บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ สำนักพัฒนานโยบายและแผนฯ ส่วนประเมินผล โทร.๐๒ -๖๑๘๒๓๒๓ ต่อ ๑๕๐๓-๕
ที่ นร ๐๒๒๐.๐๔/ ๑๕๑๐ **วันที่** ๑๑ พฤษภาคม ๒๕๕๔
เรื่อง ข้อเสนอจากผลการวิจัยและผู้ประเมินอิสระภายนอกประจำปี งบประมาณ ๒๕๕๓ และการเก็บข้อมูลของผู้ประเมินอิสระจากภายนอก ประจำปีงบประมาณ ๒๕๕๔

เรียน ผอ.สำนัก/กอง

เพื่อโปรดพิจารณา

เรื่องเดิม

สนผ.ได้รับมอบหมายให้จัดจ้างผู้ประเมินอิสระภายนอก ประเมินผลตัวชี้วัดตามคำรับรองการปฏิบัติราชการ กปส. ประจำปีงบประมาณ ๒๕๕๓ จำนวน ๖ ตัวชี้วัด โดยได้แจ้งผลการดำเนินงานดังกล่าว รวมทั้งส่งรายงานการประเมินผล ไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และได้นำรายงานผลดังกล่าว เข้าสู่ระบบอินทราเน็ตของ กปส. แล้ว ตั้งแต่ วันที่ ๑๗ พฤศจิกายน ๒๕๕๓

ข้อพิจารณา

ในปีงบประมาณ ๒๕๕๔ สนผ. ได้จัดจ้างผู้ประเมินอิสระภายนอก จำนวน ๓ คน เพื่อประเมินผลตัวชี้วัดทั้ง ๖ ตัวชี้วัด ซึ่งเป็นตัวชี้วัดชุดเดียวกับตัวชี้วัดในปี งบประมาณ ๒๕๕๓ ดังนี้

ตัวชี้วัดที่ ๓.๑.๑ ร้อยละของประชาชนกลุ่มเป้าหมายที่รับรู้และเข้าใจในเนื้อหายุทธศาสตร์ชาติและนโยบายสำคัญของรัฐบาล (รศ.พัชนี เชยจรรยา)

ตัวชี้วัดที่ ๓.๑.๒ ร้อยละของกลุ่มเป้าหมายชาวต่างประเทศที่รับรู้ในเนื้อหายุทธศาสตร์ชาติและนโยบายสำคัญของรัฐบาล (รศ.พัชนี เชยจรรยา)

ตัวชี้วัดที่ ๓.๑.๔ ร้อยละจำนวนผู้ฟังรายการวิทยุของ กปส. (รศ.ไพบูรณ์ คะเชนทรพรรค์)

ตัวชี้วัดที่ ๓.๑.๕ ร้อยละจำนวนผู้ชมรายการโทรทัศน์ของ กปส.(รศ.ไพบูรณ์ คะเชนทรพรรค์)

ตัวชี้วัดที่ ๓.๑.๘ ร้อยละความพึงพอใจของหน่วยงานเจ้าของโครงการประชาสัมพันธ์พิเศษ (รศ.ดร.สราวุธ อนันตชาติ)

ตัวชี้วัดที่ ๓.๑.๑๐ ร้อยละของผู้รับบริการกลุ่มเป้าหมายยอมรับภาพลักษณ์ที่ดีของกรมประชาสัมพันธ์ในความเป็นมืออาชีพด้านการสื่อสารมวลชนและการประชาสัมพันธ์ระดับชาติ (รศ.ดร.สราวุธ อนันตชาติ)

สนผ.ได้จัดประชุมร่วมกับผู้ประเมินอิสระภายนอก ผู้แทน กพร.กปส. ผู้กำกับตัวชี้วัด และผู้จัดเก็บข้อมูลตัวชี้วัด เพื่อพิจารณารายละเอียดต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับรายละเอียดตัวชี้วัด ได้แก่ เกณฑ์การวัดที่ สำนักงาน กพร. กำหนด การสุ่มตัวอย่างและการเก็บข้อมูล ระยะเวลาการเก็บข้อมูล เป็นต้น

/ ๒.ความเห็น...

ความเห็น

๑. เห็นควรแจ้งเวียนเพื่อเป็นการย้ำเตือน ให้ผู้ที่เกี่ยวข้องกับตัวชี้วัดตามคำรับรองการปฏิบัติราชการ กปส. ประจำปีงบประมาณ ๒๕๕๔ พิจารณาข้อเสนอแนะจากการประเมินและข้อเสนอแนะของผู้ประเมินอิสระภายนอก ในการประเมินผลปี ๒๕๕๓ (เอกสารแนบ) ทั้งนี้ เพื่อให้สามารถพัฒนาการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องและบรรลุค่าเป้าหมายตามคำรับรองการปฏิบัติราชการในปีงบประมาณ ๒๕๕๔

๒. เห็นควรแจ้งเวียนให้ผู้ที่เกี่ยวข้องทราบว่าผู้ประเมินอิสระจากภายนอก จะลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลในเดือน มิถุนายน ๒๕๕๔

ในประเด็นนี้ สนผ. ขอเสนอความเห็นเพิ่มเติมจากผู้ประเมินอิสระว่า หน่วยงานที่เกี่ยวข้องตามตัวชี้วัดต่างๆ ควรเพิ่มความถี่ในการประชาสัมพันธ์ในช่วงเวลาดังกล่าว และ/หรือสรุปประเด็นต่างๆ ที่เกี่ยวข้องมาประชาสัมพันธ์ซ้ำ เพื่อเป็นการตอกย้ำให้กลุ่มเป้าหมายรับรู้ เข้าใจประเด็นการประชาสัมพันธ์และจดจำว่ารับสื่อของกรมประชาสัมพันธ์ เนื่องจากในปัจจุบันประชาชนมีสื่อทางเลือกมาก และการประชาสัมพันธ์บางเรื่องหากทำไปแล้วเป็นระยะเวลานานและไม่มีการตอกย้ำเพิ่มเติม กลุ่มเป้าหมายอาจเกิดการสับสนหรือลืมเลือนไปได้ ทำให้ส่งผลกระทบต่อการประเมินผล

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ และพิจารณาดำเนินการต่อไปด้วย จะขอบพระคุณยิ่ง

(นางธารทิพย์ ทองงามขำ)
ผอ.สนผ.

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

การประเมินผลตัวชี้วัดตามคำรับรองของการปฏิบัติราชการ กปส.

ประจำปีงบประมาณ ๒๕๕๓ (โดย ผู้ประเมินอิสระ)

ตัวชี้วัดคำรับรอง การปฏิบัติราชการ กปส.	**ข้อเสนอแนะ**	**หน่วยงาน ที่เกี่ยวข้อง**
ตัวชี้วัดที่ ๓.๑.๑ ร้อยละของประชาชนกลุ่มเป้าหมายที่รับรู้และเข้าใจในเนื้อหายุทธศาสตร์ชาติและนโยบายสำคัญของรัฐบาล ๑. การประชาสัมพันธ์เทิดทูนสถาบันพระมหากษัตริย์ ๒. การประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการปกครองระบอบประชาธิปไตย ๓. การประชาสัมพันธ์แก้ไขวิกฤติเศรษฐกิจ ๔. การประชาสัมพันธ์ส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมไทย	ผลการวิจัยในครั้งนี้ มีความสำคัญต่อผลการประเมินความสำเร็จในการปฏิบัติราชการโดยรวมของกรมประชาสัมพันธ์ แม้ผลการคำนวณจะแสดงว่าการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ในโครงการต่างๆตามยุทธศาสตร์ชาติ และนโยบายสำคัญของรัฐบาล ในรอบปีงบประมาณ ๒๕๕๓ โดยภาพรวม สูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ แต่หากต้องพิจารณาตัวชี้วัดดังกล่าวนี้ ในรอบปีต่อไปนั้น สิ่งที่ควรพิจารณามีดังนี้คือ ๑. การดำเนินงานประชาสัมพันธ์เพื่อให้ข้อมูลข่าวสาร และสร้างการรับรู้ รวมทั้งความเข้าใจให้กับกลุ่มประชาชนเป้าหมาย ควรมีการนำเสนอข่าวสารอย่างต่อเนื่อง และมีระยะเวลานำเสนอข่าวสารตั้งแต่เนิ่นๆ ให้ประชาชนได้มีช่วงเวลาในการได้รับรู้ ทำความเข้าใจ ก่อนมีการสำรวจประเมินผล ๒. จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า สื่อโทรทัศน์ (สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย หรือ สทท.๑๑) และวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย เป็นช่องทางที่ประชาชนได้เปิดรับมากกว่าช่องทางอื่นๆ ฉะนั้น ควรพิจารณาใช้เป็นสื่อหลักในการนำเสนอข่าวสารสำคัญๆทางสื่อดังกล่าว เพื่อการสร้างผลในการครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายให้มากขึ้น ๓. เนื่องจากกรมประชาสัมพันธ์มีจุดเด่นที่มีช่องทางการสื่อสารแบบครบวงจร ทั้งสามารถติดต่อประสานงานกันได้สะดวก และต่อเนื่องทั้งส่วนกลาง และส่วนภูมิภาค ฉะนั้นควรมีการแลกเปลี่ยนข่าวสาร และผลงาน (เช่น เทปรายการ เอกสาร ฯลฯ) ในระหว่างสำนักประชาสัมพันธ์เขตต่างๆ และส่วนกลาง เพราะเนื่องจากบางหน่วยงานยังมีปัญหาด้านงบประมาณการประชาสัมพันธ์ จึงอาจต้องอาศัยความร่วมมือซึ่งกัน และกันด้วย นอกเหนือจากการหางบประมาณสนับสนุนจากแหล่งอื่น จากผลการวิจัย แสดงให้เห็นว่า ประชาชนยังได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารจากประชาสัมพันธ์จังหวัด ค่อนข้างน้อย ฉะนั้นควรต้องกระตุ้นให้สำนักประชาสัมพันธ์จังหวัดมีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์ยุทธศาสตร์ และนโยบายของรัฐบาลให้มากขึ้น รวมทั้งพิจารณาการรับรู้จากสื่ออื่นๆ ทั้งในท้องถิ่น และส่วนกลาง ซึ่งเป็นผลงานของประชาสัมพันธ์จังหวัดประกอบด้วย	สวท., สทท., สนข., สพป., สนผ., สปข.๑-๘ และ ส.ปชส.

ตัวชี้วัดคำรับรอง การปฏิบัติราชการ กปส.	ข้อเสนอแนะ	หน่วยงาน ที่เกี่ยวข้อง
ตัวชี้วัดที่ ๓.๑.๒ ร้อยละของกลุ่มเป้าหมายชาวต่างประเทศที่รับรู้เนื้อหายุทธศาสตร์ชาติและนโยบายสำคัญของรัฐบาล ๑. การขับเคลื่อนประเทศสู่ระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ๒. การดำเนินนโยบายรัฐบาลและยุทธศาสตร์รัฐบาลด้านการส่งเสริมความสัมพันธ์กับประเทศอาเซียนและคู่เจรจา ๓. การประชาสัมพันธ์ส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมไทย ๔. การประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการปกครองระบอบประชาธิปไตยและการเมือง	การศึกษาในครั้งนี้ ดำเนินการเพื่อการประเมินผลตัวชี้วัดการปฏิบัติงาน ซึ่งนับว่ามีความสำคัญ ฉะนั้นเพื่อปรับเกณฑ์การประเมินผล และพัฒนาให้การปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น จึงควรพิจารณาดังนี้ ๑. การประเมินผลตัวชี้วัดนี้ ให้ความสำคัญ และให้น้ำหนักกับผลด้านการรับรู้ข่าวสารของกลุ่มเป้าหมาย จากสื่อของกรมประชาสัมพันธ์เท่านั้น แม้ผลการวิจัยจะพบว่าสื่อโทรทัศน์ (สทท.๑๑) และวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย เป็นช่องทางที่กลุ่มเป้าหมายมีการเปิดรับ และรับรู้ข่าวสารในระดับดี แต่กลุ่มเป้าหมายมีการแสวงหาข่าวสารจากหลากหลายสื่อ และช่องทาง นอกเหนือจากสื่อของกรมประชาสัมพันธ์ด้วย (ข้อสังเกตจากการรวบรวมข้อมูล) ฉะนั้น กรมประชาสัมพันธ์ควรส่งข้อมูลข่าวสารไปยังแหล่งข่าวอื่นๆ เช่น สื่อมวลชน และสำนักข่าวต่างประเทศอื่นๆ รวมทั้งส่งไปยังสถานทูต / องค์กรระหว่างประเทศโดยตรง พร้อมกับพิจารณาการประเมินตัวชี้วัด การรับรู้จากสื่อ และช่องทางอื่นๆ ซึ่งนับเป็นผลงานของกรมประชาสัมพันธ์ด้วยอีกทางหนึ่ง ๒. ผลจากการวิจัยแสดงให้เห็นว่า การประชาสัมพันธ์ข่าวสารยุทธศาสตร์และนโยบายของรัฐบาล ยังคงต้องใช้สื่อโทรทัศน์(สทท.๑๑) และวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย (ภาคภาษาอังกฤษ) และเว็บไซต์ เป็นช่องทางหลักมากกว่าสื่ออื่นๆ ฉะนั้นอาจต้องเพิ่มความถี่ และเนื้อหารายการ ทางสื่อเหล่านี้ให้มากขึ้น รวมทั้งพัฒนารูปแบบรายการ และการนำเสนอ ให้มีความทันสมัยมากขึ้นด้วย ตลอดจนประชาสัมพันธ์ให้ทราบวัน และเวลาออกอากาศของรายการต่างๆด้วย	สปต., สวท., สทท., สนข. และ สปข. ๑-๘

ตัวชี้วัดคำรับรองการปฏิบัติราชการ กปส.	ข้อเสนอแนะ	หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
ตัวชี้วัดที่ ๓.๑.๔ ร้อยละของจำนวนผู้ฟังรายการวิทยุของกรมประชาสัมพันธ์ ๑. ผู้ฟังข่าววิทยุในประเทศ ๒. ผู้รายการวิทยุชาวต่างประเทศ ๓. เพิ่มเติมการสำรวจรายการอื่นๆ นอกเหนือจากข่าว ๔. ผู้ฟังรายการข่าววิทยุในประเทศ ๕. ผู้ฟังรายการวิทยุชาวต่างประเทศ **ตัวชี้วัดที่ ๓.๑.๕ ร้อยละของจำนวนผู้ชมรายการโทรทัศน์ของกรมประชาสัมพันธ์** ๑. ผู้ชมข่าวโทรทัศน์ในประเทศ ๒. ผู้ชมรายการโทรทัศน์ชาวต่างประเทศ ๓. เพิ่มเติมการสำรวจรายการอื่นๆ นอกเหนือจากข่าว ๔. ผู้ชมรายการข่าวโทรทัศน์ในประเทศ ๕. ผู้ชมรายการข่าวโทรทัศน์ชาวต่างประเทศ	จากผลการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะต่อการผลิตและนำเสนอรายการ “ข่าววิทยุภาษาต่างประเทศ” ทางสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย และรายการข่าว “NEWSLINE” ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง ๑๑ (สทท.๑๑) ดังนี้ ๑. ควรเพิ่มประเด็นข่าวให้มีความหลากหลายโดยเฉพาะข่าวเศรษฐกิจ ข่าวเหตุการณ์บ้านเมืองทั่วไป ข่าวการเมืองและข่าวท้องถิ่น/ภูมิภาค โดยแบ่งช่วงเวลาในการนำเสนอข่าวแต่ละประเภทให้ชัดเจน เพื่อให้ผู้ฟังชาวต่างชาติได้ติดตามรายการได้อย่างกว้างขวางทั่วถึง ๒. ควรนำเสนอข่าวอย่างรวดเร็วทันเหตุการณ์ มีความชัดเจน เป็นกลาง ปราศจากอคติ ถูกต้อง และสนองความต้องการการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของชาวต่างชาติทุกกลุ่มอย่างเท่าเทียมกัน ทั้งนี้ควรอ้างอิงแหล่งข่าวที่มีความน่าเชื่อถืออันจะส่งผลให้มีการเปิดรับมากขึ้น และสามารถรักษาและขยายตลาดผู้ชมให้กว้างขวางยิ่งขึ้น ๓. ควรนำเสนอข่าวให้มีความกระชับ ใช้ลีลาภาษาที่เข้าใจง่าย ไม่เป็นทางการการออกเสียงภาษาอังกฤษให้ถูกต้องได้มาตรฐานสากล ๔) ควรเพิ่มช่วงเวลารายการ “ข่าวภาษาต่างประเทศ” ให้มากขึ้น เพื่อสนองความต้องการของผู้ฟังชาวต่างชาติอย่างกว้างขวาง นอกจากนั้นควรนำเสนอข่าวให้สอดคล้องกับการใช้เวลาหรือ Lifestyle ๕. ควรพัฒนารายการข่าววิทยุภาษาต่างประเทศ และรายการข่าวโทรทัศน์ “NEWSLINE” ให้เป็น “ต้นแบบรายการ “ข่าวภาษาต่างประเทศ” ที่ได้มาตรฐานทั้งในแง่ความรวดเร็ว น่าเชื่อถือ ความน่าสนใจรวมทั้งการใช้ภาษาอังกฤษในการนำเสนอข่าว ๖. ควรปรับปรุง พัฒนาผู้ประกาศข่าวทั้งในด้านบุคลิกภาพ ความรู้ความสามารถด้านภาษาอังกฤษ ความรู้ทั่วไป โดยเฉพาะด้านเศรษฐกิจ การเมืองสังคม อีกทั้งควรมีประสบการณ์ด้านการรายงานข่าว (Reporting) ๗. ควรให้ความสาคัญกับช่องทางการนำเสนอข่าวที่นอกเหนือจากวิทยุและโทรทัศน์ โดยเฉพาะช่องทางใหม่ๆ เช่น อินเทอร์เน็ต ข้อความสั้นทางโทรศัพท์ (SMS) ทั้งนี้โดยปรับรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาข่าวให้สอดคล้องกับคุณสมบัติของสื่อหรือช่องทางนั้นๆ	สวท., สปข. ๑-๘ และ ส.ปชส. สทท. และ สปข. ๑-๘

ตัวชี้วัดคำรับรองการปฏิบัติราชการ กปส.	ข้อเสนอแนะ	หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
ตัวชี้วัดที่ ๓.๑.๗ ร้อยละความพึงพอใจของหน่วยงานเจ้าของโครงการประชาสัมพันธ์พิเศษ ๑. โครงการประชาสัมพันธ์แก้ไขปัญหาแรงงานต่างด้าวฯ ๒. โครงการประชาสัมพันธ์ป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติด ๓. โครงการรณรงค์ประชาสัมพันธ์ป้องกันโรคไข้หวัดใหญ่สายพันธ์ใหม่	ในส่วนสุดท้ายนี้ เป็นการนำข้อค้นพบต่างๆ ที่ได้จากการศึกษาวิจัย ดังที่ได้นำเสนอและอภิปรายผลไปแล้วก่อนหน้านี้นั้น มาสรุปเป็นข้อเสนอแนะในเชิงปฏิบัติ เพื่อให้ง่ายต่อการนำไปประยุกต์ใช้ ดังนี้ ประการที่ ๑ การปรับปรุงรูปแบบการปฏิบัติงานของกรมประชาสัมพันธ์ โดยควรปรับปรุงการบริการของกรมประชาสัมพันธ์ให้มีความรวดเร็ว ทันสมัย ฉับไว พัฒนากลไกใน การทำงานให้มีความยืดหยุ่น ไม่ยึดติดกับรูปแบบของราชการที่มีความล่าช้าที่ต้องรอการอนุมัติหรือกระบวนการตัดสินใจจากหลายฝ่าย คำนึงถึงความต้องการของผู้รับบริการ ซึ่งเปรียบเสมือนลูกค้าของกรมประชาสัมพันธ์ เป็นหลัก เนื่องจากที่ผ่านมา การทำงานของ กรมประชาสัมพันธ์มีขั้นตอนที่ซับซ้อน การดำเนินงานขาดความคล่องตัว ในขณะที่การทำงานประชาสัมพันธ์โดยปกติแล้วเป็นงานที่ต้องแข่งขันกับเวลา ในขั้นตอนของการปฏิบัตินั้นจึงต้องมีความรวดเร็วและยืดหยุ่นสูง ประการที่ ๒ การพัฒนาปรับปรุงความเป็นมืออาชีพทางด้านสื่อ โดยต้องปรับปรุงช่องทางในการติดต่อประสานงานให้มีความสะดวกรวดเร็ว คล่องตัว เอาใจใส่ในการดูแลลูกค้า มีความกระตือรือร้นในการติดตามงานที่ทางเจ้าของโครงการมอบหมาย สามารถให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการวางแผนสื่อและการดำเนินงานในการประชาสัมพันธ์ให้ประสบผลสำเร็จได้เป็นอย่างดี โดยอาจจัดตั้งหน่วยงานเฉพาะกิจเข้ามารับผิดชอบในการดูแลผู้รับบริการแต่ละราย เปรียบเสมือนกับตำแหน่ง ผู้บริหารงานลูกค้า หรือ Account Executive (AE) ของทางภาคเอกชน เพื่อเป็นตัวกลางในการติดต่อประสานงาน และดูแลทำความเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า ซึ่งหากทำได้จริงย่อมตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้เกินความคาดหวัง เนื่องจากปัจจุบัน ทางกรมประชาสัมพันธ์ยังใช้บุคลากรที่มีงานประจำล้นมืออยู่แล้ว มารับผิดชอบภาระหน้าที่ในส่วนนี้ ดังนั้นการที่บุคลากรจะเข้ามาแสดงออกถึงความกระตือรือร้น เอาใจใส่ในงานที่ได้รับมอบหมาย หรือติดตามผลงานที่ทำร่วมกับทางหน่วยงานเจ้าของโครงการคงเป็นไปได้ค่อนข้างยาก ประการที่ ๓ การพัฒนาศักยภาพของบุคลากรให้มีทักษะและความเชี่ยวชาญในส่วนของการใช้เครื่องมืออุปกรณ์ต่างๆ พัฒนาแนวคิดให้มีมุมมองสร้างสรรค์ใหม่ๆ ที่ทันสมัย ทั้งในด้านของเนื้อหาและเทคนิคในการนำเสนอ ไม่ยึดติดกับรูปแบบเดิมๆ ของทางราชการ หรืออาจทำการสรรหาคนรุ่นใหม่ที่มีความคิดสร้างสรรค์เข้ามาร่วมงานกับกรมประชาสัมพันธ์ ให้มากขึ้น เนื่องจากที่ผ่านมา ในบางครั้ง เจ้าหน้าที่ของทางกรมประชาสัมพันธ์ขาดความรู้ความเอาใจใส่ในงานที่เป็นหน้าที่ของตน และขาดการค้นคว้าหาความรู้เพิ่มเติม ทำให้หน้าที่ที่ต้องรับผิดชอบโดยตรง อาทิเช่น การคิดประเด็นที่จะนำเสนอ การเขียนบทรายการ ความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบสื่อต่างๆ ต้องตกเป็นภาระของทางหน่วยงานเจ้าของโครงการที่ต้องดำเนินการแทน ประการที่ ๔ การติดตามเพื่อประเมินผลโครงการต่างๆ ควรรายงานผลกลับมายังทางเจ้าของโครงการให้เร็วขึ้น หรือมีการรายงานในรูปแบบของความก้าวหน้าเป็นประจำทุกเดือน เพื่อให้สามารถติดตามการดำเนินงานได้อย่าง	สวท., สทท., สนข., สปข. ๑-๘ และ สนผ.

ตัวชี้วัดคำรับรอง การปฏิบัติราชการ กปส.	ข้อเสนอแนะ	หน่วยงาน ที่เกี่ยวข้อง
	ใกล้ชิดในทุกขั้นตอน ส่วนรายละเอียดในการรายงานผลต้องปรับปรุงให้มีความชัดเจน คือ มีการรายงานผลทั้งในเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ เช่น ความถี่ในการออกอากาศ จำนวนครั้งที่เผยแพร่ และพัฒนาระบบใน การรายงานผลให้มีความน่าเชื่อถือ มีหลักฐานที่สามารถตรวจสอบได้ถึงความถูกต้องชัดเจน ซึ่งการประเมินผลที่ได้รับกลับมาทั้ง ๒ ส่วนนี้จะเป็นประโยชน์กับทุกฝ่าย ในการนำมาใช้ปรับปรุงแผนการดำเนินงานและปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ต่างๆ ให้มีความสอดคล้องกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้น เพื่อให้การจัดทำโครงการสำเร็จลุล่วงตามเป้าหมายที่ได้ตั้งไว้ ประการที่ ๕ การคำนึงถึงความเป็นสื่อสาธารณะ เนื่องจากปัจจุบันค่าใช้จ่ายใน การดำเนินโครงการประชาสัมพันธ์ในแต่ละโครงการมีราคาสูงขึ้นกว่าเดิมมาก ส่งผลให้ช่องทางหรือสื่อต่างๆ ที่ใช้ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารถูกลดปริมาณลงไปด้วย เนื่องจากงบประมาณของเจ้าของโครงการที่โอนไปให้กับทางกรมประชาสัมพันธ์มีจำกัด แม้ว่าทางหน่วยงานเจ้าของโครงการจะมีความเข้าใจในเบื้องต้นว่า กรมประชาสัมพันธ์จำเป็นต้องมีรายได้ เพื่อนำไปใช้บริหารจัดการภายในองค์กรของตนเอง แต่กรมประชาสัมพันธ์เองก็ไม่ควรดำเนินงานโดยมองถึงงบประมาณเป็นตัวตั้งมากนัก เพราะกรมประชาสัมพันธ์ก็อยู่ในฐานะองค์กรของรัฐที่มีสื่ออยู่ในกำกับและมีพันธกิจโดยตรงในการสนับสนุนภารกิจต่างๆ ของรัฐบาลที่เกี่ยวข้องกับผลประโยชน์ของประชาชน ประการที่ ๖ ความเป็นกลางทางการเมือง กรมประชาสัมพันธ์ควรวางตัวให้เป็นกลาง ด้วยการให้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องกับประชาชน และไม่เอนเอียงเข้าข้างฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง ซึ่งสิ่งนี้ถือเป็นหน้าที่และจรรยาบรรณที่สื่อมวลชนจะต้องดำรงรักษาไว้ และอาจส่งผลถึงความน่าเชื่อถือของสื่อในความดูแลของกรมประชาสัมพันธ์ ที่โครงการประชาสัมพันธ์พิเศษต่างๆ ต้องเลือกใช้ด้วย	

ตัวชี้วัดคำรับรองการปฏิบัติราชการ กปส.	ข้อเสนอแนะ	หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
ตัวชี้วัดที่ ๓.๑.๙ ร้อยละของผู้รับบริการกลุ่มเป้าหมายยอมรับภาพลักษณ์ที่ดีของกรมประชาสัมพันธ์ในความเป็นสถาบันมืออาชีพด้านการสื่อสารมวลชนและการประชาสัมพันธ์ระดับชาติ	ส่วนสุดท้ายของรายงานการประเมินผลนี้ เป็นการนำเสนอข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่ได้จากผลการวิจัยในเชิงของการนำไปประยุกต์ใช้ต่อไป ดังนี้ ในภาพรวม จากเหตุการณ์ความไม่สงบที่เกิดขึ้น และจากสถานการณ์ที่ผ่านมา กรมประชาสัมพันธ์ควรต้องมีการปรับปรุงการดำเนินงาน โดยคำนึงถึงความเป็นกลางทางการเมือง ด้วยการให้ข้อมูลข่าวสารที่ไม่เอนเอียงเข้าข้างฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งแก่ผู้รับบริการเป้าหมาย เพื่อซ่อมแซมภาพลักษณ์ในความเป็นสถาบันมืออาชีพด้านการสื่อสารมวลชนและการประชาสัมพันธ์ระดับชาติให้กลับมาดีดังเดิมเหมือนกับในปีก่อนๆ หน้านี้ เนื่องจาก จากผลการประเมินเห็นได้ชัดเจนว่าคะแนนของภาพลักษณ์ลดลงจากร้อยละ ๘๕.๖ ในปีงบประมาณ ๒๕๕๒ มาเหลือแค่ร้อยละ ๖๙.๐ ในปีงบประมาณปัจจุบัน โดยเมื่อพิจารณาในแต่ละกลุ่มเป้าหมาย ผลการประเมินชี้ให้เห็นว่า กรมประชาสัมพันธ์ควรต้องให้ความสำคัญกับกลุ่มของประชาชนทั่วไปในภูมิภาคต่างๆ เป็นพิเศษ เนื่องจากภาพลักษณ์ของกรมประชาสัมพันธ์ในสายตาของประชาชนทั่วไปมีคะแนนการประเมินต่ำที่สุด ขณะที่สื่อมวลชน/สื่อท้องถิ่น ข้าราชการและบุคลากรจากหน่วยงานภาครัฐ/รัฐวิสาหกิจ และบุคลากรจากสถาบันการศึกษาเป็นกลุ่มที่มีภาพลักษณ์ต่อกรมประชาสัมพันธ์ค่อนไปในด้านบวกมากกว่าประชาชนทั่วไป ตามลำดับ แต่อย่างไรก็ตาม แม้ว่าคะแนนการประเมินในกลุ่มของข้าราชการและบุคลากรจากหน่วยงานภาครัฐ/รัฐวิสาหกิจ บุคลากรจากสถาบันการศึกษา และสื่อมวลชน/สื่อท้องถิ่น จะสูงกว่ากลุ่มของประชาชนทั่วไป แต่คะแนนเหล่านั้นของแต่ละกลุ่มก็ยังล้วนแล้วแต่ต่ำกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ที่ร้อยละ ๗๕.๐ ทั้งสิ้น ซึ่งก็หมายถึงการที่กรมประชาสัมพันธ์ยังควรที่จะต้องเอาใจใส่กับทุกๆ กลุ่มเป้าหมายต่อไป เพื่อพยายามปรับปรุงภาพลักษณ์ของกรมประชาสัมพันธ์อีกด้วยเช่นกัน ในรายละเอียดของผลการประเมินที่มิติต่างๆ ของภาพลักษณ์นั้น มิติที่ถือว่า กรมประชาสัมพันธ์มีภาพลักษณ์ที่ดีในสายตาของผู้รับบริการกลุ่มเป้าหมายต่างๆ คือ เรื่องของความน่าเชื่อถือของกรมประชาสัมพันธ์ (Corporate Credibility) ตามมาด้วยเรื่องของคุณค่าและโปรแกรม (Values and Programs) ที่กรมประชาสัมพันธ์ดำเนินการ ขณะที่มิติของภาพลักษณ์ที่เป็นปัญหาก็คือ เรื่องของการเชื่อมโยงคุณสมบัติ คุณประโยชน์ หรือทัศนคติที่มีต่อบริการของกรมประชาสัมพันธ์ (Service Attributes, Benefits, or Attitudes) กล่าวคือ ภาพลักษณ์ของกรมประชาสัมพันธ์ที่ถูกสื่อสารออกไปแล้ว และกลุ่มเป้าหมายของกรมประชาสัมพันธ์มีการรับรู้ในเชิงบวก ซึ่งกรมประชาสัมพันธ์ควรพยายามที่จะต้องรักษาสิ่งต่างๆ เหล่านี้ให้ดีต่อไป เนื่องจากเป็นส่วนที่ผู้รับบริการให้คะแนนการประเมิน กรมประชาสัมพันธ์ในระดับที่ค่อนข้างสูงเมื่อเปรียบเทียบกับมิติที่เหลือ คือ ในเรื่องของ ๑) ภาพลักษณ์ในเชิงของการเป็นองค์กรที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility) ซึ่งแสดงออกมาจากการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างต่อการทำกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ ของกรมประชาสัมพันธ์ต่อสังคม และการที่กรมประชาสัมพันธ์สนับสนุนกิจกรรมต่างๆ ของสังคม	สวท., สทท., สนข., สปต., สพป., สพท., สปช., สปข.๑-๘ และ ส.ปชส.

ตัวชี้วัดคำรับรอง การปฏิบัติราชการ กปส.	ข้อเสนอแนะ	หน่วยงาน ที่เกี่ยวข้อง
	๒) ภาพลักษณ์ในเชิงของการเป็นผู้เชี่ยวชาญ (Expertise) ในด้านการสื่อสารมวลชนและการประชาสัมพันธ์ระดับชาติ นั่นคือ ในเรื่องของความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ของ กรมประชาสัมพันธ์ และความสามารถและทักษะในการทำงานของบุคลากรของ กรมประชาสัมพันธ์ ๓) ภาพลักษณ์ในเชิงของการเป็นองค์กรที่น่าชื่นชอบ (Likability) ซึ่งเกี่ยวข้องกับเรื่องของความมีชื่อเสียงและการเป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวางของกรมประชาสัมพันธ์ และความชื่นชอบของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อกรมประชาสัมพันธ์ ๔) ภาพลักษณ์ในเชิงของการเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ (Customer Orientation) เกี่ยวข้องกับการที่บุคลากรของกรมประชาสัมพันธ์ให้บริการด้วยความสุภาพและเอาใจใส่ ๕) ภาพลักษณ์ในเชิงของการให้บริการที่มีคุณภาพ (Quality) สะท้อนออกมาจากคุณภาพของบริการของกรมประชาสัมพันธ์ และความคุ้มค่าของบริการของกรมประชาสัมพันธ์ ในทางตรงกันข้าม รายละเอียดของภาพลักษณ์ที่กรมประชาสัมพันธ์ควรต้องให้ ความสนใจเป็นพิเศษ และอาจจะต้องดำเนินการปรับเปลี่ยน หรือสื่อสารกับกลุ่มผู้มีส่วนได้ ส่วนเสียของกรมประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น เพื่อสร้างการรับรู้ในประเด็นเหล่านี้ในฐานะที่เป็นหน่วยงานของรัฐที่มีความเป็นกลาง โปร่งใส และเป็นสถาบันมืออาชีพด้านการสื่อสารมวลชนและการประชาสัมพันธ์ระดับชาติ ก็คือ ๑) ภาพลักษณ์ในเชิงของการเป็นองค์กรที่มีนวัตกรรม (Innovation) มีการนำเสนอบริการที่ทันสมัย และการจัดกิจกรรมด้านการสื่อสารมวลชนและการประชาสัมพันธ์ที่แปลกใหม่อยู่เสมอ ๒) ภาพลักษณ์ในเชิงของการเป็นองค์กรที่มีความน่าไว้วางใจ (Trustworthiness) มีความเป็นกลางในการดำเนินงานด้านการสื่อสารมวลชนและการประชาสัมพันธ์ มีความซื่อสัตย์ น่าไว้วางใจได้ และกลุ่มเป้าหมายรู้สึกเชื่อมั่นต่อการดำเนินงานของกรมประชาสัมพันธ์ ๓) ภาพลักษณ์ในเชิงของการเป็นองค์กรที่เอาใจใส่ต่อสิ่งแวดล้อม (Concern with Environment) มีการดำเนินการโดยให้ความสำคัญต่อการรักษาสิ่งแวดล้อม และจัดการใช้ทรัพยากรต่างๆ ในการบริหารงานอย่างมีประสิทธิภาพ ๔) ภาพลักษณ์ในเชิงของการเป็นองค์กรที่มีการปฏิบัติต่อบุคลากรขององค์กรที่ดี (Employee Treatment) มีการฝึกหัดต่างๆ ให้แก่บุคลากร และจัดหาสวัสดิการและสิ่งจูงใจที่ดีให้แก่บุคลากร สุดท้าย ในเชิงของการวัดผล ในการดำเนินงานในอนาคต กรมประชาสัมพันธ์ควรพิจารณากำหนดแผนการดำเนินการสร้างภาพลักษณ์ แผนฉุกเฉินในการปรับแก้ภาพลักษณ์ และแผนการประเมินภาพลักษณ์อย่างเป็นระบบต่อเนื่อง และสม่ำเสมอ เพื่อให้สามารถและนำมาพัฒนา ปรับปรุง เปลี่ยนแปลง เสริมสร้าง รักษา และแก้ไขภาพลักษณ์ของ กรมประชาสัมพันธ์ในฐานะสถาบันมืออาชีพด้านการสื่อสารมวลชนและการประชาสัมพันธ์ระดับชาติได้ทันท่วงที และให้ดีขึ้นต่อๆ ไปและเพื่อให้ผลการประเมินภาพลักษณ์ของกรมประชาสัมพันธ์ที่ถูกประเมินออกมาในแต่ละครั้งสามารถเปรียบเทียบ และดูถึงการพัฒนาหรือการ	

ตัวชี้วัดคำรับรอง การปฏิบัติราชการ กปส.	ข้อเสนอแนะ	หน่วยงาน ที่เกี่ยวข้อง
	เปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นได้ กรมประชาสัมพันธ์ควรพิจารณากำหนดมาตรวัดที่ใช้ในการประเมินที่เป็นบรรทัดฐานเดียวกันในทุกๆ ครั้ง ซึ่งมาตรวัดที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ก็อาจเป็นทางเลือกหนึ่ง เนื่องจากถูกพัฒนาขึ้นตามหลักการและแนวคิดของการประเมินภาพลักษณ์องค์กร ประกอบกับมีการทดสอบในเรื่องของความเชื่อมั่นและความเที่ยงตรงของเครื่องมือมาแล้ว	