



บันทึกข้อความ

เลขที่	4708	09:45
วันที่	20	พฤษภาคม 2560
เรื่อง	วิเทศ	

คหค

ส่วนราชการ สำนักพัฒนานโยบายและแผนฯ ส่วนประเมินผล โทร. ๐ ๒๖๑๘ ๒๓๒๓ ต่อ ๑๕๐๓

ที่ นร ๐๒๒๐.๐๔/ ๑๓๓๖ วันที่ ๑๐ พฤศจิกายน ๒๕๖๐

เรื่อง รายงานผลการประเมินส่วนราชการตามมาตรการปรับปรุงประสิทธิภาพในการปฏิบัติราชการ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๐ ของกรมประชาสัมพันธ์ องค์ประกอบที่ ๑ ตัวชี้วัดที่ ๑ ตัวชี้วัดที่ ๒ และตัวชี้วัดที่ ๓

เรียน อปส.

ข้อเท็จจริง

สนผ. ได้รับมอบหมายให้ดำเนินการประเมินส่วนราชการตามมาตรการปรับปรุงประสิทธิภาพในการปฏิบัติราชการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๐ ของกรมประชาสัมพันธ์ องค์ประกอบที่ ๑ ประสิทธิภาพในการดำเนินงานตามภารกิจพื้นฐาน งานประจำ งานตามหน้าที่ปกติ หรือตามหน้าที่ความรับผิดชอบหลักตามกฎหมาย กฎ นโยบายของรัฐบาล หรือมติคณะรัฐมนตรี (Functional base) ตัวชี้วัดที่ ๑ ร้อยละของกลุ่มเป้าหมายที่รับรู้และเข้าใจในเนื้อหายุทธศาสตร์ชาติและนโยบายสำคัญของรัฐบาล ตัวชี้วัดที่ ๒ ร้อยละของกลุ่มเป้าหมายชาวต่างประเทศที่รับรู้ในการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ของประเทศไทยและนโยบายสำคัญของรัฐบาล และตัวชี้วัดที่ ๓ ประชาชนกลุ่มเป้าหมายมีความเชื่อมั่นและนำข้อมูลข่าวสารยุทธศาสตร์ชาติและนโยบายสำคัญของรัฐบาลที่เผยแพร่ผ่านสื่อของกรมประชาสัมพันธ์ไปใช้ประโยชน์ โดยผู้ประเมินอิสระ

บัดนี้ การดำเนินการดังกล่าว ได้เสร็จเรียบร้อยแล้ว สรุปผลการประเมิน ดังนี้

ตัวชี้วัด	เกณฑ์	ผลการประเมิน	สรุปผล
ตัวชี้วัดที่ ๑ ร้อยละของกลุ่มเป้าหมายที่รับรู้และเข้าใจในเนื้อหายุทธศาสตร์ชาติและนโยบายสำคัญของรัฐบาล			
- รับรู้	ร้อยละ ๙๐.๐๐	ร้อยละ ๙๐.๖๐	ผ่านเกณฑ์
- เข้าใจ	ร้อยละ ๙๐.๐๐	ร้อยละ ๙๑.๐๐	ผ่านเกณฑ์
ตัวชี้วัดที่ ๒ ร้อยละของกลุ่มเป้าหมายชาวต่างประเทศที่รับรู้ในการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ของประเทศไทยและนโยบายสำคัญของรัฐบาล			
- รับรู้	ร้อยละ ๘๔.๐๕	ร้อยละ ๘๖.๖๐	ผ่านเกณฑ์
ตัวชี้วัดที่ ๓ ประชาชนกลุ่มเป้าหมายมีความเชื่อมั่นและนำข้อมูลข่าวสารยุทธศาสตร์ชาติและนโยบายสำคัญของรัฐบาลที่เผยแพร่ผ่านสื่อของกรมประชาสัมพันธ์ไปใช้ประโยชน์			
- เชื่อมั่น	ร้อยละ ๗๕.๐๐	ร้อยละ ๗๗.๗๐	ผ่านเกณฑ์
- การนำข้อมูลข่าวสารไปใช้ประโยชน์	ร้อยละ ๗๕.๐๐	ร้อยละ ๗๖.๒๐	ผ่านเกณฑ์

ทั้งนี้ ได้แนบรายงานผลการประเมินฯ ฉบับผู้บริหาร และฉบับสมบูรณ์มาพร้อมหนังสือฉบับนี้

/ข้อพิจารณา...

ข้อพิจารณา

เพื่อเป็นข้อมูลสนับสนุนการสร้างความรับรู้และความเข้าใจในโครงการประชาสัมพันธ์ของ กปส. ที่ได้ดำเนินการตามยุทธศาสตร์ชาติและนโยบายสำคัญของรัฐบาลให้แก่ประชาชนกลุ่มเป้าหมายทราบอย่างต่อเนื่อง สนม. จึงได้จัดทำสรุปผลการประเมินฯ โดยแยกตามประสิทธิภาพของโครงการฯ (เอกสารแนบ) เพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ตามภารกิจของแต่ละหน่วยงาน เห็นควรมอบหมาย สทท. สวท. สนช. ศสช. สปต. สปช. ๑ - ๘ และ ส.ปชส. ทั้ง ๗๖ จังหวัด นำผลการประเมินและข้อเสนอแนะดังกล่าว ไปใช้ประโยชน์ ในการวางแผนสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายต่อไป

ข้อเสนอ

จึงเรียนมาเพื่อโปรดมอบหมายตามข้อพิจารณา



(นางกลอยกมล ขวัญเที่ยงพันธุ์)
ป.ผอ.สนม.

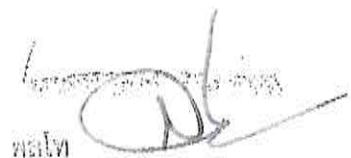
เรียน ผอ.
เพื่อโปรดทราบ
ทว: ผอ.๖๔๖๖๖๖
๑๖๕, ๖๕๖๕
พร: โยธาทวทวทวทว



(นายจอร์จ ไชยสร)
รปส.

๑๕ พ.ย. ๒๕๖๐

- ดำเนินการตามสนธิ



พลโท

(สรเสริญ แก้วกำเนิด)
รักษาราชการในตำแหน่ง อปส

๑๖ พ.ย. ๒๕๖๐

สรุปผลการประเมิน

ส่วนราชการตามมาตรการปรับปรุงประสิทธิภาพในการปฏิบัติราชการ
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๐ ของกรมประชาสัมพันธ์

- องค์ประกอบที่ ๑ ประสิทธิภาพในการดำเนินงานตามภารกิจพื้นฐาน งานประจำ งานตามหน้าที่ปกติ หรือตามหน้าที่ความรับผิดชอบหลักตามกฎหมาย กฎ นโยบายของรัฐบาล หรือมติคณะรัฐมนตรี (Functional base)
- ตัวชี้วัดที่ ๑ ร้อยละของกลุ่มเป้าหมายที่รับรู้และเข้าใจในเนื้อหายุทธศาสตร์ชาติ และนโยบายสำคัญของรัฐบาล
- ตัวชี้วัดที่ ๒ ร้อยละของกลุ่มเป้าหมายชาวต่างประเทศที่รับรู้ในการประชาสัมพันธ์ ภาพลักษณ์ของประเทศไทยและนโยบายสำคัญของรัฐบาล
- ตัวชี้วัดที่ ๓ ประชาชนกลุ่มเป้าหมายมีความเชื่อมั่นและนำข้อมูลข่าวสาร ยุทธศาสตร์ชาติและนโยบายสำคัญของรัฐบาลที่เผยแพร่ ผ่านสื่อของกรมประชาสัมพันธ์ ไปใช้ประโยชน์

สำนักพัฒนานโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์ ได้ดำเนินกิจกรรม การประเมินผลส่วนราชการตามมาตรการปรับปรุงประสิทธิภาพในการปฏิบัติราชการ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๐ ของกรมประชาสัมพันธ์ องค์ประกอบที่ ๑ ตัวชี้วัดที่ ๑ - ๓ โดยตัวชี้วัดที่ ๑ และ ๓ มีกลุ่มเป้าหมายเป็นคนไทยที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพฯ และทุกจังหวัดทั่วประเทศไทย ส่วนตัวชี้วัดที่ ๒ กลุ่มเป้าหมายเป็นชาวต่างประเทศที่อยู่ในประเทศไทยตั้งแต่ ๑ ปีขึ้นไป โดยจัดจ้างที่ปรึกษาจากสถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์เป็นผู้ดำเนินการประเมินผล ด้วยวิธีการวิจัยเชิงสำรวจระหว่างเดือน สิงหาคม - กันยายน ๒๕๖๐ มีการดำเนินงาน ดังนี้

๑. ประเด็นการประเมิน

๑.๑ ตัวชี้วัดที่ ๑ ประเมินการรับรู้ ความเข้าใจ และตัวชี้วัดที่ ๓ ประเมินความเชื่อมั่น และการนำข้อมูลข่าวสารไปใช้ประโยชน์ จากประชาชนกลุ่มเป้าหมายทั่วประเทศ ที่เปิดรับข้อมูล ข่าวสารผ่านสื่อกรมประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วยโครงการประชาสัมพันธ์ ๔ โครงการ ดังนี้

๑.๑.๑ โครงการประชาสัมพันธ์เทิดทูนสถาบันพระมหากษัตริย์

งบประมาณ ๒๓,๖๑๓,๘๐๐ บาท

กลุ่มเป้าหมายหลัก • ประชาชนอายุระหว่าง ๒๖ - ๕๐ ปี

กลุ่มเป้าหมายรอง • เยาวชนอายุระหว่าง ๑๓ - ๒๕ ปี

• ประชาชนอายุ ๕๐ ปีขึ้นไป

๑.๑.๒ โครงการประชาสัมพันธ์การปฏิรูปประเทศไทย

งบประมาณ ๘,๓๒๘,๕๐๐ บาท

/๑.๑.๓ โครงการ...

๑.๑.๓ โครงการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมความเชื่อมั่นในนโยบายภาครัฐ
งบประมาณ ๑๓,๙๙๓,๒๐๐ บาท

๑.๑.๔ โครงการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการปกครองระบอบประชาธิปไตย
งบประมาณ ๗,๙๘๑,๗๐๐ บาท

ทั้งนี้ โครงการที่ ๑.๑.๒ - ๑.๑.๔ ประกอบด้วยกลุ่มเป้าหมายเหมือนกัน คือ
กลุ่มเป้าหมายหลัก • ประชาชนอายุระหว่าง ๒๖ - ๕๐ ปี
กลุ่มเป้าหมายรอง • เยาวชนอายุระหว่าง ๑๕ - ๒๕ ปี
• ประชาชนอายุ ๕๐ ปีขึ้นไป

โดยกำหนดพื้นที่และจำนวนกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

- ประชาชนในพื้นที่ส่วนกลาง กรุงเทพมหานคร จำนวน ๔๐๐ คน
- ประชาชนในพื้นที่ สปข. ๑ (จังหวัดหนองคาย จังหวัดชัยภูมิ) จำนวน ๒๐๐ คน
- ประชาชนในพื้นที่ สปข. ๒ (จังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดมุกดาหาร) จำนวน ๒๐๐ คน
- ประชาชนในพื้นที่ สปข. ๓ (จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดลำปาง) จำนวน ๒๐๐ คน
- ประชาชนในพื้นที่ สปข. ๔ (จังหวัดสุโขทัย จังหวัดพิษณุโลก) จำนวน ๒๐๐ คน
- ประชาชนในพื้นที่ สปข. ๕ (จังหวัดนครศรีธรรมราช จังหวัดชุมพร) จำนวน ๒๐๐ คน
- ประชาชนในพื้นที่ สปข. ๖ (จังหวัดพัทลุง จังหวัดสตูล) จำนวน ๒๐๐ คน
- ประชาชนในพื้นที่ สปข. ๗ (จังหวัดระยอง จังหวัดสระแก้ว) จำนวน ๒๐๐ คน
- ประชาชนในพื้นที่ สปข. ๘ (จังหวัดเพชรบุรี) จำนวน ๒๐๐ คน

๑.๒ ตัวชี้วัดที่ ๒ ประเมินจากผลการดำเนินการประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร
โครงการ และกิจกรรมต่างๆ ไปยังกลุ่มเป้าหมายชาวต่างประเทศ ผ่านสื่อกรมประชาสัมพันธ์
ตามโครงการประชาสัมพันธ์ด้านต่างประเทศ โดยมีรายละเอียดดังนี้

โครงการประชาสัมพันธ์ด้านต่างประเทศ

งบประมาณ ๑๕,๕๐๐,๐๐๐ บาท

กลุ่มเป้าหมาย ชาวต่างประเทศที่พำนักในประเทศไทย เป็นเวลาไม่น้อยกว่า ๑ ปี

จำนวน ๒๕๐ ตัวอย่าง ประกอบด้วย

- สื่อมวลชนต่างประเทศ
- สถานทูตต่างประเทศในประเทศไทย
- องค์การระหว่างประเทศ
- นักธุรกิจและนักลงทุนชาวต่างประเทศ

/สรุปผลการประเมิน...

สรุปผลการประเมิน

ตัวชี้วัด	เกณฑ์	ผลการประเมิน	สรุปผล
ตัวชี้วัดที่ ๑ ร้อยละของกลุ่มเป้าหมายที่รับรู้และเข้าใจในเนื้อหายุทธศาสตร์ชาติและนโยบายสำคัญของรัฐบาล			
- รับรู้	ร้อยละ ๙๐.๐๐	ร้อยละ ๙๐.๖๐	ผ่านเกณฑ์
- เข้าใจ	ร้อยละ ๙๐.๐๐	ร้อยละ ๙๑.๐๐	ผ่านเกณฑ์
ตัวชี้วัดที่ ๒ ร้อยละของกลุ่มเป้าหมายชาวต่างประเทศที่รับรู้ในการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ของประเทศไทยและนโยบายสำคัญของรัฐบาล			
- รับรู้	ร้อยละ ๘๕.๐๕	ร้อยละ ๘๖.๖๐	ผ่านเกณฑ์
ตัวชี้วัดที่ ๓ ประชาชนกลุ่มเป้าหมายมีความเชื่อมั่นและนำข้อมูลข่าวสารยุทธศาสตร์ชาติและนโยบายสำคัญของรัฐบาลที่เผยแพร่ผ่านสื่อของกรมประชาสัมพันธ์ไปใช้ประโยชน์			
- เชื่อมั่น	ร้อยละ ๗๕.๐๐	ร้อยละ ๗๗.๗๐	ผ่านเกณฑ์
- การนำข้อมูลข่าวสารไปใช้ประโยชน์	ร้อยละ ๗๕.๐๐	ร้อยละ ๗๖.๒๐	ผ่านเกณฑ์

สรุปผลการประเมินแยกตามประสิทธิผลของโครงการ

ประชาชนกลุ่มเป้าหมายในประเทศ

ประสิทธิผลของโครงการฯ	ผลการประเมินสูงสุด	ผลการประเมินต่ำสุด
การเปิดรับสื่อ	- สื่อโทรทัศน์ของกรมประชาสัมพันธ์มากที่สุด (ร้อยละ ๖๕.๑๐)	- สื่อบุคคล ได้แก่ เจ้าหน้าที่กรมประชาสัมพันธ์/ประชาสัมพันธ์จังหวัด น้อยที่สุด (ร้อยละ ๑๓.๒๐) แม้จะเป็นสื่อที่กลุ่มเป้าหมายเปิดรับน้อย แต่สื่อบุคคล สื่อสารสนเทศ และสื่อกิจกรรม ยังคงเป็นสื่อสนับสนุนที่สามารถใช้ขยายผลสร้างความเข้าใจเพิ่มเติมจากข้อมูลที่ได้รับจากสื่อหลัก ตลอดจนสร้างการมีส่วนร่วม ความคุ้นเคย ความน่าเชื่อถือ รวมทั้งสามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของกรมประชาสัมพันธ์ได้ ดังนั้น จึงควรให้ความสำคัญกับสื่อนี้ต่อไป

/การรับรู้...

ประสิทธิผลของโครงการฯ	ผลการประเมินสูงสุด	ผลการประเมินต่ำสุด
การรับรู้	- รับรู้ข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์ตามโครงการประชาสัมพันธ์เทิดทูนสถาบันพระมหากษัตริย์ ประเด็น ข่าวสารพระราชพิธีงานพระบรมศพ ข่าวการถวายอาลัย ข่าวการสำนึกในพระมหากรุณาธิคุณ และพระราชประวัติของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว มากที่สุด (ร้อยละ ๙๒.๐๐)	- รับรู้ข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์ตามโครงการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการปกครองระบอบประชาธิปไตย ประเด็น ข่าวสารความรู้เกี่ยวกับรัฐธรรมนูญ ฉบับปี ๒๕๖๐ น้อยที่สุด (ร้อยละ ๘๘.๘๐)
	- กลุ่มเป้าหมาย อายุ ๕๖ ปีขึ้นไป รับรู้ข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์มากที่สุด (ร้อยละ ๙๓.๐๐)	- กลุ่มเป้าหมาย อายุ ๓๖ - ๔๕ ปี รับรู้ข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์ น้อยที่สุด (ร้อยละ ๘๙.๒๐)
ความเข้าใจ	- กลุ่มเป้าหมาย มีความเข้าใจข้อมูลข่าวสารโครงการประชาสัมพันธ์เทิดทูนสถาบันพระมหากษัตริย์ ประเด็น การเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับพระราชกรณียกิจ สมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ความศึบหน้าการสร้างพระเมรุมาศและข่าวสารพระราชพิธีงานพระบรมศพ ข่าวการถวายอาลัย ข่าวการสำนึกในพระมหากรุณาธิคุณ และพระราชประวัติของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว มากที่สุด (ร้อยละ ๙๗.๔๐)	- กลุ่มเป้าหมาย มีความเข้าใจข้อมูลข่าวสารโครงการประชาสัมพันธ์ ส่งเสริมการปกครองระบอบประชาธิปไตย ประเด็น รัฐธรรมนูญ ฉบับใหม่ (ปี ๒๕๖๐) เน้นการมีส่วนร่วมของประชาชน น้อยที่สุด (ร้อยละ ๘๔.๖๐)
	- กลุ่มเป้าหมาย อายุ ๔๖ - ๕๕ ปี มีความเข้าใจ ข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์มากที่สุด (ร้อยละ ๙๔.๓๐)	- กลุ่มเป้าหมาย อายุต่ำกว่า ๒๕ ปี มีความเข้าใจ ข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์ น้อยที่สุด (ร้อยละ ๘๙.๕๐)
ความเชื่อมั่น	- ส่วนใหญ่มีความเชื่อมั่นต่อข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์ ประเด็น “ด้านความรวดเร็ว” มากที่สุด (ร้อยละ ๗๘.๔๐)	- กลุ่มเป้าหมาย มีความเชื่อมั่นต่อข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์ ประเด็น “ด้านความเป็นกลาง” น้อยที่สุด เนื่องจากมีความเห็นว่าการประชาสัมพันธ์เป็นสื่อของรัฐบาล (ร้อยละ ๗๖.๖๐)

/การนำไปใช้ประโยชน์...

ประสิทธิผลของโครงการฯ	ผลการประเมินสูงสุด	ผลการประเมินต่ำสุด
	- กลุ่มเป้าหมาย อายุ ๕๖ ปีขึ้นไป มีความเชื่อมั่นต่อข้อมูลข่าวสาร การประชาสัมพันธ์ มากที่สุด (ร้อยละ ๘๑.๖๐)	- กลุ่มเป้าหมาย อายุต่ำกว่า ๒๕ ปี มีความเชื่อมั่นต่อข่าวสาร การประชาสัมพันธ์ น้อยที่สุด (ร้อยละ ๗๖.๐๐)
การนำไปใช้ประโยชน์	- ส่วนใหญ่ใช้ประโยชน์ในประเด็น “ใช้เพื่อติดตามข้อมูลข่าวสารและเหตุการณ์ปัจจุบัน” มากที่สุด (ร้อยละ ๘๐.๔๐)	- กลุ่มเป้าหมาย มีการนำข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์ไปใช้ประโยชน์ ในประเด็น “เพื่อเป็นประเด็นหัวข้อในการพูดคุยสนทนา” น้อยที่สุด (ร้อยละ ๗๔.๐๐)
	- กลุ่มเป้าหมาย อายุ ๕๖ ปีขึ้นไป มีการนำข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์ไปใช้ประโยชน์ มากที่สุด (ร้อยละ ๗๘.๘๐)	- กลุ่มเป้าหมาย อายุ ๓๖ - ๔๕ ปี มีการนำข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์ไปใช้ประโยชน์ น้อยที่สุด (ร้อยละ ๗๓.๘๐)

ประชาชนกลุ่มเป้าหมายชาวต่างประเทศ

ประสิทธิผลของโครงการฯ	ผลการประเมินสูงสุด	ผลการประเมินต่ำสุด
การเปิดรับสื่อ	- กลุ่มเป้าหมาย รับรู้ข้อมูลข่าวสาร การประชาสัมพันธ์ จากสื่ออินเทอร์เน็ต มากที่สุด (ร้อยละ ๗๓.๐๐)	- กลุ่มเป้าหมาย รับรู้ข้อมูลข่าวสาร การประชาสัมพันธ์จากสื่อวิทยุกระจายเสียง น้อยที่สุด (ร้อยละ ๒๔.๖๐) เนื่องจาก มากกว่าร้อยละ ๗๐ ของกลุ่มเป้าหมายชาวต่างประเทศ เปิดรับข่าวสารของกรมประชาสัมพันธ์ จากสื่อสารสนเทศ มากกว่าช่องทางอื่น ๆ
การรับรู้	- กลุ่มเป้าหมาย รับรู้ข้อมูลข่าวสาร การประชาสัมพันธ์ส่งเสริมภาพลักษณ์ ประเทศไทย ในประเด็นเกี่ยวกับสถาบัน พระมหากษัตริย์ ชาติ ศาสนา มากที่สุด (ร้อยละ ๗๒.๐๐)	- กลุ่มเป้าหมาย รับรู้ข้อมูลข่าวสาร การประชาสัมพันธ์ส่งเสริมภาพลักษณ์ ประเทศไทย ในประเด็นเกี่ยวกับการใช้ ทรัพยากร อย่างเหมาะสม เช่น พลังงานทดแทน น้อยที่สุด (ร้อยละ ๔๘.๘๐)

/การรับรู้...

ประสิทธิผลของโครงการฯ	ผลการประเมินสูงสุด	ผลการประเมินต่ำสุด
		<p>ดังนั้น ควรหาหน่วยงานพันธมิตรร่วมเป็นเจ้าภาพจัดกิจกรรมส่งเสริมภาพลักษณ์ประเทศไทย เพื่อดึงความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย รวมทั้ง ประชาสัมพันธ์ ข่าวสาร ผ่านสื่อสารสนเทศของกรมประชาสัมพันธ์ ให้เป็นช่องทางหลักของชาวต่างประเทศ เข้ามาใช้บริการด้านข้อมูลได้อย่างหลากหลาย</p>
	- กลุ่มเป้าหมาย อายุ ๕๖ ปีขึ้นไป รับรู้ข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์มากที่สุด (ร้อยละ ๙๓.๐๐)	- กลุ่มเป้าหมาย อายุ ๓๖ - ๔๕ ปี รับรู้ข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์น้อยที่สุด (ร้อยละ ๘๙.๒๐)

ข้อเสนอแนะ

๑. สื่อ / ช่องทางการประชาสัมพันธ์ของกรมประชาสัมพันธ์ที่สามารถเข้าถึงประชาชนกลุ่มเป้าหมายในประเทศได้มากที่สุด คือ สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย (NBT) รองลงมาคือสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย (สวท.) ตามลำดับ จึงควรใช้สื่อทั้งสองเป็นสื่อหลักเผยแพร่ข่าวสารและประชาสัมพันธ์ให้ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมาย โดยใช้สื่อสารสนเทศ สื่อกิจกรรม และสื่อบุคคล เป็นสื่อสนับสนุน ทั้งนี้ เพื่อขยายผล สร้างความเข้าใจเพิ่มเติมจากข้อมูลที่ได้รับทางสื่อหลัก รวมทั้งสร้างการมีส่วนร่วม ความคุ้นเคย และความน่าเชื่อถือให้กับผู้ปฏิบัติงานของกรมประชาสัมพันธ์ในพื้นที่ ตลอดจนภาพลักษณ์ที่ดีของกรมประชาสัมพันธ์ต่อไป

๒. ควรเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นเยาวชน หรือคนรุ่นใหม่ โดยเฉพาะ เพื่อขยายฐานกลุ่มผู้รับสารของกรมประชาสัมพันธ์ต่อไป โดยค้นหาสื่อบุคคลที่มีอิทธิพลทางความคิด (Influencer) ของกลุ่มเยาวชน เป็นสื่อบุคคลที่ช่วยเผยแพร่ข่าวสารสำคัญ ๆ สามารถให้ผู้ดำเนินรายการ (DJ) ที่ได้รับความนิยมในแต่ละพื้นที่เป็นสื่อสนับสนุนต่อไป

๓. ข้อเสนอแนะของที่ปรึกษาขณะที่เก็บข้อมูลการวิจัย พบว่า หลายพื้นที่ใช้วิธีการสร้างการมีส่วนร่วม และความผูกพัน (Engagement) กับกลุ่มประชาชนเป้าหมาย โดยใช้วิธีเปิดบ้าน (Open House) จัดกิจกรรมภายในหน่วยงานร่วมกับการไปจัดกิจกรรมภายนอกหน่วยงาน หรือการใช้วิธีให้ประชาชนเข้ามาร่วมจัดรายการภายในสถานี เช่น การใช้ก้านัน (ที่ประชาชนให้ความนับถือ) ดำรวจจรรยาบรรณราชบุรุษชาวบ้าน ฯลฯ ให้ความรู้และประชาสัมพันธ์ข่าวสารร่วมกัน

๔. ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มเป้าหมายชาวต่างประเทศมากกว่าร้อยละ ๗๐ รับข่าวสารของกรมประชาสัมพันธ์จากสื่อสารสนเทศมากกว่าช่องทางอื่น ๆ ฉะนั้น จึงควรจัดสรรงบประมาณเพื่อใช้สื่อสารสนเทศ เช่น เฟซบุ๊ก เว็บไซต์ ของกรมประชาสัมพันธ์ ให้เป็นช่องทางการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายได้อย่างเต็มศักยภาพ ดังนี้

๔.๑ ตรวจสอบ ปรับปรุง เนื้อหา หรือ ข้อมูลในเว็บไซต์ให้มีความทันสมัย (Update) และเป็นปัจจุบันให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ เพื่อให้มีความพร้อมด้านข้อมูลข่าวสารในฐานะสื่อที่มีความน่าเชื่อถือของรัฐ

๔.๒ สนับสนุนให้ใช้เว็บไซต์ เฟซบุ๊ก เป็นช่องทางการสื่อสารแบบสองทางระหว่างกรมประชาสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมายชาวต่างประเทศ โดยใช้กลยุทธ์สื่อสร้างการปฏิสัมพันธ์ เช่น จัดให้มี Live Chat ในเว็บไซต์ หรือตอบคำถามผ่านทาง Message Facebook โดยให้มีเจ้าหน้าที่รับผิดชอบสามารถโต้ตอบได้ หรือสามารถให้ข้อมูลได้มากที่สุดเท่าที่สามารถทำได้ และอาจจะต้องมีการประชาสัมพันธ์ให้ทราบล่วงหน้าว่า จะมีช่วงเวลา Live Chat ได้ในช่วงเวลาใดบ้าง

๔.๓ หาหน่วยงานพันธมิตรร่วมเป็นเจ้าภาพจัดกิจกรรมส่งเสริมภาพลักษณ์ประเทศไทย เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย หรือภาคเอกชนในพื้นที่ เพื่อเป็นกิจกรรมดึงดูดความสนใจ และประชาสัมพันธ์ข่าวสารผ่านทางสื่อสารสนเทศของกรมประชาสัมพันธ์ ให้เป็นช่องทางหลักที่ชาวต่างประเทศจะต้องเข้ามาใช้บริการด้านข้อมูลได้อย่างหลากหลายวัตถุประสงค์

ข้อพิจารณา

เพื่อเป็นข้อมูลสนับสนุนการสร้างการรับรู้และความเข้าใจในโครงการประชาสัมพันธ์ของ กปส. ที่ได้ดำเนินการตามยุทธศาสตร์ชาติและนโยบายสำคัญของรัฐบาลให้แก่ประชาชนกลุ่มเป้าหมายทราบอย่างต่อเนื่อง สนม. จึงได้จัดทำสรุปผลการประเมินฯ โดยแยกตามประสิทธิผลของโครงการฯ (เอกสารแนบ) เพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ตามภารกิจของแต่ละหน่วยงาน เห็นความเหมาะสม สทท. สวท. สนช. ศสช. สปต. สปช. ๑ - ๘ และ ส.ปชส. ทั้ง ๗๖ จังหวัด นำผลการประเมินและข้อเสนอแนะดังกล่าว ไปใช้ประโยชน์ในการวางแผนสื่อเพื่อให้การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายต่อไป

ข้อเสนอ

จึงเรียนมาเพื่อโปรดมอบหมายตามข้อพิจารณา



(นางกลอยกมล ชวีญเยื้องพันธ์)
ป.ผอ.สนม.

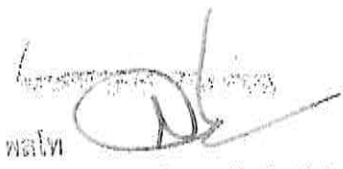
เรียนพร.
เพื่อโปรดทราบ
ในว: ผอ.ช.ค.ค.ค.ค.
กปร. นร. นร.
พร: โยธาทอทอทอ



(นายจอร์จ ไชยศรี)
รปส.

๑๕ พ.ย. ๒๕๖๐

- ดำเนินการตามแผน



พลโท

(สรรเสริญ แก้วกำเนิด)

รักษาราชการในตำแหน่ง อปส

๑๕ พ.ย. ๒๕๖๐

สรุปผลการประเมิน

ส่วนราชการตามมาตรการปรับปรุงประสิทธิภาพในการปฏิบัติราชการ
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๐ ของกรมประชาสัมพันธ์

- องค์ประกอบที่ ๑ ประสิทธิภาพในการดำเนินงานตามภารกิจพื้นฐาน งานประจำ งานตามหน้าที่ปกติ หรือตามหน้าที่ความรับผิดชอบหลักตามกฎหมาย กฎ นโยบายของรัฐบาล หรือมติคณะรัฐมนตรี (Functional base)
- ตัวชี้วัดที่ ๑ ร้อยละของกลุ่มเป้าหมายที่รับรู้และเข้าใจในเนื้อหายุทธศาสตร์ชาติ และนโยบายสำคัญของรัฐบาล
- ตัวชี้วัดที่ ๒ ร้อยละของกลุ่มเป้าหมายชาวต่างประเทศที่รับรู้ในการประชาสัมพันธ์ ภาพลักษณ์ของประเทศไทยและนโยบายสำคัญของรัฐบาล
- ตัวชี้วัดที่ ๓ ประชาชนกลุ่มเป้าหมายมีความเชื่อมั่นและนำข้อมูลข่าวสาร ยุทธศาสตร์ชาติและนโยบายสำคัญของรัฐบาลที่เผยแพร่ ผ่านสื่อของกรมประชาสัมพันธ์ ไปใช้ประโยชน์

สำนักพัฒนานโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์ ได้ดำเนินกิจกรรม การประเมินผลส่วนราชการตามมาตรการปรับปรุงประสิทธิภาพในการปฏิบัติราชการ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๐ ของกรมประชาสัมพันธ์ องค์ประกอบที่ ๑ ตัวชี้วัดที่ ๑ - ๓ โดยตัวชี้วัดที่ ๑ และ ๓ มีกลุ่มเป้าหมายเป็นคนไทยที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพฯ และทุกจังหวัดทั่วประเทศไทย ส่วนตัวชี้วัดที่ ๒ กลุ่มเป้าหมายเป็นชาวต่างประเทศที่อยู่ในประเทศไทยตั้งแต่ ๑ ปีขึ้นไป โดยจัดจ้างที่ปรึกษาจากสถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์เป็นผู้ดำเนินการประเมินผล ด้วยวิธีการวิจัยเชิงสำรวจระหว่างเดือน สิงหาคม - กันยายน ๒๕๖๐ มีการดำเนินงาน ดังนี้

๑. ประเด็นการประเมิน

๑.๑ ตัวชี้วัดที่ ๑ ประเมินการรับรู้ ความเข้าใจ และตัวชี้วัดที่ ๓ ประเมินความเชื่อมั่น และการนำข้อมูลข่าวสารไปใช้ประโยชน์ จากประชาชนกลุ่มเป้าหมายทั่วประเทศ ที่เปิดรับข้อมูล ข่าวสารผ่านสื่อกรมประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วยโครงการประชาสัมพันธ์ ๔ โครงการ ดังนี้

- ๑.๑.๑ โครงการประชาสัมพันธ์เทิดทูนสถาบันพระมหากษัตริย์
งบประมาณ ๒๓,๖๑๓,๘๐๐ บาท
กลุ่มเป้าหมายหลัก • ประชาชนอายุระหว่าง ๒๖ - ๕๐ ปี
กลุ่มเป้าหมายรอง • เยาวชนอายุระหว่าง ๑๓ - ๒๕ ปี
• ประชาชนอายุ ๕๐ ปีขึ้นไป
- ๑.๑.๒ โครงการประชาสัมพันธ์การปฏิรูปประเทศไทย
งบประมาณ ๘,๓๒๘,๕๐๐ บาท