

แผนปฏิบัติการ กรมประชาสัมพันธ์ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2567



สำนักพัฒนานโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์
กรมประชาสัมพันธ์

สารบัญ

บทสรุปผู้บริหาร 5

โครงสร้างการบริหารงาน 8

อำนาจหน้าที่ ภารกิจ 9

ข้อมูลด้านบุคลากร 12

ความสอดคล้องกับแผน 3 ระดับ 13

ความสอดคล้องกับเป้าหมาย SDGs 17

สาระสำคัญของแผนปฏิบัติราชการ 18

เรื่องที่ 1 การรับฟังเสียงประชาชนทุกภาคส่วน
เพื่อนำมาประกอบการพิจารณาและตัดสินใจ 19

เรื่องที่ 2 การสร้างสังคมที่ประชาชนมีภูมิรู้ 21

เรื่องที่ 3 การเป็นผู้นำด้านข้อมูลดิจิทัล
และเครือข่ายข้อมูล 25

เรื่องที่ 4 การเป็นองค์กรที่มีประสิทธิภาพสูง 27

ข้อมูลด้านงบประมาณ 29

การขับเคลื่อนแผนฯสู่การปฏิบัติ 32

ภาคผนวก 36



บทสรุปผู้บริหาร

กรมประชาสัมพันธ์เป็นหน่วยงานหลักในการประชาสัมพันธ์ของภาครัฐ มีวิสัยทัศน์ มุ่งสู่การเป็นองค์การที่ได้รับความเชื่อถือด้านข้อมูลข่าวสาร เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชน และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศ มี 4 พันธกิจสำคัญเพื่อการประชาสัมพันธ์นโยบายของภาครัฐที่มีประสิทธิภาพ ได้แก่

- 1) มีบทบาทนำในการกำหนดประเด็นความคิดสำคัญในการสื่อสารประชาสัมพันธ์ เพื่อประโยชน์ของประเทศชาติและประชาชน
- 2) ประชาสัมพันธ์นโยบายภาครัฐสู่กลุ่มเป้าหมายทั้งในและต่างประเทศ และสะท้อนความคิดเห็นจากประชาชนสู่รัฐ อีกทั้งสร้างและพัฒนาเครือข่ายเพื่อการสื่อสารประชาสัมพันธ์ประเด็นความคิดสำคัญอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนบริหารจัดการสื่อเครือข่ายและอุปกรณ์ทั้งปวงที่จำเป็นในการปฏิบัติภารกิจนี้
- 3) เป็นองค์การหลักในการบริหารจัดการข้อมูลและข่าวสารทั้งปวงในการสื่อสารประชาสัมพันธ์อย่างมีประสิทธิภาพ ถูกต้อง และนำไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาชาติและพัฒนาสังคมได้
- 4) เป็นที่ปรึกษาหลักด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์ให้แก่หน่วยงานภาครัฐเพื่อประโยชน์ของประเทศชาติและประชาชน

กรมประชาสัมพันธ์ได้จัดทำแผนปฏิบัติการระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566 – 2570) ตามพระราชกฤษฎีกาว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี พ.ศ. 2546 และพระราชกฤษฎีกาว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2562 มาตรา 16 กำหนดให้ส่วนราชการจัดทำแผนปฏิบัติการของส่วนราชการนั้น โดยให้เป็นแผน 5 ปี ที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ แผนการปฏิรูปประเทศ แผนพัฒนาเศรษฐกิจแห่งชาติ นโยบายของคณะรัฐมนตรี แผนการขับเคลื่อนการปฏิบัติงานของหน่วยงานภาครัฐสู่การบริหารราชการ 4.0 และแผนอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง และในแต่ละปีงบประมาณ ให้ส่วนราชการจัดทำแผนปฏิบัติการประจำปีเสนอต่อรัฐมนตรีเพื่อให้ความเห็นชอบ

เพื่อให้การดำเนินงานตามภารกิจของกรมประชาสัมพันธ์เป็นไปตามแผน และเพื่อให้ประชาชนชาวไทยในทุกพื้นที่เข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่เชื่อถือได้และเป็นประโยชน์ กรมประชาสัมพันธ์จึงจัดทำแผนปฏิบัติการกรมประชาสัมพันธ์ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2567 เพื่อพัฒนาขีดความสามารถในการเผยแพร่ข้อมูลในรูปแบบต่าง ๆ ผ่านสื่อทุกช่องทาง และพัฒนาการนำเสนอประเด็นเนื้อหาสำคัญที่จำเป็นต่อการพัฒนาศักยภาพของประชาสัมพันธ์ ส่งเสริมคุณภาพชีวิต โดยการสำรวจความต้องการบริโภคข่าวสารของประชาชนในทุกกลุ่มเป้าหมาย ประสบผลสำเร็จตามเป้าหมายและมีประสิทธิภาพ เพื่อเป็นกรอบแนวทางในการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์ข้างต้น

แผนปฏิบัติการกรมประชาสัมพันธ์ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2567 ประกอบด้วย 4 เรื่อง ได้แก่

1 แผนปฏิบัติการ เรื่อง การรับฟังเสียงประชาชนทุกภาคส่วน เพื่อนำมาประกอบการพิจารณาและตัดสินใจ

มีเป้าหมายเพื่อเข้าใจทิศทางแนวโน้มความสนใจและพฤติกรรมผู้บริโภคข่าวสารและนำความเข้าใจนั้นมาใช้ในการวางแผนการวางแผนและตัดสินใจ

เป้าประสงค์

- นำข้อมูลความต้องการบริโภคข่าวสารของประชาชน และข้อมูลการประเมินผลมาจัดทำแผนบริหารประเด็นการประชาสัมพันธ์
- นำข้อมูลจากการติดตามสถานการณ์ปัจจุบัน ประเด็นเร่งด่วน พฤติกรรมผู้บริโภคข้อมูลข่าวสารในขณะนั้น มาจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์

โครงการสำคัญ การวิจัยขนาดเล็ก (Mini Research) ซึ่งดำเนินการผ่านโครงการสำรวจความต้องการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของประชาชน โครงการขับเคลื่อนการสื่อสารภาครัฐเพื่อปลูกฝังค่านิยมและวัฒนธรรม โครงการประเมินผลการดำเนินการของกรมประชาสัมพันธ์ และการติดตามข้อมูลสื่อสังคมออนไลน์ ดำเนินการผ่านโครงการบริหารจัดการข้อมูลข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์

2 แผนปฏิบัติการ เรื่อง การสร้างสังคมที่ประชาชนมีภูมิรู้

มีเป้าหมายให้กรมประชาสัมพันธ์เข้าถึงประชาชนกลุ่มเป้าหมายด้วยการสื่อสารในหลายรูปแบบและช่องทาง เพื่อให้ประชาชนมีภูมิรู้ในการใช้ชีวิตอย่างปลอดภัยและรู้เท่าทันข้อเท็จจริง

เป้าประสงค์

- ประชาชนในทุกพื้นที่ได้รับข่าวสารที่ถูกต้องและสร้างสรรค์ นำข้อมูลไปใช้ประโยชน์และพัฒนาคุณภาพชีวิตในทุกมิติ
- เพื่อให้ประชาชนสามารถนำข่าวสารการป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยไปใช้ประโยชน์ เตรียมพร้อมรับมือสถานการณ์ต่างๆ
- สร้างเครือข่ายใหม่และพัฒนาเครือข่ายเดิม ให้เป็นเครือข่ายที่มีคุณภาพด้านการประชาสัมพันธ์
- ส่งเสริมและสนับสนุนให้บุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชน มีศักยภาพที่เหมาะสมกับยุคดิจิทัลและงานด้านประชาสัมพันธ์

โครงการสำคัญ การสร้างการรู้เท่าทัน ดำเนินการผ่านโครงการสร้างการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศ และโครงการประชาสัมพันธ์ตามภารกิจยุทธศาสตร์ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2567 ทั้งด้านในประเทศและต่างประเทศ การประชาสัมพันธ์เพื่อป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย ดำเนินการผ่านโครงการประชาสัมพันธ์เพื่อป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย การสร้างและพัฒนาเครือข่ายคุณภาพ ดำเนินการผ่านโครงการสร้างและพัฒนาเครือข่ายประชาสัมพันธ์เพื่อบริการข้อมูลข่าวสารไปสู่ประชาชน และการเสริมทักษะสื่อมวลชนสำหรับสังคม 5.0 ดำเนินการผ่านโครงการเสริมทักษะวิชาชีพด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชนที่เหมาะสมกับยุคดิจิทัล

3 แผนปฏิบัติการ เรื่อง การเป็นผู้นำด้านข้อมูลดิจิทัลและเครือข่ายข้อมูล

มีเป้าหมายให้กรมประชาสัมพันธ์ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยเพื่อบริหารข้อมูลข่าวสารและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคข้อมูลข่าวสารดิจิทัลคุณภาพสูง

เป้าประสงค์

1. เพื่อให้กรมประชาสัมพันธ์มีชุดข้อมูลเปิดที่ถูกต้อง ครบถ้วน ทันสมัย พร้อมใช้งาน
2. เพื่อนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการบริหารข้อมูลข่าวสารและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคข่าวสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ
3. นำเทคโนโลยีมาใช้ในการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ และเตรียมความพร้อมสู่การเปลี่ยนผ่านสู่รัฐบาลดิจิทัล

โครงการสำคัญ การจัดทำแผนพัฒนาดิจิทัลของกรมประชาสัมพันธ์ ซึ่งดำเนินการผ่านโครงการปรับปรุงและพัฒนาสารสนเทศเพื่อการบริหารจัดการ การพัฒนาข้อมูลเปิดภาครัฐของกรมประชาสัมพันธ์ ดำเนินการผ่านโครงการพัฒนาชุดข้อมูลเปิดภาครัฐกรมประชาสัมพันธ์ และการศึกษาความเหมาะสม/เตรียมความพร้อมระบบสื่อสารในโลกเสมือนจริง (PRD Metaverse) และการผลิตสื่อแบบบล็อกเชน ดำเนินการผ่านโครงการพัฒนาความมั่นคงปลอดภัยระบบสารสนเทศกรมประชาสัมพันธ์

4 แผนปฏิบัติการ เรื่อง การเป็นองค์กรที่มีประสิทธิภาพสูง

มีเป้าหมายให้กรมประชาสัมพันธ์มีบุคลากรที่มีศักยภาพเพียงพอต่อการบรรลุเป้าหมายองค์กร 4.0 ส่วนราชการมีข้อมูล เพื่อใช้ในการปรับปรุงการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพสูง และมีกลไกในการบริหารผลสัมฤทธิ์การปฏิบัติราชการตามแผน

เป้าประสงค์

1. พัฒนากิจกรรมที่จำเป็นสำหรับการปฏิบัติงานอย่างมืออาชีพสำหรับบุคลากรกรมประชาสัมพันธ์
2. กำกับ ติดตาม และประเมินการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการและแผนงานงบประมาณ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2567
3. ข้าราชการและเจ้าหน้าที่กรมประชาสัมพันธ์มีความมุ่งมั่นที่จะเป็นข้าราชการที่ดี
4. กรมประชาสัมพันธ์มีโครงสร้างพื้นฐานการออกอากาศตามหลักเกณฑ์ที่ กสทช. กำหนด

โครงการสำคัญ การสร้างและพัฒนาบุคลากรของกรมประชาสัมพันธ์ให้รู้เท่าทันสื่อสารสนเทศและดิจิทัล ดำเนินการผ่านโครงการพัฒนาบุคลากรกรมประชาสัมพันธ์ โครงการพัฒนาระบบการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลของกรมประชาสัมพันธ์ โครงการสัมมนาและฝึกอบรมบุคลากรกรมประชาสัมพันธ์ การบริหารผลสัมฤทธิ์ ดำเนินการผ่านโครงการจัดทำและบริหารแผนปฏิบัติการและแผนงานงบประมาณ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2567/2568 การคำนวณต้นทุนผลผลิต ดำเนินการผ่านโครงการบริหารจัดการด้านบัญชี การวิเคราะห์ปัจจัยความผูกพันของบุคลากร ดำเนินการผ่านโครงการเสริมสร้างแรงจูงใจของบุคลากรและบริหารกำลังคนคุณภาพกรมประชาสัมพันธ์ โครงการเสริมสร้างวินัยและส่งเสริมจริยธรรมบุคลากรกรมประชาสัมพันธ์ และการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านการออกอากาศในระบบดิจิทัล ดำเนินการผ่านโครงการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานโครงข่ายโทรคมนาคมระบบดิจิทัลเพื่อการสื่อสาร



โครงสร้างการบริหารงานของกรมประชาสัมพันธ์

อธิบดีกรมประชาสัมพันธ์

รองอธิบดีกรมประชาสัมพันธ์

รองอธิบดีกรมประชาสัมพันธ์

รองอธิบดีกรมประชาสัมพันธ์

หน่วยตรวจสอบภายใน

กลุ่มพัฒนาระบบบริหาร

ราชการบริหารส่วนกลาง

สถานีวิทยุกระจายเสียง
แห่งประเทศไทย

สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย

สำนักข่าว

กองการเจ้าหน้าที่

กองคลัง

สำนักพัฒนาการประชาสัมพันธ์

สำนักพัฒนานโยบาย
และแผนการประชาสัมพันธ์

สำนักการประชาสัมพันธ์ต่างประเทศ

ราชการบริหารส่วนภูมิภาค

สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัด
76 จังหวัด

ราชการบริหารส่วนกลางในภูมิภาค

สำนักประชาสัมพันธ์เขต 1 - 8

สำนักส่งเสริมและพัฒนางานเทคนิค

ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศ
การประชาสัมพันธ์

สำนักงานเลขานุการกรม

กองกฎหมายและระเบียบ



อำนาจหน้าที่และภารกิจ

กรมประชาสัมพันธ์มีภารกิจเกี่ยวกับการเป็นศูนย์กลางการประชาสัมพันธ์ภาครัฐ เพื่อให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์เป็นไปอย่างเป็นระบบโดยการเสนอแนะนโยบายด้านการประชาสัมพันธ์ให้กับรัฐบาลและส่วนราชการต่าง ๆ และดำเนินการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ประชาชนมีโอกาสรับรู้ เกิดความรู้ความเข้าใจ สามารถใช้ข้อมูลข่าวสารของรัฐในการพัฒนาคุณภาพชีวิตและมีส่วนร่วมในการพัฒนาประเทศ รวมทั้งเกิดภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศไทย โดยจัดโครงสร้างส่วนราชการ และการแบ่งงานภายใน ดังนี้

สำนักงานเลขานุการกรม

- ดำเนินการเกี่ยวกับการบริหารงานทั่วไป และปฏิบัติงานสารบรรณของกรม
- ดำเนินการเกี่ยวกับงานอำนวยการ และงานเลขานุการของกรม
- ดำเนินการเกี่ยวกับงานประชาสัมพันธ์และเผยแพร่กิจกรรมของกรม

กองการเจ้าหน้าที่

- ดำเนินการเกี่ยวกับการจัดระบบงานและบริหารงานบุคคลของกรม
- ดำเนินการเกี่ยวกับการฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรของกรม

กองคลัง

- ดำเนินการเกี่ยวกับการเงิน การบัญชี การบริหารงบประมาณ การพัสดุ อาคารสถานที่ และยานพาหนะของกรม
- ปฏิบัติงานร่วมกับหรือสนับสนุนการปฏิบัติงานของหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องหรือที่ได้รับมอบหมาย

กองกฎหมายและระเบียบ

- ดำเนินการเกี่ยวกับงานด้านกฎหมายตามกฎหมายว่าด้วยวิฤกษ์กระจายเสียงและวิฤกษ์โทรทัศน์และกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง
- ดำเนินการเกี่ยวกับงานนิติกรรมและสัญญางานเกี่ยวกับความรับผิดชอบทางแพ่งอาญา งานคดีปกครอง และงานคดีอื่นที่อยู่ในอำนาจของกรม

ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศกรมประชาสัมพันธ์

- เป็นศูนย์กลางด้านข้อมูลข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ของรัฐ
- พัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศด้านการประชาสัมพันธ์ของรัฐ
- พัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศด้านการประชาสัมพันธ์และการบริหาร
- วางแผนและพัฒนาระบบงานคอมพิวเตอร์ของกรมประชาสัมพันธ์
- ให้การสนับสนุนทางวิชาการด้านคอมพิวเตอร์แก่ส่วนราชการของกรม

สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย

- ดำเนินงานประชาสัมพันธ์โดยใช้วิทยุกระจายเสียงเพื่อเผยแพร่นโยบายของรัฐ ข่าวสาร และการดำเนินงานของหน่วยงานของรัฐ ตลอดจนส่งเสริมความเข้าใจอันดีระหว่างหน่วยงานของรัฐกับประชาชน
- สนับสนุนและส่งเสริมการศึกษาและการเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมทางวิทยุกระจายเสียงทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อประโยชน์แก่ความมั่นคงและเพื่อเสริมสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับการปกครองระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์เป็นประมุข

สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย

- ดำเนินงานประชาสัมพันธ์โดยใช้วิทยุโทรทัศน์และเผยแพร่นโยบายของรัฐ ข่าวสาร และการดำเนินงานของหน่วยงานของรัฐ ตลอดจนส่งเสริมความเข้าใจอันดีระหว่างหน่วยงานของรัฐ และประชาชน
- สนับสนุนส่งเสริมการศึกษาและการเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมทางวิทยุโทรทัศน์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อประโยชน์แก่ความมั่นคง และเพื่อเสริมสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับการปกครองระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข

สำนักการประชาสัมพันธ์ต่างประเทศ

- ศึกษา วิเคราะห์บทความ ความเห็น ทรรศนะ ท่าทีของชาวต่างประเทศ หรือรัฐบาลต่างประเทศที่มีต่อประเทศไทย
- ดำเนินการประชาสัมพันธ์ด้านต่างประเทศ
- ประสานความร่วมมือกับต่างประเทศหรือองค์การระหว่างประเทศด้านการประชาสัมพันธ์
- พัฒนาสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ต่างประเทศ รวมทั้งให้บริการข้อมูลเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ต่างประเทศ

สำนักข่าว

- ดำเนินงานด้านการข่าวและงานกองบรรณาธิการข่าว ทั้งที่เป็นข่าวภายในประเทศ และข่าวต่างประเทศ เพื่อนำเสนอทางวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และสิ่งพิมพ์
- เป็นศูนย์รวมด้านข่าว รวมทั้งจัดระบบการบริหารการจัดการและพัฒนาคุณภาพด้านการข่าว
- ให้บริการแลกเปลี่ยนข่าวกับหน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชน

สำนักประชาสัมพันธ์เขต 1 - 8

- กำกับดูแลการปฏิบัติงานของสถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ระดับภูมิภาค
- ประสานการดำเนินงานด้านนโยบายและแผนงานระหว่างหน่วยงานของกรมในราชการบริหารส่วนกลางกับราชการบริหารส่วนภูมิภาค
- ดำเนินการฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์ ตลอดจนให้คำปรึกษาทางวิชาการด้านดังกล่าวให้กับหน่วยงานของรัฐ

สำนักพัฒนาการประชาสัมพันธ์

- ศึกษา วิเคราะห์ ติดตามสถานการณ์ ประเมินสถานการณ์ จัดทำแผนและกำหนดเนื้อหาสาระเพื่อดำเนินการประชาสัมพันธ์
- ส่งเสริม สนับสนุน ประสานความร่วมมือการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ทั้งหน่วยงานภายในและภายนอกกรม
- พัฒนาบุคลากรและสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของรัฐ

สำนักพัฒนานโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์

- ศึกษา วิเคราะห์ วิจัย สำรวจ และตรวจสอบประชาติด้านการประชาสัมพันธ์ เพื่อเป็นข้อมูลในการเสนอแนะกรอบทิศทาง แผนกลยุทธ์ มาตรการในการกำหนดนโยบายด้านการประชาสัมพันธ์ของรัฐ
- จัดทำแผนงานและประสานแผน รวมทั้งติดตาม เร่งรัด และประเมินผลการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานภาครัฐ
- ดำเนินการเกี่ยวกับการจัดทำแผนงานและแผนงบประมาณของกรม

สำนักส่งเสริมและพัฒนางานเทคนิค

- วางแผน กำกับ และดูแลการออกแบบและการพัฒนาระบบการสื่อสารและเครื่องมือการสื่อสารรวมทั้งกำหนดมาตรฐานตลอดจนประสานงานด้านวิศวกรรมเกี่ยวกับวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ระหว่างประเทศ
- ควบคุมการจัดตั้งสถานีวิทยุกระจายเสียงและสถานีวิทยุโทรทัศน์รวมทั้งระบบสื่อสารเครือข่ายวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ของกรมประชาสัมพันธ์
- ให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการซ่อมบำรุงสถานี เครื่องมือ และอุปกรณ์การสื่อสารของกรมประชาสัมพันธ์
- เป็นศูนย์กลางในการบริหารจัดการเกี่ยวกับพัสดุ อุปกรณ์และเครื่องมือที่เกี่ยวข้องกับวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ เพื่อให้การสนับสนุนหน่วยงานของกรมประชาสัมพันธ์

สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัด

- จัดทำแผนการปฏิบัติการและดำเนินการประชาสัมพันธ์ของจังหวัด ให้สอดคล้องกับแผนงานประชาสัมพันธ์ของรัฐและแผนพัฒนาจังหวัด
- ดำเนินการเผยแพร่ข้อมูลและให้บริการข้อมูลข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ของจังหวัด
- ประสานให้คำปรึกษาและให้การช่วยเหลือด้านการประชาสัมพันธ์แก่หน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชนในจังหวัด



ข้อมูลด้านบุคลากร

บุคลากร รวมทั้งสิ้น 3,045 คน

ข้าราชการ	2,066	คน
ลูกจ้างประจำ	99	คน
พนักงานราชการ	554	คน
ลูกจ้างชั่วคราว	326	คน



ความสอดคล้องกับแผน 3 ระดับ

ตามนัยของมติคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 4 ธันวาคม 2560



ยุทธศาสตร์ชาติที่ 3 ด้านการพัฒนา และ เสริมสร้างศักยภาพ ทรัพยากรมนุษย์

(1) เป้าหมาย คนไทยเป็นคนดี คนเก่ง มีคุณภาพ พร้อมสำหรับวิถีชีวิต
ในศตวรรษที่ 21

(2) ประเด็นยุทธศาสตร์ การปรับเปลี่ยนค่านิยมและวัฒนธรรม ประเด็นที่ 4.1.6
การใช้สื่อและสื่อสารมวลชนในการปลูกฝังค่านิยมและวัฒนธรรมของคนในสังคม
โดยส่งเสริมให้สื่อและสื่อสารมวลชนปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่ออย่างเคร่งครัด
จัดเวลาและพื้นที่ออกอากาศให้แก่สื่อสร้างสรรค์ในช่วงเวลาที่มีผู้ชมมากที่สุด
รวมทั้งส่งเสริมการใช้สื่อออนไลน์และเครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างสร้างสรรค์
นำเสนอตัวอย่างการมีคุณธรรม จริยธรรม และการมีจิตสาธารณะ เพื่อปลูกฝัง
คุณธรรม จริยธรรม และค่านิยมที่พึงประสงค์

(3) การบรรลุเป้าหมายตามยุทธศาสตร์ชาติ

แผนปฏิบัติการการกรมประชาสัมพันธ์ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2567
เป็นแผนระดับที่ 3 มีเป้าหมายเพื่อขับเคลื่อนการสื่อสารประชาสัมพันธ์ข่าวสารภาครัฐ
ให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ มีความทันสมัยทันต่อสถานการณ์ปัจจุบัน
ดำรงในกรอบจรรยาบรรณสื่อ ตลอดจนพัฒนาวิธีการเข้าถึงความต้องการและ
ความคาดหวังของสาธารณชนกลุ่มต่างๆ เพื่อให้ประชาชนชาวไทยเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร
ที่ถูกต้อง น่าเชื่อถือ สร้างสรรค์ ส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพชีวิต ส่งเสริม
การมีคุณธรรม จริยธรรม และการมีจิตสาธารณะในสังคม เพื่อสร้างสังคมแห่งคนดี
คนเก่ง มีคุณภาพ สามารถพัฒนาสังคมและประเทศชาติต่อไป



2.1 แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ประเด็นที่ 10 การปรับเปลี่ยนค่านิยมและวัฒนธรรม



(1) เป้าหมายระดับประเด็นของแผน

เป้าหมาย คนไทยมีคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยมที่ดีงาม และมีความรักและภูมิใจในความเป็นไทยมากขึ้น นำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ในการดำรงชีวิต สังคมไทย มีความสุขและเป็นที่ยอมรับของนานาประเทศมากขึ้น

การบรรลุเป้าหมายตามแผนแม่บทฯ แผนปฏิบัติการกรมประชาสัมพันธ์ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2567 สนับสนุนแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติประเด็นที่ 10 โดยมีเป้าหมายให้ประชาชนรับรู้ เข้าใจ เชื่อมั่นในข้อมูลข่าวสาร สามารถนำมาพัฒนาคุณภาพชีวิตให้ดำรงในความถูกต้อง และขยายผลสู่สังคมแห่งการเรียนรู้ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการปลูกฝังค่านิยมและวัฒนธรรมอันดีงาม ส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรม สร้างความรักความภูมิใจในความเป็นชาติ และสนับสนุนการนำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ในการดำรงชีวิต อันนำไปสู่สังคมที่ประชาชนมีภูมิรู้ มีความสุข และเป็นที่ยอมรับของประชาคมโลก

(2) แผนย่อยของแผนแม่บท การใช้สื่อและสื่อสารมวลชนในการปลูกฝังค่านิยมและวัฒนธรรมของคนในสังคม แนวทางการพัฒนา

1) พัฒนาสื่อสร้างสรรค์ โดยจัดเวลาและพื้นที่ออกอากาศสื่อกระแสหลักให้แก่สื่อสร้างสรรค์ รวมทั้งการส่งเสริมการใช้สื่อออนไลน์และเครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างสร้างสรรค์ เพื่อนำเสนอตัวอย่างของการมีคุณธรรม จริยธรรมและการมีจิตอาสา จิตสาธารณะ เพื่อปลูกฝังคุณธรรม จริยธรรม และค่านิยมที่พึงประสงค์ สร้างความรับรู้ ความเข้าใจในบทบาท สิทธิ และหน้าที่การเป็นพลเมืองที่ดีให้กับประชาชนทั่วไป โดยเฉพาะในกลุ่มเด็ก

2) พัฒนาสื่อเผยแพร่ เพื่อส่งเสริมให้สื่อและสื่อสารมวลชนปฏิบัติงานบนเสรีภาพของสื่อควบคู่ไปกับจรรยาบรรณสื่ออย่างเคร่งครัดและมีความรับผิดชอบต่อสังคม พัฒนาเนื้อหาสาระที่เป็นข้อเท็จจริงและมีคุณภาพสูง รวมทั้งเสริมสร้างภูมิคุ้มกัน ให้ความรู้ในการเลือกรับปรับใช้สื่อหรือการรู้เท่าทันสื่อและสื่อออนไลน์แก่เด็ก เยาวชน และประชาชนทั่วไป ตลอดจนการเฝ้าระวังการบริโภคสื่อที่เหมาะสม

3) พัฒนาระบบโครงสร้างเครือข่ายด้านข้อมูลเพื่อเป็นช่องทางให้ประชาชน สามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร ที่ถูกต้อง มีคุณภาพ และเชื่อถือได้

เป้าหมายของแผนย่อย สื่อในสังคมไทยมีความเข้มแข็ง สามารถสร้างภูมิคุ้มกันให้แก่ประชาชนในสังคม ทำให้เกิดสังคมแห่งการเรียนรู้ ปลอดภัย และสร้างสรรค์เพิ่มขึ้น

การบรรลุเป้าหมายตามแผนย่อยของแผนแม่บทฯ แผนปฏิบัติการกรมประชาสัมพันธ์ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2567 มีแนวทางในการบรรลุเป้าหมายตามแผนย่อยของแผนแม่บท 10.3 โดยเสริมสร้างศักยภาพของสื่อ ให้สามารถสร้างภูมิรู้ให้แก่คนในสังคม มีจรรยาบรรณสื่อและมีความรับผิดชอบต่อสังคม ทำให้เกิดสังคมแห่งการเรียนรู้ ที่ประชาชนสามารถรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศ โดยการใช้สื่อสร้างสรรค์ทุกรูปแบบเพื่อสื่อสารสร้างความรู้ความเข้าใจ แก่ประชาชน ส่งเสริมให้มีช่องทางในการตรวจสอบข้อเท็จจริง รู้จักเฝ้าระวังและป้องกันตนเองจากภัยออนไลน์ในรูปแบบต่าง ๆ ได้อย่างถูกต้อง และสร้างความตระหนักถึงผลที่จะเกิดขึ้นจากการแชร์/ส่งต่อข้อมูล โดยมีค่าเป้าหมายสถานการณ์ การรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศ (Media and Information Literacy: MIL) กลุ่มเป้าหมายไม่ต่ำกว่า 82.05 คะแนน และค่าเป้าหมายรับรู้ เข้าใจ เชื่อมั่นในข้อมูลข่าวสารยุทธศาสตร์ชาติ และนโยบายของรัฐบาลที่เผยแพร่ผ่านสื่อ ของกรมประชาสัมพันธ์ และนำไปใช้ประโยชน์ ร้อยละ 87.20

2.2 แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13



แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 เป็นการกำหนดแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ เพื่อให้ประชาชนมีชีวิตและความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น วางเป้าหมายหลักของการพัฒนาไว้ 5 ประการ ได้แก่

- (1) การปรับโครงสร้างภาคการผลิตและบริการสู่เศรษฐกิจฐานนวัตกรรม
- (2) การพัฒนาคนสำหรับโลกยุคใหม่
- (3) การมุ่งสู่สังคมแห่งโอกาสและความเป็นธรรม
- (4) การเปลี่ยนผ่านการผลิตและบริการไปสู่ความยั่งยืน
- (5) การเสริมสร้างความสามารถของประเทศในการรับมือกับการเปลี่ยนแปลงและความเสี่ยงภายใต้บริบทโลกใหม่

แบ่งออกเป็น 13 หมวดหมายการพัฒนา โดยหมวดหมายที่สอดคล้องกับแผนปฏิบัติการราชการกรมประชาสัมพันธ์ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2567 มีดังนี้

🎯 หมวดหมายที่ 6 ไทยเป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะ และอุตสาหกรรมดิจิทัลของอาเซียน

- (1) เป้าหมาย : เศรษฐกิจดิจิทัลภายในประเทศมีการขยายตัวเพิ่มขึ้น
- (2) กลยุทธ์การพัฒนา : อุตสาหกรรมดิจิทัลในประเทศที่สามารถแข่งขันได้

🎯 หมวดหมายที่ 12 ไทยมีกำลังคนสมรรถนะสูง มุ่งเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง ตอบโจทย์การพัฒนาแห่งอนาคต

(1) เป้าหมาย : คนไทยได้รับการพัฒนาอย่างเต็มศักยภาพในทุกช่วงวัย มีสมรรถนะที่จำเป็นสำหรับโลกยุคใหม่ มีคุณลักษณะตามบรรทัดฐานที่ดีของสังคม มีคุณธรรม จริยธรรม และมีภูมิคุ้มกัน ต่อการเปลี่ยนแปลงอย่างพลิกโฉมดับพลันของโลก สามารถดำรงชีวิตร่วมกันในสังคมได้ อย่างสงบสุข

- (2) กลยุทธ์การพัฒนา : คนไทยทุกช่วงวัยได้รับการพัฒนาในทุกมิติ

🎯 หมวดหมายที่ 13 ไทยมีภาครัฐที่ทันสมัย มีประสิทธิภาพ และตอบโจทย์ประชาชน

- (1) เป้าหมาย : ภาครัฐที่มีขีดสมรรถนะสูง คล่องตัว
- (2) กลยุทธ์การพัฒนา : การปรับเปลี่ยนภาครัฐเป็นรัฐบาลดิจิทัลที่ใช้ข้อมูลในการบริหารจัดการ

เพื่อการพัฒนาประเทศ

การบรรลุเป้าหมาย แผนปฏิบัติการราชการกรมประชาสัมพันธ์ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2567 ประกอบด้วยแผนปฏิบัติการ จำนวน 4 เรื่อง โดยเรื่องที่ 2 การสร้างสังคมที่ประชาชนมีภูมิรู้ มีแนวทางในการบรรลุเป้าหมาย คือ การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีเนื้อหาที่ถูกต้อง สร้างสรรค์ น่าสนใจ ตรงกลุ่มเป้าหมาย และเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อกรมประชาสัมพันธ์และเครือข่ายทุกช่องทาง สามารถเข้าถึงประชาชนทุกกลุ่มในทุกพื้นที่ทั่วประเทศ โดยมีค่าเป้าหมายในงบประมาณ พ.ศ. 2567 คือ กลุ่มเป้าหมาย รับรู้ เข้าใจ เชื่อมั่นในข้อมูลข่าวสารยุทธศาสตร์ชาติ และนโยบายของรัฐบาลที่เผยแพร่ผ่านสื่อของกรมประชาสัมพันธ์ และนำไปใช้ประโยชน์ ร้อยละ 87.20 ซึ่งแผนเรื่องดังกล่าวสอดคล้องกับหมวดหมายที่ 6 และ 12 ขณะที่แผนปฏิบัติการฯ เรื่องที่ 3 การเป็นผู้นำด้านข้อมูลดิจิทัลและเครือข่ายข้อมูล มีแนวทางในการบรรลุเป้าหมาย คือ การใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในการบริหารข้อมูลข่าวสารและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคข่าวสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีค่าเป้าหมายในงบประมาณ พ.ศ. 2567 คือ การวางแผน จัดทำ และนำแผนพัฒนาดิจิทัลกรมประชาสัมพันธ์สู่การปฏิบัติ เพื่อให้กรมประชาสัมพันธ์สามารถใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย เพื่อบริหารบริการข้อมูลข่าวสารตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคข้อมูลข่าวสารดิจิทัลคุณภาพสูง อันสอดคล้องกับหมวดหมายที่ 13

2.3 นโยบายและแผนระดับชาติ ว่าด้วยความมั่นคงแห่งชาติ พ.ศ. 2566 - 2570



นโยบายและแผนความมั่นคงที่ 1 การเสริมสร้างความมั่นคงของสถาบันหลักของชาติ

เป้าหมายที่ 1 การธำรงรักษาไว้ซึ่งสถาบันพระมหากษัตริย์

ผลสัมฤทธิ์ การสร้างพื้นที่พุดคุยอย่างสันติ ส่งเสริมการแลกเปลี่ยนมุมมอง และเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจ เพื่อให้เกิดความตระหนักถึงความสำคัญของสถาบันพระมหากษัตริย์

ตัวชี้วัด การจัดทำชุดข้อมูลองค์ความรู้เกี่ยวกับสถาบันพระมหากษัตริย์ และเผยแพร่ตามช่องทางประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ เพิ่มขึ้นอย่างน้อยร้อยละ 5 จากผลการดำเนินงานของปีที่ผ่านมา

กลยุทธ์หลักที่ 1 การปกป้องและเชิดชูสถาบันพระมหากษัตริย์

กลยุทธ์ย่อยที่ 1.2 ส่งเสริมการจัดทำและเผยแพร่ชุดข้อมูลความรู้เกี่ยวกับสถาบันพระมหากษัตริย์พระราชประวัติ พระราชกรณียกิจ โครงการพระราชดำริ หลักการทรงงาน แก่เด็ก เยาวชน และประชาชนทั่วไป โดยมุ่งเน้นการจัดทำสื่อที่มีความทันสมัย มีการเผยแพร่ในหลายช่องทาง รวมถึงมีการจัดทำระบบการบริหารจัดการชุดข้อมูลระหว่างส่วนราชการ ภาคเอกชน และภาคประชาชน โดยเฉพาะการเข้ามามีส่วนร่วมของเด็กและเยาวชน

นโยบายและแผนความมั่นคงที่ 5 การป้องกันและแก้ไขปัญหายังจังหวัดชายแดนภาคใต้

เป้าหมายที่ 3 ประชาชนมีความเชื่อมั่นต่อการแก้ไขปัญหายังจังหวัดชายแดนภาคใต้

ผลสัมฤทธิ์ การยอมรับและตระหนักถึงคุณค่าของการอยู่ร่วมกันบนความแตกต่างหลากหลาย

ตัวชี้วัด การสร้างความเชื่อมั่นต่อการป้องกันและแก้ไขปัญหายังจังหวัดชายแดนภาคใต้อย่างน้อยร้อยละ 80 ภายในปี 2570

กลยุทธ์หลักที่ 4 การเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการของภาครัฐ และการประสานความร่วมมือกับภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในการป้องกันและแก้ไขปัญหายังจังหวัดชายแดนภาคใต้

กลยุทธ์ย่อยที่ 4.2 เสริมสร้างความรับรู้ให้กับสังคมภายในและภายนอกพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ให้มีความเข้าใจต่อสถานการณ์ โดยมีการประชาสัมพันธ์เชิงรุกอย่างบูรณาการด้วยการป้องกันแก้ไขการนำเสนอข้อมูลที่อาจก่อให้เกิดความขัดแย้งในสังคม การชี้แจงและทำความเข้าใจต่อสถานการณ์ในพื้นที่และแนวนโยบายของภาครัฐแก่ประชาชนในพื้นที่ สังคมในพื้นที่ และต่างประเทศ ตลอดจนเร่งรัดการชี้แจงกรณีที่เป็นประเด็นความห่วงกังวลที่เกิดขึ้นทั้งในและต่างประเทศ ได้อย่างทันท่วงทีการเสริมสร้างความตระหนักของหน่วยงานภาครัฐต่อประเด็นที่มีนัยละเอียดอ่อนและเป็นที่น่าสนใจของประชาคมระหว่างประเทศ เพื่อหลีกเลี่ยงการสื่อสารที่บิดเบือนข้อเท็จจริงและก่อให้เกิดความเข้าใจที่คลาดเคลื่อน

3.1 แผนการป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยแห่งชาติ พ.ศ. 2566 – 2570

- กรมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กระทรวงมหาดไทย

3.2 แผนปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ พ.ศ. 2566 - 2570

- กรมประชาสัมพันธ์ สำนักนายกรัฐมนตรี

3.3 แผนพัฒนารัฐบาลดิจิทัลของประเทศไทย พ.ศ. 2566 - 2570

- สำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล (องค์การมหาชน) สำนักนายกรัฐมนตรี



ความสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) แห่งสหประชาชาติ

-



สาระสำคัญแผนปฏิบัติการกรมประชาสัมพันธ์ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2567

ภาพรวม

วิสัยทัศน์

กรมประชาสัมพันธ์เป็นองค์การที่ได้รับความเชื่อถือด้านข้อมูลข่าวสารเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชน และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศ

พันธกิจ

- 1) มีบทบาทนำในการกำหนดประเด็นความคิดสำคัญในการสื่อสารประชาสัมพันธ์ เพื่อประโยชน์ของประเทศชาติ และประชาชน
- 2) ประชาสัมพันธ์นโยบายภาครัฐสู่กลุ่มเป้าหมายทั้งในและต่างประเทศ และสะท้อนความคิดเห็นจากประชาชน สู่รัฐ อีกทั้งสร้างและพัฒนาเครือข่ายเพื่อการสื่อสารประชาสัมพันธ์ประเด็นความคิดสำคัญอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนบริหารจัดการสื่อ เครือข่าย และอุปกรณ์ ทั้งปวงที่จำเป็นในการปฏิบัติภารกิจนี้
- 3) เป็นองค์การหลักในการบริหารจัดการข้อมูลและข่าวสารทั้งปวงในการสื่อสารประชาสัมพันธ์ อย่างมีประสิทธิภาพ ถูกต้อง และนำไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาชาติและพัฒนาสังคมได้
- 4) เป็นที่ปรึกษาหลักด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์ให้แก่หน่วยงานภาครัฐ เพื่อประโยชน์ของประเทศชาติ และประชาชน

วัตถุประสงค์การจัดทำแผน

แผนปฏิบัติการกรมประชาสัมพันธ์ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2567 มีวัตถุประสงค์เพื่อให้การดำเนินงาน และการบริหารงานของกรมประชาสัมพันธ์เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีแผนปฏิบัติการฯ เป็นเครื่องมือช่วยผลักดัน สนับสนุน ขับเคลื่อนนโยบายสู่การปฏิบัติให้เกิดการทำงานร่วมกันตามยุทธศาสตร์การพัฒนากำหนดไว้

เป้าหมายและตัวชี้วัดรวม

- 1) ประชาชนชาวไทยในทุกพื้นที่ ได้เข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่เชื่อถือได้และเป็นประโยชน์
- 2) กลุ่มเป้าหมาย รับรู้ เข้าใจ เชื่อมั่นในข้อมูลข่าวสารยุทธศาสตร์ชาติ และนโยบายของรัฐบาลที่เผยแพร่ผ่านสื่อ ของกรมประชาสัมพันธ์และนำไปใช้ประโยชน์ ร้อยละ 87.20



1

การรับฟังเสียงประชาชนทุกภาคส่วน เพื่อนำมาประกอบการพิจารณาและตัดสินใจ

1) เป้าหมาย เข้าใจทิศทางแนวโน้มความสนใจและพฤติกรรมบริโภคข่าวสาร และนำความเข้าใจนั้นมาใช้ในกระบวนการวางแผนและตัดสินใจ

2) เป้าประสงค์

2.1 นำข้อมูลความต้องการบริโภคข่าวสารของประชาชน และข้อมูลการประเมินผล การจัดทำแผนบริหารประเด็นการประชาสัมพันธ์

กลยุทธ์ การสำรวจความต้องการการบริโภคข่าวสารของประชาชนกลุ่มเป้าหมายและสำรวจความคิดเห็นเพื่อประเมินผลการดำเนินงาน

แนวทางการพัฒนา สำรวจความต้องการบริโภคข่าวสารของประชาชน โดยกระจายพื้นที่เพื่อให้ครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งอาจไม่ใช่ผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ในชีวิตประจำวัน เพื่อจัดทำข้อเสนอแนะในการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ และสำรวจความคิดเห็นเพื่อประเมินผลการดำเนินงานให้สามารถพัฒนาการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพด้วยเครื่องมือที่เหมาะสม

ตัวชี้วัด ผลการสำรวจ/รายงานการวิจัยความต้องการและพฤติกรรมการบริโภคข้อมูลข่าวสารของประชาชนกลุ่มเป้าหมาย และนำไปใช้ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ อย่างน้อย 2 เรื่อง/ครั้ง

โครงการสำคัญ การวิจัยขนาดเล็ก (Mini Research) ซึ่งดำเนินการผ่านโครงการสำรวจความต้องการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของประชาชน โครงการขับเคลื่อนการสื่อสารภาครัฐเพื่อปลูกฝังค่านิยมและวัฒนธรรมโครงการประเมินผลการดำเนินงานของกรมประชาสัมพันธ์

2.2 นำข้อมูลจากการติดตามสถานการณ์ปัจจุบัน ประเด็นเร่งด่วน พฤติกรรมการบริโภค ข้อมูลข่าวสารในขณะนั้น มาจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์

กลยุทธ์ การติดตาม มอนิเตอร์ ข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ และการบริหารประเด็นผ่านการประชุมคณะกรรมการบริหารศูนย์ข้อมูลข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์ (Information Operation Center : IOC)

แนวทางการพัฒนา ติดตามการแสดงความคิดเห็นในสื่อสาธารณะออนไลน์ และทราบบรรยากาศทางความคิดของกลุ่มเป้าหมายทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อวิเคราะห์ว่าประเด็นสำคัญ ๆ ในช่วงเวลาต่าง ๆ ถูกกล่าวถึงในสื่อสังคมออนไลน์ใดบ้าง และกล่าวถึงด้วยอารมณ์แง่บวกหรือแง่ลบอย่างไร ผู้มีอิทธิพลทางสังคมในประเด็นต่าง ๆ คือใคร ทั้งนี้เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับการวางแผนและตัดสินใจในการเลือกใช้สื่อและกำหนดประเด็นการประชาสัมพันธ์ให้ทันต่อกัน

ตัวชี้วัด

1. ความสำเร็จในการจัดการแก้ไขปัญหาลูกข่าย ข่าวเชิงลบที่ทำให้เกิดความเข้าใจผิดในเชิงลบต่อการสื่อสารประเด็นข่าวภาครัฐ ลดลงร้อยละ 75 ต่อจำนวนข่าวปลอมและข่าวเชิงลบที่ค้นพบ

2. รายงานผลภาพลักษณ์ของประเทศไทยในสื่อสังคมออนไลน์ในต่างประเทศ จำนวน 12 รายงาน/ปี

โครงการสำคัญ การติดตามข้อมูลสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งดำเนินการโครงการบริหารจัดการข้อมูลข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์

2

การสร้างสังคมที่ประชาชนมีภูมิรู้

1) เป้าหมาย เข้าถึงประชาชนกลุ่มเป้าหมายด้วยการสื่อสารในหลายรูปแบบและช่องทาง เพื่อให้ประชาชนมีภูมิรู้เพื่อการใช้ชีวิตอย่างปลอดภัยและรู้เท่าทันข้อเท็จจริง

2) เป้าประสงค์

2.1 สร้างเครือข่ายใหม่และพัฒนาเครือข่ายเดิมให้เป็นเครือข่ายที่มีคุณภาพด้านการประชาสัมพันธ์

กลยุทธ์ การอบรมสัมมนา พัฒนาศักยภาพเครือข่ายการประชาสัมพันธ์

แนวทางการพัฒนา พัฒนาความร่วมมือกับเครือข่ายสื่อที่มีคุณภาพ มีบันทึกสถิติต่าง ๆ เพื่อการอ้างอิงได้โดยใช้แพลตฟอร์มข้อมูลข่าว

ตัวชี้วัด

1. พัฒนาศักยภาพและทักษะการเป็นเครือข่ายประชาสัมพันธ์คุณภาพให้แก่เครือข่ายประชาสัมพันธ์ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการขยายผลการประชาสัมพันธ์ จำนวน 1 ครั้ง/เรื่อง

2. แสวงหาและสร้างเครือข่ายประชาสัมพันธ์ใหม่ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการขยายผลการประชาสัมพันธ์

โครงการสำคัญ การสร้างและพัฒนาเครือข่ายคุณภาพ ซึ่งดำเนินการผ่านโครงการสร้างและพัฒนาเครือข่ายประชาสัมพันธ์เพื่อบริการข้อมูลข่าวสารไปสู่ประชาชน

2.2 ประชาชนในทุกพื้นที่ได้รับข่าวสารที่ถูกต้องและสร้างสรรค์ นำข้อมูลไปใช้ประโยชน์และพัฒนาคุณภาพชีวิตในทุกมิติ

กลยุทธ์ ผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ให้ตรงกลุ่มเป้าหมาย ผลิตเนื้อหาประชาสัมพันธ์ที่ถูกต้องและสร้างสรรค์ ตรงกลุ่มเป้าหมาย มีความน่าสนใจ น่าติดตาม ผ่านสื่อกรมประชาสัมพันธ์และเครือข่ายทุกช่องทาง

แนวทางการพัฒนา ใช้ทุกช่องทางการสื่อสารประชาสัมพันธ์เพื่อเข้าถึงประชาชนทุกเพศทุกวัย เพื่อสื่อเนื้อหาสาระที่เป็นประโยชน์

ตัวชี้วัด ผู้บริโภคข่าวสารกลุ่มเป้าหมายสามารถรับรู้ เข้าใจ เชื่อมั่นในข้อมูลข่าวสารของกรมประชาสัมพันธ์ ร้อยละ 87.20 ของกลุ่มเป้าหมาย

โครงการสำคัญ การสร้างการ “รู้เท่าทัน” ซึ่งดำเนินการผ่านโครงการสร้างการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศ โครงการประชาสัมพันธ์เพื่อธำรงไว้ซึ่งสถาบันหลักของชาติ (ชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์) โครงการประชาสัมพันธ์การรักษาสิ่งแวดล้อมเพื่อสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีอย่างยั่งยืน โครงการประชาสัมพันธ์เพื่อแก้ไขปัญหาแรงงาน การค้ามนุษย์ และการพัฒนาเพื่อยกระดับแรงงาน โครงการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการเกษตร เศรษฐกิจฐานราก เขตเศรษฐกิจพิเศษ และ SMEs โครงการประชาสัมพันธ์สร้างการตระหนักรู้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม และการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ โครงการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมและขยายผลนโยบายภาครัฐ ยุทธศาสตร์ชาติ

และเรื่องสื่อสารสำคัญของประเทศ โครงการประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างสุขภาวะที่ดี โครงการประชาสัมพันธ์ประชาคมอาเซียนและความร่วมมือกับภูมิภาคอื่น ๆ โครงการประชาสัมพันธ์ด้านต่างประเทศ โครงการประชาสัมพันธ์การต่อต้านการทุจริตและประพฤติมิชอบ โครงการสร้างความเข้าใจประชาชนทั้งในและนอกพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ โครงการประชาสัมพันธ์เตรียมความพร้อมเพื่อรองรับสังคมสูงวัย โครงการเสริมสร้างงานประชาสัมพันธ์และให้บริการสื่อประชาสัมพันธ์ ผ่านพีพียักษ์ หอจดหมายเหตุ และห้องสมุดแผ่นเสียง โครงการผลิตและเผยแพร่สื่อโทรทัศน์ระดับภูมิภาคเพื่อสร้างการเข้าถึงและรับรู้ข้อมูลข่าวสารอย่างทั่วถึง โครงการ PRD Band ดนตรีสร้างสุข โครงการดำเนินงานด้านข่าวโทรทัศน์และวิทยุกระจายเสียง โครงการผลิตรายการโทรทัศน์เพื่อสร้างสังคมที่ประชาชนมีภูมิรู้ โครงการสร้างและพัฒนาช่องทางการประชาสัมพันธ์เพื่อสาธารณประโยชน์ โครงการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อภาษาอังกฤษ โครงการความร่วมมือระหว่างประเทศ โครงการส่งเสริมและเปิดโอกาสให้ผู้พิการเข้าถึง รับรู้ และใช้ประโยชน์จากรายการโทรทัศน์

2.3 ส่งเสริมและสนับสนุนให้บุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อมวลชน มีศักยภาพที่เหมาะสมกับยุคดิจิทัลและงานด้านประชาสัมพันธ์

กลยุทธ์ จัดทำหลักสูตร/จัดอบรม เพื่อเพิ่มศักยภาพด้านการสื่อสารในยุคดิจิทัลให้กับบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อมวลชน อาทิ หลักสูตรรู้เท่าทันสื่อ หลักสูตรนักประชาสัมพันธ์และสื่อของรัฐ (PR Change Agent Project) โดยสถาบันการประชาสัมพันธ์ เป็นต้น

แนวทางการพัฒนา จัดทำความร่วมมือ/MOU กับหน่วยงานสถาบันการศึกษาเพื่อพัฒนาหลักสูตร PR Change Agent Project และจัดการเรียนการสอนหลักสูตร PR Change Agent Project

ตัวชี้วัด

ความสำเร็จของการพัฒนาทักษะการปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อมวลชน

โครงการสำคัญ การเสริมทักษะสื่อมวลชนสำหรับสังคม 5.0 ซึ่งดำเนินการผ่านโครงการเสริมทักษะวิชาชีพด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อมวลชนที่เหมาะสมกับยุคดิจิทัล

2.4 เพื่อให้ประชาชนสามารถนำข่าวสารการป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยไปใช้ประโยชน์ เตรียมพร้อมรับมือสถานการณ์ต่างๆ

กลยุทธ์ ประชาสัมพันธ์ให้ความรู้เกี่ยวกับการเตรียมรับมือกับความเสี่ยงด้านสาธารณภัยต่าง ๆ และดำเนินงานผ่านศูนย์ข้อมูลข่าวสารร่วม (Joint Information Center : JIC) เชื่อมโยงกับหน่วยที่ปฏิบัติงานด้านการป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย

แนวทางการพัฒนา พัฒนาขีดความสามารถในการสื่อสารประชาสัมพันธ์เพื่อป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย

ตัวชี้วัด

1. ประชาชนกลุ่มเป้าหมายมีความรู้ ความเข้าใจในข้อมูลการป้องกัน เตรียมพร้อมรับมือภัยจากสาธารณภัย

2. ความสำเร็จของการดำเนินงานศูนย์ข้อมูลข่าวสารร่วม (Joint Information Center : JIC) เพื่อร่วมปฏิบัติงานร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง

โครงการสำคัญ โครงการประชาสัมพันธ์เพื่อป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย

แผนผลิตและงบประมาณ

โครงการ	ผลผลิต	งบประมาณ	ระยะเวลาดำเนินงาน
โครงการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างไว้ซึ่งสถาบันหลักของชาติ (ชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์)	1,710	5,700,000	ต.ค. 66 - ก.ย. 67
โครงการประชาสัมพันธ์การรักษาสิ่งแวดล้อมเพื่อสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีอย่างยั่งยืน	78	1,000,000	ต.ค. 66 - ก.ย. 67
โครงการประชาสัมพันธ์เพื่อแก้ไขปัญหาแรงงานการค้ามนุษย์ และการพัฒนาเพื่อยกระดับแรงงาน	148	1,000,000	ต.ค. 66 - ก.ย. 67
โครงการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการเกษตร เศรษฐกิจฐานรากเขตเศรษฐกิจพิเศษ และ SMEs	128	1,000,000	ต.ค. 66 - ก.ย. 67
โครงการประชาสัมพันธ์สร้างการตระหนักรู้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ	439	5,500,000	ต.ค. 66 - ก.ย. 67
โครงการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมและขยายผลนโยบายภาครัฐ ยุทธศาสตร์ชาติ และเรื่องสื่อสารสำคัญของประเทศ	3,432	3,840,000	ต.ค. 66 - ก.ย. 67
โครงการประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างสุขภาวะที่ดี	144	2,000,000	ต.ค. 66 - ก.ย. 67
โครงการประชาสัมพันธ์ป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย	939	2,900,000	ต.ค. 66 - ก.ย. 67
โครงการประชาสัมพันธ์ประชาคมอาเซียนและความร่วมมือกับภูมิภาคอื่น ๆ	492	4,801,500	ต.ค. 66 - ก.ย. 67
โครงการประชาสัมพันธ์ด้านต่างประเทศ	435	7,000,000	ต.ค. 66 - ก.ย. 67
โครงการสร้างการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศ	465	3,000,000	ต.ค. 66 - ก.ย. 67
โครงการประชาสัมพันธ์การต่อต้านการทุจริตและประพฤติมิชอบ	298	3,200,000	ต.ค. 66 - ก.ย. 67
โครงการสร้างความเข้าใจประชาชนทั้งในและนอกพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้	3,117	11,708,300	ต.ค. 66 - ก.ย. 67
โครงการประชาสัมพันธ์เตรียมความพร้อมเพื่อรองรับสังคมสูงวัย	1,331	3,264,500	ต.ค. 66 - ก.ย. 67
โครงการดำเนินงานด้านข่าวโทรทัศน์และวิทยุกระจายเสียง	7,434	107,134,700	ต.ค. 66 - ก.ย. 67
โครงการสร้างและพัฒนาช่องทางการประชาสัมพันธ์เพื่อสาธารณประโยชน์	174	1,800,000	ต.ค. 66 - ก.ย. 67
โครงการสร้างและพัฒนาเครือข่ายประชาสัมพันธ์ เพื่อบริการข้อมูลข่าวสารไปสู่ประชาชน	1	840,000	ต.ค. 66 - ก.ย. 67
โครงการผลิตรายการโทรทัศน์เพื่อสร้างสังคมที่มีภูมิรัฐ	262	2,000,000	ต.ค. 66 - ก.ย. 67
โครงการเสริมสร้างงานประชาสัมพันธ์และให้บริการสื่อประชาสัมพันธ์ผ่านพืชรภัณฑ์ หอจดหมายเหตุ และห้องสมุดผ่านเสียง	10	400,000	ต.ค. 66 - ก.ย. 67
โครงการผลิตและเผยแพร่สื่อโทรทัศน์ระดับภูมิภาคเพื่อสร้างการเข้าถึงและรับรู้ข้อมูลข่าวสารอย่างทั่วถึง	300	6,300,000	ต.ค. 66 - ก.ย. 67

แผนผลิตและงบประมาณ (ต่อ)

โครงการ	ผลผลิต	งบประมาณ	ระยะเวลาดำเนินงาน
โครงการ PRD Band ดนตรีสร้างสุข	48	600,000	ต.ค. 66 - ก.ย. 67
โครงการเสริมทักษะวิชาชีพด้านการประชาสัมพันธ์ และสื่อสารมวลชนที่เหมาะสมกับยุคดิจิทัล	3	2,100,000	ต.ค. 66 - ก.ย. 67
โครงการส่งเสริมและเปิดโอกาสให้ผู้พิการเข้าถึง รับรู้ และใช้ประโยชน์จากรายการโทรทัศน์	165	7,700,000	ต.ค. 66 - ก.ย. 67
โครงการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อภาษาอังกฤษ	264	6,000,000	ต.ค. 66 - ก.ย. 67
โครงการความร่วมมือระหว่างประเทศ	5	1,983,400	ต.ค. 66 - ก.ย. 67





การเป็นผู้นำด้านข้อมูลดิจิทัล และเครือข่ายข้อมูล

1) เป้าหมาย กรมประชาสัมพันธ์ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยเพื่อบริหารข้อมูลข่าวสารและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคข้อมูลข่าวสารคุณภาพสูง

2) เป้าประสงค์

2.1 เพื่อให้กรมประชาสัมพันธ์มีชุดข้อมูลเปิดที่ถูกต้อง ครบถ้วน ทันสมัย พร้อมใช้งาน

กลยุทธ์ การจัดทำชุดข้อมูล (Data Set) และนำเข้าสู่ระบบบัญชีข้อมูลภาครัฐ (GD Catalog)

แนวทางการพัฒนา จัดทำระบบบริหารข้อมูลที่มีประสิทธิภาพสูง รวมทั้งบุคลากร ที่มีความสามารถในการจัดการระบบข้อมูล เพื่อจัดทำข้อมูลเปิดสาธารณะที่มีคุณภาพและเพียงพอต่อการใช้งานในระดับการประมวลผลด้วยคอมพิวเตอร์

ตัวชี้วัด ความสำเร็จการจัดทำชุดข้อมูลและการพัฒนาระบบการจัดเก็บและเปิดเผยข้อมูลข่าวสารภาครัฐ อยู่ในระดับ 3 ตามเกณฑ์ประเมินคุณภาพข้อมูลของกรอบธรรมาภิบาลข้อมูลภาครัฐ (Data Governance Framework)

โครงการสำคัญ โครงการพัฒนาข้อมูลเปิดภาครัฐของกรมประชาสัมพันธ์

2.2 เพื่อนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการบริหารข้อมูลข่าวสารและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคข่าวสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ

กลยุทธ์ จัดทำแผนการรักษาความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ของกรมประชาสัมพันธ์

แนวทางการพัฒนา จัดทำแนวทางการรักษาความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ของกรมประชาสัมพันธ์ ร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และทดสอบระบบความปลอดภัยของเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของกรมประชาสัมพันธ์ ตามวิธีการรักษาความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ พร้อมประเมินผลระดับความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์

ตัวชี้วัด ความสำเร็จของการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยและเหมาะสมมาใช้ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ เพื่อตอบสนองความต้องการผู้บริโภค

โครงการสำคัญ การศึกษาความเหมาะสม/เตรียมความพร้อมระบบสื่อสารในโลกเสมือนจริง (PRD Metaverse) และการผลิตสื่อแบบบล็อกเชน ซึ่งดำเนินการผ่านโครงการพัฒนาความมั่นคงปลอดภัยระบบสารสนเทศ กรมประชาสัมพันธ์

2.3 นำเทคโนโลยีมาใช้ดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์

กลยุทธ์ ดำเนินงานตามแผนพัฒนาดิจิทัลของกรมประชาสัมพันธ์

แนวทางการพัฒนา ศึกษาและพัฒนาแผนพัฒนาดิจิทัลของกรมประชาสัมพันธ์ตามแนวทางของสำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล (องค์การมหาชน)

ตัวชี้วัด ความสำเร็จการวางแผน จัดทำ และนำแผนพัฒนาดิจิทัลกรมประชาสัมพันธ์สู่การปฏิบัติ

โครงการสำคัญ การจัดทำแผนพัฒนาดิจิทัลของกรมประชาสัมพันธ์ ซึ่งดำเนินการผ่านโครงการปรับปรุงและพัฒนาสารสนเทศเพื่อการบริหารจัดการ

แผนผลิตและงบประมาณ

โครงการ	ผลผลิต	งบประมาณ	ระยะเวลาดำเนินงาน
โครงการพัฒนาความมั่นคงปลอดภัยระบบสารสนเทศกรมประชาสัมพันธ์	18	1,000,000	ต.ค. 66 - ก.ย. 67
โครงการพัฒนาชุดข้อมูลเปิดภาครัฐกรมประชาสัมพันธ์	17	200,000	ต.ค. 66 - ก.ย. 67



4

การเป็นองค์กรที่มีประสิทธิภาพสูง

1) เป้าหมาย กรมประชาสัมพันธ์มีบุคลากรที่มีศักยภาพเพียงพอต่อการบรรลุเป้าหมายองค์กร 4.0 และส่วนราชการมีข้อมูลเพื่อใช้ในการปรับปรุงการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพสูง และมีกลไกในการบริหารผลสัมฤทธิ์การปฏิบัติราชการตามแผน

2) เป้าประสงค์

2.1 พัฒนาทักษะที่จำเป็นสำหรับการปฏิบัติงานอย่างมืออาชีพสำหรับบุคลากรกรมประชาสัมพันธ์

กลยุทธ์ จัดทำหลักสูตรฝึกอบรมและกิจกรรมเพื่อพัฒนาบุคลากรกรมประชาสัมพันธ์

แนวทางการพัฒนา ร่วมมือกับสถาบันพัฒนาวิชาชีพเพื่อพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมและกิจกรรมเพื่อพัฒนาบุคลากรกรมประชาสัมพันธ์

ตัวชี้วัด ความสำเร็จของการพัฒนาหลักสูตร/กิจกรรม เพื่อพัฒนาทักษะการปฏิบัติงานของบุคลากรกรมประชาสัมพันธ์

โครงการสำคัญ การสร้างและพัฒนาบุคลากรของกรมประชาสัมพันธ์ให้รู้เท่าทันสื่อสารสนเทศ และดิจิทัล ซึ่งดำเนินการผ่านโครงการพัฒนาบุคลากรกรมประชาสัมพันธ์ โครงการพัฒนาระบบการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลของกรมประชาสัมพันธ์ โครงการสัมมนาและฝึกอบรมบุคลากรกรมประชาสัมพันธ์

2.2 กำกับ ติดตาม และประเมินการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการและแผนงานงบประมาณ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2567

กลยุทธ์

1. จัดทำและบริหารแผนปฏิบัติการ และแผนงานงบประมาณ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2567/2568
2. วางแผนการดำเนินงานเพื่อเตรียมพร้อมในการจัดทำบัญชีต้นทุนผลผลิต

แนวทางการพัฒนา

1. ประชุมติดตาม และประเมินผลการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2567/2568
2. ศึกษาวิธีการ ระเบียบ และกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการจัดทำบัญชีต้นทุนผลผลิตของส่วนราชการ

ตัวชี้วัด

1. ความสำเร็จของการจัดทำและบริหารแผนราชการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2567
2. ความสำเร็จในการจัดทำบัญชีต้นทุนต่อหน่วยและการพัฒนางานด้านการเงินและบัญชี

โครงการสำคัญ การบริหารผลสัมฤทธิ์ ซึ่งดำเนินการผ่านโครงการจัดทำและบริหารแผนปฏิบัติการ และแผนงานงบประมาณ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2567/2568 และ การคำนวณต้นทุนผลผลิต ซึ่งดำเนินการโครงการบริหารจัดการด้านบัญชี

2.3 ข้าราชการและเจ้าหน้าที่กรมประชาสัมพันธ์มีความมุ่งมั่นที่จะเป็นข้าราชการที่ดี

กลยุทธ์ จัดกิจกรรมส่งเสริมจริยธรรมบุคลากรกรมประชาสัมพันธ์

แนวทางการพัฒนา สำนวจความต้องการของบุคลากรกรมประชาสัมพันธ์เพื่อวิเคราะห์การจัดกิจกรรมที่เหมาะสมกับการส่งเสริมจริยธรรม

ตัวชี้วัด

1. ความสำเร็จของการส่งเสริมและพัฒนาในระดับความผูกพันกับองค์กรของบุคลากรกรมประชาสัมพันธ์
2. รายงานผลการสำรวจ/การวิจัย ความผูกพันองค์กรของบุคลากรกรมประชาสัมพันธ์

โครงการสำคัญ การวิเคราะห์ปัจจัยความผูกพันของบุคลากร ซึ่งดำเนินการผ่านโครงการเสริมสร้างแรงจูงใจของบุคลากรและบริหารกำลังคนคุณภาพกรมประชาสัมพันธ์ โครงการเสริมสร้างวินัยและส่งเสริมจริยธรรมบุคลากรกรมประชาสัมพันธ์

2.4 กรมประชาสัมพันธ์มีโครงสร้างพื้นฐานการออกอากาศตามหลักเกณฑ์ที่ กสทช. กำหนด

กลยุทธ์ ตรวจสอบ ควบคุม กำกับดูแล การให้บริการโครงข่ายและสิ่งอำนวยความสะดวกด้านกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ การออกอากาศของผู้ให้บริการโครงข่ายโทรทัศน์เป็นไปตามกฎหมาย ของ กสทช. และการให้บริการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

แนวทางการพัฒนา ประสานความร่วมมือกับ กสทช. เพื่อให้การดำเนินงาน ด้านการให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกด้านโทรทัศน์ (TV Facility Service) และการให้บริการโครงข่ายโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลถูกต้อง และเป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่กำหนด

ตัวชี้วัด ความสำเร็จของการให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกด้านโทรทัศน์ (TV Facility Service) และการให้บริการโครงข่ายโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลอย่างต่อเนื่อง มีประสิทธิภาพ และเป็นไปตามที่ กสทช. กำหนด

โครงการสำคัญ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านการออกอากาศในระบบดิจิทัล ซึ่งดำเนินการผ่านโครงการบริหารกิจการโครงข่ายและสิ่งอำนวยความสะดวกด้านกระจายเสียงและโทรทัศน์

แผนผลิตและงบประมาณ

โครงการ	ผลิต	งบประมาณ	ระยะเวลาดำเนินงาน
โครงการพัฒนาระบบการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคล ของกรมประชาสัมพันธ์	5	100,000	ต.ค. 66 - ก.ย. 67
โครงการเสริมสร้างวินัยและส่งเสริมจริยธรรม บุคลากรกรมประชาสัมพันธ์	11	200,000	ต.ค. 66 - ก.ย. 67
โครงการพัฒนาบุคลากรกรมประชาสัมพันธ์	13	2,258,220	ต.ค. 66 - ก.ย. 67
โครงการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานโครงข่ายโทรทัศน์ระบบดิจิทัล เพื่อการสื่อสาร	467	12,617,000	ต.ค. 66 - ก.ย. 67



ข้อมูลด้านงบประมาณ

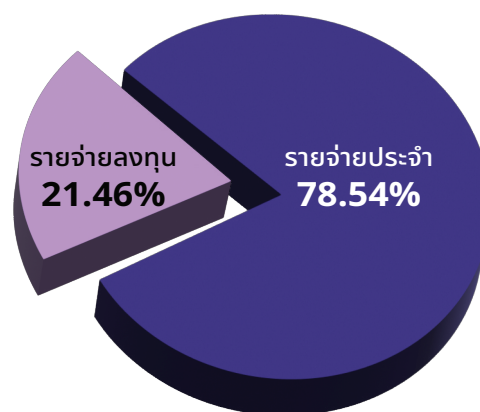
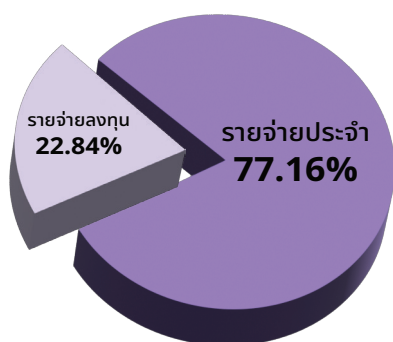
สรุปสาระสำคัญของร่าง พ.ร.บ. งบประมาณรายจ่าย
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2567 ของกรมประชาสัมพันธ์

พ.ร.บ. งบประมาณรายจ่ายฯ
พ.ศ. 2566
2,462,614,100 บาท

ผลการพิจารณาของคณะกรรมการวิสามัญพิจารณา
ร่าง พ.ร.บ. งบประมาณรายจ่ายฯ พ.ศ. 2567

2,414,341,800 บาท

ลดลง 48,272,300 บาท
คิดเป็นร้อยละ 19.60%



ประเภทรายจ่าย	พ.ร.บ. 2566 (ล้านบาท)	ร่าง พ.ร.บ. 2567 (ล้านบาท)	เพิ่มขึ้น/ลดลง (ล้านบาท)	เพิ่มขึ้น/ลดลง คิดเป็นร้อยละ
รวม	2,462.6141	2,414.3418	-48.2723	-11.60
1. รายจ่ายประจำ	1,900.1206	1,896.2993	-3.8213	-0.20
1.1 แผนงานบุคลากรภาครัฐ	990.0088	962.2697	-27.7391	-2.8
1.2 รายจ่ายประจำอื่น ๆ	910.1118	934.0296	+23.9178	+2.63
2. รายจ่ายลงทุน	562.4935	518.0425	-44.4510	-7.90
2.1 รายการครุภัณฑ์	333.4449	458.6250	+125.1801	+37.54
2.2 รายการที่ดิน และสิ่งก่อสร้าง	229.0486	59.4175	-169.6311	-74.05



วงเงินงบประมาณ สนับสนุนแผนปฏิบัติการการ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2567

โครงการ	งบประมาณ
เรื่องที่ 1 การรับฟังเสียงประชาชนทุกภาคส่วน เพื่อนำมาประกอบการพิจารณาและตัดสินใจ	
โครงการประเมินผลการดำเนินงานของกรมประชาสัมพันธ์	2,000,000
โครงการสำรวจความต้องการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของประชาชน	2,500,000
โครงการขับเคลื่อนการสื่อสารภาครัฐเพื่อปลูกฝังค่านิยมและวัฒนธรรม	6,240,000
โครงการบริหารจัดการข้อมูลข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ และสร้างการรับรู้	3,462,900
เรื่องที่ 2 การสร้างสังคมที่ประชาชนมีภูมิรู้	
โครงการประชาสัมพันธ์เพื่อรื้อฟื้นวิถีชีวิตสถาบันหลักของชาติ (ชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์)	5,700,000
โครงการประชาสัมพันธ์การรักษาสิ่งแวดล้อมเพื่อสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีอย่างยั่งยืน	1,000,000
โครงการประชาสัมพันธ์เพื่อแก้ไขปัญหาแรงงานการค้ำมนุษย์และการพัฒนาเพื่อยกระดับแรงงาน	1,000,000
โครงการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการเกษตร เศรษฐกิจฐานราก เขตเศรษฐกิจพิเศษ และ SMEs	1,000,000
โครงการประชาสัมพันธ์สร้างการตระหนักรู้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม และการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ	5,500,000
โครงการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมและขยายผลนโยบายภาครัฐ ยุทธศาสตร์ชาติ และเรื่องสื่อสารสำคัญของประเทศ	3,840,000
โครงการประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างสุขภาวะที่ดี	2,000,000
โครงการประชาสัมพันธ์ป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย	2,900,000
โครงการประชาสัมพันธ์ประชาคมอาเซียนและความร่วมมือกับภูมิภาคอื่น ๆ	4,801,500
โครงการประชาสัมพันธ์ด้านต่างประเทศ	7,000,000
โครงการสร้างการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศ	3,000,000
โครงการประชาสัมพันธ์การต่อต้านการทุจริตและประพฤติมิชอบ	3,200,000
โครงการสร้างความเข้าใจประชาชนทั้งในและนอกพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้	11,708,300
โครงการประชาสัมพันธ์เตรียมความพร้อมเพื่อรองรับสังคมสูงวัย	3,264,500
โครงการดำเนินงานด้านข่าวโทรทัศน์และวิทยุกระจายเสียง	107,134,700

โครงการ	งบประมาณ
โครงการสร้างและพัฒนาช่องทางการประชาสัมพันธ์ เพื่อสาธารณประโยชน์	1,800,000
โครงการสร้างและพัฒนาเครือข่ายประชาสัมพันธ์ เพื่อบริการข้อมูลข่าวสารไปสู่ประชาชน	840,000
โครงการผลิตรายการโทรทัศน์เพื่อสร้างสังคมที่มีภูมิรู้	2,000,000
โครงการเสริมสร้างงานประชาสัมพันธ์และให้บริการสื่อประชาสัมพันธ์ ผ่านพิพิธภัณฑ์ หอจดหมายเหตุ และห้องสมุดเคลื่อนที่	400,000
โครงการผลิตและเผยแพร่สื่อโทรทัศน์ระดับภูมิภาคเพื่อสร้างการเข้าถึงและรับรู้ข้อมูลข่าวสารอย่างทั่วถึง	6,300,000
โครงการ PRD Band ดนตรีสร้างสุข	600,000
โครงการเสริมทักษะวิชาชีพด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชนที่เหมาะสมกับยุคดิจิทัล	2,100,000
โครงการส่งเสริมและเปิดโอกาสให้ผู้พิการเข้าถึง รับรู้ และใช้ประโยชน์จากรายการโทรทัศน์	7,700,000
โครงการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อภาษาอังกฤษ	6,000,000
โครงการความร่วมมือระหว่างประเทศ	1,983,400

เรื่องที่ 3 การเป็นผู้นำด้านข้อมูลดิจิทัลและเครือข่ายข้อมูล

โครงการพัฒนาความมั่นคงปลอดภัยระบบสารสนเทศกรมประชาสัมพันธ์	1,000,000
โครงการพัฒนาชุดข้อมูลเปิดภาครัฐกรมประชาสัมพันธ์	200,000

เรื่องที่ 4 การเป็นองค์กรที่มีประสิทธิภาพสูง

โครงการพัฒนาระบบการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลของกรมประชาสัมพันธ์	100,000
โครงการเสริมสร้างวินัยและส่งเสริมจริยธรรม บุคลากรกรมประชาสัมพันธ์	200,000
โครงการพัฒนาบุคลากรกรมประชาสัมพันธ์	2,258,220
โครงการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเครือข่ายโทรทัศน์ระบบดิจิทัลเพื่อการสื่อสาร	12,617,000



การขับเคลื่อนแผนปฏิบัติการการกรมประชาสัมพันธ์ สู่การปฏิบัติ

แผนปฏิบัติการการกรมประชาสัมพันธ์ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2567 เป็นเครื่องมือช่วยผลักดัน สนับสนุน ขับเคลื่อนนโยบายสู่การปฏิบัติให้เกิดการทำงานร่วมกันตามแผนปฏิบัติการทั้ง 4 เรื่อง โดยมีเป้าหมายให้การดำเนินงาน และการบริหารงานของกรมประชาสัมพันธ์เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ผ่านกระบวนการดังนี้

1

การจัดทำแผนงาน/โครงการเพื่อสนับสนุนแผนปฏิบัติการการกรมประชาสัมพันธ์ และการขอรับจัดสรรงบประมาณ

สำนักพัฒนานโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์ ดำเนินการจัดทำแผนงานและแผนงบประมาณของกรมประชาสัมพันธ์ ผ่านการวิเคราะห์ผลการดำเนินงาน และผลการประเมินการปฏิบัติการการกรมประชาสัมพันธ์ ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2566 พร้อมทั้งสนับสนุนให้หน่วยงานภายในจัดทำแผนงาน/โครงการในปีงบประมาณ พ.ศ. 2567 ให้สอดคล้องกับแผนปฏิบัติการการกรมประชาสัมพันธ์แต่ละด้าน และประสานการขอรับจัดสรรงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2567 ซึ่งแต่ละประเภทงบประมาณ มีรายละเอียดค่าใช้จ่าย และเจ้าภาพหมวดงบประมาณ/รายการค่าใช้จ่าย ดังนี้

1. งบบุคลากร เช่น

เงินเดือน ค่าจ้างประจำ และค่าตอบแทนพนักงานราชการ หน่วยงานเจ้าภาพ คือ กองการเจ้าหน้าที่

2. งบลงทุน เช่น

ค่าที่ดินและสิ่งก่อสร้าง ครุภัณฑ์ไฟฟ้าและวิทยุ หน่วยงานเจ้าภาพ คือ สำนักส่งเสริมและพัฒนางานเทคนิค

ครุภัณฑ์สำนักงาน หน่วยงานเจ้าภาพ คือ สำนักงานเลขานุการกรม

ครุภัณฑ์คอมพิวเตอร์ หน่วยงานเจ้าภาพ คือ ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศการกรมประชาสัมพันธ์

3. งบดำเนินงาน เช่น

ค่าสาธารณูปโภค ค่าเช่าทรัพย์สิน ค่าเช่ารถยนต์ หน่วยงานเจ้าภาพ คือ กองคลัง

ค่าใช้จ่ายในการสัมมนาและฝึกอบรม หน่วยงานเจ้าภาพ คือ กองการเจ้าหน้าที่

ค่าใช้จ่ายดำเนินการด้านการประชาสัมพันธ์ของรัฐ หน่วยงานเจ้าภาพ คือ สำนักพัฒนานโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์

4. งบเงินอุดหนุน เช่น

เงินอุดหนุนทั่วไปเพื่อเป็นค่าบำรุงสมาชิกในองค์การด้านสื่อระหว่างประเทศ หน่วยงานเจ้าภาพ คือ สำนักการประชาสัมพันธ์ต่างประเทศ

5. งบรายจ่ายอื่น มีหน่วยงานเจ้าภาพในการขอรับจัดสรรงบประมาณแต่ละโครงการ ตามอำนาจหน้าที่

ภารกิจของแต่ละหน่วยงาน เช่น

โครงการดำเนินงานด้านข่าวโทรทัศน์และวิทยุกระจายเสียง หน่วยงานเจ้าภาพ คือ สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย

โครงการสร้างและพัฒนาช่องทางการประชาสัมพันธ์เพื่อสาธารณประโยชน์ หน่วยงานเจ้าภาพ คือ สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย

โครงการบริหารจัดการข้อมูลข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ และสร้างการรับรู้ หน่วยงานเจ้าภาพ คือ สำนักข่าว

2 การจัดทำตัวชี้วัดภายใต้เป้าหมายการปฏิบัติการ (Organizational Scorecard)

การถ่ายทอดตัวชี้วัดและค่าเป้าหมายของระดับองค์กรสู่ระดับบุคคล เป็นเครื่องมือในการขับเคลื่อนแผนปฏิบัติการให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ เพื่อให้บุคลากรในทุกระดับเกิดความรู้สึกมีส่วนร่วมและรับผิดชอบต่อเป้าหมายยุทธศาสตร์ ให้องค์กรบรรลุตามเป้าประสงค์ โดยเป้าหมายการปฏิบัติการ (Organizational Scorecard) ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2567 ของกรมประชาสัมพันธ์ มีจำนวน 19 ตัวชี้วัด เพื่อผลักดันแผนปฏิบัติการทั้ง 4 เรื่อง โดยมีที่มาจาก 3 ส่วน ได้แก่

1. ตัวชี้วัดตามมาตรการปรับปรุงประสิทธิภาพในการปฏิบัติการ พ.ศ. 2567

จำนวน 8 ตัวชี้วัด

2. ตัวชี้วัดตามแผนปฏิบัติการกรมประชาสัมพันธ์ จำนวน 6 ตัวชี้วัด

3. ตัวชี้วัดตามนโยบายผู้บริหารกรมประชาสัมพันธ์ จำนวน 5 ตัวชี้วัด

3 การบริหารแผนงาน/โครงการ

หน่วยงานที่รับผิดชอบดำเนินการบริหารโครงการตามแผนปฏิบัติการ ผ่านกระบวนการต่าง ๆ เช่น

- **การประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อจัดทำแผนปฏิบัติการ (แผนงาน/โครงการ) และการจัดสรรงบประมาณ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2567 (สื่อสารแผน 2567)** เพื่อสื่อสารแผนการดำเนินงานและงบประมาณโครงการประชาสัมพันธ์ตามนโยบายรัฐบาลและยุทธศาสตร์ชาติ และโครงการสนับสนุนให้เกิดการรับรู้ข้อมูลข่าวสารให้มีประสิทธิภาพ กำหนดประเด็น/เนื้อหาการประชาสัมพันธ์ที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ และเรื่องสำคัญตามนโยบายรัฐบาล กำหนดทิศทางการสื่อสารให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย และสอดคล้องกับงบประมาณที่ได้รับ ตอบโจทย์ยุทธศาสตร์ชาติ และถ่ายทอดสู่หน่วยปฏิบัติเพื่อผลิตสื่อที่สร้างการเข้าถึงประชาชนกลุ่มเป้าหมายผ่านสื่อหลายรูปแบบและช่องทาง เพื่อให้ประชาชนมีภูมิรู้ เพื่อการใช้ชีวิตอย่างปลอดภัยและรู้เท่าทันสื่อ

- **การประชุมเพื่อพิจารณาโครงการและงบประมาณ สนับสนุนแผนปฏิบัติการกรมประชาสัมพันธ์ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2567 แผนย่อยที่ 1 – 4** เพื่อพิจารณาโครงการที่สนับสนุนการบรรลุเป้าหมายแผนปฏิบัติการกรมประชาสัมพันธ์แต่ละด้าน

- **การประมูตติดตามการดำเนินงานตามตัวชี้วัดภายใต้เป้าหมายการปฏิบัติการ (Organization Scorecard)** เพื่อติดตามผลการดำเนินงานการขับเคลื่อนตัวชี้วัดให้สอดคล้องกับแผนปฏิบัติการแต่ละไตรมาส หรือแต่ละเดือน ตามความเหมาะสมของแต่ละตัวชี้วัด

- **การติดตามผลผ่านระบบบริหารแผนปฏิบัติการและงบประมาณ กรมประชาสัมพันธ์ PRD Planning and Budgeting Management System (PBMS)** ซึ่งกำหนดให้รายงานผลการดำเนินงานแต่ละโครงการทุกวันที่ 5 ของเดือนถัดไป

การขับเคลื่อนแผนปฏิบัติราชการกรมประชาสัมพันธ์ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2567
ผ่านตัวชี้วัดภายใต้เป้าหมายการปฏิบัติราชการของผู้บริหารกรมประชาสัมพันธ์ (Organizational Scorecard)

	ตัวชี้วัดตามมาตรการปรับปรุงประสิทธิภาพในการปฏิบัติราชการ พ.ศ. 2567	ตัวชี้วัดตามแผนปฏิบัติราชการ กปส.	ตัวชี้วัดตามนโยบายผู้บริหาร กปส.
เรื่องที่ 1 การรับฟังเสียงประชาชนทุกภาคส่วนเพื่อนำมาประกอบการพิจารณาและตัดสินใจ	KPI 1 สถานภาพการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศ	KPI 2 การขับเคลื่อนเรื่องสื่อสารที่สำคัญของประเทศ	
เรื่องที่ 2 การสร้างสังคมที่ประชาชนมีภูมิรู้	KPI 3 ร้อยละของกลุ่มเป้าหมาย รับรู้ เข้าใจ เชื่อมั่นในข้อมูลข่าวสาร ยุทธศาสตร์ชาติ และนโยบายของรัฐบาลที่เผยแพร่ผ่านสื่อของกรมประชาสัมพันธ์ และนำไปใช้ประโยชน์ KPI 4 ร้อยละความเชื่อมั่นต่อนโยบายสำคัญของรัฐบาลและภาพลักษณ์ประเทศของกลุ่มเป้าหมายชาวต่างประเทศ KPI 5 ร้อยละความสำเร็จของการประเมินการชี้แจงประเด็นสำคัญที่ทันต่อสถานการณ์ KPI 6 ร้อยละของกลุ่มเป้าหมายตระหนักรู้ในนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาล และนำไปใช้ประโยชน์ (Joint KPIs) KPI 7 ร้อยละของกลุ่มเป้าหมายรับรู้ในการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ (Image and Branding) ด้านการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจของไทย (Joint KPIs)	KPI 9 ร้อยละของรายการวิทยุกระจายเสียง และรายการโทรทัศน์ของ กปส. ที่ขยายช่องทางการเผยแพร่ไปสู่ช่องทางออนไลน์ อย่างน้อย 2 ช่องทางขึ้นไป	KPI 8 การจัดทำชิ้นงานสื่อที่เป็นผลงานชิ้นใจ
เรื่องที่ 3 การเป็นผู้นำด้านข้อมูลดิจิทัล และเครือข่ายข้อมูล	KPI 10 การพัฒนาองค์การสู่ดิจิทัล		
เรื่องที่ 4 การเป็นองค์กรที่มีประสิทธิภาพสูง	KPI 12 การประเมินสถานะของหน่วยงานภาครัฐ ในการเป็นระบบราชการ 4.0 (PMQA 4.0)	KPI 13 ความสำเร็จของการทบทวนปรับปรุง พจนานุกรมหมายและระเบียบ กปส. รวมทั้งกฎหมาย ด้านการประกอบกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ KPI 16 ความสำเร็จของการพัฒนาบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชนของรัฐที่เหมาะสมกับยุคดิจิทัล KPI 17 การพัฒนาคุณภาพเครือข่ายการประชาสัมพันธ์ KPI 18 ระดับความสำเร็จของการจัดทำต้นแบบต่อหน่วยผลิต	KPI 11 การเบิกจ่ายเงินงบประมาณ KPI 14 การประเมินคุณธรรมและความโปร่งใสของ กปส. ITA KPI 15 ความสำเร็จของการดำเนินงานด้วยระบบสารสนเทศอิเล็กทรอนิกส์ KPI 19 ระดับความสำเร็จของการดำเนินการเกี่ยวกับสินทรัพย์ถาวร

4 การติดตามประเมินผล

ศึกษา ทบทวน วิเคราะห์การประเมินผลสัมฤทธิ์แผนปฏิบัติการการกรมประชาสัมพันธ์ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2567 การวิเคราะห์ SWOT การติดตามผลการดำเนินงานโครงการภายใต้แผนปฏิบัติการ เพื่อให้ทราบว่าการดำเนินงานของกรมประชาสัมพันธ์ บรรลุวัตถุประสงค์ เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้หรือไม่ รวมทั้งเพื่อนำผลที่ได้ไปพัฒนาปรับปรุงการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ของกรมประชาสัมพันธ์ อาทิ การวางสื่อ การกำหนดรูปแบบสื่อ การกำหนดรูปแบบรายการ เป็นต้น เพื่อประกอบการจัดทำแผนงาน/โครงการ ในปีต่อไป ให้มีประสิทธิภาพ เกิดประสิทธิผล และมีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น



ภาคผนวก



วิเคราะห์ปัจจัยภายในกรมประชาสัมพันธ์



จุดแข็ง

- มีบุคลากรจำนวนมากกระจายอยู่ในหน่วยงานย่อยต่าง ๆ ทั่วประเทศ ทำให้สามารถนำเสนอข้อมูลข่าวสารไปสู่ระดับชุมชนได้
- มีนักจัดรายการที่เป็นเอกลักษณ์ ทั้งด้านทักษะการใช้ภาษา น้ำเสียง สีสาว และบุคลิกภาพ



จุดอ่อน

- บุคลากรบางส่วนไม่ได้ปฏิบัติงานตรงตามภารกิจ หรือทำงานไม่ตรงกับตำแหน่ง
- บุคลากรบางส่วนขาดแรงจูงใจในการทำงาน และการเพิ่มพูนทักษะด้านดิจิทัล
- บุคลากรบางส่วนยังไม่รับรู้และเข้าใจในนโยบายขององค์กร
- การจัดสรรอัตรากำลังอาจยังไม่กระจายงานตามที่ควรจะเป็น และการจัดทำกระบวนการตามภารกิจที่กำหนดไว้ในโครงสร้างยังไม่ชัดเจน

MAN

MACHINE

- มีสื่อทุกประเภททั้งสื่อดั้งเดิม สื่อใหม่ และสื่อบุคคลเป็นของตนเอง

- วัสดุอุปกรณ์ไม่ครบถ้วน กระจายไม่ทั่วถึง หรือไม่เป็นมาตรฐานเดียวกันทั่วประเทศ
- เทคโนโลยีการผลิตและซอฟต์แวร์ไม่ทันสมัย หรือไม่ถูกลิขสิทธิ์

MATERIAL

- สามารถเข้าถึงแหล่งข่าวภาครัฐและเครือข่ายภาคประชาชนได้ง่ายและสะดวก
- ข้อมูลข่าวสารมีความถูกต้องและน่าเชื่อถือ
- เนื้อหารายการเข้าถึงกลุ่มเฉพาะได้ โดยเฉพาะกลุ่มผู้สูงอายุ

- การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารไม่รวดเร็ว และมักถูกประเมินว่า ข่าวสารไม่เป็นกลาง

METHOD

- เป็นหน่วยงานที่กำหนดนโยบายด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชนของรัฐ รวมทั้งการสร้างภาพลักษณ์ให้กับประเทศ
- มีบทบาทสูงในการสื่อสารช่วงภาวะวิกฤติ และการรักษาสถาบันหลักของชาติ
- มีความเป็นมืออาชีพในด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชน ภายใต้มาตรฐานจริยธรรมวิชาชีพ
- มีสถาบันการประชาสัมพันธ์ซึ่งเป็นหน่วยงานพัฒนาบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชนของประเทศ

- โครงสร้างองค์กรอาจยังไม่สามารถรองรับการเปลี่ยนแปลงในสถานการณ์ปัจจุบัน และในอนาคต
- ทิศทางและกลยุทธ์ในการบริหารจัดการสื่อใหม่ให้เข้าถึงประชาชนยังไม่ชัดเจน

วิเคราะห์ปัจจัยภายนอกกรมประชาสัมพันธ์



โอกาส



อุปสรรค

POLITICAL

- นโยบายรัฐบาลด้าน Soft Power ช่วยให้การดำเนินงานด้านการผลิตสื่อและเนื้อหาทวีความสำคัญยิ่งขึ้น

- การเปลี่ยนแปลงอย่างฉับพลันของนโยบายระดับบน

ECONOMIC

- สถานการณ์ทางเศรษฐกิจมีแนวโน้มเป็นบวก อาจทำให้หน่วยงานต่าง ๆ масันับสนุนสื่อภาครัฐมากยิ่งขึ้น

- ประเทศมีหนี้สาธารณะสูง ทำให้การจัดสรรงบประมาณไม่เพียงพอ
- การผูกขาดของกลุ่มทุนสื่อขนาดใหญ่ ทำให้สื่อของรัฐไม่สามารถแข่งขันได้

SOCIAL

- การเข้าสู่สังคมสูงวัย ทำให้สามารถผลิตสื่อและเนื้อหาเฉพาะกลุ่มผู้สูงวัยได้มากขึ้น
- สังคมให้ความสำคัญกับกลุ่มผู้ด้อยโอกาสมากยิ่งขึ้น ทำให้การผลิตสื่อและเนื้อหาให้กลุ่มผู้ด้อยโอกาสได้รับการสนับสนุนจากภาคส่วนต่าง ๆ
- สังคมตระหนักถึงอันตรายจากข่าวปลอม ทำให้การรู้เท่าทันสื่อเป็นเรื่องที่มีความสำคัญอย่างยิ่ง

- ผู้รับสารต้องการเนื้อหาที่สั้น กระชับ และเข้าใจง่าย ทำให้ไม่สามารถนำเสนอเนื้อหาภาครัฐที่ต้องอธิบายขยายความให้น่าสนใจได้

TECHNOLOGY

- พัฒนาการของเทคโนโลยีการสื่อสาร ช่วยให้การนำเสนอเนื้อหาที่น่าสนใจ และสามารถบูรณาการสื่อต่าง ๆ ได้ง่ายขึ้น

- เทคโนโลยีการสื่อสารเปลี่ยนแปลงไป ทำให้ประชาชนมีทางเลือกในการเปิดรับสื่อที่หลากหลาย รวมทั้งสามารถเป็นผู้ผลิตสื่อได้เองอีกด้วย
- สื่อออนไลน์มีการกำหนดเนื้อหาให้เข้าถึงผู้ใช้ตามความสนใจ ทำให้เนื้อหาของทางภาครัฐไม่เข้าถึงประชาชน

ENVIRONMENT

- โรคระบาด มลพิษ และภัยพิบัติทางธรรมชาติ ทำให้ประชาชนต้องการข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องและน่าเชื่อถือ

- โรคระบาด มลพิษ และภัยพิบัติทางธรรมชาติ ทำให้บุคลากรมีความเสี่ยงในการทำงาน และก่อให้เกิดความเสียหายต่อทรัพยากร ซึ่งอาจทำให้ไม่สามารถทำงานตามปกติได้

LEGAL

- ภาครัฐมีแผนแม่บทและแผนปฏิบัติการต่าง ๆ ที่ให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์ และสื่อสารมวลชน

- กฎระเบียบต่าง ๆ ไม่ทันสมัย ทำให้การทำงานขาดความยืดหยุ่นและคล่องตัว

การประเมินผลตัวชี้วัด ตามเป้าหมายการปฏิบัติราชการ (Organizational Scorecard) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2566

กรมประชาสัมพันธ์ได้ดำเนินการประเมินผลตัวชี้วัดตามเป้าหมายการปฏิบัติราชการ (Organizational Scorecard) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2566 เพื่อนำผลที่ได้จากการประเมินไปพัฒนาปรับปรุงการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ของกรมประชาสัมพันธ์ และใช้เป็นข้อมูลประกอบจัดทำแผนปฏิบัติการราชการกรมประชาสัมพันธ์ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2567 ให้มีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผล รวมทั้งมีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น โดยดำเนินการประเมินผลตัวชี้วัดร่วมกับผู้ประเมินอิสระภายนอก เพื่อให้ผลประเมินที่ได้มีความน่าเชื่อถือ ซึ่งมีผลการประเมิน ดังนี้

1 ตัวชี้วัดสถานภาพการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศ (MIL)

วัตถุประสงค์ : เพื่อสำรวจสถานภาพการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศ โดยมีขอบเขตเนื้อหาการประเมิน คือ 3 ตัวชี้วัดหลัก (การเข้าถึง การประเมิน และการสร้าง) 12 องค์ประกอบ ตามกรอบสมรรถนะ (MIL Competencies) และตัวชี้วัด (MIL Indicators) ตามที่ UNESCO กำหนด

กลุ่มเป้าหมาย : ประชาชน อายุ 12 ปีขึ้นไป

ผลการประเมิน :

ตัวชี้วัด	การเข้าถึง (คะแนน)	การประเมิน (คะแนน)	การสร้าง (คะแนน)	ค่าเฉลี่ย (ค่าเป้าหมาย 75.00)	ผลประเมิน เทียบค่าเป้าหมาย
สถานภาพ การรู้เท่าทันสื่อ และสารสนเทศ	85.45	73.53	87.17	82.05	ผ่านเกณฑ์

2 ตัวชี้วัดร้อยละของกลุ่มเป้าหมายรับรู้ เข้าใจ เชื่อมั่น ในข้อมูลข่าวสาร ยุทธศาสตร์ชาติ และนโยบายของรัฐบาลที่เผยแพร่ผ่านสื่อ ของกรมประชาสัมพันธ์ และนำไปใช้ประโยชน์

วัตถุประสงค์ : เพื่อประเมินผลการรับรู้ เข้าใจ เชื่อมั่นในข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับยุทธศาสตร์ และนโยบายของภาครัฐ และการนำข้อมูลข่าวสารไปใช้ประโยชน์ โดยประเมินผ่านโครงการประชาสัมพันธ์ที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ 6 ด้าน ได้แก่

(1) ยุทธศาสตร์ชาติด้านความมั่นคง : โครงการประชาสัมพันธ์มาตรการแก้ไขปัญหาโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019

(2) ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน : โครงการประชาสัมพันธ์สร้างการตระหนักรู้ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และวัฒนธรรม และการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ

(3) ยุทธศาสตร์ชาติด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ : โครงการประชาสัมพันธ์รณรงค์ใช้สื่ออย่างสร้างสรรค์และรู้เท่าทันสื่อ

(4) ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม : โครงการประชาสัมพันธ์เตรียมความพร้อมเพื่อรองรับสังคมสูงวัย

(5) ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม : โครงการประชาสัมพันธ์การรักษาสิ่งแวดล้อมเพื่อสร้างการเติบโตอย่างยั่งยืน

(6) ยุทธศาสตร์ชาติด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ : โครงการประชาสัมพันธ์การต่อต้านการทุจริตและประพฤติมิชอบ

กลุ่มเป้าหมาย : ประชาชนอายุ 15 ปีขึ้นไป และกลุ่มเป้าหมายเฉพาะตามประเด็น เช่น ผู้ประกอบการ นักลงทุน ชาวต่างประเทศ
ผลการประเมิน :

ประเด็น	ค่าเป้าหมาย (ร้อยละ)	ผลประเมิน (ร้อยละ)	ผลประเมิน เทียบค่าเป้าหมาย
การรับรู้	-	86.00	
ความเข้าใจ	-	85.00	
ความเชื่อมั่นในข้อมูลข่าวสาร	-	89.80	
การนำข้อมูลข่าวสารไปใช้ประโยชน์	-	88.20	
ค่าเฉลี่ยร้อยละ (รับรู้ เข้าใจ เชื่อมั่นต่อข้อมูลข่าวสาร นำไปใช้ประโยชน์)	86.70	87.20	ผ่านเกณฑ์

3 ตัวชี้วัดความเชื่อมั่นต่อนโยบายสำคัญของรัฐบาลและภาพลักษณ์ของประเทศของกลุ่มเป้าหมายชาวต่างประเทศ

วัตถุประสงค์ : เพื่อประเมินผลความเชื่อมั่นต่อนโยบายสำคัญของรัฐบาลผ่านสื่อต่าง ๆ ของกรมประชาสัมพันธ์ของกลุ่มเป้าหมายชาวต่างประเทศ

กลุ่มเป้าหมาย : สื่อมวลชนต่างประเทศ สถานทูตต่างประเทศในประเทศไทย องค์การระหว่างประเทศตามพันธสัญญา (MOU) และความร่วมมือระหว่างประเทศของกรมประชาสัมพันธ์ เครือข่ายต่างประเทศ ผู้ประกอบการธุรกิจและนักลงทุนต่างประเทศ และชาวต่างประเทศทั่วไป

ผลการประเมิน :

ประเด็น	ค่าเป้าหมาย (ร้อยละ)	ผลประเมิน (ร้อยละ)	ผลประเมิน เทียบค่าเป้าหมาย
ความเชื่อมั่น	75.00	81.80	ผ่านเกณฑ์

4 ตัวชี้วัดการประชาสัมพันธ์สนับสนุนการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์ : เพื่อประเมินผลการดำเนินการประชาสัมพันธ์ ที่เกี่ยวกับยุทธศาสตร์และนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาลไปยังกลุ่มเป้าหมายทั่วประเทศ ผ่านโครงการประชาสัมพันธ์สร้างการตระหนักรู้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ เช่น การท่องเที่ยววิถีใหม่ที่สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงในยุคโควิด-19 การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และส่งเสริมเอกลักษณ์ความเป็นไทย การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ

4.1 ตัวชี้วัดร้อยละการสร้างการตระหนักรู้ต่อนักท่องเที่ยว

กลุ่มเป้าหมาย : นักท่องเที่ยวชาวไทย อายุ 18 - 60 ปี

ผลการประเมิน :

ประเด็น	ค่าเป้าหมาย (ร้อยละ)	ผลประเมิน (ร้อยละ)	ผลประเมิน เทียบค่าเป้าหมาย
การตระหนักรู้	75.00	79.40	ผ่านเกณฑ์


4.2 ตัวชี้วัดร้อยละของกลุ่มเป้าหมายรับรู้ในการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ (Image and Branding) ด้านการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจของไทย


กลุ่มเป้าหมาย : ชาวต่างประเทศ สื่อมวลชนต่างประเทศ บุคลากรของสถานทูตต่างประเทศ และองค์การระหว่างประเทศ ผู้ประกอบการธุรกิจ และนักลงทุนต่างประเทศ

ผลการประเมิน :


ประเด็น	ค่าเป้าหมาย (ร้อยละ)	ผลประเมิน (ร้อยละ)	ผลประเมิน เทียบค่าเป้าหมาย
การรับรู้	75.00	79.30	ผ่านเกณฑ์

กรมประชาสัมพันธ์

 เลขที่ 9 ซอยอารีย์สัมพันธ์
ถนนพระราม 6 แขวงพญาไท
เขตพญาไท กรุงเทพฯ 10400

 02 618 2323

 <https://www.prd.go.th/>

 กรมประชาสัมพันธ์

 prd_official

 PRD กรมประชาสัมพันธ์

 NBT2HD



กรมประชาสัมพันธ์
www.prd.go.th

