



การประชาสัมพันธ์เพื่อการมีส่วนร่วมของสื่อมวลชนในการขับเคลื่อน
ยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต
(พ.ศ. 2560 – 2564)

โดย

นางสาวบุปผาวัลย์ ศิริสวัสดิ์

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
วารสารศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการการสื่อสารองค์กร
คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ปีการศึกษา 2560
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

การประชาสัมพันธ์เพื่อการมีส่วนร่วมของสื่อมวลชนในการขับเคลื่อน
ยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต
(พ.ศ. 2560 – 2564)

โดย

นางสาวบุปผาวัลย์ ศิริสวัสดิ์




การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
วารสารศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการการสื่อสารองค์กร
คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ปีการศึกษา 2560
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

PUBLIC RELATIONS FOR THE MASS MEDIA'S INVOLVEMENT
TO DRIVE COMMUNICATION FOR ANTI-CORRUPTION
(YEAR 2017-2021)

BY

MISS BUPPAWAN SIRISAWAD



AN INDEPENDENT SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT
OF THE REQUIREMENTS FOR THE DEGREE OF MASTER OF ARTS
PROGRAM IN CORPORATE COMMUNICATION MANAGEMENT
FACULTY OF JOURNALISM AND MASS COMMUNICATION

THAMMASAT UNIVERSITY

ACADEMIC YEAR 2017

COPYRIGHT OF THAMMASAT UNIVERSITY

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน

การค้นคว้าอิสระ

ของ

นางสาวบุปผาวัลย์ ศิริสวัสดิ์

เรื่อง

การประชาสัมพันธ์เพื่อการมีส่วนร่วมของสื่อมวลชนในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์
การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560-2564)

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติ ให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
วารสารศาสตรมหาบัณฑิต (การจัดการการสื่อสารองค์กร)

เมื่อ วันที่ 2 สิงหาคม พ.ศ. 2561

ประธานกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ

(อาจารย์ ดร.โมไนยพล รณเวช)

กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัจฉรา ปันทรานูวงศ์)

กรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พจนา รูปแก้ว)

คณบดี

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัจฉรา ปันทรานูวงศ์)

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	การประชาสัมพันธ์เพื่อการมีส่วนร่วมของ สื่อมวลชนในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสื่อสาร เพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ.2560 – 2564)
ชื่อผู้เขียน	นางสาวบุปผาวัลย์ ศิริสวัสดิ์
ชื่อปริญญา	วารสารศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชา/คณะ/มหาวิทยาลัย	สาขาวิชาการจัดการการสื่อสารองค์กร คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัจฉรา ปัญทรานวงศ์
ปีการศึกษา	2560

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง “การประชาสัมพันธ์เพื่อการมีส่วนร่วมของสื่อมวลชนในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 – 2564)” ผู้ศึกษาได้แบ่งการศึกษาออกเป็น 2 ประเด็น คือ ประเด็นที่ 1 ด้านกระบวนการการประชาสัมพันธ์ของสำนักงาน ป.ป.ช. เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมกับสื่อมวลชนในโครงการ/กิจกรรมภายใต้แผนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 – 2564) และประเด็นที่ 2 ด้านปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของเครือข่ายสื่อมวลชนและความคิดเห็นของเครือข่ายสื่อมวลชนที่มีต่อการประชาสัมพันธ์ของสำนักงาน ป.ป.ช. ในโครงการ/กิจกรรมภายใต้แผนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 – 2564) โดยใช้ระเบียบวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (Depth Interview) และจากข้อมูลเอกสาร (Documentary Research) โดยศึกษาจากกฤตภาค (Clipping News)

ผลการศึกษาพบว่า สำนักงาน ป.ป.ช. มีกระบวนการการประชาสัมพันธ์ของสำนักงาน ป.ป.ช. เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมกับสื่อมวลชนในโครงการ/กิจกรรม ภายใต้แผนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 – 2564) ประกอบด้วย 4 ขั้นตอน คือ 1) การทบทวน โดยทบทวนจากสภาพปัญหา ทบทวนผลการวิจัยที่ผ่านมา ทบทวนนโยบายองค์กร ทบทวนยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง 2) การวางแผนกลยุทธ์และจัดทำแผนปฏิบัติการ 3) การดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการ และ 4) การตรวจสอบผลการปฏิบัติการ ประเมินผลการปฏิบัติงาน และรายงานผลการปฏิบัติงาน

ในส่วนของปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของเครือข่ายสื่อมวลชนและความคิดเห็นของเครือข่ายสื่อมวลชนที่มีต่อการประชาสัมพันธ์ของสำนักงาน ป.ป.ช. ในโครงการ/กิจกรรมภายใต้แผนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 – 2564) พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของเครือข่ายสื่อมวลชน มีอยู่ 3 ด้าน คือ 1) ปัจจัยด้านนโยบายของสื่อ 2) ปัจจัยด้านคุณค่าของข่าว และ 3) ปัจจัยด้านความสะดวกสบายในการทำงานของสื่อ สำหรับความคิดเห็นต่อเจ้าหน้าที่สำนักงาน ป.ป.ช. และความคิดเห็นต่อการจัดโครงการ/กิจกรรม ภายใต้แผนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 – 2564) พบว่า สื่อมวลชนส่วนใหญ่มีความคิดเห็นตรงกันว่าเจ้าหน้าที่สำนักงาน ป.ป.ช. ที่ปฏิบัติหน้าที่โดยตรงด้านสื่อมวลชนสัมพันธ์ และตั้งแต่ระดับผู้บริหารไปจนถึงระดับปฏิบัติการ กล่าวคือ ผู้อำนวยการสำนักประชาสัมพันธ์ นักประชาสัมพันธ์เชี่ยวชาญ และนักประชาสัมพันธ์ปฏิบัติการ มีการปฏิบัติหน้าที่ด้านสื่อมวลชนสัมพันธ์ได้เป็นอย่างดี ส่วนความคิดเห็นต่อการจัดโครงการ/กิจกรรม ภายใต้แผนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 – 2564) พบว่า การจัดโครงการ/กิจกรรม ของสำนักงาน ป.ป.ช. เป็นเพียงการจัดงานตามวาระโอกาส และเพื่อประชาสัมพันธ์เท่านั้น แต่ไม่ได้จัดงานหรือจัดกิจกรรมเพื่อให้เกิดผลกับประชาชนอย่างแท้จริง

สำนักงาน ป.ป.ช. มีความพยายามในการประชาสัมพันธ์และขับเคลื่อนกระบวนการต่าง ๆ เพื่อต้องการให้เกิดการมีส่วนร่วมของสื่อมวลชน แต่ในอีกแง่หนึ่ง คือ สื่อมวลชนมองว่าการจัดกิจกรรมดังกล่าว ควรมีเนื้อหาหรือประเด็นที่น่าสนใจมากกว่าการจัดงานที่สวยหรู หรือมากกว่างานที่จัดเพื่อเป็นการสร้างภาพลักษณ์ให้แก่องค์กร แต่การจัดงานควรมีการวางแผนหรือนำเสนอประเด็นที่น่าสนใจ เช่น การนำเสนอเชิงสถิติข้อมูลเกี่ยวกับการทำงานของสำนักงาน ป.ป.ช. มากกว่าการนำเสนอเรื่องการรณรงค์แบบเชิงบวก หรือนำเสนอในเชิงบวกควบคู่ไปกับการนำเสนอสถิติข้อมูลเชิงลบไปพร้อมๆ กัน เพื่อให้เกิดการเปรียบเทียบและเห็นภาพได้ชัดเจน

คำสำคัญ: กระบวนการการประชาสัมพันธ์, ปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วม, ความคิดเห็นของเครือข่ายสื่อมวลชน, การมีส่วนร่วมของสื่อมวลชน

Independent Study Title	PUBLIC RELATIONS FOR THE MASS MEDIA'S INVOLVEMENT TO DRIVE COMMUNICATION FOR ANTI-CORRUPTION (YEAR 2017-2021)
Author	Miss Buppawan Sirisawad
Degree	Master of Arts
Major Field/Faculty/University	Corporate Communication Management Journalism and Mass Communication Thammasat University
Independent Study Advisor	Assistant Professor Dr. Adchara Panthauwong
Academic Years	2017

ABSTRACT

This is a study of the topic “Public Relations for the Mass Media’s Involvement to Drive Communication for Anti-Corruption (Year 2017-2021)”. The study is divided into two parts: 1) the public relations process of the NACC to engage the mass media with the project/activity under the anti-corruption communication strategy (year 2017- 2021) and 2) the factors that influence the mass media network’s participation and the mass media network’s opinion on the NACC’s public relation’s project/activity under the anti-corruption communication strategy (year 2017-2021) by using qualitative research to collect data from in- depth interviews and from documentary research by studying the clipping news.

A study found that NACC has a public relations process from NACC itself to engage the mass media with the project/ activity under the anti- corruption communication strategy (year 2017-2021) under 4 steps: 1) Review any existing issues, past research results, the corporate policy, and any related strategies 2) Create a strategy and an action plan 3) Implement the action plan and 4) Monitor, evaluate, and report the performance.

Factors influencing the mass media network’s participation and the mass media network’s opinion on the NACC’s public relation’s project/activity under the anti-corruption communication strategy (year 2017- 2021) comes in three different

factors, which are: 1) factor from the media's policy 2) factor from the quality of news and 3) factor from the convenience level of the media. As for the opinions towards the NACC officers and opinions towards the project/activity under the anti-corruption communication strategy (year 2017-2021), a study reveals that the majority of the mass media can agree that the NACC officers who are directly responsible for the media relations from the executive level to the operational level, or in other words, the Director of Public Relations, the Public Relations Specialists, and the Public Relations Executives have all shown outstanding performance in their area of public relations. On the other hand, the mass media network's opinion on the NACC's public relation's project/activity under the anti-corruption communication strategy (year 2017-2021) was said that the events and activities organized under NACC were just opportunities to promote themselves, but not activities that will truly impact people.

NACC has tried to promote and drive ways to get involved with the mass media. On the other hand, the mass media suggest that the activities should have more interesting topics rather than just hosting an extravagant event or merely something more than just to create an image for the organization. Also, the events should be well planned or presented with interesting issues such as presentations showing statistics and information on how the NACC organization works rather than presenting only positive campaigns. In regards to the positive campaigns, they could also present negative statistics simultaneously so that the results can be compared and visualized clearly.

Keywords: Public Relations Process, Factors Affecting Participation, Mass Media/Media Network's Opinions, Mass Media's Involvement

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระเรื่อง “การประชาสัมพันธ์เพื่อการมีส่วนร่วมของสื่อมวลชนในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 – 2564)” เล่มนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี จากคำแนะนำ การเอาใจใส่ การช่วยเหลือ และอำนวยความสะดวกในทุกเรื่องจาก ดร. โมไนยพล วัฒนเวช ประธานกรรมการสอบค้นคว้าอิสระ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อัจฉรา ปัญชรานนวงศ์ กรรมการ และอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พจนา รูปแก้ว กรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ ทำให้การค้นคว้าอิสระเล่มนี้เกิดความสำเร็จสูงสุด

ขอขอบพระคุณ คุณพ่ออนันต์ คุณแม่ประจักษ์ ศิริสวัสดิ์ รวมถึงผู้มีพระคุณ ท่านนงยุทธ มะลิตอง ที่ให้การสนับสนุน ผลักดัน ให้คำแนะนำ ให้ความช่วยเหลือ และให้กำลังใจ ตลอดมา หวังเป็นอย่างยิ่งว่าท่านทั้งสามจะภูมิใจในความสำเร็จครั้งนี้ ขอขอบคุณพี่น้องสำนักงาน ป.ป.ช. พี่น้องฝั่งบางปะกอก พี่น้องโพนสวรรค์ รวมถึงเพื่อน ๆ MCM 17 โดยเฉพาะกลุ่มหลังห้องฝั่งซ้าย ที่คอยให้คำปรึกษา ให้กำลังใจ ช่วยเหลือกันและกัน ตั้งแต่เริ่มเรียนจนถึงวันที่การค้นคว้าอิสระนี้ สำเร็จ

สุดท้ายนี้ ขอขอบคุณพี่น้องสำนักประชาสัมพันธ์ สำนักงาน ป.ป.ช. และพี่น้องสื่อมวลชนทุกท่าน ที่เสียสละเวลาอันมีค่า ในการให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์สำหรับการค้นคว้าอิสระใน ครั้งนี้ ผู้ศึกษาซาบซึ้งในความกรุณาเป็นอย่างยิ่ง ตลอดจนขอขอบคุณทุก ๆ ท่านทั้งที่กล่าวนาม และ ไม่ได้กล่าวนามในที่นี้ ที่คอยช่วยเหลือ สนับสนุน และเป็นกำลังใจให้ผู้ศึกษาด้วยดีมาตลอด จนการ ค้นคว้าอิสระสำเร็จได้ด้วยดี

นางสาวบุปผาวัลย์ ศิริสวัสดิ์

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	(1)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	(3)
กิตติกรรมประกาศ	(5)
สารบัญตาราง	(9)
สารบัญภาพ	(10)
รายการสัญลักษณ์และคำย่อ	(11)
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 ปัญหานำวิจัย	4
1.3 วัตถุประสงค์ในการวิจัย	4
1.4 ขอบเขตการวิจัย	4
1.5 นิยามศัพท์	5
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	6
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์	7
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับเครือข่าย	13
2.3 ทฤษฎีการรณรงค์ (Campaign Theory)	14
2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการต่อต้านการทุจริต	15

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	16
2.6 กรอบแนวคิดในการศึกษา	20
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	21
3.1 รูปแบบการวิจัย	21
3.2 แหล่งข้อมูล	22
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล	22
3.4 การตรวจสอบคุณภาพของข้อมูล	24
3.5 วิธีในการนำเสนอข้อมูล	24
บทที่ 4 ผลการวิจัย	25
4.1 กระบวนการการประชาสัมพันธ์ของสำนักงาน ป.ป.ช.	26
4.1.1 การทบทวน โดยทบทวนจากสภาพปัญหา ทบทวนผลการวิจัยที่ผ่านมา ทบทวนนโยบายองค์กร ทบทวนยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง	27
4.1.2 การวางกลยุทธ์และจัดทำแผนปฏิบัติการ	30
4.1.3 การดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการ	
4.1.4 การตรวจสอบผลการปฏิบัติการ ประเมินผล และรายงานผล	
4.2 ปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของเครือข่ายสื่อมวลชนและความคิดเห็นของเครือข่ายสื่อมวลชนที่มีต่อการประชาสัมพันธ์ของสำนักงาน ป.ป.ช. ในโครงการ/กิจกรรม ภายใต้แผนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 – 2564)	62
4.2.1 ปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของเครือข่ายสื่อมวลชนในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ.2560 – 2564)	62
4.2.2 ความคิดเห็นของเครือข่ายสื่อมวลชนที่มีต่อการประชาสัมพันธ์ของสำนักงาน ป.ป.ช. ในโครงการ/กิจกรรม ภายใต้แผนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 – 2564)	64

บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ	73
5.1 สรุปผลการศึกษา	73
5.1.1 กระบวนการการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมกับสื่อมวลชน ในโครงการต่าง ๆ ตามแผนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้าน การทุจริต (พ.ศ. 2560 – 2564)	73
5.1.2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของเครือข่ายสื่อมวลชนและความ คิดเห็นของเครือข่ายสื่อมวลชนที่มีต่อการประชาสัมพันธ์ของ สำนักงาน ป.ป.ช. ในโครงการ/กิจกรรมต่าง ๆ ตามแผนยุทธศาสตร์ การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 – 2564)	79
5.2 อภิปรายผลการศึกษา	81
5.2.1 กระบวนการการประชาสัมพันธ์ของสำนักงาน ป.ป.ช.	81
5.2.2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของเครือข่ายสื่อมวลชนและ ความคิดเห็นของเครือข่ายสื่อมวลชนที่มีต่อการประชาสัมพันธ์ ของสำนักงาน ป.ป.ช. ในโครงการ/กิจกรรมต่าง ๆ ตามแผน ยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต	84
5.3 ข้อเสนอแนะจากการศึกษาครั้งนี้	86
5.3.1 ข้อเสนอแนะสำหรับสำนักประชาสัมพันธ์ สำนักงาน ป.ป.ช.	86
5.3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับผู้บริหาร สำนักงาน ป.ป.ช.	86
5.3.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาคั้งต่อไป	87
รายการอ้างอิง	88
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก	91
ภาคผนวก ข	95
ประวัติผู้เขียน	97

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4.1 โครงการ/กิจกรรม ภายใต้แผนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560-2564)	41
4.2 โครงการ/กิจกรรม ที่ได้รับการจัดสรรงบประมาณ ภายใต้แผนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560-2564) โดยแยกเป็นงานประจำ และงานตามโครงการ/กิจกรรม	44



สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 อินโฟกราฟิก “ดัชนีการรับรู้การทุจริต ปี พ.ศ. 2560”	1
2.1 กรอบแนวคิดในการศึกษา การประชาสัมพันธ์เพื่อการมีส่วนร่วมของสื่อมวลชนในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ.2560 – 2564)	20
4.1 ตราสัญลักษณ์ภายใต้แคมเปญ “Zero Tolerance คนไทยไม่ทนต่อการทุจริต”	34
4.2 แผนภาพ ขั้นตอนการปฏิบัติงาน (Flow Chart) โต้ะข่าว ป.ป.ช. แสดงถึงการแลกเปลี่ยนข้อมูลซึ่งกันและกันภายในองค์กรโดยมีแหล่งรวบรวมข้อมูลกลางคือสำนักประชาสัมพันธ์	37
4.3 บรรยากาศวันต่อต้านคอร์รัปชันสากล (ประเทศไทย) ภายใต้แนวคิด “Zero Tolerance คนไทยไม่ทนต่อการทุจริต” โดยมีนายกรัฐมนตรี เป็นประธานในพิธี	49
4.4 ภาพแผนภูมิขั้นตอนการปฏิบัติงาน (Flow Chart) การเขียนข่าวประชาสัมพันธ์ (ภายนอก)	50
4.5 ภาพตัวอย่างข่าวประชาสัมพันธ์ที่ส่งให้สื่อมวลชนก่อนการจัดวันงาน 1 สัปดาห์	51
4.6 ภาพแผนภูมิขั้นตอนการปฏิบัติงาน (Flow Chart) การขอความอนุเคราะห์สื่อมวลชนมาทำข่าว และเตรียมเอกสารข่าวให้กับสื่อมวลชน	54
4.7 ภาพตัวอย่างข่าวแจก (Press Release)	55
4.8 Clipping News ที่เกิดจากการจัดโครงการ/กิจกรรม ภายใต้แผนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 -2564)	69
4.9 ตัวอย่าง Clipping News ที่สื่อมวลชนแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดโครงการ/กิจกรรม ภายใต้แผนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 - 2564)	70
4.10 ตัวอย่าง Clipping News ที่สื่อมวลชนแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดโครงการ/กิจกรรม ภายใต้แผนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 -2564)	71

รายการสัญลักษณ์และคำย่อ

สัญลักษณ์/คำย่อ	คำเต็ม/คำจำกัดความ
สำนักงาน ป.ป.ช.	สำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปราม การทุจริตแห่งชาติ
IMF	International Monetary Fund (องค์กร การเงินระหว่างประเทศ)



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ที่ผ่านมา ปัญหาการทุจริตฝังรากลึกแทรกซึมอยู่ในทุกพื้นที่ และสร้างความเสียหายต่อระบบเศรษฐกิจและสังคมไทยมายาวนาน ซึ่งค่านิยมของคนเป็นเหตุของปัญหา คนขาดจิตสำนึกที่ถูกต้อง จะเห็นได้จากในกลุ่มนักการเมือง เจ้าหน้าที่ของรัฐที่มีพฤติกรรมทุจริตเพราะขาดจริยธรรม ขาดกลไกการเฝ้าระวังและการตรวจสอบที่มีประสิทธิภาพ ในกลุ่มภาคธุรกิจบางส่วนยังมีการติดสินบนเพื่อความสะดวกในการดำเนินธุรกิจ ภาคประชาชนยังขาดการส่งเสริมในการเข้ามามีบทบาทการเฝ้าระวัง การตรวจสอบการทุจริตอย่างจริงจัง และการนำเสนอข้อมูลของสื่อมวลชนยังไม่มุ่งไปในทิศทางที่สร้างคุณธรรมจริยธรรมให้กับคนในสังคม การบังคับใช้กฎหมายกับผู้กระทำการทุจริตมีกรอบระยะเวลาที่ยาวนานกว่าจะเห็นบทลงโทษ

ปัญหาดังกล่าว มีแนวโน้มที่จะเกิดความรุนแรงมากขึ้นเรื่อย ๆ ซึ่งจะเห็นได้จากการจัดอันดับและการรายงานดัชนีการรับรู้การทุจริต จากองค์กรเพื่อความโปร่งใสนานาชาติ (Transparency International) ซึ่งในแต่ละปีประเทศไทยมีคะแนนไม่ถึงครึ่งของคะแนนเต็ม เห็นได้จากสถิติของประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2538 – 2559 และผลการสำรวจในปีล่าสุดคือ ปี พ.ศ. 2560 ประเทศไทยได้ค่าคะแนนอยู่ที่ 37 คะแนน มีคะแนนที่ต่ำกว่าครึ่ง ซึ่งตัวชี้วัดนี้สะท้อนให้เห็นถึงการแก้ไขปัญหาการทุจริตในประเทศไทยยังไม่ประสบผลสำเร็จเท่าที่ควร แม้ว่าจะมีการพยายามพัฒนามาตรการต่าง ๆ ในการป้องกันการทุจริตอย่างต่อเนื่องมาโดยตลอด



ภาพที่ 1.1 อินโฟกราฟิก “ดัชนีการรับรู้การทุจริต ปี พ.ศ. 2560”, โดย สำนักงาน ป.ป.ช., 2561

สำนักงาน ป.ป.ช. ในฐานะมีหน้าที่ในการป้องกันและปราบปรามการทุจริต รวมทั้งส่งเสริมให้ทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมในการป้องกันและปราบปรามการทุจริตอย่างจริงจังและต่อเนื่องนั้น จึงได้จัดทำยุทธศาสตร์ชาติว่าด้วยการป้องกันและปราบปรามการทุจริต ระยะที่ 3 (พ.ศ. 2560 - 2564) ซึ่งคณะรัฐมนตรีมีมติเห็นชอบเมื่อวันที่ 11 ตุลาคม 2559 เพื่อให้ส่วนราชการต่าง ๆ สามารถนำไปใช้ประกอบ ในการทำคำของบประมาณในเรื่องเกี่ยวข้อกับการต่อต้านการทุจริตให้ทันปีถัดไป อันเป็นการใช้งบประมาณที่รองรับกับยุทธศาสตร์ชาติฯ ระยะที่ 3 ซึ่งในยุทธศาสตร์ชาติว่าด้วยการป้องกันและปราบปรามการทุจริต ระยะที่ 3 มีวิสัยทัศน์ว่า “ประเทศไทยใสสะอาด ไทยทั้งชาติต้านทุจริต (Zero Tolerance & Clean Thailand)” มียุทธศาสตร์ 6 ด้าน การสื่อสารประชาสัมพันธ์ได้ถูกกำหนดให้มีบทบาทในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ชาติฯ ระยะที่ 3 ดังนี้ ยุทธศาสตร์ที่ 1 สร้างสังคมที่ไม่ทนต่อการทุจริต ยุทธศาสตร์ที่ 2 ยกกระดับเจตจำนงทางการเมืองในการต่อต้านการทุจริต ยุทธศาสตร์ที่ 3 สกัดกั้นการทุจริตเชิงนโยบาย ยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนาระบบป้องกันการทุจริตเชิงรุก ยุทธศาสตร์ที่ 5 ปฏิรูปกลไกและกระบวนการการปราบปรามการทุจริต ยุทธศาสตร์ที่ 6 ยกกระดับคะแนนดัชนีการรับรู้การทุจริต (CPI) ของประเทศไทย

ประกอบกับมติที่ประชุมคณะกรรมการไต่สวนการประชาสัมพันธ์และการบริหารการสื่อสารของสำนักงาน ป.ป.ช. ครั้งที่ 1-1/2559 เมื่อวันที่ 4 กรกฎาคม 2559 เห็นชอบให้สำนักประชาสัมพันธ์ดำเนินการปรับปรุงยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อต่อต้านการทุจริตของสำนักงาน ป.ป.ช. ใหม่ให้สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์ชาติว่าด้วยการป้องกันและปราบปรามการทุจริต ระยะที่ 3 (พ.ศ. 2560 - 2564) เพื่อให้มีกรอบทิศทางและแผนในการดำเนินงาน และเกิดบูรณาการกับทุกภาคส่วนในการขับเคลื่อนงานสื่อสารเพื่อธรรมาภิบาลป้องกันและปราบปรามการทุจริตไปในทิศทางเดียวกัน ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างทั่วถึง เพื่อสร้างสังคมไม่ทนต่อการทุจริตในวงกว้าง อันเป็นการปลูกกระแสสังคม ให้ตระหนักถึงภัยร้ายของการทุจริตและร่วมเป็นเครือข่ายในการต่อต้านการทุจริต รวมทั้งเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่คณะกรรมการ ป.ป.ช. สำนักงาน ป.ป.ช. และให้สังคมเกิดความเชื่อมั่นในกระบวนการการทำงานป้องกันและปราบปรามการทุจริต โดยมีความมุ่งหวังที่จะทำให้แผนนี้ เป็นเสมือนกุญแจนำไปสู่หนทางการเสริมสร้างให้ทุกภาคส่วนร่วมมือป้องกันและปราบปรามการทุจริตที่เป็นรูปธรรม และสร้างพลังการขับเคลื่อนงานสื่อสารไปสู่สาธารณชน ซึ่งยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริตนี้ ประกอบด้วย 4 ยุทธศาสตร์ คือ ยุทธศาสตร์ที่ 1 บูรณาการงานสื่อสารสร้างสังคมไม่ทนต่อการทุจริต, ยุทธศาสตร์ที่ 2 สร้างพลังเครือข่ายงานสื่อสารร่วมด้านการทุจริต, ยุทธศาสตร์ที่ 3 พัฒนาระบบบริหารการสื่อสาร และยุทธศาสตร์ที่ 4 เสริมสร้างภาพลักษณ์ของสำนักงาน ป.ป.ช. ซึ่งโครงการภายใต้แผนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 - 2564)

สำนักงาน ป.ป.ช. เป็นองค์กรที่มีหลักการปฏิบัติงานด้วยความโปร่งใสเป็นธรรมต่อทุกฝ่ายและเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในภารกิจป้องกันและปราบปรามการทุจริต โดยบทบาทอำนาจหน้าที่ในภารกิจหลัก 3 ด้าน คือ การปราบปรามการทุจริต การป้องกันการทุจริต และการตรวจสอบทรัพย์สินและหนี้สินแล้ว ยังมีภารกิจอื่นที่ช่วยส่งเสริมสนับสนุนเติมเต็มภารกิจหลักให้เกิดความสมบูรณ์ยิ่งขึ้นนั่นก็คือ งานด้านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ภารกิจการป้องกันและปราบปรามการทุจริต เนื่องจากในปัจจุบันนี้การประชาสัมพันธ์มีความสำคัญและมีความจำเป็นอย่างมากกับทุกองค์กร ทุกหน่วยงาน เพราะการที่ประชาชนจะเกิดความเลื่อมใสศรัทธาและเข้ามามีส่วนร่วมสนับสนุนการดำเนินงานกับหน่วยงานนั้น ๆ จะต้องอาศัยการสื่อสารประชาสัมพันธ์เพื่อให้ข้อมูลที่ถูกต้องสร้างความรู้ความเข้าใจกับกลุ่มเป้าหมายต่างๆ อย่างต่อเนื่อง

ทั้งนี้ สำนักประชาสัมพันธ์ ซึ่งเป็นหน่วยงานในสังกัดสำนักงาน ป.ป.ช. และมีบทบาทหน้าที่หลักในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ และการเผยแพร่ผลการดำเนินงานต่าง ๆ ของคณะกรรมการ ป.ป.ช. ของสำนักงาน ป.ป.ช. เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจ สร้างเสริมทัศนคติ ค่านิยมในความซื่อสัตย์สุจริต และการเข้ามามีส่วนร่วมในการป้องกันและปราบปรามการทุจริต รวมทั้งเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและผลิตสื่อในการป้องกันและปราบปรามการทุจริต การสร้างจิตสำนึกและค่านิยมความซื่อสัตย์สุจริตไปสู่สาธารณชนได้รับทราบ อันนำมาสู่ความร่วมมือเป็นเครือข่ายในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์งานป้องกันและปราบปรามการทุจริตอย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

ที่ผ่านมา สำนักประชาสัมพันธ์อาศัย “สื่อมวลชน” เป็นสื่อกลางและเป็นกระบอกเสียงในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของสำนักงาน ป.ป.ช. ต่อสาธารณะเพื่อให้สังคมมีความตื่นตัวที่ไม่ทนต่อการทุจริตอย่างต่อเนื่องในรูปแบบต่าง ๆ อาทิ การแถลงข่าวของผู้บริหาร การแถลงข่าวคดีภายหลังที่คณะกรรมการ ป.ป.ช. มีมติ การแถลงผลการดำเนินงานรอบ 6 เดือน หรือ 1 ปี หรือมาตรการการป้องกันการทุจริต การจัดทำเอกสารข่าวแจก (Press Release) เผยแพร่ผ่านสื่อมวลชนสาขาต่าง ๆ และเผยแพร่ผ่านเว็บไซต์สำนักงาน ป.ป.ช. www.nacc.go.th จัดให้มีห้องรับรองสื่อมวลชนเพื่ออำนวยความสะดวกแก่สื่อมวลชนทุกสาขาในการมารายงานข่าวที่สำนักงาน ป.ป.ช. การเชิญสื่อมวลชนมาทำข่าวของสำนักงาน ป.ป.ช. เมื่อมีการจัดโครงการและกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อรณรงค์ต่อต้านการทุจริต การจัดสื่อสัญจรเพื่อนำสื่อมวลชนไปศึกษาดูงานในการดำเนินงานของสำนักงาน ป.ป.ช. ประจำจังหวัด ในระดับพื้นที่ และนำไปขยายผลเผยแพร่สู่สาธารณชนต่อไป อำนวยความสะดวกกับสื่อมวลชนที่ประสานงานมายังสำนักประชาสัมพันธ์ เพื่อขอสัมภาษณ์กรรมการ ป.ป.ช. และผู้บริหารสำนักงาน ป.ป.ช. ในเบื้องต้น

เมื่อพิจารณาสถิติการลงข่าวทางหน้าหนังสือพิมพ์หรือการออกข่าวทางสถานีโทรทัศน์ของสื่อมวลชนพบว่าข่าวส่วนใหญ่เป็นข่าวตามกระแสความสนใจของสังคมที่เกี่ยวกับคดีทุจริตมากกว่าข่าวที่สำนักงาน ป.ป.ช. ได้มีการเชิญสื่อมวลชนมาทำ ผู้ศึกษาจึงได้สนใจที่จะศึกษาถึง

“การประชาสัมพันธ์เพื่อการมีส่วนร่วมของสื่อมวลชนในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 – 2564)” เพื่อนำมาพัฒนาและปรับปรุงแนวทางยุทธศาสตร์การสื่อสารขององค์กร และสามารถนำมาเป็นแนวทางให้กับองค์กรอื่นได้ต่อไป

1.2 ปัญหาวิจัย

1. กระบวนการการประชาสัมพันธ์ของสำนักงาน ป.ป.ช. เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมกับสื่อมวลชนในโครงการต่างๆ ตามแผนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 – 2564) เป็นอย่างไร

2. ปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของเครือข่ายสื่อมวลชนในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 – 2564) เป็นอย่างไร

3. ความคิดเห็นของเครือข่ายสื่อมวลชนที่มีต่อการประชาสัมพันธ์ของสำนักงาน ป.ป.ช. ในโครงการต่าง ๆ ตามแผนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 – 2564) เป็นอย่างไร

1.3 วัตถุประสงค์วิจัย

1. เพื่อศึกษากระบวนการการประชาสัมพันธ์ของสำนักงาน ป.ป.ช. เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมกับสื่อมวลชนในโครงการต่างๆ ตามแผนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 – 2564)

2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของเครือข่ายสื่อมวลชนในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 – 2564)

3. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของเครือข่ายสื่อมวลชนที่มีต่อการประชาสัมพันธ์ของสำนักงาน ป.ป.ช. ในโครงการต่าง ๆ ตามแผนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 – 2564)

1.4 ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาเรื่องการประชาสัมพันธ์เพื่อการมีส่วนร่วมของสื่อมวลชนในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 – 2564) ได้กำหนดขอบเขตการวิจัย ดังนี้

1. ศึกษากระบวนการการประชาสัมพันธ์ของสำนักงาน ป.ป.ช. ภายใต้แผนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 – 2564) ด้วยวิธีการสัมภาษณ์และศึกษาข้อมูลทางเอกสารจากสำนักประชาสัมพันธ์ สำนักงาน ป.ป.ช.

2. ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของเครือข่ายสื่อมวลชนในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 – 2564) ในครั้งนี้ต้องการศึกษาเฉพาะเครือข่ายสื่อมวลชนที่อยู่ส่วนกลางและมีปฏิสัมพันธ์กับสำนักงาน ป.ป.ช. เป็นประจำ

3. ศึกษาความคิดเห็นของเครือข่ายสื่อมวลชนมีต่อการประชาสัมพันธ์ของสำนักงาน ป.ป.ช. ในโครงการต่าง ๆ ตามแผนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 – 2564) ในครั้งนี้ต้องการศึกษาเฉพาะความคิดเห็นของสื่อมวลชนในส่วนกลางที่ประจำอยู่ที่สำนักงาน ป.ป.ช. โดยจะวัดจากโครงการ/กิจกรรม ที่เกิดขึ้นระหว่างเดือนตุลาคม 2560 ถึงเดือนมีนาคม 2561

1.5 นิยามศัพท์

1.5.1 กระบวนการการประชาสัมพันธ์ หมายถึง ขั้นตอนการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงาน ป.ป.ช. ตามแผนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 – 2564) ที่มีแผนการปฏิบัติอย่างต่อเนื่อง เพื่อสนับสนุนงานด้านการป้องกันและปราบปรามการทุจริตของสำนักงาน ป.ป.ช. ประกอบด้วย 4 ขั้นตอน ดังนี้

1.5.1.1 การทบทวน โดยทบทวนจากสภาพปัญหา ทบทวนผลการวิจัยที่ผ่านมา ทบทวนนโยบายองค์กร ทบทวนยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง

1.5.1.2 วางกลยุทธ์และจัดทำแผนปฏิบัติการ ด้านการประชาสัมพันธ์

1.5.1.3 การดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการ

1.5.1.4 การตรวจสอบผลการปฏิบัติการ ประเมินผล และรายงานผล

1.5.2 ปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วม หมายถึง สิ่งที่ทำให้สื่อมวลชนนำเสนอข้อมูลข่าวสารและสนับสนุนพื้นที่ข่าวของสำนักงาน ป.ป.ช. และนำไปสู่การเผยแพร่และต่อยอดเองของสื่อมวลชนในการนำเสนอข่าวสารต่อสาธารณชนในช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ เพื่อเป็นพันธมิตรในการทำงานในรูปแบบต่าง ๆ กับสำนักงาน ป.ป.ช. เพื่อป้องกันและปราบปรามการทุจริตให้หมดสิ้นในสังคมไทย ปัจจัยในที่นี้หมายถึง ปัจจัยด้านนโยบายของสื่อ ปัจจัยด้านคุณค่าของข่าว และปัจจัยด้านความสะดวกสบายในการนำเสนอข่าว

1.5.3 ความคิดเห็นของเครือข่ายสื่อมวลชน หมายถึง การแสดงความคิดเห็นของสื่อมวลชนส่วนกลางที่ประจำอยู่สำนักงาน ป.ป.ช. ทุกประเภทสื่อ ที่มีต่อการปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ของสำนักงาน ป.ป.ช. คือ ด้านการทำงานของเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับงานด้านประชาสัมพันธ์ และด้านการจัดโครงการ/กิจกรรม ภายใต้แผนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต

1.5.4 การมีส่วนร่วมของสื่อมวลชน หมายถึง การนำเสนอข้อมูลข่าวสารของสำนักงาน ป.ป.ช. เกี่ยวกับการจัดโครงการ/กิจกรรมต่าง ๆ ภายใต้แผนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 – 2564) และสนับสนุนพื้นที่ข่าวของสำนักงาน ป.ป.ช. และนำไปสู่การเผยแพร่และต่อยอดเองของสื่อมวลชน ในการนำเสนอข่าวสารต่อสาธารณชนในช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ เพื่อเป็นพันธมิตรในการทำงานในรูปแบบต่าง ๆ กับสำนักงาน ป.ป.ช. เพื่อป้องกันและปราบปรามการทุจริตให้หมดสิ้นในสังคมไทย

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

เป็นแนวทางในการกำหนดกรอบ ทิศทาง และกระบวนการการประชาสัมพันธ์ของสำนักงาน ป.ป.ช. เพื่อนำไปสู่การสร้างการมีส่วนร่วมกับสื่อมวลชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกเหนือจากนั้นยังสามารถนำความคิดเห็นและปัจจัยต่าง ๆ ของเครือข่ายสื่อมวลชนที่มีต่อการประชาสัมพันธ์ของสำนักงาน ป.ป.ช. ภายใต้แผนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 – 2564) มาปรับใช้ในการดำเนินงานด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์ของสำนักงาน ป.ป.ช. ให้ดียิ่งขึ้นต่อไป

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่องการประชาสัมพันธ์เพื่อการมีส่วนร่วมของสื่อมวลชนในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 – 2564) ผู้ศึกษาจะยึดแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยมาเป็นหลักเกณฑ์พื้นฐานเพื่อการศึกษา ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์
2. แนวคิดเกี่ยวกับเครือข่าย
3. ทฤษฎีการรณรงค์ (Campaign Theory)
4. แนวคิดเกี่ยวกับการต่อต้านการทุจริต
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
6. กรอบแนวคิดในการศึกษา

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์

2.1.1 การประชาสัมพันธ์

พัชนี เขยจรรยา, เมตตา วิวัฒน์านุกูล และถิรนนท์ อนุรักษ์ศิริวงศ์. (2538) ได้อธิบายไว้ว่า การประชาสัมพันธ์ (Public Relations) หมายถึง การดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่ง เพื่อสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างประชาชนกับหน่วยงานหรือกลุ่มบุคคล

การประชาสัมพันธ์ เป็นการใช้ความพยายามในการโน้มน้าวใจประชาชนให้เกิดภาพลักษณ์ (image) ที่ดีมีความเชื่อถือและสนับสนุนหน่วยงาน

การดำเนินงานประชาสัมพันธ์นั้น มีเป้าหมายที่สำคัญ 3 ประการ คือ

1. เพื่อชี้แจงให้ข้อมูลข่าวสารต่อประชาชนเป้าหมาย
2. เพื่อโน้มน้าวใจให้เกิดหรือเปลี่ยนแปลงทัศนคติ หรือพฤติกรรม
3. เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีซึ่งกันและกันเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันกับประชาชน

พัชนี เขยจรรยา และคณะ (2538) อ้างถึง (Cutlip and Center) ได้อธิบายขอบเขตของงานประชาสัมพันธ์ เพื่อเพิ่มความเข้าใจในความหมายของการประชาสัมพันธ์ไว้อีกทัศนะหนึ่ง กล่าวคือ การประชาสัมพันธ์หมายรวมถึงการดำเนินงานในด้านการประเมินทัศนคติของ

ประชาชนเป้าหมาย เผยแพร่อธิบายให้ประชาชนเป้าหมายได้ทราบเกี่ยวกับนโยบาย การดำเนินงานของหน่วยงานและเสนอโครงการหรือแผน เพื่อสร้างความเข้าใจอันดีและการยอมรับจากประชาชน

พ. บัวเพียร (2545) ได้อธิบายว่า บทบาทความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ในสังคมปัจจุบัน มีส่วนทำให้การประชาสัมพันธ์เจริญเติบโตก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว ทั้งนี้เพราะมีสาเหตุหลาย ๆ ประการ ช่วยส่งเสริมเอื้ออำนวยให้การประชาสัมพันธ์ทวีบทบาทสำคัญมากยิ่งขึ้น อาทิ การเกิดช่องว่างแห่งการสื่อสารในสังคม จำนวนประชากรที่เพิ่มขึ้นในสังคม การมีความรับผิดชอบต่อสังคม รัฐบาลมีภารกิจเพิ่มมากขึ้นกว่าเดิม พัฒนาการของเครื่องมือสื่อสารเทคโนโลยีสมัยใหม่ มาตรฐานใหม่ทางด้านจริยธรรม อิทธิพลของผู้บริโภคและบทบาทการพิทักษ์คุ้มครองผู้บริโภค วิทยาการด้านการประชาสัมพันธ์เจริญก้าวหน้าขึ้น สมาคมวิชาชีพทางการประชาสัมพันธ์ และการยอมรับของหน่วยงานองค์กรและสถาบันต่าง ๆ

สาเหตุที่กล่าวข้างต้นนั้นถือว่าเป็นบทบาทที่สำคัญของงานด้านการประชาสัมพันธ์ที่จะต้องมีการเพิ่มศักยภาพและพัฒนางานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นเรื่อย ๆ ในปัจจุบันทุกองค์กรหรือหน่วยงาน ต้องขับเคลื่อนงานด้านประชาสัมพันธ์ไปพร้อม ๆ กับงานด้านอื่นขององค์กร เพื่อให้ประชาชนหรือกลุ่มเป้าหมายได้รับรู้และเข้าใจในสิ่งที่องค์กรหรือหน่วยงานนั้นได้ดำเนินการในแต่ละขั้นตอนของการทำงาน

สมควร กวียะ (2540) กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์ (Public Relations) คือการสื่อสารขององค์กรเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับประชาชน โดยการเสนอข่าวสาร การสร้างกิจกรรมให้เป็นข่าวสาร การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม หรือการแสดงความปรารถนาดีต่อประชาชน ในฐานะที่เป็นผู้อยู่ร่วมกันอย่างสันติสุข และเกื้อกูลผลประโยชน์ซึ่งกันและกัน ความสัมพันธ์ในลักษณะนี้จะนำไปสู่ทัศนคติในเชิงบวกหรือภาพพจน์ที่น่านิยมขององค์กร และไปสู่พฤติกรรมร่วมที่มีคุณค่าต่อสังคม

วงหทัย ต้นชีวะวงศ์ (2559) ได้กล่าวถึง การปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ของผู้ที่รับผิดชอบว่า ความรับผิดชอบต่อของนักสื่อสารองค์กรหรือนักประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วย 2 ลักษณะคือ

ผู้ปฏิบัติงานสื่อสาร (Communication Technician) หมายถึง งานที่นักสื่อสารจะต้องลงมือกระทำด้วยตนเอง เน้นการปฏิบัติ เช่น

1. งานเขียน (Writing Communication / Editing and / rewriting for grammar and spelling)
2. งานผลิตสื่อ (Brochure or pamphlets producing / doing photography / graphics)

3. ประสานงานกับสื่อมวลชน (Mass media coordination) งานเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร (Disseminator of message)

4. ปฏิบัติงานตามแผนการบริหารงานองค์การเชิงกลยุทธ์ (Working according to corporate strategic planning)

5. การตรวจสอบสถานการณ์ (Environmental scanning)

6. ประเมินผลแคมเปญการสื่อสารองค์กรที่ได้ดำเนินการ (Communication program evaluation)

ผู้บริหารการสื่อสาร (Communication Manager) หมายถึง

1. งานที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ เป็นงานด้านการวางแผนการคิดกลยุทธ์และนโยบายในการสื่อสารองค์กร ซึ่งจะต้องมีการตรวจสอบได้ถึงความสำเร็จและความล้มเหลว

2. เป็นการตัดสินใจเพื่อผลในระยะยาว (External-oriented long-term decisions) มากกว่า แก้ปัญหาเล็ก ๆ น้อย ๆ ที่เป็นงานในระยะสั้น (Short-term, technical problems)

3. งานในส่วนบริหารจึงเกี่ยวกับการให้คำปรึกษาการสื่อสารในทุกระดับ

4. การวิเคราะห์และประเมินสถานการณ์ การให้ข้อมูล ข้อเสนอแนะ และคำปรึกษาผู้บริหารระดับสูง

5. การควบคุมประเมินผลงานการสื่อสารองค์กรตามระยะเวลาของงานต่าง ๆ

6. จัดสรรงบประมาณการสื่อสาร

จะเห็นได้ว่าการประชาสัมพันธ์มีความหมายที่ชัดเจนในเรื่องของการสื่อสารทั้งภายในและภายนอกองค์กร ซึ่งการสื่อสารเหล่านั้นมีเป้าหมายคือ ต้องการให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกันกับสิ่งที่ผู้ส่งสารได้พยายามกระทำให้ผู้รับสารเข้าใจและตามวัตถุประสงค์ที่ผู้ส่งสารวางไว้ รวมทั้งได้มีการแยกประเภทของผู้รับผิดชอบงานด้านการประชาสัมพันธ์อย่างชัดเจนคือ ด้านนโยบายหรือบริหาร กับด้านลงมือปฏิบัติ

กัทธและมาร์ช (Guth&Marsh, 2003) กล่าวว่า กระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วยงาน 4 ขั้นตอน คือ การวิจัย (research) การวางแผน (planning) การสื่อสาร (communication) และการประเมินผล (evaluation) ซึ่งจะต้องมองทั้ง 4 ขั้นตอน ในลักษณะต่อเนื่องเกี่ยวพันและส่งเสริมซึ่งกันและกัน เช่น การวิจัยอาจจะต้องทำในขั้นตอนการประเมินผลเพื่อวัดผลของงาน และการประเมินผลจะถูกนำไปใช้ในขั้นของการวางแผน เป็นต้น เพราะการดำเนินงานประชาสัมพันธ์จะต้องปรับตัวให้ทันการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นกับสภาพแวดล้อมด้านต่าง ๆ อยู่ตลอดเวลา

พรทิพย์ พิมลสินธุ์ (2539) กล่าวว่า กระบวนการดำเนินงานการประชาสัมพันธ์มีขั้นตอนที่ควรพิจารณา ดังนี้

1. การวิจัย (research) จุดเริ่มต้นของงานการประชาสัมพันธ์ คือ การรวบรวมข้อมูลและข้อเท็จจริงที่มีอยู่เกี่ยวกับหน่วยงานนั้น เพื่อนำมากำหนดทิศทางในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ การรวบรวมข้อมูลดังกล่าวต้องกระทำด้วยวิธีที่จะได้ข้อเท็จจริงที่มีความเที่ยงตรงและเชื่อถือได้ การวิจัยจึงเป็นการใช้วิธีทางด้านวิทยาศาสตร์ซึ่งเป็นที่ยอมรับว่าจะสามารถนำมาซึ่งข้อมูลดังกล่าวได้ดีที่สุด

2. การวางแผน (planning) การวางแผนการประชาสัมพันธ์ หมายถึง การกำหนดวิธีการปฏิบัติ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์และเพื่อให้การดำเนินงานนั้น มีความสอดคล้องต่อเนื่องกันเพื่อบรรลุเป้าหมายที่วางไว้ โดยแผนการประชาสัมพันธ์นั้นจะต้องระบุกิจกรรมต่าง ๆ พร้อมทั้งกำหนดเวลาและรายละเอียดอื่น ๆ ที่เหมาะสม เช่น การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย การกำหนดกลยุทธ์หรือกลวิธี รวมทั้งผู้รับผิดชอบในกิจกรรมนั้น ๆ เป็นต้น

3. การสื่อสาร (communication) การสื่อสารในงานประชาสัมพันธ์จะหมายถึง การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างสถาบันหรือองค์กรกับกลุ่มเป้าหมาย ด้วยการให้ข่าวสารสาระความรู้ ความเข้าใจ ความบันเทิงและเรื่องราวต่าง ๆ เกี่ยวกับสถาบันหรือองค์กร จะส่งข่าวสารต่าง ๆ ผ่านสื่อไปยังกลุ่มเป้าหมาย ทั้งนี้การสื่อสารยังรวมถึงการรับฟังความคิดเห็นหรือปฏิกิริยาสะท้อนกลับจากกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อข่าวสารนั้น ๆ กลับมายังสถาบันหรือองค์กรอีกด้วย

4. การประเมินผล (evaluation) เป็นการตรวจสอบและตัดสินคุณค่าว่าการประชาสัมพันธ์ ที่ได้ดำเนินการไปแล้วในช่วงระยะเวลาหนึ่ง ได้รับความสนใจหรือความสำเร็จมากน้อยเพียงใด ได้ประสิทธิภาพตรงตามวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์หรือไม่อย่างไร

2.1.2 แนวคิดทฤษฎีกระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ R A C E

กระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ คือการลำดับขั้นตอนการทำงานประชาสัมพันธ์ ให้เป็นไปตามเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ที่ต้องการ ซึ่ง Cutlip and Center ได้กำหนดว่า กระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วย 4 กระบวนการย่อยที่ดำเนินการอย่างสอดคล้องต่อเนื่องและสัมพันธ์กัน ได้แก่ การวิจัยเพื่อการประชาสัมพันธ์ การวางแผนกลยุทธ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ การบริหารแผนและปฏิบัติงานตามแผน และการประเมินผลการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

2.1.3 สื่อมวลชนสัมพันธ์ (media relations)

วิรัช ลภีรัตนกุล (2546) กล่าวว่า สื่อมวลชนสัมพันธ์ (media relations) หมายถึง วิธีการอย่างหนึ่งของงานประชาสัมพันธ์ ที่มุ่งจะอาศัยสื่อมวลชนเป็นสื่อกลางในการเผยแพร่

หรือ กระจายข่าวสารขององค์การสถาบันไปสู่ประชาชน โดยที่องค์การสถาบันไม่ต้องจ่ายเงินค่าเวลา หรือซื้อเนื้อที่ของสื่อมวลชนเหล่านั้น

นโยบายการกำหนดแนวทางการสื่อสารที่จะก่อให้เกิดการสร้างสรรค์ เนื้อหา ข่าวสารที่จะไม่ส่งผลกระทบต่อ การนำเสนอข้อความ ให้เป็นไปในทางลบ ซึ่งการวางนโยบายด้านสื่อ นั้นมีระดับขั้นตอนอยู่ด้วยกัน 2 ระดับ

วัตถุประสงค์การสร้างความสัมพันธ์อันดีกับบรรดาสื่อมวลชนต่าง ๆ เช่น นักข่าว นักหนังสือพิมพ์ เป็นต้น สถาบันย่อมจะต้องพึงพบบรรดาสื่อมวลชนเหล่านี้ เพื่อเป็นสื่อในการเผยแพร่ ข่าวสารขององค์การไปสู่ประชาชน ในขอบเขตที่กว้างขวาง ฉะนั้นในการนำเสนอข่าวสารข้อมูลต่าง ๆ ที่ถูกต้องไปสู่ประชาชน สื่อมวลชนเป็นเครื่องมือหรือสื่อที่สามารถเข้าถึงประชาชนได้ดี

2.1.4 การสร้างสื่อมวลชนสัมพันธ์ (Press Relations) สื่อมวลชนสัมพันธ์คืองานที่ สร้างความสัมพันธ์กับบุคคลในวงการหนังสือพิมพ์นับตั้งแต่บรรณาธิการนักวิจารณ์ นักข่าว นักเขียน นักจัดรายการ ตลอดจนช่างภาพ เพราะงานประชาสัมพันธ์ต้องอาศัยสื่อมวลชนช่วยเน้นสื่อเผยแพร่ ข่าวสารข้อเท็จจริงไปสู่ประชาชนผู้รับข่าวสาร เมื่อสื่อมวลชนติดต่อขอรายละเอียดและข่าวสารก็ควร ให้ความสะดวกต่าง ๆ

สื่อมวลชน สื่อที่ถ่ายทอดข้อมูล ข่าวสารไปยังมวลชนมหาศาล ประกอบด้วยสื่อ หนังสือพิมพ์ วิทยุโทรทัศน์ ภาพยนตร์ นิตยสาร วารสาร และสื่อสมัยใหม่ ผลของการสื่อสารมีอิทธิพล/ผลกระทบต่อผู้รับสารเป็นอย่างมาก

สื่อมวลชนสัมพันธ์ เป็นวิธีการอย่างหนึ่งของการปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ที่ มุ่งหวังอาศัยสื่อมวลชนเป็นสื่อกลางใน การเผยแพร่หรือกระจายข่าวสารขององค์การสถาบัน/ไปสู่ ประชาชนโดยที่สถาบันไม่ต้องจ่ายเงินค่าเวลาสื่อมวลชน และนักประชาสัมพันธ์ต้องพึงพบบรรดาสื่อมวลชน และกันการสร้างความสัมพันธ์กับสื่อมวลชนเป็นสิ่งที่นักประชาสัมพันธ์ต้องให้ความสำคัญ เพราะเป็น บุคคลที่ทำงานตรงกลางระหว่างองค์กรกับสื่อมวลชน

ระดับแรก การสื่อสารในระดับภูมิภาค (Communication at the regional level)

ระดับที่สอง การสื่อสารในระดับท้องถิ่น (Communication at the community level)

หน้าที่หลักในงานสื่อมวลชนสัมพันธ์

1. ศึกษาและรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับข่าวหนังสือพิมพ์และข้อมูลต่าง ๆ
2. การให้ข่าวสารด้านต่าง ๆ แก่ สื่อ หนังสือพิมพ์
3. อำนวยความสะดวกแก่สื่อมวลชนที่มาติดต่อ
4. การสร้างความสัมพันธ์และความสนิทสนมกับสื่อมวลชน
5. การตัดข่าวบทวิจารณ์และบทความสารคดี (Clipping File)

วิธีการให้ข่าวสารแก่สื่อมวลชน

1. ข่าวแจก (News Release) ผู้รับคือ บรรณาธิการนักข่าว นักวิจารณ์ ผู้เขียนคอลัมน์ประจำสถานีวิทยุ และสถานีโทรทัศน์ ซึ่งส่วนใหญ่ยังต้องอาศัยความสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจองค์กร หรือหน่วยงานนั้น ๆ กับผู้สื่อข่าวที่ได้รับข่าวด้วย ภาพข่าว (News Photographs) คือภาพประกอบข่าวแจก เพื่อให้หนังสือพิมพ์ตีพิมพ์ภาพเหล่านี้ลงประกอบข่าว การจัดทำบทความและสารคดีส่งให้แก่หนังสือพิมพ์บทความและสารคดี (Features) เอกสารข่าวแจก (News Release) เป็นข่าวสารที่องค์กร สถาบัน หรือหน่วยงานธุรกิจต่าง ๆ จัดทำและส่งให้สื่อมวลชนเป็นลายลักษณ์อักษร เพื่อให้สื่อมวลชนได้นำไปตีพิมพ์เผยแพร่ หรือกระจายข่าวสารเหล่านี้ไปสู่ประชาชน เพื่อให้ประชาชนทราบและเข้าใจในตัวสถาบัน

2. แพ้มือสำหรับแจกให้หนังสือพิมพ์ (Press Kits) แพ้มือสำหรับแจกให้หนังสือพิมพ์ (Press Kits) แพ้มือจะเป็นประโยชน์สำหรับอ้างอิงหรือการนำเอาวัตถุดิบเรื่องราวรายละเอียดเพิ่มเติมต่าง ๆ ขององค์กรสถาบันไปใช้ประกอบ

3. การให้สัมภาษณ์แก่นักข่าวหรือมวลชน (Press Interviews) อาจเป็นนักข่าวคนเดียวหรือหลายคนมาติดต่อขอสัมภาษณ์เพื่อสอบถามรายละเอียดเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งโดยเฉพาะเพื่อนำไปเสนอให้ประชาชนทราบ

4. การรายการปฐมทัศน์แก่หนังสือพิมพ์ (Press Previews) เป็นการเชิญชวนให้นักข่าวและสื่อมวลชนมาชมรายการสำคัญล่วงหน้าก่อนเปิดการแสดงก่อนประชาชนทั่วไป เพื่อให้มีโอกาสเห็นเหตุการณ์หรือข้อเท็จจริงล่วงหน้าก่อน และสามารถเผยแพร่ข่าวดังกล่าวให้ประชาชนได้เข้าใจ

5. การจัดให้มีการร่วมรับประทานอาหารระหว่างฝ่ายจัดการกับสื่อมวลชน (Press Management Luncheons) เป็นการสร้างสื่อมวลชนสัมพันธ์ระหว่างฝ่ายจัดหรือฝ่ายบริหารขององค์กรกับสื่อมวลชนจะเป็นแถลงข่าวต่าง ๆ แก่สื่อมวลชน จะเป็นการแถลงข่าวต่าง ๆ แก่สื่อมวลชนด้วย บางครั้งก็เรียกว่าเป็นงานเลี้ยงขอบคุณให้สัมภาษณ์แก่สื่อมวลชน (Thank You parties)

6. การจัดพาสื่อมวลชนชมกิจการ (Press Visits or Press Tours) เพื่อนำข้อเท็จจริงหรือเรื่องราวที่พบเห็นไปเสนอข่าวสู่ประชาชน

7. การจัดเลี้ยงแถลงข่าว (Press Conference) เป็นการจัดประชุมแถลงข่าวแก่สื่อมวลชนในกรณีที่ข่าวสำคัญหรือมีเหตุการณ์เรื่องราวที่สำคัญเกิดขึ้นรวมทั้งข่าวที่น่าสนใจ ที่ควรเผยแพร่เป็นพิเศษ จึงมักมีการจัดแถลงข่าวขึ้นเป็นครั้งคราว

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับเครือข่าย

มีผู้ให้ความหมายของคำว่า เครือข่าย ที่แตกต่างกันไป แต่ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการประมวลองค์ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับเครือข่ายที่เป็นสื่อมวลชนในการมีส่วนร่วมต่อการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 – 2564) โดยมีเนื้อหาพอสังเขป ดังนี้

กาญจนา แก้วเทพ (2538) อธิบายความหมายของเครือข่ายว่า เป็นรูปแบบหนึ่งของการประสานงานบุคคล หรือองค์กรต่าง ๆ ที่ต่างมีทรัพยากรของตนเอง มีเป้าหมาย วิธีการทำงาน ตลอดจนมีกลุ่มเป้าหมายเป็นของตนเอง ซึ่งบุคคลเหล่านี้ ได้มีการประสานงานกันมานานพอสมควร แม้อาจจะไม่มีกิจกรรมร่วมกันอย่างสม่ำเสมอ แต่รากฐานที่คอยยึดโยงกันและกันไว้ และเมื่อใดฝ่ายหนึ่งต้องการความช่วยเหลือจากผู้อื่นหรือกลุ่มอื่น ๆ เพื่อแก้ไขปัญหา ก็จะติดต่อกันได้

สุรพงษ์ โสธนะเสถียร (2559) กล่าวว่า จากที่ได้ศึกษาทฤษฎีผู้สื่อสารในระดับองค์การที่กล่าวมาเป็นการศึกษารูปแบบอันตรกิริยาที่เห็นว่าใครสื่อสารกับใคร แต่บางครั้งอาจไม่ได้อยู่ในรูปแบบอันตรกิริยาง่าย ๆ ในแบบนั้น เพราะไม่สามารถเห็นการสื่อสารซึ่งหน้า แต่รับรู้ได้ว่าการสื่อสารโดยเฉพาะการสื่อสารที่สมาชิกติดต่อกันอย่างทั่วหน้า แม้ไม่ใช่ต่อหน้าเรา กลุ่ม (cluster) ของการสื่อสารแบบนี้แสดงความสัมพันธ์ที่เชื่อมโยงกันอย่างมั่นคงเหมือนตาข่าย บางเครือข่ายครอบคลุมทั้งองค์การ โดยเครือข่ายเป็นโครงสร้างองค์การ/สถาบันสังคม ที่เป็นการสื่อสารระหว่างสมาชิกกับกลุ่ม (group) ซึ่งมีลักษณะเป็น cluster กล่าวคือ มีศูนย์กลาง (center) ล้อมรอบด้วยบริวาร/ลูกข่าย (peripherals) โดยลูกข่ายอาจเป็นศูนย์กลางของ cluster อื่นเป็นทอด ๆ ไป ซึ่งแต่ละ cluster จะเชื่อมโยงกัน แผลออกไปเป็นระบบเครือข่าย เครือข่ายอาจมีทั้งเครือข่ายที่เป็นรูปแบบทางการ (formal) ซึ่งอาศัยช่องทางการสื่อสารที่เปิดเผยในโครงสร้างขององค์การ และเครือข่ายฉุกเฉิน (emergent) ซึ่งเป็นเครือข่ายที่อาศัยช่องทางการสื่อสารที่ไม่เป็นทางการหรือช่องทางที่ไม่ได้ถูกควบคุมโดยองค์การเครือข่ายที่เกิดขึ้นไม่ว่าแบบใดจะมีการสื่อสารพร้อมกันในห้วงเวลาที่กำหนด (synchronous) หรือสื่อสารต่างห้วงเวลากัน (diachronic) อย่างไรก็ตาม สิ่งจำเป็นสำหรับความเป็นเครือข่ายคือความเกี่ยวข้องเชื่อมโยง (connectedness) ซึ่งเส้นทางการเชื่อมโยงจะพยายามรักษาให้มั่นคงไว้เพื่อประสิทธิภาพในการสื่อสารระหว่างสมาชิกด้วยกัน ระหว่างสมาชิกกับกลุ่ม และระหว่างสมาชิกกับเครือข่ายทั้งหมด ส่วนใหญ่การเชื่อมโยงระหว่างสมาชิกมักเป็นเรื่องส่วนตัวและเกิดขึ้นบ่อย ส่วนการสื่อสารระหว่างสมาชิกกับกลุ่ม หรือกลุ่มย่อยกับกลุ่มใหญ่จะกลายเป็นส่วนหนึ่งของเครือข่ายการสื่อสารองค์การ ความสัมพันธ์อาจเกิดขึ้นระหว่างสองฝ่ายสามฝ่าย ไปจนถึงเครือข่ายที่เป็นองค์การระดับโลก อันมีผลต่อความซับซ้อนหรือความหลากหลายภายในเครือข่าย (multiplicity) ที่จำเป็นต้องมีการจัดสรรแบ่งปันข้อมูล และการแบ่งปันผลประโยชน์หรืออำนาจในการรักษาเครือข่าย

Katz et al. (2004, p. 307-332) อ้างถึงใน สุรพงษ์ โสธนะเสถียร. (2559). ได้อธิบายแนวทางการศึกษาเครือข่ายต่อกลุ่มย่อย โดยพบว่า ประการแรก กรอบจินตนาการหลักประกอบด้วยเครือข่ายสังคม ซึ่งสามารถอธิบายสนับสนุนการเชื่อมโยงด้วยสติปัญญา ผลประโยชน์ของตน (Self Interest) การพึ่งพิงหรือแลกเปลี่ยนทางสังคม (Social Change or Dependency) ผลประโยชน์ร่วมกันของกลุ่ม (Mutual or Collective Interest) การรับรู้ (Cognitive) และการอยู่ร่วมกัน (Homophily) ประการที่สอง สามารถประยุกต์ใช้มุมมองเครือข่ายกับกลุ่มย่อย และผลประโยชน์เกื้อกูล สามารถอกเงยจากการยอมรับมุมมองดังกล่าวนี้

การยึดโยงผลประโยชน์ร่วมกัน การสร้างการแปลความหมายอย่างเดียวกัน การยกระดับอิทธิพลทางสังคม และการยอมให้แลกเปลี่ยนทรัพยากร สิ่งเหล่านี้สะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญถึงเหตุผลที่องค์กรต้องมีเครือข่ายเป็นองค์ประกอบ

2.3 ทฤษฎีการรณรงค์ (Campaign Theory)

กาญจนา แก้วเทพ (2538) อธิบายว่า การรณรงค์กลายเป็นสิ่งจำเป็นเพื่อโน้มน้าวประชาชนให้แสดงความยินยอมกระทำตามผู้ส่งสาร หลักทั่วไปของการรณรงค์คือการระดมสื่อ เพื่อนำเสนอสารหนึ่งไปสู่ประชาชนเพื่อให้ประชาชนยอมรับในสารนั้นโดยง่าย ทั้งในแง่การรับรู้ การเปลี่ยนทัศนคติ และการยอมรับ หน้าที่ในการรณรงค์แบ่งได้เป็น 2 ลักษณะ คือ 1) หน้าที่ซึ่งต้องการความสนับสนุนโดยกลุ่มเป้าหมาย คือ การรณรงค์เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายรับรู้และยอมรับการโน้มน้าวใจของตนเอง 2) การสนับสนุนโดยปัจเจกชนกลุ่มนี้ยังทำตัวเป็นเสียงส่วนใหญ่ที่เสียงเจ็บบ ยิ่งทำให้ผู้ทำการรณรงค์ไม่ทราบแน่ชัดถึงพื้นที่ที่กลุ่มเป้าหมายครองอยู่ แต่ไม่ว่าจะจะเป็นกลุ่มเป้าหมายแบบใด โดยเฉพาะกลุ่มเป้าหมายแบบที่สองซึ่งเป็นพลังเจ็บบ ผู้ทำการรณรงค์จำเป็นต้องเผยแพร่ข่าวสารออกไปอย่างกว้าง เพื่อให้ทำให้ผู้รับสารรับข่าวสารเป็นไปตามลำดับแผนงานของผู้ส่งสารหรือผู้ทำการรณรงค์

สุรพงษ์ โสธนะเสถียร (2559) อ้างถึงงานวิจัยของ Chamon and Kaplan. (2013, p. 1-3) ได้นำเสนอแบบจำลองว่า กลุ่มผลประโยชน์เป็นเงื่อนไขในการบริจาคสนับสนุนผู้สมัคร อันที่จริงกลุ่มผลประโยชน์ได้รับการสนับสนุนจากการบริจาคเช่นเดียวกับประสบปัญหาในการได้รับบริจาคด้วยหากการบริจาคไม่สมดุลก็กลายเป็นข้อสงสัยของเงินที่หายไป กรอบวิจัยของบทความขัดแย้งกับแบบจำลองมาตรฐานที่ใช้ในการทำนายกลุ่มผลประโยชน์ในการแข่งขันการเลือกตั้ง ที่มองการแข่งขันเพียงด้านเดียว โดยเราสามารถคาดทำนายได้ว่า กลุ่มผลประโยชน์จะเป็นผู้ชนะจากเป้าหมายการบริจาคที่ลำเอียงเป็นสำคัญ โดยสรุปคือ การรณรงค์เป็นการระดมสื่อทุกรูปแบบ เพื่อนำเสนอสารหนึ่ง ๆ ไปสู่ประชาชนที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย การรณรงค์จึงต้องสามารถชักจูงให้ผู้รับสารหันมาสนับสนุน

ช่วยกระตุ้นผู้สนับสนุนที่ซ่อนเร้นให้มาลงคะแนนเสียง และทำให้ผู้รับสารที่อยู่ฝ่ายตรงข้ามเปลี่ยนใจมาอยู่ฝ่ายเดียวกับตน

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการต่อต้านการทุจริต

สิริลักษณ์ คอมันตร์ และคณะ. (2557) อ้างถึงใน (Guralnik, 1964: 171; Black Law Dictionary, 1979, p. 50) ให้นิยามว่า การทุจริต คือ พฤติกรรมของมนุษย์ในทางที่ชั่วช้าและฉ้อโกง ผิดศีลธรรม ผิดกฎหมาย หรือมีเจตนาหลีกเลี่ยงกฎหมาย รวมทั้งการกระทำที่ขัดต่อตำแหน่งหน้าที่ และสิทธิของผู้อื่น โดยการรับหรือยอมรับประโยชน์สำหรับตนเองหรือผู้อื่น ไม่ว่าจะผู้กระทำจะเป็น บุคคลประเภทใด นักธุรกิจ นักการเมือง หรือข้าราชการ (พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542, น. 534) สำหรับพจนานุกรมไทย ได้ระบุความหมายของคำว่า ทุจริต ว่า ความประพฤติชั่ว คดโกง ฉ้อโกง ดังนั้น จากความหมายตามพจนานุกรมทั้งของไทยและต่างประเทศ การทุจริตจึงเป็น พฤติกรรมของมนุษย์ที่ไม่ดี

วิทยากร เชียงกุล (2549) ให้นิยาม การฉ้อราษฎร์บังหลวง คือ การฉ้อโกงสิ่งที่เคยเป็น หรือสิ่งที่ควรเป็นของราษฎร์ และการฉ้อโกงงบประมาณของรัฐ ซึ่งเป็นการกระทำที่รวมถึงรูปแบบ การกระทำทุกลักษณะที่เป็นไปโดยมิชอบ หรือเป็นการกระทำที่เป็นไปเพื่อผลประโยชน์ส่วนตนโดยการใช้อำนาจในตำแหน่งหน้าที่ของข้าราชการและเจ้าหน้าที่ของรัฐ ตั้งแต่เจ้าหน้าที่ระดับปฏิบัติการ ไปจนถึงระดับบริหารซึ่งมีอำนาจตัดสินใจ โดยการฉ้อราษฎร์บังหลวงจะเป็นการกระทำของข้าราชการและ เจ้าหน้าที่ของรัฐในระดับปฏิบัติการ ส่วนการบังหลวง เป็นการกระทำของข้าราชการและเจ้าหน้าที่ ของรัฐที่มีตำแหน่งในระดับบริหารซึ่งมีอำนาจในการตัดสินใจ

บทความเรื่องแนวทางการประยุกต์มาตรการสากลเพื่อการต่อต้านการทุจริตของ ประเทศไทย (สืบค้นเมื่อวันที่ 4 พฤษภาคม 2561) กล่าวไว้ว่า การคอร์รัปชันและการต่อต้านการ

คอร์รัปชันนั้นเป็นประเด็นที่รัฐบาล สังคม รวมทั้งหน่วยงานในระดับประเทศให้ความสำคัญอย่างต่อเนื่องและยาวนาน ในระดับระหว่างประเทศนั้น ประเด็นเรื่องคอร์รัปชันถูก หยิบยกขึ้นมากลางในสหประชาชาติตั้งแต่ทศวรรษที่ 1970 และออกเป็นมติในปี ค.ศ. 1975 โดยใน ครั้งนั้นมุ่งเน้นเรื่องการต่อต้านการติดสินบนในการทำธุรกิจระหว่างประเทศ ต่อมาในช่วงปลาย ทศวรรษที่ 1980 องค์กรเพื่อความร่วมมือและการพัฒนาระหว่างประเทศ (OECD) ได้นำประเด็นเรื่อง การติดสินบนในการทำธุรกิจระหว่างประเทศมาถกเถียงและพัฒนาเป็น Convention Combating of Foreign Public Official in International Business Transaction ซึ่งได้รับการรับรองปี ค.ศ. 1997 และมีผลบังคับใช้ตั้งแต่ปี ค.ศ. 1999 ในขณะที่องค์การการเงินระหว่างประเทศ (IMF) และ ธนาคารโลกได้หยิบยกประเด็นเรื่องการต่อต้านการคอร์รัปชันในช่วงกลางศตวรรษที่ 1990 โดย

เชื่อมโยงกับประเด็นเรื่องการจัดการปกครองที่ดี/วิธีการปกครองที่ดี/ธรรมาภิบาล (good governance) ล่าสุดในปี ค.ศ. 2003 สหประชาชาติได้ออก UN Convention Against Corruption อย่างเป็นทางการ ซึ่งนับเป็นข้อตกลงหลักระหว่างประเทศ ที่เกี่ยวข้องกับการต่อต้านการคอร์รัปชันในปัจจุบัน อาจกล่าวได้ว่าประเด็นการต่อต้านการคอร์รัปชันนั้น เป็นวาระหลักของแทบทุกประเทศและองค์กรระหว่างประเทศที่เกี่ยวข้อง

มาตรการป้องกันการทุจริต. (สืบค้นเมื่อวันที่ 8 พฤษภาคม 2561) พบว่า หน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งในและต่างประเทศ ได้มีการวางมาตรการในการป้องกันการทุจริต ซึ่งในประเทศไทย โดยสำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริต (สำนักงาน ป.ป.ช.) ได้มีการจัดทำ มาตรการป้องกันการทุจริต อาทิ

- มาตรการป้องกันการทุจริตและการบุกรุกพื้นที่ป่าไม้ พ.ศ. 2557
- มาตรการป้องกันและแก้ไขปัญหาการทุจริตในอุตสาหกรรมแร่ พ.ศ. 2558
- มาตรการป้องกันการทุจริตเชิงนโยบายขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พ.ศ. 2559
- มาตรการการบังคับใช้กฎหมายเพื่อดำเนินการถอดถอนผู้ดำรงตำแหน่งทางการเมืองท้องถิ่น เนื่องจากมีพฤติกรรมในทางทุจริต พ.ศ. 2560
- มาตรการป้องกันการทุจริตในกระบวนการอนุญาตให้คนต่างด้าวพำนักอยู่ในราชอาณาจักรไทยเป็นการชั่วคราว พ.ศ. 2560
- มาตรการป้องกันการทุจริตในกระบวนการเบิกจ่ายยาตามสิทธิสวัสดิการรักษายาบาลข้าราชการ พ.ศ. 2560
- มาตรการป้องกันการทุจริตเพื่อแก้ไขปัญหาการออกเอกสารสิทธิในที่ดินโดยมิชอบ พ.ศ. 2561

สำหรับแนวคิดและแนวทางในการต่อต้านการทุจริต เป็นประเด็นที่ผู้ศึกษาพบว่า หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในประเทศไทยและหน่วยงานระดับสากล หรืออาจเรียกได้ว่าทั่วโลกต่างให้ความสำคัญในเรื่องของการต่อต้านการทุจริต และมีการวางมาตรการต่าง ๆ ในการต่อต้านการทุจริตทุกรูปแบบ รวมทั้งยังให้ความสำคัญในเรื่องของการมีส่วนร่วมของคนในประเทศนั้น ๆ และระหว่างประเทศอีกด้วย

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของสื่อมวลชนในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 – 2564)” ได้ดำเนินการทบทวนวรรณกรรม และผู้วิจัยได้นำเสนองานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

วรรณ อิศระเสนีย์ (2549) ได้ศึกษา “การสื่อสารเพื่อการมีส่วนร่วมของประชาชนในการป้องกันและปราบปรามการทุจริต ศึกษาเฉพาะกรณี ประชาชนในตำบลบ้านธาตุ อำเภอเพ็ญ จังหวัดอุดรธานี” โดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัยคือ เพื่อศึกษากระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของประชาชนในตำบลบ้านธาตุ อำเภอเพ็ญ จังหวัดอุดรธานี เกี่ยวกับการป้องกันและปราบปรามการทุจริตในระดับท้องถิ่น และเพื่อทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของประชาชนในตำบลบ้านธาตุ อำเภอเพ็ญ จังหวัดอุดรธานี เกี่ยวกับการป้องกันและปราบปรามการทุจริตในระดับท้องถิ่น การศึกษาวิจัย ใช้ระเบียบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research Method) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตตำบลบ้านธาตุ อำเภอเพ็ญ จังหวัดอุดรธานี จำนวน 400 คน

ผลการวิจัยการมีส่วนร่วมในการป้องกันและปราบปรามการทุจริตในท้องถิ่น พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีส่วนร่วมเรื่อง การไปใช้สิทธิลงคะแนนเสียงเลือกตั้งผู้แทนระดับท้องถิ่นในระดับที่มากที่สุด โดยสิทธิของประชาชนที่มีสิทธิเลือกตั้งตามที่กฎหมายบัญญัติด้วยความอิสระและมีความเสมอภาคในการเลือกผู้แทนของตน และเมื่อสำรวจในเกณฑ์ที่น้อยที่สุด จะพบว่า การมีส่วนร่วมของประชาชนที่ต้องการจะส่งข้อมูลข่าวสารเพื่อก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในระดับใดระดับหนึ่งของการทุจริตในท้องถิ่นยังไม่ได้ได้รับความสนใจจากประชาชนซึ่งเป็นเจ้าของท้องถิ่นเท่าที่ควร

ภาษิตา ศราธิลักษณ์ (2557) ได้ศึกษา “ความสัมพันธ์ของทัศนคติ แรงจูงใจ การมีส่วนร่วม และการสร้างเครือข่ายของประชาชนกรุงเทพมหานครในการป้องกันและปราบปรามการทุจริต” เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ รูปแบบเชิงสำรวจ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติ แรงจูงใจ การมีส่วนร่วม และการสร้างเครือข่ายของประชาชนกรุงเทพมหานครในการป้องกันและปราบปรามการทุจริต กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ เป็นประชากรที่มีภูมิลำเนาอยู่ในกรุงเทพมหานครและมีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม จำนวน 404 ชุด โดยมีการตั้งสมมติฐานไว้ 3 ข้อ คือ 1) ทัศนคติเกี่ยวกับการทุจริตมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของประชาชนกรุงเทพมหานครในการป้องกันและปราบปรามการทุจริตอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งเป็นความสัมพันธ์กันในทางบวก กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อต้านการทุจริต จะยังมีแนวโน้มมีส่วนร่วมในการป้องกันและปราบปรามการทุจริต 2) แรงจูงใจในการต่อต้านการทุจริตมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของประชาชนกรุงเทพมหานครในการป้องกันและปราบปรามการทุจริตอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งเป็นความสัมพันธ์กันในทางบวก กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างมีแรงจูงใจในการต่อต้านการทุจริต และยังมีแนวโน้มมีส่วนร่วมในการป้องกันและปราบปรามการทุจริต 3) การมีส่วนร่วมของประชาชนกรุงเทพมหานครในการป้องกันและปราบปรามการทุจริตอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งเป็นความสัมพันธ์กันในทางบวก กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างมีส่วนร่วมในการต่อต้านการทุจริต จะยังมีแนวโน้มเห็นด้วยกับการสร้างเครือข่ายของประชาชนในการป้องกันและปราบปรามการทุจริต

เสาวนีย์ ฉัตรแก้ว (2551) จากรายงานการวิจัยเรื่อง “การรณรงค์ประชาสัมพันธ์สร้างจิตสำนึกสาธารณะของประชาชนผ่านองค์กรภาครัฐ องค์กรธุรกิจเอกชน และองค์กรไม่แสวงหากำไร” มุ่งศึกษาถึงการกำหนดประเด็นปัญหา รูปแบบ และแนวทางการดำเนินงานในโครงการรณรงค์ประชาสัมพันธ์สร้างจิตสำนึกสาธารณะของประชาชน โดยกลุ่มพันธมิตรซึ่งมีแกนกลางเป็นองค์กรภาครัฐ กลุ่มพันธมิตรซึ่งมีแกนกลางเป็นองค์กรธุรกิจเอกชน และกลุ่มพันธมิตรซึ่งมีแกนกลางเป็นองค์กรไม่แสวงหากำไร ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา และการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยผู้วิจัยได้วิเคราะห์เนื้อหาจากข่าว บทความ และโฆษณาที่นำเสนอเกี่ยวกับโครงการรณรงค์ประชาสัมพันธ์ของกลุ่มพันธมิตร เพื่อการสร้างจิตสำนึกสาธารณะของประชาชน

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มพันธมิตรซึ่งมีแกนกลางเป็นองค์กรภาครัฐ และองค์กรเอกชน ให้ความสำคัญกับประเด็น “การอนุรักษ์พลังงานและสิ่งแวดล้อม” มากที่สุดในการรณรงค์ประชาสัมพันธ์สร้างจิตสำนึกสาธารณะของประชาชน ขณะที่กลุ่มพันธมิตร ซึ่งมีแกนกลางเป็นองค์กรไม่แสวงหากำไร สำหรับแนวทางในการดำเนินงานของกลุ่มพันธมิตร ซึ่งเป็นการรวมองค์กรในลักษณะ “ข้ามภาคส่วน” ที่อาจมีทั้งองค์กรภาครัฐ องค์กรธุรกิจเอกชน และองค์กรไม่แสวงหากำไร ดำเนินงานภายใต้โครงการเดียวกันนั้น มีความร่วมมือแบบ “ผสานพลัง” กัน โดยแต่ละองค์กรอาจมีศักยภาพและบทบาทหน้าที่แตกต่างกัน และเสริมซึ่งกันและกัน กล่าวคือ องค์กรภาครัฐซึ่งมีการบริหารจัดการตามสายการบังคับบัญชาอย่างชัดเจน จะเป็นกลไกที่เอื้อให้การรณรงค์ประชาสัมพันธ์สร้างจิตสำนึกสาธารณะสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายในพื้นที่ส่วนภูมิภาคและท้องถิ่นได้อย่างกว้างขวางและทั่วถึง ขณะที่องค์กรธุรกิจเอกชนเป็นแหล่งสนับสนุนทางการเงินและองค์ความรู้ในด้านการบริหารจัดการที่สำคัญ ส่วนองค์กรไม่แสวงหากำไรมีทรัพยากร

ฐิติพร แก้ววิมล (2559) ได้ศึกษาเรื่อง “การสื่อสารเพื่อการรณรงค์ในโครงการ อย่่าให้ใครว่าไทย” เป็นการศึกษาภายใต้วัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อศึกษาการออกแบบเนื้อหาเพื่อสื่อสารรณรงค์ในโครงการอย่่าให้ใครว่าไทย 2) เพื่อศึกษาการเลือกใช้สื่อเพื่อการรณรงค์ในโครงการอย่่าให้ใครว่าไทย ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ ด้วยวิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกจากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการดำเนินโครงการอย่่าให้ใครว่าไทย เพื่อศึกษาว่าโครงการดังกล่าวมีการออกแบบเนื้อหาและมีการเลือกใช้สื่อเพื่อการสื่อสารรณรงค์ในโครงการอย่างไร

จากการศึกษาพบว่า การออกแบบเนื้อหาเพื่อสื่อสารการรณรงค์ในโครงการมีเนื้อหาเพื่อสะท้อนพฤติกรรมเชิงลบของคนไทยในยุคปัจจุบัน ได้แก่ ปัญหาการทุจริตคอร์รัปชัน ปัญหาความยากง่าย ปัญหาเรื่องความฟุ้งเฟ้อ และปัญหาเกี่ยวกับพฤติกรรมมารยาทแบบไร้สติของคนไทย ซึ่งล้วนเป็นประเด็นปัญหาใกล้ตัวที่ต้องการแก้ไขอย่างเร่งด่วน เนื่องจากส่งผลต่อวิถีชีวิต ทศนคติ และค่านิยมของคนในสังคมไทย โดยการนำเสนอแนวคิดดังกล่าวผ่านสื่อต่าง ๆ เพื่อให้คนในสังคมตระหนักและรับรู้ถึงปัญหาที่เกิดขึ้นก่อนที่จะกระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมต่อไป รวมถึงการวาง

แผนการเลือกใช้สื่อเพื่อการสื่อสารรณรงค์ในโครงการดังกล่าวนี้ เป็นการผสมผสานและบูรณาการการสื่อสารสื่อหลายประเภทเข้าด้วยกัน เพื่อทำหน้าที่ในการสื่อสารให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการสื่อสารที่แตกต่างกัน โดยจากการศึกษาสามารถแบ่งการใช้สื่อออกเป็น 5 ประเภท ได้แก่ 1) สื่อมวลชน 2) สื่อออนไลน์ 3) สื่อกิจกรรมพิเศษ 4) สื่อบุคคล และ 5) สื่อเฉพาะกิจ ซึ่งจากการประเมินผลเกี่ยวกับการเลือกใช้สื่อและการเข้าถึงผู้รับสาร โดยสื่อมวลชนทำหน้าที่ในการประชาสัมพันธ์โครงการและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ซึ่งจะได้ผลตอบรับที่ดีเมื่อใช้ควบคู่กับสื่อออนไลน์ เพราะสื่อดังกล่าวสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ทุกที่ทุกเวลา นอกจากนี้ยังใช้สื่อบุคคลเป็นกระบอกเสียงในการประชาสัมพันธ์โครงการ และใช้ควบคู่กับสื่อกิจกรรมพิเศษเพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายในแง่ของการเรียนรู้ได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ยังใช้สื่อเฉพาะกิจเพื่อเสริมการรับรู้ให้แก่กลุ่มผู้รับสารอีกด้วย

ภาคชุดา อำไพพรรณ (2559) ได้ทำการวิจัยเรื่อง “กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการกำกับกิจการพลังงานต่อสื่อมวลชน” ซึ่งในการวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการใช้กลยุทธ์การสื่อสารของสำนักงานคณะกรรมการกำกับกิจการพลังงานต่อสื่อมวลชน เพื่อศึกษาแนวทางการสร้างภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการกำกับกิจการพลังงานต่อสื่อมวลชน และเพื่อศึกษาเปรียบเทียบระหว่างกลยุทธ์การสื่อสารองค์กรที่สำนักงานคณะกรรมการกำกับกิจการพลังงานที่ใช้ในการสื่อสารภาพลักษณ์ไปยังสื่อมวลชนเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับภาพลักษณ์ที่สื่อมวลชนมีต่อสำนักงานหรือไม่อย่างไร โดยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งใช้การวิจัยข้อมูลเอกสาร จากการศึกษาแผนกลยุทธ์การสื่อสารองค์กรของสำนักงานคณะกรรมการกำกับกิจการพลังงาน ตั้งแต่ปี 2553 – 2555 และจากกฤตภาค ซึ่งเป็นเอกสารสรุปข่าวประจำวันในสื่อหนังสือพิมพ์รายวันที่เป็นข่าวเกี่ยวกับผลการดำเนินงานสำคัญของสำนักงาน โดยศึกษาย้อนหลังเป็นระยะเวลา 12 เดือน (เมษายน 2557 – มีนาคม 2558) และการสัมภาษณ์เชิงลึก มีกลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์จำนวน 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่ม 1 ผู้บริหารระดับสูง ผู้บริหารระดับกลาง และเจ้าหน้าที่ระดับปฏิบัติการที่มีหน้าที่รับผิดชอบโดยตรงในเรื่องการสื่อสารองค์กรของสำนักงาน จำนวน 3 คน กลุ่มที่ 2 สื่อมวลชนสายพลังงานและอุตสาหกรรมพลังงาน โดยเป็นสื่อมวลชนส่วนกลางที่มีปฏิสัมพันธ์และเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของสำนักงานมากที่สุดคือ สื่อหนังสือพิมพ์ จำนวน 15 – 20 คน และกลุ่มที่ 3 นักวิชาการและ/หรือ ผู้เชี่ยวชาญด้านการประชาสัมพันธ์ จำนวน 1 คน

ผลการวิจัย พบว่า กลยุทธ์การสื่อสารของสำนักงานคณะกรรมการกำกับกิจการพลังงานต่อสื่อมวลชน เน้นการต่อยอดผ่านสื่อต่าง ๆ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเกิดการจดจำ เผยแพร่บทบาทหน้าที่ของสำนักงานด้วยการกำหนด ข้อความหลัก (Key Message) ที่ชัดเจนและเข้าใจง่าย สร้างเสริมให้เกิดความเชื่อมั่นและยอมรับ ด้วยการเผยแพร่ความเป็นมืออาชีพ ผลงาน และกิจกรรมต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง การสร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะกลุ่ม โดยเฉพาะกลุ่มสื่อมวลชน สำหรับแนวทางการสร้างภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการกำกับกิจการพลังงานต่อสื่อมวลชนพบว่า

สำนักงานเน้นการสร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มสื่อมวลชน โดยผ่านกิจกรรมการสื่อสารทั้งแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการ

2.6 กรอบแนวคิดในการศึกษา

การประชาสัมพันธ์เพื่อการมีส่วนร่วมของสื่อมวลชนในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 – 2564)



ภาพที่ 2.1 กรอบแนวคิดในการศึกษา การประชาสัมพันธ์เพื่อการมีส่วนร่วมของสื่อมวลชนในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ.2560 – 2564)

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาเรื่อง การประชาสัมพันธ์เพื่อการมีส่วนร่วมของสื่อมวลชนในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 – 2564) มีวัตถุประสงค์การวิจัยดังต่อไปนี้

(1) เพื่อศึกษากระบวนการการประชาสัมพันธ์ของสำนักงาน ป.ป.ช. เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมกับสื่อมวลชนในโครงการต่าง ๆ ตามแผนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 – 2564)

(2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของเครือข่ายสื่อมวลชนในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 – 2564)

(3) เพื่อศึกษาความคิดเห็นของเครือข่ายสื่อมวลชนที่มีต่อการประชาสัมพันธ์ของสำนักงาน ป.ป.ช. ในโครงการต่าง ๆ ตามแผนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 – 2564)

3.1 รูปแบบการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยผู้ศึกษาได้แบ่งลักษณะการเก็บรวบรวมข้อมูลออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้ 1) การเก็บข้อมูลเอกสาร (Documentary Research) โดยศึกษาจากกฤตภาค (Clipping News) ซึ่งเป็นเอกสารสรุปข่าวประจำวันที่เป็นข่าวเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของสำนักงาน ป.ป.ช. ตามยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 – 2564) โดยศึกษาย้อนหลังเป็นระยะเวลา 6 เดือน คือ ตั้งแต่เดือนตุลาคม 2560 ถึงเดือนมีนาคม 2561 และ 2) การสัมภาษณ์เชิงลึก (Depth Interview) โดยการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาต้องการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของสื่อมวลชนในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 – 2564) ดังนั้น จึงเลือกกลุ่มสื่อมวลชนที่อยู่ส่วนกลางและมีปฏิสัมพันธ์และเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของสำนักงาน ป.ป.ช. เป็นประจำ ทุกประเภทของสื่อ จำนวน 10 คน และต้องการศึกษาศึกษากระบวนการการประชาสัมพันธ์ของสำนักงาน ป.ป.ช. เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมกับสื่อมวลชนในโครงการต่าง ๆ ตามแผนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 – 2564) จึงเลือกกลุ่มผู้ปฏิบัติงานโดยตรง คือ ข้าราชการสำนักงาน ป.ป.ช. จำนวน 3 คน

3.2 แหล่งข้อมูล

แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาได้แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

3.2.1 ด้านกระบวนการการประชาสัมพันธ์ของสำนักงาน ป.ป.ช. เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมกับสื่อมวลชนในโครงการต่าง ๆ ตามแผนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 – 2564) การคัดเลือกแหล่งข้อมูลที่ใช้ศึกษา เป็นการคัดเลือกด้วยวิธีการสุ่มแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) ซึ่งได้เลือกศึกษาผู้ดำเนินการจัดทำยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 – 2564) และเป็นข้าราชการ สำนักงาน ป.ป.ช. จำนวน 3 คน

- (1) นายทวิชาติ นิลกาญจน์ ผู้อำนวยการสำนักประชาสัมพันธ์
- (2) นางสาวทิพย์ แดงเอี่ยม นักประชาสัมพันธ์เชี่ยวชาญ
- (3) นางสาวอุมาพร ปัตตานี นักประชาสัมพันธ์ปฏิบัติการ

3.2.2 ด้านความคิดเห็นของเครือข่ายสื่อมวลชนที่มีต่อการประชาสัมพันธ์ของสำนักงาน ป.ป.ช. ในโครงการต่าง ๆ ตามแผนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 – 2564) และปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของเครือข่ายสื่อมวลชน จำนวน 10 คน

- (1) สื่อมวลชนจากสำนักข่าวอิศรา
- (2) สื่อมวลชนจากหนังสือพิมพ์เดอะเนชั่น
- (3) สื่อมวลชนจากหนังสือพิมพ์แนวหน้า
- (4) สื่อมวลชนจากหนังสือพิมพ์เดลินิวส์
- (5) สื่อมวลชนจากหนังสือพิมพ์ไทยโพสต์
- (6) สื่อมวลชนจากไทยรัฐทีวี
- (7) สื่อมวลชนจากสถานีโทรทัศน์สีทองทัพบก ช่อง 7
- (8) สื่อมวลชนจากสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3
- (9) สื่อมวลชนจากโมเดิร์นไนน์ทีวี
- (10) สื่อมวลชนจากสมาคมสื่อช่อสะอาด

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

การวิเคราะห์เอกสาร (Documentary Research) โดยศึกษาจากกฤตภาค (Clipping News) ซึ่งเป็นเอกสารสรุปข่าวประจำวันที่เป็นข่าวเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของสำนักงาน ป.ป.ช. ตามยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 – 2564) โดยศึกษาย้อนหลังเป็น

ระยะเวลา 6 เดือน คือ ตั้งแต่เดือนตุลาคม 2560 ถึงเดือนมีนาคม 2561 และใช้การวิเคราะห์ตามกรอบวัตถุประสงค์โดยนำแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาเป็นกรอบในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้ศึกษาได้กำหนดเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคือ การสัมภาษณ์เชิงลึกเป็นการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi – Structured Interview) ในลักษณะหนึ่งต่อหนึ่งกับแหล่งข้อมูล และผู้วิจัยได้กำหนดเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคือ แบบสัมภาษณ์ เพื่อเป็นกรอบในการสัมภาษณ์ ซึ่งเป็นคำถามปลายเปิดโดยเป็นคำถามที่เข้าใจง่าย และไม่ชี้นำคำตอบ โดยคำถาม จะเป็นคำถามกลุ่มละชุด เนื่องจากแต่ละกลุ่มเป้าหมายมีมุมมองในด้านที่แตกต่างกัน การสัมภาษณ์เน้นการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกเป็นรายบุคคล โดยใช้เครื่องบันทึกเสียงในการสัมภาษณ์เพื่อความถูกต้องและแม่นยำ

แบบคำถามสัมภาษณ์

จากผลการดำเนินงานของสำนักงาน ป.ป.ช. ตามยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 – 2564) โดยศึกษาย้อนหลังเป็นระยะเวลา 6 เดือน คือ ตั้งแต่เดือนตุลาคม 2560 ถึงเดือนมีนาคม 2561

3.3.1 วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษากระบวนการการประชาสัมพันธ์ของสำนักงาน ป.ป.ช. เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมกับสื่อมวลชนในโครงการต่าง ๆ ตามแผนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 – 2564)

3.3.1.1 ก่อนทำแผนมีการวิจัยหรือหาข้อมูลอย่างไร

3.3.1.2 ประเภท / ลักษณะของแผน ขั้นตอนการวางแผนเป็นอย่างไร

3.3.1.3 มีการดำเนินงานและนำแผนสู่การปฏิบัติอย่างไร (Process, Action timeline เป็นอย่างไร, การ Implement แผนเป็นอย่างไร)

3.3.1.4 มีการสรุป ประเมินระหว่างทางหรือไม่ หรือมีการประเมินอย่างไร

3.3.2 วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของเครือข่ายสื่อมวลชน

3.3.2.1 ปัจจัยด้านนโยบายของสื่อ (เช่น การเลือกประเด็นข่าวต้องเลือกตามนโยบายระดับ องค์กรหรือไม่, หรือต้องเลือกข่าวตามนโยบายระดับโต๊ะข่าวหรือไม่)

3.3.2.2 ปัจจัยด้านคุณค่าของข่าว (เช่น คุณมีหลักเกณฑ์ในการเลือกข่าวอย่างไร ตามกระแสสังคม, หรือจากคุณค่าข่าว)

3.3.2.3 ปัจจัยด้านความสะดวกสบายในการทำงานของสื่อมีผลต่อการนำเสนอข่าวของคุณหรือไม่ (เช่น คุณมีความคิดเห็นอย่างไรกับสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงานป.ป.ช. จัดเตรียมไว้สำหรับคุณ/การที่มีห้องรับรองสื่อมวลชนพร้อมมีสัญญาณ อินเทอร์เน็ตไร้สายที่สำนักงาน ป.ป.ช./การดูแลจากเจ้าหน้าที่สำนักงาน ป.ป.ช./การเตรียมข้อมูลเบื้องต้นไว้ให้คุณในการทำข่าว)

3.3.3 วัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อศึกษาความคิดเห็นของเครือข่ายสื่อมวลชนที่มีต่อการประชาสัมพันธ์ของสำนักงาน ป.ป.ช. ในโครงการต่าง ๆ ตามแผนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 – 2564

3.3.3.1 ความคิดเห็นต่อโครงการ/กิจกรรม (โครงการน่าสนใจหรือไม่อย่างไร, กิจกรรมเป็นอย่างไร)

3.3.3.2 ความคิดเห็นต่อการทำงานของเจ้าหน้าที่เป็นอย่างไร (วิธีการเชิญสื่อฯ ทำข่าว การส่งข่าว ฯลฯ การอำนวยความสะดวกเป็นอย่างไร)

3.4 การตรวจสอบคุณภาพของข้อมูล

ผู้ศึกษาได้ทดสอบเครื่องมือของการศึกษาโดยการตรวจสอบคุณภาพของข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือได้ (Credibility) การตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) ได้แก่ การแสวงหาความเชื่อถือได้ของข้อมูลจากแหล่งที่แตกต่างกัน คือ

3.4.1 ด้านแหล่งข้อมูล ใช้การรวบรวมข้อมูลเรื่องเดียวกันจากบุคคลหลายคน ได้แก่ ข้าราชการสำนักงาน ป.ป.ช. สังกัดสำนักประชาสัมพันธ์ซึ่งปฏิบัติหน้าที่ที่แตกต่างกัน และสื่อมวลชนจากหลายสำนัก

3.4.2 ด้านแนวคิดและทฤษฎี ผู้วิจัยใช้แนวคิดและทฤษฎีหลากหลายทฤษฎีตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล

3.5 วิธีในการนำเสนอข้อมูล

การนำเสนอข้อมูลและผลการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาจะใช้วิธีการวิเคราะห์และนำเสนอผลการศึกษาด้วยการพรรณนาเชิงวิเคราะห์ (Descriptive Analysis) ตามกรอบวัตถุประสงค์ในประเด็นต่าง ๆ โดยนำแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาเป็นกรอบในการวิเคราะห์ข้อมูล

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การศึกษาเรื่อง “การประชาสัมพันธ์เพื่อการมีส่วนร่วมของสื่อมวลชนในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 – 2564)” ผู้ศึกษาได้แบ่งการศึกษาออกเป็น 2 ประเด็น คือ ประเด็นที่ 1 ด้านกระบวนการการประชาสัมพันธ์ของสำนักงาน ป.ป.ช. เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมกับสื่อมวลชนในโครงการ/กิจกรรม ภายใต้แผนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 – 2564) และประเด็นที่ 2 ด้านปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของเครือข่ายสื่อมวลชนและความคิดเห็นของเครือข่ายสื่อมวลชนที่มีต่อการประชาสัมพันธ์ของสำนักงาน ป.ป.ช. ในโครงการ/กิจกรรมภายใต้แผนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 – 2564) โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ประเด็นที่ 1 คือ ด้านกระบวนการการประชาสัมพันธ์ของสำนักงาน ป.ป.ช. เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมกับสื่อมวลชนในโครงการ/กิจกรรม ภายใต้แผนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 – 2564) การศึกษาในประเด็นนี้ คือ ศึกษาจากกลุ่มข้าราชการสำนักงาน ป.ป.ช. ที่ปฏิบัติหน้าที่โดยตรงเกี่ยวกับกระบวนการทำงานของสำนักประชาสัมพันธ์สำนักงาน ป.ป.ช. ผลการศึกษามีรายละเอียดดังต่อไปนี้

จากการสัมภาษณ์ด้านกระบวนการทำงานตามแผนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 – 2564) และจากการเก็บข้อมูลเอกสารของยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 – 2564) พบว่า สำนักงาน ป.ป.ช. มีกระบวนการการประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วย 4 ขั้นตอน คือ

1. การทบทวน โดยทบทวนจากสภาพปัญหา ทบทวนผลการวิจัยที่ผ่านมา ทบทวนนโยบายองค์กร ทบทวนยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง
2. การวางกลยุทธ์และจัดทำแผนปฏิบัติการ
3. การดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการ
4. การตรวจสอบผลการปฏิบัติการ ประเมินผลการปฏิบัติงาน และรายงานผลการปฏิบัติงาน

ประเด็นที่ 2 คือ ผลการศึกษาด้านปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของเครือข่ายสื่อมวลชนและความคิดเห็นของเครือข่ายสื่อมวลชนที่มีต่อการประชาสัมพันธ์ของสำนักงาน ป.ป.ช. ในโครงการ/กิจกรรม ภายใต้แผนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต

(พ.ศ. 2560 – 2564) การศึกษาในประเด็นนี้ คือ ศึกษาจากกลุ่มเครือข่ายสื่อมวลชนที่อยู่ส่วนกลาง และมีปฏิสัมพันธ์กับเจ้าหน้าที่และสำนักงาน ป.ป.ช. เป็นประจำ รวมถึงมีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของสำนักงาน ป.ป.ช. เป็นประจำในทุกประเภทของสื่อ การศึกษามีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ด้านปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วม

ปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของเครือข่ายสื่อมวลชนในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 – 2564)

1. ปัจจัยด้านนโยบายของสื่อ
2. ปัจจัยด้านคุณค่าของข่าว
3. ปัจจัยด้านความสะดวกสบายในการทำงานของสื่อ

ด้านความคิดเห็นต่อเจ้าหน้าที่สำนักงาน ป.ป.ช. และความคิดเห็นต่อการจัดโครงการ/กิจกรรม จากการสัมภาษณ์และการเก็บข้อมูลเอกสารจากกฤตภาค (Clipping News) ผ่านคอลัมน์หนังสือพิมพ์ต่าง ๆ

1. ความคิดเห็นของเครือข่ายสื่อมวลชนที่มีต่อเจ้าหน้าที่ในการปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงาน ป.ป.ช. ในโครงการ/กิจกรรม ภายใต้แผนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 – 2564)
2. ความความคิดเห็นของเครือข่ายสื่อมวลชนที่มีต่อการจัดโครงการ/กิจกรรม ภายใต้แผนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 – 2564)

4.1 กระบวนการการประชาสัมพันธ์ของสำนักงาน ป.ป.ช.

จากการศึกษากระบวนการการประชาสัมพันธ์ของสำนักงาน ป.ป.ช. เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมกับสื่อมวลชนในโครงการ/กิจกรรม ภายใต้แผนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 – 2564) พบว่า สำนักงาน ป.ป.ช. มีกระบวนการการประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วย 4 ขั้นตอน คือ 1) การทบทวน โดยทบทวนจากสภาพปัญหา ทบทวนผลการวิจัยที่ผ่านมา ทบทวนนโยบายองค์กร ทบทวนยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง 2) การวางแผนกลยุทธ์และจัดทำแผนปฏิบัติการ 3) การดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการ และ 4) การตรวจสอบผลการปฏิบัติการ ประเมินผลการปฏิบัติงาน และรายงานผลการปฏิบัติงาน โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

4.1.1 การทบทวน โดยทบทวนจากสภาพปัญหา ทบทวนผลการวิจัยที่ผ่านมา

ทบทวนนโยบายองค์กร ทบทวนยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

4.1.1.1 การวางกรอบแนวทางพัฒนายุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้าน

การทุจริตทุจริต เพื่อนำไปสู่แผนยุทธศาสตร์การสื่อสารฯ ที่สมบูรณ์ โดยมีการจัดโครงการพัฒนา ยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 – 2564) ในโครงการดังกล่าว ได้เชิญ วิทยากรที่เป็นผู้ทรงคุณวุฒิและมีความเชี่ยวชาญด้านการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์เป็นผู้ฝึกต้น และขับเคลื่อนการวางกรอบแนวทาง ทิศทางต่าง ๆ รวมทั้งการให้ความรู้เกี่ยวกับการวางแผนการ สื่อสารเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย อีกทั้งยังมีผู้ที่เกี่ยวข้องภายในองค์กร อาทิ ผู้อำนวยการสำนักต่าง ๆ ของสำนักงาน ป.ป.ช. ที่อยู่ส่วนกลางและเกี่ยวข้องกับแผนงานด้านการป้องกันการทุจริต รวมถึง หน่วยงานภายนอกที่เกี่ยวข้องกับงานด้านการป้องกันการทุจริต อาทิ สำนักงาน ป.ป.ท. สำนักงาน ตรวจเงินแผ่นดิน สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง กรมประชาสัมพันธ์ ทั้งนี้ หวังให้เกิดการ ทบทวนผลการดำเนินงานที่มา ข้อเท็จจริงทั้งหมด ทั้งในเรื่องของความสำเร็จ รวมถึงปัญหา อุปสรรค และแนวโน้มในอนาคตของการสื่อสารประชาสัมพันธ์ อีกทั้งยังมีข้อมูลที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ประกอบการ ทบทวน เพื่อหาแนวทางในการพัฒนายุทธศาสตร์ฯ ให้ดียิ่งขึ้นต่อไป

ในการจัดโครงการเพื่อพัฒนายุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการ ทุจริตขึ้นนี้ เพื่อพัฒนาให้สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์ชาติว่าด้วยการป้องกันและปราบปรามการ ทุจริต ระยะที่ 3 (พ.ศ. 2560 - 2564) และเพื่อให้มีกรอบทิศทางและแผนในการดำเนินงาน และเกิด บูรณาการกับทุกภาคส่วนให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีวิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิเฉพาะ ด้านการสื่อสารมวลชนและผู้ปฏิบัติงานจริงเข้าประชุมเชิงปฏิบัติการด้วย ซึ่งในการจัดกิจกรรมนี้ สำนักงาน ป.ป.ช. มีการจัดทำทั้งหมด 3 ครั้งด้วยกัน ครั้งแรก จัดขึ้นโดยมีเป้าหมายหมายเพื่อรับฟัง ความคิดเห็นในการพัฒนายุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต ครั้งที่สอง เป็นการจัดการ ประชุมเชิงปฏิบัติการการมีส่วนร่วมในการจัดทำยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 – 2564) โดยในครั้งนี้ มุ่งหวังให้เกิดโครงการ/กิจกรรม ตามแผนยุทธศาสตร์การสื่อสารฯ และมุ่งหวังให้เกิดกรอบแนวทางกลไกในการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การสื่อสารฯ นี้ด้วย และในครั้ง ที่สาม เป็นการประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อชี้แจงยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต พ.ศ. 2560 -2564 นำไปสู่การปฏิบัติ ซึ่งในครั้งนี้องค์กรได้ขอเสนอแนะเพิ่มเติมในการร่างยุทธศาสตร์การ สื่อสารฯ เพื่อหาข้อสรุปและดำเนินการในกระบวนการต่อไป

ช่วงระยะเวลาดำเนินงาน อยู่ระหว่างเดือนกันยายน 2559 – มีนาคม 2560 คณะทำงานได้มีการวางแผนและเตรียมงานทั้งกระบวนการ คือ เริ่มเขียนโครงการ, ขออนุมัติโครงการ, ขออนุมัติงบประมาณค่าใช้จ่าย, ทำหนังสือเชิญผู้เกี่ยวข้องเข้าร่วมประชุมเชิงปฏิบัติการ, ติดต่อสถานที่ในการจัดงานประชุมฯ, ระหว่างการจัดการประชุมเชิงปฏิบัติการและดูแลความเรียบร้อยทุกอย่างในระหว่างการประชุม, หลังจัดการประชุมฯ ต้องสรุปผลการประชุมและจัดทำเป็นรูปเล่มเพื่อเสนอผู้บริหารและเพื่อเสนอเข้าที่ประชุมคณะกรรมการ ป.ป.ช. และขั้นตอนสุดท้ายคือ หากมติที่ประชุมคณะกรรมการ ป.ป.ช. เห็นชอบ คณะทำงานแจ้งเวียนยุทธศาสตร์การสื่อสารฯ ให้หน่วยงานในสังกัดสำนักงาน ป.ป.ช. นำสู่การปฏิบัติต่อไป (สายทิพย์ แต่งเอี่ยม, สัมภาษณ์, 27 มิถุนายน 2561)

4.1.1.2 การจัดโครงการพัฒนายุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 – 2564) เป็นการประชุมเชิงปฏิบัติการ โดยมีขั้นตอนการดำเนินงาน ดังต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 ทบทวนผลการดำเนินงานที่ผ่านมา ความสำเร็จ ปัญหา อุปสรรค และแนวโน้มในอนาคตของการสื่อสารประชาสัมพันธ์ ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง/SWOT Analysis โดยขั้นตอนนี้เริ่มตั้งแต่การทบทวนยุทธศาสตร์ชาติฯ ระยะที่ 1-2 โดยมีการวิเคราะห์จัดทำ SWOT ในขั้นตอนนี้เป็นการจัดทำกันเองภายในสำนักประชาสัมพันธ์สำนักงาน ป.ป.ช. เมื่อได้ข้อสรุปจึงนำเสนอต่อที่ประชุมคณะทำงานเฉพาะกิจเรื่องการจัดทำร่างยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 – 2564) เพื่อให้มีมติจากที่ประชุมนี้ และได้นำมติจากที่ประชุมนี้ วางกรอบแนวทางในการจัดสัมมนาเพื่อรับฟังความคิดเห็นจากองค์กร หน่วยงาน และบุคคลอื่น ๆ

ขั้นตอนที่ 2 การจัดสัมมนาเพื่อรับฟังความคิดเห็นในการพัฒนายุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริตครั้งแรก ในขั้นตอนนี้นั้นไปที่บุคลากรภายในองค์กร ภายในสำนักงาน ป.ป.ช. โดยเน้นไปที่ ผู้อำนวยการทุกสำนักที่สังกัด ป.ป.ช. ส่วนกลาง ทั้งสายงาน ด้านป้องกันการทุจริต ด้านปราบปรามการทุจริต และด้านการตรวจสอบทรัพย์สิน รวมถึงผู้ทรงคุณวุฒิด้านการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ ที่ทำงานเป็นคณะกรรมการของสำนักงาน ป.ป.ช.

ขั้นตอนที่ 3 เมื่อได้ข้อสรุปจากขั้นตอนที่ 2 จึงทำการยกร่างยุทธศาสตร์ กำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ วัตถุประสงค์ของยุทธศาสตร์ แนวทางกลยุทธ์และมาตรการเสริมต่าง ๆ ซึ่งในขั้นตอนนี้เป็นกรนำผลสรุปจากการจัดสัมมนาครั้งแรก โดยคณะทำงานได้จัดทำเป็นร่างแผนฯ และแนวทางในการปฏิบัติ เพื่อนำเสนอที่ประชุมเฉพาะกิจเพื่อการจัดทำยุทธศาสตร์การสื่อสารฯ หากมติที่ประชุมเห็นชอบ ในขั้นตอนต่อไป คือการจัดการประชุมครั้งที่สองโดยเน้นกลุ่มผู้ร่วมประชุมเป็นผู้ปฏิบัติงานจริง

ขั้นตอนที่ 4 การจัดประชุมเชิงปฏิบัติการการมีส่วนร่วมในการจัดทำ ยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต ครั้งที่สองเป็นการจัดการประชุมโดยเน้นกลุ่มผู้ลงมือ ปฏิบัติงานจริงและเป็นผู้ที่อยู่ในหน้าที่ของงานด้านป้องกันการทุจริตและงานด้านการสื่อสารทั้งภายใน และภายนอกองค์กร เพื่อร่วมจัดทำแผนฯ สู่การนำไปใช้จริง โดยมีการกำหนดโครงการ/กิจกรรม พร้อมทั้งการขับเคลื่อนตามแผนฯ ที่ได้กำหนดไว้ เมื่อแผนฯ เสร็จสมบูรณ์จากการประชุมครั้งที่สองนี้ คณะทำงานจะนำเข้าที่ประชุมคณะอนุกรรมการโฆษกการประชาสัมพันธ์และการบริหารการสื่อสาร ของสำนักงาน ป.ป.ช. ต่อไป

ขั้นตอนที่ 5 การจัดประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อชี้แจง (ร่าง) ยุทธศาสตร์การ สื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต ครั้งที่สาม ในครั้งนี้เป็นการประชุมชี้แจง ตามมติที่ประชุม คณะอนุกรรมการโฆษกฯ เกี่ยวกับ (ร่าง) ยุทธศาสตร์การสื่อสารฯ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายได้รับรู้ และมี กรอบทิศทางและแผนในการดำเนินงานในการขับเคลื่อนงานสื่อสารเพื่อรณรงค์การป้องกันและปราบ ประมาทการทุจริตไปในทิศทางเดียวกัน โดยมุ่งหวังเพื่อสร้างสังคมไม่ทนต่อการทุจริตในวงกว้าง

ขั้นตอนที่ 6 ปรับปรุงร่างฯ จัดทำรูปเล่มสมบูรณ์ และบทสรุปสำหรับผู้บริหารเสนอต่อคณะอนุกรรมการโฆษกฯ และต่อคณะกรรมการ ป.ป.ช. ในขั้นตอนนี้ถือว่าการจัดทำ แผนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 – 2564) เสร็จสมบูรณ์แล้ว

ขั้นตอนที่ 7 แจกเวียนยุทธศาสตร์การสื่อสารฯ ให้หน่วยงานในสังกัด สำนักงาน ป.ป.ช. ใช้ต่อไป โดยสำนักประชาสัมพันธ์ ในฐานะฝ่ายเลขานุการ ในการจัดทำยุทธศาสตร์การ สื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 – 2564) ได้ทำการแจกวินิจฉัย และการชี้แจงยุทธศาสตร์ การสื่อสารฯ ให้กับเจ้าหน้าที่สำนักงาน ป.ป.ช. ทั้ง 76 จังหวัด เป็นการประชุมวิดีโอเทปผ่านคอนเฟอร์เรนซ์ โดยก่อนที่จะมีการประชุม สำนักประชาสัมพันธ์ได้จัดส่งเอกสารยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้าน การทุจริต (พ.ศ. 2560 – 2564) ไปที่สำนักงาน ป.ป.ช. ประจำจังหวัดแล้ว

“...การจัดทำแผนการสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 -2564) นี้ เป็นการ จัดทำที่มีขั้นตอนและกระบวนการที่ค่อนข้างมาก โดยเริ่มตั้งแต่ก่อนการจัดทำแผนฯ คณะทำงานได้ ทำบันทึกถึงผู้บริหารสำนักงาน ป.ป.ช. เพื่อขอสัมภาษณ์ และทำการวิเคราะห์ข้อมูล โดยมีการขอ สัมภาษณ์ตั้งแต่ประธานกรรมการ ป.ป.ช., กรรมการ ป.ป.ช. และผู้บริหารที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสาร องค์กร โดยคณะทำงานมีวัตถุประสงค์เพื่อนำมาวิเคราะห์และดำเนินการในขั้นตอนอื่น ๆ ต่อไป...”

“...ก่อนที่จะมีการจัดทำแผนยุทธศาสตร์การสื่อสารฯ ขึ้นมา สำนักประชาสัมพันธ์ได้มีการ ขอสัมภาษณ์ผู้บริหารสำนักงาน ป.ป.ช. เพื่อทำการวิเคราะห์ และนำไปสู่ขั้นตอนการทำกรอบเพื่อ จัดโครงการจัดทำแผนฯ ตัวนี้ขึ้นมา...”

“...แต่การสัมภาษณ์ผู้บริหารนั้น อาจจะมีสัมภาษณ์ไม่ครบทุกคน เนื่องจากบางคนไม่ สะดวกในการให้สัมภาษณ์...”

“...เมื่อดำเนินการในขั้นตอนของการสัมภาษณ์ผู้บริหารแล้ว ในขั้นตอนต่อไปจึงเป็นการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อนำข้อมูลเหล่านั้น มาเป็นตัวกำหนดแผนฯ และดำเนินการตามขั้นตอนของแผนต่อไป...” (สายทิพย์ แต่งเอี่ยม, สัมภาษณ์, 27 มิถุนายน 2561)

4.1.2 การวางแผนกลยุทธ์และจัดทำแผนปฏิบัติการ

จากที่มีการวางกรอบแนวทางการพัฒนายุทธศาสตร์ฯ จนทำให้ได้แผนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 – 2564) ที่สมบูรณ์ ดังนั้น เพื่อให้การดำเนินงานตามแผนฯ ประสบผลสำเร็จ สำนักงาน ป.ป.ช. จึงมีการขับเคลื่อนโดยการใช้ “กลไกการบริหารจัดการและการติดตามผล” เป็นตัวแปรสำคัญในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ฯ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

4.1.2.1 สร้างกลไกภายในและเชื่อมโยงกลไกภายนอกในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อต่อต้านการทุจริต

(1) ในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อต่อต้านการทุจริต นอกเหนือจากจะมีกลไกภายใน ซึ่งแต่งตั้งโดยคณะกรรมการ ป.ป.ช. การทำงานของสำนักงาน ป.ป.ช. ต้องประสานเชื่อมโยงกับกลไกภายนอกที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารประชาสัมพันธ์ต่อต้านการทุจริต ทั้งในส่วนที่ติดตั้งโดยคณะกรรมการรักษาความสงบแห่งชาติ และโดยฝ่ายบริหารเพื่อบูรณาการงานด้านประชาสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในภาครัฐซึ่งมีกรมประชาสัมพันธ์เป็นหน่วยงานหลัก โดยมีกลไกที่เกี่ยวข้องในขับเคลื่อน 3 ระดับ คือ คณะกรรมการระดับนโยบาย คณะทำงานระดับหน่วยงาน / องค์กร / สถาบัน และคณะทำงานระดับพื้นที่ (ภาค) โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1) คณะกรรมการระดับนโยบาย

1. คณะกรรมการต่อต้านการทุจริตแห่งชาติ (คตช.) แต่งตั้ง 4 คณะ คือ 1) คณะอนุกรรมการต่อต้านการทุจริตแห่งชาติด้านการปลูกฝังจิตสำนึกและสร้างการรับรู้ 2) คณะอนุกรรมการต่อต้านการทุจริตแห่งชาติด้านป้องกันการทุจริต 3) คณะศูนย์อำนวยการต่อต้านการทุจริตแห่งชาติ (ศอ.ตช.) อนุกรรมการต่อต้านการทุจริตแห่งชาติ และ 4) คณะอนุกรรมการประสานความร่วมมือขจัดกลองคุณธรรม

2. คณะกรรมการพิจารณาการจัดทำงบประมาณในลักษณะบูรณาการเรื่องการป้องกันปราบปรามการทุจริตฯ แต่งตั้ง 2 คณะ คือ 1) คณะอนุกรรมการติดตามและประเมินผล และ 2) คณะอนุกรรมการบูรณาการด้านประชาสัมพันธ์

3. คณะกรรมการติดตามและตรวจสอบการใช้จ่าย

4. ศูนย์อำนวยการต่อต้านการทุจริตแห่งชาติ (ศอ.ตช.)

5. ศูนย์ปฏิบัติการต่อต้านการทุจริต (ศปท.) ๓๕ ส่วนราชการ และ ศูนย์ปฏิบัติการต่อต้านการทุจริตจังหวัด

2) คณะทำงานระดับหน่วยงาน/องค์กร/สถาบัน

1) คณะอนุกรรมการอำนวยการประสานการขับเคลื่อนและติดตามผลการดำเนินการตามยุทธศาสตร์ชาติฯ และมีการแต่งตั้งชุดย่อย 5 คณะคือ .1) คณะอนุกรรมการขับเคลื่อนฯ โดยใช้กลไกศาสนา 2) คณะอนุกรรมการขับเคลื่อนฯ โดยใช้กลไกการศึกษา 3) คณะอนุกรรมการขับเคลื่อนฯ ภาคเอกชน 4) คณะอนุกรรมการขับเคลื่อนฯ ภาคประชาสังคมและสื่อมวลชน และ 5) คณะอนุกรรมการขับเคลื่อนฯ ภาครัฐ

2) คณะอนุกรรมการโฆษกการประชาสัมพันธ์และการบริหารการสื่อสารของสำนักงาน ป.ป.ช.

3) คณะทำงานระดับพื้นที่ (ภาค)

1. คณะอนุกรรมการการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์ชาติฯระดับจังหวัด (76 จังหวัด) ซึ่งเป็นกลไกตามยุทธศาสตร์ชาติฯ ระยะที่ 3

2. คณะทำงานโฆษกการประชาสัมพันธ์และการบริหารการสื่อสารของ สำนักงาน ป.ป.ช. ประจำจังหวัด

กลไกขับเคลื่อนทั้ง 3 ระดับนี้ มีการดำเนินงานและการปฏิบัติโดยการประชุมหารือและกำหนดทิศทางในการปฏิบัติงานร่วมกันเป็นประจำและต่อเนื่อง สำหรับการประชุมระดับองค์กรโดยมีสำนักงาน ป.ป.ช. เป็นฝ่ายเลขานุการ จะมีการประชุมอย่างน้อย เดือนละ 1 ครั้ง หรือตามมติที่ประชุมในแต่ละครั้ง

(2) มีการบริหารจัดการแผนฯ ให้บังเกิดผลทางปฏิบัติได้จริง โดยสำนักงาน ป.ป.ช. ได้ประสานความร่วมมือกับคณะทำงานต่าง ๆ รวมทั้งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการประชาสัมพันธ์ภารกิจในการป้องกันและปราบปรามการทุจริต เพื่อประชุมหารือสร้างความเข้าใจ การยอมรับ และความร่วมมือในการนำแผนฯ ไปสู่การจัดทำแผนปฏิบัติงานประจำปีของแต่ละหน่วยงานดังกล่าวและสอดคล้องกับกรอบระยะเวลาที่กำหนดในแผนฯ ในทิศทางเดียวกัน ทั้งนี้ มีการประสานงานด้านการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ เพื่อให้เกิดการบูรณาการในการสื่อสารต่อสาธารณะที่สอดคล้องกันทั้งเนื้อหา ที่ใช้ในการสื่อสารและการบูรณาการการใช้ทรัพยากรและงบประมาณให้มีประสิทธิภาพ มิให้เกิดความซ้ำซ้อนและต้องส่งผลกระทบต่ออารมณ์ความรู้สึกของคนในสังคมในการมีส่วนร่วมต่อต้านการคอร์รัปชันอย่างกว้างขวาง

1) ตั้งคณะทำงานร่วมกันหรือประสานความร่วมมือและบูรณาการการทำงานร่วมกันกับองค์กรภาครัฐภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการต่อต้านการทุจริต สื่อมวลชน และภาคีเครือข่ายอย่างเป็นเอกภาพ เช่น กรมประชาสัมพันธ์ สมาคมสื่อซื่อสะอาด มูลนิธิมั่นพัฒนา สมาคมสื่อดิจิทัล ฯลฯ โดยมีการระดมความคิดจากทุกภาคส่วนในการวางแผนการสื่อสารร่วมกันอย่างเป็นระบบเพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ร่วมกันกำหนดทิศทางและรูปแบบของประชาสัมพันธ์สามารถนำไป

ปฏิบัติได้ในทิศทางเดียวกัน เพื่อให้เกิดพลังเครือข่ายจากทุกภาคส่วนที่เข้มแข็งในการขับเคลื่อนการสื่อสารเพื่อต่อต้านการทุจริตได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2) มีการประชุมวางแผนเพื่อวิเคราะห์ เนื้อหาสาระ กลุ่มเป้าหมาย การใช้สื่อและกิจกรรมรณรงค์มาใช้ในการสร้างกระแสและค่านิยมในการต่อต้านการทุจริตในวงกว้าง และจัดทำสื่อที่เหมาะสมกับระดับความรู้เพื่อปลุกกระแสและจูงใจให้กลุ่มเป้าหมายเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมโดยใช้วิธีการที่เหมาะสม อาทิ การบรรยายและการสัมมนา สร้างสื่อเพิ่มความตระหนักด้วยกรณีศึกษาทั่วไปการใช้สื่อมวลชนผู้นำทางความคิดเพื่อกระตุ้นให้เกิดการฉุกละเอมและความกังวลถึงปัญหาตลอดจนผลความเสียหายของการทุจริต การประชุมกลุ่มย่อยเพื่อสร้างความเข้าใจผลที่เกิดจากการทุจริตและการตรวจสอบการจัดทำข้อตกลงความร่วมมือ (MOU) ในการบูรณาการการสื่อสารและเฝ้าระวังการทุจริต

3) พัฒนาการสื่อสาร โดยการจำแนกกลุ่มเป้าหมายและสร้างเนื้อหาและช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสม รวมทั้งจัดทำข้อมูลเพื่อสนับสนุนการสื่อสารการต่อต้านการทุจริตให้มีประเด็นที่ต่อเนื่อง ควรมีการรวบรวมข้อมูล ข่าวสาร ผลการตัดสินใจคดีการทุจริต ผลการศึกษาวิจัยมาตรการ และผลงานทางวิชาการ ทั้งสภาพปัญหา สถานการณ์การทุจริต เพื่อเป็นบทเรียนในการวิเคราะห์พฤติกรรม/วงจรการทุจริตของกลุ่มเป้าหมาย และเสริมสร้างความเข้าใจปัจจัยการเกิดการทุจริตหรือปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการขจัดการทุจริต โดยเฉพาะประเด็น/เรื่องที่ประชาชนให้ความสนใจ (Hot Issue) ทั้งนี้ คำนึงถึงผลประโยชน์ที่สังคมจะได้รับจากสื่อประชาสัมพันธ์

4) บูรณาการงานสื่อสารเพื่อสร้างพันธมิตรในการประชาสัมพันธ์ควบคู่กับการปลุกกระแสสังคมไม่ทนต่อการทุจริต และเข้ามามีส่วนร่วมต่อต้านการทุจริต โดยร่วมมือกับองค์กรภาครัฐ ภาคเอกชน ที่เกี่ยวข้องกับการต่อต้านการทุจริต สื่อมวลชน และภาคีเครือข่าย

5) พัฒนาระบบการบริหารสื่อสารทั้งภายในคู่ขนานกับภายนอก

1. พัฒนาบุคลากรให้เห็นความสำคัญและสามารถเป็นตัวแทนในการประชาสัมพันธ์ได้ มีทักษะในการสร้าง content is the kings เพื่อสร้างสังคมที่ไม่ทนต่อการทุจริต

2. ปรับปรุงระเบียบ หลักเกณฑ์ รองรับในการกำหนดบุคคลเพื่อเป็นโฆษก และต้องกำหนดบทบาทอำนาจหน้าที่ของโฆษกฯ 3 ระดับ คือ กรรมการ ป.ป.ช. สำนักงาน ป.ป.ช. และ สำนักงาน ป.ป.ช. ประจำจังหวัด

3. มีการจัดทำฐานข้อมูลกลางที่เอื้อต่อการสื่อสารภายในและภายนอกที่มีความเชื่อมโยงของสำนักประชาสัมพันธ์ ส่งผลให้การปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ได้รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ มีการพัฒนาช่องทางการสื่อสารเพื่อเข้าถึงข้อมูลได้ง่าย สะดวก รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ

(1.3) การปรับปรุงโครงสร้างภายในองค์กรเพื่อขับเคลื่อนงานสื่อสารให้เป็นกลไกสนับสนุนการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ชาติฯ ระยะที่ 3 อย่างเป็นระบบและเกิดความเป็นเอกภาพ ซึ่งในขั้นตอนนี้ ต้องเข้าที่ประชุมองค์กรกลาง ของสำนักงาน ป.ป.ช. ตามลำดับขั้นตอนต่อไป

4.1.2.2 แผนการขับเคลื่อนการประชาสัมพันธ์

ในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต เพื่อให้มีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผลนั้น จำเป็นต้องวางกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับแผนระดับชาติ ซึ่งในการวางแผนดังกล่าวนี้ นอกเหนือจากการวางแผนตามยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริตแล้ว สำนักงาน ป.ป.ช. ต้องดำเนินงานภายใต้แผนอื่น ๆ อีกมากมาย ซึ่งเป็นแผนระดับชาติที่ทุกหน่วยงาน ทุกองค์กร ต้องถือปฏิบัติเพื่อให้ได้รับการสนับสนุนงบประมาณในการดำเนินงาน (สายทิพย์ แดงเอี่ยม, สัมภาษณ์, 27 มิถุนายน 2561)

สำนักงาน ป.ป.ช. กำหนด แผนการขับเคลื่อนการประชาสัมพันธ์เพื่อการป้องกันและปราบปรามการทุจริต ประจำปีงบประมาณ 2561 -2564 โดยสอดคล้องกับ

- (1) รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2560
- (2) แผนปฏิรูปประเทศ 11 ด้าน
- (3) ยุทธศาสตร์ชาติฯ 20 ปี
- (4) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12
- (5) ยุทธศาสตร์ชาติว่าด้วยการป้องกันและปราบปรามการทุจริต ระยะที่ 3
- (6) จัดทำงบประมาณในลักษณะบูรณาการ ตามแผนบูรณาการป้องกันและ

ปราบปรามการทุจริตและประพฤติมิชอบ

(7) ข้อสั่งการของนายกรัฐมนตรี ตามหนังสือสำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 6 มกราคม 2560

- (8) ดัชนีการรับรู้การทุจริต (CPI) ขององค์กรเพื่อความโปร่งใสนานาชาติ
- (9) ดัชนีสถานการณ์คอร์รัปชันไทย (CSI) ของมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
- (10) ยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 – 2564)
- (11) แผนแม่บทส่งเสริมคุณธรรมของสำนักงาน ป.ป.ช. (พ.ศ. 2561 – 2564)

จากการวางกลยุทธ์และแผนปฏิบัติการเพื่อให้สอดคล้องกับแผนต่าง ๆ ในระดับชาติ และเพื่อให้การดำเนินการตามแผนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 – 2564) ประสบผลสำเร็จ สำนักงาน ป.ป.ช. จึงมีการวางเป้าหมายในการสื่อสาร คือ กำหนดเป้าหมาย โดยให้มีการทำงานด้านการสื่อสารแบบบูรณาการมุ่งให้ “คนไทยตระหนักรู้ทำหน้าที่ปกป้องสิทธิของตนเอง ประเทศชาติ เริ่มต้นที่ตนเองก่อน ที่จะไม่ทำการทุจริต และตื่นตัวที่จะไม่ทนเห็นคนอื่นทุจริตเช่นกัน”

โดยมีแนวคิดที่ว่า คนละไม้คนละมือร่วมแก้ไขปัญหาการทุจริต ภายใต้แคมเปญ “Zero Tolerance คนไทยไม่ทนต่อการทุจริต” โดยใช้ตราสัญลักษณ์ “Zero Tolerance คนไทยไม่ทนต่อการทุจริต”



ภาพที่ 4.1 ตราสัญลักษณ์ภายใต้แคมเปญ “Zero Tolerance คนไทยไม่ทนต่อการทุจริต”

จากภาพที่ 4.1 ตราสัญลักษณ์ภายใต้แคมเปญ “Zero Tolerance คนไทยไม่ทนต่อการทุจริต” สามารถอธิบายเพิ่มเติมได้ว่า แคมเปญนี้ต้องการปลูกกระแสสังคมไม่ทนต่อการทุจริตโดยเริ่มต้นจากตนเองก่อน โดยมี “คน” เป็นศูนย์กลางของการปฏิรูประบบคิดพื้นฐาน ให้รู้จักแยกแยะผลประโยชน์ส่วนตนและส่วนรวม และไม่ยอมรับ ไม่ทน ที่จะเห็นคนอื่นที่มีพฤติกรรม การทุจริตและประพฤติมิชอบ ตั้งแต่เรื่องเล็ก ๆ จนถึงเรื่องใหญ่ ที่ทุกคนต่างละเลย เพิกเฉยกันมานาน อยู่อย่างมีความหวังว่าจะช่วยกันสร้างสังคมที่ดีให้เกิดขึ้นในอนาคตเพื่อลูกหลาน และบทบาทของ ตนเองจะเข้ามาร่วมได้อย่างไร ถึงเวลาแล้วที่ทุกคนต้องไม่ทนต่อการกระทำที่ไม่ถูกต้อง เพื่อรักษา ผลประโยชน์ส่วนรวม ในขณะเดียวกันต้องช่วยกันส่งเสริมให้คนดีที่ยืนในสังคมอย่างภาคภูมิใจ ชื่น ชม ยกย่อง นำไปเผยแพร่ต่อ ให้เป็นแบบอย่างที่ดีของสังคม ช่วยตนดีให้สามารถรักษาความดีอยู่ได้ โดยการสื่อสารทั้งหมดมุ่งเน้นไปที่ 4 ข้อดังต่อไปนี้

(1) ปรับวิธีคิดให้รู้จักแยกแยะว่า “เรื่องใดเป็นประโยชน์ส่วนบุคคลและ เรื่องใดเป็นประโยชน์ส่วนรวม”

(2) สร้างความตระหนักในสิทธิและหน้าที่ในการต่อต้านการทุจริต การเข้ามามีส่วนร่วมตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2560

(3) สร้างประเด็นให้คิด มีทางเลือก 2 ทาง เมื่อพบเห็นทั้งเชิงลบและเชิงบวก คือ เพิกเฉย หรือ ไม่ทน

(4) การส่งเสริมยกย่องคนดี เปิดพื้นที่ให้คนดีมีที่ยืนในสังคมอย่างภาคภูมิใจ

4.1.2.3 กลยุทธ์ (เพิ่มเติม) ในการดำเนินงานการขับเคลื่อนตามแผนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 – 2564) มีทั้งหมด 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 รณรงค์เพื่อปลูกกระแสสังคมไม่ทนต่อการทุจริต ภายใต้แคมเปญ “Zero Tolerance คนไทยไม่ทนต่อการทุจริต” ดำเนินการโดยสำนักงาน ป.ป.ช. ทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค ร่วมกับหน่วยงานภาคีเครือข่ายในการสื่อสาร

(1) กลุ่มเป้าหมายในประเทศ คือกลุ่มที่ต้องสร้างความตระหนักรู้ ตื่นตัว กล้าแสดงพลังที่ไม่ทนต่อการทุจริต

1) ประชาชน เน้นวัยทำงาน พบเห็นการทุจริตจนคุ้นชิน กล้าเปลี่ยนความคิด กล้าแสดงออกที่จะไม่ทนได้อีกต่อไป

2) เด็ก เยาวชน พลังคนรุ่นใหม่ที่จะต้องให้สิ่งที่ถูกต้องเพื่อสร้างความเปลี่ยนแปลงในอนาคต

3) เครือข่าย ภาครัฐ เอกชน แนวร่วมบูรณาการทำงานร่วมกันเพื่อปลูกสังคมไม่ทนต่อการทุจริตในบริบทของตนเอง

4) นักการเมือง ข้าราชการ กลุ่มเสี่ยงต่อการทุจริตและประพฤติมิชอบ กล้าที่จะไม่ตามน้ำ ปฏิเสธสิ่งที่ไม่ถูกต้อง

5) สื่อมวลชน สื่อออนไลน์ เครือข่ายในการสื่อสาร เป็นสื่อกลางที่ช่วยเผยแพร่ข้อมูลไปสู่สาธารณชน

6) บุคลากรสำนักงาน ป.ป.ช. เป็นสื่อบุคคลที่ช่วยยกระดับภาพลักษณ์และความเชื่อมั่นในการทำงานสำนักงาน ป.ป.ช.

(2) กลุ่มเป้าหมายต่างประเทศ กลุ่มที่เกี่ยวข้องกับการประเมินค่า CPI ได้รับรู้ถึงความพยายามของไทยในการแก้ไขการทุจริตอย่างจริงจัง

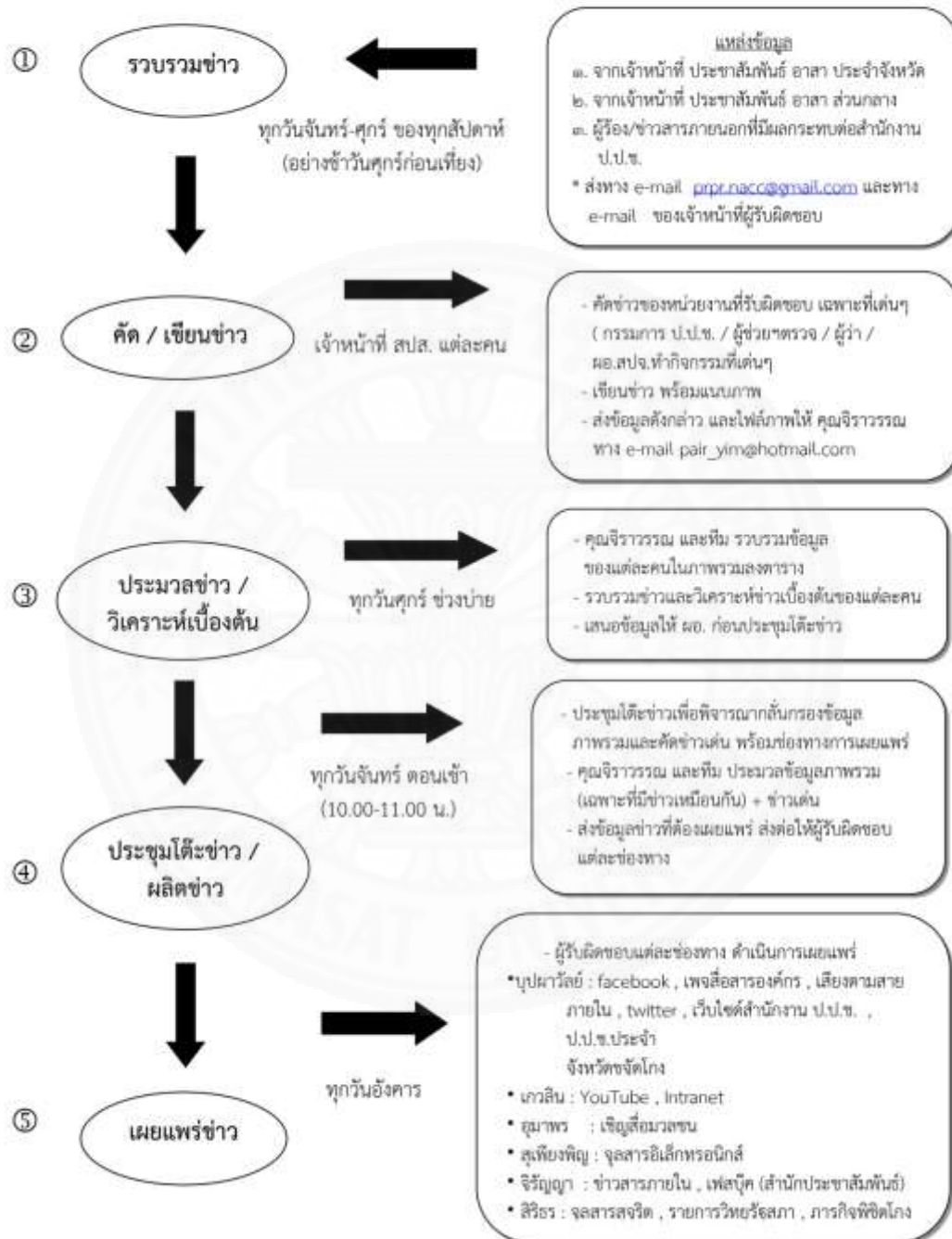
ส่วนที่ 2 เผยแพร่ผลงานและข้อมูลต่าง ๆ เพื่อสร้างการรับรู้และความเชื่อมั่นในกระบวนการทำงานด้านการป้องกันและปราบปรามของสำนักงาน ป.ป.ช. ดำเนินการโดยสำนักประชาสัมพันธ์ และมีหน่วยงานในสังกัดที่เกี่ยวข้องสนับสนุนข้อมูลและช่วยประชาสัมพันธ์

ส่วนที่ 3 การสื่อสารภายในองค์กร ดำเนินการโดยสำนักประชาสัมพันธ์ และมีหน่วยงานในสังกัดที่เกี่ยวข้องสนับสนุนข้อมูลและช่วยประชาสัมพันธ์

การสื่อสารภายในองค์กร สำนักงาน ป.ป.ช. มีช่องทางในการสื่อสารที่หลากหลาย อาทิ เว็บไซต์สำนักงาน ป.ป.ช. หนังสือเวียนภายใน ข่าวประชาสัมพันธ์ภายใน บอร์ดประชาสัมพันธ์ภายใน เสียงตามสาย วารสารสุจริต และสื่อออนไลน์ ช่องทางเหล่านี้มีการส่งข้อมูลข่าวสารเป็นประจำ โดยมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาค ทุกส่วนจะมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลซึ่งกันและกันภายในองค์กร โดยมีแหล่งรวบรวมข้อมูลกลาง คือ สำนักประชาสัมพันธ์สำนักงาน ป.ป.ช. ทำหน้าที่เป็น โตะข่าว ป.ป.ช. โดยมีขั้นตอนการปฏิบัติดังแผนภูมิต่อไปนี้



แผนภูมิขั้นตอนการปฏิบัติงาน (Flow Chart)
การทำงาน “โต๊ะข่าว”



ภาพที่ 4.2 แผนภาพ ขั้นตอนการปฏิบัติงาน (Flow Chart) โต๊ะข่าว ป.ป.ช. แสดงถึงการแลกเปลี่ยนข้อมูลซึ่งกันและกันภายในองค์กรโดยมีแหล่งรวบรวมข้อมูลกลางคือสำนักประชาสัมพันธ์ ข้อมูลจากสำนักประชาสัมพันธ์ สำนักงาน ป.ป.ช. (2560)

จากภาพที่ 4.2 แผนภูมิขั้นตอนการปฏิบัติงาน (Flow Chart) การทำงาน “โต๊ะข่าว แสดงถึงการแลกเปลี่ยนข้อมูลซึ่งกันและกันภายในองค์กรโดยมีแหล่งรวบรวมข้อมูลกลางคือสำนักประชาสัมพันธ์ พบว่า สำนักประชาสัมพันธ์ สำนักงาน ป.ป.ช. มีการวิเคราะห์ มีการวางแผนขั้นตอนในการปฏิบัติงาน มีการวางแผนและปฏิบัติงานตามแผน และแผนภูมินี้เป็นเพียงกลไกการบริหารงานสื่อสารของสำนักงาน ป.ป.ช. เพราะจากการจัดทำแผนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ จะเห็นได้ว่ายังมีโครงการ/กิจกรรมที่เด่นอีกมากมาย ที่ต้องใช้กลไกการสื่อสารโดยเครือข่ายสื่อมวลชนในการขับเคลื่อนตามแผนฯ

“...นอกจากการขับเคลื่อนตามแผนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 – 2564) สำนักงาน ป.ป.ช. ยังมีแผนสำหรับปฏิบัติงาน (Flow Chart) ที่หลากหลายตามวัตถุประสงค์การใช้งานหรือปฏิบัติงานจริง ทั้งนี้เพื่อให้การปฏิบัติงานเป็นไปตามกระบวนการประชาสัมพันธ์และเพื่อให้ข้อมูลข่าวสารของสำนักงาน ป.ป.ช. เข้าถึงทุกกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเพื่อให้ตรงตามวัตถุประสงค์อย่างแท้จริง จึงได้มีการจัดทำแผนภูมิขั้นตอนการปฏิบัติงาน โดยมีการจัดทำแผนภูมิต่าง ๆ.เช่น แผนสำหรับปฏิบัติงาน (Flow Chart) เกี่ยวกับการจัดทำคำขอตั้งงบประมาณโครงการประจำปีและแผนปฏิบัติการประจำปีของสำนักประชาสัมพันธ์, การเขียนข่าวประชาสัมพันธ์ภายนอก, การขอความอนุเคราะห์สื่อมวลชนมาทำข่าว, การแก้ไขข้อมูลข่าวสารที่มีผลกระทบทางลบ, ข่าวสารภายในสำนักงาน ป.ป.ช. หัวสีม่วง และแผนสำหรับปฏิบัติงาน (Flow Chart) เกี่ยวกับการทำงาน “โต๊ะข่าว” ป.ป.ช. ...” (สายทิพย์ แดงเอี่ยม, สัมภาษณ์, 27 มิถุนายน 2561)

4.1.3 การดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการ

สำนักงาน ป.ป.ช. จัดทำแผนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 – 2564) โดยมีวิสัยทัศน์ คือ “สื่อสารสร้างสรรค์ บูรณาการทุกภาคส่วน นำสังคมไทยใสสะอาด” และมีพันธกิจ คือ 1) บูรณาการงานสื่อสารเพื่อเป็นกลไกสนับสนุนการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ชาติฯ ระยะที่ 3 กับทุกภาคส่วนในการปลูกกระแส “สังคมไทยไม่ทนต่อการทุจริต” นำไปสู่สังคมไทยใสสะอาด 2) เสริมสร้างบทบาทเครือข่ายในการสื่อสารร่วมต้านการทุจริตในทุกพื้นที่ 3) พัฒนาระบบบริหารจัดการงานสื่อสารให้มีประสิทธิภาพ และ 4) พัฒนาการสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์ และความเชื่อมั่นในกระบวนการทำงานด้านป้องกันและปราบปรามการทุจริต โดยมีวัตถุประสงค์หลัก คือ 1) สังคมรับรู้ปัญหาการทุจริต ตระหนักผลเสียหายที่เกิดขึ้น และเข้ามามีส่วนร่วมในการต่อต้าน การทุจริต 2) เครือข่ายการสื่อสารมีระบบกลไกในการขับเคลื่อนการสื่อสารเพื่อต่อต้านการทุจริตได้อย่างมีประสิทธิภาพ 3) ระบบงานสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริตมีประสิทธิภาพ และ 4) สำนักงาน ป.ป.ช. มีภาพลักษณ์ที่ดี และประชาชนมีความเชื่อมั่นในกระบวนการทำงานด้านป้องกันและปราบปรามการทุจริต

เป้าหมายที่สำคัญของการจัดทำแผนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 -2564) คือ

1. ระดับการมีส่วนร่วมของกลุ่มเป้าหมาย (รับรู้ เปลี่ยนทัศนคติ การเข้ามามีส่วนร่วม)

1.1 ผลการรับรู้ข่าวสารการดำเนินงานของสำนักงาน ป.ป.ช. จากประชาชน ไม่น้อยกว่าร้อยละ 85

1.2 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างไม่เห็นด้วยว่าการให้สินน้ำใจแก่เจ้าหน้าที่รัฐ เป็นเรื่องไม่เสียหาย ไม่น้อยกว่าร้อยละ 95

1.3 ระดับคะแนนของกลุ่มเป้าหมายที่ไม่สามารถที่จะทนต่อการทุจริตได้ 2 จาก 10 คะแนน

1.4 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ยินดีเข้ามามีส่วนร่วมในการป้องกันการทุจริต ไม่น้อยกว่าร้อยละ 87

2. จำนวนเครือข่ายการสื่อสารที่ร่วมในการขับเคลื่อนงานเพิ่มขึ้นจากเดิมที่มีอยู่ ไม่น้อยกว่าร้อยละ 20

3. เครือข่ายการสื่อสารที่มีอยู่เดิมมีการสร้างระบบและกลไกในการขับเคลื่อนงานต่อต้านการทุจริตอย่างมีประสิทธิภาพ ไม่น้อยกว่าร้อยละ 35

4. ความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อระบบบริหารจัดการงานสื่อสารเพื่อต่อต้านการทุจริตเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง (ช่องทางทางการสื่อสารร้อยละ 70 / การนำเสนอข้อมูลร้อยละ 70)

5. ผลความเชื่อมั่นของประชาชนที่มีต่อสำนักงาน ป.ป.ช.ด้านการต่อต้านการทุจริตได้คะแนน 6 จากคะแนนเต็ม 10

6. ผลการประเมินภาพลักษณ์ ป.ป.ช. (ความโปร่งใส/ซื่อสัตย์เป็นธรรม/มีอาชีพ/น่าเชื่อถือ/ รับผิดชอบต่อสังคม/มีส่วนร่วมกับประชาชน/รวดเร็ว/การสื่อสารที่เข้าถึง) จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับดี (ร้อยละ 85)

4.1.3.1 ยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 – 2564)

ประกอบด้วย 4 ยุทธศาสตร์ คือ

ยุทธศาสตร์ที่ 1 บูรณาการการสื่อสารสร้างสังคมไม่ทนต่อการทุจริต เพื่อให้สังคมรับรู้ปัญหาการทุจริต ตระหนักผลเสียหายที่เกิดขึ้น และเข้ามามีส่วนร่วมในการต่อต้านการทุจริต โดยการกำหนดกลยุทธการสื่อสารสร้างสรรค์เชิงบูรณาการแบบมีส่วนร่วมเพื่อปลูกกระแสสังคมรับรู้ปัญหาการทุจริต ตระหนักถึงผลเสียหายที่เกิดขึ้น และเข้ามามีส่วนร่วมในการต่อต้านการทุจริต การแสวงหาแนวร่วมเครือข่ายการสื่อสารเพื่อรณรงค์ปรับเปลี่ยนวิถีคิดที่มุ่งประโยชน์ส่วนรวม

มากกว่าส่วนตน ดำรงตนด้วยความซื่อสัตย์สุจริต ตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และการสื่อสาร
สาธารณะเพื่อปลูกกระแสสังคมไม่ทนต่อการทุจริต มีความตื่นตัวและร่วมกันต่อต้านคนโกง

ยุทธศาสตร์ที่ 2 สร้างพลังเครือข่ายงานสื่อสารร่วมด้านการทุจริต เพื่อให้
เครือข่ายการสื่อสารมีระบบกลไกในการขับเคลื่อนการสื่อสารเพื่อต่อต้านการทุจริตได้อย่างมี
ประสิทธิผล โดย พัฒนาเครือข่ายด้านการสื่อสารให้มีระบบกลไกเพื่อต่อต้านการทุจริตทั้งเครือข่าย
ของสำนักงาน ป.ป.ช. และเครือข่ายร่วมกับหน่วยงานอื่น การเสริมสร้างองค์ความรู้และทักษะในการ
สื่อสารเพื่อต่อต้านการทุจริตให้กับเครือข่ายด้านการสื่อสาร และสนับสนุนเครือข่ายด้านการสื่อสาร
เพื่อต่อต้านการทุจริตให้มีความต่อเนื่องและยั่งยืน

ยุทธศาสตร์ที่ 3 พัฒนาระบบบริหารการสื่อสาร เพื่อพัฒนาระบบการ
บริหารการสื่อสารให้มีประสิทธิภาพ โดยสร้างระบบเชื่อมโยงข้อมูลการสื่อสารของสำนักงาน ป.ป.ช.
ให้มีประสิทธิภาพ การพัฒนารูปแบบ วิธีการ เนื้อหาสาระ และช่องทางที่เหมาะสม สอดคล้องกับ
ความต้องการของกลุ่มเป้าหมายทุกระดับ การประเมินผลการดำเนินงานด้านการสื่อสารอย่างต่อเนื่อง
และการพัฒนาบุคลากรด้านการสื่อสารอย่างต่อเนื่อง

ยุทธศาสตร์ที่ 4 เสริมสร้างภาพลักษณ์ของสำนักงาน ป.ป.ช. เพื่อ
เสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อสาธารณชนและเกิดความเชื่อมั่นในกระบวนการทำงานด้านป้องกันและ
ปราบปรามการทุจริต โดยสร้างการรับรู้เกี่ยวกับบทบาท หน้าที่ และการดำเนินงานของสำนักงาน
ป.ป.ช. ต่อสาธารณชนทั้งในและต่างประเทศ สร้างความเชื่อมั่นต่อสาธารณชนในกระบวนการทำงาน
ด้านป้องกันและปราบปรามการทุจริตของสำนักงาน ป.ป.ช. สร้างความเข้าใจในแนวทางการส่งเสริม
ภาพลักษณ์คอร์รัปชันของประเทศเพื่อยกระดับค่าคะแนนดัชนีการรับรู้การทุจริต (CPI) ของประเทศ
และพัฒนาระบบการสื่อสารภายในองค์กร ให้บุคลากรทุกระดับมีความเข้าใจทัศนคติที่ดี และมีส่วน
ร่วมในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่สำนักงาน ป.ป.ช.

เมื่อมีแผนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 –
2564) จึงเกิดโครงการ/กิจกรรมภายใต้แผนฯ ดังกล่าว ในขั้นตอนนี้สำนักประชาสัมพันธ์ สำนักงาน
ป.ป.ช. ได้มีการเขียนโครงการ/กิจกรรม เพื่อเสนองบประมาณประจำปีโดยยึดแผนยุทธศาสตร์การ
สื่อสารฯ เป็นหลัก ผู้ศึกษาพบว่า มีโครงการ/กิจกรรมที่สำคัญจำนวนมาก โดยสามารถแยกตาม
ยุทธศาสตร์การสื่อสารได้ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.1

โครงการ/กิจกรรม ภายใต้แผนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560-2564)

ยุทธศาสตร์ที่ 1	ยุทธศาสตร์ที่ 2	ยุทธศาสตร์ที่ 3	ยุทธศาสตร์ที่ 4
<ul style="list-style-type: none"> - โครงการรณรงค์ต่อต้านการทุจริตตามแผนบูรณาการร่วมกับกรมประชาสัมพันธ์ - โครงการการบูรณาการร่วมระหว่างองค์กรอิสระและหน่วยงานต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันภาครัฐในคดีเกี่ยวกับการทุจริตฯ - โครงการมอบรางวัล “ช่อสะอาด” - โครงการประกวดสื่อป้องกันการทุจริต - โครงการผลิตสื่อเชิงบูรณาการการสื่อสารภายใต้แนวคิด “ศ.ไทยไม่โกง” - โครงการมหกรรม “ศ.ไทยไม่โกง” - จัดทำและเผยแพร่ข่าวเชิงสืบสวนและข้อมูลข่าวสารเพื่อการป้องกันและปราบปรามการทุจริต 	<ul style="list-style-type: none"> - การประสานความร่วมมือและหนุนเสริมเครือข่ายสื่อสารที่ได้มาลงนามบันทึกข้อตกลงความร่วมมือ (MOU) และไม่ได้ลงนาม MOU เพื่อการประชาสัมพันธ์ต่อต้านการทุจริต - โครงการจุดกระแสสังคมที่ไม่ทนต่อการทุจริตด้วยนวัตกรรมสื่อสารธารณะ - สร้างสรรค์ร่วมกับภาคอุตสาหกรรม - บทบาทในแนวทางประชารัฐ - การบูรณาการระบบเทคโนโลยีสารสนเทศในการต่อต้านการทุจริตและเสริมสร้างเครือข่ายร่วมกัน 	<ul style="list-style-type: none"> - โครงการผลิตสื่อด้านการป้องกันและปราบปรามการทุจริตทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ - การผลิตสื่อให้ความรู้งานคดีที่มีต่อสังคม (การถอดบทเรียน) ทั้งภาษาไทยและต่างประเทศ - โครงการผลิตและจัดส่ง “สาระสู่ชุมชน รัฐสู่ทุจริต สู่ออกกระจายข่าวหมู่บ้าน” - จัดทำฐานข้อมูลกลางของสำนักประชาสัมพันธ์เพื่อการสื่อสารประชาสัมพันธ์ - โครงการพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการประชาสัมพันธ์ (เว็บไซต์/สื่อออนไลน์ เช่น facebook / twitter /Application) 	<ul style="list-style-type: none"> - โครงการสื่อมวลชนสัมพันธ์ - โครงการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารทางวิทยุทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาค - โครงการประชาสัมพันธ์เนื่องในโอกาสครบรอบวันสถาปนาสำนักงาน ป.ป.ช. - โครงการเกี่ยวกับการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) “ป.ป.ช. เติมพลังความดีคืนสู่สังคม” - การแถลงข่าวเกี่ยวกับผลงาน/คดีที่สำคัญและอยู่ในความสนใจต่อสาธารณะ - โครงการจัดทำนิทรรศการห้องอัปยศที่ให้สำนักประชาสัมพันธ์ดำเนินการประชาสัมพันธ์

ตารางที่ 4.1

โครงการ/กิจกรรม ภายใต้แผนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560-2564) (ต่อ)

ยุทธศาสตร์ที่ 1	ยุทธศาสตร์ที่ 2	ยุทธศาสตร์ที่ 3	ยุทธศาสตร์ที่ 4
<ul style="list-style-type: none"> - รมรณรงค์และประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ กิจกรรม เช่น การเดิน วิ่งต้านโกง - โครงการสื่อสารเพื่อเปิดโปงการทุจริตอย่างสร้างสรรค์และยับยั้งการทุจริต - โครงการสร้างความร่วมมือสื่อออนไลน์ร่วมสร้างสังคมไม่ทนต่อการทุจริต - การประกาศเจตจำนง “วันต่อต้านการทุจริตสากล” 	<ul style="list-style-type: none"> - โครงการเสริมพลังสื่อมวลชนร่วมปรับฐานคิดของสังคมให้สามารถแยกแยะระหว่างผลประโยชน์ส่วนตัวและส่วนรวมร่วมสร้างสังคมไม่ทนต่อการทุจริต - โครงการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้เพื่อการต่อต้านการทุจริตระหว่างหน่วยงานองค์กรสถาบันด้านสื่อมวลชน - การอบรมให้ความรู้เทคนิคการเขียนข่าวเชิงสืบสวน สอบสวนสำหรับสื่อมวลชน - อบรมและพัฒนาความรู้ในการผลิตข่าวและรายการเพื่อต่อต้านการทุจริตและประพฤติมิชอบ - โครงการผลิตองค์ความรู้เพื่อสร้างกระแสสังคมที่ไม่ทนต่อการทุจริตผ่านสื่อมวลชนท้องถิ่น 	<ul style="list-style-type: none"> - โครงการผลิตและเผยแพร่วารสาร ป.ป.ช. “สุจริต” - โครงการพัฒนาแอปพลิเคชันระบบจับโกง - โครงการจัดทำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ (Application แจ็งเบาะแสการทุจริตหรือการละเมิดมาตรฐานทางจริยธรรมของนักการเมืองและเจ้าหน้าที่รัฐ - การประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างการมีส่วนร่วมในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ (Application แจ็งเบาะแสการทุจริตหรือการละเมิดมาตรฐานทางจริยธรรมของนักการเมืองและเจ้าหน้าที่รัฐ 	<ul style="list-style-type: none"> -โครงการประมวลผลและเผยแพร่ผลการดำเนินการต่อต้านการทุจริตของประเทศไทย - โครงการสื่อประชาสัมพันธ์ดัชนีการรับรู้การทุจริตสู่สาธารณะ - โครงการพัฒนาการสื่อสารภายในสำนักงาน ป.ป.ช.

ตารางที่ 4.1

โครงการ/กิจกรรม ภายใต้แผนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560-2564) (ต่อ)

ยุทธศาสตร์ที่ 1	ยุทธศาสตร์ที่ 2	ยุทธศาสตร์ที่ 3	ยุทธศาสตร์ที่ 4
	<p>- โครงการส่งเสริมคนดี/หน่วยงานดี ร่วมต้านการทุจริต เพื่อปกป้อง “คนดี”</p>	<p>- โครงการพัฒนานวัตกรรมเพื่อเผยแพร่ข้อมูลนโยบายสู่ประชาชนเพื่อสร้างสรรค์ความโปร่งใสและลดการทุจริตในนโยบายสาธารณะ</p> <p>- การวิจัยเพื่อพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของสำนักงาน ป.ป.ช.</p> <p>- การติดตามประเมินผลตามตัวชี้วัดผลสำเร็จของโครงการและพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของสำนักงาน ป.ป.ช.</p> <p>- โครงการพัฒนาบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์</p> <p>- โครงการพัฒนาผู้ที่ทำหน้าที่โฆษกสำนักงาน ป.ป.ช. เช่น การให้ข่าว การให้สัมภาษณ์</p>	

หมายเหตุ: ข้อมูลจาก สำนักประชาสัมพันธ์ สำนักงาน ป.ป.ช. (2560)

จากตารางที่ 4.1 แสดงถึงโครงการ/กิจกรรม ภายใต้แผนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560-2564) ผู้ศึกษาสามารถแยกโครงการ/กิจกรรม ได้เป็น 2 รูปแบบคือรูปแบบที่ 1 เป็นโครงการเกี่ยวกับการรณรงค์ (Campaign) การปลูก/ปลูกจิตสำนึกให้กับเครือข่ายทุกกลุ่มเป้าหมายในการต่อต้านการทุจริต และรูปแบบที่ 2 เป็นการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเชิงรุก คือการนำคดีต่าง ๆ ที่สำนักงาน ป.ป.ช. ได้ดำเนินการแล้วเสร็จมาต่อยอดด้วยการจัดทำโครงการ/กิจกรรม เพื่อเป็นการต่อยอดและเป็นการทำงานเชิงรุกมากยิ่งขึ้น อีกทั้งในการนำคดีต่าง ๆ มาจัดทำเป็นโครงการ/กิจกรรมนี้ สามารถต่อยอดการเผยแพร่ข่าวสารไปยังกลุ่มเป้าหมายที่เป็นเครือข่ายสื่อมวลชนได้อีกด้วย

ผู้ศึกษาพบว่า มีโครงการที่น่าสนใจหลากหลายโครงการ แต่มีเพียงไม่กี่โครงการเท่านั้นที่ได้รับการจัดสรรงบประมาณเพื่อให้ดำเนินการในปีงบประมาณ 2561 -2562 โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

4.1.3.2 โครงการ/กิจกรรมตามแผนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 -2564) ที่ได้รับการจัดสรรงบประมาณในปีงบประมาณ 2561 – 2562

ตารางที่ 4.2

โครงการ/กิจกรรม ที่ได้รับการจัดสรรงบประมาณ ภายใต้แผนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560-2564) โดยแยกเป็นงานประจำและงานตามโครงการ/กิจกรรม

งานประจำ	โครงการ/กิจกรรม
1) ร่วมแสดงความยินดีกับหน่วยงานหรือองค์กรตามโอกาสต่าง ๆ	1) จัดงานครบรอบวันสถาปนาสำนักงาน ป.ป.ช.
2) การจัดรายการวิทยุ จำนวน 3 รายการ	2) การผลิตวารสารสำนักงาน ป.ป.ช. “สุจริต”
3) การจัดแถลงข่าว	3) โครงการผลิตและเผยแพร่สื่อสิ่งพิมพ์
4) การจัดทำข่าวประชาสัมพันธ์แจ้งเวียนภายใน ภายนอก	4) การผลิตโล่รางวัล
5) ให้บริการด้านข้อมูลข่าวสาร Call Center 1205	5) โครงการประกวดสื่อป้องกันการทุจริต
6) บริจาคโลหิต	6) โครงการผลิตสื่อเชิงบูรณาการการสื่อสารภายใต้แนวคิด “คนไทยไม่โกง”
	7) โครงการจัดทำและเผยแพร่ข่าวเชิงสืบสวนและข้อมูลข่าวสารเพื่อการป้องกันและปราบปรามการทุจริต
	8) โครงการจัดงานวันต่อต้านคอร์รัปชันสากล (ประเทศไทย)

ตารางที่ 4.2

โครงการ/กิจกรรม ที่ได้รับการจัดสรรงบประมาณ ภายใต้แผนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560-2564) โดยแยกเป็นงานประจำและงานตามโครงการ/กิจกรรม (ต่อ)

งานประจำ	โครงการ/กิจกรรม
7) เข้าร่วม/สนับสนุนการจัดกิจกรรม/โครงการของหน่วยงานภายนอก/ภายใน ได้แก่ การออกบูธนิทรรศการ ส่งรถประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่ การส่งเจ้าหน้าที่เข้าร่วม/ถ่ายภาพ-ถ่ายวิดีโอทัศน์/หรือประสานสื่อมวลชนให้ หรือการทำข่าวเผยแพร่ให้ เป็นต้น	9) โครงการจุดกระแสสังคมที่ไม่ทนต่อการทุจริต ด้วยนวัตกรรมสื่อสารณะสร้างสรรค์ร่วมกับภาคอุตสาหกรรมบันเทิงในแนวทางประชารัฐ
8) จัดรายการเสียงตามสาย	10) โครงการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ดัชนีการรับรู้การทุจริตสู่สาธารณะ
9) จุลสารอิเล็กทรอนิกส์	
10) เผยแพร่ข่าวสารลงในเว็บไซต์ สำนักงาน ป.ป.ช. และสื่อออนไลน์	
11) การจัดทำข่าวเคลื่อนไหวยุติการทุจริต รายงานความคืบหน้าคดีส่งสื่อมวลชน	
12) การเผยแพร่ข้อมูลในจอ LED	
13) การจัดทำข่าวเผยแพร่ในลิฟท์และบอร์ดประชาสัมพันธ์	
14) การจัดตั้งประชาสัมพันธ์อาสา	
15) โครงการมอบรางวัล “ข้อสะอาด”	

หมายเหตุ: ข้อมูลจาก สำนักประชาสัมพันธ์ สำนักงาน ป.ป.ช. (2561)

จากตารางที่ 4.2 แสดงโครงการ/กิจกรรม ที่ได้รับการจัดสรรงบประมาณ ภายใต้แผนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560-2564) โดยแยกเป็นงานประจำและงานตามโครงการ/กิจกรรม ผู้ศึกษาพบว่า การอนุมัติงบประมาณการจัดโครงการ/กิจกรรมของสำนักงานป.ป.ช. ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเชิงรุกนั้น ยังไม่ได้รับความสนใจจากผู้บริหารสำนักงาน ป.ป.ช.เท่าที่ควร เห็นได้จากการอนุมัติงบประมาณในการจัดทำโครงการ/กิจกรรมต่าง ๆ โดยผู้ศึกษาได้แยกรูปแบบของโครงการ/กิจกรรม ที่เป็นการทำงานเชิงรุกได้หลายโครงการ โดยมีรายการดังต่อไปนี้

4.1.3.3 โครงการ/กิจกรรม ที่น่าสนใจ ในการให้ข้อมูลข่าวสารเชิงรุก ตามที่ผู้ศึกษาได้แบ่งรูปแบบไว้มีดังต่อไปนี้

- โครงการการบูรณาการร่วมระหว่างองค์กรอิสระและหน่วยงานต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันภาครัฐในคดีเกี่ยวกับการทุจริตฯ
- จัดทำและเผยแพร่ข่าวเชิงสืบสวนและข้อมูลข่าวสารเพื่อการป้องกันและปราบปรามการทุจริต
- โครงการสื่อสารเพื่อเปิดโปงการทุจริตอย่างสร้างสรรค์และยับยั้งการทุจริต
- โครงการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้เพื่อการต่อต้านการทุจริตระหว่างหน่วยงานองค์กรสถาบันด้านสื่อมวลชน
- การอบรมให้ความรู้เทคนิคการเขียนข่าวเชิงสืบสวน สอบสวนสำหรับสื่อมวลชน
- อบรมและพัฒนาความรู้ในการผลิตข่าวและรายการเพื่อต่อต้านการทุจริตและประพฤติมิชอบ
- โครงการผลิตองค์ความรู้เพื่อสร้างกระแสสังคมที่ไม่ทนต่อการทุจริตผ่านสื่อมวลชนท้องถิ่น
- การผลิตสื่อให้ความรู้งานคดีที่มีต่อสังคม (การถอดบทเรียน) ทั้งภาษาไทยและต่างประเทศ
- โครงการจัดทำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ (Application แจ็งเบาะแสการทุจริตหรือการละเมิดมาตรฐานทางจริยธรรมของนักการเมืองและเจ้าหน้าที่รัฐ
- โครงการพัฒนาผู้ที่ทำหน้าที่โฆษกสำนักงาน ป.ป.ช. เช่น การให้ข่าวการให้สัมภาษณ์
- การแถลงข่าวเกี่ยวกับผลงาน/คดีที่สำคัญและอยู่ในความสนใจต่อสาธารณะ
- โครงการจัดทำนิทรรศการห้องอภัยศที่ให้สำนักประชาสัมพันธ์ดำเนินการประชาสัมพันธ์
- โครงการประมวลผลและเผยแพร่ผลการดำเนินการต่อต้านการทุจริตของประเทศไทย

โครงการที่ยังไม่ได้รับการอนุมัติจัดสรรงบประมาณทั้งหมดนี้ เป็นโครงการที่สำคัญมากและเป็นการจัดกิจกรรมเชิงรุกที่น่าสนใจและที่สำคัญ คือ เป็นโครงการที่

เกี่ยวข้องกับเครือข่ายสื่อมวลชนโดยตรง อีกทั้งยังเป็นเป้าหมายที่สำคัญของการจัดทำแผนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 – 2564)

4.1.3.4 การปฏิบัติตามโครงการ/กิจกรรม เมื่อมีการอนุมัติจัดสรรงบประมาณประจำปี

เมื่อมีการอนุมัติโครงการ/กิจกรรม ให้ดำเนินการตามงบประมาณและวัตถุประสงค์ของโครงการ/กิจกรรม ขั้นตอนต่อมาคือการลงมือปฏิบัติตามแผนปฏิบัติการโครงการ/กิจกรรม ที่เห็นเป็นรูปธรรมได้ชัดเจน คือ โครงการวันต่อต้านคอร์รัปชันสากล (ประเทศไทย) ซึ่งภายในงานมีทั้งผู้นำประเทศและผู้นำด้านการต่อต้านคอร์รัปชันระดับสากล เข้าร่วมงานจำนวนมาก อีกทั้งยังมีการจัดงานทั่วประเทศ โดยมีการสนับสนุนจากทางภาครัฐและภาคเอกชน โดยจะเห็นได้จากหน้าหนังสือพิมพ์และสื่ออื่น ๆ ที่ได้มีการนำเสนอข่าวสารงานดังกล่าวนี้

“...แต่นอกเหนือสิ่งอื่นใด และด้วยการมีกรอบและนโยบายของสำนักงาน ป.ป.ช. สำนักประชาสัมพันธ์จึงไม่มองข้ามงานโครงการ/กิจกรรมต่าง ๆ อย่างเช่น งานโครงการวันต่อต้านคอร์รัปชันสากล (ประเทศไทย) ถือเป็นงานที่สำคัญ เป็นกิจกรรมที่คนทั่วประเทศเริ่มให้ความสนใจ และมองเห็นถึงความสำคัญของภาพลักษณ์คอร์รัปชัน โดยในแต่ละปีทั่วโลกก็มีการจัดกิจกรรมนี้...” (ทวิชาติ นิลกาญจน์ ผู้อำนวยการสำนักประชาสัมพันธ์, สัมภาษณ์, 25 มิถุนายน 2561)

ขั้นตอนและระยะเวลาในการดำเนินโครงการ

เมื่อมีการกำหนดแนวทางในการดำเนินโครงการต่าง ๆ และมีการตั้งหลักการและเหตุผลในการดำเนินโครงการแล้วตั้งนั้นขั้นตอนต่อไป คือ ขั้นตอนการดำเนินงาน เช่น การเตรียมความพร้อมก่อนดำเนินโครงการ (กำหนดกลุ่มเป้าหมาย, กำหนดประเด็นในการนำเสนอ, กำหนดรูปแบบในการนำเสนอ) การขออนุมัติเลขานุการฯ เพื่อดำเนินโครงการฯ เป็นต้น

ตัวอย่างโครงการ “วันต่อต้านคอร์รัปชันสากล (ประเทศไทย)” นั้นมีขั้นตอนในการปฏิบัติดังนี้

1) เริ่มจากการเขียนขออนุมัติดำเนินการจัดทำโครงการดังกล่าว โดยต้องรอการอนุมัติจากเลขานุการ คณะกรรมการ ป.ป.ช.

2) เมื่อเลขานุการฯ ลงนามอนุมัติเห็นชอบให้ดำเนินการ เจ้าหน้าที่ซึ่งเป็นฝ่ายเลขานุการ คณะอนุกรรมการฯ ต้องเตรียมหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการจัดงานวันต่อต้านคอร์รัปชันสากล (ประเทศไทย) อาทิ ช่วงเวลาในการจัดงาน จัดช่วงเวลาไหน รูปแบบการจัดงานเป็นอย่างไร ผู้ร่วมงานเป็นใครสถานที่จัดงาน จัดที่ไหน เพื่อนำเสนอเข้าที่ประชุมคณะอนุกรรมการจัดงานวันต่อต้านคอร์รัปชันสากล (ประเทศไทย) ซึ่งคณะอนุกรรมการฯ นี้ เป็นผู้ทรงคุณวุฒิจากหน่วยงานภายนอกที่เกี่ยวข้องกับการต่อต้านคอร์รัปชัน อาทิ สำนักนายกรัฐมนตรี องค์กรต่อต้านคอร์รัปชัน (ประเทศไทย) สำนักงาน ป.ป.ท.

3) ประชุมเพื่อหารือ สรุปผลการประชุม และเมื่อมีมติการประชุมจากที่ประชุมคณะกรรมการฯ แล้ว เจ้าหน้าที่จะดำเนินในขั้นตอนต่อไป

4) ในขั้นตอนนี้ เจ้าหน้าที่ ซึ่งเป็นฝ่ายเลขานุการคณะกรรมการจัดงานต่อต้านคอร์รัปชันสากล (ประเทศไทย) ต้องสืบค้นราคา และรายละเอียดของการจัดงานทั้งหมด เพื่อร่างสัญญาจ้างงาน และนำเสนอผู้บริหารเพื่ออนุมัติ ตามลำดับขั้นตอนต่อไป

5) เมื่อมีการอนุมัติรายละเอียดงานและรายละเอียดสัญญาจ้างงาน ฝ่ายเลขานุการ ต้องทำประกาศเพื่อให้บริษัทรับจ้างจัดงาน เข้ามานำเสนอผลงานและเสนอราคาในการจัดงาน

6) เมื่อได้บริษัทจัดงานแล้ว จากนั้นก็เป็นการปฏิบัติตามขั้นตอนและวัตถุประสงค์ของงานทั้งหมด

7) เมื่อเสร็จสิ้นการจ้างงาน ต้องมีการวัดผลและสรุปผล รายงานผู้บังคับบัญชาตามลำดับ

การปฏิบัติงานด้านสื่อมวลชนสัมพันธ์

สำนักงาน ป.ป.ช. ได้มีการเผยแพร่ผลงานและข้อมูลต่าง ๆ เพื่อสร้างการรับรู้และทำให้ประชาชนมีความตระหนักถึงความจริงจังกที่จะต่อสู้กับการทุจริต การจัดโครงการ “วันต่อต้านคอร์รัปชันสากล (ประเทศไทย)” มีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารโดยแบ่งเป็น 3 ช่วง คือ ช่วงก่อนเริ่มงาน ช่วงจัดงาน และช่วงหลังจัดงาน โดยมีการทำสื่อบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการต่อต้านการทุจริต ผ่านช่องทางสื่อสารต่าง ๆ มีการเขียนบทความเกี่ยวกับการต่อต้านการทุจริต โดยเขียนเป็นข่าวแจก (Press Release) และส่งให้กับสื่อมวลชน



ภาพที่ 4.3 บรรยากาศวันต่อต้านคอร์รัปชันสากล (ประเทศไทย) ภายใต้แนวคิด “Zero Tolerance คนไทยไม่ทนต่อการทุจริต” โดยมีนายกรัฐมนตรี เป็นประธานในพิธี

นอกจากโครงการวันต่อต้านคอร์รัปชันสากล (ประเทศไทย) มีอีกหลายโครงการที่สังคมและสื่อมวลชนให้ความสนใจ อาทิ งานวันสถาปนาสำนักงาน ป.ป.ช. ภายใต้การจัดการงานนี้มีการสรุปผลการดำเนินงานของสำนักงาน ป.ป.ช. โดยในปี 2560 นั้น มีการสรุปเป็นบทความและเขียนเป็นข่าวแจก (Press Release) ส่งให้นักข่าว มีการมอบนโยบายจากผู้บริหาร สำนักงาน ป.ป.ช. งานมอบรางวัล NACC AWARDS 2017 เป็นงานที่หน่วยงาน องค์กร และบุคคล ต่างก็เข้ามาร่วมงานจำนวนมากเพราะเป็นงานแห่งความภาคภูมิใจของผู้ที่ได้รับรางวัล งานที่ยกย่อง เชิดชูเกียรติ เป็นการมอบรางวัลสำหรับผู้ประพฤติตนแบบอย่างที่ดีเกี่ยวกับการต่อต้านการทุจริต และองค์กรที่มีการทำงานด้วยความโปร่งใส ซื่อสัตย์ สุจริต ซึ่งทั้ง 2 งานที่กล่าวมานี้ มีการปฏิบัติงานเช่นเดียวกับการจัดเตรียมงานวันต่อต้านคอร์รัปชันสากล (ประเทศไทย)

4.1.3.5 ขั้นตอนการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ตามแผนปฏิบัติการ

การจัดทำเอกสารข่าวแจก (Press Release) ภายใต้แผนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 – 2564) สำนักประชาสัมพันธ์ สำนักงาน ป.ป.ช. ได้แบ่งการทำเอกสารข่าวแจก (Press Release) ออกเป็น 2 ขั้นตอน คือ 1) เอกสารข่าวแจกทั่วไป และ 2) เอกสารข่าวแจก กรณีเชิญสื่อมวลชนมาทำข่าว ณ สถานที่ที่สำนักงาน ป.ป.ช. กำหนดไว้ โดยจะเห็นได้ดังภาพต่อไปนี้

(1) ขั้นตอนการปฏิบัติงาน การเขียนข่าวประชาสัมพันธ์ และส่งเอกสาร
ข่าวแจกทั่วไป

แผนภูมิขั้นตอนการปฏิบัติงาน (Flow Chart)
การเขียนข่าวประชาสัมพันธ์ (ภายนอก)

ลำดับ	ผังกระบวนการงาน	ขั้นตอนงาน
1	<pre> graph TD A[กำหนดการ/ประเด็นข่าว/บทความ และมอบหมายผู้รับผิดชอบ] --> B[ประสาน/สืบค้นข้อมูลข่าว] B --> C[วิเคราะห์ข้อมูลข่าว และเขียน (ร่าง) ข่าว/บทความ/ภาพข่าว] C --> D{ส่ง (ร่าง) ข่าว/บทความ/ภาพข่าวให้ ผอ.ส.ป.ส. พิจารณา} D -- แก้ไข --> C D -- ผ่าน --> E[ส่งข่าวให้สื่อมวลชน] E --> F([ติดตาม/ประเมินผลการเผยแพร่ข่าว]) </pre>	1. ผอ.ส.ป.ส. กำหนดประเด็นข่าว เพื่อเขียนข่าว/บทความ และมอบหมายเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบเขียนข่าว/บทความในแต่ละประเด็น
2		2. เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบดำเนินการประสาน หาข้อมูลข่าว เพื่อนำมาเขียนข่าว/บทความ/
3		3. นำข้อมูลที่สืบค้นได้มาวิเคราะห์ / สังเคราะห์ เพื่อจัดทำ (ร่าง) ข่าว/บทความ/ภาพข่าว โดยเขียนให้เข้าองค์ประกอบข่าว คือ 5W 1H
4		4. ส่ง (ร่าง) ข่าวที่เขียนเสร็จแล้ว โดยเสนอ ผอ.ส.ป.ส. ตรวจสอบความถูกต้องในเบื้องต้นก่อนเผยแพร่ หากมีการแก้ไขก็ให้ดำเนินการปรับปรุงก่อน หากไม่มีการแก้ไขสามารถดำเนินการต่อไปได้
5		5. จัดส่งข้อมูลข่าว/บทความ/ภาพข่าวให้สื่อมวลชนเผยแพร่ ใน 3 ช่องทางหลัก คือ - ทางโทรสาร - ทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) - ทางจดหมาย
6		6. ติดตามประเมินผลการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านทางสื่อประเภท - โทรทัศน์ ทางช่อง 3,5,7,9,NBT, TPBS, Cable TV และวิทยุ - ติดตามข่าว ตัดจากหนังสือพิมพ์

ภาพที่ 4.4 ภาพแผนภูมิขั้นตอนการปฏิบัติงาน (Flow Chart) การเขียนข่าวประชาสัมพันธ์ (ภายนอก) ข้อมูลจากสำนักประชาสัมพันธ์ สำนักงาน ป.ป.ช. (2561)

จากภาพที่ 4.4 การแสดงแผนภูมิขั้นตอนการปฏิบัติงาน (Flow Chart) การเขียนข่าวประชาสัมพันธ์ (ภายนอก) ของสำนักงาน ป.ป.ช. มีทั้งผังกระบวนการ และขั้นตอนการ

ปฏิบัติงาน โดยมีรายละเอียดเขียนไว้ชัดเจน ในกรณีการเขียนข่าวประชาสัมพันธ์ เพื่อส่งข่าวให้สื่อมวลชนในรูปแบบนี้ จัดทำเพื่อเป็นการส่งข่าวก่อนมีการจัดงานโครงการ/กิจกรรม โดยเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานโดยตรง จะเป็นผู้ที่ปฏิบัติตามกระบวนการทั้งหมด โดยจะส่งให้สื่อมวลชนก่อนจัดงานไม่เกิน 1 สัปดาห์ ดังภาพตัวอย่างต่อไปนี้

ข่าวสำนักงาน ป.ป.ช.

สำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ
361 ถนนนนทบุรี ตำบลท่าทราย อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี 11000

รวมพลังยึดมั่นคุณธรรมสุจริต 11430GNO

ประเทศไทยเตรียมจัดงานวันต่อต้านคอร์รัปชันสากล ทั่วประเทศทุกภาคส่วนไม่ทนต่อการทุจริต

รัฐบาล ร่วมกับสำนักงาน ป.ป.ช. สำนักงาน ป.ป.ท. องค์การต่อต้านคอร์รัปชัน (ประเทศไทย) ภาคีเครือข่ายภาครัฐ ภาควิชาทั้ง ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม เตรียมจัดงานวันต่อต้านคอร์รัปชันสากล (ประเทศไทย) วันที่ 9 ธันวาคมนี้ ชูแนวคิด "Zero Tolerance คนไทยไม่ทนต่อการทุจริต" หวังกระตุ้นจิตสำนึกทุกภาคส่วนไม่ทนต่อการทุจริต

นางสุวนา สุวรรณบุษยะ กรรมการ ป.ป.ช. กล่าวว่านับตั้งแต่ประเทศไทยได้ร่วมลงนามในอนุสัญญาสหประชาชาติว่าด้วยการต่อต้านการทุจริต ค.ศ. 2003 (United Nations Convention against Corruption 2003, UNCAC) ณ ประเทศเม็กซิโก เมื่อวันที่ 9 ธันวาคม 2546 มีเป้าหมายให้ประเทศสมาชิก ได้ประสานความร่วมมือระหว่างกัน เพื่อทำให้การป้องกันและปราบปรามการทุจริตภายในประเทศและระดับสากลเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมทั้งประกาศให้วันที่ 9 ธันวาคมของทุกปี เป็นวันต่อต้านคอร์รัปชันสากล (International Anti-Corruption Day) และต่อมาประเทศไทยได้ให้สัตยาบันเข้าเป็นรัฐภาคีในอนุสัญญาดังกล่าว เมื่อวันที่ 1 มีนาคม พ.ศ. 2554 โดยมีผลบังคับใช้เมื่อวันที่ 31 มีนาคม พ.ศ. 2554

ประเทศไทยในฐานะหนึ่งในประเทศภาคีสมาชิกสหประชาชาติ นำโดยรัฐบาล ร่วมกับสำนักงาน ป.ป.ช. สำนักงาน ป.ป.ท. องค์การต่อต้านคอร์รัปชัน (ประเทศไทย) ภาคีเครือข่ายภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม ร่วมกันขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ชาติว่าด้วยการป้องกันและปราบปรามการทุจริต ผ่านกลไก ทุกภาคส่วน อย่างต่อเนื่องตลอดมา รวมทั้งได้ร่วมมือกันจัดงานวันต่อต้านคอร์รัปชันสากล (ประเทศไทย) วันที่ 9 ธันวาคม พ.ศ. 2560

การจัดงานวันต่อต้านคอร์รัปชันสากล (ประเทศไทย) มีวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. เพื่อแสดงเจตนาของผู้นำทางการเมืองที่มีความมุ่งมั่นในการแก้ไขปัญหาคอร์รัปชัน
2. เพื่อให้กลไก หน่วยงาน องค์กรที่เกี่ยวข้องและภาคีเครือข่ายร่วมกันขับเคลื่อนการแก้ไขปัญหาคอร์รัปชันอย่างต่อเนื่อง
3. เพื่อให้คนไทยรับรู้ ตื่นตัว ไม่ทนต่อการทุจริต เข้ามามีส่วนร่วมในการต่อต้านการทุจริต และการสร้างวัฒนธรรมสุจริต
4. เพื่อให้คนไทยและนานาชาติ รับรู้ถึงการดำเนินการและความพยายามแก้ไขปัญหาคอร์รัปชันของประเทศไทย

ภาพที่ 4.5 ภาพตัวอย่างข่าวประชาสัมพันธ์ที่ส่งให้สื่อมวลชนก่อนการจัดวันงาน 1 สัปดาห์, ข้อมูลจากสำนักประชาสัมพันธ์ สำนักงาน ป.ป.ช.

- 2 -

พันโท กรีฑิพย์ คาโรจน์ รองเลขาธิการคณะกรรมการ ป.ป.ท. รักษาราชการแทนเลขาธิการคณะกรรมการ ป.ป.ท. กล่าวว่าค่าคะแนนดัชนีการรับรู้การทุจริต (Corruption Perceptions Index, CPI) ของประเทศไทยในช่วงเวลา 20 ปีที่ผ่านมา ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2538 ถึง 2559 ทรงตัวอยู่ในระดับสูงกว่า 3 หรือ 30 แต่ต่ำกว่า 4 หรือ 40 มาโดยตลอด อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาค่าคะแนนดัชนีการรับรู้การทุจริต ในปี พ.ศ. 2559 ของประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก ปรากฏว่า 2 ใน 3 จาก 176 ประเทศทั่วโลก ได้คะแนนต่ำกว่า 50 คะแนน โดยในส่วนของประเทศไทย มีการประเมินจาก 9 แหล่งข้อมูล ดังนั้น จากสถิติ จึงสะท้อนให้เห็นว่าปัญหาการทุจริตเป็นปัญหาที่ทุกประเทศทั่วโลกต้องร่วมมือกันแก้ไขอย่างจริงจังและต่อเนื่อง ทั้งนี้ ในส่วนของประเทศไทยได้กำหนดแนวทางแก้ไขปัญหาการทุจริต โดยการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ชาติว่าด้วยการป้องกันและปราบปรามการทุจริต ระยะที่ 3 (พ.ศ. 2560-2564) ภายใต้ยุทธศาสตร์ 6 ข้อ คือ 1.สร้างสังคมที่ไม่ทนต่อการทุจริต 2.ยกระดับเจตจำนงทางการเมืองในการต่อต้านทุจริต 3.สกัดกั้นการทุจริตเชิงนโยบาย 4.พัฒนาระบบป้องกันการทุจริตเชิงรุก 5.ปฏิรูปกลไกและกระบวนการการปราบปรามการทุจริต 6.ยกระดับคะแนนดัชนีการรับรู้การทุจริตของประเทศไทย

ดร.มานะ นิมิตรมงคล เลขาธิการองค์กรต่อต้านคอร์รัปชัน (ประเทศไทย) กล่าวว่าจากผลสำรวจดัชนีสถานการณ์คอร์รัปชันไทย (Corruption Situation Index, CSI) ของมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย เมื่อเดือนมิถุนายน 2560 ประเด็นที่น่าสนใจ ประเด็นที่ 1 พบว่าคนไทยไม่สามารถทนทนกับการทุจริต ค่าคะแนนอยู่ที่ 2.23 ทั้งนี้ ระดับค่าคะแนน จะอยู่ระหว่าง 0 – 10 ถ้าค่าคะแนนใกล้ 10 หมายความว่า ยิ่งสามารถทนได้กับการทุจริต ถ้าค่าคะแนนใกล้ 0 หมายความว่ายังไม่สามารถทนได้กับการทุจริต จึงสะท้อนให้เห็นว่าคนไทยมีแนวโน้มที่ไม่ทนต่อการทุจริต ประเด็นที่ 2 คนไทยอยากเข้ามามีส่วนร่วมในการป้องกันการทุจริตสูงขึ้น โดยผลสำรวจดังกล่าว คนไทยมากถึงร้อยละ 86 ต้องการและยินดีเข้ามามีส่วนป้องกันการทุจริต ดังนั้น ทั้งรัฐบาล ภาครัฐและหน่วยงานที่ทำหน้าที่ตรวจสอบอย่าง ป.ป.ช. ป.ป.ท. ตระหนักถึงความตื่นตัวของคนไทย ของภาคเอกชน ภาคประชาสังคม เป็นอย่างดี จึงได้มีการปฏิรูปกฎหมาย เพื่อให้การทำงานตรวจสอบรวดเร็วขึ้น ลดขั้นตอนที่ไม่จำเป็น ลงโทษผู้กระทำความผิดให้รวดเร็วขึ้น หรือให้ความเป็นธรรมกับผู้กล่าวหาได้รวดเร็วขึ้น กฎหมายจะมีการกำหนดกรอบระยะเวลาการทำงาน ขณะเดียวกัน เมื่อคนไทยไม่ทนต่อการทุจริตมากขึ้น ต้องการเข้ามามีส่วนร่วมมากขึ้น ภาครัฐเองก็ให้ความสำคัญกับการคุ้มครองผู้ให้ข้อมูล หรือ Whistle Blower มีการปกป้องคุ้มครองผู้ร้องเรียนตามที่ร้องขอ มีมาตรการคุ้มครองผู้ให้ข้อมูล มีการให้รางวัลสินบนแก่ผู้ให้ข้อมูลเมื่อสามารถจับทรัพย์สินตกเป็นของแผ่นดิน ที่สำคัญรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย กำหนดให้ภาครัฐต้องส่งเสริมให้ประชาชนรวมตัวหรือมีส่วนร่วมในการธรรมาภิบาล การให้ความรู้ การต่อต้าน การชี้ช่องเบาะแสการทุจริต และการกำหนดให้ภาครัฐเปิดเผยข้อมูลให้ประชาชนเข้าถึงสะดวก ซึ่งเป็นผลดีต่อการให้ประชาชนตรวจสอบการใช้อำนาจของภาครัฐ อันจะนำไปสู่ความโปร่งใสในการปฏิบัติงานของภาครัฐ

ภาพที่ 4.5 ภาพตัวอย่างข่าวประชาสัมพันธ์ที่ส่งให้สื่อมวลชนก่อนการจัดวันงาน 1 สัปดาห์, ข้อมูลจากสำนักประชาสัมพันธ์ สำนักงาน ป.ป.ช. (ต่อ)

- 3 -

นางสุวัฒนา สุวรรณจุฑะ กรรมการ ป.ป.ช. กล่าวเพิ่มเติมว่ากิจกรรมการรณรงค์งานวันต่อต้านคอร์รัปชันสากล (ประเทศไทย) ปีนี้ จึงใช้แนวคิด “Zero Tolerance คนไทยไม่ทนต่อการทุจริต” กำหนดจัดขึ้นในวันที่ 9 ธันวาคม 2560 เวลา 08.30 – 15.00 น. ห้องแกรนด์ ไดมอนด์ บอลรูม ศูนย์การประชุมอิมแพ็ค ฟอรั่ม เมืองทองธานี อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ซึ่งจะมีพิธีปล่อยขบวนรถ ชสมก. ด้านทุจริต มีนิคอนเสิร์ตเพลงต้านโกงของศิลปินจิตอาสา การแถลงสารขององค์การสหประชาชาติ การแถลงการณ์ขับเคลื่อนประเทศไทยใสสะอาด ไทยทั้งชาติต้านทุจริตของประธานกรรมการ ป.ป.ช. การประกาศเจตนารมณ์ต่อต้านการทุจริตของนายกรัฐมนตรี การมอบรางวัลประเมินคุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐที่ได้คะแนนสูงสุด (ITA Awards) ประจำปีงบประมาณ 2559 – 2560 และรางวัลประกวดคำขวัญ “Zero Tolerance คนไทยไม่ทนต่อการทุจริต” สำหรับในส่วนภูมิภาค จะมีการจัดพร้อมกันทุกจังหวัด โดยมีผู้ว่าราชการจังหวัด ร่วมกับสำนักงาน ป.ป.ช. ประจำจังหวัด หอการค้าจังหวัด หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม ในจังหวัด บูรณาการความร่วมมือ แสดงพลังพร้อมกัน

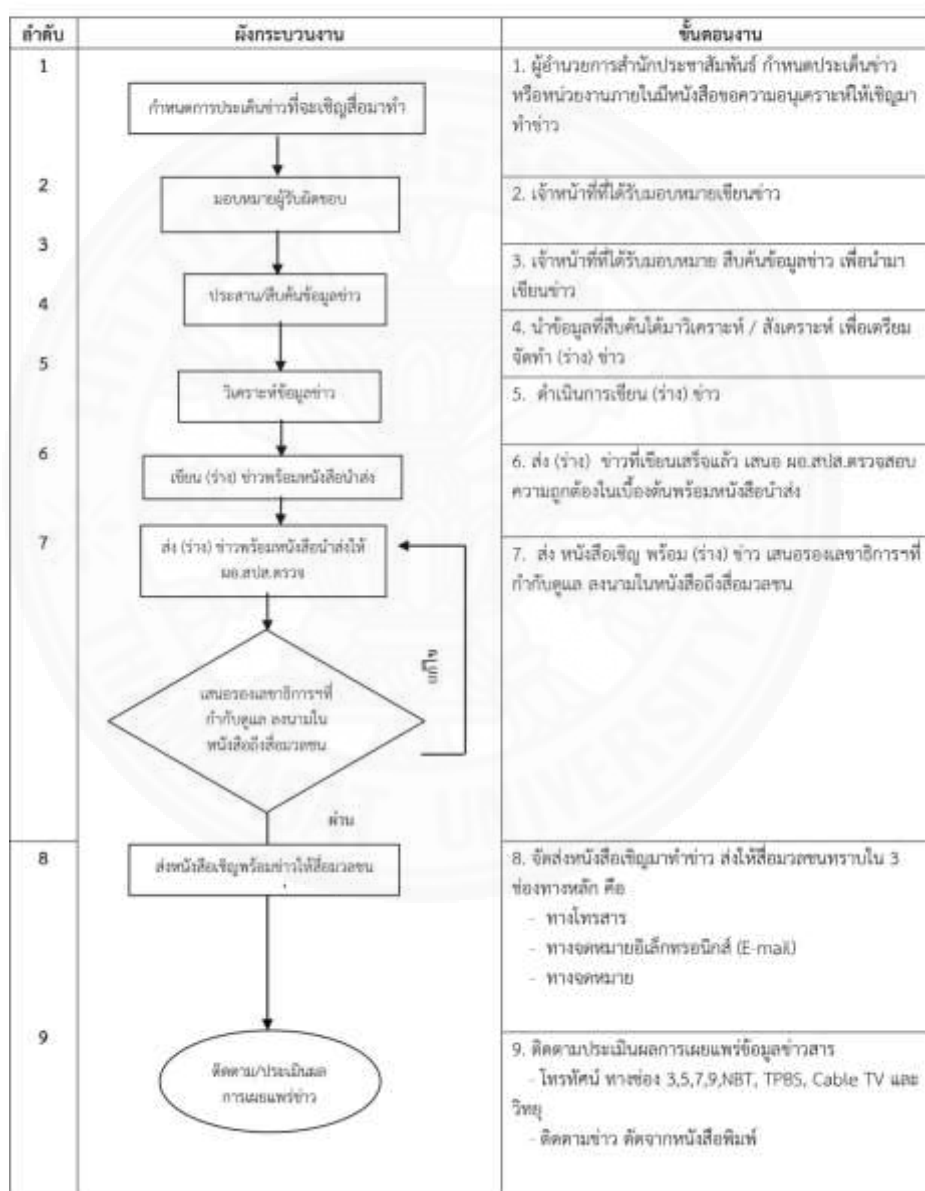
ภาพที่ 4.5 ภาพตัวอย่างข่าวประชาสัมพันธ์ที่ส่งให้สื่อมวลชนก่อนการจัดวันงาน 1 สัปดาห์, ข้อมูลจากสำนักประชาสัมพันธ์ สำนักงาน ป.ป.ช. (ต่อ)

จากภาพที่ 4.5 แสดงให้เห็นว่า การทำงานด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงาน ป.ป.ช. มีการทำงานจามขั้นตอนการปฏิบัติในการเขียนข่าวและส่งข่าว โดยมีเจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบด้านสื่อสารมวลชนเป็นผู้ประสานงานส่งข่าวแจกให้กับสื่อมวลชน ผ่านช่องทางหลักคือ ทางโทรสาร ทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) และทางจดหมาย โดยในปัจจุบัน มีช่องทางการสื่อสาร

เพิ่มเติมอีกหนึ่งช่องทาง คือ ทางแอปพลิเคชันไลน์ (Application LINE) ถือเป็นวิธีการสื่อสารที่รวดเร็ว แต่ยังไม่เป็นทางการ

(2) ขั้นตอนการปฏิบัติงาน การขอความอนุเคราะห์สื่อมวลชนมาทำข่าว และเตรียมเอกสารข่าวให้กับสื่อมวลชน

แผนภูมิขั้นตอนการปฏิบัติงาน (Flow Chart)
การขอความอนุเคราะห์สื่อมวลชนมาทำข่าว



ภาพที่ 4.6 ภาพแผนภูมิขั้นตอนการปฏิบัติงาน (Flow Chart) การขอความอนุเคราะห์สื่อมวลชนมาทำข่าว และเตรียมเอกสารข่าวให้กับสื่อมวลชน ข้อมูล จากสำนักประชาสัมพันธ์ สำนักงาน ป.ป.ช. (2561)

- ๒ -

หลังจากนายเสถียรถูกจับกุม ในช่วงค่ำวันเดียวกัน นางสาวประนอมโทรศัพท์แจ้งนายสวัสดิ์ กิตติวีระสิทธิ์ ขณะดำรงตำแหน่งนักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการพิเศษ ให้จัดทำเอกสารโครงการส่งเสริมความมั่นคงของสถาบันพระพุทธศาสนาเสริมสร้างขวัญกำลังใจให้แก่ชาวไทยพุทธในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ เพื่อจัดทำโครงการในพื้นที่ห้าจังหวัดชายแดนภาคใต้ จำนวน ๓ กิจกรรม เพื่อแสดงว่าจะนำเงินจำนวน ๔,๐๐๐,๐๐๐ บาท ที่ได้โอนให้กับวัดชลธาราวาส ไปใช้ดำเนินการตามโครงการดังกล่าวซึ่งมีผู้ก่อนแล้ว เมื่อทำเอกสารเสร็จแล้วจึงได้แฟกซ์เอกสารให้สำนักงานพระพุทธศาสนาจังหวัดสงขลา เพื่อใช้ประกอบการชี้แจงข้อเท็จจริงที่นายเสถียรถูกจับกุมต่อผู้ว่าราชการจังหวัดสงขลา โดยวรรคท้ายในบันทึกข้อความปรากฏข้อความว่า จะมีการจัดประชุมผู้อำนวยการสำนักงานพระพุทธศาสนาจังหวัดห้าจังหวัดชายแดนภาคใต้ ณ จังหวัดสงขลา ในวันที่ ๒๘ สิงหาคม ๒๕๕๘ เพื่อรับมอบเงินจำนวน ๓,๒๐๐,๐๐๐ บาท (ที่นายเสถียรรับจากพระครูบริหารสังฆานุวัตร) นำไปดำเนินการตามโครงการดังกล่าว

หลังจากนั้น นางสาวประนอมได้มีหนังสือถึงผู้อำนวยการสำนักงานพระพุทธศาสนาจังหวัดชายแดนภาคใต้ พร้อมแนบแผนการขับเคลื่อนโครงการดังกล่าว เพื่อให้สำนักงานพระพุทธศาสนาจังหวัดประสานคณะสงฆ์ภาคส่วนต่าง ๆ และพุทธศาสนิกชนในพื้นที่เพื่อร่วมดำเนินการตามแผนโครงการ ดังนั้น จึงต้องแบ่งเงินจำนวน ๓,๒๐๐,๐๐๐ บาท จากวัดชลธาราวาส เพื่อนำไปใช้ในแผนการขับเคลื่อนโครงการ ระยะที่ ๓ โดยต้องให้ผู้อำนวยการสำนักงานพระพุทธศาสนาจังหวัดชายแดนภาคใต้ไปปรับเงินที่นายเสถียรรับคืนจากพระครูบริหารสังฆานุวัตร จำนวน ๓,๒๐๐,๐๐๐ บาท ในวันที่ ๒๘ สิงหาคม ๒๕๕๘ ที่วัดโคกสมานคุณ จ.สงขลา เพื่อนำไปใช้ในโครงการหรือกิจกรรมในจังหวัดของตน สำหรับในส่วนของเงิน จำนวน ๓,๒๐๐,๐๐๐ บาท ที่จัดสรรให้กับวัดยูปาราม จะนำไปใช้ตามแผนการขับเคลื่อนโครงการระยะที่ ๒ ในจังหวัดสงขลา บัณฑิตานี สดุด และนราธิวาส จังหวัดละ ๘๐๐,๐๐๐ บาท และเงินจำนวน ๓,๒๐๐,๐๐๐ บาท ที่จัดสรรให้กับวัดสุริยาราม จะนำไปใช้ตามแผนการขับเคลื่อนโครงการระยะที่ ๓ ในจังหวัดปัตตานี สดุด ยะลา และนราธิวาส จังหวัดละ ๘๐๐,๐๐๐ บาท

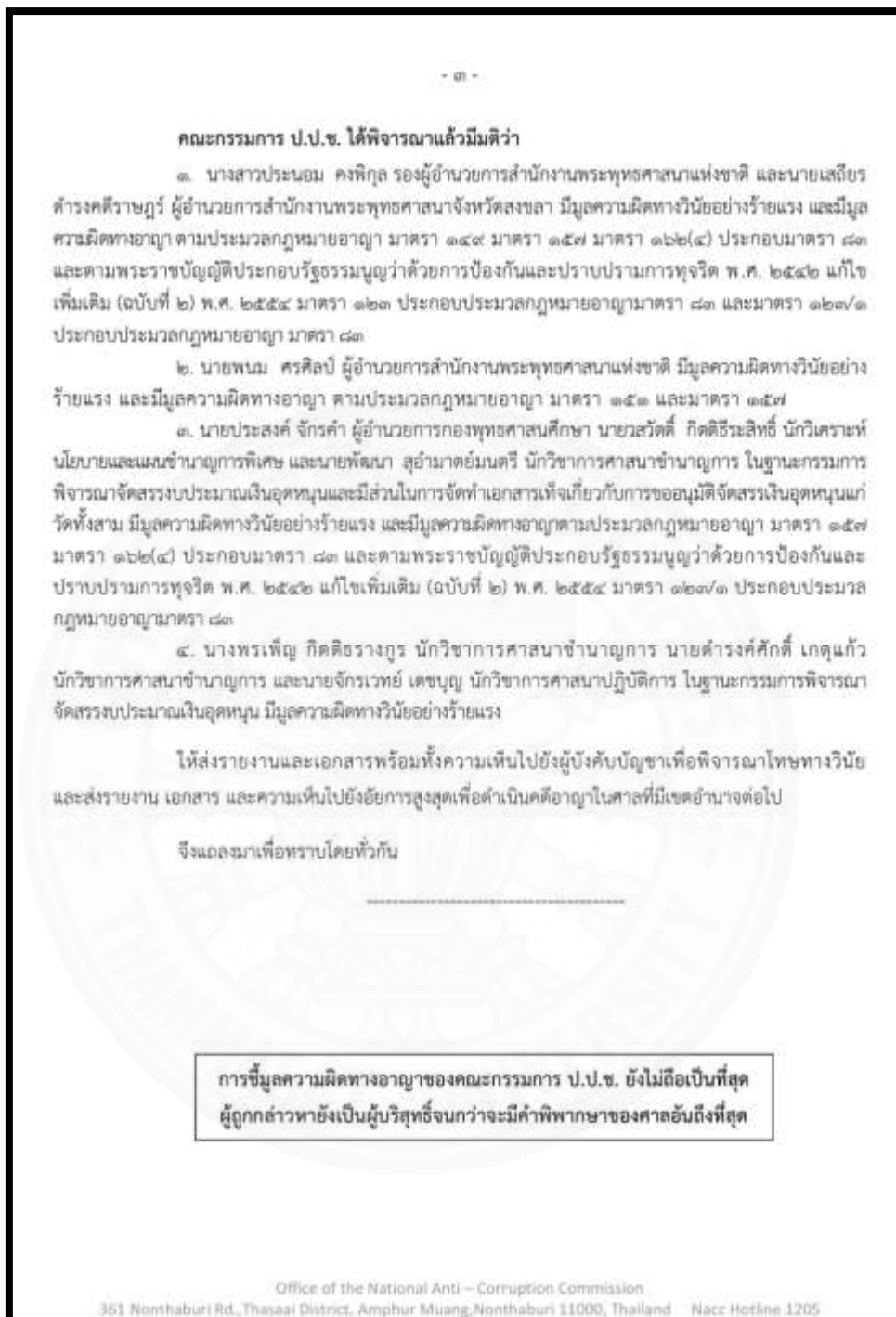
คณะกรรมการ ป.ป.ช. พิจารณาแล้วเห็นว่าคณะกรรมการพิจารณาจัดสรรงบประมาณเงินอุดหนุนฯ พิจารณาจัดสรรงบประมาณให้แก่วัดชลธาราวาส วัดยูปาราม และวัดสุริยาราม โดยไม่มีเอกสารประกอบการพิจารณา จึงเป็นการไม่ชอบ เอกสารโครงการส่งเสริมความมั่นคงของสถาบันพระพุทธศาสนาเสริมสร้างขวัญกำลังใจให้แก่ชาวไทยพุทธในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ และเอกสารที่เกี่ยวข้องดังกล่าว เป็นการจัดทำเอกสารหลักฐานเท็จ ภายหลังจากที่นายเสถียรถูกจับกุม และการที่นางสาวประนอมทำหนังสือสำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ ลงวันที่ ๒๗ สิงหาคม ๒๕๕๘ และลงวันที่ ๓๑ สิงหาคม ๒๕๕๘ เป็นการดำเนินการเพื่อรองรับการกระทำของนายเสถียรที่เรียกเงินจากวัดชลธาราวาส วัดยูปาราม และวัดสุริยาราม โดยทุจริต และเห็นว่าการจัดสรรเงินอุดหนุนให้ทั้งสามวัดดังกล่าว จึงมีข้อเพื่อนำไปแบ่งดำเนินการในโครงการหรือกิจกรรมอื่นตามแผนการขับเคลื่อนโครงการทั้ง ๓ ระยะ รวมทั้งการที่นายเสถียรเรียกเงินจากวัดชลธาราวาส วัดยูปาราม และวัดสุริยาราม วัดละ ๓,๒๐๐,๐๐๐ บาท โดยได้รับเงินในส่วนของวัดชลธาราวาสจากพระครูบริหารสังฆานุวัตรในวันที่ ๒๑ สิงหาคม ๒๕๕๘ จึงไม่ได้มีเจตนาเพื่อนำไปใช้ในโครงการหรือกิจกรรมอื่นหรือเป็นการกระทำการปฏิบัติราชการของผู้ถูกกล่าวหาที่ ๒ แต่เป็นการกระทำโดยมีเจตนาทุจริต เพื่อแสวงหาประโยชน์แก่ตนเองหรือผู้อื่น

สำหรับการติดตามเงินคินนั้น สำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติได้แต่งตั้งคณะทำงานติดตามเรียกเงินอุดหนุน จำนวน ๑๒,๐๐๐,๐๐๐ บาท คืนจากวัดทั้งสามดังกล่าว และนำส่งกระทรวงการคลังแล้ว

Office of the National Anti - Corruption Commission

361 Northburi Rd., Thesael District, Amphur Muang Northburi 11000, Thailand Nacc Hotline 1205

ภาพที่ 4.7 ภาพตัวอย่างข่าวแจก (Press Release) (ต่อ)



ภาพที่ 4.7 ภาพตัวอย่างข่าวแจก (Press Release) (ต่อ)

จากภาพที่ 4.7 เป็นภาพตัวอย่างข่าวแจก (Press Release) ที่เกิดจากขั้นตอนการปฏิบัติงาน (Flow Chart) การขอความอนุเคราะห์สื่อมวลชนมาทำข่าว และเตรียมเอกสารข่าวให้กับสื่อมวลชน และเป็นภาพข่าวที่เกิดขึ้นจริงและได้เชิญสื่อมวลชนมาทำข่าวจริง สำหรับขั้นตอนในการแจกข่าวนี้นี้ เจ้าหน้าที่สำนักประชาสัมพันธ์ จะรอจนกว่าผู้แถลงข่าวแถลงจบหรือ

ใกล้จับ หรือรอสัญญาณจากผู้แถลงข่าวให้แจก จึงทำการแจกข่าวได้ ทั้งนี้เพื่อเป็นการดึงความสนใจจากผู้สื่อข่าวไปยังผู้แถลงข่าวนั่นเอง

จากการสัมภาษณ์ ทวีชาติ นิลกาญจน์ ผู้อำนวยการสำนักประชาสัมพันธ์ สำนักงาน ป.ป.ช. ได้อธิบายถึงการปฏิบัติงานในปัจจุบันและแนวทางในการปฏิบัติงานในอนาคต ที่มีความมุ่งหวังให้เกิดขึ้นได้จริง โดยการปฏิบัติงานตามแผนยุทธศาสตร์การสื่อสารฯ นั้น ถือว่ามีกระบวนการทำงาน และขั้นตอนที่ค่อนข้างมาก เนื่องด้วย สำนักงาน ป.ป.ช. เป็นหน่วยงานรัฐ จึงต้องมีระบบผู้บังคับบัญชาตามลำดับขั้นตอน แต่ด้วยธรรมชาติของงานด้านการสื่อสารหรืองานด้านการประชาสัมพันธ์ ถือเป็นงานที่ต้องทำให้กระชับ รวดเร็ว และถูกต้อง แต่ผลเสียของกระบวนการตามลำดับขั้นตอนนี้ ทำให้การปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ติดขัดอยู่บ้าง ซึ่งในบางครั้งอาจต้องมีการข้ามขั้นตอน เพื่อให้การดำเนินงานรวดเร็วขึ้น เช่น การแก้ไขข้อมูลข่าวสารที่มีผลกระทบทางลบ ซึ่งกรณีดังกล่าวนี้ถือว่าเป็นขั้นวิกฤต จำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องปฏิบัติอย่างเร่งด่วน, และอีกกรณีคือ การให้สัมภาษณ์แก่นักข่าวหรือสื่อมวลชน (Press Interviews) ในกรณีนี้ นักข่าวหรือสื่อมวลชนขอสัมภาษณ์เพื่อสอบถามเรื่องใดเรื่องหนึ่งโดยเฉพาะ เพื่อนำเสนอต่อสาธารณชน แต่ด้วยการปฏิบัติงานที่ผ่านมา มีขั้นตอนตามลำดับขั้นตอนค่อนข้างมาก จึงเกิดการเข้าใจผิดและทำให้สื่อมวลชนเองไม่พอใจในการประสานงานของเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานโดยตรงด้านสื่อมวลชนสัมพันธ์ (ทวีชาติ นิลกาญจน์ ผู้อำนวยการสำนักประชาสัมพันธ์, สัมภาษณ์, 25 มิถุนายน 2561)

“...การทำงานด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงาน ป.ป.ช. ควรทำงานเชิงรุกมากกว่านี้ ควรทำงานเกี่ยวกับการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในภาพรวมของสำนักงานฯ ซึ่งในปัจจุบัน การทำงานด้านประชาสัมพันธ์ของสำนักงาน ป.ป.ช. มุ่งไปที่การสื่อสารด้านงานป้องกันการทุจริต งานด้านการเป็นวิทยากร หรือแม้กระทั่งงานกิจกรรม/โครงการต่าง ๆ ที่เป็นรูปแบบการณรงค์ด้านปลูกจิตสำนึก ซึ่งทั้งหมดที่ผมกล่าวมานั้นก็ถือเป็นการทำงานที่ดี แต่ผมกลับมองอีกอย่างว่า เราควรเน้นในเรื่องของการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความเคลื่อนไหวของคดีต่าง ๆ ที่ประชาชนให้ความสนใจ หรือคดีที่มีคุณค่าหรือคดีที่สามารถถอดเป็นบทเรียนให้ประชาชนได้รับรู้ ตามโครงการในแผนยุทธศาสตร์ฯ หากเราเน้นเรื่องต่าง ๆ เหล่านี้เครือข่ายสื่อมวลชน จะได้นำข้อมูลข่าวสารตรงนี้ ไปต่อยอดในการนำเสนอข่าวสาร...”

“...อีกงานที่สำคัญ คือ การจัดงานวันสถาปนาสำนักงาน ป.ป.ช. ซึ่งภายใต้การจัดงานนี้ถือเป็นการประชาสัมพันธ์ผลงานที่ผ่านมาของสำนักงานเอง และถือเป็นการประชาสัมพันธ์ต่ออีกว่าในปีถัดไป สำนักงาน ป.ป.ช. จะดำเนินงานหรือมุ่งหวังสิ่งใดต่อไปในอนาคต ถือเป็นการสร้างภาพลักษณ์ให้กับองค์กรอีกรูปแบบหนึ่ง ซึ่งถือว่าสำคัญมาก...”

“...ในส่วนของการดำเนินการตามแผนยุทธศาสตร์การสื่อสารฯ นั้น ผมมองว่าเราควรต้องทำต่อไปให้จบ และทำให้เต็มที่กับสิ่งที่ผู้บริหารมองเห็นถึงศักยภาพของเจ้าหน้าที่สำนัก

ประชาสัมพันธ์ในการจัดงานโครงการ/กิจกรรมต่าง ๆ แต่ถ้าให้มองอีกอย่างคือ หากเรามีงานกิจกรรมน้อยลงและมุ่งทำงานในเรื่องของการประชาสัมพันธ์เชิงรุก น่าจะเกิดผลกับองค์กรมากกว่า...”

“...ผมมองว่า สำนักประชาสัมพันธ์ ควรมีการแบ่งสัดส่วนในการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร เป็น 40-30-30 คือ 40 หมายถึงการนำเสนอข้อมูลข่าวสารด้านการปราบปรามการทุจริต 30 ตัวแรก คือ การนำเสนอข้อมูลข่าวสารด้านการตรวจสอบทรัพย์สิน และ 30 ตัวสุดท้ายคือ การนำเสนอข้อมูลด้านการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ฯ ด้านการป้องกันการทุจริต ด้านการต่างประเทศ หรือกิจกรรมภายในองค์กร มาเผยแพร่สู่สาธารณชน ซึ่งหากเป็นดังเช่นผลกล่าว สังคมเองก็จะมองว่า ป.ป.ช. ได้ทำงานหลักอย่างจริงจัง นั่นก็คือ การปราบปรามการทุจริต เพราะสำนักงาน ป.ป.ช. เกิดจากการที่สังคมไทยมีการทุจริตจำนวนมาก จึงทำให้มีองค์กรนี้เกิดขึ้นมา เพื่อปราบปรามการทุจริตให้หมดสิ้นไป...” (ทวิชาติ นิลกาญจน์, ผู้อำนวยการสำนักประชาสัมพันธ์, สัมภาษณ์, 25 มิถุนายน 2561)

จากการสัมภาษณ์ อูมาพร ปัตตานี นักประชาสัมพันธ์ปฏิบัติการ สำนักงาน ป.ป.ช. ผู้ที่มีหน้าที่รับผิดชอบงานด้านสื่อมวลชนสัมพันธ์โดยตรงและเป็นผู้ที่ติดต่อกับเครือข่ายสื่อมวลชนมากที่สุด กล่าวว่า ในการประสานงานกับสื่อมวลชนที่ประจำอยู่ที่สำนักงาน ป.ป.ช. มีหลายช่องทางที่สามารถแบ่งได้เป็น 2 รูปแบบ คือ รูปแบบที่เป็นทางการ และ รูปแบบที่ไม่เป็นทางการ ในรูปแบบที่เป็นทางการนั้น จะปฏิบัติกรณีเชิญสื่อมวลชนร่วมทำข่าวในงานแถลงข่าวการจัดโครงการ/กิจกรรม โดยรูปแบบนี้จะทำเป็นหนังสือเชิญ ส่งไปรษณีย์ ทางโทรสาร ทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) และในรูปแบบที่ไม่เป็นทางการคือ การส่งหมายข่าวเกี่ยวกับการแถลงข่าว หรือส่งหมายข่าวกรณีคณะกรรมการ ป.ป.ช. เดินทางไปนอกสถานที่ เพื่อเป็นประธานเปิดงานโครงการ/กิจกรรม ของหน่วยงานภายในสำนักงาน ป.ป.ช. หรือ หรือหน่วยงานภายนอก กรณีดังกล่าวนี้ จะส่งเป็นข้อความและถ่ายภาพข่าวแจก (Press Release) ส่งให้สื่อมวลชนทางแอปพลิเคชันไลน์ เป็นกรู๊ปใหญ่ที่มีสื่อมวลชนประจำสำนักงาน ป.ป.ช. หรือ สื่อมวลชนสนามบินน้ำ อยู่ในไลน์กรู๊ปนี้อยู่จำนวนมาก (อูมาพร ปัตตานี, สัมภาษณ์, 29 มิถุนายน 2561)

“...ในการประสานงานกับสื่อมวลชนเราใช้วิธีการประสานผ่านทางช่องทางออนไลน์ อาทิคุยผ่านไลน์กรู๊ปใหญ่ กรู๊ปสื่อมวลชน ส่งข่าวผ่านอีเมล กรณีแจ้งหมายข่าว จะแจ้งทั้งทางไลน์โดยการถ่ายรูปหมายข่าวส่งไปยังกรู๊ปไลน์สื่อมวลชน และส่งทางอีเมล...”

“...กรณีสื่อมวลชนขอสัมภาษณ์ผู้บริหาร จะเป็นผู้ประสานทั้งกับสำนักงาน ป.ป.ช. และกับสื่อมวลชนโดยตรง ในการประสานกับสื่อฯ เองจะเป็นการประสานแบบผ่านทางโทรศัพท์ ในส่วนของผู้บริหารต้องมีลำดับขั้นตอน เป็นการทำบันทึกรายการตามระบบราชการ ซึ่งจุดนี้ถือว่าเป็นอุปสรรคของการทำงานค่อนข้างมาก ทำให้การประสานงานช้า ซึ่งสื่อมวลชนเองบางคนก็เข้าใจและบางคนก็ไม่เข้าใจ ถือเป็นอีกขั้นตอนที่ทำให้การทำงานติดขัด...”

“...ในการส่งข่าว หรือจัดทำข่าวส่งให้กับสื่อมวลชนในแต่ละครั้ง มีขั้นตอนที่ค่อนข้างมาก ตามกระบวนการหนังสือของระบบราชการ ซึ่งถือเป็นอุปสรรคในการทำงาน...”

(อุมพร ปัตตานี, สัมภาษณ์, 29 มิถุนายน 2561)

จากการสัมภาษณ์ผู้ที่ปฏิบัติหน้าที่โดยตรงเกี่ยวกับสื่อมวลชนสัมพันธ์ พบว่า กระบวนการและขั้นตอนในการปฏิบัติงานตามลำดับผู้บังคับบัญชา เป็นอุปสรรคในการทำงานค่อนข้างมาก และหลายครั้งสื่อมวลชนบางกลุ่มยังไม่เข้าใจในกระบวนการดังกล่าว จึงทำให้การสื่อสารและการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ไม่เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของแต่ละงานเท่าที่ควร

4.1.4 การตรวจสอบผลการปฏิบัติการ ประเมินผล และรายงานผล

สำนักงาน ป.ป.ช. ตรวจสอบผลการปฏิบัติงานโดยการกำหนดตัวชี้วัดผลสำเร็จของแผนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ให้มีการประเมินผลการแปลงแผนฯ ไปสู่แผนปฏิบัติงานประจำปี เพื่อให้การดำเนินงานของหน่วยงานที่รับผิดชอบได้สอดคล้อง ครอบคลุมเป้าหมาย และยุทธศาสตร์ที่กำหนดไว้ในแผนฯ ฉบับนี้ โดยมีแนวทางในการพัฒนาระบบการติดตามและประเมินผล โดยการกำหนดตัวชี้วัดของการดำเนินงานตามแผนฯ ทั้งนี้ ให้ติดตามความก้าวหน้าของการดำเนินการตามแผนงาน/โครงการ/กิจกรรมอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ และมีการประเมินผลอย่างเป็นระบบ

การสำรวจความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของประชาชนต่อการดำเนินงานของสำนักงาน ป.ป.ช. ที่ครอบคลุมประเด็นความพึงพอใจที่มีต่อการดำเนินงานของสำนักงาน ป.ป.ช. ในภารกิจด้านการปราบปรามการทุจริต ด้านป้องกันการทุจริต และด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อจักได้นำข้อมูลความคิดเห็นจากการสำรวจไปใช้ประกอบการพัฒนาและปรับปรุงการทำงานของสำนักงาน ป.ป.ช. ให้มีประสิทธิภาพอย่างเป็นระบบต่อไป

การสำรวจดัชนีสถานการณ์คอร์รัปชันไทย (CSI) มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

4.1.4.1 ตัวชี้วัดผลสำเร็จของแผนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต ประกอบด้วย

(1) ระดับการมีส่วนร่วมของกลุ่มเป้าหมาย (รับรู้ เปลี่ยนทัศนคติ การเข้ามามีส่วนร่วม)

1) ผลการรับรู้ข่าวสารการดำเนินงานของสำนักงาน ป.ป.ช. จากประชาชน

2) ผลการปรับเปลี่ยนทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เห็นด้วยว่าการให้สินน้ำใจแก่เจ้าหน้าที่รัฐเป็นเรื่องไม่เสียหาย และไม่สามารถที่จะทนต่อการทุจริตได้

3) กลุ่มตัวอย่างยินดีเข้ามามีส่วนร่วมในการป้องกันการทุจริตมากขึ้น

(2) การมีส่วนร่วมของเครือข่ายการสื่อสาร

1) จำนวนเครือข่ายการสื่อสารที่ร่วมในการขับเคลื่อนงานเพิ่มขึ้นจากเดิมที่มี

2) จำนวนเครือข่ายการสื่อสารที่มีอยู่เดิมมีการสร้างระบบและกลไกในการขับเคลื่อนงานต่อต้านการทุจริตอย่างมีประสิทธิภาพ

(3) ผลความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อระบบบริหารจัดการงานสื่อสารเพื่อต่อต้านการทุจริต (ช่องทาง/การนำเสนอข้อมูล)

(4) ผลความเชื่อมั่นและภาพลักษณ์ของสำนักงาน ป.ป.ช.

1) ผลความเชื่อมั่นของประชาชนที่มีต่อสำนักงาน ป.ป.ช.ด้านการต่อต้านการทุจริต

2) ผลการประเมินภาพลักษณ์ ป.ป.ช. (ความโปร่งใส/ซื่อสัตย์เป็นธรรม/มีอาชีพ/น่าเชื่อถือ/รับผิดชอบต่อสังคม/มีส่วนร่วมกับประชาชน/รวดเร็ว/การสื่อสารที่เข้าถึง) จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่าง

จากข้อมูลข้างต้นสามารถสรุปตัวชี้วัดของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ตามแผนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 – 2564) ได้ดังนี้

(1) ผลการรับรู้ข่าวสารการดำเนินงานของสำนักงาน ป.ป.ช. จากประชาชน

(2) ผลการปรับเปลี่ยนทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เห็นด้วยว่าการให้สินน้ำใจแก่เจ้าหน้าที่รัฐเป็นเรื่องไม่เสียหาย และไม่สามารถที่จะทนต่อการทุจริตได้

(3) กลุ่มตัวอย่างยินดีเข้ามามีส่วนร่วมในการป้องกันการทุจริตมากขึ้น

(4) จำนวนเครือข่ายการสื่อสารที่ร่วมในการขับเคลื่อนงานเพิ่มขึ้นจากเดิมที่มี

(5) จำนวนเครือข่ายการสื่อสารที่มีอยู่เดิมมีการสร้างระบบและกลไกในการขับเคลื่อนงานต่อต้านการทุจริตอย่างมีประสิทธิภาพ

(6) ผลความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อระบบบริหารจัดการงานสื่อสารเพื่อต่อต้านการทุจริต (ช่องทาง/การนำเสนอข้อมูล)

(7) ผลความเชื่อมั่นของประชาชนที่มีต่อสำนักงาน ป.ป.ช.ด้านการต่อต้านการทุจริตอยู่ในระดับดี

(8) ผลการประเมินภาพลักษณ์ ป.ป.ช. (ความโปร่งใส/ซื่อสัตย์เป็นธรรม/มีอาชีพ/น่าเชื่อถือ/รับผิดชอบต่อสังคม/มีส่วนร่วมกับประชาชน/รวดเร็ว/การสื่อสารที่เข้าถึง) จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับดี

4.2 ปัจจัยมีผลต่อการมีส่วนร่วมของเครือข่ายสื่อมวลชนและความคิดเห็นของเครือข่ายสื่อมวลชนที่มีต่อการประชาสัมพันธ์ของสำนักงาน ป.ป.ช. ในโครงการ/กิจกรรม ภายใต้แผนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 – 2564)

4.2.1 ปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของเครือข่ายสื่อมวลชนในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 – 2564)

จากการศึกษาในประเด็นที่ 2 ซึ่งเกี่ยวกับปัจจัยที่ผลต่อการมีส่วนร่วมของสื่อมวลชนในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 – 2564) ผู้ศึกษาสามารถแยกเป็น 3 ปัจจัย คือ ปัจจัยด้านนโยบายของสื่อ ปัจจัยด้านคุณค่าของข่าว และปัจจัยด้านความสะดวกสบายในการนำเสนอข่าว ดังต่อไปนี้

4.2.1.1 ปัจจัยด้านนโยบายของสื่อ

ในการศึกษาประเด็นนี้ เป็นการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของสื่อมวลชนในการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร โดยผู้ศึกษาได้นำเสนอผลการสัมภาษณ์ที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านนโยบายของสื่อ โดยมีผลการศึกษาดังต่อไปนี้

“...เรามุ่งเน้นตามกระแสสังคมและคุณค่าของข่าว คือ การจะนำเสนอข่าวเกี่ยวกับกิจกรรมเราก็ต้องดูว่า กิจกรรมนั้นส่งผลอย่างไรกับประชาชน...” (สื่อมวลชนจากสำนักข่าวอิศรา, สัมภาษณ์, 23 มิถุนายน 2561)

“...ในส่วนนโยบายไม่มีชัดเจน แต่เนื่องด้วยในปัจจุบันมีพื้นที่ของสื่อออนไลน์ค่อนข้างมาก ในส่วนของข่าวกิจกรรมนั้นจะไปอยู่ในพื้นที่ของข่าวออนไลน์มากกว่า แต่สื่อออนไลน์เป็นสื่อที่ไปไวมาไวเช่นกัน...” (สื่อมวลชนจากหนังสือพิมพ์เดอะเนชั่น, สัมภาษณ์, 30 มิถุนายน 2561)

“...ตามกระแสบ้าง ยิ่งการที่เรามุ่งทำข่าวที่สังคมกำลังให้ความสนใจแน่นอนผู้บริหารย่อมยินดี หากกิจกรรมคุณไม่น่าสนใจ แต่ถ้าบุคคลที่ไปงานคุณน่าสนใจ เราก็ไปทำข่าว แต่นำเสนอในส่วนพื้นที่ข่าวกิจกรรมคุณเพียงนิดเดียว เพราะเราไปงานนี้เพื่อต้องการข่าวอื่นมากกว่า...” (สื่อมวลชนจากหนังสือพิมพ์แนวหน้า, สัมภาษณ์, 24 มิถุนายน 2561)

“...หากต้องการให้โครงการ/กิจกรรมมีพื้นที่ของข่าวมาก ๆ ก็คงจะเป็นการซื้อสื่อ ซึ่งตรงนี้ได้พื้นที่แน่นอน...” (สื่อมวลชนจากหนังสือพิมพ์ไทยโพสต์, สัมภาษณ์, 28 มิถุนายน 2561)

จากการสัมภาษณ์สื่อมวลชนในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยในการมีส่วนร่วมฯ สามารถสรุปได้ว่า ปัจจัยด้านนโยบายของสื่อ นั้น มีผลกระทบเพียงเล็กน้อยในการมีส่วนร่วม

ของสื่อมวลชนต่อการนำเสนอข้อมูลข่าวสารของสำนักงาน ป.ป.ช. ภายใต้แผนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 - 2564)

4.2.1.2 ปัจจัยด้านคุณค่าของข่าว

ในการศึกษาประเด็นนี้ เป็นการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยด้านคุณค่าของข่าว การนำเสนอข้อมูลข่าวสารของสื่อมวลชน ไม่ได้มุ่งเน้นเฉพาะตามนโยบายขององค์กรหรือหัวหน้า แต่มุ่งเน้นไปที่คุณค่าของข่าวและกระแสสังคมเป็นสิ่งสำคัญ กล่าวคือ การที่สื่อมวลชนจะนำเสนออะไรออกไปนั้น ต้องตระหนักเสมอว่าประชาชนจะได้รับอะไร และข่าวนั้นประชาชนให้ความสนใจหรือไม่

“...ประชาชนต้องการรับรู้ถึงข่าวคดีต่าง ๆ มากกว่าข่าวการจัดกิจกรรม ซึ่ง ป.ป.ช. เองมีคดีมากมายสามารถนำเสนอข่าวคดีในรูปแบบกิจกรรมก็น่าจะได้ ลองดู...” (สื่อมวลชนจากสำนักข่าวอิศรา, สัมภาษณ์, 28 มิถุนายน 2561)

“...ในการเลือกข่าวนั้น เรามุ่งเน้นไปที่ 2 อย่างคือ 1) การทำข่าวตามกระแสสังคม คือมองว่า ณ ตอนนี้อย่างไรสังคมกำลังเฝ้ารอผลของข่าวอะไรอยู่ หรือ 2) ทำข่าวในสิ่งที่นักข่าวเองเห็นว่าจะเป็นประโยชน์กับประชาชน หากให้พูดถึงกรณีการนำเสนอข่าวของกิจกรรมที่สำนักงาน ป.ป.ช. ได้จัดขึ้น ถือว่ายังไม่เข้ากรอบทั้ง 2 ข้อ ที่ได้กำหนดไว้ ซึ่งสามารถตอบได้เลยว่าในการทำข่าวกิจกรรมแบบนี้ ต้องซื้อพื้นที่ข่าวหรือนำเสนอผ่านสื่อออนไลน์เท่านั้น...” (สื่อมวลชนจากหนังสือพิมพ์เดอะเนชั่น, สัมภาษณ์, 30 มิถุนายน 2561)

“...หากต้องนำเสนอข่าวเกี่ยวกับการจัดงานวันต่อต้านคอร์รัปชันสากล ผู้สื่อข่าวต้องพยายามในการเขียนข่าวหรือบทความเพื่อให้เป็นประโยชน์แก่ประชาชนมากที่สุด เพราะจากการจัดกิจกรรมดังกล่าว เป็นเพียงภาพที่สวยงามและจัดตามวาระโอกาสเท่านั้น ผลระยะยาวไม่มี อีกทั้งเป็นเพียงงานอีเว้นท์หากปรับเปลี่ยนวิธี หรือ รูปแบบการจัดงานใหม่ สื่อมวลชนอาจสนใจมากกว่านี้...” (สื่อมวลชนจากหนังสือพิมพ์แนวหน้า, สัมภาษณ์, 24 มิถุนายน 2561)

4.2.1.3 ปัจจัยด้านความสะดวกสบายในการนำเสนอข่าว

ในการศึกษาประเด็นนี้ เป็นการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยด้านความสะดวกสบายในการนำเสนอข่าวของสื่อมวลชน จากผลการสัมภาษณ์พบว่า มีผลกระทบเพียงเล็กน้อยต่อการมีส่วนร่วมของสื่อมวลชนในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารของสำนักงาน ป.ป.ช. ภายใต้แผนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 - 2564) สื่อไม่ได้มุ่งเน้นการทำข่าวตามนโยบายขององค์กรหรือหัวหน้า และไม่ได้กังวลกับความสะดวกสบายในการทำงาน แต่มุ่งเน้นไปที่คุณค่าของข่าวและกระแสสังคมเป็นสิ่งสำคัญ

“...กรณีที่สื่อมวลชนขอไฟล์ภาพเพิ่มเติม หรือขอรายละเอียดข่าวเพิ่มเติม เจ้าหน้าที่สำนักงาน ป.ป.ช. ความสะดวกได้อย่างดีมาก รวมถึงการจัดห้อง หรือ สถานที่ในการทำงาน

ของสื่อมวลชน ดูแลได้เป็นอย่างดี...” (สื่อมวลชนจากหนังสือพิมพ์ไทยโพสต์, สัมภาษณ์, 28 มิถุนายน 2561)

“...มีการบริการอินเทอร์เน็ตไร้สายแก่สื่อมวลชน ข้อนี้ถือว่าสำนักงาน ป.ป.ช. อำนวยความสะดวกอย่างเต็มที่ เพราะในการส่งข่าวแต่ละครั้งนั้น จำเป็นอย่างยิ่งในการใช้ สัญญาณอินเทอร์เน็ต...” (สื่อมวลชนจากโมเดิร์นไนน์ทีวี, สัมภาษณ์, 17 มิถุนายน 2561)

“...สำหรับการประสานงานของเจ้าหน้าที่สำนักงาน ป.ป.ช. หรือการ อำนวยความสะดวกด้านสถานที่ ต้องบอกว่าดีมาก ๆ ทีเดียว เจ้าหน้าที่ยิ้มแย้มแจ่มใส...” (สื่อมวลชน จากสำนักข่าวอิศรา, สัมภาษณ์, 23 มิถุนายน 2561)

“...สำนักงาน ป.ป.ช. ได้จัดทำห้องสื่อมวลชนขึ้นมา เพื่อเป็นที่พักและ สำหรับส่งข่าวของสื่อมวลชน ถือว่าเป็นอีกหนึ่งอย่างที่ทำให้สื่อเอง สะดวกสบายในการส่งข่าว และมีที่ พักเป็นสัดส่วน...” (สื่อมวลชนจากหนังสือพิมพ์เดอะเนชั่น, สัมภาษณ์, 30 มิถุนายน 2561)

“...มีห้องรับรองสำหรับสื่อมวลชน มีการบริการอินเทอร์เน็ตสำหรับ สื่อมวลชน มีเอกสารข่าวแจกในงานต่าง ๆ เจ้าหน้าที่ของสำนักงาน ป.ป.ช. ดูแลสื่อมวลชนได้ดีมาก ทำให้สื่อมวลชนเองสะดวกสบายในการส่งข่าว...” (สื่อมวลชนจากจากสมาคมสื่อช่อสะอาด, สัมภาษณ์, 15 มิถุนายน 2561)

4.2.2 ความคิดเห็นของเครือข่ายสื่อมวลชนที่มีต่อการประชาสัมพันธ์ของสำนักงาน ป.ป.ช. ในโครงการ/กิจกรรม ภายใต้แผนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 – 2564)

4.2.2.1 ความคิดเห็นของเครือข่ายสื่อมวลชนที่มีต่อเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานโดยตรง เกี่ยวกับงานด้านการประชาสัมพันธ์

4.2.2.2 ความคิดเห็นของเครือข่ายสื่อมวลชนที่มีต่อการประชาสัมพันธ์ของ สำนักงาน ป.ป.ช. ในโครงการ/กิจกรรม ภายใต้แผนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 - 2564)

จากการศึกษาพบว่า สื่อมวลชนส่วนใหญ่มีความคิดเห็นตรงกัน คือเจ้าหน้าที่ สำนักงาน ป.ป.ช. ที่ปฏิบัติหน้าที่โดยตรงด้านสื่อมวลชนสัมพันธ์ ตั้งแต่ระดับผู้บริหารไปจนถึงระดับ ปฏิบัติการ กล่าวคือ ผู้อำนวยการสำนักประชาสัมพันธ์ นักประชาสัมพันธ์เชี่ยวชาญ และนัก ประชาสัมพันธ์ปฏิบัติการ ปฏิบัติหน้าที่ด้านสื่อมวลชนสัมพันธ์ได้เป็นอย่างดี คือ มีการส่งข้อมูล ข่าวสารอย่างสม่ำเสมอ อำนวยความสะดวกแก่สื่อมวลชนที่มาติดต่อ สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับ สื่อมวลชน แต่ในทางบริหารหรือในทางปฏิบัติของผู้บริหาร สำนักงาน ป.ป.ช. ตั้งแต่เลขาธิการ คณะกรรมการ ป.ป.ช. ขึ้นไป มีการปฏิบัติที่ตรงข้ามกับเจ้าหน้าที่อย่างเห็นได้ชัด คือ ไม่ให้ข้อมูล ข่าวสารกับสื่อมวลชน ไม่ให้เวลาหรือคิวในการสัมภาษณ์กับสื่อมวลชน ไม่มีการสร้างความสัมพันธ์ที่ดี

กับสื่อมวลชนหรือไม่มีแม้แต่กิจกรรมที่จะสร้างความสัมพันธ์กับสื่อมวลชน เช่น การจัดให้มีการร่วมรับประทานอาหารระหว่างสำนักงาน ป.ป.ช. กับสื่อมวลชน การจัดพาสื่อมวลชนชมกิจการหรือภารกิจต่าง ๆ ของสำนักงาน ป.ป.ช. หรือการจัดเลี้ยงแถลงข่าว สื่อมวลชนตั้งข้อสงสัยว่ากิจกรรมต่าง ๆ เหล่านี้มีนัยไปไหน

“...บางครั้งเราพลาดหมายข่าว เนื่องจากทางเจ้าหน้าที่ไม่ได้แจ้งในไลน์กลุ่ม ซึ่งหมายความว่าไม่ได้แจ้งนักข่าวทั้งกลุ่ม อาจเป็นเพราะผู้บริหารสั่งการลงมา ตรงนี้เราก็ไม่เข้าใจ...” (สื่อมวลชนจากโมเดิร์นไนน์ทีวี, สัมภาษณ์, 17 มิถุนายน 2561)

“...เจ้าหน้าที่ประสานงาน อำนวยความสะดวกดีมาก แต่ผู้บริหารไม่ค่อยให้ข่าว ทำให้นักข่าวลำบาก...” (สื่อมวลชนจากสำนักข่าวอิศรา, สัมภาษณ์, 23 มิถุนายน 2561)

“...การที่มีกลุ่มไลน์ของสื่อมวลชน ประจำสำนักงาน ป.ป.ช. เป็นสิ่งที่ช่วยอำนวยความสะดวกได้หลายอย่าง และจากจุดนี้ถือว่าเจ้าหน้าที่ที่ดูแลสื่อมวลชนโดยตรง สามารถส่งข่าวได้เรื่อย ๆ แต่หลายครั้ง สื่อมวลชนเองก็แปลกใจว่าทำไมบางครั้งเราพลาดหมายข่าวสำคัญ เช่น กรณีผู้บริหาร สำนักงาน ป.ป.ช. เป็นประธานเปิดงานหรือกิจกรรมต่าง ๆ แต่เจ้าหน้าที่ ป.ป.ช. ไม่ได้แจ้งข้อมูลให้กับนักข่าวในกลุ่มไลน์...” (สื่อมวลชนจากหนังสือพิมพ์เดอะเนชั่น, สัมภาษณ์, 30 มิถุนายน 2561)

“...ในการขอข้อมูลต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นภาพหรือประสานงานงาน เจ้าหน้าที่ ป.ป.ช. อำนวยความสะดวกดีมาก ...” (สื่อมวลชนจากหนังสือพิมพ์แนวหน้า, สัมภาษณ์, 24 มิถุนายน 2561)

“...เจ้าหน้าที่บริการข้อมูล อำนวยความสะดวกสบายดี ทั้งก่อนและหลังการจัดกิจกรรมต่าง ๆ...” (สื่อมวลชนจากหนังสือพิมพ์ไทยโพสต์, สัมภาษณ์, 28 มิถุนายน 2561)

“...ในการส่งข่าวของเจ้าหน้าที่สำนักงาน ป.ป.ช. ถือว่าส่งข่าวเป็นประจำ รวมถึงการอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่เจ้าหน้าที่ปฏิบัติ ที่นี้ถือว่าดูแลดีมาก แต่ในการให้ข่าว หรือการขอสัมภาษณ์ผู้บริหารถือเป็นเรื่องยุ่งยากมากและใช้เวลาค่อนข้างนาน...” (สื่อมวลชนจากสถานีโทรทัศน์สีทอง 7, สัมภาษณ์, 19 มิถุนายน 2561)

“...เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานได้เป็นอย่างดี มีการอำนวยความสะดวกทุกอย่าง การขอข้อมูลเพิ่มเติมจากเจ้าหน้าที่ ก็มีประสานงานเป็นอย่างดี แต่เมื่อขอสัมภาษณ์ผู้บริหารกลับเรื่องที่ต้องใช้เวลาและไม่มีความสะดวกเลย ...” (สื่อมวลชนจากสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3, สัมภาษณ์, 18 มิถุนายน 2561)

“...เจ้าหน้าที่ประสานงานดี อำนวยความสะดวกทุกอย่าง ส่งข้อมูลข่าว ข้อมูลรูปภาพ หรือแม้กระทั่งข้อมูลที่เป็น VDO ซึ่งถือว่าเป็นการอำนวยความสะดวกสบายในการทำงานของสื่อมวลชนได้เป็นอย่างดี แต่เมื่อสอบถามเกี่ยวกับเรื่องของผู้บริหาร หรือจอควในการสัมภาษณ์

ผู้บริหารกลับไม่ได้คำตอบหรือได้คำตอบแต่ต้องใช้ระยะเวลาที่ค่อนข้างนาน ...” (สื่อมวลชนจากโมเดิร์นไนน์ทีวี, สัมภาษณ์, 17 มิถุนายน 2561)

“...อยากให้มีการแจ้งข่าวสม่ำเสมอ. ทุงงาน เพราะหลายงานพลาดมาแล้ว ผู้บริหารไม่ยอมให้ข่าว ไม่ทราบเพราะเหตุใด...” (สื่อมวลชนจากหนังสือพิมพ์แนวหน้า, สัมภาษณ์, 28 มิถุนายน 2561)

“...เจ้าหน้าที่สำนักประชาสัมพันธ์ทุกคน ตั้งแต่ ผอ.ไปจนถึงเจ้าหน้าที่ธุรการ หรือเจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานโดยตรงกับสื่อมวลชน มีการปฏิบัติหน้าที่ได้เป็นอย่างดี ทุกคนมีใจบริการ ทำงานเพื่อส่วนรวม อำนวยความสะดวกทุกอย่าง แต่การเข้าถึงผู้บริหาร ป.ป.ช. ในช่วงนี้ ถือเป็นเรื่องที่ยากมาก...” (สื่อมวลชนจากสมาคมสื่อช่อสะอาด, สัมภาษณ์, 15 มิถุนายน 2561)

“...เจ้าหน้าที่ปฏิบัติหน้าที่ได้ดีมาก ทั้งอำนวยความสะดวกและประสานงานต่าง ๆ เป็นไปในทางที่ดี แต่การอำนวยความสะดวกสายนี้นี้ ก็ไร้ประโยชน์หากผู้บริหารของสำนักงาน ป.ป.ช. ไม่ยอมให้สัมภาษณ์ หรือบ่ายเบี่ยงในการให้ข้อมูลบางประเด็น...” (สื่อมวลชนจากสำนักข่าวอิศรา, สัมภาษณ์, 23 มิถุนายน 2561)

จากการศึกษาพบว่า สื่อมวลชนส่วนใหญ่มีความคิดเห็นตรงกัน คือ การจัดโครงการ/กิจกรรม ภายใต้แผนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 -2564) นั้น เป็นการจัดกิจกรรมในรูปแบบของการรณรงค์ (Campaign) ซึ่งในการรณรงค์ด้านการต่อต้านการทุจริตนี้ถือเป็นเรื่องที่ยาก และจากที่สื่อมวลชนประจำที่สำนักงาน ป.ป.ช. ร่วมงานหรือร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ของสำนักงาน ป.ป.ช. พบว่า ยังไม่มีงานใดที่มีการนำประเด็นที่น่าสนใจ มาจัดกิจกรรมต่าง ๆ เลย

สื่อมวลชนยังมีความคิดเห็นตรงกัน อีกว่า การจัดโครงการ/กิจกรรม ของสำนักงาน ป.ป.ช. เป็นเพียงการจัดงาน เพื่อประชาสัมพันธ์องค์กรตัวเอง แต่ไม่ได้จัดงานหรือจัดกิจกรรม เพื่อให้เกิดผลกับประชาชน หรือแม้แต่การเปิดเผยความคืบหน้าคดีต่าง ๆ ตรงนี้ส่งผลโดยตรงต่อสำนักงาน ป.ป.ช. คือการรับรู้ของประชาชนที่มีต่อการทำงานของสำนักงาน ป.ป.ช. ประเด็นต่าง ๆ เหล่านี้สำนักงาน ป.ป.ช. กลับนิ่งเฉยและไม่มีการเผยแพร่ข้อมูลสู่สาธารณชน

“...ป.ป.ช. ควรจะจัดทำข้อมูลเชิงสถิติ เพื่อยึดพื้นที่ของข่าว เพราะการจัดงานวันต่อต้านคอร์รัปชัน หรืองานวันสถาปนาสำนักงาน ป.ป.ช. ที่มีแต่ภาพที่สวยงาม แต่ถ้าลองทำข้อมูลเชิงสถิติจัดทำเป็นนิทรรศการหรือข้อมูลกราฟิก ซึ่งการดำเนินการเช่นนี้ทำให้นักข่าวสามารถนำไปต่อยอดได้...” (สื่อมวลชนจากสำนักข่าวอิศรา, สัมภาษณ์, 23 มิถุนายน 2561)

“...หลายโครงการที่จัดขึ้น ผมมองว่าไม่น่าสนใจ แต่จะมีบางงานที่มีความน่าสนใจอยู่บ้างเช่น งานวันต่อต้านคอร์รัปชันสากล (ประเทศไทย) เหตุผลที่น่าสนใจ เพราะมีนายกรัฐมนตรีเป็นประธานในพิธี และมีผู้บริหารระดับประเทศร่วมงานค่อนข้างมาก เหตุผลดังกล่าวนี้จึงทำให้งาน

น่าสนใจและเป็นการดึงดูดนักข่าวได้เป็นอย่างดี หากถามเรื่องเนื้อหาหรือรายละเอียดของงาน ยังถือ
ว่าไม่สามารถยึดพื้นที่ข่าวได้ เพราะรูปแบบการจัดงานหรือประเด็นในการจัดงานยังไม่น่าสนใจ

คนส่วนใหญ่ไม่ได้อยากเห็นภาพสวยงาม คนส่วนใหญ่ต้องการเห็นการทำงานของ
ป.ป.ช. มากกว่า เพราะ ป.ป.ช. เป็นหน่วยงานปราบปรามการทุจริต คนอยากเห็นตรงนั้นมากกว่าครับ
...” (สื่อมวลชนจากหนังสือพิมพ์เดอะเนชั่น, สัมภาษณ์, 30 มิถุนายน 2561)

“...การจัดโครงการหรือกิจกรรมที่สวยงาม อย่างเป็นทางการวันต่อต้านคอร์รัปชันสากล
ไม่ได้มีเนื้อหาหรือรายละเอียดที่น่าสนใจเลย มีที่น่าสนใจคือแขกรับเชิญเท่านั้น ควรปรับเปลี่ยนเนื้อหา
ในการนำเสนอให้น่าสนใจ...” (สื่อมวลชนจากหนังสือพิมพ์แนวหน้า, สัมภาษณ์, 24 มิถุนายน 2561)

“...อยากเห็นผลของการตัดสินใจคดีต่าง ๆ แล้วนำมาปรับให้เป็นรูปแบบของงาน
กิจกรรมให้มันดูน่าสนใจ เพราะกิจกรรมที่จัดอยู่ตอนนี้ มันไม่น่าสนใจ เนื้อหาไม่สามารถแย่งพื้นที่ข่าว
ได้...” (สื่อมวลชนจากหนังสือพิมพ์เดลินิวส์, สัมภาษณ์, 26 มิถุนายน 2561)

“...กิจกรรมที่นึกขึ้นได้ในตอนนี้ ของสำนักงาน ป.ป.ช. คงเป็นการจัดงานวัน
ต่อต้านคอร์รัปชันสากล (ประเทศไทย) ถือเป็นงานที่เกี่ยวกับการรณรงค์ได้ดี แต่ผมอยากให้มี
การจัดที่เป็นงานดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง ไม่อยากให้เป็นแค่วันเดียว ต้องการให้ทำต่อไปเรื่อย ๆ แม้จะ
มีการต่อต้านจากกลุ่มผู้ไม่หวังดี ขอเป็นกำลังใจให้ในการทำงานของหน่วยงานภาครัฐ และในฐานะ
สื่อมวลชน ขอสนับสนุนเต็มที่...” (สื่อมวลชนจากหนังสือพิมพ์ไทยโพสต์, สัมภาษณ์, 28 มิถุนายน
2561)

“...กิจกรรมต่าง ๆ ที่สำนักงาน ป.ป.ช. ได้จัดขึ้น ไม่ว่าจะเป็นงานมอบรางวัล
NACC AWARDS 2017 หรืองานวันต่อต้านคอร์รัปชันสากล (ประเทศไทย) ถือเป็นงานจัดกิจกรรมเชิง
บวกเป็นกิจกรรมที่จัดขึ้นเพื่อประชาสัมพันธ์งานหรือ เพื่อประชาสัมพันธ์ผู้ที่ได้รับรางวัล ซึ่งการจัดงาน
รูปแบบนี้ สื่อมวลชนมองว่าไม่น่าสนใจ คนอยากรู้เรื่องคดีมากกว่า คนไม่ชอบข่าวดี คนชอบข่าวไม่ดี
มากกว่า หากสำนักงาน ป.ป.ช. นำความคืบหน้าของคดีทุจริตมานำเสนอ สื่อมวลชนจะให้ความสนใจ
มากกว่านี้...” (สื่อมวลชนจากไทยรัฐทีวี, สัมภาษณ์, 20 มิถุนายน 2561)

จากประเด็นที่กล่าวข้างต้นนั้น ผู้ศึกษาได้สัมภาษณ์เชิงลึก (In – Depth
interview) จากแหล่งข้อมูล คือ สื่อมวลชน และเก็บข้อมูลจากเอกสาร (Documentary Research)
โดยศึกษาจากกฤตภาค (Clipping News) โดยการแสดงความคิดเห็นของสื่อมวลชน เกี่ยวกับการจัด
โครงการ/กิจกรรม ภายใต้แผนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 – 2564)
ผ่านคอลัมน์หนังสือพิมพ์ พบว่า สื่อมวลชนส่วนใหญ่มองว่าการจัดกิจกรรมแสดงเจตนาธรรมต่อต้าน
การทุจริตเป็นครั้งคราว ถือเป็นเรื่องที่ดีแต่ไม่เพียงพอ และกิจกรรมการประกาศเจตนาธรรมในวัน
ต่อต้านคอร์รัปชันสากลในยุคปัจจุบัน คงไม่เป็นเพียงการแสดงออกตามวาระเท่านั้น สื่อมวลชนหวังว่า
จะเห็นการสร้างกลไก การวางรูปแบบหรือแม้กระทั่งการปฏิรูปกฎเกณฑ์ มีมาตรฐานจริยธรรม เพื่อ

ป้องกัน ลดละโอกาสการทุจริตทุกรูปแบบ ต้องทำให้มั่นใจว่าจะไม่มีการปกปิด ปกป้องกันเอง โดยผู้ศึกษาได้นำตัวอย่าง Clipping News ที่แสดงออกเกี่ยวกับความคิดเห็นในการจัดโครงการ/กิจกรรม ภายใต้แผนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 – 2564)

ความคิดเห็นจากกฤตภาค (Clipping News) ที่เกิดจากกิจกรรม/โครงการ ภายใต้แผนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 – 2564)

ผู้ศึกษา ได้ศึกษากระบวนการตั้งแต่ก่อนทำแผนยุทธศาสตร์ยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต สู่อำนาจมีแผนการสื่อสารยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 – 2564) ที่สมบูรณ์ และการนำแผนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 – 2564) ไปสู่การปฏิบัติ และในส่วนนี้ คือ การนำเสนอส่วนที่ถือเป็นการประเมินผลการดำเนินงานของโครงการ/กิจกรรม ภายใต้แผนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 – 2564) เป็นการประเมินและเป็นผลที่ทำให้สามารถวิเคราะห์ได้หลายอย่าง โดยเจ้าหน้าที่สำนักประชาสัมพันธ์ สำนักงาน ป.ป.ช. สามารถวิเคราะห์ได้ว่า การจัดโครงการ/กิจกรรม ของตนนั้น เป็นอย่างไร และผู้ศึกษาได้นำตัวอย่าง Clipping News ที่เกิดจากการจัดโครงการ/กิจกรรม ภายใต้แผนยุทธศาสตร์การสื่อสารฯ ดังภาพต่อไปนี้

เดลินิวส์ ครอบคลุม Daily News (Mid-Day) Circulation: 810,000 Ad Rate: 2,200	Section: First Section/- วันที่: พุธ 6 ธันวาคม 2560 ปีที่: - ฉบับที่: 24891 Col.Inch: 14.38 Ad Value: 31,636 คอลัมน์: กับแกล้มการเมือง: วันคอร์รัปชันสากล	หน้า: 2(กลาง) PRValue (x3): 94,908 คลิป: 333
--	---	--

กับแกล้มการเมือง

วันคอร์รัปชันสากล

ป.ป.ช.ได้ชี้แจงบทบาทรัฐมนตรี (เพื่อระงับการทุจริต) วัตถุประสงค์ของงานวันคอร์รัปชันสากลซึ่งตรงกับวันที่ ๑ ธ.ค. โดยแนวคิดของมีคือ แนวคิด "ZeroTolerance คนไทยไม่ทนต่อการทุจริต" ภายในงานจะร่วมกันประกาศเจตนารมณ์ต่อต้านการทุจริตจากภาครัฐและภาคประชาสังคมขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและภาคประชาสังคมของประเทศใน 195 ประเทศ โดยที่ชาติต้นกำเนิดของประเพณีป.ป.ช. รวมทั้งสมัชชาโรดประมุขสหประชาชาติและหน่วยงานไปรษณีย์ไทยด้วยโดยมีวัตถุประสงค์ว่าสหประชาชาติที่ได้ตระหนักถึงความสำคัญปี 2009-2010 และจะให้ความสำคัญกับประเด็นนี้เกิดเมืองของรัฐที่มีการจัดกิจกรรมในประเทศโดยจะจัดขึ้นพร้อมกันทั่วโลกทุกปี ซึ่งโลกก็ได้ร่วมกันแก้ปัญหาสังคมประเทศชาติว่าด้วยการต่อต้านการทุจริต ค.ศ. 2013 ส่วนภูมิภาคก็จะจัดร่วมกับชุมชนท้องถิ่น ที่มีสิทธิที่ตนเองคือ ขยายผลสู่ระดับองค์กรระดับท้องถิ่นขึ้นไปแล้วส่วนที่นอกเหนือจากนี้ตนเองก็ร้อยละ ๓๓ อีกสี่ที่จะร่วมมือกันในการป้องกันการทุจริตและรัฐธรรมนูญที่กำหนดให้ภาครัฐต้องส่งเสริมให้ประชาชนมีส่วนร่วมต่อต้านการทุจริตมากขึ้น.

รหัสข่าว: C-171206035122 (5 ธ.ค. 60/07:20)

หน้า: 1/1


 IQNewsClip
www.iqnewsclip.com

บริษัท อินโฟนิวส์ จำกัด | 888/178 อาคารบางกอกทาวเวอร์ ชั้น 17 ถนนแจ้งวัฒนะ แขวงทุ่งสองห้อง เขตหลักสี่ กรุงเทพฯ 10320
 ☎ 02-253-5000, 02-451-4700 | 📠 02-253-5001, 02-451-4701 | 📧 help@iqnewsclip.com

ภาพที่ 4.8 Clipping News ที่เกิดจากการจัดโครงการ/กิจกรรม ภายใต้แผนยุทธศาสตร์การสื่อสาร เพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 -2564)



Section: First Section/การเมือง
วันที่: อาทิตย์ 10 ธันวาคม 2560
ปีที่: - **ฉบับที่:** 24895
Col.Inch: 27.12 **Ad Value:** 59,664
หัวข้อข่าว: เติลินิวส์: คนไทยไม่ทนทุจจริต

หน้า: 3(บนขวา)
PRValue (x3): 178,992
ศิลปิน: พีลี

เติลินิวส์
Daily News
 Circulation: 810,000
 Ad Rate: 2,200



คนไทยไม่ทนทุจจริต

พฤติกรรมของคนกลุ่มใหญ่ที่วนเวียนอยู่กับ
 วงจรการทุจจริตคอร์รัปชั่นมานาน อาจเป็นสาเหตุแห่งความ
 ระแวงผู้อยู่ในอำนาจที่ใกล้ถึงจุดสุดท้าย ไม่นับใจว่าการ
 ปกป้องและปรามปรายจะทำได้ แม้มีกฎหมายและหน่วยงาน
 รับผิดชอบที่ทันสมัยที่เข้มแข็งแค่ไหน อย่างไรก็ตามปัจจุบัน
 และคณะกรรมการสมานแห่งชาติ (กษช.) ได้แสดงท่าที มี
 ความมุ่งมั่นป้องกันปรามปรามอย่างจริงจัง

วันที่ ๘.๑๑.๖๐ หน่วยงานด้านการป้องกันและ
 ปรามปรามการทุจจริตในภาครัฐและองค์กรต่อต้านคอร์รัปชัน
 (ประเทศไทย) จัดกิจกรรมวันต่อต้านคอร์รัปชันสากล
 (ประเทศไทย) ภายใต้แนวคิด “Zero Tolerance คนไทยไม่
 ทนต่อการทุจจริต” โดย พล.อ.ประยุทธ์ จันทร์โอชา นาย
 กรัฐมนตรี หัวหน้า กษช.เป็นประธานในพิธี ได้กล่าวตอนหนึ่ง
 ว่า เป็นวันประวัติศาสตร์ที่บรรพชนสั่งสอนการทุจจริต
 คอร์รัปชัน ขอให้ทุกคนตื่นได้แล้ว ต้องไม่ทนต่อการทุจจริตอีก
 ต่อไป ปัจจุบันประเทศไทยอยู่ประณตอยู่กลุ่มประเทศที่มี

คะแนนการแก้ปัญหาการทุจจริตต่ำกว่า 50 เราต้องหลุดพ้นข
 วมนี้ให้เร็วที่สุด ปัญหาทุจจริตสะสมยาวนาน ไม่อาจทนคลื่น
 เติลืออยู่ได้ทันทีในเวลาอันสั้น ต้องรีบกำจัดของทุจจริตร่วม
 สหประชาชาติใหม่ ไม่ยอมรับการทุจจริต ไม่มีการซื้อขายโดย
 แต่งตั้งข้าราชการและไมใช้ข้อมูลความละเอียดประโชชน์
กิจกรรมและการประกาศเจตนารมณ์ในวัน
 ต่อต้านคอร์รัปชันสากล ในดูเป็ปัจจุบัน จนไม่เป็นเพียงการเสก
 ออกตามวาระเท่านั้น หรือว่าจะเห็นการจริงจังอีก วนเวียนอยู่
 ปฏิรูปกฎหมาย มีมาตรฐานจริยธรรม เพื่อป้องกัน อดกละโอกาส
 การทุจจริตทุกรูปแบบ ต้องทำให้ทุกอย่างเป็นไปด้วยความโปร่งใส
 ตรวจสอบข้อเท็จจริงมั่นใจได้ว่าจะไม่มีการปกปิด ปกป้องกันเอง
ก่อนหน้านี้ เมื่อมีเสียงจกกว่า ภาคเอกชน ผู้
 ประกอบการบางส่วนที่รับงานจกภาครัฐ อาจเป็นอุปสรรคที่
 ประโยชน์จกการรับงานต่าง ๆ ก็ปรากฏว่า ได้มีการรณรงค์และ
 สร้างรูปแบบเพื่อลดหรือหลีกเลี่ยงการให้ประโชชน์ในทาง
 นิชอบ โดยสนาการแห่งประเทศไทยและรัฐวิสาหกิจลดขนาด
 ประการจกการให้และรับของจกรัฐมีมูลค่าเกินเพดาน
 จะให้รับเพียงปฏิทิน ขณะสำนักงานป้องกันและปราบปรามการ
 ทุจจริตแห่งชาติ (ป.ป.ช.) ก็ออกคำสั่งแนะนำข้าราชการให้ระ
 วัณปฏิบัติตนหลักเกณฑ์การรับเกียรติยศประโชชน์อันได้โดย
 ธรรมจรรยา ซึ่งควรจะเป็นรูปแบบรูปธรรมที่ภาครัฐควรรณรงค์
 ในช่วงเทศกาลปีใหม่นี้ด้วย.

รหัสข่าว: C-171210004059



บริษัท อินจัน โซลูชั่น จำกัด

image solution บริษัท อินจัน โซลูชั่น จำกัด
 100/100 หมู่ 5 ต.บ้านใหม่ อ.เมือง จ.นนทบุรี โทร. 02-554-1199, 02-554-1197 โทรสาร 02-554-1194

หน้า: 1/1

ภาพที่ 4.9 ตัวอย่าง Clipping News ที่สื่อมวลชนแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดโครงการ/กิจกรรม ภายใต้แผนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจจริต (พ.ศ. 2560 -2564) ข้อมูล จาก หนังสือพิมพ์เติลินิวส์, อาทิตย์ที่ 10 ธันวาคม 2560

การแสดงความคิดเห็นของสื่อมวลชน เกี่ยวกับการจัดโครงการ/กิจกรรม ภายใต้แผน ยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 – 2564) ผ่านคอลัมน์หนังสือพิมพ์ พบว่า สื่อมวลชนส่วนใหญ่มองว่าการจัดกิจกรรมแสดงเจตนาธรรมต่อต้านการทุจริตเป็นครั้งคราว ถือเป็นเรื่องที่ดีแต่ไม่เพียงพอ และกิจกรรมการประกาศเจตนาธรรมในวันต่อต้านคอร์รัปชันสากลใน ยุคปัจจุบัน คงไม่เป็นเพียงการแสดงออกตามวาระเท่านั้น สื่อมวลชนหวังว่าจะเห็นการสร้างกลไก การวางรูปแบบหรือแม้กระทั่งการปฏิรูปกฎหมาย มีมาตรฐานจริยธรรม เพื่อป้องกัน ลดละโอกาสการ ทุจริตทุกรูปแบบ ต้องทำให้มั่นใจว่าจะไม่มีการปกปิด ปกป้องกันเอง โดยผู้ศึกษาได้นำตัวอย่าง Clipping News ที่แสดงออกเกี่ยวกับความคิดเห็นในการจัดโครงการ/กิจกรรม ภายใต้แผน ยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 – 2564)



บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่อง การประชาสัมพันธ์เพื่อการมีส่วนร่วมของสื่อมวลชนในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 – 2564) ผู้ศึกษาได้แบ่งการสรุปผล และการอภิปรายผล ตามวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการการประชาสัมพันธ์ของสำนักงาน ป.ป.ช. และปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของเครือข่ายสื่อมวลชนและความคิดเห็นของเครือข่ายสื่อมวลชนที่มีต่อการประชาสัมพันธ์ของสำนักงาน ป.ป.ช. ในโครงการ/กิจกรรมต่าง ๆ ตามแผนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 – 2564) ดังนี้

5.1 สรุปผลการศึกษา

การประชาสัมพันธ์เพื่อการมีส่วนร่วมของสื่อมวลชนในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 – 2564) ผู้ศึกษาแบ่งการศึกษาเป็น 2 ประเด็น คือ

1. ด้านกระบวนการการประชาสัมพันธ์ของสำนักงาน ป.ป.ช. เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมกับสื่อมวลชนในโครงการต่าง ๆ ตามแผนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 – 2564)
2. ด้านปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของเครือข่ายสื่อมวลชนและความคิดเห็นของเครือข่ายสื่อมวลชนที่มีต่อการประชาสัมพันธ์ของสำนักงาน ป.ป.ช. ในโครงการ/กิจกรรมต่าง ๆ ตามแผนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 – 2564)

5.1.1 กระบวนการการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมกับสื่อมวลชนในโครงการต่าง ๆ ตามแผนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 – 2564)

จากการศึกษากระบวนการการประชาสัมพันธ์ของสำนักงาน ป.ป.ช. เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมกับสื่อมวลชนในโครงการ/กิจกรรม ภายใต้แผนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 – 2564) พบว่า สำนักงาน ป.ป.ช. มีการวางแผนพัฒนารูปแบบการสื่อสารสาธารณะเชิงสร้างสรรค์และเป็นการรณรงค์การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของสังคมไทยให้ไม่ทนต่อการทุจริต มีกระบวนการการทำงานด้านการประชาสัมพันธ์ที่ประกอบด้วย 4 ขั้นตอน คือ

การทบทวน โดยทบทวนจากสภาพปัญหา ทบทวนผลการวิจัยที่ผ่านมา ทบทวนนโยบายองค์กร ทบทวนยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง คือ

สำนักงาน ป.ป.ช. มีการวางกรอบแนวทางพัฒนายุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต เพื่อนำไปสู่แผนยุทธศาสตร์การสื่อสารฯ ที่สมบูรณ์ โดยมีการจัดโครงการพัฒนายุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 – 2564) มีการวางแผนการสื่อสารเพื่อให้บรรลุเป้าหมายหวังให้เกิดการทบทวนผลการดำเนินงานที่มา ทบทวนข้อเท็จจริงทั้งหมด ทั้งในเรื่องของความสำเร็จ รวมถึงปัญหา อุปสรรค และแนวโน้มในอนาคตของการสื่อสารประชาสัมพันธ์ อีกทั้งยังมีข้อมูลที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ประกอบการทบทวน เพื่อหาแนวทางในการพัฒนายุทธศาสตร์ฯ ให้ดียิ่งขึ้นต่อไป

การจัดโครงการพัฒนายุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 – 2564) เป็นการประชุมเชิงปฏิบัติการ โดยมีขั้นตอนการดำเนินงาน ดังต่อไปนี้

- ขั้นตอนที่ 1 ทบทวนผลการดำเนินงานที่ผ่านมา
- ขั้นตอนที่ 2 การจัดสัมมนาเพื่อรับฟังความคิดเห็นในการพัฒนายุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (การประชุมครั้งที่หนึ่ง)
- ขั้นตอนที่ 3 เมื่อได้ข้อสรุปจากขั้นตอนที่ 2 จึงทำการยกร่างยุทธศาสตร์ กำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ วัตถุประสงค์ของยุทธศาสตร์ แนวทางกลยุทธ์และมาตรการเสริมต่าง ๆ
- ขั้นตอนที่ 4 การจัดประชุมเชิงปฏิบัติการการมีส่วนร่วมในการจัดทำยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (การประชุมครั้งที่สอง)
- ขั้นตอนที่ 5 การจัดประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อชี้แจง (ร่าง) ยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต ครั้งที่สาม ในครั้งนี้เป็นการประชุมชี้แจง ตามมติที่ประชุมคณะอนุกรรมการโฆษณาฯ เกี่ยวกับ (ร่าง) ยุทธศาสตร์การสื่อสารฯ
- ขั้นตอนที่ 6 ปรับปรุงร่างฯ จัดทำรูปเล่มสมบูรณ์ และบทสรุปสำหรับผู้บริหาร เสนอต่อคณะกรรมการโฆษณาฯ และต่อคณะกรรมการ ป.ป.ช. ในขั้นตอนนี้ถือว่าการจัดทำแผนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 – 2564) เสร็จสมบูรณ์แล้ว
- ขั้นตอนที่ 7 แจกเวียนยุทธศาสตร์การสื่อสารฯ ให้หน่วยงานในสังกัดสำนักงาน ป.ป.ช. ใช้ต่อไป

การวางแผนกลยุทธ์และจัดทำแผนปฏิบัติการ

จากที่มีการวางกรอบแนวทางการพัฒนายุทธศาสตร์ฯ จนทำให้ได้แผนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 – 2564) ที่สมบูรณ์ ดังนั้น เพื่อให้การดำเนินงานตามแผนฯ ประสบผลสำเร็จ สำนักงาน ป.ป.ช. จึงมีการขับเคลื่อนโดยการใช้ “กลไกการบริหารจัดการและการติดตามผล” เป็นตัวแปรสำคัญในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ฯ คือ

สร้างกลไกภายในและเชื่อมโยงกลไกภายนอกในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต

1. ในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต นอกเหนือจากจะมีกลไกภายใน ซึ่งแต่งตั้งโดยคณะกรรมการ ป.ป.ช. การทำงานของสำนักงาน ป.ป.ช. ต้องประสานเชื่อมโยงกับกลไกภายนอกที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารประชาสัมพันธ์ต่อต้านการทุจริต ทั้งในส่วนที่ตั้งโดยคณะกรรมการรักษาความสงบแห่งชาติ และโดยฝ่ายบริหารเพื่อบูรณาการงานด้านประชาสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในภาครัฐซึ่งมีกรมประชาสัมพันธ์เป็นหน่วยงานหลัก โดยมีกลไกที่เกี่ยวข้องในขับเคลื่อน 3 ระดับ คือ คณะกรรมการระดับนโยบาย คณะทำงานระดับหน่วยงาน/องค์กร/สถาบัน และคณะทำงานระดับพื้นที่ (ภาค)

2. มีการบริหารจัดการแผนฯ ให้บังเกิดผลทางปฏิบัติได้จริง โดยสำนักงาน ป.ป.ช. ได้ประสานความร่วมมือกับคณะทำงานต่าง ๆ รวมทั้งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการประชาสัมพันธ์ภารกิจในการป้องกันและปราบปรามการทุจริต เพื่อประชุมหารือหรือสร้างความเข้าใจ การยอมรับ และความร่วมมือในการนำแผนฯ ไปสู่การจัดทำแผนปฏิบัติงานประจำปีของแต่ละหน่วยงาน ดังกล่าวและสอดคล้องกับกรอบระยะเวลาที่กำหนดในแผนฯ ในทิศทางเดียวกัน ทั้งนี้ มีการประสานงานด้านการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ เพื่อให้เกิดการบูรณาการในการสื่อสารต่อสาธารณะที่สอดคล้องกันทั้งเนื้อหา ที่ใช้ในการสื่อสารและการบูรณาการการใช้ทรัพยากรและงบประมาณให้มีประสิทธิภาพ มิให้เกิดความซ้ำซ้อนและต้องส่งผลกระทบต่อการโน้มน้าวพฤติกรรมของคนในสังคมในการมีส่วนร่วมต่อต้านการคอร์รัปชันอย่างกว้างขวาง

3. มีการปรับปรุงโครงสร้างภายในองค์กรเพื่อขับเคลื่อนงานสื่อสารให้เป็นกลไกสนับสนุนการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ชาติฯ ระยะที่ 3 อย่างเป็นระบบและเกิดความเป็นเอกภาพ ซึ่งในขั้นตอนนี้ ต้องเข้าที่ประชุมองค์กรกลาง ของสำนักงาน ป.ป.ช. ตามลำดับขั้นตอนต่อไป

แผนการขับเคลื่อนการประชาสัมพันธ์

ในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต เพื่อให้มีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผลนั้น จำเป็นต้องวางกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับแผนระดับชาติที่ทุกหน่วยงาน ทุกองค์กร ต้องถือปฏิบัติเพื่อให้ได้รับการสนับสนุนงบประมาณในการดำเนินงาน

จากการวางกลยุทธ์และแผนปฏิบัติการเพื่อให้สอดคล้องกับแผนต่าง ๆ ในระดับชาติ และเพื่อให้การดำเนินการตามแผนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 – 2564) ประสบผลสำเร็จ สำนักงาน ป.ป.ช. จึงมีการวางเป้าหมายในการสื่อสาร คือ กำหนดเป้าหมาย โดยให้มีการทำงานด้านการสื่อสารแบบบูรณาการมุ่งให้ “คนไทยตระหนักรู้ ทำหน้าที่ปกป้องสิทธิของตนเอง ประเทศชาติ เริ่มต้นที่ตนเองก่อน ที่จะไม่ทำการทุจริต และตื่นตัวที่จะไม่ทนเห็นคนอื่นทุจริตเช่นกัน”

โดยมีแนวคิดที่ว่า คนละไม้คนละมือร่วมแก้ไขปัญหาการทุจริต ภายใต้แคมเปญ “Zero Tolerance คนไทยไม่ทนต่อการทุจริต” โดยใช้ตราสัญลักษณ์ “Zero Tolerance คนไทยไม่ทนต่อการทุจริต”

กลยุทธ์ (เพิ่มเติม) ในการดำเนินงานการขับเคลื่อนตามแผนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 – 2564) มีทั้งหมด 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ธารรงค์เพื่อปลุกกระแสสังคมไม่ทนต่อการทุจริต ภายใต้แคมเปญ “Zero Tolerance คนไทยไม่ทนต่อการทุจริต”

ส่วนที่ 2 เผยแพร่ผลงานและข้อมูลต่าง ๆ เพื่อสร้างการรับรู้และความเชื่อมั่นในกระบวนการทำงานด้านการป้องกันและปราบปรามของสำนักงาน ป.ป.ช. ดำเนินการโดยสำนักประชาสัมพันธ์ และมีหน่วยงานในสังกัดที่เกี่ยวข้องสนับสนุนข้อมูลและช่วยประชาสัมพันธ์

ส่วนที่ 3 การสื่อสารภายในองค์กร ดำเนินการโดยสำนักประชาสัมพันธ์ และมีหน่วยงานในสังกัดที่เกี่ยวข้องสนับสนุนข้อมูลและช่วยประชาสัมพันธ์

การดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการ

สำนักงาน ป.ป.ช. จัดทำแผนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 – 2564) โดยมีวิสัยทัศน์ คือ “สื่อสารสร้างสรรค์ บูรณาการทุกภาคส่วน นำสังคมไทยใสสะอาด” และมีพันธกิจ คือ 1) บูรณาการงานสื่อสารเพื่อเป็นกลไกสนับสนุนการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ชาติฯ ระยะที่ 3 กับทุกภาคส่วนในการปลุกกระแส “สังคมไทยไม่ทนต่อการทุจริต” นำไปสู่สังคมไทยใสสะอาด 2) เสริมสร้างบทบาทเครือข่ายในการสื่อสารร่วมด้านการทุจริตในทุกพื้นที่ 3) พัฒนาระบบบริหารจัดการงานสื่อสารให้มีประสิทธิภาพ และ 4) พัฒนาการสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์ และความเชื่อมั่นในกระบวนการทำงานด้านป้องกันและปราบปรามการทุจริต โดยมีวัตถุประสงค์หลัก คือ 1) สังคมรับรู้ปัญหาการทุจริต ตระหนักผลเสียหายที่เกิดขึ้น และเข้ามามีส่วนร่วมในการต่อต้าน การทุจริต 2) เครือข่ายการสื่อสารมีระบบกลไกในการขับเคลื่อนการสื่อสารเพื่อต่อต้านการทุจริตได้อย่างมีประสิทธิภาพ 3) ระบบงานสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริตมีประสิทธิภาพ และ 4) สำนักงาน ป.ป.ช. มีภาพลักษณ์ที่ดี และประชาชนมีความเชื่อมั่นในกระบวนการทำงานด้านป้องกันและปราบปรามการทุจริต

เป้าหมายที่สำคัญของการจัดทำแผนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 -2564) คือ

1. ระดับการมีส่วนร่วมของกลุ่มเป้าหมาย (รับรู้ เปลี่ยนทัศนคติ การเข้ามามีส่วนร่วม)

1.1 ผลการรับรู้ข่าวสารการดำเนินงานของสำนักงาน ป.ป.ช. จากประชาชน ไม่น้อยกว่าร้อยละ 85

1.2 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างไม่เห็นด้วยว่าการให้สินน้ำใจแก่เจ้าหน้าที่รัฐเป็นเรื่องไม่เสียหายไม่น้อยกว่าร้อยละ 95

1.3 ระดับคะแนนของกลุ่มเป้าหมายที่ไม่สามารถที่จะทนต่อการทุจริตได้ 2 จาก 10 คะแนน

1.4 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ยินดีเข้ามามีส่วนร่วมในการป้องกันการทุจริตไม่น้อยกว่าร้อยละ 87

2. จำนวนเครือข่ายการสื่อสารที่ร่วมในการขับเคลื่อนงานเพิ่มขึ้นจากเดิมที่มีอยู่ไม่น้อยกว่าร้อยละ 20

3. เครือข่ายการสื่อสารที่มีอยู่เดิมมีการสร้างระบบและกลไกในการขับเคลื่อนงานต่อต้านการทุจริตอย่างมีประสิทธิภาพไม่น้อยกว่าร้อยละ 35

4. ความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อระบบบริหารจัดการงานสื่อสารเพื่อต่อต้านการทุจริตเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง (ช่องทางทางการสื่อสารร้อยละ 70 / การนำเสนอข้อมูลร้อยละ 70)

5. ผลความเชื่อมั่นของประชาชนที่มีต่อสำนักงาน ป.ป.ช.ด้านการต่อต้านการทุจริตได้คะแนน 6 จากคะแนนเต็ม 10

6. ผลการประเมินภาพลักษณ์ ป.ป.ช. (ความโปร่งใส/ซื่อสัตย์เป็นธรรม/มีอาชีพ/น่าเชื่อถือ/รับผิดชอบต่อสังคม/มีส่วนร่วมกับประชาชน/รวดเร็ว/การสื่อสารที่เข้าถึง) จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับดี (ร้อยละ 85)

โครงการ “วันต่อต้านคอร์รัปชันสากล (ประเทศไทย)” นอกเหนือจากการจัดกิจกรรมในวันงานแล้ว ก่อนวันงานได้มีการจัดกิจกรรมประกวดแต่งคำขวัญเกี่ยวกับการต่อต้านคอร์รัปชัน เพื่อให้ทุกคนมีส่วนร่วมเนื่องในวันต่อต้านคอร์รัปชันสากล (ประเทศไทย) ซึ่งกลุ่มเป้าหมายเป็นนักเรียน นักศึกษา โดยกิจกรรมนี้ มีผู้ให้ความสนใจเป็นจำนวนมาก และมีการนำคำขวัญที่ชนะเลิศ ทั้ง 76 จังหวัดมาโชว์ในงานที่ส่วนกลาง ซึ่งมีนายกรัฐมนตรีเป็นประธานในงานวันนั้นด้วย ในการจัดโครงการ/กิจกรรมนี้ สอดคล้องกับการรณรงค์เพื่อปลูกกระแสสังคมไม่ทนต่อการทุจริต ภายใต้แคมเปญ “Zero Tolerance คนไทยไม่ทนต่อการทุจริต” ดำเนินการโดยสำนักงาน ป.ป.ช. ทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค ร่วมกับหน่วยงานภาคีเครือข่ายในการสื่อสาร โดยมีการจัดงานร่วมกันทั่วประเทศ มีกลุ่มเป้าหมายในประเทศ คือ กลุ่มที่ต้องสร้างความตระหนักรู้ ตื่นตัว กล้าแสดงพลังที่ไม่ทนต่อการทุจริต ประชาชน เน้นวัยทำงาน เด็ก เยาวชน เครือข่าย ภาครัฐ เอกชน นักการเมือง ข้าราชการ สื่อมวลชน สื่อออนไลน์ เครือข่ายในการสื่อสาร บุคลากรสำนักงาน ป.ป.ช. กลุ่มเป้าหมายต่างประเทศ คือ กลุ่มที่เกี่ยวข้องกับการประเมินค่า CPI ดัชนีการรับรู้การทุจริต

อีกทั้งยังมีการเผยแพร่ผลงานและข้อมูลต่าง ๆ เพื่อสร้างการรับรู้และทำให้ประชาชนมีความตระหนักถึงความจริงจังกึ่งที่จะต่อสู้กับการทุจริต การจัดโครงการ “วันต่อต้านคอร์รัปชัน

ชั้นสากล (ประเทศไทย)” มีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารโดยแบ่งเป็น 3 ช่วง คือ ช่วงก่อนเริ่มงาน ช่วงจัดงาน และช่วงหลังจัดงาน โดยมีการทำสื่อบทที่เกี่ยวกับการต่อต้านการทุจริต ผ่านช่องทางสื่อสารต่าง ๆ มีการเขียนบทความเกี่ยวกับการต่อต้านการทุจริต โดยเขียนเป็นข่าวแจก (Press Release) และส่งให้กับสื่อมวลชน

นอกจากโครงการวันต่อต้านคอร์รัปชันสากล (ประเทศไทย) โครงการที่สังคมและสื่อมวลชนให้ความสนใจ คือ งานวันสถาปนาสำนักงาน ป.ป.ช. และงานมอบรางวัล NACC AWARDS 2017

ขั้นตอนของการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ ตามแผนปฏิบัติการ

การจัดทำเอกสารข่าวแจก (Press Release) ภายใต้แผนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 – 2564) สำนักประชาสัมพันธ์ สำนักงาน ป.ป.ช. ได้แบ่งการทำเอกสารข่าวแจก (Press Release) ออกเป็น 2 ขั้นตอน คือ 1) เอกสารข่าวแจกทั่วไป และ 2) เอกสารข่าวแจก กรณีเชิญสื่อมวลชนมาทำข่าว ณ สถานที่ที่สำนักงาน ป.ป.ช.

การตรวจสอบผลการปฏิบัติการ ประเมินผล และรายงานผล

สำนักงาน ป.ป.ช. ตรวจสอบผลการปฏิบัติงานโดยการกำหนดตัวชี้วัดผลสำเร็จของแผนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

- ให้มีการประเมินผลการแปลงแผนฯ ไปสู่แผนปฏิบัติงานประจำปี เพื่อให้การดำเนินงานของหน่วยงานที่รับผิดชอบได้สอดคล้อง ครอบคลุมเป้าหมาย และยุทธศาสตร์ที่กำหนดไว้ในแผนฯ ฉบับนี้ โดยมีแนวทางในการพัฒนาระบบการติดตามและประเมินผล โดยการกำหนดตัวชี้วัดของการดำเนินงานตามแผนฯ ทั้งนี้ ให้ติดตามความก้าวหน้าของการดำเนินการตามแผนงาน/โครงการ/กิจกรรมอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ และมีการประเมินผลอย่างเป็นระบบ

- การสำรวจความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของประชาชนต่อการดำเนินงานของสำนักงาน ป.ป.ช. ที่ครอบคลุมประเด็นความพึงพอใจที่มีต่อการดำเนินงานของสำนักงาน ป.ป.ช. ในภารกิจด้านการปราบปรามการทุจริต ด้านป้องกันการทุจริต และด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อจักได้นำข้อมูลความคิดเห็นจากการสำรวจไปใช้ประกอบการพัฒนาและปรับปรุงการทำงานของสำนักงาน ป.ป.ช. ให้มีประสิทธิภาพอย่างเป็นระบบต่อไป

- การสำรวจดัชนีสถานการณ์คอร์รัปชันไทย (CSI) มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

5.1.2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของเครือข่ายสื่อมวลชนและความคิดเห็นของเครือข่ายสื่อมวลชนที่มีต่อการประชาสัมพันธ์ของสำนักงาน ป.ป.ช. ในโครงการ/กิจกรรมต่าง ๆ ตามแผนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 – 2564)

ปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของเครือข่ายสื่อมวลชนในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 – 2564)

จากการศึกษาในประเด็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของสื่อมวลชนในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 – 2564) ผู้ศึกษาสามารถแยกเป็น 3 ปัจจัยในการมีส่วนร่วมของสื่อมวลชน ดังต่อไปนี้

5.1.2.1 ปัจจัยด้านนโยบายของสื่อ

ในการศึกษาประเด็นนี้ เป็นการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของสื่อมวลชนในการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร โดยผู้ศึกษาได้นำเสนอผลการสัมภาษณ์ที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านนโยบายของสื่อ โดยมีผลการศึกษา พบว่า สื่อมวลชนในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยในการมีส่วนร่วมฯ สามารถสรุปได้ว่า ปัจจัยด้านนโยบายของสื่อ นั้น มีผลกระทบเพียงเล็กน้อยในการมีส่วนร่วมของสื่อมวลชนต่อการนำเสนอข้อมูลข่าวสารของสำนักงาน ป.ป.ช. ภายใต้แผนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 - 2564)

5.1.2.2 ปัจจัยด้านคุณค่าของข่าว

ในการศึกษาประเด็นนี้ เป็นการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยด้านคุณค่าของข่าว การนำเสนอข้อมูลข่าวสารของสื่อมวลชน ไม่ได้มุ่งเน้นเฉพาะตามนโยบายขององค์กรหรือหัวหน้า แต่มุ่งเน้นไปที่คุณค่าของข่าวและกระแสสังคมเป็นสิ่งสำคัญ กล่าวคือ การที่สื่อมวลชนจะนำเสนออะไรออกไปนั้น ต้องตระหนักเสมอว่าประชาชนต้องรับผลจากการนำเสนอข่าว และข่าวนั้นประชาชนกำลังให้ความสนใจ

5.1.2.3 ปัจจัยด้านความสะดวกสบายในการนำเสนอข่าว

ในการศึกษาประเด็นนี้ เป็นการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยด้านความสะดวกสบายในการนำเสนอข่าวของสื่อมวลชน จากผลการสัมภาษณ์พบว่า มีผลกระทบเพียงเล็กน้อยต่อการมีส่วนร่วมของสื่อมวลชนในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารของสำนักงาน ป.ป.ช. ภายใต้แผนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 - 2564) สื่อไม่ได้มุ่งเน้นการทำข่าวตามนโยบายขององค์กรหรือหัวหน้า และไม่ได้กังวลกับความสะดวกสบายในการทำงาน แต่มุ่งเน้นไปที่คุณค่าของข่าวและกระแสสังคมเป็นสิ่งสำคัญ

ความคิดเห็นของเครือข่ายสื่อมวลชนที่มีต่อการประชาสัมพันธ์ของสำนักงาน ป.ป.ช. ในโครงการ/กิจกรรม ภายใต้แผนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 - 2564) ผลการสัมภาษณ์เชิงลึก (In – Depth interview) เพื่อศึกษาความคิดเห็นของเครือข่ายสื่อมวลชนที่มีต่อการประชาสัมพันธ์ของสำนักงาน ป.ป.ช. ในโครงการต่าง ๆ ตามแผนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 – 2564) แยกเป็น 2 ประเด็นดังต่อไปนี้

ความคิดเห็นต่อเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานโดยตรงเกี่ยวกับงานด้าน การประชาสัมพันธ์ จากการศึกษาพบว่า สื่อมวลชนส่วนใหญ่มีความคิดเห็นตรงกัน คือเจ้าหน้าที่สำนักงาน ป.ป.ช. ที่ปฏิบัติหน้าที่โดยตรงด้านสื่อมวลชนสัมพันธ์ ตั้งแต่ระดับผู้บริหารไปจนถึงระดับปฏิบัติการ กล่าวคือ ผู้อำนวยการสำนักประชาสัมพันธ์ นักประชาสัมพันธ์เชี่ยวชาญ และนักประชาสัมพันธ์ปฏิบัติการ ปฏิบัติหน้าที่ด้านสื่อมวลชนสัมพันธ์ได้เป็นอย่างดี คือ มีการส่งข้อมูลข่าวสารอย่างสม่ำเสมอ อำนวยความสะดวกแก่สื่อมวลชนที่มาติดต่อ สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับสื่อมวลชน แต่ในทางบริหารหรือในทางปฏิบัติของผู้บริหาร สำนักงาน ป.ป.ช. ตั้งแต่เลขาธิการ คณะกรรมการ ป.ป.ช. ขึ้นไป มีการปฏิบัติที่ตรงข้ามกับเจ้าหน้าที่อย่างเห็นได้ชัด คือ ไม่ให้ข้อมูลข่าวสารกับสื่อมวลชน ไม่ให้เวลาหรือคิวในการสัมภาษณ์กับสื่อมวลชน ไม่มีการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับสื่อมวลชนหรือไม่มีแม้แต่กิจกรรมที่จะสร้างความสัมพันธ์กับสื่อมวลชน เช่น การจัดให้มีการร่วมรับประทานอาหารระหว่างสำนักงาน ป.ป.ช. กับสื่อมวลชน การจัดพาสื่อมวลชนชมกิจการหรือภารกิจต่าง ๆ ของสำนักงาน ป.ป.ช. หรือการจัดเลี้ยงแถลงข่าว สื่อมวลชนตั้งข้อสงสัยว่ากิจกรรมต่าง ๆ เหล่านี้มันหายไปไหน

ความคิดเห็นต่อการจัดโครงการ / กิจกรรม

จากการศึกษาพบว่า สื่อมวลชนส่วนใหญ่มีความคิดเห็นตรงกัน คือ การจัดโครงการ/กิจกรรม ภายใต้แผนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 -2564) นั้น เป็นการจัดกิจกรรมในรูปแบบของการรณรงค์ (Campaign) ซึ่งในการรณรงค์ด้านการต่อต้านการทุจริตนี้ถือเป็นเรื่องที่ยาก และจากที่สื่อมวลชนประจำที่สำนักงาน ป.ป.ช. ร่วมงานหรือร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ของสำนักงาน ป.ป.ช. พบว่า ยังไม่มีงานใดที่มีการนำประเด็นที่น่าสนใจ มาจัดกิจกรรมต่าง ๆ เลย

สื่อมวลชนยังมีความคิดเห็นตรงกัน อีกว่า การจัดโครงการ/กิจกรรม ของสำนักงาน ป.ป.ช. เป็นเพียงการจัดงาน เพื่อประชาสัมพันธ์องค์กรตัวเอง แต่ไม่ได้จัดงานหรือจัดกิจกรรม เพื่อให้เกิดผลกับประชาชน หรือแม้แต่การเปิดเผยความคืบหน้าคดีต่าง ๆ ตรงนี้ส่งผลโดยตรงต่อสำนักงาน ป.ป.ช. คือการรับรู้ของประชาชนที่มีต่อการทำงานของสำนักงาน ป.ป.ช. ประเด็นต่าง ๆ เหล่านี้ สำนักงาน ป.ป.ช. กลับนิ่งเฉยและไม่มีการเผยแพร่ข้อมูลสู่สาธารณชน

**ผลจากการเก็บข้อมูลเอกสาร (Documentary Research) โดยศึกษาจาก
กฤตภาค (Clipping News) ภายใต้แผนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ.
2560 – 2564)**

จากการศึกษา พบว่า สื่อมวลชนส่วนใหญ่แสดงความคิดเห็นไปในทิศทางเดียวกัน คือ โครงการ/กิจกรรมต่าง ๆ ของสำนักงาน ป.ป.ช. ตามแผนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 – 2564) ที่มีความน่าสนใจ และสามารถมีพื้นที่ของข่าวได้บ้างนั้น มีอยู่ 3 กิจกรรมเท่านั้น คือ

1. งานวันต่อต้านคอร์รัปชันสากล (ประเทศไทย)
2. งานวันสถาปนาสำนักงาน ป.ป.ช. และ
3. งานมอบรางวัล NACC AWARDS 1017

การแสดงความคิดเห็นของสื่อมวลชน เกี่ยวกับการจัดโครงการ/กิจกรรม ภายใต้แผนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 – 2564) ผ่านคอลัมน์หนังสือพิมพ์ พบว่า สื่อมวลชนส่วนใหญ่มองว่าการจัดกิจกรรมแสดงเจตนารมณ์ต่อต้านการทุจริตเป็นครั้งคราว ถือเป็นเรื่องที่ดีแต่ไม่เพียงพอ และกิจกรรมการประกาศเจตนารมณ์ในวันต่อต้านคอร์รัปชันสากลในยุคปัจจุบัน คงไม่เป็นเพียงการแสดงออกตามวาระเท่านั้น สื่อมวลชนหวังว่าจะเห็นการสร้างกลไกการวางรูปแบบหรือแม้กระทั่งการปฏิรูปกฎหมาย มีมาตรฐานจริยธรรม เพื่อป้องกัน ลดโอกาสการทุจริตทุกรูปแบบ ต้องทำให้มั่นใจว่าจะไม่มีการปกปิด ปกป้องกันเอง โดยผู้ศึกษาได้นำตัวอย่าง Clipping News ที่แสดงออกเกี่ยวกับความคิดเห็นในการจัดโครงการ/กิจกรรม ภายใต้แผนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 – 2564)

5.2 อภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาเรื่อง “การประชาสัมพันธ์เพื่อการมีส่วนร่วมของสื่อมวลชนในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 – 2564)” ผู้ศึกษาใช้แนวคิดการรณรงค์ แนวคิดด้านเครือข่าย แนวคิดด้านสื่อมวลชนสัมพันธ์ และกระบวนการการประชาสัมพันธ์ มาเป็นกรอบในการศึกษา ดังนี้

5.2.1 กระบวนการการประชาสัมพันธ์ของสำนักงาน ป.ป.ช. เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมกับสื่อมวลชนในโครงการต่าง ๆ ตามแผนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 – 2564)

จากการศึกษากระบวนการการประชาสัมพันธ์ของสำนักงาน ป.ป.ช. เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมกับสื่อมวลชนในโครงการ/กิจกรรม ภายใต้แผนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 – 2564) พบว่าสำนักงาน ป.ป.ช.

5.2.1.1 การทบทวน โดยทบทวนจากสภาพปัญหา ทบทวนผลการวิจัยที่ผ่านมา ทบทวนนโยบายองค์กร ทบทวนยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง

จากที่มีกรอบแนวทางพัฒนายุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 – 2564) พบว่า สำนักงาน ป.ป.ช. ได้กำหนดกระบวนการในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ที่สอดคล้องกับแนวคิดของ กัทและมาร์ช (Guth&Marsh, 2003) ที่ประกอบด้วยงาน 4 ขั้นตอนคือ การวิจัย (research) การวางแผน (planning) การสื่อสาร (communication) และการประเมินผล (evaluation) ซึ่งจะเห็นได้จากผลการศึกษาในบทที่ 4 ผู้ศึกษาได้อธิบายถึงขั้นตอนการดำเนินงานไว้โดยเริ่มตั้งแต่ ก่อนทำแผนยุทธศาสตร์ยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต สู่การมีแผนการสื่อสาร ยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 – 2564) ที่สมบูรณ์ และการนำแผนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 – 2564) ไปสู่การปฏิบัติ

เมื่อมีกรอบแนวทางพัฒนาจนกลายเป็นยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 - 2564) โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อให้สังคมรับรู้ถึงปัญหาการทุจริตตระหนักถึงผลเสียหายที่เกิดขึ้นจากการทุจริต และพร้อมที่จะเข้ามามีส่วนร่วมในการต่อต้านการทุจริต รวมถึงการเพิ่มจำนวนของเครือข่ายการสื่อสาร มีกลไกในการขับเคลื่อนการสื่อสารเพื่อต่อต้านการทุจริตได้อย่างมีประสิทธิภาพ และมีระบบงานสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริตที่มีประสิทธิภาพ เป้าหมายที่สำคัญที่สุดคือ สร้างความเชื่อมั่นในกระบวนการทำงานด้านการป้องกันและปราบปรามการทุจริตของสำนักงาน ป.ป.ช. โดยยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 - 2564) ตรงกับแนวคิดของ พัทณี เจริญยา (2538) เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ ตามที่ได้กล่าวไว้ว่าการประชาสัมพันธ์ เป็นการใช้ความพยายามในการโน้มน้าวจิตใจให้ประชาชนเกิดภาพลักษณ์ (image) ที่ดีมีความเชื่อถือและสนับสนุนหน่วยงาน และสอดคล้องกับแนวคิดของ สมควร กวียะ (2540) ได้กล่าวไว้ว่า การประชาสัมพันธ์ (Public Relations) คือการสื่อสารขององค์กรเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับประชาชน โดยการเสนอข่าวสาร การสร้างกิจกรรมให้เป็นข่าวสาร การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม หรือการแสดงความปรารถนาดีต่อประชาชน นำไปสู่ทัศนคติในเชิงบวกหรือภาพพจน์ที่น่านิยมขององค์กร และไปสู่พฤติกรรมร่วมที่มีคุณค่าต่อสังคม

5.2.1.2 การวางกลยุทธ์และจัดทำแผนปฏิบัติการ

สร้างกลไกภายในและเชื่อมโยงกลไกภายนอกในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต, แผนการขับเคลื่อนการประชาสัมพันธ์ และกลยุทธ์

(เพิ่มเติม) ในการดำเนินงานการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 - 2564) ทั้งหมดนี้แสดงให้เห็นว่า

สำนักงาน ป.ป.ช. ให้ความสำคัญกับกลไกการขับเคลื่อนและการประเมินผล โดยกลไกในการขับเคลื่อนนี้มีความจำเป็นอย่างยิ่งในการขับเคลื่อนผ่านกลุ่มเครือข่ายของสำนักงาน ป.ป.ช. ผลการศึกษานี้พบว่า สอดคล้องกับแนวคิดของกาญจนา แก้วเทพ (2538) ได้อธิบายความหมายของเครือข่ายว่า เป็นรูปแบบหนึ่งของการประสานงานบุคคล หรือองค์กรต่าง ๆ ที่ต่างมีทรัพยากรของตน มีเป้าหมาย วิธีการทำงาน ตลอดจนมีกลุ่มเป้าหมายเป็นของตนเอง ซึ่งบุคคลเหล่านี้ได้มีการประสานงานกันมานานพอสมควร แม้อาจจะไม่มีกิจกรรมร่วมกันอย่างสม่ำเสมอ แต่รากฐานที่คอยยึดโยงกันและกันไว้ และเมื่อใดที่ฝ่ายหนึ่งต้องการความช่วยเหลือจากผู้อื่นหรือกลุ่มอื่น ๆ เพื่อแก้ไขปัญหา ก็จะติดต่อกัน ซึ่งทั้งหมดนี้ ถือเป็นอีกหนึ่งกลไกในการนำพลังเครือข่ายของสำนักงาน ป.ป.ช. ขับเคลื่อนเพื่อนำไปสู่เป้าหมายพร้อม ๆ กัน

5.2.1.3 การดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการ

โครงการ/กิจกรรมตามยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 - 2564) ในส่วนการจัดโครงการ/กิจกรรม สอดคล้องกับแนวคิดของ กาญจนา แก้วเทพ (2538) ได้อธิบายไว้ว่า การรณรงค์กลายเป็นสิ่งจำเป็นเพื่อโน้มน้าวประชาชนให้แสดงความยินยอมกระทำตามผู้ส่งสาร หลักทั่วไปของการรณรงค์คือการระดมสื่อ เพื่อนำเสนอสารหนึ่งไปสู่ประชาชน เพื่อให้ประชาชนยอมรับในสารนั้นโดยง่าย ทั้งในแง่การรับรู้ การเปลี่ยนทัศนคติ และการยอมรับ

5.2.1.4 การตรวจสอบผลการปฏิบัติการ ประเมินผลการปฏิบัติงาน และรายงานผลการปฏิบัติงาน

การขับเคลื่อนตามแผนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 - 2564) การจัดทำเอกสารข่าวแจก (Press Release) ภายใต้แผนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 - 2564) กฤตภาค (Clipping News) ที่เกิดจากโครงการ/กิจกรรม ภายใต้แผนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 - 2564) ทุกขั้นตอนมีการตรวจสอบและประเมินผล รวมทั้งมีการรายงานผลเสนอต่อผู้บังคับบัญชาตามลำดับขั้นตอน

จากการศึกษา พบว่า สำนักงาน ป.ป.ช. มีการดำเนินงาน ในเรื่องของการรณรงค์ปลุกกระแสสังคมไม่ทนต่อการทุจริต มีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเพื่อสร้างการรับรู้ และมีการสื่อสารภายในองค์กร การจัดทำเอกสารข่าวแจก (Press Release) ภายใต้แผนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 - 2564) และการศึกษา Clipping News ที่เกิดจากโครงการ/กิจกรรม ภายใต้แผนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 - 2564) นั้น สอดคล้องการแนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ อาทิ ความรับผิดชอบของนักสื่อสารองค์กรหรือนัก

ประชาสัมพันธ์ กระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วยงาน 4 ขั้นตอน คือ การวิจัย (research) การวางแผน (planning) การสื่อสาร (communication) และการประเมินผล (evaluation) หรือแม้แต่แนวคิดทฤษฎีกระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ R A C E และที่ขาดไม่ได้ในการทำงานด้านประชาสัมพันธ์ที่มีการติดต่อประสานงานกับสื่อมวลชนคือ หลักการสื่อมวลชนสัมพันธ์ (media relations) การสร้างสื่อมวลชนสัมพันธ์ (Press Relations) ทั้งหมดนี้ถือเป็นการทำงานของสำนักประชาสัมพันธ์ สำนักงาน ป.ป.ช. ที่ได้ทำงานกระบวนการการประชาสัมพันธ์ทั้งกระบวนการ เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมกับสื่อมวลชนในโครงการต่าง ๆ ตามแผนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 – 2564)

5.2.2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของเครือข่ายสื่อมวลชนและความคิดเห็นของเครือข่ายสื่อมวลชนที่มีต่อการประชาสัมพันธ์ของสำนักงาน ป.ป.ช. ในโครงการ/กิจกรรมต่าง ๆ ตามแผนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 – 2564)

ปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของเครือข่ายสื่อมวลชนในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 – 2564)

จากการศึกษา พบว่า มีอยู่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของเครือข่ายสื่อมวลชนในการนำเสนอข่าว คือ ด้านนโยบายของสื่อ ด้านคุณค่าของข่าว และด้านความสะดวกสบายในการนำเสนอข่าว

5.2.2.1 ปัจจัยด้านนโยบายของสื่อ

ในการศึกษาประเด็นนี้ เป็นการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของสื่อมวลชนในการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร โดยผู้ศึกษาได้นำเสนอผลการสัมภาษณ์ที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านนโยบายของสื่อ โดยมีผลการศึกษา พบว่า สื่อมวลชนในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยในการมีส่วนร่วมฯ สามารถสรุปได้ว่า ปัจจัยด้านนโยบายของสื่อ นั้น มีผลกระทบเพียงเล็กน้อยในการมีส่วนร่วมของสื่อมวลชนต่อการนำเสนอข้อมูลข่าวสารของสำนักงาน ป.ป.ช. ภายใต้แผนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 - 2564)

5.2.2.2 ปัจจัยด้านคุณค่าของข่าว

ในการศึกษาประเด็นนี้ เป็นการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยด้านคุณค่าของข่าว การนำเสนอข้อมูลข่าวสารของสื่อมวลชน ไม่ได้มุ่งเน้นเฉพาะตามนโยบายขององค์กรหรือหัวหน้า แต่มุ่งเน้นไปที่คุณค่าของข่าวและกระแสสังคมเป็นสิ่งสำคัญ กล่าวคือ การที่สื่อมวลชนจะนำเสนออะไรออกไปนั้น ต้องตระหนักเสมอว่าประชาชนจะได้รับอะไร และข่าวนั้นประชาชนให้ความสนใจหรือไม่

5.2.2.3 ปัจจัยด้านความสะดวกสบายในการนำเสนอข่าว

ในการศึกษาประเด็นนี้ เป็นการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยด้านความสะดวกสบายในการนำเสนอข่าวของสื่อมวลชน จากผลการสัมภาษณ์พบว่า มีผลกระทบเพียงเล็กน้อย

ต่อการมีส่วนร่วมของสื่อมวลชนในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารของสำนักงาน ป.ป.ช. ภายใต้แผนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 - 2564) สื่อไม่ได้มุ่งเน้นการทำข่าวตามนโยบายขององค์กรหรือหัวหน้า และไม่ได้กังวลกับความสะดวกสบายในการทำงาน แต่มุ่งเน้นไปที่คุณค่าของข่าวและกระแสสังคมเป็นสิ่งสำคัญ

5.2.2.4 ความคิดเห็นของเครือข่ายสื่อมวลชนที่มีต่อการประชาสัมพันธ์ของสำนักงาน ป.ป.ช. ในโครงการ/กิจกรรมต่าง ๆ ตามแผนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 - 2564)

จากการศึกษา พบว่า สื่อมวลชนส่วนใหญ่แสดงความคิดเห็นไปในทิศทางเดียวกัน คือ โครงการ/กิจกรรมต่าง ๆ ของสำนักงาน ป.ป.ช. ตามแผนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 - 2564) ที่มีความน่าสนใจ และสามารถมีพื้นที่ของข่าวได้บ้างนั้น มีอยู่ 3 กิจกรรมเท่านั้น คือ

- (1) งานวันต่อต้านคอร์รัปชันสากล (ประเทศไทย)
- (2) งานวันสถาปนาสำนักงาน ป.ป.ช. และ
- (3) งานมอบรางวัล NACC AWARDS 1017

กล่าวคือ ทั้ง 3 กิจกรรมนี้ เป็นการจัดงานที่มีผู้นำระดับประเทศเข้าร่วมกิจกรรมจำนวนมาก ถือเป็นสิ่งที่ดึงดูดสื่อมวลชนในการทำข่าว และน่าใจสำหรับสื่อมวลชนอีกประเด็นคือ สื่อมวลชนสามารถหาข่าวจากบุคคลที่เข้าไปร่วมงานทั้ง 3 งานได้ ซึ่งในประเด็นดังกล่าวนี้ ถือได้ว่าสำนักงาน ป.ป.ช. ยังไม่ประสบผลสำเร็จในเรื่องของการจัดกิจกรรมการรณรงค์ (Campaign) การต่อต้านการทุจริต (กาญจนา แก้วเทพ, 2538) ได้อธิบายไว้ว่า การรณรงค์กลายเป็นสิ่งจำเป็นเพื่อโน้มน้าวประชาชนให้แสดงความยินยอมกระทำตามผู้ส่งสาร หลักทั่วไปของการรณรงค์คือการระดมสื่อ เพื่อนำเสนอสารหนึ่งไปสู่ประชาชนเพื่อให้ประชาชนยอมรับในสารนั้นโดยง่าย แต่ในทางปฏิบัติในเรื่องของการรณรงค์ของสำนักงาน ป.ป.ช. ยังเป็นการนำเสนอข่าวสารที่ประชาชนยังไม่ยอมรับและนำเสนอข่าวสารในรูปแบบที่ผู้ส่งสารต้องการนำเสนอ แต่ไม่ได้สนใจว่าผู้รับสารต้องการรับสารนั้นหรือไม่

ในอีกแง่มุมหนึ่งคือ สื่อมองว่าการจัดกิจกรรมดังกล่าว ควรมีเนื้อหาหรือประเด็นที่น่าสนใจมากกว่าการจัดงานที่สวยงาม มากกว่าการจัดงานตามวาระโอกาส หรือมากกว่างานที่จัดเพื่อเป็นการสร้างภาพลักษณ์ให้แก่องค์กร แต่การจัดงานควรมีการวางแผนหรือนำเสนอประเด็นที่น่าสนใจ เช่น การนำเสนอเชิงสถิติข้อมูลเกี่ยวกับการทำงานของสำนักงาน ป.ป.ช. มากกว่าการนำเสนอเรื่องการรณรงค์แบบเชิงบวก หรือนำเสนอในเชิงบวกควบคู่ไปกับการนำเสนอสถิติข้อมูลเชิงลบไปพร้อม ๆ กัน เพื่อให้เกิดการเปรียบเทียบและเห็นภาพได้ชัดเจน

5.3 ข้อเสนอแนะจากการศึกษาครั้งนี้

จากการศึกษาการประชาสัมพันธ์เพื่อการมีส่วนร่วมของเครือข่ายสื่อมวลชนในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. 2560 – 2564) ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะจากการศึกษาในครั้งนี้ 3 ส่วน ดังนี้

5.3.1 ข้อเสนอแนะสำหรับสำนักประชาสัมพันธ์ สำนักงาน ป.ป.ช. เกี่ยวกับการจัดโครงการ/กิจกรรม เพื่อป้องกันและปราบปรามการทุจริต

5.3.1.1 ในการจัดโครงการ/กิจกรรม ควรเน้นว่าประชาชนจะได้อะไรจากการจัดงานครั้งนี้ และควรนำข้อมูลเชิงสถิติเกี่ยวกับงานด้านปราบปรามการทุจริต หรืองานด้านการตรวจสอบบัญชีทรัพย์สิน การแสดงรายการบัญชีทรัพย์สินและหนี้สินมานำเสนอให้มากกว่าเดิม เพราะในการจัดโครงการ/กิจกรรม แบบนี้ทำให้สื่อมวลชนให้ความสนใจ และสามารถนำข้อมูลจากการจัดงาน ไปนำเสนอต่อได้อีกหลายช่องทาง

5.3.1.2 ควรจัดโครงการ/กิจกรรม ที่เกี่ยวข้องกับผลของการตัดสินใจที่ผ่านมา หรือผลจากการพิจารณา จากคณะกรรมการ ป.ป.ช. เพื่อเป็นการถอดบทเรียน ถือเป็น การป้องกันและปราบปรามการทุจริตที่เป็นการทำงานเชิงรุกได้เป็นอย่างดี

5.3.1.3 ควรมีการจัดงานแถลงข่าวผลการดำเนินงานของคณะกรรมการ ป.ป.ช. ทุก 6 เดือน และ 1 ปี เนื่องจากเป็นการสรุปผลงานที่เห็นเป็นรูปธรรม อีกทั้งยังแสดงให้เห็นถึงความชัดเจนในการทำงานของ สำนักงาน ป.ป.ช. ถือเป็น การสร้างภาพลักษณ์ สร้างความน่าเชื่อถือให้กับประชาชนอีกด้วย

5.3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับผู้บริหาร สำนักงาน ป.ป.ช. เกี่ยวกับกระบวนการการประชาสัมพันธ์และหลักสื่อมวลชนสัมพันธ์

5.3.2.1 ควรตัดลำดับขั้นตอนในการปฏิบัติงาน (Flow Chart) ให้กระชับมากขึ้น เพื่อความสะดวกและรวดเร็วในการปฏิบัติงาน อาทิ ลดขั้นตอนการเขียนข่าวประชาสัมพันธ์ และส่งออก, ลดขั้นตอนการขอความอนุเคราะห์สื่อมาทำข่าว, ลดขั้นตอนของการให้สัมภาษณ์กับสื่อ หากมีการลดขั้นตอนต่าง ๆ เหล่านี้ได้ การทำงานด้านการประชาสัมพันธ์จะรวดเร็วมากยิ่งขึ้น

5.3.2.2 ผู้บริหารสำนักงาน ป.ป.ช. ควรให้ความสำคัญกับสื่อมวลชนสัมพันธ์ให้มากกว่านี้ เนื่องจากสื่อมวลชน ถือเป็นกระบอกเสียงสำคัญในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่ง

5.3.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษารั้งต่อไป

จากการศึกษารั้งนี้ ผู้ศึกษาขอเสนอข้อเสนอแนะในการศึกษารั้งต่อไป สำหรับบุคคลทั่วไป หรือผู้ที่สนใจศึกษา กระบวนการการทำงานของสำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ (สำนักงาน ป.ป.ช.) ดังนี้

5.3.3.1 การศึกษารั้งนี้ผู้ศึกษาใช้ระเบียบวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (Depth Interview) ดังนั้นในการศึกษารั้งต่อไป ควรใช้ระเบียบวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ทำให้สื่อมวลชนมีส่วนร่วมในการนำเสนอข่าวสารของสำนักงาน ป.ป.ช. และความคิดเห็นของสื่อมวลชนต่อการจัดโครงการ/กิจกรรม ของสำนักงาน ป.ป.ช.

5.3.3.2 การศึกษารั้งนี้ผู้ศึกษาได้ศึกษา กลุ่มเครือข่ายสื่อมวลชนเพียงแค่มุมเดียว ดังนั้นในการศึกษารั้งต่อไป ควรศึกษาเครือข่ายกลุ่มอื่น หรือศึกษาผู้ปฏิบัติงานจริง เพื่อนำผลจากการศึกษาเหล่านั้น มาเปรียบเทียบ และวิเคราะห์ต่อไป

5.3.3.3 การศึกษาในครั้งต่อไป ควรเพิ่มประเด็นอื่น ๆ เช่น ศึกษาด้านการบริหารนโยบายจากผู้บริหาร ศึกษาความคิดเห็นของผู้บริหารต่อการปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักประชาสัมพันธ์ สำนักงาน ป.ป.ช. เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์และสามารถนำมาปรับใช้ในการดำเนินงานให้ดียิ่งขึ้นต่อไป

รายการอ้างอิง

หนังสือ

- กาญจนา แก้วเทพ. (2538). *เครื่องมือการทำงานแนววัฒนธรรมชุมชน*. กรุงเทพฯ: สภาคณาจารย์แห่งประเทศไทยเพื่อการพัฒนา.
- พชร บัวเพียร. (2545). *วาทะวิทยา*. (พิมพ์ครั้งที่ 5). ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยรังสิต.
- พัชนี เขยจรรยา, เมตตา วิวัฒนานุกูล และถิรนนท์ อนวัชศิริวงศ์. (2538). *แนวคิดหลักนิเทศศาสตร์*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ข้าวฟ่าง.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2546). *พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542*. กรุงเทพฯ: นานมีบุ๊คส์พับลิเคชั่นส์.
- วงหทัย ต้นชีวะวงศ์. (2559). *เอกสารประกอบการเรียนการสอน วจ.603 หลักการจัดการสื่อสารองค์กร*. กรุงเทพฯ: คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วิทยากร เชียงกุล. (2549). *แนวทางปราบคอร์รัปชันอย่างได้ผล: เปรียบเทียบไทยกับประเทศอื่น*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์สายธาร.
- วิรัช ลภีรัตนกุล. (2546). *การประชาสัมพันธ์แบบสมบูรณ์ (ปรับปรุงเพิ่มเติมใหม่)* (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- สมควร กวียะ. (2540). *สื่อมวลชนดลชีวิต*. กรุงเทพฯ: แก้วน้ำ.
- สิริลักษณ์ คอมนันต์ และคณะ. (2557). *คอร์รัปชันและกลไกกำจัดกลโกง*. เชียงใหม่: แผนงานสร้างเสริมนโยบายสาธารณะที่ดี สถาบันศึกษานโยบายสาธารณะ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สุรพงษ์ โสธนะเสถียร. (2559). *ทฤษฎีการสื่อสาร*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ระเปียงทอง.

วิทยานิพนธ์และการค้นคว้าอิสระ

- ฐิติพร แก้ววิมล. (2559). *การสื่อสารเพื่อการรณรงค์ในโครงการ อย่าให้ใครว่าไทย*. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน. สาขาวิชาการบริหารสื่อสารมวลชน.

- ภักชุตตา อำไพพรรณ. (2559). *กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการกำกับกิจการพลังงานต่อสื่อมวลชน*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ, สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรมการจัดการ.
- ภาชิตา ศราธิลักษณ์. (2557). *ความสัมพันธ์ของทัศนคติ แรงจูงใจ การมีส่วนร่วม และการสร้างเครือข่ายของประชาชนกรุงเทพมหานครในการป้องกันและปราบปรามการทุจริต*. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาวิชาการจัดการการสื่อสารองค์กร.
- วรรณภา อิศระเสนีย์. (2549). *การสื่อสารเพื่อการมีส่วนร่วมของประชาชนในการป้องกันและปราบปรามการทุจริต ศึกษาเฉพาะกรณี ประชาชนในตำบลบ้านธาตุ อำเภอเพ็ญ จังหวัดอุดรธานี*. (รายงานโครงการเฉพาะบุคคลปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาวิชาการจัดการการสื่อสารภาครัฐและเอกชน.
- เสาวนีย์ ฉัตรแก้ว. (2551). *การรณรงค์ประชาสัมพันธ์สร้างจิตสำนึกของประชาชนผ่านองค์กรภาครัฐ องค์กรธุรกิจเอกชน และองค์กรไม่แสวงหากำไร*. (รายงานผลการวิจัย โครงการวิจัยชุด "การสื่อสารจิตสำนึกสาธารณะ"). มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, คณะนิเทศศาสตร์.

สัมภาษณ์

- ทวิชาติ นิลกาญจน์. ผู้อำนวยการสำนักประชาสัมพันธ์. (25 มิถุนายน 2561). สัมภาษณ์.
- สายทิพย์ แต่งเอี่ยม. นักประชาสัมพันธ์เชี่ยวชาญ. (27 มิถุนายน 2561). สัมภาษณ์.
- สื่อมวลชนจากโมเดิร์นไนน์ทีวี. (17 มิถุนายน 2561). สัมภาษณ์.
- สื่อมวลชนจากไทยรัฐทีวี. (20 มิถุนายน 2561). สัมภาษณ์.
- สื่อมวลชนจากสมาคมสื่อช่อสะอาด. (15 มิถุนายน 2561). สัมภาษณ์.
- สื่อมวลชนจากสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3. (18 มิถุนายน 2561). สัมภาษณ์.
- สื่อมวลชนจากสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7. (19 มิถุนายน 2561). สัมภาษณ์.
- สื่อมวลชนจากสำนักข่าวอิศรา. (23 มิถุนายน 2561). สัมภาษณ์.
- สื่อมวลชนจากสำนักข่าวอิศรา. (28 มิถุนายน 2561). สัมภาษณ์.
- สื่อมวลชนจากหนังสือพิมพ์เดอะเนชั่น. (30 มิถุนายน 2561). สัมภาษณ์.
- สื่อมวลชนจากหนังสือพิมพ์เดอะเนชั่น. (30 มิถุนายน 2561). สัมภาษณ์.
- สื่อมวลชนจากหนังสือพิมพ์แนวหน้า. (24 มิถุนายน 2561). สัมภาษณ์.
- สื่อมวลชนจากหนังสือพิมพ์ไทยโพสต์. (28 มิถุนายน 2561). สัมภาษณ์.

อุมพร ปัตตานี. นักประชาสัมพันธ์ปฏิบัติการ สำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ. (29 มิถุนายน 2561). สัมภาษณ์.

หนังสือพิมพ์

คนไทยไม่ทนทุจริต. (10 ธันวาคม 2560). *เดลินิวส์*, น. 3.

จุดเริ่มต้นโกง. (11 ธันวาคม 2560). *มติชน*, น. 2.

สื่ออิเล็กทรอนิกส์

กระบวนการการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ RACE. (2558) สืบค้นเมื่อวันที่ 8 มิถุนายน 2561, จาก http://www.research-system.siam.edu/images/DigitalMedia/DM2558-3/2558ForPR/3-2558/10/05_ch2.pdf

บุศรินทร์ หนูหนักดี. (2552). *การเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์*. (4 พฤษภาคม 2561) จาก <https://www.gotoknow.org/posts/268487>

พรทิพย์ พิมพ์สินธุ์. (2539). *การประชาสัมพันธ์ยุคใหม่สู่ความสำเร็จทางการตลาด ศึกษาเฉพาะกรณีแผนการประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาดของผลิตภัณฑ์ดัชมิลค์ พาสเจอร์ไรส์ "โครงการดัชมิลค์ เมมเบอร์คลับ"*. (1 พฤษภาคม 2561) จาก <http://digi.library.tu.ac.th/mass/2545/0474/08chapter-2.pdf>

สำนักงาน ป.ป.ช. (2561). *แนวทางการประยุกต์มาตรการสากลเพื่อการต่อต้านการทุจริตของประเทศไทย*. (4 พฤษภาคม 2561) จาก https://nacc.go.th/images/research_eak/shapter2.pdf

สำนักงาน ป.ป.ช. (2561). *มาตรการป้องกันการทุจริต*. (8 พฤษภาคม 2561) จาก <https://www.nacc.go.th/main.php?filename=naccbpam>

วิรัช ลภีรัตนกุล. (2546). *สื่อมวลชนสัมพันธ์*. สืบค้นเมื่อวันที่ 8 พฤษภาคม 2561, จาก https://prezi.com/hllsp-8xro_p/presentation/

ภาคผนวก



ภาคผนวก ก

คำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการโฆษกการประชาสัมพันธ์และการบริหารการสื่อสาร
ของสำนักงาน ป.ป.ช.

ที่ ๙/๒๕๕๙

เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการเฉพาะกิจเพื่อจัดทำยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อต่อต้านการทุจริต

(พ.ศ. ๒๕๖๐ – ๒๕๖๔)



คำสั่งคณะกรรมการโฆษกการประชาสัมพันธ์และการบริหารการสื่อสารของสำนักงาน ป.ป.ช.

ที่ ๙ /๒๕๕๙

เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการเฉพาะกิจเพื่อจัดทำยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๖๔)

ด้วยยุทธศาสตร์ชาติว่าด้วยการป้องกันและปราบปรามการทุจริต ระยะที่ ๓ (พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๖๔) ซึ่งจะเสนอคณะรัฐมนตรีในเดือนกันยายน ๒๕๕๙ เพื่อให้ส่วนราชการต่างๆ สามารถนำไปใช้ประกอบในการทำ
คำของบประมาณในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการต่อต้านการทุจริตให้ทันปิดไป ซึ่งในยุทธศาสตร์ชาติฯ ระยะที่ ๓
ได้กำหนดยุทธศาสตร์ที่ ๔ พัฒนาระบบป้องกันการทุจริตเชิงรุก โดยกำหนดกลยุทธ์พัฒนารูปแบบการสื่อสาร
สาธารณะเชิงสร้างสรรค์เพื่อปรับเปลี่ยนพฤติกรรม จึงจำเป็นต้องมีการพัฒนายุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้าน
การทุจริต (พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๖๔) สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติว่าด้วยการป้องกันและปราบปรามการทุจริต
ระยะที่ ๓ และเป็นการพัฒนาภาคีในการขับเคลื่อนงานประชาสัมพันธ์ให้มีประสิทธิภาพ ดังนั้น จึงแต่งตั้ง
คณะทำงานเฉพาะกิจเพื่อจัดทำยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๖๔) ประกอบด้วย

๑. ดร.อุทิศ ขาวเขียว	ที่ปรึกษา
๒. รองเลขาธิการคณะกรรมการ ป.ป.ช. หรือผู้ช่วยเลขาธิการคณะกรรมการ ป.ป.ช. ที่ได้รับมอบหมายปฏิบัติราชการสำนักประชาสัมพันธ์	ประธานคณะกรรมการ
๓. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. บุญอยู่ ขจรประเสริฐ	คณะกรรมการ
๔. นายเกษมสันต์ วีระกุล	คณะกรรมการ
๕. นายจรัส จันทร์ทวีวัฒน์	คณะกรรมการ
๖. ผู้แทนกรมประชาสัมพันธ์ ที่ได้รับมอบหมายจัดทำแผนการประชาสัมพันธ์	คณะกรรมการ
๗. ผู้อำนวยการสำนักป้องกันการทุจริตภาครัฐ	คณะกรรมการ
๘. นางสาวชนิดา อากะวิณะ	คณะกรรมการ
๙. ผู้อำนวยการสำนักประชาสัมพันธ์	คณะกรรมการและเลขานุการ
๑๐. หัวหน้ากลุ่มงานประสานการบริหารเชิงยุทธ	คณะกรรมการและเลขานุการร่วม
๑๑. นางสายทิพย์ แดงเยี่ยม	คณะกรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ
๑๒. นางเอี่ยมเดือน อัครประเสริฐ	คณะกรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ
๑๓. นายประเสริฐ ทวีทรัพย์เจริญ	คณะกรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ
๑๔. นางสาววิภา วรรณ	คณะกรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ
๑๕. นางสาวนงิศา สามเนลา	คณะกรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ

โดยให้คณะ...

๒

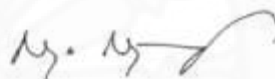
โดยให้คณะทำงานมีอำนาจหน้าที่ ดังนี้

๑. ดำเนินการศึกษา วิเคราะห์ เพื่อจัดทำยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อต่อต้านการทุจริต (พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๖๔) ที่สอดคล้องและสนับสนุนการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ชาติว่าด้วยการป้องกันและปราบปรามการทุจริต ระยะที่ ๓ (พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๖๔)
๒. ดำเนินการขอให้หน่วยงานต่างๆ หรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องให้ความร่วมมือและข้อมูลในการจัดทำยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อต่อต้านการทุจริต
๓. ดำเนินการอื่น ๆ ตามที่คณะอนุกรรมการโฆษกการประชาสัมพันธ์และการบริหารการสื่อสารของสำนักงาน ป.ป.ช. มอบหมาย

ทั้งนี้ ตั้งแต่บัดนี้เป็นต้นไป

สั่ง ณ วันที่ ๖

กันยายน พ.ศ. ๒๕๕๙



(นางสุวนา สุวรรณจุฑะ)
กรรมการ ป.ป.ช.

ประธานอนุกรรมการโฆษกการประชาสัมพันธ์
และการบริหารการสื่อสารของสำนักงาน ป.ป.ช.

คำสั่งคณะกรรมการ ป.ป.ช.

ที่ ๘๗๒/๒๕๕๙

เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการเฝ้าระวังการประชาสัมพันธ์และการบริหารการสื่อสารของสำนักงาน ป.ป.ช.



คำสั่งคณะกรรมการ ป.ป.ช.

ที่ ๘๗๒/๒๕๕๙

เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการเฝ้าระวังการประชาสัมพันธ์และการบริหารการสื่อสารของสำนักงาน ป.ป.ช.

ตามที่คณะกรรมการ ป.ป.ช. ได้มีคำสั่งที่ ๑/๒๕๕๙ ลงวันที่ ๘ มกราคม ๒๕๕๙ เรื่อง มอบหมายหน้าที่ความรับผิดชอบให้ประธานกรรมการ ป.ป.ช. และกรรมการ ป.ป.ช. กำกับดูแลงานในด้านต่าง ๆ ดังนั้น เพื่อให้การปฏิบัติงานของคณะกรรมการเฝ้าระวังการประชาสัมพันธ์และการบริหารการสื่อสารของสำนักงาน ป.ป.ช. เป็นไปด้วยความเรียบร้อย จึงเห็นควรทบทวนและยกเลิกคำสั่งคณะกรรมการ ป.ป.ช. ที่ ๑๒๙/๒๕๕๘ ลงวันที่ ๑๒ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๘ เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการเฝ้าระวังการประชาสัมพันธ์และการบริหารการสื่อสารของสำนักงาน ป.ป.ช.

ในการประชุมคณะกรรมการ ป.ป.ช. ครั้งที่ ๗๕๕ - ๓๓/๒๕๕๙ เมื่อวันที่ ๒๘ เมษายน ๒๕๕๙ เห็นชอบให้ยกเลิกคำสั่งคณะกรรมการ ป.ป.ช. ที่ ๑๒๙/๒๕๕๘ ลงวันที่ ๑๒ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๘ และแต่งตั้งคณะกรรมการเฝ้าระวังการประชาสัมพันธ์และการบริหารการสื่อสารของสำนักงาน ป.ป.ช. ตามที่เสนอ

ฉะนั้น อาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๑๙ (๑๒) แห่งพระราชบัญญัติประกอบรัฐธรรมนูญว่าด้วยการป้องกันและปราบปรามการทุจริต พ.ศ. ๒๕๔๑ แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ ๒) พ.ศ. ๒๕๕๔ จึงให้ยกเลิกคำสั่งคณะกรรมการ ป.ป.ช. ที่ ๑๒๙/๒๕๕๘ ลงวันที่ ๑๒ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๘ และแต่งตั้งคณะกรรมการเฝ้าระวังการประชาสัมพันธ์และการบริหารการสื่อสารของสำนักงาน ป.ป.ช. ประกอบด้วย

- | | |
|--|---------------------|
| ๑. ศาสตราจารย์พิเศษ วิฑูรย์ มาหาคุณ | ที่ปรึกษา |
| ๒. นางสุวนา สุวรรณจุฑะ กรรมการ ป.ป.ช. | ประธานอนุกรรมการ |
| ๓. นายปรีชา เลิศกมลมาศ กรรมการ ป.ป.ช. | รองประธานอนุกรรมการ |
| ๔. เลขาธิการคณะกรรมการ ป.ป.ช. โฆษกสำนักงาน ป.ป.ช. | อนุกรรมการ |
| ๕. รองเลขาธิการฯ หรือผู้ช่วยเลขาธิการฯ | อนุกรรมการ |
| ที่รับผิดชอบการปฏิบัติราชการสำนักประชาสัมพันธ์ | - |
| ๖. ผู้ช่วยเลขาธิการคณะกรรมการ ป.ป.ช. (ด้านการตรวจราชการ) | อนุกรรมการ |
| ๗. รองศาสตราจารย์ อิ้น ผู้วรรณ | อนุกรรมการ |
| ๘. นายเกษมสันต์ วีระกุล | อนุกรรมการ |
| ๙. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. บุญอยู่ ขอพรประเสริฐ | อนุกรรมการ |
| ๑๐. นางวิมล อิศวสิทธิ์ถาวร | อนุกรรมการ |
| ๑๑. ดร.มานะ นิมิตรมงคล | อนุกรรมการ |
| ๑๒. นายชาติ ศรียาภัย | อนุกรรมการ |

๓๓ นายอเนก

- ๒ -

๑๓. นายอนันต์ นิสมานนท์	อนุกรรมการ
๑๔. ผู้อำนวยการสำนักอำนวยการคณะกรรมการ	อนุกรรมการ
๑๕. ผู้อำนวยการสำนักการข่าวและกิจการพิเศษ	อนุกรรมการ
๑๖. ผู้อำนวยการศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศ	อนุกรรมการ
๑๗. ผู้อำนวยการสำนักตรวจราชการ	อนุกรรมการ
๑๘. ผู้อำนวยการสำนักงานเลขาธิการ	อนุกรรมการ
๑๙. หัวหน้าศูนย์ประมวลข้อมูลสำนักงาน ป.ป.ช.	อนุกรรมการ
๒๐. ผู้อำนวยการสำนักประชาสัมพันธ์	อนุกรรมการและเลขานุการ
๒๑. นางสายทิพย์ แดงเอี่ยม	อนุกรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ
๒๒. เจ้าหน้าที่สำนักประชาสัมพันธ์ ที่ผู้อำนวยการสำนักประชาสัมพันธ์มอบหมาย จำนวน ๒ คน	ผู้ช่วยเลขานุการ

โดยให้คณะอนุกรรมการฯ มีอำนาจหน้าที่ ดังนี้

๑. ศึกษาวิเคราะห์ กำหนดนโยบายการประชาสัมพันธ์ การสื่อสารองค์กร และยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์เพื่อการรณรงค์ต่อต้านการทุจริต
๒. บริหารจัดการข้อมูลเพื่อดำเนินการเผยแพร่ผลงานของคณะกรรมการ ป.ป.ช. และสำนักงาน ป.ป.ช. ไปสู่สาธารณะ ภาคีเครือข่ายทุกภาคส่วน เพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้อง ก่อให้เกิดการยอมรับมีความเชื่อมั่นต่อการทำงานของคณะกรรมการ ป.ป.ช. และสำนักงาน ป.ป.ช.
๓. บูรณาการประสานความร่วมมือกับหน่วยงานที่มีบทบาทการประชาสัมพันธ์ทุกภาคส่วนให้เข้ามาร่วมเป็นกลไกการขับเคลื่อนการประชาสัมพันธ์สำนักงาน ป.ป.ช. ให้เกิดประสิทธิภาพ
๔. เสนอแนะการพัฒนาปรับปรุงกลไก เครื่องมือ และการบริหารจัดการการสื่อสารประชาสัมพันธ์ของสำนักงาน ป.ป.ช. ไปสู่ความทันสมัยและทันต่อสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปเพื่อรองรับตามภารกิจการประชาสัมพันธ์ในภาพรวม
๕. กำหนดแนวทางการประชาสัมพันธ์และการสื่อสารข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ให้กับข้าราชการเจ้าหน้าที่ภายในองค์กรอย่างทั่วถึง เพื่อสร้างการรับรู้และปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้องมีประสิทธิภาพ
๖. แต่งตั้งบุคคลหรือคณะบุคคล เพื่อดำเนินงานตามที่คณะอนุกรรมการฯ มอบหมาย
๗. ดำเนินการอื่นใดที่เกี่ยวข้องตามที่คณะกรรมการ ป.ป.ช. มอบหมาย

ทั้งนี้ ตั้งแต่บัดนี้เป็นต้นไป

สั่ง ณ วันที่ ๓๖ พฤษภาคม พ.ศ. ๒๕๕๙

พลตำรวจเอก



(Wirat Prasartakij)

ประธานกรรมการ ป.ป.ช.

ภาคผนวก ข

แหล่งข้อมูลและคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์

ข้าราชการ สำนักงาน ป.ป.ช. จำนวน 3 คน

1. นายวิชาติ นิลกาญจน์ ผู้อำนวยการสำนักประชาสัมพันธ์
2. นางสาวทิพย์ แดงเอี่ยม นักประชาสัมพันธ์เชี่ยวชาญ
3. นางสาวอุมาพร ปัตตานี นักประชาสัมพันธ์ปฏิบัติการ

เพื่อศึกษากระบวนการการประชาสัมพันธ์ของสำนักงาน ป.ป.ช. เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมกับสื่อมวลชนในโครงการต่าง ๆ ตามแผนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ.2560 – 2564)

1. ก่อนทำแผนมีการวิจัยหรือหาข้อมูลอย่างไร
 2. ประเภท/ลักษณะของแผน ขั้นตอนการวางแผนเป็นอย่างไร
 3. มีการดำเนินงานและนำแผนสู่การปฏิบัติอย่างไร (Process, Action timeline เป็นอย่างไร, การ Implement แผนเป็นอย่างไร)
 - (4) มีการสรุป ประเมินระหว่างทางหรือไม่ หรือมีการประเมินอย่างไร
- ด้านความคิดเห็นของเครือข่ายสื่อมวลชนที่มีต่อการประชาสัมพันธ์ของสำนักงาน ป.ป.ช. ในโครงการต่าง ๆ ตามแผนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต(พ.ศ.2560 – 2564) และปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของเครือข่ายสื่อมวลชน จำนวน 10 คน

- (1) สื่อมวลชนจากสำนักข่าวอิศรา
- (2) สื่อมวลชนจากหนังสือพิมพ์เดอะเนชั่น
- (3) สื่อมวลชนจากหนังสือพิมพ์แนวหน้า
- (4) สื่อมวลชนจากหนังสือพิมพ์เดลินิวส์
- (5) สื่อมวลชนจากหนังสือพิมพ์ไทยโพสต์
- (6) สื่อมวลชนจากไทยรัฐทีวี
- (7) สื่อมวลชนจากสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบก ช่อง 7
- (8) สื่อมวลชนจากสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3
- (9) สื่อมวลชนจากโมเดิร์นไนน์ทีวี
- (10) สื่อมวลชนจากสมาคมสื่อช่อสะอาด

ปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของเครือข่ายสื่อมวลชน

1. ปัจจัยด้านนโยบายของสื่อ (เช่น การเลือกประเด็นข่าวต้องเลือกตามนโยบายระดับองค์กรหรือไม่, หรือต้องเลือกข่าวตามนโยบายระดับโต๊ะข่าวหรือไม่)
2. ปัจจัยด้านคุณค่าของข่าว (เช่น คุณมีหลักเกณฑ์ในการเลือกข่าวอย่างไร ตามกระแสสังคม, หรือจากคุณค่าข่าว)
3. ปัจจัยด้านความสะดวกสบายในการทำงานของสื่อมีผลต่อการนำเสนอข่าวของคุณหรือไม่ (เช่น คุณมีความคิดเห็นอย่างไรกับสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำนักงานป.ป.ช. จัดเตรียมไว้สำหรับคุณ /การที่มีห้องรับรองสื่อมวลชนพร้อมมีสัญญาณอินเทอร์เน็ตไร้สายที่สำนักงาน ป.ป.ช./การดูแลจากเจ้าหน้าที่สำนักงาน ป.ป.ช./การเตรียมข้อมูลเบื้องต้นไว้ให้คุณในการทำข่าว)

เพื่อศึกษาความคิดเห็นของเครือข่ายสื่อมวลชนที่มีต่อการประชาสัมพันธ์ของสำนักงาน ป.ป.ช. ในโครงการต่างๆ ตามแผนยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการต่อต้านการทุจริต (พ.ศ.2560 – 2564

1. ความคิดเห็นต่อโครงการ/กิจกรรม (โครงการน่าสนใจหรือไม่อย่างไร, กิจกรรมเป็นอย่างไร)
2. ความคิดเห็นต่อการทำงานของเจ้าหน้าที่เป็นอย่างไร (วิธีการเชิญสื่อมวลชน ทำข่าว การส่งข่าว ฯลฯ การอำนวยความสะดวกเป็นอย่างไร)

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ	นางสาวบุปผาวัลย์ ศิริสวัสดิ์
วันเดือนปีเกิด	วันที่ 23 มกราคม 2529
วุฒิการศึกษา	ปีการศึกษา 2553: ศิลปศาสตรบัณฑิต (นิเทศศาสตร์) มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี
ตำแหน่ง	นักประชาสัมพันธ์ปฏิบัติการ สำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการ ทุจริตแห่งชาติ (ป.ป.ช.)
ประสบการณ์ทำงาน	(พ.ศ. 2557 - ปัจจุบัน): นักประชาสัมพันธ์ปฏิบัติการ สำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการ ทุจริตแห่งชาติ (ป.ป.ช.) (พ.ศ. 2556 – 2557): ครูอัตราจ้าง โรงเรียนโพนสวรรค์ราษฎร์พัฒนา (พ.ศ. 2554 – 2556): ประชาสัมพันธ์และธุรการ บริษัท เอส.พี.บราเดอร์ จำกัด (พ.ศ. 2554): ประชาสัมพันธ์และดูแลลูกค้า บริษัท นครา ทราเวล แอนด์ ออร์แกนไนซ์ จำกัด