



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ สำนักนโยบายและแผน กลุ่มงานนโยบายและพัฒนาระบบการบริหาร โทร. ๗๓๕๐ หรือ ๗๓๕๑
ที่ สผ.๐๐๒๑.๐๒/๔๒๕ วันที่ ๙ เมษายน ๒๕๖๔

เรื่อง ขอนำส่งข้อเสนอนวัตกรรม ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔ ของสำนักนโยบายและแผน

เรียน ประธานคณะกรรมการขับเคลื่อนนวัตกรรมของสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร

ตามที่ คณะกรรมการขับเคลื่อนนวัตกรรมของสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร มีหนังสือลงวันที่ ๑๗ ธันวาคม ๒๕๖๓ เรื่อง ขอเชิญส่งข้อเสนอนวัตกรรม ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔ และหนังสือลงวันที่ ๒๓ มีนาคม ๒๕๖๔ เรื่อง ขอย้ายระยะเวลาส่งข้อเสนอนวัตกรรม ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔ โดยเชิญชวนบุคลากรและหน่วยงานในสังกัดสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร ส่งข้อเสนอ นวัตกรรมเข้าร่วมการคัดเลือกนวัตกรรมดีเด่นประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔ ซึ่งได้ขยายระยะเวลาการส่ง ข้อเสนอนวัตกรรมภายในวันศุกร์ที่ ๑๖ เมษายน ๒๕๖๔ นั้น

ในการนี้ สำนักนโยบายและแผน ได้ดำเนินการจัดทำแบบฟอร์มการส่งข้อเสนอนวัตกรรม ของสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔ ประเภทนวัตกรรมบริการ ชีอนวัตกรรม “การประยุกต์ใช้ Social media Platform : TikTok ในการประชาสัมพันธ์งานของสำนักนโยบาย และแผน” รายละเอียดตามเอกสารที่แนบมาพร้อมนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาดำเนินการในส่วนที่เกี่ยวข้องต่อไป จักขอบคุณยิ่ง

(นางวัชรภรณ์ รัตนโกเศศ จันทระเจริญ)
ที่ปรึกษาด้านกฎหมาย รักษาการแทน
ผู้อำนวยการสำนักนโยบายและแผน



แบบฟอร์มการส่งข้อเสนอนวัตกรรมของสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร

ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔

คำชี้แจง

การส่งผลงานเพื่อเข้าร่วมการคัดเลือกรางวัลนวัตกรรมดีเด่นของสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร สามารถส่งผลงานได้ทั้งในนามของบุคคล คณะบุคคล หรือหน่วยงาน (สำนัก/กลุ่มงาน) โดยให้จัดทำรายละเอียด ดังนี้

๑) หนังสือนำเสนอข้อเสนอนวัตกรรมที่ลงนามโดยผู้บังคับบัญชา (ผู้อำนวยการสำนัก/ผู้บังคับบัญชา กลุ่มงาน/ประธานคณะกรรมการ/ประธานคณะอนุกรรมการ/ประธานคณะทำงาน)

๒) แบบฟอร์มส่งข้อเสนอนวัตกรรมของสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔ จำนวน ๑ ชุด โดยกรอกข้อมูลให้ครบถ้วนทั้ง ๓ ส่วน โดยผู้ส่งผลงานและผู้บังคับบัญชาลงนาม ในส่วนท้ายของใบสมัคร พร้อมทั้งจัดทำข้อเสนอนวัตกรรมในรูปแบบอินโฟกราฟิก (Infographic) แนบมาด้วย

๓) Power Point ๑ ชุด สำหรับนำเสนอผลงานในวันสัมมนา ระยะเวลานำเสนอไม่เกิน ๑๐ นาที

๔) เอกสารประกอบอื่น ๆ (ถ้ามี)

เอกสารการสมัครทั้ง ๔ ข้อ ให้ส่งเป็นเอกสารต้นฉบับจำนวน ๑ ชุด โดยส่งมาที่คณะกรรมการ ขับเคลื่อนนวัตกรรมของสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร กลุ่มงานพัฒนาทรัพยากรสารสนเทศ สำนักวิชาการ สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร ถนนประดิพัทธ์ พร้อมทั้งส่งข้อมูลในรูปแบบไฟล์เอกสาร (Word และ Pdf File) มาที่อีเมล Parliament.innovation@gmail.com **ตั้งแต่วันที่ ๓๑ มีนาคม ๒๕๖๔**

ทั้งนี้ หากมีข้อสงสัยหรือต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม โปรดติดต่อฝ่ายเลขานุการฯ ตามหมายเลข โทรศัพท์ ดังนี้

นางสาวบุษราภรณ์ อัครนิยานนท์

โทรศัพท์ ๐ ๒๒๔๔ ๒๐๗๓ (สำนักวิชาการ)

นายคณาธิป ไกยชน

โทรศัพท์ ๐ ๒๒๔๔ ๒๐๖๗-๘ (สำนักวิชาการ)

นางสาวสวรรณ เพ็ชรไทย

โทรศัพท์ ๐ ๒๒๔๒ ๕๙๐๐ ต่อ ๕๔๔๒ (สำนักประชาสัมพันธ์)

นายสุรพงษ์ รัตตมณี

โทรศัพท์ ๐ ๒๒๔๒ ๕๙๐๐ ต่อ ๕๘๑๑ (สำนัก

สารสนเทศ)

นางสาววิลาวรรณ บุตดา

โทรศัพท์ ๐ ๒๒๔๔ ๒๐๗๓ (สำนักวิชาการ)

ส่วนที่ ๑ ข้อมูลผู้เสนอนวัตกรรม

☐ บุคคล (ชื่อ-นามสกุล)

☐ คณะบุคคล

☒ หน่วยงาน (สำนัก/กลุ่มงาน/กลุ่ม) สำนักนโยบายและแผน

ชื่อผู้ส่งผลงาน/ผู้ประสานงาน นางสาวจริยา จรัสเพิ่มสุข และนางสาวภคศมน นุลาสูตรสาทร

ตำแหน่ง นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการ

สำนัก นโยบายและแผน

โทรศัพท์ ๐-๒๒๔๒-๕๕๐๐ ต่อ ๗๓๕๐, ๗๓๕๑ หรือ ๗๓๕๑

โทรศัพท์มือถือ ๐๘-๖๙๖๙-๕๑๔๖ หรือ ๐๙-๙๒๖๒-๙๓๙๕

อีเมล np.jaras@gmail.com

โปรดทำเครื่องหมาย ☒ ให้ตรงกับข้อเสนอของท่าน (เลือกได้เพียง ๑ ประเภท)

☒ ไม่เคยส่งเข้าประกวด (ทั้งภายในและภายนอกสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร)

☐ เคยส่งเข้าประกวด และไม่ได้รับรางวัลมาก่อน

☐ เคยส่งเข้าประกวด และได้รับรางวัลมาแล้ว คือ.....

จากสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร ในปี พ.ศ. โปรดระบุส่วนที่ปรับปรุง/ต่อยอดจากเดิม

โปรดระบุประเภทนวัตกรรม (เลือกได้เพียง ๑ ประเภท)

☐ นวัตกรรมเชิงนโยบาย

เหตุผล -

☐ นวัตกรรมบริการ

เหตุผล -

☒ นวัตกรรมการบริหาร/องค์กร

เหตุผล Tiktok เป็นแพลตฟอร์มที่อยู่ในกระแสนิยม เข้าถึงง่าย ใช้งานสะดวก ผู้รับบริการสามารถเข้าถึงและรับรู้การสื่อสารได้อย่างรวดเร็ว รวมถึงเป็นแอปพลิเคชันที่สามารถใช้เป็นเครื่องมือผลิตสื่อคอนเทนต์อย่างสั้นได้อย่างกระชับ เหมาะกับความต้องการของผู้รับบริการที่ต้องการรับรู้สื่อที่มีทั้งเนื้อหาสาระและความบันเทิงควบคู่กันได้ในแอปพลิเคชันเดียว

ส่วนที่ ๒ ข้อเสนอแนะ

คำชี้แจง : โปรดจัดทำรายละเอียดข้อเสนอแนะความยาวไม่เกิน ๕ หน้ากระดาษ A๔ ตัวอักษร TH SarabunPSK ขนาด ๑๖ พอยท์

๑. ข้อเสนอแนะ การประยุกต์ใช้ Social Media Platform : TikTok ในการประชาสัมพันธ์งานของสำนักงานนโยบายและแผน

๒. หลักการ เหตุผล ความจำเป็น

สำนักงานนโยบายและแผน มีหน้าที่ ขับเคลื่อน ส่งเสริม สนับสนุน ผลักดัน การดำเนินการงบประมาณ แผนปฏิบัติราชการ ติดตามประเมินผลการดำเนินงานของสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร และปฏิบัติตามนโยบายของผู้บริหาร ทั้งนี้ กระบวนการปฏิบัติงานทุกกระบวนการมีความสำคัญที่ต้องได้รับความร่วมมือจากทั้งบุคลากรภายในสำนักและภายนอกสำนัก โดยเฉพาะวิสัยทัศน์ “สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎรก้าวสู่การเป็น SMART Parliament ภายในปี ๒๐๒๒” ทำให้สำนักงานนโยบายและแผนต้องคำนึงถึงการขับเคลื่อนกิจกรรมให้เท่าทันบริบทยุคดิจิทัล โดยการเพิ่มช่องทางการรับรู้การประชาสัมพันธ์งานของสำนักงานนโยบายและแผน โดยเริ่มจากจุดเล็กๆ ในสำนัก เพื่อเป็นการกระตุ้นการทำงานจากภายในเพื่อสร้างเครือข่ายสู่ความสำเร็จขององค์กร กอปรกับสื่อสังคมออนไลน์ (Social media) ได้เข้ามามีบทบาทและมีอิทธิพลต่อการใช้ชีวิตประจำวันเป็นอย่างมาก เป็นสื่อที่ได้รับความนิยมในงานประชาสัมพันธ์และมีความก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง ทั้งยังมีแนวโน้มว่าจะได้รับความนิยมสูงขึ้นในอนาคต ไม่ว่าจะเป็นองค์กรภาครัฐและเอกชนก็ใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการประชาสัมพันธ์องค์กร เพื่อช่วยเสริมความแข็งแกร่งให้กับการประชาสัมพันธ์แบบเดิมให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังเป็นช่องทางในการสื่อสารที่สำคัญและสร้างความเข้าใจที่ดีระหว่างองค์กรกับกลุ่มผู้รับบริการหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ซึ่งจากข้อมูลสถิติการใช้งาน สื่อสังคมออนไลน์ Digital Thailand ประจำปี ๒๐๒๐ จาก Digital ๒๐๒๐ Global Overview Report (We Are Social Ltd., ๒๐๒๐) พบว่าประเทศไทยมีผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตมากถึง ๕๒ ล้านคน หรือคิดเป็น ร้อยละ ๗๕ ของคนไทยทั้งประเทศ มีการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตมากถึง ๙ ชั่วโมงต่อวัน และ Social media Platforms ที่เป็นที่นิยมที่สุดสำหรับคนไทย ๓ อันดับแรก คือ Facebook YouTube และ Line แต่แพลตฟอร์มที่มาแรงและมีผู้ใช้งานเพิ่มขึ้นทุกปี คือ TikTok (<https://wearesocial.com/us/blog/๒๐๒๐/๐๑/digital-๒๐๒๐-๓-๘-billion-people-use-social-media>)

Brand inside Asia ได้รวบรวมข้อมูลที่น่าสนใจเกี่ยวกับ แพลตฟอร์ม TikTok ไว้ดังนี้ (๑) ข้อมูลจาก MediaBrix ในปี ๒๐๒๐ ระบุว่า ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่มีการรับชมคอนเทนต์ประเภทวิดีโอ ร้อยละ ๕๕ มีการรับชมทุกวันถึง ร้อยละ ๙๐ และชื่นชอบวิดีโอสั้นแนวตั้ง ร้อยละ ๗๒ (๒) ข้อมูลจาก App Annie เปรียบเทียบการใช้แพลตฟอร์ม TikTok ระหว่างเดือนมกราคมปี ๒๐๒๑ กับเดือนมกราคมปี ๒๐๒๐ พบว่าในประเทศไทย มีการดาวน์โหลด TikTok เพิ่มขึ้นถึง ร้อยละ ๔๔ มีการเพิ่มขึ้นของการใช้เวลาบนแพลตฟอร์มของผู้ใช้แต่ละคนสูงถึง ร้อยละ ๗๑ มีระยะเวลาการใช้งานในแต่ละครั้งเพิ่มสูงขึ้นร้อยละ ๔๗ (๓) มีการสำรวจความรู้สึกของผู้ใช้คนไทยที่มีต่อ TikTok โดย Kantar ในปี ๒๕๖๓ พบว่า ร้อยละ ๘๓ ของผู้ใช้รู้สึกว่าการใช้ TikTok เป็นแพลตฟอร์มผู้นำกระแส ร้อยละ ๘๒ มองว่า TikTok เป็นแพลตฟอร์มที่เป็นบวก และทำให้ผู้ใช้รู้สึกดีเมื่อได้ใช้เวลาบนแพลตฟอร์ม (<https://brandinside.asia/tiktok-thailand-๒๐๒๑/>)

HUMBSUP MEDIA CO.,LTD. ได้รวบรวมข้อมูลไว้ ดังนี้ “TikTok” (หรือ “Douyin” ในประเทศจีน) เป็นแพลตฟอร์ม Social Media ในสังกัดของ ByteDance ที่เริ่มให้บริการเมื่อวันที่ ๒๙ กันยายน ๒๕๕๙ โดยมีจุดเด่นคือ การสร้างและแชร์วิดีโอสั้นๆ กับเพื่อนบนโลกออนไลน์ โดยในตัวแอปจะมีเอฟเฟกต์ต่างๆ

ทั้งภาพและเสียง ให้ผู้ใช้ได้สนุกไปกับการแต่งวิดีโอของตัวเองตามที่ต้องการ ดังนั้นผู้ใช้ TikTok ส่วนมากจึงเน้นเข้ามาเพื่อรับชมความบันเทิงมากกว่าสาระ (แต่ก็มีวิดีโอของผู้ใช้บางกลุ่มที่ให้สาระเช่นเดียวกัน) ผู้ใช้ TikTok เป็นวัยรุ่นที่มีอายุอยู่ในช่วง ๑๖ – ๒๔ ปี (Gen Z) คิดเป็น ร้อยละ ๔๑ ถือเป็นประชากรกลุ่มที่ใหญ่ที่สุดบนแพลตฟอร์ม โดยปัจจุบัน TikTok เปิดให้บริการใน ๑๕๕ ประเทศ และรองรับถึง ๗๕ ภาษาทั่วโลก ซึ่งมีพฤติกรรมการใช้งานของผู้ใช้ TikTok พบว่าผู้ใช้ให้เวลากับ TikTok เฉลี่ย ๕๒ นาที/วัน ร้อยละ ๙๐ ของผู้ใช้นั้นจะเข้า TikTok มากกว่า ๑ ครั้ง/วัน และในแต่ละวัน มีวิดีโอถูกเปิดดูบน TikTok กว่า ๑,๐๐๐ ล้านครั้ง จากสถิติในช่วงต้นจะเห็นได้ว่า TikTok สามารถทำให้ผู้ใช้เข้าถึงคอนเทนต์ได้ค่อนข้างมาก หากนำเวลาเฉลี่ยใช้บน TikTok คิดเป็น ๕๒ นาที/วัน มาเทียบกับแพลตฟอร์มอื่นอย่าง Facebook คิดเป็น ๕๘.๕ นาที/วัน และ Instagram คิดเป็น ๕๓ นาที/วัน จะพบว่าเวลาที่ใช้มีความใกล้เคียงกันมาก ในขณะที่คอนเทนต์บน TikTok ส่วนมากสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ง่ายกว่า ด้วยความเป็นคอนเทนต์บันเทิงที่ใช้เวลาสั้นๆ ในการรับชม ทำให้ message ที่ต้องการสื่อสาร สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากยิ่งขึ้น โดยที่ไม่โดนกดข้ามเนื่องจากจบเร็ว สามารถเข้าใจได้ง่าย เพราะต้องทำทุกอย่างให้สั้น และกระชับที่สุด นอกจากนี้สถิติยังระบุว่าแพลตฟอร์มนี้ยังมีการเติบโตอย่างรวดเร็วในกลุ่มผู้ใหญ่อีกด้วย จากการที่ผู้ใช้ในช่วงวัยที่สูงกว่า Gen Z มีการเติบโตขึ้นถึง ๕.๕ เท่า ในระยะเวลาต่ำกว่า ๑๘ เดือน เท่านั้น (<https://www.thumbsup.in.th/tiktok-trends-๒๐๒๐>)

จากผลสำรวจที่พบว่า Tiktok เป็นแพลตฟอร์มที่ดึงดูดความสนใจจากบุคคลในช่วงวัย Gen Z แต่อย่างไรก็ตาม การใช้ประโยชน์จากแอปพลิเคชันดังกล่าวสามารถเข้าถึงกลุ่มคนในทุกช่วงวัย เนื่องจากปัจจุบันผู้บริโภคสามารถรับสารได้หลากหลายช่องทาง และหากต้องการประชาสัมพันธ์ให้มีความรวดเร็ว กระชับ ฉับไว และสามารถทำให้ผู้รับสารเข้าใจในสารที่ต้องการสื่อออกไปให้ได้มากที่สุด Tiktok ก็เป็นอีกหนึ่งทางเลือกที่จะเป็นเครื่องมือในการเข้าถึงบุคลากรในสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎรที่มีบุคลากรที่มีความหลากหลายช่วงวัย รวมถึงเป็นแพลตฟอร์มที่มีความสร้างสรรค์ สามารถออกแบบเนื้อหาสาระในเชิงวิชาการในรูปแบบ Edutainment (สาระ+บันเทิง) ได้ง่ายที่สุด ดังนั้น สำนักนโยบายและแผน จึงได้เสนอนวัตกรรม “การประยุกต์ใช้ Social media Platform : TikTok ในการประชาสัมพันธ์งานของสำนักนโยบายและแผน” เพื่อเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ สร้างการเรียนรู้ การมีส่วนร่วม สนับสนุน การดำเนินงานต่างๆ ของสำนักนโยบายและแผน เพื่อให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพ สามารถนำเสนอ การประชาสัมพันธ์ในรูปแบบใหม่ๆ และเข้าถึงบุคลากรในทุกช่วงวัยของสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎรมากยิ่งขึ้น

๓. วัตถุประสงค์

๓.๑ เพื่อเพิ่มช่องทางการสื่อสารประชาสัมพันธ์ กระตุ้นความสนใจและการรับรู้ของสำนักนโยบายและแผน

๓.๒ เพื่อสร้างเครือข่ายในการขับเคลื่อนผลักดันการรณรงค์การดำเนินงานของสำนักนโยบายและแผนอย่างเป็นรูปธรรม

๔. วิธีดำเนินการ

๔.๑ ศึกษาและวิเคราะห์สื่อสังคมออนไลน์ที่มีความเหมาะสมแก่การนำมาประยุกต์ใช้ เพื่อใช้ส่งเสริมและสนับสนุนการเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์การดำเนินงาน ของสำนักนโยบายและแผน

๔.๒ สร้าง Account ของสำนักนโยบายและแผนใน TikTok

๔.๓ ศึกษา คิดหัวข้อ และเนื้อหาสาระที่จะนำเสนอ พร้อมทั้งศึกษาวิธีการจัดทำคลิปที่จะนำเสนอ

๔.๔ ติดตามและประเมินผล

๔.๕ ปรับปรุงเนื้อหาสาระ

๕. ระยะเวลาดำเนินการ

ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔

๖. ผลผลิต ผลลัพธ์ที่คาดหวัง

๖.๑ ผลผลิต

๖.๑.๑ บัญชีผู้ใช้ TikTok ในนาม “สำนักนโยบายและแผน สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร” ไม่น้อยกว่า ๑ บัญชี

๖.๑.๒ จำนวนผู้เข้ารับชมสื่อประชาสัมพันธ์ ไม่น้อยกว่า ๕๐ ครั้ง/คลิปวิดีโอ ผ่านแอปพลิเคชัน Tiktok

๖.๒ ผลลัพธ์

๖.๒.๑ ผู้ที่เกี่ยวข้องให้ความสนใจในเนื้อหาสาระ และหัวข้อที่น่าสนใจ

๖.๒.๒ จำนวน Engagement ในเนื้อหาสาระ และหัวข้อที่น่าสนใจผ่านแอปพลิเคชัน Tiktok ได้รับการ Share ผ่าน Social media ประเภทอื่นๆ ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๘๐

๗. ประโยชน์ที่จะได้รับ

๗.๑ เผยแพร่ สนับสนุน ขับเคลื่อนการดำเนินงานภายในสำนักนโยบายและแผน

๗.๒ ผู้ที่เกี่ยวข้อง ให้ความสนใจ และรับรู้ในหัวข้อ เนื้อหาสาระที่น่าสนใจ

๗.๓ ส่งเสริมภาพลักษณ์ของสำนักนโยบายและแผน

ส่วนที่ ๓ รายละเอียดของนวัตกรรม

คำชี้แจง: โพรตนำเสนอรายละเอียดของนวัตกรรมความยาวไม่เกิน ๑๕ หน้ากระดาษ A๔ ตัวอักษร TH SarabunPSK ขนาด ๑๖ พอยท์

ด้านนวัตกรรม

๑. ความสำคัญของนวัตกรรมที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการปฏิบัติงานหรือมีส่วนช่วยในการให้บริการ (อธิบายถึงแนวคิด/แรงบันดาลใจ/ปัญหาหรือสภาพการทำงานแบบเดิม ที่ทำให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ในการริเริ่มทำสิ่งใหม่ หรือสร้างสรรค์กระบวนการทำงานแบบใหม่ หรือสร้างสิ่งประดิษฐ์ใหม่ที่จะช่วยให้การดำเนินนโยบาย การบริการ หรือการบริหารจัดการ มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลเพิ่มขึ้น)

ปัจจุบัน สำนักนโยบายและแผนมีช่องทางการประชาสัมพันธ์ภารกิจงานต่างๆ ทั้งในรูปแบบออฟไลน์ (Offline) และรูปแบบออนไลน์ (Online) ไม่ว่าจะเป็นสารบรรณอิเล็กทรอนิกส์ แผ่นพับ Line และ Facebook page สำนักนโยบายและแผน สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร ซึ่งช่องทางดังกล่าวเป็นช่องทางที่ได้รับความนิยม และสามารถเข้าถึงบุคลากรของสำนักงานฯ ได้อย่างง่าย เนื่องจากมีความคุ้นชินและใช้งานในชีวิตประจำวัน แต่อย่างไรก็ตาม จากผลสำรวจพบว่า หลังปี พ.ศ. ๒๕๖๓ หลังการระบาดของโรคไวรัส COVID - ๒๐๑๙ ผู้คนต้องปรับตัวให้เข้ากับยุค New normal โดยทำการเว้นระยะห่างทางสังคม (Social Distancing) เพื่อเป็นการยับยั้งการระบาดของโรดังกล่าว จึงทำให้ผู้คนเข้าหา Social platform ใหม่ๆ เพื่อเป็นการบรรเทาความเครียดจากสถานการณ์ดังกล่าว ประกอบกับต้องการค้นหาเนื้อหา (Content) ที่มีความสนุกสนานและรวดเร็ว Tiktok จึงเป็น Platform ที่ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น และเป็นกระแสอย่างรวดเร็ว เนื่องจากเป็นแอปพลิเคชันที่ผู้ใช้เจ้าของบัญชีสามารถสร้างคอนเทนต์วิดีโอได้ง่ายๆ ผ่านโทรศัพท์มือถือ และสามารถสร้างสคริปต์วิดีโอด้วยเพลงและ AR effect ต่างๆ ได้อย่างหลากหลาย สาเหตุอีกประการหนึ่งที่ Tiktok สามารถครองใจผู้บริโภคในปัจจุบันนั้นก็คือ วิดีโอคอนเทนต์เป็นคลิปสั้นๆ เพียง ๑๕ วินาที

ทำให้ดึงดูดให้ผู้รับชมเกิดความสนใจในเนื้อหา เพราะมีความกระชับ ฉับไว มีลูกเล่นต่างๆ เพื่อดึงดูดให้ผู้ใช้งานต้องการเข้ามารับชมและเกิด Engagement ต่อบัญชีผู้ใช้นั้นๆ ต่อไปเรื่อยๆ หากมีการอัปเดตเนื้อหาอะไรใหม่ๆ ก็จะทำให้ผู้บริโภครอยากรติดตามและรับสารจากผู้ใช้ได้โดยง่าย Tiktok จึงเป็นอีกหนึ่งเครื่องมือที่สำนักนโยบายและแผนเล็งเห็นแล้วว่าสามารถนำมาใช้ประโยชน์และสามารถประยุกต์ใช้เพื่อพัฒนาเนื้อหาสาระในเชิงวิชาการ ออกมาในรูปแบบความบันเทิง หรือ Edutainment (Education + Entertainment) ให้เข้าถึงบุคลากรภายในสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎรให้มากขึ้น อีกทั้งยังเป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ที่มีภาพจำ เสริมสร้างการรับรู้สื่อต่างๆ ที่มีความแปลกใหม่ เป็นอีก ๑ ช่องทางออนไลน์ในการประชาสัมพันธ์ภารกิจงานต่างๆ ที่อาจจะได้รับความสนใจมากขึ้นด้วยการนำเสนอที่เข้าถึงง่าย เป็นภาพเคลื่อนไหวและมีความสร้างสรรค์

นอกจากนี้ Tiktok ยังเป็นอีกหนึ่งทางเลือกการริเริ่มสร้างสรรค์นำเสนอเนื้อหาวิชาการหรือภารกิจงานต่างๆ ในรูปแบบ Edutainment เพื่อดึงดูดให้บุคลากรหันมาสนใจสื่อประชาสัมพันธ์ของสำนักนโยบายและแผนมากขึ้น เนื่องจากการนำเสนอที่ต้องการให้บุคลากรสามารถเข้าใจเนื้อหาสาระได้อย่างง่ายๆ ไม่วิชาการจนเกินไปจนทำให้ผู้รับสารรู้สึกอึดอัด หรือเป็นการสื่อสารแบบทางการมากเกินไปที่จะทำให้ผู้รับสารเกิดความเบื่อหน่าย และมองข้ามเนื้อหาที่สำนักนโยบายและแผนต้องการจะเผยแพร่ออกไป การประชาสัมพันธ์เนื้อหาในรูปแบบบันเทิงและสาระ จึงเป็นอีกหนึ่งใจความสำคัญที่สำนักนโยบายและแผนต้องการนำเสนอผ่านคอนเทนต์สื่อดิจิทัลในรูปแบบวิดีโอต่างๆ เพื่อให้ผู้รับสารเกิดความชื่นชอบและได้รับประโยชน์จากการรับชมมากที่สุด

นอกจากนี้ ในการดำเนินงานเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ ขับเคลื่อนการดำเนินงานต่างๆ ของสำนักนโยบายและแผน มีการดำเนินงานผ่านช่องทางต่างๆ อาทิ line กลุ่มสำนักนโยบายและแผน Page Facebook สำนักนโยบายและแผน ซึ่งเนื้อหาสาระในการสื่อสารและเผยแพร่ จะเป็นในรูปแบบของภาพถ่ายพร้อมคำบรรยายใต้ภาพ หรือ Info-graphic พร้อมคำบรรยายสรุปเนื้อหาสาระสำคัญ ซึ่งทำให้ช่องทางต่างๆ ที่ได้กล่าวไปแล้วในข้อต้น ขาดชีวิตชีวา บางคนเปิดมาแล้วผ่านไป ไม่อ่าน ไม่น่าสนใจ ไม่ดึงดูด จึงได้ดำเนินการศึกษาช่องทางอื่นๆ เพื่อหารูปแบบการนำเสนอให้มีความสนใจมากยิ่งขึ้น ซึ่งแพลตฟอร์มที่กำลังมาแรงในยุคปัจจุบันนี้คือ Tiktok ซึ่งสามารถนำเสนอเนื้อหาสาระ ได้ทั้งรูปแบบของคลิปวิดีโอสั้นๆ และภาพถ่ายประกอบเสียงเพลง หรือเสียงพูด ทำให้ดึงดูดผู้ที่เกี่ยวข้อง เข้ามาชมเนื้อหา หรือคลิปวิดีโอได้

๒. ความเปลี่ยนแปลงต่อกระบวนการงานที่เป็นรูปธรรมหรือที่สังเกตเห็นได้ (อธิบายถึงความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในกระบวนการงานเมื่อนำนวัตกรรมมาใช้ โดยแสดงให้เห็นถึงความทันสมัย ประสิทธิภาพและประสิทธิผล โดยอาจแสดงถึงความแตกต่างระหว่างการดำเนินการในรูปแบบเดิม กับการดำเนินการในรูปแบบใหม่ที่มีการนำนวัตกรรมมาใช้)

ในการดำเนินงานเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ ขับเคลื่อนการดำเนินงานต่างๆ ของสำนักนโยบายและแผน มีการดำเนินงานผ่านช่องทางต่างๆ อาทิ line กลุ่มสำนักนโยบายและแผน Page Facebook สำนักนโยบายและแผน ซึ่งเนื้อหาสาระในการสื่อสารและเผยแพร่ จะเป็นในรูปแบบของภาพถ่ายพร้อมคำบรรยายใต้ภาพ หรือ Infographic พร้อมคำบรรยายสรุปเนื้อหาสาระสำคัญ ซึ่งทำให้ช่องทางต่างๆ ที่ได้กล่าวไปแล้วในข้างต้น ขาดชีวิตชีวา บางคนเปิดมาแล้วผ่านไป ไม่อ่าน ไม่น่าสนใจ ไม่ดึงดูด จึงได้ดำเนินการศึกษาช่องทางอื่นๆ เพื่อหารูปแบบการนำเสนอให้มีความสนใจมากยิ่งขึ้น สำนักนโยบายและแผนจึงได้ศึกษาข้อมูลและวิเคราะห์บริบทและปัจจัยภายนอกต่างๆ พบว่า การนำแอปพลิเคชัน Tiktok มาประยุกต์ใช้เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ของสำนักนโยบายและแผนเป็นอีกหนึ่งทางเลือก ที่สำนักนโยบายและแผนสามารถนำมาใช้เป็น

เครื่องมือในการเผยแพร่องค์ความรู้และเนื้อหาสาระต่างๆที่มีทั้งความบันเทิงและความรู้ควบคู่กันได้ การพัฒนาเนื้อหาสาระในรูปแบบ Edutainment ถือเป็นเรื่องใหม่ของทั้งผู้ดูแลบัญชี Tiktok (Admin) และผู้ใช้ (User) เป็นอย่างมาก แต่อย่างไรก็ตาม การนำ Tiktok มาปรับใช้ภายในสำนักงานฯ ก็เป็นการนำเสนอทางเลือกการรับสารในรูปแบบใหม่ เพื่อแก้ไขปัญหาคความซ้ำซาก จำเจ และดึงความสนใจจากบุคลากรภายในสำนักนโยบายและแผน และบุคลากรภายในสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎรได้มากขึ้น โดยวัดได้จากการเก็บข้อมูลการเข้าถึงเนื้อหาที่ประชาสัมพันธ์และการ Engage ของผู้รับชมสื่อประชาสัมพันธ์ พบว่า ในการประชาสัมพันธ์เนื้อหาหรือข่าวสารของสำนักนโยบายและแผน มียอดกดไลค์หรือแชร์ผ่าน Facebook ในแต่ละครั้ง ไม่เกิน ๑๐ ครั้ง โดยการเข้าถึงเนื้อหาและการส่งต่อข้อมูล จะมีเพียงแค่เพื่อนหรือผู้ติดตามใน Facebook เท่านั้น ที่จะสามารถเข้าถึงเนื้อหาดังกล่าวได้ ในขณะที่การประชาสัมพันธ์ในรูปแบบวิดีโอคอนเทนต์เป็นภาพเคลื่อนไหว มีข้อดีคือผู้ดูแลบัญชี (Admin) สามารถแชร์คอนเทนต์ดังกล่าว ทั้งในแอปพลิเคชัน Facebook และ Tiktok รวมถึงสามารถนำไฟล์วิดีโอลงในแพลตฟอร์มอื่นๆ ได้ เป็นการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ อีกทั้ง การประชาสัมพันธ์เนื้อหาผ่าน Tiktok ยังดึงดูด Engagement จากผู้เยี่ยมชมได้ทั้งบุคคลที่เป็นเพื่อนและบัญชีผู้ใช้อื่นๆ ทำให้การรับรู้ภารกิจงานของหน่วยงานเป็นที่แพร่หลายมากขึ้น เช่น สำนักนโยบายและแผน ประชาสัมพันธ์ภารกิจงานรณรงค์ส่งเสริมการปฏิบัติตามประมวลจริยธรรมข้าราชการรัฐสภาและความโปร่งใส โดยเป็นการเชิญชวนให้ข้าราชการทำบุญไหว้พระสวดมนต์ที่วัดแก้วฟ้าจุฬามณี ผ่าน Tiktok ของสำนักนโยบายและแผน ชื่อบัญชี plan_pr ซึ่งในวิดีโอดังกล่าวมียอดผู้เข้าชมกว่า ๕๐๐ ครั้ง และนำคลิปแชร์ผ่าน Facebook ก็มียอดเข้าชมและส่งต่อเพื่อประชาสัมพันธ์ภารกิจงานของสำนักนโยบายและแผนเพิ่มขึ้นอีกด้วย จึงเห็นได้ว่า การนำ Tiktok มาประยุกต์ใช้ รวมถึงใช้ประโยชน์จาก effect ต่างๆ ภายในตัวแอปพลิเคชัน เป็นการปรับโฉมการประชาสัมพันธ์ให้ทันสมัย สอดรับกับบริบทสังคมที่เปลี่ยนไปอย่างรวดเร็ว และมีความพยายามในการปรับปรุงกระบวนการ การดำเนินการของสำนักนโยบายและแผนให้เท่าทันความต้องการของผู้รับสารที่มีความเป็นพลวัต และหันมาสนใจเนื้อหาที่สำนักนโยบายและแผนต้องการจะประชาสัมพันธ์ และเป็นที่พูดถึงในวงกว้างมากยิ่งขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการทำกิจกรรมแจกของรางวัล ผ่านการประชาสัมพันธ์โครงการ Green office และมีผู้เข้าร่วมกิจกรรมผ่าน Tiktok จากสำนักอื่นๆ มาร่วมกิจกรรมด้วย เป็นต้น อีกทั้ง การสร้างสรรค์คอนเทนต์วิดีโอ ต้องอาศัยความร่วมมือจากบุคลากรภายในสำนักนโยบายและแผน ซึ่งได้รับความร่วมมือและร่วมใจกันผลิตผลงานจากทุกกลุ่มงาน เป็นการเสริมสร้างความสามัคคี การทำงานร่วมกันและแบ่งปันความรู้ ประสบการณ์ทำงาน เพื่อสร้างสรรค์ออกมาเป็นเนื้อหาเชิงวิชาการที่มีความบันเทิง และมีการสื่อสารประสานการร่วมมือกันทำงานมากยิ่งขึ้น

ด้านประโยชน์ต่อสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร

๓. ผลผลิต/ผลลัพธ์ที่เป็นประโยชน์ต่อบุคลากรของสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร)

ผู้ปฏิบัติงาน

๑. เกิดช่องทางเผยแพร่ประชาสัมพันธ์เชิงรุก สร้างการกระตุ้น การจูงใจให้กับผู้ที่เกี่ยวข้องทำให้ผู้สื่อสารสามารถเข้าถึง และใกล้ชิดกับผู้รับสารได้มากขึ้น

๒. เกิดการเรียนรู้ พัฒนาทักษะในการดำเนินการติดต่อ เพื่อนำไปต่อยอดในการดำเนินงานอื่นๆ ต่อไป

บุคลากรภายในสำนักงานฯ

๑. บุคลากรภายในสำนักงานฯ สามารถติดตาม รับรู้ข้อมูล เนื้อหา ข่าวสารที่จะสื่อสารได้ง่ายขึ้น

๒. บุคลากรสามารถมีส่วนร่วมในการจัดทำคลิปวิดีโอ เพื่อสร้างการเรียนรู้ การรับรู้ และความผูกพันภายในองค์กร

๔. ผลผลิต/ผลลัพธ์ที่เป็นประโยชน์ต่อสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร

สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร มีภาพลักษณ์ และช่องทางในการสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ที่ทันสมัย น่าสนใจ และสามารถเข้าถึงกลุ่มของเด็กรุ่นใหม่ได้เป็นอย่างดี

๕. ความยั่งยืนของนวัตกรรมและการนำไปประยุกต์ใช้ในอนาคต

กระบวนการทางนวัตกรรมมีบทบาทสำคัญที่จะช่วยแก้ปัญหาต่างๆ รวมทั้งปรับปรุงสิ่งต่างๆ ให้ดีขึ้น นับเป็นความท้าทายอย่างยิ่งในการเชื่อมโยงการพัฒนากับความยั่งยืนเพิ่มมากขึ้น ดังนั้น ปัจจัยที่จะทำให้การใช้แอปพลิเคชันดังกล่าวเกิดความยั่งยืน มีข้อเสนอดังนี้

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

- สำนักงานฯ ควรมีนโยบายการให้ความรู้ด้านทักษะดิจิทัลใหม่ๆ แก่บุคลากร เพื่อให้มีองค์ความรู้ในการพัฒนาการปฏิบัติงานผ่าน Digital platform มากยิ่งขึ้น

- สร้างการตระหนักและการรับรู้ถึงความสำคัญในการนำ แพลตฟอร์มออนไลน์ใหม่ๆ มาประยุกต์ใช้กับบริบทงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้สำนักงานฯ มีความทันสมัย เป็นที่ยอมรับกับสาธารณชน และคนรุ่นใหม่

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

- อัปเดตองค์ความรู้การใช้งานแอปพลิเคชัน TikTok อย่างสม่ำเสมอ เมื่อมีการปรับปรุง เวอร์ชันของแอปพลิเคชัน เพื่อให้บุคลากรมีความรู้ความเข้าใจการใช้งานมากยิ่งขึ้น

- จัดทำคู่มือหรือคลิปวิดีโอแนะนำการใช้ TikTok เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการเผยแพร่องค์ความรู้หากมีบุคลากรสนใจที่จะนำไปประยุกต์ใช้ภายในหน่วยงานของตนเอง

ด้านบูรณาการ

๖. ความสอดคล้องของนวัตกรรมกับพันธกิจและยุทธศาสตร์ของสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร และยุทธศาสตร์ชาติ

การนำ TikTok มาใช้ เป็นสื่อประชาสัมพันธ์เนื้อหาสาระในรูปแบบความบันเทิงหรือ Edutainment เป็นกิจกรรมที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติและยุทธศาสตร์ของสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร ดังนี้

ยุทธศาสตร์ชาติ

TikTok เป็นเครื่องมือในรูปแบบออนไลน์ที่มีความแพร่หลายต่อสาธารณชน และเป็นเครื่องมือประชาสัมพันธ์ที่มีความทันสมัย เข้ากับนโยบายรัฐบาลที่ต้องการให้ประเทศไทยก้าวสู่ Thailand ๔.๐ รัฐบาลมีความต้องการให้หน่วยงานราชการปรับภาพลักษณ์ให้เข้าถึงง่าย มีความสากล และมีความทันสมัย ซึ่งแอปพลิเคชันนี้เป็นแพลตฟอร์มที่ได้รับการยอมรับในระดับสากล ไม่ต่างจาก Facebook Instagram หรือ Line จึงทำให้การใช้เครื่องมือนี้เป็นหนึ่งในการประชาสัมพันธ์ภารกิจงานของรัฐ เป็นการปรับตัวให้เข้ากับบริบทของสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป ประกอบกับยุทธศาสตร์ชาติ ในประเด็นที่ ๖ การปรับสมดุลและพัฒนา

ระบบการบริหารจัดการภาครัฐ ที่กำหนดให้ภาครัฐมีความทันสมัย ทนต่อการเปลี่ยนแปลง และมีขีดสมรรถนะสูง สามารถปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ มีความคุ้มค่า เทียบได้กับมาตรฐานสากล สามารถรองรับกับสภาพแวดล้อมในการปฏิบัติงานที่มีความหลากหลายซับซ้อนมากขึ้น และทนต่อการเปลี่ยนแปลงในอนาคต จึงทำให้กิจกรรมดังกล่าว เป็นการสนับสนุนยุทธศาสตร์ดังกล่าวทั้งในทางตรงทั้งการใช้ประโยชน์จากระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ และทั้งประโยชน์ในทางอ้อมในการลดต้นทุนการใช้ทรัพยากรในการประชาสัมพันธ์ภารกิจงานต่างๆ ได้มากยิ่งขึ้น

ยุทธศาสตร์สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร

นอกจากกิจกรรมนี้จะเป็นการสนับสนุนการบรรลุภารกิจตามยุทธศาสตร์ชาติแล้ว การใช้ประโยชน์จากแพลตฟอร์มดิจิทัลดังกล่าว เป็นการตอบสนองและเป็นอีกหนึ่งกิจกรรมในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร ในประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๑ พัฒนาองค์กรให้ก้าวสู่การเป็น Digital Parliament ในประเด็นตัวชี้วัดระดับความสำเร็จของการพัฒนาทักษะดิจิทัลและการสร้างนวัตกรรม เพื่อสนับสนุนการปฏิบัติงาน ให้บรรลุตามค่าเป้าหมายที่กำหนดไว้ และเป็นกิจกรรมที่สามารถต่อยอดพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์และการสื่อสารในระดับองค์กรได้ในอนาคต เพื่อให้สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎรมีภาพลักษณ์ที่ทันสมัย ใช้ประโยชน์จากระบบดิจิทัลในปัจจุบันได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

๗. กระบวนการพัฒนานวัตกรรม การวิเคราะห์ การปฏิบัติงานหรือกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการสนับสนุนการดำเนินงานของหน่วยงานมากกว่า ๑ หน่วยงาน ในสังกัดของสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร

การนำ Tiktok มาใช้เป็นสื่อประชาสัมพันธ์เนื้อหาสาระในรูปแบบความบันเทิง หรือ Edutainment มีเป้าหมายเพื่อใช้เป็นช่องทางในการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ภารกิจงานของสำนักนโยบายและแผน และเผยแพร่แก่ข้าราชการ บุคคลในวงงานรัฐสภา และประชาชนทั่วไปได้รับรู้ รับทราบ การดำเนินงานและข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์แก่องค์กรและคนทั่วไป และเป็นส่วนหนึ่งในการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ของสำนักงานฯ แก่สาธารณชนในรูปแบบที่ทันสมัยมากขึ้น รวมถึงสร้างการรับรู้ที่ดีแก่ข้าราชการ บุคคลในวงงานรัฐสภา และประชาชน

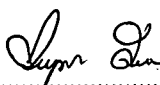
หมายเหตุ : หากมีหลักฐานผลการสำรวจความพึงพอใจของผู้รับบริการ/สถิติการนำไปใช้ประโยชน์/ความคิดเห็น/ข้อเสนอแนะของผู้นำไปใช้ประโยชน์ ให้แนบท้ายแบบฟอร์มฉบับนี้เพื่อประกอบการพิจารณา

(ลงชื่อ).....

(นางสาวภาคมน มุลศาสตรสาทร)

ผู้เสนอผลงาน/ผู้ประสานงาน

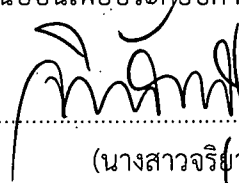
วันที่ ๙ เมษายน ๒๕๖๔

(ลงชื่อ).....

(นางวรรณฤทัย สงวนรักษ์)

ผู้บังคับบัญชากลุ่มงานยุทธศาสตร์และแผนพัฒนา

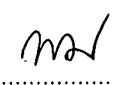
วันที่ ๙ เมษายน ๒๕๖๔

(ลงชื่อ).....

(นางสาวจรีฟ้า จรัสเพิ่มสุข)

ผู้เสนอผลงาน/ผู้ประสานงาน

วันที่ ๙ เมษายน ๒๕๖๔

(ลงชื่อ).....

(นางพุดชาติ ทองเอม)

ผู้บังคับบัญชากลุ่มงานนโยบายและพัฒนาระบบการบริหาร

วันที่ ๙ เมษายน ๒๕๖๔

ข้อเสนอแนะนวัตกรรมในรูปแบบอินโฟกราฟิก (Infographic)

ชื่อนวัตกรรม การประยุกต์ใช้ Social Media Platform: TikTok

ในการประชาสัมพันธ์งานของสำนักนโยบายและแผน

ชื่อผู้เสนอ นางสาวจริยา จรัสเพิ่มสุข และนางสาวภคสมน มุลศาสตรสาทร

สำนักนโยบายและแผน



1. เหตุผลความจำเป็น

- ลดความจำเจ
- เพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์
- พัฒนาเนื้อหาสาระในรูปแบบ Edutainment

2. วิธีการดำเนินการ

- สร้าง Account ของสำนักนโยบายและแผน ใน TikTok
- ศึกษา คัดหัวข้อ และเนื้อหาสาระที่จะนำเสนอ พร้อมทั้งศึกษาวิธีการจัดทำคลิปที่จะนำเสนอ
- ติดตามและประเมินผล
- ปรับปรุงเนื้อหาสาระ

3. ระยะเวลาในการดำเนินการ

ปีงบประมาณ พ.ศ. 2564

5. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- เผยแพร่ สนับสนุน ขับเคลื่อนการดำเนินงานภายในสำนักนโยบายและแผน
- ผู้ที่เกี่ยวข้อง ให้ความสนใจ และรับรู้ในหัวข้อเนื้อหาสาระที่น่าสนใจ
- ส่งเสริมภาพลักษณ์ของสำนักนโยบายและแผน

4. ผลผลิต/ผลลัพธ์

ผลผลิต

- บัญชีผู้ใช้ TikTok ในนาม “สำนักนโยบายและแผน สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร” ไม่น้อยกว่า 1 บัญชี
- จำนวนผู้เข้ารับชมสื่อประชาสัมพันธ์ ไม่น้อยกว่า 50 ครั้ง/คลิปวิดีโอ ผ่านแอปพลิเคชัน Tiktok

ผลลัพธ์

- ผู้ที่เกี่ยวข้องให้ความสนใจในเนื้อหาสาระ และหัวข้อที่น่าสนใจ
- จำนวน Engagement ในเนื้อหาสาระ และหัวข้อที่น่าสนใจผ่านแอปพลิเคชัน Tiktok ได้รับการ Share ผ่าน Social media ประเภทอื่นๆ ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๘๐

