

การประชาสัมพันธ์เชิงรุกเพื่อการประชาสัมพันธ์องค์กร



จัดทำโดย
สำนักประชาสัมพันธ์
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๐

คำนำ

การประชาสัมพันธ์องค์กร มีบทบาทและความสำคัญอย่างยิ่งในยุคเทคโนโลยีดิจิทัลปัจจุบัน ทั้งการให้ข้อมูลข่าวสาร ให้ข้อเท็จจริงเกี่ยวกับองค์กรในแง่มุมต่าง ๆ เพื่อให้ประชาชนเกิดการรับรู้ การเป็นที่รู้จัก ได้รับความเชื่อมั่น ไว้วางใจ ตลอดจนการให้ความร่วมมือและการได้รับสนับสนุนจากประชาชน สำนักประชาสัมพันธ์ในฐานะสำนักที่มีหน้าที่เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ภารกิจและผลงานด้านต่าง ๆ ของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งชาติ คณะกรรมการ และสำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา จึงได้ศึกษากลยุทธ์ด้านการประชาสัมพันธ์เชิงรุก เพื่อใช้ในการปฏิบัติงานให้เกิดผลสำเร็จและเกิดประสิทธิภาพสูงสุด ผนวกกับการนำเทคโนโลยีการสื่อสารที่ใช้งานบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตหรือ “สื่อสังคมออนไลน์” เข้ามาประยุกต์ใช้ในการสนับสนุนงานด้านการประชาสัมพันธ์องค์กรให้มากขึ้น ทั้งนี้ เพื่อสร้างจุดได้เปรียบให้กับองค์กร เนื่องจากสามารถลดต้นทุน ลดระยะเวลาในการติดต่อสื่อสาร อีกทั้งยังสามารถเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ไปยังกลุ่มเป้าหมายได้เป็นจำนวนมาก สะดวก รวดเร็ว และทันต่อสถานการณ์ เพื่อให้สาธารณชนทั่วไปได้รับทราบอย่างทันทั่วถึง

สำนักประชาสัมพันธ์ จึงเล็งเห็นความสำคัญของการประชาสัมพันธ์เชิงรุก ซึ่งได้เสริมสร้างประสิทธิภาพในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ภารกิจและผลการดำเนินงานด้านต่าง ๆ ขององค์กรได้เป็นอย่างดี โดยจัดทำเป็นองค์ความรู้เกี่ยวกับ “**การประชาสัมพันธ์เชิงรุกเพื่อการประชาสัมพันธ์องค์กร**” เพื่อเผยแพร่ให้แก่ผู้ที่สนใจสามารถเข้ามาศึกษาเรียนรู้เกี่ยวกับทฤษฎีการประชาสัมพันธ์เชิงรุก เทคนิคการจัดทำแผนประชาสัมพันธ์เชิงรุก ตลอดจนองค์ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีสมัยใหม่ด้านสื่อสังคมออนไลน์ เช่น เทคนิควิธีการทำ Content Line หรือ Line@ การจัดทำอินโฟกราฟิกส์การแถลงข่าวของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งชาติ การจัดทำคลิป VDO เพื่อการประชาสัมพันธ์ในสื่อออนไลน์ การจัดทำเฟซบุ๊ก “สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งชาติ” เป็นต้น

สำนักประชาสัมพันธ์หวังเป็นอย่างยิ่งว่า องค์ความรู้เกี่ยวกับ “**การประชาสัมพันธ์เชิงรุกเพื่อการประชาสัมพันธ์องค์กร**” ฉบับนี้ จะเป็นประโยชน์แก่บุคลากรของสำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา สามารถนำไปประยุกต์ใช้ และร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการประชาสัมพันธ์องค์กรให้มีประสิทธิภาพและเป็นที่รู้จักของสาธารณชนต่อไป

สำนักประชาสัมพันธ์

สารบัญ

| หัวข้อ | หน้า |
|--|------|
| ส่วนที่ ๑ ส่วนนำ | |
| ๑. สรุปสาระสำคัญ | ๑ |
| ๑.๑ ความสำคัญของงานประชาสัมพันธ์องค์กร | ๑ |
| ๑.๒ วัตถุประสงค์ | ๓ |
| ส่วนที่ ๒ ส่วนเนื้อหา | ๔ |
| ๒. ส่วนเนื้อหา | ๔ |
| ๒.๑ บทนำ/หลักการและเหตุผล | ๔ |
| ๒.๒ รายละเอียดเนื้อหา | ๕ |
| ๒.๓ บทสรุป | ๔๔ |
| ๒.๔ ประโยชน์จากการจัดทำองค์ความรู้ | ๔๕ |
| ๒.๕ ปัญหาและอุปสรรค | ๔๕ |
| ๒.๖ ข้อเสนอแนะ | ๔๕ |
| บรรณานุกรม | |

สารบัญตาราง

| ตารางที่ | | หน้า |
|----------|--|------|
| ๑ | แสดงข้อมูลการปฏิบัติงานของกลุ่มงานบริหารทั่วไปและพิธีการ | ๑๒ |
| ๒ | ช่องทางการติดต่อ/ประสานงานและข้อมูลนำส่ง | ๑๔ |
| ๓ | แสดงรายละเอียดการส่งข้อมูลในแต่ละกลุ่ม | ๑๙ |

สารบัญภาพ

| ภาพที่ | | หน้า |
|--------|---|------|
| ๑ | แผนประชาสัมพันธ์เชิงรุกของสภานิติบัญญัติแห่งชาติ | ๒ |
| ๒ | แสดงภาพรวมของการประชาสัมพันธ์เชิงรุกเพื่อการประชาสัมพันธ์องค์กร | ๑๑ |
| ๓ | แสดงขั้นตอนการส่ง Line@ ของกลุ่มงานสารสนเทศและศูนย์บริการ (Call Center) วุฒิสภา | ๒๑ |
| ๔ | ตัวอย่างข้อความที่ดำเนินการจัดส่ง | ๒๒ |
| ๕ | ขั้นตอนการจัดทำแผนภาพประชาสัมพันธ์ (Infographic) | ๒๕ |
| ๖ | ตัวอย่างแผนภาพประชาสัมพันธ์ (Infographic) | ๒๖ |
| ๗ | การเลือกใช้สีตามทฤษฎีสี | ๒๙ |
| ๘ | แสดงขั้นตอนการผลิตรายการ | ๓๒ |
| ๙ | ภาพพื้นหลังเขากทะเลและมโนราห์ | ๓๓ |
| ๑๐ | ภาพผู้นำเสนอรายการบนฉากพื้นหลังสีเขียว ซ้อนทับบนภาพพื้นหลังเขากทะเลและมโนราห์ | ๓๓ |
| ๑๑ | QR Code ตัวอย่างงานสำเร็จโดยใช้เทคนิคการซ้อนภาพ Chroma Key | ๓๔ |
| ๑๒ | แสดงขั้นตอนการจัดทำเฟซบุ๊ก(Facebook) “สภานิติบัญญัติแห่งชาติ” | ๓๕ |
| ๑๓ | ตัวอย่างข่าว | ๓๖ |
| ๑๔ | ตัวอย่างข้อเขียน | ๓๗ |
| ๑๕ | ตัวอย่างเอกสารข่าว | ๓๗ |
| ๑๖ | ตัวอย่างคลิปวิดีโอ | ๓๗ |
| ๑๗ | ตัวอย่าง Infographic/Banner/การโต้ตอบ | ๓๘ |
| ๑๘ | ตัวอย่าง Facebook Live | ๓๙ |
| ๑๙ | ตัวอย่างภาพการ Link/URL | ๓๙ |
| ๒๐ | ภาพจากแหล่งข้อมูลอื่น ๆ | ๔๐ |
| ๒๑ | หน้า Wall เฟซบุ๊ก (Facebook) ชื่อ “สภาจำลองสภานิติบัญญัติแห่งชาติ” | ๔๑ |
| ๒๒ | ตัวอย่างการแจ้งข้อมูลข่าวสาร | ๔๒ |
| ๒๓ | ตัวอย่างภาพข้อคิด คำคม | ๔๒ |
| ๒๔ | ตัวอย่างภาพ Clip VDO กิจกรรม | ๔๓ |
| ๒๕ | ตัวอย่างภาพกิจกรรมเครือข่าย | ๔๓ |
| ๒๖ | Line กลุ่ม “เครือข่าย” | ๔๔ |

การประชาสัมพันธ์เชิงรุกเพื่อการประชาสัมพันธ์องค์กร

ส่วนที่ ๑ ส่วนนำ

๑. สรุปสาระสำคัญ

๑.๑ ความสำคัญของงานประชาสัมพันธ์องค์กร

สาระสำคัญของงานประชาสัมพันธ์องค์กร คือ การให้ข้อมูลข่าวสาร ให้ข้อเท็จจริงเกี่ยวกับองค์กรในแง่มุมต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการรับรู้บทบาทอำนาจหน้าที่ขององค์กรฝ่ายนิติบัญญัติ การปฏิบัติงานของสภานิติบัญญัติแห่งชาติ และสำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา ปฏิบัติหน้าที่สำนักงานเลขาธิการสภานิติบัญญัติแห่งชาติ ทั้งนี้ มีจุดมุ่งหมายเพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้อง เกิดทัศนคติที่ดี จนนำไปสู่ความสัมพันธ์/การมีส่วนร่วมที่ยั่งยืนกับประชาชนและสาธารณชนทั่วไป

สำหรับกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์นั้น โดยทั่วไปมี ๒ กลยุทธ์หลัก ได้แก่

๑) กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เชิงรุก (Proactive Public Relations) หมายถึง การทำการประชาสัมพันธ์ล่วงหน้า ก่อนที่จะมีผลกระทบบางอย่างเกิดขึ้น กิจกรรมที่อยู่ภายใต้กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เชิงรุก อาทิ การจัดแถลงข่าว การส่งข่าวแจก การจัดกิจกรรมพิเศษ เป็นต้น

๒) กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เชิงรับ (Reactive Public Relations) เป็นการประชาสัมพันธ์ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อแก้ไขความเข้าใจผิดระหว่างองค์กร รวมถึงการปกป้องชื่อเสียงขององค์กรไม่ให้เกิดความเสียหายขึ้น

สำหรับแผนปฏิบัติการการจัดการความรู้และระบบการเรียนรู้ของสำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๐ สำนักประชาสัมพันธ์ได้นำกลยุทธ์ด้าน “การประชาสัมพันธ์เชิงรุกเพื่อการประชาสัมพันธ์องค์กร” มาจัดทำเป็นองค์ความรู้ เพื่อใช้ในการปฏิบัติงานขององค์กรให้เกิดผลสำเร็จและมีประสิทธิภาพสูงสุด ผนวกกับการนำเทคโนโลยีการสื่อสารที่ใช้งานบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตหรือ “สื่อสังคมออนไลน์” เข้ามาประยุกต์ใช้ในการสนับสนุนงานขององค์กรให้มากขึ้น ทั้งนี้ เพื่อสร้างจุดได้เปรียบให้กับองค์กร เนื่องจากสามารถลดต้นทุน ลดระยะเวลาในการติดต่อสื่อสาร อีกทั้งยังสามารถเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ไปยังกลุ่มเป้าหมายได้เป็นจำนวนมาก สะดวก รวดเร็ว และทันต่อสถานการณ์ ซึ่งสอดคล้องกับแผนประชาสัมพันธ์เชิงรุกของสภานิติบัญญัติแห่งชาติ ดังภาพที่ ๑

ภาพที่ ๑ แผนประชาสัมพันธ์เชิงรุกของสภานิติบัญญัติแห่งชาติ



ดังนั้น เพื่อเป็นการเสริมสร้างประสิทธิภาพในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ภารกิจและผลงานต่าง ๆ ของสภานิติบัญญัติแห่งชาติ คณะกรรมการ และสำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา สำนักประชาสัมพันธ์ จึงได้ทำการประชาสัมพันธ์เชิงรุกเสริมกับภารกิจหลักของแต่ละกลุ่มงานฯ ดังนี้

- ๑) กลุ่มงานบริหารทั่วไปและพิธีการ จัดทำการแจ้งข้อมูลข่าวสารแบบกระชับ ฉับไว
- ๒) กลุ่มงานสารสนเทศและศูนย์บริการ (Call Center) วุฒิสภา จัดทำ Content Line (Line@)
- ๓) กลุ่มงานสื่อมวลชน จัดทำ Infographic
- ๔) กลุ่มงานโสตทัศนูปกรณ์ จัดทำคลิป VDO เพื่อการประชาสัมพันธ์ในสื่อออนไลน์
- ๕) กลุ่มงานผลิตเอกสารเผยแพร่ จัดทำเฟซบุ๊ก (Facebook) ชื่อ “สภานิติบัญญัติแห่งชาติ”
- ๖) กลุ่มงานเผยแพร่ประชาธิปไตยและกิจกรรมวุฒิสภา จัดทำเฟซบุ๊ก (Facebook) ชื่อ “สภาจำลองสภานิติบัญญัติแห่งชาติ”

๑.๒ วัตถุประสงค์

๑.๒.๑ เพื่อเพิ่มพูนองค์ความรู้ใหม่ให้กับบุคลากรภายในสำนักงาน และบุคลากร
ผู้ที่เกี่ยวข้องทั่วไป

๑.๒.๒ เพื่อเป็นการทำการประชาสัมพันธ์ล่วงหน้าผ่านไปยังช่องทางสื่อต่าง ๆ
เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารอย่างทันท่วงที หรือเพื่อป้องกันผลกระทบบางอย่างที่
อาจเกิดขึ้นได้ในอนาคต

ส่วนที่ ๒ ส่วนเนื้อหา

๒. เนื้อหา

๒.๑ บทนำ/หลักการและเหตุผล

สำนักประชาสัมพันธ์ มีบทบาทหน้าที่ในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ภารกิจและผลงานต่าง ๆ ของสภานิติบัญญัติแห่งชาติ คณะกรรมาธิการ และสำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา เพื่อให้สาธารณชนทั่วไปได้รับทราบ โดยมี ๖ กลุ่มงาน ซึ่งมีหน้าที่ปฏิบัติงานในแต่ละด้านอย่างบูรณาการร่วมกัน เพื่อตอบสนองให้ภารกิจขององค์กรและสำนักงานฯ บรรลุตามวัตถุประสงค์ ได้แก่

๑) กลุ่มงานบริหารทั่วไปและพิธีการ มีหน้าที่รับผิดชอบงานด้านรัฐพิธีและพิธีการต่าง ๆ ดำเนินการเกี่ยวกับงานสารบรรณและธุรการทั่วไปของสำนัก รวมถึงประสานงานและอำนวยความสะดวกงานด้านรัฐพิธีและพิธีการต่าง ๆ

๒) กลุ่มงานสารสนเทศและศูนย์บริการ (Call Center) วุฒิสภา มีหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการให้การต้อนรับ รับรองอำนวยความสะดวก ให้คำแนะนำในข้อมูลรายละเอียดต่าง ๆ ขององค์กร

๓) กลุ่มงานสื่อมวลชน มีหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการตรวจสอบ ติดตาม ประมวลผล วิเคราะห์ เสนอแนะ ประสานงานและอำนวยความสะดวกกับสื่อมวลชน รวมถึงเผยแพร่ข่าวสารและภาพบุคคลสำคัญขององค์กรไปสู่สาธารณชนให้ได้รับทราบ

๔) กลุ่มงานโสตทัศนูปกรณ์ มีหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการจัดหา ควบคุมดูแลรักษา ติดตั้งเครื่องมืออุปกรณ์โสตทัศนูปกรณ์เพื่อให้การประชุมหรือการสัมมนาขององค์กรเป็นไปอย่างราบรื่น

๕) กลุ่มงานผลิตเอกสารเผยแพร่ มีหน้าที่รับผิดชอบด้านการผลิตเอกสารและสื่อสิ่งพิมพ์

๖) กลุ่มงานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์และกิจกรรมวุฒิสภาภูมิภาค มีหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการจัดโครงการ การสัมมนา เสวนา การจัดนิทรรศการ การอภิปราย เพื่อเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับระบอบประชาธิปไตยและสิทธิของประชาชนตามรัฐธรรมนูญฯ ไปสู่นักเรียน นิสิต นักศึกษา สถาบันการเมือง ส่วนราชการและเอกชน รวมถึงประชาชนในพื้นที่จังหวัดต่าง ๆ ทั่วประเทศ

สำหรับแผนปฏิบัติการการจัดการความรู้และระบบการเรียนรู้ของสำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๐ นอกเหนือจากภารกิจหลักแล้ว สำนักประชาสัมพันธ์ได้นำกลยุทธ์ด้านการประชาสัมพันธ์เชิงรุกมาใช้ในการปฏิบัติงาน เพื่อให้การประชาสัมพันธ์เกิดผลสำเร็จและมีประสิทธิภาพสูงสุด ประกอบกับในปัจจุบันเทคโนโลยีการสื่อสารมีการเปลี่ยนแปลงไปสู่ยุคของเทคโนโลยีดิจิทัล ส่งผลให้การติดต่อสื่อสารเต็มไปด้วยความสะดวกรวดเร็วมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการติดตามข้อมูลข่าวสารผ่านทางอินเทอร์เน็ตและ

สมาร์ทโฟน ผู้ใช้งานสามารถรับทราบข้อมูลข่าวสารได้แบบไม่มีขีดจำกัด ทั้งในด้านระยะเวลา และสถานที่

ด้วยเหตุนี้ สำนักประชาสัมพันธ์ จึงได้นำเทคโนโลยีสารสนเทศสมัยใหม่ทางด้านสื่อสังคมออนไลน์มาสนับสนุนงานการประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างจุดได้เปรียบให้กับองค์กร เนื่องจากสามารถลดต้นทุน ลดระยะเวลาในการติดต่อสื่อสาร อีกทั้งยังสามารถเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ไปยังกลุ่มเป้าหมายได้เป็นจำนวนมาก สะดวก รวดเร็ว และทันต่อสถานการณ์

ดังนั้น เพื่อเป็นการเสริมสร้างประสิทธิภาพในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ภารกิจและผลงานต่าง ๆ ของสภานิติบัญญัติแห่งชาติ คณะกรรมการ และสำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา สำนักประชาสัมพันธ์ จึงได้จัดให้มีการจัดทำองค์ความรู้เรื่อง “การประชาสัมพันธ์เชิงรุกเพื่อการประชาสัมพันธ์องค์กร” ขึ้น ในปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๐ นี้

๒.๒ รายละเอียดเนื้อหา

สำหรับ “การประชาสัมพันธ์เชิงรุกเพื่อการประชาสัมพันธ์องค์กร” สำนักประชาสัมพันธ์ ได้ทำการศึกษา สืบค้น และนำแนวคิดที่เกี่ยวข้องมาประกอบความรู้ความเข้าใจ ดังนี้

๒.๒.๑ แนวความคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์เชิงรุก (Proactive Public Relation)

ความหมายของการประชาสัมพันธ์เชิงรุก

นายธีระพงษ์ โสตาศรี (ม.ป.ป.) ได้ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์เชิงรุก (Pro-Active Public Relation) ว่าหมายถึง การประชาสัมพันธ์ที่มีการชี้แจงและให้ความรู้ ความเข้าใจกับกลุ่มเป้าหมายโดยตรง โดยมีการวางแผนไว้ล่วงหน้าก่อนที่จะมีกิจกรรมหรือเหตุการณ์ใด เพื่อให้เกิดความยอมรับและความร่วมมือ

ธีรพันธ์ โล่ห์ทองคำ (๒๕๔๙) ได้ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์เชิงรุก Aggressive Public Relation (APR) ว่า เป็นการมุ่งสร้างโอกาสทางการให้ข้อมูลข่าวสารเพื่อสร้างชื่อเสียง และภาพลักษณ์ขององค์กร

สรุปในภาพรวมของการประชาสัมพันธ์เชิงรุก หมายถึง การประชาสัมพันธ์ที่มีการชี้แจงและให้ความรู้ ความเข้าใจกับกลุ่มเป้าหมายโดยตรง โดยมีการวางแผนไว้ล่วงหน้าก่อนที่จะมีกิจกรรมหรือเหตุการณ์ใด เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเกิดการรับรู้ล่วงหน้า เกิดการยอมรับและความร่วมมือกับองค์กร

ภาวการณ์ในปัจจุบัน การประชาสัมพันธ์เชิงรุกมีความจำเป็นอย่างมาก โดยประโยชน์ของการประชาสัมพันธ์เชิงรุก สามารถแบ่งออกได้เป็น

มากขึ้น

๑) ทำให้เกิดความไว้วางใจ เชื่อถือและศรัทธาในกิจกรรมและองค์กร
 ๒) ช่วยสร้างทัศนคติในเชิงบวกอันเป็นผลประโยชน์ต่อการดำเนินการ
 ๓) ช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและขจัดความรู้สึกเชิงลบให้กับกิจการ
 และองค์กร

๔) ช่วยให้การประชาสัมพันธ์มีประสิทธิภาพเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย
 ลดการสูญเปล่าและความสับสน

๕) สามารถสร้างการรับรู้และมีอิทธิพลเหนือความคิดของกลุ่มเป้าหมาย
 โดยอาศัยจุดยืน และบุคลิกภาพขององค์กรเป็นหลักในการสื่อสารเนื้อหาไปยังกลุ่มเป้าหมาย
 (ธีรพันธ์ โล่ห์ทองคำ, ๒๕๔๙)

นอกจากนี้ การประชาสัมพันธ์เชิงรุกจำเป็นต้องมีการกำหนดยุทธศาสตร์
 และกลยุทธ์ในการดำเนินการประชาสัมพันธ์เชิงรุกที่เหมาะสม ดังนี้

ยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์เชิงรุก ประกอบด้วยยุทธศาสตร์ที่สำคัญ
 ๔ ประการ คือ

๑) ยุทธศาสตร์การเผยแพร่ข่าวสาร ประกอบด้วย
 ๑.๑ มีการวางแผนปฏิบัติการประชาสัมพันธ์
 ๑.๒ เน้นความชัดเจนของการกำหนดวิธีการต่างๆ
 ๑.๓ ดำเนินยุทธวิธีตามแผนให้ครบถ้วน

๒) ยุทธศาสตร์การชักจูงใจ ประกอบด้วย
 ๒.๑ การกำหนดแผน หรือวิธีการที่จะจูงใจประชาชนกลุ่มเป้าหมาย
 ให้เห็นพ้องกับเนื้อหาที่นำไปประชาสัมพันธ์อย่างเป็นขั้นตอน
 ๒.๒ นำข่าวสารให้ถึงผู้รับสารกลุ่มเป้าหมายโดยตรงแบบเผชิญหน้า
 (Face to Face)

๓) ยุทธศาสตร์การจัดองค์การ เป็นการกำหนดตัวบุคคลทำงาน โดยต้องใช้
 บุคลากรที่มีคุณสมบัติดังนี้

การประชาสัมพันธ์

๓.๑ เป็นนักประชาสัมพันธ์ที่แท้จริง เป็นผู้ชำนาญในวิชาชีพ
 ๓.๒ มีภูมิปัญญา
 ๓.๓ มีความรับผิดชอบ
 ๓.๔ มีความรอบรู้ในงานหลายสาขาวิชาชีพ
 ๓.๕ มีความอดทน เสียสละ มานะ สู้งาน
 ๓.๖ มีจรรยาบรรณ
 ๓.๗ ไม่หวั่นต่อปัญหา

๔) ยุทธศาสตร์การไตร่ตรอง เป็นการทบทวนและพิจารณาการดำเนินการ ประชาสัมพันธ์ที่ดำเนินไปแล้ว เพื่อจะได้ปรับแผนหรือแก้ไขปัญหาให้สอดคล้องกับเหตุการณ์ที่กำลังเผชิญอยู่ได้ทัน่วงที

๒.๒.๒ เทคนิคการกำหนดประเด็นเพื่อจัดทำแผน/โครงการประชาสัมพันธ์ เชิงรุก

การกำหนดประเด็นเพื่อจัดทำแผน/โครงการถืออีกภารกิจหนึ่งที่สำคัญต่อ งานด้านประชาสัมพันธ์ สืบเนื่องจากการวิเคราะห์ SWOT เพื่อรู้เขารู้เราเกี่ยวกับองค์กรและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแล้ว ยังต้องนำสภาพการณ์ทางสังคมในแง่มุมต่างๆ มาใช้ในการพิจารณา เพื่อหา แนวทางการประชาสัมพันธ์เชิงรุกที่ได้ผลต่อสถานการณ์หรือนโยบายที่วางไว้ โดย นักประชาสัมพันธ์สามารถนำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ดังกล่าว มาตรวจสอบและเพื่อกำหนด ทิศทางของการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบของประเด็นแผน/โครงการโดยอาศัยหลักการออกแบบ ประเด็นแผน/โครงการ ๕ ประการ คือ (นพดล วคินสุนทร, ๒๕๕๓)

๑) การกำหนดเป้าหมาย (Goal) ของประเด็น ซึ่งเป็นการปัดธงว่าจะมี ทิศทางและวัตถุประสงค์ในการประชาสัมพันธ์ครั้งนี้ไปในแบบใด โดยประเด็นที่จะตั้งขึ้นอาจต้อง อาศัยข้อมูลแวดล้อมต่างๆ มาช่วยคิดและยังต้องคำนึงถึงโครงสร้างองค์กร นโยบายองค์กร วัฒนธรรมองค์กรประเภทสินค้าและบริการงบประมาณ ฯลฯ ว่ามีความสอดคล้องมากน้อย เพียงใด ดังนั้นเป้าหมายจะเป็นตัวกำหนดประเด็น และประเด็นจะเป็นตัวกำหนดรูปแบบและ วิธีการต่อไปตามลำดับ โดยทั้งหมดที่กล่าวมานี้จะต้องเป็นสายธารเดียวกัน เพราะทุก ๆ กิจกรรมการประชาสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นต้องเป็นไปในเสียงเดียวกัน (One Voice) เพื่อตอบสนอง เป้าหมายที่ตั้งไว้

๒) ที่ปรึกษาโครงการ (Coach) ในการดำเนินโครงการไม่ว่าจะเป็น โครงการเล็กใหญ่ปัจจัยแห่งความสำเร็จที่ขาดไม่ได้คือ การมีที่ปรึกษาคอยให้คำแนะนำและช่วย คิดวางแผนกลยุทธ์โดยเฉพาะงานประชาสัมพันธ์ ซึ่งเป็นงานที่ต้องสื่อสารกับคนจำนวนมาก การมีที่ปรึกษาที่มีประสบการณ์จะช่วยให้หลีกเลี่ยงอุปสรรคปัญหาต่าง ๆ ได้มากขึ้น ที่ปรึกษา ในที่นี้ไม่ได้หมายถึง ผู้มีตำแหน่งใหญ่โตนั่งเพียงอย่างเดียว แต่ที่ปรึกษาควรจะเป็นผู้รู้จริง ในสถานการณ์ที่งานประชาสัมพันธ์กำลังจะเข้าไปยุ่งเกี่ยว ดังนั้น ที่ปรึกษาอาจมีหลายคน หลายแง่มุมก็ได้ และที่สำคัญคือที่ปรึกษาที่จะต้องไม่ทำให้องค์กรเปลี่ยนเป้าหมาย แต่ที่ปรึกษา จะต้องช่วยคิดวางแผนกลยุทธ์เพื่อตอบเป้าหมายในการประชาสัมพันธ์

๓) กลยุทธ์ (Strategy) คือ การตัดสินใจวางแผนอย่างมีระบบ มีทิศทาง มีกระบวนการทำงานที่ชัดเจน มีความสอดคล้องกับสภาพแวดล้อม เพื่อให้องค์กรสามารถดำรง อยู่ได้ในอนาคตโดยอาศัยการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจของทุกฝ่าย กลยุทธ์จึงเป็นสิ่งที่หน่วยงาน จะดำเนินการเพื่อให้บรรลุเป้าประสงค์ โดยกลยุทธ์นี้จะกำหนดขึ้นจากการพิจารณาปัจจัย แห่งความสำเร็จ (Critical Success Factors) เป็นสำคัญ กล่าวคือ ต้องพิจารณาว่าในการที่จะ

ทำให้บรรลุเป้าประสงค์ข้อหนึ่งๆ นั้นได้จำเป็นต้องมีปัจจัยใดบ้างที่มีผลต่อความสำเร็จ และจำเป็นต้องทำอะไร จึงจะไปสู่จุดนั้นได้

๔) การกำหนดแผนงาน (Plan) คือ การวางแผนที่มีการพิจารณาและกำหนดแนวทางปฏิบัติงานให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการ เปรียบเสมือนเป็นสะพานเชื่อมโยงระหว่างปัจจุบันและอนาคต เป็นการคาดการณ์สิ่งที่ยังไม่เกิดขึ้น ฉะนั้น การวางแผนงานด้านประชาสัมพันธ์จึงต้องกำหนดแนวทางปฏิบัติงานมีรากฐานการตัดสินใจตามเป้าหมายวัตถุประสงค์ กลยุทธ์ ที่วางเอาไว้ และต้องคาดคะเนถึงจุดเสี่ยงอย่างใช้ดุลพินิจ ดังนั้นการวางแผนจึงมีความเกี่ยวข้องกับการคาดการณ์ต่างๆ ในอนาคตและตัดสินใจแนวทางปฏิบัติที่ดีที่สุด โดยผ่านกระบวนการคิดก่อนทำ ฉะนั้นการประชาสัมพันธ์ที่ได้ผลจำเป็นต้องอาศัยความพยายามที่เป็นระบบ (Systematic Attempt) ในการตัดสินใจเลือกแนวทางปฏิบัติที่ดีที่สุด สำหรับการสื่อสารเพื่อให้องค์การบรรลุผลที่ตั้งไว้

๕) การสร้างเครือข่ายสัมพันธ์ (Network) หมายถึง การเชื่อมโยงกลุ่มของคนหรือกลุ่มองค์กรที่สมัครใจ ที่จะแลกเปลี่ยนข่าวสารร่วมกัน หรือทำกิจกรรมร่วมกัน โดยมีการจัดระเบียบโครงสร้างของคนในเครือข่ายด้วยความเป็นอิสระ เท่าเทียมกันภายใต้พื้นฐานของความเคารพสิทธิเชื่อถือเอื้ออาทรซึ่งกันและกัน โดยอาจมีการแลกเปลี่ยนผลประโยชน์ระหว่างกัน ดังนั้น เหตุผลหลักที่จะทำให้เครือข่ายเกิดขึ้นได้โดยสมัครใจก็คือ แต่ละฝ่ายมองเห็นประโยชน์ที่ตนจะได้รับจากการเข้าร่วมเครือข่าย ซึ่งจะนำไปสู่ความเต็มใจที่จะประสานกันหรือเข้าร่วมเป็นเครือข่าย หรือแนวคิดการรวมพลัง (Synergy) เป็นการผนึกกำลังในลักษณะที่มากกว่า $๑+๑ = ๒$ หมายความว่า การรวมพลังกันทำงานนำไปสู่ผลลัพธ์ที่มีคุณค่าหรือเข้มแข็งมากกว่าการที่แต่ละองค์กรจะทำงานโดยโดดเดี่ยว และองค์กรเครือข่ายมีการแบ่งงานกันทำ (Division of Labour) จะนำไปสู่การพึ่งพิงและขึ้นต่อกัน ดังนั้นการพัฒนาเครือข่ายต้องใช้เวลาในการบ่มเพาะความสัมพันธ์ ความศรัทธา ตลอดจนการสร้างกรอบทางความคิด เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร และการแก้ไขปัญหาร่วมกันอย่างสร้างสรรค์รวมทั้งการดำเนินการร่วมกันระหว่างองค์กร

๒.๒.๓ เทคนิคการกำหนดกลยุทธ์ในการประชาสัมพันธ์เชิงรุก

เทคนิคการกำหนดกลยุทธ์ในงานด้านประชาสัมพันธ์ ถูกยอมรับว่าเป็นส่วนผลักดันให้การสื่อสารองค์กรเกิดผลสำเร็จและมีประสิทธิภาพ ด้วยการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจด้านกลยุทธ์ของทุกฝ่าย ทั้งนี้ในการกำหนดกลยุทธ์ ยังจำเป็นต้องอาศัยปัจจัยแห่งความสำเร็จ (Critical Success Factors) มาเป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์เชิงรูปธรรม โดยมีปัจจัยที่สำคัญ ดังต่อไปนี้ (ธีระพงษ์ โสดาคร, ม.ป.ป.)

๑) Differentiation คือ การสร้างความแตกต่างให้เกิดขึ้นในองค์กรผ่านสิ่งต่าง ๆ ได้แก่ Product Service Personal Image ด้วยนักประชาสัมพันธ์มีหน้าที่นำเสนอข้อมูลในทางบวกที่เป็นจุดแข็งหรือข้อได้เปรียบขององค์กร เพื่อสร้างกิจกรรมการ

ประชาสัมพันธ์ที่มีเอกลักษณ์และโดดเด่นจนเป็นที่จดจำได้ถึงสิ่งที้องค์กรนั้นๆ กำลังอธิบายหรือให้ข้อมูลเพื่อสร้างความเข้าใจอันดีต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

๒) IMC (Integrated Marketing Communication) คือ การผสมผสานแนวทางการสื่อสารการตลาดทุกรูปแบบเพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ ได้แก่ Promotions Mix และ Marketing Mix ทั้งนี้เพื่อเป็นการบูรณาการสื่อให้เสนอข้อมูลข่าวสารไปในทิศทางเดียวกัน แต่ตอบสนองกลุ่มเป้าหมายได้หลายกลุ่มอย่างมีประสิทธิภาพ

๓) No Free Media คือแนวทางการประชาสัมพันธ์ที่สะท้อนถึงความ เป็นจริงทางการประชาสัมพันธ์ในยุคทุนนิยมที่การให้บริการแบบฟรี หรือข่าวประชาสัมพันธ์จะลดน้อยลง ดังนั้น องค์กรไม่ว่าจะเป็นเอกชนหรือส่วนราชการต้องเข้าใจก่อนว่า การดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์นั้นต้องมีค่าใช้จ่ายแน่นอน ถึงแม้ว่าบางครั้งเราอาจจะขอลงข่าวได้ฟรี แต่ในความเป็นจริง คือ ของดีไม่มีที่ไหนถูก ของถูกไม่มีที่ไหนดี และของฟรีไม่มีในโลก

๔) Social Marketing หรือ การตลาดเพื่อสังคม ที่มองว่า การประชาสัมพันธ์เชิงรุกยังจะต้องมีมุมมองในการให้ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการแก้ปัญหาสังคม เพราะการนำแนวทางการตลาดเพื่อสังคมมาใช้ในการประชาสัมพันธ์เชิงรุกจะช่วยให้ การสื่อสารและการทำกิจกรรมต่าง ๆ กับคนในสังคมทำได้โดยตรงเป้าหมาย ช่วยปลูกจิตสำนึกที่ดี และเพิ่มความยั้งคิดให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับองค์กรได้ในอีกมุมหนึ่งด้วย ในปัจจุบันส่วนของ องค์กรธุรกิจก็หันมาให้ความสนใจในเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility : CSR) กันมากขึ้นเรื่อย ๆ ซึ่งการแสดง ความรับผิดชอบต่อสังคมก็มีอยู่หลายวิธี เช่น การดูแลแหล่งน้ำ การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม การปลูกป่าและช่วยเหลือด้านการศึกษาให้กับ ผู้ด้อยโอกาส เป็นต้น

๕) Creativity การใช้ความคิดสร้างสรรค์ ถือเป็นกลยุทธ์ที่มีความสำคัญในทุกภาคส่วนของการบริหารงานองค์กร โดยเฉพาะการประชาสัมพันธ์เชิงรุกที่เป็น ประตูปิดทางสู่สาธารณชนที่มีหลากหลายความรู้สึกนึกคิด ความคิดสร้างสรรค์จึงเป็นกลยุทธ์ ที่มีบทบาทในการแก้ไขวิกฤตให้เป็นโอกาส ดังนั้น การพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ในงาน ประชาสัมพันธ์ จึงควรเริ่มจากการระดมความคิดจากเวทีการจัดการความรู้และการมีส่วนร่วม ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในองค์กร

๖) Marketing Mind การมีแนวความคิดด้านการตลาดสมัยใหม่ในงาน ประชาสัมพันธ์ ถึงแม้ว่าในบางองค์กรอาจจะมีข้อจำกัดในการบริหารจัดการ ทั้งปัญหาจาก วัฒนธรรมองค์กร โครงสร้างองค์กร อย่างเช่น ส่วนราชการที่มองว่าการทำหน้าที่เป็นสิ่งที่ต้องทำ ตามหน้าที่ แต่หากใช้มุมมองทางการตลาดเข้ามาใช้มากขึ้น ก็จะทำให้องค์กรเกิดทิศทางและ วัฒนธรรมองค์กรใหม่ ๆ ในการดำเนินการไปสู่การแข่งขัน เพื่อสร้างความพึงพอใจต่อผู้มีส่วนได้ ส่วนเสียกับทุกคนขององค์กร

๗) High Technology คือ การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศสมัยใหม่ ในงานด้านการประชาสัมพันธ์ สามารถสร้างจุดได้เปรียบให้กับองค์กร เพราะการนำเทคโนโลยี การสื่อสารข้อมูลมาใช้ในองค์กรจะเป็นการนำความรู้จากข้อมูลข่าวสารที่ได้รับมาสร้างทางเลือก ในการตัดสินใจในการดำเนินงานต่าง ๆ ส่งผลให้องค์กรสามารถลดต้นทุน ลดเวลาในการ ติดต่อสื่อสารส่งเสริมให้เกิดการใช้งานทรัพยากรร่วมกัน ซึ่งเหมาะกับสภาพขององค์กรที่ใน ปัจจุบันที่ต้องการการแข่งขันที่ค่อนข้างสูงโดยเฉพาะงานที่ต้องอาศัยความรวดเร็วในการให้ ข้อมูลเพื่อรายงาน หรืออธิบายชี้แจง ปัญหา หรือข่าวสารที่เกิดขึ้นขององค์กรไปยังผู้เกี่ยวข้องได้ อย่างทันทั่วถึงและตรงกลุ่มเป้าหมาย

๘) Database การมีฐานข้อมูลที่ทันสมัยและคล่องตัวในการเรียกใช้ ถือเป็นอีกกลยุทธ์ที่มีความสำคัญอย่างมากในงานด้านประชาสัมพันธ์ที่องค์กรจะต้องมีศูนย์เก็บ และบัญชาการข้อมูลเพื่อให้องค์กรสามารถดึงข้อมูลข่าวสารจากแหล่งเดียวกัน ทำให้เกิดความ แม่นยำและรวดเร็ว อีกทั้งสามารถเก็บข้อมูลไว้ใช้ในการจัดการความรู้ หรือใช้ข้อมูลเพื่อกำหนด ทิศทางการบริหารงานการสื่อสารองค์กรในวาระต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

๙) International PR คือ กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ยึดหลักความเป็นสากล เนื่องจากองค์กรทั้งภาครัฐและเอกชนในปัจจุบันล้วนตกอยู่ในฐานะสมาชิกของ พลเมืองในระดับประเทศและระดับโลกทั้งสิ้น การดำเนินกิจกรรมใด ๆ ขององค์กรย่อมถูกจับตา มองจากสังคมทั้งสิ้น อีกทั้งยังมีข้อกฎหมาย สนธิสัญญาหรือความเชื่อในแต่ละวัฒนธรรม ประเพณีต่าง ๆ มากมาย ทำให้การดำเนินงานจำเป็นจะต้องให้ความสำคัญกับหลักสากลที่ข้อมูล ข่าวสารต้องถูกเผยแพร่ไปสู่ระดับสากล ไม่ว่าจะเป็นภาษา เนื้อหา ภาพต่าง ๆ ที่ต้องคำนึงถึง ผลสะท้อนจากประชาคมโลกด้วยเช่น สิทธิมนุษยชน สิ่งแวดล้อม ศาสนา การเมืองต่าง ๆ เป็นต้น

๑๐) Lobbying คือ กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ที่อาศัยสายสัมพันธ์ ในทางที่ถูกต้องทั้งด้านกฎหมายและจริยธรรม หรือหากมองในแง่มุมการสื่อสารจะอธิบายได้ว่าการ Lobbying ดังกล่าว เป็นการสื่อสารเพื่อสร้างความร่วมมือหรือลดความขัดแย้ง ด้วยวิธีการ สื่อสารที่ไม่เป็นทางการหรือใช้การสื่อสารระหว่างบุคคล เพื่อสร้างฐานเครือข่ายในงานด้าน การประชาสัมพันธ์ ทำให้เกิดการเชื่อมโยงข้อมูล การแลกเปลี่ยนข้อมูล ทั้งนี้ยังสามารถสร้างความร่วมมือ และลดความขัดแย้งของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์กรได้เป็นอย่างดีด้วย

จากแนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์เชิงรุกข้างต้น สำนักประชาสัมพันธ์ได้นำ หลักการดังกล่าว มาปรับประยุกต์ใช้และบูรณาการงานให้เข้ากับแนวทางการปฏิบัติงานของ แต่ละกลุ่มงาน จากภารกิจหลักมาเสริมด้วยเทคนิคและกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เชิงรุก ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในทุกช่องทางให้มากขึ้น รวมถึงปรับเปลี่ยนวิธีการได้มาซึ่งข้อมูลข่าวสาร จากเดิมที่สืบค้นตามแหล่งข้อมูลต่าง ๆ หรือได้รับการแจ้งข่าวสารจากกลุ่มงานที่เกี่ยวข้อง มาเป็นการคาดการณ์ สืบค้น และวิเคราะห์สถานการณ์หรือเหตุการณ์ต่าง ๆ ขององค์กรที่มี แนวโน้มว่าจะเกิดขึ้นล่วงหน้า จากนั้นนำมาสรุปใจความสำคัญ เรียบเรียง จัดทำข้อมูลข่าวสาร

และนำเสนอในรูปแบบต่าง ๆ ตามแต่ละกลุ่มงานถนัด เพื่อให้ประชาชนและสาธารณชนทั่วไปได้รับรู้ สนใจและติดตามข่าวสารขององค์กรอย่างต่อเนื่อง โดยมีการปฏิบัติงานดังภาพที่ ๒

ภาพที่ ๒ แสดงภาพรวมของการประชาสัมพันธ์เชิงรุกเพื่อการประชาสัมพันธ์องค์กร



๑. กลุ่มงานบริหารทั่วไปและพิธีการ

การประสานงานแบบกระชับ ฉับไว

นอกเหนือจากภารกิจหลักของกลุ่มงานฯ ที่มีหน้าที่รับผิดชอบงานเกี่ยวกับงานสารบรรณ/งานธุรการทั่วไปของสำนักประชาสัมพันธ์แล้ว ยังมีหน้าที่ในการติดต่อ ประสานงาน และอำนวยความสะดวกงานทางด้านรัฐพิธีและพิธีการต่าง ๆ ดังตารางที่ ๑ ดังนี้

ตารางที่ ๑ แสดงข้อมูลการปฏิบัติงานของกลุ่มงานบริหารทั่วไปและพิธีการ

| ภารกิจ | ช่องทางการสื่อสาร/ ประสานงาน | รายละเอียดข้อมูล | หมายเหตุ |
|--|---|---|----------|
| <p>๑. พระราชพิธี เป็นงานที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ กำหนดไว้เป็นประจำ ตามราชประเพณี ก่อนถึงงานพระราชพิธี จะทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้มีหมายกำหนดการพระราชพิธีที่จะเสด็จพระราชดำเนินไปทรงปฏิบัติพระราชกรณียกิจ เช่น พระราชพิธีพืชมงคล พระราชพิธีจรดพระนังคัลแรกนาขวัญ เป็นต้น</p> <p>๒. รัฐพิธี เป็นงานที่รัฐบาลกราบบังคมทูลขอพระมหากษัตริย์คุณให้ทรงรับไว้เป็นงานรัฐพิธี มีหมายกำหนดการที่กำหนดไว้เป็นประจำ พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวจะเสด็จพระราชดำเนินไปทรงเป็นประธานหรือทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้มีผู้แทนพระองค์เสด็จพระราชดำเนินไปทรงเป็นประธาน เช่น รัฐพิธีวางพานพุ่ม/พวงมาลา (วันที่ระลึก/สวรรคต) และการเปิดประชุมรัฐสภาครั้งแรก เป็นต้น</p> | <p>๑. สมาชิกสภานิติบัญญัติแห่งชาติ</p> <p>- ทางโทรศัพท์</p> <p>- Line</p> <p>- หนังสือแจ้งด่วน (SMS/การแจ้งข้อมูล</p> <p>ด้านหน้าห้องประชุมใหญ่ ณ บริเวณชั้น ๒ อาคารรัฐสภา ๑)</p> <p>๒. ข้าราชการ</p> <p>- ทางโทรศัพท์</p> <p>- แจ้งเวียนผ่านทางระบบสารบรรณอิเล็กทรอนิกส์ของสำนักงาน (e-office)</p> <p>- ประกาศผ่านทางเสียงตามสาย</p> | <p>หมายกำหนดการ/กำหนดการต่าง ๆ</p> <p>๑. แจ้งวัน เวลา และสถานที่ที่ไปร่วมงาน</p> <p>๒. แจ้งเรื่องการแต่งกายให้เหมาะสมกับงาน</p> <p>๓. ประสานและติดต่อยานพาหนะเพื่ออำนวยความสะดวก (แจ้งเวลา/สถานที่ออกเดินทางทั้งไป-กลับ)</p> <p>๔) รายละเอียดอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง (ถ้ามี)</p> | |

ตารางที่ ๑ แสดงข้อมูลการปฏิบัติงานของกลุ่มงานบริหารทั่วไปและพิธีการ (ต่อ)

| ภารกิจ | ช่องทางการสื่อสาร/ ประสานงาน | รายละเอียดข้อมูล | หมายเหตุ |
|---|---------------------------------|------------------|----------|
| <p>๓. พิธี</p> <p>เป็นงานอื่น ๆ ที่ไม่ใช่งานพระราชพิธี/รัฐพิธี เช่น การขอเข้าเฝ้าฯ ถวายเงินฯ กิจกรรมวันก่อตั้งสำนักงานฯ การแสดงความยินดีเนื่องในโอกาสต่าง ๆ การเป็นเจ้าภาพสวดพระอภิธรรมศพ เป็นต้น</p> | | | |


โดยปกติแล้วจะมีหน่วยงานหรือองค์กรภายนอกจัดส่งรายละเอียดเกี่ยวกับพระราชพิธี รัฐพิธี หรือพิธีต่าง ๆ มาถึงสำนักงาน กลุ่มงานฯ ซึ่งมีหน้าที่ดูแลรับผิดชอบโดยตรงจะทำการลงบันทึกตารางการปฏิบัติงาน ประสานงานและติดต่อกับบุคลากร ไม่ว่าจะเป็สมาชิกสภานิติบัญญัติแห่งชาติ และข้าราชการที่เกี่ยวข้อง หรือที่เรียกว่า “เวรผลัด” ให้ได้รับทราบข้อมูลหมายกำหนดการ/กำหนดการต่าง ๆ รวมถึงบุคคลภายนอกองค์กร เช่น สำนักพระราชวัง ผู้ติดตามสมาชิกสภานิติบัญญัติแห่งชาติ เป็นต้น เพื่อเตรียมความพร้อมในการปฏิบัติงานนั้น ๆ ให้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

การปฏิบัติงานดังกล่าว จำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องมีการติดต่อสื่อสารที่กระชับ ฉับไว ข้อมูลข่าวสารชัดเจน ถูกต้อง ไม่มีความผิดพลาด โดยเฉพาะเรื่องของวัน เวลาและสถานที่ ดังนั้น กลุ่มงานฯ จึงได้ปรับวิธีการปฏิบัติงานให้มีความสะดวกรวดเร็วมากยิ่งขึ้น โดยการนำสื่อสังคมออนไลน์เข้ามาปรับประยุกต์ใช้ในการแจ้งข้อมูลข่าวสารไปยังสมาชิกสภานิติบัญญัติแห่งชาติ ข้าราชการ และบุคคลที่เกี่ยวข้อง ให้ได้รับทราบหมายกำหนดการ/กำหนดการต่าง ๆ เป็นการล่วงหน้า นอกจากนี้ ยังได้ทำการแจ้งยืนยันรายละเอียดของภารกิจอีกครั้งก่อนถึงวันปฏิบัติงานจริง ทั้งนี้ เพื่อเป็นการตรวจสอบความถูกต้องทั้งวัน เวลา สถานที่ และตัวบุคคล หากพบข้อผิดพลาดหรือมีการเปลี่ยนแปลงในส่วนใด ทางกลุ่มงานฯ จะได้ทำการแก้ไขได้ตรงจุดด้วยความรอบคอบ และทันท่วงที ดังตารางที่ ๒

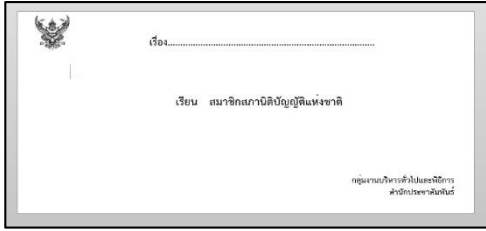
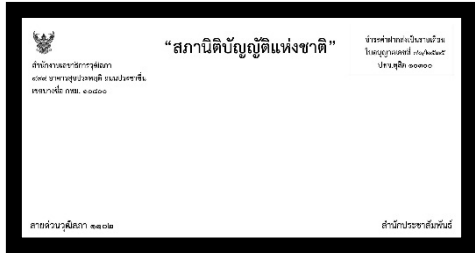
ตารางที่ ๒ ช่องทางการติดต่อ/ประสานงาน และข้อมูลนำส่ง

| ช่องทางการติดต่อ/ ประสานงาน | ข้อมูลนำส่ง | | | | | | | | | | | | |
|--|--|-------------------|---|------------|-----------------------------------|------------------------------|-----------------------|---------------------------|-----------------------------|----------------------------|-------------------------|-----------------------------|--|
| ๑. สมาชิกสถานิติ บัญญัติแห่งชาติ - ทางโทรศัพท์ | <p>วันเสาร์ที่ ๑๒ สิงหาคม พ.ศ. ๒๕๖๐</p> <div data-bbox="635 725 1370 1061" style="border: 1px solid black; padding: 5px;"><table border="0"><tr><td>เวลา ๑๗.๓๐ นาฬิกา</td><td>สมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เสด็จพระราชดำเนิน บรรพชิตจีนและญวนถวายพระพร สวนพศุภเคราะห์ ณ วัดพระศรีรัตนศาสดาราม</td></tr><tr><td>การแต่งกาย</td><td>เครื่องแบบเต็มยศ สายสะพายมหาจักรี</td></tr><tr><td>หมายเหตุ : เวลา ๑๖.๐๐ นาฬิกา</td><td>รถออกจากอาคารรัฐสภา ๒</td></tr></table><p>ผลัดสมาชิกสถานิติบัญญัติแห่งชาติ ผลัดที่ ๕</p><table border="0"><tr><td>๑. พลเอก จีรพงศ์ วรณรัตน์</td><td>๒. พลเอก จีระศักดิ์ ชมประสพ</td></tr><tr><td>๓. พลเอก จีระเดช โมกขะสมิต</td><td>๔. นายเจตน์ ศิริธรานนท์</td></tr><tr><td>๕. พลเอก ฉัตรเฉลิม เฉลิมสุข</td><td></td></tr></table></div> | เวลา ๑๗.๓๐ นาฬิกา | สมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เสด็จพระราชดำเนิน บรรพชิตจีนและญวนถวายพระพร สวนพศุภเคราะห์ ณ วัดพระศรีรัตนศาสดาราม | การแต่งกาย | เครื่องแบบเต็มยศ สายสะพายมหาจักรี | หมายเหตุ : เวลา ๑๖.๐๐ นาฬิกา | รถออกจากอาคารรัฐสภา ๒ | ๑. พลเอก จีรพงศ์ วรณรัตน์ | ๒. พลเอก จีระศักดิ์ ชมประสพ | ๓. พลเอก จีระเดช โมกขะสมิต | ๔. นายเจตน์ ศิริธรานนท์ | ๕. พลเอก ฉัตรเฉลิม เฉลิมสุข | |
| เวลา ๑๗.๓๐ นาฬิกา | สมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เสด็จพระราชดำเนิน บรรพชิตจีนและญวนถวายพระพร สวนพศุภเคราะห์ ณ วัดพระศรีรัตนศาสดาราม | | | | | | | | | | | | |
| การแต่งกาย | เครื่องแบบเต็มยศ สายสะพายมหาจักรี | | | | | | | | | | | | |
| หมายเหตุ : เวลา ๑๖.๐๐ นาฬิกา | รถออกจากอาคารรัฐสภา ๒ | | | | | | | | | | | | |
| ๑. พลเอก จีรพงศ์ วรณรัตน์ | ๒. พลเอก จีระศักดิ์ ชมประสพ | | | | | | | | | | | | |
| ๓. พลเอก จีระเดช โมกขะสมิต | ๔. นายเจตน์ ศิริธรานนท์ | | | | | | | | | | | | |
| ๕. พลเอก ฉัตรเฉลิม เฉลิมสุข | | | | | | | | | | | | | |
| - Line |  <p>Screenshot of a LINE message from AOYSRI. The message text is as follows:</p> <p>*** ขอเชิญสมาชิก สภช.ลงนามถวายพระพร สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ ณ พระบรมมหาราชวัง***</p> <p>- ในวันเสาร์ที่ 12 สิงหาคม 2560 สมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้จัดพระราชพิธีเฉลิมพระชนมพรรษา สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ในพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช บรมนาถบพิตร สำนักพระราชวัง ได้จัดสำหรับลงนามถวายพระพรไว้ที่พระบรมมหาราชวัง โอกาสนี้ สมาชิกสถานิติบัญญัติแห่งชาติ ที่ประสงค์จะเดินทางไปลงนามถวายพระพร พร้อมรถสำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา โปรดแจ้งไปยังกลุ่มงานบริหารทั่วไปและพิธีการ สำนักประชาสัมพันธ์ โทร. 0 2831 9342-4 โทรสาร 0 2831 9343 หรือกลุ่มงานสารสนเทศ และศูนย์บริการ (Call Center) วุฒิสภา โทร 0 2244 1777-8 หมายเหตุ : รถออกจากอาคารรัฐสภา 2 เวลา 09.00 นาฬิกา การแต่งกาย : เครื่องแบบปกติขาว (รายละเอียดตามเอกสารแนบ)http://bit.ly/2vw5qme</p> <p>ownCloud แตะที่นี่เพื่อเปิดลิงก์</p> | | | | | | | | | | | | |

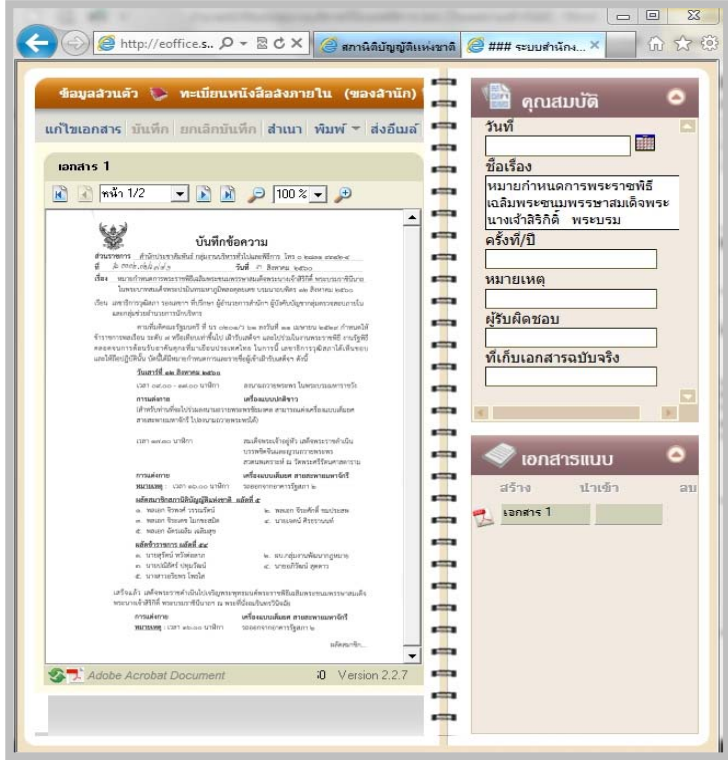
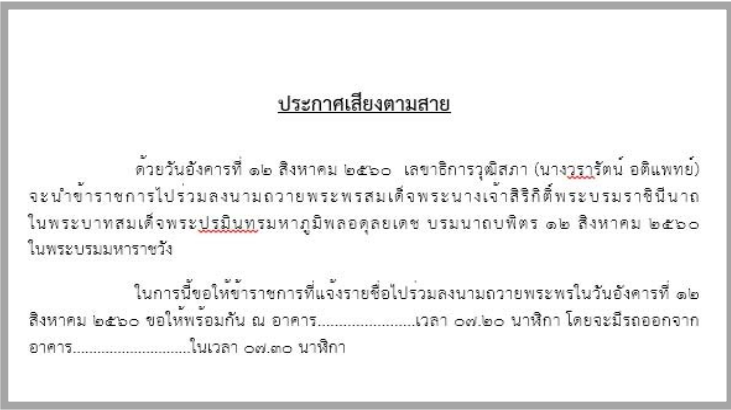
ตารางที่ ๒ ช่องทางการติดต่อ/ประสานงาน และข้อมูลนำส่ง (ต่อ)

| ช่องทางการติดต่อ/ ประสานงาน | ข้อมูลนำส่ง |
|--------------------------------|---|
| | <div data-bbox="643 566 1348 1496" style="border: 1px solid black; padding: 10px;"> <div style="text-align: center;">  <p>ที่ ๒๐/๒๕๖๐</p> <p>หมายกำหนดการ พระราชพิธีเฉลิมพระชนมพรรษา สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ในพระบาทสมเด็จพระปรเมนทรมหาอานันทมหิดล พระอัฐมรามาธิบดินทร ๑๒ สิงหาคม ๒๕๖๐</p> </div> <p>เสนาธิการพระราชวัง รับพระราชโองการเมื่อวันที่ ๑๒ สิงหาคม พุทธศักราช ๒๕๖๐ เป็นวันเฉลิมพระชนมพรรษาสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ สมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้สำนักพระราชวัง จัดการพระราชพิธี ทรงบำเพ็ญพระราชกุศล มีรายการดังนี้</p> <p>วันเสาร์ที่ ๑๒ สิงหาคม เจ้าพนักงานพระราชพิธีเตรียมการตกแต่งมณฑล พระราชพิธี ณ พระที่นั่งอมรินทรวินิจฉัย ในพระบรมมหาราชวัง เชิญพระพุทธปฏิมาชัยวัฒน์รัชกาลที่ ๙ พระพุทธนิรันตราย และพระพุทธรูปประจำพระชนมวารของสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ออกประดิษฐานพระราชาบัลลังก์ภายใต้มณฑปสุทนต์เศวตฉัตร</p> <p>เวลา ๑๗ นาฬิกา ๓๐ นาที สมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เสด็จพระราชดำเนินจากพระที่นั่งอัมพรสถาน พระราชวังดุสิต ไปยังวัดพระศรีรัตนศาสดาราม และพระที่นั่งอมรินทรวินิจฉัย ในพระบรมมหาราชวัง</p> <p>เสด็จพระราชดำเนินไปยังชานหน้าพระอุโบสถ บรรพทิศเงินและถวายพระพรสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ แล้วเสด็จเข้าพระอุโบสถ ทรงจุดธูปเทียนท้ายที่นั่งบูชา พระพุทธอมหาวิเศษปฏิมากร พระสัมพุทธพรหมณี พระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกย์ และพระพุทธเลิศหล้านภาไลยแล้ว ทรงจุดเทียนพระมหามงคล เทียนเท่าพระองค์ ทรงจุดธูปเทียนบูชาพระรัตนตรัย เสด็จฯ ไปทรงจุดเทียนสำหรับพระองค์เจริญพระพุทธมนต์นวัคคหายุสมธัมม์ และทรงจุดเทียนที่แท่นเสนาสนบูชาเทพตามพรสวรรค์ ไหว้หลวงปู่ทวดตามพรสวรรค์ เสด็จออกจากพระอุโบสถไปประทับรถยนต์พระที่นั่งที่ประตูเกยหน้าวัดพระศรีรัตนศาสดาราม ไปเทียบที่หน้าพระทวารเทเวศร์รักษา เสด็จเข้าพระที่นั่งอมรินทรวินิจฉัย ทรงจุดเทียนพระมหามงคล เทียนเท่าพระองค์ และธูปเทียนบูชาพระพุทธรูป เหวรูปองค์กบิลาด องค์แทรกพระชนมพรรษา แล้วทรงจุดธูปเทียนเครื่องนมัสการบูชาพระพุทธปฏิมาชัยวัฒน์ และพระพุทธรูปสำคัญที่บนพระราชบัลลังก์ภายใต้มณฑปสุทนต์เศวตฉัตร เจ้าหน้าที่กรมการศาสนาอาราธนาศีล สมเด็จพระราชาคณะและพระราชาคณะ พระสงฆ์ ๘๖ รูปเจริญพระพุทธมนต์จบ ทรงประเคนผ้าไตรแด่สมเด็จพระราชาคณะและพระราชาคณะ ทรงหลังทักษิณทก พระสงฆ์ถวายอนุโมทนา ถวายอดิเรกถวายพระพรลา เสด็จฯ ไปประทับรถยนต์พระที่นั่งที่พระทวารเทเวศร์รักษา เสด็จพระราชดำเนินกลับ</p> </div> <p>ส่งข้อมูลรายละเอียดของภารกิจได้ในลักษณะของข้อความ ไฟล์งาน (PDF) พร้อมภาพ (ถ้ามี)</p> |

ตารางที่ ๒ ช่องทางการติดต่อ/ประสานงาน และข้อมูลนำส่ง (ต่อ)

| ช่องทางการติดต่อ/ ประสานงาน | ข้อมูลนำส่ง |
|---|--|
| <p>- หนังสือแจ้งด่วน (SMS/การแจ้งข้อมูล ด้านหน้าห้องประชุม ใหญ่ ณ บริเวณชั้น ๒ อาคารรัฐสภา ๑)</p> | <p>นำส่งข้อมูลในรูปแบบของจดหมายนำส่ง</p> <p>๑. แจ้งหน้าห้องประชุม</p>  <p>๒. ส่ง EMS</p>  |
| <p>๒. ข้าราชการ</p> <p>- ทางโทรศัพท์</p> | <p>วันเสาร์ที่ ๑๒ สิงหาคม พ.ศ. ๒๕๖๐</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 10px;"> <p>เวลา ๑๗.๓๐ นาฬิกา</p> <p>สมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เสด็จพระราชดำเนิน บรรพชิตเงินและถวญนถายพระพร สวคนพเคราะห์ ณ วัดพระศรีรัตนศาสดาราม</p> <p>การแต่งกาย</p> <p>เครื่องแบบเต็มยศ สายสะพายมหากัรี</p> <p>หมายเหตุ: เวลา ๑๖.๐๐ นาฬิกา</p> <p>รถออกจากอาคารรัฐสภา ๒</p> <p>ผลัดข้าราชการ ผลัดที่ ๕๔</p> <p>๑. นายสุรัตน์ หวังต่อลาภ</p> <p>๒. ผบ.กลุ่มงานพัฒนากฎหมาย</p> <p>๓. นายปณิธิ์ศรี ปทุมวัฒน์</p> <p>๔. นายอภิวัฒน์ สุดดาว</p> <p>๕. นางสาวอริยพร โพธิ์ใส</p> </div> |

ตารางที่ ๒ ช่องทางการติดต่อ/ประสานงาน และข้อมูลนำส่ง (ต่อ)

| ช่องทางการติดต่อ/ ประสานงาน | ข้อมูลนำส่ง |
|--|--|
| <p>- แจ้งเวียนผ่านทางระบบสารบรรณอิเล็กทรอนิกส์ของสำนักงาน (e-office)</p> |  |
| <p>- ประกาศผ่านทางเสียงตามสาย</p> |  |

๒. กลุ่มงานสารสนเทศและศูนย์บริการ (Call Center) วุฒิสภา

เทคนิควิธีการทำ Content Line หรือ Line@ เพื่อให้เผยแพร่ง่ายขึ้น

Line คือ แอปพลิเคชันที่สามารถแชท สร้างกลุ่ม ส่งข้อความ โพสต์รูปต่าง ๆ ได้ โดยมีการให้บริการทั้งในระบบปฏิบัติการ iOS, Android รวมทั้งระบบปฏิบัติการอื่น ๆ ซึ่งได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายในประเทศไทย รวมทั้งบุคคลากรภายในวงงานสภานิติบัญญัติแห่งชาติ ดังนั้น สำนักประชาสัมพันธ์ เล็งเห็นถึงประโยชน์ของ แอปพลิเคชันดังกล่าว จึงนำมาใช้เป็นอีกหนึ่งช่องทางในการสื่อสารกับ สมาชิกสภานิติบัญญัติแห่งชาติ ผู้บริหารสำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา ข้าราชการสำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา และอดีตสมาชิกวุฒิสภา

วัตถุประสงค์ของการส่งข้อมูลข่าวสารผ่านแอปพลิเคชัน Line

๑. เพื่อส่งข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องในวงงาน สภานิติบัญญัติแห่งชาติ และสำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา ให้กับกลุ่มเป้าหมาย

๒. เพื่อส่งข้อความประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่าง ๆ ในวงงาน สภานิติบัญญัติแห่งชาติ และสำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา ให้กับกลุ่มเป้าหมาย

๓. เพื่อส่งข้อความที่ต้องการความรวดเร็ว และปัจจุบันทันด่วน ให้กับกลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมาย

- | | |
|--------------------------------------|---|
| ๑. สมาชิกสภานิติบัญญัติแห่งชาติ | (Line @ : NLA formal) |
| ๒. ผู้บริหารสำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา | (Line กลุ่ม : Executive) |
| ๓. ผู้บังคับบัญชากลุ่มงานฯ | (Line กลุ่ม : ผบ.กลุ่มฯ) |
| ๔. ข้าราชการวุฒิสภา | (Line กลุ่ม : ขรก.วุฒิสภา 1,2) |
| ๕. อดีตสมาชิกวุฒิสภา | (Line กลุ่ม : Senate Line1, Senate Line2) |

แหล่งข้อมูลสำหรับการส่ง Line

๑. ข้อมูลจากกิจกรรมประจำวัน
๒. หนังสือเวียน
๓. ได้รับแจ้งจากสมาชิกสภานิติบัญญัติแห่งชาติ ข้าราชการ ผู้ปฏิบัติงานสมาชิกฯ

ตารางที่ ๓ แสดงรายละเอียดการส่งข้อมูลในแต่ละกลุ่ม

| กลุ่ม Line | เนื้อหา/ข้อมูล | วัน/เวลา การส่งข้อมูล |
|---|--|--|
| ๑. สมาชิกสภา บัญญัติแห่งชาติ (Line @ : NLA formal) | ๑. กิจกรรมต่างๆของสมาชิกสภา บัญญัติแห่งชาติและสำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา ๒. ข่าวประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ๓. วาระการประชุมสภา บัญญัติแห่งชาติ ๔. ตารางการประชุมคณะกรรมการ ประจำสัปดาห์ ๕. ข้อมูลเฉพาะสมาชิกสภา บัญญัติแห่งชาติ ๖. เรื่องสำคัญที่ต้องแจ้งให้ทราบโดยด่วน ๗. ข้อมูลข่าวสารสำคัญจากประธานและรอง ประธาน สนช. ๘. เรื่องสำคัญ/เรื่องด่วนเกี่ยวกับการประชุม สนช. ในวันประชุม สนช. อาทิ แจ้งการลงมติ | - เวลา ๙.๐๐ น. ของ แต่ละวัน - เมื่อได้รับการ ประสานงานจาก แหล่งข้อมูล - ทันทีที่ได้รับข้อมูลจาก สำนักงานการประชุม - วันเสาร์ เวลา ๙.๐๐ น. - ทันทีที่ได้รับข้อมูล - ทันทีที่ได้รับข้อมูล/ ท่านแจ้งด้วยตนเอง - ทันทีที่ได้รับข้อมูล |
| ๒. ผู้บริหาร สำนักงาน เลขาธิการวุฒิสภา (Line กลุ่ม : Executive) | ๑. กิจกรรมต่าง ๆ ของสมาชิกสภา บัญญัติแห่งชาติและสำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา ๒. ข่าวประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ๓. วาระการประชุมสภา บัญญัติแห่งชาติ ๔. ตารางการประชุมคณะกรรมการประจำ สัปดาห์ ๕. ข้อมูลสำคัญที่เลขาธิการวุฒิสภาให้แจ้งให้ ผู้บริหารทราบ ๖. เรื่องสำคัญที่ต้องแจ้งให้ทราบโดยด่วน | - เวลา ๙.๐๐ น. ของ แต่ละวัน - เมื่อได้รับการ ประสานงานจากแหล่ง ข้อมูล - ทันทีที่ได้รับข้อมูลจาก สำนักงานการประชุม - วันเสาร์ เวลา ๙.๐๐ น. - ทันทีที่ได้รับข้อมูล - ทันทีที่ได้รับข้อมูล |

| กลุ่ม Line | เนื้อหา/ข้อมูล | วัน/เวลา การส่งข้อมูล |
|---|--|---|
| ๓. ผู้บังคับบัญชา กลุ่มงานฯ (Line กลุ่ม : ผบ.กลุ่มฯ) | ๑. กิจกรรมต่างๆของสมาชิกสภานิติบัญญัติ แห่งชาติและสำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา ๒. ข่าวประชาสัมพันธ์ต่างๆ ๓. วาระการประชุมสภานิติบัญญัติแห่งชาติ ๔. ตารางการประชุมคณะกรรมการประจำ สัปดาห์ ๕. เรื่องสำคัญที่ต้องแจ้งให้ทราบโดยด่วน | - เวลา ๙.๐๐ น. ของ แต่ละวัน - เมื่อได้รับการ ประสานงานจาก แหล่งข้อมูล - ทันทีที่ได้รับข้อมูลจาก สำนักการประชุม - วันเสาร์ เวลา ๙.๐๐ น. - ทันทีที่ได้รับข้อมูล |
| ๔. ข้าราชการ วุฒิสภา (Line กลุ่ม : ขรก.วุฒิสภา 1,2) | ๑. กิจกรรมต่างๆของสมาชิกสภานิติบัญญัติ แห่งชาติและสำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา ๒. ข่าวประชาสัมพันธ์ต่างๆ ๓. วาระการประชุมสภานิติบัญญัติแห่งชาติ ๔. ตารางการประชุมคณะกรรมการประจำ สัปดาห์ ๕. เรื่องสำคัญที่ต้องแจ้งให้ทราบโดยด่วน | - เวลา ๙.๐๐ น. ของ แต่ละวัน - เมื่อได้รับการ ประสานงานจาก แหล่งข้อมูล - ทันทีที่ได้รับข้อมูลจาก สำนักการประชุม - วันเสาร์ เวลา ๙.๐๐ น. - ทันทีที่ได้รับข้อมูล |
| ๕. อดีตสมาชิก วุฒิสภา (Line กลุ่ม : Senate Line1, Senate Line2) | ข้อมูล/ข่าวสาร เฉพาะสมาชิกวุฒิสภา ในแต่ละรุ่น | - ทันทีที่ได้รับข้อมูล |

เทคนิคการส่ง Line @

๑. เมื่อได้รับข้อมูลแล้ว ตรวจสอบความถูกต้องจากเจ้าของเรื่อง
๒. ปรับข้อความให้มีความสั้น กระชับ ข้อมูลครบถ้วน
๓. หากเป็นข้อมูลที่เป็น กำหนดการ/รายละเอียดที่มีจำนวนหลายหน้า จะดำเนินการ
แปลงไฟล์ให้อยู่ในรูปแบบ PDF และ Upload เข้าใน Cloud จากนั้นนำ Link มาแนบในการส่ง
(หาก Link มีความยาวมากจะดำเนินการย่อลิงค์ก่อน)

ภาพที่ ๓ แสดงขั้นตอนการส่ง Line@ ของกลุ่มงานสารสนเทศและศูนย์บริการ (Call Center) วุฒิสภา



ภาพที่ ๔ ตัวอย่างข้อความที่ดำเนินการจัดส่ง

๑. กิจกรรมประจำวัน

ปชส. Call Center

*****กิจกรรมประจำวันอาทิตย์ที่ 6 สิงหาคม 2560*****

- ระหว่างวันเสาร์ที่ 5 - วันอาทิตย์ที่ 6 สิงหาคม 2560 สภานิติบัญญัติแห่งชาติ จัดโครงการสมาชิกสภานิติบัญญัติแห่งชาติพบประชาชน ณ จังหวัดนครปฐม และจังหวัดนนทบุรี
- สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา ปฏิบัติหน้าที่สำนักงานเลขาธิการสภานิติบัญญัติแห่งชาติ จัดโครงการเสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กรเพื่อสนับสนุนการปฏิบัติตามมาตรฐานทางจริยธรรมและเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติราชการตามยุทธศาสตร์ สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา ฉบับที่ 4 กิจกรรมบำเพ็ญประโยชน์แก่สังคม ในระหว่างวันที่ 5-6 สิงหาคม 2560 สำนักบริหารงานกลาง ร่วมกับกลุ่มช่วยงานที่ปรึกษา ณ โรงแรมแคนทารีเบย์ จังหวัดระยอง

08:4

๒. ข่าวประชาสัมพันธ์

ปชส. Call Center

วันอาทิตย์ที่ 6 ส.ค.60 เวลา 09.30-12.00 น.ขอเชิญติดตามการถ่ายทอดการจัดโครงการสนช.พบประชาชน ณ ห้องประชุมชั้น 5 เทศบูลนันทบุรี จังหวัดนนทบุรี ดังนี้

1. สถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภา FM 87.50 MHz. และ 14 เครือข่าย และ AM 1071 kHz.
2. สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย (สวท.) AM 819 kHz. (โดยเชื่อมสัญญาณจากสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาเวลาเดียวกัน)
3. Facebook "สภานิติบัญญัติแห่งชาติ"
<https://www.facebook.com/SenateThailand/>

Security Check Required
Tap here to open the link.

09:

ภาพที่ ๔ ตัวอย่างข้อความที่ดำเนินการจัดส่ง (ต่อ)

๓. วาระการประชุมสภานิติบัญญัติแห่งชาติ

๔. ตารางการประชุมคณะกรรมการประจำ สัปดาห์

ปชส. Call Center

***** การประชุม สนช *****
 มีการประชุม สนช. ครั้งที่
 48/2560 วันพฤหัสบดีที่ 10 ส.ค.
 60 และครั้งที่ 49/2560 วันศุกร์ที่
 11 ส.ค. 60
[http://library.senate.go.th/
 document/mAppoint/
 Ext36/36239_0001.PDF](http://library.senate.go.th/document/mAppoint/Ext36/36239_0001.PDF)

เอกสารประกอบระเบียบวาระการ
 ประชุมฯ ครั้งที่ 48/2560
[http://w3c.senate.go.th/
 main.php?
 url=meeting1&mid=36239](http://w3c.senate.go.th/main.php?url=meeting1&mid=36239)

เอกสารประกอบระเบียบวาระการ
 ประชุมฯ ครั้งที่ 49/2560
[http://w3c.senate.go.th/
 main.php?
 url=meeting1&mid=36241](http://w3c.senate.go.th/main.php?url=meeting1&mid=36241)

<http://w3c.senate.g...> 
 สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา
 ถนนอุทอง ใน เขตดุสิต กรุง...

<http://w3c.senate.g...> 
 สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา
 ถนนอุทอง ใน เขตดุสิต กรุง...


16:32

ปชส. Call Center

*****การประชุมคณะ
 กรรมการ*****
 กำหนดการประชุมคณะ
 กรรมการระหว่างวันที่ 7-11
 สิงหาคม 2560
[http://www.senate.go.th/
 w3c/senate/pdf/
 committees/
 file_1501844777.pdf](http://www.senate.go.th/w3c/senate/pdf/committees/file_1501844777.pdf)

10:12

๕. เรื่องสำคัญที่ต้องแจ้งให้ทราบโดยด่วน

 *****ปิดถนนอุทองในเตรียม
 จัดงานสวดมนต์*****

เนื่องจากในวันนี้(27กค.
 60)เวลา17.00น.
 รัฐบาลจัดพิธีเจริญ
 พระพุทธมนต์ ฯ ณ ลาน
 พระราชวังดุสิต และเพื่อ
 เตรียมพื้นที่ในการจัด
 งานจึงปิดถนนอุทองใน
 รถยนต์ที่จะเข้า-ออกรัฐสภา
 สามารถเข้าทางประตูฝั่ง
 ถนนราชวิถีและออกทาง
 ประตูทางออกด้านหน้า
 รัฐสภา

17:00

๓. กลุ่มงานสื่อมวลชน

การจัดทำอินโฟกราฟิกการแถลงข่าวของสภานิติบัญญัติแห่งชาติ

จากนโยบายของ พล.อ.ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี ที่ให้ทุกกระทรวงให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์ผลงานในรูปแบบภาพกราฟิก พร้อมข้อความเพิ่มเติมจากการประชาสัมพันธ์แบบอื่น เพื่อสร้างการรับรู้แก่ประชาชนผ่านช่องทางออนไลน์ต่าง ๆ ทั้งเว็บไซต์ เฟซบุ๊ก ไลน์ เนื่องจากการประชาสัมพันธ์ข่าวในรูปแบบที่เป็นข้อเขียน คนส่วนใหญ่ไม่ค่อยสนใจ โดยคณะรัฐมนตรีได้มีมติเมื่อวันที่ ๒๖ มกราคม ๒๕๕๙ เห็นชอบให้ทุกส่วนราชการนำแนวทางการจัดทำภาพหรือกราฟิกเพื่อการสื่อสารตามที่นายกรัฐมนตรีเสนอไปดำเนินการจัดทำเพื่อนำเสนอเรื่องราวต่าง ๆ ซึ่งได้กำหนดแนวทางการจัดทำภาพหรือกราฟิกเป็น ๒ ระดับ คือ

๑. ระดับนโยบาย ให้นำข้อความที่สื่อสารถึงแนวนโยบายที่นายกรัฐมนตรีหรือรัฐมนตรีได้กล่าวในโอกาสต่าง ๆ

๒. ระดับการนำนโยบายไปปฏิบัติ ให้นำภาพหรือกราฟิกที่เป็นการสรุปย่อกระบวนการดำเนินงานหรือผลการดำเนินงานที่เข้าใจยาก

สำนักประชาสัมพันธ์ ซึ่งมีภารกิจความรับผิดชอบในการประชาสัมพันธ์เผยแพร่กิจกรรมและผลการดำเนินงานทุกด้านของสภานิติบัญญัติแห่งชาติ ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญและประโยชน์ที่จะได้รับจากนโยบายของรัฐบาลดังกล่าว จึงได้กำหนดให้มีการจัดทำอินโฟกราฟิก ที่แสดงถึงแนวนโยบายหรือภารกิจที่ดำเนินการของสภานิติบัญญัติแห่งชาติผ่านการแถลงข่าวต่อสื่อมวลชนในรูปแบบของแบนเนอร์ ประกอบด้วยภาพบุคคลที่เป็นผู้แถลงข่าว พร้อมข้อความที่เป็นคำพูดสำคัญ (Key Message) เกี่ยวกับเรื่องที่แถลง เพื่อนำไปเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อช่องทางต่าง ๆ ของสำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา อาทิ แอปพลิเคชันไลน์ เพื่อเผยแพร่ให้แก่สื่อมวลชนและบุคคลในวงจรรวมถึงเฟซบุ๊ก “สภานิติบัญญัติแห่งชาติ” เพื่อเผยแพร่ไปยังบุคคลทั่วไป

ความรู้ (KM) จากการปฏิบัติงาน

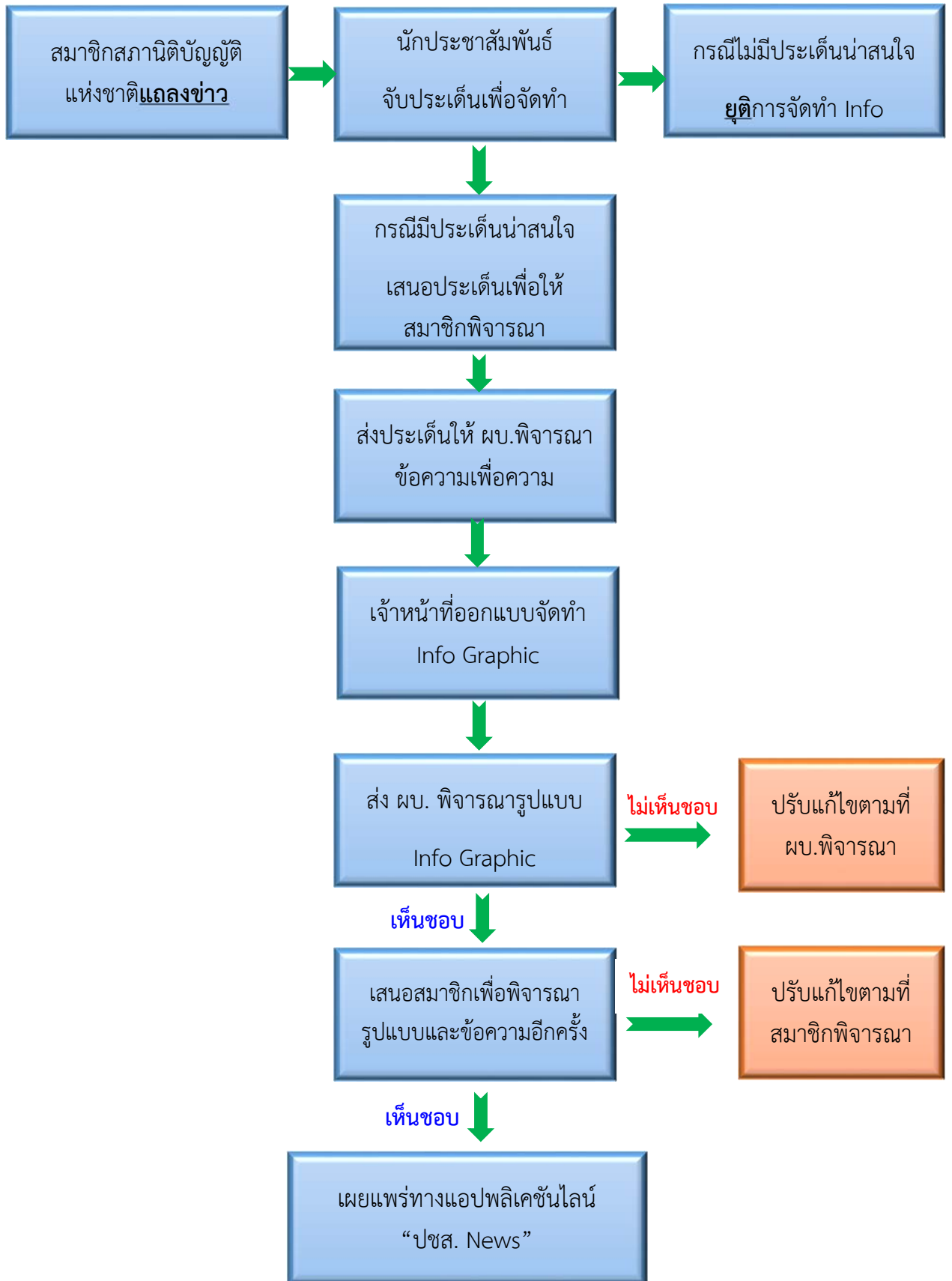
๑. ช่างภาพจะต้องบันทึกภาพบุคคลที่ทำการแถลงข่าวในอิริยาบถต่าง ๆ และหลากหลายมุม เพื่อให้สามารถนำมาเลือกใช้ให้มีความหลากหลาย สอดคล้องกับข้อความที่ต้องการนำเสนอให้เป็นไปในโทน (Tone) เดียวกัน

๒. ข้อความที่นำเสนอต้องสั้น กระชับ แต่ได้ใจความสำคัญ

๓. ถ้อยคำ หรือ ประโยค ไตที่ต้องการเน้น สามารถทำให้แตกต่างด้วย สี หรือ ขนาดของตัวอักษร

๔. สีที่ใช้ทำพื้นฉากหลังต้องเป็นสีที่ทำให้ตัวอักษรเด่น สะดุดตา อ่านง่าย ไม่จำเป็นต้องทำให้มีสีเส้นมาก

ภาพที่ ๕ ขั้นตอนการจัดทำแผนภาพประชาสัมพันธ์ (Infographic)



ภาพที่ ๖ ตัวอย่างแผนภาพประชาสัมพันธ์ (Info Graphic)



**สนช. ขอเชิญบริจาคเงินและสิ่งของ
ช่วยเหลือผู้ประสบภัยน้ำท่วม**

ได้ที่ ศูนย์สาธิตวิทยุชุมชนแห่งชาติรวมใจช่วยเหลือ
ผู้ประสบภัยน้ำท่วม ณ ห้องโถง ชั้น 1 อาคารรัฐสภา 2
หรือโอนเงินเข้าบัญชีธนาคารกรุงไทย สาขารัฐสภา
ชื่อบัญชี **“สนช.รวมใจช่วยน้ำท่วม”**
เลขที่บัญชี **089-0-20782-8** สอบถามเพิ่มเติมที่
Call Center Ins. 0 2244 1777-8

ศาสตราจารย์เกษมเพชร วิชิตชลชัย
ประธานสภาวิทยุชุมชนแห่งชาติ
วันอังคารที่ 1 สิงหาคม 2560



**“โครงการจัดทำบัตรใหม่ ไม่รวมถึง
สปท. และ กทช. เป็นนโยบายที่เกิดขึ้นเพื่อ
เปลี่ยนแปลงความซ้ำซ้อนของชนิดบัตร
จาก 23 แบบ ให้เหลือ 6 แบบ และเพื่อเพิ่ม
ประสิทธิภาพในการรักษาความปลอดภัย
ซึ่งงบประมาณให้คุ้มค่ามากขึ้น โปร่งใส ตรวจสอบได้”**

นายสุรชัย เลี้ยงบุญเลิศชัย
รองประธานสภาผู้แทนราษฎร คนที่หนึ่ง

การแถลงข่าว วันจันทร์ที่ 21 พฤศจิกายน 2559 ณ รัฐสภา



**“สนช. ชี้ขอช่วยเหลือน้ำ
ตามโครงการ “ขอชาเก็บไว้บริโภค
ในครัวเรือนหรือเป็นของฝาก แจกผู้ยากไร้”
จำนวน 5,000 กิโลกรัม เพื่อนำไปมอบให้แก่
ชุมชนแออัด ผู้ป่วยติดเตียง
ผู้พิการและผู้ด้อยโอกาส
ซึ่งที่ผ่านมาสมาคมได้รับที่ตีเยี่ยม
และจะช่วยเหลือในชุมชนอื่นฯ ต่อไป”**

นายธีระศักดิ์ พลจิต
รองประธานสภาผู้แทนราษฎร คนที่สอง
ในฐานะประธานคณะกรรมการดำเนินงาน
โครงการรณรงค์รณรงค์ด้านน้ำดื่มสะอาด

นางสาวกัญญาพร วัฒนศิริ
วันอังคารที่ 1 ธันวาคม 2559 ณ รัฐสภา



**พ.ร.ก.การบริหารจัดการการทำงาน
ของคนต่างด้าว พ.ศ. 2560 และ
พ.ร.ก.การประมง (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2560
จำเป็นต้องแก้ไขเร่งด่วน
มิอาจหลีกเลี่ยงได้
เพื่อประโยชน์อันจะรักษา
ความมั่นคงในทางเศรษฐกิจ
และสังคมของประเทศ**

นายจอน สิริธรรมาภักดิ์, นายสุรชน ทัพเจริญ
ในคณะกรรมการวิสามัญพิจารณาร่างพ.ร.ก.ฉบับแก้ไข
วันอังคารที่ 4 กรกฎาคม พ.ศ. 2560



**การดำเนินงาน ผู้สมัคร ส.ส.
แบบแบ่งเขตเลือกตั้ง
และแบบบัญชีรายชื่อ
มีฐานมาจากประชาชนที่เป็น
สมาชิกพรรคการเมือง**

นายวิมล วัฒนศิริ
สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร
ในฐานะโฆษกคณะกรรมการวิสามัญพิจารณาร่างพ.ร.ก.ฉบับแก้ไข
ร่างพระราชบัญญัติประกอบรัฐธรรมนูญว่าด้วยพรรคการเมือง พ.ศ.
วันพฤหัสบดีที่ 1 มิถุนายน 2560



**ร่าง พ.ร.บ.แผนและขั้นตอน
การดำเนินการปฏิรูปประเทศ พ.ศ.
มุ่งเน้นให้ประชาชนมีส่วนร่วม
อย่างกว้างขวาง เพื่อให้การปฏิรูปประเทศ
บรรลุเป้าหมาย**

ศส.เฉลิมชัย บุญยะลีพรรณ
สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร
ในฐานะโฆษกคณะกรรมการวิสามัญพิจารณาร่างพ.ร.บ.ฉบับแก้ไข
ร่างพระราชบัญญัติแผนและขั้นตอนการดำเนินการปฏิรูปประเทศ พ.ศ.
การแถลงข่าววันจันทร์ที่ 29 พฤษภาคม 2560 ณ อาคารรัฐสภา

การทำอินโฟกราฟิก (Infographic) เพื่อการประชาสัมพันธ์
อินโฟกราฟิก คือ การนำเสนอข้อมูลสารสนเทศต่าง ๆ โดยใช้ภาพกราฟิกเป็นเครื่องมือสำคัญ
ซึ่งอินโฟกราฟิกจะประกอบด้วย ๒ ส่วน ได้แก่ “ข้อมูล” (ตัวหนังสือ) และ “ภาพกราฟิก”

การทำอินโฟกราฟิก (Infographic) คือ

๑. การแปลงข้อมูลให้เป็นภาพ เพื่อให้เข้าใจง่าย และสื่อสารกับผู้คนด้วยสิ่งที่จับต้องได้
๒. อินโฟกราฟิก คือ แผนที่ข้อมูล
๓. อินโฟกราฟิก ไม่ใช่การสรุปข้อมูลทั้งหมดมานำเสนอในภาพหนึ่งภาพ แต่จะมีทั้งนำเสนอข้อมูลโดยรวมและการนำเสนอข้อมูลรายละเอียดเชิงลึก

ทักษะที่จำเป็นในการทำอินโฟกราฟิก (Infographic)

อินโฟกราฟิก ต้องทำหน้าที่สื่อสารข้อมูลให้สามารถเข้าใจง่าย ดังนั้น ทักษะที่จำเป็นในการทำอินโฟกราฟิก ประกอบด้วย

๑. ทักษะการวิเคราะห์ คือ การถอดคำ การย่อความ หรือการสรุปรวบยอด
๒. ทักษะการเรียบเรียง คือ การจัดการข้อมูลให้สื่อสารเข้าใจง่าย
๓. ทักษะการออกแบบ คือ เข้าใจง่าย ใช้งานง่าย และสามารถใช้ได้จริง

ข้อมูลแบบไหนควรนำมาทำอินโฟกราฟิก

๑. สารความรู้
๒. งานวิจัย
๓. ข่าวสารต่างๆ
๓. การรณรงค์ เตือน
๔. การจัดอันดับ
๕. สินค้าหรือบริการ
๖. สถิติ หรือตัวเลข
๗. การโฆษณา

การทำอินโฟกราฟิกมี ๒ องค์ประกอบ ได้แก่

๑. เนื้อหาสาระ (Content) ข้อมูลที่จะนำเสนอ ต้องมีความหมาย มีความน่าสนใจ เรื่องราวเปิดเผยเป็นจริง และมีความถูกต้อง
๒. งานออกแบบ (Design) การออกแบบต้องมีรูปแบบ แบบแผน โครงสร้าง หน้าที่การทำงานและความสวยงาม โดยออกแบบให้เข้าใจง่าย ใช้งานง่าย และสามารถใช้ได้จริง

ขั้นตอนการทำอินโฟกราฟิก (Infographic)

๑. กำหนดกลุ่มเป้าหมาย กลุ่มผู้ที่เราต้องการสื่อสารด้วยเป็นใคร ต้องการอะไร เช่น ต้องการเข้าถึงและหาลูกค้ากลุ่มใหม่ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของแบรนด์ เพื่อการศึกษาหรือเพื่อต้องการความบันเทิงกับผู้อ่าน การกำหนดเป้าหมายอย่างชัดเจนจะช่วยให้สามารถเลือกรูปแบบการนำเสนอและออกแบบได้ง่ายดายและเหมาะสมมากขึ้น นอกจากนี้ สิ่งที่ต้องดูคือความสนใจด้วย
๒. กำหนดวัตถุประสงค์ในการทำให้ชัดเจนว่าชิ้นงานนี้ต้องการสื่อสารอะไร ต้องการให้ความรู้ โน้มน้าวใจ หรือต้องการให้เกิดพฤติกรรม

๓. กำหนดแนวคิดหลัก (Concept) กำหนดแก่นและประเด็นหลักที่ต้องการสื่อสาร เป็น Big Idea ในการนำเสนอ เมื่อได้แก่นแล้วจึงพัฒนาชิ้นงานให้สอดคล้องกัน

๔. การออกแบบเนื้อหา (Content) ประกอบด้วย

- ชื่อเรื่อง (Title)
- พาดหัว (Headline) เพื่อดึงดูดความสนใจให้ผู้อ่าน
- เนื้อหา (Body) เพื่อให้ผู้อ่านติดตามอ่านในบรรทัดต่อไป
- ข้อความเน้นจำ (Kicker)
- องค์กรผู้ผลิต หรือโลโก้ (ID/Who)
- อ้างอิงที่มาของข้อมูลอย่างชัดเจน

๕. การออกแบบสื่อ (Design) การออกแบบผ่านโปรแกรมคอมพิวเตอร์ โดยใช้ภาพไอคอน ภาพการ์ตูน ภาพสัญลักษณ์ กราฟิกทั่วไป รูปทรงเลขาคณิต (Chart) ตัวอักษร (Font) พื้นและลวดลาย (Background)

๖. ทดสอบสื่อ ต้องตรวจสอบสื่อก่อนที่จะมีการเผยแพร่ ตรวจสอบโดยผู้มีความรู้ และตรวจสอบกับกลุ่มเป้าหมาย

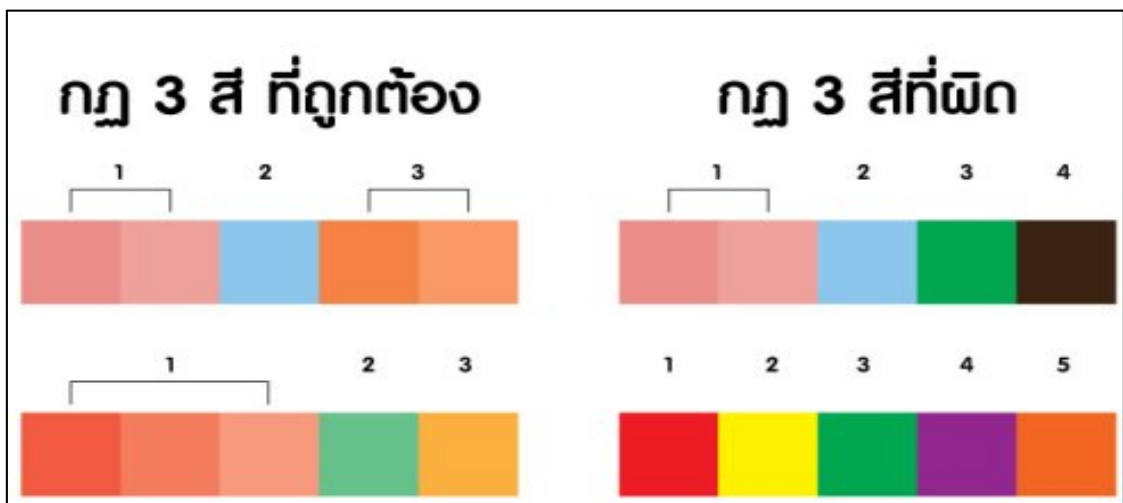
เทคนิคการใช้สีในการทำอินโฟกราฟิก

การใช้สีในการทำอินโฟกราฟิก (Infographic) จะใช้กฎ ๓ สีในการออกแบบ เนื่องจากการใช้สีสำคัญมากในการออกแบบอินโฟกราฟิก (Infographic) เพราะหากใช้สีที่เยอะเกินไปในงาน ๑ ชิ้น จะทำให้ผู้อ่านเกิดการสับสนในสิ่งที่ต้องการจะสื่อสารได้

พื้นฐานของการเลือกใช้สีในการทำอินโฟกราฟิก

- | | |
|----------------|--|
| ๑. เนื้อสี | ชื่อทั่วไปของสี เช่น สีแดง สีนํ้าเงิน สีเหลือง |
| ๒. โทนสี | สีสว่าง (สีอ่อน) ไปจนถึงสีมืด (สีเข้ม) |
| ๓. ความสดของสี | ความเข้มหรือความหนาของสี |

ภาพที่ ๗ การเลือกใช้สีตามทฤษฎีสี



การเลือกใช้ตัวอักษรในการทำอินโฟกราฟิก

การเลือกใช้ตัวอักษร เป็นการเพิ่มความสวยงามให้กับการสื่อสาร สร้างเอกลักษณ์แบรนด์ และสร้างการรับรู้เกี่ยวกับเรื่องการสื่อสารให้ชัดเจนขึ้น สำหรับการเลือกใช้ตัวอักษรต้องศึกษา Typography รูปแบบ การนำไปใช้ การจัดเรียง การใส่สไตล์ เป็นต้น

๑. ฟอนต์หัวเรื่องภาษาไทย ควรเป็นฟอนต์ที่มีความหนา แบบมีหัว หรือไม่มีหัวก็ได้ เช่น TH Niramit As หรือ ฟอนต์ PSLxEmpireExtra

๒. ฟอนต์เนื้อหาภาษาไทย ในกรณีที่มีตัวหนังสือเยอะ ๆ ควรเป็นฟอนแบบมีหัว เพื่อง่ายต่อการอ่าน เช่น PSLxText หรือ TH Sarabun New แต่ปัจจุบันการใช้ฟอนต์สามารถใช้ที่เหมาะสมกับหัวข้อและการสื่อสาร

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำอินโฟกราฟิก

๑. ควรออกแบบสื่อให้สื่อสารได้ในทุกสื่อ (Platform)
๒. คิดจาก outside in not inside out
๓. ทุกครั้งที่สื่อสารห้ามหลุดเอกลักษณ์ของแบรนด์ หรือองค์กร

๔. กลุ่มงานโสตทัศนูปกรณ์

การจัดคำคลิป VDO เพื่อการประชาสัมพันธ์ในสื่อออนไลน์

วิดีโอ (Video) หรือวีดิทัศน์ ในยุคปัจจุบันนี้สามารถถ่ายทำได้สะดวก เพราะมีการบันทึกภาพเป็นระบบดิจิทัล บันทึกภาพได้ด้วยกล้องวิดีโอหลากหลายชนิด ตั้งแต่กล้องวิดีโอขนาดเล็กที่มีอยู่ในโทรศัพท์มือถือ จนถึงกล้องวิดีโอระดับมืออาชีพ การถ่ายทำลำดับตัดต่อภาพนั้นก็ไม่ได้ยุ่งยากขึ้นอยู่กับความคิดการสร้างสรรค์ของผู้ผลิต การถ่ายวิดีโอ และการตัดต่อภาพที่สะดวกขึ้นนี้ ประกอบกับเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตที่พัฒนา Web 2.0 ซึ่งทำให้อินเทอร์เน็ตมีศักยภาพในการใช้งานมากขึ้น เน้นให้ผู้ใช้มีส่วนร่วมในการสร้างสรรค์ผลงานลงบนเว็บไซต์ และสามารถโต้ตอบกับข้อมูลที่อยู่บนเว็บไซต์ได้ ที่ผู้ใช้สามารถสร้างเนื้อหา แลกเปลี่ยน และกระจายข้อมูลข่าวสารเพื่อแบ่งปันถึงกันได้ ทั้งในระดับบุคคล กลุ่ม และองค์กร จึงเกิดการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบใหม่ที่เรียกว่าวิดีโอออนไลน์ โดยใช้วิดีโอที่ผลิตขึ้นเองเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ได้เองผ่านระบบออนไลน์ บนเว็บไซต์

สื่อวีดิทัศน์ เป็นสื่อที่มีความพร้อมในลักษณะของมัลติมีเดีย (Multimedia) ซึ่งได้รวบรวมเอาความโดดเด่นของรูปแบบ และแนวทางการนำเสนอที่สมบูรณ์ครบถ้วนไว้ทั้งภาพเคลื่อนไหว เสียง ประกอบ คอมพิวเตอร์กราฟิก และเทคนิคพิเศษอีกมากมายหน่วยงานหรือองค์กรใด จะผลิตสื่อวีดิทัศน์เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ นอกจากจะเข้าใจถึงคุณสมบัติที่น่าสนใจดังกล่าวแล้ว ควรพิจารณาถึงประเด็นเรื่องราวต่าง ๆ เช่น

- จะผลิตสื่อวีดิทัศน์ สำหรับกลุ่มเป้าหมายใด การผลิตวีดิทัศน์ ควรเลือกให้เหมาะกับกลุ่มผู้ดูผู้ชม เพราะเนื้อหาเรื่องราว จะมีความเข้มข้น หรือละเอียดลึกซึ้งแตกต่างกัน
- การผลิตสื่อวีดิทัศน์ต้องการแสดงถึงเนื้อหาสาระมากน้อยแค่ไหน ประเด็นของเรื่องราวหรือแก่นแท้ (Theme) จะแสดงถึงอะไรบ้าง
- การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์นี้ คาดหวังผลอะไรบ้าง ถ้าหากรู้ถึงวัตถุประสงค์หรือความคาดหวังถึงผลที่ได้จากสื่อที่ผลิต จะช่วยให้เนื้อหาเรื่องราวในวีดิทัศน์ตรงประเด็นได้มากขึ้น
- ในกระบวนการผลิตวีดิทัศน์ได้มีการประสานงานกับบุคลากรระดับสูง ผู้บังคับบัญชา หรือผู้เกี่ยวข้องมากน้อยเพียงใด เพื่อความเข้าใจในเรื่องราวเพื่อความถูกต้องและการประสานสัมพันธ์ที่ดีในการทำงาน

- ผู้ผลิต ควรเข้าใจถึงประเด็นในการทำวีดิทัศน์ ถึงความเหมาะสมของเรื่องราว ความโดดเด่น หรือความน่าจะเป็นของการเลือกสิ่งที่น่าสนใจ ทั้งบุคลากร สถานที่กิจกรรมหรือ เหตุการณ์ตลอดจนข้อมูลต่าง ๆ พยายามหามุมมองที่มีคุณค่า เลือกสิ่งที่น่าสนใจออกมานำเสนอ ซึ่งบางครั้งอาจมีการเสริมแต่งบ้างก็ควรต้องเลือก ต้องพยายาม เพื่อให้ได้สื่อวีดิทัศน์ที่น่าสนใจ
- คณะทำงานควรเปิดใจกว้าง ในการวิพากษ์และตรวจทานผลงาน เพื่อจะได้ปรับปรุง และสรรค์สร้างงานให้มีประสิทธิภาพ

ตัวอย่างการจัดทำ Spot ประชาสัมพันธ์ โดยใช้เทคนิคการซ้อนภาพ Chroma Key

ขอยกตัวอย่างในกรณีทีกลุ่มงานโสตทัศนูปกรณ์ ซึ่งมีหน้าที่ในการผลิต Spot ประชาสัมพันธ์ ได้รับมอบหมายจากผู้บังคับบัญชาให้ผลิต Spot ประชาสัมพันธ์โครงการ "สมาชิกสภานิติบัญญัติ แห่งชาติพบประชาชน" ซึ่งกำหนดจัดโครงการฯ ในวันเสาร์ที่ ๑๘ มีนาคม ๒๕๖๐ เวลา ๐๙.๐๐ นาฬิกาเป็นต้นไป ณ ศูนย์ราชการจังหวัดพัทลุง เพื่อรับฟังปัญหาของประชาชนชาวจังหวัดพัทลุง พร้อมประสานงานเพื่อนำมาสู่การแก้ไข โดยมีรองผู้ว่าราชการจังหวัดพัทลุงเป็นผู้นำเสนอรายการ มีการประชาสัมพันธ์จังหวัดโดยการพูดถึงของดีของจังหวัด และแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ

การดำเนินการ

แบ่งการทำงานออกเป็น ๓ ขั้นตอน คือ

๑. ขั้นตอนเตรียมการก่อนการผลิต
๒. ขั้นตอนผลิตรายการ
๓. ขั้นตอนหลังการผลิตรายการ

๑. ขั้นตอนเตรียมการก่อนการผลิต

๑.๑ กำหนดรูปแบบและความยาวของ Spot ที่จะจัดทำในรูปแบบและวิธี การใด ในตัวอย่างนี้กำหนดรูปแบบของการใช้เทคนิคการซ้อนภาพ Chroma Key โดยมีรองผู้ว่าราชการ จังหวัดพัทลุงเป็นผู้นำเสนอ ๑ คน ทำการประชาสัมพันธ์เชิญชวนให้ผู้รับชม Spot ทราบว่าจะมีการจัดโครงการฯ ในวัน เวลาและสถานที่ใด ตลอดจนมีการประชาสัมพันธ์จังหวัดโดยการพูดถึงของดี ของจังหวัด และแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ มีความยาวไม่เกิน ๒ นาที

๑.๒ เขียนบทรายการ

๑.๓ วางแผนบริหารจัดการทรัพยากรด้านการผลิต ได้แก่ คน เครื่องมือ อุปกรณ์ต่าง ๆ สถานที่และเวลา ซึ่งสถานที่ใช้ห้องรับรองแขกของสมาชิกสภานิติบัญญัติแห่งชาติ บริเวณเดียวกับ ศูนย์บริการ (Call Center) วุฒิสภา มีการเตรียมบุคลากรในการถ่ายทำ ประกอบด้วย ช่างภาพ ช่างไฟส่องสว่าง ผู้กำกับรายการ จำนวนรวม ๓ - ๕ คน เตรียมกล้อง ไฟส่องสว่าง และที่ขาดไม่ได้คือ ฉากพื้นหลังสีเขียว (Green Screen)

๒. ขั้นตอนผลิตรายการ

๒.๑ จัดเตรียม จัดวาง และทำการปรับอุปกรณ์ ประกอบด้วย กล้อง ไฟส่องสว่าง และ ฉากเขียวให้พร้อมใช้งาน ภาพที่เกิดจากการซ้อนภาพ Chroma Key จะสมบูรณ์ สวยงาม แนบเนียน ไม่มีส่วนใดขาดหรือเกิน ก็จะขึ้นอยู่กับ การปรับกล้อง ปรับแสงไฟส่องสว่างเป็นสำคัญด้วย

๒.๒ ผู้นำเสนอรายการทำการซักซ้อมบทรายการร่วมกับทีมงานกล้อง และไฟ ฯลฯ ขั้นตอนนี้สำคัญเช่นกัน เพราะจะทำให้เวลาถ่ายจริงทำได้โดยง่าย ไม่ติดขัด ซึ่งถ้าติดขัดแล้วจะต้องถ่ายหลายครั้งทำให้เสียเวลา

๒.๓ ติดตั้งไมโครโฟนชนิดหนีบติดปกเสื้อของผู้นำเสนอรายการ

๒.๔ ถ่ายทำผู้นำเสนอรายการบนฉากพื้นหลังสีเขียว หรือ Green Screen

ภาพที่ ๘ แสดงขั้นตอนการผลิตรายการ



เจ้าหน้าที่ทำการปรับกล้อง
ปรับแสงไฟส่องสว่าง

ภาพผู้นำเสนอรายการบนฉากพื้นหลังสีเขียว

เสร็จสิ้นขั้นตอนการผลิตรายการ ซึ่งจะเป็นเพียงการถ่ายภาพผู้นำเสนอรายการบนฉากสีเขียวเท่านั้น งานสำเร็จจะอยู่ในขั้นตอนหลังจากนี้

๓. ขั้นตอนหลังการผลิตรายการ

๓.๑ ในขั้นตอนนี้จะนำเอา Clip ที่ถ่ายได้จากขั้นตอนที่ ๒ คือภาพผู้นำเสนอรายการบนฉากพื้นสีเขียววนั้น มาทำการตัดต่อบนเครื่องคอมพิวเตอร์ที่ใช้สำหรับตัดต่อภาพและเสียงในระบบ Non Linear โดยใช้โปรแกรม Premiere เพื่อให้เกิดการซ้อนภาพโดยใช้เทคนิคการซ้อนภาพ Chroma Key

๓.๒ ทำการจัดเตรียมภาพพื้นหลัง ในที่นี้จะใช้ภาพที่เป็นของดี และสถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดพัทลุง อาทิ เขาอกทะลุ การแสดงมโนราห์ ทะเลน้อย น้ำตก อาหารขึ้นชื่อของจังหวัด ฯลฯ

ภาพที่ ๙ ภาพพื้นหลังเขากทะเลและมโนราห์



๓.๓ ใช้ความสามารถของโปรแกรม Premiere บนเครื่องคอมพิวเตอร์ทำการซ้อนภาพในข้อ ๓.๑ กับ ๓.๒ เข้าด้วยกัน ในขั้นตอนนี้เจ้าหน้าที่ที่ทำการตัดต่อจะต้องใช้ความสามารถประกออบกับความชำนาญ เพื่อที่จะให้ภาพทั้งสองซ้อนทับกันได้อย่างแนบเนียน ไม่มีส่วนหนึ่งส่วนใดขาด หรือเกินมาในภาพ

ภาพที่ ๑๐ ภาพผู้นำเสนอรายการบนฉากพื้นหลังสีเขียว
ซ้อนทับบนภาพพื้นหลังเขากทะเลและมโนราห์



๓.๔ เมื่อทำการปรับแต่งภาพและเสียงเป็นที่พอใจแล้ว ก็ให้โปรแกรมทำการประมวลผลงานนั้นออกมาในรูปแบบของ VDO Clip MP4

เสร็จสิ้นกระบวนการทั้ง ๓ ขั้นตอน ในการจัดทำตัวอย่าง Spot ประชาสัมพันธ์โครงการ "สมาชิกสภานิติบัญญัติแห่งชาติพบประชาชน" โดยใช้เทคนิคการซ้อนภาพ Chroma Key และนำคลิปวิดีโอเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ทางสื่อออนไลน์ เช่น Facebook Youtube หรือจัดทำเป็น QR Code

ภาพที่ ๑๑ QR Code ตัวอย่างงานสำเร็จโดยใช้เทคนิคการซ้อนภาพ Chroma Key

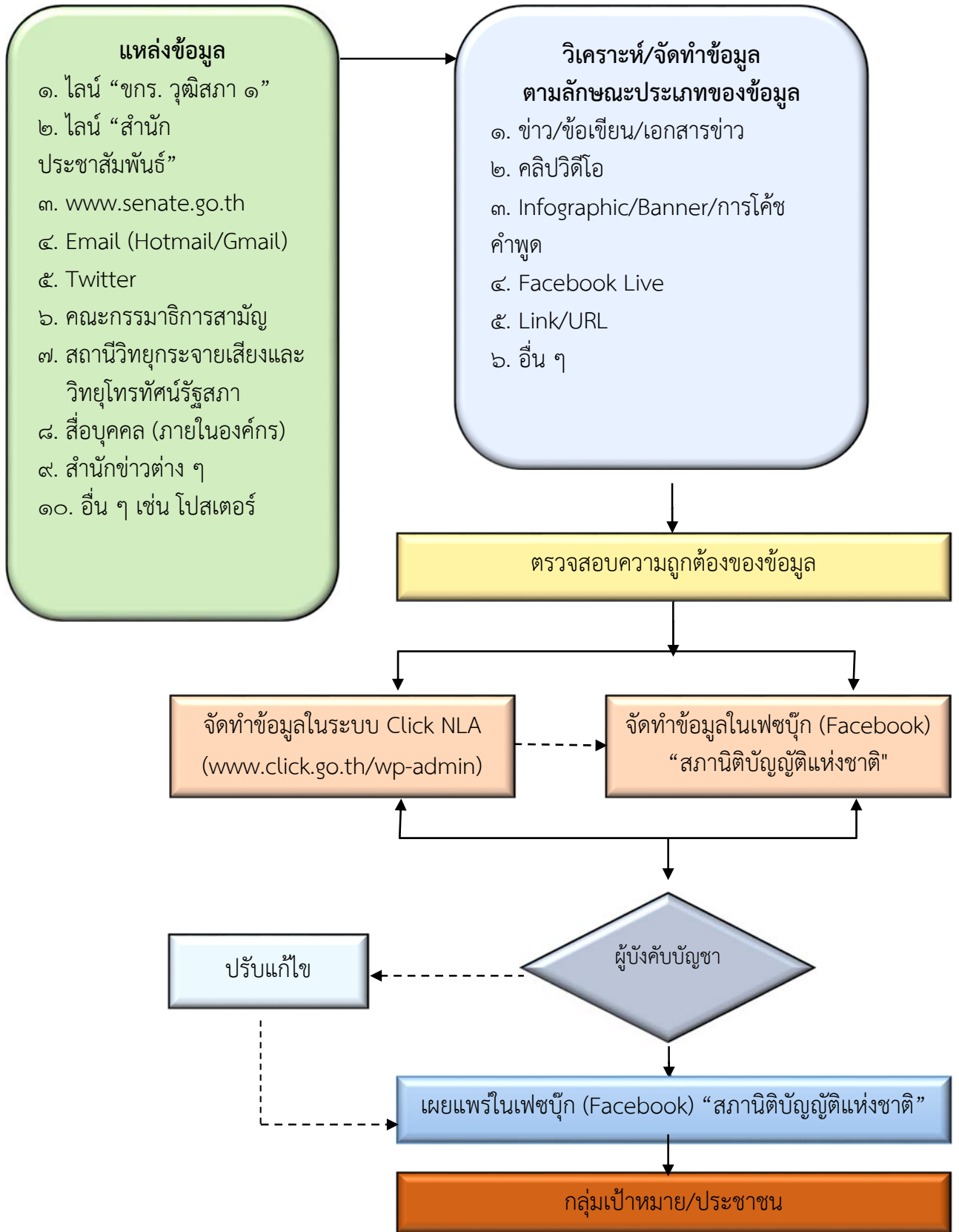


๕. กลุ่มงานผลิตเอกสารเผยแพร่

การจัดทำเฟซบุ๊ก (Facebook) “สภานิติบัญญัติแห่งชาติ” เพื่อการประชาสัมพันธ์ เป็นช่องทางประชาสัมพันธ์ทางสื่อสังคมออนไลน์อีกช่องทางหนึ่ง ที่กลุ่มงานผลิตเอกสารเผยแพร่ สำนักประชาสัมพันธ์ ได้รับมอบหมายให้ดำเนินการ โดยมีวิทยากรภายในกลุ่มงานฯ ทำหน้าที่เป็นแอดมินเพจ “สภานิติบัญญัติแห่งชาติ” ในการดูแล จัดทำเนื้อหา (Content) แก้ไข ควบคุมและวิเคราะห์ข้อมูลขององค์กร แล้วส่งต่อประชาสัมพันธ์ไปยังสมาชิกเพจ (Fanpage) เชิญชวนสมาชิกเพจให้เข้ามามีส่วนร่วมกับองค์กร โดยทำการเผยแพร่เนื้อหาด้วยรูปแบบของข้อความ ภาพ เสียง วิดีโอ สื่อผสมอื่น ๆ เช่น Infographic Banner หรือการถ่ายทอดออกอากาศสด (Facebook Live) เป็นต้น มีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่/ประชาสัมพันธ์องค์กรเช่นเดียวกับการจัดทำ Click NLA ทั้งนี้ เนื่องจากเฟซบุ๊ก (Facebook) มีระบบการทำงานที่สะดวก รวดเร็ว ประกอบกับจุดเด่นและประโยชน์ที่ได้รับ ไม่ว่าจะเป็นความรวดเร็วในการรับ-ส่งข่าวสาร การสื่อสารแบบสองทาง (Two-way communication) ช่วยลดค่าใช้จ่ายเพราะมีต้นทุนต่ำ การส่งผ่านข้อมูลไปยังคนหมู่มากในคราวเดียว ฯลฯ เหล่านี้ล้วนทำให้การประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ขององค์กร เป็นที่รู้จักและน่าเชื่อถือมากขึ้น

สำหรับการจัดทำเฟซบุ๊ก (Facebook) “สภานิติบัญญัติแห่งชาติ” นั้น ขั้นตอนการดำเนินการ จะเชื่อมโยงกับเว็บไซต์ Click NLA (www.click.go.th/wp-admin) เพราะการนำเข้าของทั้ง ๒ ระบบนี้ จะใช้ข้อมูลเนื้อหา ภาพประกอบจากแหล่งข้อมูลเดียวกัน แต่วิธีการนำเข้าของระบบจะแตกต่างกัน ดังนั้น การจัดทำทั้งเว็บไซต์และเฟซบุ๊ก (Facebook) เพื่อการประชาสัมพันธ์ สภานิติบัญญัติแห่งชาติ จึงสามารถดำเนินการและปล่อยประชาสัมพันธ์ไปพร้อมกันได้

ภาพที่ ๑๒ แสดงขั้นตอนการจัดทำเฟซบุ๊ก (Facebook) “สถานิติบัญญัติแห่งชาติ”



ขั้นตอนการจัดทำเฟซบุ๊ก (Facebook) “สภานิติบัญญัติแห่งชาติ” มีดังนี้

๑. ผู้จัดทำเฟซบุ๊ก (Facebook) “สภานิติบัญญัติแห่งชาติ” ดำเนินการรวบรวมข่าวพร้อมภาพประกอบที่ได้รับการพิจารณาอย่างถูกต้องจากแหล่งข่าว ได้แก่

- ไลน์ “ขจร. วุฒิสภา ๑”
- ไลน์ “สำนักประชาสัมพันธ์
- www.senate.go.th
- Email (Hotmail/Gmail)
- Twitter (@Click_NLA)
- คณะกรรมาธิการสามัญของสภานิติบัญญัติแห่งชาติ ทั้ง ๑๖ คณะ
- สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา
- สื่อบุคคล (ภายในองค์กร)
- สำนักข่าวต่าง ๆ
- อื่น ๆ เช่น โปสเตอร์ประชาสัมพันธ์ หรือ e-office ของหน่วยงาน เป็นต้น

๒. ดำเนินการวิเคราะห์ข่าวและจัดทำข้อมูลตามลักษณะประเภทของข้อมูล

๒.๑ ข่าว/ข้อเขียน/เอกสารข่าว

- เขียนพาดหัวข่าวตามหลักการประชาสัมพันธ์ (ใคร ทำอะไร ที่ไหน เมื่อไหร่ และอย่างไร) ใช้ข้อความที่สั้น กระชับ อ่านได้ใจความและเข้าใจง่าย หากเป็นข้อเขียนหรือบทความ ควรตั้งชื่อเรื่องให้สอดคล้องกับเนื้อหา พร้อมใส่ชื่อหรือเครดิตที่มาของข้อเขียน/บทความนั้น ๆ ด้วย
- คัดเลือกภาพประกอบที่คมชัด สื่อความหมายได้ชัดเจน หรือหากไม่มีภาพประกอบที่เหมาะสม ให้สืบค้นจากสื่อออนไลน์ เช่น google เว็บไซต์คลังภาพที่ไม่มีค่าใช้จ่าย พร้อมกับใส่ชื่อหรือเครดิตที่มาของภาพนั้น ๆ
- หากพบข้อความที่ไม่เหมาะสม หรือสื่อไปในเชิงลบขององค์กร ควรนำไปปรึกษากับผู้บังคับบัญชาเพื่อพิจารณาทันที

ภาพที่ ๑๓ ตัวอย่างข่าว



ภาพที่ ๑๔ ตัวอย่างข้อเขียน



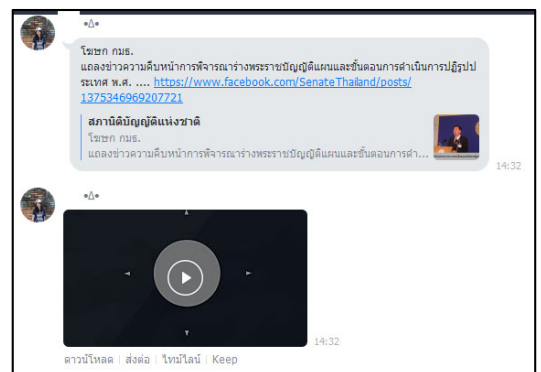
ภาพที่ ๑๕ ตัวอย่างเอกสารข่าว



๒.๒ คลิปวิดีโอ

- ทำการ up load ข้อมูลให้ถูกต้อง ครบถ้วน พร้อมสำเนาแหล่งที่มาของคลิปวิดีโอทั้งแบบยูทูป (Youtube) และ mp4

ภาพที่ ๑๖ ตัวอย่างคลิปวิดีโอ



๒.๓ Infographic/Banner/การโต้ศัพทาคูท

- เป็นสื่อที่สรุปเนื้อหาหรือประเด็นที่เข้าใจง่าย ผ่านการออกแบบอาร์ตเวิร์กที่มีสีสันสวยงาม อ่านแล้วสะดุดตา
- หากพบภาพ Infographic/Banner/การโต้ศัพทาคูท ที่ไม่คมชัด ให้ทำการปรับ-ขยายความคมชัด ปรับค่าแสงให้สว่าง

ภาพที่ ๑๗ ตัวอย่าง Infographic/Banner/การโต้ศัพทาคูท

สนช. **สภานิติบัญญัติแห่งชาติ** ได้เพิ่มรูปภาพใหม่ 5 ภาพ
เผยแพร่โดย Chatkaew Ngornswan 171 - 18 พฤษภาคม เวลา 9:03 น. - ๑

ศูนย์ประสานการรักษาความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ (ThaiCERT) สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ได้จัดทำภาพอินโฟกราฟิก เพื่ออธิบายการโจมตีทางไซเบอร์เพื่อเรียกค่าไถ่ในประเทศไทย พร้อมทั้งแนวปฏิบัติในการป้องกันกรณีการระบาดของมัลแวร์ WannaCry เพื่อให้เข้าใจอย่างง่าย ๆ

TIMELINE การโจมตีทางไซเบอร์ที่เรียกค่าไถ่ในประเทศไทย

| ปี | ชื่อมัลแวร์ | รายละเอียด |
|-----------|----------------------|--------------------------------|
| พ.ศ. 2558 | 01 CRYPTOLOCKER | โจมตีระบบสารสนเทศของกรมการคลัง |
| พ.ศ. 2558 | 02 SYMLOCKER | โจมตีระบบสารสนเทศของกรมการคลัง |
| พ.ศ. 2558 | 03 ARABIA COLLECTIVE | โจมตีระบบสารสนเทศของกรมการคลัง |
| พ.ศ. 2558 | 04 GAMEOVER | โจมตีระบบสารสนเทศของกรมการคลัง |
| พ.ศ. 2558 | 05 CTR LOCKER | โจมตีระบบสารสนเทศของกรมการคลัง |
| พ.ศ. 2558 | 06 LOCKY | โจมตีระบบสารสนเทศของกรมการคลัง |
| พ.ศ. 2558 | 07 WANNACRY | โจมตีระบบสารสนเทศของกรมการคลัง |

นอกจากนี้ ยังมีภาพแนะนำการป้องกันภัยคุกคามทางไซเบอร์ และภาพแนะนำการรับมือกับมัลแวร์ WannaCry

สนช. **สภานิติบัญญัติแห่งชาติ** กับ แม่ค้า เงินขาว
เผยแพร่โดย Hataya Nakin 171 - 22 พฤษภาคม เวลา 11:40 น. - ๑

ติดตามข่าวสารและความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ของสภานิติบัญญัติแห่งชาติ ได้ทางช่องทางต่อไปนี้

1. เว็บไซต์ <http://click.senate.go.th/>
2. Facebook สภานิติบัญญัติแห่งชาติ
3. Twitter NLA (@Click_nla)
4. แอปพลิเคชัน G-News ... ดูเพิ่มเติม

Click NLA
National Legislative Assembly
ตามติดการกิจ สนช. ได้ที่นี่

click.senate.go.th
สภานิติบัญญัติแห่งชาติ
NLA (@Click_NLA)
G-News Application

Highlights

สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี เสด็จพระราชดำเนินไปทรงเปิดโครงการฝึกหัดนักสืบประชาชนของสภานิติบัญญัติแห่งชาติ โดยมี สภานิติบัญญัติแห่งชาติ เป็นเจ้าภาพ

สนช. **สภานิติบัญญัติแห่งชาติ** 📺 รุ้สึกมีแรงผลักดันที่ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญชัง ดาถ
เผยแพร่โดย Poowit Takam 171 - 27 พฤษภาคม เวลา 8:20 น. - ๑

ขอเชิญติดตามถ่ายทอดเสียงโครงการสนช.กับสภานิติบัญญัติแห่งชาติ พบประชาชน ในวันที่ (27 พ.ค.60) สดจากจังหวัดดาถ ในเวลา 09.30 น.-12.00 น. ติดตามทาง FM 87.5 MHz. และอีก 14 เครือข่ายทั่วประเทศ AM 1071 APP: TPchannel
ฟังวิทยุออนไลน์ :
<http://www.radioparliament.net/parliament/viewLive.php...>

ถ่ายทอดเสียงโครงการ สนช.พบประชาชน
FM 87.5 AM 1071 (ดูผังรายการ) www.radioparliament.net /APP: TPchannel

ดาถ - กำแพงเพชร
ระหว่างวันที่ ๒๑ - ๒๕ พฤษภาคม ๒๕๖๐

ส.กมลปิ่นดา นามฉายา ไชยวงษ์ประธา

สนช. **สภานิติบัญญัติแห่งชาติ** ได้เพิ่มรูปภาพใหม่
เผยแพร่โดย Hataya Nakin 171 - 22 พฤษภาคม เวลา 16:03 น. - ๑

“การสัมมนาครั้งนี้ เพื่อเป็นเวทีให้สมาชิก สนช. รับฟังประเด็นสำคัญของการร่าง พ.ร.บ. พึง ๒ ฉบับ เพื่อใหสมาชิกตัดสินใจบนพื้นฐานข้อมูลที่เพียงพอที่จะนำไปสู่คำตอมสุดท้าย นั่นคือ การปฏิรูปประเทศด้านการเมือง”

นายสุรชัย เอียงบุญเลิศชัย
รองประธานสภา สภานิติบัญญัติแห่งชาติ คนที่หนึ่ง

เวทีสัมมนา เรื่อง “ร่างพระราชบัญญัติประกอบรัฐธรรมนูญว่าด้วยคณะกรรมการการเลือกตั้ง พ.ศ. และร่างพระราชบัญญัติประกอบรัฐธรรมนูญว่าด้วยพรรคการเมือง พ.ศ.”
โรงแรมนิวยอร์กไฮล์ ชั้น ๑๑ จันทบุรี 20-21 พฤษภาคม 2560

๒.๔ Facebook Live

- เป็นการถ่ายทอดอากาศสดและเชื่อมสัญญาณการ live สดเข้าเฟซบุ๊ก (Facebook) โดยมีสำนักเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร เป็นผู้รับผิดชอบ
- ตรวจสอบการ link สัญญาณว่าปรากฏขึ้นอยู่บนเฟซบุ๊ก (Facebook) หรือไม่

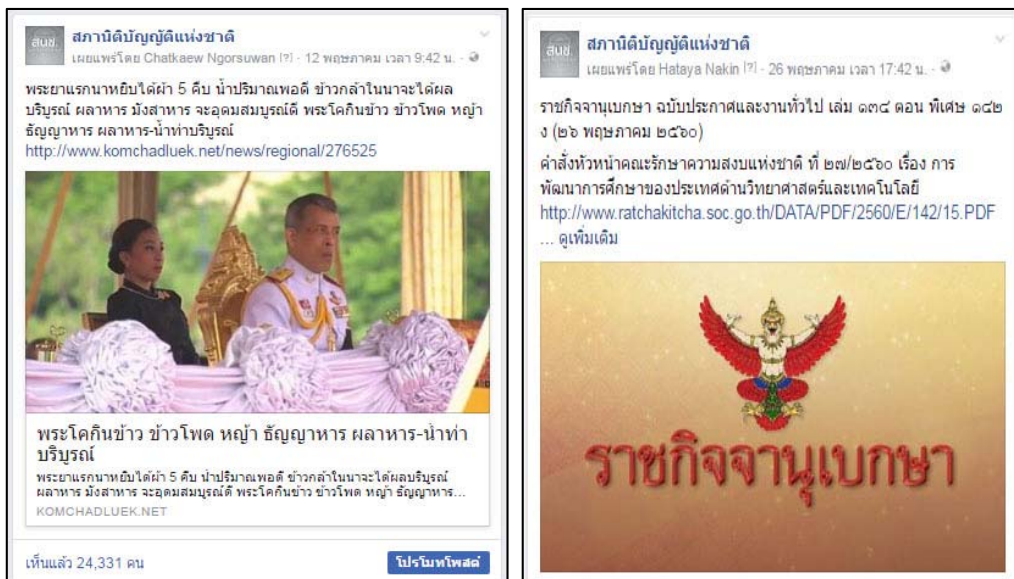
ภาพที่ ๑๘ ตัวอย่าง Facebook Live



๒.๕ Link/URL

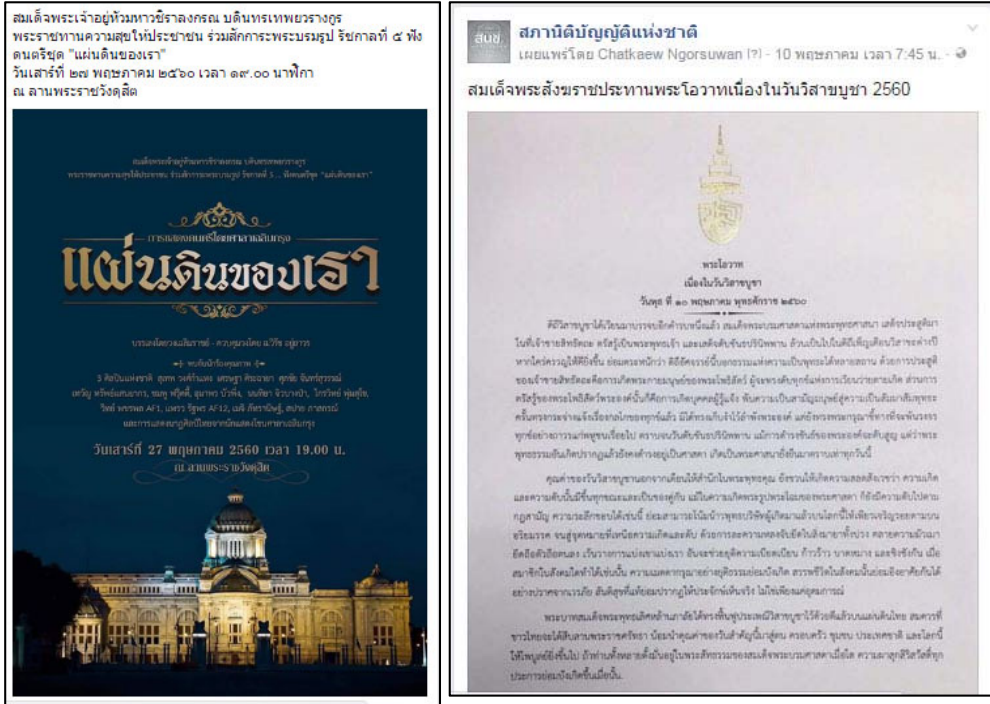
- ส่วนใหญ่เป็นแหล่งข้อมูลที่ได้จากสำนักข่าวต่าง ๆ จากภายนอกองค์กร เช่น สำนักข่าวต่าง ๆ ผู้จัดทำต้องทำการคัดลอก Link/URL ให้ถูกต้อง รวมถึงที่มาของแหล่งข่าว นั้น ๆ ด้วย

ภาพที่ ๑๙ ตัวอย่างภาพการ Link/URL



๒.๖ อื่น ๆ เช่น โพสต์เตอร์ประชาสัมพันธ์ พระโอวาท หรือใน e-office ของหน่วยงาน ฯลฯ

ภาพที่ ๒๐ จากแหล่งข้อมูลอื่น ๆ



- ๓. ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลและภาพประกอบ
- ๔. นำข้อมูลและภาพประกอบที่ได้ทำการตรวจสอบความถูกต้องเรียบร้อยแล้ว นำเข้าสู่ระบบทั้งเว็บไซต์ Click NLA และเฟซบุ๊ก (Facebook) “สภานิติบัญญัติแห่งชาติ” โดยพิจารณา ดังนี้
 - ๔.๑ ดำเนินการจัดทำในเว็บไซต์ Click NLA (www.click.senate.go.th) เพื่อให้ได้ลิงก์ถาวร และสำเนาลิงก์ถาวรนั้นไปดำเนินการจัดทำในเฟซบุ๊ก (Facebook) “สภานิติบัญญัติแห่งชาติ” อีกครั้ง
 - ๔.๒ ดำเนินการจัดทำในเฟซบุ๊ก (Facebook) “สภานิติบัญญัติแห่งชาติ” เพียงอย่างเดียว โดยไม่ต้องใส่ลิงก์ถาวรจากเว็บไซต์ Click NLA
- ๕. ผู้บังคับบัญชาทำการตรวจสอบข้อมูลในระบบ (Monitor) หากพบข้อผิดพลาด แอดมินเพจจะต้องทำการปรับและแก้ไขโดยทันที
- ๖. ทำการเผยแพร่ในเฟซบุ๊ก (Facebook) “สภานิติบัญญัติแห่งชาติ” ไปยังกลุ่มเป้าหมายและประชาชน

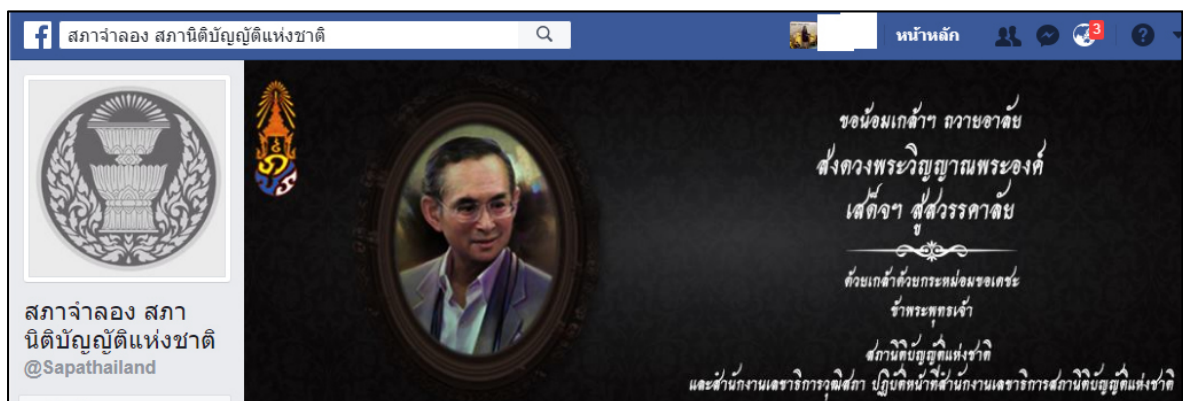
ข้อควรระวังในการปฏิบัติงาน

- การปฏิบัติงานด้านการจัดทำเว็บไซต์และเฟซบุ๊ก (Facebook) เพื่อการประชาสัมพันธ์ของ สภานิติบัญญัติแห่งชาติ ต้องหมั่นทำการตรวจเช็คอุปกรณ์เครื่องคอมพิวเตอร์และระบบสัญญาณ อินเทอร์เน็ตให้มีความพร้อมอยู่เสมอ
- ต้องตรวจทานความถูกต้องของข้อมูลข่าวสารขององค์กรอย่างละเอียด รอบคอบ จัดลำดับ ความสำคัญให้ดีกว่าก่อน-หลัง ก่อนทำการเผยแพร่ไปสู่กลุ่มเป้าหมาย/ประชาชน
- หากพบข้อผิดพลาดในจุดใด ให้ทำการแก้ไขทันที
- เรื่องหรือข้อมูลใด ๆ ที่ไม่สามารถตัดสินใจหรือดำเนินการได้ เพราะเห็นแล้วว่าอาจเกิด ผลกระทบด้านลบต่อองค์กร ให้นำไปปรึกษากับผู้บังคับบัญชาเพื่อร่วมพิจารณาทันที

๖. กลุ่มงานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ไทยและกิจการมุขนิสภานุภูมิภาค

การจัดทำเฟซบุ๊ก (Facebook) “สภาจำลองสภานิติบัญญัติแห่งชาติ” นอกเหนือจากงาน ภารกิจหลักที่ได้ดำเนินการเกี่ยวกับการจัดโครงการ การสัมมนา เสวนา การจัดนิทรรศการ การอภิปราย เพื่อเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับระบอบประชาธิปไตยและสิทธิของประชาชนตาม รัฐธรรมนูญฯ ไปสู่นักเรียน นิสิต นักศึกษา สถาบันการเมือง ส่วนราชการและเอกชน รวมถึง ประชาชนในพื้นที่จังหวัดต่าง ๆ ทั่วประเทศ แล้ว กลุ่มงานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ฯ ยังได้นำผล การดำเนินงานต่าง ๆ เหล่านั้น ไม่ว่าจะเป็นภาพ บรรยายภาพ การบรรยายหรืออภิปราย การให้ความรู้ แก่เด็ก นักเรียน นักศึกษาในโรงเรียนทุกจังหวัดที่กลุ่มงานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ฯ ได้จัดกิจกรรมขึ้น มานำเสนอผ่านเฟซบุ๊ก (Facebook) ชื่อ “สภาจำลองสภานิติบัญญัติแห่งชาติ” (<https://www.facebook.com/Sapathailand>) อีกครั้ง รวมถึงการแจ้งข่าวสาร กิจกรรมหรือ การจัดประกวดในโครงการต่าง ๆ อันเป็นประโยชน์แก่กลุ่มเป้าหมายให้ได้รับทราบล่วงหน้าอยู่เป็น ระยะเวลา ๆ และที่สำคัญ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายได้เข้ามามีส่วนร่วมติดตามข่าวสาร แสดงผลงานหรือ ความคิดเห็นได้ตลอดเวลา ซึ่งปัจจุบันนี้มียอดผู้ติดตามและเข้าชม จำนวน ๔,๑๖๐ สมาชิก และมี แนวโน้มเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ

ภาพที่ ๒๑ หน้า Wall เฟซบุ๊ก (Facebook) ชื่อ “สภาจำลองสภานิติบัญญัติแห่งชาติ”



สำหรับรายละเอียดของการดำเนินงานผ่านเฟซบุ๊ก (Facebook) “สภาจำลองสภานิติบัญญัติแห่งชาติ” นั้น จะประกอบด้วย

๑. การแจ้งข้อมูลข่าวสาร อาทิ การเชิญชวนรับฟังการปาฐกถาพิเศษ หรือการจัดประกวดคลิปชิงรางวัล เป็นต้น

ภาพที่ ๒๒ ตัวอย่างการแจ้งข้อมูลข่าวสาร

The image shows a Facebook post from the page 'สภาจำลอง สภานิติบัญญัติแห่งชาติ กับ Charin Hansuebsai'. The post text says: 'หุ้นส่วนประเทศไทย... คือคนไทยทุกคน เราต้องมีข้อมูลที่ดี เพื่อรับคัดขอบเขตการปกครองของประเทศ ประเทศไทยเป็นของคนไทยทุกคน เรามารับฟังข่าวสารดีๆกันนะครับ ๑๗ มิถุนายน ๒๕๖๐...ที่นี่'. Below the text is a promotional graphic for a radio broadcast titled 'ขอเชิญรับฟังการปาฐกถาพิเศษ เรื่อง "รัฐธรรมนูญกับการปฏิรูปประเทศ" โดย นายสุรชัย เลี้ยงบุญเลิศชัย รองประธานสภานิติบัญญัติแห่งชาติ คนที่หนึ่ง' (Special Invitation to Listen to a Special Lecture on 'The Constitution and National Reform' by Mr. Surachai Liangboonluechit, 1st Vice-Chairman of the National Council of Constitutional Justice). The graphic includes contact information for radio and TV stations and a date of June 17, 2017, from 09:00 to 10:30 AM. To the right of the post, the Facebook interface shows 4 likes, 4 shares, and a post from 4 months ago on May 18, 2016, at 21:00. It also shows 1 post and 1 comment.

๒. ข้อคิด คำคม

ภาพที่ ๒๓ ตัวอย่างภาพข้อคิด คำคม

The image shows a Facebook post from the page 'สภาจำลอง สภานิติบัญญัติแห่งชาติ' with the text: 'ได้เพิ่มรูปภาพใหม่ลงในอัลบั้ม: อัลบั้มที่ไม่มีชื่อ — กับ วิเชียร บัวบาน และงานที่ทำ 10 สิงหาคม เวลา 11:31 น. -'. Below the text is a quote: 'ข้อคิด... คำคม บ้านเมืองจะคงอยู่ได้ ขึ้นอยู่กับระบบการเมือง การปกครองที่ประชาชนมีส่วนร่วม' (Thought... Quote: 'The country will remain standing only if the political system and governance have the active participation of the people'). The quote is attributed to พลเอก ภาณุวัชร นาควงษ์ม สมาชิกสภานิติบัญญัติแห่งชาติ (General Phanuwat Nakhwong, Member of the National Council of Constitutional Justice). The background of the quote features a photo of a man speaking at a podium. At the bottom, there is information about a program: 'โครงการเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับการเมืองการปกครองและบทบาทอำนาจหน้าที่ของสภานิติบัญญัติแห่งชาติสู่เยาวชนในสถานศึกษา (สภาจำลองสัญจร) วันพุธที่ ๙ สิงหาคม ๒๕๖๐ ณ โรงเรียนนายร้อยตำรวจ' (Program to disseminate knowledge about politics and the role of the National Council of Constitutional Justice to students in educational institutions (Simulated National Council of Constitutional Justice) Wednesday, 9 August 2017 at Police Academy School).

๓. Clip VDO กิจกรรม

ภาพที่ ๒๔ ตัวอย่างภาพ Clip VDO กิจกรรม



๔. กิจกรรมเครือข่าย

ภาพที่ ๒๕ ตัวอย่างภาพกิจกรรมเครือข่าย



นอกจากนี้ ยังได้เปิด Line กลุ่ม “เครือข่าย” ขึ้น เพื่อเป็นช่องทางการติดต่อสื่อสารกับเครือข่ายต่าง ๆ ดังภาพ

ภาพที่ ๒๖ Line กลุ่ม “เครือข่าย”



๒.๓ บทสรุป

“การประชาสัมพันธ์เชิงรุกเพื่อการประชาสัมพันธ์องค์กร” ของทั้ง ๖ กลุ่มงาน ในสำนักประชาสัมพันธ์ ที่ได้นำสื่อสังคมออนไลน์มาปรับประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับภารกิจหลัก ไม่ว่าจะการติดต่อ ประสานงานไปยังกลุ่มเป้าหมายด้วยความกระชับ ฉับไว การจัดทำเฟซบุ๊ก (Facebook) ทั้ง “สถานิติบัญญัติแห่งชาติ” หรือเฟซบุ๊ก (Facebook) “สภาจำลองสถานิติบัญญัติแห่งชาติ” การส่งข้อมูลข่าวสารผ่านไลน์ (Line) หรือการจัดทำคลิป VDO เพื่อการประชาสัมพันธ์ เป็นต้น เหล่านี้เป็นเทคนิคและกลยุทธ์อันสำคัญที่จะช่วยสนับสนุนการปฏิบัติการกิจขององค์กรให้มีประสิทธิภาพและประสบความสำเร็จตรงตามวัตถุประสงค์ขององค์กรได้เป็นอย่างดี ดังนั้น องค์กรความรู้เกี่ยวกับ “การประชาสัมพันธ์เชิงรุกเพื่อการประชาสัมพันธ์องค์กร” ฉบับนี้ อาจเป็นส่วนหนึ่งที่สามารถนำไปต่อยอดและพัฒนากระบวนการประชาสัมพันธ์ให้ดียิ่ง ๆ ขึ้นไปได้ในอนาคต

๒.๔ ประโยชน์จากการจัดทำองค์ความรู้

๒.๔.๑ บุคลากรของสำนักประชาสัมพันธ์ได้รับความรู้เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์เชิงรุกเพื่อการประชาสัมพันธ์องค์กร

๒.๔.๒ บุคลากรของสำนักประชาสัมพันธ์ สามารถนำองค์ความรู้ที่ได้รับไปปรับประยุกต์ใช้กับการปฏิบัติงานของตนเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด

๒.๔.๓ สามารถนำองค์ความรู้ที่ได้รับ ไปต่อยอดและพัฒนางานในอนาคตให้ดียิ่ง ๆ ขึ้นไป

๒.๕ ปัญหาและอุปสรรค

๒.๕.๑ บุคลากรภายในสำนักประชาสัมพันธ์ยังไม่มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์เชิงรุกอย่างถ่องแท้ จึงทำให้การปฏิบัติงานยังไม่เห็นผลที่ชัดเจน

๒.๕.๒ ระบบสัญญาณอินเทอร์เน็ตไม่เสถียร

๒.๕.๓ สำนักประชาสัมพันธ์ยังไม่เคยมีการจัดทำคู่มือองค์ความรู้เรื่อง “การประชาสัมพันธ์เชิงรุกเพื่อการประชาสัมพันธ์องค์กร”

๒.๖ ข้อเสนอแนะ

๒.๖.๑ จัดทำเป็นคู่มือองค์ความรู้เรื่อง “การประชาสัมพันธ์เชิงรุกเพื่อการประชาสัมพันธ์องค์กร”

๒.๖.๒ จัดทำเป็นองค์ความรู้เรื่อง “การประชาสัมพันธ์เชิงรุกเพื่อการประชาสัมพันธ์องค์กร” ในรูปแบบของสื่อดิจิทัล เพื่อเผยแพร่ให้บุคลากรภายในองค์กรได้รับทราบ

๒.๖.๓ จัดฝึกอบรมเผยแพร่องค์ความรู้ให้แก่สำนักที่มีลักษณะการปฏิบัติงานที่ใกล้เคียงกัน

๒.๖.๔ ควรวิเคราะห์ สรุป และประเมินผลองค์ความรู้ที่ได้รับ พร้อมทำแบบสอบถามประเมินความพึงพอใจ

บรรณานุกรม

เอกสาร

ณัฐา ฉางชูโต. เอกสารการบรรยายเรื่องเทคนิคการทำอินโฟกราฟิกเพื่อการประชาสัมพันธ์.

คณะนิเทศศาสตร์. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, ๒๕๖๐.

ธีรพันธ์ โล่ห์ทองคำ. การประชาสัมพันธ์เชิงการตลาด คอลัมน์คลื่นความคิด. มติชน, ๒๕๕๙

วัลลภ หมู่พยัคฆ์. การพัฒนาการบันทึกการขายการโทรทัศน์โดยใช้เทคนิคการซ่อนภาพ CHROMA KEY

เพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์บทบาทอำนาจหน้าที่ของสถานีวิทยุแห่งชาติ (วุฒิสภา) และ

สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา. กรุงเทพฯ: สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา, ๒๕๖๐.

สื่ออิเล็กทรอนิกส์

การผลิตสื่อวีดิทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์. สืบค้นเมื่อวันที่ ๑๐ สิงหาคม ๒๕๖๐, จาก

<https://unnopkvc.files.wordpress.com/2014/10/>

mediaproductionvideoforpr.doc

กลุ่มสารนิเทศ สำนักอำนวยการ สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ, สืบค้นเมื่อวันที่ ๑๐ สิงหาคม

๒๕๖๐, จาก <https://puttipongportfolio.wordpress.com>

ธีระพงษ์ โสตาคร. การประชาสัมพันธ์เชิงรุก (Pro-active PR). สืบค้นเมื่อวันที่ ๙ มิถุนายน ๒๕๕๙,

จาก <http://www.stou.ac.th/offices/rdec/chan/main/Doc/Km/2556/>

Reference/STOU-CB7.2-4(1).pdf

นพดล วศิณสุนทร. เทคนิคการประชาสัมพันธ์เชิงรุก และการประชาสัมพันธ์ในภาวะวิกฤต. สืบค้นเมื่อ

วันที่ ๙ มิถุนายน ๒๕๕๙, จาก [http://johnnopadon.blogspot.com/2015/10/blog-](http://johnnopadon.blogspot.com/2015/10/blog-post_18.html)

[post_18.html](http://johnnopadon.blogspot.com/2015/10/blog-post_18.html)

วิดีโอออนไลน์กับการประชาสัมพันธ์, ศูนย์วิทยพัฒนา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

นครศรีธรรมราช, สืบค้นเมื่อวันที่ ๒ สิงหาคม ๒๕๖๐, จาก

[http://www.stou.ac.th/study/sumrit/3-58\(500\)/page8-3-58\(500\).html](http://www.stou.ac.th/study/sumrit/3-58(500)/page8-3-58(500).html)