



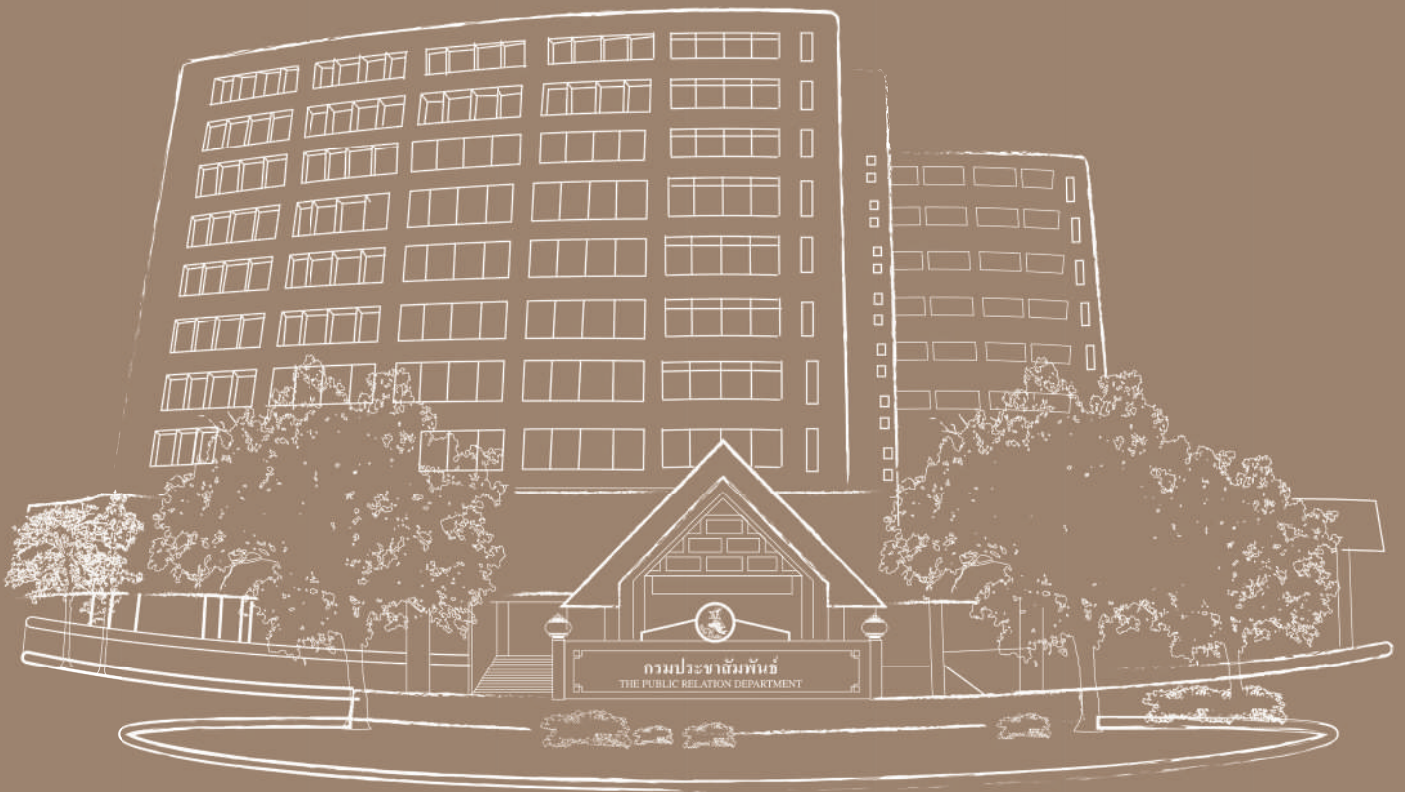
แผนปฏิบัติการกรมประชาสัมพันธ์ ระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566 - 2570)



กรมประชาสัมพันธ์
สำนักนายกรัฐมนตรื

แผนปฏิบัติการ ระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566 – 2570)

ของกรมประชาสัมพันธ์



กรมประชาสัมพันธ์

สารบัญ

แผนปฏิบัติการราชการระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566 - 2570) ของกรมประชาสัมพันธ์



บทสรุปผู้บริหาร	6
ความสอดคล้องกับแผน 3 ระดับ ตามนโยบายของ มติคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 4 ธันวาคม 2560	10
แผนปฏิบัติการราชการระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566 - 2570) ของกรมประชาสัมพันธ์	14
สรุปประเด็นยุทธศาสตร์ ความสอดคล้องกับแผนแม่บทและแผนระดับชาติ (แผนระดับ 2 และ 3) ในแต่ละโครงการ/กิจกรรม	24
แผนปฏิบัติการราชการ เรื่อง การรับฟังเสียง ประชาชนทุกภาคส่วน เพื่อนำมาประกอบ การพิจารณาและตัดสินใจ	28
แผนปฏิบัติการราชการ เรื่อง การสร้างสังคม ที่ประชาชนมีภูมิรู้	29
แผนปฏิบัติการราชการ เรื่อง การเป็นผู้นำด้าน ข้อมูลดิจิทัลและเครือข่ายข้อมูล	30
แผนปฏิบัติการราชการ เรื่อง การเป็นองค์กรที่มี ประสิทธิภาพสูง	31
ประมาณการวงเงินงบประมาณรวม ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2566 - 2570	76
อภิธานศัพท์	77

สารบัญตาราง

สรุปผลการวิเคราะห์ห้องศักร และบริบทของกรมประชาสัมพันธ์ โดยใช้ SWOT	ตารางที่ 1	15
สรุปผลการวิเคราะห์ห้องศักร และบริบทของกรมประชาสัมพันธ์ โดยใช้ TOWS	ตารางที่ 2	16-17
ข้อเสนอเชิงกลยุทธ์ในกรอบ TOWS	ตารางที่ 3	18-19

สารบัญแผนภูมิ

ผลคะแนนการสำรวจความพร้อมการพัฒนารัฐบาลดิจิทัล	แผนภูมิตี่ 1	67
---	-----------------	----



สารบัญภาพ

การวิเคราะห์องค์กรและบริบทของ กรมประชาสัมพันธ์โดยใช้ Five-force Model	20	ภาพที่ 1
แนวทางการวางแผนการทำ Mini Research	34	ภาพที่ 2
ฐานผู้รับสารระหว่างผู้รับสาร จาก กปส. กับแหล่งอื่น	41	ภาพที่ 3
เครือข่ายคุณภาพด้านข่าวและข้อมูล	42	ภาพที่ 4
วิวัฒนาการสู่สังคม 5.0	48	ภาพที่ 5
ธรรมชาติและผลของสังคม 5.0	48	ภาพที่ 6
ตัวอย่างบทความการตรวจสอบ ข่าวปลอมด้วยเทคนิคการ ประมวลผลภาษาธรรมชาติ	57	ภาพที่ 7
ตัวอย่างบทความการตรวจสอบข่าวปลอม ด้วย Machine Learning	57	ภาพที่ 8
ตัวอย่างบริษัทที่รวบรวม ข้อมูลข่าวที่อยู่ในรูปแบบ Machine Readable	58	ภาพที่ 9
สมรรถนะการเข้าใจสื่อและ สารสนเทศ	68	ภาพที่ 10



บทสรุปผู้บริหาร

บทสรุปผู้บริหาร

พระราชกฤษฎีกาว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี พ.ศ. 2546 และพระราชกฤษฎีกาว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2562 มาตรา 16 กำหนดให้ส่วนราชการจัดทำแผนปฏิรูปราชการของส่วนราชการนั้น โดยให้เป็นแผน 5 ปี ซึ่งต้องสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ แผนการปฏิรูปประเทศ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ นโยบายของคณะรัฐมนตรีที่แถลงต่อรัฐสภา แผนการดำเนินการขับเคลื่อนการปฏิบัติงานของหน่วยงานภาครัฐสู่การเป็นระบบบริหารราชการ 4.0 และแผนอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

คณะรัฐมนตรีมีมติ เมื่อวันที่ 4 ธันวาคม 2560 เห็นชอบจำแนกแผนออกเป็น 3 ระดับ ประกอบด้วย แผนระดับที่ 1 ได้แก่ ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี แผนระดับที่ 2 ได้แก่ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ แผนปฏิรูปประเทศ และนโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วยความมั่นคงแห่งชาติ แผนระดับที่ 3 หมายถึง แผนที่จัดทำขึ้นเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานของแผนระดับที่ 1 และแผนระดับที่ 2 ให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนด หรือจัดทำขึ้นตามที่กฎหมายกำหนด หรือจัดทำขึ้นตามพันธกรณีหรืออนุสัญญาระหว่างประเทศ

แผนปฏิรูปราชการระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566 – 2570) ของกรมประชาสัมพันธ์ฉบับนี้ เป็นแผนระดับที่ 3 ตามวิธีการจำแนกแผนตามมติ ครม. ข้างต้น จัดทำขึ้นเพื่อให้หน่วยงานในสังกัดกรมประชาสัมพันธ์ใช้เป็นกรอบแนวทางการปฏิรูปราชการเพื่อให้สอดคล้องและส่งเสริมยุทธศาสตร์ชาติ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, แผนปฏิรูปประเทศ, นโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วยความมั่นคงแห่งชาติ เพื่อพัฒนาประเทศและระบบราชการ ส่งผลให้ประชาชนทุกหมู่เหล่าได้เข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องและมีคุณภาพ เพื่อให้ประชาชนมีภูมิรู้จะนำไปสู่คุณภาพชีวิตที่ดีและความเข้มแข็งของประเทศ

ในภาพรวมของแผนปฏิรูปราชการระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566 - 2570) มีเป้าหมายให้ประชาชนชาวไทยในทุกพื้นที่ได้เข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่เชื่อถือได้และเป็นประโยชน์ โดยกรมประชาสัมพันธ์จะมุ่งพัฒนาขีดความสามารถในการเผยแพร่ข้อมูลในรูปแบบต่าง ๆ ให้เข้าถึงประชาชนในทุกช่องทาง ตลอดจนพัฒนาวิธีการเข้าถึงความต้องการและความคาดหวังของสาธารณชนกลุ่มต่าง ๆ ขณะเดียวกันได้ส่งเสริมให้สื่อมวลชนในประเทศนำเสนอข้อมูลข่าวสารอย่างถูกต้องและสร้างสรรค์ เป้าหมายดังกล่าวประเมินผลได้จากตัวชี้วัดการรับรู้ เข้าใจ เชื่อมั่น ในข้อมูลข่าวสารของประชาชน และนำข้อมูลข่าวสารไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวัน โดยทำการสำรวจจากกลุ่มตัวอย่างในเขตเมืองและนอกเขตเมืองในภูมิภาคต่าง ๆ ของประเทศ ที่สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายของแผนการประชาสัมพันธ์ และยังมีเป้าหมายในการพัฒนากกรมประชาสัมพันธ์ให้เป็นหน่วยงานที่มีประสิทธิภาพสูง สอดรับกับการเป็นผู้นำด้านข้อมูลข่าวสารสารสนเทศ ของประเทศ อีกด้วย โดยจะมีการจัดทำนโยบายประชาสัมพันธ์ภาครัฐจากเสียงของประชาชนและการจัดทำแผนพัฒนาดิจิทัลของกรมประชาสัมพันธ์ เป็นกรอบแนวทางการดำเนินงาน ทั้งนี้ แผนปฏิรูปราชการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 มีรายละเอียดโดยสรุป ดังนี้

1 แผนปฏิบัติการ เรื่อง การรับฟังเสียงประชาชนทุกภาคส่วน เพื่อนำมาประกอบการพิจารณาและตัดสินใจ

โครงการที่สำคัญ ได้แก่

- 1.1 โครงการสำรวจความต้องการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของประชาชน ด้วยการวิจัยขนาดเล็ก (Mini Research)
- 1.2 โครงการขับเคลื่อนการสื่อสารภาครัฐเพื่อปลูกฝังค่านิยมและวัฒนธรรม
- 1.3 โครงการติดตามข้อมูลสื่อสังคมออนไลน์

2 แผนปฏิบัติการ เรื่อง การสร้างสังคมที่ประชาชนมีภูมิรู้

โครงการที่สำคัญ ได้แก่

- 2.1 โครงการเครือข่ายคุณภาพ
- 2.2 โครงการประชาสัมพันธ์รณรงค์ใช้สื่อสร้างสรรค์และรู้เท่าทันสื่อ
- 2.3 โครงการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมและขยายผลนโยบายภาครัฐ ยุทธศาสตร์ชาติ และเรื่องสื่อสารสำคัญของประเทศ
- 2.4 โครงการประชาสัมพันธ์เพื่อป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย
- 2.5 โครงการดำเนินงานด้านข่าวโทรทัศน์และวิทยุกระจายเสียง
- 2.6 โครงการเสริมทักษะสื่อมวลชนสำหรับสังคม 5.0

3 แผนปฏิบัติการ เรื่อง การเป็นผู้นำด้านข้อมูลดิจิทัลและเครือข่ายข้อมูล

โครงการที่สำคัญ ได้แก่

- 3.1 โครงการจัดทำชุดข้อมูลเปิดภาครัฐของกรมประชาสัมพันธ์
- 3.2 โครงการจัดทำแผนพัฒนาดิจิทัลของกรมประชาสัมพันธ์
- 3.3 โครงการศึกษาความเหมาะสม/เตรียมความพร้อมระบบสื่อสารในโลกเสมือนจริง (PRD Metaverse) และการผลิตสื่อบนระบบบล็อกเชน
- 3.4 โครงการพัฒนาระบบคลังข้อมูลข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ภาครัฐเชิงรุก

4 แผนปฏิบัติการ เรื่อง การเป็นองค์กรที่มีประสิทธิภาพสูง

โครงการที่สำคัญ ได้แก่

- 4.1 โครงการสร้างและพัฒนานุเคราะห์ของกรมประชาสัมพันธ์ให้รู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และดิจิทัล
- 4.2 การคำนวณต้นทุนผลผลิต
- 4.3 การวิเคราะห์ปัจจัยความผูกพันของบุคลากร

แผนปฏิบัติการราชการ

1



การรับฟังเสียงประชาชนทุกภาคส่วน เพื่อนำมาประกอบการพิจารณาและตัดสินใจ

โครงการที่สำคัญ ได้แก่

- โครงการสำรวจความต้องการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของประชาชน ด้วยการวิจัยขนาดเล็ก (Mini Research)
- โครงการขับเคลื่อนการสื่อสารภาครัฐเพื่อปลูกฝังค่านิยมและวัฒนธรรม
- โครงการติดตามข้อมูลสื่อสังคมออนไลน์

2

LOREM IPSUM



การสร้างสังคมที่ประชาชนมีภูมิรู้

โครงการที่สำคัญ ได้แก่

- โครงการเครือข่ายคุณภาพ
- โครงการประชาสัมพันธ์รณรงค์ใช้สื่ออย่างสร้างสรรค์และรู้เท่าทันสื่อ
- โครงการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมและขยายผลนโยบายภาครัฐ ยุทธศาสตร์ชาติ และเรื่องสื่อสารสำคัญของประเทศ
- โครงการประชาสัมพันธ์เพื่อป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย
- โครงการดำเนินงานด้านข่าวโทรทัศน์และวิทยุกระจายเสียง
- โครงการเสริมทักษะสื่อมวลชนสำหรับสังคม 5.0

3



การเป็นผู้นำด้านข้อมูลดิจิทัลและเครือข่ายข้อมูล

โครงการที่สำคัญ ได้แก่

- โครงการจัดทำชุดข้อมูลเปิดภาครัฐของกรมประชาสัมพันธ์
- โครงการจัดทำแผนพัฒนาดิจิทัลของกรมประชาสัมพันธ์
- โครงการศึกษาความเหมาะสม/เตรียมความพร้อมระบบสื่อสารในโลกเสมือนจริง (PRD Metaverse) และการผลิตสื่อแบบบล็อกเชน
- โครงการพัฒนาระบบคลังข้อมูลข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ภาครัฐเชิงรุก

4



การเป็นองค์กรที่มีประสิทธิภาพสูง

โครงการที่สำคัญ ได้แก่

- โครงการสร้างและพัฒนาบุคลากรของกรมประชาสัมพันธ์ให้รู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และดิจิทัล
- การคำนวณต้นทุนการผลิต
- การวิเคราะห์ปัจจัยความผูกพันของบุคลากร



ความสอดคล้องกับแผน 3 ระดับ ตามนโยบายของมติคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 4 ธันวาคม 2560

แผนปฏิบัติการระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566 - 2570) ของกรมประชาสัมพันธ์ เชื่อมโยงยุทธศาสตร์ชาติ และนโยบายรัฐบาลที่กำหนดตามแผนระดับชาติต่าง ๆ ได้แก่

ยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. 2561 - 2580)

ยุทธศาสตร์ชาติที่ 3 :

ด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์



แผนระดับที่

1

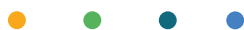
เป้าหมาย : คนไทยเป็นคนดี คนเก่ง มีคุณภาพ พร้อมสำหรับวิถีชีวิตในศตวรรษที่ 21

ประเด็นยุทธศาสตร์ : การปรับเปลี่ยนค่านิยมและวัฒนธรรม

ประเด็นที่ 4.1.6 การใช้สื่อและสื่อสารมวลชนในการปลูกฝังค่านิยมและวัฒนธรรมของคนในสังคม โดยส่งเสริมให้สื่อและสื่อสารมวลชนปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่ออย่างเคร่งครัด การจัดเวลาและพื้นที่ออกอากาศให้แก่สื่อสร้างสรรค์ในช่วงเวลาที่มีผู้ชมมากที่สุด รวมทั้งการส่งเสริมการใช้สื่อออนไลน์ และเครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างสร้างสรรค์ นำเสนอตัวอย่างการมีคุณธรรม จริยธรรม และการมีจิตสาธารณะ เพื่อปลูกฝังคุณธรรม จริยธรรม และค่านิยมที่พึงประสงค์

การบรรลุเป้าหมายตามยุทธศาสตร์ชาติ

แผนปฏิบัติการระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566 - 2570) ของกรมประชาสัมพันธ์ เป็นแผนระดับที่ 3 ที่จะส่งเสริมให้การสื่อสารองค์กรและสื่อสารมวลชนปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่ออย่างเคร่งครัด จัดเวลาและพื้นที่ออกอากาศให้แก่สื่อสร้างสรรค์ รวมทั้งการส่งเสริมการใช้สื่อออนไลน์และเครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างสร้างสรรค์ พร้อมทั้งนำเสนอตัวอย่างของการมีคุณธรรม จริยธรรม และการมีจิตสาธารณะ เพื่อปลูกฝังคุณธรรม จริยธรรม และค่านิยมที่พึงประสงค์ให้แก่ประชาชนชาวไทยทุกระดับ



แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ประเด็นที่ 10 การปรับเปลี่ยนค่านิยมและวัฒนธรรม • เป้าหมายระดับประเด็นของแผนแม่บทฯ



แผนระดับที่

2

เป้าหมาย : คนไทยมีคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยมที่งดงาม และมีความรักและภูมิใจ
ในความเป็นไทยมากขึ้น นำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ในการดำรงชีวิต
สังคมไทยมีความสุขและเป็นที่ยอมรับของนานาชาติมากขึ้น

การบรรลุเป้าหมายตามแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ : แผนปฏิบัติการ
ระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566 - 2570) ของกรมประชาสัมพันธ์ สนับสนุนแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ
ประเด็นที่ 10 โดยเสริมสร้างภูมิคุ้มกันความรู้ในการเลือกรับปรับใช้สื่อหรือการรู้เท่าทันสื่อและสื่อ
ออนไลน์แก่เด็ก เยาวชน และประชาชนทั่วไป รวมทั้งการใช้สื่อออนไลน์และเครือข่ายสังคมออนไลน์
ในการสร้างค่านิยมที่พึงประสงค์ นำเสนอตัวอย่างของการมีคุณธรรม จริยธรรม และการมี
จิตสาธารณะ บทบาทหน้าที่ สิทธิของการเป็นพลเมืองที่ดี โดยสื่อสารผ่านช่องทางที่สอดคล้องกับ
พฤติกรรม การเปิดรับสื่อของกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่มในรูปแบบการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม

แผนย่อยของแผนแม่บทฯ การใช้สื่อและสื่อสารมวลชนในการ ปลูกฝังค่านิยมและวัฒนธรรมของคนในสังคม



แนวทางการพัฒนา :

- พัฒนาสื่อสร้างสรรค์ โดยจัดเวลาและพื้นที่ออกอากาศสื่อกระแสหลักให้แก่สื่อสร้างสรรค์ รวมทั้ง
การส่งเสริมการใช้สื่อออนไลน์และเครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างสร้างสรรค์ เพื่อนำเสนอตัวอย่างของการ
มีคุณธรรม จริยธรรมและการมีจิตอาสา จิตสาธารณะ เพื่อปลูกฝังคุณธรรม จริยธรรม และค่านิยมที่
พึงประสงค์ สร้างความรู้ความเข้าใจในบทบาท สิทธิ และหน้าที่การเป็นพลเมืองที่ดีให้กับประชาชนทั่วไป
โดยเฉพาะในกลุ่มเด็ก
- พัฒนาสื่อเผยแพร่ เพื่อส่งเสริมให้สื่อและสื่อสารมวลชนปฏิบัติงานบนเสรีภาพของสื่อควบคู่ไปกับ
จรรยาบรรณสื่ออย่างเคร่งครัดและมีความรับผิดชอบต่อสังคม พัฒนาเนื้อหาสาระที่เป็นข้อเท็จจริงและมี
คุณภาพสูง รวมทั้งเสริมสร้างภูมิคุ้มกันความรู้ในการเลือกรับปรับใช้สื่อหรือการรู้เท่าทันสื่อและสื่อออนไลน์
แก่เด็ก เยาวชน และประชาชนทั่วไป ตลอดจนการเฝ้าระวังการบริโภคสื่อที่เหมาะสม
- พัฒนาระบบโครงสร้างเครือข่ายด้านข้อมูล เพื่อเป็นช่องทางให้ประชาชนสามารถเข้าถึงข้อมูล
ข่าวสารที่ถูกต้อง มีคุณภาพ และเชื่อถือได้

เป้าหมายของแผนย่อย : สื่อในสังคมไทยมีความเข้มแข็ง สามารถสร้างภูมิคุ้มกันให้แก่ประชาชนในสังคม
ทำให้เกิดสังคมแห่งการเรียนรู้ ปลอดภัย และสร้างสรรค์เพิ่มขึ้น

การบรรลุเป้าหมายตามแผนย่อย : แผนปฏิบัติการระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566 - 2570) ของกรมประชาสัมพันธ์ จะมุ่งเน้นการใช้สื่อและสื่อสารมวลชนในการปลูกฝังค่านิยมและวัฒนธรรมของคนในสังคม ทั้งในแง่ของการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการและวิชาชีพสื่อมีความรับผิดชอบต่อสังคม นำเสนอเนื้อหาที่สร้างสรรค์ และในแง่ของการส่งเสริมให้ประชาชนทุกเพศ ทุกวัย มีความรู้ในการเปิดรับสื่อ การรู้เท่าทันสื่อ ทั้งสื่อออฟไลน์และสื่อออนไลน์ เพื่อสร้างสังคมแห่งการเรียนรู้ ปลอดภัย และสร้างสรรค์ รวมถึงการจัดสรรเวลาและพื้นที่ให้แก่สื่อสร้างสรรค์ เป็นต้น โดยมีค่าเป้าหมาย คือค่าคะแนนสถานภาพการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศ (Media and Information Literacy : MIL) ของประชาชนไม่ต่ำกว่า 80 คะแนน ณ สิ้นปี 2570

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566 - 2570)

หมวดหมู่ที่ 6 ดิจิทัลและอิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะ

หมวดหมู่ที่ 12 ไทยมีกำลังคนสมรรถนะสูง มุ่งเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง ตอบโจทย์การพัฒนาแห่งอนาคต

หมวดหมู่ที่ 13 ไทยมีภาครัฐที่ทันสมัย มีประสิทธิภาพ และตอบโจทย์ประชาชน

นโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วยความมั่นคงแห่งชาติ พ.ศ. 2566 - 2570

1) นโยบายความมั่นคงแห่งชาติที่ 1 ที่ 12 และ 16

- **นโยบายที่ 1 :** เสริมสร้างความมั่นคงของสถาบันหลักของชาติและการปกครองระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข
- **นโยบายที่ 12 :** เสริมสร้างความมั่นคงทางพลังงานและอาหาร
- **นโยบายที่ 16 :** เสริมสร้างดุลยภาพในการดำเนินความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ

2) แผนระดับชาติว่าด้วยความมั่นคงแห่งชาติ

- **นโยบายความมั่นคงแห่งชาติที่ 1 :** เสริมสร้างความมั่นคงของสถาบันหลักของชาติและการปกครองระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข
 - แผนระดับชาติว่าด้วยความมั่นคงแห่งชาติ : ประเด็นความมั่นคงที่ 3.7.3 การเสริมสร้างความมั่นคงของสถาบันหลักของชาติภายใต้การปกครองระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข รองรับนโยบายที่ 1
 - เป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์ : สถาบันพระมหากษัตริย์ภายใต้การปกครองระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข ได้รับการธำรงรักษาด้วยการปกป้อง เชิดชู เกิดคุณอย่างสมพระเกียรติ
 - ตัวชี้วัดที่ 2 : ระดับความเข้าใจของทุกภาคส่วนเกี่ยวกับสถาบันพระมหากษัตริย์
 - กลยุทธ์ที่ 2 : ส่งเสริมทุกภาคส่วนในสังคม รวมถึงชุมชนไทยในต่างประเทศให้ตระหนักรู้และเข้าใจถึงบทบาทและคุณค่าของสถาบันพระมหากษัตริย์ในฐานะศูนย์รวมจิตใจของชาติ รวมถึงสร้างความเข้าใจถึงหลักการ เหตุผล และความจำเป็นในการพิทักษ์รักษาสถาบันพระมหากษัตริย์
- **นโยบายความมั่นคงแห่งชาติที่ 12 :** เสริมสร้างความมั่นคงทางพลังงานและอาหาร
 - แผนระดับชาติว่าด้วยความมั่นคงแห่งชาติ : ประเด็นความมั่นคงที่ 3.7.17 การรักษาความมั่นคงทางพลังงาน

- เป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์ : ประเทศไทยมีความมั่นคงทางพลังงานที่เพียงพอและเหมาะสม สามารถรองรับวิกฤตการณ์ด้านพลังงาน
- ตัวชี้วัดที่ 2 : สัดส่วนการใช้พลังงานทดแทนต่อการใช้พลังงานของประเทศ
- กลยุทธ์ที่ 5 : รมรณรงค์ผ่านการสร้างความตระหนักแก่ผู้ประกอบการและประชาชนในด้านการผลิตการใช้พลังงานทดแทน และการประหยัดพลังงานตั้งแต่ระดับประเทศไปจนถึงระดับชุมชน
- **นโยบายความมั่นคงแห่งชาติที่ 12** : เสริมสร้างความมั่นคงทางพลังงานและอาหาร
- แผนระดับชาติว่าด้วยความมั่นคงแห่งชาติ : ประเด็นความมั่นคงที่ 3.7.18 การรักษาความมั่นคงด้านอาหารและน้ำ
- เป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์ : ประเทศไทยมีความมั่นคงและปลอดภัยในด้านอาหารและน้ำ มีคุณภาพตามหลักโภชนาการอย่างเพียงพอและยั่งยืน
- ตัวชี้วัดที่ 2 : ระบบป้องกัน แจ็งเตือน ระวังยับยั้งแก้ไขภัยคุกคามที่เกิดจากภัยทางน้ำ อันได้แก่น้ำป่าไหลหลาก น้ำท่วมฉับพลัน และสิ่งที่แฝงมาในอาหารและน้ำ มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น
- กลยุทธ์ที่ 2 : พัฒนาและเชื่อมโยงระบบป้องกันไฟาร์วัง แจ็งเตือน ระวังยับยั้ง แก้ไขภัยคุกคามที่เกิดจากภัยทางน้ำ อันได้แก่น้ำป่าไหลหลาก น้ำท่วมฉับพลัน และสิ่งที่แฝงมาในอาหารและน้ำ โดยบูรณาการระหว่างหน่วยงาน
- **นโยบายความมั่นคงแห่งชาติที่ 16** : เสริมสร้างดุลยภาพในการดำเนินความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ
- แผนระดับชาติว่าด้วยความมั่นคงแห่งชาติ : ประเด็นความมั่นคงที่ 3.7.16 การรักษาดุลยภาพในการดำเนินความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ
- เป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์ : ประเทศไทยสามารถรักษาดุลยภาพสภาวะแวดล้อมระหว่างประเทศบนฐานความไว้เนื้อเชื่อใจ หลักความเสมอภาคในการปฏิบัติต่อกัน ไม่แทรกแซงกิจการภายในระหว่างกัน และได้รับการยอมรับจากนานาประเทศ สามารถพัฒนาผลประโยชน์ร่วมกับประเทศอื่น ๆ ในด้านความมั่นคง รวมทั้งสามารถคุ้มครองผลประโยชน์ของชาติ
- ตัวชี้วัดที่ 1 : ระดับความสำเร็จของการมีบทบาทเชิงสร้างสรรค์ของไทยด้านการเมืองและความมั่นคงระหว่างประเทศ โดยเฉพาะในอาเซียนและในเวทีองค์การระหว่างประเทศอื่น ๆ
- กลยุทธ์ที่ 4 : เสริมสร้างภาพลักษณ์ ความเชื่อมั่น และทัศนคติที่ดีต่อไทย ตลอดจนความตระหนักเกี่ยวกับบทบาทไทยในเวทีระดับภูมิภาคและระหว่างประเทศ

🕒 **แผนการป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยแห่งชาติ พ.ศ. 2566 - 2570**

🕒 **แผนการปฏิบัติด้านการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ พ.ศ. 2566 - 2570**

🕒 **แผนพัฒนารัฐบาลดิจิทัลของประเทศไทย พ.ศ. 2566 - 2570**

- ยุทธศาสตร์ที่ 1 พัฒนาศูนย์บริการที่สะดวกและเข้าถึงง่ายด้วยรัฐบาลดิจิทัล
- ยุทธศาสตร์ที่ 3 ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชน และเปิดเผยข้อมูลเปิดภาครัฐ

แผนระดับที่

3

แผนปฏิบัติการราชการระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566 – 2570) ของกรมประชาสัมพันธ์

ความเป็นมา

พระราชกฤษฎีกาว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี พ.ศ. 2546 และพระราชกฤษฎีกาว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2562 มาตรา 16 กำหนดให้ส่วนราชการจัดทำแผนปฏิบัติการของส่วนราชการนั้น โดยให้จัดทำเป็นแผน 5 ปี ที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ แผนการปฏิรูปประเทศ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ นโยบายของคณะรัฐมนตรีที่แถลงต่อรัฐสภา แผนการดำเนินการขับเคลื่อนการปฏิบัติงานของหน่วยงานภาครัฐสู่การเป็นระบบบริหารราชการ 4.0 และแผนอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นการยกระดับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของหน่วยงานภาครัฐ ที่มุ่งเน้นระบบราชการที่เปิดกว้าง เชื่อมโยงกัน ยึดประชาชนเป็นศูนย์กลาง และเป็นองค์กรที่มีขีดสมรรถนะสูงและทันสมัย พร้อมรับความท้าทายและความเสี่ยงจากกระแสการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยและสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกองค์กร



การวิเคราะห์องค์กรและบริบทของกรมประชาสัมพันธ์

เครื่องมือที่นำมาใช้วิเคราะห์องค์กรและบริบทในครั้งนี้ ใช้ 2 เครื่องมือประกอบกัน คือ

- SWOT/TOWS เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยภายในเทียบกับปัจจัยภายนอก และนำไปสู่ทางออกเชิงนโยบาย
- 5 Forces Model เพื่อวิเคราะห์ความรุนแรงของการแข่งขันและอำนาจต่อรองในทิศทางต่าง ๆ ที่กดดันและที่เอื้อประโยชน์ต่อการดำเนินงานของกรมประชาสัมพันธ์ เพื่อประเมินสิ่งที่เป็นไปได้และทิศทางการทำงานที่เหมาะสม



การวิเคราะห์ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกขององค์กรด้วยเครื่องมือ SWOT/TOWS

ผลการวิเคราะห์องค์กรและบริบทองค์กร ของกรมประชาสัมพันธ์โดยใช้เครื่องมือ “SWOT” ได้ผลลัพธ์ดังต่อไปนี้

<p style="text-align: center;">S</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. มีหน่วยงานทุกพื้นที่ทั่วประเทศ รวมทั้งมีเครือข่ายที่พร้อมให้ความร่วมมือในพื้นที่ 2. เข้าถึงแหล่งข้อมูลภาครัฐในระดับท้องถิ่นเข้าถึงได้ยาก 3. ข้อมูลข่าวสารภาวะวิกฤตและสถานการณ์สำคัญได้รับความเชื่อถือและเป็นที่ยอมรับ 4. มีเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์หลากหลาย 5. เป็นองค์กรที่รวบรวมผู้มีความถนัดในงานสื่อสารและประชาสัมพันธ์ 6. มีช่องทางในการส่งเสริมจรรยาบรรณสื่อมวลชน 7. มีสถานภาพเป็นตัวแทนของรัฐ 	<p style="text-align: center;">W</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. โครงสร้างองค์กรและระบบการบริการ ยังคงเป็นโครงสร้างเก่าที่ไม่สอดคล้องกับความท้าทายยุคใหม่ 2. กลไกการประสานงานยังรองรับการทำงานแบบแยกส่วน ไม่เอื้อต่อการทำงานร่วมกันอย่างรวดเร็ว 3. บุคลากรส่วนใหญ่ยังมีทักษะเฉพาะทาง ยังมีผู้ถนัดในการบริหารสมัยใหม่ และทักษะดิจิทัลจำนวนไม่เพียงพอ 4. การลาออก/โอนออก สร้างภาระด้านการสรรหาและการสอนงาน
<p style="text-align: center;">O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ภาครัฐให้ความสำคัญกับปริมาณการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารไปยังประชาชน 2. ผู้บริโภคกระจาย Content ในทุกรูปแบบ 3. เทคโนโลยีและโครงสร้างพื้นฐานทำให้สามารถเข้าถึงคนทุกกลุ่มในประเทศ รวมทั้งคนไทยในต่างประเทศ 4. สังคมต้องการข้อมูลข่าวสารที่เชื่อถือได้และเป็นประโยชน์ 	<p style="text-align: center;">T</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. เทคโนโลยีเอื้อให้มีผู้ผลิตข่าวสารและ Content ประเภทต่าง ๆ โดยไม่จำเป็นต้องมีสถานภาพเป็นสื่อมวลชน 2. ประชาชนมีทางเลือกในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารและสารบันเทิง คนแต่ละกลุ่มเลือกรับสื่อที่ตนเองพึงพอใจ 3. สื่อหลักมีต้นทุนการบริหารและต้นทุนการดำเนินงานสูง ในขณะที่การแข่งขันก็สูงเช่นกัน 4. สังคมไทยยังคงมีความคิดที่แตกต่างกัน 5. หน่วยงานภาครัฐที่เป็นเจ้าของข้อมูลมีช่องทางการสื่อสารประชาสัมพันธ์เป็นของตนเอง และ/หรือ สามารถจัดจ้างเอกชนดำเนินการได้

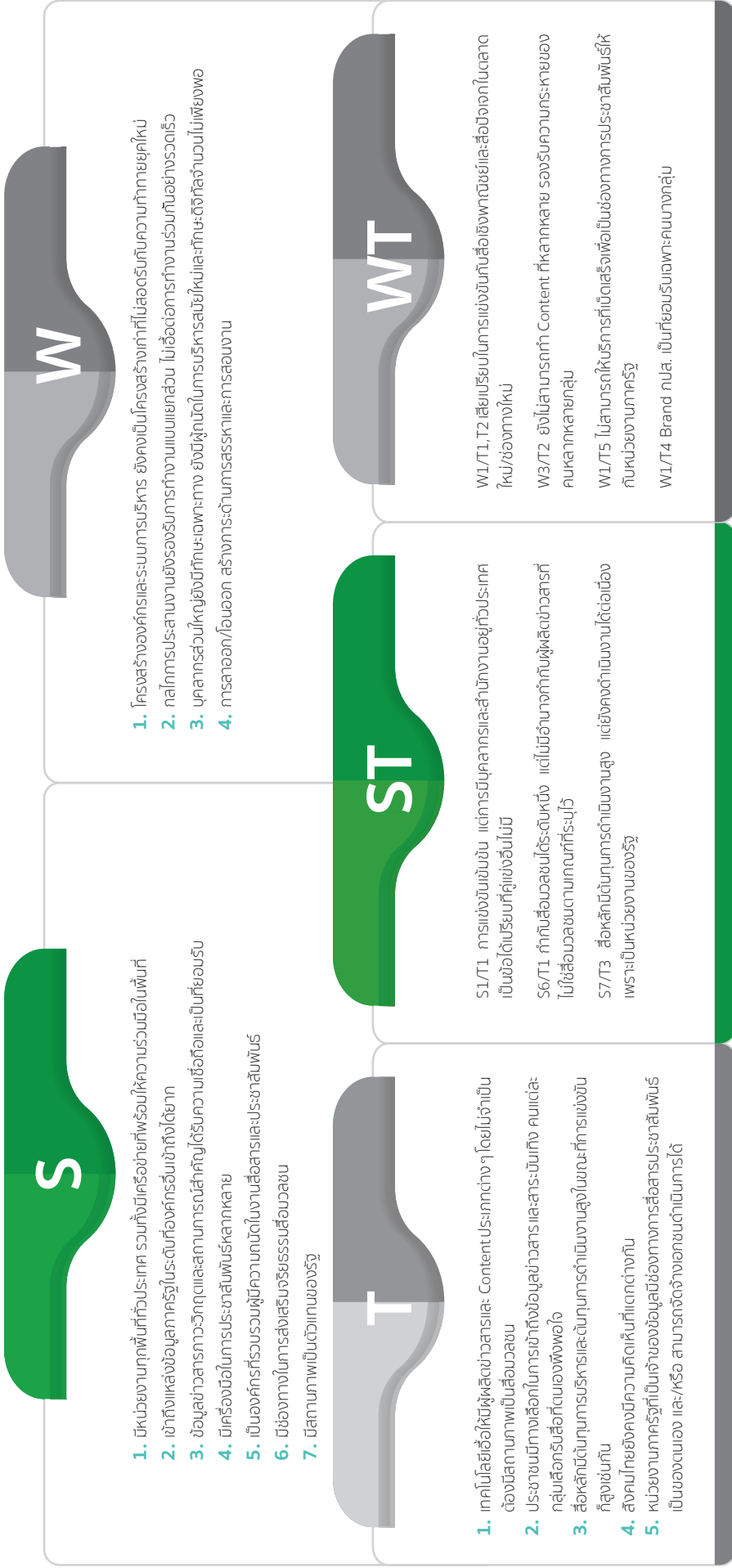
ตารางที่ 1 สรุปผลการวิเคราะห์องค์กรและบริบทของกรมประชาสัมพันธ์โดยใช้ SWOT

- เมื่อพิจารณาจากมุมมองทั้ง 4 ร่วมกัน จะเห็นว่าสถานการณ์ที่เกิดขึ้นและเป็นประเด็นที่กรมประชาสัมพันธ์ต้องนำมาพิจารณาต่อไป มีดังนี้



ตารางที่ 2 สรุปผลการวิเคราะห์องค์กรและบริบทของกรมประชาสัมพันธ์โดยใช้ TOWS

จากการวิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อน เทียบกับโอกาสของกรมประชาสัมพันธ์ ที่ได้เปรียบคือ กรมประชาสัมพันธ์สามารถใช้องค์กรประชาสัมพันธ์ที่หลากหลายของต้น นำเสนอข่าวสารของรัฐไปยังผู้รับสารมากมายทั้งในประเทศและต่างประเทศ อีกทั้งยังมีช่องทางที่จะส่งเสริมให้สื่อมวลชนนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่เชื่อถือได้แก่สังคม สำหรับด้านที่โอกาสเปิด แต่ยังคงมีจุดอ่อนที่อาจได้รับการพัฒนา ได้แก่ การใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีให้เต็มสมรรถนะ โดยการปรับปรุงโครงสร้างและกระบวนการ รวมทั้งการเพิ่มรูปแบบการผลิตเนื้อหาให้หลากหลายตรงกับความต้องการของกลุ่มต่าง ๆ มากขึ้น



ตารางที่ 2 สรุปผลการวิเคราะห์องค์กรและบริการของกรมประชาสัมพันธ์โดยใช้ TOWS (ต่อ)

จากการวิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อนเกี่ยวกับด้านที่เป็นอุปสรรคของกรมประชาสัมพันธ์ พบว่าในสถานการณ์ที่เป็นอุปสรรค กรมประชาสัมพันธ์ก็ยังมีจุดแข็งที่ทำให้นำเสนอข้อมูลข่าวสารถึงประชาชนได้อย่างต่อเนื่อง กล่าวคือ ในการแข่งขันในสนามข้อมูลข่าวสารกรมประชาสัมพันธ์ยังมิได้เตรียมตรงที่มีบุคลากรและสำนักงานอยู่ทั่วประเทศ มีช่องทางในการประสานกับสื่อมวลชน และแม้สื่อหลักจะมีต้นทุนสูง แต่ก็ยังดำเนินการได้อย่างต่อเนื่องเพราะเป็นหน่วยงานของรัฐ

แต่ในด้านที่ยังคงมีจุดอ่อนอยู่นั้น กรมประชาสัมพันธ์ยังผลิตเนื้อหาได้ไม่หลากหลายเพียงพอ ที่จะเข้าถึงผู้รับบริการทุกกลุ่ม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสื่อใหม่/ตลาดใหม่ อีกทั้งยังไม่สามารถนำเสนอบริการประชาสัมพันธ์ที่เปิดตัวเร็วให้แก่หน่วยงานภาครัฐ เมื่อเทียบกับภาวการณ์ให้บริการของตัวแทนภาคเอกชน

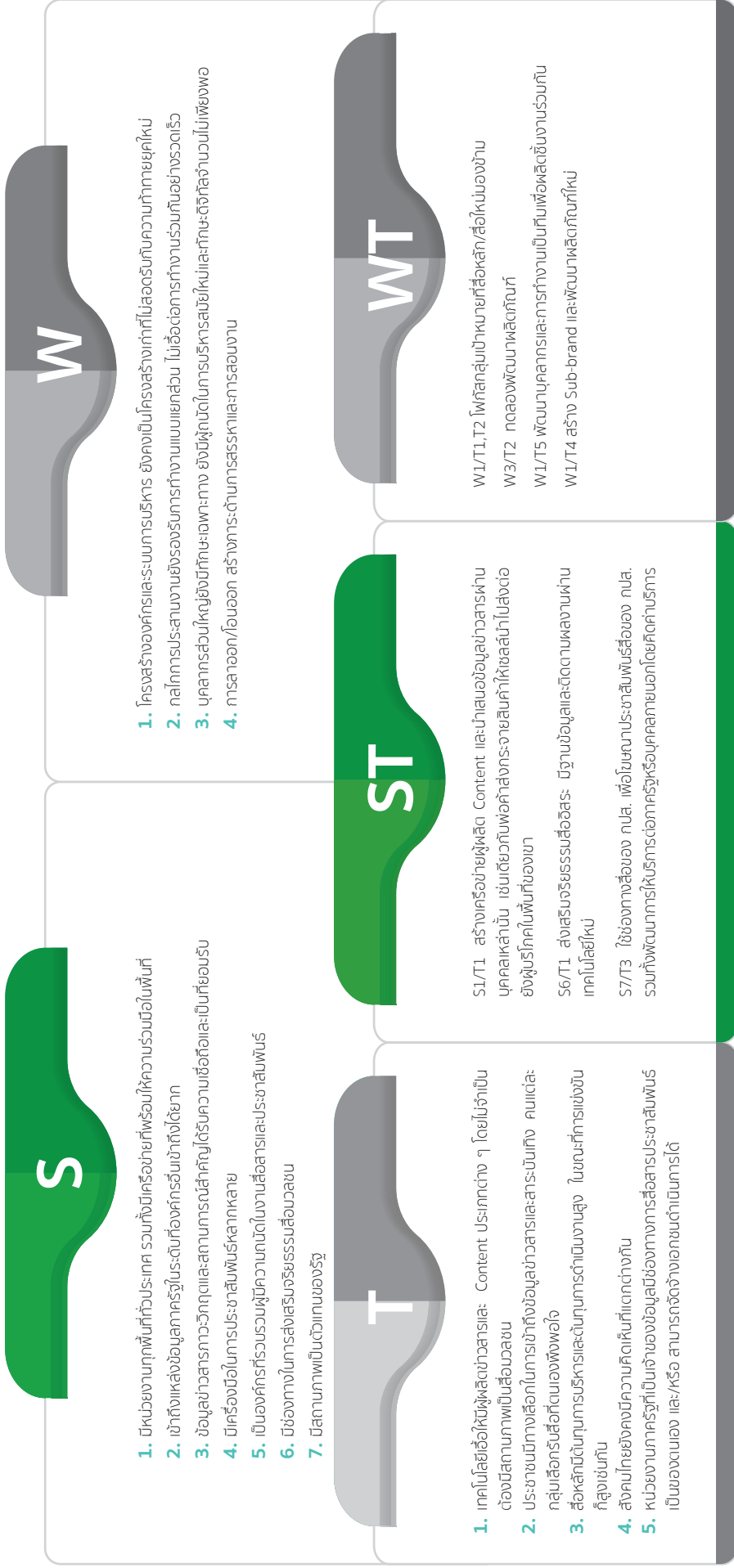


ตารางที่ 3 ข้อเสนอเชิงกลยุทธ์ในกรอบ TOWS

ท่ามกลางโอกาสและอุปสรรคเหล่านี้ กรมประชาสัมพันธ์ควรมุ่งเน้นด้านที่เป็นจุดแข็งและเป็นโอกาสและปรับเปลี่ยนด้านที่ยังคงมีจุดอ่อน

เมื่อคำนึงถึงโอกาสและจุดแข็ง/จุดอ่อนขององค์กร จึงอาจพิจารณาดำเนินกลยุทธ์ ดังนี้

- เป็นผู้นำในการส่งเสริมให้ภาครัฐใช้เครื่องมือและช่องทางต่าง ๆ ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารถึงประชาชนอย่างเป็นระบบ นำเชือถือ
- ในส่วนของการประชาสัมพันธ์เองให้กลศาสตร์สื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายที่เจาะจง
- เร่งปรับองค์กรให้ทันสมัย
- เพิ่มบทบาทเครือข่ายในการกระจายข้อมูลข่าวสารในช่องทางต่าง ๆ
- ค้นหาคำความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย และตอบสนองความต้องการนั้น แม้จะต้องพัฒนาช่องทางใหม่หรือแบบเดิมใหม่
- สร้างผลิตภัณฑ์ใหม่และพัฒนาช่องทางใหม่ในการสื่อสาร



ตารางที่ 3 ข้อเสนอเชิงกลยุทธ์ในกรอบ TOWS (ต่อ)

สำหรับในด้านที่สถานการณ์เป็นอุปสรรค เมื่อคำนึงถึงจุดแข็ง/จุดอ่อนของกรมประชาสัมพันธ์แล้ว ควรดำเนินการด้วยความระมัดระวังและวางรากฐานสำหรับอนาคต ดังนี้

- สร้างเครือข่ายผู้ผลิต Content และนำเสนอข้อมูลข่าวสารผ่านบุคคลเหล่านั้น (วางสถานะกรมประชาสัมพันธ์เสมือน “Wholesalers” หรือพ่อค้าส่ง)
- โฟกัสกลุ่มเป้าหมายที่สื่อหลัก/สื่อใหม่ มองข้ามเพื่อลดการแข่งขัน และให้บริการสาธารณะเพื่อลดความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร
- ส่งเสริมจริยธรรมสื่ออิสระ: มีฐานข้อมูลสื่ออิสระและติดตามผลงานของสื่อเหล่านี้ผ่านเทคโนโลยีสมัยใหม่
- กดลองพัฒนาช่องทางทางการสื่อสารและรูปแบบ/เนื้อหาที่เหมาะสมสำหรับกลุ่มใหม่ ๆ ที่กรมประชาสัมพันธ์ยังเข้าถึงได้น้อยโดยการสร้าง Sub-brand แยกต่างหากจาก Brand ปัจจุบันของกรมฯ

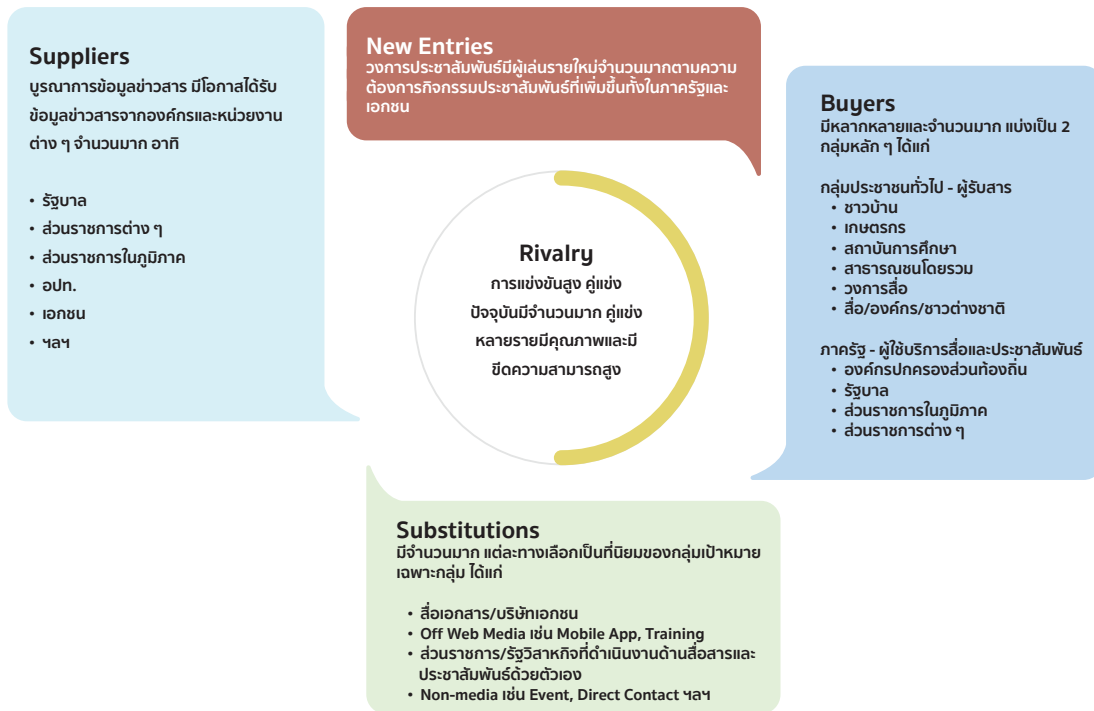
• พัฒนาศักยภาพและส่งเสริมการทำงานเป็นทีมข้ามกลุ่มทักษะเพื่อผลิตชิ้นงานร่วมกัน

• โฆษณาและประชาสัมพันธ์เนื้อหาสาระที่น่าสนใจในสื่อของกรมประชาสัมพันธ์ ผ่านช่องทางสื่ออื่น ๆ ของกรมประชาสัมพันธ์ (Cross-promotion)

ผลการวิเคราะห์โดยใช้เครื่องมือ “Five-force Model”

เครื่องมือวิเคราะห์องค์กรและบริบทองค์กร “Five-force Model” เพื่อประเมินอำนาจต่อรองระหว่างกลุ่มต่าง ๆ ในบริบทที่แวดล้อม ตลอดจนสถานการณ์การแข่งขันในวงการค้าเพื่อเปรียบเทียบสภาพของกรมประชาสัมพันธ์กับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่าง ๆ เพื่อพิจารณาว่าทางใดที่เป็นไปได้ และทางใดที่อาจหนักหน่วงเกินกำลัง

การวิเคราะห์ได้ผลสรุปดังนี้



ภาพที่ 1 การวิเคราะห์องค์กรและบริบทของกรมประชาสัมพันธ์โดยใช้ Five-force Model

ในภาพรวม กรมประชาสัมพันธ์มีอำนาจปานกลางท่ามกลางบริบทการแข่งขันของวงการสื่อสารประชาสัมพันธ์ในปัจจุบัน และแม้จะมีคู่แข่งมากแต่ระดับความกดดันต่อกรมประชาสัมพันธ์ยังไม่สูงนัก เนื่องจากกรมประชาสัมพันธ์ยังมีพลังอำนาจต่อรองอยู่ที่ “Suppliers” (ผู้สนับสนุนเนื้อหา) ที่ยังคงมีสิ่งที่จะต้องประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางของกรมประชาสัมพันธ์ หรือพึ่งพากรมประชาสัมพันธ์อยู่ รวมทั้ง “Buyers” (ผู้รับสารและผู้ให้บริการ) ซึ่งมีจำนวนมากมีความหลากหลาย จึงทำให้กรมประชาสัมพันธ์ยังคงมีทางเลือก โดยเฉพาะอย่างยิ่ง กรมประชาสัมพันธ์ยังคงเป็นสื่อที่มีสถานภาพพิเศษ คือเป็นผู้เข้าถึงข้อเท็จจริงของทางราชการ จึงเผยแพร่ข่าวสารที่เชื่อถือได้ เป็นจุดเด่นที่ผู้รับสารยังต้องให้ความยอมรับเชื่อถือ

ด้านที่อาจเป็นแรงกดดันให้กรมประชาสัมพันธ์ต้องเร่งพัฒนาและปรับตัวในการแข่งขันนี้ คือ “New Entries” (ผู้เล่นรายใหม่) ซึ่งมีรูปแบบการจัดการและนำเสนอที่หลากหลายและยืดหยุ่น รวมทั้งโฟกัสกับกลุ่มผู้รับบริการที่เจาะจงด้วยเทคนิคการนำเสนอและข้อมูลข่าวสารที่ตรงต่อสเนียมของผู้บริโภคในกลุ่มนั้น และ “Substitutes” (สินค้า/บริการทดแทน) ไม่ว่าจะเป็นสาร หรือสื่อ หรือผู้เล่นกลุ่มต่าง ๆ ซึ่งเข้ามาเป็นทางเลือกและแย่งเวลาของผู้บริโภคข้อมูลข่าวสารไปได้มาก

ผลการวิเคราะห์ข้างต้นนี้ เสริมผลการวิเคราะห์จาก SWOT โดยชี้ให้เห็นว่า ในภาพรวม กรมประชาสัมพันธ์มีพลังอำนาจต่อรองปานกลาง ท่ามกลางบริบทการแข่งขันในวงการสื่อสารประชาสัมพันธ์ปัจจุบันที่เข้มข้น อีกทั้งกรมฯ มีคู่แข่งมาก แต่ระดับความกดดันต่อกรมฯ ยังไม่สูงนัก เนื่องจากกรมประชาสัมพันธ์ ยังคงมีพลังอำนาจต่อรองในด้าน Suppliers (ผู้สนับสนุนเนื้อหา) ซึ่งมีจำนวนมาก หลากหลาย และกรมประชาสัมพันธ์อยู่ในฐานะที่จะเลือกร่วมงานกับรายใดก็ได้ ส่วนทางด้าน Buyers ซึ่งแยกเป็นผู้รับสารและผู้ให้บริการกลุ่มต่าง ๆ ก็มีหลากหลายเช่นเดียวกัน ทำให้กรมประชาสัมพันธ์มีทางเลือก กล่าวโดยสรุปคือ กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งสองด้านนี้กระจายเป็นหลายกลุ่ม อีกทั้งยังมีจำนวนมากราย ทำให้กรมประชาสัมพันธ์มีทางเลือกในการปรับกลยุทธ์ได้อย่างยืดหยุ่นจึงไม่ได้รับความกดดันจากบริบทแวดล้อมมากนัก

ส่วนด้านที่เป็นภัยคุกคามสำคัญของกรมประชาสัมพันธ์มาจาก Substitutes (สินค้า/บริการทดแทน) ซึ่งมีทั้งปริมาณและคุณภาพมากขึ้น อีกทั้งวงการสื่อและประชาสัมพันธ์ในปัจจุบันมีการแข่งขันสูง ต้องอาศัยเทคโนโลยีซึ่งมีต้นทุนสูง และกรมประชาสัมพันธ์มีอำนาจรับมือได้จำกัด

วิสัยทัศน์ของกรมประชาสัมพันธ์

วิสัยทัศน์

กรมประชาสัมพันธ์เป็นองค์การที่ได้รับความเชื่อถือด้านข้อมูลข่าวสาร เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชน และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศ

พันธกิจ



1

มีบทบาทนำในการกำหนดประเด็นความคิดสำคัญในการสื่อสารประชาสัมพันธ์เพื่อประโยชน์ของประเทศชาติและประชาชน



2

ประชาสัมพันธ์นโยบายภาครัฐสู่กลุ่มเป้าหมายทั้งในและต่างประเทศ และสะท้อนความคิดเห็นจากประชาชนสู่รัฐ อีกทั้งสร้างและพัฒนาเครือข่ายเพื่อการสื่อสารประชาสัมพันธ์ประเด็นความคิดสำคัญอย่างต่อเนื่องตลอดจนบริหารจัดการสื่อเครือข่าย และอุปกรณ์ทั้งปวงที่จำเป็นในการปฏิบัติภารกิจนี้



3

เป็นองค์การหลักในการบริหารจัดการข้อมูลและข่าวสารทั้งปวงในการสื่อสารประชาสัมพันธ์อย่างมีประสิทธิภาพ ถูกต้อง และนำไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาชาติและพัฒนาสังคมได้



4

เป็นที่ปรึกษาหลักด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์ให้แก่หน่วยงานภาครัฐเพื่อประโยชน์ของประเทศชาติและประชาชน

เป้าหมายในภาพรวม



ในภาพรวมของแผนปฏิบัติการระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566 - 2570) มีเป้าหมายเพื่อให้ประชาชนชาวไทยในทุกพื้นที่ได้เข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่เชื่อถือได้ และเป็นประโยชน์ โดยกรมประชาสัมพันธ์จะพัฒนาขีดความสามารถในการเผยแพร่ข้อมูลในรูปแบบต่าง ๆ ให้เข้าถึงประชาชนในทุกช่องทาง ตลอดจนพัฒนาวิธีการเข้าถึงความต้องการและความคาดหวังของสาธารณชนกลุ่มต่าง ๆ อีกทั้งจะส่งเสริมให้สื่อมวลชนในประเทศนำเสนอข้อมูลข่าวสารอย่างถูกต้องและสร้างสรรค์

เป้าหมายดังกล่าวประเมินผลได้จากตัวชี้วัดด้าน**การรับรู้ข่าวสารของประชาชน** ซึ่งอาจทำการสำรวจจากกลุ่มตัวอย่างในเขตเมืองและนอกเขตเมือง ในภูมิภาคต่าง ๆ ของประเทศ โดยมีค่าเป้าหมายดังต่อไปนี้



สรุปสาระสำคัญของแผนปฏิบัติการระยะ 5 ปี

แผนปฏิบัติการระยะ 5 ปีนี้ เรียบเรียงโดยปรับประเด็นยุทธศาสตร์ 4 ด้าน ที่กำหนดไว้ตามยุทธศาสตร์กรมประชาสัมพันธ์ มากำหนดเป็นแผนปฏิบัติการ 4 เรื่อง ดังนี้



1. แผนปฏิบัติการ เรื่อง การรับฟังเสียงประชาชนทุกภาคส่วน เพื่อนำมาประกอบการพิจารณาและตัดสินใจ
2. แผนปฏิบัติการ เรื่อง การสร้างสังคมที่ประชาชนมีภูมิรู้
3. แผนปฏิบัติการ เรื่อง การเป็นผู้นำด้านข้อมูลดิจิทัลและเครือข่ายข้อมูล
4. แผนปฏิบัติการ เรื่อง การเป็นองค์กรที่มีประสิทธิภาพสูง

โดยมีโครงการ/กิจกรรมดำเนินงานสำคัญ ได้แก่

1. โครงการวิจัยขนาดเล็ก (Mini Research)
2. โครงการติดตามข้อมูลสื่อสังคมออนไลน์
3. โครงการ “เครือข่ายคุณภาพ”
4. โครงการ “รู้เท่าทัน”
5. โครงการเสริมทักษะสื่อมวลชนสำหรับสังคม 5.0
6. โครงการประชาสัมพันธ์เพื่อป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย
7. โครงการพัฒนาข้อมูลเปิดภาครัฐของกรมประชาสัมพันธ์
8. โครงการศึกษาความเหมาะสม/เตรียมความพร้อมระบบสื่อสารในโลกเสมือนจริง (PRD Metaverse) และการผลิตสื่อระบบบล็อกเชน
9. โครงการจัดทำแผนพัฒนาดิจิทัลของกรมประชาสัมพันธ์
10. โครงการสร้างและพัฒนาบุคลากรของกรมประชาสัมพันธ์ให้รู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และดิจิทัล
11. โครงการบริหารผลลัพธ์
12. โครงการคำนวณต้นทุนการผลิต
13. โครงการวิเคราะห์ปัจจัยความผูกพันของบุคลากร



สรุปประเด็นยุทธศาสตร์ ความสอดคล้องกับแผนแม่บทและแผนระดับชาติ (แผนระดับ 2 และ 3) ในแต่ละโครงการ/กิจกรรม

ประเด็น	แผนแม่บท/แผนระดับชาติ	โครงการ/กิจกรรม/ รายการ
<p>1. การรับฟังเสียงประชาชน ทุกภาคส่วน เพื่อนำมา ประกอบการพิจารณาและ ตัดสินใจ</p>	<ul style="list-style-type: none"> • แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ประเด็น การปรับเปลี่ยนค่านิยมและวัฒนธรรม แผนย่อยการใช้สื่อและสื่อสารมวลชนใน การปลูกฝังค่านิยมและวัฒนธรรมของคนในสังคม (F0502 กลไกการสำรวจและรับฟังข้อเท็จจริง ความคิดเห็นจากทุกภาคส่วนเพื่อสร้างสังคม แห่งการมีส่วนร่วม) • แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ประเด็น การปรับเปลี่ยนค่านิยมและวัฒนธรรม แผนย่อยการใช้สื่อและสื่อสารมวลชนในการ ปลูกฝังค่านิยมและวัฒนธรรมของคนในสังคม (F0502 กลไกการสำรวจและรับฟังข้อเท็จจริง ความคิดเห็นจากทุกภาคส่วนเพื่อสร้างสังคม แห่งการมีส่วนร่วม และ F0503 กลไกและ กระบวนการบริหารจัดการข่าวปลอม (Fake News) และการประชาสัมพันธ์เชิงรุก) 	<p>โครงการวิจัยขนาดเล็ก (Mini Research)</p> <p>โครงการติดตามข้อมูล สื่อสังคมออนไลน์</p>

ประเด็น

2.

การสร้างสังคมที่ประชาชน
มีภูมิรู้

แผนแม่บท/แผนระดับชาติ

- แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ประเด็น การปรับเปลี่ยนค่านิยมและวัฒนธรรม แผนย่อยการใช้สื่อและสื่อสารมวลชนในการปลูกฝังค่านิยมและวัฒนธรรมของคนในสังคม (F0201 หลักสูตร/ชุดความรู้ที่เสริมทักษะ (Re-skill) และเพิ่มทักษะ (Up-skill) วิชาชีพ ประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชนที่ทันสมัย F0303 ความร่วมมือในการผลิตสื่อสร้างสรรค์ ของภาคีเครือข่ายด้านสื่อสารมวลชนและสื่อสังคมออนไลน์)
- แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ประเด็น การปรับเปลี่ยนค่านิยมและวัฒนธรรม แผนย่อยการใช้สื่อและสื่อสารมวลชนในการปลูกฝัง ค่านิยมและวัฒนธรรมของคนในสังคม (F0301 เนื้อหาสื่อที่ปลอดภัยและสร้างสรรค์ F0402 ช่องทางการสื่อสารที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย 100301 เป้าหมายและตัวชี้วัดของแผนแม่บท)
- แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ประเด็น การปรับเปลี่ยนค่านิยมและวัฒนธรรม แผนย่อยการใช้สื่อและสื่อสารมวลชนในการปลูกฝังค่านิยมและวัฒนธรรมของคนในสังคม (F0201 หลักสูตร/ชุดความรู้ที่เสริมทักษะ (Re-skill) และเพิ่มทักษะ (Up-skill) วิชาชีพ ประชาสัมพันธ์ และสื่อสารมวลชนที่ทันสมัย)
- แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ประเด็น ความมั่นคง แผนย่อยการพัฒนาศักยภาพของประเทศให้ พร้อมเผชิญภัยคุกคามที่กระทบต่อความมั่นคง ของชาติ
- แผนการป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยแห่งชาติ พ.ศ. 2564 – 2570 กลยุทธ์ที่ 2 พัฒนามาตรการลดความเสี่ยงจาก สาธารณภัย

โครงการ/กิจกรรม/
รายการ

โครงการ “เครือข่าย
คุณภาพ”

โครงการ “รู้เท่าทัน”

โครงการเสริมทักษะ
สื่อมวลชนสำหรับสังคม 5.0

โครงการประชาสัมพันธ์
เพื่อป้องกันและบรรเทา
สาธารณภัย

ประเด็น

3.

การเป็นผู้นำด้านข้อมูลดิจิทัล
และเครือข่ายข้อมูล

แผนแม่บท/แผนระดับชาติ

- ยุทธศาสตร์ชาติด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ
- แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566 - 2570) หมวดหมายที่ 13 ไทยมีภาครัฐที่ทันสมัย มีประสิทธิภาพ และตอบโจทย์ประชาชน
- แผนพัฒนารัฐบาลดิจิทัลของประเทศไทย พ.ศ. 2566 - 2570 ยุทธศาสตร์ที่ 3 ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชน และเปิดเผยข้อมูลเปิดภาครัฐ
- ยุทธศาสตร์ชาติด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ
- แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566 - 2570) หมวดหมายที่ 13 ไทยมีภาครัฐที่ทันสมัย มีประสิทธิภาพ และตอบโจทย์ประชาชน
- แผนพัฒนารัฐบาลดิจิทัลของประเทศไทย พ.ศ. 2566 - 2570 ยุทธศาสตร์ที่ 1 พัฒนาระบบบริการที่สะดวกและเข้าถึงง่ายด้วยรัฐบาลดิจิทัล
- ยุทธศาสตร์ชาติด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ
- แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566 - 2570) หมวดหมายที่ 13 ไทยมีภาครัฐที่ทันสมัย มีประสิทธิภาพ และตอบโจทย์ประชาชน
- พระราชบัญญัติการบริหารงานและการให้บริการภาครัฐผ่านระบบดิจิทัล พ.ศ. 2562 มาตรา 5 วรรค 3

โครงการ/กิจกรรม/
รายการ

โครงการพัฒนาข้อมูลเปิด
ภาครัฐของกรมประชาสัมพันธ์

โครงการศึกษาความเหมาะสม/
เตรียมความพร้อมระบบ
สื่อสารในโลกเสมือนจริง
(PRD Metaverse) และการ
ผลิตสื่อบนระบบบล็อกเชน

โครงการจัดทำแผนพัฒนา
ดิจิทัลของกรมประชาสัมพันธ์

ประเด็น	แผนแม่บท/แผนระดับชาติ	โครงการ/กิจกรรม/รายการ
<p>4. การเป็นองค์กรที่มีประสิทธิภาพสูง</p>	<ul style="list-style-type: none"> • แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ประเด็น การปรับเปลี่ยนค่านิยมและวัฒนธรรม แผนย่อยการใช้สื่อและสื่อสารมวลชนในการปลูกฝังค่านิยมและวัฒนธรรมของคนในสังคม (F0202 มาตรฐานบุคลากรด้านสื่อ) • แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ประเด็น การบริการประชาชนและประสิทธิภาพภาครัฐ แผนย่อยการบริหารจัดการการเงินการคลัง (V0201 กลไกและช่องทางที่เอื้อให้การบูรณาการระหว่างหน่วยงานในการนำแผนหรือนโยบายไปปฏิบัติ) • พระราชกฤษฎีกาว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี พ.ศ. 2546 หมวด 4 การบริหารราชการอย่างมีประสิทธิภาพ และเกิดความคุ้มค่าในเชิงภารกิจของรัฐ มาตรา 21 วรศค.แรก • ระบบประเมินสถานะการเป็นระบบราชการ 4.0 (PMQA 4.0) หมวด 5 การมุ่งเน้นบุคลากร 	<p>โครงการสร้างและพัฒนาบุคลากรของกรมประชาสัมพันธ์ ให้รู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และดิจิทัล</p> <p>โครงการบริหารผลลัพธ์</p> <p>โครงการคำนวณต้นทุนผลผลิต</p> <p>โครงการวิเคราะห์ปัจจัยความผูกพันของบุคลากร</p>



1

แผนปฏิบัติการ เรื่อง การรับฟังเสียงประชาชน ทุกภาคส่วน เพื่อนำมาประกอบการพิจารณาและ ตัดสินใจ

เป้าหมาย

เข้าใจทิศทางแนวโน้มความสนใจและพฤติกรรมผู้บริโภคข่าวสารและนำความเข้าใจนั้นมาใช้ในกระบวนการวางแผนและตัดสินใจ

ค่าเป้าหมาย

- รายงานแนวโน้มความสนใจและพฤติกรรมผู้บริโภคสื่อของสาธารณชนและข้อเสนอแนะ ไม่น้อยกว่าปีละ 4 ครั้ง
- รายงานประเด็นที่เป็นที่สนใจของสื่อสังคมออนไลน์ในประเทศ แนวโน้มความรู้สึกร่วม (Sentiment) ช่องทางการรับข่าวสารและข้อเสนอแนะ ไม่น้อยกว่าปีละ 12 ครั้ง
- รายงานภาพลักษณ์ของประเทศไทยในสื่อสังคมออนไลน์ระดับโลก แนวโน้มความรู้สึกร่วม (Sentiment) และข้อเสนอแนะ ไม่น้อยกว่าปีละ 4 ครั้ง
- การดำเนินงานสื่อสารประชาสัมพันธ์ตามข้อเสนอแนะในรายงาน ไม่น้อยกว่าปีละ 4 เรื่อง

ตัวชี้วัด

จำนวนรายงานและจำนวนการดำเนินงาน

แนวทางการพัฒนา

1. รับรู้ความคิดความเห็นของประชาชน ผ่านการสำรวจแบบสั้น ๆ แต่บ่อยครั้ง และกระจายพื้นที่เพื่อให้ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายซึ่งอาจไม่ใช่ผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ในชีวิตประจำวัน
2. ติดตามการแสดงความคิดเห็นในสื่อสาธารณะออนไลน์ และทราบบรรยากาศทางความคิดของกลุ่มเป้าหมายทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อวิเคราะห์ว่าประเด็นสำคัญ ๆ ในช่วงเวลาต่าง ๆ ถูกกล่าวถึงในสื่อสังคมออนไลน์ใดบ้าง และกล่าวถึงด้วยอารมณ์แง่บวกหรือแง่ลบอย่างไร ผู้มีอิทธิพลทางสังคมในประเด็นต่าง ๆ คือใคร ทั้งนี้ เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับการวางแผนและตัดสินใจในการเลือกใช้สื่อและกำหนดประเด็นการประชาสัมพันธ์ให้ทันต่อทันที

โครงการดำเนินงาน

1. โครงการวิจัยขนาดเล็ก (Mini Research)
2. โครงการติดตามข้อมูลสื่อสังคมออนไลน์



2

แผนปฏิบัติการ เรื่อง การสร้างสังคมที่ ประชาชนมีภูมิรู้

เป้าหมาย

เข้าถึงประชาชนกลุ่มเป้าหมายด้วยการสื่อสารในหลายรูปแบบและช่องทาง เพื่อให้ประชาชนมีภูมิรู้เพื่อการใช้ชีวิตอย่างปลอดภัยและรู้เท่าทันข้อเท็จจริง

คำเป้าหมาย

ข้อมูลข่าวสารจากกรมประชาสัมพันธ์และสื่อเครือข่ายเข้าถึงประชาชนทุกกลุ่มในทุกพื้นที่ทั่วประเทศและเป็นประโยชน์

ตัวชี้วัด

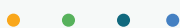
การสำรวจความรู้

แนวทางการพัฒนา

1. พัฒนาความร่วมมือกับเครือข่ายสื่อที่มีคุณภาพ โดยใช้แพลตฟอร์มข้อมูลข่าวที่บันทึกสถิติต่าง ๆ เพื่อการอ้างอิงได้
2. ใช้ทุกช่องทางการสื่อสารประชาสัมพันธ์เพื่อเข้าถึงประชาชนทุกเพศทุกวัย เพื่อสื่อเนื้อหาสาระที่เป็นประโยชน์ อันได้แก่ การหลีกเลี่ยงความเสี่ยงต่าง ๆ และสิทธิของบุคคล
3. พัฒนาขีดความสามารถในการสื่อสารประชาสัมพันธ์เพื่อป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย

โครงการดำเนินงาน

1. โครงการ “เครือข่ายคุณภาพ”
2. โครงการ “รู้เท่าทัน”
3. โครงการเสริมทักษะสื่อมวลชนสำหรับสังคม 5.0
4. โครงการประชาสัมพันธ์เพื่อป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย



3

แผนปฏิบัติการ เรื่อง การเป็นผู้นำด้านข้อมูลดิจิทัลและเครือข่ายข้อมูล

เป้าหมาย

กรมประชาสัมพันธ์ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยเพื่อบริหารข้อมูลข่าวสารและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคข้อมูลข่าวสารดิจิทัลคุณภาพสูง

ค่าเป้าหมาย

คุณภาพข้อมูลอยู่ในระดับ 3 ตามเกณฑ์ประเมินคุณภาพข้อมูลของกรอบธรรมาภิบาลข้อมูลภาครัฐ (Data Governance Framework)

ตัวชี้วัด

รายงานผลประเมินคุณภาพข้อมูลของกรอบธรรมาภิบาลข้อมูลภาครัฐ (การประเมินด้วยตนเอง : Data Quality Assessment - DQA Self-Assessment)

แนวทางการพัฒนา

1. มีระบบบริหารข้อมูลที่มีประสิทธิภาพสูง รวมทั้งบุคลากรที่มีความสามารถในการจัดการระบบข้อมูลเพื่อจัดทำข้อมูลเปิดสาธารณะที่มีคุณภาพและเพียงพอต่อการใช้งานในระดับการประมวลผลด้วยคอมพิวเตอร์
2. เริ่มศึกษาความเหมาะสม/เตรียมความพร้อมในการใช้เทคโนโลยี Metaverse และ Blockchain เพื่อการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารที่มีคุณภาพ
3. มีแผนงานพัฒนาดิจิทัลที่ชัดเจนและดำเนินการได้อย่างเป็นรูปธรรม

โครงการดำเนินงาน

1. โครงการพัฒนาข้อมูลเปิดภาครัฐของกรมประชาสัมพันธ์
2. โครงการศึกษาความเหมาะสม/เตรียมความพร้อมระบบสื่อสารในโลกเสมือนจริง (PRD Metaverse) และการผลิตสื่อบนระบบบล็อกเชน
3. โครงการจัดทำแผนพัฒนาดิจิทัลของกรมประชาสัมพันธ์



4

แผนปฏิบัติการ เรื่อง การเป็นองค์กรที่มีประสิทธิภาพสูง

เป้าหมาย

กรมประชาสัมพันธ์มีบุคลากรที่มีศักยภาพเพียงพอต่อการบรรลุเป้าหมายองค์กร 4.0

ส่วนราชการมีข้อมูลเพื่อใช้ในการปรับปรุงการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพสูง และมีกลไกในการบริหารผลลัพธ์การปฏิบัติตามแผน

ค่าเป้าหมาย

ทุกโครงการตามแผนปฏิบัติการนี้ประสบความสำเร็จ

ตัวชี้วัด

ผลคะแนนของตัวชี้วัดโครงการตามแผนปฏิบัติการ เรื่อง การเป็นองค์กรที่มีประสิทธิภาพสูง

แนวทางการพัฒนา

1. พัฒนาและประเมินบุคลากรของกรมฯ ในเรื่องการรู้เท่าทันสื่อสารสนเทศ เพื่อให้แน่ใจว่าบุคลากรทุกหน่วยงานในกรมฯ มีความรู้ความสามารถในเรื่องการรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศในระดับสูง สามารถปฏิบัติตามแผนเพื่อถ่ายทอดความรู้ความสามารถเหล่านั้นให้ประชาชนกลุ่มเป้าหมาย
2. กรมประชาสัมพันธ์มีกลไกการบริหารการปฏิบัติตามแผนปฏิบัติการระยะ 5 ปี และแผนปฏิบัติการรายปีให้บรรลุผล
3. กรมประชาสัมพันธ์มีข้อมูลที่ชัดเจนเกี่ยวกับต้นทุนผลผลิต รวมถึงต้นทุนบุคลากรเฉลี่ยเพื่อนำไปใช้ในการวางแผนและตัดสินใจการปรับปรุงประสิทธิภาพการดำเนินงาน
4. บุคลากรคุณภาพของกรมประชาสัมพันธ์มีความผูกพันกับหน่วยงาน

โครงการดำเนินงาน

1. โครงการสร้างและพัฒนาศูนย์ข้อมูลของกรมประชาสัมพันธ์ให้รู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และดิจิทัล
2. โครงการบริหารผลลัพธ์
3. โครงการคำนวณต้นทุนผลผลิต
4. โครงการวิเคราะห์ปัจจัยความผูกพันของบุคลากร



แผนปฏิบัติการระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566 – 2570) ของกรมประชาสัมพันธ์

วิสัยทัศน์ “กรมประชาสัมพันธ์เป็นองค์การที่ได้รับความเชื่อถือด้านข้อมูลข่าวสาร เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศ”

แผนปฏิบัติ ราชการ	1. การรับฟังเสียงประชาชนบนทุกภาคส่วน เพื่อนำมาประกอบการพิจารณาและตัดสินใจ	2. การสร้างสังคมที่ประชาชนมีภูมิรู้	3. การเป็นผู้นำด้านข้อมูลดิจิทัลและเครือข่ายข้อมูล	4. การเป็นองค์กรที่มีประสิทธิภาพสูง
เป้าหมาย	สามารถจัดทำรายงานประเด็นและแนวโน้มต่างๆ ตลอดจนเสนอแนะแนวทางดำเนินการที่เกี่ยวข้อง	เข้าถึงประชาชนกลุ่มเป้าหมายด้วยการสื่อสารในหลายรูปแบบและช่องทาง เพื่อให้ประชาชนมีภูมิรู้เพื่อการใช้ชีวิตอย่างปลอดภัยและรู้เท่าทันข้อเท็จจริง	กรมประชาสัมพันธ์ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยเพื่อบริหารข้อมูลข่าวสารและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคข้อมูลข่าวสารดิจิทัล คุณภาพสูง	กรมประชาสัมพันธ์บุคลากรที่มีศักยภาพเพียงพอต่อการบรรลุเป้าหมายองค์กร 4.0 ส่วนราชการมีข้อมูลเพื่อใช้ในการปรับปรุงการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพสูง และมีผลดีในการบริหารผลสัมฤทธิ์การปฏิบัติงานแผน
คำเข้าพยาย <ul style="list-style-type: none"> • รายงานแนวโน้มความสนใจและพฤติกรรมบนเครือข่ายของสาธารณชน และข้อเสนอแนะ: ไม่น้อยกว่าปีละ 4 ครั้ง • รายงานประเด็นที่เป็นที่สนใจของสื่อสังคมออนไลน์ในประเทศ แนวโน้ม Sentiment ช่องทางการรับข่าวสาร และข้อเสนอแนะ: ไม่น้อยกว่าปีละ 12 ครั้ง • รายงานภาพลักษณ์ของประเทศไทยในสื่อสังคมออนไลน์ระดับโลก แนวโน้ม Sentiment และข้อเสนอแนะ: ไม่น้อยกว่าปีละ 4 ครั้ง • การดำเนินงานสื่อสารประชาสัมพันธ์ตามข้อเสนอแนะในรายงาน ไม่น้อยกว่าปีละ 4 เรื่อง 	ข้อมูลข่าวสารจากกรมประชาสัมพันธ์และสื่อเครือข่ายเข้าถึงประชาชนทุกกลุ่มในทุกพื้นที่ทั่วประเทศและเป็นประโยชน์	คุณภาพข้อมูลอยู่ในระดับ 3 ตามเกณฑ์ประเมินคุณภาพข้อมูลของกรอบธรรมาภิบาลข้อมูลภาครัฐ (Data Governance Framework)	ทุกโครงการตามแผนปฏิบัติการที่มีประสิทธิภาพความสำเร็จ	
ตัวชี้วัด	จำนวนรายงานและจำนวนการดำเนินงาน	การสำรวจความรู้	รายงานผลประเมินคุณภาพข้อมูลของกรอบธรรมาภิบาลข้อมูลภาครัฐ (การประเมินด้วยตนเอง : Data Quality Assessment - DQA Self-Assessment)	ผลคะแนนของตัวชี้วัดโครงการตามแผนปฏิบัติการ เรื่องการเป็นองค์กรที่มีประสิทธิภาพสูง
แนวทางการพัฒนา	<ol style="list-style-type: none"> 1) รับรู้ความคิดความเห็นของประชาชน ผ่านการสำรวจแบบสั้นๆ แต่บ่อยครั้ง และกระจายพื้นที่เพื่อให้ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งอาจไม่ใช่ผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ในชีวิตประจำวัน 2) ติดตามการแสดงความคิดเห็นในสื่อสาธารณะออนไลน์ และรวบรวมความคิดเห็นในสื่อสาธารณะของกลุ่มเป้าหมายทั้งในประเทศและต่างประเทศ 	<ol style="list-style-type: none"> 1) พัฒนาคำแนะนำเครื่องมือเครื่องใช้สื่อที่มีคุณภาพ โดยใช้แพลตฟอร์มข้อมูลข่าวที่บันทึกสถิติต่างๆ เพื่อการอ้างอิงได้ 2) ใช้ช่องทางทางการสื่อสารประชาสัมพันธ์เพื่อเข้าถึงประชาชนทุกเพศทุกวัย เพื่อสื่อเนื้อหาสาระที่เป็นประโยชน์ อันได้แก่ การหลีกเลี่ยงความเสี่ยงต่างๆ และสิทธิของบุคคล 3) พัฒนากิจกรรมทางวิชาชีพสื่อมวลชน 4) พัฒนาศักยภาพความสามารถในการสื่อสารประชาสัมพันธ์ เพื่อป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย 	<ol style="list-style-type: none"> 1) มีระบบบริหารข้อมูลที่มีประสิทธิภาพสูง รวมถึงบุคลากรที่มีความสามารถในการจัดการระบบข้อมูล เพื่อจัดทำข้อมูลเปิดสาธารณะที่มีคุณภาพ และเพียงพอต่อการใช้งานในระดับการประมวลผลด้วยคอมพิวเตอร์ 2) มีความพร้อมที่จะใช้เทคโนโลยี Metaverse และ Blockchain เพื่อการประชาสัมพันธ์ข้อมูล ข่าวสารที่มีคุณภาพ 3) มีแผนงานพัฒนาดิจิทัลที่ชัดเจนและดำเนินการได้อย่างเป็นรูปธรรม 	<ol style="list-style-type: none"> 1) พัฒนาและประเมินบุคลากรในเรื่องการรู้เท่าทันสื่อสาธารณะ เพื่อให้ไม่ไว้วางใจข่าวสารทุกหน่วยงานในกรณีที่มีความรู้ความสามารถในเรื่องการรู้เท่าทันสื่อสาธารณะ ในระดับสูงสามารถปฏิบัติราชการเพื่อถ่ายทอดความรู้ความสามารถเหล่านั้นให้ประชาชนกลุ่มเป้าหมาย 2) กรมประชาสัมพันธ์มีกลไกการบริหารการปฏิบัติการตามแผนปฏิบัติการระยะ 5 ปี และแผนปฏิบัติการรายปี ให้บรรลุผล 3) กรมประชาสัมพันธ์มีข้อมูลที่ดีเยี่ยมเกี่ยวกับต้นทุนผลผลิต รวมถึงต้นทุนบุคลากรด้อยเพื่อนำไปใช้ในการวางแผนและตัดสินใจในการปรับปรุงประสิทธิภาพการดำเนินงาน 4) บุคลากรคุณภาพของกรมประชาสัมพันธ์มีความผูกพันกับหน่วยงาน

โครงการวิจัยขนาดเล็ก (Mini Research)

การวิจัยขนาดเล็ก (Mini Research) สำหรับกรมประชาสัมพันธ์ คือ การประยุกต์ใช้หลักการวิจัย เพื่อหาคำตอบในข้อสมมุติฐานบางประการทางการสื่อสาร และนำมาจัดทำข้อเสนอในการปรับปรุงการดำเนินงาน พัฒนางานการสื่อสาร รวมไปถึงติดตามความเห็น ความรู้สึก หรือความต้องการทางการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะเรื่อง

ประโยชน์ของ Mini Research ได้แก่

- ได้รับข้อมูลเชิงลึกในการพัฒนางานสื่อสาร เช่น ความต้องการ ความคิดเห็นของประชาชนกลุ่มเป้าหมาย
- สามารถตอบคำถามเบ็ดเสร็จในงานวิจัยชิ้นนั้น โดยมีขอบเขตงานไม่กว้างมาก สามารถจัดทำได้ในเวลาสั้น
- เห็นผลของการรณรงค์ หรือกิจกรรม หรือเหตุการณ์ที่สำคัญที่ส่งผลกระทบต่อความรับรู้ของกลุ่มเป้าหมาย
- ทำให้กลุ่มเป้าหมายรู้สึกว่าคุณมีความสำคัญ ได้รับการใส่ใจ

สำหรับการสำรวจเพื่อทำวิจัยโดยหน่วยงานของกรมประชาสัมพันธ์ ยังช่วยให้หน่วยงานในพื้นที่มีข้อมูลว่ากลุ่มเป้าหมายในพื้นที่มีแนวโน้มความเห็น ความรู้สึก และความต้องการอย่างไร เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการทำงานหรือนำเสนอต่อผู้บริหารระดับจังหวัดเพื่อพิจารณาใช้ประโยชน์ในการวางแผนและตัดสินใจ



ภาพที่ 2 แนวทางการวางแผนการทำ Mini Research

Mini Research เป็นการประยุกต์ใช้หลักการวิจัยมาหาคำตอบที่จำเป็นสำหรับการตัดสินใจในงานที่รับผิดชอบให้ได้คำตอบที่นำไปใช้งานได้ทันเวลา

การทำ Mini Research ไม่ควรใช้เวลานานทั้งในการวางแผนและในการหาคำตอบ สำหรับในขั้นตอนการวางแผน อาจมีขั้นตอนดังนี้

1. กำหนดความรู้หรือข้อมูลที่ต้องการ ซึ่งอาจจะเป็นสถานการณ์ปัญหา สาเหตุของปัญหา ทางเลือกในการแก้ปัญหา ผลกระทบของการแก้ปัญหา ความคิดเห็นของผู้เกี่ยวข้อง และแนวคิดใหม่ ๆ
2. ตั้งคำถามการวิจัยหลัก ซึ่งมีเป้าหมายการใช้ประโยชน์อยู่ในใจ ส่วนคำถามย่อยอาจจะเตรียมไปล่วงหน้าและไปเพิ่มเติมในภาคสนาม
3. กำหนดวิธีการที่ง่ายที่สุดที่จะได้ข้อมูลที่ตรงประเด็น เช่น วิเคราะห์ข้อมูลที่มีอยู่แล้ว สังเกตในสถานที่จริง สัมภาษณ์เจาะลึก สนทนากลุ่ม แบบสอบถาม โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างที่พอสมควรที่จะนำผลไปใช้ตัดสินใจได้ตามบริบทของเรา

การสำรวจ Mini Research จะเป็นเครื่องมือสำคัญในการบริหารจัดการข้อมูลข่าวสาร เพราะเป็นหนึ่งในกลไกการสำรวจและรับฟังข้อเท็จจริง ความเห็นจากสาธารณชน กลุ่มที่อาจไม่ได้แสดงออกผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อสร้างสังคมแห่งการมีส่วนร่วม

วัตถุประสงค์

1. มีเครื่องมือในการจับแนวโน้มความเห็น ความรู้สึก และความต้องการของสาธารณชน กลุ่มที่อาจไม่ได้ใช้สื่อสังคมออนไลน์สม่ำเสมอ
2. ทำให้หน่วยงานระดับพื้นที่ของกรมประชาสัมพันธ์ได้ข้อมูลโดยตรงจากสาธารณชนกลุ่มเป้าหมาย
3. มีข้อมูลประกอบการวางแผนและตัดสินใจในระดับพื้นที่และในส่วนกลาง



วิธีดำเนินการ

1. กำหนดแบบสำรวจให้มีคำถามรวมทั้งสิ้นไม่เกิน 20 คำถาม เพื่อใช้ในการสำรวจทุกครั้ง โดยอาจมีคำถามเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสำรวจและความคิดเห็น ดังนี้
 - เกี่ยวกับผู้ตอบ : อำเภอ จังหวัด อายุ เพศ อาชีพ รายได้ การศึกษา
 - ความเห็นและพฤติกรรม : ติดตามข่าวสารหรือไม่ ติดตามข่าวสารจากช่องทางใดบ้าง หัวข้อที่สนใจ บุคคลสำคัญในข่าวที่ชื่นชอบ รายการทีวีที่ชอบ รายการวิทยุที่ชอบ ต้องการข่าวสารใดจากสื่อ ประเด็นการสื่อสารเฉพาะด้านตามหัวข้อที่กรมประชาสัมพันธ์กำหนด
2. กำหนดแบบการบันทึกข้อมูลผลสำรวจที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน
3. ทดลองใช้แบบสำรวจและแบบบันทึกข้อมูลในสองหน่วยงาน เพื่อปรับปรุงแบบสำรวจและแบบบันทึกข้อมูลตามความจำเป็น
4. นำแบบบันทึกข้อมูลลง Cloud Server (เช่น Google Sheet) กำหนดวิธีใช้งานและบันทึกข้อมูล เพื่อให้ทุกหน่วยงานใช้บันทึกข้อมูลได้โดยทุกหน่วยงานเห็นข้อมูลนั้นพร้อมกัน และเพื่อการนำข้อมูลมาวิเคราะห์ในภาพใหญ่หรือภาพรวม





5. กำหนดหน่วยงาน พื้นที่ กลุ่มเป้าหมาย จำนวนกลุ่มเป้าหมาย และช่วงเวลาการสำรวจในแต่ละปี
6. หน่วยงานผู้สำรวจกำหนดพื้นที่ที่จะสำรวจและดำเนินการสำรวจกลุ่มเป้าหมาย โดยอาจแจกแบบสำรวจเพื่อกรอกข้อมูล หรือโดยการสัมภาษณ์ และผู้สัมภาษณ์เป็นผู้กรอกข้อมูลลงแบบสำรวจ
7. หน่วยงานผู้สำรวจบันทึกข้อมูลลง Cloud และวิเคราะห์ผลการสำรวจเบื้องต้น เพื่อทำความเข้าใจแนวโน้มความเห็นและพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายในพื้นที่
8. แต่ละหน่วยงานผู้สำรวจ ต้องสำรวจไม่น้อยกว่า 2 ครั้ง ห่างกันครั้งละ 8 สัปดาห์
9. จัดทำรายงานผลการสำรวจในภาพรวม ไม่น้อยกว่าปีละครั้ง

ตัวชี้วัด

1. จำนวนแบบบันทึกข้อมูลผลการสำรวจ
2. รายงานผลการสำรวจในภาพรวม
3. การนำผลการสำรวจไปใช้ประโยชน์

โครงการติดตามข้อมูลสื่อสังคมออนไลน์

การบริหารจัดการข้อมูลข่าวสารจำเป็นต้องมีกลไกการสำรวจและรับฟังข้อเท็จจริง ความคิดเห็นจากทุกภาคส่วน รวมทั้งมีกลไกการจัดการข่าวปลอมและการประชาสัมพันธ์เชิงรุก กรมประชาสัมพันธ์จำเป็นต้องมีเครื่องมือรับฟังและติดตามการแสดงความคิดเห็นในสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อมีข้อมูลประกอบการตัดสินใจสื่อสารประชาสัมพันธ์ได้อย่างถูกต้องทางและทันต่อทันที

ด้วยเทคโนโลยีปัจจุบัน ทำให้สามารถติดตามการแสดงความคิดเห็นในสื่อสาธารณะออนไลน์ และทราบบรรยากาศทางความคิดของกลุ่มเป้าหมายทั้งในประเทศและต่างประเทศในแต่ละช่วงเวลาได้ กรมประชาสัมพันธ์อยู่ในฐานะที่จะต้องรับรู้รับทราบประเด็นซึ่งเป็นที่สนใจในสื่อออนไลน์ในประเทศ รวมทั้งสื่อออนไลน์ต่างประเทศที่พูดถึงประเทศไทย เพื่อวิเคราะห์ว่าประเด็นสำคัญ ๆ ในช่วงเวลาต่าง ๆ ถูกกล่าวถึงในสื่อสังคมออนไลน์ในบ้าง และกล่าวถึงด้วยอารมณ์แง่บวกหรือแง่ลบอย่างไร ผู้มีอิทธิพลทางสังคมในประเด็นต่าง ๆ คือใคร ทั้งนี้ เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับการวางแผนและตัดสินใจในการเลือกใช้สื่อและกำหนดประเด็นการประชาสัมพันธ์ให้ทันต่อทันที

แต่ลำพังเทคโนโลยีไม่นำไปสู่ข้อเสนอแนะที่มีคุณค่า ผู้ใช้จึงต้องมีความชัดเจนว่าคาดหวังข้อมูลลักษณะใด และอ่านคำรวมทั้งแปลผลจากการค้นคว้าของโปรแกรมจัดการข้อมูลให้เป็นข้อมูลนำเข้าเชิงนโยบายได้อย่างเหมาะสม

วัตถุประสงค์

1. เพื่อมีข้อมูลเกี่ยวกับทิศทางความสนใจและทัศนคติของกลุ่มเป้าหมาย ตลอดจนผู้มีอิทธิพลทางสังคมในประเด็นต่าง ๆ มากเพียงพอเพื่อนำมาตัดสินใจและกำหนดแนวทางการสื่อสารประชาสัมพันธ์
2. เพื่อติดตามและประเมินผลสัมฤทธิ์ของการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกรมประชาสัมพันธ์และการตอบรับในสื่อสังคมต่าง ๆ

เป้าหมาย

1. มีข้อมูลรายวันเกี่ยวกับประเด็นต่าง ๆ ซึ่งเป็นที่กล่าวถึงในสื่อสังคมออนไลน์ในประเทศไทยและที่อื่น ๆ และสามารถจัดทำรายงานวิเคราะห์ทิศทางความเปลี่ยนแปลงของประเด็น/ช่องทางการสื่อสารได้ (Trend Analysis)
2. มีรายงานว่าประเทศไทย รัฐบาล กรมประชาสัมพันธ์ และสื่อของกรมประชาสัมพันธ์ ถูกกล่าวถึงมากน้อยเพียงไร ด้วยความรู้สึกอย่างไร ในแต่ละช่วงเวลา (Brand Perception/Brand Health)
3. มีข้อมูลว่าผู้มีอิทธิพลในสื่อสังคม ซึ่งมีผู้ติดตามและมีส่วนร่วมในเนื้อหาที่เผยแพร่ นั้นเป็นใคร หรือช่องทางใด (Influencer & Key Opinion Leader)
4. มีข้อมูลเปรียบเทียบที่ทำให้ประเมินได้ว่า การรณรงค์ของกรมประชาสัมพันธ์ในแต่ละเรื่องนั้น ได้ผลตอบแทนมากเพียงใดในสื่อสังคมออนไลน์ (Campaign Analysis)
5. นำข้อมูลไปจัดทำแผนสื่อสารประชาสัมพันธ์ให้เกิดผล
6. รับรู้ปัญหาภาพลักษณ์และข่าวปลอมที่แพร่หลายได้แต่เนิ่น ๆ และแก้ไขทิศทางข้อมูลข่าวสารในสังคมออนไลน์ได้ทัน่วงที

วิธีดำเนินการ

1. มีระบบสืบค้นข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ และระบบประมวลผลที่สามารถวิเคราะห์ Sentiment ได้
2. มีทีมงานกำหนดคำค้นหา ติดตามผลลัพธ์ และติดตามข้อมูลทั่วไปเพื่อเตือนภัยข่าวลือหรือข่าวปลอม
3. นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์จัดทำรายงานและข้อเสนอแนะรายสัปดาห์
4. กำหนดแผนสื่อสารประชาสัมพันธ์รายสัปดาห์โดยใช้ข้อมูลจากการวิเคราะห์แนวโน้มและพฤติกรรมผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ในประเทศและต่างประเทศ
5. ดำเนินการแก้ไขข่าวลือหรือข่าวปลอมที่แพร่หลายอย่างทัน่วงที
6. ประเมินผลสัมฤทธิ์การสื่อสารประชาสัมพันธ์จากความเห็นในสื่อสังคมออนไลน์
7. ติดต่อร่วมมือ/ลงโฆษณากับผู้มีอิทธิพลต่อสื่อสังคมออนไลน์ในต่างประเทศ

ตัวชี้วัด

1. ความสำเร็จของการจัดทำระบบและการวิเคราะห์ข้อมูล
2. จำนวนรายงานและข้อเสนอแนะ
3. จำนวนข่าวปลอม/ข่าวลือที่ค้นพบและจำนวนการแก้ไขปัญหา
4. ร้อยละของการรณรงค์สื่อสารที่ประสบความสำเร็จ (Engagement & Sentiment เพิ่มขึ้น/ดีขึ้นหลังการสื่อสาร)
5. ภาพลักษณ์ของไทยในสื่อสังคมออนไลน์ในประเทศเป้าหมายดีขึ้น (Engagement & Sentiment)



2. แผนปฏิบัติการ เรื่อง การสร้างสังคมที่ประชาชนมีภูมิรู้

เป้าหมาย เข้าถึงประชาชนกลุ่มเป้าหมายด้วยการสื่อสารในหลายรูปแบบและช่องทาง เพื่อให้ประชาชนมีภูมิรู้เพื่อการใช้ชีวิตอย่างปลอดภัยและรู้เท่าทันข้อเท็จจริง

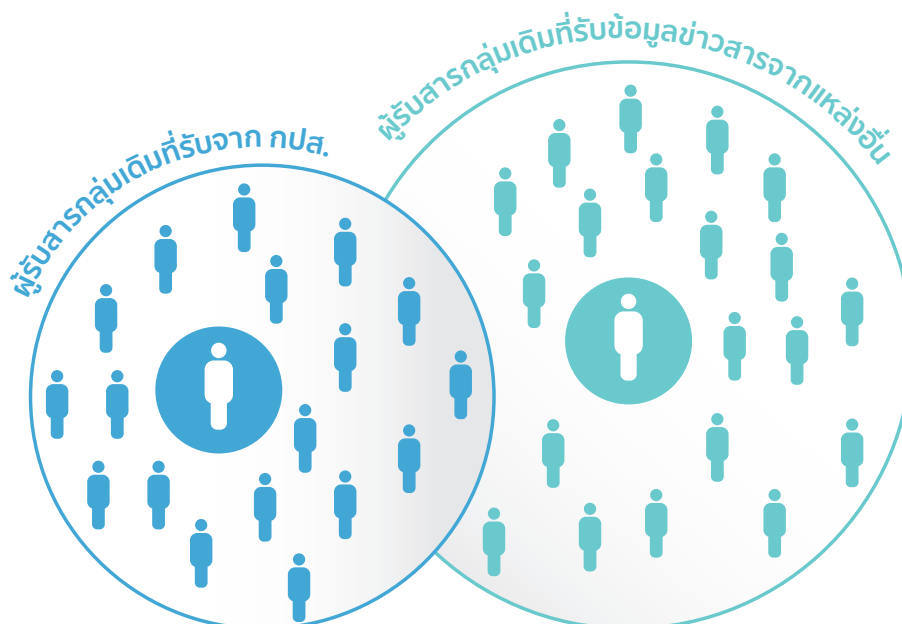
รหัสโครงการ	โครงการ/กิจกรรม	ตัวชี้วัด	หน่วยวัด	ค่าเป้าหมาย					แนวทางการพัฒนา/แนวทางการดำเนินงาน	เจ้าภาพหลัก	หน่วยสนับสนุน
				2566	2567	2568	2569	2570			
2.1	โครงการ "เครือข่ายคุณภาพ"	ความสมบูรณ์ของ Platform และการใช้งาน Platform และการใช้งานสมาชิกใช้งานได้ตามสิทธิ์ การแสดงสถิติรายงาน	Platform และเทคโนโลยีขั้นสูง	✓	✓	✓				สพป. คสช. สบข.	สพข. 1 - 8 และ ส.บ.ส. สวก. / สกท.
				✓	✓	✓					
				✓	✓	✓					
		แผนงานความร่วมมือกับเครือข่ายคุณภาพ และกิจกรรมความร่วมมือ	จัดทำแผนแล้วเสร็จ	จำนวนกิจกรรม	-	-	10	10	10		
จำนวนผู้เข้าร่วม Workshop	จำนวนคน		-	50	100	200	200				
จำนวนเจ้าหน้าที่สมาชิกผลิตและเผยแพร่ในระบบ	จำนวนเจ้าหน้าที่สมาชิกผลิต และเผยแพร่ในระบบ		-	200	400	500	500				
เครือข่ายคุณภาพ/ Recruiter ที่ได้รับรางวัลจากการประกวด	จำนวนผู้รับรางวัล		10/5	10/5	10/5	10/5	-				
รายงานการวิเคราะห์และข้อเสนอแนะ	จัดทำรายงานแล้วเสร็จ		✓								

รหัสโครงการ	โครงการ/กิจกรรม	ตัวชี้วัด	หน่วยวัด	ค่าเป้าหมาย					แนวทางการพัฒนา/แนวทางการดำเนินงาน	เจ้าภาพหลัก	หน่วยสนับสนุน	
				2566	2567	2568	2569	2570				
2.4	โครงการประชาสัมพันธ์เพื่อป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย	ความรู้ความเข้าใจของบุคลากรกรมประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้อง	ระดับความเข้าใจ	ปีฐาน	ดีขึ้น	ดีขึ้น	ดีขึ้น	-	แจ้งเวียนข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยให้ทุกหน่วยงานในสังกัดกรมประชาสัมพันธ์ทราบและพิจารณาศึกษาทำความเข้าใจ และประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อป้องกันบรรเทาสาธารณภัยแห่งชาติเพื่อชักชวนความเข้าใจการปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์และการบริหารข้อมูลข่าวสารในภาวะฉุกเฉิน	สนช.	หน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้แก่ สนช. / สทท. / สวท. / สผ. / ศสช. / สพ. / สบช. / สบข. 1 - 8 และ ส.ปชส. 76 จังหวัด	
				-	1	-	-	-				นำข้อมูลและความเห็นจากการประชุมเชิงปฏิบัติการไปปรับปรุงคู่มือการปฏิบัติงานศูนย์ข้อมูลข่าวสารร่วม (Joint Information Center : JIC) และเผยแพร่คู่มือให้ผู้ใช้ที่เกี่ยวข้องทราบทั่วกัน
				1	2	1	-	-				จัดการฝึกซ้อมระหว่างบุคลากรของกรมประชาสัมพันธ์ และเจ้าหน้าที่ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับกรมประชาสัมพันธ์และการบริหารข้อมูลข่าวสารในภาวะฉุกเฉิน รวมทั้งจัดทำใบรับรองว่าเป็นผู้ผ่านการฝึกซ้อมรวมมอบให้แก่ผู้ผ่านการฝึกซ้อมและมีผลการฝึกซ้อมตามเกณฑ์ที่กำหนด
				1	1	1	-	-				ทบทวนรายชื่อผู้ได้รับการรับรองว่าผ่านการฝึกซ้อมร่วม
		ความรู้ระดับประชาชนในพื้นที่ประสบสาธารณภัย	ระดับความรู้	ปีฐาน	ดีขึ้น	ดีขึ้น	ดีขึ้น	-	สำรวจความรู้ประชาชนในพื้นที่ประสบสาธารณภัยก่อนและหลังการปฏิบัติงานตามคู่มือและขั้นตอน			

โครงการ “เครือข่ายคุณภาพ”

แม้กรมประชาสัมพันธ์จะเป็นเจ้าของสื่อที่สำคัญมากมาย แต่กรมประชาสัมพันธ์ยังเป็นส่วนราชการที่ได้รับการคาดหวังให้ “เผยแพร่และประชาสัมพันธ์” ข้อมูลต่าง ๆ ไปยังสาธารณชนส่วนใหญ่ ซึ่งอาจเลือกรับสารจากสื่อหรือช่องทางอื่น ๆ อีกมากมาย กรมประชาสัมพันธ์มีบทบาทหน้าที่ในการสร้างภูมิรู้ให้แก่สาธารณชนทั้งประเทศ ไม่เฉพาะผู้ที่ติดตามสื่อของกรมฯ เท่านั้น กรมฯ จึงจำเป็นต้องประชาสัมพันธ์ผ่านบุคคลและช่องทางอื่น ๆ อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

ในสถานการณ์ที่ข้อมูลข่าวสารมีมากจนผู้รับสารจำเป็นต้องเลือกรับข้อมูลข่าวสารจากเพียงบางช่องทาง วิธีหนึ่งที่กรมประชาสัมพันธ์จะขยายฐานผู้รับสาร เพื่อประโยชน์ในการประชาสัมพันธ์ให้ทั่วถึงจึงจำเป็นต้องพึ่งพาเครือข่ายคุณภาพที่จะนำพาข่าวสารผ่านไปยังผู้รับสาร (Audience) ของพวกเขาเท่านั้น



ภาพที่ 3 ฐานผู้รับสารระหว่างผู้รับสารจาก กปส. กับแหล่งอื่น

แม้ว่ากรมประชาสัมพันธ์ได้สร้างเครือข่ายอย่างต่อเนื่องมาหลายปี แต่เครือข่ายอาสาสมัครประชาสัมพันธ์ประจำหมู่บ้านและชุมชนซึ่งมีจำนวนมากนั้น แต่ละคนอาจมีขีดความสามารถในระดับที่แตกต่างกัน ทำให้ยากที่จะจัดหากลไกการพัฒนาและความร่วมมือที่เหมาะสมกับเครือข่ายทุกระดับ กรมประชาสัมพันธ์จึงต้องมีกลไกในการคัดเลือกและจัดกลุ่มของเครือข่ายคุณภาพ เพื่อดำเนินงานได้อย่างเหมาะสมและเกิดประโยชน์กันทั้งสองฝ่าย เพื่อจะมีกลไกการพัฒนาเครือข่ายให้เหมาะสมกับฐานความสามารถของกลุ่มบุคคล รวมทั้งสานสัมพันธ์กับเครือข่ายคุณภาพในรูปแบบที่แตกต่างจากความสัมพันธ์กับอาสาสมัครทั่วไปและเป็นประโยชน์กับทั้งสองฝ่าย



ภาพที่ 4 เครือข่ายคุณภาพด้านข่าวและข้อมูล

อาสาสมัครโดยทั่วไป อาจเต็มใจทำงานด้านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ร่วมกับกรมประชาสัมพันธ์ แต่ผู้ที่จัดเป็น “เครือข่ายคุณภาพด้านข่าวและข้อมูล” จะต้องมีทักษะในการทำข่าวอย่างมีคุณภาพ เขียนข่าวด้วยความถูกต้อง และที่สำคัญคือต้องมีความสามารถในการโน้มน้าวชักจูงให้บุคคลอื่นเห็นความสำคัญและเข้ามามีส่วนร่วมกับข่าวที่ตนเองเขียน ดังนั้น การพิสูจน์ความเป็นเครือข่ายคุณภาพ จึงต้องมีเกณฑ์ที่ชัดเจนและวัดจากข้อมูลเชิงประจักษ์

ข้อดีของการมีเครือข่ายที่เป็นเครือข่ายคุณภาพ

- ขยายขอบเขตของผู้รับสารไปยังฐานบุคคลกลุ่มใหม่ ๆ ดังนั้น การส่งสารต่าง ๆ จึงเข้าถึงผู้คนได้มากกว่าเดิม
- ชักจูงผู้คนกลุ่มใหม่ ๆ เข้ามาใน Platform เพื่อรับรู้ข่าวสารที่กรมฯ ได้จัดทำขึ้นและเพิ่มโอกาสในการเผยแพร่ข่าวสารของกรมฯ
- ชักจูงคนกลุ่มใหม่ ๆ เข้ามาเป็นอาสาสมัครประชาสัมพันธ์ประจำหมู่บ้านและชุมชน
- ขยายความร่วมมือกับเครือข่ายคุณภาพเพื่อสามารถใช้ช่องทางต่าง ๆ ของเครือข่ายคุณภาพในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกรมฯ ไปยังแวดวงผู้รับสารของเครือข่ายคุณภาพ

กรมประชาสัมพันธ์จึงต้องมีเครื่องมือในการชักจูง คัดกรอง ส่งเสริม และจูงใจให้ผู้มีศักยภาพสูงในการจัดทำและเผยแพร่ข่าวสารเข้ามาร่วมมือกับกรมประชาสัมพันธ์ ด้วยความเต็มใจในรูปแบบความสัมพันธ์ “เครือข่ายคุณภาพ” โดยกลุ่มเป้าหมายที่จะได้รับการชักจูง ควรเป็นผู้ที่สนใจเข้าร่วมการฝึกอบรม (Workshop) และรับใบประกาศด้านการเขียนข่าวและนำเสนอข่าวสาร และปรารถนาที่จะเป็นผู้นำเสนอข่าวสารที่มีสาธารณชนติดตามงานเขียน

และเพื่อให้ค้นพบเครือข่ายคุณภาพตัวจริง รวมถึงสานความสัมพันธ์กับเครือข่ายคุณภาพตัวจริงได้อย่างต่อเนื่อง กรมจะต้องมีข้าราชการที่จะแสดงบทบาทนำในฐานะ “Recruiter” ตัวจริงให้ได้ก่อน Recruiter จะต้องทำหน้าที่ในการค้นหา คัดกรอง และชักจูงผู้อยู่ในข่ายได้รับการพัฒนาเป็น “เครือข่ายคุณภาพ” รวมทั้งสานสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการทำงานร่วมกันในระยะยาวอย่างต่อเนื่อง

ทั้งนี้ Recruiter ที่ดีจะมีคุณสมบัติดังต่อไปนี้

- เข้าใจความสำคัญของเครือข่ายคุณภาพ รวมทั้งความสำคัญของการค้นหาเครือข่ายคุณภาพ
- ใช้ความพยายามในการค้นหาผู้ที่มีศักยภาพเข้าสู่ระบบ และปล่อยให้กลไกของระบบทำหน้าที่ขัดเกลาและคัดเลือกเครือข่ายคุณภาพตัวจริง
- เข้าใจว่าต้องใช้ข้อมูลเชิงประจักษ์เท่านั้นในการระบุว่าใครคือเครือข่ายคุณภาพตัวจริง
- เห็นประโยชน์และเต็มใจพัฒนาความสัมพันธ์กับเครือข่ายคุณภาพในระยะยาว

**ความสัมพันธ์ระหว่าง
กรมประชาสัมพันธ์
(โดยผ่าน Recruiter)
และเครือข่ายคุณภาพ
จะต้องมีลักษณะที่สำคัญ
ดังต่อไปนี้ จึงจะประสบผลสำเร็จ
อย่างยั่งยืน**

1 เป็นความร่วมมือที่จริงใจระหว่างบุคคลที่มีความรับผิดชอบและอ้างอิงสังกัดได้ชัดเจน

2 เป็นความร่วมมือที่ Win-Win ต่างฝ่ายต่างได้ประโยชน์

3 เป็นความร่วมมือที่มีพลวัตพัฒนาเติบโตด้วยตนเองได้โดยมีผู้นำและผู้ผลักดันที่ชัดเจน

ในแต่ละลำดับขั้นของการพัฒนาความร่วมมือจึงต้องมีกลไกการทำงาน ดังนี้

- **การชักจูง** ผู้มีศักยภาพที่จะได้รับการพัฒนาเป็น “เครือข่ายคุณภาพ” จะต้องเป็นบุคคลที่ระบุตัวตนได้ชัดเจน มีสังกัด ซึ่งอาจเป็น อป.มช. หรือเป็นข้าราชการในพื้นที่ซึ่งทำงานเกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ เป็นสื่อท้องถิ่น เป็นอาสาสมัคร หรือเป็นนักศึกษา ส่วนผู้รับผิดชอบในการชักจูง สรรหา และคัดเลือก (Recruiter) จะต้องเป็นผู้บริหารหน่วยงานของ กปส. ในระดับเขตหรือภูมิภาค ซึ่งจะเป็นผู้รับสมัครสมาชิกเข้าสู่ระบบการฝึกอบรม (Workshop)

- **การคัดกรอง** การคัดกรองว่าสมาชิก/ผู้สมัครรายใดคือเครือข่ายคุณภาพตัวจริง อาศัยผลงานที่เป็นรูปธรรมซึ่งตรวจสอบอ้างอิงได้ ในขั้นแรกจากคุณภาพของการทำข่าว และเรียบเรียง และในขั้นต่อมา คัดกรองโดยระบบแพลตฟอร์มออนไลน์ซึ่งเก็บสถิติที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ความถี่ของการดาวน์โหลดหรือแชร์ข่าว อ้างอิงโดย เขต/จังหวัด บุคคล สังกัด และหมวดข่าว ผู้ที่เป็นเครือข่ายคุณภาพตัวจริงย่อมสามารถชักจูงให้บุคคลที่เขา รู้จักเข้ามาอ่านและแชร์ข่าวเหล่านั้นได้เพื่อเป็นสถิติส่วนบุคคล





- การส่งเสริม สมาชิกโครงการผู้ผ่านการคัดกรองจาก Recruiter มีสิทธิสมัครเป็น อป.มช. และเข้าร่วม Workshop การเขียนข่าวและรับใบประกาศนียบัตร โดยควรเน้นข่าว ที่เป็นประโยชน์แก่ชุมชนและพื้นที่ เช่น ข่าวสิทธิประโยชน์ ข่าวรู้เท่าทันความเสี่ยง ข่าวกิจกรรม ที่ตั้งงาม ข่าวโอกาสในการพัฒนาตนเองและความเป็นอยู่ โดยมีช่องทางในการเผยแพร่ข่าว เหล่านี้ออนไลน์และมี By line – การเปิดเผยตัวตนของผู้เขียนข่าวและสังกัด รวมถึงอาจ มี Avatar และประวัติย่อของผู้เขียนข่าว สมาชิกควรได้รับแรงจูงใจที่จะแข่งขันเป็นเครือข่าย คุณภาพ และมีความตั้งใจที่จะทำข่าวที่มีคุณค่าและเผยแพร่ข่าวที่ตนเขียนให้เป็นที่รับรู้ ในวงกว้าง ทั้งนี้ ควรมีเกณฑ์ชัดเจนในการแบ่งคุณภาพสมาชิก เช่น อาจกำหนดว่า สมาชิก ระดับ 0 คือ ไม่ได้รับอนุญาตให้เขียนข่าวเอง ทำได้เพียงแชร์ ระดับ 1 คือ เขียนข่าวได้แต่ ต้องมีบรรณาธิการตรวจแก้ข่าว ระดับ 2 คือ สามารถเขียนข่าวและเผยแพร่ในชื่อตนเอง ได้โดยไม่ต้องให้ บ.ก. ตรวจก่อน ระดับ 3 คือ บรรณาธิการสามารถอนุมัติข่าวที่ผู้อื่นเขียน (หรือลบข่าว) ได้ และให้สมาชิกใช้ระบบได้ตามสิทธิของระดับตนเอง รวมทั้งอาจมีการ ทบทวนระดับสิทธิของแต่ละบุคคลตามผลงาน

- การจูงใจ การจูงใจนอกเหนือจากสิทธิการเข้า Workshop และระดับชั้นสมาชิกแล้ว ยังมีเรื่องของรางวัลยกย่องให้เกียรติ การแข่งขัน และรางวัล ซึ่งล้วนต้องอาศัยการ ประชาสัมพันธ์และการออกแบบกิจกรรม ผู้ที่เขียนข่าวคุณภาพดี และมีการวิพากษ์/หรือ ดาวนั้ไหลดสูงสุด พึงได้รับรางวัล “เครือข่ายคุณภาพ” ในขณะที่ข้าราชการผู้รับผิดชอบ ในระดับเขตและจังหวัด ซึ่งเป็นผู้ชักจูงสรรหาเครือข่ายคุณภาพที่มีความสามารถพึงได้รับ รางวัล “Recruiter”

ความสำเร็จของโครงการนอกจากจะขึ้นกับแผนการดำเนินงานและกระบวนการชักจูง สรรหาผู้มีศักยภาพแล้ว ยังขึ้นกับความสามารถของระบบแพลตฟอร์มที่จะรองรับการเก็บสถิติต่าง ๆ เพื่อใช้จำแนกคุณสมบัติของสมาชิกที่เข้าร่วม ในระบบ รวมทั้งใช้เพื่อประเมินผลสัมฤทธิ์ของโครงการในภาพรวม ว่าสามารถขยายขนาดของผู้รับสาร และจำนวนการ เข้าถึงข่าวสารได้ตามเป้าหมายหรือไม่ ความสามารถของระบบแพลตฟอร์มยังให้ข้อมูลที่จำเป็นเพื่อประมวลผลและให้ข้อคิด ต่าง ๆ เกี่ยวกับการเลือกรับข่าวสาร รวมถึงข้อคิดเกี่ยวกับรูปแบบความร่วมมือกับเครือข่ายที่จะเป็นประโยชน์กับการ เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกรมฯ ได้อย่างมีประสิทธิภาพและคุ้มค่า

วัตถุประสงค์

1. ค้นหาเครือข่ายที่มีความสามารถในการโน้มน้าวชักจูงผู้รับสาร ขยายความร่วมมือด้านข้อมูลข่าวสาร และขยายบทบาทของ อป.มช.
2. พัฒนาแพลตฟอร์มข้อมูลข่าวออนไลน์ให้สามารถเป็นเครื่องมือการเก็บข้อมูล เพื่อการวิเคราะห์วิจัย และพัฒนางาน
3. พัฒนาเกณฑ์และเครื่องมือในการคัดเลือกคุณภาพและคุณสมบัติบุคลากรในงานข่าว เพื่อเป็นขวัญ และกำลังใจแก่ผู้มีความสามารถสูง และเพื่อลดปริมาณงานบรรณาธิการข่าว
4. มีฐานข้อมูลเชิงปริมาณเพื่อทำงานวิจัยและพัฒนาการร่วมมือด้านข่าวสารกับเครือข่ายให้เกิดประโยชน์คุ้มค่า

เป้าหมาย

1

มีแพลตฟอร์มออนไลน์ที่ให้สมาชิกแชร์ข่าว/ดาว์นโหลด/และเขียนข่าวได้ ซึ่งต้องมีคุณลักษณะดังต่อไปนี้

- สมาชิกมีลำดับชั้นของการใช้งาน
- สมาชิกต้องระบุตัวตนและสังกัดได้ชัดเจน รวมทั้งอาจมีข้อมูลอื่น เช่น ภาพถ่าย/ภาพ Avatar หรือข้อมูลอื่น ๆ
- ระบุข้าราชการผู้รับสมัคร (Recruiter) สมาชิกที่เป็นบุคคลภายนอกได้
- รายงานข่าวที่ปรากฏต้องมี By Line (ข้อมูลผู้เขียนข่าวและสังกัด)
- ระบบสถิติ นับการ View/Share/Download รายชิ้นข่าว รายบุคคล รายจังหวัด/เขต รายหมวดข่าวได้

2

มีการจัดคุณภาพผู้เขียนข่าว ทั้งบุคลากรในกรมฯ และสมาชิกสมทบ โดยมีเกณฑ์ที่ชัดเจน และอาจทบทวน ปรับขึ้น-ลงได้ หากบุคคลนั้นมีคุณสมบัติหรือขาดคุณสมบัติ

3

มีกิจกรรมที่สามารถใช้เพื่อคัดเลือก “เครือข่ายคุณภาพ” ออกจากอาสาสมัคร อป.มช. ทั่วไป รวมทั้งมีกิจกรรมเพื่อยกย่องให้เกียรติเครือข่ายคุณภาพ

4

มีรูปแบบความร่วมมือกับ “เครือข่ายคุณภาพ” ที่แตกต่าง จากความร่วมมือกับเครือข่ายอาสาสมัครรายอื่น โดยทั่วไป

วิธีดำเนินการ

1. พัฒนาแผนงานการร่วมมือเชิงข้อมูลข่าวสารกับเครือข่ายคุณภาพ ความคาดหวัง และสิทธิประโยชน์ที่แตกต่างจากเครือข่ายอาสาสมัครทั่วไป
2. พัฒนาแพลตฟอร์มข่าวออนไลน์ให้รองรับรายละเอียดต่าง ๆ ได้เพียงพอ รวมทั้งใช้แสดงข้อมูลตัวชี้วัดอัตโนมัติ
3. ประชาสัมพันธ์ให้บุคลากรในภูมิภาค/สนข. รับทราบและเข้าใจ รวมทั้งเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ต่อไปเพื่อสรรหาสมาชิกเข้าสู่โครงการ
4. นำผู้สมัครเข้าสู่โครงการฝึกอบรมการเขียนข่าว และฝึกทำข่าวจริงในพื้นที่ ผู้ผ่านการฝึกอบรมที่มีผลงานดีได้รับโอกาสให้เขียนข่าวลงแพลตฟอร์มและเข้าแข่งขันในโครงการเครือข่ายคุณภาพ
5. กำหนดระยะเวลาการแข่งขันเครือข่ายคุณภาพเป็นเวลา 3 เดือน กำหนดประเภทของรางวัลและรางวัลที่ได้รับ ประกอบด้วย รางวัลเครือข่ายคุณภาพ ไม่น้อยกว่า 10 รางวัล และรางวัล Recruiter ไม่น้อยกว่า 5 รางวัล
6. จัดกิจกรรมแถลงข่าวและมอบรางวัล
7. มีความร่วมมือในงานข้อมูลข่าวสารกับเครือข่ายคุณภาพอย่างต่อเนื่อง
8. ใช้ฐานข้อมูลเชิงปริมาณ วิเคราะห์และจัดทำข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการพัฒนาความร่วมมือเชิงข้อมูลข่าวสารกับเครือข่ายอาสาสมัคร สื่อ และเครือข่ายคุณภาพ

ตัวชี้วัด

1. ความสมบูรณ์ของ Platform
2. จำนวนผู้สมัครเข้าร่วมโครงการ
3. จำนวนผู้เข้าร่วม Workshop
4. จำนวนชิ้นข่าวที่สมาชิกผลิตและเผยแพร่ในระบบ
5. จำนวนเครือข่ายคุณภาพ
6. แผนงานความร่วมมือกับเครือข่ายคุณภาพ
7. รายงานการวิเคราะห์และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการพัฒนาความร่วมมือเชิงข้อมูลข่าวสารกับเครือข่ายอาสาสมัครสื่อ และเครือข่ายคุณภาพ

โครงการ “รู้เท่าทัน”

ในสภาวะการณ์ที่คนไทยอยู่ในความเสี่ยงที่จะถูกหลอกหลวงและถูกเอาเปรียบ บทบาทประการหนึ่งของสื่อได้แก่ การยับยั้งความเสียหายในรูปแบบต่าง ๆ เหล่านี้ ไม่ว่าจะเป็นโดยการแจ้งเตือน ระบุข้อเท็จจริงและพียงระวังหรือเป็นสื่อกลางให้ผู้เสียหายได้เผยแพร่เรื่องราวเพื่อเป็นอุทาหรณ์

ความเสี่ยงต่าง ๆ ได้แก่

- การแชร์ข่าวปลอมอาจทำให้ถูกดำเนินคดี
- การโฆษณาขายยาหรือเครื่องสำอางที่มีพิษภัย
- การถูกหลอกให้โอนเงิน
- การถูกหลอกในโลกออนไลน์ว่าผู้ติดต่อมาเป็นคนสวย คนหล่อ หรือคนเก่ง
- การถูกหลอกให้กู้เงินเสียดอกเบี้ยสูงเกินกว่าที่กฎหมายกำหนด
- การถูกหลอกให้ทำธุรกรรมสัญญา
- การหลอกขายสินค้าโดยให้โอนเงินไปก่อนและไม่จัดส่งสินค้าให้
- การหลอกให้ลงทุนในกิจการบังหน้า
- การหลอกว่าสามารถฝากเข้ารับราชการได้

ฯลฯ



นอกจากนั้น บางคนยังอาจถูกเอาเปรียบเนื่องจากไม่ทราบถึงสิทธิตามกฎหมายของตน หรือเข้าไม่ถึงบริการออนไลน์

การนำเสนอเรื่องราวใด ๆ ที่ช่วยให้ประชาชนกลุ่มเปราะบางได้ “รู้เท่าทัน” ความเสี่ยงต่าง ๆ ตลอดจนสิทธิตามกฎหมายของตน จึงเป็นบริการที่อาจช่วยเหลือคนไทยจำนวนมากให้รอดพ้นจากความเสียหาย และมีชีวิตที่ไม่ถูกเอาเปรียบ

แม้แต่ชาวต่างประเทศผู้มาท่องเที่ยวในประเทศไทยก็มีความเสี่ยงที่พียงระวัง ซึ่งหากได้ป้องกันไว้ก่อน ก็จะใช้เวลาท่องเที่ยวได้อย่างปลอดภัยไร้ความกังวล

วัตถุประสงค์

1. สร้างความตระหนักรู้และความเท่ากันสื่อและสารสนเทศ (Media and Information Literacy : MIL) เกี่ยวกับ วิจารณ์ญาณในการเสพสื่อ ตระหนักในวิธีการหลอกลวงต่าง ๆ วิธีสังเกตและจับผิดการหลอกลวง สิ่งพึงระวัง ตลอดจนสิทธิตามกฎหมายของประชาชน
2. ป้องปรามผู้ที่หาช่องทางหลอกลวงหรือเอารัดเอาเปรียบผู้อื่น
3. ให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว เพื่อให้ท่องเที่ยวได้อย่างปลอดภัย และทราบว่าจะปฏิบัติตนอย่างไรหากเผชิญปัญหาต่าง ๆ เพื่อให้มีประสบการณ์ที่ดีในระหว่างพำนักอยู่ในประเทศไทย

เป้าหมาย

1. มีสื่อ สปอตโฆษณา และรายการวิทยุ/โทรทัศน์ รวมทั้งสื่อประเภทอื่นใด ที่ย้ำเตือนประชาชนคนไทยอย่างต่อเนื่องและชัดเจนถึงความเสี่ยงต่าง ๆ ตลอดจนสิทธิตามกฎหมายเพื่อป้องกันการถูกเอารัดเอาเปรียบเป็นภาษาไทยไม่น้อยกว่า 4 ชนิดของสื่อ และ 4 รายการ และป้องกันความเสี่ยงต่าง ๆ เป็นภาษาอังกฤษหรือภาษาอื่นสำหรับนักท่องเที่ยวไม่น้อยกว่า 2 ชนิดของสื่อ และได้เผยแพร่อย่างต่อเนื่องตลอดช่วงเวลาไม่น้อยกว่า 6 เดือน
2. เป็นสื่อกลางให้ความรู้แก่ประชาชน โดยเชิญบุคลากรทางการแพทย์ หรือเจ้าพนักงานมาให้ความรู้และตอบคำถามไม่น้อยกว่า 10 คน
3. มีหนังสือหรือ E-book รวบรวมผลงาน 1 เล่ม

วิธีดำเนินการ

1. วางแผนผลิตสื่อ สปอตโฆษณา รายการวิทยุ/โทรทัศน์ หรือสื่อประเภทอื่น
2. มอบหมายผู้รับผิดชอบการผลิตสื่อ รวมทั้งระบุรายการและช่องทางการนำเสนอ
3. รวบรวมหลักฐานผลงานและบันทึกข้อมูลการนำเสนอสื่อและสปอตต่าง ๆ
4. รวบรวมสื่อและสคริปต์ จัดทำหนังสือหรือ E-book เพื่ออ้างอิงและเผยแพร่
5. ประเมินผลความตระหนักรู้ในกลุ่มเป้าหมาย

ตัวชี้วัด

1. หลักฐานสื่อ
2. รายงานรายการ กิจกรรม และช่วงเวลาในการนำเสนอ/เผยแพร่สื่อ สปอต และรายการ
3. หนังสือหรือ E-book
4. รายงานการสำรวจประเมินผล



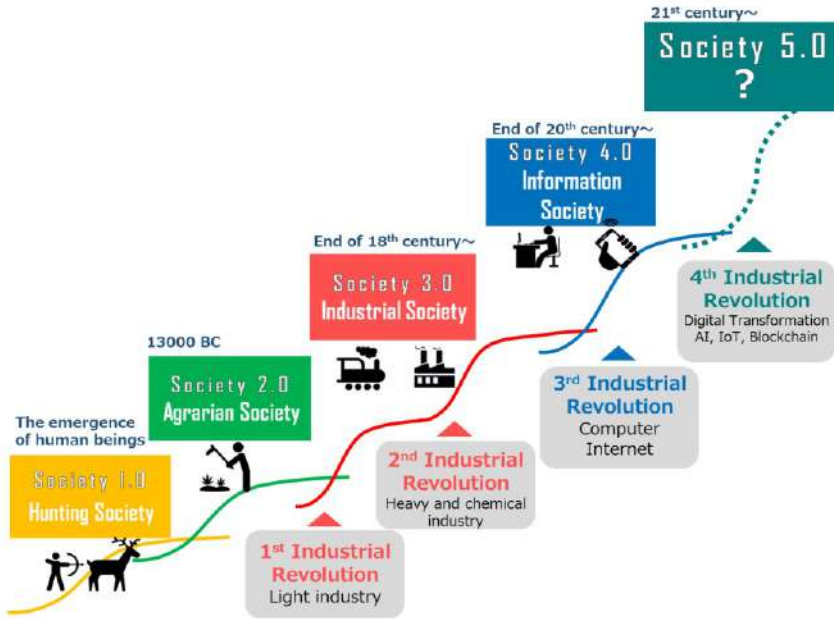
E-BOOK READER



COMPUTER

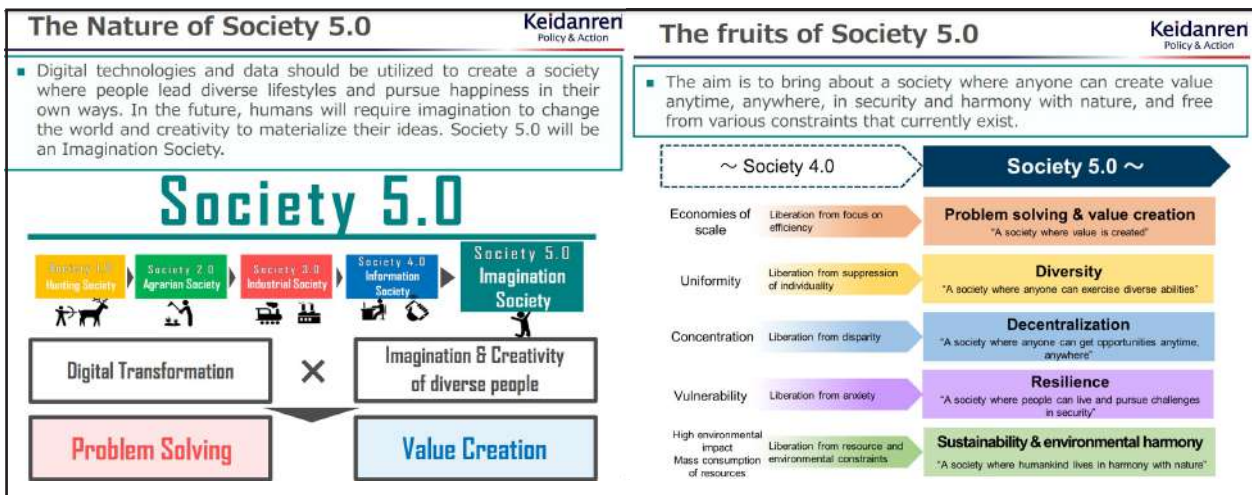
โครงการเสริมทักษะสื่อมวลชนสำหรับสังคม 5.0

เมื่อพูดถึงสังคม 4.0 หรือสังคมข้อมูลข่าวสาร ผู้คนมักตื่นเต้นหรือตื่นกลัวด้านเทคโนโลยีจนละเลยมิติทางสังคมที่เป็นผลกระทบจากเทคโนโลยีเหล่านั้น และกว่าจะตระหนักถึงผลทางสังคมก็มักจะเมื่อเกิดปรากฏการณ์ที่กลไกทางสังคมแบบเดิม ๆ ไม่ตอบโจทยอีกต่อไป เช่น เกิดวัฒนธรรมวัยรุ่นที่ใช้เวลาในโลกออนไลน์มากกว่าการใช้ชีวิตกลางแจ้งหรือการปฏิสัมพันธ์กับผู้คนรอบตัว สื่อสิ่งพิมพ์บางประเภทหมดความสำคัญลง ผู้คนต้องการเข้าถึงการแก้ปัญหาได้ 24 ชั่วโมง หรือเมื่อมีปัญหาที่ลุกลามไปแล้ว เช่น ปัญหาการหลอกลวงออนไลน์ และปัญหา Dark Web



ภาพที่ 5 วิวัฒนาการสู่สังคม 5.0

จากการนำร่องของญี่ปุ่น บัดนี้สังคมเริ่มมีภาพของสังคม 5.0 ว่าจะเป็นสังคมที่เทคโนโลยีและข้อมูลดิจิทัลจะมีบทบาทสูงชันมาก และทำให้มนุษย์สามารถใช้ความคิดสร้างสรรค์มาเนรมิตความเป็นจริงรอบ ๆ ตัวได้ การเผยแพร่และแบ่งปันข้อมูลข่าวสารระหว่างกันอย่างอิสระภายในกลุ่มจะสร้างความหลากหลายในสังคม และการแก้ไขปัญหาแบบเจาะจงตรงจุดเฉพาะคน/เฉพาะกลุ่ม จะเข้ามาแทนที่วิธีการหรือมาตรฐานเดียวสำหรับทุกคน



ภาพที่ 6 ธรรมชาติและผลของสังคม 5.0

สื่อมวลชนและสื่อพลเมืองที่มีอิทธิพลอย่างกว้างขวางในบรรยากาศของสังคมข่าวสาร จะเป็นบุคคลกลุ่มแรก ๆ ที่ก่อสร้างสังคม 5.0 ในอนาคต และกรมประชาสัมพันธ์อยู่ในฐานะที่จะส่งเสริมให้สื่อมวลชนและสื่อพลเมืองได้พัฒนาทักษะที่สำคัญสำหรับสังคมข้อมูลข่าวสาร รวมทั้งตระหนักถึงบทบาทหน้าที่ของตนที่จะเป็นกองหน้าของการนำพาสาธารณชนให้ก้าวเข้าสู่สังคม 5.0 ได้อย่างรู้เท่าทัน และเตรียมพร้อมในมิติทางสังคมให้เข้มแข็งไปคู่ขนานกับพัฒนาการทางเทคโนโลยี

การพัฒนาทักษะสื่อมวลชนและสื่อพลเมืองจึงไม่อาจเป็นเพียงการพัฒนาทักษะวิชาชีพด้านสื่อมวลชนเท่านั้น แต่จะต้องเป็นการพัฒนาทักษะบนความเข้าใจว่าสื่อมวลชนจะต้องมีความพร้อม เพื่อจะมีบทบาทสำคัญต่อไปโดยไม่ถูก Disruption เมื่อความเปลี่ยนแปลงครั้งหน้ามาถึง

วัตถุประสงค์

1. พัฒนาทักษะทางวิชาชีพสื่อมวลชนให้กับบุคลากรด้านสื่อและสื่อพลเมือง
2. สร้างความกระตือรือร้นและเตรียมพร้อมเพื่อก้าวเข้าสู่สังคมที่ผสานจินตนาการเข้ากับเทคโนโลยีดิจิทัล

เป้าหมาย

1. สื่อมวลชนและสื่อพลเมืองได้รับการพัฒนาทักษะทางวิชาชีพ และเรียนรู้ทักษะใหม่ ๆ ที่จะรองรับสังคมในอนาคต ไม่น้อยกว่า 200 คน
2. ผู้เข้ารับการพัฒนาทักษะมีความสามารถและแรงบันดาลใจสูงขึ้นอย่างเห็นได้ชัดภายหลังการพัฒนา

วิธีดำเนินการ

1. จัดทำหลักสูตรการพัฒนาทักษะทางวิชาชีพและทักษะสมัยใหม่ เพื่อเตรียมรับสังคม 5.0 สำหรับสื่อมวลชนทุกสังกัดรวมทั้งสื่อพลเมือง
2. ประชาสัมพันธ์ล่วงหน้าเพื่อชักชวนให้มีผู้สมัครเข้าร่วมโครงการฝึกอบรม โดยอาจมีค่าใช้จ่ายในการเข้าร่วม
3. จัดฝึกอบรมแบบผสม On-line และ In-house รวมทั้งการฝึกภาคสนามปีละไม่น้อยกว่า 1 รุ่น
4. ประเมินทักษะผู้เข้าร่วมฝึกอบรม ก่อนและหลังการฝึกอบรมด้วยแบบประเมินเดียวกัน
5. ระบุเกณฑ์การผ่านหลักสูตรและออกประกาศนียบัตรให้แก่ผู้ผ่านการฝึกอบรม
6. จัดทำทะเบียนรุ่นและส่งเสริมให้ผู้เข้าร่วมอบรมได้รู้จักกันข้ามรุ่น โดยอาจจัดให้มีกิจกรรมร่วมกัน

ตัวชี้วัด



โครงการประชาสัมพันธ์เพื่อป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย

แผนการป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยแห่งชาติ พ.ศ. 2566 - 2570 กำหนดให้กรมประชาสัมพันธ์มีบทบาทหน้าที่บริหารจัดการด้านข้อมูลข่าวสารและประชาสัมพันธ์ในภาวะปกติและภาวะวิกฤต

ในด้านการลดความเสี่ยง ให้กรมประชาสัมพันธ์ร่วมกับกรมการปกครองกำหนดขั้นตอนวิธีปฏิบัติเพื่อเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ สื่อสารความเสี่ยง แจกจ่ายข้อมูลข่าวสาร และแจ้งเตือนภัยให้กับพื้นที่ที่ประสบสาธารณภัย เพื่อให้มั่นใจได้ว่าประชาชนได้รับข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องและรวดเร็ว ทั้งนี้ แนวทางปฏิบัติเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารให้นำเทคโนโลยีมาสนับสนุนในรูปแบบต่าง ๆ เช่น แผนที่เสี่ยงภัย แอปพลิเคชัน Web Service ฯลฯ เพื่อแจ้งเตือนภัย

สำหรับปฏิบัติการในภาวะฉุกเฉินนั้น กรมประชาสัมพันธ์มีบทบาทในส่วนสนับสนุน โดยให้กรมประชาสัมพันธ์ร่วมกับกรมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กำหนดแนวทางปฏิบัติหรือจัดทำคู่มือการปฏิบัติงานการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารในภาวะฉุกเฉินเพื่อเป็นกรอบการปฏิบัติที่มีมาตรฐานเดียวกันทั่วประเทศ

ในภาวะฉุกเฉิน กรมประชาสัมพันธ์เป็นหน่วยงานหลักในการประสานการปฏิบัติระหว่างส่วนราชการและหน่วยงานภายใน สป. 16 ส่วนงานการประชาสัมพันธ์และการจัดการข้อมูลข่าวสาร กรมประชาสัมพันธ์มีหน้าที่จัดทำแผนสนับสนุนการปฏิบัติงานในภาวะฉุกเฉินด้านการประชาสัมพันธ์และการจัดการข้อมูลข่าวสาร ทั้งนี้ สป. 16 มีขอบเขตหน้าที่ ดังนี้

- ประชาสัมพันธ์และให้ข้อมูลข่าวสารแก่ประชาชนเกี่ยวกับสาธารณภัยในภาวะฉุกเฉินหรือภัยคุกคามที่เกิดขึ้น
- เผยแพร่ข้อมูลและความรู้ที่ถูกต้องเพื่อการเตรียมพร้อมรับมือสถานการณ์ให้แก่ประชาชน
- จัดตั้งศูนย์ข้อมูลประชาสัมพันธ์ร่วม (Joint Information Center : JIC) เพื่อเป็นศูนย์กลางการแลกเปลี่ยน

ข้อมูลข่าวสารระหว่างส่วนราชการ หน่วยงาน ภาคเอกชนและสื่อมวลชนทั้งในและต่างประเทศ

- กำหนดมาตรการป้องกัน ตอบโต้ข่าวลือ ข่าวอันเป็นเท็จ และข้อมูลที่จะสร้างความตระหนก ตกตื่น และหวาดกลัวให้แก่ประชาชน

วัตถุประสงค์

1. บูรณาการความร่วมมือกับส่วนราชการและหน่วยงานอื่นในด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อลดความเสี่ยงจากสาธารณภัย
2. บูรณาการความร่วมมือกับส่วนราชการเพื่อกำหนดกรอบการปฏิบัติด้านการประชาสัมพันธ์ในภาวะฉุกเฉินให้เป็นมาตรฐานเดียวกันทั่วประเทศ
3. พัฒนาขีดความสามารถของบุคลากรกรมประชาสัมพันธ์ให้สามารถปฏิบัติการร่วมในการประชาสัมพันธ์เพื่อลดความเสี่ยงของสาธารณภัยและในการบริหารข้อมูลข่าวสารในภาวะฉุกเฉิน



เป้าหมาย

1

มีแนวทางการสื่อสารที่ชัดเจน รวมทั้งตัวอย่างพร้อมใช้เพื่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายในพื้นที่ประสบสาธารณภัยประเภทต่างๆ

2

มีคู่มือการปฏิบัติงานศูนย์ข้อมูลข่าวสารร่วม (Joint Information Center : JIC) ในระบบบัญชาการเหตุการณ์ที่มีมาตรฐาน และหน่วยงานความมั่นคงทุกหน่วยงานสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ส่วนราชการที่เกี่ยวข้องได้เรียนรู้แนวทางสื่อสารประชาสัมพันธ์

3

บุคลากรของกรมประชาสัมพันธ์ในทุกพื้นที่มีความพร้อมปฏิบัติการร่วมในการประชาสัมพันธ์เพื่อลดความเสี่ยงของสาธารณภัย และในการบริหารข้อมูลข่าวสารในภาวะฉุกเฉิน

วิธีดำเนินการ

1. หารือกรมการปกครองเพื่อกำหนดขั้นตอนและวิธีปฏิบัติ เพื่อเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ สื่อสารความเสี่ยง แจกจ่ายข้อมูลข่าวสาร และแจ้งเตือนภัยให้กับพื้นที่ที่ประสบสาธารณภัย
2. หารือกรมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยเพื่อขยายผลการสื่อสารประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างความรับรู้เกี่ยวกับสาธารณภัยและวิธีปฏิบัติตนเมื่อเกิดภัยพิบัติ
3. แจ้งเวียนข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยให้ทุกหน่วยงานในสังกัดกรมประชาสัมพันธ์ทราบและพิจารณาศึกษาทำความเข้าใจ
4. ประชุมเชิงปฏิบัติการแผนป้องกันบรรเทาสาธารณภัยแห่งชาติ เพื่อซักซ้อมความเข้าใจการปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ และการบริหารข้อมูลข่าวสารในภาวะฉุกเฉิน จากตัวอย่างเหตุการณ์สาธารณภัยประเภทต่างๆ เพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์ รวมทั้งระดมความเห็นเกี่ยวกับขั้นตอน วิธีการ และข้อมูลข่าวสารที่ใช้ในการปฏิบัติงานในพื้นที่เสี่ยงภัยหรือในภาวะฉุกเฉิน
5. นำข้อมูลและความเห็นจากการประชุมเชิงปฏิบัติการไปปรับปรุงคู่มือการปฏิบัติงานศูนย์ข้อมูลข่าวสารร่วม (Joint Information Center : JIC) ในระบบบัญชาการเหตุการณ์ ให้สามารถตอบสนองการปฏิบัติ

3. แผนปฏิบัติการ เรื่อง การเป็นผู้นำด้านข้อมูลดิจิทัลและเครือข่ายข้อมูล

เป้าหมาย กรมประชาสัมพันธ์ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยเพื่อบริหารข้อมูลข่าวสารและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคข้อมูลข่าวสารดิจิทัลคุณภาพสูง

รหัสโครงการ	โครงการ/กิจกรรม	ตัวชี้วัด	หน่วยวัด	ค่าเป้าหมาย					แนวทางการพัฒนา/แนวทางการดำเนินการ	เจ้าภาพหลัก	หน่วยสนับสนุน
				2566	2567	2568	2569	2570			
3.1	โครงการพัฒนาข้อมูลเปิดภาครัฐของกรมประชาสัมพันธ์	บัญชีข้อมูล หมวดใหญ่ และ Metadata ของข้อมูล	จัดทำแล้วเสร็จ	✓	-	-	-	-	-	คสช. สบช.	หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ คสช. / สบช. และ กพร.
		ชุดข้อมูลข่าวที่เปิดเผยต่อสาธารณะ (ระดับ 3 ขึ้นไป)	ขึ้นข่าว	-	300	1,000	1,000	1,000	1,000	จัดทำชุดข้อมูลข่าวที่มีระดับการเปิดเผยในระดับ 3 ขึ้นไป (CSV, XML, JSON – ไม่รวมข่าวที่เปิดเผยในรูปแบบ HTML) และเปิดเผยในช่องทางของกรมประชาสัมพันธ์หรือใน https://data.go.th/	
		ชุดข้อมูลข่าวระดับ 4 ที่เปิดเผยต่อสาธารณะ	ขึ้นข่าว (ร้อยละ)	-	-	10	10	10	10	ใช้ของค์หรือสื่อมวลชนและองค์กรเอกชนที่ทำงาน Data Journalist มานำเสนอแนวคิดเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวดิจิทัล สืบเสาะผู้เกี่ยวข้องกับการนำข้อมูลข่าวสารไปใช้ความเข้าใจที่ตรงกัน	
		กิจกรรม PR	ครั้ง	-	-	1	-	-	-	ประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้เข้าใจเพื่อเผยแพร่ในช่องทางสื่อของกรม เพื่อให้สาธารณชนทราบว่ากรมประชาสัมพันธ์ให้บริการข้อมูลข่าวสารในลักษณะ Open Data ที่มีคุณภาพสูง	
		จำนวนผู้เข้าชมและใช้บริการข้อมูลเพิ่มขึ้น	ร้อยละ	ปีฐาน	20	20	10	10	10		

รหัสโครงการ	โครงการ/กิจกรรม	ตัวชี้วัด	หน่วยวัด	ค่าเป้าหมาย					แนวทางการพัฒนา/แนวทางการดำเนินการ	เจ้าภาพหลัก	หน่วยสนับสนุน	
				2566	2567	2568	2569	2570				
3.2	โครงการศึกษาความเหมาะสม/เตรียมความพร้อมระบบสื่อสารในโลเสมือนจริง (PRD Metaverse) และการผลิตสื่อระบบบนบล็อกเชน	รายงานการศึกษาและสำรวจความเป็นไปได้	เล่ม	1	-	-	-	-	-	ทำโครงการศึกษาความเป็นไปได้ ตลอดจนทางเลือกในการพัฒนาเทคโนโลยี Metaverse และ Blockchain สำหรับกรมประชาสัมพันธ์ ตลอดจนศึกษาความเป็นไปได้หรือนำร่องจัดทำโครงการที่จะใช้ช่องทางนี้ในการสร้าง Sub-brand เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายใหม่ ๆ ที่อาจเป็นลูกค้าของกรมฯ ต่อไปในอนาคต โดยอาจปรับรูปแบบกิจกรรมกับโครงการประชาสัมพันธ์ฯ ใ้มีความดึงดูดและน่าสนใจ จัดทำและเผยแพร่รายงานผลการศึกษากับกรมประชาสัมพันธ์	คสช.	หน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้แก่ คสช. / สนช. และ กพร.
		ระดับความรู้และทัศนคติของผู้เข้าร่วมกิจกรรม	ร้อยละ	90	-	-	-	-	-	ทำกิจกรรมเพื่อสร้างการรับรู้ ความเข้าใจ และความต้องการมีส่วนร่วมในโครงการประเมินความรู้ และทัศนคติของผู้เข้าร่วมกิจกรรม		
		แผนงานการพัฒนาและใช้งานเทคโนโลยี Metaverse และ Blockchain กรมประชาสัมพันธ์	ประกาศใช้	-	✓	-	-	-	-	-	ระดมความเห็นภายในกรมประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับกลุ่มเป้าหมาย การที่จะอาจถ่ายทอดผ่านเทคโนโลยีนี้ กำหนดแผนงานและกิจกรรมในการพัฒนาและใช้งานเทคโนโลยี Metaverses และ Blockchain	

รหัสโครงการ	โครงการ/กิจกรรม	ตัวชี้วัด	หน่วยวัด	ค่าเป้าหมาย					แนวทางการพัฒนา/แนวทางการดำเนินการ	เจ้าภาพหลัก	หน่วยสนับสนุน
				2566	2567	2568	2569	2570			
3.3	โครงการจัดทำแผนพัฒนาดิจิทัลของกรมประชาสัมพันธ์	ความสำเร็จของการจัดทำแผน	ประกาศใช้	✓	-	-	-	-	พิจารณาจ้างที่ปรึกษาที่มีความเชี่ยวชาญเพื่อดำเนินการสำรวจและยกย่องแผนฯ ดำเนินการชี้แจงแก่หน่วยงานภายใน รวมถึงกรอบเวลาของการดำเนินการกิจกรรมต่าง ๆ	คสช. และ สทท.	หน่วยงานที่ช่วยชั่งตวงวัดได้แก่ คสช. / สทท. / สวท. / สบข. / กก. / สบช. / สบพ. และ กพส.
		ความคืบหน้าในการดำเนินกิจกรรมตามแผน	กิจกรรมที่สำเร็จตามแผน (ร้อยละ)	-	80	100	100	100	ดำเนินกิจกรรมตามที่กำหนดในแผนงาน ประเมินความคืบหน้าและจัดทำรายงานผลการประเมินรายปี		

โครงการพัฒนาข้อมูลเปิด ภาครัฐของกรมประชาสัมพันธ์

เพื่อให้เป็นไปตามประกาศคณะกรรมการพัฒนารัฐบาลดิจิทัล ในเรื่อง รรสมากิบาลข้อมูลภาครัฐ สำนักงานพัฒนา
รัฐบาลดิจิทัล (องค์การมหาชน) (สพร.) ได้ประกาศแนวทางการจัดทำบัญชีข้อมูลภาครัฐ เพื่อให้หน่วยงานภาครัฐใช้เป็น
แนวทางในการจัดทำบัญชีข้อมูล (Data Catalog) พัฒนาระบบบัญชีข้อมูลภาครัฐ และขึ้นทะเบียนกับระบบบัญชีข้อมูล
ภาครัฐกลางที่ได้มาตรฐานและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน อันเป็นพื้นฐานของการเชื่อมต่อและแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่าง
หน่วยงาน นอกจากนี้ ยังได้กำหนดเกณฑ์มาตรฐานสำหรับข้อมูลเปิดที่จะเผยแพร่ให้แก่สาธารณชน

สำหรับข้อมูลที่กรมประชาสัมพันธ์เป็นเจ้าของและทรงคุณค่า มีอยู่ในรูปแบบที่หลากหลาย ได้แก่ ข่าว ทั้งที่เป็น
เนื้อหา เสียง ภาพนิ่ง และภาพเคลื่อนไหว รวมทั้งเพลงและดนตรี ซึ่งเป็นการบันทึกประเทศไทยในภูมิภาคต่าง ๆ ในแต่ละ
ช่วงเวลาอย่างค่อนข้างครบถ้วนและถูกต้องเชื่อถือได้ ข้อมูลและข่าวเหล่านั้น นอกจากจะได้นำเสนออย่างทันสมัยแล้ว
ยังมีคุณค่าเมื่ออยู่รวมกันเป็นระบบและเรียกดูได้อย่างสะดวก และนับวันข้อมูลที่มีปริมาณมหาศาลก็จะยิ่งเพิ่มประโยชน์
สำหรับผู้ใช้ที่จะประมวลผลในเชิงวิชาการหรือในเชิงธุรกิจ โดยใช้เครื่องมือประเภท Data Modeling หรือ Analytics ต่าง ๆ
เช่น การระบุ Fake News โดยทดสอบเครื่องมือการประมวลผลภาษาธรรมชาติ (Natural Language Processing :
NLP) หรือโดยใช้ Artificial Intelligence - AI และ Machine Learning ซึ่งเป็นการเขียนคำสั่งให้ประมวลผลจากชั้นข่าว
นับหมื่น ๆ ชิ้น โดยที่ผู้วิจัยไม่จำเป็นต้องเปิดข่าวมาอ่านด้วยตนเอง ซึ่งหากพัฒนาตัวแบบ (Model) ในการระบุ Fake
News ได้ด้วยความเชื่อมั่นเพียงพอ ก็สามารถนำมาใช้เพื่อจัดการข่าว Fake News ในสื่อสาธารณะได้อย่างรวดเร็วและมี
ประสิทธิภาพกว่าการค้นหาด้วยมนุษย์



วารสารวิจัยและพัฒนา จธ. ปีที่ 45 ฉบับที่ 2 เมษายน-มิถุนายน 2565 275

การตรวจสอบข่าวปลอมภาษาไทยด้วยเทคนิคการประมวลผลภาษาธรรมชาติ

รัชพิชญ์ ชำนาญกิจ¹ และ จูติรัตน์ ศิริบรรรัตน์กุล²
 สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ ถนนเสรีไทย คลองจั่น บางกะปิ กรุงเทพฯ 10240

¹ Corresponding Author: thitritgao.nida.ac.th
² นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาวิทยาการคอมพิวเตอร์และระบบสารสนเทศ คณะสถิติประยุกต์
³ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะสถิติประยุกต์

ข้อมูลบทความ	บทคัดย่อ
ประวัติบทความ : รับเพื่อตีพิมพ์ : 27 ตุลาคม 2564 แก้ไข : 20 มิถุนายน 2565 ตีพิมพ์ : 23 มิถุนายน 2565 DOI : 10.14456/kmutrd.2022.16	งานวิจัยนี้มีจุดประสงค์เพื่อพัฒนาระบบต้นแบบที่ใช้ง่าย และสามารถตรวจสอบข้อความปลอมหรือไม่ ในกรณีนี้ ผู้วิจัยทำการสร้างฐานข้อมูล Google BigQuery เพื่อเก็บข่าวปลอมภาษาไทยที่รวบรวมมาจากเว็บไซต์และสื่อออนไลน์ ซึ่งเป็นแหล่งรวมการแจ้งเตือนข่าวปลอมในประเทศไทยเอาไว้ จากนั้น จึงใช้เทคนิคการประมวลผลภาษาธรรมชาติในการตัดแบ่งคำในหัวข้อข่าว คัดประโยค และพิจารณาแยกชนิดของคำ เพื่อสกัดเฉพาะคุณลักษณะสำคัญของข่าวปลอมนั้น ๆ ออกมาเก็บไว้ในส่วนของการใช้งาน สำหรับผู้ใช้ทั่วไปนั้น อินพุตข่าวภาษาไทยจากผู้ใช้งานจะถูกนำไป กระบวนการประมวลผลภาษาธรรมชาติ และผลของการสกัดข้อมูลที่ได้จะถูกนำไปเปรียบเทียบกับข้อมูลในฐานข้อมูลข่าวปลอม โดยระบบจะแสดงผลลัพท์ข้อมูลในฐานข้อมูล 3 อันดับแรกที่สำคัญกับข้อความอินพุตข่าวจากผู้ใช้งานที่สุด จากผลการทดลองในข้อมูลชุดทดสอบ พบว่า ในจำนวนอินพุตที่เป็นข่าวจริงและข่าวปลอมรวมทั้งหมด 120 ข่าว ระบบต้นแบบสามารถระบุอินพุตที่เป็นข่าวปลอมได้ถูกต้องด้วย precision = 91.84% และ recall = 75.00%

ภาพที่ 7 ตัวอย่างบทความการตรวจสอบข่าวปลอมด้วยเทคนิคการประมวลผลภาษาธรรมชาติ

future internet MDPI

Article

Collecting a Large Scale Dataset for Classifying Fake News Tweets Using Weak Supervision

Stefan Helmstetter and Heiko Paulheim *
Data and Web Science Group, School of Business Informatics and Mathematics, University of Mannheim, 36 St. 1609 Mannheim, Germany; paulheim@mathematik.uni-mannheim.de
* Correspondence: helmstetter@mathematik.uni-mannheim.de

Abstract: The problem of automatic detection of fake news in social media, e.g., on Twitter, has recently drawn some attention. Although, from a technical perspective, it can be regarded as a

Fake News Detection Using Machine Learning Ensemble Methods

Iftikhar Ahmad *¹, Muhammad Yousof², Suhail Yousof³ and Muhammad Ovais Ahmad⁴ *
Show more

Academic Editor: M. Irfan Uddin

Received	Revised	Accepted	Published
04 Sep 2020	14 Sep 2020	16 Sep 2020	17 Oct 2020

Abstract

The advent of the World Wide Web and the rapid adoption of social media platforms (such as Facebook and Twitter) paved the way for information dissemination that has never been witnessed in the human history before. With the current surge of social media platforms, consumers are creating and sharing more information than ever before, some of which are misleading with no relevance to reality. Automated classification of a text article as misinformation or disinformation is a challenging task. Even an expert in a

May 2 2021 | Open read | Listen

Predicting Fake News using NLP and Machine Learning | Scikit-Learn | GloVe | Keras | LSTM

A simple guide to applying traditional machine learning and deep learning techniques using Python on Kaggle's Fake News Dataset. It also briefly includes text and stylistic analysis of the articles.



Original Article | Open Access | Published: 19 October 2021

IFND: a benchmark dataset for fake news detection

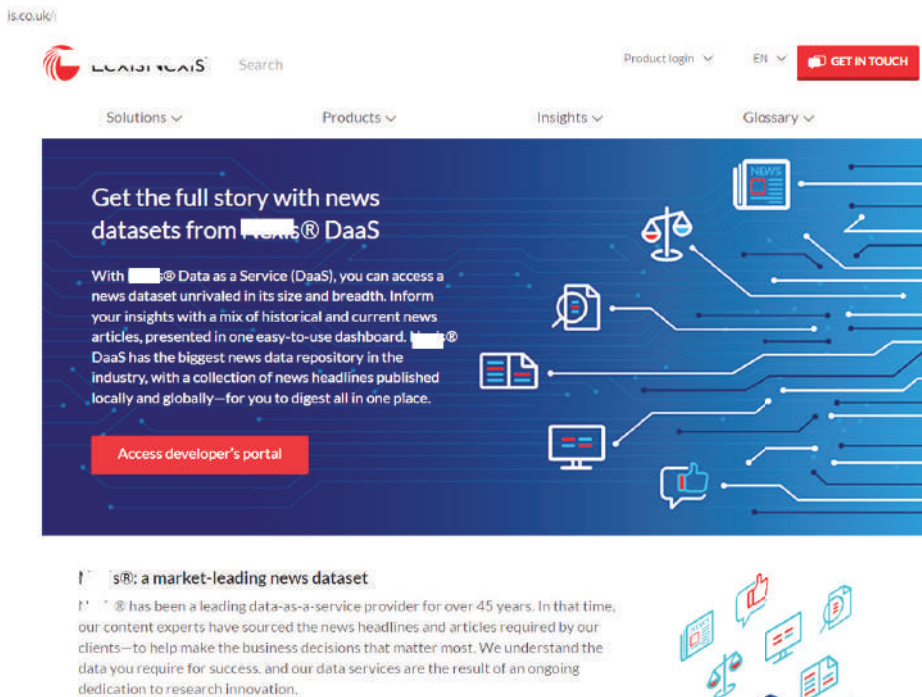
Elita Suci, Shreejit Dey, and Jacob Steinberg
Computer Science Department, MIT | <https://doi.org/10.26434/chemrxiv-2021-00000>

Abstract

Predicting fake news is a critical problem in election, social media, and responsible for propagating fake news. Fake news propagation on digital platforms presents a challenge as well as a critical threat to people's freedom of speech and reputation over the digital platforms in essential to mitigate its adverse impact. Many approaches have been implemented in recent years. Despite the progress in the field, fake news detection remains a challenging task in the field of computer science and artificial intelligence. In this paper, we present a large-scale dataset that consists of fake news only in this paper presents IFND (IFND Fake News Dataset) dataset. The dataset consists of both text and images. The majority of the content in the dataset is about events from the year 2017 to the year 2020. Dataset content is organized using the Pseudo-label. To increase the size of the fake news, the dataset is intelligently

ภาพที่ 8 ตัวอย่างบทความการตรวจสอบข่าวปลอมด้วย Machine Learning

นอกจากนั้น ข้อมูลข่าวที่ครบถ้วนถูกต้อง ระบุประเภทข่าวได้ และต่อเนื่องกันเป็นระยะเวลายาวนาน ยังเป็นประโยชน์สำหรับการพัฒนาตัวแบบวิเคราะห์ใด ๆ ที่อาศัย Machine Learning ด้วยเหตุนี้ ในต่างประเทศจึงมีบริษัทที่รวบรวมข้อมูลข่าวที่อยู่ในรูปแบบ Machine Readable ขายอยู่มากมาย เพื่อเป็นวัตถุดิบสำหรับการสร้างมูลค่าเชิงวิชาการหรือธุรกิจ



ภาพที่ 9 ตัวอย่างบริษัทที่รวบรวมข้อมูลข่าวที่อยู่ในรูปแบบ Machine Readable

สำหรับข้อมูลประเภทต่าง ๆ ของกรมประชาสัมพันธ์นั้น ยังต้องพัฒนาระบบการบันทึกให้อยู่ในรูปแบบที่สะดวกต่อการประมวลผล รวมทั้งยังจัดหมวดหมู่ได้ในระดับที่จำกัด จึงจำเป็นต้องยกระดับการกำกับดูแลและจัดทำบัญชีข้อมูลให้เป็นไปตามมาตรฐานที่พึงเป็น

ระบบคลังข้อมูลข่าวสารที่มีมาตรฐานและเปิดเผย จะช่วยให้ประชาชนและสื่อมวลชนเข้าถึงข้อมูลที่ต้องการและเป็นประโยชน์

วัตถุประสงค์

1. กรมประชาสัมพันธ์มีข้อมูลข่าวสารที่เป็นระบบและครบถ้วน พร้อมให้สื่อมวลชน องค์กรเอกชน และสาธารณชน เข้าถึงเพื่อเรียกดูหรือเชื่อมโยงเข้าสู่ระบบประมวลผลอัตโนมัติได้
2. นำสื่อและข้อมูลเก่าอันมีคุณค่า สมควรบันทึกให้เป็นหลักฐานทางประวัติศาสตร์ หรือให้อุชนได้เรียนรู้ มาบันทึกให้อยู่ในรูปแบบที่คงทนและสืบค้นได้ง่าย
3. สาธารณชนทราบว่าจะใช้ประโยชน์จากฐานข้อมูลเปิดของกรมประชาสัมพันธ์ได้อย่างไร

เป้าหมาย

1. กรมประชาสัมพันธ์เปิดเผยชุดข้อมูลข่าวสารในระดับ 3 ขึ้นไป ไม่น้อยกว่า 1,000 ข่าวต่อปี และมีข้อมูลเปิดเผยในระดับ 4 ไม่น้อยกว่าร้อยละ 10

2. บัญชีข้อมูลกรมประชาสัมพันธ์ ครบถ้วน ถูกต้อง และเหมาะสม
3. มีการจัดหมวดหมู่ และจัดทำเมตาดาตา (Metadata) ของชุดข้อมูลเปิดครบถ้วนเป็นไปตามเกณฑ์ธรรมาภิบาลข้อมูลภาครัฐ
4. กรมประชาสัมพันธ์ทราบถึงความต้องการใช้งานของสาธารณชนและเอกชน และนำความต้องการเหล่านั้นมาเป็นแนวทางในการจัดทำชุดข้อมูลเปิดและรูปแบบการเปิดเผยข้อมูล
5. กรมประชาสัมพันธ์มีกิจกรรมเพื่อสื่อสารให้สาธารณชนทราบว่าข้อมูลเปิดของกรมประชาสัมพันธ์มีลักษณะ และคุณสมบัติในการใช้งานอย่างไร
6. มีผู้เข้าชมและใช้บริการชุดข้อมูลของกรมประชาสัมพันธ์เพิ่มขึ้น

วิธีดำเนินการ

1. มีกลไกการจัดการข้อมูลภายในหน่วยงานเพื่อกำกับดูแลข้อมูลหรือธรรมาภิบาลข้อมูล (Data Governance) และจัดทำบัญชีข้อมูลให้มีความถูกต้อง ครบถ้วน สมบูรณ์ ทันสมัย และพร้อมใช้งาน
2. มีเครื่องมือในการบริหารจัดการและรวมทั้งการพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพข้อมูล
3. จัดทำชุดข้อมูลข่าวที่มีระดับการเปิดเผยในระดับ 3 ขึ้นไป (CSV, XML, JSON – ไม่นับรวมข่าวที่เปิดเผยในรูปแบบ HTML) และเปิดเผยในช่องทางของกรมประชาสัมพันธ์หรือใน <https://data.go.th/> ไม่น้อยกว่า 1,000 ข่าว
4. เชิญองค์กรสื่อมวลชนและองค์กรเอกชนที่ทำงาน Data Journalist มานำเสนอแนวคิดเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวดิจิทัล และให้ความเห็น/ข้อเสนอแนะต่อชุดข้อมูลของกรมประชาสัมพันธ์
5. สัมมนาผู้เกี่ยวข้องกับการนำเข้าสู่ข้อมูลข่าวสารให้มีความเข้าใจที่ตรงกันและสามารถนำเข้าสู่ข้อมูลข่าวสารได้ตรงตามความต้องการของระบบและความคาดหวังของผู้ใช้บริการ
6. จัดทำชุดข้อมูลข่าวที่มีระดับการเปิดเผยในระดับ 3 ขึ้นไป เพื่อเผยแพร่ในช่องทางที่เหมาะสมไม่น้อยกว่า 1,000 ข่าวต่อปี และเป็นข้อมูลที่มีระดับการเปิดเผยในระดับ 4 ไม่น้อยกว่าร้อยละ 10
7. จัดทำเอกสารแถลงข่าวและทำโฆษณาเพื่อเผยแพร่ในช่องทางสื่อของกรม เพื่อให้สาธารณชนทราบว่ากรมประชาสัมพันธ์ให้บริการข้อมูลข่าวสารในลักษณะ Open Data ที่มีคุณภาพสูง

ตัวชี้วัด



โครงการศึกษาความเหมาะสม/ เตรียมความพร้อมระบบสื่อสารในโลกเสมือนจริง (PRD Metaverse) และการผลิตสื่อบนระบบบล็อกเชน

Metaverse และ Blockchain (Web 3.0) เป็นแนวโน้มทางเทคโนโลยีที่ได้รับความสนใจมากขึ้นเพื่อตอบโจทยความต้องการของโลกสมัยใหม่ โดย Metaverse สามารถสร้างความจริงเสมือนให้ผู้คนมาร่วมทำกิจกรรมกันได้ทีเดียว โดยข้ามข้อจำกัดด้านระยะทางและพื้นที่ รวมทั้งรองรับการนำเสนอสื่อประเภทต่าง ๆ ได้หลากหลาย จึงถูกนำมาใช้เพื่อความบันเทิง การตลาด การศึกษา และการแพทย์ ในขณะที่เทคโนโลยีบล็อกเชน สร้างการสื่อสารโดยไร้ศูนย์กลาง จึงปลอดภัย โปร่งใส และสร้างความเชื่อมั่นว่าข้อมูลและสื่อประเภทต่าง ๆ ที่อยู่บนระบบนั้นคือต้นฉบับที่ไม่ได้รับการแก้ไขในระหว่างทาง

Metaverse อาจถูกนำมาใช้เพื่อการจัดแสดง การประชุม สัมมนา การเล่นเกม การทำกิจกรรมร่วมกัน การสนทนาถาม-ตอบอัตโนมัติ

สำหรับบล็อกเชนจุดเด่นสำคัญ คือ การเป็นเทคโนโลยีที่มีความโปร่งใสและไม่สามารถเข้าไปเปลี่ยนแปลงแก้ไขระบบต่าง ๆ ที่ได้ทำขึ้นแล้ว บุคคลที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับธุรกรรมต้องพิสูจน์ตัวตนที่แท้จริง การทำธุรกรรมบนระบบบล็อกเชนจึงโปร่งใส ตรวจสอบได้ ขณะเดียวกันก็รักษาความเป็นส่วนตัว เนื่องจากการเข้ารหัสทำให้บุคคลที่ไม่เกี่ยวข้องจะไม่ทราบว่าผู้กระทำการเป็นใคร สำคัญในธุรกรรมต่าง ๆ คืออะไร จึงสามารถใช้เพื่อการลงคะแนนเสียง การบันทึกเอกสารสำคัญ หรือสื่อประเภทใด ๆ ที่สามารถโอนเปลี่ยนมือระหว่างบุคคลได้ทันทีโดยไม่จำเป็นต้องผ่านการยืนยันโดยบุคคลที่สาม

การออกแบบ Metaverse บนเครือข่าย Blockchain จะทำให้มั่นใจได้ว่าสิ่งต่าง ๆ ที่นำเข้าสู่ระบบจะไม่สูญหายไป และบุคคลที่เข้ามาร่วมใช้งานเป็นบุคคลจริงที่ยืนยันตัวตนได้

ในฐานะเป็นหน่วยงานราชการที่รับผิดชอบด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์ต่อสาธารณะ กรมประชาสัมพันธ์จำเป็นต้องศึกษา Metaverse และ Blockchain เพื่อให้รู้เท่าทันและแสวงหาหนทางเชื่อมต่อกับประชาชนกลุ่มเป้าหมายที่จะใช้เวลาเรียนรู้และรับรู้ข่าวสารผ่านช่องทางของ Metaverse และติดต่อสื่อสาร รวมทั้งทำธุรกรรมกันบนบล็อกเชน

วัตถุประสงค์

1. ศึกษาและสำรวจความเป็นไปได้ที่กรมประชาสัมพันธ์จะจัดกิจกรรมโดยใช้เทคโนโลยี Metaverse และ Blockchain
2. ทราบถึงทางเลือกในแง่เทคโนโลยี ตลอดจนความร่วมมือในภาครัฐหรือภาคเอกชนเพื่อจัดกิจกรรม โดยใช้เทคโนโลยี Metaverse และ Blockchain
3. สร้างความรับรู้และการยอมรับเทคโนโลยี Metaverse และ Blockchain ในกรมประชาสัมพันธ์
4. ระดมความเห็นเกี่ยวกับกลุ่มเป้าหมาย กิจกรรมที่เหมาะสม และภารกิจของกรมประชาสัมพันธ์ ที่จะถ่ายทอดหรือดำเนินการโดยใช้เทคโนโลยี Metaverse และ Blockchain
5. สามารถกำหนดแผนงานที่เหมาะสมในการพัฒนาและใช้งานเทคโนโลยี Metaverse และ Blockchain เพื่อเป็นช่องทางหนึ่งในการปฏิบัติการกิจและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายของกรมประชาสัมพันธ์

เป้าหมาย

1. มีการศึกษาและสำรวจความเป็นไปได้ ตลอดจนทางเลือกทางเทคโนโลยีและทางเลือกในการร่วมมือพัฒนาเทคโนโลยี Metaverse และ Blockchain สำหรับกรมประชาสัมพันธ์
2. มีการเผยแพร่รายงานผลการศึกษาและกิจกรรมสร้างความรับรู้ รวมทั้งการยอมรับเทคโนโลยี Metaverse และ Blockchain ในกรมประชาสัมพันธ์ ทั้งในส่วนกลางและทั่วประเทศ
3. มีแผนงานที่เหมาะสมในการพัฒนาและใช้งานเทคโนโลยี Metaverse และ Blockchain ที่สอดคล้องกับการกิจจุดเด่น และกลุ่มเป้าหมายของกรมประชาสัมพันธ์

วิธีดำเนินการ

1. ทำโครงการศึกษาและสำรวจความเป็นไปได้ ตลอดจนทางเลือกในการพัฒนาเทคโนโลยี Metaverse และ Blockchain สำหรับกรมประชาสัมพันธ์ รวมทั้งจัดทำรายงานผลการศึกษา
2. เผยแพร่รายงานผลการศึกษาในกรมประชาสัมพันธ์
3. ทำกิจกรรมเพื่อสร้างการรับรู้ ความเข้าใจ และความต้องการมีส่วนร่วมในโครงการ
4. ประเมินความรู้และทัศนคติของผู้เข้าร่วมกิจกรรม
5. ระดมความเห็นภายในกรมประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับกลุ่มเป้าหมาย การกิจที่อาจถ่ายทอดผ่านเทคโนโลยีนี้ ตลอดจนกิจกรรมและวิธีดำเนินการที่เหมาะสม โดยอาจมีผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้มีประสบการณ์เข้าร่วมแสดงความคิดเห็น
6. กำหนดแผนงานและกิจกรรมในการพัฒนาและใช้งานเทคโนโลยี Metaverse และ Blockchain เพื่อเป็นช่องทางหนึ่งในการปฏิบัติการกิจและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายของกรมประชาสัมพันธ์

ตัวชี้วัด

1. รายงานการศึกษา
2. ผลการประเมินความรู้และทัศนคติของผู้เข้าร่วมกิจกรรม
3. แผนงานการพัฒนาและใช้งานเทคโนโลยี Metaverse และ Blockchain



โครงการจัดทำแผนพัฒนาดิจิทัลของกรมประชาสัมพันธ์

จากนโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วยการพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (พ.ศ. 2561 – 2580) กำหนดเป้าหมายการปฏิรูปกระบวนการทัศนการทำงานและการให้บริการของภาครัฐ ด้วยเทคโนโลยีดิจิทัลและการใช้ประโยชน์จากข้อมูล เพื่อให้การปฏิบัติงานโปร่งใส มีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล และแผนพัฒนารัฐบาลดิจิทัลของประเทศไทย พ.ศ. 2566 - 2570 มีเป้าหมายเพื่อพัฒนาบริการที่สะดวกและการเข้าถึงง่ายด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล อำนวยความสะดวกแก่ภาคธุรกิจด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนและเปิดเผยข้อมูลของรัฐ รวมทั้งบูรณาการข้อมูลและกระบวนการระหว่างหน่วยงานภาครัฐเพื่อการบริหารงานที่ยืดหยุ่นและคล่องตัว รวมทั้ง พ.ร.บ. การบริหารงานและการให้บริการภาครัฐผ่านระบบดิจิทัล พ.ศ. 2562 ที่กำหนดให้หน่วยงานรัฐต้องดำเนินการตามแผนพัฒนารัฐบาลดิจิทัล และจัดหาหรือปรับปรุงแผนของหน่วยงานให้สอดคล้อง พร้อมจัดส่งแผนให้ สพร. ทราบด้วย รวมทั้งต้องจัดให้มีการประเมินผลการดำเนินงานตามนโยบาย และแนวปฏิบัติดังกล่าวอย่างน้อยปีละหนึ่งครั้ง

เพื่อต่อยอดแผนพัฒนาดิจิทัลของกรมประชาสัมพันธ์ พ.ศ. 2563 – 2565 และให้กรมประชาสัมพันธ์สามารถดำเนินงานตามกรอบนโยบายและแผนงานภาครัฐได้อย่างมีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับการกิจ ตลอดจนจุดเด่นจุดด้อยของกรมประชาสัมพันธ์ จึงสมควรจัดทำแผนพัฒนาดิจิทัลของกรมประชาสัมพันธ์ฉบับใหม่ เพื่อเป็นแนวทางการดำเนินงานและเป็นกรอบในการประเมินความก้าวหน้า

วัตถุประสงค์

มีแนวทางที่ชัดเจนและสอดคล้องกับภารกิจของหน่วยงาน เพื่อพัฒนาองค์กรตามแนวทางของแผนและนโยบายระดับชาติเกี่ยวกับการพัฒนาดิจิทัลในภาครัฐ



วิธีดำเนินการ

1. พิจารณาจ้างที่ปรึกษาที่มีความเชี่ยวชาญเพื่อดำเนินการสำรวจและยกวางแผนฯ
2. ดำเนินการชี้แจงแก่หน่วยงานภายใน รวมทั้งกรอบเวลาของการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ
3. ดำเนินกิจกรรมตามที่กำหนดในแผนงาน
4. ประเมินความคืบหน้าและจัดทำรายงานผลการประเมินรายปี

ตัวชี้วัด



4. แผนปฏิบัติการ เรื่อง การเป็นองค์กรที่มีประสิทธิภาพสูง

เป้าหมาย กรมประชาสัมพันธ์มีบุคลากรที่มีศักยภาพเพียงพอต่อการบรรลุเป้าหมายองคกร 4.0 ส่วนราชการมีข้อมูลเพื่อใช้ในการปรับปรุงการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพสูง และมีกลไกในการบริหารผลลัพธ์การปฏิบัติงานตามแผน

รหัสโครงการ	โครงการ/กิจกรรม	ตัวชี้วัด	หน่วยวัด	ค่าเป้าหมาย				แนวทางการพัฒนา/แนวทางการดำเนินการ	เจ้าภาพหลัก	หน่วยสนับสนุน	
				2566	2567	2568	2569				2570
4.1	โครงการสร้างและพัฒนาบุคลากรของกรมประชาสัมพันธ์ให้รู้เท่าทันสื่อสารสนเทศและดิจิทัล	ผลการประเมินบุคลากรของกรมประชาสัมพันธ์	คะแนน	ปัจจุบัน	-	สูงกว่าปัจจุบัน	-	สูงกว่า	สูงกว่า	สูงกว่า	หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ศสช. / กสร. / กกช. และ กพวส.
				2566	2567	2568	2569	2570			
		ผลการประเมินบุคลากรของกรมประชาสัมพันธ์	คะแนน	ปัจจุบัน	-	สูงกว่าปัจจุบัน	-	สูงกว่า	สูงกว่า	สูงกว่า	
		กิจกรรมพัฒนาการรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และดิจิทัลของบุคลากรกรมประชาสัมพันธ์	จำนวนกิจกรรม	ปัจจุบัน	2	1	1	-	1	1	

ประสานสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาระดับปริญญาตรีและบัณฑิตวิทยาลัย หรือกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ หรือสถาบันการศึกษาที่เคยจัดการประเมิน เพื่อดำเนินการประเมินบุคลากรของกรมฯ ใช้แบบประเมินเดิมมาประเมินซ้ำในกรมประชาสัมพันธ์ และเป็นประชาชนกลุ่มตัวอย่างทั่วประเทศ เพื่อเปรียบเทียบผล

วิเคราะห์ผลการประเมิน และระบุหัวข้อที่บุคลากรของกรมฯ สนควรได้รับการพัฒนา ออกแบบวิธีการพัฒนา และดำเนินการเพื่อพัฒนาบุคลากรกลุ่มเป้าหมาย

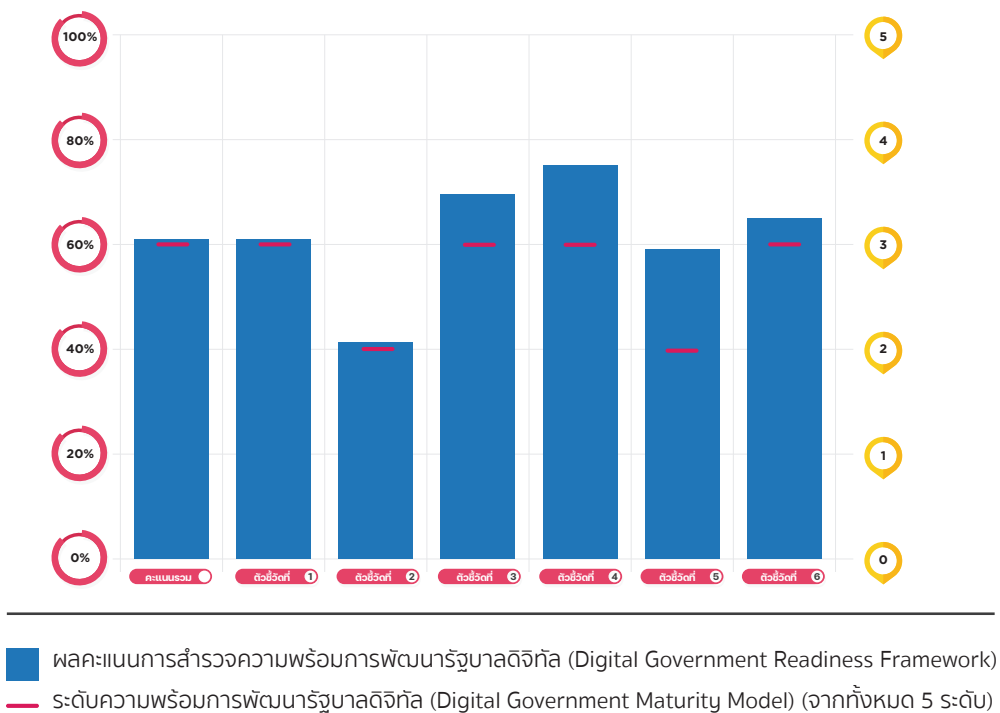
รหัสโครงการ	โครงการ/กิจกรรม	ตัวชี้วัด	หน่วยวัด	ค่าเป้าหมาย					แนวทางการพัฒนา/แนวทางการดำเนินการ	เจ้าภาพหลัก	หน่วยสนับสนุน
				2566	2567	2568	2569	2570			
4.2	โครงการบริการพลัส	จัดตั้งองค์คณะ 7 คน และดำเนินการตามคู่มือ	แล้วเสร็จตามกำหนด	-	✓	-	-	-	จัดตั้งองค์คณะ 7 คน และกำหนดแบบฟอร์ม แบบแสดงผล กำหนดหน่วยงาน ฯลฯ แล้วเสร็จภายใน 6 เดือน และเริ่มเก็บข้อมูลเพื่อประเมินผลได้ตั้งแต่ไตรมาสที่ 3 ของปีงบประมาณ พ.ศ. 2566	ส.พ.	หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ คสช. / กกร. / กกจ. และ กพร.
		การประชุมองค์คณะ	ครั้ง	-	2	2	2	2	องค์คณะมีการประชุมทุก 6 เดือน		
		ประกาศกิจกรรม/โครงการที่มอบหมายให้ดำเนินงาน ภายใต้วงบประมาณที่กำหนด	จำนวนกิจกรรม	4	4	4	4	4	มีกิจกรรม/โครงการที่มอบหมายให้บางหน่วยงานรับผิดชอบ โดยหมุนเวียนกันประจำ ระบุกิจกรรมและรายชื่อหน่วยงาน		
		ระดับผลสัมฤทธิ์ในภาพรวมของการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการระยะ 1 ปี	ระดับการรับรู้ข่าวสารของประชาชน	พื้นฐาน	ดีขึ้น	ดีขึ้น	ดีขึ้น	ดีขึ้น	สำรวจ "การรับรู้ข่าวสารของประชาชน" ในภูมิภาคต่าง ๆ ของประเทศ ปีละ 1 ครั้ง		
			ระดับการรู้เท่าทันสื่อสารสนเทศของประชาชน (เฉลี่ยร้อยละ)	พื้นฐาน	-	ดีขึ้น	-	80			ประสานสำนักงานคณะกรรมการดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ หรือกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ หรือสถาบันการศึกษาที่เคยจัดการประเมิน เพื่อประเมินประชาชนกลุ่มตัวอย่างทั่วประเทศ ตามเป้าหมายตัวชี้วัดแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ประเด็น การปรับเปลี่ยนค่านิยมและวัฒนธรรม แผนย่อยที่ 3

รหัสโครงการ	โครงการ/กิจกรรม	ตัวชี้วัด	หน่วยวัด	ค่าเป้าหมาย					แนวทางพัฒนา/แนวทางการดำเนินการ	เจ้าภาพหลัก	หน่วยสนับสนุน
				2566	2567	2568	2569	2570			
4.3	โครงการคำนวณต้นทุนผลผลิต	ตารางผลการคำนวณต้นทุนผลผลิต (ตามแนวทางของกรมบัญชีกลาง)	แล้วเสร็จ	-	✓	-	-	-	จัด Workshop ศึกษาแนวทางการคำนวณต้นทุนผลผลิตของงานบริการสาธารณะ และการประยุกต์ใช้กับกรมประชาสัมพันธ์ รวบรวมที่เป็นต้นทุนและที่ไม่เป็นต้นทุนที่เป็นต้นทุนทางตรงและที่เป็นต้นทุนทางอ้อม ระบุหน่วยงานหลักและหน่วยงานสนับสนุน กิจกรรมย่อยของหน่วยงาน และผลผลิต และสร้างรหัสในระบบ GFMS กำหนดเกณฑ์การปันส่วนต้นทุนทางอ้อม บันทึกข้อมูลในระบบและประมวลผล	กคส.	หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ คสช. / กกร. / กทจ. และ กวส.
				-	-	✓	-	-	เปรียบเทียบต้นทุนในแต่ละปีและวิเคราะห์ผล		
		รายงานผลการวิเคราะห์	แล้วเสร็จ	-	-	✓	-	-	คัดเลือกกิจกรรมที่สำคัญเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพหรือลดต้นทุนเสีย ใช้ผลการวิเคราะห์เป็นฐานในการกำหนดแนวทางดำเนินการ เมื่อแล้วเสร็จ ประเมินผลสัมฤทธิ์ของการปรับปรุง ใช้ต้นทุนกิจกรรมย่อยเป็นฐานในการวางแผนเชิงบริหาร ด้านการลงทุน การบริหารและพัฒนาบุคลากร ตลอดจนการปรับเปลี่ยนกลวิธีในการดำเนินงานเพื่อให้ใช้งบประมาณได้อย่างมีประสิทธิภาพขึ้น		
		การปรับปรุงกิจกรรม	จำนวนกิจกรรมที่ดำเนินการปรับปรุงแล้วเสร็จ	-	-	-	1	1			
			ความสำเร็จในการลดต้นทุนผลผลิต	-	-	-	-	1			

รหัสโครงการ	โครงการ/กิจกรรม	ตัวชี้วัด	หน่วยวัด	ค่าเป้าหมาย				แนวทางการพัฒนา/แนวทางการดำเนินการ	เจ้าภาพหลัก	หน่วยสนับสนุน	
				2566	2567	2568	2569				2570
4.4	โครงการวิเคราะห์ปัจจัยชี้ความผูกพันของบุคลากร	ระดับความผูกพันรวมของบุคลากร	ร้อยละ	มีฐาน	สูงขึ้น	สูงขึ้น	สูงขึ้น	สูงขึ้น	กกว.	หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ศษ. / กสร. / กกจ. และ กพร.	
		ระดับความผูกพันของกลุ่มเป้าหมาย	ร้อยละ	มีฐาน	สูงกว่าค่าเฉลี่ยกรมฯ	สูงกว่าค่าเฉลี่ยกรมฯ	สูงกว่าค่าเฉลี่ยกรมฯ	สูงกว่าค่าเฉลี่ยกรมฯ			
		อัตราการลาออก/โอดออกของบุคลากรที่มีคุณภาพในแต่ละปี	จำนวนคน	ค่าเฉลี่ย 2563-65							
		ผลการปฏิบัติงาน	จัดทำรายงาน	1	1	1	1	1			
		กิจกรรมที่ดำเนินการ		2	2	2	2				

โครงการสร้างและพัฒนาศักยภาพของกรมประชาสัมพันธ์ ให้รู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และดิจิทัล

สำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล (องค์การมหาชน) (สพร.) ซึ่งเป็นหน่วยงานในการกำกับดูแลของนายกรัฐมนตรี สำนักนายกรัฐมนตรี ได้ดำเนินการสำรวจระบบความพร้อมรัฐบาลดิจิทัลสำหรับหน่วยงานภาครัฐของประเทศไทย ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2558 ต่อเนื่องเป็นประจำทุกปี ในภาพรวม กรมประชาสัมพันธ์มีผลการประเมินอยู่ในระดับ High หรือคะแนนสูงถึงระดับ 3 จาก 4 ระดับ อย่างไรก็ตาม ในตัววัดที่ 2 : ด้านศักยภาพเจ้าหน้าที่ภาครัฐด้านดิจิทัล (Digital Capabilities) กรมประชาสัมพันธ์ได้คะแนนเฉลี่ยเพียงประมาณร้อยละ 40 ซึ่งเป็นขั้นต่ำของระดับ 2



แผนภูมิที่ 1 ผลคะแนนการสำรวจความพร้อมการพัฒนารัฐบาลดิจิทัล

และในแผนพัฒนาดิจิทัล กรมประชาสัมพันธ์ พ.ศ. 2563 - 2565 ได้เสนอแนะให้กรมประชาสัมพันธ์ควรพัฒนาทักษะด้านดิจิทัลของข้าราชการและบุคลากรภาครัฐเพื่อการปรับเปลี่ยนเป็นรัฐบาลดิจิทัล

การสำรวจและประเมินสถานการณ์การเข้าใจดิจิทัล (Digital Literacy : DL) และการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศ (Media and Information Literacy : MIL) พ.ศ. 2562 เป็นการริเริ่มของสำนักงานคณะกรรมการดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) ร่วมกับมหาวิทยาลัยมหิดล มีจุดประสงค์เพื่อสำรวจสถานการณ์การรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศเบื้องต้นของประเทศไทย รวมทั้งจัดทำกรอบการสำรวจและประเมิน MIL เพื่อจัดเก็บข้อมูลที่สำคัญและจำเป็นต่อการส่งเสริมการสนับสนุน การพัฒนา ให้ประชาชนสามารถเข้าถึง (Access) ค้นคืน (Retrieve) เข้าใจ (Understand) ประเมิน (Evaluation) ใช้ (Use) สร้าง (Create) ตลอดจนแบ่งปัน (Share) สารสนเทศและเนื้อหาสื่อในทุกรูปแบบ โดยการใช้เครื่องมือต่าง ๆ อย่างมีประสิทธิภาพ มีการคิดวิเคราะห์ และมีจริยธรรม เพื่อการมีส่วนร่วมและปฏิสัมพันธ์ในกิจกรรมทั้งส่วนตัว อาชีพ และสังคม

การสำรวจใช้กระบวนการจัดสำรวจประเมินตามเอกสาร “การเตรียมพร้อมและสมรรถนะของประเทศ ของยูเนสโก (Global Media and Information Literacy Assessment Framework : Country Readiness and Competencies)” มาใช้เป็นมาตรฐานหลักและดำเนินการสำรวจจากประชาชนทั่วประเทศที่ให้ความร่วมมือทำแบบสำรวจ

การเข้าใจดิจิทัล (Digital Literacy) ได้รับคำนิยามโดย Paul Gilster (Digital Literacy, 1997) ว่าเป็นความสามารถในการเข้าใจและใช้สารสนเทศที่ถูกนำมาเสนอบนโลกออนไลน์ผ่านอุปกรณ์ดิจิทัล เช่น คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์มือถือ โดยมีการกำหนดสมรรถนะหลัก (Key Competence) ที่สำคัญ 4 รายการ คือ

1. การรวบรวมความรู้เข้าด้วยกัน (Assembling Knowledge) หมายถึง ความสามารถในการแปลงข้อมูลที่ได้รับจากหลายแหล่งที่มา นำมารวบรวมได้อย่างเป็นระบบ
2. การประเมินข้อมูล (Evaluation) หมายถึง ความสามารถในการพิจารณาเพื่อให้เข้าใจแก่นแท้ของข้อมูลนั้น
3. การค้นหาข้อมูล (Searching) หมายถึง ความสามารถในการสืบค้นแหล่ง ตำแหน่งของข้อมูลเพื่อนำมาใช้ประโยชน์
4. การเข้าถึงข้อมูลด้วยวิธีหลากหลาย (Navigating Non-Linear Mode) หมายถึง ความสามารถในการเข้าถึงข้อมูลด้วยวิธี/ช่องทางที่หลากหลาย

Gilster ยังกล่าวว่า สิ่งสำคัญที่ทำให้เกิดการเข้าใจดิจิทัล คือความสามารถในการคิดเชิงวิพากษ์ (Critical Thinking) ซึ่งรวมถึงการเข้าใจกฎระเบียบ จริยธรรม และรู้ถึงผลกระทบของการส่งต่อและแบ่งปันข้อมูลออนไลน์

การเข้าใจสื่อและสารสนเทศ (Media and Information Literacy) หมายถึง การเข้าใจสารสนเทศและการเข้าใจสื่อไปพร้อมกัน การเข้าใจสื่อและสารสนเทศตามนิยามของยูเนสโก คือ ความสามารถในการเข้าถึง (Access) ค้นคืน (Retrieve) เข้าใจ (Understand) ประเมิน (Evaluation) ใช้ (Use) สร้าง (Create) แลกเปลี่ยน (Share) สารสนเทศ และเนื้อหาสื่อในทุกรูปแบบ โดยการใช้เครื่องมือต่าง ๆ อย่างมีประสิทธิภาพ มีการคิดวิเคราะห์ และมีจริยธรรม เพื่อการมีส่วนร่วมและปฏิสัมพันธ์ในกิจกรรมทั้งส่วนตัว อาชีพ และสังคม

เกณฑ์การประเมินสถานภาพการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศ (Media and Information Literacy : MIL) นั้น มี 2 ระดับชั้น คือ ระดับชั้นที่ 1 ความพร้อมของประเทศ และระดับชั้นที่ 2 ความเข้าใจสื่อและสารสนเทศ โดยมาตรฐานของการเข้าใจสื่อและสารสนเทศนั้นจะแบ่งออกเป็น 3 สมรรถนะหลัก ได้แก่ การเข้าถึง (Access) การประเมิน (Evaluation) และการสร้าง (Creation) ซึ่งทั้ง 3 สมรรถนะหลักนั้นจะมีสมรรถนะย่อยรวมเป็น 12 สมรรถนะย่อย ดังภาพ

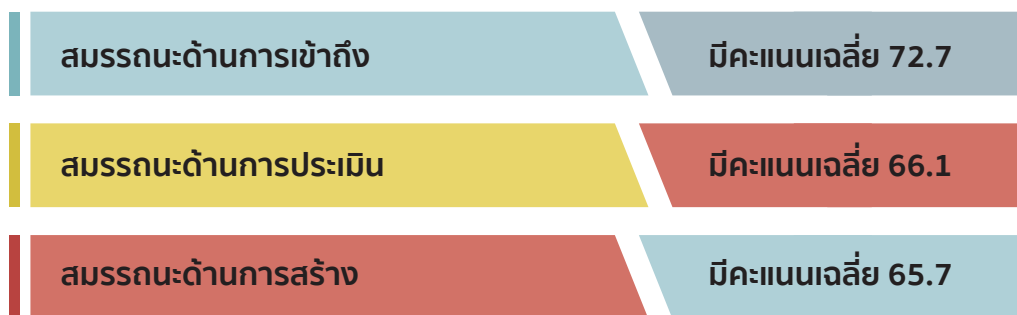


ภาพที่ 10 สมรรถนะการเข้าใจสื่อและสารสนเทศ

ในการสำรวจครั้งแรก ช่วงเดือนมิถุนายน - กันยายน พ.ศ. 2561 ใช้หลักเกณฑ์ทางสถิติเพื่อคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างตอบแบบสำรวจที่ครอบคลุมเพศ การศึกษา ช่วงวัย อาชีพ กลุ่มคนพิการ และพื้นที่ครอบคลุมทั้งหมด 77 จังหวัด โดยมีจำนวนประชากรที่สำรวจทั้งสิ้น 12,374 คน โดยแบบสำรวจมีทั้งแบบออนไลน์และแบบกระดาษ และมีสื่อการสำรวจที่เอื้อประโยชน์กับคนชราและคนพิการ

จากผลการประเมิน พบว่าสถานภาพการเข้าใจดิจิทัล (DL) ของประเทศไทย อยู่ใน “ระดับพื้นฐาน” แสดงให้เห็นว่าบุคคลเข้าใจทฤษฎี หลักการ แนวทางปฏิบัติ ข้อบังคับ กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการใช้ข้อมูลเพื่อสื่อสารในสังคมดิจิทัลที่มีประสิทธิภาพและมีจริยธรรม การใช้งานเครื่องมือดิจิทัล อินเทอร์เน็ต และความสามารถในการประเมินสื่อดิจิทัล และสถานภาพการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศ (MIL) ของประเทศไทยอยู่ใน “ระดับดี” แสดงให้เห็นว่าบุคคลสามารถวิเคราะห์ประเมินคุณค่าและผลกระทบ รวมถึงจัดระบบสื่อและสารสนเทศได้อย่างเหมาะสม

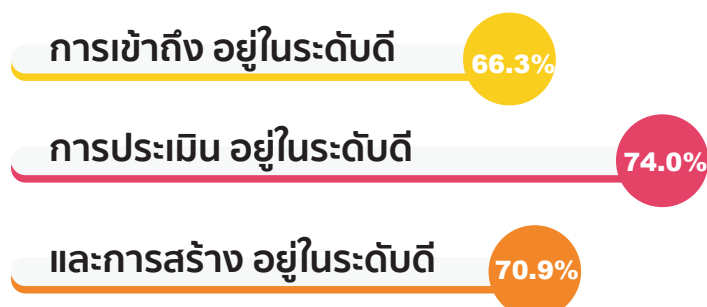
ผลสำรวจสถานภาพการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศของประเทศไทย พบว่ามีคะแนนเฉลี่ยสถานภาพ 68.1 คะแนน ในส่วนสมรรถนะทั้ง 3 ด้าน มีคะแนนเฉลี่ย ดังนี้



ทั้ง 3 สมรรถนะอยู่ในระดับดีทั้งหมด แต่ในรายละเอียดยังมีบางเกณฑ์ประเมินที่ได้ในระดับพื้นฐานและระดับปรับปรุงอยู่จำนวนหนึ่ง ซึ่งหากได้รับการส่งเสริมและพัฒนาก็จะยกระดับสถานภาพการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศของประเทศไทยให้มีศักยภาพดีขึ้นได้

ในปีถัดมา กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ร่วมกับคณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล ได้สำรวจสถานการณ์การรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศและดิจิทัลของประชาชนไทยในเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2563 โดยการสำรวจออนไลน์ มีกลุ่มตัวอย่าง 5,239 คน พบว่าประชาชนไทยมีคะแนนการรู้เท่าทันสื่ออยู่ในระดับดี (70.4%)

การสำรวจแบ่งเป็น 3 ด้าน ได้แก่

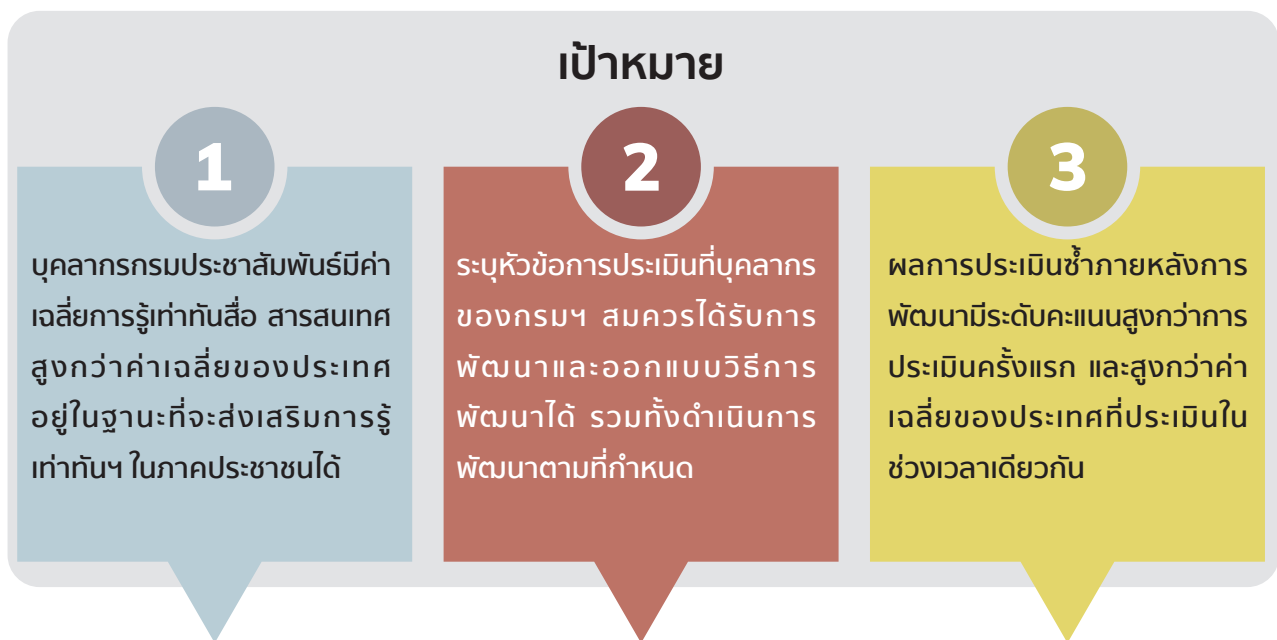


ในแผนแม่บทที่ 10 เรื่อง การปรับเปลี่ยนค่านิยมและวัฒนธรรม แผนย่อยที่ 3 เรื่อง สื่อในสังคมไทยมีความเข้มแข็ง สามารถสร้างภูมิคุ้มกันให้แก่ประชาชนในสังคม ทำให้เกิดสังคมแห่งการเรียนรู้ ปลอดภัย และสร้างสรรค์เพิ่มขึ้น กำหนดให้ระดับของ “การรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศ” เป็นตัวชี้วัดที่กำหนดการบรรลุเป้าหมายของแผนบุคลากรของกรมประชาสัมพันธ์ ซึ่งเป็นหน่วยงานหลักหน่วยงานเดียวที่ต้องรับผิดชอบแผนย่อยนี้ จึงต้องมีความรู้ความเข้าใจในการประเมิน “การรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศ” เพื่อที่จะได้ส่งเสริมและยกระดับการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศของประชาชนกลุ่มเป้าหมายได้ตามระดับที่คาดหวัง

นอกจากนั้น กรมประชาสัมพันธ์ควรประเมินและพัฒนาทักษะด้านดิจิทัลของบุคลากรภาครัฐไปพร้อมกัน เพื่อความพร้อมในการยกระดับองค์กรสู่การเป็นรัฐบาลดิจิทัล

วัตถุประสงค์

1. สสำรวจสถานภาพการรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และดิจิทัล ของบุคลากรกรมประชาสัมพันธ์ เพื่อทราบความพร้อมของกรมฯ ในการรณรงค์เพิ่มระดับการรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศ ของประเทศ
2. เพื่อทำความเข้าใจกับแบบประเมิน/แบบทดสอบการรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และประยุกต์ใช้แบบประเมินกับประชากรกลุ่มเป้าหมายของกรมประชาสัมพันธ์



วิธีดำเนินการ

1. ประสานสำนักงานคณะกรรมการดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ หรือกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ หรือสถาบันการศึกษาที่เคยจัดการประเมิน เพื่อดำเนินการประเมินบุคลากรของกรมประชาสัมพันธ์
2. วิเคราะห์ผลการประเมินและระบุหัวข้อที่บุคลากรของกรมประชาสัมพันธ์สมควรได้รับการพัฒนา
3. ออกแบบวิธีการพัฒนาและดำเนินกิจกรรมเพื่อพัฒนาบุคลากรกลุ่มเป้าหมาย
4. ใช้แบบประเมินเดิมมาประเมินซ้ำในกรมประชาสัมพันธ์ และประเมินประชาชนกลุ่มตัวอย่างทั่วประเทศเพื่อเปรียบเทียบผล

ตัวชี้วัด



โครงการบริหารผลลัพธ์

วัตถุประสงค์

1. เพื่อกำหนดรายละเอียดการดำเนินงาน การมอบหมายและกระจายงานตามแผนปฏิบัติการของกรมฯ ให้เหมาะสมและเกิดประสิทธิผล
2. เพื่อกำกับดูแลให้การดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการของกรมประชาสัมพันธ์เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ
3. เพื่อประเมินผลสัมฤทธิ์ของการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการของกรมประชาสัมพันธ์
4. เพื่อให้มีผู้รับผิดชอบผลงานในภาพรวมของแผนปฏิบัติการของกรมประชาสัมพันธ์

เป้าหมาย

1. มีผู้รับผิดชอบผลสัมฤทธิ์ของการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการของกรมประชาสัมพันธ์
2. มีผู้รับผิดชอบกลุ่มเป้าหมาย/กลยุทธ์ ในการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการของกรมประชาสัมพันธ์
3. มีผู้รับผิดชอบ/ร่วมรับผิดชอบการดำเนินงานและการวัดผล ในทุกตัวชี้วัดของกรมประชาสัมพันธ์
4. มีการวัดผลที่ชัดเจนในทุกเป้าหมาย และทุกกิจกรรม/โครงการ ที่สามารถวัดเป็นร้อยละของความสำเร็จได้
5. สัมฤทธิ์ผลของการดำเนินงานเพิ่มขึ้นทุกปี

วิธีดำเนินการ

1. แต่งตั้งองค์คณะที่นำโดยผู้บริหารระดับสูงเพื่อบริหารผลลัพธ์ของแผนปฏิบัติการราชการระยะ 5 ปี บทบาทหน้าที่ขององค์คณะ :
 - มอบหมายและกระจายงานลงหน่วยงานอย่างเจาะจง เพื่อกระจายกิจกรรมลงหน่วยงานอย่างเหมาะสม
 - กำหนดและออกแบบ แบบฟอร์มเพื่อเก็บข้อมูล และแบบแสดงผลเชิงปริมาณ กำหนดความถี่ในการรวบรวมข้อมูล การประมวลข้อมูลและรายงาน
 - ประเมินความคืบหน้าในการดำเนินงานอยู่เสมอ เทียบกับเป้าหมาย ปรับปรุงวิธีดำเนินงานตามจำเป็น
 - สื่อสารความสำเร็จและแบบอย่างที่ดีในการดำเนินงานตามแผน เพื่อเป็นกำลังใจและเป็นแนวทางให้หน่วยงานต่าง ๆ ภายในกรมประชาสัมพันธ์ ได้เรียนรู้วิธีดำเนินงานที่เกิดประสิทธิผล
2. แต่งตั้งทีมงานระดับกรม รับผิดชอบกลุ่มตัวชี้วัด และผู้รับผิดชอบ/ร่วมรับผิดชอบตัวชี้วัด

3. กำหนดแบบฟอร์ม แบบแสดงผล รายละเอียดของการเก็บข้อมูล และการรายงานข้อมูล
4. กำหนดหน่วยงานที่รับผิดชอบการดำเนินงานในแต่ละรอบ การติดตามและขอบเขตของการดำเนินงาน/การวัดผล
5. ประเมินผลการดำเนินงานเทียบกับเป้าหมาย
6. พัฒนาช่องทางการสื่อสารระดับความสำเร็จในการดำเนินงานภายในกรมประชาสัมพันธ์
7. ปรับปรุงสภาพแวดล้อมและกลวิธีในการดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมายมากขึ้น

ตัวชี้วัด

1. จัดตั้งองค์คณะ ทีมงาน และกำหนดแบบฟอร์ม แบบแสดงผล กำหนดหน่วยงาน ฯลฯ ภายในปีงบประมาณ พ.ศ. 2567
2. องค์คณะมีการประชุมทุก 6 เดือน อยู่เสมอ
3. การมอบหมายให้บางหน่วยงานรับผิดชอบโครงการ/กิจกรรม โดยหมุนเวียนทุก 6 เดือน ไม่น้อยกว่า 4 โครงการ/กิจกรรม ระบุกิจกรรมและรายชื่อหน่วยงาน
4. ผลสัมฤทธิ์ในภาพรวมของการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการราชการระยะ 1 ปี (ผลการสำรวจการรับรู้ข่าวสารของประชาชน) ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2567 – 2570 มีคะแนนดีขึ้นกว่าเดิมทุกปี

โครงการคำนวณต้นทุนการผลิต

ต้นทุนค่าใช้จ่ายในการบริหารบุคลากรและพัฒนาบุคลากรเฉลี่ยต่อคน เป็นตัวชี้วัดผลสัมฤทธิ์ที่สำคัญของการบริหารบุคคล หากมีรายงานต้นทุนรวมและต้นทุนกิจกรรมย่อยเกี่ยวกับบุคลากรของกรมฯ ประจำปี ก็จะสามารรถเปรียบเทียบการเปลี่ยนแปลงต่อปีได้ อีกทั้งหากนำไปเปรียบเทียบกับผลผลิต/ผลลัพธ์ของแต่ละหน่วยงานในกรมฯ ก็จะช่วยวัดประสิทธิภาพการดำเนินงานได้ชัดเจน เป็นข้อมูลเพื่อการตัดสินใจของผู้บริหาร อันเป็นพื้นฐานสำหรับการจัดทำแผนเพิ่มประสิทธิภาพกำลังคน ซึ่งเป็นเกณฑ์สำคัญในการวัดประสิทธิภาพการบริหารบุคคลตามแบบวัดของสำนักงาน ก.พ.

การคำนวณต้นทุนค่าใช้จ่ายในการบริหารบุคลากรและพัฒนาบุคลากร จำเป็นต้องวางอยู่บนพื้นฐานของการคำนวณต้นทุนทางตรงและต้นทุนทางอ้อมของกิจกรรมย่อยต่าง ๆ ตามที่กรมบัญชีกลางได้วางมาตรฐานไว้ตามหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี พ.ศ. 2546 หมวด 4 การบริหารราชการอย่างมีประสิทธิภาพ และเกิดความคุ้มค่าในเชิงภารกิจของรัฐ รวมทั้งได้กำหนดกรอบการดำเนินการไว้ในโปรแกรม GFMIS แล้ว

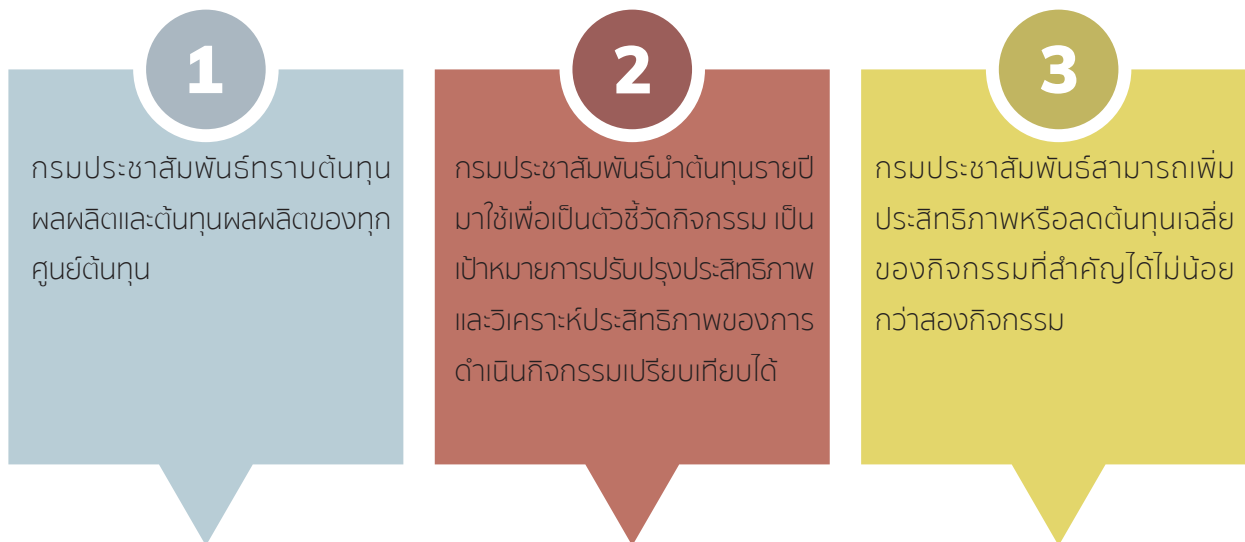
การคำนวณต้นทุนผลผลิตและกิจกรรมย่อย ไม่เพียงแต่จะเป็นประโยชน์ในการบริหารบุคลากรเท่านั้น หากแต่ยังเป็นประโยชน์ต่อกรมประชาสัมพันธ์ซึ่งมีบริการต่าง ๆ แข่งขันกับภาคเอกชนและรัฐวิสาหกิจ เพื่อให้มีข้อมูลที่จำเป็นในการตัดสินใจต่าง ๆ ด้านการลงทุน การบริหาร และการพัฒนา

วัตถุประสงค์

1. สร้างฐานข้อมูลหลักเพื่อผู้บริหารทราบและใช้ประกอบการตัดสินใจเชิงบริหาร
2. บรรลุตามหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี พ.ศ. 2546 หมวด 4 การบริหารราชการอย่างมีประสิทธิภาพ และเกิดความคุ้มค่าในเชิงภารกิจของรัฐ มาตรา 21 ให้ส่วนราชการจัดทำบัญชีต้นทุนในงานบริการสาธารณะแต่ละประเภทขึ้นตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่กรมบัญชีกลางกำหนด

3. มีข้อมูลรองรับการวางแผนใช้งบประมาณและการบริหาร/การพัฒนาบุคลากรอย่างมีประสิทธิภาพ
4. เป็นฐานสำหรับคำนวณค่าบริการให้แก่บุคคลภายนอก

เป้าหมาย



วิธีดำเนินการ

1. จัด Workshop ศึกษาแนวทางการคำนวณต้นทุนการผลิตของงานบริการสาธารณะ และการประยุกต์ใช้กับกรมประชาสัมพันธ์
2. ระบุรายจ่ายที่เป็นต้นทุนและที่ไม่เป็นต้นทุน ที่เป็นต้นทุนทางตรงและที่เป็นต้นทุนทางอ้อม ระบุหน่วยงานหลักและหน่วยงานสนับสนุน กิจกรรมย่อยของหน่วยงานและผลผลิต และสร้างรหัสในระบบ GFMS
3. กำหนดเกณฑ์การปันส่วนต้นทุนทางอ้อม
4. บันทึกข้อมูลในระบบและประมวลผล
5. เปรียบเทียบต้นทุนในแต่ละปีและวิเคราะห์ผล
6. คัดเลือกกิจกรรมที่สำคัญเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพหรือลดต้นทุนเฉลี่ย ใช้ผลการวิเคราะห์เป็นฐานในการกำหนดแนวทางดำเนินการ เมื่อแล้วเสร็จ ประเมินผลสัมฤทธิ์ของการปรับปรุง
7. ใช้ต้นทุนกิจกรรมย่อยเป็นฐานในการวางแผนเชิงบริหาร ด้านการลงทุน การบริหารและพัฒนาบุคลากร ตลอดจนการปรับเปลี่ยนกลวิธีในการดำเนินงานเพื่อให้ใช้งบประมาณได้อย่างมีประสิทธิภาพขึ้น

ตัวชี้วัด

1. ตารางผลการคำนวณ
2. ผลการวิเคราะห์
3. รายงานผลการปรับปรุงกิจกรรม

โครงการวิเคราะห์ปัจจัยความผูกพันของบุคลากร

ใน PMQA 4.0 หมวด 5 การมุ่งเน้นบุคลากร ให้ความสำคัญกับการสร้างวัฒนธรรมการทำงานที่ดีและความร่วมมือ เพื่อให้บุคลากรมีแรงจูงใจ มีความผูกพัน มีวัฒนธรรมการทำงานแบบมืออาชีพ ปฏิบัติงานโดยมุ่งเน้นการสร้างความคุณค่า ยึดมั่นประโยชน์ส่วนรวมและประโยชน์สุขของประชาชน รวมทั้งรักษาและดึงดูดบุคลากรที่มีศักยภาพให้เป็นส่วนหนึ่งขององค์กร และกำหนดให้ส่วนราชการสำรวจและวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันและแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน

การสำรวจความผูกพันของบุคลากรทุกระดับ จึงไม่ใช่เพื่อวัดระดับของความผูกพันเท่านั้น แต่สิ่งสำคัญคือการทำความเข้าใจปัจจัยต่าง ๆ ที่กำหนดระดับความผูกพันของคนกลุ่มต่าง ๆ ในองค์กร เพื่อนำมากำหนดเป็นแผนงานแก้ไข ปัญหาต่าง ๆ เช่น บุคลากรขาดแรงจูงใจในการพัฒนาตนเอง ทำงานโดยไม่คำนึงถึงประโยชน์ของสาธารณชนผู้รับบริการ หรือต้องการออกไปจากหน่วยงาน เพื่อสร้างวัฒนธรรมองค์กร 4.0 ที่ส่งเสริมให้บุคลากรภาครัฐในทุกตำแหน่งงานเรียนรู้เพื่อพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง

วัตถุประสงค์

1. มีแนวทางในการเสริมสร้างความผูกพันต่อองค์กรสำหรับบุคลากรแต่ละกลุ่ม
2. ลดจำนวนการลาออก/โอนออกของบุคลากรที่มีคุณภาพ
3. เป็นองค์กรที่รองรับความหลากหลายและคำนึงถึงบุคลากรทุกกลุ่ม

เป้าหมาย

1. ทราบระดับความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรแต่ละกลุ่ม รวมทั้งปัจจัยที่เป็นสาเหตุ
2. มีแนวทางที่ชัดเจนในการยกระดับความผูกพันต่อองค์กร โดยมีกลุ่มเป้าหมายที่เจาะจง
3. ยกระดับความผูกพันต่อองค์กรในภาพรวมได้ โดยการยกระดับความผูกพันของกลุ่มเป้าหมาย
4. อัตราการลาออก/โอนออกของบุคลากรที่มีคุณภาพลดลง

วิธีดำเนินการ

1. สำรวจอัตราการลาออก/โอนออกของบุคลากรที่มีคุณภาพ (ไม่ใช่ลาออกเนื่องจากสุขภาพ เหตุรับราชการนาน หรืออยู่ในสายอาชีพที่ขาดโอกาสความก้าวหน้า ฯลฯ) รายปีย้อนหลัง ไม่น้อยกว่า 3 ปี
2. สำรวจความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรทั้งหมดของกรมประชาสัมพันธ์ แล้วทำรายงานประมวลผลโดยจำแนกเป็นกลุ่มต่าง ๆ ตามผลของการสำรวจ รวมทั้งวิเคราะห์เชิงปริมาณเพื่อค้นหาต้นน้ำหนักของแต่ละปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อระดับความผูกพันของบุคลากรแต่ละกลุ่ม
3. กำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการยกระดับความผูกพันต่อองค์กร และร่วมกันพิจารณาปัจจัยที่มีน้ำหนักต่อระดับความผูกพันต่อองค์กร เพื่อค้นหาว่าจะปรับปรุงแต่ละปัจจัยได้อย่างไรจึงจะเหมาะสม
4. กำหนดแผนงานปรับปรุงปัจจัยต่าง ๆ โดยอาจจัดทำเป็นโครงการ กิจกรรม หรือวิธีการอื่น เพื่อยกระดับความผูกพันต่อองค์กรของกลุ่มเป้าหมาย
5. สำรวจความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรทั้งหมดของกรมประชาสัมพันธ์อีกครั้ง
6. จัดทำรายงานผลการสำรวจวิเคราะห์ทั้งหมด รวมทั้งกิจกรรม/โครงการที่ได้ดำเนินการและผลลัพธ์ และข้อเสนอแนะการดำเนินงานในอนาคต

ตัวชี้วัด

1

ระดับความผูกพันของกลุ่มเป้าหมาย ครั้งที่ 1 และ ครั้งที่ 2

2

ระดับความผูกพันรวมของบุคลากร ครั้งที่ 1 และ ครั้งที่ 2

3

อัตราการลาออก/โอดออกของบุคลากรที่มีคุณภาพในแต่ละปี

4

รายงานผลการสำรวจผลการดำเนินงานและข้อเสนอแนะ



ประมาณการวงเงินงบประมาณรวม ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2566 - 2570

แผนปฏิบัติการราชการ-โครงการ		วงเงินรวม (บาท)
1. เรื่องการรับฟังเสียงประชาชนทุกภาคส่วน เพื่อนำมาประกอบการพิจารณาและตัดสินใจ		รวม 43,000,000
1.1	โครงการวิจัยขนาดเล็ก (Mini Research)	8,000,000
1.2	โครงการติดตามข้อมูลสื่อสังคมออนไลน์	35,000,000
2. เรื่องการสร้างสังคมที่ประชาชนมีภูมิรู้		รวม 58,000,000
2.1	โครงการ “เครือข่ายคุณภาพ”	3,000,000
2.2	โครงการ “รู้เท่าทัน”	25,000,000
2.3	โครงการเสริมทักษะสื่อมวลชนสำหรับสังคม 5.0	15,000,000
2.4	โครงการประชาสัมพันธ์เพื่อป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย	15,000,000
3. เรื่องการเป็นผู้นำด้านข้อมูลดิจิทัลและเครือข่ายข้อมูล		รวม 12,500,000
3.1	โครงการพัฒนาข้อมูลเปิดภาครัฐของกรมประชาสัมพันธ์	2,500,000
3.2	โครงการศึกษาความเหมาะสม/เตรียมความพร้อมระบบสื่อสารในโลกเสมือนจริง (PRD Metaverse) และการผลิตสื่อบนระบบบล็อกเชน	5,000,000
3.3	โครงการจัดทำแผนพัฒนาดิจิทัลของกรมประชาสัมพันธ์	5,000,000
4. เรื่องการเป็นองค์กรที่มีประสิทธิภาพสูง		รวม 21,250,000
4.1	โครงการสร้างและพัฒนาบุคลากรของกรมประชาสัมพันธ์ ให้รู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และดิจิทัล	15,000,000
4.2	โครงการบริหารผลลัพธ์	500,000
4.3	โครงการคำนวณต้นทุนการผลิต	750,000
4.4	โครงการวิเคราะห์ปัจจัยความผูกพันของบุคลากร	5,000,000
รวมทั้งสิ้น		134,750,000

อภิธานศัพท์

Blockchain Blockchain คือเทคโนโลยีที่ว่าด้วยระบบการเก็บข้อมูลซึ่งไม่มีตัวกลาง (Server) แต่ข้อมูลจะถูกจัดเก็บเป็นไฟล์ที่อ้างอิงต่อกันเป็นห่วงโซ่ (Chain) ในทุกเครื่องที่ร่วมกันยืนยันธุรกรรม โดยทุกเครื่องจะรับทราบร่วมกัน ว่าใครเป็นเจ้าของและมีสิทธิ์ในข้อมูลตัวจริง ทำให้การปลอมแปลงข้อมูลไม่ใช่เรื่องง่าย อีกทั้งไม่มีระบบล่ม

DQA Self-Assessment

แบบประเมินคุณภาพข้อมูลด้วยตนเอง เป็นเครื่องมือวัดผลลัพธ์ข้อมูล (Data Output) ตามมิติคุณภาพข้อมูล (Data Quality) 5 มิติ สำหรับเจ้าของข้อมูล (Data Owner) ได้แก่ (1) ความถูกต้อง (2) ความสอดคล้องกัน (3) ตรงตามความต้องการของผู้ใช้ (4) ความเป็นปัจจุบัน และ (5) ความพร้อมใช้ ตามกระบวนการจัดทำรรมทาบิบาลข้อมูลภาครัฐ เป็นการประเมินตนเอง (Self-Assessment) เบื้องต้น เพื่อให้ทราบว่าข้อมูลภายในหน่วยงานมีคุณภาพมากน้อยเพียงใด และควรปรับปรุงหรือพัฒนาในมิติใดบ้าง เพื่อให้ข้อมูลมีคุณภาพ สามารถนำไปใช้ประโยชน์ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน เพิ่มคุณค่าในการให้บริการ และต่อยอดการพัฒนาของประเทศในมิติต่าง ๆ ได้

Five-force Model

Five-force Model เป็นตัวแบบที่ใช้วิเคราะห์กำลังอำนาจแบบต่าง ๆ ในทางการตลาด ประกอบด้วย พลังอำนาจที่ 1 คือ อุปสรรคที่กีดขวางการเข้าสู่ตลาดแข่งขันของผู้แข่งขันหน้าใหม่ (Barriers to entry or Threat of new entrants) เช่น นโยบายของรัฐที่ทำให้บริษัทหน้าใหม่ไม่สามารถใช้เป็นความได้เปรียบในการเข้าสู่ตลาด การเข้าถึงลูกค้าเสียเปรียบผู้แข่งขันเจ้าเก่าที่อยู่ในตลาดมาก่อน หรือบริษัทหน้าใหม่ต้องใช้เงินลงทุนสูงในการเข้ามาแข่งขันในตลาด การจงรักภักดีของลูกค้าต่อตราหือสินค้าของผู้แข่งขันเจ้าเก่าเป็นอุปสรรคต่อบริษัทหน้าใหม่ พลังอำนาจที่ 2 คือ อำนาจต่อรองของผู้จำหน่าย (The bargaining power of suppliers) ถ้ามีผู้จำหน่ายน้อย อำนาจต่อรองของผู้จำหน่ายจะสูง ทำให้บริษัทต้องใช้ความพยายามมากขึ้นเพื่อให้ได้วัตถุดิบจากผู้จำหน่าย พลังอำนาจที่ 3 คือ อำนาจต่อรองของลูกค้า (The bargaining power of buyers) หากลูกค้ามีน้อยรายและแต่ละคนบริโภคปริมาณมาก ลูกค้าจะมีอำนาจต่อรองสูง สามารถเลือกใช้บริการของใครก็ได้ องค์กร/บริษัทจำเป็นต้องปรับตนเองเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าหาไม่แล้วจะเสียตลาดไป พลังอำนาจที่ 4 คือ ภัยจากสินค้าหรือบริการทดแทน (Threat of substitute products or services) หากสินค้าหรือบริการที่จัดทำขึ้นมาสามารถจัดทำได้ง่าย ใคร ๆ ก็เลียนแบบได้ จะส่งผลให้ราคาตลาดไว้อยากขึ้น และพลังอำนาจที่ 5 คือ ความเข้มข้นของการแข่งขันของผู้เล่นรายเดิมในตลาด (Rivalry among existing firms) การมีคู่แข่งในตลาดมากจะลดโอกาสในการขายสินค้าหรือบริการ

Media and Information Literacy : MIL (การรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศ)

หมายถึง การรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศ คือความสามารถของแต่ละบุคคลในการเข้าถึง เข้าใจ ตีความ ประเมิน สร้างข้อมูลและสื่อในรูปแบบที่หลากหลายด้วยความตระหนักถึงผลกระทบของข้อมูลและสื่อต่าง ๆ ดังกล่าวโดยไม่ถูกรบกวนและสามารถใช้สื่อเป็นประโยชน์ต่อการเรียนรู้และการดำรงชีวิตของทั้งตนเอง ครอบครัว ชุมชน และสังคม ซึ่งเป็นสมรรถนะที่สำคัญของประชาชนในสังคมดิจิทัลซึ่งมีการจัดแบ่งตัวชี้วัด 3 ตัวชี้วัดหลัก ได้แก่ การเข้าถึง การประเมิน และการสร้าง

Metadata (ข้อมูลอภิพันธ์)

หมายถึง ข้อมูลที่ใช้กำกับและอธิบายข้อมูลหลักหรือกลุ่มของข้อมูลอื่น มีรูปแบบที่เจาะจงเพื่อให้ทราบข้อมูลที่เป็นของข้อมูลอื่น เช่น บัตรรายการของห้องสมุด รายละเอียดของ Metadata ที่จำเป็นของ data.go.th ได้แก่ รหัส ID ชื่อหัวเรื่อง บทคัดย่อของข้อมูล Tag หรือ Keyword ข้อมูลเมทาดาตาเป็นรายละเอียดที่จำเป็นอย่างยิ่งสำหรับการบันทึกข้อมูลดิจิทัล เพื่อให้สามารถจัดระบบและช่วยให้ค้นหาข้อมูลที่ต้องการได้จากไฟล์ข้อมูลจำนวนมาก

Metaverse

เป็นการนำคำว่า Meta รวมกับ Verse ได้ความหมายว่าเป็น “จักรวาลอนฤมิต” ตามราชบัณฑิตยสภา

Metaverse เป็นการผสานเทคโนโลยีแห่งโลกเสมือน ที่สร้างสิ่งแวดล้อมของโลกจริง ๆ และเทคโนโลยีเข้าด้วยกัน เพื่อให้ผู้คนเข้ามามีปฏิสัมพันธ์และทำกิจกรรมร่วมกัน ผ่านตัวตนที่เป็นอวตาร (Avatar) ในรูปแบบกราฟิก 3 มิติ แทนเราในการทำกิจกรรมต่าง ๆ ทำให้รู้สึกเหมือนชีวิตจริงมากกว่าโซเชียลมีเดียที่ใช้ในปัจจุบัน

Open Data (ข้อมูลเปิด)

คือ ข้อมูลที่ทุกคนสามารถเข้าถึงเพื่อนำไปใช้ได้โดยอิสระ ตั้งแต่การนำไปใช้โดยตรง การนำกลับมาใช้ใหม่ หรือนำไปเผยแพร่ได้โดยใครก็ตาม โดยเป็นข้อมูลในลักษณะ Open License ที่เปิดให้นำไปใช้ประโยชน์ได้โดยไม่คิดมูลค่าและไม่ต้องขออนุญาตเจ้าของข้อมูล โดยข้อมูลเปิดต้องอยู่ในรูปแบบ Machine-readable Data หรือรูปแบบที่คอมพิวเตอร์สามารถนำไปประมวลผลได้

ข้อมูลจากภาครัฐเป็นแหล่งที่มาสำคัญของข้อมูลเปิด โดยในประเทศไทย ข้อมูลเปิดจากภาครัฐเผยแพร่ตามกำหนด พ.ร.บ. การบริหารงานและการให้บริการภาครัฐผ่านระบบดิจิทัล พ.ศ. 2562 (พ.ร.บ. รัฐบาลดิจิทัล 2562) ที่กำหนดให้หน่วยงานของรัฐจัดทำข้อมูลที่ต้องเปิดเผยตามกฎหมายในรูปแบบข้อมูลดิจิทัลต่อสาธารณะ และต้องให้ประชาชนทั่วไปสามารถเข้าถึงได้อย่างเสรีโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย

ข้อมูลเปิด โดยเฉพาะข้อมูลที่ภาครัฐเป็นผู้จัดเก็บและถูกเผยแพร่ ไม่เพียงสร้างความโปร่งใส แต่ยังผลักดันการสร้างนวัตกรรมที่เป็นประโยชน์ให้กับประชาชน และการมีส่วนร่วมของสังคมได้อีกด้วย เพราะข้อมูลเปิดนั้นสามารถนำไปใช้

ทำการวิจัยค้นคว้าเชิงข้อมูล เป็นเครื่องมือในการตัดสินใจทางธุรกิจ และเป็น วัตถุประสงค์สำคัญในการพัฒนานวัตกรรม

SWOT/TOWS

การวิเคราะห์สภาวะแวดล้อม (SWOT Analysis) เป็นตัวย่อมาจากคำศัพท์ภาษาอังกฤษ 4 คำ ได้แก่ (1) จุดแข็ง (Strengths) หมายถึง ความสามารถและสถานการณ์ภายในองค์กรที่เป็นบวก ซึ่งองค์กรสามารถนำมาใช้ประโยชน์ในการทำงานเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ หรือหมายถึง การดำเนินงานภายในที่องค์กรที่ได้เปรียบสามารถกระทำได้ดี (2) จุดอ่อน (Weakness) หมายถึง สถานการณ์ภายในองค์กรที่เป็นลบและด้วยความสามารถซึ่งองค์กรไม่สามารถนำมาใช้เป็นประโยชน์ในการทำงานเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ หรือหมายถึง การดำเนินงานภายในองค์กรที่ทำได้ไม่ดี (3) โอกาส (Opportunities) หมายถึง ปัจจัยและสถานการณ์ภายนอกที่เอื้ออำนวยให้การทำงานขององค์กรบรรลุวัตถุประสงค์ หรือหมายถึง สภาพแวดล้อมภายนอกที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินการขององค์กร และ (4) อุปสรรค (Threats) หมายถึง ปัจจัยและสถานการณ์ภายนอกที่ขัดขวางการทำงานขององค์กรไม่ให้บรรลุวัตถุประสงค์ หรือหมายถึง สภาพแวดล้อมภายนอกที่เป็นปัญหาต่อองค์กร ส่วน TOWS Matrix (Threats – Opportunity – Weaknesses – Strengths) แสดงให้เห็นว่าปัจจัยภายนอกที่เป็นโอกาสและอุปสรรคที่องค์กรกำลังเผชิญอยู่นั้น สามารถนำมาจับคู่เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบันที่เป็นจุดแข็งและจุดอ่อนขององค์กรโดยเป็นการจัดทำยุทธวิธีที่เป็นทางเลือก 4 ชุด ซึ่งสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการกำหนดยุทธวิธีต่าง ๆ ดังนี้ (1) ยุทธวิธีเชิงรุก (SO-Strategy) เป็นการจับคู่ระหว่างจุดแข็งกับโอกาสเพื่อก่อให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน (2) ยุทธวิธีเชิงป้องกัน (ST-Strategy) เป็นการนำจุดแข็งมาใช้เพื่อป้องกันหรือหลีกเลี่ยงอุปสรรคที่อาจจะเกิดขึ้น (3) ยุทธวิธีเชิงแก้ไข (WO-Strategy) เป็นการนำโอกาสมาใช้แก้ไขจุดอ่อนให้เกิดประโยชน์ต่ออุตสาหกรรม (4) ยุทธวิธีเชิงรับ (WT-Strategy) เป็นการหายุทธวิธีที่จะสามารถกำจัดจุดอ่อนที่จะเกิดขึ้นได้และสามารถป้องกันอุปสรรคได้ด้วยในคราวเดียวกัน



ดาวนโหลด : แผนปฏิบัติราชการกรมประชาสัมพันธ์ ระยะ 5 ปี
(พ.ศ. 2566 - 2570)
กรมประชาสัมพันธ์
สำนักนายกรัฐมนตรื



กรมประชาสัมพันธ์

เลขที่ 9 ซอยอารีย์สัมพันธ์ ถนนพระราม 6 แขวงพญาไท เขตพญาไท กรุงเทพฯ 10400
โทรศัพท์ 02 6182 323 ต่อ 1527
<https://www.prd.go.th>



ดาวน์โหลด : แผนปฏิบัติการราชการกรมประชาสัมพันธ์ ระยะ 5 ปี
(พ.ศ. 2566 - 2570)
กรมประชาสัมพันธ์
สำนักนายกรัฐมนตรื