# รายงานฉบับผู้บริหาร

## การประเมินส่วนราชการตามมาตรการปรับปรุงประสิทธิภาพ ในการปฏิบัติราชการ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563


**โดย** : ส่วนประเมินผล

สำนักพัฒนานโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์

กรมประชาสัมพันธ์

**ร่วมกับ** : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

# บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้ดำเนินการประเมินส่วนราชการตามมาตรการปรับปรุงประสิทธิภาพในการปฏิบัติราชการ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 ของกรมประชาสัมพันธ์ ร้อยละของกลุ่มเป้าหมายที่รับรู้ เข้าใจ เชื่อมั่น และนำข้อมูลข่าวสารมาตรการแก้ไขปัญหาโรคติดเชื้อไวรัสโคโรน่า 2019 ไปใช้ประโยชน์ โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ คือวิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) กับกลุ่มประชาชนชาวไทยทั้งในกรุงเทพมหานครและส่วนภูมิภาค จำนวน 2,000 คน และชาวต่างประเทศ 250 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติร้อยละและค่าเฉลี่ยประมวลผลข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS นอกจากนั้นได้ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการสนทนากลุ่ม (Focus group discussions) กับผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งในกรุงเทพมหานคร และภูมิภาคต่างๆ จำนวน 80 คน

ผลการวิจัยมีดังนี้

1. ประชาชนกลุ่มเป้าหมายชาวไทยมีการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับมาตรการแก้ไขปัญหาโรคติดเชื้อไวรัสโคโรน่า 2019 จากสื่อสารสนเทศของกรมประชาสัมพันธ์มากที่สุด รองลงมาคือจากสถานีโทรทัศน์ NBT ผลการรับรู้ข่าวสารโดยภาพรวม ร้อยละ 83.2 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์การประเมินผลที่กำหนดไว้

2. ประชาชนกลุ่มเป้าหมายชาวไทย มีความเข้าใจเนื้อหาข่าวสารโดยภาพรวมร้อยละ 95.9 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์การประเมินผลที่กำหนดไว้

3. ประชาชนกลุ่มเป้าหมายชาวไทย มีความเชื่อมั่นต่อข้อมูลข่าวสารโดยรวม ร้อยละ 82.0 และมีความเชื่อมั่นต่อนโยบายรัฐบาลเกี่ยวกับมาตรการแก้ไขปัญหาโรคติดเชื้อไวรัสโคโรน่า 2019 ร้อยละ 79.4 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์การประเมินผลที่กำหนดไว้

4. ประชาชนกลุ่มเป้าหมายชาวไทยมีการนำข่าวสารไปใช้ประโยชน์ โดยภาพรวม ร้อยละ 85.8 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์การประเมินผลที่กำหนดไว้

5. ประชาชนกลุ่มเป้าหมายชาวต่างประเทศได้รับข่าวสารจากสื่อออนไลน์ของกรมประชาสัมพันธ์มากที่สุดคือ ทางเว็บไซต์ และเฟซบุ๊ก ผลการรับรู้ข่าวสารมาตรการแก้ไขปัญหาโรคติดเชื้อไวรัสโคโรน่า 2019 โดยภาพรวม ร้อยละ 84.2 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์การประเมินผลที่กำหนดไว้

6. กลุ่มผู้ร่วมสนทนากลุ่มได้แสดงความคิดเห็นและความพึงพอใจ / ไม่พอใจ ต่อการนำเสนอเนื้อหาข่าวสารจากสื่อวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย สื่อวิทยุโทรทัศน์NBT และสื่อออนไลน์ของกรมประชาสัมพันธ์ ในทิศทางที่สอดคล้องกันคือ สื่อของกรมประชาสัมพันธ์มีการนำเสนอข่าวสารที่น่าเชื่อถือ อ้างอิงได้ มีประโยชน์ต่อการดำเนินชีวิต มีเนื้อหาเกี่ยวกับท้องถิ่นที่มีอัตลักษณ์เฉพาะ มีจรรยาบรรณในการนำเสนอข่าวสาร มีศักยภาพในการเข้าถึงแหล่งข้อมูล มีความพร้อมด้านทรัพยากรบุคคลและช่องทางการสื่อสารที่ครบครัน แต่มีการทำงานแบบระบบราชการ ซึ่งเป็นเงื่อนไขและข้อจำกัดในการสร้างสรรค์ผลงาน มีความล่าช้า และไม่เป็นกลางเพราะถูกแทรกแซงทางการเมืองและเป็นกระบอกเสียงของรัฐ เนื้อหาไม่ค่อยหลากหลาย และยังไม่ทันสมัยด้านเทคนิคการนำเสนอ สำหรับความคาดหวังต่อสื่อของกรมประชาสัมพันธ์นั้น ต้องการให้เป็นสื่อที่มีจุดยืนในด้านความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร มีความเป็นกลาง และพัฒนาด้านเทคนิคการนำเสนอรายการให้ทันสมัย โดยเฉพาะสื่อออนไลน์ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้รับสารและมีความน่าสนใจ

# Abstract

This research is conducted to evaluate indicator from the government and Public Relations Department in fiscal year 2020. The first part represents percentage of target audience's acknowledgement, understanding, reliability and usage toward Corona Virus (Covid-19) pandemic news and information. A quantitative method was employed by survey research. Questionnaire distributed among Thai target audience both in Bangkok and regional area with the total number of 2,000 respondents and foreign target with the total number of 250 respondents. Together with a qualitative approach by implementing focus group toward service user and stakeholder both in Bangkok and regional area with the total number of 80 participants.

The research results are as followed

1. Thai target audiences have highest news and information acknowledgement toward policies concerning Corona Virus (Covid-19) from the PRD, followed by NBT television station. The overall acknowledgement is equal to 83.2 percent which is higher than the evaluation criteria.
2. Thai target audiences have overall understanding level toward news and information at 95.9 percent which is higher than the evaluation criteria.
3. Thai target audiences have reliability toward news and information at 82.0 and reliability toward government policies concerning Corona Virus (Covid-19) preventive measures at 79.4 percent which is higher than the evaluation criteria.
4. Thai target audience overall usage of news and information is equal to 85.8 percent which is higher than the evaluation criteria.
5. Foreign target audience most receive news and information from Public Relations Department's online channel which are websites and Facebook. The overall acknowledgement of news and information about Corona Virus (Covid-19) is equal to 84.2 percent which is higher than the evaluation criteria.

Participants from the focus group have positive and negative opinions toward news and information from the PRD's radio broadcasting, television and online sources consistently; news and information from the Public Relations Department are reliable, referable and can be used in daily life. Moreover, the local news and information content have unique identity and are ethical so as referable to the original sources. Together with the human resources and variety of communication channel, PRD has well performed. Nevertheless, the traditional and formal working system is a limitation and delay certain process. The political interruption also reflects on credibility as the PRD is the representative of the government and the news and information are viewed as partial. The content of the news and information required more variety and up to date presentation technique. For the expectation toward Public Relations Department, the participants expect credible and impartial sources so as a creative and up to date news and information presentation technique according to receiver's need and interest.

# รายงานฉบับผู้บริหาร

**หลักการและเหตุผล**

ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580) ได้รับการประกาศในราชกิจจานุเบกษาและมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 13 ตุลาคม พ.ศ. 2561 เป็นต้นมา ได้กำหนดแผนแม่บทหลักของการพัฒนาประเทศภายใต้วิสัยทัศน์ที่ว่า “ประเทศมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศพัฒนาแล้วด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” รวมทั้งกำหนดแผนสำคัญของประเทศ ได้แก่ แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ แผนการปฏิรูปประเทศ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 - 2564) นโยบายและแผนความมั่นคงแห่งชาติ ตลอดจนแผนระดับชาติอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางสำคัญและทิศทางหลักในการพัฒนาประเทศ นอกจากนี้ประกาศในราชกิจจานุเบกษาเมื่อวันที่ 26 เมษายน พ.ศ. 2562 ยังได้กำหนดให้ทุกส่วนราชการจัดทำแผนปฏิบัติราชการฯ 5 ปี โดยเริ่มแรกให้จัดทำแผน 3 ปี (พ.ศ. 2563 - 2565) ให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติและแผนสำคัญของประเทศ

กอปรกับมติการประชุมของคณะรัฐมนตรีเมื่อวันที่ 6 พฤศจิกายน 2561 ได้เห็นชอบกับกรอบ กลไก และแนวทางในการประเมินส่วนราชการและจังหวัดตามมาตรการปรับปรุงประสิทธิภาพในการปฏิบัติราชการ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาระบบการดำเนินงานของส่วนราชการ ในการขับเคลื่อน ภารกิจสำคัญของรัฐบาล การแก้ไขปัญหาและการอำนวยความสะดวกแก่ประชาชน และเพื่อเพิ่มศักยภาพของส่วนราชการในการสนับสนุนการพัฒนาประเทศ

กรมประชาสัมพันธ์ในฐานะหน่วยงานหลักในการประชาสัมพันธ์ภาครัฐ จึงได้มีการจัดทำแผนปฏิบัติราชการกรมประชาสัมพันธ์ พ.ศ. 2563 – 2580 ขึ้น เพื่อให้สามารถรองรับยุทธศาสตร์ชาติ แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ตลอดจนแผนระดับชาติอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมถึงให้สอดคล้องกับบริบทแวดล้อม พฤติกรรมการบริโภคสื่อของประชาชน ฯลฯ ที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างมากในแวดวงการสื่อสารประชาสัมพันธ์ทั้งในประเทศ และในระดับสากล อีกทั้งยังได้จัดให้มีการประเมินผลโครงการและกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับยุทธศาสตร์ชาติและนโยบายสำคัญของรัฐบาล ภายใต้การประเมินส่วนราชการตามมาตรการปรับปรุงประสิทธิภาพในการปฏิบัติราชการ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 เพื่อให้กรมประชาสัมพันธ์สามารถ นำผลการประเมินไปใช้เป็นกรอบแนวทางในการปรับปรุงพัฒนาการดำเนินงานและการจัดทำแผนประชาสัมพันธ์ในปีต่อไป รวมถึงแจ้งให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

ทราบโดยกำหนดให้มีการสำรวจความคิดเห็นของประชาชนกลุ่มเป้าหมายเพื่อประเมินการรับรู้ ความเข้าใจ ความเชื่อมั่นในข้อมูลข่าวสาร และการนำไปใช้ประโยชน์ของกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ จึงได้ดำเนินการวิจัยเพื่อประเมินผลตามมาตรการดังกล่าว โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

**วัตถุประสงค์**

1) เพื่อศึกษาการเปิดรับสื่อ การรับรู้ ความเข้าใจ ในเนื้อหายุทธศาสตร์ชาติและนโยบายสำคัญของรัฐบาลของประชาชนกลุ่มเป้าหมายในประเทศ

2) เพื่อศึกษาความเชื่อมั่นในเนื้อหายุทธศาสตร์ชาติและนโยบายสำคัญของรัฐบาลของประชาชนกลุ่มเป้าหมายในประเทศ

3) เพื่อศึกษาการนำข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเนื้อหายุทธศาสตร์ชาติและนโยบายสำคัญของรัฐบาลไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวันของประชาชนกลุ่มเป้าหมายในประเทศ

4) เพื่อศึกษาการเปิดรับสื่อ การรับรู้ในเนื้อหาการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ของประเทศไทยและนโยบายสำคัญของรัฐบาลของกลุ่มเป้าหมายชาวต่างประเทศ

5) เพื่อศึกษาความต้องการ ความคาดหวัง และความพึงพอใจ/ไม่พึงพอใจ ในการรับชมและรับฟังข้อมูลข่าวสารจากสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย และสื่อออนไลน์ กรมประชาสัมพันธ์ ของผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

**ประโยชน์ที่จะได้รับ**

1) เป็นข้อมูลกำหนดแนวทางในการปรับปรุง และพัฒนาสื่อประเภทต่าง ๆ และการประชาสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ยุทธศาสตร์ชาติและนโยบายสำคัญของรัฐบาล

2) เป็นฐานข้อมูลในการกำหนดค่าเป้าหมายความสำเร็จของการดำเนินงานโครงการประชาสัมพันธ์ยุทธศาสตร์ชาติและนโยบายสำคัญของรัฐบาลในปีต่อไป

3) นำผลการประเมินไปรายงานการประเมินส่วนราชการตามมาตรการปรับปรุงประสิทธิภาพในการปฏิบัติราชการต่อสำนักงาน ก.พ.ร.

4) เป็นแนวทางในการปรับปรุง เปลี่ยนแปลง และพัฒนาการดำเนินงานของสื่อวิทยุกระจายเสียงสื่อวิทยุโทรทัศน์ และสื่อออนไลน์ของกรมประชาสัมพันธ์ ในอนาคตต่อไป

5) เป็นแนวทางในการพัฒนาองค์ความรู้ในเชิงการประเมินผลด้านความพึงพอใจของผู้บริโภค (Customer Satisfaction) ในภาพรวมต่อไป

**ขอบเขตการศึกษา**

ขอบเขตของการดำเนินงานตามวัตถุประสงค์ต้องครอบคลุมประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

ขอบเขตด้านเนื้อหา

1) ประเด็นการศึกษาการเปิดรับสื่อ การรับรู้ ความเข้าใจ ความเชื่อมั่นในข้อมูลข่าวสาร และการนำข้อมูลข่าวสารไปใช้ประโยชน์ ที่ครอบคลุมโครงการและกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับยุทธศาสตร์ชาติและนโยบายสำคัญของรัฐบาลที่มีเนื้อหาการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา2019 (COVID-19) การเตรียมความพร้อมป้องกันการควบคุม การแก้ไขปัญหา และบรรเทาผลกระทบจากการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา2019 (COVID-19)

2) ประเด็นการศึกษาความต้องการ ความคาดหวัง และความพึงพอใจ/ไม่พึงพอใจในการรับชมและรับฟังข้อมูลข่าวสารจากสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย และสื่อออนไลน์กรมประชาสัมพันธ์ ของผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ขอบเขตด้านสื่อประชาสัมพันธ์

ดำเนินการศึกษาการรับรู้ ความเข้าใจ ความเชื่อมั่น และการนำไปใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสาร ของประชาชนกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งได้รับข้อมูลข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์และช่องทางการสื่อสารทุกประเภท รวมถึงกิจกรรมต่างๆของกรมประชาสัมพันธ์

**นิยามศัพท์**

การรับรู้ หมายถึง การเคยได้รับทราบข่าวสารเกี่ยวกับมาตรการแก้ไขปัญหาโรคติดต่อโคโรน่า 2019 (COVID-19) ทั้งในด้านสถานการณ์ และการแก้ไขปัญหาประจำวัน การเตรียมความพร้อม และมาตรการการแก้ไขปัญหาต่างๆของภาครัฐ

ความเข้าใจ หมายถึง มีความเข้าใจในเนื้อหาข่าวสารการประชาสัมพันธ์ประเด็นสำคัญเกี่ยวกับมาตรการแก้ปัญหาโรคติดเชื้อโคโรน่า 2019 (COVID-19) ซึ่งได้มีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ไปแล้ว

ความเชื่อมั่น หมายถึง ความเชื่อถือ เชื่อมั่นต่อข้อมูลข่าวสารมาตรการป้องกันการติดเชื้อโคโรน่าไวรัส 2019 (COVID-19) จากสื่อกรมประชาสัมพันธ์ ซึ่งประกอบด้วยด้านความถูกต้อง ด้านความรวดเร็ว ทันต่อเหตุการณ์ ด้านความครบถ้วน รอบด้าน รวมถึงความเชื่อมั่นต่อนโยบายการแก้ปัญหาการป้องกันการติดเชื้อโรคดังกล่าวของภาครัฐ

การใช้ประโยชน์ หมายถึง การนำข้อมูลข่าวสารจากที่ได้รับรู้ไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวัน ได้แก่ เป็นข้อมูลความรู้ในการดูแลและป้องกันตนเอง การดูแลและให้ความรู้กับคนในครอบครัว การติดตามข่าวสาร และเหตุการณ์ในปัจจุบันเกี่ยวกับมาตรการนี้ เป็นประโยชน์ในการที่จะได้แนวทางการปฏิบัติตามมาตรการของภาครัฐ รวมทั้งได้ช่องทางในการแจ้งหรือรับความช่วยเหลือ

สื่อประชาสัมพันธ์ หมายถึง ช่องทางการสื่อสารทุกช่องทาง รวมทั้งกิจกรรมที่กรมประชาสัมพันธ์เลือกใช้ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับมาตรการดังกล่าวนี้

สัมฤทธิ์ผลของการประชาสัมพันธ์ หมายถึง ความสำเร็จในการประชาสัมพันธ์ ซึ่งพิจารณาจากผลที่เกิดขึ้นกับประชาชน โดยก่อให้เกิดการรับรู้ เข้าใจต่อเนื้อหามาตรการแก้ไขปัญหาโรคติดเชื้อไวรัสโคโรน่า 2019 (COVID-19) รวมทั้งเชื่อมั่นต่อข้อมูลข่าวสาร และนำไปใช้ประโยชน์ได้บรรลุตามเกณฑ์ความสำคัญที่กำหนดไว้ ดังนี้

- ร้อยละของกลุ่มเป้าหมายภายในประเทศที่รับรู้ เข้าใจ และเชื่อมั่นในเนื้อหามาตรการแก้ไขปัญหาโรคติดเชื้อไวรัสโคโรน่า 2019 (COVID-19) และนำไปใช้ประโยชน์ได้ตามเกณฑ์การประเมิน

- ร้อยละของกลุ่มเป้าหมายชาวต่างประเทศที่รับรู้ในเนื้อหา มาตรการแก้ไขปัญหาโรคติดเชื้อไวรัสโคโรน่า 2019 (COVID-19) ตามเกณฑ์การประเมิน

**ระเบียบวิธีวิจัย**

การดำเนินการประเมินผลครั้งนี้ใช้การวิจัยทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อศึกษาการรับรู้ ความเข้าใจ ความเชื่อมั่น และการนำข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับมาตรการแก้ไขปัญหาโรคติดเชื้อโคโรน่า 2019 (COVID-19) ไปใช้ประโยชน์และนำผลการศึกษาไปเทียบกับเกณฑ์การประเมินตามที่กรมประชาสัมพันธ์ได้กำหนดไว้ รวมถึงการศึกษาโดยวิธีการสนทนากลุ่ม (Focus Group) กับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของกรมประชาสัมพันธ์ ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

**การวิจัยเชิงปริมาณ**

**ประชาชนกลุ่มเป้าหมายชาวไทย**

**ประชากร**

หมายถึง ประชาชนทั่วไปทั้งที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร และทุกจังหวัดทั่วประเทศไทย

**กลุ่มตัวอย่าง**

ดำเนินการเก็บข้อมูลโดยสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) จากกลุ่มประชาชนเป้าหมายตามที่กรมประชาสัมพันธ์กำหนด คือ ประชาชนพื้นที่ส่วนกลาง ได้แก่ กรุงเทพมหานคร และพื้นที่ส่วนภูมิภาคของสำนักประชาสัมพันธ์เขต 1 – 8 จำนวน 2,000 คน ซึ่งครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายหลัก (ประชาชนทั่วไป อายุระหว่าง 26 – 50 ปี) และกลุ่มเป้าหมายรอง (เยาวชน อายุระหว่าง 15 – 25 ปี และประชาชนทั่วไปอายุตั้งแต่ 51 ปีขึ้นไป) โดยรวบรวมข้อมูลจากพื้นที่ต่างๆ ดังนี้

1. ตัวแทนประชาชนในพื้นที่ส่วนกลาง คือ
   กรุงเทพมหานคร และปริมณฑล จำนวน 400 คน
2. ตัวแทนประชาชนในเขตสำนักประชาสัมพันธ์เขต 1 คือ
   จังหวัดขอนแก่น จำนวน 200 คน
3. ตัวแทนประชาชนในเขตสำนักประชาสัมพันธ์เขต 2 คือ
   จังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 200 คน
4. ตัวแทนประชาชนในเขตสำนักประชาสัมพันธ์เขต 3 คือ

จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 200 คน

5. ตัวแทนประชาชนในเขตสำนักประชาสัมพันธ์เขต 4 คือ
   จังหวัดพิษณุโลก จำนวน 200 คน
6. ตัวแทนประชาชนในเขตสำนักประชาสัมพันธ์เขต 5 คือ
   จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 200 คน
7. ตัวแทนประชาชนในเขตสำนักประชาสัมพันธ์เขต 6 คือ
   จังหวัดสงขลา จำนวน 200 คน
8. ตัวแทนประชาชนในเขตสำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 คือ
   จังหวัดจันทบุรี จำนวน 200 คน
9. ตัวแทนประชาชนในเขตสำนักประชาสัมพันธ์เขต 8 คือ
   จังหวัดกาญจนบุรี จำนวน 200 คน

(ขนาดตัวอย่างในพื้นที่ส่วนกลาง และแต่ละภาคมีไม่น้อยกว่า 400 คน เพื่อให้สามารถอ้างอิงได้ตามเกณฑ์ของ Taro Yamane (1967)

**ประชาชนกลุ่มเป้าหมายชาวต่างประเทศ**

**ประชากร**

หมายถึง ชาวต่างประเทศที่พำนักอาศัย และประกอบอาชีพในประเทศไทย และชาวต่างประเทศที่อยู่นอกประเทศไทย

**กลุ่มตัวอย่าง**

1. ขนาดตัวอย่าง จำนวนรวม 250 ตัวอย่าง

2. วิธีการสุ่มตัวอย่าง การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive) กับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นกลุ่มเป้าหมายหลักในการประชาสัมพันธ์ข่าวสารของกรมประชาสัมพันธ์ ดังนี้

- สื่อมวลชนต่างประเทศที่มีสำนักข่าวในประเทศไทย
- ผู้ประกอบการธุรกิจ และนักลงทุนชาวต่างประเทศที่อยู่ในประเทศไทย
- สถานทูตต่างประเทศในประเทศไทย และองค์กรระหว่างประเทศ

- นักศึกษาชาวต่างประเทศในประเทศไทย และชาวต่างประเทศทั้งที่พำนักในประเทศไทย และนอกประเทศไทย

**เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา**

1. การสร้าง และพัฒนาเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา ซึ่งได้แก่ แบบสอบถามทั้ง 2 ชุด ดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

1.1 ศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ประเด็นเนื้อหาในการประชาสัมพันธ์ รวมทั้งรายการวิทยุ และโทรทัศน์ที่เผยแพร่ประเด็นต่างๆ ให้กับประชาชน โดยร่วมกับการพิจารณาของเจ้าหน้าที่ของกรมประชาสัมพันธ์

1.2 ทำการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ คือ ความเชื่อมั่น และความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม (Reliability และ Validity) โดยนำร่างแบบสอบถาม ไปทดสอบกับกลุ่มประชาชนที่มิใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ชุด และตรวจสอบด้วยวิธีการทางสถิติ (Alpha Coefficient) ได้ค่า Alpha อยู่ระหว่าง 0.81 - 0.89 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่เชื่อถือได้

2. โครงสร้างของแบบสอบถาม ประกอบด้วย

2.1 แบบสอบถามสำหรับกลุ่มเป้าหมายชาวไทย แบ่งออกเป็น

<u>ส่วนที่ 1</u> คือ คำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

<u>ส่วนที่ 2</u> คือ คำถามการรับรู้เนื้อหาเกี่ยวกับมาตรการแก้ไขปัญหาโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ได้แก่ คำถามเกี่ยวกับ สื่อ / ช่องทางการรับรู้ข่าวสาร และคำถามเกี่ยวกับประเด็นเนื้อหาข่าวสาร ตามมาตรการฯที่ได้ประชาสัมพันธ์คำถามส่วนนี้เป็นคำถามระดับมาตรวัด 5 ระดับ

<u>ส่วนที่ 3</u> คือ คำถามความเข้าใจเกี่ยวกับมาตรการแก้ไขปัญหาโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) เป็นคำถามวัดความเข้าใจแบบเลือกตอบ

<u>ส่วนที่ 4</u> คือ คำถามความเชื่อมั่น และการนำข่าวสารไปใช้ประโยชน์ เป็นคำถามมาตรวัด 5 ระดับและคำถามความพึงพอใจต่อข่าวสาร

2.2 แบบสอบถามสำหรับกลุ่มเป้าหมายชาวต่างประเทศ แบ่งออกเป็น

<u>ส่วนที่ 1</u> คือ คำถามข้อมูลส่วนบุคคล คือ เพศ และอาชีพ

ส่วนที่ 2 คือ คำถามเกี่ยวกับการรับข่าวสารจากสื่อ / ช่องทางจากในประเทศไทย และของกรมประชาสัมพันธ์เป็นคำถามเลือกตอบ และ

ส่วนที่ 3 คือ คำถามเกี่ยวกับการรับรู้ประเด็นข่าวสารมาตรการแก้ไขปัญหาโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) เป็นคำถามระดับมาตรวัด 5 ระดับ

**การเก็บรวบรวมข้อมูล**

การเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในแต่ละพื้นที่ ซึ่งหมายถึง ประชาชนทั่วไป และชาวต่างประเทศ ตามเกณฑ์ที่ได้กล่าวถึงแล้วข้างต้น ในช่วงเดือนมิถุนายน และกรกฎาคม 2563

**การวิเคราะห์ข้อมูล**

เมื่อได้ข้อมูลจากแหล่งต่างๆ แล้ว ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้หลักการทางสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่อนำเสนอข้อสรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ ได้แก่ ร้อยละ

**การประมวลผลข้อมูล**

การประมวลผลข้อมูลใช้โปรแกรมสำเร็จรูปคอมพิวเตอร์ SPSS (Statistical Package for the Social Science for Windows) แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูล

**การวิจัยเชิงคุณภาพ**

ใช้วิธีการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussions) กับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้รับบริการ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของกรมประชาสัมพันธ์ จำนวน 80 คน ประกอบด้วยกลุ่มเป้าหมายตามเกณฑ์ที่ กรมประชาสัมพันธ์กำหนด ได้แก่ กลุ่มผู้รับบริการและกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่รับชมและรับฟังข้อมูลข่าวสาร จากสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย และสื่อออนไลน์กรมประชาสัมพันธ์ในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคเหนือ ภาคใต้ ภาคตะวันออก ภาคตะวันตก ภาคกลาง และกรุงเทพมหานคร จำนวน 9 กลุ่ม จาก 7 พื้นที่ดังกล่าว ได้แก่ 1) ประชาชนทั่วไป 2) ภาคการเมือง 3)สื่อมวลชน 4) ส่วนราชการ/หน่วยงานภาครัฐ/รัฐวิสาหกิจ 5) องค์กรพัฒนาเอกชน 6) องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น 7)สถาบันการศึกษา 8) ผู้ประกอบการด้านการส่งเสริมการตลาด และ 9) บุคลากรของกรมประชาสัมพันธ์

**ประเด็นการสนทนา**

แนวคำถามที่ใช้ในการสนทนากลุ่ม ประกอบด้วย

1. รายละเอียดส่วนบุคคล

2. การเปิดรับสื่อของกรมประชาสัมพันธ์

3. ความต้องการที่มีต่อข้อมูลข่าวสารและรายการของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย และสื่อออนไลน์ของกรมประชาสัมพันธ์

4. ความคิดเห็นทั่วไปที่มีต่อการรับฟัง รับชม ข้อมูลข่าวสารทางสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยและสื่อออนไลน์ของกรมประชาสัมพันธ์

5. เหตุผลหลักที่ทำให้เลือกเปิดรับข้อมูลข่าวสารและรายการสื่อวิทยุกระจายเสียง สื่อโทรทัศน์ และสื่อออนไลน์ของกรมประชาสัมพันธ์

6. ข้อเสนอแนะที่ต้องการให้ปรับปรุงการนำเสนอ ข้อมูลข่าวสารจากสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย และสื่อออนไลน์ของกรมประชาสัมพันธ์

**การเก็บรวบรวมข้อมูล**

ดำเนินการจัดสนทนากลุ่มในภูมิภาคต่างๆ และกรุงเทพมหานครในระหว่างเดือนมิถุนายน ถึงเดือนสิงหาคม

**การวิเคราะห์ข้อมูล**

ใช้การวิเคราะห์เชิงพรรณนา จัดกลุ่มความคิดเห็นโดยภาพรวมทุกพื้นที่ และในแต่ละพื้นที่

## การประเมินผลความสำเร็จการปฏิบัติงาน

1. การรับรู้ ความเข้าใจ ความเชื่อมั่น และการใช้ประโยชน์กลุ่มเป้าหมายประชาชนชาวไทย

1.1 การรับรู้เนื้อหาข่าวสารมาตรการแก้ไขปัญหาโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้เนื้อหาข่าวสารเกี่ยวกับมาตรการแก้ไขปัญหาโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) โดยภาพรวม เท่ากับ 83.2 ดังตาราง

**ตารางแสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยการรับรู้ข่าวสารจากสื่อของกรมประชาสัมพันธ์โดยภาพรวม**

| เคยได้ยิน ได้ฟัง ประเด็นเนื้อหา / ข่าวสาร | ระดับการรับรู้ | | | | | ค่าเฉลี่ย |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยมาก/ไม่เคย | |
| **การเผยแพร่สถานการณ์และการแก้ไขปัญหาประจำวัน** | | | | | | |
| 1. การแถลงข่าวประจำวันจาก*ศูนย์*บริหารสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโควิด-19 | 879 (44.0) | 849 (44.1) | 240 (12.0) | 28 (1.4) | 4 (0.2) | 4.29 |
| 2. รายการ *"NBT รวมใจสู้ภัย* COVID-19" ทาง NBT 2HD | 467 (23.4) | 799 (40.0) | 507 (25.4) | 157 (7.9) | 70 (3.5) | 3.72 |
| **การเตรียมความพร้อมให้คนไทยรับมือกับโรคโควิด-19** | | | | | | |
| 3. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับโรคโควิด-19 | 839 (41.9) | 950 (47.5) | 199 (10.0) | 9 (0.4) | 3 (0.2) | 4.31 |
| 4. ข่าวสารเกี่ยวกับการป้องกันดูแลรักษาสุขภาพของตัวเอง / ครอบครัว | 917 (45.9) | 918 (45.9) | 151 (7.6) | 13 (0.7) | 1 (0.1) | 4.37 |
| 5. ข่าวสารเกี่ยวกับการป้องกันดูแลสภาพจิตใจ | 697 (34.8) | 954 (47.7) | 311 (15.6) | 31 (1.6) | 7 (0.4) | 4.15 |
| 6. สถานการณ์การระบาดในประเทศและต่างประเทศ | 794 (39.7) | 941 (47.1) | 244 (12.2) | 18 (0.9) | 3 (0.2) | 4.25 |
| **มาตรการและการแก้ไขปัญหาของภาครัฐด้านความมั่นคง** | | | | | | |
| 7. การรับรู้เกี่ยวกับมาตรการจำกัดการเดินทางเข้า-ออกต่างประเทศ | 640 (32.0) | 928 (46.4) | 370 (18.5) | 50 (2.5) | 12 (0.6) | 4.07 |
| 8. การรับรู้เกี่ยวกับการดำเนินงานในพื้นที่ต่างๆของ อสม. | 589 (29.5) | 868 (43.4) | 448 (22.4) | 84 (4.2) | 11 (0.5) | 3.97 |

| เคยได้ยิน ได้ฟัง ประเด็นเนื้อหา / ข่าวสาร | ระดับการรับรู้ | | | | | ค่าเฉลี่ย |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยมาก /ไม่เคย | |
| 9. การรับรู้เกี่ยวกับการเตรียมความพร้อมด้านสาธารณสุข เช่น หน้ากากอนามัยสำหรับแพทย์ พยาบาล ชุดพีพีอี จำนวนเตียง จำนวนชุดตรวจและยารักษาโรค | 698 (34.9) | 94.7 (47.3) | 321 (16.1) | 32 (1.6) | 2 (0.1) | 4.15 |
| 10. การรับรู้เกี่ยวกับข่าวสารพรก.ฉุกเฉิน เช่น เคอร์ฟิว ห้ามขายสุรา | 925 (46.3) | 839 (41.9) | 210 (10.5) | 23 (1.2) | 3 (0.2) | 4.33 |
| **มาตรการและการแก้ไขปัญหาของภาครัฐด้านเศรษฐกิจ** | | | | | | |
| 11. การรับรู้เกี่ยวกับมาตรการเยียวยาผู้ได้รับผลกระทบกลุ่มต่างๆ เช่น แรงงาน ลูกจ้าง ผู้ประกอบอาชีพอิสระที่ไม่อยู่ในระบบประกันสังคม ผู้ประกันตน เกษตรกร ผู้ประกอบการ คนพิการ ฯลฯ | 715 (35.8) | 894 (44.7) | 323 (16.2) | 61 (3.1) | 7 (0.4) | 4.12 |
| **รวมเฉลี่ย** | | | 4.16 | | | |
| **ร้อยละเฉลี่ย** | | | 83.2 | | | |

1.2 ความเข้าใจมาตรการแก้ไขปัญหาโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)

ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความเข้าใจโดยภาพรวม เท่ากับ 95.9

**ตารางแสดงร้อยละผู้มีความเข้าใจเนื้อหาข่าวสารประชาสัมพันธ์โดยภาพรวม**

| **เนื้อหา / ข้อมูลข่าวสาร** | **ร้อยละผู้มีความเข้าใจ** |
|---|---|
| 1. สามารถประเมินสถานการณ์การติดเชื้อโควิด-19 ได้จากการติดตามรายงานข่าวผู้ติดเชื้อโควิด-19 ในแต่ละวัน | 95.8 |
| 2. อาการเบื้องต้นที่อาจสันนิษฐานได้ว่าติดเชื้อโควิด-19 คือ มีไข้สูง อ่อนเพลีย ไอแห้ง เจ็บคอ | 96.6 |
| 3. ผู้มีความเสี่ยงต่อโรคโควิด-19 คือผู้สูงอายุ และผู้มีโรคประจำตัว เช่น หอบหืด เบาหวาน โรคหัวใจ | 92.1 |
| 4. การล้างมือด้วยน้ำสบู่ 20 วินาทีขึ้นไป เป็นการป้องกันการติดเชื้อได้อย่างง่าย และถูกวิธี | 95.8 |
| 5. การสวมใส่หน้ากากอนามัยเป็นการป้องกันการติดเชื้อได้ดี | 96.2 |
| 6. การเว้นระยะห่างทางสังคม (Social Distancing) คือต้องเว้นระยะห่างกันอย่างน้อย 1 เมตร | 93.6 |
| 7. “การกินร้อนช้อนส่วนตัว” เป็นวิธีการดูแลตนเองให้ปลอดภัยจากโควิด- 19 | 98.1 |
| 8. ผู้ประกอบการร้านอาหาร ควรต้องใส่หน้ากากพลาสติกใส (Face Shield) และหน้ากากอนามัย ตลอดเวลา | 97.4 |
| 9. ผู้ที่เดินทางจากต่างพื้นที่ ต้องกักตัวอย่างน้อย 14 วัน เป็นการควบคุมการแพร่กระจายโรค | 98.8 |
| 10. “อยู่บ้านหยุดเชื้อเพื่อชาติ” เป็นการขอความร่วมมือเพื่อไม่ให้มีการแพร่กระจายโรคโควิด-19 | 98.7 |
| 11. การลงทะเบียนรับเงิน 5,000 บาท ถือเป็นมาตรการเยียวยาผู้ได้รับผลกระทบจากไวรัสโคโรนา (COVID-19) | 91.6 |
| 12. การลดค่าน้ำ ค่าไฟ ในเดือนเมษายน ถึง มิถุนายนเป็นมาตรการเยียวยาประชาชน | 94.2 |
| 13. มาตรการเคอร์ฟิว หมายถึง ห้ามออกจากบ้านในช่วงเวลาที่กำหนด | 98.4 |
| 14. การให้ความรู้เกี่ยวกับการป้องกันตนเองจากโรคโควิด-19 เป็นมาตรการแก้ปัญหาของรัฐ | 95.6 |
| **ร้อยละเฉลี่ย** | 95.9 |

1.3 ความเชื่อมั่นต่อข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์

ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่าง มีความเชื่อมั่นต่อข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์มาตรการแก้ไขปัญหาโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา2019 (COVID-19) โดยภาพรวมเท่ากับ 82.0

**ตารางแสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยระดับความเชื่อมั่นต่อข้อมูลข่าวสารมาตรการป้องกันการติดเชื้อไวรัสโคโรนา2019 (COVID-19) ของกลุ่มตัวอย่างโดยภาพรวม**

| ความเชื่อมั่น | ระดับความเชื่อมั่น | | | | | ค่าเฉลี่ย |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยมาก/ไม่เลย | |
| 1. ด้านความถูกต้อง | 646 (32.3) | 1,043 (52.2) | 280 (14.0) | 28 (1.4) | 3 (0.2) | 4.15 |
| 2. ด้านความรวดเร็ว ทันต่อเหตุการณ์ | 596 (29.8) | 1,028 (51.4) | 337 (16.9) | 34 (1.7) | 5 (0.3) | 4.09 |
| 3. ด้านความครบถ้วน รอบด้าน | 560 (28.0) | 1,031 (51.6) | 359 (18.0) | 45 (2.3) | 5 (0.3) | 4.05 |
| | | | | **รวมเฉลี่ย** | | **4.10** |
| | | | | **ร้อยละเฉลี่ย** | | **82.0** |

**ตารางแสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยระดับความเชื่อมั่นต่อข้อมูลข่าวสารมาตรการป้องกันการติดเชื้อไวรัสโคโรนา2019 (COVID-19) ของกลุ่มตัวอย่างโดยภาพรวม**

| ความเชื่อมั่น | ระดับความเชื่อมั่น | | | | | ค่าเฉลี่ย |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยมาก/ไม่เลย | |
| นโยบายการแก้ปัญหาการป้องกันการติดเชื้อไวรัสโคโรนา2019 (COVID-19) | 552 (27.6) | 971 (48.6) | 387 (19.4) | 54 (2.7) | 36 (1.9) | 3.97 |
| | | | | **ร้อยละเฉลี่ย** | | **79.4** |

1.4 การนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการนำข้อมูลข่าวสารมาตรการแก้ไขปัญหาโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา2019 (COVID-19) โดยภาพรวมเท่ากับ 85.8

**ตารางแสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยระดับการนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ของกลุ่มตัวอย่าง โดยภาพรวม**

| การใช้ประโยชน์ | ระดับการนำไปใช้ประโยชน์ | | | | | ค่าเฉลี่ย |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยมาก/ไม่เคย | |
| 1. ใช้เป็นข้อมูลความรู้ในการดูแล และป้องกันตนเอง | 928 (46.4) | 927 (46.4) | 140 (7.0) | 3 (0.2) | 2 (0.1) | 4.39 |
| 2. ใช้เพื่อดูแลและให้ความรู้กับคนในครอบครัว | 912 (45.6) | 931 (46.6) | 148 (7.4) | 7 (0.4) | 2 (0.1) | 4.37 |
| 3. ใช้เพื่อติดตามข่าวสาร และเหตุการณ์ปัจจุบัน | 804 (40.2) | 1,004 (50.2) | 178 (8.9) | 11 (0.5) | 3 (0.2) | 4.30 |
| 4. ใช้เป็นข้อมูลเพื่อเป็นช่องทางในการแจ้ง / รับความช่วยเหลือ | 679 (34.0) | 1,010 (50.5) | 278 (13.9) | 26 (1.3) | 7 (0.4) | 4.16 |
| 5. ใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติตามมาตรการของภาครัฐ | 710 (35.5) | 1,038 (51.9) | 220 (11.0) | 22 (1.1) | 10 (0.5) | 4.21 |
| | | | | **รวมเฉลี่ย** | | **4.29** |
| | | | | **ร้อยละเฉลี่ย** | | **85.8** |

**สรุปการประเมินผลความสำเร็จการปฏิบัติงาน**

ผลการประเมินความสำเร็จตามตัวชี้วัด ร้อยละของกลุ่มเป้าหมายรับรู้ เข้าใจ เชื่อมั่น และการนำข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับมาตรการแก้ไขปัญหาโรคไวรัสโคโรน่า 2019 (COVID-19) ไปใช้ประโยชน์มาเปรียบเทียบกับเกณฑ์การประเมิน สรุปได้ดังนี้

| ตัวชี้วัด | เกณฑ์ปี 2563 (ก.พ.ร.) | ผลการวิจัยปี 2563 | ผลการประเมิน |
|---|---|---|---|
| ร้อยละเฉลี่ย รับรู้ เข้าใจ เชื่อมั่น นำไปใช้ประโยชน์ | 85.0 | 86.7 | สูงกว่าเกณฑ์ |

**ตารางแสดงร้อยละรวมของการรับรู้ เข้าใจ เชื่อมั่น การนำไปใช้ประโยชน์เทียบกับเกณฑ์ ก.พ.ร. จำแนกตามพื้นที่**

| พื้นที่ | เกณฑ์ ก.พ.ร. | ร้อยละรวม | ผลการประเมิน |
|---|---|---|---|
| พื้นที่ส่วนกลาง (กรุงเทพมหานคร) | 85.0 | 86.8 | สูงกว่าเกณฑ์ |
| พื้นที่สำนักประชาสัมพันธ์เขต 1 | 85.0 | 86.2 | สูงกว่าเกณฑ์ |
| พื้นที่สำนักประชาสัมพันธ์เขต 2 | 85.0 | 88.1 | สูงกว่าเกณฑ์ |
| พื้นที่สำนักประชาสัมพันธ์เขต 3 | 85.0 | 86.6 | สูงกว่าเกณฑ์ |
| พื้นที่สำนักประชาสัมพันธ์เขต 4 | 85.0 | 88.9 | สูงกว่าเกณฑ์ |
| พื้นที่สำนักประชาสัมพันธ์เขต 5 | 85.0 | 88.2 | สูงกว่าเกณฑ์ |
| พื้นที่สำนักประชาสัมพันธ์เขต 6 | 85.0 | 85.8 | สูงกว่าเกณฑ์ |
| พื้นที่สำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 | 85.0 | 84.3 | ต่ำกว่าเกณฑ์ |
| พื้นที่สำนักประชาสัมพันธ์เขต 8 | 85.0 | 85.3 | สูงกว่าเกณฑ์ |

**ตารางแสดงร้อยละการรับรู้ เข้าใจ เชื่อมั่น นำไปใช้ประโยชน์ เทียบเกณฑ์สำนักงบประมาณ**

| ตัวชี้วัด | เกณฑ์ปี 2563 (สำนักงบประมาณ) | ผลการวิจัยปี 2563 | ผลการประเมิน |
|---|---|---|---|
| รับรู้ | 82.0 | 83.2 | สูงกว่าเกณฑ์ |
| เข้าใจ | 80.0 | 95.9 | สูงกว่าเกณฑ์ |
| เชื่อมั่น | 78.0 | 82.0 | สูงกว่าเกณฑ์ |
| นำไปใช้ประโยชน์ | 76.0 | 85.8 | สูงกว่าเกณฑ์ |

**ตารางแสดงร้อยละการรับรู้ เข้าใจ เชื่อมั่น นำไปใช้ประโยชน์ เทียบเกณฑ์สำนักงบประมาณ จำแนกตามพื้นที่**

| พื้นที่ | รับรู้ | เข้าใจ | เชื่อมั่น | นำไปใช้ประโยชน์ |
|---|---|---|---|---|
| | เกณฑ์สำนักงบประมาณ | | | |
| | 82.0 | 80.0 | 78.0 | 76.0 |
| พื้นที่ส่วนกลาง (กรุงเทพมหานคร) | 83.2 | 94.9 | 83.2 | 85.8 |
| พื้นที่สำนักประชาสัมพันธ์เขต 1 | 82.8 | 95.5 | 82.0 | 84.6 |
| พื้นที่สำนักประชาสัมพันธ์เขต 2 | 83.0 | 96.8 | 84.2 | 88.4 |
| พื้นที่สำนักประชาสัมพันธ์เขต 3 | 84.0 | 95.9 | 80.8 | 85.8 |
| พื้นที่สำนักประชาสัมพันธ์เขต 4 | 85.4 | 97.9 | 84.0 | 88.2 |
| พื้นที่สำนักประชาสัมพันธ์เขต 5 | 84.6 | 96.6 | 84.2 | 87.2 |
| พื้นที่สำนักประชาสัมพันธ์เขต 6 | 81.8 | 96.0 | 80.4 | 85.0 |
| พื้นที่สำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 | 82.8 | 94.9 | 76.8 | 82.8 |
| พื้นที่สำนักประชาสัมพันธ์เขต 8 | 81.0 | 95.8 | 80.4 | 83.8 |

**2. การรับรู้ข่าวสาร**

กลุ่มเป้าหมายประชาชนชาวต่างประเทศ

ผลการรับรู้เนื้อหาข่าวสารมาตรการแก้ไขปัญหาโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ของกลุ่มเป้าหมายประชาชนชาวต่างประเทศ โดยภาพรวม ร้อยละเฉลี่ยเท่ากับ 84.2

**การประเมินผลความสำเร็จการปฏิบัติงาน กลุ่มเป้าหมายชาวต่างประเทศ**

ผลการประเมินความสำเร็จตามตัวชี้วัด ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้เนื้อหาข่าวสารมาตรการแก้ไขปัญหาโรคติดเชื้อไวรัสโคโรน่า 2019 (COVID-19) เปรียบเทียบกับเกณฑ์สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ (ก.พ.ร.) สรุปได้ดังนี้

| ตัวชี้วัด | เกณฑ์ปี 2563 (ก.พ.ร.) | ผลการวิจัยปี 2563 | ผลการประเมิน |
|---|---|---|---|
| การรับรู้ | 84.0 | 84.2 | สูงกว่าเกณฑ์ |

ผลการประเมินความสำเร็จตามตัวชี้วัด ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้เนื้อหาข่าวสารมาตรการแก้ไขปัญหาโรคติดเชื้อไวรัสโคโรน่า 2019 (COVID-19) เปรียบเทียบกับเกณฑ์สำนักงบประมาณ สรุปได้ดังนี้

| ตัวชี้วัด | เกณฑ์ปี 2563 (สำนักงบประมาณ) | ผลการวิจัยปี 2563 | ผลการประเมิน |
|---|---|---|---|
| การรับรู้ | 82.0 | 84.2 | สูงกว่าเกณฑ์ |

การวิจัยครั้งนี้ดำเนินการเพื่อประเมินส่วนราชการตามมาตรการปรับปรุงประสิทธิภาพในการปฏิบัติราชการ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2563 โดยมีตัวชี้วัดคือ ร้อยละของการรับรู้ ความเข้าใจ ความเชื่อมั่น และการนำข้อมูลข่าวสารไปใช้ประโยชน์เกี่ยวกับมาตรการป้องกันการติดเชื้อไวรัสโคโรน่า 2019 (COVID-19) โดยวิธีการวิจัยเชิงสำรวจจากประชาชนชาวไทยทั้งในกรุงเทพมหานคร และส่วนภูมิภาคจำนวน 2,000 คน รวมทั้งกลุ่มเป้าหมายชาวต่างประเทศ จำนวน 250 คน ซึ่งดำเนินการโดยใช้วิธีวิจัยเชิงสำรวจ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และนำผลการวิจัยมาเปรียบเทียบกับเกณฑ์การประเมินตามที่กำหนดไว้ การวิเคราะห์ข้อมูลใช้ร้อยละและค่าเฉลี่ย อธิบายข้อมูล

ตามประเด็นที่ศึกษา การประมวลผลการวิจัยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS นอกจากนั้นได้ดำเนินการศึกษาความต้องการ ความคาดหวัง และความพึงพอใจ / ไม่พึงพอใจ ในการรับชมและรับฟังข้อมูลข่าวสารจากสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย และสื่อออนไลน์ กรมประชาสัมพันธ์ ของผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการสนทนากลุ่ม (Focus group interview) กับกลุ่มเป้าหมายจำนวน 80 คน ทั้งในภาคกลาง ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคเหนือ ภาคใต้ ภาคตะวันออก และภาคตะวันตก

**สรุปผลการวิจัยเชิงปริมาณ**

ผลการวิจัยสรุปตามกลุ่มตัวอย่างชาวไทยและชาวต่างประเทศตามลำดับดังนี้

**กลุ่มตัวอย่างประชาชนชาวไทย**

**ลักษณะทางประชากร**

กลุ่มตัวอย่างมากกว่าครึ่งหนึ่งเป็นเพศหญิง มากกว่าครึ่งหนึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายหลัก คือ อายุระหว่าง 26 – 50 ปี กลุ่มตัวอย่างเกือบครึ่งหนึ่งมีการศึกษาระดับปริญญาตรี และเกือบครึ่งหนึ่งเช่นเดียวกันมีอาชีพรับราชการ / พนักงานของรัฐ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ นอกจากนั้น กลุ่มตัวอย่างผู้มีรายได้อยู่ระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท มีมากกว่ากลุ่มอื่นๆ

**การรับรู้เนื้อหาข่าวสารเกี่ยวกับมาตรการแก้ไขปัญหาโรคติดเชื้อไวรัสโคโรน่า 2019 (COVID-19)**

กลุ่มตัวอย่างมากกว่าครึ่งหนึ่งได้รับข่าวสารจากสื่อสารสนเทศของกรมประชาสัมพันธ์ (เว็บไซต์ เฟซบุ๊ก ยูทูบ ไลน์) มากที่สุด และรองลงมาในระดับใกล้เคียงกัน การรับข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ NBT ส่วนกลางและส่วนภูมิภาค

การรับรู้เนื้อหาข่าวสารโดยภาพรวม คิดเป็นร้อยละเฉลี่ยเท่ากับ 83.2

**ความเข้าใจเนื้อหาข่าวสารเกี่ยวกับมาตรการแก้ไขปัญหาโรคติดเชื้อไวรัสโคโรน่า 2019 (COVID-19)**

กลุ่มตัวอย่างมีความเข้าใจในภาพรวม ร้อยละ 95.9

**ความเชื่อมั่นต่อข่าวสาร**

กลุ่มตัวอย่างมีความเชื่อมั่นต่อข้อมูลข่าวสารโดยภาพรวม ร้อยละ 82.0 และมีความเชื่อมั่นต่อนโยบายรัฐบาลเกี่ยวกับมาตรการแก้ไขปัญหาโรคติดเชื้อไวรัสโคโรน่า 2019 ร้อยละ 79.4

**การนำไปใช้ประโยชน์**

กลุ่มตัวอย่างได้นำข้อมูลข่าวสารไปใช้ประโยชน์โดยภาพรวม ร้อยละ 85.8 โดยนำไปใช้ประโยชน์เป็นข้อมูลความรู้ในการดูแลและป้องกันตนเองมากที่สุด รองลงมาในระดับใกล้เคียงกันคือ นำไปใช้เพื่อดูแลและให้ความรู้กับคนในครอบครัว

**กลุ่มตัวอย่างชาวต่างประเทศ**

กลุ่มตัวอย่างชาวต่างประเทศมากกว่าครึ่งหนึ่งเป็นเพศชาย ส่วนใหญ่เป็นผู้พำนักอาศัยในประเทศไทยและเป็นกลุ่มอาชีพสื่อมวลชนมากที่สุด

**การรับข่าวสารจากสื่อของกรมประชาสัมพันธ์**

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับข่าวสารจากสื่อออนไลน์ของกรมประชาสัมพันธ์ คือทางเว็บไซต์ และเฟซบุ๊ก

**การรับรู้เนื้อหาข่าวสารมาตรการแก้ไขปัญหาโรคติดเชื้อไวรัสโคโรน่า 2019**

กลุ่มตัวอย่างเกือบทั้งหมดได้รับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับสถานการณ์โรคโควิด-19 ในประเทศไทย และโดยภาพรวม กลุ่มตัวอย่างรับรู้ข่าวสารดังกล่าว ร้อยละเฉลี่ยเท่ากับ 84.2

**การประเมินผลความสำเร็จการปฏิบัติงานตามตัวชี้วัด**

ผลการปฏิบัติงานตามตัวชี้วัดองค์ประกอบที่ 1 คือผลการรับรู้ข่าวสาร เข้าใจ เชื่อมั่น และการนำไปใช้ประโยชน์ ของกลุ่มตัวอย่างประชาชนชาวไทย เมื่อเทียบกับเกณฑ์การประเมิน สรุปได้ว่า ผลการปฏิบัติงาน “สูงกว่าเกณฑ์”

ผลการปฏิบัติงานตามตัวชี้วัด กลุ่มตัวอย่างชาวต่างประเทศคือ การรับรู้เนื้อหาข่าวสารมาตรการแก้ไขปัญหาโรคติดเชื้อไวรัสโคโรน่า 2019 (COVID-19) เมื่อเทียบกับเกณฑ์การประเมิน สรุปได้ว่า ผลการปฏิบัติงาน “สูงกว่าเกณฑ์”

**สรุปผลการวิจัยเชิงคุณภาพ**

1. ความคิดเห็นต่อเนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาข่าวสารของกรมประชาสัมพันธ์ผ่านสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย สถานีวิทยุโทรทัศน์ และสื่อออนไลน์ ผลการวิจัยสรุปได้ว่า ผู้เข้าร่วมกลุ่มสนทนามีความคิดเห็นทั้งเชิงบวกและเชิงลบต่อเนื้อหา และรูปแบบการนำเสนอข่าวสาร โดยความคิดเห็นเชิงบวก ซึ่งสะท้อนจุดแข็งในด้าน 1) ความน่าเชื่อถือด้านข้อมูลที่มีการตรวจสอบอย่างถูกต้องก่อนนำเสนอ 2) เป็นสื่อที่มีการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับท้องถิ่นมีอัตลักษณ์เฉพาะ 3) ให้บริการนำเสนอข่าวสารของหน่วยงาน 4) นำเสนอข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินชีวิต 5) มีจรรยาบรรณในการนำเสนอข่าวสาร 6) เนื้อหาข่าวสารมีสาระความรู้ที่หลากหลาย 7) มีศักยภาพเข้าถึงแหล่งข้อมูลทั้งภาครัฐและเอกชน 8) มีความพร้อมด้านทรัพยากรบุคคล และมีช่องทางการสื่อสารที่ครบครันสำหรับความคิดเห็นเชิงลบ ซึ่งสะท้อนจุดอ่อน มีดังนี้ 1) การทำงานแบบระบบราชการเป็นเงื่อนไขที่สร้างข้อจำกัดในการสร้างสรรค์งาน 2) ความล่าช้าในการนำเสนอข่าวสาร 3) ความไม่เป็นกลางของเนื้อหาที่มักถูกแทรกแซงจากฝ่ายการเมือง และการเซ็นเซอร์ตนเอง มักทำหน้าที่เป็นกระบอกเสียงให้ภาครัฐ ซึ่งกระทบต่อความเป็นกลางในการนำเสนอข่าวสาร 4) ความไม่หลากหลายของเนื้อหา โดยเฉพาะความ

พยายามที่ไม่ให้กระทบต่อภาครัฐ ทำให้มุมมองต่อประเด็นปัญหาต่างๆ จึงไม่หลากหลาย 5) ขาดความทันสมัย ขาดสีสัน 6) ขาดความเชื่อมโยงกับภาคีเครือข่าย 7) ยังพบข้อผิดพลาดทางเทคนิคที่เกิดขึ้นระหว่างการเผยแพร่สัญญาณจากสื่อของกรมประชาสัมพันธ์

2. ความพึงพอใจ / ไม่พอใจ ต่อเนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอ ผู้เข้าร่วมสนทนาได้แสดงความพึงพอใจ และไม่พอใจในประเด็นต่างๆ ในด้านความพึงพอใจนั้น สอดคล้องกับความคิดเห็นในเชิงบวกต่อเนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอข่าวสารคือ 1) ความถูกต้องแม่นยำของเนื้อหา 2) เนื้อหาเกี่ยวกับท้องถิ่นสอดคล้องกับความต้องการของท้องถิ่น 3) เนื้อหาเกี่ยวกับหน่วยราชการ 4) มีความชื่นชอบการปฏิบัติงานของบุคลากร เช่น ผู้ดำเนินรายการวิทยุที่มีน้ำเสียงไพเราะ ความสามารถเป็นที่ยอมรับ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีในการให้บริการ 5) เนื้อหาข่าวสารที่นำเสนอมีความน่าสนใจ 6) มีการปรับตัวขององค์กรได้ดี สำหรับความไม่พึงพอใจนั้น ก็สอดคล้องกับความคิดเห็นเชิงลบ กล่าวคือ 1) การนำเสนอข่าวสาร ขาดความรวดเร็ว 2) การทำหน้าที่เป็นกระบอกเสียงของภาครัฐ ทำให้การเสนอข่าวสารไม่รอบด้าน 4) ชื่นชมบุคลากร 5) ชื่นชมรูปแบบการนำเสนอ 6) องค์กรมีการปรับตัวให้ทันยุคสมัย สำหรับความไม่พึงพอใจก็สอดคล้องกับความคิดเห็นเชิงลบเช่นกัน คือ 1) การนำเสนอข่าวสารล่าช้า 2) ข้อมูลข่าวสารไม่รอบด้าน 3) การปรับผังรายการที่ไม่คำนึงถึงเนื้อหาที่สนองความต้องการของท้องถิ่น 4) ปัญหาทางเทคนิคของสถานีโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล 5) เนื้อหารายการขาดความน่าสนใจ 6) ไม่พึงพอใจด้านบุคคลิกภาพของผู้ดำเนินรายการโทรทัศน์ 7) เนื้อหาในสื่อออนไลน์ขาดความน่าสนใจ

3. ความคาดหวังและมุมมองต่อเนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอในอนาคตตามความเห็นของผู้ร่วมสนทนานั้น มองว่าการพัฒนาเนื้อหารายการและการนำเสนอรายการต้องปรับในระดับนโยบาย และจุดยืนขององค์กร เพราะมีความสัมพันธ์กับรูปแบบและเนื้อหาข่าวสารด้วย ดังรายละเอียดในข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

**ข้อเสนอแนะ**

จากผลการวิจัยทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพจากกลุ่มเป้าหมายต่างๆ ทั้งจากประชาชนทั่วไปชาวไทย กลุ่มเป้าหมายชาวต่างประเทศและกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย สามารถนำเสนอข้อเสนอแนะต่างๆดังนี้

1. ด้านนโยบาย และพันธกิจขององค์กร จากผลการวิจัยพบข้อเสนอที่น่าสนใจคือ กรมประชาสัมพันธ์ควรพิจารณาใช้จุดแข็งขององค์กรมาเป็นจุดยืนในการนำเสนอข่าวสาร กล่าวคือ กรมประชาสัมพันธ์เป็นองค์กรที่ได้รับความเชื่อถือด้านข้อมูลข่าวสารเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศ จากมุมมองของผู้ร่วมสนทนากลุ่ม ต่างมีความคิดเห็นว่า ข้อมูลข่าวสารจากกรมประชาสัมพันธ์มีความน่าเชื่อถือ มีความถูกต้อง นำไปอ้างอิงและใช้ประโยชน์ได้ สอดคล้องกับผลการวิจัยเชิงปริมาณจากกลุ่มตัวอย่างประชาชนทุกภูมิภาคต่างมีความเชื่อมั่นต่อข้อมูล

ข่าวสาร จากสื่อของกรมประชาสัมพันธ์ ฉะนั้นกรมประชาสัมพันธ์ควรให้น้ำหนักการแสดงบทบาทเป็นแหล่งข้อมูลที่มีความเชื่อถือได้ เป็นศูนย์รวมของข่าวสารที่ถูกต้อง เป็นฐานข้อมูลที่นำไปใช้เป็นแหล่งอ้างอิงข้อมูลที่สำคัญของประชาชนและหน่วยงาน ซึ่งหมายถึงการพัฒนาคุณภาพเนื้อหารายการ อุปกรณ์ ให้เอื้อต่อการเป็นคลังความรู้ข้อมูลที่มีความเชื่อถือได้ด้วย

2. การปรับโครงสร้างการดำเนินงานให้เอื้อต่อการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพเท่าทันต่อการเปลี่ยนแปลงของสื่อในปัจจุบัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งเทคนิคในสื่อออนไลน์ ขณะเดียวกัน ดูแลรักษาอุปกรณ์การออกอากาศปัจจุบันไม่ให้มีปัญหาต่อการรับสัญญาณของประชาชน

3. จากผลการวิจัยเชิงปริมาณพบว่า ประชาชนทั้งกลุ่มเป้าหมายภายในประเทศและชาวต่างประเทศ รับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อสารสนเทศของกรมประชาสัมพันธ์มากกว่าสื่ออื่นๆ ซึ่งหากเปรียบเทียบกับผลการวิจัยที่ผ่านมา จะพบว่าพฤติกรรมการรับสื่อของประชาชนเปลี่ยนแปลงจากเดิมอย่างเห็นได้ชัด ที่ผ่านมาสื่อหลักของกรมประชาสัมพันธ์ทั้งวิทยุโทรทัศน์และวิทยุกระจายเสียง เป็นสื่อที่ประชาชนได้รับรู้ข่าวสารมากที่สุด แต่ผลการวิจัยในครั้งนี้ สื่อสารสนเทศกลับเป็นช่องทางที่ประชาชนทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศรับรู้ข่าวสารจากกรมฯมากที่สุด ฉะนั้นกรมประชาสัมพันธ์จึงต้องเร่งส่งเสริมการพัฒนาเนื้อหา และรูปแบบการนำเสนอรายการทางสื่อนี้ให้สามารถใช้ประโยชน์ได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ มีความทันสมัยและตอบสนองความต้องการของผู้รับสาร

4. ควรต้องใช้สื่อผสมผสานในการประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่อเนื่องไป เนื่องจากกรมประชาสัมพันธ์มีจุดแข็งด้านทรัพยากรบุคคลที่มีความสามารถ (จากผลการสนทนากลุ่ม) และมีสื่อในพื้นที่อย่างทั่วถึง และหลากหลาย ซึ่งยังต้องนำเสนอข่าวสาร ทั้งในส่วนกลางและเนื้อหาเกี่ยวกับท้องถิ่นในส่วนภูมิภาค (จากผลการวิจัยเชิงปริมาณ พบว่าประชาชนกลุ่มอายุ 46 – 50 ปี และ 51 ปีขึ้นไป ยังรับสื่อโทรทัศน์ NBT และวิทยุกระจายเสียงมากกว่าสื่ออื่นๆ) เพื่อรักษาฐานผู้ชม และผู้ฟังกลุ่มเดิมไว้ด้วยเช่นกัน สำหรับสื่อสิทยุกระจายเสียงยังคงเป็นประโยชน์สำหรับชุมชนทั้งต่อประชาชนโดยตรงและหน่วยงาน รวมทั้งสถานีวิทยุชุมชนในแต่ละพื้นที่

5. ควรสร้างเครือข่ายการมีส่วนร่วมกับผู้รับสารทั้งคนรุ่นใหม่ และหน่วยงานต่างๆ เช่น สื่อชุมชน หน่วยงานท้องถิ่น สถาบันการศึกษา เพื่อร่วมผลิตเนื้อหาและเผยแพร่ข่าวสารและประสานความร่วมมือทั้งด้านการผลิตเนื้อหารายการและความร่วมมือต่อกิจกรรมต่างๆ ของกรมประชาสัมพันธ์

นอกจากนี้จากผลการสนทนากลุ่มได้เพิ่มเติมข้อเสนอแนะ เพื่อปรับปรุงการดำเนินงานของแต่ละสื่อดังนี้

6. ข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงการดำเนินงานของสื่อวิทยุกระจายเสียงของกรมประชาสัมพันธ์

เมื่อพิจารณาถึงผลการวิจัยเกี่ยวกับสื่อวิทยุกระจายเสียงของกรมประชาสัมพันธ์ พบว่าเป็นสื่อที่มีความใกล้ชิดกับผู้ร่วมสนทนาในพื้นที่ต่างจังหวัดเป็นอย่างยิ่ง ผู้ร่วมสนทนาโดยมากมีความคิดเห็นเชิง

บวกต่อการนำเสนอข้อมูลข่าวสารของสื่อวิทยุกระจายเสียงของกรมประชาสัมพันธ์ โดยเฉพาะการนำเสนอเนื้อหาที่เป็นเรื่องราวในท้องถิ่นใกล้ตัวที่ช่วยให้ผู้รับฟังได้ติดตามความเคลื่อนไหวในท้องถิ่นของตนเองซึ่งเป็นจุดเด่นที่ควรรักษาและพัฒนาต่อไป แต่อย่างไรก็ดีควรมีการปรับปรุงเนื้อหารายการให้มีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้นโดยการเชิญผู้ที่มีความรู้ความสามารถตลอดจนผู้ที่มีชื่อเสียงในด้านต่าง ๆ มาร่วมให้ความรู้หรือแสดงความคิดเห็นในแง่มุมต่อประเด็นต่าง ๆ ที่จะมีประโยชน์ต่อผู้ฟัง ตลอดจนการส่งเสริมและพัฒนานักจัดรายการวิทยุของกรมประชาสัมพันธ์ให้มีความสามารถโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ให้เป็นที่ชื่นชอบชื่นชมของผู้ฟังเพิ่มเติม

7. ข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงการดำเนินงานของสื่อวิทยุโทรทัศน์ของกรมประชาสัมพันธ์

เมื่อพิจารณาถึงผลการวิจัยเกี่ยวกับสื่อวิทยุโทรทัศน์ของกรมประชาสัมพันธ์ พบว่าแม้ในมุมมองผู้ร่วมสนทนามีความคิดเห็นว่าเป็นสื่อที่ให้ข้อมูลข่าวสารที่มีความน่าเชื่อถือ แต่ทั้งนี้ในด้านเนื้อหาของรายการผู้ร่วมสนทนาโดยส่วนใหญ่ยังเห็นว่าขาดความหลากหลากอีกทั้งมีรูปแบบรายการที่ไม่น่าสนใจ ดังนั้นจึงควรพิจารณามีการปรับปรุงให้เนื้อหามีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น โดยอาจเพิ่มเติมเนื้อหาที่มีความบันเทิงในเชิงสาระเข้าไป ในด้านรูปแบบการนำเสนอของรายการต่าง ๆ นั้นผู้ร่วมสนทนาโดยมากต่างมีความคิดเห็นไปในทิศทางลบเพราะมักเป็นการนำเสนอที่เป็นทางการมากเกินไป ขาดสีสันและความน่าสนใจ ดังนั้นสำหรับสื่อวิทยุโทรทัศน์จึงควรทำการพัฒนาปรับปรุงรูปแบบการนำเสนอต่างๆ ให้ดีขึ้น โดยปรับให้มีข่าวเกี่ยวกับท้องถิ่นเพิ่มขึ้น อีกทั้งควรใช้ประโยชน์จากการมีเครือข่ายที่ครอบคลุมในการนำเสนอเนื้อหาที่เจาะลึกและทันต่อเหตุการณ์และเน้นไปที่การมีส่วนร่วมของผู้ชม นอกจากนี้สำหรับรายการข่าวควรพัฒนาผู้ประกาศข่าวให้มีเอกลักษณ์ในการนำเสนอข่าวสารที่โดดเด่นเป็นที่น่าติดตามสำหรับผู้ชมเพิ่มเติม

นอกจากนี้ ในด้านทรัพยากรซึ่งถือเป็นปัจจัยสำคัญในการปฏิบัติหน้าที่ ดังนั้นกรมประชาสัมพันธ์ควรจัดสรรทรัพยากรให้เพียงพอ ทั้งในเรื่องของงบประมาณและบุคลากรตลอดจนอุปกรณ์เพื่อเอื้อประโยชน์ต่อการปฏิบัติหน้าที่ให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

8. ข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงการดำเนินงานของสื่อออนไลน์ของกรมประชาสัมพันธ์

เมื่อพิจารณาถึงผลการวิจัยเกี่ยวกับสื่อออนไลน์ของกรมประชาสัมพันธ์ พบว่าในมุมมองของผู้ร่วมสนทนานั้นสื่อประเภทนี้มีบทบาทสำคัญที่จะช่วยข้อมูลข่าวสารของกรมประชาสัมพันธ์สามารถให้เข้าถึงผู้ชมผู้ฟังรุ่นใหม่ได้อย่างกว้างขวาง อีกทั้งเป็นสื่อที่สามารถใช้สนับสนุนการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารร่วมกับสื่ออื่น ๆ ของกรมประชาสัมพันธ์ได้เป็นอย่างดี ดังนั้นกรมประชาสัมพันธ์จึงควรมีการพัฒนาการ

ใช้สื่อออนไลน์ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น อย่างไรก็ตามผลการสนทนากลุ่มพบว่า โดยส่วนใหญ่ผู้ร่วมสนทนาไม่พึงพอใจต่อเนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอข่าวสารในสื่อออนไลน์มากนักเพราะยังมีเนื้อหาที่ขาดความน่าสนใจและมีรูปแบบการนำเสนอที่ไม่เหมาะสมกับสื่อออนไลน์ เช่น มีขนาดความยาวของคลิปมากเกินไปซึ่งไม่สอดคล้องกับพฤติกรรมการเลือกรับชมของผู้ใช้งานสื่อออนไลน์ ดังนั้นกรมประชาสัมพันธ์จึงควรมีการฝึกอบรมทักษะด้านต่าง ๆ เพื่อสร้างความเข้าใจในสื่อสังคมออนไลน์โดยเฉพาะเฟซบุ๊ก ไลน์ ยูทูบ ทวิตเตอร์ และเว็บไซต์สำหรับการจัดรายการออนไลน์ รวมไปถึงการอบรมเทคนิคการเล่าเรื่อง กลยุทธ์การสร้างสรรค์ที่ใช้ในการสื่อสารผ่านภาพและคำ การเขียนคำพาดหัวและชื่อเรื่องที่เหมาะสมกับเนื้อหาและการใช้โปรแกรมต่าง ๆ ในการออกแบบกราฟิกเพื่อการสร้างสรรค์เนื้อหาออนไลน์ ตลอดจนการเรียนรู้เทคนิคต่าง ๆ เพื่อเพิ่มยอดผู้ชมและการเพิ่มจำนวนผู้ติดตามในสื่อออนไลน์ นอกจากนี้อาจพิจารณาพัฒนากลยุทธ์การซื้อโฆษณาออนไลน์ในสื่อออนไลน์เพื่อเพิ่มโอกาสการเข้าถึงผู้ใช้งานมากยิ่งขึ้น

## คณะผู้จัดทำโครงการ
## สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
## ผู้ดำเนินงาน

| | |
|---|---|
| ศาสตราจารย์พัชนี เชยจรรยา | หัวหน้าที่ปรึกษา |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ชูมงคล | ผู้ช่วยที่ปรึกษา |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ทัศนีย์ ดำเกิงศักดิ์ | ผู้ช่วยที่ปรึกษา |

# การประเมินส่วนราชการตามมาตรการปรับปรุงประสิทธิภาพในการปฏิบัติราชการ ประจำปีงบประมาณ พศ 2563

## กลุ่มตัวอย่าง

2000 ประชาชนชาวไทย

250 ประชาชนชาวต่างชาติ

## ผลการวิจัย

### สื่อที่เปิดรับมาตรการแก้ไขโรคคิดเชื้อไวรัสโคโรน่า

#1 69.9% สื่อสารสนเทศ

#2 69.3% สถานีโทรทัศน์ NBT

#3 46.5% ป้ายประชาสัมพันธ์

#4 40.8% สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย

#1 84.8% สื่อออนไลน์

#2 80.8% เฟสบุ๊ก

#3 45.2% ทวิตเตอร์

#4 42.4% โทรทัศน์

### การรับรู้ข่าวสาร

83.2 %

### ความเข้าใจข่าวสาร

95.9 %

### ความเชื่อมั่นต่อข่าวสาร

82.0 %

### การนำไปใช้ประโยชน์

85.8 %

### การรับรู้ข่าวสาร

84.2 %