

## ส่วนที่ 2

สรุปผลการประชุม

# สรุปผลการประชุม

การประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อกำหนดค่านิยม วิสัยทัศน์ พันธกิจ และประเด็นยุทธศาสตร์ กรมประชาสัมพันธ์

ระหว่างวันที่ 5 – 7 กุมภาพันธ์ 2551

ณ ห้องอเนกประสงค์ ชั้น 1 อาคารหอประชุม กรมประชาสัมพันธ์

\*\*\*\*\*

ประธานการประชุม : รองอธิบดีกรมประชาสัมพันธ์ (นายเชษฐาธิวัฒน์)

ผู้เข้าร่วมประชุม : จำนวน 97 คน ประกอบด้วย

1. กลุ่มเป้าหมายหลัก จำนวน 77 คน ประกอบด้วย
  - ผู้เชี่ยวชาญด้านการประชาสัมพันธ์ จำนวน 1 คน
  - ผู้อำนวยการสำนัก/กอง จำนวน 15 คน
  - เจ้าหน้าที่ระดับ 8 จำนวน 29 คน
  - เจ้าหน้าที่ระดับ 7 จำนวน 18 คน
  - เจ้าหน้าที่ระดับ 6-4 จำนวน 14 คน
2. ผู้สังเกตการประชุม จำนวน 20 คน

## ความเป็นมา

การประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อกำหนดค่านิยม วิสัยทัศน์ พันธกิจ และประเด็นยุทธศาสตร์ กรมประชาสัมพันธ์ ที่จัดขึ้นระหว่างวันที่ 5 – 7 กุมภาพันธ์ 2551 ณ ห้องอเนกประสงค์ ชั้น 1 อาคารหอประชุม กรมประชาสัมพันธ์ เป็นกิจกรรมที่ดำเนินการต่อเนื่องจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อวิเคราะห์สภาพแวดล้อม กรมประชาสัมพันธ์ (SWOT Analysis) เมื่อวันที่ 24 -25 มกราคม 2551 โดยเป็นการนำผลการวิเคราะห์สินค้า บริการ และผู้รับบริการ ด้วย SIPOC Model ในระดับกรม และระดับสำนัก/กอง มาเป็นข้อมูลประกอบการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกกรมประชาสัมพันธ์ เพื่อนำสู่การดำเนินงานในขั้นต่อไป ได้แก่ การกำหนดค่านิยมหลัก วิสัยทัศน์ และพันธกิจ

## สรุปผลการประชุมฯ

การประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อกำหนดค่านิยม วิสัยทัศน์ พันธกิจ และประเด็นยุทธศาสตร์ กรมประชาสัมพันธ์ ที่จัดขึ้นระหว่างวันที่ 5 – 7 กุมภาพันธ์ 2551 สรุปสาระสำคัญได้ดังนี้

## 1. การทบทวนผลการวิเคราะห์ สิ้นค้า บริการ และผู้รับบริการ กปส. (ระดับกรม) ด้วย SIPOC

### Model

วิทยากรได้นำผลการวิเคราะห์ สิ้นค้า บริการ และผู้รับบริการ ด้วย SIPOC Model ในระดับกรม ซึ่งได้ข้อสรุปจากการประชุมเมื่อวันที่ 24 – 25 มกราคม 2551 นำเสนอที่ประชุมเพื่อทบทวนก่อนจะนำไปเป็นข้อมูลประกอบการดำเนินงานในขั้นตอนต่อไป คือ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมกรมประชาสัมพันธ์ (SWOT Analysis)

**สิ้นค้า บริการ และผู้รับบริการ /กระบวนการในระดับกรม ประกอบด้วย**

| สิ้นค้า/บริการ                                      | กระบวนการ  |
|---|--|
| 1. ข้อมูลข่าวสาร (เน้น “ข่าว”)                      | ผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร                                  |
| 2. แผนการประชาสัมพันธ์ระดับชาติและระดับพื้นที่      | จัดทำและดำเนินการแผนการประชาสัมพันธ์ระดับชาติและระดับพื้นที่ |
| 3. สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ (เน้น “ข้อมูลข่าวสาร”) | ผลิตและเผยแพร่สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์                      |
| 4. การฝึกอบรม                                       | จัดการฝึกอบรม  |

ที่ประชุมร่วมกันพิจารณาทบทวน สิ้นค้า บริการ และผู้รับบริการในระดับกรม รวมทั้งกระบวนการของทั้ง 4 บริการ ข้างต้น และได้เสนอความเห็นเพิ่มเติมเพื่อให้กระบวนการมีความครอบคลุมและสมบูรณ์มากยิ่งขึ้นใน 2 กระบวนการ คือ กระบวนการจัดทำและดำเนินการแผนการประชาสัมพันธ์ระดับชาติและระดับพื้นที่ และกระบวนการจัดการฝึกอบรม ดังนี้

กระบวนการที่ 2 : เพิ่มเติมประเด็น “นโยบาย” ในกระบวนการเดิม คือ กระบวนการจัดทำและดำเนินการแผนการประชาสัมพันธ์ระดับชาติและระดับพื้นที่ เป็น กระบวนการจัดทำนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์ระดับชาติและระดับพื้นที่

กระบวนการที่ 4 : เพิ่มเติม “Supplier” และ “ผู้รับผิดชอบ” ในกระบวนการจัดการฝึกอบรมทางวิชาการและวิชาชีพด้านสื่อสารมวลชนและการประชาสัมพันธ์ ดังนี้

1. Supplier เพิ่มเติม หน่วยงาน “ กกช.” และ “องค์กรระหว่างประเทศที่กรมเป็นสมาชิก”
2. ผู้รับผิดชอบ เพิ่มเติม หน่วยงาน “สพท. กกจ. กพร.กปส.”  
(เอกสารประกอบหมายเลข 1)

2. การเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่าง กระบวนการสร้างคุณค่า และ กระบวนการสนับสนุน กับ  
หน่วยงานรับผิดชอบ

จากการวิเคราะห์สินค้า บริการ และผู้รับบริการ ด้วย SIPOC Model ในระดับกรม และ  
ระดับสำนัก/กอง สามารถสรุปเป็นกระบวนการสำคัญ 2 กระบวนการ คือ กระบวนการสร้างคุณค่า และ  
กระบวนการสนับสนุน

**กระบวนการสร้างคุณค่า** รวมทั้งความเชื่อมโยงหน่วยงานที่รับผิดชอบในแต่ละกระบวนการ ดังนี้

| กระบวนการ   | หน่วยงานรับผิดชอบ                            |
|---|--|
| 1. กระบวนการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร                                   | สทท สวท สนข สพป สปด<br>ส.ปชส สปข.1-8 ศสข     |
| 2. กระบวนการจัดทำนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์ระดับชาติและระดับ<br>พื้นที่ | สทท สวท สนข สพป สปด<br>สนผ สปส ส.ปชส สปข.1-8 |
| 3. กระบวนการผลิตและเผยแพร่สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์                       | สทท สวท สนข สพป สปด<br>ส.ปชส สปข.1-8 ศสข สลก |
| 4. กระบวนการจัดการฝึกอบรม   | สปข สปข.1-8                                  |

**กระบวนการสนับสนุน**

| กระบวนการ   | หน่วยงาน<br>รับผิดชอบ |
|---|-----------------------|
| 1. กระบวนการด้านการเงิน บัญชี และพัสดุ  | กคค                   |
| 2. กระบวนการบริหารและพัฒนาทรัพยากรบุคคล   | กกจ                   |
| 3. กระบวนการศึกษาและพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (IT)  | ศสข                   |
| 4. กระบวนการศึกษาและพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อการสื่อสาร การกระจายเสียง/แพร่ภาพ<br>(Broadcasting Technology) | สพท                   |
| 5. กระบวนการด้านกฎหมายและระเบียบ  | กกร                   |
| 6. กระบวนการตรวจสอบด้านการเงิน การบัญชี การพัสดุ และด้านการดำเนินงาน                                  | นตส                   |
| 7. กระบวนการบริหารงานทั่วไป และช่วยอำนวยความสะดวก (Admin)   | สลก                   |
| 8. กระบวนการพัฒนาระบบบริหาร   | กพร.กปส               |
| 9. กระบวนการจัดทำแผนยุทธศาสตร์กรมประชาสัมพันธ์  | สนผ                   |

(เอกสารประกอบหมายเลข 2)

### 3. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมกรมประชาสัมพันธ์ (SWOT Analysis)

วิทยาการที่ปรึกษาบรรยายให้ความรู้เกี่ยวกับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกขององค์กร ดังนี้

3.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน เป็นการตรวจสอบสมรรถนะขององค์กรที่จะช่วยบ่งบอกถึงจุดแข็ง (Strength) ที่จะใช้ให้เป็นประโยชน์ กับจุดอ่อน (Weakness) ที่จะต้องเข้าใจ ทั้งนี้สภาพแวดล้อมภายในเป็นเรื่องที่องค์กรสามารถควบคุมได้ โดยได้กำหนดประเด็นเพื่อเป็นแนวทางในการวิเคราะห์ ดังนี้

| <b>SW Issues</b>     |                                |
|----------------------|--------------------------------|
| * ค่านิยม & วัฒนธรรม | * สิ่งอำนวยความสะดวก & อุปกรณ์ |
| * บุคลากร            | * เทคโนโลยี                    |
| * วัตถุประสงค์       | * การบริหารจัดการ              |
| * งบประมาณ           | * การสื่อสาร                   |
| * ข้อมูลสารสนเทศ     | * ผลิตภัณฑ์ & บริการ           |
| * นโยบาย & แผน       | * การส่งมอบ & เผยแพร่          |
| * กฎหมาย & ระเบียบ   | * ภาพลักษณ์ ชื่อเสียง          |
| * โครงสร้างองค์กร    | * อื่นๆ                        |

3.2 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก เป็นการตรวจสอบสภาพแวดล้อมภายนอกเพื่อประเมินโอกาส (Opportunity) และข้อจำกัดหรือภัยคุกคาม (Threat) โดยสภาพแวดล้อมภายนอกเป็นเรื่องที่องค์กรไม่สามารถควบคุมได้ ทั้งนี้ได้ใช้ “PESTIL Analysis” เป็นแนวทางในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก โดยมีประเด็นเพื่อประกอบในการวิเคราะห์ ดังนี้

|   |  |
|---|--|
| <b>สังคมและวัฒนธรรม (Sociocultural)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• พัฒนาการและแนวโน้มเปลี่ยนแปลงของสังคม</li> <li>• โครงสร้าง/ สถาบันทางสังคม</li> <li>• ความเชื่อ/ ค่านิยม/ ขนบธรรมเนียม/ ประเพณี</li> </ul>     | <b>เทคโนโลยี (Technology)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ความรวดเร็วในการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี</li> <li>• เทคโนโลยีด้านพลังงาน/ Biotech / Nanotech</li> <li>• เทคโนโลยีการผลิต/ สินค้า / สินค้าทดแทน</li> </ul> |
| <b>เศรษฐกิจ (Economic)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• รายได้ประชากรต่อคน/ ระดับเงินเดือนค่าจ้าง</li> <li>• อัตราดอกเบี้ย/ อัตราเงินเฟ้อ/ อัตราแลกเปลี่ยน</li> <li>• โครงสร้างพื้นฐาน/ ทรัพยากรธรรมชาติ</li> </ul> | <b>การเมือง (Politic)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• พรรคการเมือง/ ลัทธิทางการเมือง</li> <li>• เสถียรภาพ/ นโยบายของรัฐบาล</li> <li>• ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ</li> </ul>                                      |

| ประเด็นระหว่างประเทศ (International)  | กฎหมาย (Legal)  |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• กลุ่มเศรษฐกิจภูมิภาค (EU, NAFTA, ฯลฯ)</li> <li>• ข้อบังคับด้านความปลอดภัย/ สิ่งแวดล้อม</li> <li>• การเปิดการค้าเสรี/ การกีดกันทางการค้า</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• การบังคับใช้/ ความทันสมัยของกฎหมาย</li> <li>• กฎหมายทั่วไป/ แรงงาน/ อาหารและยา/ อื่นๆ</li> <li>• กฎหมายสิทธิบัตร/ ธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์</li> </ul> |

หลังจากวิทยากรได้สร้างความรู้ความเข้าใจเรื่องการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมองค์กรแล้ว ที่ประชุมได้แบ่งกลุ่มย่อย เพื่อวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกกรมประชาสัมพันธ์ (SWOT Analysis) โดยแบ่งกลุ่มจำนวน 2 กลุ่ม ดังนี้

กลุ่มที่ 1 : วิเคราะห์สภาพแวดล้อมกรมประชาสัมพันธ์ระดับกรม

แนวทางการวิเคราะห์ : ใช้ผลการวิเคราะห์สินค้า บริการ และผู้รับบริการ ด้วย SIPOC Model ในระดับกรม ทั้ง 4 บริการ ได้แก่ 1. ข้อมูลข่าวสาร 2.แผนการประชาสัมพันธ์ระดับชาติและระดับพื้นที่ 3.สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ และ 4.การฝึกอบรม โดยพิจารณาจาก 1.ปัจจัยนำเข้าของกระบวนการผลิต (Input) 2. กระบวนการผลิตสินค้า (Process) และ 3. สินค้า หรือ บริการ (Output) เป็นแนวทางในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกตามประเด็นการวิเคราะห์ข้างต้น

กลุ่มที่ 2 : วิเคราะห์สภาพแวดล้อมกรมประชาสัมพันธ์ระดับสำนัก / กอง

แนวทางการวิเคราะห์ : ใช้ผลการวิเคราะห์สินค้า บริการ และผู้รับผิดชอบ ด้วย SIPOC Model ของสำนัก / กอง จากการประชุมเมื่อวันที่ 24 - 25 กุมภาพันธ์ 2551 โดยพิจารณาจาก 1.ปัจจัยนำเข้าของกระบวนการผลิต (Input) 2. กระบวนการผลิตสินค้า (Process) 3. สินค้า หรือ บริการ (Output) เป็นแนวทางในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกตามประเด็นการวิเคราะห์ข้างต้น

เมื่อการประชุมกลุ่มย่อยทั้ง 2 กลุ่ม ทั้งในระดับกรมและสำนัก/กอง ได้ร่วมกันระดมความคิดเห็นวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน / ภายนอก กรมประชาสัมพันธ์เสร็จเรียบร้อยแล้ว วิทยากรได้นำผลสรุปการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมฯ ในระดับกรมและสำนัก/กอง มาพิจารณาร่วมกันอีกครั้งในที่ประชุมรวม เพื่อตรวจสอบประเด็นของระดับสำนัก/กองว่าเหมือนหรือแตกต่างกับระดับกรมบ้าง แล้วจึงสรุปเป็นผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมกรมประชาสัมพันธ์ (เอกสารประกอบหมายเลข 3)

#### 4. การกำหนดค่านิยมหลักกรมประชาสัมพันธ์

วิทยากรบรรยายให้ความรู้เกี่ยวกับค่านิยมหลัก(Core Value) ว่าการที่องค์กรจะบรรลุความสำเร็จตามเป้าหมาย จำเป็นต้องกำหนดค่านิยมหลักเพื่อให้บุคลากรในองค์กรยึดถือร่วมกัน และปฏิบัติให้เป็นไปในแนวทางเดียวกัน และค่านิยมหลักจะยังคงอยู่เสมอไม่เปลี่ยนแปลงแม้ว่าเวลาหรือสถานการณ์จะเปลี่ยนแปลงไป ทั้งนี้ได้อธิบายถึงวิธีการกำหนดค่านิยมหลัก โดยสามารถพิจารณาได้จาก 3 ประเด็น ดังนี้

1. ผู้ก่อตั้งองค์กร : เป็นการพิจารณาว่าเจตนารมณ์การจัดตั้งองค์กรว่าเป็นอย่างไร (ในกรณีของกรมประชาสัมพันธ์พิจารณาได้จากภารกิจและอำนาจหน้าที่ที่กำหนดไว้ในกฎกระทรวงการแบ่งส่วนราชการ สำนักนายกรัฐมนตรี พ.ศ.2545)
  2. การดำเนินงานในอดีต : พิจารณาถึงผลการดำเนินงานที่ผ่านมา หรือผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมองค์กร (SWOT Analysis) ว่าอะไรคือ สิ่งที่ยังขาดอยู่ และจำเป็นต้องมีเพื่อผลักดันให้องค์กรบรรลุเป้าหมาย ค่านิยมหรือความเชื่อขององค์กร
  3. ผู้บริหารระดับสูง : เป็นผู้กำหนดค่านิยมหลักเพื่อให้บุคลากรในองค์กรถือปฏิบัติร่วมกัน จากนั้นที่ประชุม ได้แบ่งกลุ่มย่อยเพื่อทบทวนค่านิยมหลักของกรมประชาสัมพันธ์ จำนวน 3 กลุ่ม โดยแต่ละกลุ่มประกอบด้วย ผู้เชี่ยวชาญด้านการประชาสัมพันธ์ ผู้บริหารสำนัก/กอง และผู้เข้าร่วมประชุมจากทุกสำนัก/กอง
- แนวทางการประชุมกลุ่มย่อย : พิจารณาทบทวนและแก้ไขเพิ่มเติมค่านิยมกรมประชาสัมพันธ์ ที่ได้กำหนดไว้ในแผนยุทธศาสตร์กรมประชาสัมพันธ์ เมื่อปี พ.ศ.2542 จำนวน 4 ประการ คือ

1. มุ่งให้ประชาชน ประสานสัมพันธ์ สร้างสรรค์สังคม
2. เสนอข้อมูลข่าวสารอย่างรวดเร็ว ตรง และเชื่อถือได้
3. ทำงานอย่างมืออาชีพ (ผลิตรายการที่มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับ)
4. มีจิตสำนึกการให้บริการ เพื่อตอบสนองความต้องการและประโยชน์ของประชาชน

หลังจากที่ ประชุมกลุ่มย่อย ได้ร่วมกัน ระดมความคิด เห็น ทบทวนและ กำหนด ค่านิยมหลักกรมประชาสัมพันธ์เสร็จเรียบร้อยแล้ว วิทยากรได้นำผลสรุปการประชุมฯ ทั้ง 3 กลุ่ม มาพิจารณาเพื่อหาข้อสรุปร่วมกันอีกครั้งในที่ประชุมรวม จากนั้นจึงสรุปเป็นค่านิยมหลักกรมประชาสัมพันธ์ (เอกสารประกอบหมายเลข 4)

##### 5. การวิเคราะห์พันธกิจกรมประชาสัมพันธ์

วิทยากรให้ความรู้เรื่องการกำหนดพันธกิจองค์กร โดยอธิบายถึงความหมายของพันธกิจว่าเป็นการกำหนดขอบเขตของงานหรือบทบาทหน้าที่องค์กรต้องทำเพื่อให้องค์กรบรรลุวิสัยทัศน์ที่กำหนดไว้ โดยแนวทางการกำหนดพันธกิจจะต้องตอบคำถามในเรื่องสำคัญๆ ดังนี้

1. เหตุผลการก่อตั้งหรือดำรงอยู่ขององค์กรคืออะไร และอะไรคือจุดมุ่งหมายพื้นฐานขององค์กร (สำหรับกรมประชาสัมพันธ์ต้องพิจารณาว่ามีบทบาทหน้าที่อะไร ตามตัวบทกฎหมาย นโยบาย เพื่อตอบสนองผู้รับบริการ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย)
2. กลุ่มประชาชนผู้รับบริการหลักคือกลุ่มใด
3. ผลผลิตและบริการสำคัญในปัจจุบันและอนาคตคืออะไร
4. ความเชื่อ ค่านิยม และปรัชญาขององค์กรเป็นอย่างไร

เมื่อผู้เข้าร่วมประชุมฯ ได้รับความรู้ความเข้าใจแนวทางการกำหนดพันธกิจองค์กรแล้ว จึงแบ่งกลุ่มย่อย จำนวน 3 กลุ่ม (เช่นเดียวกับการทบทวนค่านิยมหลัก) เพื่อทบทวนพันธกิจกรมประชาสัมพันธ์

แนวทางการประชุมกลุ่มย่อย : พิจารณาบททวนและแก้ไขเพิ่มเติมพันธกิจกรมประชาสัมพันธ์ที่ได้กำหนดไว้ในแผนยุทธศาสตร์ 4 ปี กรมประชาสัมพันธ์ (พ.ศ.2548 – 2551) ได้แก่

1. เป็นศูนย์กลางการประชาสัมพันธ์ภาครัฐ เพื่อให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์เป็นไปอย่างมีระบบ โดยการเสนอแนะนโยบายด้านการประชาสัมพันธ์ให้กับรัฐบาลและส่วนราชการ

2. ดำเนินการประชาสัมพันธ์เพื่อให้ประชาชนมีโอกาสรับรู้เกิดความรู้ ความเข้าใจ สามารถใช้ข้อมูลข่าวสารของรัฐในการพัฒนาคุณภาพชีวิตและมีส่วนร่วมในการพัฒนาประเทศ รวมทั้งเกิดภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศไทย

หลังจากที่ประชุมกลุ่มย่อยได้ร่วมกันระดมสมองเพื่อทบทวนพันธกิจเสร็จเรียบร้อยแล้ว วิทยากรได้นำผลสรุปการประชุมกลุ่มย่อย ทั้ง 3 กลุ่ม มาพิจารณาเพื่อหาข้อสรุปร่วมกันอีกครั้งในการประชุมฯ จากนั้นจึงสรุปเป็นพันธกิจกรมประชาสัมพันธ์ (เอกสารประกอบหมายเลข 5)

#### 6. การกำหนดวิสัยทัศน์กรมประชาสัมพันธ์

วิทยากรให้ความรู้เรื่องการกำหนดวิสัยทัศน์ โดยอธิบายถึงวิสัยทัศน์ ดังนี้

- เป็นภาพความสำเร็จที่ต้องการในอนาคตขององค์กร
- สะท้อนถึงสิ่งที่เราให้ความสำคัญ และสื่อให้เข้าใจภารกิจได้ดียิ่งขึ้น
- สอดคล้องกับค่านิยมและความรู้สึกอยากคืออยากได้ โดยตั้งอยู่บนพื้นฐานแห่งความเป็นจริงที่มุ่งเน้นไปยังอนาคต

และยังได้กล่าวถึงประโยชน์ของวิสัยทัศน์ ว่า

- เป็นการบอกทิศทางขององค์กรที่ชัดเจน
- กระตุ้นให้ทุกคนในองค์กรดำเนินการไปในแนวทางเดียวกัน
- ช่วยประสานการดำเนินงานของหน่วยงานและทรัพยากรของมนุษย์

ทั้งนี้วิสัยทัศน์ที่ดีต้องมีลักษณะ ดังนี้

|    |                       |                            |
|----|-----------------------|----------------------------|
| 1. | Concise               | กระชับ เข้าใจง่าย          |
| 2. | Appeal to Stakeholder | ดึงดูดผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย |
| 3. | Verifiable            | อยู่บนพื้นฐานความเป็นจริง  |
| 4. | Feasible              | เป็นไปได้                  |
| 5. | Inspirational         | สร้างแรงบันดาลใจ           |

โดยแนวทางการกำหนดวิสัยทัศน์พิจารณาจาก องค์ประกอบที่สำคัญ 3 ประการ คือ

1. ขอบเขตการดำเนินงาน (Scope) : พิจารณาจากพันธกิจและทุกภาคส่วนที่กรมมุ่งเน้น
2. ค่านิยมหลัก (Core Value) : เป็นการส่งเสริมให้ขอบเขตการดำเนินงานขององค์กรประสบความสำเร็จ
3. เป้าหมายอันสูงสุด (Visionary Goal) : เป้าหมายระยะยาวในอนาคตที่กรมต้องการบรรลุเมื่อสิ้นสุดระยะเวลาที่กำหนด

หลังจากผู้เข้าร่วมประชุมได้รับความรู้และความเข้าใจถึงแนวทางการกำหนดวิสัยทัศน์แล้ว จึงแบ่งกลุ่มย่อย จำนวน 3 กลุ่ม (เช่นเดียวกับการกำหนดค่านิยมหลักและพันธกิจ) เพื่อระดมสมองในการกำหนดวิสัยทัศน์ โดยพิจารณาจากองค์ประกอบที่สำคัญ 3 ประการ ข้างต้น ได้แก่ 1.ขอบเขตการดำเนินงาน (Scope) 2.ค่านิยมหลัก (Core Value) และ 3.เป้าหมายอันสูงสุด (Visionary Goal)

เมื่อที่ประชุมกลุ่มย่อยได้ระดมความคิดเห็นและลงมติสรุปร่างวิสัยทัศน์กรมประชาสัมพันธ์ เสร็จเรียบร้อยแล้ว วิทยากรได้นำผลสรุปร่างวิสัยทัศน์ของ ทั้ง 3 กลุ่ม เสนอต่อที่ประชุมรวมเพื่อรับทราบ (เอกสารประกอบหมายเลข 6)

ทั้งนี้ที่ประชุมมีมติมอบหมายฝ่ายเลขานุการ(สนพ.)นำผลสรุปการประชุมครั้งนี้นำเสนอผู้บริหารระดับสูงเพื่อพิจารณาให้ความเห็นชอบ เพื่อจะได้ดำเนินการในขั้นตอนต่อไป คือ การกำหนดประเด็นยุทธศาสตร์ เป้าประสงค์ กลยุทธ์ และตัวชี้วัด ในระดับกรม รวมถึงการถ่ายทอดสู่การปฏิบัติในระดับสำนัก/กอง

\*\*\*\*\*

ฝ่ายเลขานุการ

คณะทำงานดำเนินการตามแผนปรับปรุงกระบวนการจัดทำแผน

ยุทธศาสตร์กรมประชาสัมพันธ์ พ.ศ. 2552-2555

และแผนปรับปรุงวิธีจําแนกกลุ่มผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้

ส่วนเสียของกรมประชาสัมพันธ์อย่างเป็นระบบ

☞ สามารถ Download ผลสรุปและผลลัพธ์ประกอบการประชุมได้จาก Intranet กรมประชาสัมพันธ์ ภายใต้ชื่อ  
“สรุปผลการประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อกำหนดค่านิยม วิสัยทัศน์ พันธกิจ และประเด็นยุทธศาสตร์ กรมประชาสัมพันธ์ ระหว่าง  
วันที่ 5 – 7 กุมภาพันธ์ 2551”

ข้อมูลประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 เอกสารประกอบการบรรยาย

ส่วนที่ 2 สรุปผลการประชุมฯ

- Sipoc Model ระดับกรม (ปรับปรุง)
- การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน/ภายนอก
- ค่านิยมหลัก
- วิสัยทัศน์
- พันธกิจ

# เอกสารหมายเลข 1

ผลการวิเคราะห์สินค้า บริการ และ  
ผู้รับบริการด้วย SIPOC Model  
(ระดับกรม)

## วิเคราะห์สินค้า บริการ และผู้รับบริการของ กปส. ด้วย SIPOC Model

| อำนาจหน้าที่ตามกฎหมาย  | Output  |
|--|---|
| 1. ศึกษาวิเคราะห์ สํารวจ และตรวจสอบประชามติ เพื่อเสนอนโยบายและจัดทำแผนการประชาสัมพันธ์ของรัฐต่อคณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ตามระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรี ว่าด้วยการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ พ.ศ. 2544 และที่แก้ไขเพิ่มเติม รวมทั้งติดตามประเมินผล และรายงานการประชาสัมพันธ์ของรัฐ | 1. กระบวนการจัดทำนโยบายและดำเนินการแผนการประชาสัมพันธ์ ระดับชาติและระดับพื้นที่   |
| 2. ดำเนินการประชาสัมพันธ์ นโยบายและการดำเนินงานของรัฐบาล เพื่อส่งเสริมความเข้าใจอันดี ความมั่นคงของประเทศ เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ ความสัมพันธ์อันดีกับต่างประเทศ  | 1. กระบวนการจัดทำนโยบายและดำเนินการแผนการประชาสัมพันธ์ ระดับชาติและระดับพื้นที่<br>2. กระบวนการผลิตและเผยแพร่สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์<br>3. กระบวนการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร |
| 3. ผลิต เผยแพร่ ให้บริการเอกสาร และสื่อโสตทัศนศึกษา รวมทั้งจัดทำข้อมูลสารสนเทศ เพื่อส่งเสริมและเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับการปกครองระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์เป็นประมุข เศรษฐกิจ สังคม การเมือง การศึกษา ตลอดจนศิลปวัฒนธรรม ศิลธรรม ค่านิยมที่ดี                            | 1. กระบวนการผลิตและเผยแพร่สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์   |
| 4. ให้คำปรึกษา และประสานความร่วมมือด้านการประชาสัมพันธ์ระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน และสื่อสารมวลชน   | 1. กระบวนการจัดทำนโยบายและดำเนินการแผนการประชาสัมพันธ์ ระดับชาติและระดับพื้นที่   |
| 5. ส่งเสริม สนับสนุนและให้ความร่วมมือด้านวิชาการ และผลงานวิจัยด้านการประชาสัมพันธ์กับหน่วยงานภาครัฐ และสถาบันการศึกษาต่างๆ   | 1. กระบวนการจัดการฝึกอบรมทางวิชาการและวิชาชีพด้านสื่อสารมวลชนและการ ปชส.  |
| 6. ดำเนินงานสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย และสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย  | 1. กระบวนการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร<br>2. กระบวนการผลิตและเผยแพร่สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์  |
| 7. ปฏิบัติการอื่นใดตามที่กฎหมายกำหนดให้เป็นอำนาจหน้าที่ของกรม หรือตามที่นายกรัฐมนตรี และคณะรัฐมนตรีมอบหมาย   |   |

| Supplier   | Input                                   | Process   | ผู้รับผิดชอบ   | Output   | Customer  | ความต้องการ/<br>ความคาดหวัง   | St Holder              |
|--|---|---|--|--|---|---|------------------------|
| 1. รัฐบาล<br>2. รมต.   | - นโยบาย<br>- คำสั่ง รมต.               | <u>1. กระบวนการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร</u><br><br>1. วิเคราะห์สถานการณ์<br>2. วางแผน กำหนดประเด็น (Plan)<br>3. การผลิตข่าวและรายการ<br>4. การเผยแพร่<br><br>5. ประเมิน (การทำงาน) | สนข./สปต./<br>ปชต./สปข.1-8<br><br>สทท./สวท./<br>ศสข./สปข.1-8/<br>สปชต. | <b>ข้อมูลข่าวสาร</b><br>-ข่าวและ<br>รายการวิทยุ<br>โทรศัพท์ เว็บ<br>ไซท์ สิ่งพิมพ์<br>และสื่ออื่นๆ | 1. ประชาชน<br>(ปัจจุบันเป็นที่<br>นิยมในกลุ่มอายุ<br>35 ปีขึ้นไปเท่านั้น) | - ถูกต้อง<br>- รวดเร็ว<br>- เป็นกลาง<br>- เชื่อถือได้<br>- ความแม่นยำตรง(เที่ยงตรง)<br>- เข้าถึงได้ง่าย เข้าใจง่าย<br>- ให้ความรู้<br>- การรับรู้ของประชาชน<br>- ความเข้าใจจากประชาชน<br>- การมีส่วนร่วม<br>- เปลี่ยนแปลงพฤติกรรม<br>ประชาชน<br>- ส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของ<br>ภาครัฐ | การส่งเสริม<br>การตลาด |
| 3. หน่วยงาน<br>ภาครัฐ เอกชน<br>4. สื่อมวลชน<br>(ในและ<br>ต่างประเทศ) | - ข้อมูล<br>(แหล่งข่าว)                 |   |  |  | 2. ภาครัฐ<br>ภาคการเมือง<br>ภาครัฐบาล                                     |   |                        |
| 5. ประชาชนผู้<br>เสียภาษี  | - คน<br>- ยานพาหนะ<br>- อุปกรณ์<br>- IT |   |  |  | 3. สื่อมวลชนทั้งใน<br>และ<br>ต่างประเทศ                                   |   |                        |

| Supplier                          | Input   | Process   | ผู้รับผิดชอบ   | Output  | Customer       | ความต้องการ/<br>ความคาดหวัง   | St Holder   |
|-----------------------------------|---|---|--|---|----------------|---|---|
| 1. ผู้รับบริการ<br>2. แหล่งข้อมูล | - ข้อมูลจาก<br>ผู้รับบริการ<br>- ข้อมูลที่ใช้ใน<br>การทำแผน | <u>2. กระบวนการจัดทำนโยบายและ<br/>ดำเนินการแผนการ<br/>ประชาสัมพันธ์ ระดับชาติและ<br/>ระดับพื้นที่</u><br><br>1. รับทราบความต้องการ<br>(Need Assessment)<br>2. รวบรวมและศึกษาข้อมูล<br>(ที่ใช้ในการทำแผน)<br>3. จัดทำแผนการประชาสัมพันธ์ฯ<br>4. ดำเนินการตามแผน<br>5. ติดตามและประเมินผล<br>6. รายงานผลกลับไปยังผู้รับบริการ | ผู้ทำแผนหลัก<br>สนผ.<br>สปจ.1-8<br>ส.ปชส.<br>ผู้สนับสนุน<br>สพป.<br>สทท.<br>สวท.<br>สปต. | แผนการ<br>ประชาสัมพันธ์<br>ระดับชาติและ<br>ระดับพื้นที่ | 1. ส่วนราชการ  | - รับทราบและเข้าใจในข้อมูล<br>ที่หน่วยงานต้องการ<br>ประชาสัมพันธ์<br>- ภาพลักษณ์ที่ดีของ<br>หน่วยงาน<br>- ความรวดเร็ว ทันเวลาที่<br>กำหนด<br>- ความเป็นมืออาชีพด้านการ<br>ประชาสัมพันธ์ | - ประชาชน<br>- PR<br>Agency<br>- PR<br>Production |
|                                   |   |   |  |   | 2. รัฐวิสาหกิจ | - รับทราบและเข้าใจในข้อมูล<br>ที่หน่วยงานต้องการ<br>ประชาสัมพันธ์<br>- ความรวดเร็ว ทันเวลาที่<br>กำหนด<br>- ใ้สื่อของกรมฯ ในราคาถูก   |   |

| Supplier | Input | Process | ผู้รับผิดชอบ | Output | Customer   | ความต้องการ/<br>ความคาดหวัง   | St Holder |
|----------|-------|---------|--------------|--------|--|---|-----------|
|          |       |         |              |        | 3. องค์กรอิสระ<br>/ องค์กรที่ไม่<br>มุ่งหวังกำไร | <ul style="list-style-type: none"> <li>- รับทราบและเข้าใจในข้อมูล<br/>ที่หน่วยงานต้องการ</li> <li>ประชาสัมพันธ์</li> <li>- ภาพลักษณ์ที่ดีของ<br/>หน่วยงาน</li> <li>- ความรวดเร็ว ทันเวลาที่<br/>กำหนด</li> <li>- ใ้สื่อของกรมฯ ในราคาถูก</li> </ul>   |           |
|          |       |         |              |        | 4. องค์กรท้องถิ่น                                | <ul style="list-style-type: none"> <li>- รับทราบและเข้าใจในข้อมูล<br/>ที่หน่วยงานต้องการ</li> <li>ประชาสัมพันธ์</li> <li>- ภาพลักษณ์ที่ดีของ<br/>หน่วยงาน</li> <li>- ความรวดเร็ว ทันเวลาที่<br/>กำหนด</li> <li>- ใ้สื่อของกรมฯ ในราคาถูก</li> <li>- สามารถเข้าถึง<br/>กลุ่มเป้าหมายได้ครอบคลุม</li> </ul> |           |



| Supplier   | Input   | Process   | ผู้รับผิดชอบ  | Output  | Customer     | ความต้องการ/<br>ความคาดหวัง   | St Holder                           |
|--|---|---|---|---|--------------|---|-------------------------------------|
| 1. รัฐบาล<br>2. กรม<br>3. กกช<br>4. องค์การ<br>ระหว่าง<br>ประเทศที่กรม<br>เป็นสมาชิก | -นโยบาย<br>-ระเบียบกฎหมาย<br>และแผน ที่<br>เกี่ยวข้อง | <u>4. กระบวนการจัดการฝึกอบรม<br/>ทางวิชาการและวิชาชีพด้าน<br/>สื่อสารมวลชนและการ ปชส.</u><br><br>1. รวบรวมวิเคราะห์ความต้องการ<br>2. ออกแบบหลักสูตร<br>3. ดำเนินการ<br>4. ประเมินผล | -สถาบันการ<br>ประชาสัมพันธ์<br><br>-คณะกรรมการ<br>ที่เกี่ยวข้องกับ<br>การพัฒนา<br>บุคลากร กปส.<br><br>-<br>หน่วยงานที่มี<br>หลักสูตรในการ<br>จัดอบรม<br><br>- สปช.1-8<br><br>- ศสช.<br><br>- สพท.<br><br>- กกจ.<br><br>- กพร.กปส. | การฝึกอบรม<br>(Training)<br><br>-หลักสูตร<br>ภายใต้นโยบาย<br><br>-หลักสูตรที่ขอ<br>ความร่วมมือ<br><br>-หลักสูตรที่ไปมี<br>ส่วนร่วมในการ<br>ดูแลหลักสูตร<br>และวิทยากร | -บุคลากรกรมฯ | - ความรู้และเทคนิคด้านการ<br>ประชาสัมพันธ์และ<br>สื่อสารมวลชน<br><br>- หลักสูตรที่มีความหลากหลาย<br>(โดยเฉพาะด้านสื่อสารมวลชนที่<br>ทันสมัย)<br><br>- ศึกษาดูงาน ตปท.<br><br>- ขยายเวลาการจัดฝึกอบรม<br><br>- วิทยากรที่มีคุณภาพและมี<br>ชื่อเสียง<br><br>- จำนวนของผู้เข้ารับการอบรม | - ประชาชน<br>กลุ่มเป้าหมาย<br>ต่างๆ |
| 3. หน่วยงานที่<br>ขายและให้เช่า<br>อุปกรณ์   | -สถานที่และ<br>อุปกรณ์การจัด<br>อบรม                  |   |   |   |              |   |                                     |
|  | -งบประมาณ<br>-วิทยากรภายใน/<br>นอก                    |   |   |   |              |   |                                     |

| Supplier | Input | Process | ผู้รับผิดชอบ   | Output | Customer   | ความต้องการ/<br>ความคาดหวัง   | St Holder |
|----------|-------|---------|--|--------|--|---|-----------|
|          |       |         | <ul style="list-style-type: none"> <li>- อภพ.กรม</li> <li>- สปต</li> </ul> |        | <ul style="list-style-type: none"> <li>-บุคลากร</li> <li>ภาครัฐ</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- ความรู้และเทคนิคด้านการ</li> <li>ประชาสัมพันธ์และ</li> <li>สื่อสารมวลชน</li> <li>- หลักสูตรที่มีความหลากหลาย</li> <li>- ต้องการเครือข่ายที่มีความรู้ด้าน</li> <li>การประชาสัมพันธ์</li> <li>- ใบประกาศนียบัตรในการ</li> <li>ฝึกอบรม</li> <li>- ศึกษาดูงาน ตปท.</li> <li>- ขยายเวลาการจัดฝึกอบรม</li> <li>- วิทยากรที่มีคุณภาพและมี</li> <li>ชื่อเสียง</li> <li>- จำนวนของผู้เข้ารับการอบรม</li> <li>- สถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก</li> <li>สะดวกในการจัดฝึกอบรมที่ดี</li> <li>อยู่ในทำเลที่ดี เดินทางสะดวก</li> </ul> |           |

| Supplier | Input | Process | ผู้รับผิดชอบ | Output | Customer             | ความต้องการ/<br>ความคาดหวัง   | St Holder |
|----------|-------|---------|--------------|--------|----------------------|---|-----------|
|          |       |         |              |        | -บุคลากร<br>ภาคเอกชน | <ul style="list-style-type: none"> <li>- ความรู้และเทคนิคด้านการ<br/>ประชาสัมพันธ์และ<br/>สื่อสารมวลชน</li> <li>- หลักสูตรที่มีความหลากหลาย</li> <li>- ต้องการเครือข่ายที่มีความรู้ด้าน<br/>การประชาสัมพันธ์</li> <li>- <b>ใบประกาศนียบัตรในการ<br/>ฝึกอบรม</b></li> <li>- ศึกษาดูงาน ตปท.</li> <li>- ขยายเวลาการจัดฝึกอบรม</li> <li>- วิทยากรที่มีคุณภาพและมี<br/>ชื่อเสียง</li> <li>- จำนวนของผู้เข้ารับการอบรม</li> <li>- สถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก<br/>สะดวกในการจัดฝึกอบรมที่ดี<br/>อยู่ในทำเลที่ดี เดินทางสะดวก</li> </ul> |           |

| Supplier | Input | Process | ผู้รับผิดชอบ | Output | Customer  | ความต้องการ/<br>ความคาดหวัง  | St Holder |
|----------|-------|---------|--------------|--------|---|--|-----------|
|          |       |         |              |        | <p>-ผู้ประกอบ<br/>วิชาชีพด้านการ<br/>ประชาสัมพันธ์<br/>และ<br/>สื่อสารมวลชน</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- ความรู้และเทคนิคด้านการ<br/>ประชาสัมพันธ์และ<br/>สื่อสารมวลชน</li> <li>- หลักสูตรที่มีความหลากหลาย</li> <li>- ต้องการเครือข่ายที่มีความรู้ด้าน<br/>การประชาสัมพันธ์</li> <li>- ใบประกาศนียบัตรในการ<br/>ฝึกอบรม</li> <li>- ศึกษาดูงาน ตปท.</li> <li>- ขยายเวลาการจัดฝึกอบรม</li> <li>- วิทยากรที่มีคุณภาพและมี<br/>ชื่อเสียง</li> <li>- จำนวนของผู้เข้ารับการอบรม</li> <li>- สถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก<br/>สะดวกในการจัดฝึกอบรมที่ดี<br/>อยู่ในทำเลที่ดี เดินทางสะดวก</li> </ul> |           |

## เอกสารหมายเลข 2

ความสัมพันธ์ระหว่างกระบวนการ  
สร้างคุณค่า และกระบวนการสนับสนุน  
กับหน่วยงานรับผิดชอบ



# เอกสารหมายเลข 3

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน /  
ภายนอก (SWOT Analysis)

ผลการสรุป SWOT กรมฯ

(ผ่านมติที่ประชุม)

**SWOT ระดับกรม**  
(มติที่ประชุมวันที่ 6 ก.พ.2551)

| <b><u>STRENGTHS</u></b>  | <b><u>WEAKNESSES</u></b>   |
|--|--|
| <b>โครงสร้างองค์กร</b>   | <b>บุคลากร</b>   |
| 1 มีโครงสร้างหน่วยงานบุคลากรเป็นเครือข่ายทั่วประเทศ (1)                                | 1 บุคลากรขาดการพัฒนาความรู้ความเชี่ยวชาญในภารกิจที่รับผิดชอบอย่างต่อเนื่องและเป็นระบบ                                    |
| <b>บุคลากร</b>   | 2 ขาดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ของบุคลากรเพื่อการพัฒนางาน (3)   |
| 2 บุคลากรมีทักษะ และประสบการณ์ด้านวิทยุกระจายเสียง และวิทยุโทรทัศน์ (3)                | 3 ไม่สามารถบรรจุบุคลากรตรงตามสายงาน มีการโยกย้ายในระดับปฏิบัติการ บริหารทรัพยากรบุคคลไม่ตรงตามภารกิจ (3)                 |
| <b>กฎหมาย</b>  | 4 ขาดการเตรียมความพร้อมที่จะสร้างบุคลากรให้เป็นผู้บังคับบัญชาที่มีความรู้ความสามารถ                                      |
| 3 มีอำนาจหน้าที่ตามที่กฎหมายกำหนด (3)  | <b>ข้อมูลสารสนเทศ</b>  |
| <b>ข้อมูลสารสนเทศ</b>  | 5 ไม่มีการจัดการระบบฐานข้อมูลข่าวสารและข้อมูลเพื่อประกอบการวางแผนอย่างเป็นระบบ (1+2)                                     |
| 4 มีแหล่งข้อมูลที่หลากหลายให้เลือกใช้จำนวนมาก (1)                                      | <b>ผลิตภัณฑ์และบริการ</b>  |
| <b>ผลิตภัณฑ์และบริการ</b>  | 6 ไม่มีการพัฒนารูปแบบการผลิตและนำเสนอข้อมูลข่าวสารและสื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค (1+3+4)                   |
| 5 มีสื่อรองรับการประชาสัมพันธ์อย่างครบวงจรในราคาประหยัด (2)(3)                         | <b>ความต้องการของผู้รับบริการ</b>  |
| 6 มีบริการการจัดฝึกอบรมที่ราคาประหยัด และมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบวงจร (4)               | 7 ไม่มีวิธีรับทราบ และวิเคราะห์ความต้องการของผู้รับบริการและกลุ่มเป้าหมาย รวมทั้งนำมาใช้ปรับปรุงงานอย่างเป็นระบบ (2+3+4) |
| 7 มีเครื่องมือและอุปกรณ์เพียงพอที่จะใช้ดำเนินงานประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชนที่ครบวงจร |  |

| <b><u>STRENGTHS</u></b>  | <b><u>WEAKNESSES</u></b>  |
|--|---|
|  | <p style="text-align: center;"><b>การบริหาร</b></p> <p>8 ขาดการบริหารจัดการทรัพยากรทั้งหมดในองค์กรรวมทั้งบุคลากรและงบประมาณอย่างเป็นระบบ</p> <p>9 ขาดการทำงานในเชิงบูรณาการ (2)</p> <p style="text-align: center;"><b>ค่านิยม/วัฒนธรรม</b></p> <p>10 วัฒนธรรมองค์กรยังขาดการทำงานในเชิงรุก วัฒนธรรมองค์กรยังไม่ยอมรับการเปลี่ยนแปลง</p> <p style="text-align: center;"><b>อื่นๆ</b></p> <p>11 การติดตามและประเมินผลทั้งในด้านนโยบายและแผนงานโครงการต่างๆ ยังไม่เป็นระบบ</p> <p>12 ภาพลักษณ์ความเป็นมืออาชีพด้านการประชาสัมพันธ์และการสื่อสารมวลชนลดน้อยลง</p> <p style="text-align: center;"><b>การสื่อสาร</b></p> <p>13 การสื่อสารจากส่วนกลางไปยังส่วนภูมิภาคยังมีปัญหาการเข้าถึงและการถ่ายทอด</p> |
| <b><u>OPPORTUNITIES</u></b>  | <b><u>THREATS</u></b>   |
| <p style="text-align: center;"><b>POLITICS/SOCIAL</b></p> <p>1 หน่วยงานภาครัฐและเอกชนเห็นความสำคัญและพร้อมให้ความสนับสนุน</p> <p>2 องค์กรระหว่างประเทศให้การยอมรับ กรมฯ ในฐานะองค์กรกระจายเสียงแห่งชาติ (1)</p> <p style="text-align: center;"><b>LEGAL</b></p> <p>3 มีกฎหมายและระเบียบที่เกี่ยวข้อง มติกรม. เช่น การพัฒนาระบบราชการมีส่วนร่วม เชื้อต่อการจัดทำนโยบายและแผนประชาสัมพันธ์ (2)</p> | <p style="text-align: center;"><b>MARKET</b></p> <p>1 มีคู่แข่งทั้งภาครัฐและเอกชนเพิ่มขึ้น</p> <p style="text-align: center;"><b>POLITIC</b></p> <p>2 การเปลี่ยนแปลงทางการเมืองทำให้นโยบายของกรมฯไม่ต่อเนื่อง (2)</p>   |

| <b><u>STRENGTHS</u></b>   | <b><u>WEAKNESSES</u></b>   |
|---|--|
| <p>4 หน่วยงานภายนอกมีค่านิยมในการส่งเสริมบุคลากรที่ผ่านการฝึกอบรมจากกรมฯ</p> <p>5 พ.ร.บ.ระเบียบบริหารราชการแผ่นดิน พ.ศ. 2550 (ฉบับที่ 7) ได้กำหนดให้มีการจัดทำแผนพัฒนาจังหวัด และการจัดทำคำของบประมาณระดับจังหวัด และกลุ่มจังหวัด</p> | <p style="text-align: center;">งบประมาณ</p> <p>3 ได้รับการจัดสรรงบประมาณจากรัฐบาลไม่เพียงพอต่อการดำเนินงาน (4)</p>   |
|   | <p style="text-align: center;">อื่นๆ</p> <p>4 พฤติกรรมในการบริโภคสื่อของประชาชนเปลี่ยนแปลงไป</p> <p>5 การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีทำให้มีสื่อใหม่ๆ เพิ่มมากขึ้น</p> <p>6 สถานะเศรษฐกิจของประเทศที่เปลี่ยนแปลงทำให้งบประมาณและรายได้ของกรมฯ ลดลง</p> <p>7 กลุ่มผลประโยชน์ที่มีความต้องการหลากหลายในสังคม ทำให้เกิดความยากลำบากในการให้บริการข้อมูลข่าวสาร</p> <p>8 ภาวะความเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจการเมืองและสังคมทำให้กรมฯ บริหารงานภายใต้ความกดดันมากขึ้น</p> <p>9 พ.ร.บ.การประกอบกิจการกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ ซึ่งผ่านสภานิติบัญญัติแห่งชาติแล้ว และ พ.ร.บ. องค์การจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการวิทยุกระจายเสียง วิทยุ โทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2543 รวมทั้ง พ.ร.บ.องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย ทำให้ลดทอนบทบาทหน้าที่ตามภารกิจเดิม และตั้งมาตรฐานในการทำงานแบบใหม่ รวมทั้งส่งผลกระทบต่อรายได้และงบประมาณของกรมฯ</p> |

# ผลการประชุมกลุ่มย่อย

- ระดับกรม
- ระดับสำนัก / กอง

## การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมกรมประชาสัมพันธ์ (ระดับกรม)

### 1. กระบวนการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร (NEWS)

|   |  |
|---|--|
| <p><b>S</b></p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. มีโครงสร้างหน่วยงานบุคลากรเป็นเครือข่ายทั่วประเทศ</li><li>2. มีแหล่งข้อมูลหลากหลายให้เลือกใช้จำนวนมาก</li></ol>  | <p><b>W</b></p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. บุคลากรขาดความรู้ความสามารถและทักษะในเชิงวิเคราะห์</li><li>2. ขาดความสร้างสรรค์</li><li>3. วัฒนธรรมองค์กรไม่แข่งขันกับใคร</li><li>4. ขาดการจัดการระบบข้อมูลข่าวสารที่ดี</li><li>5. ขาดการบริหารจัดการที่ดี</li><li>6. ขาดการนำเสนอที่น่าสนใจและหลากหลาย</li><li>7. งบประมาณไม่เพียงพอ ไม่สม่ำเสมอ ไม่ต่อเนื่องและล่าช้า</li></ol> |
| <p><b>O</b></p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. ทุกหน่วยงานทั้งภาครัฐภาคเอกชนเห็นความสำคัญพร้อมให้ความสนับสนุน</li><li>2. องค์กรระหว่างประเทศให้การยอมรับ กปส. ในฐานะองค์กรกระจายเสียงแห่งชาติ</li></ol> | <p><b>T</b></p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. มีคู่แข่งที่เข้มแข็ง</li><li>2. การพัฒนาเทคโนโลยีในการจัดเก็บและเผยแพร่ไม่ทันต่อการเปลี่ยนแปลง</li></ol>  |

## 2. กระบวนการจัดทำนโยบายและดำเนินการแผนการประชาสัมพันธ์ระดับชาติและระดับพื้นที่

S

1. มีคณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ตามระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ
2. มีสื่อรองรับในการประชาสัมพันธ์อย่างครบวงจรในราคาถูกร้อยกเว้นค่าใช้จ่าย
3. มีหน้าที่ตามกฎหมายเกี่ยวกับภารกิจด้านประชาสัมพันธ์ ตามกฤษฎีกาการจัดตั้งองค์กร

W

1. ไม่มีวิธีรับทราบความต้องการของผู้รับบริการอย่างเป็นระบบไม่เป็นไปตามหลักวิชาการ
2. ไม่มีการนำผลการสำรวจความต้องการของผู้รับบริการมาประกอบในการกำหนดนโยบาย
3. ไม่มีการจัดทำฐานข้อมูลเพื่อประกอบการวางแผนอย่างเป็นระบบ
4. บุคลากรขาดความรู้ความเข้าใจในกระบวนการจัดทำแผนตามหลักวิชาการ
5. ขาดการทำงานในเชิงบูรณาการ

O

1. ได้รับการยอมรับและการสนับสนุนจากส่วนราชการและฝ่ายการเมืองในระดับชาติและระดับภูมิภาค
2. มีกฎหมายและระเบียบที่เกี่ยวข้อง มติ ครม. เช่น การพัฒนาระบบราชการมีส่วนเกี่ยวข้องต่อการจัดทำนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์

T

1. มีหน่วยงานภาคเอกชนเป็นคู่แข่งสำคัญ
2. การเปลี่ยนแปลงทางการเมือง

### 3. กระบวนการผลิตและเผยแพร่สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ (Information)

S

1. มีสื่อรองรับในการประชาสัมพันธ์อย่างครบวงจรในราคา ถูกหรือยกเว้นค่าใช้จ่าย
2. บุคลากรมีความสามารถเฉพาะตัว มีทักษะด้านการ ประชาสัมพันธ์
3. มีอำนาจหน้าที่ตามที่กฎหมายกำหนด

W

1. บุคลากรขาดความคิดริเริ่มสร้างสรรค์
2. ไม่สามารถบรรจุบุคลากรตรงตามสายงาน มีการโยกย้ายบ่อย ในระดับปฏิบัติ การบริหารทรัพยากรบุคคลไม่ตรงตามภารกิจ
3. ขาดการศึกษาติดตามความก้าวหน้าเพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการ ผลิตเผยแพร่
4. ขาดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ของบุคลากรเพื่อการพัฒนางาน
5. ไม่มีการพัฒนารูปแบบของการผลิตสื่อให้ทันสมัยสอดคล้อง กับความต้องการของผู้บริโภค
6. ไม่เรียนรู้ความต้องการของกลุ่มเป้าหมายและผู้รับบริการ
7. ไม่แสวงหาแนวทางการผลิตและช่องทางการเผยแพร่อื่น

O

1. หน่วยงานภาครัฐให้ความสำคัญพร้อมให้การสนับสนุน

T

1. งบประมาณมีจำกัด ไม่เพียงพอ ไม่สามารถผลิตสื่อที่ทันสมัย และใช้สื่ออื่นได้

#### 4. กระบวนการจัดการฝึกอบรมทางวิชาการและวิชาชีพด้านสื่อสารมวลชนและการประชาสัมพันธ์

S

1. หลักสูตรการฝึกอบรมมีราคาประหยัด
2. มีภาพลักษณ์ของการเป็นสถาบันการฝึกอบรมในด้านวิชาชีพแห่งเดียวในประเทศไทย
3. มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบวงจร เช่น มีสถานที่ฝึกอบรมที่พัก สตูดิโอ

W

1. ขาดเจ้าหน้าที่ฝึกอบรมของตนเองในสาขาต่างๆ ที่เปิดการฝึกอบรมและไม่มีความเชี่ยวชาญในสาขาวิชาชีพ
2. อุปกรณ์การฝึกอบรมล้าสมัยและรองรับบริการไม่ทั่วถึง
3. ขาดการประเมินหลักสูตรและสร้างหลักสูตรใหม่ๆ
4. ขาดการพัฒนาเครือข่ายกับสถาบันวิชาการ และองค์กรวิชาชีพ เพื่อพัฒนาหลักสูตร และสมรรถนะของเจ้าหน้าที่ฝึกอบรม
5. ขาดการวิเคราะห์ความต้องการ การฝึกอบรม

O

1. มีอำนาจหน้าที่ตามกฎหมายในด้านการจัดฝึกอบรม
2. หน่วยงานภาครัฐยังให้ความสำคัญในการส่งเจ้าหน้าที่เจ้าหน้าที่เข้าอบรมเพื่อเพิ่มทักษะ ประสบการณ์ และเครือข่ายในการปฏิบัติงาน
3. ได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานต่างๆ

T

1. มีคู่แข่งด้านการฝึกอบรมทั้งภาครัฐและเอกชนมากมาย
2. ได้รับการจัดสรรงบประมาณจากรัฐบาลไม่เพียงพอต่อการดำเนินงาน

**สารบัญเอกสาร**  
**สรุป SWOT ของสำนัก/กอง**

|  | หน้า |
|--|------|
| 1. สทท.  | 1    |
| 2. สวท.  | 2    |
| 3. สนข.  | 3    |
| 4. สพท.  | 4    |
| 5. ศสช.  | 5    |
| 6. กคค.  | 6    |
| 7. กกช.  | 7    |
| 8. สลก.  | 8    |
| 9. กกร.  | 9    |
| 10. นตส.   | 10   |
| 11. กพร.กปส.                                       | 11   |
| 12. สปช.   | 13   |
| 13. กกจ.   | 14   |
| 14. ส.ปชส.   | 15   |
| 15. สปข.1 – 8 (1) แผนประชาสัมพันธ์/ข้อเสนอแนะ      | 17   |
| 16. สปข.1 – 8 (2) การผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร   | 18   |
| 17. สพป.   | 19   |
| 18. สปต.   | 20   |
| 19. ศปส.   | 22   |
| 20. สนม. (1) การจัดทำแผนยุทธศาสตร์ / แผนปฏิบัติการ | 24   |
| 21. สนม. (2) การจัดทำแผนประชาสัมพันธ์แห่งชาติ      | 26   |

## วิเคราะห์ SWOT ของ สทท.

| จุดแข็ง (Strengths)  | จุดอ่อน (Weakness)   |
|--|--|
| 1. ความถูกต้องน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร                                | 1. การสื่อสารถึงกลุ่มผู้ด้อยโอกาส (การศึกษาน้อย) ยังไม่มีประสิทธิภาพ เนื่องจากการแปลงสารไม่สอดคล้องกับกลุ่มผู้รับสาร |
| 2. พื้นที่การให้บริการครอบคลุมมากกว่าหน่วยงานโทรศัพท์อื่น ๆ              | 2. มีความล่าช้า ซึ่งเป็นผลจากกระบวนการนำเข้า   |
| 3. สามารถเป็นตัวแทนนำเสนอข้อมูลข่าวสารจากแต่ละภูมิภาค                    | 3. ข้อมูลเป็นไปตามวาระของภาครัฐมากกว่าประชาชน  |
| 4. การมอบนโยบายมีระบบกฎหมายที่ชัดเจน ควบคุมในแต่ละปีงบประมาณ             | 4. การนำเสนอข้อมูลยังไม่สามารถกำหนดได้ ตรงตามความต้องการของผู้รับบริการ  |
| 5. เข้าถึงข้อมูลข่าวสารภาครัฐได้ก่อนสื่ออื่น ๆ                           | 5. ผู้บริหารเปลี่ยนแปลงนโยบายขึ้นอยู่กับผู้บริหารแต่ละคนที่มีการสับเปลี่ยนและรับมอบนโยบายระดับบริหาร (รัฐบาล)        |
| 6. มีความน่าเชื่อถือ ถูกต้อง   | 6. ข้อมูลข่าวสารล่าช้า จากการกลั่นกรองหลายขั้นตอน  |
| 7. มีความชัดเจน ทั้งด้านกระบวนการ และงบประมาณ ซึ่งเป็นที่ยอมรับโดยทั่วไป | 7. มูลค่าของสินค้า (ข่าวสาร) ที่นำมาสู่กระบวนการเผยแพร่ถูกประเมินค่าไว้ต่ำ   |
| 8. ต้นทุนในการแปลงสารไปสู่การเผยแพร่ต่ำกว่าภาคอื่น ๆ                     | 8. นโยบายระดับกรมเปลี่ยนแปลงได้ตามสถานการณ์  |
| 9. มีเครือข่ายในการรับ Feed back กระจายอยู่ทั่วประเทศ                    | 9. ศักยภาพในการแปลงสารของบุคลากรจำกัด  |
|  | 10. กระบวนการทำงานถูกจำกัดด้วยกรอบของตำแหน่งงาน  |
|  | 11. การให้การยอมรับและเชื่อถือผลการติดตามต่ำ เนื่องจากการติดตามจากหน่วยงานภายใน                                      |
| โอกาส (Opportunity)  | ข้อจำกัด / อุปสรรค (Threats)   |
| 1. ปรับเปลี่ยนทัศนคติ และค่านิยมของการเป็นหน่วยงานราชการเพียงอย่างเดียว  | 1. สถานีโทรทัศน์ TPBS มีวัตถุประสงค์และการดำเนินการที่เป็นคู่แข่งกัน โดยตรง  |
| 2. เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงทางการเมือง ทำให้มีโอกาสนในการปรับเปลี่ยนนโยบาย  | 2. การปรับเปลี่ยนรัฐบาลและแปลงนโยบายใหม่   |
| 3. สามารถปรับปรุง แก้ไข ทิศทางการทำงานทั้งจากภายในและภายนอก              | 3. การเปลี่ยนแปลงของนโยบาย สังคม การเมือง  |
| 4. การเปิดให้มีการร่วมกับหน่วยงานภายนอก                                  | 4. การกำหนดงบประมาณดำเนินงานจากหน่วยงานภายนอก  |
| 5. ความเป็นหน่วยงานภาครัฐทำให้ได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานอื่น ๆ มากกว่า | 5. ไม่สามารถหาลูกค้า / ผู้รับบริการที่แท้จริง เพื่อใช้ในการติดตามประเมินผลได้  |
| 6. ระเบียบการบริหารราชการแผ่นดินที่มุ่งเน้นให้มีการประเมินผลงาน          |  |

วิเคราะห์ SWOT ของ สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย (สวท.)

| จุดแข็ง (Strengths)  | จุดอ่อน (Weakness)  |
|--|---|
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. มีทักษะและประสบการณ์สูง</li> <li>2. บุคลากรมีความชำนาญสามารถปฏิบัติงานได้หลากหลายหน้าที่</li> <li>3. มีการนำยุทธศาสตร์มาใช้ในการจัดทำรายการ</li> <li>4. ข่าวสารมีความน่าเชื่อถือ</li> <li>5. มีข้อมูลรายการที่หลากหลายจากแหล่ง Supplier</li> <li>6. กลุ่มผู้รับบริการมีครอบคลุมทั่วประเทศ</li> </ol>                               | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ระบบสรรหาไม่เหมาะสมกับตำแหน่งงาน</li> <li>2. บุคลากรมีคุณสมบัติไม่ตรงความต้องการขององค์กร</li> <li>3. ความก้าวหน้าในสายงานอาชีพไม่ชัดเจน</li> <li>4. ขาดระบบการทำงานเป็นทีม</li> <li>5. การพัฒนาบุคลากรไม่ทั่วถึง</li> <li>6. บุคลากรสูงวัยเป็นส่วนใหญ่</li> <li>7. คุณลักษณะของงานขาดความชัดเจน</li> <li>8. ข้อมูลข่าวสารมีความล่าช้าเมื่อเทียบกับสื่ออื่นๆ</li> <li>9. ขาดการกำหนดกลุ่มผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย</li> <li>10. กลุ่มผู้รับบริการขาดความต่อเนื่อง</li> <li>11. ปัญหาวัสดุอุปกรณ์ไม่สนองต่อความต้องการใช้งาน</li> <li>12. ขาดการติดตามประเมินผล</li> </ol> |
| โอกาส (Opportunity)  | ข้อจำกัด / อุปสรรค (Threats)  |
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ได้รับความเชื่อถือจากแหล่งข่าว</li> <li>2. ได้รับฟังข้อมูลข่าวสารที่เป็นองค์ความรู้ในทุกด้าน</li> <li>3. ได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาล</li> <li>4. หน่วยงานราชการนิยมใช้บริการ เพราะราคาถูก คุ่มค่างบประมาณ</li> <li>5. ประชาชนให้ความเชื่อถือและมีส่วนร่วมในรายการ</li> <li>6. บุคลากรภายนอกให้ความร่วมมือในการผลิตรายการ</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. โครงสร้างอัตรากำลังไม่ตอบสนองต่อภารกิจ</li> <li>2. งบประมาณในการพัฒนาอุปกรณ์น้อย</li> <li>3. ระเบียบขั้นตอนในการจัดซื้อจัดจ้าง มีความยุ่งยากซับซ้อน</li> <li>4. ผู้รับบริการขาดการรับฟังรายการอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากถ่ายทอดสดบ่อย</li> <li>5. ผู้รับบริการรับฟังสัญญาณไม่ชัดเจน/ขาดหาย</li> </ol>   |

## วิเคราะห์ SWOT ของ สนข.

| จุดแข็ง (Strengths)   | จุดอ่อน (Weakness)   |
|---|--|
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ไม่ต้องกังวลกับการหารายได้ เนื่องจากได้รับงบประมาณจากรัฐบาล</li> <li>2. มีช่องทางการเผยแพร่ข่าวสารอย่างหลากหลายช่องทาง โดยเฉพาะสื่ออิเล็กทรอนิกส์</li> <li>3. มีข้อมูลข่าวสารจากภาครัฐและภาคเอกชนเป็นจำนวนมากและเป็นข่าวที่ถูกต้อง เป็นกลาง อ้างอิงได้</li> <li>4. มีหน่วยงานราชการเอกชนมาขอให้บริการเป็นจำนวนมาก</li> <li>5. แหล่งข่าวเชื่อมั่นว่าข่าวของตนจะเผยแพร่ผ่านสื่อของกรมอย่างกว้างขวาง</li> <li>6. ที่ผู้ปฏิบัติงานด้านข่าวอยู่ทุกภูมิภาคทั่วประเทศ</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. การบริหารจัดการด้านบุคลากร เครื่องมือและอุปกรณ์ในการปฏิบัติงาน รวมถึงยานพาหนะไม่เพียงพอ</li> <li>2. การนำเสนอข่าวส่วนใหญ่ต้องเป็นที่พอใจของฝ่ายการเมือง โดยเฉพาะรัฐบาล</li> <li>3. ผู้ปฏิบัติงานด้านข่าวส่วนใหญ่มีรายได้ต่ำกว่าสำนักข่าวของเอกชน</li> <li>4. ผู้ปฏิบัติงานด้านข่าวส่วนใหญ่ขาดความคิดสร้างสรรค์ที่จะทำผลงานให้เป็นที่ดึงดูดใจของผู้ชมและผู้ฟัง (แม้หลายคนผ่านการอบรมทั้งในประเทศและต่างประเทศบ่อยครั้ง)</li> <li>5. ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าทุกกลุ่มอย่างหลากหลาย (ผู้ฟังกลุ่มเดิมลดลงไปเรื่อยๆ)</li> <li>6. ไม่มีมาตรการดำเนินการกับบุคคลที่ขาดสมรรถนะในการทำงาน</li> <li>7. บุคลากรบางส่วนยังมีวัฒนธรรมการทำงานเดิมไม่ยอมเปลี่ยนแปลงไปตามสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป</li> </ol> |
| โอกาส (Opportunity)   | ข้อจำกัด / อุปสรรค (Threats)   |
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. มีบริษัทร่วมผลิต และหน่วยงานที่มาขอใช้บริการในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารมากขึ้น</li> <li>2. การประกาศใช้จรรยาบรรณและมาตรฐานวิชาชีพจะทำให้การทำงานโปร่งใส ตรวจสอบได้ ลดการคุกคามจากฝ่ายการเมือง</li> <li>3. เปิดโอกาสให้ประชาชนสามารถใช้สื่อของกรมประชาสัมพันธ์มากขึ้น</li> <li>4. ค้นหาความต้องการของลูกค้ากลุ่มต่าง ๆ ได้อย่างถูกต้อง</li> <li>5. พัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการให้เป็นที่พึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการ</li> </ol>  | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. พ.ร.บ.ใหม่ Thai PBS จะทำให้มีสื่อโทรทัศน์และวิทยุครอบคลุมทั่วทุกอำเภอของประเทศ</li> <li>2. พ.ร.บ.จัดสรรคลื่นความถี่ฯ ทำให้อาจถูกลดจำนวนสถานีวิทยุฯ ของกรมประชาสัมพันธ์</li> <li>3. มีวิทยุชุมชนและเคเบิลทีวีเพิ่มมากขึ้น</li> <li>4. การเสนอข่าวสนองความต้องการของรัฐบาล โดยไม่รับฟังหรือเผยแพร่ความคิดเห็นของฝ่ายค้าน</li> <li>5. ผู้ปฏิบัติงานด้านข่าวถูกซื้อตัวโดยสื่ออื่น ๆ ที่ให้รายได้สูงกว่า</li> </ol>   |

## วิเคราะห์ SWOT ของ สพท.

| จุดแข็ง (Strengths)  | จุดอ่อน (Weakness)   |
|--|--|
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. มีบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถทางวิชาการด้านวิศวกรรม</li> <li>2. มีกฎ ระเบียบ และการแบ่งส่วนราชการที่ปรากฏหน้าที่ รับผิดชอบชัดเจน</li> <li>3. มีเครื่องมือสื่อสารและเครื่องด้านเทคนิค รวมทั้งระบบ IT มากพอควรในการปฏิบัติงาน</li> <li>4. มีแผนปฏิบัติการ (งานดำเนินการพื้นฐาน) ประจำปีที่ชัดเจนและสอดคล้องกับเงินงบประมาณที่ได้รับ</li> <li>5. มีการแต่งตั้งคณะกรรมการพิจารณารางวัล แรงจูงใจต่อบุคลากรภายในอย่างยุติธรรม</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. การบริหารจัดการข้อมูลพื้นฐานด้านเทคนิคยังไม่ครบถ้วนสมบูรณ์</li> <li>2. การทำงานในภาพรวมยังขาดการเป็นทีมเวิร์คที่ดี</li> <li>3. การบริหารสั่งการยังขาดความเป็นเอกภาพในทางปฏิบัติ เช่นการมอบหมายงานให้ผู้ปฏิบัติไม่เป็นไปในแนวทางเดียวกันและไม่ต่อเนื่อง</li> <li>4. งานเฉพาะกิจเร่งด่วนที่เกิดขึ้นบ่อย โดยไม่มีการวางแผนล่วงหน้า</li> <li>5. ไม่มีแผนปฏิบัติงานเชิงรุกในด้านการพัฒนาเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงในภาวะปัจจุบันทั้งระยะสั้นและระยะยาว</li> <li>6. ได้รับจัดสรรงบประมาณดำเนินงานด้านเทคนิคจำนวนจำกัดที่ไม่พอเพียงต่อการดำเนินงาน</li> <li>7. ไม่การติดตามประเมินผลการปฏิบัติงานของหน่วยงานทุกเรื่องอย่างชัดเจน</li> <li>8. ไม่มีที่ประเมินผลการปฏิบัติงานของบุคลากรภายในองค์กรอย่างเป็นระบบ</li> </ol> |
| โอกาส (Opportunity)  | ข้อจำกัด / อุปสรรค (Threats)   |
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Supplier และแหล่งข้อมูลทาง IT สามารถสนับสนุนข้อมูลด้านเทคนิคให้หน่วยงานได้อย่างรวดเร็ว ครบถ้วน สมบูรณ์</li> <li>2. ผู้ประกอบการด้านการกระจายเสียง Broadcast ภายในประเทศ (ช่อง 3, 5,7,9, ITV ) ให้ความร่วมมือในการดำเนินงานด้านเทคนิค</li> <li>3. การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีที่กำลังจะเปลี่ยนจากระบบ Analog สู่ระบบ Digital ในระบบ Broadcast เป็น โอกาสผลักดันให้เข้าไปดำเนินการในการเปลี่ยนแปลง</li> </ol>                           | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ไม่มีองค์กรอิสระดูแลเรื่องการกระจายเสียง Broadcast (กสช.) ทำให้เกิดความล่าช้าในการปฏิบัติงานด้านเทคนิค เช่น การอนุญาตทดสอบ ทดลองทางเทคนิค การอนุญาตนำเข้าอุปกรณ์ทางเทคนิคสมัยใหม่</li> <li>2. ผู้บริหารระดับสูงไม่ให้ความสำคัญด้านการพัฒนาเทคโนโลยี แต่มุ่งเน้นพัฒนาด้าน Contents ซึ่งแท้จริงต้องพัฒนาควบคู่กันไป</li> <li>3. กฎ ระเบียบว่าด้วยการเงินและพัสดุทำให้การปฏิบัติงานล่าช้า เพราะมีขอบเขตขั้นตอนมาก</li> </ol>  |

### วิเคราะห์ SWOT ของ ศสช.

| จุดแข็ง (Strengths)  | จุดอ่อน (Weakness)   |
|--|--|
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. หน่วยงานภายใน กปส. มีความต้องการและเห็นความสำคัญในการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาสนับสนุนให้การปฏิบัติงาน ในสำนัก / กอง ต่าง ๆ มีประสิทธิภาพสูงขึ้น</li> <li>2. ผู้บริหารระดับสูงมีความต้องการในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของ กปส. ผ่านสื่อสารสนเทศ</li> <li>3. ศสช. มีความสามารถในการพัฒนาระบบรองรับความต้องการได้ ซึ่งทำให้สามารถปรับปรุงแก้ไขระบบให้ได้ตามความต้องการอย่างรวดเร็ว ยืดหยุ่น</li> <li>4. มีระบบ Network ที่ดีมีประสิทธิภาพ</li> <li>5. มีเครื่องมือและอุปกรณ์เพียงพอในการพัฒนาระบบ</li> </ol>   | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. การพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศไม่ทันต่อการใช้งานของผู้รับบริการ</li> <li>2. สื่อในการกระจายเสียงและแพร่ภาพของ กปส. ขาดการประชาสัมพันธ์ ให้ผู้รับบริการรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อสารสนเทศของ กปส. อย่างจริงจัง</li> <li>3. แนวทางในการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศของ กปส. ยังไม่ชัดเจน</li> <li>4. ขาดแผนการจัดซื้อจัดหาเทคโนโลยีสารสนเทศยังเป็นระบบทั้งฮาร์ดแวร์ ซอฟต์แวร์</li> </ol> |
| โอกาส (Opportunity)  | ข้อจำกัด / อุปสรรค (Threats)   |
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ผู้รับบริการข้อมูลข่าวสารเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของ กปส. สามารถกระทำได้โดย ใช้ Search Engine</li> <li>2. ภาครัฐมีแนวนโยบายที่จะพัฒนาด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ICT) อย่างต่อเนื่องและเพื่อให้ประชาชนได้รับข้อมูลข่าวสารในลักษณะ e-government ผ่านทาง web-service ซึ่ง กปส. ได้รับการพัฒนาบุคลากรตามแนวทางภาครัฐดังกล่าว</li> <li>3. ซอฟต์แวร์ เพื่อการพัฒนาระบบสารสนเทศในลักษณะ Open Source มีมากขึ้นและประสิทธิภาพสูงขึ้น ทำให้ กปส. อาจะนำมาใช้ได้โดยมีค่าใช้จ่ายไม่สูงมากนัก</li> <li>4. ผู้ให้บริการ Internet (ISP) ในประเทศมีศักยภาพการให้บริการซึ่งทำให้ข้อมูลข่าวสารของ กปส. สามารถเผยแพร่ได้อย่างไม่มีขอบเขตทั้งภายในประเทศและทั่วโลก</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ระเบียบการจัดซื้อ จัดหา ระบบคอมของ กปส. ต้องกำหนดความเห็นชอบจาก สปน.</li> <li>2. ข้อมูลข่าวสารผ่านเครือข่าย Internet มีจำนวนมากมาย ซึ่งทำให้การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของ กปส. ผ่านสื่อดังกล่าวมีคู่แข่งเป็นจำนวนมาก</li> </ol>   |

## วิเคราะห์ SWOT ของ กกล.

| จุดแข็ง (Strengths)  | จุดอ่อน (Weakness)   |
|--|--|
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ได้รับการยอมรับด้านการบริหารการเงินการคลัง</li> <li>2. เป็นแหล่งอ้างอิงข้อมูลด้านการเงินการคลัง</li> <li>3. บุคลากรมีความรู้ด้านการเงินการคลัง</li> <li>4. เป็นศูนย์กลางข้อมูลด้านการเงินการคลัง และ พัสคของทุกหน่วยงานภายในกรม (เป็นข้อมูลสนับสนุนการตัดสินใจของผู้บริหาร</li> <li>5. การกระจายอำนาจด้านการเงินการคลังทำให้การปฏิบัติงานมีความคล่องตัวขึ้น</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ขาดการพัฒนาบุคลากรในเชิงวิชาการ</li> <li>2. ขาดการวิเคราะห์ผลการดำเนินงานด้านการเงินการคลัง</li> <li>3. การบูรณาการในการปฏิบัติงานยังมีไม่เพียงพอ</li> <li>4. ขาดการเตรียมความพร้อมที่จะสร้างบุคลากรขึ้นมาทดแทน</li> <li>5. การสื่อสารภายในองค์กรมีไม่เพียงพอ</li> <li>6. ไม่มีมาตรการดำเนินการกับบุคคลที่ขาดสมรรถนะในการทำงาน</li> <li>7. บุคลากรบางส่วนยังมีวัฒนธรรมการทำงานเดิมไม่ยอมเปลี่ยนแปลงไปตามสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป</li> </ol>   |
| โอกาส (Opportunity)  | ข้อจำกัด / อุปสรรค (Threats)   |
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ระบบ GFMIS ทำให้มีการพัฒนาระบบการทำงานให้คล่องตัวและรวดเร็วยิ่งขึ้น</li> <li>2. การประเมินผลตามตัวชี้วัดกำรรับรองการปฏิบัติราชการ (ต้นทุนต่อหน่วยผลผลิต และการเบิกจ่ายงบลงทุน</li> <li>3. มีกลไกในรูปของคณะกรรมการ / คณะทำงานผลักดันให้การทำงานมีประสิทธิภาพ</li> </ol>  | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานด้านการเงินและบัญชีของหน่วยงานผู้รับบริการจากกองคลัง บางส่วนมีวุฒิการศึกษาไม่ตรงกับสายงาน</li> <li>2. มีการแทรกแซงจากการเมืองและบุคคลภายนอก</li> <li>3. หน่วยงานผู้รับบริการบางส่วนขาดวินัยในการเบิกจ่ายให้เป็นไปตามระเบียบ (ส่งเอกสารเบิกจ่ายล่าช้า)</li> <li>4. มีการปรับแผนการปฏิบัติงานและแผนการเบิกจ่ายเงินระหว่างปีทำให้การเบิกจ่ายงบประมาณไม่เป็นไปตามแผน</li> <li>5. ได้รับมอบหมายเร่งด่วนที่ไม่มีกำหนดไว้ในแผนทำให้งานไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร</li> <li>6. บุคลากรบางส่วนยังมีวัฒนธรรมการทำงานเดิมไม่ยอมเปลี่ยนแปลงไปตามสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป</li> </ol> |

## วิเคราะห์ SWOT ของ กทช.

| จุดแข็ง (Strengths)  | จุดอ่อน (Weakness)   |
|--|--|
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. บุคลากรมีความรู้ความเข้าใจในการดำเนินงานขององค์กรในแนวทางเดียวกัน</li> <li>2. ความเคร่งครัดในการปฏิบัติงานโดยไม่เลือกปฏิบัติ</li> <li>3. การให้บริการประชาชนและตอบข้อซักถามในกฎระเบียบอย่างไม่ตรีจิต</li> <li>4. ลดขั้นตอนในการให้บริการทำให้เกิดความรวดเร็ว</li> <li>5. องค์กรภายนอกให้ความไว้วางใจในการเชิญไปบรรยายให้ความรู้</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ขาดงบประมาณสนับสนุน</li> <li>2. ขาดบุคลากรและการพัฒนาส่งเสริมความรู้ที่ทันสมัยอย่างต่อเนื่อง</li> <li>3. ขาดขวัญกำลังใจเนื่องจากความไม่ชัดเจนของโครงสร้าง</li> </ol>   |
| โอกาส (Opportunity)  | ข้อจำกัด / อุปสรรค (Threats)   |
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. การประกาศใช้ พ.ร.บ.องค์กรจัดสรรคลื่นความถี่จะทำให้เกิดความชัดเจนในการปฏิบัติงานและเป็นอิสระมากขึ้น</li> </ol>  | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. กฎหมายด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ล้าสมัย ไม่ทันกับความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยี</li> <li>2. พัฒนาการทางเทคโนโลยีของสื่อ ทำให้เข้าถึงผู้บริโภคได้ง่ายหลายทิศทาง และยากต่อการควบคุมดูแล</li> <li>3. ขาดเครื่องมือที่ทันสมัยในการปฏิบัติงาน</li> <li>4. การเมืองและองค์กรภายนอกมีอิทธิพล ทำให้ไม่สามารถปฏิบัติตามกฎหมายได้อย่างเคร่งครัด</li> <li>5. ผู้รับบริการ (ผู้บริหารสถานีและผู้ที่เกี่ยวข้องของสื่อ) ไม่เห็นความสำคัญของการปฏิบัติตามกฎหมาย / ขาดความรู้</li> </ol> |

### วิเคราะห์ SWOT ของ สลก.

| จุดแข็ง (Strengths)  | จุดอ่อน (Weakness)   |
|--|--|
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ได้รู้จักบุคคลต่างหน่วยงานจำนวนมาก</li> <li>2. เป็นศูนย์กลางในการประสานของของกรมฯ</li> <li>3. ผู้บริหารสนับสนุนงบประมาณในการปฏิบัติงาน</li> <li>4. ผลงานที่ออกมาเห็นเป็นรูปธรรมเชิงบวก</li> <li>5. อุปกรณ์สำนักงานมีพร้อม</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. บุคลากรที่มีความรู้ในงานถูกขอตัวไปช่วยราชการที่อื่นทำให้งานขาดความคล่องตัว</li> <li>2. บุคลากรขาดความก้าวหน้าในงาน</li> <li>3. สูญเสียกำลังคนในการปฏิบัติงานเนื่องจากบุคลากรขาดความกระตือรือร้น</li> <li>4. บุคลากรบางคนยังขาดประสิทธิภาพในการทำงาน</li> </ol> |
| โอกาส (Opportunity)  | ข้อจำกัด / อุปสรรค (Threats)   |
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. เปลี่ยนผู้บริหารใหม่ สลก.จะได้รับผลกระทบ</li> </ol>  | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. เปลี่ยนผู้บริหารใหม่ สลก.จะได้รับผลกระทบ</li> </ol>  |

## วิเคราะห์ SWOT ของ กกร.

| จุดแข็ง (Strengths)  | จุดอ่อน (Weakness)  |
|--|---|
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. บุคลากรมีความเชี่ยวชาญและมีความรู้</li> <li>2. ได้รับความเชื่อถือ</li> <li>3. มีการดำเนินงานที่ถูกต้องมาตลอด</li> <li>4. มีเครื่องมือและอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย</li> <li>5. มีการแบ่งภารกิจที่ชัดเจนภายในสำนักงาน</li> </ol>   | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ไม่มีการจัดทำแผนและระบบงานทางด้านการบังคับคดีให้ชัดเจน</li> <li>2. บุคลากรขาดความรู้ความชำนาญทางกฎหมาย และระเบียบฯ เนื่องจากมีการปรับปรุงแก้ไขอยู่ตลอดเวลา</li> <li>3. บุคลากรไม่ได้รับการฝึกอบรมทางวิชาชีพ</li> <li>4. ระบบการจัดเก็บข้อมูลและเอกสารในภาพรวมยังไม่มี</li> </ol>                                |
| โอกาส (Opportunity)  | ข้อจำกัด / อุปสรรค (Threats)  |
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ต้องมีการจัดอบรมให้แก่เจ้าหน้าที่เกี่ยวกับกฎหมายและความรู้ทางด้านวิชาชีพโดยเฉพาะ</li> <li>2. มีการรวบรวมและจัดระบบหนังสือ เอกสารที่เกี่ยวข้องกับกฎหมาย เพื่อเพิ่มความรู้ให้แก่บุคลากรในกอง</li> <li>3. เปิดโอกาสให้มีการซักถามปัญหาทางกฎหมายและระเบียบต่างๆ ภายในกรม เช่นการตั้งกระทู้ในระบบอินเทอร์เน็ต ทำให้เกิดการ Training เจ้าหน้าที่ได้</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. กฎหมายและระเบียบในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาจะทำให้ยากแก่การเข้าถึงข้อมูลได้ครบ</li> <li>2. บุคลากรยังไม่มีความรู้และความเชี่ยวชาญมากพอในกฎหมายที่ออกใหม่ ทำให้ผู้ที่มาขอความรู้เกิดความไม่แน่ใจในข้อมูล</li> <li>3. กระบวนการในการดำเนินงานต้องรับผิดชอบสูงและมีความเสี่ยงในการผิดพลาดสูง</li> </ol> |

### วิเคราะห์ SWOT ของ นตส.

| จุดแข็ง (Strengths)  | จุดอ่อน (Weakness)   |
|--|--|
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. บุคลากรมีวัฒนธรรมในการทำงานเป็นทีม</li> <li>2. มีมาตรฐานและจรรยาบรรณในการทำงาน</li> <li>3. บุคลากรมีความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงาน</li> <li>4. รับทราบปัญหาและอุปสรรคในการปฏิบัติงานของหน่วยงานทั่วประเทศ</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. บุคลากรไม่เพียงพอต่อการปฏิบัติงาน</li> <li>2. บุคลากรขาดความเชี่ยวชาญในการปฏิบัติงาน เฉพาะด้าน เช่น ด้าน IT GFMS และการดำเนินงาน</li> <li>3. ยังไม่มีการประเมินผลการปฏิบัติงาน</li> <li>4. งบประมาณที่ได้รับไม่เพียงพอต่อการปฏิบัติงาน</li> </ol>  |
| โอกาส (Opportunity)  | ข้อจำกัด / อุปสรรค (Threats)   |
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. มีมติ ครม. ที่กำหนดให้หน่วยงานอยู่ในโครงสร้างการแบ่งส่วนราชการทำให้หน่วยงานมีความชัดเจน และความคล่องตัวในการปฏิบัติงานมากยิ่งขึ้น</li> <li>2. ได้รับจัดสรรเงินรายได้เพิ่มเติม ทำให้การตรวจสอบเป็นไปตามแผน</li> </ol>   | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. กำหนดเรื่องและปริมาณงานที่ตรวจสอบเองไม่ได้ เนื่องจากมีคณะกรรมการตรวจสอบและประเมินผล ภาคราชการ (ค.ต.ป.นร.) เป็นผู้กำหนดให้</li> <li>2. กฎระเบียบเทคโนโลยีเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา</li> <li>3. การปฏิบัติงานไม่เป็นไปตามแผน เนื่องจากสงครามก่อการร้ายสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ และภัยธรรมชาติ</li> </ol> |

## SWOT ของ กลุ่มพัฒนาระบบบริหาร

|                        | จุดแข็ง (Strength)   | จุดอ่อน (Weakness)  |
|------------------------|--|---|
| <b><u>Supplier</u></b> | <p><b>อปส.,สนผ.-</b> ให้การสนับสนุนงบประมาณ</p> <p><b>คสช.-</b>บุคลากรมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน มีการประสานงานที่ดีระหว่างผู้ปฏิบัติงาน</p>  | <p><b>กคค.-</b> ขาดการสนับสนุนด้านการเป็นที่ปรึกษาด้านระเบียบการเงิน พัสดุ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ขาดการสนับสนุนด้านอุปกรณ์ เครื่องมือ</li> <li>- ขั้นตอน/กระบวนการเบิกจ่ายงบประมาณ</li> </ul> <p>บุคลากรที่รับผิดชอบไม่อำนวยความสะดวกเท่าที่ควร มีความล่าช้าในการตรวจเอกสาร</p> <p><b>อปส.-</b> ขาดการนำองค์กรที่ชัดเจน เช่น นโยบายและการมีส่วนร่วมในการพัฒนาระบบราชการ</p> <p><b>สนผ.-</b> ศักยภาพ/กระบวนการไม่รองรับ/ไม่สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาระบบราชการ</p> <p><b>คสช.-</b> บุคลากรน้อย ไม่สามารถสนับสนุนระบบ IT ได้อย่างรวดเร็วและทันต่อการใช้งาน</p> |
| <b><u>Process</u></b>  | <p>-บุคลากรได้รับความเชื่อถือในการถ่ายทอดความรู้</p> <p>- ปฏิทินการทำงานและขั้นตอนมีความชัดเจน สามารถปฏิบัติได้ตามแผนที่วางไว้</p> <p>- หน่วยงานมีขนาดกะทัดรัด ทำให้การสื่อสารภายในมีความคล่องตัว</p> <p>เจ้าหน้าที่มีความรู้และเข้าใจในภารกิจงานค่อนข้างใกล้เคียงกัน และมีความสามัคคีร่วมมือกัน</p> | <p>- ไม่มีนโยบายด้านการพัฒนาระบบราชการที่ชัดเจนจากผู้บริหารระดับสูง</p> <p>- กระบวนการถ่ายทอดต้องใช้ทรัพยากร (เงิน และเวลา) มาก และสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายได้จำนวนจำกัด</p> <p>- ขาดองค์ความรู้/ความคิดเชิงสร้างสรรค์ในการออกแบบกระบวนการถ่ายทอดความรู้</p> <p>- บุคลากรไม่เพียงพอ ทำให้ปฏิบัติการกิจเฉพาะหน้า ไม่สามารถกำหนดเป้าหมายการทำงานระยะยาว และการวางระบบติดตามประเมินผลที่มีประสิทธิภาพ</p>   |
| <b><u>customer</u></b> | <p>- ผู้รับบริการไม่ต่อต้านการเปลี่ยนแปลง และให้ความร่วมมือในการเข้าร่วมกิจกรรม</p> <p>- คณะทำงานให้ความร่วมมือ</p>  | <p>- ผู้รับบริการมีพื้นฐานความรู้ด้านการพัฒนาระบบราชการแนวใหม่ น้อย มีทัศนคติที่เห็นว่าเป็นเรื่องที่ไม่เกี่ยวข้องกับภารกิจงานของตนเอง และเป็นการเพิ่มงาน</p> <p>- ผู้บริหารเข้าร่วมกิจกรรมการพัฒนาระบบราชการน้อย ขาดการมีส่วนร่วมอย่างจริงจัง</p>   |

|  | โอกาส (Opportunity)   | ข้อจำกัด (Threats)   |
|--|---|--|
|  | <p>สำนักงาน ก.พ.ร. - เป็นกฎหมายหรือระเบียบที่ทุกหน่วยงานต้องปฏิบัติ</p> <p>สถาบันเพิ่มผลผลิตฯ - วิทยากรมีความรู้ความเชี่ยวชาญ เป็นที่เชื่อถือได้</p> <p>TRIS - สามารถสื่อสารได้สะดวกรวดเร็ว</p> | <p>สำนักงาน ก.พ.ร. - กรอบการประเมินประจำปี (บางตัวชี้วัด) ไม่เหมาะสมกับการประเมินภารกิจ กปส.</p> <p>สถาบันเพิ่มผลผลิตฯ - วิทยากรมีภารกิจมาก จึงไม่มีเวลาให้เพียงพอ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- เป็นวิชาการสูง มีความยากในการนำมาสื่อสารขยายผลต่อ</li> <li>- นโยบาย (โดยเฉพาะเครื่องมือในการบริหารงาน) มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา</li> </ul> |

## สถาบันการประชาสัมพันธ์ (สปช.)

### 1. วิสัยทัศน์

สถาบันการประชาสัมพันธ์จะเป็นองค์กรหลักในการพัฒนาบุคลากรและฝึกอบรมด้านการประชาสัมพันธ์ชั้นนำและทันสมัย

### 2. วัตถุประสงค์

2.1 เพื่อพัฒนาบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนให้สามารถปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์อย่างมีประสิทธิภาพ

2.2 สร้างมาตรฐานวิชาชีพด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชนของประเทศ

2.3 เป็นสถาบันหลักในการจัดหลักสูตรและดำเนินการฝึกอบรม รวมทั้งให้คำปรึกษาและให้บริการด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชน

### 3. พันธกิจ

3.1 เป็นแหล่งถ่ายทอดความรู้เพื่อพัฒนาบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชน ภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาชน

3.2 ดำเนินการจัดฝึกอบรมในรูปแบบทันสมัย น่าเชื่อถือ

3.3 จัดหลักสูตรเพื่อรองรับความเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีสมัยใหม่

## SWOT ของสถาบันการประชาสัมพันธ์

| W จุดอ่อน  | S จุดแข็ง  |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- บุคลากรน้อย , ขาดประสบการณ์ในกระบวนการฝึกอบรม</li> <li>- บุคลากรไม่ค่อยได้รับโอกาสในการพัฒนาตนเอง</li> <li>- อุปกรณ์ในการฝึกอบรมไม่เพียงพอ</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- เป็นองค์กรหลักด้านการพัฒนาบุคลากรการประชาสัมพันธ์ของรัฐ</li> <li>- มีภาพลักษณ์ที่ดี และเป็นที่ยอมรับ</li> <li>- อาคาร สถานที่ ไอ้โง่ ทันสมัย ตั้งอยู่ใจกลางเมือง</li> <li>- มีกฎกระทรวงรองรับในการออกใบประกอบวิชาชีพ</li> <li>- หลักสูตรเป็นที่ยอมรับและมีชื่อเสียง</li> <li>- ค่าลงทะเบียนถูก</li> </ul> |
| O โอกาส  | T อุปสรรค ปัญหา  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- ได้รับการคาดหวังว่าเป็นองค์กรหลักด้านการจัดฝึกอบรม</li> <li>- ได้รับการสนับสนุนจากองค์กรระหว่างประเทศ</li> <li>- ค่าลงทะเบียนถูก</li> </ul>           | <ul style="list-style-type: none"> <li>- งบประมาณมีจำกัด</li> <li>- ขาดผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน</li> <li>- กฎ ระเบียบ ด้านการเงิน ไม่เอื้อต่อการบริหารจัดการ</li> </ul>   |

## วิเคราะห์ SWOT ของ กกจ.

| จุดแข็ง (Strengths)  | จุดอ่อน (Weakness)   |
|--|--|
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. มีระบบฐานข้อมูลบุคลากรที่ทันสมัย</li> <li>2. ลักษณะงานที่ต้องให้บริการทำให้บุคลากรมีพันธมิตที่ดีกับเพื่อนบุคลากรและบุคคลภายนอก</li> <li>3. มีช่องทางให้บุคลากรแสดงความคิดเห็นได้อย่างโปร่งใสและมีระบบสารสนเทศภายในองค์กร</li> </ol>  | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. บุคลากรไม่มีความรู้ และความเชี่ยวชาญด้าน HR โดยตรง</li> <li>2. ไม่มีการเตรียมพร้อมของบุคลากรให้เหมาะสมกับตำแหน่งทั้งปริมาณ และคุณภาพ</li> <li>3. ไม่มีการวิเคราะห์อัตรากำลังในภาพรวมทำให้ขาดการวางแผนกำลังคน แผนเตรียมความพร้อมของบุคลากร ให้เหมาะสมกับตำแหน่ง</li> </ol>  |
| โอกาส (Opportunity)  | ข้อจำกัด / อุปสรรค (Threats)   |
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. การกระจายอำนาจด้านการบริหารงานบุคคลให้ส่วนราชการดำเนินการเอง ทำให้การบริหารงานบุคคลของกรมมีความคล่องตัวมากขึ้น</li> <li>2. การได้รับการสนับสนุนทุนการฝึกอบรมจากแหล่งทุนทั้งในและต่างประเทศ ทำให้มีโอกาสในการพัฒนาบุคลากร</li> <li>3. เทคโนโลยีและนวัตกรรมด้านการสื่อสารช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของบุคลากร</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. การสรรหา บรรจุ แต่งตั้ง มักไม่เป็นตามหลักการ เนื่องจากมีการใช้ระบบอุปถัมภ์ หรือคัดเลือกจากคนภายใน/ภายนอก</li> <li>2. เหตุการณ์ความไม่สงบในจังหวัดชายแดนภาคใต้ และภัยต่าง ๆ เป็นอุปสรรคในการสรรหา บรรจุ แต่งตั้ง เนื่องบุคลากรขาดขวัญ และกำลังใจ ไม่กล้าไปปฏิบัติงานในพื้นที่เสี่ยงภัย</li> <li>3. นโยบายของรัฐบาลเกี่ยวกับการลดอัตรากำลังภาครัฐ ทำให้เกิดปัญหา อุปสรรคในการบริหารงานบุคคลในองค์กรด้านการบรรจุ แต่งตั้ง ทำให้โครงสร้าง อัตรากำลัง ของกรมขาดสมดุล</li> <li>4. หน่วยงานภายนอกให้ค่าตอบแทนและสวัสดิการสูงกว่าสำหรับบุคลากรที่มีคุณวุฒิระดับเดียวกันจึงเป็นแรงจูงใจมากกว่า</li> <li>5. ระเบียบ กฎเกณฑ์ที่ ก.พ. กำหนดไม่สามารถวางกรอบอัตรากำลังและกำหนดคุณสมบัติของบุคลากรตามความต้องการของหน่วยงานและไม่สามารถบรรจุ แต่งตั้งทดแทนอัตรากำลังได้ทันทั่วถึง</li> </ol> |

## วิเคราะห์ SWOT ของ ส.ปชส.

| จุดแข็ง (Strengths)  | จุดอ่อน (Weakness)   |
|--|--|
| <p>1. โครงสร้างองค์กรและการบริหารจัดการเป็นหน่วยงานภูมิภาค</p> <p style="padding-left: 20px;">1. 1 เป็นหน่วยงานภูมิภาคของกรมประชาสัมพันธ์มีสื่อสนับสนุนในการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์</p> <p style="padding-left: 20px;">1. 2 การมอบอำนาจการปฏิบัติราชการในส่วนภูมิภาค ทำให้เกิดประสิทธิภาพในการบริหารจัดการ</p> <p>2. กฎหมาย (กฎกระทรวงแบ่งส่วนราชการ กปส.)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● กำหนดอำนาจหน้าที่ด้านการประชาสัมพันธ์ระดับจังหวัด</li> </ul> <p>3. ภาพลักษณ์ชื่อเสียงเป็นความน่าเชื่อถือ (มีอาชีพ)</p> <p>4. เทคโนโลยีมีส่วนปรับปรุงและพัฒนาการดำเนินงานด้านเทคโนโลยี และสารสนเทศการประชาสัมพันธ์เป็นที่ยอมรับ</p> <p>5. บุคลากร</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● มีความชำนาญเฉพาะด้านวิชาชีพการประชาสัมพันธ์</li> </ul> | <p>1. บุคลากร</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● ไม่เพียงพอ (1 คน ทำหลายหน้าที่และไม่มีเจ้าหน้าที่ด้านสื่อสารสนเทศจะเน้นช่องทางสื่อด้านการประชาสัมพันธ์</li> <li>● ขาดความรู้และทักษะที่เหมาะสมเพียงพอ</li> </ul> <p>2. งบประมาณ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● ได้รับการสนับสนุนเฉพาะงบประมาณ (ดำเนินงาน) จึงไม่เพียงพอและให้งานมีความคล่องตัวและประสิทธิผล และงบบุคลากรไม่ได้รับการจัดสรรเพื่อดำเนินการประชาสัมพันธ์งานนโยบายยุทธศาสตร์ของรัฐบาลในระดับพื้นที่</li> </ul> <p>3. ขาดช่องทางสื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน โดยจะเป็นการประสานงานและขอความร่วมมือและการสนับสนุนจากสื่อเพื่อประชาสัมพันธ์ในระดับพื้นที่</p> <p>4. ขาดเครื่องมือ เช่น กล้องดิจิทัล และเทปเสียง</p> <p>5. ค่านิยมวัฒนธรรม องค์กร</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● ไม่พร้อมการเปลี่ยนแปลง และการพัฒนาองค์กรสมัยใหม่ การบริหารจังหวัดภาครัฐแนวใหม่</li> </ul> <p>6. การสื่อสารองค์กรและการถ่ายทอดความรู้เพื่อการพัฒนาองค์กร</p> |

| โอกาส (Opportunity)   | ข้อจำกัด / อุปสรรค (Threats)  |
|---|---|
| <p>1. กฎหมาย</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● พรบ. ระเบียบบริหารราชการแผ่นดิน พ.ศ. 2550 (ฉบับที่ 7) กำหนดให้มีแผนพัฒนาจังหวัด และการจัดทำค่าของงบประมาณระดับจังหวัด (ดำเนินการ ปี พ.ศ. 2552)</li> </ul> <p>2. นโยบายรัฐบาลและจังหวัด หน่วยงานภายนอก มีการยอมรับในบทบาท อำนาจหน้าที่ของ หน่วยงาน</p> | <p>1. กฎหมาย</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● พรบ. องค์กรแพร่ภาพฯ (TPBS) มีผลกระทบด้านการรับสื่อและงานราชการในระดับพื้นที่</li> <li>● ร่าง พรบ. องค์กรจัดสรรคลื่นความถี่ฯ และร่าง พรบ. ประกอบกิจการฯ มีผลกระทบต่อการกำกับดูแลด้านสื่อในระดับพื้นที่</li> </ul> <p>2. ปัญหาด้านสังคมและวัฒนธรรม</p> <p>3. ปัญหาด้านเศรษฐกิจ (ด้านความยากจน / รายได้ของประชาชน)</p> |

## วิเคราะห์ SWOT ของ สปข. 1 – 8

### (1) แผนประชาสัมพันธ์/ข้อเสนอแนะ

| S   | W   |
|---|---|
| <p><b>บุคลากร</b></p> <p>1. มีมนุษย์สัมพันธ์ที่ดีและมีความสามารถในการประสานแผน</p> <p><b>องค์กร</b></p> <p>2. เป็นองค์กรด้านการประชาสัมพันธ์ของรัฐ<br/>หน่วยงานเดียวในกลุ่มจังหวัด</p> <p>3. ให้คำปรึกษาแนะนำโดยไม่คิดค่าบริการ</p> <p><b>สิ่งอำนวยความสะดวก</b></p> <p>4. ครบถ้วนพร้อมปฏิบัติงาน</p> <p><b>งบประมาณ</b></p> <p>5. มีการจัดสรรงบประมาณในการจัดทำแผนประชาสัมพันธ์ทุกปี</p> <p>6. ประชาชนต้องการข้อมูลข่าวสารท้องถิ่น</p>                                       | <p><b>บุคลากร</b></p> <p>1. ยังไม่เป็นมืออาชีพ</p> <p><b>การสื่อสาร</b></p> <p>2. การสื่อสารด้านแผนเพื่อนำไปสู่การปฏิบัติไม่มีประสิทธิภาพวัฒนธรรมองค์กร</p> <p>3. ขาดการทำงานเป็นทีม</p> <p>4. นโยบายไม่ชัดเจนเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา</p> <p>5. ขาดข้อมูลและองค์ความรู้ด้านการวางแผนประชาสัมพันธ์</p> <p>6. ขาดงานวิจัยสนับสนุนปรับปรุงพัฒนางาน</p> |
| O   | T   |
| <p>1. พรบ.ระเบียบบริหารราชการแผ่นดินฉบับที่ 7 พ.ศ.2550 เพื่อให้มีการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ประชาสัมพันธ์กลุ่มจังหวัดและจังหวัด</p> <p>2. การพัฒนาทางเทคโนโลยีการสื่อสารเอื้อต่อการพัฒนา<br/>ด้านแผนประชาสัมพันธ์ให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง</p> <p>3. การเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของคนในสังคมมีความ<br/>ต้องการบริโภคข้อมูลข่าวสารมากขึ้น</p> <p>4. ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีสอรับการ<br/>ประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ทำให้มีโอกาสนในการเป็น<br/>ศูนย์กลางด้านการวางแผนประชาสัมพันธ์ในพื้นที่</p> | <p>1. คู่แข่งขันเพิ่มขึ้น</p> <p>2. หน่วยงานยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดยังไม่ให้ความสำคัญ<br/>ด้านการทำแผนยุทธศาสตร์ประชาสัมพันธ์กลุ่มจังหวัด</p> <p>3. การเมืองแทรกแซง</p> <p>4. รัฐบาลยังไม่ให้ความสำคัญด้านของแผน<br/>ประชาสัมพันธ์</p> <p>5. กฎหมายระหว่างประเทศระหว่างประเทศความมั่นคง<br/>ตามแนวทางไม่เอื้อต่อการทำแผนประชาสัมพันธ์</p>        |

(2) การผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร สปข. 1 - 8

| S   | W  |
|---|--|
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. บุคลากรครอบคลุมทั่วประเทศเข้าถึงแหล่งข่าวได้ดีกว่าคู่แข่ง</li> <li>2. มีสาขาครอบคลุมทั่วประเทศและเป็นสื่อหลักในท้องถิ่น</li> <li>3. ได้รับความเชื่อถือ เทียบตรง</li> <li>4. ทวีมีเทคโนโลยีที่ทันสมัย</li> <li>5. มีงบประมาณในการผลิตและเผยแพร่</li> </ol>   | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. บุคลากรขาดความริเริ่มสร้างสรรค์</li> <li>2. วิทยุอุปกรณ์ล้ำสมัย ส่งกระจายเสียงไม่ครอบคลุมเขตบริการ</li> <li>3. งบประมาณดำเนินการไม่เพียงพอ</li> <li>4. นโยบายการบริหารจัดการไม่ชัดเจน</li> <li>5. การจัดการบุคลากรไม่สอดคล้องกับกรอบอัตรากำลัง</li> </ol>  |
| O   | T  |
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. หน่วยงานภายนอกในพื้นที่ยอมรับเชื่อถือ</li> <li>2. แนวโน้มในการบริโภคข้อมูลข่าวสารของสังคมมีเพิ่มมากขึ้น</li> <li>3. พ.ร.บ.ประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์กำหนดให้ กรมประชาสัมพันธ์เป็นสื่อสาธารณะ</li> <li>4. รัฐธรรมนูญ พ.ศ. 2550 มาตรา 45 48 ทำให้มีโอกาขยายเขตบริการให้ครอบคลุมพื้นที่มากขึ้น</li> <li>5. สถานการณ์ความไม่สงบใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ทำให้ประชาชนมีความต้องการทราบข้อมูลข่าวสารมากขึ้น</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. วิทยุชุมชนและเคเบิลทีวีเป็นคู่แข่งสำคัญที่เพิ่มขึ้น</li> <li>2. พรบ.ประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์กำหนดให้มีสื่อสาธารณะในพื้นที่ที่สังกัดองค์กรอื่นเพิ่มขึ้น</li> <li>3. มีการแข่งขันสูงและมี New media เพิ่มมากขึ้น</li> <li>4. การเมืองแทรกแซงทำให้การผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร เน้นด้านการประชาสัมพันธ์ในเชิงบวกมากกว่าการนำเสนอข้อเท็จจริง</li> <li>5. พฤติกรรมการบริโภคสื่อเปลี่ยนไป</li> </ol> |

## วิเคราะห์ SWOT ของ สพป.

| จุดแข็ง (Strengths)  | จุดอ่อน (Weakness)   |
|--|--|
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. เป็นหน่วยงานเดียวที่ออกบัตรสื่อมวลชนภายในประเทศ</li> <li>2. บริการรวดเร็ว</li> <li>3. ราคาถูก</li> <li>4. เป็นพิพิธภัณฑสถานการกระจายเสียงแห่งแรกของ เอเชียตะวันออกเฉียงใต้</li> <li>5. เครื่องมือ อุปกรณ์ และ Studio มีคุณภาพทันสมัย</li> </ol>  | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ยังไม่มีการจัดทำระบบ IT ในการสืบค้นทะเบียนประวัติสื่อมวลชน</li> <li>2. ได้รับงบประมาณสนับสนุนจำนวนน้อยมาก</li> <li>3. ขาดบุคลากรที่มีความชำนาญเฉพาะด้านในการสร้างสรรค์ผลงาน</li> <li>4. กรมประชาสัมพันธ์ไม่มีอำนาจบังคับให้สื่อมวลชนในประเทศทุกคนมาทำบัตรประจำตัวสื่อมวลชน</li> <li>5. สถานที่จัดเก็บและจัดแสดงวัตถุพิพิธภัณฑสถานกับแคบและมีสภาพแวดล้อมไม่เหมาะสม</li> </ol> |
| โอกาส (Opportunity)  | ข้อจำกัด / อุปสรรค (Threats)   |
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. สามารถสร้างเครือข่ายกับสื่อมวลชนไทยทั่วประเทศ</li> <li>2. มีช่องทางเผยแพร่สื่อกิจกรรมที่ได้รับการยอมรับและเผยแพร่ทั้งในและต่างประเทศ</li> <li>3. ผลงานด้านสื่อกิจกรรมที่ได้รับการยอมรับและเผยแพร่ทั้งในและต่างประเทศ</li> <li>4. เป็นการเสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กร</li> <li>5. ได้รับความเชื่อถือและไว้วางใจในการเขียนแผนปฏิบัติการ จัดแถลงข่าว และจัดทำสื่อกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. มีความซับซ้อนในกระบวนการด้านการผลิตสื่อกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์</li> <li>2. ผลงานเกิดประสิทธิภาพไม่เต็มที่ เนื่องจากได้รับนโยบายเร่งด่วน</li> <li>3. ประเด็นในการแถลงข่าวไม่น่าสนใจ</li> <li>4. เจ้าหน้าที่ไม่ได้รับการพัฒนาทักษะในวิชาชีพอย่างต่อเนื่อง</li> <li>5. งบประมาณในการจัดซื้ออุปกรณ์เทคโนโลยีเพื่อพัฒนางานมีจำนวนจำกัด</li> </ol>                            |

## วิเคราะห์ SWOT ของ สปต.

การตรวจสอบสภาพแวดล้อมภายใน (จุดแข็ง จุดอ่อน) ของ สปต. โดยใช้ SW Issues

| จุดแข็ง (Strengths)  | จุดอ่อน (Weakness)   |
|--|--|
| <p><b>บุคลากร</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ส่วนใหญ่มีความรู้และทักษะด้านการใช้ภาษา</li> <li>- มีส่วนร่วมในการเป็นคณะอนุกรรมการ/ คณะทำงานชุดต่างๆ ทำให้มีประสบการณ์ทางวิชาการในการบริหารจัดการที่เกี่ยวข้องกับภารกิจ</li> </ul>   | <p><b>บุคลากร</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ขาดความรู้ความสามารถในการวิเคราะห์เชิงระบบ และการมองภาพรวมของปัญหาเพื่อหาทางแก้ไข</li> <li>- ขาดความรู้ ทักษะ ประสบการณ์ที่เป็นสหวิชาชีพ และจำเป็นในการปฏิบัติงาน</li> </ul>  |
| <p><b>ข้อมูลสารสนเทศ &amp; เทคโนโลยี</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- มีการพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อการประชาสัมพันธ์ต่างประเทศเชิงรุกแก่กลุ่มเป้าหมายภายใน-นอก (จัดทำเว็บไซต์ <a href="http://thailand.prd.go.th">http://thailand.prd.go.th</a>)</li> </ul>                                       | <p><b>ข้อมูลสารสนเทศ &amp; เทคโนโลยี</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ขาดการพัฒนาระบบข้อมูลสารสนเทศขั้นพื้นฐานเพื่อสนับสนุนการบริหารจัดการภายในสำนัก ได้แก่ <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ ข้อมูลในการจัดทำแผนปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ต่างประเทศ</li> <li>➢ ข้อมูลบุคลากร</li> <li>➢ ข้อมูลการบริหารจัดการงบประมาณ</li> </ul> </li> </ul> |
| <p><b>นโยบาย &amp; แผน</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ผู้บริหารกำหนดวิสัยทัศน์ เป้าหมาย ตัวชี้วัดความสำเร็จ กรอบนโยบายที่ชัดเจนในการปฏิบัติงาน และส่งเสริมให้แต่ละส่วนงานมีการกำหนด ผู้รับผิดชอบในแต่ละโครงการ/กิจกรรม และมีการติดตามประเมินผลทั้งอย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการ</li> </ul> | <p><b>การบริหารจัดการภายใน</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ขาดการทำงานเชิงบูรณาการระหว่างส่วนงาน</li> </ul>   |
| <p><b>ภาพลักษณ์ ชื่อเสียง</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- หน่วยงานมีภาพลักษณ์ที่ดีทั้งภายในและภายนอก เนื่องจากได้รับรางวัลระดับองค์กร และบุคลากรได้รับมอบหมายให้ร่วมปฏิบัติการกิจระดับชาติและนานาชาติกับหน่วยงานภายนอกประสบความสำเร็จเป็นที่ยกย่อง</li> </ul>                                 | <p><b>การสื่อสาร</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- การสื่อสารระหว่างส่วนงานยังมีน้อยและไม่สม่ำเสมอ</li> </ul>   |

| โอกาส (Opportunity)   | ข้อจำกัด / อุปสรรค (Threats)   |
|---|--|
| <p><b><u>การเมือง (Politics)</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- รัฐบาลให้การส่งเสริมสนับสนุน เนื่องจากเป็นหน่วยงานหลักในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ด้านต่างประเทศของรัฐ</li> </ul>  | <p><b><u>การเมือง (Politics)</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- แนวนโยบายของรัฐบาล/เสถียรภาพหรือความมั่นคงของรัฐบาลมีผลต่อนโยบายและการดำเนินงานของกรม</li> </ul>   |
| <p><b><u>ประเด็นระหว่างประเทศ (International)</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- พันธสัญญาหรือข้อตกลงระหว่างประเทศด้านการประชาสัมพันธ์ สื่อสารมวลชน สารสนเทศ สนับสนุนและเอื้อต่อการปฏิบัติการกิจ ในฐานะองค์กรหลักผู้ปฏิบัติการตามพันธสัญญาและสมาชิกองค์การระหว่างประเทศที่เกี่ยวข้อง</li> </ul> | <p><b><u>สังคมและวัฒนธรรม (Sociocultural)</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- พัฒนาการ การเปลี่ยนแปลงของสังคมและวัฒนธรรมทำให้เกิดสภาพการแข่งขัน หน่วยงานรัฐต้องเร่งพัฒนามาตรฐาน คุณภาพของผลงานภายใต้ข้อจำกัดด้านบุคลากรและงบประมาณ</li> </ul>       |
| <p><b><u>บุคลากร</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- มีส่วนร่วมในการเป็นคณะอนุกรรมการ/ คณะทำงานชุดต่างๆ ทำให้มีประสบการณ์ทางวิชาการในการบริหารจัดการที่เกี่ยวข้องกับภารกิจ</li> </ul>  | <p><b><u>เศรษฐกิจ (Economic)</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- การเปลี่ยนแปลงสถานะเศรษฐกิจมีผลต่องบประมาณดำเนินงาน โครงการ/กิจกรรมด้าน ต่างประเทศ</li> </ul>  |
| <p><b><u>อื่นๆ</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- หน่วยงานได้รับมอบหมายภารกิจที่สำคัญในระดับกรมและระดับชาติ ทำให้มีโอกาสดำเนินการศึกษาค้นคว้าที่เป็นประโยชน์ในการปฏิบัติงาน</li> </ul>  | <p><b><u>เทคโนโลยี (Technology)</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- เทคโนโลยีการสื่อสารที่พัฒนาไปอย่างรวดเร็วและหลากหลายมีผลกระทบต่อรูปแบบและวิธีการปฏิบัติงาน การเลือกสื่อกิจกรรม เนื่องจากมีงบประมาณจำกัดและบุคลากรก้าวไม่ทันเทคโนโลยี</li> </ul> |
|   | <p><b><u>อื่นๆ</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- การได้รับมอบหมายภารกิจพิเศษจำนวนมาก มีผลกระทบต่อการทำงานประจำ เนื่องจากมีบุคลากรไม่เพียงพอที่จะปฏิบัติการกิจเพิ่มเติม</li> </ul>   |

## วิเคราะห์ SWOT ของ สปส.

| จุดแข็ง(Strength)   | จุดอ่อน (Weakness)  |
|---|---|
| <p><b><u>ค่านิยม/วัฒนธรรม</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- เป็นที่เชื่อถือของหน่วยงานภายนอกด้านความมั่นคง</li> </ul>                              | <p><b><u>ค่านิยม/วัฒนธรรม</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- บุคลากรคุ้นเคยการทำงานแบบเดิมๆยากที่จะปรับทัศนคติหรือจิตสำนึกที่ดีต่อส่วนราชการ</li> </ul>   |
| <p><b><u>บุคลากร</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- บุคลากรบางส่วนมีการตื่นตัวในการเรียนรู้และรับผิดชอบในการปฏิบัติงานสูง</li> </ul>                | <p><b><u>บุคลากร</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- บุคลากรขาดความรู้ ทักษะด้านแผนการประชาสัมพันธ์</li> <li>- จำนวนบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญในงานประชาสัมพันธ์ (ในภาวะวิกฤติ) มีไม่เพียงพอ</li> <li>- บุคลากรบางส่วนขาดความตั้งใจและขาดความรับผิดชอบในการปฏิบัติงาน</li> <li>- บุคลากรที่ผ่านการอบรมในหลักสูตรสำคัญๆ แล้วโยกย้ายไปทำงานที่อื่น</li> </ul> |
| <p><b><u>วัตถุดิบ</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- มีอุปกรณ์ในการติดตามประเด็นข้อมูลข่าวสาร</li> </ul>  | <p><b><u>งบประมาณ</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ความล่าช้าในการอนุมัติงบ/การเบิกจ่าย</li> </ul>  |
| <p><b><u>ข้อมูลสารสนเทศ</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับด้านความมั่นคงในระดับนโยบายมีมากเพียงพอ</li> </ul>          | <p><b><u>ข้อมูลสารสนเทศ</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่สามารถสนองตอบต่อภารกิจด้านความมั่นคงเพื่อให้เกิดความถี่</li> </ul>  |
| <p><b><u>นโยบายและแผน</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ได้รับการยอมรับในการเป็นที่ปรึกษาในฐานะกรรมการ อนุกรรมการในการจัดทำนโยบายและแผน</li> </ul> | <p><b><u>สิ่งอำนวยความสะดวกและอุปกรณ์</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- เลื่อมสภาพ/เก่า เช่น อุปกรณ์คอมพิวเตอร์</li> </ul>   |
| <p><b><u>โครงสร้างองค์กร</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- มีสายการบังคับบัญชาขึ้นตรงต่ออธิบดีกรมฯ</li> </ul>                                      | <p><b><u>การบริหารจัดการ</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- การถ่ายทอดนโยบายสำคัญต่างๆ และการประสานงานไปยังตัวบุคคลไม่ชัดเจน</li> <li>- การบริหารความรู้ในหน่วยงานยังไม่เข้มแข็งพอ</li> </ul>   |
| <p><b><u>ผลิตภัณฑ์และบริการ</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- สามารถจัดทำรวบรวมแผนงาน/โครงการเพื่อบูรณาการกับหน่วยงานภายนอก</li> </ul>             | <p><b><u>การส่งมอบ/เผยแพร่</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ทำได้ล่าช้าใช้เวลาในการประสานงานกับหน่วยงานปฏิบัติค่อนข้างมาก</li> </ul>  |

| โอกาส(Opportunity)  | ข้อจำกัดหรือภัยคุกคาม(Threat)   |
|---|---|
| <p><b><u>ค่านิยม/วัฒนธรรม</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- กรมฯให้ความสำคัญกับการกิจการพัฒนาระบบบริหารราชการ</li> </ul>                           | <p><b><u>ค่านิยม/วัฒนธรรม</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- คณะกรรมการประชาสัมพันธ์เฉพาะกิจในสถานการณ์ที่มีผลกระทบต่อประเทศชาติถูกยกเลิก โดยการเมือง</li> </ul>                  |
| <p><b><u>งบประมาณ</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- หน่วยงานภาครัฐให้ความสำคัญกับงานประชาสัมพันธ์มากขึ้น และพร้อมให้การสนับสนุนงบประมาณ</li> </ul> | <p><b><u>บุคลากร</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่ได้รับการสนับสนุนบุคลากรตามที่ร้องขอ ทั้งๆที่มีการสมัครใจของเจ้าหน้าที่ที่ขอย้ายมาพร้อมที่จะปฏิบัติงานในศูนย์</li> </ul>   |
| <p><b><u>ข้อมูลสารสนเทศ</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- การนำนโยบายลงสู่การปฏิบัติในระดับกรม</li> </ul>  | <p><b><u>ข้อมูลสารสนเทศ</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ช่องทางการสื่อสารไม่สามารถเชื่อมโยงให้เกิดผลเป็นรูปธรรม</li> </ul>   |
| <p><b><u>นโยบายและแผน</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- นโยบายและแผนสามารถดำเนินการนำนโยบายลงสู่การปฏิบัติได้</li> </ul>                           | <p><b><u>โครงสร้างองค์กร</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- การผลักดันประเด็นการประชาสัมพันธ์ที่มีความสำคัญเข้าสู่คณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติไม่สามารถดำเนินการได้</li> </ul> |
| <p><b><u>เทคโนโลยี</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- เทคโนโลยีทำให้การบริหารจัดการภายในหน่วยงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น</li> </ul>                     | <p><b><u>การส่งมอบ/เผยแพร่</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่มีเจ้าหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายโดยตรงเป็นผู้ประสานการปฏิบัติ</li> </ul>  |
| <p><b><u>การบริหารจัดการ</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- มีการดำเนินงานในเชิงบูรณาการเข้ามาใช้ในการปฏิบัติงาน</li> <li>- มี KM / PMQA</li> </ul> | -   |

## วิเคราะห์ SWOT ของ สนผ.

### (1) การจัดทำแผนยุทธศาสตร์ / แผนปฏิบัติการ

|          | Input  | Process   | Output  |
|----------|--|---|---|
| <b>S</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- แผนบริหารราชการแผ่นดิน นโยบายรัฐบาลเป็นกรอบแนวทางที่ส่วนราชการต้องใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงาน</li> <li>- ผู้บริหารให้ความสำคัญ มีการทบทวนและเร่งรัดผู้รับผิดชอบ ทำให้มีการปรับปรุงผลการปฏิบัติงาน</li> <li>- มีประเด็น เป้าประสงค์ และกลยุทธ์หลักของยุทธศาสตร์</li> <li>- มีตัวชี้วัดผลสำเร็จของแผนปฏิบัติราชการ โดยรวมตามคำรับรองฯ</li> </ul>        | <ul style="list-style-type: none"> <li>- ศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลทบทวนแผนยุทธศาสตร์กลยุทธ์ให้สอดคล้องกับนโยบายระดับชาติ รัฐบาล ผู้บริหาร</li> <li>- มีระบบการติดตามที่ต่อเนื่อง</li> <li>- มีส่วนร่วมในการวางแผนจากทุกหน่วยงาน</li> </ul>   |   |
| <b>W</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- นโยบายรัฐบาลเปลี่ยนแปลงทำให้ขาดความต่อเนื่อง</li> <li>- นโยบายของผู้บริหาร ไม่มีความชัดเจน</li> <li>- ขาดการถ่ายทอดไปสู่การปฏิบัติ</li> <li>- ขาดข้อมูล/ผลงานวิจัยที่จะใช้ในการจัดทำนโยบาย</li> <li>- กระบวนการวางแผนยังไม่มีแนวทางที่ชัดเจน</li> <li>- ขาดแนวทางการถ่ายทอดที่ชัดเจน</li> <li>- ไม่มีการวัดผลสำเร็จของแผนปฏิบัติการ โดยรวม</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- ขาดการถ่ายทอดเรื่องแผนงาน โครงการสู่ระดับปฏิบัติอย่างทั่วถึง</li> <li>- มีเงื่อนไขในเรื่องระยะเวลาของการประเมินผล ทำให้ไม่สามารถนำไปใช้ในการจัดทำแผนงานโครงการ งบประมาณ ได้ทันเวลา</li> <li>- การนำเสนอรายงานการประเมินผลยังไม่ถูกช่องทางไม่ส่งผลให้เกิดการสั่งการในระดับนโยบาย</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- บางกิจกรรมในโครงการไม่เหมาะสมกับบางพื้นที่</li> <li>- แผนล่าช้าทำให้หน่วยปฏิบัติไม่สามารถดำเนินการได้ตามแผน</li> </ul> |

|          | Input   | Process  | Output   |
|----------|---|--|--|
|          |   | บายและนำไปสู่การปฏิบัติอย่างแท้จริง  |  |
| <b>O</b> | - เกิดการบูรณาการกับหน่วยงานอื่น  | - ประชุมบูรณาการแผนงานกับ โครงการและ<br>งบประมาณกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง                 | - สามารถจะดำเนินการตามกิจกรรมโครงการ<br>ได้บรรลุวัตถุประสงค์ที่วางไว้<br>- |
| <b>T</b> | - นโยบายเปลี่ยนแปลงบ่อยทำให้ขาดความต่อเนื่อง<br>- การแทรกแซงทางการเมือง<br>- ไม่ได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากผู้บริหาร<br>- ไม่สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง<br>- กรมประชาสัมพันธ์ไม่กำหนดแผนรองรับการ<br>เปลี่ยนแปลง | - ผู้บริหารไม่อนุมัติที่จัดทำโดยการบูรณาการจาก<br>ทุกหน่วยงานหรือปรับเปลี่ยนแผนระหว่างปี |  |

(2) การจัดทำแผนประชาสัมพันธ์แห่งชาติ

|          | Input  | Process   | Output  |
|----------|--|---|---|
| <b>S</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ นโยบายรัฐบาล ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ และแผนการบริหารราชการแผ่นดินเป็นแนวทางในการจัดทำนโยบายและแผนประชาสัมพันธ์แห่งชาติ</li> <li>- นโยบายรัฐบาลทำให้มีการเปลี่ยนแปลง</li> </ul> | -   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- นโยบายและแผนประชาสัมพันธ์แห่งชาติเป็นแนวทางในการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานภาครัฐ เพื่อให้เกิดเอกภาพ</li> </ul> |
| <b>W</b> |  |   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่มีการติดตามการนำนโยบายและแผนประชาสัมพันธ์แห่งชาติไปใช้ในการปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม</li> </ul>                             |
| <b>O</b> |  |   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- นโยบายและแผนประชาสัมพันธ์แห่งชาติเป็นแนวทางในการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานภาครัฐ เพื่อให้เกิดเอกภาพ</li> </ul> |
| <b>T</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- นโยบายรัฐบาลทำให้มีการเปลี่ยนแปลง</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- ประธานคณะกรรมการการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ (กปช.) ไม่แต่งตั้งคณะกรรมการ จึงไม่สามารถจัดทำนโยบายและแผนประชาสัมพันธ์แห่งชาติฉบับต่อไป</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- ผู้บริหารไม่ให้ความสำคัญ</li> <li>- แนวนโยบายและแผนไม่ได้เป็นกฎหมายจึงไม่มีการบังคับใช้</li> </ul>                           |

เอกสารหมายเลข 4

ค่านิยมหลัก

ผลสรุปค่านิยมหลักกรมประชาสัมพันธ์

ผลสรุปค่านิยมหลัก กรมประชาสัมพันธ์ วันที่ 7 กพ. 51

| ค่านิยมหลัก   | รายละเอียด  |
|---|---|
| 1 จิตสำนึกในการให้บริการ<br>เพื่อประโยชน์ของ<br>ประชาชน<br>(Service mind)                       |   |
| 2 ทำงานอย่างมืออาชีพ<br>(Professional)  | "มืออาชีพ" หมายถึง การไม่ทำงานตามอารมณ์และ<br>ความรู้สึกของตัวเองทำงานอย่างมีหลักวิชาและมี<br>มาตรฐานเทียบเคียงกับผู้อื่นที่อยู่ในวิชาชีพเดียวกัน<br>และมีคุณธรรมจริยธรรม |
| 3 มีความคิดสร้างสรรค์<br>ทำงานเป็นทีมและบูรณา<br>การ<br>(Creativity, Team<br>work, Integration) | "บูรณาการ" หมายถึง ทุกงานมุ่งเข้าสู่เป้าหมาย<br>เดียวกัน และทำงานร่วมกันเป็นทีมทั้งในองค์กรและ<br>นอกองค์กร รวมทั้งมุ่งเน้นประชาชนและรัฐบาล                               |
| 4 เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้<br>(Learning<br>Organization)                                       |   |
| 5 มีคุณธรรม จริยธรรม<br>(Ethic)   |   |

ผลการประชุมกลุ่มย่อย

เพื่อจัดทำค่านิยมหลักกรมประชาสัมพันธ์

ผลการประชุมกลุ่มย่อยเพื่อจัดทำค่านิยมหลักกรมประชาสัมพันธ์ (6 ก.พ. 51)

|   | กลุ่มที่ 1  | กลุ่มที่ 2  | กลุ่มที่ 3   |
|---|---|---|--|
| 1 | ให้บริการด้านการปชส. สื่อสารมวลชน และการพัฒนาวิชาชีพอย่างเป็นระบบครบวงจร  | ซื่อสัตย์ ซื่อตรง ถูกต้อง เป็นกลางต่อวิชาชีพ            | มีจิตสำนึกในการให้บริการเพื่อประโยชน์ของประชาชน (Service mind/ customer)                       |
| 2 | ปฏิบัติงานเชิงรุกอย่างสร้างสรรค์โดยยึดหลักวิชาการ เพื่อผลงานที่มีคุณภาพและตอบสนองความต้องการของสาธารณชน           | มีจิตสำนึกในการให้บริการเพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตประชาชน | ให้บริการข้อมูลข่าวสารที่เป็นจริงและเชื่อถือได้ (High trusted/ Database)                       |
| 3 | พัฒนาบุคลากรและเสริมสร้างจิตสำนึกของการทำงานร่วมกันที่มีมาตรฐานอย่างมืออาชีพ พร้อมรับการแข่งขันและความเปลี่ยนแปลง | ทำงานอย่างสร้างสรรค์และบูรณาการ                         | บุคลากรมีความซื่อสัตย์ ภักดีต่อองค์กร และพร้อมยอมรับการเปลี่ยนแปลง (Loyalty)                   |
| 4 | สร้างสรรค์นวัตกรรมการประชาสัมพันธ์ให้เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้  |   | บุคลากรมีความคิดสร้างสรรค์ ทำงานเป็นทีมอย่างมืออาชีพ (creativity/ teamwork and professional)   |
| 5 | ทำงานอย่างมีศักดิ์ศรี และมีความสุขด้วยความคิดเชิงบวก  |   | มีคุณธรรม จริยธรรมในวิชาชีพ (ethic)  |
|   |   |   | ค่านิยมทั้งหมดนำไปสู่การสร้างองค์กรแห่งการเรียนรู้อย่างมีเอกภาพ (learning organization/ unity) |

เอกสารหมายเลข 5

พันธกิจ

ผลกาารสรุปรณรทการมประชาสมรณร  
(ผ่านมคทที่ประชุม)

สรุปพันธกิจ กรมประชาสัมพันธ์ วันที่ 7 กพ. 51

|   |  |
|---|--|
| 1 | ให้คำปรึกษา เสนอแนะนโยบาย ประสานและสนับสนุนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ภาครัฐอย่างเป็นระบบครบวงจร ทั้งในประเทศและต่างประเทศ   |
| 2 | ดำเนินงานสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยและสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ให้เป็นไปตามระเบียบและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง  |
| 3 | ผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านช่องทางและเครือข่ายการสื่อสารที่หลากหลาย เพื่อให้ประชาชนมีโอกาสรับรู้ และเกิดความเข้าใจ สามารถใช้ข้อมูลข่าวสารในการพัฒนาคุณภาพชีวิต และมีส่วนร่วมในการพัฒนาประเทศ รวมทั้งเกิดภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศไทย |
| 4 | พัฒนาบุคลากรทางด้านวิชาชีพสื่อสารมวลชนและการประชาสัมพันธ์  |
| 5 | ดำเนินการวิจัย สํารวจตรวจสอบประชามติ เพื่อพัฒนางานด้านวิชาการและวิชาชีพด้านการประชาสัมพันธ์ และสื่อสารมวลชน  |

ผลการประชุมกลุ่มย่อย

เพื่อจัดทำแผนรทกกรรมประชาสัมพันธ

**ผลการประชุมกลุ่มย่อยเพื่อจัดทำพันธกิจกรมประชาสัมพันธ์ (6 ก.พ. 51)**

|   | <b>กลุ่ม 1</b>  | <b>กลุ่ม 2</b>  | <b>กลุ่ม 3</b>   |
|---|---|---|--|
| 1 | ให้คำปรึกษาและเสนอแนะนโยบาย และดำเนินงานประชาสัมพันธ์ภาครัฐอย่างเป็นระบบครบวงจร ทั้งในประเทศและต่างประเทศ | เสนอแนะนโยบาย/ จัดทำแผนด้านการประชาสัมพันธ์ให้กับรัฐบาล/ ส่วนราชการ เพื่อให้การดำเนินการประชาสัมพันธ์เป็นไปอย่างมีเอกภาพและเป็นระบบ   | ดำเนินการประชาสัมพันธ์โดยผลิตสื่อและเผยแพร่สื่อเพื่อประชาสัมพันธ์  |
| 2 | ผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านช่องทางและเครือข่ายการสื่อสารที่หลากหลาย                                   | ดำเนินการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์และสื่ออื่นๆ เพื่อให้ประชาชนมีโอกาสรับรู้ และเกิดความเข้าใจ สามารถใช้ข้อมูลข่าวสารในการพัฒนาคุณภาพชีวิต และมีส่วนร่วมในการพัฒนาประเทศ รวมทั้งเกิดภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศไทย | ดำเนินการจัดทำแผนและประสานงานประชาสัมพันธ์ระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน |
| 3 | ดำเนินงานสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยและสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย                             | พัฒนางานวิชาการ วิชาชีพด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชน  | ดำเนินการวิจัยและพัฒนาสำรวจตรวจสอบประชามติ                         |
| 4 | ให้บริการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาสมรรถนะและมาตรฐานบุคลากรในวิชาชีพสื่อสารมวลชนและการประชาสัมพันธ์                |   |  |
| 5 | ส่งเสริมภาพลักษณ์และความร่วมมือระหว่างประเทศด้านสื่อสารมวลชนและการประชาสัมพันธ์                           |   |  |

ເອກສາສະໜາໝາຍເລខ 6

ວິສັຍທັສນ໌

ผลการประชุมกลุ่มย่อย

เพื่อจัดทำวิสัยทัศน์กรมประชาสัมพันธ์

**วิสัยทัศน์ :** เป็นผู้นำด้านการประชาสัมพันธ์ภาครัฐอย่างมืออาชีพ เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศไทยในเวทีโลก

**กลุ่ม 1**

| <b>องค์ประกอบ</b>           | <b>ภายในปี 2555</b>  |
|-----------------------------|--|
| <b>1. ขอบเขตงาน</b>         | ด้านการประชาสัมพันธ์ภาครัฐ   |
| <b>2. ค่านิยมหลัก</b>       | ทำงานอย่างมืออาชีพ   |
| <b>3. เป้าหมายอันสูงส่ง</b> | <ul style="list-style-type: none"><li>• เป็นผู้นำ</li><li>• พัฒนาอย่างยั่งยืน</li><li>• สร้างภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศไทยในเวทีโลก</li></ul> |
| <b>คำอธิบายเพิ่มเติม</b>    |  |

**วิสัยทัศน์ :** เป็นองค์กรหลักด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชน  
 แห่งชาติที่ประชาชนและประชาคมโลกให้ความเชื่อถือไว้วางใจ

**กลุ่ม 2**

| องค์กรประกอบ         | ภายในปี 2555  |
|----------------------|---|
| 1. ขอบเขตงาน         | เป็นองค์กรด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชนเพื่อประชาชน   |
| 2. ค่านิยมหลัก       | <p><b><u>CIP</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• มุ่งเน้นประชาชน (Citizen Center)</li> <li>• นิยมบูรณาการ (Integrated)</li> <li>• ทำงานอย่างมืออาชีพ (Professional)</li> </ul> |
| 3. เป้าหมายอันสูงส่ง | องค์กรหลัก<br>แห่งชาติ<br>ประชาชนและประชาคมโลกเชื่อถือและไว้วางใจ   |
| คำอธิบายเพิ่มเติม    |   |

**วิสัยทัศน์ :** เป็นผู้นำด้านการประชาสัมพันธ์และการสื่อสารที่ทันสมัย เพื่อเสริมสร้างภูมิปัญญาแบบมีส่วนร่วมในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชน เพื่อให้สามารถพึ่งพาตนเองได้

**กลุ่ม 3**

| องค์ประกอบ           | ภายในปี 2555   |
|----------------------|--|
| 1. ขอบเขตงาน         | การประชาสัมพันธ์และการสื่อสาร  |
| 2. ค่านิยมหลัก       | <ul style="list-style-type: none"> <li>• การทำงานอย่างมืออาชีพ</li> </ul>  |
| 3. เป้าหมายอันสูงส่ง | <p>ผู้นำ<br/>ที่ทันสมัย</p> <p>เพื่อเสริมสร้างภูมิปัญญาแบบมีส่วนร่วมในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชน เพื่อให้สามารถพึ่งพาตนเองได้</p> |
| คำอธิบายเพิ่มเติม    |  |