



แผนยุทธศาสตร์ประชาสัมพันธ์กรมคุมประพฤติ

พ.ศ. ๒๕๕๖ - ๒๕๕๘

คณะกรรมการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ประชาสัมพันธ์กรมคุมประพฤติ
กรมคุมประพฤติ

คำนำ

คณะกรรมการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ประชาสัมพันธ์ กรมคุมประพฤติได้จัดทำแผนยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์ ปีงบประมาณ ๒๕๕๖ - ๒๕๕๘ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้แผนยุทธศาสตร์ฉบับนี้ เป็นเครื่องมือและเป็นแนวทางในการจัดทำแผนปฏิบัติงาน แผนการควบคุมกำกับและประเมินผล การดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์ ให้เกิดผลสัมฤทธิ์สอดคล้องกับผลผลิตของกรมคุมประพฤติ คณะกรรมการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ประชาสัมพันธ์หวังเป็นอย่างยิ่งว่าแผนยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์ฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงาน ผู้บริหาร บุคลากรที่เกี่ยวข้องที่จะนำไปแปลงสู่การปฏิบัติ เพื่อให้องค์กรบรรลุผลสำเร็จ

คณะกรรมการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ประชาสัมพันธ์ กรมคุมประพฤติ
ตุลาคม ๒๕๕๖



สารบัญ

หน้า

คำนำ

สารบัญ

บทนำ (ความเป็นมา)

๔

วิธีการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ประชาสัมพันธ์กรมคุมประพฤติ

๔

การวิเคราะห์สภาพปัญหาด้านการประชาสัมพันธ์ของกรมคุมประพฤติ (SWOT)

๔

สรุปผลการวิเคราะห์ห้องค์กรและจัดทำแผนยุทธศาสตร์

๑๕

ยุทธศาสตร์ประชาสัมพันธ์ กรมคุมประพฤติ

๑๖

ผังความเชื่อมโยงยุทธศาสตร์ประชาสัมพันธ์ กรมคุมประพฤติ

๑๗

แผนยุทธศาสตร์ประชาสัมพันธ์กรมคุมประพฤติ ๓ ปี (๒๕๕๖ - ๒๕๕๘)

๑๘



สารบัญตาราง

- ตารางที่ ๑ การวิเคราะห์สภาพภายใน ของกรมคุมประพฤติ โดยการวิเคราะห์ตาม ๗S Model
- ตารางที่ ๒ การวิเคราะห์สภาพภายนอก ของกรมคุมประพฤติ โดยการวิเคราะห์ตาม PEST-P Model
- ตารางที่ ๓ การวิเคราะห์ปัจจัยเชิงกลยุทธ์สภาพแวดล้อมภายใน (IFAS: Internal Strategic Factor Summary) ของกรมคุมประพฤติเพื่อการให้น้ำหนักค่าคะแนน และถ่วงน้ำหนัก
- ตารางที่ ๔ การวิเคราะห์ปัจจัยเชิงกลยุทธ์สภาพแวดล้อมภายนอก (EFAS: External Strategic Factor Summary) ของกรมคุมประพฤติเพื่อการให้น้ำหนักค่าคะแนน และถ่วงน้ำหนัก
- ตาราง SWOTMATRIX ผลการวิเคราะห์องค์การตามกระบวนการ Community Base Learning
- ตารางที่ ๕ การวิเคราะห์จุดแข็ง โอกาส เพื่อหาประโยชน์ในการสร้างยุทธศาสตร์/กลยุทธ์ เชิงรุก
- ตารางที่ ๖ การใช้โอกาสเพื่อเอาชนะจุดอ่อน (ยุทธศาสตร์หรือกลยุทธ์เชิงแก้ไข)
- ตารางที่ ๗ การใช้ประโยชน์จากจุดแข็งเพื่อหลีกเลี่ยงภัยคุกคาม (ยุทธศาสตร์/กลยุทธ์เชิงป้องกัน)
- ตารางที่ ๘ การลดจุดอ่อนเพื่อหลีกเลี่ยงภัยคุกคาม (ยุทธศาสตร์/กลยุทธ์เชิงรับ)
- ตารางที่ ๙ การจัดลำดับความสำคัญของยุทธศาสตร์ประชาสัมพันธ์กรมคุมประพฤติ
- ตารางที่ ๑๐ แผนยุทธศาสตร์ประชาสัมพันธ์กรมคุมประพฤติ ๓ ปี (๒๕๕๖ – ๒๕๕๘)



บทนำ

ความเป็นมา

กรมคุมประพฤติ เป็นหน่วยงานภาครัฐอยู่ภายใต้กลุ่มภารกิจด้านพัฒนาพฤตินิสัย กระทรวงยุติธรรม มีภารกิจเกี่ยวกับงานคุมประพฤติ การสืบเสาะและพินิจ งานควบคุมสอดส่องและการแก้ไขฟื้นฟูผู้กระทำผิด งานฟื้นฟูสมรรถภาพผู้ติดยาเสพติดแบบบังคับบำบัด ให้การสงเคราะห์ผู้กระทำผิดและผู้เข้ารับการฟื้นฟูสมรรถภาพผู้ติดยาเสพติดในชุมชน พัฒนาระบบ รูปแบบ วิธีการปฏิบัติต่อผู้กระทำผิดในชุมชน รวมทั้งเสริมสร้าง สนับสนุนและประสานงานให้ชุมชนและภาคประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในรูปแบบเครือข่าย ยุติธรรมชุมชน ในการป้องกันสังคม การปฏิบัติต่อผู้กระทำผิดและผู้ที่อยู่ในกระบวนการคุมความประพฤติของ กรมคุมประพฤติ

จากบทบาทและภารกิจของกรมคุมประพฤติดังกล่าว จะเห็นได้ว่าเป็นภารกิจที่มีบทบาทอย่างยิ่ง ต่อการแก้ไขฟื้นฟูผู้กระทำผิดเพื่อคืนคนดีที่มีคุณภาพสู่สังคม ตลอดจนการเสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดี กับประชาชนในชุมชน ดังนั้น การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับบทบาทและภารกิจกรมคุมประพฤตินี้จึงเป็น สิ่งสำคัญที่จะต้องดำเนินการควบคู่ไปกับการดำเนินงานตามนโยบายหลักของกรมคุมประพฤติ เพราะการ ประชาสัมพันธ์ถือได้ว่ามีบทบาทสำคัญในการสร้างความสัมพันธ์ ความรู้ ความเข้าใจ ตลอดจนความร่วมมือ ซึ่งกันและกันระหว่างองค์กรกับประชาชน ในขณะเดียวกันก็รับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของ ประชาชน เพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไขการดำเนินงานในด้านต่างๆ ขององค์กรให้บรรลุวัตถุประสงค์

ซึ่งการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ประชาสัมพันธ์กรมคุมประพฤติ มีจุดมุ่งหมายเพื่อทบทวนและวิเคราะห์ การประชาสัมพันธ์ กำหนดจัดทำแนวทางการประชาสัมพันธ์ในทุกภารกิจของกรมคุมประพฤติ พัฒนาระบบ การบริหารจัดการด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์ของกรมคุมประพฤติให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล รวมทั้งพัฒนาช่องทางการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารไปยังประชาชนกลุ่มเป้าหมายอย่างทั่วถึง และพัฒนา ศักยภาพของบุคลากรในองค์กรให้มีทักษะในการสื่อสารที่เหมาะสม

วิธีการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ประชาสัมพันธ์กรมคุมประพฤติ

การดำเนินการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ประชาสัมพันธ์กรมคุมประพฤติด้วยการศึกษา วิเคราะห์ข้อมูล ทุกด้านที่มีอยู่ รวมทั้งศึกษาระดับความรู้ความเข้าใจ และทัศนคติต่อกรมคุมประพฤติของประชาชนกลุ่มต่างๆ ศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ระดมความคิดเห็น ร่วมกันจัดทำแผน กำหนดโครงการ กิจกรรมและการเลือกใช้สื่อให้เหมาะสมต่อไป

การวิเคราะห์สภาพปัญหาด้านการประชาสัมพันธ์ของกรมคุมประพฤติ (SWOT)



ตารางที่ ๑ การวิเคราะห์สภาพภายใน ของกรมคุมประพฤติ โดยการวิเคราะห์ตาม ๗S Model

การวิเคราะห์สภาพภายใน ของกรมคุมประพฤติ โดยการวิเคราะห์ตาม ๗S Model		
๗S Model	จุดแข็ง (Strength)	จุดอ่อน (Weakness)
๑. กลยุทธ์การดำเนินงาน (Strategy)	S๑: มีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการปฏิบัติงาน S๒: มีช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย	W๑: บุคลากรขาดทักษะและความคล่องตัวในการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่เพื่อการประชาสัมพันธ์
๒. โครงสร้างองค์กร (Structure)	S๓: มีที่ตั้งสำนักงานและบุคลากรปฏิบัติงานในทุกภูมิภาคของประเทศ S๔: มีเครือข่ายและอาสาสมัครคุมประพฤติทั่วประเทศ	W๒: บุคลากรที่ปฏิบัติงานด้านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ภารกิจกรมฯ ในส่วนภูมิภาคมีใช้บุคลากรเฉพาะด้านสื่อสารมวลชนและนิเทศศาสตร์
๓. ระบบการทำงาน (System)	S๕: มีแผนปฏิบัติงานสอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์กรม และนโยบายอธิบดี	W๓: ขาดการกำหนดทิศทาง การวางแผนด้านการประชาสัมพันธ์อย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง
๔. การบริหารงานบุคคล (Staff)	S๖: มีบุคลากรเฉพาะด้านสื่อสารมวลชนและนิเทศศาสตร์	W๔: บุคลากรขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับภารกิจของกรมคุมประพฤติอย่างถ่องแท้ ประกอบกับสาระต่างๆ ที่เกี่ยวกับงานคุมประพฤติเป็นเรื่องทางกฎหมายที่เข้าใจยาก ทำให้การสื่อสารและการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ยาก
๕. ทักษะการดำเนินงาน (Skill)	S๗: บุคลากรมีประสบการณ์และทักษะในงานประชาสัมพันธ์และงานการสื่อสาร	W๕: ขาดเครื่องมือ อุปกรณ์และเทคโนโลยีสมัยใหม่ด้านการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ อาทิ อุปกรณ์การถ่ายภาพ คอมพิวเตอร์ เป็นต้น W๖: ขาดการพัฒนาทักษะในการประสานงานกับเครือข่ายด้านการข่าวและสื่อมวลชน W๗: ขาดสื่อประชาสัมพันธ์ที่น่าสนใจไม่ดึงดูด ไม่เพียงพอ
๖. รูปแบบการทำงาน (Style)	S๘: ผู้บริหารเห็นความสำคัญและให้การสนับสนุน	W๘: ขาดการประชาสัมพันธ์ในประเด็นสำคัญหรือเป็นที่น่าสนใจอย่างต่อเนื่อง
๗. การสร้างค่านิยมร่วม (Shared value)	S๙: มีวัฒนธรรมองค์กรที่เข้มแข็ง บุคลากรมีความรับผิดชอบ ต่อหน้าที่สูง ซื่อสัตย์ และมีจิตบริการ	W๙: การประชาสัมพันธ์ยังไม่สามารถทำให้ประชาชนส่วนใหญ่เข้าใจ/เข้าถึงภารกิจหลักของกรมคุมประพฤติได้

ตารางที่ ๒ การวิเคราะห์สภาพภายนอก ของกรมคุมประพฤติ โดยการวิเคราะห์ตาม PEST-P Model



PEST-P	โอกาส	อุปสรรค
๑. การเมือง (P=Political)	O๑: นโยบายของผู้บริหารเอื้อต่อการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์	T๑: ช่องทางการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกรมคุมประพฤติส่วนใหญ่เป็นสื่อของรัฐ และเป็นการขอความอนุเคราะห์ประชาสัมพันธ์
๒. เศรษฐกิจ (E=Economic)	O๒: มีการประชาสัมพันธ์โดยอาศัยช่องทางการสื่อสารและเทคโนโลยีที่ทันสมัย	T๒: งบประมาณในการดำเนินงานด้านการผลิต เผยแพร่สื่อมีจำกัด T๓: ราคาของช่องทางการสื่อสารมวลชนแพงมาก
๓. สังคม (S=Social)	O๓: การก้าวเข้าสู่ประชาคมอาเซียน (AEC) ในปี ๒๕๕๘	T๔: ประชาชนและองค์กรภายนอกรับรู้บทบาทและหน้าที่ของกรมเพียงผิวเผิน ไม่เข้าใจ และไม่ให้ความสำคัญ
๔. เทคโนโลยี (T=Technological)	O๔: ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศเอื้ออำนวยต่อการพัฒนา งานประชาสัมพันธ์ O๕: มีเทคโนโลยีสมัยใหม่ เช่น เว็บไซต์ มือถือ อีเมล ช่วยให้การ ทำงานสะดวกรวดเร็ว	T๕: ความก้าวหน้าและเปลี่ยนแปลงของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมีความเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา
๕. ประชาชน (P=People)	O๖: มีเครือข่ายและพันธมิตรของกรมคุมประพฤติ พร้อมให้การสนับสนุนในการเผยแพร่ข่าวสารของกรมคุมประพฤติ O๗: ได้รับความร่วมมือจากสื่อมวลชนในการเผยแพร่ข่าวสารของกรมบางโอกาส	T๖: ประชาชนทั่วไปไม่เข้าใจบทบาทภารกิจของกรมคุมประพฤติ และยังไม่ให้ความสำคัญต่องานคุมประพฤติ

ตารางที่ ๓ การวิเคราะห์ปัจจัยเชิงกลยุทธ์สภาพแวดล้อมภายใน (IFAS: Internal Strategic Factor Summary) ของกรมคุมประพฤติเพื่อให้เจ้าหน้าที่ค่าคะแนน และถ่วงน้ำหนัก



ปัจจัยภายในองค์กร (Internal Factors)	ค่าน้ำหนัก (Weight)	คะแนน (Rating)	คะแนนถ่วงน้ำหนัก (Weighted Score)
Strengths			
S๑: มีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการปฏิบัติงาน	๐.๐๕	๔	๐.๒๐
S๒: มีช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย	๐.๐๕	๕	๐.๒๕
S๓: มีที่ตั้งสำนักงานและบุคลากรปฏิบัติงานในทุกภูมิภาคของประเทศ	๐.๐๕	๓	๐.๑๕
S๔: มีเครือข่ายและอาสาสมัครคุมประพฤติทั่วประเทศ	๐.๐๔	๓	๐.๑๒
S๕: มีแผนปฏิบัติงานสอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์กรม และนโยบายอธิบดี	๐.๐๖	๔	๐.๒๔
S๖: มีบุคลากรเฉพาะด้านสื่อสารมวลชนและนิเทศศาสตร์	๐.๐๕	๕	๐.๒๕
S๗: บุคลากรมีประสบการณ์และทักษะในงานประชาสัมพันธ์และงานการสื่อสาร	๐.๐๘	๕	๐.๔๐
S๘: ผู้บริหารเห็นความสำคัญและให้การสนับสนุน	๐.๐๘	๕	๐.๔๐
S๙: มีวัฒนธรรมองค์กรที่เข้มแข็งบุคลากรมีความรับผิดชอบ ต่อหน้าที่สูง ซื่อสัตย์ และมีจิตบริการ	๐.๐๔	๒	๐.๐๘
คะแนน	๐.๕๐		๒.๐๙
Weaknesses			
W๑: บุคลากรขาดทักษะและความคล่องตัวในการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่เพื่อการประชาสัมพันธ์	๐.๑๐	๕	๐.๕๐
W๒: บุคลากรที่ปฏิบัติงานด้านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ภารกิจกรมฯ ในส่วนภูมิภาคมิใช่บุคลากรเฉพาะด้านสื่อสารมวลชนและนิเทศศาสตร์	๐.๐๗	๓	๐.๒๑
W๓: ขาดการกำหนดทิศทาง การวางแผนด้านการประชาสัมพันธ์อย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง	๐.๐๖	๔	๐.๒๔
W๔: บุคลากรขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับภารกิจของกรมคุมประพฤติอย่างถ่องแท้ ประกอบกับสาระต่างๆ ที่เกี่ยวกับงานคุมประพฤติเป็นเรื่องทางกฎหมายที่เข้าใจยาก ทำให้การสื่อสารและการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ยาก			
W๕: ขาดเครื่องมือ อุปกรณ์และเทคโนโลยีสมัยใหม่ด้านการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ	๐.๐๖	๕	๐.๓๐
W๖: ขาดการพัฒนาทักษะในการประสานงานกับเครือข่ายด้านการข่าวและสื่อมวลชน	๐.๐๕	๔	๐.๒๐
W๗: ขาดสื่อประชาสัมพันธ์ที่น่าสนใจ ไม่ดึงดูด ไม่เพียงพอ	๐.๐๕	๓	๐.๑๕
W๘: ขาดการประชาสัมพันธ์ในประเด็นสำคัญหรือเป็นที่น่าสนใจอย่างต่อเนื่อง	๐.๐๕	๕	๐.๒๕
W๙: การประชาสัมพันธ์ยังไม่สามารถทำให้ประชาชนส่วนใหญ่เข้าใจ/เข้าถึงภารกิจหลักของกรมคุมประพฤติได้			
คะแนน	๐.๕๐		๒.๑๕
รวม	๑.๐๐		๔.๒๔

ตารางที่ ๔ การวิเคราะห์ปัจจัยเชิงกลยุทธ์สภาพแวดล้อมภายนอก (EFAS: External Strategic Factor Summary) ของกรมคุมประพฤติเพื่อให้มีน้ำหนักค่าคะแนน และถ่วงน้ำหนัก

ปัจจัยภายนอกองค์กร (External Factors)	ค่าน้ำหนัก (Weight)	คะแนน (Rating)	คะแนนถ่วงน้ำหนัก (Weighted Score)
Opportunities			
O๑: นโยบายของผู้บริหารเอื้อต่อการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์	๐.๐๗	๕	๐.๓๕
O๒: มีการประชาสัมพันธ์โดยอาศัยช่องทางการสื่อสารและเทคโนโลยีที่ทันสมัย	๐.๐๘	๕	๐.๔๐
O๓: การก้าวเข้าสู่ประชาคมอาเซียน (AEC) ในปี ๒๕๕๘	๐.๐๕	๓	๐.๑๕
O๔: ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศเอื้ออำนวยต่อการพัฒนางานประชาสัมพันธ์	๐.๐๙	๕	๐.๔๕
O๕: มีเทคโนโลยีสมัยใหม่ เช่น เว็บไซต์ มือถือ อีเมลล์ ช่วยให้การดำเนินงานสะดวกรวดเร็ว	๐.๑๐	๕	๐.๕๐
O๖: มีเครือข่ายและพันธมิตรของกรมคุมประพฤติ พร้อมให้การสนับสนุนในการเผยแพร่ข่าวสารของกรมคุมประพฤติ	๐.๐๕	๔	๐.๒๐
O๗: ได้รับความร่วมมือจากสื่อมวลชนในการเผยแพร่ข่าวสารของกรมบางโอกาส	๐.๐๖	๔	๐.๒๔
คะแนน	๐.๕๐		๒.๒๙
Threats			
T๑: ช่องทางการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกรมคุมประพฤติส่วนใหญ่เป็นสื่อของรัฐ และเป็นการขอความอนุเคราะห์ประชาสัมพันธ์	๐.๐๗	๓	๐.๒๑
T๒: งบประมาณในการดำเนินงานด้านการผลิต เผยแพร่สื่อมีจำกัด	๐.๐๙	๔	๐.๓๖
T๓: ราคาของช่องทางการสื่อสารมวลชนแพงมาก	๐.๐๖	๓	๐.๑๘
T๔: ประชาชนและองค์กรภายนอกรับรู้บทบาทและหน้าที่ของกรมเพียงผิวเผิน ไม่เข้าใจ และไม่ให้ความสำคัญ	๐.๑๐	๕	๐.๕๐
T๕: ความก้าวหน้าและเปลี่ยนแปลงของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมีความเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา	๐.๐๘	๔	๐.๓๒
T๖: ประชาชนทั่วไปไม่เข้าใจบทบาทภารกิจของกรมคุมประพฤติ และยังไม่ให้ความสำคัญต่องานคุมประพฤติ	๐.๑๐	๕	๐.๕๐
คะแนน	๐.๕๐		๒.๐๗
รวม	๑.๐๐		๔.๓๖

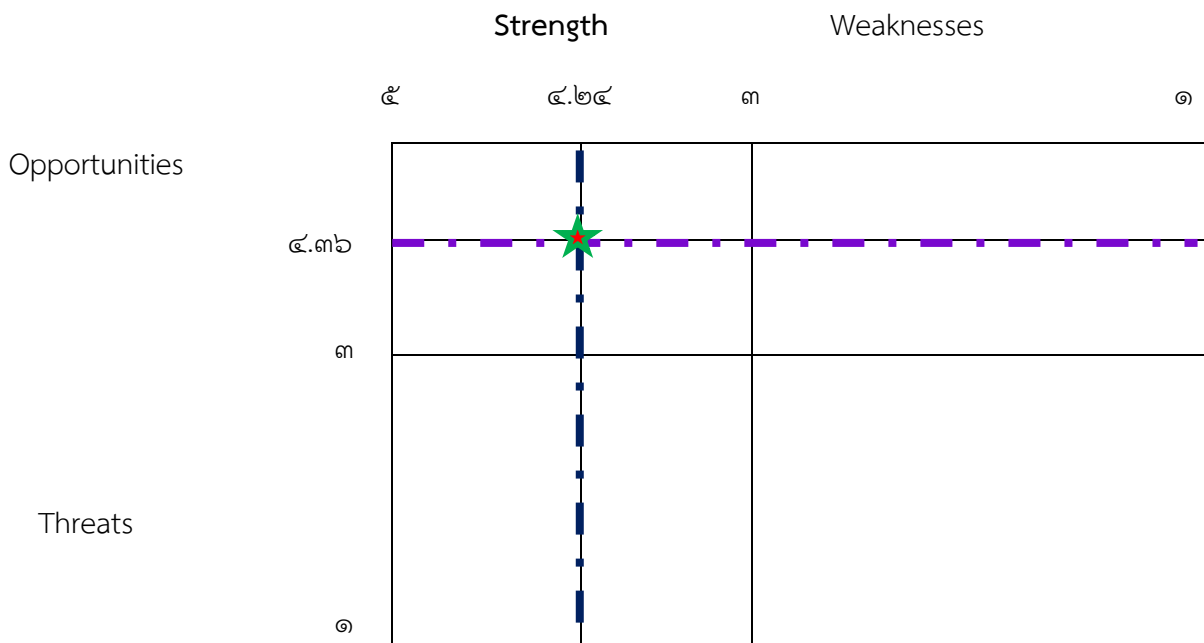
ผลการวิเคราะห์องค์กรตามกระบวนการ Community Base Learning
ตาราง SWOTMATRIX



จุดแข็ง (Strength) ๒.๐๙	จุดอ่อน (Weaknesses) ๒.๑๕	S + W ๔.๒๔
โอกาส (Opportunities) ๒.๒๙	อุปสรรค (Threats) ๒.๐๗	O + T ๔.๓๖

สถานการณ์ในองค์กร เป็นจุดแข็ง มากกว่าจุดอ่อนและสิ่งแวดล้อมภายนอกมีสถานะเป็นโอกาสมากกว่าอุปสรรค

TOWS Matrix



ตารางที่ ๕ การวิเคราะห์จุดแข็ง โอกาส เพื่อหาประโยชน์ในการสร้างยุทธศาสตร์/กลยุทธ์ เชิงรุก

จุดแข็ง (Strengths)	โอกาส (Opportunities)
---------------------	-----------------------



S๑: มีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการปฏิบัติงาน S๒: มีช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย	O๒: มีการประชาสัมพันธ์โดยอาศัยช่องทางการสื่อสารและเทคโนโลยีที่ทันสมัย O๔: ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศ เอื้ออำนวยต่อการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ O๕: มีเทคโนโลยีสมัยใหม่ เช่น เว็บไซต์ มือถือ อีเมล ช่วยให้การดำเนินงานสะดวกรวดเร็ว
S๓: มีที่ตั้งสำนักงานและบุคลากรปฏิบัติงานในทุกภูมิภาคของประเทศ S๔: มีเครือข่ายและอาสาสมัครคุมประพฤติทั่วประเทศ	O๖: มีเครือข่ายและพันธมิตรของกรมคุมประพฤติ พร้อมให้การสนับสนุนในการเผยแพร่ข่าวสารของกรมคุมประพฤติ O๗: ได้รับความร่วมมือจากสื่อมวลชนในการเผยแพร่ข่าวสารของกรมบางโอกาส
S๕: มีแผนปฏิบัติงานสอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์กรม และนโยบายอธิบดี S๘: ผู้บริหารเห็นความสำคัญและให้การสนับสนุน	O๑: นโยบายของผู้บริหารเอื้อต่อการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์
S๖: มีบุคลากรเฉพาะด้านสื่อสารมวลชนและนิเทศศาสตร์ S๗: บุคลากรมีประสบการณ์และทักษะในงานประชาสัมพันธ์และงานการสื่อสาร	
S๙: มีวัฒนธรรมองค์กรที่เข้มแข็งบุคลากรมีความรับผิดชอบต่อนหน้าที่สูง ซื่อสัตย์ และมีจิตบริการ	
ยุทธศาสตร์: ส่งเสริมและพัฒนาการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน กลยุทธ์: ส่งเสริมการมีส่วนร่วมระหว่างกรมคุมประพฤติกับองค์กรและภาคีเครือข่าย	

ผลการวิเคราะห์ตารางที่ ๕ การใช้จุดแข็งเพื่อหาประโยชน์ที่ได้เปรียบเพื่อสร้างเป็นโอกาส (SO)

กรมคุมประพฤตินอกจากจะมีบุคลากรเฉพาะด้านสื่อสารมวลชนและนิเทศศาสตร์ที่มีประสบการณ์และทักษะในงานประชาสัมพันธ์และงานการสื่อสารแล้ว ยังมีที่ตั้งสำนักงานและบุคลากรปฏิบัติงานในทุกภูมิภาค ตลอดจนมีเครือข่ายและอาสาสมัครคุมประพฤติทั่วประเทศที่จะช่วยส่งเสริมและสนับสนุนงานด้านประชาสัมพันธ์ของกรมให้สามารถเผยแพร่แก่ประชาชนได้อย่างทั่วถึง ดังนั้น การส่งเสริมและพัฒนาการมีส่วนร่วมระหว่างกรมคุมประพฤติกับองค์กรและภาคีเครือข่ายทุกภาคส่วนจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งในการเสริมสร้างประสิทธิภาพงานด้านการประชาสัมพันธ์ของกรมคุมประพฤติให้เป็นผู้นำด้านการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ภารกิจกรมคุมประพฤตินในระดับอาเซียน

ตารางที่ ๖ การใช้โอกาสเพื่อเอาชนะจุดอ่อน (ยุทธศาสตร์หรือกลยุทธ์เชิงแก้ไข) – WO

จุดอ่อน (Weaknesses)	โอกาส (Opportunities)
W๑: บุคลากรขาดทักษะและความคล่องตัวในการใช้	O๒: มีการประชาสัมพันธ์โดยอาศัยช่อง



<p>เทคโนโลยีสมัยใหม่เพื่อการประชาสัมพันธ์</p> <p>W๒: บุคลากรที่ปฏิบัติงานด้านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ภารกิจกรมฯ ในส่วนภูมิภาคมิใช่บุคลากรเฉพาะด้าน สื่อสารมวลชนและนิเทศศาสตร์</p> <p>W๔: บุคลากรขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับภารกิจของกรม คุมประพุดิอย่างถ่องแท้ ประกอบกับสาระต่างๆ ที่เกี่ยวกับ งานคุมประพุดิเป็นเรื่องทางกฎหมายที่เข้าใจยาก ทำให้การ สื่อสารและการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ได้ยาก</p> <p>W๖: ขาดการพัฒนาทักษะในการประสานงานกับเครือข่าย ด้านการข่าวและสื่อมวลชน</p>	<p>ทางการสื่อสารและเทคโนโลยีที่ทันสมัย</p> <p>O๔: ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี สารสนเทศเอื้ออำนวยต่อการพัฒนางาน ประชาสัมพันธ์</p> <p>O๗: ได้รับความร่วมมือจากสื่อมวลชนใน การเผยแพร่ข่าวสารของกรมบางโอกาส</p>
<p>W๓: ขาดการกำหนดทิศทาง การวางแผนด้านการ ประชาสัมพันธ์อย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง</p> <p>W๘: ขาดการประชาสัมพันธ์ในประเด็นสำคัญหรือเป็นที่ น่าสนใจอย่างต่อเนื่อง</p>	<p>O๑: นโยบายผู้บริหารเอื้อต่อการ ดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์</p>
<p>W๕: ขาดเครื่องมือ อุปกรณ์และเทคโนโลยีสมัยใหม่ด้านการ สื่อสาร ที่มีประสิทธิภาพ</p> <p>W๗: ขาดสื่อประชาสัมพันธ์ที่น่าสนใจ ไม่ดึงดูด ไม่เพียงพอ</p>	<p>O๕: มีเทคโนโลยีสมัยใหม่ เช่น เว็บไซต์ มือถือ อีเมล ช่วยให้การดำเนินงานสะดวก รวดเร็ว</p>
<p>W๙: การประชาสัมพันธ์ยังไม่สามารถทำให้ประชาชนส่วนใหญ่เข้าใจ/เข้าถึงภารกิจหลักของกรมคุมประพุดิได้</p>	<p>O๖: มีเครือข่ายและพันธมิตรของกรมคุม ประพุดิ พร้อมให้ การสนับสนุนในการ เผยแพร่ข่าวสารของกรมคุมประพุดิ</p>
<p>ยุทธศาสตร์: พัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์</p> <p>กลยุทธ์: เสริมสร้างความรู้และทักษะในการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์สำหรับบุคลากรกรมคุมประพุดิ</p> <p>ยุทธศาสตร์: พัฒนารูปแบบการผลิตสื่อและเสริมสร้างช่องทางการสื่อสาร</p> <p>กลยุทธ์: ปรับปรุงรูปแบบการผลิตสื่อและเพิ่มช่องทางการสื่อสารให้ทันสมัย</p>	

ผลจากการวิเคราะห์ตารางที่ ๖ การใช้โอกาสเพื่อเอาชนะจุดอ่อน (WO)

บุคลากรที่ปฏิบัติงานด้านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ภารกิจกรมฯ ขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ ภารกิจของกรมคุมประพุดิอย่างถ่องแท้ ขาดทักษะในการสื่อสารประชาสัมพันธ์ ความคล่องตัวในการใช้ เทคโนโลยีสมัยใหม่ รวมถึงขาดการพัฒนาทักษะในการประสานงานกับเครือข่ายด้านการข่าวและสื่อมวลชน แต่ในปัจจุบันความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศสามารถนำมาใช้เอื้ออำนวยต่อการพัฒนางาน ประชาสัมพันธ์ ทำให้มีช่องทางการสื่อสารที่หลากหลายทันต่อเหตุการณ์ อาทิ เว็บไซต์ มือถือ อีเมล เป็นต้น ดังนั้น การพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์ด้วยการเสริมสร้างความรู้และทักษะในการสื่อสาร เพื่อการประชาสัมพันธ์สำหรับบุคลากรกรมคุมประพุดิ และการพัฒนารูปแบบการผลิตสื่อและเสริมสร้าง ช่องทางการสื่อสารจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่จะช่วยให้การดำเนินงานด้านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ภารกิจ กรมคุมประพุดิบรรลุผล

ตารางที่ ๗ การใช้ประโยชน์จากจุดแข็งเพื่อหลีกเลี่ยงภัยคุกคาม (ยุทธศาสตร์/กลยุทธ์เชิงป้องกัน) -ST

จุดแข็ง (Strengths)	ภัยคุกคาม (Threats)
---------------------	---------------------



S๑: มีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการปฏิบัติงาน S๒: มีช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย	T๑: ช่องทางการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกรม กรมประมงส่วนใหญ่เป็นสื่อของรัฐ และเป็น การขอความอนุเคราะห์ประชาสัมพันธ์ T๒: งบประมาณในการดำเนินงานด้านการผลิต เผยแพร่สื่อมีจำกัด T๓: ราคาของช่องทางการสื่อสารมวลชนแพงมาก T๕: ความก้าวหน้าและเปลี่ยนแปลงของระบบ เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมีความ เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา
S๓: มีที่ตั้งสำนักงานและบุคลากรปฏิบัติงานในทุก ภูมิภาคของประเทศ S๔: มีเครือข่ายและอาสาสมัครกรมประมงทั่วประเทศ	T๔: ประชาชนและองค์กรภายนอกรับรู้บทบาท และหน้าที่ของกรมเพียงผิวเผิน ไม่เข้าใจ และ ไม่ให้ความสำคัญ
S๕: มีแผนปฏิบัติงานสอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์กรม และนโยบายอธิบดี	T๗: ประชาชนทั่วไปไม่เข้าใจบทบาทภารกิจของ กรมประมง และยังไม่ให้ความสำคัญต่องาน กรมประมง
S๖: มีบุคลากรเฉพาะด้านสื่อสารมวลชนและนิเทศ ศาสตร์	
S๗: บุคลากรมีประสบการณ์และทักษะในงาน ประชาสัมพันธ์และงานการสื่อสาร	
S๘: ผู้บริหารเห็นความสำคัญและให้การสนับสนุน	
S๙: มีวัฒนธรรมองค์กรที่เข้มแข็งบุคลากรมีความ รับผิดชอบต่อนหน้าที่สูง ซื่อสัตย์ และมีจิตบริการ	
<p>ยุทธศาสตร์: พัฒนาระบบการให้บริการข้อมูลข่าวสารแก่ผู้รับบริการ ให้รวดเร็วและถูกต้องครบถ้วน</p> <p>กลยุทธ์: ส่งเสริมและพัฒนากิจการด้านการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ให้มีประสิทธิภาพ</p> <p>ยุทธศาสตร์: พัฒนาระบบการบริหารจัดการข้อมูล ด้านการประชาสัมพันธ์</p> <p>กลยุทธ์: บริหารจัดการข้อมูลด้านการประชาสัมพันธ์</p>	

ผลจากการวิเคราะห์ตารางที่ ๗ การใช้ประโยชน์จากจุดแข็งเพื่อหลีกเลี่ยงภัยคุกคาม (ST)

กรมประมงมีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการปฏิบัติงานเพื่อเป็นช่องทางในการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ มีสำนักงาน บุคลากร เครือข่ายและอาสาสมัครกรมประมงปฏิบัติงานในทุกภูมิภาคของประเทศ โดยเฉพาะผู้บริหารเห็นความสำคัญและให้การสนับสนุน มีแผนปฏิบัติงานที่สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์กรมและนโยบายอธิบดี บุคลากรเฉพาะด้านสื่อสารมวลชนและนิเทศศาสตร์ที่มีประสบการณ์และทักษะในงานประชาสัมพันธ์และงานการสื่อสาร ประกอบกับความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศช่วยให้การทำงานสะดวกรวดเร็วเอื้ออำนวยต่อการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ ดังนั้น จึงควรมีการบริหารจัดการข้อมูลด้านการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้สามารถนำข้อมูลภารกิจของกรมประมงที่มีมาใช้ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์อย่างเป็นระบบและมีประสิทธิภาพ

ตารางที่ ๘ การลดจุดอ่อนเพื่อหลีกเลี่ยงภัยคุกคาม (ยุทธศาสตร์/กลยุทธ์เชิงรับ) - WT

จุดอ่อน (Weaknesses)	ภัยคุกคาม (Threats)
----------------------	---------------------



<p>W๑: บุคลากรขาดทักษะและความคล่องตัวในการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่เพื่อการประชาสัมพันธ์</p> <p>W๒: บุคลากรที่ปฏิบัติงานด้านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ภารกิจกรมฯ ในส่วนภูมิภาคมีใช้บุคลากรเฉพาะด้านสื่อสารมวลชนและนิเทศศาสตร์</p> <p>W๔: บุคลากรขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับภารกิจของกรมคุมประพฤติอย่างถ่องแท้ ประกอบกับสาระต่างๆ ที่เกี่ยวกับงานคุมประพฤติเป็นเรื่องทางกฎหมายที่เข้าใจยาก ทำให้การสื่อสารและการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ยาก</p> <p>W๖: ขาดการพัฒนาทักษะในการประสานงานกับเครือข่ายด้านการข่าวและสื่อมวลชน</p>	<p>T๑: ช่องทางการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกรมคุมประพฤติส่วนใหญ่เป็นสื่อของรัฐ และเป็นการขอความอนุเคราะห์ประชาสัมพันธ์</p> <p>T๒: งบประมาณในการดำเนินงานด้านการผลิตเผยแพร่สื่อมีจำกัด</p> <p>T๓: ราคาของช่องทางการสื่อสารมวลชนแพงมาก</p> <p>T๔: ประชาชนและองค์กรภายนอกรับรู้บทบาทและหน้าที่ของกรมเพียงผิวเผิน ไม่เข้าใจ และไม่ให้ความสำคัญ</p> <p>T๕: ความก้าวหน้าและเปลี่ยนแปลงของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมีความเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา</p> <p>T๖: ประชาชนทั่วไปไม่เข้าใจบทบาทภารกิจของกรมคุมประพฤติ และยังไม่ให้ความสำคัญต่องานคุมประพฤติ</p>
<p>W๓: ขาดการกำหนดทิศทาง การวางแผนด้านการประชาสัมพันธ์อย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง</p> <p>W๘: ขาดการประชาสัมพันธ์ในประเด็นสำคัญหรือเป็นที่น่าสนใจอย่างต่อเนื่อง</p>	
<p>W๕: ขาดเครื่องมือ อุปกรณ์และเทคโนโลยีสมัยใหม่ด้านการสื่อสาร ที่มีประสิทธิภาพ</p> <p>W๗: ขาดสื่อประชาสัมพันธ์ที่น่าสนใจ ไม่ดึงดูด ไม่เพียงพอ</p>	
<p>W๙: การประชาสัมพันธ์ยังไม่สามารถทำให้ประชาชนส่วนใหญ่เข้าใจ/เข้าถึงภารกิจหลักของกรมคุมประพฤติได้</p>	
<p>ยุทธศาสตร์: พัฒนารูปแบบการผลิตและเสริมสร้างช่องทางการสื่อสารให้ทันสมัย</p> <p>กลยุทธ์: ปรับปรุงรูปแบบการผลิตสื่อและเพิ่มช่องทางการสื่อสารให้ทันสมัย</p> <p>ยุทธศาสตร์: พัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์</p> <p>กลยุทธ์: พัฒนาศักยภาพผู้ปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ทั้งในส่วนกลางและภูมิภาค</p>	

ผลจากการวิเคราะห์ตารางที่ ๘ การลดจุดอ่อนเพื่อหลีกเลี่ยงภัยคุกคาม (WT)

จุดอ่อนของกรม คือ ยังไม่สามารถสื่อสารและผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ การประชาสัมพันธ์ยังไม่สามารถทำให้ประชาชนรับรู้ เข้าใจ เข้าถึงภารกิจหลักของกรมคุมประพฤติ จึงส่งผลให้ประชาชนทั่วไปไม่เข้าใจบทบาทภารกิจของกรมคุมประพฤติ และไม่ให้ความสำคัญต่องานคุมประพฤติ ตลอดจนความก้าวหน้าและเปลี่ยนแปลงของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ซึ่งมีความเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ประกอบกับช่องทางการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกรมคุมประพฤติส่วนใหญ่เป็นสื่อของรัฐ และเป็นการขอความอนุเคราะห์ประชาสัมพันธ์ จุดอ่อนอีกประการหนึ่งคือ บุคลากรที่ปฏิบัติงานด้านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ภารกิจของกรมทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค (สำนักงาน) ยังขาดทักษะความรู้ ความสามารถด้านการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ ตลอดจนขาดการกำหนดทิศทาง การวางแผนด้านการประชาสัมพันธ์อย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง ดังนั้น จึงควรพัฒนารูปแบบการผลิตและเสริมสร้างช่อง

ทางการสื่อสารให้ทันสมัย ด้วยการปรับปรุงรูปแบบการผลิตสื่อและเพิ่มช่องทางการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ โดยอาศัยเทคโนโลยีสมัยใหม่ และพัฒนาศักยภาพของบุคลากรผู้ปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ทั้งในส่วนกลางและภูมิภาคให้มีความรู้ ทักษะ ด้านการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ และควรมีการวางแผนด้านการประชาสัมพันธ์อย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง

ตารางที่ ๙ การจัดลำดับความสำคัญของยุทธศาสตร์ประชาสัมพันธ์กรมคุมประพฤติ

ยุทธศาสตร์	ความ ยากง่าย ๑-๕	การ ยอมรับ ๑-๕	งบ ประมาณ ๑-๕	ผล กระทบ ๑-๕	รวม	การ จัดลำดับ
พัฒนาระบบการบริหารจัดการข้อมูล ด้านการประชาสัมพันธ์	๔	๔	๓	๔	๑๕	๓
พัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์	๓	๓	๓	๒	๑๑	๕
พัฒนารูปแบบการผลิตสื่อและเสริมสร้างช่องทางการสื่อสาร	๕	๕	๓	๕	๑๘	๑
พัฒนาระบบการให้บริการข้อมูลข่าวสารแก่ผู้รับบริการ ให้รวดเร็วและถูกต้องครบถ้วน	๕	๔	๓	๕	๑๗	๒
ส่งเสริมและพัฒนาการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนด้านการสื่อสาร	๔	๔	๓	๓	๑๔	๔

สรุปผลการวิเคราะห์ห้องกรและจัดทำแผนยุทธศาสตร์

จากการวิเคราะห์ห้องกร (SWOT Analysis) ทำให้ได้ประเด็นยุทธศาสตร์จำนวน ๕ ยุทธศาสตร์ เพื่อเป็นกรอบแนวทางในการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ของกรมคุมประพฤติในระยะเวลา ๓ ปี (๒๕๕๖ - ๒๕๕๘) ดังนี้



วิสัยทัศน์ (Vision)

เป็นผู้นำด้านการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ภารกิจกรมคุมประพฤติในระดับอาเซียน ภายใต้การมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน

พันธกิจ

๑. ดำเนินงานด้านการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ภารกิจกรมคุมประพฤติให้เป็นที่รู้จักในระดับอาเซียน
๒. ประสานความร่วมมือและบูรณาการด้านการสื่อสารและประชาสัมพันธ์กับทุกภาคส่วน

ยุทธศาสตร์ที่ ๑ พัฒนารูปแบบการผลิตสื่อและเสริมสร้างช่องทางการสื่อสาร

กลยุทธ์ ปรับปรุงรูปแบบการผลิตสื่อและเพิ่มช่องทางการสื่อสารให้ทันสมัย

ยุทธศาสตร์ที่ ๒ พัฒนาระบบการให้บริการข้อมูลข่าวสารแก่ผู้รับบริการ ให้รวดเร็วและถูกต้องครบถ้วน

กลยุทธ์ ส่งเสริมและพัฒนาการจัดการด้านข้อมูลข่าวสารและการประชาสัมพันธ์ให้มีประสิทธิภาพ

ยุทธศาสตร์ที่ ๓ พัฒนาระบบการบริหารจัดการข้อมูล ด้านการประชาสัมพันธ์

กลยุทธ์ บริหารจัดการข้อมูลด้านการประชาสัมพันธ์

ยุทธศาสตร์ที่ ๔ ส่งเสริมและพัฒนาการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนด้านการสื่อสาร

กลยุทธ์ ส่งเสริมการมีส่วนร่วมระหว่างกรมคุมประพฤติกับองค์กรและภาคีเครือข่ายด้านการสื่อสาร

ยุทธศาสตร์ที่ ๕ พัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์

กลยุทธ์ ๑. เสริมสร้างความรู้และทักษะในการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์สำหรับบุคลากรกรมคุมประพฤติ

๒. พัฒนาศักยภาพผู้ปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ ทั้งในส่วนกลางและภูมิภาค

โดยมีโครงการทั้งสิ้นรวม ๑๗ โครงการ ซึ่งได้จัดทำเป็นแผนยุทธศาสตร์ระยะยาว ๓ ปี (งบประมาณ ๒๕๕๖ - ๒๕๕๘) ดังรายละเอียดในตารางที่ ๑๐



วิสัยทัศน์ (Vision): เป็นผู้นำด้านการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์กิจกรรมคุณภาพชีวิตในระดับอาเซียน ภายใต้การมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน

พันธกิจ

- ดำเนินงานด้านการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์กิจกรรมคุณภาพชีวิตให้เป็นที่รู้จักในระดับอาเซียน
- ประสานความร่วมมือและบูรณาการด้านการสื่อสารและประชาสัมพันธ์กับทุกภาคส่วน

ยุทธศาสตร์ที่ ๑

พัฒนารูปแบบการผลิตสื่อและเสริมสร้างช่องทางการสื่อสาร

ยุทธศาสตร์ที่ ๒

พัฒนาระบบการให้บริการข้อมูลข่าวสารแก่ผู้รับบริการ ให้รวดเร็วและถูกต้องครบถ้วน

ยุทธศาสตร์ที่ ๓

พัฒนาระบบการบริหารจัดการข้อมูล ด้านการประชาสัมพันธ์

ยุทธศาสตร์ที่ ๔

ส่งเสริมและพัฒนาการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนด้านการสื่อสาร

ยุทธศาสตร์ที่ ๕

พัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์

เป้าประสงค์

กรมคุณภาพชีวิตมีรูปแบบสื่อและช่องทางที่ทันสมัย สามารถประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารได้อย่าง รวดเร็ว และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย

เป้าประสงค์

มีระบบข้อมูลข่าวสารและสามารถให้บริการที่รวดเร็ว

เป้าประสงค์

กรมคุณภาพชีวิตมีระบบจัดการข้อมูลการประชาสัมพันธ์ที่ตอบสนองต่อความต้องการใช้ของบุคลากรทุกระดับ

เป้าประสงค์

กรมคุณภาพชีวิตมีเครือข่ายการสื่อสารที่สามารถถ่ายทอดภารกิจของกรมคุณภาพชีวิตสู่กลุ่มเป้าหมายได้อย่างครอบคลุม

เป้าประสงค์

เพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจทัศนคติที่ดี และทักษะในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์แก่บุคลากรกรมคุณภาพชีวิต

ตัวชี้วัด

- จำนวนช่องทางการสื่อสารไม่น้อยกว่า ๓ ช่องทางที่ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายที่สำคัญ
- จำนวนกิจกรรมที่นำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในกระบวนการประชาสัมพันธ์ไม่น้อยกว่า ๒ ครั้ง
- จำนวนรูปแบบและเนื้อหาของสื่อที่ได้รับการปรับปรุงให้ทันสมัยไม่น้อยกว่า ๒ รูปแบบ

ตัวชี้วัด

- ร้อยละของข้อมูลให้บริการทันเวลา
- ร้อยละของข้อมูลเข้าสู่การประชาสัมพันธ์ มีความถูกต้องครบถ้วนตามกระบวนการผลิตสื่อ

ตัวชี้วัด

- ระดับความสำเร็จของการจัดทำฐานข้อมูลการประชาสัมพันธ์
- ร้อยละของความพึงพอใจของบุคลากรที่ใช้บริการฐานข้อมูลด้านประชาสัมพันธ์

ตัวชี้วัด

- ร้อยละของเครือข่ายต้องมีความรู้ความเข้าใจในภารกิจของกรมได้อย่างครอบคลุม
- ร้อยละของเครือข่ายที่สามารถถ่ายทอดภารกิจของกรมได้อย่างครอบคลุม

ตัวชี้วัด

- ร้อยละของบุคลากรที่ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์มีความรู้ ทักษะในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์อย่างครอบคลุม
- ร้อยละของบุคลากรในหน่วยงานที่เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรม

กลยุทธ์

ปรับปรุงรูปแบบการผลิตสื่อและเพิ่มช่องทางการสื่อสารให้ทันสมัย

กลยุทธ์

ส่งเสริมและพัฒนาการจัดการด้านข้อมูลข่าวสารและการประชาสัมพันธ์ให้มีประสิทธิภาพ

กลยุทธ์

บริหารจัดการข้อมูลด้านการประชาสัมพันธ์

กลยุทธ์

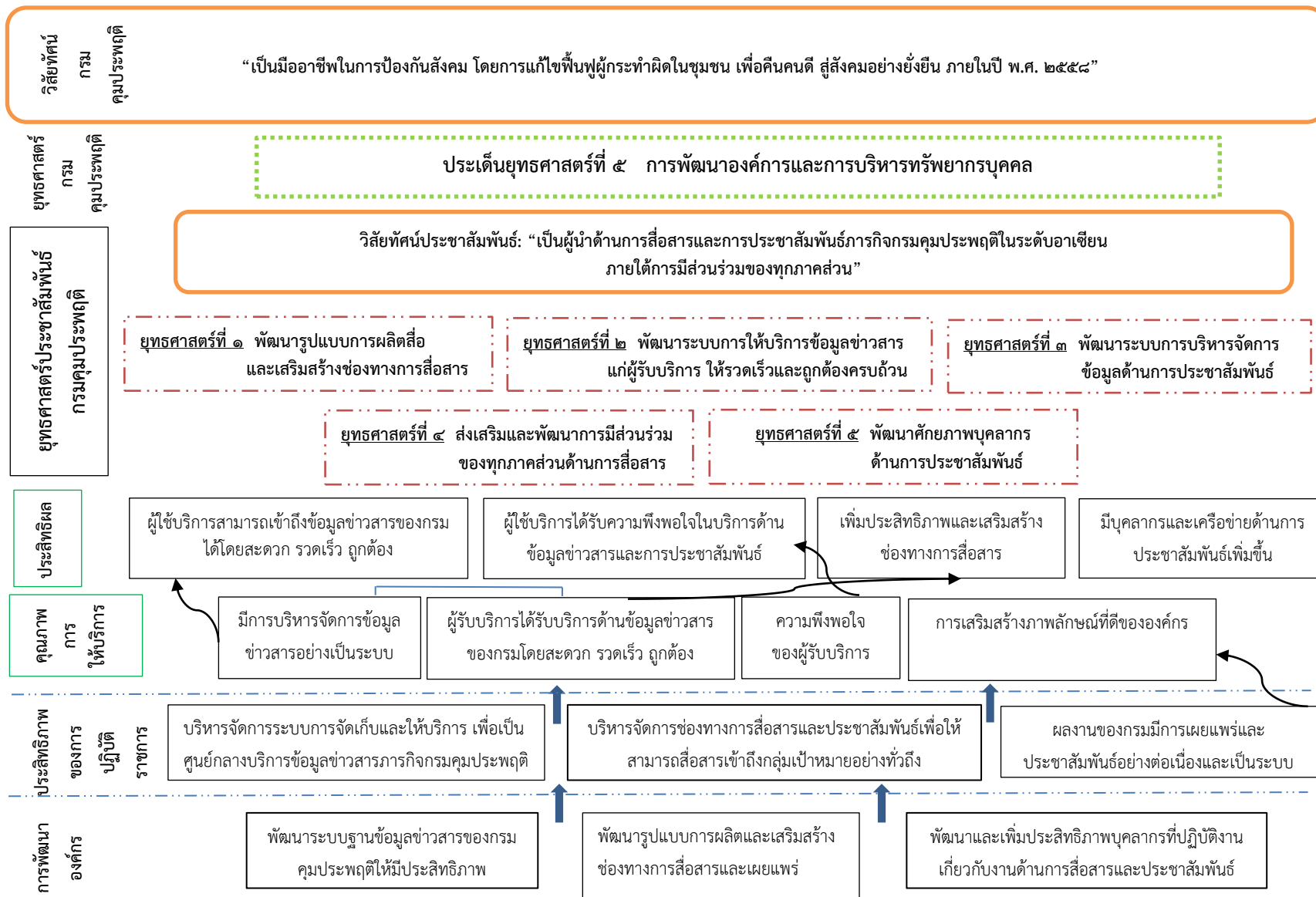
ส่งเสริมการมีส่วนร่วมระหว่างกรมคุณภาพชีวิตกับองค์กรและภาคีเครือข่ายด้านการสื่อสาร

กลยุทธ์

- เสริมสร้างความรู้และทักษะในการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์สำหรับบุคลากร กรมคุณภาพชีวิต
- พัฒนาศักยภาพผู้ปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ ทั้งในส่วนกลางและภูมิภาค



ผังความเชื่อมโยงยุทธศาสตร์ประชาสัมพันธ์ กรมคุมประพฤติ



ตารางที่ ๑๐ แผนยุทธศาสตร์ประชาสัมพันธ์กรมคุมประพฤติ ๓ ปี (๒๕๕๖ - ๒๕๕๘)

ประเด็นยุทธศาสตร์	เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย	ข้อมูลปีฐาน	ปีงบประมาณ			กลยุทธ์	แผนงาน/โครงการ	ปีงบประมาณ			ผู้รับผิดชอบ
					๕๖	๕๗	๕๘			๕๖	๕๗	๕๘	
๑. พัฒนารูปแบบการผลิตสื่อและเสริมสร้างช่องทางการสื่อสาร	กรมคุมประพฤติมีรูปแบบสื่อและช่องทางที่ทันสมัยสามารถประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารได้อย่าง รวดเร็ว และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย	๑. จำนวนช่องทางการสื่อสารไม่น้อยกว่า ๓ ช่องทางที่ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายที่สำคัญ	จำนวน ๓ ช่องทาง	n/a		๓	๔	ปรับปรุงรูปแบบการผลิตสื่อและเพิ่มช่องทางการสื่อสารให้ทันสมัย	๑. โครงการพัฒนาศักยภาพช่องทางการสื่อสารและประชาสัมพันธ์		✓	✓	สำนักงานเลขาธิการกรม
		๒. จำนวนกิจกรรมที่นำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการระดมการประชาสัมพันธ์ไม่น้อยกว่า ๒ ครั้ง	จำนวน ๒ กิจกรรม		๒	๓	๒. โครงการเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์กรมคุมประพฤติผ่านช่องทางสื่อต่าง ๆ		✓	✓	✓		
		๓. จำนวนรูปแบบและเนื้อหาของสื่อที่ได้รับการปรับปรุงให้ทันสมัยไม่น้อยกว่า ๒ รูปแบบ	จำนวน ๒ รูปแบบ		๒	๓	๓. โครงการเผยแพร่ภารกิจกรมคุมประพฤติ		✓	✓	✓		
							๔. ติดตามและประเมินผล		✓	✓	✓		
๒. พัฒนาระบบการให้บริการข้อมูลข่าวสารแก่ผู้รับบริการให้รวดเร็วและถูกต้องครบถ้วน	มีระบบข้อมูลข่าวสารและสามารถให้บริการที่รวดเร็ว	๑. ร้อยละของข้อมูลให้บริการทันเวลา	ร้อยละ ๖๐			๖๐	๗๐	ส่งเสริมและพัฒนาการจัดการด้านข้อมูลข่าวสารและการประชาสัมพันธ์ให้มีประสิทธิภาพ	๑. โครงการจัดตั้งศูนย์ข้อมูลกลางเพื่อบริการข้อมูลข่าวสารและการประชาสัมพันธ์ภารกิจกรมคุมประพฤติ		✓	✓	สำนักงานเลขาธิการกรม
		๒. ร้อยละของข้อมูลที่เข้าสู่การประชาสัมพันธ์มีความถูกต้อง	ร้อยละ ๑๐๐						๒. โครงการพัฒนาระบบการประชาสัมพันธ์	✓			



ประเด็นยุทธศาสตร์	เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย	ข้อมูลพื้นฐาน	ปีงบประมาณ			กลยุทธ์	แผนงาน/โครงการ	ปีงบประมาณ			ผู้รับผิดชอบ
					๕๖	๕๗	๕๘			๕๖	๕๗	๕๘	
		ครบถ้วนตามกระบวนการผลิตสื่อ							เพื่อสร้างความโปร่งใสในกระบวนการตรวจพิสูจน์				
๓. พัฒนาระบบการบริหารจัดการข้อมูลด้านการประชาสัมพันธ์	กรมคุมประพฤติมีระบบจัดการข้อมูลการประชาสัมพันธ์ที่ตอบสนองต่อความต้องการการใช้ของบุคลากรทุกระดับ	๑. ระดับความสำเร็จของการจัดทำฐานข้อมูลการประชาสัมพันธ์	ร้อยละ ๖๐		๖๐	๗๐	บริหารจัดการข้อมูลด้านการประชาสัมพันธ์	๑. โครงการจัดทำฐานข้อมูลข่าวสารที่สำคัญเกี่ยวกับกรมคุมประพฤติ		✓	✓	สำนักงานเลขาธิการกรม	
		๒. ร้อยละของความพึงพอใจของบุคลากรที่ใช้บริการฐานข้อมูลด้านประชาสัมพันธ์	ร้อยละ ๖๐		๖๐	๗๐		๒. โครงการจัดทำคู่มือการปฏิบัติงาน (Work Manual) กระบวนการในการผลิตและเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ของกรมคุมประพฤติ		✓			
								๓. โครงการเฝ้าระวังสถานการณ์ด้านข่าวและประชาสัมพันธ์ที่มีผลกระทบต่อกรมคุมประพฤติ		✓	✓		
๔. ส่งเสริมและพัฒนาการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนด้านการสื่อสาร	กรมคุมประพฤติมีเครือข่ายการสื่อสารที่สามารถถ่ายทอดภารกิจของกรมคุมประพฤติสู่กลุ่มเป้าหมายได้อย่างครอบคลุม	๑. ร้อยละของเครือข่ายต้องมีความรู้ความเข้าใจในภารกิจของกรมได้อย่างครอบคลุม	ร้อยละ ๗๐		๗๐	๘๐	ส่งเสริมการมีส่วนร่วมระหว่างกรมคุมประพฤติกับองค์กรและภาคีเครือข่ายด้านการสื่อสาร	๑. โครงการจัดเวทีสัมมนาพัฒนาเครือข่ายให้มีความรู้ในภารกิจกรมและด้านการประชาสัมพันธ์			✓	สำนักงานเลขาธิการกรม	
		๒. ร้อยละของเครือข่ายที่สามารถถ่ายทอดภารกิจของกรมได้	ร้อยละ ๖๐		๖๐	๗๐		๒. โครงการสื่อมวลชนสัมพันธ์		✓	✓		
								๓. โครงการส่งเสริมเครือข่ายดีเด่นด้านการประชาสัมพันธ์			✓		



ประเด็นยุทธศาสตร์	เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย	ข้อมูลปีฐาน	ปีงบประมาณ			กลยุทธ์	แผนงาน/โครงการ	ปีงบประมาณ			ผู้รับผิดชอบ
					๕๖	๕๗	๕๘			๕๖	๕๗	๕๘	
		อย่างครอบคลุม							ข่าวสารกรมคุมประพฤติ				
๕. พัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์	เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจ ทศนคติที่ดี และทักษะในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์แก่บุคลากรกรมคุมประพฤติ	๑. ร้อยละของบุคลากรที่ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์มีความรู้ ทักษะในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์อย่างครอบคลุม ๒. ร้อยละของบุคลากรในหน่วยงานที่เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมประชาสัมพันธ์	ร้อยละ ๖๐			๖๐	๗๐	๑. เสริมสร้างความรู้และทักษะในการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์สำหรับบุคลากรกรมคุมประพฤติ ๒. พัฒนาศักยภาพผู้ปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ ทั้งในส่วนกลางและภูมิภาค	๑. โครงการอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อให้ความรู้ความเข้าใจทศนคติที่ดี และทักษะการประชาสัมพันธ์แบบมืออาชีพแก่บุคลากรที่มีหน้าที่ด้านประชาสัมพันธ์โดยตรง		✓	✓	
									๒. โครงการศึกษาดูงานหน่วยงานด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์		✓		
									๓. ติดตามและประเมินผลการพัฒนาบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์		✓		
									๔. โครงการจัดประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อระดมความคิดและสร้างความร่วมมือในการประชาสัมพันธ์ระหว่างบุคลากรของกรมคุมประพฤติที่เกี่ยวข้องกับงานประชาสัมพันธ์			✓	
									๕. โครงการอบรม “นักประชาสัมพันธ์มืออาชีพ”		✓	✓	

