย การจัดทำเอกสารเผยแพร่เกี่ยวกับการเมือง การปกครองในระบอบประชาธิปไตย สิทธิเสรีภาพ และหน้าที่ของประชาชน บทบาทอำนาจหน้าที่ของรัฐสภา สภาผู้แทนราษฎร และสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร ให้แก่นักเรียน นิสิต นักศึกษา และประชาชนที่มาศึกษาดูงาน การเผยแพร่กิจกรรมประจำวันของรัฐสภา สภาผู้แทนราษฎร และสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎรทางอินเทอร์เน็ต และเสียงตามสาย การประสานความร่วมมือกับหน่วยงานอื่นในการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่กิจกรรม และผลงานของรัฐสภา สภาผู้แทนราษฎร ประธาน และรองประธานสภาผู้แทนราษฎร ผู้นำฝ่ายค้านในสภาผู้แทนราษฎร สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร คณะกรรมาธิการ และสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร รวมทั้งการอำนวยความสะดวกแก่ผู้มาติดต่อราชการหรือเข้าฟังการประชุมสภา

3. กลุ่มงานสื่อมวลชน มีหน้าที่ความรับผิดชอบในการประสานงาน และอำนวยความสะดวกแก่สื่อมวลชนในการเผยแพร่ข่าว รวมทั้งการให้สัมภาษณ์ การแถลงข่าวของรัฐสภา สภาผู้แทนราษฎร ประธาน และรองประธานสภาผู้แทนราษฎร ผู้นำฝ่ายค้านในสภาผู้แทนราษฎร สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร คณะกรรมาธิการ และสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร การติดตามตรวจสอบ วิเคราะห์ ประมวลผล ตรวจสอบข่าว ทำกฤตภาคแถลง และการชี้แจงแถลงข่าวของรัฐสภา

สภาผู้แทนราษฎร และสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร การบันทึกภาพกิจกรรมของรัฐสภา สภาผู้แทนราษฎร ประธาน และรองประธานสภาผู้แทนราษฎร ผู้นำฝ่ายค้านในสภาผู้แทนราษฎร สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร คณะกรรมาธิการ และสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร เพื่อประกอบการจัดทำกิจกรรม และเอกสารเผยแพร่ของสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร การเผยแพร่ข่าว ภาพเกี่ยวกับบุคคลสำคัญ และคณะบุคคลที่เข้าเยี่ยมคารวะหรือเข้าพบของรัฐสภา สภาผู้แทนราษฎร ประธาน และรองประธานสภาผู้แทนราษฎร ผู้นำฝ่ายค้านในสภาผู้แทนราษฎร สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร คณะกรรมาธิการ และผู้บริหารของสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร

4. กลุ่มงานโสตทัศนูปกรณ์ มีหน้าที่ความรับผิดชอบในการศึกษา รวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ และเสนอความเห็นเกี่ยวกับการวางแผน และจัดหาเครื่องมือ และโสตทัศนูปกรณ์ ในด้านการประชาสัมพันธ์ และสัมมนาของรัฐสภา สภาผู้แทนราษฎร คณะกรรมาธิการ และสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร การศึกษา รวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ และเสนอความเห็นเกี่ยวกับการวางแผนจัดหา ควบคุม ดูแล บำรุงรักษา และซ่อมแซมอุปกรณ์เครื่องมือโสตทัศนูปกรณ์ ระบบการลงคะแนน ระบบโทรทัศน์วงจรปิด ระบบเสียง ระบบภาพ เพื่อสนับสนุนการประชุมรัฐสภา สภาผู้แทนราษฎร คณะกรรมาธิการ และการประชุมหรือ การสัมมนาที่เกี่ยวข้องในวงงานของสภา การบริการบันทึกเสียง และภาพวีดิทัศน์การอภิปรายแก่สมาชิกรัฐสภา เพื่อสนับสนุนการประชุมรัฐสภา สภาผู้แทนราษฎร คณะกรรมาธิการ และการประชุมหรือการสัมมนาที่เกี่ยวข้องในวงงานของสภา ไว้เพื่อเป็นหลักฐาน และประกอบการจัดทำรายงานการประชุมสภา การศึกษา และประสานงาน ในการนำอุปกรณ์คอมพิวเตอร์เข้าใช้ในการประชุม รวมทั้งในเรื่องของการสัมมนา การเสวนา และการอภิปรายต่างๆ

5. กลุ่มงานผลิตเอกสาร มีหน้าที่ความรับผิดชอบในการศึกษา รวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ วางแผน และจัดทำสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ ของสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร เพื่อเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับการเมืองการปกครองในระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข สิทธิ เสรีภาพ และหน้าที่ของประชาชน และการมีส่วนร่วมในการปกครองของประชาชน ตามรัฐธรรมนูญ การผลิตเอกสาร และสื่อสิ่งพิมพ์ เพื่อเผยแพร่บทบาทอำนาจหน้าที่กิจกรรมผลงานของรัฐสภา สภาผู้แทนราษฎร ประธาน และรองประธานสภาผู้แทนราษฎร ผู้นำฝ่ายค้านในสภาผู้แทนราษฎร สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร คณะกรรมาธิการ และสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร เพื่อเผยแพร่สู่สาธารณชน การผลิต ออกแบบโสตทัศนูปกรณ์ เพื่อประกอบคำบรรยาย เผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับการเมืองการปกครองในระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข บทบาทอำนาจหน้าที่ กิจกรรมผลงานของรัฐสภา สภาผู้แทนราษฎร ประธาน และรองประธานสภาผู้แทนราษฎร ผู้นำฝ่ายค้านในสภาผู้แทนราษฎร สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร คณะกรรมาธิการ และสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร การดำเนินงานศิลปกรรมในการออกแบบ

สื่อสิ่งพิมพ์ รวมทั้งจัดทำอาร์ตเวิร์คด้วยระบบคอมพิวเตอร์ ในการจัดทำสื่อสิ่งพิมพ์ เพื่อเผยแพร่ความรู้ทางการเมืองการปกครองในระบอบประชาธิปไตย บทบาทอำนาจหน้าที่ กิจกรรม ผลงานของรัฐสภา สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร ประธาน และรองประธานสภาผู้แทนราษฎร ผู้นำฝ่ายค้านในสภาผู้แทนราษฎร สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร คณะกรรมาธิการ และสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร

6. กลุ่มงานเผยแพร่ประชาธิปไตยและกิจกรรมสภาผู้แทนราษฎร มีอำนาจหน้าที่ในการศึกษา รวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ เพื่อจัดทำแผนงาน โครงการ การสัมมนา การเสวนา การอภิปราย การจัดทำเอกสาร และการจัดนิทรรศการ เพื่อการเผยแพร่ความรู้ด้านการเมือง การปกครองระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข บทบาทอำนาจหน้าที่ กิจกรรม และผลงานของรัฐสภา สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร สิทธิเสรีภาพ และหน้าที่ของประชาชน ตามรัฐธรรมนูญ ให้กับนิสิต นักศึกษา สถาบันการเมือง ส่วนราชการ และเอกชน รวมทั้งประชาชน ในภูมิภาคต่างๆ การจัดกิจกรรมสภาผู้แทนราษฎรพบประชาชนในพื้นที่ต่างๆ และในสถาบันการศึกษา ต่างๆ ทั่วทุกภูมิภาค เพื่อให้ประชาชนได้มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น การผลิตสื่อเพื่อใช้ในโครงการเผยแพร่ประชาธิปไตย การศึกษา รวบรวม วิเคราะห์ ติดตาม และประเมินผลการดำเนินงานตามแผนงาน ในโครงการเผยแพร่ประชาธิปไตยและกิจกรรมสภาผู้แทนราษฎร

บทบาทและภารกิจของสภาผู้แทนราษฎร หมายถึง บทบาทหน้าที่ของ สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร อาทิ การเสนอและพิจารณาร่างพระราชบัญญัติประกอบรัฐธรรมนูญและร่างพระราชบัญญัติ การควบคุมการบริหารราชการแผ่นดิน ซึ่งเป็นหลักสำคัญของระบบรัฐสภา ประกอบด้วย การตั้งกระทู้ถาม การเปิดอภิปรายทั่วไป การตั้งคณะกรรมาธิการ การให้ความเห็นชอบ แต่งตั้งบุคคลเป็นนายกรัฐมนตรี การอภิปรายไม่ไว้วางใจคณะรัฐมนตรี การตั้งกระทู้ และอำนาจหน้าที่ในการให้ความเห็นชอบในเรื่องสำคัญ อาทิ การให้ความเห็นชอบหนังสือสัญญา ระหว่างประเทศทั้งการสนับสนุนหรือคัดค้าน

สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร หมายถึง หน่วยงานที่เป็นกลไกสำคัญ ในการสนับสนุนการปฏิบัติภารกิจของสภาผู้แทนราษฎร เนื่องจากเป็นหน่วยงานหลักสนับสนุน ส่งเสริม ช่วยเหลือ จัดการ ให้บริการในการทำงานของฝ่ายการเมือง การประสานงานกับหน่วยงาน ในภาคส่วนต่างๆ ที่เกี่ยวข้องต่อการดำเนินงานของสภาผู้แทนราษฎร

ยุคดิจิทัล หมายถึง เป็นยุคที่มีความก้าวหน้าของเทคโนโลยีอย่างครบครัน และมี Artificial Intelligence (AI) คือ ปัญญาประดิษฐ์ ซึ่งเป็นโปรแกรมที่ถูกเขียนและพัฒนาให้มีความฉลาด มีความสามารถคิด วิเคราะห์ วางแผน และตัดสินใจได้ จากการประมวลผลของฐานข้อมูลขนาดใหญ่ และยังสามารถดัดแปลงการประมวลผล ประยุกต์ ให้เป็นไปตามสถานการณ์ต่างๆ มีการเพิ่มศักยภาพในการประดิษฐ์ของมนุษย์ เพื่อข้ามขีดจำกัดต่างๆ ทั้งนี้ สำนักประชาสัมพันธ์ สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎรได้มีการปรับกลยุทธ์ในการประชาสัมพันธ์ให้สอดคล้องกับ ยุทธศาสตร์สำนักงานฯ และนโยบายของรัฐบาลที่จะเป็นรัฐบาล 4.0 โดยการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล มาสนับสนุนการปฏิบัติงานของบุคลากรในการจัดทำข้อมูลเนื้อหา (Content) และประชาสัมพันธ์ ผ่านช่องทางออนไลน์ในรูปแบบต่างๆ เช่น Facebook แอปพลิเคชันไลน์ และเว็บไซต์ เพื่อให้การประชาสัมพันธ์ของสำนักงานฯ เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด

.....

ประวัติผู้ศึกษา

ชื่อ-สกุล	นางสาวกฤติญา สุขระบุตร
ตำแหน่งปัจจุบัน	วิทยากรชำนาญการพิเศษ
คุณวุฒิการศึกษา	MSc. In Project Planning and Management, University of Bradford, UK รัฐประศาสนศาสตร์มหาบัณฑิต สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ (นิด้า) วิทยาศาสตร์บัณฑิต (ภูมิศาสตร์) มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
ชื่อหน่วยงาน	สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร
สถานที่ติดต่อ	กลุ่มงานเผยแพร่ประชาธิปไตยและกิจกรรมสภาผู้แทนราษฎร สำนักประชาสัมพันธ์ สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร 1111 ถนนสามเสน แขวงถนนนครไชยศรี เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร 10300
หมายเลขโทรศัพท์	ที่ทำงาน : 0-2242-5900 ต่อ 5494 โทรศัพท์เคลื่อนที่ : 094-956-2241
ชื่อ-สกุล	นางสาวจิรวดี บุขราคม
ตำแหน่งปัจจุบัน	นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการพิเศษ
คุณวุฒิการศึกษา	วารสารศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ บริหารธุรกิจบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ชื่อหน่วยงาน	สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร
สถานที่ติดต่อ	กลุ่มงานสื่อมวลชน สำนักประชาสัมพันธ์ สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร 1111 ถนนสามเสน แขวงถนนนครไชยศรี เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร 10300
หมายเลขโทรศัพท์	ที่ทำงาน : 0-2242-5900 ต่อ 5461-2 โทรศัพท์เคลื่อนที่ : 081-268-2774

ชื่อ - สกุล	นายชัยรัตน์ ทาริยา
ตำแหน่งปัจจุบัน	นักวิชาโสตทัศนศึกษาชำนาญการพิเศษ
คุณวุฒิการศึกษา	ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการศึกษา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ชื่อหน่วยงาน	ศิลปศาสตรบัณฑิต โปรรแกรมวิชานิเทศศาสตร์ (เกียรตินิยมอันดับ 2) สถาบันราชภัฏสวนดุสิต
สถานที่ติดต่อ	สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร กลุ่มงานโสตทัศนูปกรณ์ สำนักประชาสัมพันธ์ สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร 1111 ถนนสามเสน แขวงถนนนครไชยศรี เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร 10300
หมายเลขโทรศัพท์	ที่ทำงาน : 0-2242-5900 ต่อ 5471 โทรศัพท์เคลื่อนที่ : 086-336-4426
ชื่อ-สกุล	นางสาวณัฐาศิริ สุขภาพ
ตำแหน่งปัจจุบัน	นักวิชาการโสตทัศนศึกษาชำนาญการพิเศษ
คุณวุฒิการศึกษา	วารสารศาสตรมหาบัณฑิต (สื่อสารมวลชน) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ชื่อหน่วยงาน	วารสารศาสตรบัณฑิต (ภาพยนตร์และภาพถ่าย) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
สถานที่ติดต่อ	สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร กลุ่มงานโสตทัศนูปกรณ์ สำนักประชาสัมพันธ์ สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร 1111 ถนนสามเสน แขวงถนนนครไชยศรี เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร 10300
หมายเลขโทรศัพท์	ที่ทำงาน : 0-2242-5900 ต่อ 5471 โทรศัพท์เคลื่อนที่ : 081-902-3789

ชื่อ-สกุล	นางสาวธิราวดี ธนะรังสฤษฎ์
ตำแหน่งปัจจุบัน	นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการพิเศษ
คุณวุฒิการศึกษา	วารสารศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ บริหารธุรกิจบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ชื่อหน่วยงาน	สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร
สถานที่ติดต่อ	กลุ่มงานสารนิเทศ สำนักประชาสัมพันธ์ สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร 1111 ถนนสามเสน แขวงถนนนครไชยศรี เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร 10300
หมายเลขโทรศัพท์	ที่ทำงาน : 0-2242-5900 ต่อ 5454 โทรศัพท์เคลื่อนที่ : 089-983-1763
ชื่อ-สกุล	นางสาวรุ่งทิพย์ ตียนนัทสุชา
ตำแหน่งปัจจุบัน	นักวิชาการโสตทัศนศึกษาชำนาญการพิเศษ
คุณวุฒิการศึกษา	ศิลปศาสตรบัณฑิต (นิเทศศาสตร์) มหาวิทยาลัยบ้านสมเด็จเจ้าพระยา
ชื่อหน่วยงาน	สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร
สถานที่ติดต่อ	กลุ่มงานสารนิเทศ สำนักประชาสัมพันธ์ สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร 1111 ถนนสามเสน แขวงถนนนครไชยศรี เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร 10300
หมายเลขโทรศัพท์	ที่ทำงาน : 0-2242-5900 ต่อ 5454 โทรศัพท์เคลื่อนที่ : 089-228-8862

ชื่อ - สกุล	นางสุประวีณ์ มีมา วชิรไตรภพ
ตำแหน่งปัจจุบัน	นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการพิเศษ
คุณวุฒิการศึกษา	ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (รัฐประศาสนศาสตร์) มหาวิทยาลัยรามคำแหง การศึกษามหาบัณฑิต (จิตวิทยาให้คำปรึกษา) มหาวิทยาลัยมหาสารคาม วิทยาศาสตร์บัณฑิต (สังคมวิทยาและมานุษยวิทยา) มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
ชื่อหน่วยงาน	สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร
สถานที่ติดต่อ	กลุ่มงานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์และกิจกรรมสภาผู้แทนราษฎร สำนักประชาสัมพันธ์ สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร 1111 ถนนสามเสน แขวงถนนนครไชยศรี เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร 10300
หมายเลขโทรศัพท์	ที่ทำงาน : 0-2242-5900 ต่อ 5491 – 4 โทรศัพท์เคลื่อนที่ : 089-189-5119
ชื่อ - สกุล	นางสุวรรณา มารีนี
ตำแหน่งปัจจุบัน	นักประชาสัมพันธ์ ระดับชำนาญการพิเศษ
คุณวุฒิการศึกษา	นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีปทุม นิเทศศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ชื่อหน่วยงาน	สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร
สถานที่ติดต่อ	กลุ่มงานสื่อมวลชน สำนักประชาสัมพันธ์ สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร 1111 ถนนสามเสน แขวงถนนนครไชยศรี เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร 10300
หมายเลขโทรศัพท์	ที่ทำงาน : 0 2242 5900 ต่อ 5461-2 โทรศัพท์เคลื่อนที่ : 084-545- 4939

