



**แผนยุทธศาสตร์
กรมประชาสัมพันธ์
พ.ศ. ๒๕๕๕ – ๒๕๕๙**

คำนำ

กรมประชาสัมพันธ์ ในฐานะหน่วยงานภาครัฐรับผิดชอบงานด้านการประชาสัมพันธ์ ได้จัดทำแผนยุทธศาสตร์กรมประชาสัมพันธ์ (พ.ศ. ๒๕๕๕ – ๒๕๕๙) เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลง ด้านต่างๆ ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และนโยบายการบริหารงานของรัฐบาล ซึ่งส่งผลกระทบต่อการทำงานของกรมประชาสัมพันธ์ ดังนั้น กรมประชาสัมพันธ์ โดยสำนักพัฒนา นโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์ จึงได้จัดทำโครงการจัดทำแผนยุทธศาสตร์กรมประชาสัมพันธ์ (พ.ศ. ๒๕๕๕ – ๒๕๕๙) และแผนปฏิบัติการ ๔ ปี (พ.ศ. ๒๕๕๕ – ๒๕๕๘) เพื่อทบทวนแผน ยุทธศาสตร์ ให้สอดคล้องกับ สถานการณ์ปัจจุบัน สำหรับ ผู้บริหารใช้เป็นแนวทางในการบริหาร จัดการและจัดสรรงบประมาณแบบมุ่งเน้นผลงานตามยุทธศาสตร์ รวมทั้งหน่วยปฏิบัติใช้เป็น แนวทางในการดำเนินงานต่อไป

การจัดทำแผนยุทธศาสตร์กรมประชาสัมพันธ์ (พ.ศ. ๒๕๕๕ – ๒๕๕๙) ในครั้งนี้ได้รับ คำแนะนำจากรองศาสตราจารย์ดร. วัฒนา วงศ์เกียรติรัตน์ คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ซึ่งเป็นที่ปรึกษาโครงการดังกล่าว จึงเชื่อมั่นว่ากระบวนการจัดทำ แผน ยุทธศาสตร์ กรมประชาสัมพันธ์ (พ.ศ. ๒๕๕๕ – ๒๕๕๙) ได้ดำเนินการเป็นไปตามหลักวิชา การ และมีข้อมูลที่ ครบรอบคลุมครบถ้วน

สำนักพัฒนานโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์ หวังว่าหนังสือเล่มนี้จะเป็นประโยชน์ สำหรับการนำไปใช้เป็นแนวทางในการบริหารจัดการ การจัดสรรงบประมาณ และการดำเนินการ ของหน่วยงานในระบบงบประมาณแบบมุ่งเน้นผลงานให้เกิดประโยชน์ในทางปฏิบัติอย่างแท้จริง ทั้งนี้ ขอขอบคุณ ผู้มีส่วนร่วมในการดำเนินงานที่ได้ให้ความสนับสนุน ร่วมมือจนสามารถดำเนินการ ได้บรรลุผลสำเร็จเป็นอย่างดี

สำนักพัฒนานโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์
กรมประชาสัมพันธ์
กรกฎาคม ๒๕๕๔

สารบัญ

	หน้า
บทนำ	๑
บทที่ ๑ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมขององค์การ	๔
สภาพแวดล้อมภายนอก	๕
สภาพแวดล้อมภายใน	๑๗
การประเมินสภาพแวดล้อมองค์การ	๒๔
บทที่ ๒ ทิศทางขององค์การ	๒๖
วิสัยทัศน์	๒๖
พันธกิจ	๒๗
เป้าประสงค์หลัก	๒๘
บทที่ ๓ ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ และตัวชี้วัด	๒๙
ยุทธศาสตร์ที่ ๑ พัฒนานโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์ แห่งชาติ และกำกับดูแลการปฏิบัติงานตาม แผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ	๓๐
ยุทธศาสตร์ที่ ๒ พัฒนาการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร นโยบาย และการดำเนินงานของรัฐให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดี ของประเทศ	๓๖
ยุทธศาสตร์ที่ ๓ ขยายบทบาททางวิชาการประชาสัมพันธ์และ การสื่อสารมวลชนให้แก่หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน และสื่อมวลชน	๔๓
ยุทธศาสตร์ที่ ๔ การบริหารจัดการองค์กร	๔๖
บทที่ ๔ แผนการประเมินผล	๕๕
ภาคผนวก	๖๔
● หนังสือคำสั่งให้ใช้แผนยุทธศาสตร์กรมประชาสัมพันธ์ พ.ศ. ๒๕๕๕ - ๒๕๕๙	๖๕
● แผนปฏิบัติการโครงการจัดทำแผนยุทธศาสตร์และแผน ปฏิบัติการของกรมประชาสัมพันธ์ พ.ศ. ๒๕๕๕ - ๒๕๕๙	๖๘
● รายชื่อคณะทำงานและผู้มีส่วนร่วม	๗๒



บทนำ

รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. ๒๕๕๐ ได้บัญญัติเกี่ยวกับสิทธิในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารและการ ร้องเรียนของประชาชนไว้ในหมวด ๓ ว่าด้วยสิทธิและเสรีภาพของชนชาวไทย มาตรา ๕๖ บัญญัติว่า บุคคลย่อมมีสิทธิได้รับทราบและเข้าถึงข้อมูลหรือข่าวสารสาธารณะในครอ บครองของหน่วยราชการ หน่วยงานของรัฐ รัฐวิสาหกิจ หรือราชการส่วนท้องถิ่น เว้นแต่การเปิดเผยข้อมูลหรือข่าวสารนั้น จะกระทบต่อความมั่นคงของรัฐ ความปลอดภัยของประชาชน หรือส่วนได้เสียอันพึงได้รับความคุ้มครองของบุคคลอื่น หรือเป็นข้อมูลส่วนบุคคล ทั้งนี้ ตามที่กฎหมายบัญญัติ และมาตรา ๕๗ บัญญัติว่า บุคคลย่อมมีสิทธิได้รับข้อมูล คำชี้แจง และเหตุผลจากหน่วยราชการ หน่วยงานของรัฐ รัฐวิสาหกิจ หรือราชการส่วนท้องถิ่น ก่อนการอนุญาต หรือการดำเนินโครงการหรือกิจกรรมใดที่อาจมีผลกระทบต่อคุณภาพสิ่งแวดล้อม สุขภาพอนามัย คุณภาพชีวิต หรือส่วนได้เสียสำคัญอื่นใด ที่เกี่ยวกับตนหรือชุมชนท้องถิ่น และมีสิทธิแสดงความคิดเห็นของตนต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อนำไปประกอบการพิจารณาในเรื่องดังกล่าว

กฎกระทรวงแบ่งส่วนราชการกรมประชาสัมพันธ์ สำนักนายกรัฐมนตรี พ.ศ.๒๕๔๕ ข้อ ๑ กำหนดให้กรมประชาสัมพันธ์ มี ภารกิจเกี่ยวกับการเป็นศูนย์กลางการประชาสัมพันธ์ภาครัฐ เพื่อให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์เป็นไปอย่างมีระบบ โดยการเสนอแนะนโยบายด้านการประชาสัมพันธ์ให้กับรัฐบาลและส่วนราชการต่างๆ และดำเนินการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ประชาชนมีโอกาสรับรู้ เกิดความรู้ ความเข้าใจ สามารถใช้ข้อมูลข่าวสารของรัฐในการพัฒนาคุณภาพชีวิตและมีส่วนร่วมในการพัฒนาประเทศ รวมทั้งเกิดภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศไทย โดยให้มีอำนาจหน้าที่ดังต่อไปนี้

(๑) ศึกษา วิเคราะห์ สํารวจและตรวจสอบประชามติเพื่อเสนอแนะนโยบาย และจัดทำแผนการประชาสัมพันธ์ของรัฐ รวมทั้งติดตาม ประเมินผลและรายงานการประชาสัมพันธ์ของรัฐ

(๒) ส่งเสริมและเผยแพร่ข่าวสาร ความรู้เกี่ยวกับการปกครองระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์เป็นประมุข ตลอดจนศิลปวัฒนธรรม ศีลธรรมและค่านิยมที่ดี

(๓) ดำเนินการประชาสัมพันธ์นโยบายและการดำเนินงานของรัฐบาลเพื่อ ส่งเสริมความเข้าใจอันดี ความมั่นคงของประเทศ และเพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ และความสัมพันธ์อันดีกับต่างประเทศ



(๔) ให้คำปรึกษาและประสานการจัดทำแผนประชาสัมพันธ์ ตลอดจน สนับสนุนและให้การช่วยเหลือ ทางวิชาการเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ แก่หน่วยงาน ทั้งภาครัฐและเอกชน

(๕) ผลิต เผยแพร่ ให้บริการเอกสาร และสื่อโสตทัศนศึกษา รวมทั้งจัดทำ ข้อมูลสารสนเทศ และประสานความร่วมมือด้านการประชาสัมพันธ์ระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน และสื่อมวลชน

(๖) ดำเนินงานสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยและสถานีวิทยุ โทรทัศน์แห่งประเทศไทย

(๖/๑) ดำเนินกิจการสถานีวิทยุกระจายเสียงและสถานีวิทยุโทรทัศน์ให้แก่อำนาจ ราชการและหน่วยงานของรัฐ (เพิ่มความตามกฎกระทรวงแบ่งส่วนราชการ กรมประชาสัมพันธ์ สำนักนายกรัฐมนตรี (ฉบับที่ ๒) พ.ศ. ๒๕๕๐)

(๗) ปฏิบัติการอื่นใดตามที่กฎหมายกำหนดให้เป็นอำนาจหน้าที่ของกรม หรือ ตามที่นายกรัฐมนตรี รัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรี หรือคณะรัฐมนตรี มอบหมาย

จากบทบัญญัติดังกล่าวข้างต้น กรมประชาสัมพันธ์จึงมีภารกิจ ตามกฎหมายใน ฐานะ เป็นหน่วยงานหลัก ด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชน จากการเป็น ผู้บริหารสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย และเครือข่าย ทั้งระดับนโยบายและปฏิบัติการ เพื่อส่งเสริมให้ประชาชนได้รับสิทธิ ในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของภาครัฐตามที่รัฐธรรมนูญบัญญัติไว้ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การจัดทำโครงการ กิจกรรม และการสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนได้รับทราบ การดำเนินงานของรัฐบาลตามแนวนโยบายพื้นฐานแห่งรัฐตามรัฐธรรมนูญ การปฏิบัติ หน้าที่ของกรมประชาสัมพันธ์ในฐานะสื่อมวลชน ได้รับการคุ้มครองตามมาตรา ๔๖ ววรรคสอง แห่งรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. ๒๕๕๐ ที่บัญญัติว่า ข้าราชการ พนักงาน หรือลูกจ้างของหน่วยราชการ หน่วยงานของรัฐ หรือรัฐวิสาหกิจในกิจการ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ หรือสื่อมวลชนอื่น ย่อมมีเสรีภาพเช่นเดียวกับ พนักงานหรือลูกจ้างของเอกชนตามวรรคหนึ่ง กล่าวคือ มีเสรีภาพในการเสนอข่าวและ แสดงความคิดเห็นภายใต้ข้อจำกัดตามรัฐธรรมนูญเช่นเดียวกับพนักงานหรือลูกจ้าง ของเอกชนที่ประกอบกิจการหนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ หรือ สื่อมวลชนอื่นเช่นกัน



ความเชื่อมโยงภารกิจของกรมประชาสัมพันธ์กับนโยบายระดับประเทศ

คำแถลงนโยบายของ คณะรัฐมนตรี โดย นางสาวยิ่งลักษณ์ ชินวัตร นายกรัฐมนตรี ได้แถลงนโยบาย ต่อรัฐสภาเมื่อวันที่ ๒๓ สิงหาคม ๒๕๕๔ โดย ยุทธศาสตร์กรมประชาสัมพันธ์ ๕ ปี (พ.ศ. ๒๕๕๕ - ๒๕๕๙) สอดคล้องกับนโยบาย ข้อ ๘ การบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี ข้อ ๘.๓ : ส่งเสริมให้ประชาชนมีโอกาสได้รับรู้ ข้อมูลข่าวสาร จากทางราชการ สื่อสารมวลชน และสื่อสาธารณะทุกประเภทได้ อย่างกว้างขวาง รวดเร็ว ถูกต้อง เป็นธรรม ข้อ ๘.๓.๑ : ส่งเสริม และพัฒนา ช่องทางในการรับรู้ ข้อมูลข่าวสาร ของประชาชน ด้วยการเชื่อมโยงกับเทคโนโลยี สารสนเทศ และนวัตกรรมที่ทันสมัย และส่งเสริมการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร ระหว่างสื่อสารมวลชนในประชาคมเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และสื่อสารมวลชนโลก ข้อ ๘.๓.๒ : ส่งเสริมและพัฒนากิจการสื่อสารมวลชนทั้งทางด้านเทคโนโลยี เครือข่าย และปรับปรุงแก้ไขเพิ่มเติมกฎหมายที่เป็นอุปสรรคต่อการทำหน้าที่ เพื่อให้สอดคล้อง กับวิวัฒนาการสมัยใหม่ และส่งเสริมให้สื่อมวลชนร่วมเป็นผู้นำในการแก้ปัญหาและ พัฒนาประเทศโดยเพิ่มรายการที่เป็นประโยชน์ต่อประชาชนด้านต่างๆ เช่น การศึกษา ศิลปะ วัฒนธรรม คุณธรรม นวัตกรรม การเตือนภัยกรณีภัยพิบัติต่างๆ โดยประสาน ความร่วมมือจากภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน ข้อ ๘.๓.๓ : ส่งเสริม ให้สื่อสารมวลชนทุกประเภทมีอิสระและเสรีภาพในการเสนอข้อมูลข่าวสารอย่างมี ความรับผิดชอบต่อสังคม และตระหนักต่อจรรยาบรรณของสถาบันสื่อสารมวลชน รวมทั้งส่งเสริมให้มีการสร้างคุณภาพของข่าวสาร

สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ ๑๑ ยุทธศาสตร์ที่ ๔ การพัฒนาคนสู่สังคมแห่งการเรียนรู้ตลอดชีวิตอย่างยั่งยืน



บทที่ ๑

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมขององค์การ

กรมประชาสัมพันธ์ เป็นองค์กรหลักด้านการประชาสัมพันธ์ของชาติมาตั้งแต่เริ่มก่อตั้งองค์การ เมื่อวันที่ ๓ พฤษภาคม ๒๔๗๖ ในฐานะกองการโฆษณา ภารกิจในระยะเริ่มแรกเป็นไปตามเหตุผลความจำเป็นในการก่อตั้งที่ระบุไว้ในพระราชบัญญัติจัดตั้งองค์การก็คือ เพื่อโฆษณาประเทศไทยให้เป็นที่รู้จักและไว้วางใจแก่นานาประเทศกับเพื่อโฆษณาเผยแพร่ชักจูงน้ำใจประชาชนให้บังเกิดความเลื่อมใสในการปกครองระบอบรัฐธรรมนูญ ซึ่งเป็นการปกครองระบอบใหม่ในขณะนั้น โดยดำเนินการประชาสัมพันธ์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ผ่านสื่อหลัก คือ หนังสือพิมพ์ และวิทยุกระจายเสียง นับเป็นจุดเริ่มต้นของงานประชาสัมพันธ์ ภาครัฐเป็นครั้งแรก ของประเทศ ในเวลานั้นหน่วยงานอื่น ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน เกือบทั้งหมดยังไม่รู้จักงานประชาสัมพันธ์ ทั้งนี้รัฐบาลได้รับแนวคิดในการจัดตั้งองค์การมาจากเยอรมนี อิตาลี อังกฤษ และฝรั่งเศส จากหน่วยงานอิสระขึ้นตรงต่อคณะรัฐมนตรี องค์กรเติบโตเป็นสำนักงานโฆษณาการ กรมโฆษณาการ และกรมประชาสัมพันธ์ ในสังกัดของสำนักนายกรัฐมนตรี มีการกำหนดโครงสร้าง บทบาทภารกิจ ตลอดจนทรัพยากรทางการบริหารให้ชัดเจนขึ้นตามสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป พัฒนาระบบงานที่เป็นการโฆษณาข่าวราชการและข่าวทั่วไป ส รางความเข้าใจ เกี่ยวกับนโยบายของรัฐบาลแก่ประชาชน ทั้งภายในประเทศและภายนอกประเทศ ตลอดจนส่งเสริมวัฒนธรรมของชาติ และให้ความรู้ด้านอื่นๆ โดยมีสื่อโทรทัศน์เป็นช่องทางสำคัญในเวลาต่อมา รวมทั้งการพัฒนาความร่วมมือระหว่างประเทศด้านสื่อสารมวลชนและสารสนเทศ ด้วยการเป็นตัวแทนประเทศไทยในองค์การระหว่างประเทศทั้งในและ นอกภูมิภาค เข้าร่วมกิจกรรมการประชุมและจัด ทำบันทึกความเข้าใจกับประเทศต่างๆ ในระดับทวิภาคี เพื่อประโยชน์ด้านสื่อสารมวลชนและสารสนเทศของประเทศ

แม้กรมประชาสัมพันธ์จะเป็นหน่วยงาน ของรัฐแห่ง แรกที่ดำเนินงานประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของภาครัฐ ผ่านสื่อต่างๆ ในสังกัด ร่วมกับหน่วยงาน ภาครัฐและเอกชนมาแต่เริ่มก่อตั้งองค์การ แต่ปัจจุบันบทบาทภารกิจนี้แพร่หลายไป อย่างกว้างขวางในทุกหน่วยราชการ ทั้งส่วนกลาง ส่วนภูมิภาค และ ภาคเอกชน จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่ กรมประชาสัมพันธ์จะต้อง วิเคราะห์ สภาพแวดล้อมขององค์การ ในมิติต่างๆ รวมถึงการให้ความสำคัญกับผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อให้



ทราบถึงโอกาส และภัยอุปสรรค อันเกิดจากสภาพแวดล้อมภายนอก จุดแข็ง และจุดอ่อนของสภาพแวดล้อมภายใน องค์การ ซึ่งจะนำไปสู่การกำหนดยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาประสิทธิภาพงาน ประชาสัมพันธ์ที่ตอบสนองยุทธศาสตร์ชาติและนโยบายรัฐบาล รวมถึงการพัฒนาคุณภาพ การปฏิบัติงานของหน่วยงาน ซึ่งจะเกิดประโยชน์แก่ประชาชน ในการพัฒนาคุณภาพชีวิตและมีส่วนร่วมในการพัฒนาประเทศ รวมทั้งเกิดภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศไทย

๑. สภาพแวดล้อมภายนอกองค์การ

๑.๑ ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม ประกอบด้วยความเปลี่ยนแปลงในเรื่องสำคัญ ๆ ได้แก่

- **ประเทศไทยก้าวสู่สังคมสารสนเทศ** การที่ประเทศไทยก้าวสู่สังคมสารสนเทศ ซึ่งเป็นยุคของการจัดการข่าวสารให้เป็นปัจจัยและพลังสำคัญในการพัฒนาประเทศ ความจำเป็นที่ภาครัฐและภาคเอกชนจะต้องปรับตัวให้สอดคล้องกับยุคสมัย ตามให้ทันเทคโนโลยี และปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพ ประสิทธิภาพทวีขึ้น แม้ปรัชญาและ แนวคิดพื้นฐานของการประชาสัมพันธ์จะคงอยู่ที่การให้บริการข่าวสาร ชั่วแท้จริงจัง และสาระความรู้ที่เป็นประโยชน์ เพื่อสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างรัฐกับประชาชนบนพื้นฐานของการสื่อสารสองทางเช่นเดิม ในขณะที่เดียวกันมีการหลั่งไหลของข้อมูลข่าวสารจากทั่วโลกเข้าสู่ประเทศไทยอย่างรวดเร็ว ประชาชนเปิดรับสื่อและมีส่วนร่วมในการตรวจสอบข้อมูลข่าวสารมากขึ้น ทำให้กรมประชาสัมพันธ์ ต้องเร่งพัฒนาเทคนิคและรูปแบบการนำเสนอข้อมูลข่าวสารให้น่าสนใจ สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลายทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค โดยยังคงมุ่งเน้นการนำเสนอข่าวที่ถูกต้อง และเชื่อถือได้
- **หลักการแนวคิดการปกครองระบอบประชาธิปไตย** ทำให้ประชาชนเรียกร้องสิทธิการมีส่วนร่วมในกิจการของรัฐอย่างกว้างขวางแพร่หลาย เกิดการแข่งขันการนำเสนอข้อมูลข่าวสารและพัฒนาสื่อรูปแบบใหม่ๆ เพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภคอย่างเข้มข้นและต่อเนื่อง ดังจะเห็นได้จากรายการวิเคราะห์ข่าวได้รับความนิยมจากผู้ชมผู้ฟังหลากหลายวัยและนำไปสู่การสร้าง



กระแสทางสังคม เปิดโอกาสให้กรมประชาสัมพันธ์เพิ่มบทบาทการ เป็นสื่อกลางระหว่างรัฐบาลกับประชาชน โดยสะท้อนปัญหาของ ประชาชนสู่รัฐบาลและนำเสนอแนวทางการทำงาน ของรัฐบาล ไปสู่ประชาชนเพื่อสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างกัน และนำไปสู่ การแก้ไขปัญหาที่เป็นประโยชน์แก่ทุกฝ่าย

- **อิทธิพลของวัฒนธรรมจากต่างประเทศ** วัฒนธรรมต่างประเทศ ทั้งในและนอกภูมิภาคที่หลั่งไหลเข้าสู่ประเทศไทยส่งผลต่อการ เปลี่ยนแปลงค่านิยม พฤติกรรมของเยาวชนไทย เกิดการ ลอกเลียนแบบวัฒนธรรมในรูปแบบต่างๆ กรมประชาสัมพันธ์ ในฐานะสื่อสารมวลชนของรัฐมีหน้าที่ส่งเสริมและเผยแพร่ข่าวสาร ความรู้เกี่ยวกับการปกครองระบอบประชาธิปไตยอันมี พระมหากษัตริย์เป็นประมุข ตลอดจน ศิลปวัฒนธรรม ศีลธรรม และค่านิยมที่ดี จึงมีภารกิจในการ ประชาสัมพันธ์ ส่งเสริม ศิลปวัฒนธรรม ศีลธรรมและค่านิยมที่ดีแก่เด็กและเยาวชน อย่างต่อเนื่อง เพื่อธำรงความเป็นไทยไว้ในจิตสำนึกของคนรุ่นใหม่
- **สถานการณ์ความขัดแย้งทางการเมือง** ความขัดแย้งอย่างรุนแรง ด้านความคิด ความเชื่อทางการเมือง ส่งผลให้เกิดปัญหาทั้งทาง การเมือง วิกฤตเศรษฐกิจ สังคม และความมั่นคงของประเทศ ตั้งแต่ปี ๒๕๕๙ สื่อมวลชน ทั้งในและ ต่างประเทศให้ความสนใจ ติดตามข่าวสารเกี่ยวกับประเทศไทยอย่างมาก เป็นโอกาส สำหรับ กรมประชาสัมพันธ์ในฐานะองค์กรหลักด้านการประชาสัมพันธ์และ สื่อสารมวลชนภาครัฐ โดยการเพิ่มบทบาทการประชาสัมพันธ์ เชิงรุกด้านต่างประเทศ ขยายความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน และสื่อมวลชน ในการเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสารนโยบายและการดำเนินงานของรัฐ เพื่อสร้างความเชื่อมั่น ต่อ การดำเนินนโยบายของรัฐบาล ส่งเสริมภาพลักษณ์ของ ประเทศไทย และรักษาสมดุลในการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร
- **หน่วยงานภาครัฐและเอกชนมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องการ ประชาสัมพันธ์มากขึ้น** และเห็นความสำคัญของการ ประชาสัมพันธ์ว่ามีได้เป็นเพียงการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารทั่วไป



แต่ยังมีบทบาทในการสื่อสารกับสังคมเกี่ยวกับภารกิจหน้าที่และ ผลงานของหน่วยงานให้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง ในปัจจุบันแม้ หน่วยงานราชการแต่ละแห่งจะสามารถดำเนินการได้เอง แต่ กรมประชาสัมพันธ์ก็ยังมีบทบาทหลักในการสนับสนุนงาน ประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานภาครัฐ ทำให้เกิดความคาดหวัง เปรียบเทียบกับผลงานของภาคเอกชน ส่งผลเรื่องมาตรฐานงาน และการยอมรับของประชาชนด้านภาพลักษณ์และความเป็น สถาบันมืออาชีพด้านการป รัชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชนลดลง ทำให้กรมประชาสัมพันธ์ต้องเพิ่มภารกิจในการสร้างความเชื่อมั่น ต่อภาพลักษณ์ขององค์กร เพื่อให้สังคมยอมรับ บทบาทด้านนี้ เพิ่มขึ้น

- **ความคาดหวังและความต้องการของกลุ่มผู้รับบริการและ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย^๑ที่มีต่อการให้บริการ^๒ ของกรมประชาสัมพันธ์**
จากรายงานผลการสำรวจความคาดหวังและความต้องการของ กลุ่มผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของกรมประชาสัมพันธ์ ประจำปีงบประมาณ ณ พ.ศ. ๒๕๕๑ ปรากฏว่า ผู้รับบริการ กลุ่มเป้าหมายมีความต้องการการให้บริการผลิตและเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสารผ่านสื่อของกรมประชาสัมพันธ์มากที่สุด รองลงมาคือ การจัดฝึกอบรมทางวิชาการประชาสัมพันธ์และวิชาชีพด้าน สื่อสารมวลชน บริการที่ผู้รับบริการมีความต้องการระดับปานกลาง คือ การจัดทำนโยบายและการดำเนินการด้านแผนการประชาสัมพันธ์ หรือให้คำปรึกษาด้านการประชาสัมพันธ์ และการผลิตและ เผยแพร่สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ ทั้งนี้ การให้บริการผลิตและ

^๑ ผู้รับบริการกลุ่มเป้าหมาย และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ๙ กลุ่ม ได้แก่ (๑) ประชาชน (๒) ภาคการเมืองทั้ง ระดับชาติและระดับท้องถิ่น (๓) สื่อมวลชนในและต่างประเทศ (๔) ส่วนราชการ/หน่วยงานภาครัฐ / รัฐวิสาหกิจ (๕) องค์กรพัฒนาเอกชน (๖) องค์กรบริหารส่วน ท้องถิ่น (๗) สถาบันการศึกษา ระดับอุดมศึกษา (๘) ผู้ประกอบการด้านส่งเสริมการตลาด (๙) หน่วยงานในสังกัดกรมประชาสัมพันธ์

^๒ การให้บริการ ของกรมประชาสัมพันธ์ ๔ ประเภท ได้แก่ (๑) การผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร (๒) การจัดทำนโยบายและการดำเนินการด้านแผนการประชาสัมพันธ์ (๓) การผลิตและเผยแพร่สื่อเพื่อ การประชาสัมพันธ์ (๔) การจัดฝึกอบรมทางวิชาการประชาสัมพันธ์และวิชาชีพด้านสื่อสารมวลชน



เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อของกรมประชาสัมพันธ์ ผู้รับบริการ ต้องการให้ข่าวสารที่เผยแพร่มี ความเป็นกลาง ไม่เอนเอียง และมีความน่าเชื่อถือ และนำไปอ้างอิงได้ การให้บริการการจัดฝึกอบรมทางวิชาการและวิชาชีพด้านสื่อสารมวลชน ผู้รับบริการ ต้องการให้มีหนังสือ หรือสื่อประกอบการฝึกอบรม วิทยากรที่มีชื่อเสียง รวมทั้งหลักสูตรที่มีทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติควบคู่ กันไป การให้บริการการจัดทำนโยบายและการดำเนินการด้านแผนการประชาสัมพันธ์ ผู้รับบริการ ต้องการมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีความตรงต่อเวลาและรับผิดชอบ มีค่าบริการที่เหมาะสม และมีนวัตกรรมที่ทันสมัย ส่วนบริการผลิตและเผยแพร่สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ ต้องการให้สื่อที่ใช้เข้าใจง่าย เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย ก่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดี รวมทั้งรวดเร็ว ตรงเวลา สำหรับความคาดหวังของผู้รับบริการกลุ่มเป้าหมายคาดหวังให้กรมประชาสัมพันธ์เป็นแหล่งพึ่งพา ข่าวสารที่มี ความถูกต้อง เทียบตรง เป็นกลาง และน่าเชื่อถือ มีบุคลากรผู้เชี่ยวชาญแบบมืออาชีพ พร้อมทั้งทำหน้าที่เป็นช่องทางการสื่อสารของประชาชนทุกภาคส่วน และเป็นพื้นที่สาธารณะสำหรับการสื่อสารแบบสองทาง ผลการศึกษา ความต้องการและความคาดหวังดังกล่าวเอื้อต่อการพัฒนางานให้บริการของกรมประชาสัมพันธ์ ทั้งการ พัฒนาผลผลิต และรูปแบบการบริการที่ตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการทุกกลุ่มได้

๑.๒. ปัจจัยด้านเทคโนโลยี

- ความหลากหลายของสื่อและรูปแบบการสื่อสารที่เปลี่ยนแปลงไป จากการสื่อสารทางเดียวถึงกลุ่มเป้าหมายจำนวนมาก (Mass Communication) เป็นการสื่อสารเฉพาะกลุ่ม (Mass Individual) และการสื่อสารแบบรอบตัว โดยใช้ภาพและสัญลักษณ์จำนวนมาก ใช้ข้อความและเวลาในการสื่อสารสั้น ๆ แต่สื่อสารด้วยความถี่สูง เพื่อดึงดูดความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย สื่อที่มีรูปแบบหลากหลายขึ้นนี้มีผลให้การโฆษณาประชาสัมพันธ์เข้าถึงกลุ่มผู้รับสารได้ยาก เพราะผู้รับสารกระจัดกระจาย มีวิถีชีวิตเร่งรีบ และมีเวลารับสนั้อย ส่งผลต่อภารกิจการประชาสัมพันธ์ที่ไม่ครอบคลุมทุก



กลุ่มเป้าหมาย เนื่องจากประชาชนมีทางเลือกในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารผ่านเทคโนโลยีการสื่อสารหลายทางมากขึ้น

- **การเปลี่ยนแปลง ระบบการส่งสัญญาณ จากระบบอนาล็อกเป็นระบบดิจิทัล** การเปลี่ยนแปลงระบบการส่งสัญญาณ ทำให้สื่อวิทยุกระจายเสียง และ สื่อโทรทัศน์ที่เปลี่ยนแปลงจากการส่งสัญญาณภาคพื้นดินเป็น บริการ แบบใหม่ ทั้งทางสาย และทางอินเทอร์เน็ต ทำให้ธุรกิจและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการกระจายเสียงและ แพร่ภาพ มีการปรับตัวอย่างรวดเร็ว เพื่อรองรับวิวัฒนาการใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้น เช่น ชมโทรทัศน์ผ่านระบบบรอดแบนด์ และเคเบิล การเพิ่มจำนวนช่องโทรทัศน์โดยไม่ต้องขอขยายความกว้างของแถบความถี่หรือ แพร่ภาพ ด้วยระบบความชัดสูง (EDTV – enhanced definition television / HDTV – high-definition television) รวมถึง การเปลี่ยนแปลงระบบการกระจายเสียงและ แพร่ภาพ จากระบบอนาล็อกเป็นระบบดิจิทัล เป็นการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ ซึ่งหลายๆ ประเทศ รวมทั้งประเทศไทยจำเป็นต้องดำเนินการตามกรอบมติของเพื่อนสมาชิกอาเซียน ภายในปี ๒๕๖๓ กรมประชาสัมพันธ์ ในฐานะหน่วยงานของรัฐซึ่งมีสถานีวิทยุกระจายเสียง และสถานีวิทยุโทรทัศน์ในสังกัดจำนวนมาก จึงมีความจำเป็น ต้อง พัฒนาการบริหารจัดการเทคโนโลยี การกระจายเสียงและ แพร่ภาพ และระบบบริหารจัดการข้อมูล การประชาสัมพันธ์เพื่อรองรับเทคโนโลยีใหม่ ๆ ด้วย
- **การพัฒนาบริการโครงข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (Broadband)** การที่รัฐบาลกำหนดให้ การพัฒนาบริการโครงข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง เป็นนโยบายระดับชาติ มีผลต่อการให้บริการ เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารสู่สาธารณะ ของ กรมประชาสัมพันธ์ที่จำเป็นต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบให้ทันสมัยตามความต้องการของผู้บริโภค และความ ก้าวหน้า ของเทคโนโลยี จึงเป็นโอกาสที่ กรมประชาสัมพันธ์จะต้องพัฒนาเครื่องมืออุปกรณ์ ให้พร้อมรองรับ เทคโนโลยีใหม่ ยิ่งกว่านั้น การพัฒนา เทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้น ทำให้ การแข่งขันด้านสื่อ สารมวลชน ทวีความรุนแรงขึ้น ภาคเอกชนสามารถตัดสินใจเลือกซื้อ และปรับใช้



นวัตกรรมใหม่ๆ ซึ่งมีราคา สูง เพื่อพัฒนารูปแบบ การนำเสนอ ให้น่าสนใจ มากกว่าภาครัฐ ผู้รับบริกา รข้อมูลข่าวสาร ของ กรมประชาสัมพันธ์ จึงมีแนวโน้ม ลดลง ตามพฤติกรรมกา รเลือก ใช้สื่อของกลุ่มเป้าหมาย ทำให้การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ภาครัฐไม่ครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมาย

- **การสื่อสารเปลี่ยนแปลงไปเป็นลักษณะเครือข่าย ขยาย ครอบคลุม เชื่อมโยงกันทั่วโลก** การสื่อสารเปลี่ยนแปลง ลงไปเป็น ลักษณะเครือข่ายเชื่อมโยงกัน มีการกำหนดเป้าหมายร่วมกัน การทำงานลำพังองค์กรเดียว ยาก ที่จะประสบความสำเร็จ โดยเฉพาะเมื่อต้องแข่งขันกับองค์กรที่มีลักษณะเครือข่ายผู้รับสาร กลายเป็นทั้งผู้ส่งสาร ช่องทาง และพันธมิตรในการสื่อสาร อินเทอร์เน็ตทำให้การสื่อสารยุค ปัจจุบันเป็นการสื่อสารสองทาง ด้วยตนเอง (Mass Individual) เช่นการติดตามทางเว็บบอร์ด เอสเอ็มเอส บล็อก แชร์ทูล หรือโทรศัพท์มือถือ ตัวแสดงที่ไม่ใช่รัฐ เอกชน และสื่อมวลชนต่างประเทศเริ่มมีอิทธิพล มีบทบาท ข้ามพรมแดน เกิดสงครามสื่อ (Media War) สงครามข่าว (Information War) กรมประชาสัมพันธ์ไม่ใช่หน่วยงานหลักด้าน การประชาสัมพันธ์และสื่อมวลชนของชาติอีกต่อไป เพราะ หน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐ ธุรกิจเอ กชน และประชาชนต่างก็มี เครือข่ายวิธีการสื่อสารของตนเอง

๑.๓ ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ

- **ความต้องการของนักลงทุนทั้งในและต่างประเทศ เรื่องข้อมูล ข่าวสาร** ความเติบโตทางเศรษฐกิจ ทั้งภาคการผลิต ภาคการ บริการ ภาคการขนส่ง (Logistic) ภาคแรงงาน และอื่นๆ ทำให้ ความต้องการข้อมูลข่าวสารเพื่อประกอบการตัดสินใจมีมากขึ้น ยิ่งกว่านั้นการ เป็นศูนย์กลางด้านแรงงานของประเทศเพื่อนบ้าน (กัมพูชา พม่า ลาว) ทำให้มีแรงงานต่างด้าวเข้ามาประกอบอาชีพ ทั้งถูกกฎหมายและผิดกฎหมาย เป็นโอกาสให้ กรมประชาสัมพันธ์ มีบทบาทสำคัญในการเป็นศูนย์กลางข้อมูลข่าวสารเพื่อใช้ ประกอบการตัดสินใจด้านการลงทุน การ สร้างความรู้ ความเข้าใจ



กับกลุ่มแรงงานต่างด้าวในเรื่องเกี่ยวกับ กฎหมาย และการปฏิบัติ ตามกรอบ ของทางราชการ ภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจ ทำให้ หน่วยงานภาครัฐ และเอกชน ขอใช้บริการสื่อวิทยุกระจายเสียง และวิทยุโทรทัศน์ของกรมประชาสัมพันธ์ รวมทั้งบูรณาการความ ร่วมมือในการจัดทำแผนประชาสัมพันธ์เชิงรุกเพิ่มขึ้น ความผันผวน ของค่าเงินบาทที่แข็งค่า ณ ปัจจุบัน เอื้อต่อการพื ฒนาเทคโนโลยี สื่อวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ด้วยต้นทุนที่ต่ำลง

- **กระทรวงการคลังกับสำนักงบประมาณร่วมลงนามในบันทึก ความเข้าใจว่าด้วยการจัดทำงบประมาณสมดุลภายใน ๕ ปี** ส่งผล ต่อการพิจารณางบประมาณ ด้านงบลงทุน เนื่องจาก กรมประชาสัมพันธ์มีเครื่องมืออุปกรณ์จำนวนมาก มีราคาสูง และ ต้อง จัดซื้อจากต่างประเทศ การ เสนอ ของงบประมาณสำหรับ ซื้อทดแทนหรือซ่อมแซม โดยใช้ หลักเกณฑ์เดียวกับหน่วยงาน ราชการทั่วไปจึงเป็นอุปสรรคต่อการได้รับงบประมาณอย่าง เหมาะสม และการจัดทำงบประมาณสมดุลมักจะ พิจารณาปรับลด งบลงทุนก่อนเป็นอันดับแรก

๑.๔. ปัจจัย ด้านกฎ หมาย ปัจจัยด้านกฎหมายที่เอื้อต่อภารกิจของ กรมประชาสัมพันธ์มีทั้งในระดับประเทศและระดับภูมิภาค ได้แก่

- **รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พศ. ๒๕๕๐มาตรา ๕๖ ถึง ๖๒** รัฐธรรมนูญ แห่งราชอาณาจักรไทย รับรองสิทธิ ในข้อมูลข่าวสาร และการร้องเรียน ของประชาชน สิทธิในการรับ ทราบและเข้าถึง ข้อมูล หรือ ข่าวสาร สาธารณะ ตลอดจนการมีส่วนร่วมกำหนด นโยบายการตัดสินใจทางการเมืองและการตรวจสอบการ ดำเนินงานภาครัฐ รวมทั้งการส่งเสริมและสนับสนุนการมีส่วนร่วม ในการตรวจสอบการใช้อำนาจรัฐทุกระดับ เปิดโอกาส ให้ กรมประชาสัมพันธ์สามารถดำเนินการในฐานะองค์กรหลักด้านการ ประชาสัมพันธ์ของรัฐด้วยความเป็นกลาง
- **พระราชกฤษฎีกาว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการ บริหารกิจการ บ้านเมืองที่ดี พ .ศ. ๒๕๕๖** กำหนดให้ การบริหารราชการเพื่อ ประโยชน์สุขของประชาชน นั้น ส่วนราชการจะต้องดำเนินการโดย



ถือว่าประชาชนเป็นศูนย์กลางที่จะได้รับการบริการจากรัฐ โดย สอดคล้องกับแนวนโยบายแห่งรัฐและนโยบายของ คณะรัฐมนตรีที่ แกลงต่อรัฐสภาเป็นไปโดยซื่อสัตย์สุจริต สามารถตรวจสอบได้และ มุ่งให้เกิดประโยชน์สุขแก่ประชาชน ทั้งในระดับประเทศและ ท้องถิ่น ส่วนราชการ ต้องมีการศึกษาวิเคราะห์ผลดีและผลเสียให้ ครบถ้วนทุกด้าน กำหนดขั้นตอนการดำเนินการที่โปร่งใส มีกลไก ตรวจสอบการดำเนินการในแต่ละขั้นตอนในกรณีที่ภารกิจใดจะมี ผลกระทบต่อประชาชน ส่วนราชการต้องดำเนินการรับฟังความ คิดเห็นของประชาชน หรือชี้แจงทำความเข้าใจ เพื่อให้ประชาชน ได้ตระหนักถึงประโยชน์ที่ส่วนรวมจะได้รับจากภารกิจนั้นรวมทั้งให้ เป็นหน้าที่ ของข้าราชการที่จะต้องคอยรับฟังความคิดเห็น และ ความพึงพอใจของสังคมโดยรวมและประชาชนผู้รับบริการ เพื่อ ปรับปรุงหรือเสนอแนะต่อผู้บังคับบัญชาให้มีการปรับปรุงวิธีปฏิบัติ ราชการให้เหมาะสม เปิดโอกาสให้กรมประชาสัมพันธ์สามารถ ดำเนินภารกิจ การเป็นที่ปรึกษาในการจัดทำนโยบายแล ะแผน ประชาสัมพันธ์ของหน่วยราชการต่างๆ โดยสร้างการมีส่วนร่วมกับ ภาคประชาชนได้เต็มที่

- **ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๕๓** กำหนดให้มีคณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติขึ้น หนึ่งคณะ มีนายกรัฐมนตรีเป็นประธาน กรรมการ รัฐมนตรีประจำ สำนักนายกรัฐมนตรีที่นาย รัฐมนตรีมอบหมาย เป็นรองประธาน และให้มีกรรมการประกอบด้วยผู้แทนหน่วยราชการ ผู้ทรงคุณวุฒิ ซึ่งมีความรู้ความเชี่ยวชาญด้านการประชาสัมพันธ์และการ สื่อสารมวลชน อธิบดีกรมประชาสัมพันธ์ เป็น กรรมการและ เลขาธิการ มีหน้าที่ เสนอ นโยบายและแผนก ารประชาสัมพันธ์ แห่งชาติด้าน ต่อคณะรัฐมนตรี เพื่อให้ความเห็นชอบ แนะนำและให้ คำปรึกษาแก่หน่วยงานของรัฐ และประสานการปฏิบัติงานให้ สอดคล้องกับแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ การที่ กรมประชาสัมพันธ์มีบทบาทหน้าที่เป็นสำนักงานเลขานุการ คณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ จึงเป็นโอกาสดำเนินการกิจ เพื่อพัฒนาองค์ การไปสู่ การเป็นศูนย์กลางการประชาสัมพันธ์



ภาครัฐและ เพื่อให้ การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ของชาติ เป็นไป อย่างมีระบบ

- พระราชกฤษฎีกาว่าด้วยการบริหารงานจังหวัดและกลุ่มจังหวัด แบบบูรณาการ พ.ศ. ๒๕๕๑ กำหนดให้จังหวัดและ กลุ่มจังหวัด ขอดึงงบประมาณจากสำนัก กงบประมาณโดยตรง จึงเป็นโอกาส สำหรับ หน่วยงาน ในสังกัดกรมประชาสัมพันธ์ที่อยู่ใน ภูมิภาค สามารถเพิ่มบทบาททางวิชาการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชน โดยเสนอตัว เป็นเจ้าภาพหลักหรือเจ้าภาพร่วม จัดทำแผนงาน โครงการ และเสนอคำขอของงบประมาณด้านการประชาสัมพันธ์ ผ่าน จังหวัดและกลุ่มจังหวัด
- พระราชบัญญัติประกอบกิจการวิทยุ กระจายเสียงและวิทยุ โทรทัศน์ พ.ศ.๒๕๕๑ มาตรา ๒๐ กำหนดให้กรมประชาสัมพันธ์ ผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการสาธารณะประเภทที่หนึ่ง^๓ และ ประเภทที่สาม^๔ จะหารายได้จากการโฆษณาไม่ได้ เว้นแต่เป็นการ หารายได้โดยการโฆษณาหรือเผยแพร่ข่าวสารเกี่ ยวกับงานหรือ กิจการของหน่วยงานของรัฐหรือรัฐวิสาหกิจ สมาคม มูลนิธิ หรือ นิติบุคคลอื่นที่มีวัตถุประสงค์ในการดำเนินกิจการเพื่อประโยชน์ สาธารณะ โดยไม่แสวงหากำไรในทางธุรกิจหรือการเสนอ ภาพลักษณ์ขององค์กร มีผลให้อำนาจหน้าที่ ของ กรมประชาสัมพันธ์ ในฐานะผู้ออกใบอนุญาตประกอบกิจการ วิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ ที่ใช้คลื่นความถี่และที่ไม่ใช้

^๓ ใบอนุญาตประกอบกิจการบริการสาธารณะประเภทที่หนึ่ง ออกให้สำหรับกิจการกระจายเสียงหรือกิจการ โทรทัศน์ที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อการส่งเสริมความรู้ การศึกษา ศาสนา ศิลปะและวัฒนธรรม วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อม การเกษตร และการส่งเสริมอาชีพอื่น ๆ สุขภาพ อนามัย กีฬา หรือการส่งเสริม คุณภาพชีวิตของประชาชน

^๔ ใบอนุญาตประกอบกิจการบริการสาธารณะประเภทที่สาม ออกให้สำหรับกิจการกระจายเสียงหรือกิจการ โทรทัศน์ที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อการกระจายข้อมูลข่าวสารเพื่อส่งเสริมความเข้าใจอันดีระหว่างรัฐบาลกับ ประชาชนและรัฐสภากับประชาชน การกระจายข้อมูลข่าวสารเพื่อการส่งเสริมสนับสนุนในการเผยแพร่และ ให้การศึกษาแก่ประชาชนเกี่ยวกับการปกครองในระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็น ประมุข บริการข้อมูลข่าวสารอันเป็นประโยชน์สาธารณะแก่คนพิการ คนด้อยโอกาส หรือกลุ่มความสนใจที่ มีกิจกรรมเพื่อประโยชน์สาธารณะหรือบริการข้อมูลข่าวสารอันเป็นประโยชน์สาธารณะอื่น



คลื่นความถี่ สิ้นสุดลง มีผลกระทบต่อ การหารายได้เพื่อสนับสนุน
ภารกิจด้านการประชาสัมพันธ์

- พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการ
ประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการ
โทรคมนาคม พ.ศ.๒๕๕๓ มาตรา ๔๑ มาตรา ๔๓
พระราชบัญญัติดังกล่าว กำหนดให้ผู้ที่ประสงค์จะใช้คลื่นความถี่
เพื่อกิจการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์ต้องได้รับใบอนุญาต
จากคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และ
กิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) และผู้ได้รับใบอนุญาตให้ใช้
คลื่นความถี่เพื่อกิจการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์ต้อง
ประกอบกิจการด้วยตนเองจะมอบการบริหารจัดการทั้งหมดหรือ
บางส่วนหรือยินยอมให้บุคคลอื่นเป็น ผู้มีอำนาจประกอบกิจการ
แทนไม่ได้กระทบ ต่อภารกิจของกรมประชาสัมพันธ์ใน เรื่อง การ
บริหารสถานีวิทยุกระจายเสียง และสถานีวิทยุโทรทัศน์ เนื่องจาก
กรมประชาสัมพันธ์ มีคลื่นความถี่อยู่จำนวนมาก จำเป็นต้องจัดทำ
แผนขอใช้คลื่นความถี่ใหม่ เพื่อให้ภารกิจการประชาสัมพันธ์ข้อมูล
ข่าวสารสู่สาธารณะ ครอบคลุมพื้นที่และกลุ่มเป้าหมายทั่วประเทศ
ดังที่เป็นในปัจจุบัน ซึ่งยังไม่มีช้ อยู่ว่าจะได้รับการจัดสรรคลื่น
ความถี่ใหม่อย่างไร นอกจากนี้ยังต้องแข่งขันกับหน่วยงานภาครัฐ
และเอกชนที่มีคลื่นความถี่ในการนำเสนอข่าวสารและแสวงหา
ความร่วมมือกับหน่วยงานภายนอก ในกรณีผู้ประกอบกิจการ
วิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์เพิ่มจำนวนมาก
กรมประชาสัมพันธ์จะประสบปัญหาทั้งเรื่องงบประมาณและ
บุคลากรเนื่องจากไม่สามารถหารายได้อื่นนอกจากงบประมาณ
และค่าตอบแทนต่ำกว่าภาคเอกชน

๑.๕. ปัจจัยด้านการเมือง

- รัฐบาลให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์สร้างความรู้ความ
เข้าใจแก่ประชาชน การที่รัฐบาลให้ความสำคัญกับการสร้าง
ความรู้ความ เข้าใจแก่ประชาชนในเรื่องนโยบาย การดำเนินงาน
และผลงานขอ รัฐบาล โดยเฉพาะในประเด็นสำคัญ ๗



นายกรัฐมนตรี หรือรัฐมนตรีที่รับผิดชอบมักจะชี้แจงกับประชาชนด้วยตนเอง เพื่อสร้างความเชื่อมั่นต่อประชาชนและผู้ที่เกี่ยวข้องในการดำเนินนโยบายนั้น ๆ และมอบหมายให้ กรมประชาสัมพันธ์ เป็นหน่วยงานหลักในการประชาสัมพันธ์นโยบาย ผลงานและแนวทางการบริหารประเทศ ของรัฐบาลให้ประชาชนได้รับทราบ และนำข้อมูลความต้องการของประชาชนมาสู่รัฐบาล เป็นโอกาสในการขยายงานและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อประชาชน

- **ความไม่มีเสถียรภาพทางการเมือง** นโยบายของรัฐบาล และการดำเนินงานที่เปลี่ยนแปลงบ่อย ทำให้การประชาสัมพันธ์ขาดความต่อเนื่อง นโยบายบางเรื่อง แม้จะ ยังคงดำเนินการอยู่แต่ การที่รัฐบาลลดความสำคัญลง ในเวลาต่อมา เช่น การประชาสัมพันธ์ แก้ไขปัญหาความยากจน ชุมชนพอเพียง ฯลฯ มีผลต่อภารกิจของกรมประชาสัมพันธ์ที่ต้องปรับเปลี่ยนประเด็นการประชาสัมพันธ์ให้สอดคล้องกับ ความต้องการ ของรัฐบาล นอกจากนั้นเมื่อมี การตอบโต้กันของ ฝ่ายการเมือง และ รัฐบาลมีโอกาสเข้าถึง สื่อของรัฐมากกว่า ทำให้กรมประชาสัมพันธ์เสีย ภาพลักษณ์ เรื่องความเป็นกลางในการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร กระทบต่อความเชื่อถือ และความพึงพอใจของ ประชาชน นอกจากนี้ การเปลี่ยนแปลงทางการเมืองทำให้ การดำเนินงาน ของคณะกรรมการประชาสัมพันธ์ แห่งชาติ (กปช.) ขาดความต่อเนื่อง ทั้งด้านนโยบายและปฏิบัติการ หน่วยงานภาครัฐและเอกชนขาดการมีส่วนร่วม ในการจัดทำ ยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์ของชาติ สำนักงานเลขาธิการ คณะกรรมการประช สัมพันธ์แห่งชาติเองก็ไม่ได้จัดระบบบริหารจัดการและติดตามประเมินผลการปฏิบัติงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมถึงไม่ได้ให้ความสนใจกับสภาพการแข่งขัน และความท้าทายเชิงยุทธศาสตร์ขององค์กร จึงทำให้บทบาทการ กำหนดนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติไม่ประสบความสำเร็จ



แห่งชาติที่ต้องมีบทบาทภารกิจเพิ่มขึ้น ในการบูรณาการร่วมกับหน่วยงานที่เป็นเจ้าภาพของแต่ละเสาหลัก เพื่อสร้างความตระหนักรู้ ความสนใจ ความเข้าใจ และการยอมรับต่อความเปลี่ยนแปลงที่กำลังจะเกิดขึ้น ในภูมิภาค อาเซียน รวมทั้งสร้างความเข้มแข็งทางสังคม ให้สามารถ อยู่ร่วมกันบนความหลากหลายทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของประชาชนที่แตกต่างกัน

๑.๖. ปัจจัยด้านสภาพภูมิศาสตร์

- **ภัยธรรมชาติ ที่เกิดขึ้นทั้งในและต่างประเทศ** เช่น อุทกภัย ในพื้นที่ภาคอีสาน วาตภัยและดินโคลนถล่มในพื้นที่ภาคใต้ ไฟป่าที่อินโดนีเซีย และพายุหมุนนาร์กิสถล่มสหภาพพม่า ฯลฯ เป็นโอกาสให้กรมประชาสัมพันธ์ ต้องพัฒนาการบริหารจัดการข้อมูลข่าวสารด้านการประชาสัมพันธ์ในภาวะวิกฤตอย่างเป็นระบบ เพื่อให้สามารถนำเสนอข่าวได้ทันเหตุการณ์และเป็นเครื่องมือสำคัญในการนำเสนอความช่วยเหลือจากรัฐบาลไปสู่ประชาชน แต่ในบางครั้ง ภัยธรรมชาติก็ทำให้เกิดความเสียหายต่อ หน่วยงานที่ตั้งอยู่พื้นที่ประสบภัยทำให้ ไม่สามารถดำเนิน การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูล ข่าวสารได้ตามปกติ นอกจากนี้สภาพทางภูมิศาสตร์ในพื้นที่เป็นจุดบอดต่อการกระจายเสียงและ แพร่ภาพ อาทิ ภูเขาสูง หุบเขา ไม่เอื้อต่อการครอบคลุมพื้นที่เขตผู้รับบริการ จึงเป็นอุปสรรคต่อการกิจการประชาสัมพันธ์

๒. สภาพแวดล้อมภายในองค์กร

๒.๑. ปัจจัยด้านโครงสร้างและนโยบายองค์กร

จุดแข็ง กรมประชาสัมพันธ์สามารถถ่ายทอดนโยบายไปสู่การปฏิบัติ ได้ครอบคลุมทุกภูมิภาคทั่วประเทศ

- **โครงสร้างหน่วยงาน ที่กระจายอยู่ทั้งในส่วนกลางและภูมิภาค** มีโครงสร้างและอัตรากำลัง ที่รวม งานประชาสัมพันธ์และ สื่อสารมวลชนอยู่ในหน่วยงานเดียวกัน มีหน่วยงาน หลักด้านการประชาสัมพันธ์ ได้แก่ สำนักพัฒนาการประชาสัมพันธ์ สำนักงานประชาสัมพันธ์ต่างประเทศสำนักประชาสัมพันธ์เขต๑-๘



และสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัด ๗๕ จังหวัด และมี
หน่วยงานหลักด้านสื่อสารมวลชน ได้แก่ สำนักข่าว สถานี
วิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่ง
ประเทศไทย พร้อมทั้ง เครือข่ายสถานีวิทยุกระจายเสียงระบบ
FM จำนวน ๘๖ ความถี่ และ AM จำนวน ๔๕ สถานี ๔๘ ความถี่
มีสถานีวิทยุคลื่นสั้นภาษาต่างประเทศ ๘ ภาษา สถานี
วิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยเพื่อการศึกษา ระบบ AM และ
FM ๑๑ สถานี สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย จำนวน ๗๒ สถานี
และสถานีเครื่องส่งวิทยุโทรทัศน์ ๓๘ สถานีทั่วประเทศ มีสื่อ
อินเทอร์เน็ตที่สามารถติดต่อสื่อสารถึงกลุ่มเป้าหมายทั้งในและ
ต่างประเทศ ได้แก่ เว็บไซต์ <http://thainews.prd.go.th> และ
www.prd.go.th ทำให้กรมประชาสัมพันธ์มีขีดความสามารถใน
การเข้าถึงแหล่งข่าวได้รวดเร็ว ทัวถึง และครอบคลุมพื้นที่ทั่ว
ประเทศ รวมทั้งสามารถผลิตข่าวต่อวันได้จำนวนมาก

- **ความสามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลที่สำคัญ** กรมประชาสัมพันธ์
สามารถเข้าถึง แหล่งข้อมูลที่สำคัญของประเทศ ได้ทุกระดับ
เนื่องจากเป็นหน่วยงาน หลักด้านการประชาสัมพันธ์ ของรัฐจึง
ได้รับการแต่งตั้งให้เป็นคณะกรรมการ ด้านประชาสัมพันธ์ในทุก
โครงการ และ กิจกรรม ระดับ ชาติ มีเครือข่ายบุคลากร และ
เครือข่าย สื่อทั้งในประเทศและต่าง ประเทศที่สามารถ
ประสานงานเพื่อรับและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์
ได้อย่างกว้างขวางโดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย
- **เป็นหน่วยงานกลางในการออกบัตรประจำตัวสื่อมวลชนทั้งใน
ประเทศและต่างประเทศในประเทศไทย** กรมประชาสัมพันธ์มี
หน้าที่ตามระเบียบการออกบัตรประจำตัวผู้สื่อข่าวในประเทศ
และต่างประเทศ โดยสำนักพัฒนาการประชาสัมพันธ์ และสำนัก
การประชาสัมพันธ์ต่างประเทศ ร่วมกับสำนักงานตำรวจแห่งชาติ
และกรมสารนิเทศ กระทรวงการต่างประเทศ ภารกิจออกบัตร
ประจำตัวผู้สื่อข่าว ทำให้กรมประชาสัมพันธ์มีช่องทาง เครือข่าย
และพันธมิตรในการกระจายข้อมูลข่าวสารสู่กลุ่มเป้าหมายได้โดย
ประหยัดด้วยความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างกัน



- **บทบาทในการกำหนดนโยบายการพัฒนาความร่วมมือด้านสื่อสารมวลชนและสารสนเทศระหว่างประเทศ** ในฐานะสมาชิกองค์กรด้านสื่อสารมวลชนและการประชาสัมพันธ์ระหว่างประเทศ ได้แก่ สถาบันเพื่อพัฒนาการ กิจการวิทยุ-โทรทัศน์แห่งเอเชีย - แปซิฟิก (The Asia - Pacific Institute for Broadcasting Development : AIBD) และ สหภาพวิทยุ - โทรทัศน์ แห่งเอเชีย - แปซิฟิก (The Asia -Pacific Broadcasting Union) ซึ่งมีสมาชิกและสมาชิกสมทบในทุกภูมิภาคของโลก กรมประชาสัมพันธ์ ได้รับประโยชน์ในเรื่องการจัดทำโครงการ กิจกรรมความร่วมมือด้านการผลิตและเผยแพร่ข่าว รายการ การแลกเปลี่ยนและพัฒนาบุคลากรในวิชาชีพ รวมถึงเป็นช่องทางที่ใช้ส่งเสริมภาพลักษณ์ไทยในต่างประเทศ
- **บทบาทการประชาสัมพันธ์ในภาวะวิกฤติ** กรมประชาสัมพันธ์ มีแผนปฏิบัติการรองรับงานในภาวะวิกฤติเพื่อให้หน่วยงานในระดับพื้นที่ตัดสินใจและดำเนินการได้เอง ทั้งร่วมกับหน่วยงานด้านความมั่นคงของประเทศทั้งในด้านทหาร และพลเรือน ทำให้สามารถปฏิบัติหน้าที่อย่าง บรรณ การ ทั้งในส่วนกลางและภูมิภาค
- **นโยบายเรื่องการพัฒนาบุคลากรที่ชัดเจน** ผู้บริหารให้ความสำคัญและกำหนด นโยบาย เรื่องการพัฒนาบุคลากรเป็นนโยบาย สำคัญให้หน่วยงานรับผิดชอบ ทั้งสถาบันการประชาสัมพันธ์ และกองการเจ้าหน้าที่ ดำเนินการ รวมทั้งอนุมัติเงินรายได้เพื่อสนับสนุนการพัฒนาบุคลากรเพิ่มเติมทุกปี

จุดอ่อน กรมประชาสัมพันธ์มีภารกิจที่ทับซ้อน การเกลี่ยอัตรากำลังไม่เหมาะสม เช่น สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดมีอัตรากำลังเพียง ๕ - ๖ คน หรือหน่วยงานด้านสื่อมีช่างไฟฟ้ามากกว่าผู้จัดรายการ และมีหน่วยงานจัดตั้งใหม่ที่ไม่ได้อยู่ในโครงสร้าง ดังนั้นโครงสร้างองค์กรในปัจจุบันจึงไม่สอดคล้องกับสภาพแวดล้อม และภารกิจที่เปลี่ยนแปลงไปในช่วงเวลา ๑๐ ปี



๒.๒. ปัจจัยด้านการส่งมอบบริการ

จุดแข็ง การให้บริการของสถานีวิทยุกระจายเสียงใน ภูมิภาค ได้รับความพึงพอใจจากหน่วยงาน ระดับพื้นที่ใน หลาย จังหวัด เนื่องจาก สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย สนับสนุนการประชาสัมพันธ์และกิจกรรมของจังหวัด ทั้งหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนได้อย่างทั่วถึง ings รวดเร็ว สม่่าเสมอ ให้บริการในอัตราพิเศษหรือยกเว้นค่าใช้จ่าย มีบริการ เช่น การถ่ายทอดกีฬาระดับโลก การประชุมรัฐสภา ให้ประชาชนได้ชมอย่างต่อเนื่องโดยไม่มีโฆษณาเนื่องจากเป็นสถานีจัดตั้งขึ้นเพื่อบริการสาธารณะ ไม่มุ่งเน้นผลตอบแทน ทางธุรกิจ นอกจากนี้ยังเปิดโอกาสให้ประชาชน มีส่วนร่วมในการผลิตรายการ สื่อมวลชน ทั้งในและต่างประเทศ มีความพึงพอใจต่อการได้รับข้อมูลเชิงลึก กจากแหล่งข่าวโดยตรง เนื่องจาก มีการจัดกิจกรรมสื่อมวลชนสัญจรร่วมกันอย่างต่อเนื่อง ผู้รับบริการที่เป็นผู้ด้อยโอกาสเพิ่มขึ้น เนื่องจาก มีการใช้สื่อภาษามือในการ นำเสนอรายการต่างๆ และการใช้ภาษาของผู้ประกาศและผู้ดำเนินรายการของกรมประชาสัมพันธ์ได้รับการยอมรับว่าถูกต้อง เป็นมาตรฐาน เนื่องจาก เป็นหน่วยงานหลักในการฝึกอบรมผู้ประกาศทางวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ สามารถตอบสนองงานด้านความมั่นคงของชาติได้ในระดับพื้นที่ได้ดี โดยเฉพาะพื้นที่ภาคใต้ เนื่องจากมีการใช้ภาษาถิ่นในการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสาร มีช่องทางในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารที่หลากหลาย ทำให้เข้าถึงประชาชนได้กว้างขวางมากขึ้น

กรมประชาสัมพันธ์มีสถาบันการประชาสัมพันธ์ให้บริการจัดฝึกอบรมหลักสูตรต่างๆ ด้านการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องทุกปี โดยคิดค่าใช้จ่ายต่ำกว่าภาคธุรกิจ เป็นที่ยอมรับของหน่วยงานภาครัฐและเอกชนทั้งในประเทศและต่างประเทศ นอกจากนี้ยังได้จัดทำ บันทึกความร่วมมือ (MOU) ร่วมกับสถาบันการศึกษา ระดับอุดมศึกษาของรัฐ เพื่อพัฒนาบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์ และ สื่อสารมวลชน ระดับปริญญาตรีและ ปริญญาโท เช่น มีบันทึกความร่วมมือกับ มหาวิทยาลัยบูรพา มีการจัดฝึกอบรมร่วมกับสถาบัน AIBD, ABU

จุดอ่อน ข้อมูลข่าวสารที่ ส่งให้ผู้รับบริการที่มีหลากหลาย รูปแบบ รายการ และการนำเสนอข้อมูลข่าวสารไม่น่าสนใจ ไม่ตรงตามความต้องการ และระดับความสนใจของผู้รับบริการและลูกค้า เนื่องจากเนื้อหาเป็นวิชาการมากเกินไป เทคนิคการผลิตไม่ทันสมัย ผู้ดำเนินรายการไม่เป็นมืออาชีพ ทำให้รายการขาดความน่าสนใจ และไม่ได้้นำผลการประเมินการสำรวจความนิยมและความพึงพอใจต่อสินค้า



และบริการมาปรับปรุงรายการ การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่ให้บริการกับหน่วยงานภายนอกไม่มีคุณภาพเนื่องจากการบริหารจัดการงานไม่เป็นระบบ มุ่งเน้นปริมาณผลผลิตมากกว่าผลลัพธ์ทำให้การประชาสัมพันธ์ไม่บรรลุเป้าหมาย การจัดทำแผนขาดความเชื่อมโยงกลยุทธ์ที่ชัดเจน และไม่ได้นำผลการวิจัยและผลการประเมินมาใช้ปรับปรุงผลผลิตการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อวิทยุและสื่อโทรทัศน์ขาดความต่อเนื่อง ผังรายการจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนตามสถานการณ์เร่งด่วนต่างๆ ค่อนข้างบ่อย การติดต่อประสานงานด้านสื่อขาดความยืดหยุ่น เนื่องจากมีระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการและขั้นตอนที่ซับซ้อน เช่น ระเบียบ ค่าเช่าเวลา ค่าเช่าอุปกรณ์ ฯลฯ การดำเนินการด้านการประชาสัมพันธ์ต่างประเทศ ไม่สนองตอบความต้องการของผู้รับบริการ / ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เนื่องจากการกำหนดนโยบายและยุทธศาสตร์ด้านประชาสัมพันธ์ต่างประเทศไม่มีทิศทางและความชัดเจน การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารไม่ส่งผลกระทบต่อทัศนคติและพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย เนื่องจากกระบวนการด้านการผลิตและเผยแพร่รายการไม่เป็นไปตามมาตรฐาน และไม่มีงานวิจัยความต้องการในระดับพื้นที่รองรับ

๒.๓. ปัจจัยด้านบุคลากร

จุดแข็ง บุคลากร มีความชำนาญ จากการสั่งสมประสบการณ์ในวิชาชีพเป็นเวลานาน และมีความพร้อมในการทำงานในภาวะวิกฤต มีความสามารถในการปรับตัวภายใต้ภาวะกดดันเร่งรีบ มีความรับผิดชอบและความเสียสละในการปฏิบัติงานสูง

จุดอ่อน อัตรากำลังไม่เพียงพอและไม่สอดคล้องกับภารกิจเนื่องจากการจัดโครงสร้างองค์กรและการจัดอัตรากำลังไม่ สอดคล้องกับภารกิจ และปริมาณงานที่ แท้จริง เช่น อัตรากำลังขอ สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัด สถานีวิทยุกระจายเสียงในส่วนภูมิภาค เป็นต้นนอกจากนั้น บุคลากรที่มีความรู้ความสามารถในการใช้ภาษาต่างประเทศยังมีจำกัดเมื่อเปรียบเทียบกับภารกิจ จที่มีอยู่ การพัฒนาบุคลากรของกรมประชาสัมพันธ์ยังไม่สามารถตอบสนองความจำเป็นในการปฏิบัติงานอย่างทั่วถึงและเท่าเทียม เนื่องจากยังไม่มีมีการจัดทำ แผนการพัฒนาบุคลากรอย่างเป็นระบบให้ครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมาย เพื่อการพัฒนาองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ ประสิทธิภาพ กระบวนการคัดเลือกบุคลากรเข้ารับการพัฒนา ยังขาด มาตรฐาน บุคลากรมีขวัญกำลังใจในการปฏิบัติงาน น้อย ยังขาดโอกาส ความก้าวหน้าทางสายอาชีพ เนื่องจากระบบการแต่งตั้ง โยกย้าย การพิจารณา เลื่อนระดับ การกำหนด



มาตรฐานและภาระงาน และการประเมินผลงาน ยังไม่ได้มาตรฐาน การเข้าออกของ ลูกจ้างชั่วคราวมีอัตรา สูงเนื่องจากค่าตอบแทนน้อยและสถานภาพไม่มั่นคง ทำให้การ ปฏิบัติงานไม่ต่อเนื่อง ต้องเรียนรู้และสอนงานใหม่ตลอดเวลา

๒.๔. ปัจจัยด้านประสิทธิภาพด้านการเงิน

จุดอ่อน การใช้จ่ายเงินงบประมาณประจำปียังไม่เป็นไปตาม แผนการใช้จ่ายเงินที่ กรมประชาสัมพันธ์ ทำข้อตกลงกับสำนักงบประมาณ เนื่องจาก หน่วยปฏิบัติไม่ ได้นำแผนปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณมาเป็นกรอบใน การทำงาน การ บริหาร งบประมาณยังไม่เกิดความคุ้มค่า เนื่องจาก มีทั้งงบประมาณ เงินรายได้ และงบประมาณเบิกแทนกัน แต่ยังไม่ มีการจัดทำแผนยุทธศาสตร์และแผน กลยุทธ์ให้ครอบคลุมทุกแหล่งเงิน เพื่อวัดความคุ้มค่า การจัดสรรงบประมาณเน้นก าร ทำงานตามยุทธศาสตร์ สำนัก/กองที่ไม่มีภารกิจตามแผนยุทธศาสตร์มักจะได้รับ การ จัดสรรงบประมาณไม่เพียงพอ ต้องใช้เงินรายได้สมทบ แต่การบริหารเงินรายได้อาจไม่มี ประสิทธิภาพ เนื่องจากไม่มีแผนรองรับการใช้เงินรายได้ให้สอดคล้องและเป็นไปตาม แผนปฏิบัติราชการกรมประชาสัมพันธ์

๒.๕. ปัจจัยด้านวัสดุ อุปกรณ์ ครุภัณฑ์

จุดแข็ง กรมประชาสัมพันธ์มีอุปกรณ์การกระจายเสียงและ แพร่ ภาพครอบคลุมทั่วประเทศ รวมถึง มียานพาหนะ พร้อมใช้งาน สามารถ สนับสนุน การ ปฏิบัติงานได้พอสมควร และมีแผนการจัดหารถยนต์ เพื่อใช้ในราชการโดยวิธีการเช่า เพื่อให้ทุกหน่วยงานภายในกรมประชาสัมพันธ์ได้รับความสะดวกในการปฏิบัติงาน

กรมประชาสัมพันธ์สามารถพัฒนางานด้านการเก็บรักษาและอนุรักษ์ สื่อโสตทัศน์ของรายการที่เผยแพร่ทางวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ และขยาย ผลไปถึงสื่อที่เกิดขึ้นในโอกาสสำคัญของชาติ เนื่องจากเป็นสมาชิกสมาคมอนุรักษ์ สื่อโสตทัศน์และเสียงนานาชาติ (International Association Audiosual and Sound Archives หรือ IASA) และสมาชิกสมาคมอนุรักษ์โสตทัศน์แห่งชาติอาเซียน ตะวันออกเฉียงใต้และแปซิฟิก (The South East Asia Pacific Audio Visual Archives Association หรือ SEAPAVAA)

จุดอ่อน อุปกรณ์ด้านการกระจายเสียงและ แพร่ภาพ ล้าสมัย ไม่ทัน ต่อความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี การจัดซื้อทดแทน และการซ่อมบำรุงวัสดุอุปกรณ์ ต่างๆ ให้แก่สถานีวิทยุกระจายเสียงและสถานีวิทยุโทรทัศน์ ไม่พอเพียง และไม่ ครอบคลุม เนื่องจาก อุปกรณ์มีราคาสูง การจัดหาทดแทนจำเป็นต่อ ใช้งานงบประมาณ



จำนวนมาก และ อุปกรณ์เกี่ยวกับการส่งกระจายเสียงวิทยุและวิทยุโทรทัศน์ได้มาจากหลายบริษัท เมื่อมีปัญหาการชำรุดจึงมีปัญหาการจัดหาอะไหล่ทดแทนและการจัดสรรงบประมาณไม่ทันต่อความต้องการ

ระบบบริหารจัดการและระบบปลอดภัยด้านสารสนเทศยังไม่สมบูรณ์ ทำให้การปฏิบัติงานสารสนเทศประจำวันขัดข้องบ่อย เนื่องจากอุปกรณ์และระบบไม่เพียงพอและไม่ทันสมัย

๒.๖. ด้านการบริการจัดการ

จุดแข็ง กรมประชาสัมพันธ์ มีการบริหารจัดการข้อมูลข่าวสารที่ชัดเจนและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน เนื่องจากมีศูนย์ปฏิบัติการข้อมูล ข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ (PRD Information Operation Center) ในส่วนกลาง ทำหน้าที่บริหารประเด็นการประชาสัมพันธ์ ประสาน เชื่อมโยงไปยังศูนย์ ปฏิบัติการข้อมูล ข่าวสารในส่วนภูมิภาค การสื่อสารภายในองค์กรเป็นไปอย่างรวดเร็ว เนื่องจากมีระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่เชื่อมโยงทุกหน่วยงานภายในและทั่วประเทศ และมีการกำหนดแนวทางการบริหารงานโดย การมอบอำนาจจากผู้บริหารระดับสูงสู่ระดับล่าง อย่างชัดเจน ทำให้การปฏิบัติงานเกิดความคล่องตัว

จุดอ่อน แผนการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ไม่บรรลุวัตถุประสงค์ และไม่ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมาย เนื่องจาก กระบวนการสื่อสาร ถ่างทอดแผนไปสู่ การปฏิบัติเพื่อสร้างความเข้าใจแก่ผู้ปฏิบัติ ยังไม่เป็นระบบ กรอบทิศทางและแผนปฏิบัติการสื่อสารไม่ต่อเนื่อง ผู้บริหารไม่ได้รับข้อมูลเพื่อใช้ในกระบวนการตัดสินใจ (DSS) ในการบริหารงานภายในขององค์กรอย่างครอบคลุม ทันท่วงที และเป็นปัจจุบัน ผู้ปฏิบัติงาน เองก็ยังไม่ขาดข้อมูลที่ให้นำมาใช้สนับสนุนการปฏิบัติงาน (MIS) เนื่องจาก องค์กรอยู่ระหว่างการพัฒนา ระบบฐานข้อมูลเพื่อการบริหารจัดการ อีกทั้ง เรื่องการวางแผนและการประเมินผล การปฏิบัติงาน การรักษา เครือข่าย ด้านการประชาสัมพันธ์ ขาดความต่อเนื่อง เนื่องจาก ไม่มีแผนบูรณาการเครือข่ายด้านการประชาสัมพันธ์

กรมประชาสัมพันธ์ ยังขาด การประเมินผลในระดับผลลัพธ์และ ผลกระทบ การวางแผนระบบการติดตามและประเมินผลยังไม่ครอบคลุมผลลัพธ์และ ผลกระทบ การกำหนดตัวชี้วัดในแผน ปฏิบัติราชการมีเพียงระดับผลผลิต ไม่มีการนำ การประเมินผลที่เกี่ยวข้องมาใช้ พัฒนาการ การดำเนินงานประชาสัมพันธ์เป็นไปแบบ



ต่างคนต่างทำ เนื่องจากระบบการติดตามงาน (Monitoring) และการประสานงานไม่มีประสิทธิภาพเพียงพอ

๓. การประเมินสถานภาพองค์กร

จากการวิเคราะห์ สภาพแวดล้อมภายนอกที่มีการเปลี่ยนแปลงทั้งด้านสังคมและวัฒนธรรม เทคโนโลยี เศรษฐกิจ การเมือง กฎหมาย และสภาพทางภูมิศาสตร์ พบว่า มีปัจจัยที่เอื้อต่อการสร้างโอกาสในการปฏิบัติการกิจกรรมทั้งด้านสังคมที่ ประชาชน นิยมบริโภคข่าวสารมากขึ้น สื่อต่างๆ แข่งขันกันนำเสนอข้อมูลข่าวสารผ่านเทคโนโลยีใหม่ ๆ และเหตุการณ์สำคัญต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นทั่วโลก ซึ่งเป็น ข้อมูลที่ดีสำหรับงานประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชนที่เป็นภารกิจหลักขององค์กร รวมทั้งมีจุดแข็งที่รัฐบาลให้ความสำคัญกับการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารนโยบาย และการดำเนินงานของรัฐบาลไปสู่ประชาชนอย่างกว้างขวาง ดังจะเห็นได้จากการจัดโครงสร้างองค์กร พร้อมเครื่องมืออุปกรณ์การกระจายเสียงและแพร่ภาพที่กระจายอยู่ในทุกจังหวัด และการ มีกฎหมายรองรับกลไกการจัดการในฐานะศูนย์กลางประชาสัมพันธ์ของชาติ เช่น ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการ ประชาสัมพันธ์แห่งชาติ (ฉบับที่ ๓) พ.ศ. ๒๕๔๘ แต่ก็ไม่ได้นำไปสู่การปฏิบัติอย่างจริงจัง เนื่องจากกรมประชาสัมพันธ์ ขาดระบบบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ การจัดสรรทรัพยากรทางการบริหารไม่ว่าจะเป็นงบประมาณหรือบุคลากรไม่สอดคล้องกับภารกิจ การพัฒนาระบบข้อมูล และโครงสร้างระบบสารสนเทศเพื่อการ บริหารจัดการ และการตัดสินใจเชิงบริหารยัง ไม่มีประสิทธิภาพ แม้จะมีการลงทุนเรื่องงบประมาณไปเป็นจำนวนมากในแต่ละปี การบริหารจัดการทรัพยากรบุคคล ให้พร้อมรองรับภารกิจที่เปลี่ยนแปลง ไปทั้งในด้านสมรรถนะและ ความพึงพอใจ ยังไม่เป็นรูปธรรมที่ชัดเจน การบริหารงานประชาสัมพันธ์ทั้ง ระดับนโยบายและ ระดับปฏิบัติการ ไม่มีการจำแนกกลุ่มผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างเป็นระบบตามหลักวิชาการ เพื่อรับฟังหรือเรียนรู้ความต้องการและความคาดหวังของผู้รับบริการสำหรับใช้วางแผนพัฒนาบริการอย่างเป็นระบบต่อเนื่อง ทำให้ไม่สามารถวัดผลลัพธ์ของการดำเนินงานในภาพรวม ได้ ภัยอุปสรรคที่มีผลกระทบต่อภารกิจกรมประชาสัมพันธ์มากที่สุดคือกฎหมายและการเมืองที่ทำให้องค์กรต้องปรับบทบาทภารกิจอย่างต่อเนื่อง เพื่อรักษาสถานภาพการเป็นองค์กรหลักด้านการประชาสัมพันธ์ และสื่อสารมวลชนของชาติไว้ต่อไป โดยต้องเร่งพัฒนาตนเองให้สามารถใช้โอกาสและจุดแข็งที่ อยู่ในสภาพแวดล้อมที่ กำลังเปลี่ยนแปลงไป



ความท้าทายต่อการดำเนินงานของกรมประชาสัมพันธ์ เมื่อวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั้งภายนอกและภายในองค์กรแล้ว พบว่ากรมประชาสัมพันธ์ ต้องเผชิญความท้าทายในการดำเนินงาน ๒ ประเด็น คือ

๑. การแข่งขันกับภาคเอกชนและภาคประชาชนเพื่อรักษา ผู้รับบริการกลุ่มเป้าหมาย ไว้ ภายใต้สภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงในปัจจุบัน ทั้งด้านสังคม กฎหมาย และเทคโนโลยี ที่ส่งผลกระทบต่อความต้องการและความสนใจ ของผู้รับบริการ จึงเป็นงานที่ยากอย่างยิ่งสำหรับหน่วยงานด้านสื่อของรัฐในการสนองตอบ ความต้องการและความพึงพอใจของผู้รับบริการกลุ่มเป้าหมายทุกกลุ่ม

๒. การบริหารความเสี่ยงจากอุปสรรคอันเกิดจากสภาพแวดล้อมด้านการเมือง และจุดอ่อนด้านการบริหารจัดการองค์กร อันจะนำไปสู่การ สร้างความเชื่อมั่นต่อการดำเนินงานของกรมประชาสัมพันธ์ในทุกด้าน จำเป็นต้องอาศัยความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกัน ของบุคลากรภายใน องค์กร เพื่อสร้างความเข้มแข็งในระบบบริหารจัดการให้สามารถสนับสนุนการปฏิบัติภารกิจในทุกด้านได้อย่างมีประสิทธิภาพ



บทที่ ๒

ทิศทางขององค์การ

วิสัยทัศน์

องค์กรหลักด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชนแห่งชาติ
เพื่อการพัฒนาประเทศ การรักษาความมั่นคง^๕
และภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศ

^๕ ความมั่นคง ในความหมายที่เลขาธิการสภาความมั่นคงแห่งชาติบรรยายในการสัมมนาเรื่องกรอบทิศทาง ยุทธศาสตร์ประชาสัมพันธ์ เมื่อวันที่ ๒๒ กันยายน ๒๕๕๓ ณ โรงแรมรามาร์คาร์เดน กล่าวว่า ความมั่นคง มี ๓ ระดับ คือ ๑) ความมั่นคงในระดับบุคคลคือ ความกินดีอยู่ดี ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ฯลฯ เป็นความรับผิดชอบขององค์กรต่าง ๆ ภายในประเทศ ๒) ความมั่นคงระดับประเทศ คือ อธิปไตย ดินแดน อยู่ในความรับผิดชอบของสภาความมั่นคงแห่งชาติ ๓) ความมั่นคงระดับ โลก เช่น ปัญหาอาวุธนิวเคลียร์ ภาวะโลกร้อน องค์กรที่แก้ไขปัญหาคือ สหประชาชาติ หรือองค์การนานาชาติที่เกี่ยวข้อง การประชาสัมพันธ์ มีความสำคัญในการสร้างความเข้าใจแก่ประชาชนและประชาคมโลก ทั้งในการนำเสนอข้อเท็จจริง การสะท้อนความต้องการหรือทัศนคติของประชาชน และการระดมความร่วมมือจากประชาชน



พันธกิจ

- พันธกิจที่ ๑ เสนอแนะนโยบายและจัดทำแผนประชาสัมพันธ์แห่งชาติ
- พันธกิจที่ ๒ ประชาสัมพันธ์นโยบายและการดำเนินงานของรัฐสู่กลุ่มเป้าหมาย ทั้งในและต่างประเทศ และสะท้อนปัญหาของประชาชนสู่รัฐบาล
- พันธกิจที่ ๓ สนับสนุนทางวิชาการด้านการประชาสัมพันธ์และการสื่อสารมวลชน แก่หน่วยงานภาครัฐ องค์กรภาคเอกชน ภาคประชาชน และ สื่อมวลชน



เป้าประสงค์ขององค์การ

- เป้าประสงค์ที่ ๑** รัฐบาลนำข้อเสนอนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์
แห่งชาติไปบริหารงานด้านการประชาสัมพันธ์ให้เป็น
เอกภาพ
- เป้าประสงค์ที่ ๒** กลุ่มเป้าหมายทั้งในและต่างประเทศมีความเชื่อมั่นในข้อมูล
ข่าวสารของกรมประชาสัมพันธ์ที่เผยแพร่สู่สาธารณะ ต่อ
นโยบายและ การดำเนินงานของ รัฐที่มีผลต่อ การพัฒนา
คุณภาพชีวิต ของประชาชน การรักษาความมั่นคง และ
ภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศ
- เป้าประสงค์ที่ ๓** หน่วยงานภาครัฐ องค์กรภาคเอกชน ภาคประชาชน และ
สื่อมวลชนนำความรู้ ทางวิชาการ ประชาสัมพันธ์และ
สื่อสารมวลชน ^๖ ไปใช้เป็นกรอบและแนวทางในการ
ดำเนินงาน

^๖ วิชาการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชน หมายถึง การจัดทำแผนประชาสัมพันธ์ระดับปฏิบัติทั้งส่วนกลาง
และส่วนภูมิภาค การวางแผนการใช้สื่อ การกำหนดประเด็น/เนื้อหา ความรู้ด้านหลักการประชาสัมพันธ์และ
สื่อสารมวลชน ผลสำรวจประชามติ ผลการประเมินโครงการด้านการประชาสัมพันธ์ งานวิจัยด้านประชาสัมพันธ์
และสื่อสารมวลชนต่างๆ



บทที่ ๓

ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ และตัวชี้วัด

- ยุทธศาสตร์ที่ ๑ พัฒนานโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ และ กำกับดูแลการปฏิบัติงานตาม นโยบายและ แผนการ ประชาสัมพันธ์แห่งชาติ
- ยุทธศาสตร์ที่ ๒ พัฒนาการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารนโยบาย และการ ดำเนินงานของรัฐให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศ
- ยุทธศาสตร์ที่ ๓ ขยายบทบาททางวิชาการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชน ให้แก่หน่วยงานภาครัฐ องค์กรภาคเอกชน ภาคประชาชน และสื่อมวลชน
- ยุทธศาสตร์ที่ ๔ การบริหารจัดการองค์กร



ยุทธศาสตร์ที่ ๑ พัฒนานโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติและกำกับดูแลการปฏิบัติงานตาม นโยบายและ แผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ

ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรี ว่าด้วยการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๕๓ กำหนดให้คณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ (กปช.) มีหน้าที่จัดทำนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติด้านต่าง ๆ เสนอต่อคณะรัฐมนตรีให้ความเห็นชอบ เพื่อให้หน่วยงานภาครัฐนำไปเป็นกรอบในการจัดทำแผนปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ที่มีเอกภาพ กรมประชาสัมพันธ์มีบทบาทหน้าที่เป็นสำนักงานเลขานุการคณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ และในฐานะองค์กรหลักด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชนของชาติ จึงต้องพัฒนาบทบาทการเสนอนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ตลอดจนกำกับดูแลการปฏิบัติงานตามนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ เพื่อสร้างเอกภาพในการบริหารงานประชาสัมพันธ์ของชาติ

เป้าประสงค์

รัฐบาลนำข้อเสนอโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติไปบริหารงานด้านการประชาสัมพันธ์ให้เป็นเอกภาพ

ตัวชี้วัดเป้าประสงค์

๑. ร้อยละที่เพิ่มขึ้น ของข้อเสนอโยบายด้านการประชาสัมพันธ์ที่รัฐบาล ให้ความเห็นชอบ
๒. รัฐบาลประกาศใช้แผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ หลังจากคณะรัฐมนตรีพิจารณาให้ความเห็นชอบ
๓. รัฐบาลประกาศนโยบายการเปลี่ยนแปลงระบบการส่งสัญญาณจากระบบอานาล็อกเป็นระบบดิจิทัล หลังจากคณะรัฐมนตรีพิจารณาให้ความเห็นชอบ

กลยุทธ์

- ๑.๑ เสริมสร้างความเข้มแข็งของกลไกตามกฎหมายให้ปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพ
- ๑.๒ ผลักดันการนำนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ตลอดจนข้อเสนอแนะเรื่องการประชาสัมพันธ์ของชาติไปดำเนินการ



๑.๓ พัฒนานโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติด้านต่างประเทศ

๑.๔ ผลักดันการกำหนดนโยบายการเปลี่ยนแปลงระบบการ ส่งสัญญาณจากระบบอานาล็อกเป็นระบบดิจิทัล

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

สำนักพัฒนานโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์

สำนักการประชาสัมพันธ์ต่างประเทศ

สำนักส่งเสริมและพัฒนางานเทคนิค



กลยุทธ์ที่ ๑.๑

เสริมสร้างความเข้มแข็งของกลไกตามกฎหมายให้ปฏิบัติหน้าที่ได้อย่าง
ต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพ

ผลลัพธ์

คณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติจัดทำร่างแผนประชาสัมพันธ์แห่งชาติ
พร้อมข้อเสนอแนะแนวทางการประชาสัมพันธ์เพื่อให้หน่วยงานภาครัฐนำไปใช้
จัดทำแผนปฏิบัติการ

ตัวชี้วัดผลลัพธ์

- ๑) คณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติให้ความเห็นชอบ แผนการ
ประชาสัมพันธ์ แห่งชาติ และนำเสนอคณะรัฐมนตรีพิจารณา ให้ความ
เห็นชอบ
- ๒) ร้อยละ ที่เพิ่มขึ้น ของข้อเสนอแนะแนวทางการประชาสัมพันธ์ที่
คณะอนุกรรมการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานในคณะกรรมการ
ประชาสัมพันธ์แห่งชาติให้แก่หน่วยงานภาครัฐ และหน่วยงาน ภาครัฐ
นำไปใช้ทบทวนเพื่อพัฒนาการปฏิบัติงานภายในเวลาที่กำหนดและทันต่อ
เหตุการณ์

ผลผลิต

- ๑.๑.๑ มีคณะอนุกรรมการ เพื่อดำเนินงานในเรื่องที่ คณะกรร ม การ
ประชาสัมพันธ์แห่งชาติมอบหมาย
- ๑.๑.๒ ข้อเสนอแนะในประเด็นที่เกี่ยวกับการเมือง เศรษฐกิจ สังคม
วัฒนธรรม ความมั่นคง การต่างประเทศ และสิ่งแวดล้อมที่นำไปสู่
การกำหนดนโยบายและมาตรการประชาสัมพันธ์อย่างเหมาะสมและ
ทันต่อเหตุการณ์
- ๑.๑.๓ มีร่างแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ
- ๑.๑.๔ แผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติที่ได้รับการเผยแพร่สู่สาธารณะ
- ๑.๑.๕ รายงานผลการดำเนินงาน ประจำปีของคณะกรรมการประชาสัมพันธ์
แห่งชาติที่เสนอต่อคณะรัฐมนตรี



กลยุทธ์ที่ ๑.๒

ผลักดันการนำนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ **ตลอดจน**
ข้อเสนอแนะเรื่องการประชาสัมพันธ์ของชาติไปดำเนินการ

ผลลัพธ์

หน่วยงานภาครัฐและ องค์กรภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องโดยตรง^๗ นำนโยบายและ
แผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ **ตลอดจน**ข้อเสนอแนะเรื่องการ
ประชาสัมพันธ์ไปดำเนินการ

ตัวชี้วัดผลลัพธ์

- ๑) ร้อยละ ที่เพิ่มขึ้นต่อปี ของหน่วยงานภาครัฐที่นำแผนการประชาสัมพันธ์
แห่งชาติไปจัดทำแผนปฏิบัติการในแต่ละปี
- ๒) ร้อยละ ที่เพิ่มขึ้นต่อปี ขององค์กรภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องโดยตรง **ง**นำ
ข้อเสนอแนะไปปรับปรุงงานประชาสัมพันธ์ให้มีประสิทธิภาพในแต่ละปี

ผลผลิต

- ๑.๒.๑ คู่มือการแปลงแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติไปสู่แผนปฏิบัติการของ
หน่วยงานภาครัฐและองค์กรภาคเอกชน
- ๑.๒.๒ หน่วยงาน ภาครัฐ และ องค์กร ภาคเอกชน ได้รับทราบแผนการ
ประชาสัมพันธ์แห่งชาติเพื่อแปลงสู่การ **จัด** ทำแผนปฏิบัติการ
ประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน
- ๑.๒.๓ หน่วยงานภาครัฐ และ องค์กรภาคเอกชนที่ได้รับคำปรึกษาหรือได้รับ
การเสนอแนะ **ใน** การจัดทำและปรับปรุงแผนปฏิบัติการ
ประชาสัมพันธ์

^๗ องค์กรภาคเอกชน หมายถึง หน่วยงานภาคเอกชนที่มีภารกิจร่วมกับกรมประชาสัมพันธ์ หรือเป็นเครือข่ายที่
เกี่ยวข้องในการปฏิบัติงานโดยตรง ทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาค



กลยุทธ์ที่ ๑.๓

พัฒนานโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติด้านต่างประเทศ

ผลลัพธ์

หน่วยงานภาครัฐ และองค์กรภาคเอกชนที่มีภารกิจเกี่ยวข้องกับต่างประเทศ โดยตรง^๘ นำแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติด้านต่างประเทศไปดำเนินการ

ตัวชี้วัดผลลัพธ์

จำนวนหน่วยงานภาครัฐ และองค์กรภาคเอกชน ที่มีภารกิจเกี่ยวข้องกับต่างประเทศโดยตรง ที่นำแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติด้านต่างประเทศ ไปจัดทำแผนปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ ภายในเวลาที่กำหนด

ผลผลิต

- ๑.๓.๑ แผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติด้านต่างประเทศ
- ๑.๓.๒ ข้อเสนอแนะประเด็นที่เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ ด้านต่างประเทศที่นำไปสู่การกำหนดนโยบายหรือ มาตรการประชาสัมพันธ์อย่างเหมาะสม ทันท่วงทีเหตุการณ์

^๘ องค์กรภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องโดยตรง หมายถึง หน่วยงานภาคเอกชนที่มีภารกิจร่วมกับกรมประชาสัมพันธ์ หรือเป็นเครือข่ายที่เกี่ยวข้องในการปฏิบัติงานโดยตรง ทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาค



กลยุทธ์ที่ ๑.๔

ผลักดันการกำหนดนโยบายและแผนการเปลี่ยนแปลงระบบการส่งสัญญาณจากระบบอานาล็อกเป็นระบบดิจิทัล

ผลลัพธ์

หน่วยงานภาครัฐ องค์กรภาคเอกชน มีแนวทางในการดำเนินงานตามนโยบายและแผนการเปลี่ยนแปลงระบบการส่งสัญญาณจากระบบอานาล็อกเป็นระบบดิจิทัล

ตัวชี้วัดผลลัพธ์

คณะรัฐมนตรีพิจารณาให้ความเห็นชอบแนวทางการเปลี่ยนแปลงระบบการส่งสัญญาณจากระบบอานาล็อกเป็นระบบดิจิทัล

ผลผลิต

- ๑.๔.๑ ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับแนวทางการเปลี่ยนแปลงระบบการส่งสัญญาณจากระบบอานาล็อกเป็นระบบดิจิทัล
- ๑.๔.๒ แผนการเปลี่ยนแปลงระบบการส่งสัญญาณจากระบบอานาล็อกเป็นระบบดิจิทัลของกรมประชาสัมพันธ์



ยุทธศาสตร์ที่ ๒ พัฒนาการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารนโยบายและการดำเนินงานของรัฐให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศ

กรมประชาสัมพันธ์ กำหนดทิศทางองค์กรในช่วงปี ๒๕๕๕ - ๒๕๕๙ คือเป็นองค์กรหลักด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชนของชาติ เพื่อการพัฒนาประเทศ การรักษาความมั่นคง และภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศ จึงต้องพัฒนาการดำเนินงานทั้งด้าน เทคนิค และ รูปแบบการนำเสนอให้น่าสนใจ สอดคล้องกับความต้องการกลุ่มเป้าหมาย ที่หลากหลายทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค ผ่านสื่อหลักคือ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ และสื่อบุคคล เพื่อให้ประชาชนได้รับรู้ ความรู้เกี่ยวกับการปกครองระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์เป็นประมุข ข้อมูลข่าวสาร นโยบายและการดำเนินงานของ รัฐ ศิลปวัฒนธรรม ศีลธรรม และค่านิยมที่ดี อย่างทั่วถึง รวมทั้งเพิ่มบทบาทการประชาสัมพันธ์เชิงรุกด้านต่างประเทศ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นต่อการดำเนินนโยบายของรัฐ ตลอดจนเสริมสร้างความเข้าใจอันดี ความมั่นคงของประเทศ และภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศ

เป้าประสงค์

กลุ่มเป้าหมายทั้งในและต่างประเทศมีความเชื่อมั่น ในข้อมูลข่าวสารของกรมประชาสัมพันธ์ ที่เผยแพร่สู่สาธารณะ มีผลต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิต ของประชาชน และเกิดภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศไทย

ตัวชี้วัดเป้าประสงค์

ค่าเฉลี่ยของระดับความเชื่อมั่นของ ผู้รับบริการ กลุ่มเป้าหมายทั้งในและต่างประเทศที่มีต่อข้อมูลข่าวสารของกรมประชาสัมพันธ์สูงขึ้นในแต่ละปี

กลยุทธ์

- ๒.๑ พัฒนาการให้บริการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารนโยบายและการดำเนินงานของรัฐให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย
- ๒.๒ เสริมสร้างทัศนคติที่ดีต่อประเทศไทยในสายตาของต่างประเทศ
- ๒.๓ ประชาสัมพันธ์สนับสนุนการแก้ไขปัญหาในภาวะวิกฤต

^๙ ความเชื่อมั่น หมายถึง ประชาชนมีความเชื่อมั่นต่อข้อมูลข่าวสารของกรมประชาสัมพันธ์ที่ถูกต้อง รวดเร็ว เป็นธรรม



๒.๔ พัฒนาช่องทางการให้บริการ การของกรมประชาสัมพันธ์ ให้ครอบคลุม
กลุ่มเป้าหมาย ทั้งในและต่างประเทศ

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

สำนักพัฒนาการประชาสัมพันธ์

สำนักการประชาสัมพันธ์ต่างประเทศ

สำนักข่าว

สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย

สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย

สำนักส่งเสริมและพัฒนาเทคนิค

สำนักประชาสัมพันธ์เขต ๑ - ๘

สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัด

ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศการประชาสัมพันธ์



กลยุทธ์ที่ ๒.๑

พัฒนาการให้บริการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารนโยบายและการดำเนินงานของรัฐให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

ผลลัพธ์

ผู้รับบริการของกรมประชาสัมพันธ์ นำข้อมูลข่าวสารนโยบายและการดำเนินงานของรัฐไปใช้ประโยชน์

ตัวชี้วัดผลลัพธ์

ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของผู้รับบริการของกรมประชาสัมพันธ์ที่นำข้อมูลข่าวสารไปใช้ประโยชน์ในแต่ละปี

ผลผลิต

- ๒.๑.๑ ผู้รับบริการของกรมประชาสัมพันธ์ ได้รับข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องรวดเร็ว
- ๒.๑.๒ การนำเสนอข้อมูลข่าวสารนโยบายและการดำเนินงานของรัฐที่น่าสนใจ
- ๒.๑.๓ มีเครือข่ายการประชาสัมพันธ์เพิ่มขึ้น
- ๒.๑.๔ แผนบูรณาการการประชาสัมพันธ์ประชาคมอาเซียน



กลยุทธ์ที่ ๒.๒

เสริมสร้างทัศนคติที่ดีต่อประเทศไทยในสายตาของต่างประเทศ

ผลลัพธ์

ผู้รับบริการกลุ่มเป้าหมาย^{๑๐} มีทัศนคติที่ดีต่อประเทศไทย

ตัวชี้วัดผลลัพธ์

- ๑) ร้อยละของ ผู้รับบริการ กลุ่มเป้าหมายมีทัศนคติที่ดีต่อ ข้อมูลข่าวสารของ กรมประชาสัมพันธ์ในแต่ละปี
- ๒) ร้อยละของ ผู้รับบริการ กลุ่มเป้าหมายนำข้อมูลข่าวสารไปเผยแพร่อย่าง ถูกต้องในแต่ละปี

ผลผลิต

- ๒.๒.๑ ผู้รับบริการกลุ่มเป้าหมายได้รับข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องเกี่ยวกับประเทศไทย
- ๒.๒.๒ ความร่วมมือกับองค์กร ระหว่าง ประเทศ ด้านสื่อสารมวลชน ทั้งในและ ต่างประเทศ

^{๑๐} กลุ่มเป้าหมาย หมายถึง ๑) สื่อมวลชนต่างประเทศในประเทศไทยที่เป็นเครือข่ายกับกรมประชาสัมพันธ์ ๒) ชาวต่างประเทศที่พำนักอยู่ในประเทศไทยและในต่างประเทศที่เข้ามาใช้บริการข้อมูลข่าวสารของ กรมประชาสัมพันธ์ ๓) บุคลากรในองค์กรระหว่างประเทศด้านสื่อสารมวลชน ทั้งในประเทศไทยและ ต่างประเทศที่มีพันธสัญญากับกรมประชาสัมพันธ์



กลยุทธ์ที่ ๒.๓

ประชาสัมพันธ์สนับสนุนการแก้ไขปัญหาในภาวะวิกฤต^{๑๑}

ผลลัพธ์

๑. ประชาชนกลุ่มเป้าหมายในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้สามารถนำข้อมูลข่าวสารการดำเนินงานของรัฐบาล ตามแผนพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้ไปใช้ประโยชน์
๒. ประชาชนกลุ่มเป้าหมายในพื้นที่ภาวะวิกฤตสามารถนำข้อมูลข่าวสารการดำเนินงานของรัฐบาลไปใช้ประโยชน์

ตัวชี้วัดผลลัพธ์

- ๑) ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของกลุ่มเป้าหมายที่นำข้อมูลข่าวสาร การดำเนินงานตามแผนพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้ไปใช้ประโยชน์ในแต่ละปี
- ๒) ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของข้อมูลข่าวสาร การดำเนินงานตามแผนพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้ที่เครือข่ายกลุ่มเป้าหมายนำไปเผยแพร่ในแต่ละปี
- ๓) ระดับความพึงพอใจของประชาชนในพื้นที่ภาวะวิกฤตต่อการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของกรมประชาสัมพันธ์ในแต่ละปี
- ๔) ระดับความพึงพอใจของประชาชนในพื้นที่ภาวะวิกฤตต่อการนำข้อมูลข่าวสารของกรมประชาสัมพันธ์ไปใช้ประโยชน์ในแต่ละปี

^{๑๑} ภาวะวิกฤต หมายถึง เหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ เหตุการณ์ภัยพิบัติที่เกิดจากธรรมชาติ เหตุการณ์ความรุนแรงจากสถานการณ์ทางการเมืองหรือภัยสงคราม การประกาศภาวะฉุกเฉินของประเทศ



ผลผลิต

- ๒.๓.๑ ประชาชนกลุ่มเป้าหมายรับรู้และเข้าใจในนโยบายและการดำเนินงานของรัฐบาลตามแผนพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้
- ๒.๓.๒ ประชาชนกลุ่มเป้าหมายมีส่วนร่วม ในกิจกรรมที่กรมประชาสัมพันธ์ดำเนินการตามแผนพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้
- ๒.๓.๓ มีเครือข่ายความร่วมมือด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชนในประเทศตามแผนพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้
- ๒.๓.๔ มีเครือข่ายความร่วมมือกับสื่อมวลชนต่างประเทศ ตามแผนพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้
- ๒.๓.๕ แผนปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ในภาวะวิกฤตที่ได้รับการทบทวน
- ๒.๓.๖ ประชาชนกลุ่มเป้าหมายรับรู้และเข้าใจ นโยบายและ การดำเนินงานของรัฐบาลในภาวะวิกฤต



กลยุทธ์ที่ ๒.๔

พัฒนาช่องทางการให้บริการ ของ กรมประชาสัมพันธ์ ให้ครอบคลุม
กลุ่มเป้าหมายทั้งในและต่างประเทศ

ผลลัพธ์

๑. ช่องทางการให้บริการ ข้อมูลข่าวสาร^{๑๒} ของกรมประชาสัมพันธ์ สามารถ
เข้าถึงผู้รับบริการกลุ่มเป้าหมายทั้งในและต่างประเทศมากขึ้น
๒. ผู้รับบริการระบบสารสนเทศของกรมประชาสัมพันธ์สามารถนำข้อมูล
ข่าวสารไปใช้ประโยชน์

ตัวชี้วัดผลลัพธ์

- ๑) ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของผู้รับบริการกลุ่มเป้าหมาย ทั้งในและต่างประเทศ ที่ใช้
บริการผ่านช่องทางต่างๆ ของกรมประชาสัมพันธ์ในแต่ละปี
- ๒) ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของผู้รับบริการกลุ่มเป้าหมาย ในประเทศ ที่ใช้บริการผ่าน
เครือข่าย broadcast แบนด์ความเร็วสูง^{๑๓} ของกรมประชาสัมพันธ์ ในแต่ละปี
- ๓) ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของผู้รับบริการกลุ่มเป้าหมาย ในต่างประเทศ ที่ใช้บริการ
ผ่านเครือข่าย broadcast แบนด์ความเร็วสูงของกรมประชาสัมพันธ์ ในแต่ละปี
- ๔) ร้อยละของผู้รับบริการกลุ่มเป้าหมายมีความพึงพอใจต่อข้อมูลข่าวสารจาก
ระบบสารสนเทศด้านประชาสัมพันธ์ในแต่ละปี

ผลผลิต

- ๒.๔.๑ การส่งสัญญาณวิทยุโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมและภาคพื้นดินครอบคลุม
พื้นที่เขตผู้รับบริการ
- ๒.๔.๒ การส่งสัญญาณวิทยุกระจายเสียงครอบคลุมพื้นที่เขตผู้รับบริการ
- ๒.๔.๓ การให้บริการข้อมูลข่าวสารผ่านเครือข่าย broadcast แบนด์ความเร็วสูง
- ๒.๔.๔ การประชาสัมพันธ์ช่องทางการให้บริการของกรมประชาสัมพันธ์

^{๑๒} ประเภทของช่องทางการให้บริการ จำแนกเป็น ๑) โทรทัศน์ภาคพื้นดิน ๒) โทรทัศน์ผ่านดาวเทียม
๓) วิทยุกระจายเสียง ๔) สื่อสิ่งพิมพ์ ๕) สื่อโฆษณา ๖) สื่ออินเทอร์เน็ต

^{๑๓} เครือข่าย broadcast แบนด์ความเร็วสูง หมายถึง การกระจายสัญญาณข้อมูลข่าวสารในรูปแบบดิจิทัลคอนเทนต์
ผ่านระบบโครงข่ายสื่อสารความเร็วสูงทั้งระบบมีสายและไร้สาย ได้แก่ ๑) เว็บไซต์ www.prd.go.th
๒) สื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Twitter ๓) การส่งข้อความผ่านมือถือ (sms) ๔) การส่งข่าวสาร
ผ่านระบบ e-mail ๕) การดาวน์โหลดข้อมูลจาก Tablet publishing เช่น e-book, e-magazine
๖) การรับชมโทรทัศน์ออนไลน์ ๗) การรับฟังวิทยุออนไลน์



ยุทธศาสตร์ที่ ๓ ขยายบทบาททางวิชาการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชน ให้แก่หน่วยงานภาครัฐ องค์กรภาคเอกชน ภาคประชาชน และ สื่อมวลชน

ในฐานะองค์กรหลักด้านการประชาสัมพันธ์ที่มีบทบาทในการเสนอแนะนโยบายด้านการประชาสัมพันธ์ให้กับรัฐบาลและส่วนราชการต่างๆ ซึ่งต้องอยู่บนพื้นฐานของหลัก วิชาการ ที่ถูกต้องและมีมาตรฐาน จึงต้องส่งเสริม ภารกิจเชิงรุกทางวิชาการประชาสัมพันธ์และสื่อ สือสารมวลชน เพื่อให้บุคลากรที่ปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชนของ หน่วยงานภาครัฐ องค์กรภาคเอกชน ภาคประชาชน และสื่อมวลชน สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ถูกต้องตามหลัก วิชาการ รวมถึงการสร้างเสริมจริยธรรม จรรยาบรรณ และความรับผิดชอบต่อสังคม

เป้าประสงค์

หน่วยงานภาครัฐ องค์กรภาคเอกชน ภาคประชาชน และสื่อมวลชน สามารถดำเนินงานประชาสัมพันธ์และ สื่อสารมวลชนได้สำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนด โดยใช้ข้อมูลทางวิชาการด้านการประชาสัมพันธ์

ตัวชี้วัดเป้าประสงค์

ร้อยละของหน่วยงานกลุ่มเป้า หมายที่สามารถจัดทำกิจกรรมประชาสัมพันธ์ และสื่อสารมวลชนได้สำเร็จตามแผนที่กำหนดในแต่ละปี

กลยุทธ์

- ๓.๑ สนับสนุนทางวิชาการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชนให้แก่หน่วยงาน ภาครัฐ องค์กรภาคเอกชน ภาคประชาชน และสื่อมวลชน
- ๓.๒ ส่งเสริมมาตรฐานวิชาชีพด้านการประชาสัมพันธ์และการสื่อสารมวลชน

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

สถาบันการประชาสัมพันธ์
สำนักงานประชาสัมพันธ์เขต ๑ - ๘
สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัด



กลยุทธ์ที่ ๓.๑

สนับสนุนทางวิชาการ ประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชน ให้แก่หน่วยงาน
ภาครัฐ องค์กรภาคเอกชน ภาคประชาชน และสื่อมวลชน

ผลลัพธ์

หน่วยงานภาครัฐ องค์กรภาคเอกชน ภาคประชาชน และสื่อมวลชน นำข้อมูล
ทางวิชาการไปใช้ประโยชน์ในการจัดทำ แผนงานโครงการประชาสัมพันธ์ และ
สื่อสารมวลชน

ตัวชี้วัดผลลัพธ์

- ๑) ร้อยละของข้อเสนอแนะ ทางวิชาการ ที่หน่วยงาน กลุ่มเป้าหมายนำไปใช้
ประโยชน์ในการจัดทำแผนงานโครงการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชน
ในแต่ละปี
- ๒) ร้อยละของแผนประชาสัมพันธ์ เชิงบูรณาการกับหน่วยงานภายนอกที่
นำไปใช้ปฏิบัติงานในแต่ละปี

ผลผลิต

- ๓.๑.๑ ข้อเสนอแนะทางวิชา การประชาสัมพันธ์และ สื่อสารมวลชนที่ให้แก
หน่วยงานภาครัฐ องค์กรภาคเอกชน ภาคประชาชน และสื่อมวลชน
- ๓.๑.๒ แผนประชาสัมพันธ์เชิงบูรณาการกับหน่วยงานภายนอก
- ๓.๑.๓ การให้บริการห้องสมุด การประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชน
พิพิธภัณฑ์และหอจดหมายเหตุ



กลยุทธ์ที่ ๓.๒

ส่งเสริมมาตรฐานวิชาชีพด้านการประชาสัมพันธ์และการสื่อสารมวลชน

ผลลัพธ์

ผู้รับบริการกลุ่มเป้าหมายปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชนอย่างถูกต้องตามหลักวิชาการและมีความรับผิดชอบต่อสังคม

ตัวชี้วัดผลลัพธ์

- ๑) ร้อยละของผู้ผ่านการอบรม นำความรู้จากหลักสูตร การฝึกอบรมด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชนไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงาน ในแต่ละปีหลังจากผ่านการอบรมภายในระยะเวลา ๑ ปี
- ๒) ร้อยละของผู้ผ่านการอบรมในหลักสูตรที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับจรรยาบรรณในวิชาชีพสื่อสาร มวลชน ปฏิบัติหน้าที่โดยยึดหลักจรรยาบรรณ หรือ จรรยาบรรณวิชาชีพ

ผลผลิต

- ๓.๒.๑ หลักสูตร การฝึกอบรม ด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชนที่ได้รับการพัฒนาในแต่ละปี
- ๓.๒.๒ ผู้เข้ารับการอบรมจากหน่วยงานภาครัฐ องค์กรภาคเอกชน และภาคประชาชนมีความรู้ตามเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนด
- ๓.๒.๓ ผลงานทางวิชาการด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชน ที่ได้รับการเผยแพร่
- ๓.๒.๔ องค์กรความรู้ใหม่ด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชน ที่ได้รับการเผยแพร่



ยุทธศาสตร์ที่ ๕ การบริหารจัดการองค์กร

พระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการแผ่นดิน (ฉบับที่ ๕) พ.ศ. ๒๕๔๕ มาตรา ๓/๑ ได้วางกรอบแนวทางการบริหารราชการแผ่นดินว่าต้องเป็นไปเพื่อประโยชน์สุขของประชาชนเกิดผลสัมฤทธิ์ต่อภารกิจของรัฐ มีประสิทธิภาพ และเกิดความคุ้มค่าในเชิงภารกิจแห่งรัฐ และพระราชกฤษฎีกาว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี พ.ศ. ๒๕๔๖ กำหนดวิธีการให้ส่วนราชการบริหารราชการที่มุ่งให้เกิดประโยชน์แก่ประชาชน ทั้งการได้รับอำนาจความสะดวกและได้รับการตอบสนองความต้องการ โดยต้องดำเนินการปรับปรุงภารกิจให้ทันต่อเหตุการณ์ และมีการประเมินผลการปฏิบัติงานอย่างสม่ำเสมอ ดังนั้นจึงกำหนดยุทธศาสตร์การบริหารจัดการองค์กร ให้ครอบคลุมมิติด้านบุคลากร ด้านการคลัง ด้านกฎหมาย การพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการบริหารจัดการ รวมทั้ง การวางแผนและประเมินผล เพื่อสนับสนุนการปฏิบัติงานตาม ภารกิจหลักให้มีประสิทธิภาพ อันจะนำไปสู่ เป้าหมายที่คาดหวังไว้

เป้าประสงค์

ระบบงานสนับสนุนสามารถตอบสนองการดำเนินงานตามภารกิจหลักได้อย่างมีศักยภาพ

ตัวชี้วัดเป้าประสงค์

๑. ร้อยละของกิจกรรมตามภารกิจหลักสามารถดำเนินการได้ตามแผนปฏิบัติการที่กำหนด
๒. ร้อยละของการผ่านเกณฑ์คุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐระดับก้าวหน้า (Progressive Level : PL)



กลยุทธ์

- ๔.๑ เสริมสร้างระบบการบริหารและพัฒนาทรัพยากรบุคคล
- ๔.๒ เสริมสร้างการจัดการความรู้ในองค์กรเพื่อใช้ในการปฏิบัติงาน
- ๔.๓ เสริมสร้างระบบการบริหารงานคลังให้มีประสิทธิผล
- ๔.๔ เสริมสร้างระบบการวางแผน การติดตาม และการประเมินผล
- ๔.๕ พัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อใช้ประโยชน์ในการบริหารจัดการ
- ๔.๖ พัฒนางานด้านกฎหมาย
- ๔.๗ เสริมสร้างการกำกับดูแลการปฏิบัติงานให้เกิดประสิทธิผลและมีความรับผิดชอบต่อสังคม

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

- สำนักพัฒนานโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์
- ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศการประชาสัมพันธ์
- การกองเจ้าหน้าที่
- กองคลัง
- กองกฎหมายและระเบียบ
- สำนักงานเลขานุการกรม
- หน่วยตรวจสอบภายใน
- กลุ่มพัฒนาระบบบริหารกรมประชาสัมพันธ์



กลยุทธ์ที่ ๔.๑

เสริมสร้างระบบการบริหารและพัฒนาทรัพยากรบุคคล

ผลลัพธ์

๑. บุคลากรมีแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน
๒. บุคลากรมีสมรรถนะตามมาตรฐานที่กำหนด

ตัวชี้วัดผลลัพธ์

- ๑) ร้อยละของบุคลากรมีความพึงพอใจต่อการปฏิบัติงานตามเกณฑ์ความ
ผาสุกที่กำหนด ภายในปี ๒๕๕๙
- ๒) ร้อยละของบุคลากรมีสมรรถนะตามมาตรฐานที่กำหนด ภายในปี ๒๕๕๙

ผลผลิต

- ๔.๑.๑ แผนกลยุทธ์การบริหารทรัพยากรบุคคล (HRM) และแผนยุทธศาสตร์
การพัฒนาบุคลากร (HRD) ที่ได้รับการทบทวน
- ๔.๑.๒ บุคลากรที่ดำรงตำแหน่งตามกรอบอัตรากำลัง
- ๔.๑.๓ มีการประเมินผลการปฏิบัติงานรายบุคคลตามมาตรฐานที่กำหนด
- ๔.๑.๔ มีระบบความก้าวหน้าในอาชีพและการสร้างความต่อเนื่องในการ
บริหาร
- ๔.๑.๕ บุคลากรที่ผ่านการพัฒนาสมรรถนะและมีความรู้ความสามารถตาม
เกณฑ์ที่กำหนด
- ๔.๑.๖ บุคลากรที่มีส่วนร่วมในกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์ในองค์กร
- ๔.๑.๗ ระเบียบสวัสดิการได้รับการทบทวนตามมติคณะกรรมการสวัสดิการ
กรมประชาสัมพันธ์



กลยุทธ์ที่ ๔.๒

เสริมสร้างการจัดการความรู้ในองค์กรเพื่อใช้ในการปฏิบัติงาน

ผลลัพธ์

บุคลากรใช้ประโยชน์จากองค์ความรู้และเกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน

ตัวชี้วัดผลลัพธ์

ร้อยละของบุคลากรมีความพึงพอใจต่อการใช้ประโยชน์การจัดการความรู้ ในองค์กร ภายในปี ๒๕๕๙

ผลผลิต

- ๔.๒.๑ แผนการจัดการความรู้ในองค์กรระยะยาว (๕ ปี)
- ๔.๒.๒ องค์ความรู้ ที่ใช้ในการปฏิบัติงาน ของกรมประชาสัมพันธ์ ได้รับการเผยแพร่
- ๔.๒.๓ รายงานการสำ รวจ รายงานการศึกษา รายงานวิจัยเกี่ยวกับองค์ความรู้ที่ใช้ในการปฏิบัติงาน ที่ได้รับการจัดทำ รวบรวม จัดเก็บ และเผยแพร่



กลยุทธ์ที่ ๔.๓

เสริมสร้างระบบการบริหารงานคลังให้มีประสิทธิผล

ผลลัพธ์

กรมประชาสัมพันธ์ สามารถ ควบคุมการใช้งบประมาณให้เป็นไปตามเป้าหมาย ถูกต้อง และทันเวลา

ตัวชี้วัดผลลัพธ์

- ๑) ร้อยละของการเบิกจ่ายงบประมาณเป็นไปตามมติคณะรัฐมนตรี ภายในปี ๒๕๕๙
- ๒) ร้อยละ เงินกันเบิกจ่ายเหลือมีปีลดลง ตามค่าเป้าหมายที่กำหนดในแต่ละปี
- ๓) จำนวน ข้อทักท้วงจากการตรวจสอบทางการเงินที่ส่งไปในทางทุจริตโดยหน่วยตรวจสอบภายใน ของกรมประชาสัมพันธ์ หรือสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดินตามค่าเป้าหมายที่กำหนด

ผลผลิต

- ๔.๓.๑ แผนการเบิกจ่ายงบประมาณรายปีของกรมประชาสัมพันธ์
- ๔.๓.๒ การใช้งบประมาณได้รับการควบคุมให้เป็นไปตามแผนที่กำหนด
- ๔.๓.๓ พัสดุดตามรายการที่ได้รับจัดสรรงบประมาณได้รับการจัดหาตามแผนที่กำหนด



กลยุทธ์ที่ ๔.๔

เสริมสร้างระบบการวางแผน การติดตาม และการประเมินผล

ผลลัพธ์

๑. กรมประชาสัมพันธ์ สามารถนำแผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติ การไปดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ
๒. กรมประชาสัมพันธ์สามารถนำผลการติดตามงานหรือการประเมินผลไปใช้ในการบริหารจัดการได้อย่างมีประสิทธิภาพ
๓. กรมประชาสัมพันธ์สามารถนำแผนบริหารคลี่คลายความถี่วิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ไปดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ตัวชี้วัดผลลัพธ์

- ๑) จำนวนกลยุทธ์ตามแผนยุทธศาสตร์ของ กรมประชาสัมพันธ์ สามารถนำไปแปลงสู่แผนปฏิบัติราชการประจำปี
- ๒) ร้อยละของกิจกรรมตามแผนปฏิบัติการที่นำไปสู่การปฏิบัติได้ในแต่ละปี
- ๓) จำนวนข้อเสนอแนะจากการ ติดตามงานหรือการประเมินผล ที่นำไปใช้ในการบริหารจัดการในแต่ละปี
- ๔) ร้อยละของกิจกรรมตามแผนบริหารคลี่คลายความถี่วิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ที่สามารถนำไปสู่แผนปฏิบัติการได้ในแต่ละปี

ผลผลิต

- ๔.๔.๑ แผนยุทธศาสตร์ได้รับทบทวนให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน
- ๔.๔.๒ แผนปฏิบัติการได้รับการจัดทำให้สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์
- ๔.๔.๓ ระบบการติดตามความก้าวหน้าของการปฏิบัติงานได้รับการพัฒนา
- ๔.๔.๔ แผนการประเมินผลที่ได้รับการทบทวนและนำไปใช้พัฒนา หรือปรับปรุงการให้บริการ
- ๔.๔.๕ แผนบริหารคลี่คลายความถี่วิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ของ กรมประชาสัมพันธ์ได้รับการทบทวน



กลยุทธ์ที่ ๔.๕

พัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อใช้ประโยชน์ในการบริหารจัดการ

ผลลัพธ์

บุคลากรสามารถนำระบบข้อมูลสารสนเทศมาใช้ในการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ตัวชี้วัดผลลัพธ์

- ๑) ร้อยละของบุคลากร มีความพึงพอใจต่อการใช้งานระบบสารสนเทศ ด้านบริหารจัดการ
- ๒) จำนวนระบบสารสนเทศที่สามารถใช้ประโยชน์ร่วมกันได้ภายในองค์กร

ผลผลิต

- ๔.๕.๑ แผนเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร พ.ศ. ๒๕๕๕ - ๒๕๕๙ และแผนปฏิบัติการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ประจำปี
- ๔.๕.๒ ระบบฐานข้อมูลครอบคลุมทุกกระบวนการ ถูกต้อง และทันสมัย
- ๔.๕.๓ การให้บริการ ข้อมูลข่าวสารผ่านระบบสารสนเทศ สามารถเข้าถึงได้ง่ายและรวดเร็ว



กลยุทธ์ที่ ๔.๖

พัฒนางานด้านกฎหมาย

ผลลัพธ์

กรมประชาสัมพันธ์ สามารถดำเนินงานด้านกฎหมาย ระเบียบ คำสั่ง หรือ
แนวทางปฏิบัติได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ตัวชี้วัดผลลัพธ์

๑. จำนวนระเบียบปฏิบัติงานภายในที่ได้รับการทบทวนสามารถนำไปใช้ใน
ประโยชน์ได้ โดยไม่มีข้อขัดข้องตามบริบทที่กำหนด
๒. จำนวนระเบียบปฏิบัติงานที่ เกี่ยวข้องกับหน่วยงานภายนอก ได้รับการ
ทบทวนและสามารถนำไปใช้ในประโยชน์ในการปฏิบัติงานได้
๓. ร้อยละของนิติกรรมสัญญาที่สามารถบริหารสัญญาได้ถูกต้องครบถ้วนตาม
หลักเกณฑ์ที่กำหนด

ผลผลิต

- ๔.๖.๑ ระเบียบ ประกาศ คำสั่งหรือแนวทางการปฏิบัติภายในกรมประชาสัมพันธ์
ที่ได้รับการทบทวน
- ๔.๖.๒ ระเบียบปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับหน่วยงานภายนอกที่ได้รับการ
ทบทวน
- ๔.๖.๓ นิติกรรมสัญญาที่ดำเนินการแล้วเสร็จตามหลักเกณฑ์ที่กำหนด



กลยุทธ์ที่ ๔.๗

เสริมสร้างการกำกับดูแลการปฏิบัติงานให้เกิดประสิทธิผลและมี **ความ**
รับผิดชอบต่อสังคม

ผลลัพธ์

๑. กรมประชาสัมพันธ์มีแนวทางการกำกับดูแลการปฏิบัติงานตามหลักเกณฑ์การพัฒนาคูณาภาพการบริหารจัดการภาครัฐ
๒. กรมประชาสัมพันธ์มีภาพลักษณ์ที่ดีใน ฐานะองค์กรหลักด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชนของรัฐ

ตัวชี้วัดผลลัพธ์

- ๑) ร้อยละของกิจกรรมตาม แผนการพัฒนาคูณาภาพการบริหารจัดการภาครัฐที่หน่วยปฏิบัติสามารถนำไปสู่การปฏิบัติได้ในแต่ละปี
- ๒) ระดับความสำเร็จของการพัฒนาคูณาภาพการบริหารจัดการภาครัฐของกรมประชาสัมพันธ์ในแต่ละปี
- ๓) ร้อยละของผู้รับบริการกลุ่มเป้าหมายยอมรับภาพลักษณ์ที่ดีของกรมประชาสัมพันธ์ในฐานะองค์กรหลักด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชนของรัฐ

ผลผลิต

๑. แผนการพัฒนาคูณาภาพการบริหารจัดการภาครัฐได้รับการทบทวนให้สอดคล้องแผนยุทธศาสตร์และสถานการณ์ปัจจุบัน
๒. การประชาสัมพันธ์เสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กรในฐานะ องค์กรหลักด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชนของรัฐ



ภาคผนวก



แผนปฏิบัติการ
โครงการจัดทำแผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการ
ของกรมประชาสัมพันธ์ พ.ศ. ๒๕๕๕ - ๒๕๕๙

วันที่	เวลา	กิจกรรม
ครั้งที่ ๑ สัมมนาเรื่องกรอบทิศทางการจัดทำแผนยุทธศาสตร์กรมประชาสัมพันธ์		
๒๒ กันยายน ๒๕๕๓	๐๙.๐๐ - ๑๒.๐๐ น.	- บรรยายเรื่องทิศทางการจัดทำแผนยุทธศาสตร์กรมประชาสัมพันธ์ โดย นายกฤษณพร เสริมพานิช อธิบดีกรมประชาสัมพันธ์ - บรรยายเรื่องแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๑ กับเนื้อหาที่ต้องประชาสัมพันธ์ โดย นายสมชาย ศักดาเวคีอิศร ที่ปรึกษาด้านนโยบายและแผนงาน สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
	๑๓.๐๐ - ๑๖.๐๐ น.	- บรรยายเรื่องกรมประชาสัมพันธ์จะสนับสนุนยุทธศาสตร์จังหวัดและกลุ่มจังหวัดได้อย่างไร โดย นายศุภชัย เอี่ยมสุวรรณ ผู้อำนวยการสำนักพัฒนาและส่งเสริมการบริหารราชการจังหวัดกระทรวงมหาดไทย - บรรยายเรื่องการประชาสัมพันธ์เพื่อความมั่นคงและการประชาสัมพันธ์ภาวะวิกฤต โดย นายถวิล เปลี่ยนศรี เลขาธิการสภาความมั่นคง
	๑๕.๐๐ - ๑๙.๐๐ น.	- มอบนโยบายแนวทางการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ โดยรัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรี (นายองอาจ คล้ามไพบูลย์)
๒๓ กันยายน ๒๕๕๓	๐๙.๐๐ - ๑๒.๐๐ น.	- บรรยายเรื่องทิศทางการจัดทำยุทธศาสตร์ของกรมประชาสัมพันธ์โดย รศ.ดร.วัฒนา วงศ์เกียรติรัตน์ คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
	๑๓.๐๐ - ๑๖.๐๐ น.	- เสวนาเรื่องการพัฒนาแนวทางการปฏิบัติงานกับหน่วยงานบูรณาการ โดย (๑) นายปราโมช รัฐวินิจ ที่ปรึกษานายกรัฐมนตรีฝ่ายข้าราชการประจำ



วันที่	เวลา	กิจกรรม
		(๒) นางสาวสมลักษณ์ ส่งสัมพันธ์ รองเลขาธิการนายกรัฐมนตรีฝ่ายบริหาร (๓) นายระพีพันธุ์ สริวัฒน์ หัวหน้าผู้ตรวจราชการสำนักนายกรัฐมนตรี
ครั้งที่ ๒ จัดสัมมนา ชี้แจงเรื่องการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ แผนปฏิบัติการ และเครื่องมือวิเคราะห์ระดับความสำเร็จของการดำเนินงานจากการใช้จ่ายงบประมาณ (Performance Assessment Rating Tool : PART) จำนวน ๑ วัน		
๘ พฤศจิกายน ๒๕๕๓	๐๙.๐๐ - ๑๒.๐๐ น.	- วิทยากรชี้แจงเรื่องการจัดทำแผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการ
	๑๓.๐๐ - ๑๖.๐๐ น.	- ผู้บริหารระดับสูงของหน่วยงานมอบนโยบายการจัดทำแผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการ
ครั้งที่ ๓ จัดประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน สภาพแวดล้อมภายนอกโดยการระดมความคิดเห็นจากบุคลากรภายในหน่วยงาน จำนวน ๔ วัน		
๑๕ พฤศจิกายน ๒๕๕๓	๐๙.๐๐ - ๑๒.๐๐ น.	- วิทยากรชี้แจงเรื่องการจัดทำแผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการของหน่วยงาน
	๑๓.๐๐ - ๑๖.๐๐ น.	- บรรยายเรื่องเครื่องมือวิเคราะห์ระดับความสำเร็จของการดำเนินงานจากการใช้จ่ายงบประมาณ
๑๖ พฤศจิกายน ๒๕๕๓	๐๙.๐๐ - ๑๒.๐๐ น.	- ประชุมเชิงปฏิบัติการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก
	๑๓.๐๐ - ๑๖.๐๐ น.	- ประชุมเชิงปฏิบัติการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก (ต่อ)
๑๗ พฤศจิกายน ๒๕๕๓	๐๙.๐๐ - ๑๒.๐๐ น.	- ประชุมเชิงปฏิบัติการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน
	๑๓.๐๐ - ๑๖.๐๐ น.	- ประชุมเชิงปฏิบัติการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน (ต่อ)
๑๘ พฤศจิกายน ๒๕๕๓	๐๙.๐๐ - ๑๒.๐๐ น.	- ประชุมเชิงปฏิบัติการประเมินสถานภาพของหน่วยงาน (ต่อ)
	๑๓.๐๐ - ๑๖.๐๐ น.	- ประชุมเชิงปฏิบัติการประเมินสถานภาพของหน่วยงาน (ต่อ)



วันที่	เวลา	กิจกรรม
ครั้งที่ ๔ จัดประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าประสงค์หลัก และยุทธศาสตร์ จำนวน ๓ วัน		
๑๓ ธันวาคม ๒๕๕๓	๐๙.๐๐ - ๑๒.๐๐ น.	- บรรยายเรื่องการกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าประสงค์หลัก และยุทธศาสตร์
	๑๓.๐๐ - ๑๖.๐๐ น.	- ประชุมเชิงปฏิบัติการกำหนดวิสัยทัศน์
๑๔ ธันวาคม ๒๕๕๓	๐๙.๐๐ - ๑๒.๐๐ น.	- ประชุมเชิงปฏิบัติการกำหนดพันธกิจ
	๑๓.๐๐ - ๑๖.๐๐ น.	- ประชุมเชิงปฏิบัติการกำหนดเป้าประสงค์หลัก
๑๕ ธันวาคม ๒๕๕๓	๐๙.๐๐ - ๑๒.๐๐ น.	- ประชุมเชิงปฏิบัติการกำหนดยุทธศาสตร์
	๑๓.๐๐ - ๑๖.๐๐ น.	- ประชุมเชิงปฏิบัติการกำหนดยุทธศาสตร์ (ต่อ)
	๑๓.๐๐ - ๑๖.๐๐ น.	- บรรยายเรื่องการกำหนดกลยุทธ์และตัวชี้วัด (ต่อ)
ครั้งที่ ๕ จัดประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อกำหนดกลยุทธ์และตัวชี้วัด จำนวน ๔ วัน		
๒๕ ธันวาคม ๒๕๕๓	๐๙.๐๐ - ๑๒.๐๐ น.	- บรรยายเรื่องการกำหนดกลยุทธ์และตัวชี้วัด
	๑๓.๐๐ - ๑๖.๐๐ น.	- บรรยายเรื่องการกำหนดกลยุทธ์และตัวชี้วัด (ต่อ)
๒๖ ธันวาคม ๒๕๕๓	๐๙.๐๐ - ๑๒.๐๐ น.	- ประชุมเชิงปฏิบัติการกำหนดกลยุทธ์
	๑๓.๐๐ - ๑๖.๐๐ น.	- ประชุมเชิงปฏิบัติการกำหนดกลยุทธ์ (ต่อ)
๒๗ ธันวาคม ๒๕๕๓	๐๙.๐๐ - ๑๒.๐๐ น.	- ประชุมเชิงปฏิบัติการกำหนดประเด็นตัวชี้วัด
	๑๓.๐๐ - ๑๖.๐๐ น.	- ประชุมเชิงปฏิบัติการกำหนดประเด็นตัวชี้วัด (ต่อ)
๒๘ ธันวาคม ๒๕๕๓	๐๙.๐๐ - ๑๒.๐๐ น.	- ประชุมเชิงปฏิบัติการกำหนดตัวชี้วัด
	๑๓.๐๐ - ๑๖.๐๐ น.	- ประชุมเชิงปฏิบัติการกำหนดตัวชี้วัด (ต่อ)
ครั้งที่ ๖ จัดประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อจัดทำแผนปฏิบัติการ จำนวน ๔ วัน		
๑๐ มกราคม ๒๕๕๔	๐๙.๐๐ - ๑๒.๐๐ น.	- บรรยายเรื่องการจัดทำแผนปฏิบัติการ
	๑๓.๐๐ - ๑๖.๐๐ น.	- ประชุมเชิงปฏิบัติการจัดทำแผนปฏิบัติการ
๑๑ มกราคม ๒๕๕๔	๐๙.๐๐ - ๑๒.๐๐ น.	- ประชุมเชิงปฏิบัติการจัดทำแผนปฏิบัติการ (ต่อ)
	๑๓.๐๐ - ๑๖.๐๐ น.	- ประชุมเชิงปฏิบัติการจัดทำแผนปฏิบัติการ (ต่อ)
๑๒ มกราคม ๒๕๕๔	๐๙.๐๐ - ๑๒.๐๐ น.	- ประชุมเชิงปฏิบัติการจัดทำแผนปฏิบัติการ (ต่อ)
	๑๓.๐๐ - ๑๖.๐๐ น.	- ประชุมเชิงปฏิบัติการจัดทำแผนปฏิบัติการ (ต่อ)
๑๓ มกราคม ๒๕๕๔	๐๙.๐๐ - ๑๒.๐๐ น.	- ประชุมเชิงปฏิบัติการจัดทำแผนปฏิบัติการ (ต่อ)
	๑๓.๐๐ - ๑๖.๐๐ น.	- ประชุมเชิงปฏิบัติการจัดทำแผนปฏิบัติการ (ต่อ)



วันที่	เวลา	กิจกรรม
ครั้งที่ ๗ จัดประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อจัดทำแผนปฏิบัติการ ๔ ปี และการประเมินผลโดยใช้เครื่องมือวิเคราะห์ระดับความสำเร็จของการดำเนินงานจากการใช้จ่ายงบประมาณ (Performance Assessment Rating Tool: PART) จำนวน ๔ วัน		
๒๔ มกราคม ๒๕๕๕	๐๙.๐๐ - ๑๒.๐๐ น.	- บรรยายเรื่องการจัดทำแผนปฏิบัติการ ๔ ปี และเรื่องเครื่องมือวิเคราะห์ระดับความสำเร็จของการดำเนินงานจากการใช้จ่ายงบประมาณ
	๑๓.๐๐ - ๑๖.๐๐ น.	- สรุปผลการประชุมกลุ่มยุทธศาสตร์
๒๕ มกราคม ๒๕๕๕	๐๙.๐๐ - ๑๒.๐๐ น.	- ประชุมเชิงปฏิบัติการจัดทำแผนปฏิบัติการ ๔ ปี
	๑๓.๐๐ - ๑๖.๐๐ น.	- ประชุมเชิงปฏิบัติการจัดทำแผนปฏิบัติการ ๔ ปี
๒๖ มกราคม ๒๕๕๕	๐๙.๐๐ - ๑๒.๐๐ น.	- ประชุมเชิงปฏิบัติการจัดทำแผนปฏิบัติการ ๔ ปี
	๑๓.๐๐ - ๑๖.๐๐ น.	- ประชุมเชิงปฏิบัติการจัดทำแผนปฏิบัติการ ๔ ปี
๒๗ มกราคม ๒๕๕๕	๐๙.๐๐ - ๑๒.๐๐ น.	- ประชุมเชิงปฏิบัติการประเมินระดับความสำเร็จของการดำเนินงานจากการใช้จ่ายงบประมาณ (ต่อ)
	๑๓.๐๐ - ๑๖.๐๐ น.	- ประชุมเชิงปฏิบัติการประเมินระดับความสำเร็จของการดำเนินงานจากการใช้จ่ายงบประมาณ (ต่อ)
ครั้งที่ ๘ สัมมนาสรุปผลการดำเนินงานจัดทำแผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการของหน่วยงาน จำนวน ๑ วัน		
๒๑ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๕	๐๙.๐๐ - ๑๒.๐๐ น.	- ผู้บริหารระดับสูงของหน่วยงานให้ข้อคิดเห็นต่อสรุปผลการจัดทำแผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการ - ผู้เข้าร่วมประชุมของหน่วยงานภายนอกให้ข้อคิดเห็นต่อสรุปผลการจัดทำแผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการ
	๑๓.๐๐ - ๑๖.๐๐ น.	- ผู้เข้าร่วมประชุมของหน่วยงานภายในให้ข้อคิดเห็นต่อสรุปผลการจัดทำแผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการ - วิทยากรให้ข้อคิดเห็นต่อสรุปผลการจัดทำแผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการ



คณะกรรมการและผู้มีส่วนร่วม
ในการจัดทำแผนยุทธศาสตร์กรมประชาสัมพันธ์
พ.ศ. ๒๕๕๕ - ๒๕๕๙

ที่ปรึกษา

นายกฤษณพร เสริมพานิช	อธิบดีกรมประชาสัมพันธ์
นายธีระพงษ์ โสดาศรี	รองอธิบดีกรมประชาสัมพันธ์
นางลดาวัลย์ บัวเอี่ยม	รองอธิบดีกรมประชาสัมพันธ์
นางเตือนใจ สินธุวณิช	รองอธิบดีกรมประชาสัมพันธ์

คณาจารย์ที่ปรึกษา

รศ.ดร. วัฒนา วงศ์เกียรติรัตน์	อาจารย์ประจำภาควิชารัฐประศาสนศาสตร์ คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
นางสุรียา วีรวงศ์	นักวิจัย ผู้เชี่ยวชาญ ระดับ ๙ อาจารย์พิเศษ/วิทยากรให้กับสถานศึกษา และหน่วยงาน
นายอภิชัย สุทธาโรจน์	กรรมการผู้จัดการ บริษัท สมาร์ท โซลูชั่น แมนเนจเม้นท์ แอนด์ คอนซัลแตนท์ จำกัด
นางสาวลลิตา วีรวงศ์	นักวิจัย สถาบันพัฒนานโยบายและการจัดการ คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และ ศูนย์บริการวิชาการแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
นางสาวพัชรพรรณรรษ์ อัครสันติ	นักวิจัย สถาบันพัฒนานโยบายและการจัดการ คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และ ศูนย์บริการวิชาการแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ประธานคณะกรรมการ

นางธารทิพย์ ทองงามขำ ผู้อำนวยการสำนักพัฒนานโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์

คณะกรรมการ

ส่วนแผนงานโครงการและงบประมาณ

๑. นางอรรถจินดา อินทรทัต	ผู้อำนวยการส่วนแผนงานโครงการและงบประมาณ
๒. นายณรงค์ หลีกกำจร	นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการพิเศษ
๓. นางพิญชา นิลมณี	นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการ
๔. นางสาวดวงแก้ว เลิศรัตน์รังษี	นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการ
๕. นางพรณเพ็ญ กองกันทะ	นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการ
๖. นางสาวสุกัญญา ตินสุวรรณ	นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการ
๗. นางสาวพนิดา ภาคพิธเจริญ	นักประชาสัมพันธ์ปฏิบัติการ
๘. นางลภัสสดา ไชยบท	นักประชาสัมพันธ์
๙. นางสาวสิริวิมล ปั้นช้าง	นักประชาสัมพันธ์
๑๐. นางสาวสุธาทิพย์ จงจิตต์	นักประชาสัมพันธ์
๑๑. นางสาวกฤติยา ทศนภาพ	นักประชาสัมพันธ์
๑๒. นางสาวรุ่งอรุณ สุขสำราญ	เจ้าหน้าที่พิมพ์ดีด
๑๓. นางสาวอังคณา ดวงเกต	เจ้าหน้าที่พิมพ์ดีด

ฝ่ายบริหารทั่วไป

๑๔. นางสาวกัญหา แดงอาจ	หัวหน้าฝ่ายบริหารทั่วไป
๑๕. นางวรรณิ์ ชื่นสำราญ	เจ้าพนักงานธุรการชำนาญงาน
๑๖. นางสาวกรกมล เนียมละมุน	นักจัดการงานทั่วไปปฏิบัติการ
๑๗. นายไพศาล กานต์รัมย์	เจ้าพนักงานธุรการชำนาญงาน
๑๘. นายโยธิน สิ้นธุ์ญา	เจ้าพนักงานธุรการปฏิบัติงาน
๑๙. นายพงษ์ศักดิ์ บุญลอย	เจ้าพนักงานธุรการปฏิบัติงาน
๒๐. นายภูเบศร์ ขวัญมณี	นักประชาสัมพันธ์
๒๑. นางสาวอัญพัชร์ ศักดิ์ธนาวัฒน์	นักประชาสัมพันธ์
๒๒. นายวีรพันธุ์ ชื่นสุวรรณ	เจ้าพนักงานธุรการ
๒๓. นายสิทธิชัย เข้มตรง	เจ้าหน้าที่พิมพ์ดีด
๒๔. นางสาววารุณี ชนะภัย	เจ้าหน้าที่พิมพ์ดีด
๒๕. นางสาวกุลธิดา ทำสวน	เจ้าหน้าที่พิมพ์ดีด
๒๖. นางสาวประภาภรณ์ สุนทรวิภาค	นักประชาสัมพันธ์
	ส่วนนโยบายและแผนประชาสัมพันธ์แห่งชาติ
๒๗. นายภูมิ ฉายศิริ	นักประชาสัมพันธ์
	ส่วนนโยบายและแผนประชาสัมพันธ์แห่งชาติ
๒๘. นางสาวชาลินี ศรีอ่ำอ่วม	นักประชาสัมพันธ์
	ส่วนนโยบายและแผนประชาสัมพันธ์แห่งชาติ



- | | | | |
|-----|--------------------------------|---------------------------------------|-------------------|
| ๒๙. | นางสาวอติยา ตั้งขวัญแก้ว | เจ้าหน้าที่พิมพ์ดีด | |
| | | ส่วนนโยบายและแผนประชาสัมพันธ์แห่งชาติ | |
| ๓๐. | นายพลากร เกตุสุวรรณ | นักประชาสัมพันธ์ | ส่วนวิจัยและพัฒนา |
| ๓๑. | นางสาวนาถวดี ทีโพนทัน | เจ้าหน้าที่ธุรการ | ส่วนวิจัยและพัฒนา |
| ๓๒. | นางสาวอารินทร์ น้อมสุวรรณ | นักประชาสัมพันธ์ | ส่วนโครงการพิเศษ |
| ๓๓. | นางสาวเบญมาศ สวัสดิ์พันธ์ | นักประชาสัมพันธ์ | ส่วนโครงการพิเศษ |
| ๓๔. | นางสาวปานัดดา ชัยสงค์ | นักประชาสัมพันธ์ | ส่วนประเมินผล |
| ๓๕. | นางสาวรุ่งรติส สุระชาติ | นักประชาสัมพันธ์ | ส่วนประเมินผล |
| ๓๖. | นายกิตติพงษ์ รุ่งอโณทัยพาณิชย์ | เจ้าหน้าที่พิมพ์ดีด | ส่วนประเมินผล |



ผู้มีส่วนร่วมภายในองค์กร

ผู้เชี่ยวชาญ

- | | |
|-------------------------------|---|
| ๑. นางทัศนีย์ ผลชานิกโก | ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านวิชาการประชาสัมพันธ์ |
| ๒. นางอุษณีย์ ศรีธีธวัชรินทร์ | ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านการประชาสัมพันธ์
ต่างประเทศ |

สำนักงานประชาสัมพันธ์เขต ๑

- | | |
|-----------------------------|--|
| ๓. นายเอนก เกตุเอม | ผู้อำนวยการสำนักงานประชาสัมพันธ์เขต ๑ |
| ๔. นางรัชวัลค์ สืบแย้ม | นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการพิเศษ |
| ๕. นางธัญญรัตน์ โรจนหัสติน | ผู้อำนวยการส่วนแผนงานและพัฒนา
งานประชาสัมพันธ์ |
| ๖. นายอาทร จันทร์พิลา | ผู้อำนวยการส่วนข่าวและรายการภูมิภาค |
| ๗. นายกฤษณะ มั่งมีศรี | นายช่างไฟฟ้าอาวุโส รักษาการผู้อำนวยการ
ส่วนเทคนิค |
| ๘. นายศักดิ์ศิริ หยวกฉิมพลี | นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการพิเศษ |

สำนักงานประชาสัมพันธ์เขต ๒

- | | |
|------------------------------|---|
| ๙. นางสาวอัมพวัน เจริญกุล | ผู้อำนวยการสำนักงานประชาสัมพันธ์เขต ๒ |
| ๑๐. นายสาโรช บุญบุตร | ผู้อำนวยการส่วนข่าวและรายการภูมิภาค |
| ๑๑. นายฤทธิเดช โคตรสาร | รักษาการผู้อำนวยการส่วนแผนงานและพัฒนา
งานประชาสัมพันธ์ |
| ๑๒. นางสาวมธุริน ศิริทัฬห | นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการพิเศษ |
| ๑๓. นายแสงทอง อนันตภักดิ์ | นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการพิเศษ |
| ๑๔. นายพินกร จางวาง | นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการพิเศษ |
| ๑๕. นายชัยวัฒน์ บุญขวลิต | นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการ |
| ๑๖. นายคันฉัตร เพียรวิจิธรณี | นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการ |

สำนักงานประชาสัมพันธ์เขต ๓

- | | |
|-------------------------------|---|
| ๑๗. นางจินตนา สิงห์สุรเมธ | ผู้อำนวยการสำนักงานประชาสัมพันธ์เขต ๓ |
| ๑๘. นางจิรพร ทองบ่อ | ผู้อำนวยการส่วนแผนงานและพัฒนา
งานประชาสัมพันธ์ |
| ๑๙. นางอุบลรัตน์ คงกระพันธ์ | ผู้อำนวยการส่วนข่าวและรายการภูมิภาค |
| ๒๐. นางเกษมสรวง แก้วสะแสน | นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการพิเศษ |
| ๒๑. นางสาวปรียา เขียรประดิษฐ์ | นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการพิเศษ |
| ๒๒. นายวิโรจน์ หลุยบุญเป็ง | นายช่างไฟฟ้าอาวุโส |
| ๒๓. นางสุดา มากทอง | รักษาการนักประชาสัมพันธ์ชำนาญการพิเศษ |
| ๒๔. นางศศิธร สุดเจริญ | นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการ |



สำนักงานประชาสัมพันธ์เขต ๔

- | | |
|-------------------------------|---------------------------------------|
| ๒๕. นายเสรี จุบุญส่ง | ผู้อำนวยการสำนักงานประชาสัมพันธ์เขต ๔ |
| ๒๖. นางสาวกนกพร ณ พิกุล | ผู้อำนวยการส่วนข่าวและรายการภูมิภาค |
| ๒๗. นางดวงมัลย์ ศรีกิจวิไลกุล | นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการพิเศษ |
| ๒๘. นายสมศักดิ์ ปรีดายุทธนา | นายช่างไฟฟ้าอาวุโส |

สำนักงานประชาสัมพันธ์เขต ๕

- | | |
|------------------------------|---|
| ๒๙. นายประวิณ พัฒนะพงษ์ | ผู้อำนวยการสำนักงานประชาสัมพันธ์เขต ๕ |
| ๓๐. นางพิชญา เมืองเนา | ผู้อำนวยการส่วนแผนงานและพัฒนา
งานประชาสัมพันธ์ |
| ๓๑. นางบุษยา ใจเปี่ยม | นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการพิเศษ |
| ๓๒. นายสิริยศ อาจหาญ | นักสื่อสารมวลชนชำนาญการพิเศษ |
| ๓๓. นายบัณฑิต นพรัตน์มาโนชต์ | นายช่างไฟฟ้าอาวุโส |
| ๓๔. นางนันทิชา วีระวานิช | นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการ |
| ๓๕. นางสาวสิริพร ศรีสุวรรณ | นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการ |
| ๓๖. นายอาพร คำศรี | นักสื่อสารมวลชนชำนาญการ |

สำนักงานประชาสัมพันธ์ เขต ๖

- | | |
|------------------------------|---|
| ๓๗. นายอารมณ คงสกุล | ผู้อำนวยการสำนักงานประชาสัมพันธ์เขต ๖ |
| ๓๘. นางสาวเหมวดี เกตตะพันธุ์ | ผู้อำนวยการส่วนแผนงานและพัฒนา
งานประชาสัมพันธ์ |
| ๓๙. นางสุพัตรา บุญชีพ | ผู้อำนวยการส่วนข่าวและรายการภูมิภาค |
| ๔๐. นายปรีชา ภควัตชัย | รักษาการผู้อำนวยการส่วนเทคนิค |
| ๔๑. นายกิตติศักดิ์ ศชรรัตน์ | นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการ |
| ๔๒. นางรสรัตน์ ร่มเย็น | นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการ |
| ๔๓. นางสาววงศ์ทิพย์ จันทภาโส | นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการ |
| ๔๔. นายสุเชาว์ สุวรรณพงศ์ | นักสื่อสารมวลชนชำนาญการ |
| ๔๕. นายภาคภูมิ หวังชัย | นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการ |
| ๔๖. นางฉันทลิดา คงมณี | เจ้าพนักงานธุรการชำนาญงาน |

สำนักงานประชาสัมพันธ์เขต ๗

- | | |
|--------------------------|---|
| ๔๗. นายจำลอง สิงห์โตงาม | ผู้อำนวยการสำนักงานประชาสัมพันธ์เขต ๗ |
| ๔๘. นางสาวสาริกา สัมมา | ผู้อำนวยการส่วนแผนงานและพัฒนา
งานประชาสัมพันธ์ |
| ๔๙. นางเบญจวรรณ จิรินทร์ | นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการ |
| ๕๐. นายสุรเชษฐ ลพทองคำ | นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการ |
| ๕๑. นางสาวสุภาพ นพแก้ว | นักจัดการงานทั่วไปชำนาญการ |
| ๕๒. นายภิญโญ หลงผดุง | นักประชาสัมพันธ์ปฏิบัติการ |



สำนักงานประชาสัมพันธ์ เขต ๘

- | | |
|--------------------------------|---|
| ๕๓. นายเจริญชัย เปี่ยมเพิ่มพูน | ผู้อำนวยการสำนักงานประชาสัมพันธ์เขต ๘ |
| ๕๔. นางธนัชพร คำสอน | ผู้อำนวยการส่วนแผนงานและพัฒนางานประชาสัมพันธ์ |
| ๕๕. นายวิศิษฐ์ ภูทัตโต | ผู้อำนวยการส่วนข่าวและรายการภูมิภาค |
| ๕๖. นายธนาพร สุ่มแก้ว | หัวหน้างานเทคนิค |
| ๕๗. นางสาวมินิ อิศระทะ | นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการ |

สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัด

- | | |
|----------------------------|----------------------------------|
| ๕๘. นายอุทิศ วงศ์มาก | ประชาสัมพันธ์จังหวัดชัยภูมิ |
| ๕๙. นางจุฑารัตน์ โสดาศรี | ประชาสัมพันธ์จังหวัดขอนแก่น |
| ๖๐. นายเฉลิมชัย จันทระเสนา | ประชาสัมพันธ์จังหวัดอุบลราชธานี |
| ๖๑. นางปรัญยานภรณ์ สงครอด | ประชาสัมพันธ์จังหวัดเชียงใหม่ |
| ๖๒. นายสาโรจน์ เพ็งชะอุ่ม | ประชาสัมพันธ์จังหวัดนครสวรรค์ |
| ๖๓. นางสาวพรธณี สัสดีแพง | ประชาสัมพันธ์จังหวัดพิจิตร |
| ๖๔. นายบุรี ดีชัยยะ | ประชาสัมพันธ์จังหวัดสุราษฎร์ธานี |
| ๖๕. นายดำรง เสวตพรหม | ประชาสัมพันธ์จังหวัดสงขลา |
| ๖๖. นายสำราญ วิจิตรพันธ์ | ประชาสัมพันธ์จังหวัดสตูล |
| ๖๗. นายสุชาติ ศรีไพบูลย์ | ประชาสัมพันธ์จังหวัดฉะเชิงเทรา |
| ๖๘. นายมานพ อัมพันธ์ | ประชาสัมพันธ์จังหวัดกาญจนบุรี |
| ๖๙. นายอภิชัย บุญประถัมภ์ | ประชาสัมพันธ์จังหวัดสมุทรสาคร |
| ๗๐. นางสุกัญญา นาคสุข | ประชาสัมพันธ์จังหวัดสิงห์บุรี |
| ๗๑. นายมรกต คงทน | ประชาสัมพันธ์จังหวัดนครปฐม |
| ๗๒. นางกัญญา พรปรีชา | ประชาสัมพันธ์จังหวัดสมุทรปราการ |

สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย

- | | |
|--------------------------------|---|
| ๗๓. นายไพฑูรย์ หิรัญประดิษฐ์ | ผู้อำนวยการสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย |
| ๗๔. นางปราณี ศรีสุกใส | นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการพิเศษ |
| ๗๕. นางสาวจิระวรรณ ตันกรานันท์ | นักสื่อสารมวลชนชำนาญการพิเศษ |
| ๗๖. นางวลีรัตน์ สาครพันธ์ | นักสื่อสารมวลชนชำนาญการพิเศษ |
| ๗๗. นายชวลิต ศรีราษฎร์ | นายช่างไฟฟ้าอาวุโส |
| ๗๘. นางสาวพิมพ์พรรณ เงินสว่าง | นักสื่อสารมวลชนชำนาญการ |
| ๗๙. นางจันทิยา จันทโรบล | นักสื่อสารมวลชนชำนาญการ |
| ๘๐. นางสาวสมณวรรณ สมแสง | นักสื่อสารมวลชนปฏิบัติการ |



สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย

๘๑.	นางสาวรัตนา เจริญศักดิ์	ผู้อำนวยการสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย
๘๒.	นายศรศักดิ์ ประสพทรัพย์	นักสื่อสารมวลชนชำนาญการพิเศษ
๘๓.	นางดวงพร สัจจาพิทักษ์	นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการพิเศษ
๘๔.	นายกองพล วิสุทธิแพทย์	นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการ
๘๕.	นางสาวศุภลักษณ์ เวชกามา	นักประชาสัมพันธ์ปฏิบัติการ
๘๖.	นายอนุชา นาคฤทธิ	นักประชาสัมพันธ์ปฏิบัติการ

สำนักข่าว

๘๗.	นายทินรัตน์ สัจจาพิทักษ์	ผู้อำนวยการสำนักข่าว
๘๘.	นางสาวอรัญญา เกตุแก้ว	นักสื่อสารมวลชนชำนาญการพิเศษ
๘๙.	นางบุญเรือน ทองปิ่น	นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการ
๙๐.	นางสาวภณิตา สังขวิศิษฐ์	นักสื่อสารมวลชนปฏิบัติการ
๙๑.	นางสาวเพ็ญภา เหมตรง	นักสื่อสารมวลชนปฏิบัติการ
๙๒.	นางจิรภิญญา สมลังกา	นักสื่อสารมวลชน

สำนักประชาสัมพันธ์ต่างประเทศ

๙๓.	นางวรรณ วุฒิอาภรณ์	ผู้อำนวยการสำนักประชาสัมพันธ์ต่างประเทศ
๙๔.	นางสาวฐิติรัตน์ ศรีธีระวีโรจน์	ผู้อำนวยการส่วนการประชาสัมพันธ์และ วิเทศสัมพันธ์
๙๕.	นางสาวพรพัฒนา สิงคเสลิต	นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการ
๙๖.	นางปณณานิตย์ วิเศษสมวงศ์	นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการ
๙๗.	นางสาวฐานิตา แจ่มชัด	นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการ

สำนักพัฒนาการประชาสัมพันธ์

๙๘.	นางสาวรวงทอง ยศอัครัง	ผู้อำนวยการสำนักพัฒนาการประชาสัมพันธ์
๙๙.	นางสาวศุภพร สาครบุตร	นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการพิเศษ
๑๐๐.	นางยุวพร นวชาติกุล	นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการพิเศษ
๑๐๑.	นางสาวกรรณิกา ชิวภักดี	หัวหน้าพิพิธภัณฑสถานและหอจดหมายเหตุ กรมประชาสัมพันธ์
๑๐๒.	นางพัฒนา ศรีทร	นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการ
๑๐๓.	นายเกียรติศักดิ์ ปรีชาพิทยารัตน์	นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการ
๑๐๔.	นางสาวเกษศิริรินทร์ อภิรัตน์วงศ์	นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการ



สำนักส่งเสริมและพัฒนางานเทคนิค

- | | |
|-------------------------------|---|
| ๑๐๕. นายชุมพร เครือขวัญ | ผู้อำนวยการสำนักส่งเสริมและพัฒนางานเทคนิค |
| ๑๐๖. นายชัยวัน เพชรจิระวรพงศ์ | ผู้อำนวยการส่วนบำรุงรักษา |
| ๑๐๗. นายสาโรช บัวแดง | นายช่างไฟฟ้าอาวุโส |
| ๑๐๘. นายคเชนทร์ กรรณิกา | นายช่างไฟฟ้าอาวุโส |
| ๑๐๙. นายชัชวาล สารทอง | นายช่างไฟฟ้าอาวุโส |
| ๑๑๐. นายชยกร กลสิกรรม | นายช่างไฟฟ้าชำนาญงาน |

ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศการประชาสัมพันธ์

- | | |
|------------------------------|---|
| ๑๑๑. นายสมโภชน์ วิสุทธิแพทย์ | ผู้อำนวยการศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศการประชาสัมพันธ์ |
| ๑๑๒. นายประดิษฐ์ กังสนารักษ์ | หัวหน้ากลุ่มพัฒนาสารสนเทศ |
| ๑๑๓. นายพลี อุดมพรมนตรี | หัวหน้ากลุ่มพัฒนาเทคนิคและเชื่อมโยงเครือข่าย |
| ๑๑๔. นายอนุสรณ์ อัครนิติ | หัวหน้ากลุ่มพัฒนาสารสนเทศการประชาสัมพันธ์ |

สำนักงานเลขานุการกรม

- | | |
|---------------------------|---------------------------------------|
| ๑๑๕. นายเสมอ นิมเงิน | เลขานุการกรม |
| ๑๑๖. นางวิไลพร บัวแดง | หัวหน้ากลุ่มประชาสัมพันธ์และสวัสดิการ |
| ๑๑๗. นางสาวผลิดา เชื้อขำ | เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไปชำนาญการ |
| ๑๑๘. นางอังคณา แก้วนกสิกร | เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไปชำนาญการ |
| ๑๑๙. นางสาวนริศรา พิมพ์า | เจ้าพนักงานปฏิบัติงาน |

กองคลัง

- | | |
|-----------------------------------|-------------------------------------|
| ๑๒๐. นางทัศนีย์ ไตรอรุณ | ผู้อำนวยการกองคลัง |
| ๑๒๑. นางสาวประกายวรรณ อัสวกุล | นักวิชาการเงินและบัญชีชำนาญการพิเศษ |
| ๑๒๒. นางสาวสุณี ทรงประกอบ | หัวหน้าฝ่ายงบประมาณ |
| ๑๒๓. นางสาวจิรารัตน์ สุนทรอาคเนย์ | หัวหน้าฝ่ายพัสดุ |
| ๑๒๔. นางสุภภัทร วิบูลย์วรรณนท์ | นักวิชาการเงินและบัญชีชำนาญการ |

กองกฎหมายและระเบียบ

- | | |
|----------------------------|---------------------------------|
| ๑๒๕. นายยุทธนา เทียมพงศ์ | ผู้อำนวยการกองกฎหมายและระเบียบ |
| ๑๒๖. นางสาวอัจฉรา ศิลปไชย | หัวหน้ากลุ่มกฎหมายและระเบียบ |
| ๑๒๗. นายคณิต ดิลกวรรุณ | หัวหน้ากลุ่มคดีและนิติกรรมสัญญา |
| ๑๒๘. นางสุภารัตน์ แผ่นเงิน | นิติกรชำนาญการ |
| ๑๒๙. นางสุพิชฌา ชีแวง | เจ้าพนักงานธุรการชำนาญงาน |

**กองการเจ้าหน้าที่**

- | | |
|--------------------------------|-------------------------------|
| ๑๓๐. นายกิตติศักดิ์ หาญกล้า | ผู้อำนวยการกองการเจ้าหน้าที่ |
| ๑๓๑. นางวิลาสลักษณ์ วิชาลาภรณ์ | นักทรัพยากรบุคคลชำนาญการพิเศษ |
| ๑๓๒. นางสาววิไล ถนอมจิตวิสุทธิ | นักทรัพยากรบุคคลชำนาญการ |

กองงานคณะกรรมการกิจการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์แห่งชาติ

- | | |
|--------------------------|---|
| ๑๓๓. นางชุตติมา ไตรโกมุท | ผู้อำนวยการกองงานคณะกรรมการกิจการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์แห่งชาติ |
| ๑๓๔. นางรัตนกร ทองสำราญ | นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการพิเศษ |
| ๑๓๕. นางสาวกัญญา แสนคลัง | นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการ |
| ๑๓๖. นางนรมน โปประยูร | นักประชาสัมพันธ์ปฏิบัติการ |
| ๑๓๗. นางสาวมินตรา เสาวรส | นักวิชาการโสตทัศน์ |

สถาบันการประชาสัมพันธ์

- | | |
|---------------------------------------|------------------------------|
| ๑๓๘. นางประไพศรี เกิดสรวา | นักทรัพยากรบุคคลชำนาญการ |
| ๑๓๙. ว่าที่ร.ต.หญิงศศิวิมล บริบุญวงศ์ | นักจัดการงานทั่วไปปฏิบัติการ |
| ๑๔๐. นายพัฒนพงศ์ สถานทรัพย์ | นักทรัพยากรบุคคลปฏิบัติการ |
| ๑๔๑. นางภัทรมน คำหมื่น | นักทรัพยากรบุคคลปฏิบัติการ |

หน่วยตรวจสอบภายใน

- | | |
|-----------------------------|----------------------------------|
| ๑๔๒. นางสาวจุฑานันท์ เทศทวี | รักษาการหัวหน้าหน่วยตรวจสอบภายใน |
| ๑๔๓. นางสาวนาตยา จันทร์ส่อง | นักวิชาการตรวจสอบภายในชำนาญการ |
| ๑๔๔. นางพิมพ์า เจริญเสมอ | นักวิชาการตรวจสอบภายในชำนาญการ |

กลุ่มพัฒนาระบบบริหาร

- | | |
|---------------------------|-------------------------------|
| ๑๔๕. นางจิตติมา จารุจินดา | หัวหน้ากลุ่มพัฒนาระบบบริหาร |
| ๑๔๖. นางสาวสุนิษา บุณรอด | นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการพิเศษ |
| ๑๔๗. นางศิรินทร อมรสิงห์ | นักทรัพยากรบุคคลชำนาญการ |

สำนักพัฒนานโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์

- | | |
|---------------------------------|-------------------------------|
| ๑๔๘. นางสินีนาด วิมุกตานนท์ | ผู้อำนวยการส่วนประเมินผล |
| ๑๔๙. นางสาวโสเมอุษา บุรณะเหตุ | ผู้อำนวยการส่วนวิจัยและพัฒนา |
| ๑๕๐. นางสุรัชณา ฤกษ์ชนะ | ผู้อำนวยการส่วนโครงการพิเศษ |
| ๑๕๑. นางสาวสดแสง อาสิงสมานันท์ | นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการพิเศษ |
| ๑๕๒. นางกลอยกมล ขวัญเอื้องพันธ์ | นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการพิเศษ |
| ๑๕๓. นางจริยา ประสพทรัพย์ | นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการพิเศษ |
| ๑๕๔. นางเรื่อนเพ็ชร แผลมทองมงคล | นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการ |
| ๑๕๕. นายพิศิษฐ์ กาญจนพิมาย | นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการ |
| ๑๕๖. นางอินทรา สุวรรณ | นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการ |
| ๑๕๗. นายทวีป คุณากร | นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการ |



- | | |
|--------------------------------|----------------------------|
| ๑๕๘. นายมานพ จีนช้าง | นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการ |
| ๑๕๙. นางสาวณัฐชยา เหมือนสมหวัง | นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการ |
| ๑๖๐. นางสาวภาวิดา โลहितคุปต์ | นักประชาสัมพันธ์ปฏิบัติการ |
| ๑๖๑. นายเรืองฤทธิ์ สวัสดิรักษา | นักประชาสัมพันธ์ปฏิบัติการ |
| ๑๖๒. นายณัฐพร รัตศิลป์ | นักประชาสัมพันธ์ปฏิบัติการ |



ผู้มีส่วนร่วมภายนอกองค์การ

ผู้แทนสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

๑. นางเนาวรัตน์ อยู่นาน นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการ

ผู้แทนสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ

๒. นางพรพรรณ ่องอาจ นายช่างภาพชำนาญงาน

ผู้แทนสำนักงานสถิติแห่งชาติ

๓. นางสาวขจิตรัตน์ ปรีชาไพศาลจิต ผู้อำนวยการกลุ่มแผนยุทธศาสตร์

ผู้แทนกองอำนวยการรักษาความมั่นคงภายในราชอาณาจักร

๔. พ.อ.(พ) ธีรวิธ สันต์ตรม ผอ.ปส.สนย.กอ.รมน.

ผู้แทนสำนักข่าวกรองแห่งชาติ

๕. นายพงษ์เทพ โพธิ์รังสิยากร นักการข่าวเชี่ยวชาญ

ผู้แทนสำนักงานคณะกรรมการพิเศษเพื่อประสานงานโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ

๖. นางเบญจรัตน์ อัครพลวงศ์ นักวิเคราะห์และแผนชำนาญการ

ผู้แทนสำนักคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

๗. นางสาวเบญญาภา เมธาวราพร นักวิชาการเผยแพร่ชำนาญการ

ผู้แทนกระทรวงพลังงาน

๘. นายพิรุณ อินพานิช ผู้เชี่ยวชาญด้านการประชาสัมพันธ์

ผู้แทนกระทรวงพาณิชย์

๙. นางสาวจิราณัฐ คันธสุวรรณ นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการพิเศษ

ผู้แทนกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร

๑๐. นางสาวภาวณา สหทัยคุณธ์ นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการ

๑๑. นางชีวารัตน์ สังข์พันธ์ นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการ

ผู้แทนกระทรวงเกษตรและสหกรณ์

๑๒. ว่าที่ร้อยเอกนันทพร บัวเอี่ยม นักวิเคราะห์นโยบายและแผนปฏิบัติการ

ผู้แทนกระทรวงการต่างประเทศ

๑๓. นางสาวสุวรรณา ฟองสมุทร นักการทูตชำนาญการ กรมสารนิเทศ

๑๔. นายอภัยชีพ บุณนาค นักการทูตปฏิบัติการ กรมอาเซียน

ผู้แทนกระทรวงสาธารณสุข

๑๕. นางสาวอัจฉรา บุญชุม นักวิชาการสาธารณสุขชำนาญการ

กรมควบคุมโรค



ผู้แทนกระทรวงแรงงาน

๑๖. นางอภิรัตน์ เมธากุล เลขานุการกรมการจัดหางาน

ผู้แทนกระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์

๑๗. นางวรรณภา สุขคง หัวหน้ากลุ่มงานประชาสัมพันธ์
กรมพัฒนาสังคมและสวัสดิการ

๑๘. นางสาวจุฑารัตน์ ศักดิ์สุขยผดุง นักวิชาการโสตทัศนศึกษา
กรมพัฒนาสังคมและสวัสดิการ

ผู้แทนสำนักคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามยาเสพติด

๑๙. นางสาวต้องตา ว่องเรืองอรุณ นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการ

**ผู้แทนสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม
แห่งชาติ**

๒๐. นางสาวใจทิพย์ ศรีโนนชัย พนักงานปฏิบัติการระดับสูง
สำนักพัฒนานโยบายและกฎหมาย

ผู้แทนกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา

๒๑. นางสาวดวงพร เลี้ยวขลิต เจ้าหน้าที่สื่อสารองค์กร

ผู้แทนภาคประชาชน

๒๒. นายเสถียร ปรีดาศา
