

โจทย์	เราจะทำให้ศาลสามารถประชาสัมพันธ์ได้เข้าถึงประชาชน ได้มากขึ้นได้อย่างไร?
ไอเดียของทีม	หา “วิธีการ” ประชาสัมพันธ์ ที่ทำให้ศาลเข้าถึงประชาชนได้มากขึ้น โดยใช้คำถาม <b>What + Who + How + Where + When</b> และ 5 ขั้นตอนของ <i>Design Thinking Process</i>

**What** คือ โจทย์ที่ทีมได้รับมอบหมาย

**Who (Empathize)** คือ การกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่จะสัมภาษณ์ โดยกำหนดเป็นกลุ่ม “ผู้ส่งสาร” และ “ผู้รับสาร”

**Who (Define)** คือ กลุ่มเป้าหมาย ซึ่งจากการ empathize ได้ความว่า

1. กลุ่มคนไม่มีปัญหา/คนที่ไม่เคยเข้ากระบวนการยุติธรรม>>>ไม่ต้องการเข้าสู่กระบวนการศาล และหากเจอปัญหาที่จะพยายามหาทางเลือกที่ไม่ต้องเข้ากระบวนการ เพราะดูน่ากลัว และไม่มั่นใจว่าจะได้รับความยุติธรรม
2. กลุ่มคนมีปัญหา/คนที่เข้าหรืออยู่ในกระบวนการยุติธรรม>>>ไม่มีแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือ ชัดเจน และเข้าใจได้ง่าย ซึ่งในปัจจุบัน ข้อมูลที่สามารถเข้าถึงได้ ไม่น่าเชื่อถือ ไม่ชัดเจน และไม่สามารถให้คำตอบได้ทุกประเด็น
3. เจ้าหน้าที่>>>ไม่มีแนวทางการปฏิบัติงานที่ชัดเจนจากผู้บริหารระดับสูง ทำให้ไม่สามารถใช้ความรู้ความสามารถของตนเองมาปฏิบัติงานได้เต็มที่ จึงทำให้ปัจจุบันต้องทำงานแบบ Routine

**How (Ideate)** คือ การออกแบบวิธีการที่จะทำให้ศาลเข้าถึงประชาชนได้มากขึ้น ซึ่งได้ผลลัพธ์เป็นการใช้เครื่องมือ “Baby 2 คน”

1. Baby คนที่ 1 “Pr-Team” สร้าง “คณะทำงานประชาสัมพันธ์ของศาลยุติธรรม” ประกอบด้วย
  - 1.1 คณะกรรมการโดยตำแหน่ง - เพื่อความต่อเนื่อง ซึ่งได้แก่ เจ้าหน้าที่ของ... 1.สำนักกฎหมายฯ (ข้อกฎหมาย, การประสานความร่วมมือระหว่างหน่วยงาน) 2.สำนักเทคโนโลยีฯ (โปรแกรม, ระบบงาน, ระบบฮาร์ดแวร์) 3.สำนักแผนฯ (ทำแผน, ดูแลและจัดการงบ) 4.กองสารนิเทศ (ตามภารกิจ, ประสพการณ์ตรง, การสร้างเครือข่ายกับสื่อภายนอก), 5.สถาบันพัฒนาข้าราชการศาลยุติธรรม (ประสานกับผู้บริหารระดับสูงของหน่วยงานภายนอกในระดับภาครัฐและเอกชน) และ 6.สำนักส่งเสริมงานตุลาการ (ส่วนส่งเสริมพัฒนางานศาลดิจิทัลและนวัตกรรม)
  - 1.2 คณะกรรมการทางด้านผู้บริหาร - ที่มีการปรับเปลี่ยนตามเลขาธิการสำนักงานศาลยุติธรรมและประธานศาลฎีกา

โดยคณะทำงานประชาสัมพันธ์ศาลยุติธรรม มีหน้าที่ดำเนินการ

  - 1) วางแผนยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์สำนักงานศาลยุติธรรมทุก 4 ปี โดยให้สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์ศาลยุติธรรม
  - 2) จัดทำการประสานความร่วมมือกับหน่วยงานระดับองค์กรของภาครัฐและเอกชนเพื่อให้อยู่ช่วยในการประชาสัมพันธ์ของศาล
  - 3) ดำเนินการผลิตและเป็นศูนย์กระจายข้อมูลด้านการประชาสัมพันธ์ไปให้ศาลต่าง ๆ ทั่วประเทศเพื่อให้รูปแบบในการประชาสัมพันธ์เป็นรูปแบบเดียวกันทั่วประเทศ (ภาพจำของประชาชนจะได้เป็นภาพเดียวกันทั้งประเทศ)
  - 4) ดำเนินการจัดทำโครงการต่าง ๆ ให้ศาลทั่วประเทศโดยให้กลุ่มงานประชาสัมพันธ์ (กลุ่มงานใหม่ของแต่ละศาลที่ประกอบด้วยนักประชาสัมพันธ์และนิติกรที่ให้ความรู้แก่ประชาชน) และเพิ่มการประสานความร่วมมือกับหน่วยงานระดับชุมชนและท้องถิ่นเพื่อสร้างตัวแทนในการให้ความรู้/ช่วยเหลือประชาชน/แนะนำให้ประชาชนมาติดต่อสอบถามที่ศาล
2. Baby คนที่ 2 “Co-Models” ผลิตสื่อในรูปแบบต่าง ๆ และประสานความร่วมมือไปยังหน่วยงานรัฐ/เอกชน ให้ช่วยประชาสัมพันธ์

**How (Prototype + Test)** สัมภาษณ์ผู้ใช้ + ผู้ผลิต โดยการสร้างแบบจำลองที่ประหยัดเวลาการใช้งาน เข้าถึงง่าย และเข้าใจง่าย ซึ่งจะต้องผ่านการปรับแก้ให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย

**Where** ส่วนกลาง (คณะทำงาน + ผลิตสื่อ) >>> ทุกที่ทั่วไทย

(ศาลแต่ละที่ผลิตเอง/ ส่วนกลางผลิตแล้วส่งให้หน่วยงานรัฐ/เอกชน ช่วยประชาสัมพันธ์) \*\*\*จะตอบโจทย์ได้ ต้องทำทั่วประเทศไทย เพื่อให้ประชาชนเข้าถึงได้มากที่สุด

**When** เริ่มได้ทันที มีคณะทำงานวางนโยบาย >> ผลิตสื่อ\*\*\*จะตอบโจทย์ได้ ต้องเริ่มทำให้เร็วที่สุด เพื่อให้ประชาชนเข้าถึงได้มากที่สุด

