



รายงานการศึกษาส่วนบุคคล
(Individual Study)

เรื่อง แนวทางการพัฒนาระบบสื่อสารประชาสัมพันธ์ชุมชน
อัจฉริยะ

จัดทำโดย นายชัยวัฒน์ บุญขวลิต
รหัส 9702

รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของการฝึกอบรม
หลักสูตรนักบริหารระดับสูง : ผู้นำที่มีวิสัยทัศน์และคุณธรรม รุ่นที่ 97
วิทยาลัยนักบริหาร สถาบันพัฒนาข้าราชการพลเรือน สำนักงาน ก.พ.
ประจำปี 2566
ลิขสิทธิ์ของสำนักงาน ก.พ.



รายงานการศึกษาส่วนบุคคล
(Individual Study)

เรื่อง แนวทางการพัฒนาระบบสื่อสารประชาสัมพันธ์ชุมชนอัจฉริยะ

จัดทำโดย นายชัยวัฒน์ บุญสวัสดิ์
รหัส 9702

หลักสูตรนักบริหารระดับสูง : ผู้นำที่มีวิสัยทัศน์และคุณธรรม รุ่นที่ 97
วิทยาลัยนักบริหาร สถาบันพัฒนาข้าราชการพลเรือน สำนักงาน ก.พ.

ประจำปี 2566

รายงานนี้เป็นความคิดเห็นเฉพาะบุคคลของผู้ศึกษา



สำนักงาน ก.พ.

เอกสารรายงานการศึกษาส่วนบุคคลนี้ อนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการฝึกอบรม หลักสูตร
นักบริหารระดับสูง : ผู้นำที่มีวิสัยทัศน์และคุณธรรม ของสำนักงาน ก.พ.

ระรินทิพย์ ศิโรรัตน์
อาจารย์ที่ปรึกษา

จุฬา สุขมานพ
อาจารย์ที่ปรึกษา

บรรจงจิตต์ อังศุสิงห์
อาจารย์ที่ปรึกษา

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

จากการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีการสื่อสารในยุคดิจิทัลอย่างรวดเร็ว ทำให้การสื่อสารประชาสัมพันธ์ทั้งภาครัฐและเอกชนต้องปรับเปลี่ยนองค์กร เพื่อให้สามารถสื่อสารประชาสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมายในยุคดิจิทัล รัฐบาลและหน่วยงานภาครัฐได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงด้านการสื่อสารที่ประชาชนหรือกลุ่มต่าง ๆ ใช้สื่อสารสนเทศในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารได้อย่างอิสระ และยากต่อการดูแลจำนวนข้อมูลที่เผยแพร่หลากหลายที่มา หลากหลายช่องทาง ทำให้รัฐบาลได้ให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์ของชาติ โดยได้บรรจุเป็นส่วนหนึ่งของแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี โดยมีแผนปฏิรูปประเทศด้านสื่อสารมวลชนเทคโนโลยีสารสนเทศ เข้ามาเร่งการขับเคลื่อนอย่างเป็นระบบ ในส่วนของกรมประชาสัมพันธ์ ได้รับหน้าที่ขับเคลื่อนบทบาทคณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ให้ดำเนินการเชิงรุกในการพัฒนาการประชาสัมพันธ์ของชาติ คณะรัฐมนตรีได้เห็นชอบแนวทางการสร้างความรับรู้ความเข้าใจแก่ประชาชน เป็นตัวชีวิตของผู้บริหารระดับกระทรวง ที่ผู้บริหารทุกหน่วยงานต้องรับผิดชอบการชี้แจงประเด็นที่ประชาชนหรือสื่อมวลชนให้ความสนใจภายในระยะเวลาที่กำหนดผ่านช่องทางต่าง ๆ ให้เข้าถึงประชาชนกลุ่มเป้าหมาย ได้จัดตั้งศูนย์บริหารจัดการข้อมูลข่าวสารของประเทศไทย โดยเชื่อมโยงกับกระทรวงและหน่วยงานระดับกรมหรือเทียบเท่าทั่วประเทศ มีศูนย์ปฏิบัติการข้อมูลข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์ วิเคราะห์ประเด็นการสื่อสาร เชื่อมโยงการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ที่หลากหลายรูปแบบ ทั้งสื่อวิทยุ สื่อโทรทัศน์ สื่อสังคมออนไลน์ ทุก Platform รวมถึงสร้างเครือข่ายประชาสัมพันธ์หน่วยราชการ สื่อมวลชน อาสาสมัคร ประชาสัมพันธ์ประจำหมู่บ้านและชุมชน ผู้ดูแลหอกระจายข่าว และอาสาสมัครหน่วยงานต่าง ๆ ทุกพื้นที่ทั่วประเทศ เพื่อให้สามารถสื่อสารเข้าถึงประชาชนครอบคลุมทุกพื้นที่ทั่วประเทศ

จากการวิเคราะห์องค์กร พบว่ากรมประชาสัมพันธ์ มีจุดแข็งและโอกาสในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารภาครัฐและมีหน่วยงานประชาสัมพันธ์อยู่ทุกพื้นที่ทั่วประเทศ ในขณะที่สื่อวิทยุ สื่อโทรทัศน์ และสื่อสังคมออนไลน์ ที่ผลิตได้รับความสนใจจากประชาชนน้อยกว่า สื่อที่นำเสนอข้อมูลข่าวสารตามกระแสและด้านบันเทิง แต่ในภาวะวิกฤตภัยพิบัติต่าง ๆ ประชาชนจะให้ความสนใจ เชื่อถือ และติดตามข้อมูลข่าวสารจากกรมประชาสัมพันธ์มากกว่า ซึ่งภัยพิบัติต่าง ๆ จะเกิดขึ้นเป็นบางพื้นที่บางช่วงเวลา และเมื่อเกิดเหตุภัยต่าง ๆ การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารสถานการณ์ การแจ้งเตือน การขอความช่วยเหลือ และการให้ความช่วยเหลือจากหลากหลายหน่วยงาน หลายช่องทาง จนประชาชนสืบสนไม่สามารถรับความช่วยเหลือได้อย่างทันท่วงที สื่อสารมวลชนไม่สามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารข้อเท็จจริงในพื้นที่ เกิดปัญหาข่าวลือ ข่าวลวง ข่าวปลอม เป็นปัญหาต่อการปฏิบัติงานของหน่วยงาน การประชาสัมพันธ์แบบเชิงรับ จึงเป็นปัญหาที่กรมประชาสัมพันธ์ต้องออกแบบและพัฒนาระบบประชาสัมพันธ์เชิงรุก ที่ดำเนินการประชาสัมพันธ์ ไปยังพื้นที่ชุมชนหมู่บ้านอย่างต่อเนื่องเป็นประจำ นำเสนอข้อมูลที่ประชาชนควรรู้ยกยารู้ เป็นข้อมูลที่ส่งผลต่อชีวิตความเป็นอยู่ของคนในชุมชน ได้แก่ ข้อมูลพยากรณ์อากาศ สถานการณ์น้ำ แจ้งเตือนมลพิษ สุขภาวะ การเกษตร ราคาสินค้า ข่าวประชาสัมพันธ์ และการให้บริการของภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับสิทธิประโยชน์ที่ประชาชนในพื้นที่จะได้รับ โดยจัดทำในรูปแบบที่สั้น กระชับ เข้าใจง่าย เป็นภาพ Info-Graphic เสียง หรือ Clip สั้น ๆ ส่งให้ชุมชนผ่านช่องทาง สื่อสังคมออนไลน์ที่ชุมชนหมู่บ้านใช้เป็นประจำ ซึ่งในชุมชนอาจมีหลากหลายกลุ่มสังคมออนไลน์ ต้องสามารถสื่อสารสร้างความสัมพันธ์ให้ทุกกลุ่มรับข้อมูลข่าวสารได้ หรือ สื่อสารผ่านผู้นำชุมชน อาสาสมัคร หน่วยงานต่าง ๆ นำไปเผยแพร่ผ่านช่องทางสื่อสารเดิม เช่น หอกระจายข่าว และสื่อบุคคล

ผู้ศึกษาได้เสนอ “แนวทางการพัฒนาระบบสื่อสารประชาสัมพันธ์ชุมชนอัจฉริยะ” เพื่อพัฒนารูปแบบและช่องทางสื่อสารประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารจากทุกภาคส่วน ไปสู่ชุมชนหมู่บ้านโดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ในการจัดส่งข้อมูลข่าวสารพื้นฐานที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตของประชาชนแต่ละชุมชน โดยวิเคราะห์คัดกรองข้อมูลข่าวสารที่ชุมชนให้ความสนใจและควรรับรู้เป็นประจำทุกวัน ที่หลายหน่วยงานได้พัฒนาระบบนำเสนอข้อมูลอัจฉริยะแบบ RealTime ไว้แล้ว ได้แก่ พยากรณ์อากาศ (กรมอุตุนิยมวิทยา) สถานการณ์น้ำ (ศูนย์ปฏิบัติการน้ำอัจฉริยะ กรมชลประทาน EGAT) การแจ้งเตือนมลพิษ (กรมควบคุมมลพิษ) แจ้งระวังข่าวปลอม (ศูนย์ต่อต้านข่าวปลอม) ข้อมูลราคาสินค้าประจำวัน (กรมการค้า การยางแห่งประเทศไทย กรมการค้าภายใน) ข้อมูลสถานการณ์สุขภาพ (สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด) รายงานสาธารณสุข (กรมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย) ข้อมูลข่าวสารสำคัญ (จังหวัด อำเภอ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัด) และนำข้อมูลข่าวสารที่คัดกรอง จัดทำเป็น Pattern Info-Graphic หรือ Dashboard เชื่อมโยงระบบรายงานอัตโนมัติ ผ่านสื่อสารสนเทศชุมชนหมู่บ้าน และอุปกรณ์สื่อสารอัจฉริยะ ได้แก่ ระบบ Line Group Chat ชุมชน ระบบแจ้งเตือน Line Notify ซึ่งสามารถทำได้โดยทันที ทั้งนี้ในอนาคต สามารถพัฒนาเป็น Application และเชื่อมโยงกับอุปกรณ์ระบบกล้อง CCTV ระบบตรวจมลภาวะ ระบบรายงานสุขภาพ เชื่อมโยงกับระบบเตือนภัย หอกระจายข่าวและเสียงตามสายประจำหมู่บ้านชุมชน หรือติดตั้งจอภาพ LED ชุมชน ในการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร โดยนำเสนอขอความเห็นชอบบูรณาการดำเนินงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องระดับจังหวัด ผ่านคณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติระดับจังหวัด ที่มีผู้ว่าราชการจังหวัดเป็นประธาน และจัดทำเป็นแผนงานโครงการ ขอรับการจัดสรรงบประมาณในการจัดหาอุปกรณ์สื่อสารประชาสัมพันธ์ชุมชนอัจฉริยะ บรรจุในแผนพัฒนาจังหวัด หรืองบประมาณจากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เพื่อให้สามารถสื่อสารประชาสัมพันธ์ชุมชนอัจฉริยะได้ครอบคลุมทั่วประเทศ ให้ประชาชนได้รับทราบข้อมูลข่าวสาร การแจ้งเตือนภัย การพัฒนาคุณภาพชีวิต รวมถึงสามารถสื่อสารปัญหา ความต้องการของพี่น้องประชาชน กลับมายังหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้สามารถเข้าไปดำเนินการชี้แจง แก้ไขปัญหาให้กับประชาชนได้อย่างรวดเร็ว และทั่วถึง ให้ประชาชนในชุมชนมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นอย่างยั่งยืน

กิตติกรรมประกาศ

รายงานการศึกษาส่วนบุคคล (Individual Study) เรื่อง “แนวทางการพัฒนาระบบสื่อสารประชาสัมพันธ์ชุมชนอัจฉริยะ” เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาอบรมหลักสูตรนักบริหารระดับสูง : ผู้นำที่มีวิสัยทัศน์และคุณธรรม (นบส.1) รุ่นที่ 97 ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2566 ที่ดำเนินการจัดการฝึกอบรมโดยวิทยาลัยนักบริหาร สถาบันพัฒนาข้าราชการพลเรือน สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน สำเร็จลุล่วงบรรลุตามวัตถุประสงค์ที่กำหนด

ผู้ศึกษา ขอขอบพระคุณอาจารย์ที่ปรึกษา ท่านอาจารย์ระรินทิพย์ ศิโรรัตน์ ที่ได้อุทิศเวลาความมุ่งมั่นในการให้คำแนะนำหลักการและกรอบแนวคิดในการจัดทำรายงานการศึกษา ท่านอาจารย์จุฬา สุขมานพ และท่านอาจารย์บรรจงจิตต์ อังศุสิงห์ ที่ได้เติมเต็มองค์ความรู้ให้คำแนะนำ ที่เป็นประโยชน์ ระหว่างการนำเสนอความก้าวหน้า ซึ่งผู้ศึกษาได้นำคำแนะนำเหล่านั้นมาปรับปรุงจนรายงานการศึกษาส่วนบุคคลฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงตามวัตถุประสงค์ ระหว่างการอบรมขอขอบคุณเพื่อน ๆ กลุ่ม GP2 ที่ได้ร่วมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน และสำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน พร้อมบุคลากรทุกท่านที่จัดการหลักสูตร นบส.1 รุ่นที่ 97 ที่ได้ดำเนินการบริหารจัดการหลักสูตร และอำนวยความสะดวกในด้านต่าง ๆ มา ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณท่านอธิบดีกรมประชาสัมพันธ์ พลโทสรรเสริญ แก้วกำเนิด ที่สนับสนุนและให้โอกาสผู้ศึกษาได้เข้ารับการอบรมในครั้งนี้ ขอขอบคุณท่านผู้ว่าราชการจังหวัดอุบลราชธานี นายชลธิ ยังตรง ให้โอกาสในการเข้ารับการอบรม ท่านรองอธิบดีกรมประชาสัมพันธ์ทุกท่านที่ให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ ในระหว่างการฝึกอบรม ขอขอบคุณบุคลากร เพื่อนร่วมงาน ในสังกัดสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดอุบลราชธานี ที่สนับสนุนการปฏิบัติงานระหว่างการฝึกอบรม และครอบครัว ที่คอยให้กำลังใจผู้ศึกษาได้มีความมุ่งมั่นจนบรรลุผลสำเร็จ ทั้งนี้ ผู้ศึกษาจะได้นำผลการศึกษานี้ ไปขับเคลื่อนการพัฒนาองค์กร ให้บรรลุวิสัยทัศน์ เป็นองค์การที่ได้รับความเชื่อถือด้านข้อมูลข่าวสาร เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชน และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศ ต่อไป

นายชัยวัฒน์ บุญขวลิต

30 พฤษภาคม 2566

สารบัญ

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร	ง
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ซ
สารบัญแผนภูมิ	ฅ
1. วิสัยทัศน์ของตำแหน่งเป้าหมาย	1
1.1 การวิเคราะห์บริบทและทิศทางเชิงยุทธศาสตร์ของส่วนราชการ	1
1.2 ตำแหน่งรองอธิบดีที่เป็นเป้าหมาย	6
1.3 กำหนดวิสัยทัศน์ของตำแหน่งเป้าหมาย	8
2. ข้อเสนอเพื่อขับเคลื่อนนโยบายสู่การปฏิบัติ	9
2.1 การกำหนดประเด็นการศึกษา	9
2.2 การกำหนดข้อเสนอเชิงนโยบาย	13
2.3 ภาวะผู้นำเพื่อการขับเคลื่อนข้อเสนอ	18
3. แผนพัฒนาตนเอง	19
3.1 การวิเคราะห์ตนเอง	19
3.2 การวางแผนพัฒนาตนเอง	20
3.3 ผลการพัฒนาตนเอง	21
บรรณานุกรม	27
ภาคผนวก	
ประวัติผู้เขียนรายงานการศึกษาส่วนบุคคล	29

สารบัญตาราง

ตารางที่ 1	ร้อยละช่องทางที่เหมาะสมในการประชาสัมพันธ์ จำแนกตามประเด็นการสื่อสาร	11
ตารางที่ 2	สรุปผลการวิเคราะห์องค์กรและบริบทของกรมประชาสัมพันธ์โดยใช้เครื่องมือ SWOT	13
ตารางที่ 3	แผนการดำเนินงานพัฒนาระบบสื่อสารประชาสัมพันธ์ชุมชนอัจฉริยะ	17

สารบัญแผนภูมิ

แผนภูมิที่ 1	โครงสร้างการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ	3
แผนภูมิที่ 2	ร้อยละช่องทางที่เหมาะสมในการประชาสัมพันธ์ จำแนกตามประเด็นการสื่อสาร	12

1. วิสัยทัศน์ของตำแหน่งเป้าหมาย

(ข้อมูลส่วนบุคคลไม่เผยแพร่)

2. ข้อเสนอเพื่อขับเคลื่อนนโยบายสู่การปฏิบัติ

2.1 การกำหนดประเด็นการศึกษา

2.1.1 ความเป็นมาของปัญหาและความท้าทายของเรื่องที่ทำการศึกษา

ปัญหาการประชาสัมพันธ์ภาครัฐในยุคปัจจุบัน นอกจากต้องประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารภาครัฐไปสู่ประชาชนแล้ว ยังต้องรับมือกับข้อมูลข่าวสารอื่น ๆ ที่ประชาชนแต่ละกลุ่มรับและสื่อสาร ซึ่งมีทั้งข้อมูลจริง ข้อมูลเท็จ ข้อมูลลวง ข้อมูลบิดเบือน ทั้งที่ไม่ได้ตั้งใจส่งกัน และตั้งใจเพื่อหาประโยชน์ การประชาสัมพันธ์แบบ Mass communication สื่อสารมวลชนที่เข้าถึงประชาชนจำนวนมากในเวลาเดียวกัน ในช่องทางเดียวกันแทบเป็นไปได้ การกำหนดประเด็นและกลุ่มเป้าหมายยุคดิจิทัล ต้องพัฒนารูปแบบการผลิตสื่อ การเลือกช่องทาง ให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย การบริหารจัดการข้อมูลข่าวสาร พร้อมการจัดการข้อมูลเท็จ ข้อมูลลวง ข้อมูลบิดเบือน ระบบสื่อสารประชาสัมพันธ์รูปแบบเดิม ไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย การกลั่นกรองข้อมูลข่าวสารของประชาชนต่อข้อมูลข่าวสารจำนวนมาก ต้องเสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อไปพร้อมกับการประชาสัมพันธ์

กรมประชาสัมพันธ์ ได้ปรับแนวทางการประชาสัมพันธ์ พัฒนารูปแบบและช่องทางประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย การค้นหาวิธีการสื่อสารประชาสัมพันธ์ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายโดยตรง ซึ่งเป้าหมายที่สำคัญ ระดับพื้นที่คือกลุ่มชุมชนหมู่บ้าน สามารถแยกย่อยไปยังกลุ่มต่าง ๆ ทั้งกลุ่มอายุ กลุ่มอาชีพ กลุ่มความสนใจ กลุ่มผู้นำทางความคิด ผ่านช่องทางและรูปแบบการสื่อสาร ที่เข้าถึงแต่ละกลุ่มเป้าหมาย โดยหลอมรวมข้อมูลข่าวสารของหน่วยงานต่าง ๆ ที่ดำเนินการประชาสัมพันธ์ไปยังชุมชนหมู่บ้าน ผ่านช่องทางต่าง ๆ ได้แก่ สื่อ On-ground สื่อบุคคล ผ่านเจ้าหน้าที่หน่วยงานระดับท้องถิ่น ผู้นำชุมชนหมู่บ้าน อาสาสมัคร การประชุมสัมมนา การจัดกิจกรรม สื่อ On-air ผ่านทางวิทยุกระจายเสียง หอกระจายข่าวและเสียงตามสาย สื่อ On-Line ผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ Social Media Chat-Line Application ที่ทุกหน่วยงานได้พัฒนา เพื่อสื่อสารข้อมูลข่าวสารไปยังชุมชนหมู่บ้าน มุ่งสร้างความรับรู้ ความเข้าใจ ความเชื่อมั่น ปลูกฝังค่านิยม จนถึงปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของประชาชนและชุมชน

กรมประชาสัมพันธ์ ได้ดำเนินการพัฒนาเครือข่ายการประชาสัมพันธ์ให้เข้าถึงประชาชนในระดับชุมชนหมู่บ้านอย่างต่อเนื่อง โดยจัดฝึกอบรม อป.มช. การให้ อป.มช. ร่วมจัดรายการวิทยุกระจายเสียง การเชิญ อป.มช. ร่วมกิจกรรมประชาสัมพันธ์ การจัดตั้งกลุ่ม Line อป.มช. ส่งข้อมูลข่าวสารให้ อป.มช. เพื่อนำข้อมูลข่าวสารไปสู่ประชาชนและนำข้อร้องเรียนความต้องการของประชาชนกลับมาสู่หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ดำเนินการแก้ไขในระดับพื้นที่ ซึ่งจากการดำเนินงานที่ผ่านมา โดยเฉพาะในภาวะวิกฤตภัยพิบัติ การสื่อสารข้อมูลข่าวสารจากหน่วยงานต่าง ๆ มีการส่งข้อมูลแบบกระจัดกระจาย หลากหลายช่องทาง ไม่เป็นระบบ ประชาชนไม่สามารถเข้าถึงช่องทางที่แต่ละหน่วยงานสื่อสารได้ จึงจำเป็นต้องพัฒนารูปแบบและช่องทางสื่อสารประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารจากทุกภาคส่วน ไปสู่ชุมชนหมู่บ้านโดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ในการจัดส่งข้อมูลข่าวสารพื้นฐานที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตของประชาชนแต่ละชุมชน ได้แก่ ข้อมูลพยากรณ์อากาศ สถานการณ์น้ำ แจ้งเตือนมลพิษ สุขภาวะ การเกษตร ราคาสินค้า ข่าวประชาสัมพันธ์ และการให้บริการต่างๆ ของภาครัฐ ซึ่งปัจจุบันหลายหน่วยงานได้พัฒนาระบบนำเสนอมูลอัจฉริยะแบบ RealTime ได้แก่ ระบบพยากรณ์อากาศ ระบบพยากรณ์สถานการณ์น้ำ ระบบแจ้งเตือนมลพิษ ระบบ CCTV และ Automatic Sensor ต่าง ๆ ในชุมชน หากสามารถบูรณาการคัดกรองข้อมูลที่ชุมชนหมู่บ้านควรรู้ และอยากรู้ มาจัดทำเป็น

Info-Graphic หรือ Dashboard ในรูปแบบที่เข้าใจง่ายผ่านช่องทาง Online หรือช่องทางอื่น ๆ ที่เข้าถึงชุมชนหมู่บ้านได้อย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง จะสามารถสร้างความมั่นคงปลอดภัย ความรับรู้ เข้าใจ เชื่อมั่นในการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐ และพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับประชาชนในระดับพื้นที่ชุมชนได้อย่างต่อเนื่องทั่วถึงครอบคลุมทุกพื้นที่ได้

2.1.2 สภาพของปัญหาที่ผ่านมาและแนวโน้มปัญหาในอนาคต

จากพฤติกรรมการรับสื่อของคนไทยที่เปลี่ยนไป ทำให้การประชาสัมพันธ์ภาครัฐไม่สามารถสื่อสารเข้าถึงประชาชนทุกกลุ่มเป้าหมายได้อย่างทั่วถึงจากการสื่อสารมวลชน ในขณะที่ปัญหาสาธารณสุขภัย และภัยที่ตรงเข้าสู่ตัวบุคคลต่าง ๆ ที่มีหลากหลายมากขึ้น ทั้งภัยจากธรรมชาติ ภัยจากมนุษย์ ภัยทางกายภาพ และภัยทางไซเบอร์ ที่ส่งผลกระทบต่อความมั่นคงปลอดภัยของชุมชนครอบครัว บุคคลโดยตรง และสามารถเกิดขึ้นได้ตลอดเวลา ในส่วนภัยทางธรรมชาติก็มีความรุนแรงขึ้นและเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง จึงจำเป็นต้องพัฒนาระบบการสื่อสารประชาสัมพันธ์ภายในชุมชน และ ระบบข้อมูลการแจ้งเตือนภัยต่าง ๆ ที่ชุมชนให้ความเชื่อมั่น สามารถใช้งานได้ตลอดเวลาปกติ และในภาวะวิกฤต เชื่อมโยงข้อมูลข่าวสารกับหน่วยงานในท้องถิ่น ที่มีความใกล้ชิดกับประชาชน เพื่อรับข้อมูลข่าวสารการใช้ชีวิตประจำวัน ให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น และการแจ้งเตือน ที่ถูกต้อง รวดเร็ว เป็นประโยชน์ สร้างการมีส่วนร่วมในการดูแลชุมชนให้ปลอดภัยทั้งทางกายภาพและชีวิตความเป็นอยู่

การบริหารจัดการข้อมูลข่าวสารภาครัฐ กรมประชาสัมพันธ์ ในฐานะฝ่ายเลขานุการ อนุกรรมการบริหารจัดการข้อมูลข่าวสารภาครัฐ ร่วมกับ สำนักโฆษก สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี ได้จัดระบบการชี้แจงประเด็นเพื่อสร้างความรับรู้ความเข้าใจแก่ประชาชน (ID IA IR Chat) ให้เป็นตัวชี้วัดระดับกระทรวง ให้ทุกหน่วยงานต้องตอบชี้แจงข้อสงสัย ปัญหาข้อร้องเรียน ที่สื่อมวลชนหรือประชาชนให้ความสนใจ หรือมีข้อสงสัยข้อร้องเรียน ภายใน 24 ชั่วโมง หรือในเวลาที่กำหนดผ่านสื่ออย่างน้อย 5 ช่องทาง และการดำเนินงานศูนย์ปฏิบัติการข้อมูลข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ (Information Operation Center : IOC) ในการรับข้อมูลข่าวสารนโยบายโครงการสำคัญ มติคณะรัฐมนตรี เพื่อรวบรวม วิเคราะห์ เรียบเรียงข้อมูลข่าวสาร กำหนดเป็นประเด็นการประชาสัมพันธ์ประจำสัปดาห์ หรือในวาระเร่งด่วน เชื่อมโยงหน่วยงานสื่อประชาสัมพันธ์ของกรมประชาสัมพันธ์ทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาค ดำเนินงานผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบที่น่าสนใจของแต่ละกลุ่มเป้าหมายและแต่ละภูมิภาค พร้อมส่งเผยแพร่ทางช่องทางต่าง ๆ On-Air On-Line On-Ground และเครือข่ายประชาสัมพันธ์ทั่วประเทศ จากการดำเนินงานที่ผ่านมา แม้จะมีระบบเชื่อมโยงการส่งประเด็นการประชาสัมพันธ์ การส่งสื่อประชาสัมพันธ์ การผลิตและเผยแพร่ที่หลากหลาย พร้อมส่งให้เครือข่ายอาสาสมัครประชาสัมพันธ์ประจำหมู่บ้านและชุมชน ได้นำไปเผยแพร่ แต่การรับรู้ข้อมูลข่าวสารภาครัฐของประชาชน ยังให้ความสนใจกับข่าวตามกระแส สื่อบันเทิง และสื่อตามความสนใจ มากกว่าข้อมูลข่าวสารภาครัฐเป็นเรื่อง ๆ เฉพาะบางช่วงเวลา ซึ่งเวลาเกิดปัญหายังโทษว่าภาครัฐไม่ได้ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารให้ประชาชนทราบ ด้วยได้ติดตามช่องทางประชาสัมพันธ์ภาครัฐอย่างต่อเนื่อง และเป็นปัญหาเฉพาะพื้นที่ซึ่งสื่อมวลชนไม่ได้นำเสนออย่างต่อเนื่อง

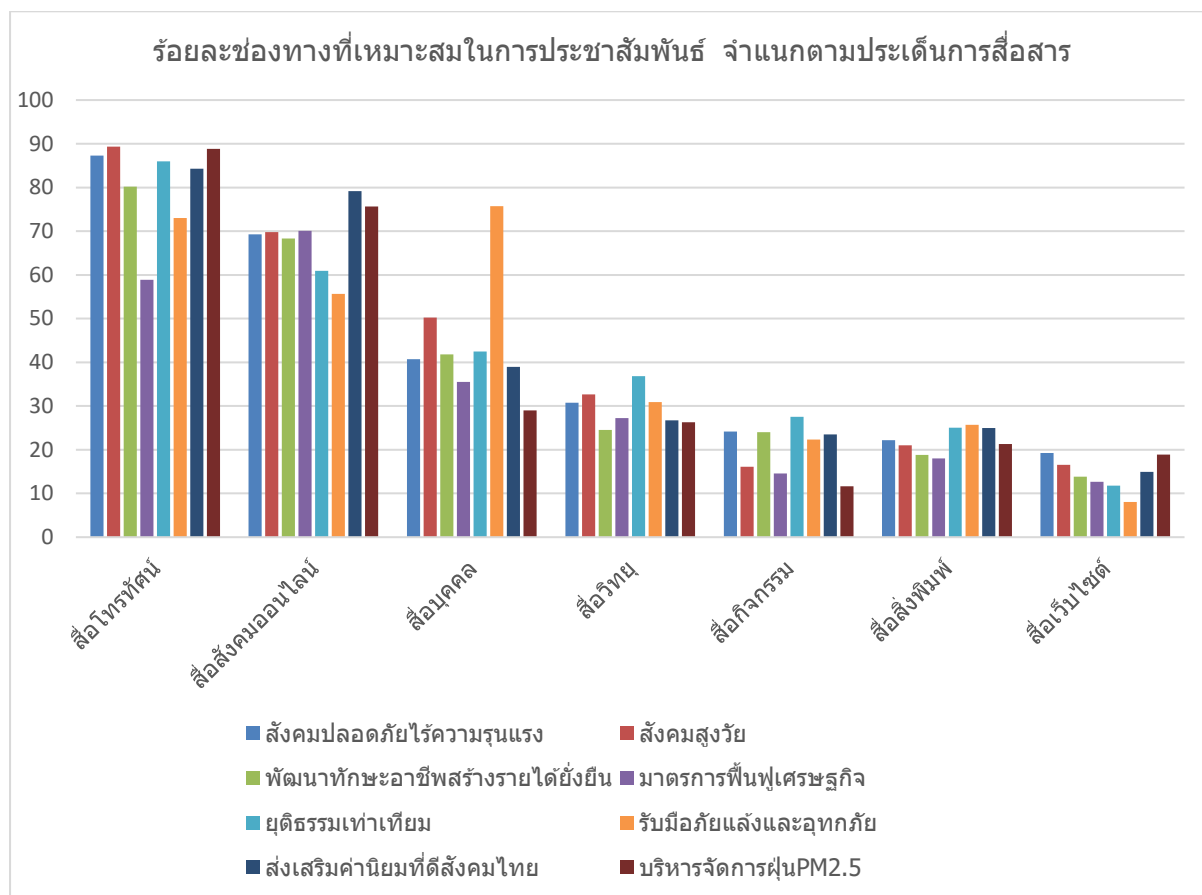
กรมประชาสัมพันธ์ ร่วมกับ ศูนย์สำรวจความคิดเห็น “นิด้าโพล” สำรวจความคิดเห็นของประชาชนอายุ 18 ปีขึ้นไป ด้านการรับรู้ข้อมูลประเด็นการสื่อสารภาครัฐต่าง ๆ ในช่วงเดือน พฤษภาคม - มิถุนายน 2565 ประกอบด้วย ประเด็น สังคมปลอดภัยไร้ความรุนแรง สังคมสูงวัย การพัฒนาทักษะอาชีพเพื่อสร้างรายได้ที่ยั่งยืน มาตรการฟื้นฟูเศรษฐกิจการคลังการลงทุน ยุติธรรมเท่าเทียม รับมือภัยแล้งและอุทกภัย ส่งเสริมค่านิยมที่ดีของสังคมไทย บริหารจัดการฝุ่นPM2.5 พบความแตกต่างของการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของกลุ่มเป้าหมาย มีความสนใจรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ในแต่ละประเด็น ผ่านช่องทางต่าง ๆ ไม่เหมือนกัน อย่างมีนัยสำคัญ แสดงให้เห็นว่าประชาชนให้ความสนใจกับประเด็นการสื่อสารภาครัฐที่ตามปัญหาที่ส่งผลกระทบโดยตรงเป็นหลัก ผ่านช่องทางการสื่อสารที่แตกต่างกัน โดยส่วนใหญ่จะรับรู้ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อโทรทัศน์เป็นหลัก รองลงมาเป็นสื่อสังคมออนไลน์ สื่อบุคคล สื่อวิทยุ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อกิจกรรม และสื่อเว็บไซต์ ข้อสังเกตประเด็นสื่อสารด้านมาตรการฟื้นฟูเศรษฐกิจ ประชาชนจะให้ความสนใจรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อสังคมออนไลน์ เป็นหลักด้วยเป็นข้อมูลจำเพาะที่ต้องการรายละเอียดเพิ่มเติม ส่วนประเด็นการรับมือภัยแล้งและอุทกภัย ประชาชนจะให้ความสนใจรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อบุคคลมากที่สุด ด้วยในเหตุภัยพิบัติ ส่วนใหญ่จะเกิดขึ้นในบางพื้นที่ที่สื่อสารมวลชนยังไม่สามารถเข้าถึงแบบกระจายในทุกพื้นที่ได้ สื่อบุคคลซึ่งเป็นผู้นำชุมชนเจ้าหน้าที่หน่วยงาน และอาสาสมัครในชุมชนจะเข้าถึงพี่น้องประชาชนได้ดีกว่า

ตารางที่ 1 ร้อยละช่องทางที่เหมาะสมในการประชาสัมพันธ์ จำแนกตามประเด็นการสื่อสาร

ประเด็นการสื่อสาร	ช่องทางที่เหมาะสมในการประชาสัมพันธ์ (ร้อยละ)						
	สื่อโทรทัศน์	สื่อสังคมออนไลน์	สื่อบุคคล	สื่อวิทยุ	สื่อกิจกรรม	สื่อสิ่งพิมพ์	สื่อเว็บไซต์
สังคมปลอดภัยไร้ความรุนแรง	87.32	69.27	40.73	30.73	24.15	22.20	19.27
สังคมสูงวัย	89.36	69.80	50.25	32.67	16.09	21.04	16.58
พัฒนาทักษะอาชีพเพื่อสร้างรายได้ที่ยั่งยืน	80.20	68.32	41.83	24.50	24.01	18.81	13.86
มาตรการฟื้นฟูเศรษฐกิจ การคลังการลงทุน	58.89	70.07	35.52	27.25	14.60	18.00	12.65
ยุติธรรมเท่าเทียม	86.00	60.93	42.51	36.86	27.52	25.06	11.79
รับมือภัยแล้งและอุทกภัย	73.04	55.64	75.74	30.88	22.30	25.74	8.09
ส่งเสริมค่านิยมที่ดีของสังคมไทย	84.31	79.17	38.97	26.72	23.53	25.00	14.95
บริหารจัดการฝุ่นPM2.5	88.83	75.68	29.03	26.30	11.66	21.34	18.86
รวม	80.99	68.61	44.32	29.49	20.48	22.15	14.51

ที่มา : รายงานโครงการประเมินส่วนราชการตามมาตรการปรับปรุงประสิทธิภาพในการปฏิบัติราชการ กรมประชาสัมพันธ์ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565

แผนภูมิที่ 2 ร้อยละช่องทางที่เหมาะสมในการประชาสัมพันธ์ จำแนกตามประเด็นการสื่อสาร



ที่มา : ผู้ศึกษาจัดทำ

2.1.3 ความจำเป็นในการดำเนินการพัฒนา

การสร้างความรู้ ความเข้าใจ ความเชื่อมั่น การปลูกฝังค่านิยมและวัฒนธรรมที่ดีของประเทศ นโยบายรัฐในการบริหารประเทศ จำเป็นต้องสื่อสารให้ประชาชนได้รับรู้และเข้าใจ พร้อมให้ความเชื่อมั่น มีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาประเทศร่วมกัน จากพฤติกรรมการรับสื่อของประชาชนที่เปลี่ยนไป ทำให้การประชาสัมพันธ์แบบสื่อสารมวลชนไม่มีประสิทธิภาพเพียงพอในการเข้าถึงประชาชน การย้อนกลับไปรูปแบบการสื่อสารแบบดั้งเดิมที่สุดคือการใช้สื่อบุคคล การใช้สื่อในชุมชน ผสมผสานกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการสื่อสารอย่างเป็นระบบ จึงเป็นทางออกของการสื่อสารในอนาคต แม้จะมีความยุ่งยากซับซ้อนในการเริ่ม และต้องการการบูรณาการข้อมูลข่าวสารจากทุกหน่วยงานที่ต้องปรับเข้าสู่ระบบ รัฐบาลดิจิทัล เชื่อมโยงให้เข้าถึงประชาชนจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่ง

จากการดำเนินงานของหน่วยงานต่าง ๆ ต้นแบบระบบสื่อสารประชาสัมพันธ์ชุมชนอัจฉริยะจะสามารถเชื่อมโยงไปทุกชุมชนเป็นเครือข่ายระดับท้องถิ่น ตำบล เทศบาล อำเภอ จังหวัด ภูมิภาค และระดับประเทศ ที่พร้อมรับข้อมูลข่าวสารสร้างความรับรู้ความเข้าใจอันดีระหว่างรัฐกับประชาชน เกิดความเชื่อมั่นและมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของหน่วยงานต่าง ๆ นำไปสู่คุณภาพชีวิตที่ดีของประชาชน และภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศต่อไป

2.2 การกำหนดข้อเสนอเชิงนโยบาย

2.2.1 หลักการ แนวคิด แนวทางการพัฒนาระบบสื่อสารประชาสัมพันธ์ชุมชนอัจฉริยะ

การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร นโยบาย การดำเนินงานของหน่วยงานต่าง ๆ มุ่งหวังให้สามารถสร้างความรับรู้ ความเข้าใจ ความเชื่อมั่นในการดำเนินงานของทุกหน่วยงาน เพื่อให้ประชาชนได้เข้าถึงบริการและประโยชน์ที่หน่วยงานทุกภาคส่วนได้ดำเนินงาน ตามยุทธศาสตร์ชาติ การพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ ด้านการใช้สื่อและสื่อสารมวลชน การปลูกฝังค่านิยมและวัฒนธรรมของคนในสังคมอย่างต่อเนื่อง เป็นภารกิจที่แผนปฏิรูปประเทศด้านสื่อสารมวลชนเทคโนโลยีสารสนเทศ กำหนดให้คณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ โดยกรมประชาสัมพันธ์ เร่งพัฒนาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของการสื่อสารของประชาชนที่เปลี่ยนไปอย่างรวดเร็ว

กรมประชาสัมพันธ์ ได้บูรณาการแผนปฏิบัติการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ กับสำนักโฆษก สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี สำนักงานรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ และสำนักงาน ก.พ.ร. กำหนดเป็นตัวชี้วัดผู้บริหารระดับสูง ในการชี้แจงประเด็นสำคัญที่ทันต่อสถานการณ์ (ID IA IR Chat) เชื่อมโยงกับศูนย์ปฏิบัติการข้อมูลข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ (Information Operations Center : IOC) ของกรมประชาสัมพันธ์ เพื่อดำเนินงานผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ให้ถูกต้องเชื่อมโยงทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สั้น กระชับ เข้าใจง่าย น่าสนใจ ตามกลุ่มเป้าหมายแต่ละพื้นที่ และกลุ่มความสนใจ ผ่านช่องทางหลากหลายทั้งสื่อ On Air , On line และ On Ground โดยกรมประชาสัมพันธ์ได้เนิกรวิเคราะห์ห้องครและบริบทของกรมประชาสัมพันธ์ โดยใช้เครื่องมือ SWOT ในการจัดทำแผนปฏิบัติการราชการกรมประชาสัมพันธ์ ระยะ 5 ปี (พ.ศ.2566 – 2570) ได้กำหนดประเด็นยุทธศาสตร์ที่สำคัญ ในการรับฟังเสียงประชาชนทุกภาคส่วนและขึ้นำประเด็นสำคัญ เพื่อนำมาประกอบการพิจารณากำหนดนโยบายภาครัฐ การสร้างสังคมที่ประชาชนมีภูมิรู้ในการดำรงชีพเพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิต และส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศ เป็นผู้นำด้านข้อมูลดิจิทัลและเครือข่ายข้อมูล เพื่อเป็นองค์การที่ได้รับ ความเชื่อถือด้านข้อมูลข่าวสาร เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชน และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศ

2.2.2 การวิเคราะห์เพื่อจัดทำข้อเสนอ

กรมประชาสัมพันธ์ ได้ดำเนินการวิเคราะห์ห้องครและบริบทของกรมประชาสัมพันธ์ โดยใช้เครื่องมือ SWOT เพื่อจัดทำแผนปฏิบัติการราชการกรมประชาสัมพันธ์ ระยะ 5 ปี โดยสรุปผลได้ ดังนี้

ตารางที่ 2 สรุปผลการวิเคราะห์ห้องครและบริบทของกรมประชาสัมพันธ์โดยใช้เครื่องมือ SWOT

Strengths	Weaknesses
<ol style="list-style-type: none"> มีหน่วยงานทุกพื้นที่ทั่วประเทศ รวมทั้งมีเครือข่ายที่พร้อมให้ความร่วมมือในพื้นที่ เข้าถึงแหล่งข้อมูลภาครัฐในระดับที่องค์กรอื่นเข้าถึงได้ยาก ข้อมูลข่าวสารภาวะวิกฤตและสถานการณ์สำคัญได้รับความเชื่อถือและเป็นที่ยอมรับ มีเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์หลากหลาย รวบรวมผู้มีความถนัดในงานสื่อสารประชาสัมพันธ์ มีช่องทางในการส่งเสริมจริยธรรมสื่อมวลชน มีสถานภาพเป็นตัวแทนของรัฐ 	<ol style="list-style-type: none"> โครงสร้างองค์กรและระบบการบริการ ยังคงเป็นโครงสร้างเก่าที่ไม่สอดคล้องกับความท้าทายยุคใหม่ กลไกการประสานงานยังรองรับการทำงานแบบแยกส่วน ไม่เอื้อต่อการ ทำงานร่วมกันอย่างรวดเร็ว บุคลากรส่วนใหญ่ยังมีทักษะเฉพาะทาง ยังมีผู้ถนัดในการบริหารสมัยใหม่ และทักษะดิจิทัลจำนวนไม่เพียงพอ การลาออก/โอนออก สร้างภาวะด้านการสรรหา และการสอนงาน

Opportunities	Threats
<ol style="list-style-type: none"> 1. ภาครัฐให้ความสำคัญกับปริมาณการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารไปยังประชาชน 2. ผู้บริโภคกระหาย Content ในทุกรูปแบบ 3. เทคโนโลยีและโครงสร้างพื้นฐานทำให้สามารถเข้าถึงคนทุกกลุ่มในประเทศ รวมทั้งคนไทยในต่างประเทศ 4. สังคมต้องการข้อมูลข่าวสารที่เชื่อถือได้และเป็นประโยชน์ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. เทคโนโลยีเอื้อให้มีผู้ผลิตข่าวสารและ Content ประเภทต่าง ๆ โดยไม่จำเป็นต้องมีสถานภาพเป็นสื่อมวลชน 2. ประชาชนมีทางเลือกในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารและสาระบันเทิง คนแต่ละกลุ่มเลือกรับสื่อที่ตนเองพึงพอใจ 3. สื่อหลักมีต้นทุนการบริหารและต้นทุนการดำเนินงานสูง ในขณะที่การแข่งขัน ก็สูงเช่นกัน 4. สังคมไทยยังคงมีความคิดที่แตกต่างกัน 5. หน่วยงานภาครัฐที่เป็นเจ้าของข้อมูลมีช่องทางการสื่อสารประชาสัมพันธ์ เป็นของตนเอง และ/หรือ สามารถจัดจ้างเอกชนดำเนินการได้

ที่มา : แผนปฏิบัติการราชการกรมประชาสัมพันธ์ ระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566 - 2570)

จากการวิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อน เทียบกับโอกาสกรมประชาสัมพันธ์ พบว่าด้านที่ได้เปรียบคือ กรมประชาสัมพันธ์สามารถใช้ช่องทางประชาสัมพันธ์ที่หลากหลายของตน นำเสนอข่าวสารของรัฐไปยังผู้รับสารมากมายทั้งในประเทศและต่างประเทศ อีกทั้งยังมีช่องทางที่จะส่งเสริมให้สื่อมวลชนนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่เชื่อถือได้แก่สังคม สำหรับด้านที่โอกาสเปิด แต่ยังคงมีจุดอ่อนที่อาจได้รับการพัฒนา ได้แก่ การใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีให้เต็มสมรรถนะ โดยการปรับปรุงโครงสร้างและกระบวนการ รวมทั้ง การเพิ่มรูปแบบการผลิตเนื้อหาให้หลากหลายตรงกับความต้องการของกลุ่มต่าง ๆ มากขึ้น

จากการวิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อนเทียบกับด้านที่เป็นอุปสรรคของกรมประชาสัมพันธ์ พบว่าในสถานการณ์ที่เป็นอุปสรรค กรมประชาสัมพันธ์ก็ยังมีจุดแข็งที่ทำให้นำเสนอข้อมูลข่าวสารถึงประชาชนได้อย่างต่อเนื่อง กล่าวคือ ในการแข่งขันในสนามข้อมูลข่าวสารกรมประชาสัมพันธ์ยังมีข้อได้เปรียบตรงที่มีบุคลากรและสำนักงานอยู่ทั่วประเทศ มีช่องทางในการประสานกับสื่อมวลชน และแม้สื่อหลักจะมีต้นทุนสูง แต่ก็ยังดำเนินการได้อย่างต่อเนื่องเพราะเป็นหน่วยงานของรัฐ แต่ในด้านที่ยังคงมีจุดอ่อนอยู่นั้น กรมประชาสัมพันธ์ยังผลิตเนื้อหาได้ไม่หลากหลายเพียงพอที่จะเข้าถึงผู้รับบริการทุกกลุ่ม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสื่อใหม่ ตลาดใหม่ อีกทั้งยังไม่สามารถนำเสนอบริการประชาสัมพันธ์ที่เบ็ดเสร็จให้แก่หน่วยงานภาครัฐ เมื่อเทียบกับการให้บริการของตัวแทนภาคเอกชน

ท่ามกลางโอกาสและอุปสรรคเหล่านี้ กรมประชาสัมพันธ์ควรมุ่งเน้นด้านที่เป็นจุดแข็งและเป็นโอกาสและปรับเปลี่ยนด้านที่ยังคงมีจุดอ่อน เมื่อคำนึงถึงโอกาสและจุดแข็ง/จุดอ่อนขององค์กร เสนอให้พิจารณาดำเนินกลยุทธ์ เป็นผู้นำในการส่งเสริมให้ภาครัฐใช้เครื่องมือและช่องทางต่าง ๆ ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารถึงประชาชนอย่างเป็นระบบน่าเชื่อถือ / การสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายที่เจาะจง / เร่งปรับองค์กรให้ทันสมัย / เพิ่มบทบาทเครือข่ายในการกระจายข้อมูลข่าวสารในช่องทางต่าง ๆ / ค้นหาความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย และตอบสนองความต้องการนั้น แม้จะต้องพัฒนาช่องทางใหม่หรือแบรนด์ใหม่ / สร้างผลิตภัณฑ์ใหม่และพัฒนาช่องทางใหม่ในการสื่อสาร

สำหรับสถานการณ์ที่เป็นอุปสรรค เมื่อคำนึงถึงจุดแข็ง/จุดอ่อนของกรมประชาสัมพันธ์แล้ว ควรดำเนินการด้วยความระมัดระวังและวางรากฐานสำหรับอนาคต โดย สร้างเครือข่ายผู้ผลิต Content และ นำเสนอข้อมูลข่าวสารผ่านบุคคลเหล่านั้น / โฟกัสกลุ่มเป้าหมายที่สื่อหลักสื่อใหม่ มองข้ามเพื่อลดการแข่งขัน และให้บริการสาธารณะเพื่อลดความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร / ส่งเสริมจริยธรรมสื่ออิสระ มีฐานข้อมูลสื่ออิสระและติดตามผลงานของสื่อเหล่านี้ผ่านเทคโนโลยีสมัยใหม่ / ทดลองพัฒนาช่องทางการสื่อสารและรูปแบบเนื้อหาที่เหมาะสมสำหรับกลุ่มใหม่ ๆ ที่กรมประชาสัมพันธ์ยังเข้าถึงได้น้อยโดยการ สร้าง Sub-brand แยกต่างหากจาก Brand ปัจจุบันของกรมฯ / พัฒนาศักยภาพและส่งเสริมการทำงาน เป็นทีมข้ามกลุ่มทักษะเพื่อผลิตชิ้นงานร่วมกัน / โฆษณาและประชาสัมพันธ์เนื้อหาสาระที่น่าสนใจในสื่อของ กรมประชาสัมพันธ์ ผ่านช่องทางสื่ออื่น ๆ ของกรมประชาสัมพันธ์ (Cross-promotion)

จากการวิเคราะห์ SWOT กรมประชาสัมพันธ์ ควรพิจารณาส่งเสริมให้ภาครัฐใช้เครื่องมือและ ช่องทางต่าง ๆ ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารถึงประชาชนอย่างเป็นระบบน่าเชื่อถือ โดยสื่อสารกับ กลุ่มเป้าหมายที่เจาะจง เพิ่มบทบาทเครือข่ายในการกระจายข้อมูลข่าวสาร ค้นหาความต้องการของ กลุ่มเป้าหมาย และพัฒนาช่องทางใหม่ในการสื่อสาร โดยเฉพาะสื่อที่เข้าถึงประชาชนในระดับพื้นที่ได้มากที่สุด คือ สื่อที่มีความใกล้ชิดกับชุมชน ได้แก่ สื่อบุคคล (กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน ผู้นำชุมชน อสม.) สื่อหอกระจายข่าว สื่อวิทยุกระจายเสียงในพื้นที่ สื่อ On line ของชุมชน ซึ่งกรมประชาสัมพันธ์ ได้มอบหมายให้หน่วยงานในส่วน ภูมิภาค ได้แก่ สำนักประชาสัมพันธ์เขต 1 – 8 สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัด 76 จังหวัด สถานีวิทยุโทรทัศน์ แห่งประเทศไทยจังหวัด 11 สถานี และสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยจังหวัด 71 สถานี บูรณาการ ความร่วมมือกับหน่วยงานต่าง ๆ ในพื้นที่ พร้อมพัฒนาเครือข่ายอาสาสมัครประชาสัมพันธ์ประจำหมู่บ้านและ ชุมชน (อป.ม.ช.) เครือข่ายสื่อมวลชนจังหวัด เพื่อดำเนินการประชาสัมพันธ์ผ่านทุกช่องทางสื่อสารต่าง ๆ ทั้ง On-Air OnLine OnGround โดยหลอมรวมการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อทุกรูปแบบ ทุกช่องทาง ให้เข้าถึง ประชาชนในพื้นที่ แต่การดำเนินงานที่ผ่านมายังไม่สามารถสื่อสารประชาสัมพันธ์เข้าถึงประชาชนในระดับ พื้นที่ชุมชนได้อย่างต่อเนื่องและทั่วถึง ผู้ศึกษาจึงได้ศึกษา วิเคราะห์ ออกแบบแนวทางการพัฒนาระบบสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ชุมชนอัจฉริยะ เพื่อสร้างชุมชนต้นแบบ ในพื้นที่ชุมชนหมู่บ้านในจังหวัดอุบลราชธานี โดยเชื่อมโยงระบบสื่อสารข้อมูลอัจฉริยะของหน่วยงานต่าง ๆ ผ่านสื่อสารสนเทศ มาเชื่อมโยงคัดกรองให้ตรง ความต้องการของชุมชน และช่องทางสื่อสารประชาสัมพันธ์ให้เข้าถึงประชาชนกลุ่มเป้าหมายในชุมชนหมู่บ้าน ดัชนีระบบอัตโนมัติ เป็นประจำ โดยพัฒนาเป็นชุมชนสื่อสารประชาสัมพันธ์อัจฉริยะต้นแบบ นำเสนอผ่านกลไก คณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติระดับจังหวัด อุบลราชธานี ให้ความเห็นชอบ ดำเนินการทั่วทั้งจังหวัด พร้อมนำเสนอเป็นคู่มือระบบสื่อสารประชาสัมพันธ์ชุมชนอัจฉริยะ นำเสนอคณะกรรมการประชาสัมพันธ์ แห่งชาติ พิจารณาดำเนินการขับเคลื่อนขยายผลการดำเนินงานให้ครอบคลุมทั่วประเทศต่อไป

2.2.3 แนวทางการพัฒนาระบบสื่อสารประชาสัมพันธ์ชุมชนอัจฉริยะ

1) ใช้กลไกคณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติระดับจังหวัด บูรณาการความร่วมมือ ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ขับเคลื่อนเป้าหมายการสื่อสารประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพในชุมชน เพื่อ เสริมสร้างการพัฒนาระบบสื่อสารประชาสัมพันธ์ชุมชนอัจฉริยะ โดยมีผู้ว่าราชการจังหวัด เป็นประธาน พาณิชย์จังหวัด ศึกษาธิการจังหวัด อธิการบดีมหาวิทยาลัยในจังหวัด อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏในจังหวัด ผู้แทนหอการค้าจังหวัด สภาอุตสาหกรรมจังหวัด สภาวัฒนธรรมจังหวัด สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัด นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด ประชาสัมพันธ์จังหวัด ผู้อำนวยการสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย

เป็นอนุกรรมการ ดำเนินการจัดทำแผนและดำเนินงานตามแผนประชาสัมพันธ์แห่งชาติระดับจังหวัด โครงการประชาสัมพันธ์ของจังหวัดให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์นโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ นำเสนอบรรจุในแผนพัฒนาจังหวัด เพื่อบูรณาการการดำเนินงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างเครือข่ายการประชาสัมพันธ์ ติดตามประเมินผล จัดช่องทาง การแก้ไขปัญหาจากการร้องเรียนการกระทำที่ละเมิดต่อการประชาสัมพันธ์ของชาติ เชื่อมโยงกับศูนย์ดำรงธรรมของกระทรวงมหาดไทย จัดทำฐานข้อมูลและพัฒนาระบบโครงข่ายข้อมูลข่าวสารของจังหวัดให้เป็นระบบที่เข้าถึงง่าย และรายงานผลการดำเนินงานเสนอคณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ

ซึ่งในการเสนอแนวทางการพัฒนาระบบสื่อสารประชาสัมพันธ์ชุมชนอัจฉริยะ กรมประชาสัมพันธ์ มอบหมายให้ประชาสัมพันธ์จังหวัด ในฐานะอนุกรรมการและเลขานุการอนุกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ระดับจังหวัด นำเสนอชุมชนต้นแบบที่จะดำเนินการ พัฒนาระบบสื่อสารประชาสัมพันธ์ชุมชนอัจฉริยะ โดยบูรณาการข้อมูลข่าวสารที่สำคัญจำเป็นกับชุมชน ด้านการดำรงชีพ ด้านความมั่นคงปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน การพยากรณ์สภาวะอากาศ น้ำ มลพิษ ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านสาธารณสุข ที่ชุมชนต้องรู้ อยากรู้ และควรรู้ นำมาออกแบบเป็น Info-Graphic หรือ Dashboard เรื่องสื่อสารประจำวันของจังหวัด อำเภอ และชุมชน โดยให้หน่วยงานในพื้นที่มีส่วนร่วมในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารของชุมชน มานำเสนอผ่านช่องทางสื่อสารสารสนเทศ ผ่านผู้นำชุมชน กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน ผู้ดูแลหอกระจายข่าว เจ้าหน้าที่ของหน่วยงาน และอาสาสมัครต่าง ๆ ได้แก่ อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน อสม. ชูศรีรักษาความปลอดภัยหมู่บ้าน ชรบ. อาสาสมัครเกษตร อาสาสมัครประชาธิปไตย อาสาสมัครประชาสัมพันธ์ เป็นต้น ซึ่งจะสามารถสร้างกลไกการประชาสัมพันธ์ในแต่ละกลุ่ม จัดทำเป็นระบบสื่อสารประชาสัมพันธ์ให้เข้าถึงทุกกลุ่มเป้าหมายในชุมชน เชื่อมโยงกับทุกหน่วยงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2) พัฒนาระบบการสื่อสารประชาสัมพันธ์ชุมชนอัจฉริยะ เชื่อมโยงข้อมูลข่าวสารสำคัญ ตั้งแต่ต้นนโยบายรัฐบาล วาระแห่งชาติ มติ ครม. การดำเนินงานสำคัญของประเทศ ถ่ายทอดสู่การปฏิบัติระดับกระทรวง ระดับกรม ระดับจังหวัด ระดับหน่วยงาน และทุกภาคส่วน ลงสู่ระดับชุมชน ให้สามารถเข้าถึงประชาชนทุกกลุ่มในชุมชนได้รับรู้ เข้าใจ และสามารถนำข้อมูลข่าวสารไปใช้ประโยชน์ได้อย่างเป็นรูปธรรมและต่อเนื่อง โดยการเชื่อมโยงช่องทางดิจิทัลและช่องทางดั้งเดิม เช่น หอกระจายข่าว สื่อบุคคล การประชุม การสื่อสารผ่านโรงเรียน วัด สถานีอนามัย และหน่วยงานต่าง ๆ อย่างเป็นระบบจำแนกตามกลุ่มเป้าหมายอย่างสม่ำเสมอ พร้อมสื่อสารแบบสองทาง เพื่อรับการแจ้งปัญหา ข้อเสนอแนะ ข้อมูลข่าวสาร ข้อปฏิบัติ การขอความช่วยเหลือ ทั้งในภาวะปกติและภาวะภัยพิบัติ อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงการเชื่อมโยงบูรณาการกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการนำปัญหา ข้อเสนอแนะ ไปดำเนินการ และการให้ความช่วยเหลือ อย่างทันท่วงที โดยเชื่อมโยงข้อมูลอัจฉริยะจากหน่วยงานต่าง ๆ จัดทำเป็น Info-Graphic หรือ Dashboard ส่งผ่านสื่อสารสนเทศชุมชนหมู่บ้าน และอุปกรณ์สื่อสารอัจฉริยะ ประกอบด้วย

(1) การวิเคราะห์คัดกรองข้อมูลข่าวสารที่ชุมชนให้ความสนใจและควรรับรู้เป็นประจำทุกวัน ได้แก่ พยากรณ์อากาศ (กรมอุตุนิยมวิทยา) สถานการณ์น้ำ (ศูนย์ปฏิบัติการน้ำอัจฉริยะ กองอำนวยการน้ำแห่งชาติ) การแจ้งเตือนมลพิษ (กรมควบคุมมลพิษ) แจ้งระวังข่าวปลอม (ศูนย์ต่อต้านข่าวปลอม) ข้อมูลราคาสินค้าเกษตรประจำวัน (กรมการค้าข้าว การยางแห่งประเทศไทย กรมการค้าภายใน) ข้อมูลสถานการณ์สุขภาพ (สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด) รายงานสาธารณสุขภัย (กรมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย) ข้อมูลข่าวสารสำคัญ (จังหวัด อำเภอ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัด) เป็นต้น

2.2.4 ปัจจัยที่อาจมีผลกระทบต่อแนวทางการพัฒนาระบบสื่อสารประชาสัมพันธ์ชุมชนอัจฉริยะ

- ประชาชนในชุมชน ไม่มีการใช้ Line Group Chat ในการสื่อสารในชุมชน หรือมีใช้งานแต่ไม่ครอบคลุมทุกครัวเรือน สามารถให้ผู้นำชุมชนสื่อสารผ่านช่องทางอื่น ได้แก่ นำเสนอผ่านหอกระจายข่าว และเสียงตามสายประจำหมู่บ้าน บอกกล่าวผ่านสื่อบุคคลโดยตรงผ่านผู้นำชุมชน หรือกลุ่มอาสาสมัครในชุมชน
- ความร่วมมือจากผู้นำชุมชน ซึ่งบางชุมชนไม่ได้ให้ความสำคัญกับการสื่อสารในชุมชนผ่านสื่อสารสนเทศ หรือหอกระจายข่าว จำเป็นต้องสร้างความเข้าใจและพัฒนาการประชาสัมพันธ์ให้กับผู้นำชุมชน กลุ่มอาสาสมัคร และผู้ดูแลหอกระจายข่าว
- การขาดแคลนบุคลากรจัดทำ Info-Graphic และเชื่อมโยงระบบ Line Group Chat ในช่วงแรกยังไม่สามารถทำเป็นระบบอัตโนมัติได้ทุกขั้นตอน ต้องมีการบันทึกข้อมูล และส่งต่อเป็นประจำทุกวัน
- การสร้าง Application และจัดหาอุปกรณ์สื่ออัจฉริยะ จอภาพ LED ชุมชน พร้อมระบบเชื่อมโยง Online ในภาพรวมใช้งบประมาณสูง อาจใช้งบประมาณของท้องถิ่นดำเนินการในแต่ละชุมชนได้ โดยนำเสนอผ่านคณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติระดับจังหวัด เพื่อให้ผู้ว่าราชการจังหวัด ให้ความสำคัญ พร้อมนำเสนอองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นดำเนินการจัดหาอุปกรณ์ ส่วนการจัดทำ Application ต้องเสนอของบประมาณกรมประชาสัมพันธ์ ดำเนินการจัดทำในภาพรวม เพื่อนำไปใช้ทั่วประเทศได้ต่อไป

2.3 ภาวะผู้นำเพื่อการขับเคลื่อนข้อเสนอ

คุณลักษณะผู้นำในการ สร้างระบบการสื่อสารประชาสัมพันธ์ภาครัฐ เชื่อมโยงส่วนกลางกับส่วนภูมิภาค ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายยุคดิจิทัลและชุมชนหมู่บ้านได้ตรงตามความต้องการและทั่วถึง

- ต้องสามารถผสมผสานแนวคิดการสื่อสารสมัยใหม่ยุคดิจิทัล โดยไม่ละทิ้งการสื่อสารรูปแบบเดิมที่ยังสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายส่วนหนึ่งอยู่
- การบริหารบุคลากรรุ่นใหม่กับบุคลากรรุ่นเก่า ร่วมเป็นทีมงานขับเคลื่อนการดำเนินงาน โดยมุ่งเน้นเป้าหมายความสำเร็จในการเปลี่ยนแปลง พร้อมรับฟังและเรียนรู้ทุกปัญหาข้อคิดเห็น
- เป็นผู้นำที่มีวิสัยทัศน์กว้างไกล มองอนาคตและมุ่งเน้นประชาชนเป็นหลัก
- สามารถบูรณาการความร่วมมือจากทุกภาคส่วน พร้อมบูรณาการประสานงานทุกภาคีเครือข่ายในการส่งเสริมดูแลแก้ไขปัญหาและพัฒนาชุมชนในทุกมิติ ให้สามารถใช้เครือข่ายประชาสัมพันธ์ชุมชนอัจฉริยะในการขับเคลื่อนการดำเนินงานแก้ไขปัญหาและพัฒนาชุมชน ให้ประชาชนในชุมชนได้รับรู้ เข้าใจ เชื่อมมั่น ปฏิบัติตาม พร้อมปลูกฝังค่านิยมและวัฒนธรรมที่ดีในชุมชน และเชื่อมโยงให้ประชาชนในชุมชนเห็นประโยชน์ พร้อมใช้เครือข่ายประชาสัมพันธ์อัจฉริยะในการสื่อสารปัญหาความต้องการข้อเสนอแนะ และร่วมพัฒนาคุณภาพชีวิตของตนเอง ครอบครัว และชุมชนอย่างต่อเนื่อง

3. แผนพัฒนาตนเอง

(ข้อมูลส่วนบุคคลไม่เผยแพร่)

บรรณานุกรม

1. แผนปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ (พ.ศ. 2566 - 2570)
2. แผนปฏิบัติราชการกรมประชาสัมพันธ์ ระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566 - 2570)
3. รายงานการประเมินส่วนราชการตามมาตรการปรับปรุงประสิทธิภาพในการปฏิบัติราชการ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565
4. เว็บไซต์ กรมอุตุนิยมวิทยา <https://www.tmd.go.th>
5. ระบบรายงานคุณภาพอากาศ กรมควบคุมมลพิษ <http://air4thai.pcd.go.th>
6. ระบบรายงานสถานการณ์น้ำประเทศไทย กองอำนวยการน้ำแห่งชาติ <https://nationalthaiwater.onwr.go.th>
7. ศูนย์ปฏิบัติการน้ำอัจฉริยะ กรมชลประทาน <http://wmisc.rid.go.th/>
8. กรมการค้าภายใน DIT <https://www.facebook.com/ditfamilyhomes>
9. กรมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย <https://www.disaster.go.th/th/home>
10. ศูนย์ต่อต้านข่าวปลอม Anti-Fake News Center Thailand <https://www.antifakenewscenter.com>

ภาคผนวก

ประวัติผู้เขียนเอกสารรายงานการศึกษาส่วนบุคคล

ชื่อ - สกุล นายชัยวัฒน์ บุญชวลิต

ประวัติการศึกษา

- ปริญญาตรี การศึกษาศาสตรบัณฑิต สังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ มหาสารคาม พ.ศ.2534
 ปริญญาตรี วิทยาศาสตร์บัณฑิต วิทยาการคอมพิวเตอร์ สถาบันราชภัฏอุบลราชธานี พ.ศ.2539
 ปริญญาโท ศิลปะศาสตรมหาบัณฑิต พัฒนาสังคม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ NIDA พ.ศ.2543

ประสบการณ์การรับราชการ

- ผู้อำนวยการส่วนแผนงานและพัฒนางานประชาสัมพันธ์ สำนักประชาสัมพันธ์เขต 2 อุบลราชธานี
 ผู้อำนวยการสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จังหวัดมุกดาหาร
 ผู้อำนวยการสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย NBT จังหวัดอุบลราชธานี
 ผู้อำนวยการสถาบันการประชาสัมพันธ์
 เลขาธิการกรม กรมประชาสัมพันธ์
 ประชาสัมพันธ์จังหวัดอุบลราชธานี

ผลงานทางวิชาการ

- การประเมินความต้องการจำเป็นในการพัฒนาบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์ภาครัฐในยุคดิจิทัล 2563
 แผนพัฒนาบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชนของประเทศ 2560 - 2563
 ไข่มุกร่วมงานพระราชพิธีถวายพระเพลิงพระบรมศพพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช 2560
 กรรมการและเลขานุการ ถอดบทเรียนกรณีถ้าหลวง-ขุนน้ำนางนอน : จริยธรรมของสื่อ 2562

รางวัลหรือทุนการศึกษา (เฉพาะที่สำคัญ)

- ข้าราชการตัวอย่างกรมประชาสัมพันธ์ ประจำปี 2562
 ข้าราชการพลเรือนดีเด่น ประจำปี 2564

ตำแหน่งหน้าที่ปัจจุบันและสถานที่ทำงาน

- ตำแหน่ง : ประชาสัมพันธ์จังหวัดอุบลราชธานี
 สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดอุบลราชธานี ชั้น 2 ศาลากลางจังหวัดอุบลราชธานี
 ถนนแจ้งสนิท ตำบลแจระแม อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี 34000
 E-Mail : chaiwat.ipr60@gmail.com Line ID : ipr60
 Mobie : 09 2246 8336 , 08 6651 5634 Tel/Fax : 045 344 583 - 4