



คู่มือการปฏิบัติงานประชาชนสัมพันธ์ (Work Manual)

สำนักงานเลขานุการกรม กลุ่มประชาสัมพันธ์
กรมการขนส่งทางราง

คำนำ

การประชาสัมพันธ์เป็นภารกิจสำคัญในการสร้างความเข้าใจที่ถูกต้อง และเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของหน่วยงานต่อสาธารณชน กรมการขนส่งทางรางในฐานะหน่วยงานหลักที่มีภารกิจในการกำกับ ดูแล และพัฒนาระบบการขนส่งทางรางของประเทศ ให้มีความปลอดภัย มีประสิทธิภาพ และยั่งยืน จึงให้ความสำคัญต่อการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง ครบถ้วน เข้าใจง่าย ทันสมัย และทันต่อเหตุการณ์ สามารถสื่อสารเข้าถึงประชาชนได้อย่างทั่วถึงและรวดเร็ว

คู่มือการปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ฉบับนี้ จัดทำขึ้นเพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินงานของเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ของกรมการขนส่งทางราง ให้มีมาตรฐานและแนวทางเดียวกัน ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสารหน่วยงาน การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร การจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ และการบริหารจัดการสื่อในทุกรูปแบบ รวมถึงเป็นแหล่งอ้างอิงในการปฏิบัติงานที่ถูกต้อง โปร่งใส และสอดคล้องกับนโยบายของกรมการขนส่งทางราง

กรมการขนส่งทางรางหวังเป็นอย่างยิ่งว่าคู่มือฉบับนี้จะเป็นประโยชน์แก่เจ้าหน้าที่และผู้ที่เกี่ยวข้องในการปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ อันจะส่งผลให้การสื่อสารของกรมการขนส่งทางรางมีเอกภาพและเกิดประสิทธิผลสูงสุดในการสร้างความเชื่อมั่นและความร่วมมือจากทุกภาคส่วน เพื่อขับเคลื่อนระบบการขนส่งทางรางของประเทศให้ก้าวหน้าอย่างยั่งยืน

สำนักงานเลขาธิการกรม กลุ่มประชาสัมพันธ์
กรมการขนส่งทางราง

สารบัญ

	หน้า
ส่วนที่ ๑ บทนำ	๔
๑. ความเป็นมาและความสำคัญ	๔
๒. วัตถุประสงค์	๔
๓. ขอบเขตการดำเนินงาน	๕
๔. คำจำกัดความ	๕
๕. บทบาทและหน้าที่ความรับผิดชอบ	๘
๖. ข้อกำหนดที่สำคัญและตัวชี้วัดดำเนินการงานประชาสัมพันธ์	๑๐
๗. ข้อกำหนดการให้บริการสื่อประชาสัมพันธ์	๑๑
๘. ช่องทางการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์	๑๓
๙. การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์	๑๔
๑๐. การประเมินผลการประชาสัมพันธ์	๑๕
ส่วนที่ ๒ ผังกระบวนการทำงาน (Flow Chart) กลุ่มประชาสัมพันธ์	๑๗
๑. ผังกระบวนการปฏิบัติงาน (Flow Chart)	๑๖
๑.๑ กระบวนการจัดทำแผนประชาสัมพันธ์ประจำปี	๑๗
๑.๒ กระบวนการผลิตข่าวตามภารกิจ	๑๙
๑.๓ กระบวนการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ตามแผนประชาสัมพันธ์ประจำปี	๒๐
๑.๔ กระบวนการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร	๒๑
๑.๕ กระบวนการติดตามผลการดำเนินงาน	๒๒
๑.๖ กระบวนการให้บริการข้อมูล	๒๓
๑.๗ ดำเนินโครงการ กิจกรรม หรืองานตามภารกิจ เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ให้กับกรมการขนส่งทางราง	๒๔
๑.๘ กระบวนการการสื่อสารและจัดการข่าวสารเพื่อป้องกันความเข้าใจผิด และข่าวสารที่คลาดเคลื่อนจากความเป็นจริง (Fake News)	๒๕
๒. ตารางขั้นตอนภาพรวมในการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์	๒๖

ส่วนที่ ๑ บทนำ

๑. ความเป็นมาและความสำคัญ

การประชาสัมพันธ์ถือเป็นหัวใจสำคัญในการขับเคลื่อนหน่วยงานให้ดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและบรรลุเป้าหมายตามพันธกิจที่กำหนดไว้ กรมการขนส่งทางรางตระหนักถึงบทบาทของการประชาสัมพันธ์ในฐานะเครื่องมือสำคัญที่ช่วยสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างหน่วยงานกับประชาชน รวมทั้งหน่วยงานภายในและภายนอก เพื่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่น่าเชื่อถือ โปร่งใส และสะท้อนถึงความมุ่งมั่นในการพัฒนาระบบการขนส่งทางรางของประเทศ การดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์มิได้เป็นเพียงการเผยแพร่ข่าวสารหรือประชาสัมพันธ์กิจกรรมเท่านั้น แต่ยังเป็นกระบวนการที่เชื่อมโยงทุกส่วนของหน่วยงานเข้าด้วยกันอย่างมีระบบ ช่วยให้บุคลากรในหน่วยงานได้เรียนรู้ เข้าใจจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของการทำงาน อีกทั้งยังเป็นเครื่องมือในการสนับสนุนการตัดสินใจและขับเคลื่อนนโยบายสู่การปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม

ด้วยเหตุนี้ การจัดทำ “คู่มือการปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ กรมการขนส่งทางราง” จึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง คู่มือฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์ให้เป็นไปอย่างถูกต้องตามหลักวิชาชีพ มีขั้นตอนที่ชัดเจน และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานจริงได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งยังเป็นแหล่งองค์ความรู้สำหรับบุคลากรในสายงานประชาสัมพันธ์และผู้ปฏิบัติงานทั่วไป เพื่อสร้างความเข้าใจร่วมกันในการสื่อสารของหน่วยงาน

นอกจากนี้ คู่มือฉบับนี้ยังมีบทบาทในการเสริมสร้างมาตรฐานการทำงานของหน่วยงาน ให้เกิดความเป็นเอกภาพในการสื่อสาร ทั้งภายในและภายนอกหน่วยงาน เป็นแนวทางในการวางแผนประชาสัมพันธ์ การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร และการบริหารช่องทางสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้การประชาสัมพันธ์ของกรมการขนส่งทางรางสามารถตอบสนองต่อความต้องการของสังคมและสนับสนุนนโยบายภาครัฐได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน

๒. วัตถุประสงค์

๒.๑ เพื่อกำหนดมาตรฐานและแนวทางการปฏิบัติงานที่ชัดเจนให้กลุ่มประชาสัมพันธ์มีคู่มือแสดงขั้นตอนการดำเนินงานอย่างเป็นระบบและมีมาตรฐานเดียวกัน เพื่อให้การปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพและได้ผลงานตามเป้าหมาย

๒.๒ เพื่อใช้เป็นแนวทางและหลักฐานในการถ่ายทอดความรู้เป็นเอกสารอ้างอิงสำหรับผู้ปฏิบัติงานใหม่ ใช้เรียนรู้ขั้นตอนการทำงานอย่างมืออาชีพ ลดเวลาและค่าใช้จ่ายในการเรียนรู้

๒.๓ เพื่อให้การดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์มีประสิทธิภาพและเป็นมาตรฐานเดียวกัน และกำหนดแนวทางให้เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานได้ถูกต้อง รวดเร็ว และครบถ้วนตามมาตรฐาน พร้อมเข้าใจบทบาทและความรับผิดชอบของตนในภาพรวม

๒.๔ เพื่อส่งเสริมความเข้าใจแก่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องใช้เผยแพร่ให้บุคคลภายนอกหรือผู้ใช้บริการเข้าใจ ขั้นตอนการดำเนินงาน และสามารถใช้ประโยชน์ได้ตรงตามความต้องการ

๓. ขอบเขตการดำเนินงาน

คู่มือการปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ฉบับนี้ จัดทำขึ้นเพื่อใช้เป็นแนวทางสำหรับบุคลากรในสำนัก/กอง/ศูนย์/หน่วยงานภายใต้กรมการขนส่งทางราง ที่เกี่ยวข้องกับการกิจด้านการสื่อสาร การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ การสร้างภาพลักษณ์หน่วยงาน และการบริหารช่องทางสื่อสารทุกรูปแบบ

คู่มือนี้ครอบคลุมแนวทางการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในทุกมิติ ทั้งการวางแผนงาน การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ การประสานงานกับหน่วยงานภายในและภายนอก การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านช่องทางต่าง ๆ ตลอดจนการติดตามและประเมินผล เพื่อให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของกรมการขนส่งทางรางเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และตอบสนองต่อความต้องการของประชาชนอย่างแท้จริง

๔. คำจำกัดความ

๔.๑ การประชาสัมพันธ์ (Public Relations) กระบวนการสื่อสารอย่างมีวัตถุประสงค์ เพื่อสร้างความเข้าใจอันดี ความเชื่อถือ ความศรัทธา และความร่วมมือระหว่างหน่วยงานกับประชาชน หรือกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้อง โดยใช้สื่อและวิธีการต่าง ๆ อย่างมีแผนและต่อเนื่อง เพื่อให้ประชาชนเกิดความรู้ ความเข้าใจ และการยอมรับในการกิจหรือนโยบายของหน่วยงานนั้น ๆ

การประชาสัมพันธ์ เป็นงานระดับนโยบายที่หน่วยงาน สถาบันทุกประเภทต่างดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ไปใช้กับหน่วยงานหรือสถาบันของตนอย่างกว้างขวางแพร่หลาย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีระหว่างหน่วยงานของตนกับประชาชนเพื่อป้องกันการเข้าใจผิด ตลอดจนการลดสาเหตุแห่งความขัดแย้งต่างๆ รวมทั้งการใช้การประชาสัมพันธ์ เพื่อสนับสนุนนโยบายและการดำเนินงานของหน่วยงาน สถาบัน เสริมสร้างและรักษาชื่อเสียง ความนิยม ความเชื่อศรัทธา และความร่วมมือสนับสนุนจากประชาชนที่พึงมีต่อหน่วยงานของตน

๔.๒ การวางแผนประชาสัมพันธ์ (The Public Relations Plan) กระบวนการกำหนดแนวทางและขั้นตอนในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์อย่างเป็นระบบ เพื่อให้การดำเนินงานบรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ โดยใช้ข้อมูล ข้อเท็จจริง และการวิเคราะห์สถานการณ์มาเป็นพื้นฐานในการตัดสินใจวางกลยุทธ์ วิธีการ และสื่อประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสม ตลอดจนการประเมินผลเพื่อนำมาปรับปรุงการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

๔.๓ การผลิตข่าวประชาสัมพันธ์ หมายถึง การจัดทำข่าวประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการดำเนินงานตามบทบาท ภารกิจ นโยบาย ยุทธศาสตร์หรือโครงการสำคัญของกรมการขนส่งทางราง ซึ่งข้อมูลในการจัดทำข่าวอาจได้มาจากเอกสาร โครงการ กิจกรรม การประชุม สัมมนา การแถลงข่าว และสื่อมวลชน โดยมีแหล่งข่าวเป็นบุคลากรเจ้าหน้าที่ ผู้บริหาร หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของกรมการขนส่งทางราง

๔.๔ การเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ หมายถึง การนำข่าวประชาสัมพันธ์ที่ผลิตขึ้น เผยแพร่สู่สาธารณชนโดยตรงผ่านทางเว็บไซต์กรรมการขนส่งทางราง ช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ ของกรรมการขนส่งทางราง หรือสื่อมวลชน นำเสนอผ่านช่องทางต่างๆ อาทิ วิทยุ หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ เอกสาร วารสาร และผ่านทางเครือข่ายประชาสัมพันธ์ต่างๆ ทั้งที่เป็นหน่วยงานภาครัฐ และเอกชน

๔.๕ สื่อประชาสัมพันธ์ หมายถึง เครื่องมือ หรือช่องทางที่ใช้ในการเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสาร หรือสารสนเทศจากหน่วยงาน องค์กร หรือบุคคล ไปยังประชาชนหรือกลุ่มเป้าหมาย เพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้อง เสริมสร้างภาพลักษณ์ และกระตุ้นให้เกิดการรับรู้หรือพฤติกรรมตามวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์

๔.๖ การประชาสัมพันธ์ภายใน (Internal Public Relations) การประชาสัมพันธ์ภายใน หมายถึง การดำเนินกิจกรรมเพื่อสร้างความเข้าใจอันถูกต้อง และเสริมสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างบุคลากรภายในหน่วยงาน อาทิ ผู้บริหาร ข้าราชการ และพนักงานราชการ เพื่อให้เกิดความรัก ความสามัคคี ความกลมเกลียว และความผูกพันระหว่างเพื่อนร่วมงาน อันจะนำไปสู่การเสริมสร้างขวัญกำลังใจ และความจงรักภักดี (Loyalty) ต่อหน่วยงาน การประชาสัมพันธ์ภายในถือเป็นภารกิจที่มีความสำคัญอย่างยิ่ง เนื่องจากการประชาสัมพันธ์ภายนอกของหน่วยงานจะไม่อาจบรรลุผลสำเร็จได้ หากการประชาสัมพันธ์ภายในยังขาดประสิทธิภาพ ความสัมพันธ์อันดีและความเข้าใจร่วมกันของบุคลากรภายในหน่วยงานจะส่งผลโดยตรงต่อภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือของหน่วยงานในสายตาภายนอก อีกทั้งเอื้ออำนวยให้การดำเนินงานและการให้บริการเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ รวดเร็ว และสอดคล้องกับนโยบายของหน่วยงาน

นอกจากนี้ การที่บุคลากรทุกระดับมีความเข้าใจในนโยบาย เป้าหมาย และแนวทางการดำเนินงานของหน่วยงานอย่างถูกต้องและทั่วถึง จะช่วยเสริมสร้างพลังสนับสนุนการประชาสัมพันธ์ภายนอกให้เกิดประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น และเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาหน่วยงานให้เติบโตอย่างยั่งยืน ทั้งนี้ สื่อและเครื่องมือที่ใช้ในการดำเนินการประชาสัมพันธ์ภายใน อาจอยู่ในรูปแบบของการสื่อสารโดยตรง เช่น การประชุม การพบปะพูดคุยแบบเผชิญหน้า (Face to Face) หรือในรูปแบบของสิ่งพิมพ์ภายในหน่วยงาน (House Journal) ได้แก่ หนังสือเวียน จดหมายข่าว วารสารภายใน หรือสื่ออิเล็กทรอนิกส์ภายในหน่วยงาน ทั้งนี้ เพื่อใช้เป็นช่องทางในการเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสาร และเสริมสร้างความเข้าใจระหว่างบุคลากรให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน

๔.๗ การประชาสัมพันธ์ภายนอก (External Public Relations) กระบวนการสร้างความเข้าใจ ความเชื่อมั่น และความสัมพันธ์อันดีกับประชาชนหรือกลุ่มเป้าหมายภายนอกหน่วยงาน โดยมีมุ่งเน้นให้เกิดทัศนคติที่ดี ความร่วมมือ และความไว้วางใจต่อหน่วยงาน ซึ่งกลุ่มเป้าหมายภายนอกดังกล่าว ได้แก่ หน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับระบบขนส่งทางราง ผู้ประกอบการและผู้ให้บริการด้านการขนส่งทางราง สื่อมวลชน ตลอดจนประชาชนทั่วไปที่ได้รับประโยชน์หรือผลกระทบจากการดำเนินงานของหน่วยงาน

การประชาสัมพันธ์ภายนอกมีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสาร นโยบาย วิสัยทัศน์ ภารกิจ และผลงานของหน่วยงานให้เป็นที่รับรู้ของสาธารณชนอย่างถูกต้อง ชัดเจน และทั่วถึง อันจะส่งผลให้เกิดความเข้าใจที่ดี และความร่วมมือจากประชาชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อีกทั้งยังช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดี (Positive Image) และความน่าเชื่อถือ (Credibility) ของหน่วยงาน

ทั้งนี้ การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ภายนอกมักเกี่ยวข้องกับประชาชนในวงกว้างหรือกลุ่มขนาดใหญ่ จึงจำเป็นต้องอาศัยสื่อและเครื่องมือการสื่อสารที่หลากหลายและมีประสิทธิภาพ เพื่อให้การเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปอย่างกว้างขวางและรวดเร็ว ตัวอย่างเช่น

๑) สื่อมวลชน (Mass Media) ได้แก่ หนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ ภาพยนตร์ และวารสาร

๒) สื่อดิจิทัล (Digital Media) เช่น เว็บไซต์ของหน่วยงาน สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) เช่น Facebook, X (Twitter), YouTube, Tiktok และแอปพลิเคชันอื่น ๆ ที่ใช้เผยแพร่ข้อมูลและสร้างปฏิสัมพันธ์กับประชาชนแบบเรียลไทม์

๓) สื่อประชาสัมพันธ์เฉพาะกิจ (Special Event Media) เช่น การจัดนิทรรศการ การประชุมสัมมนา การจัดกิจกรรมเพื่อสังคม (CSR)

การประชาสัมพันธ์ภายนอกที่มีประสิทธิภาพจะช่วยให้สาธารณชนมีความรู้ ความเข้าใจ และมองเห็นถึงบทบาท หน้าที่ และประโยชน์ของหน่วยงานอย่างชัดเจน ซึ่งจะนำไปสู่การยอมรับและการมีส่วนร่วมในการสนับสนุนการดำเนินงานของหน่วยงานในระยะยาว ดังนั้น การวางแผนประชาสัมพันธ์ภายนอกที่รอบคอบ ครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมาย และใช้สื่ออย่างเหมาะสม จะเป็นเครื่องมือสำคัญในการเสริมสร้างความร่วมมือจากภาคส่วนต่าง ๆ ตลอดจนสร้างภาพลักษณ์หน่วยงานให้มีความมั่นคงและยั่งยืนในสายตาสาธารณชน

๔.๘ ภาพลักษณ์ (Image) หมายถึง ภาพของหน่วยงาน สถาบัน หรือหน่วยงานในความรู้สึกของประชาชนที่เกี่ยวข้อง ซึ่งเป็นผลมาจากพฤติกรรมต่างๆ ของหน่วยงานที่ประชาชนได้รับรู้ โดยการเกิดภาพลักษณ์ต้องใช้ระยะเวลาที่ยาวนาน ในการจัดทำแผนประชาสัมพันธ์ นักประชาสัมพันธ์ควรศึกษาถึง ลักษณะของภาพลักษณ์การเกิดภาพลักษณ์ และประเภทของภาพลักษณ์ ให้เข้าใจอย่างถ่องแท้ สามารถ กำหนดรายละเอียดต่างๆ ในแผนประชาสัมพันธ์ได้อย่างถูกต้อง

๔.๙ สื่อออนไลน์ หมายถึง เครื่องมือหรือแพลตฟอร์มออนไลน์ ใช้สำหรับสื่อสารกับชุมชนหรือกลุ่มเป้าหมายที่มีอยู่ รวมถึงแบ่งปันเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับภารกิจหน่วยงาน กิจกรรม ผลงาน และข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับหน่วยงานหรือหน่วยงาน

๔.๑๐ ข่าวปลอม (Fake News) หมายถึง ข้อมูล ข่าวสาร หรือเนื้อหาที่ถูกสร้าง ประดิษฐ์ หรือเผยแพร่ ออกไปโดยเจตนาให้เกิดความเข้าใจผิด วิตกกังวล หรือหลงเชื่อในสิ่งที่ไม่เป็นความจริง โดยมีก้ำกึ่งอ้างอิงเหตุการณ์ บุคคล หรือแหล่งข่าวเท็จ เพื่อหวังผลทางการเมือง เศรษฐกิจ หรือสังคม

๕. บทบาทและหน้าที่ความรับผิดชอบ

๕.๑ บทบาทและลักษณะงานที่ปฏิบัติ

ปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์โดยวางแผนและดำเนินกิจกรรมทั้งในและต่างประเทศ ประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สืบหาความคิดเห็นและรวบรวมข้อมูลเพื่อใช้ในการวิเคราะห์ วางแผน และเผยแพร่ข่าวสารตามนโยบายของหน่วยงาน จัดทำและผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ที่ทันสมัย สร้างและรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับสื่อมวลชนและหน่วยงานต่าง ๆ เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์และสื่อแขนงต่าง ๆ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของหน่วยงาน รวมถึงชี้แจงข้อมูลให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้าใจตรงกัน ประสานความร่วมมือภายในและภายนอก และสนับสนุนภารกิจอื่น ๆ เพื่อให้การดำเนินงานบรรลุตามเป้าหมายของหน่วยงานอย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีทั้งหมด ๗ กิจกรรม ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

งานประชาสัมพันธ์	รายละเอียดงานที่รับผิดชอบ
๑. กิจกรรมการจัดทำแผนประชาสัมพันธ์ประจำปี	จัดทำแผนการประชาสัมพันธ์ เพื่อกำหนดประเด็นข้อมูลข่าวสาร ช่องทางการสื่อสาร รูปแบบการนำเสนอ และการจัดกิจกรรมต่างๆ เพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกรมการขนส่งทางรางที่เกี่ยวกับบทบาท ภารกิจ นโยบาย แผนงาน และผลการดำเนินงาน
๒. กิจกรรมการผลิตข่าวตามภารกิจและการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ตามแผนประชาสัมพันธ์ประจำปี	๑. จัดทำข่าวโดยมีเนื้อหาข่าวสารเกี่ยวกับบทบาท ภารกิจ นโยบาย และผลการดำเนินงาน ๒. จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ตามแผนประชาสัมพันธ์ประจำปี ในรูปแบบต่างๆ ได้แก่ บทความ /บทสัมภาษณ์ / Infographic / Clip VDO / e-book และกิจกรรมต่างๆ โดยมีเนื้อหาเกี่ยวกับมาตรฐานระบบขนส่งทางราง การกำกับดูแลการขนส่งทางราง แผนการพัฒนาระบบขนส่งทางราง การพัฒนาคุณภาพการขนส่งทางราง องค์ความรู้ทางเทคโนโลยี และนวัตกรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบราง
๓. กิจกรรมการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์	ควบคุม ดูแล และบริหารการเผยแพร่ข่าวสารประชาสัมพันธ์ ผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ของกรมการขนส่งทางรางและสื่อมวลชน
๔. การติดตามผลการดำเนินงาน	ติดตามผลการเผยแพร่ข่าวและสื่อประชาสัมพันธ์ผ่านทางช่องทางสื่อสารต่างๆ และจัดทำรายงานสรุปผลการเผยแพร่ข้อมูลประชาสัมพันธ์ของกรมการขนส่งทางรางประจำปี รวมถึงรายงานตามภารกิจที่ได้รับมอบหมาย โดยรายงานต่อผู้บังคับบัญชา
๕. การให้บริการข้อมูล	ให้ข้อมูลข่าวสารเบื้องต้นที่เกี่ยวข้องกับกรมการขนส่งทางราง รวมทั้งรายละเอียดของกิจกรรมต่าง ๆ ที่กรมการขนส่งทางรางดำเนินการแก่ประชาชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งในรูปแบบการสอบถามโดยตรง ทางโทรศัพท์ และผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์

งานประชาสัมพันธ์	รายละเอียดงานที่รับผิดชอบ
๖. ดำเนินโครงการ กิจกรรม หรืองานตามภารกิจ เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ให้กับกรมการขนส่งทางราง	๑. จัดทำโครงการเพื่อสร้างการรับรู้เข้าใจเกี่ยวกับบทบาท ภารกิจของกรมการขนส่งทางราง รวมทั้งโครงการที่ส่งเสริมภาพลักษณ์ของหน่วยงานในฐานะหน่วยงานหลักในการกำกับดูแลระบบราง ๒. จัดกิจกรรมพิเศษ เช่น การจัดนิทรรศการ, กิจกรรมสื่อสัญจร และกิจกรรมเพื่อสังคม (CSR) กิจกรรมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของกรมการขนส่งทางราง
๗. การสื่อสารและจัดการข่าวสาร เพื่อป้องกันความเข้าใจผิด และข่าวสารที่คลาดเคลื่อนจากความเป็นจริง (Fake News)	ติดตาม ตรวจสอบ วิเคราะห์ข้อมูลข่าวที่มีความคลาดเคลื่อนจากความเป็นจริง (Fake News) หรือมีผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของกรมการขนส่งทางราง รวมถึงกำหนดแนวทางการชี้แจง ข้อเท็จจริง ต่อสื่อมวลชนและสาธารณชน และรวบรวมข้อมูลข้อเท็จจริงเพื่อใช้ประกอบการชี้แจงให้มีความชัดเจน ครบถ้วน รวดเร็ว และตรงประเด็น

ทั้งนี้ ผังกระบวนการทำงาน (Flow Chart) ของแต่ละกิจกรรมจะปรากฏในรายละเอียดส่วนที่ ๒

๕.๒ บทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบ

ผู้ที่เกี่ยวข้อง	ความรับผิดชอบ
อธิบดีกรมการขนส่งทางราง	กลั่นกรองการผลิตและการเผยแพร่ และสั่งการ/อนุมัติดำเนินการ
เลขานุการกรม	กำกับดูแลการปฏิบัติงานตามภารกิจของกลุ่มประชาสัมพันธ์ พิจารณา และกลั่นกรองการผลิตและการเผยแพร่ข่าว และสื่อประชาสัมพันธ์
คณะทำงานด้านการประชาสัมพันธ์ และบริหารจัดการข่าวปลอมของกรมการขนส่งทางราง	ติดตาม ตรวจสอบ วิเคราะห์ข้อมูลข่าวที่มีความคลาดเคลื่อนจากความเป็นจริง (Fake News) หรือมีผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของกรมการขนส่งทางราง รวมถึงกำหนดแนวทางการชี้แจงข้อเท็จจริง ต่อสื่อมวลชนและสาธารณชน และรวบรวมข้อมูลข้อเท็จจริงเพื่อใช้ประกอบการชี้แจง
หัวหน้ากลุ่มประชาสัมพันธ์	ตรวจสอบ ให้ข้อเสนอแนะ สนับสนุนการปฏิบัติงาน การวางแผนการผลิตและการเผยแพร่ และควบคุมดูแลช่องทางการสื่อสาร ตามภาระหน้าที่ของกลุ่มประชาสัมพันธ์
เจ้าหน้าที่กลุ่มประชาสัมพันธ์	๑. ดำเนินการประสาน สืบค้นข้อมูลเพื่อใช้ผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ ๒. จัดทำข่าวและสื่อประชาสัมพันธ์ ๓. เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและสื่อประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางการสื่อสาร ๔. ดูแลช่องทางการสื่อสารออนไลน์ของกรมการขนส่งทางราง

๖. ข้อกำหนดที่สำคัญและตัวชี้วัดดำเนินการงานประชาสัมพันธ์

กระบวนการ	ข้อกำหนดที่สำคัญ ของกระบวนการ	ตัวชี้วัดภายในกระบวนการ	ตัวชี้วัด ของกระบวนการ
๑. กิจกรรม การจัดทำแผน ประชาสัมพันธ์ ประจำปี	แผนประชาสัมพันธ์ประจำปีมีความ สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ เป้าหมายของ กรมการขนส่งทางราง และผลลัพธ์ ที่คาดหวัง	แผนประชาสัมพันธ์ประจำปีมี เนื้อหาครอบคลุมยุทธศาสตร์ของ กรมการขนส่งทางราง	จำนวน ๑ แผน / ปี
๒. กิจกรรม การผลิตข่าว ตามภารกิจ	การจัดทำข่าวสารของกรมการขนส่ง ทางรางที่เกี่ยวข้องกับบทบาท ภารกิจ นโยบายและการดำเนินงาน โดย ประกอบด้วยเนื้อหาข่าว ภาพนิ่ง หรือภาพเคลื่อนไหวที่เกี่ยวข้องกับข่าว	ข้อมูลมีความถูกต้อง มีความ น่าเชื่อถือครบถ้วน ชัดเจน กระชับ ตรงประเด็น ใช้ภาษาที่ดี เข้าใจง่าย รวดเร็ว	จำนวนข่าว ๑๐๐ ครั้ง /ปี
๓. การผลิตสื่อ ประชาสัมพันธ์ (Infographic)	การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารและ กิจกรรมของกรมการขนส่งทางราง โดยการนำข้อมูลมาสรุปเป็นสารสนเทศใน ลักษณะของข้อมูลกราฟิกที่เป็น ลายเส้น สัญลักษณ์ กราฟ แผนภูมิ ไดอะแกรม แผนที่ ฯลฯ	ข้อมูลต้องเป็นความจริง มีความถูก ต้อง เนื้อหากระชับ สรุปประเด็นให้ อ่านเข้าใจได้ง่าย รูปแบบสวยงาม สอดคล้องกับเนื้อหา สามารถ นำไปใช้งานได้จริง	จำนวน Infographic ๑๐๐ ครั้ง /ปี
๔. การผลิตสื่อ ประชาสัมพันธ์ (วีดิทัศน์)	การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารและ กิจกรรมของกรมการขนส่งทางราง โดยนำภาพเคลื่อนไหว ภาพนิ่ง และ เสียงบรรยาย เสียงประกอบมาตัดต่อ พร้อมใส่กราฟิกรูปแบบต่าง ๆ	เนื้อหาสื่อสารตรงประเด็น เหมาะสม กับกลุ่มเป้าหมาย เรื่องราวมีความ น่าสนใจ	จำนวนวีดิทัศน์ ๖๐ ครั้ง /ปี
๕. กิจกรรม การเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ ข้อมูลข่าวสาร ผ่านสื่อออนไลน์ ของกรมการ ขนส่งทางราง	การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและ กิจกรรมของกรมการขนส่งทางรางผ่าน ทางสื่อออนไลน์ของกรมการขนส่ง ทางราง	ข้อมูลที่เผยแพร่มีความถูกต้อง ชัดเจนรวดเร็ว และมีความ น่าเชื่อถือ	จำนวนการ เผยแพร่ข่าวและ สื่อประชาสัมพันธ์ ๓๐๐ ชิ้น/ปี
๖. การติดตาม ผลการดำเนินงาน	การติดตามผลการเผยแพร่ข่าวและสื่อ ประชาสัมพันธ์ผ่านทางช่องทางสื่อสาร ต่างๆ เป็นรายเดือน/รายไตรมาสและ รายปี	รายงานผลการเผยแพร่ข่าวและสื่อ ประชาสัมพันธ์ผ่านทางช่องทาง สื่อสารต่างๆ ที่แสดงให้เห็นถึงการ ดำเนินงานที่ครบถ้วน และเป็นไป ตามแผนที่ตั้งไว้	รายงานผลการ เผยแพร่ผ่านทาง ช่องทางสื่อสารต่างๆ ๑ เล่ม/ ปี

กระบวนการ	ข้อกำหนดที่สำคัญ ของกระบวนการ	ตัวชี้วัดภายในกระบวนการ	ตัวชี้วัด ของกระบวนการ
๗. การให้บริการ ข้อมูล	การแจ้งข้อมูลข่าวสารเบื้องต้นที่ เกี่ยวข้องกับกรมการขนส่งทางราง รวมทั้งรายละเอียดของกิจกรรมต่าง ๆ ที่กรมการขนส่งทางรางดำเนินการ แก่ประชาชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ผ่านช่องทางติดต่อต่างๆ	ระยะเวลาเฉลี่ยในการตอบกลับและ แจ้งข้อมูลข่าวสารกลับไปยัง ประชาชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	ระยะเวลา ไม่เกิน ๓ วัน
๘. ดำเนินโครงการ กิจกรรม หรือ งานตามภารกิจ เพื่อส่งเสริม ภาพลักษณ์ ให้กับกรมการ ขนส่งทางราง	การดำเนินโครงการ กิจกรรม หรืองาน ตามภารกิจมีความสอดคล้องกับแผนที่ กำหนดไว้และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้ กรมการขนส่งทางราง	จำนวนโครงการ กิจกรรม หรืองาน ตามภารกิจที่ดำเนินการตามแผน แล้วเสร็จ	ดำเนินการตาม แผนแล้วเสร็จ ร้อยละ ๙๐
๙. การสื่อสาร และจัดการ ข่าวสาร เพื่อป้องกัน ความเข้าใจผิด และข่าวสาร ที่คลาดเคลื่อน จากความเป็นจริง (Fake News)	การเฝ้าระวังข่าวสาร การตรวจสอบ ข้อเท็จจริง พร้อมทั้งประสานหน่วยงาน ที่เกี่ยวข้อง เพื่อสื่อสารชี้แจงต่อสาธารณะ และประเมินผลหลังเหตุการณ์	ระยะเวลาเฉลี่ยในการตรวจสอบ ข้อเท็จจริงของข่าวที่พบ	๒๔ ชั่วโมง

๗. ข้อกำหนดการให้บริการสื่อประชาสัมพันธ์

ประเภทสื่อ	หลักเกณฑ์/เงื่อนไข
๑. บันทึกรูปภาพนิ่ง / ภาพเคลื่อนไหว	- หนังสือขอความร่วมมือ หรือแจ้งให้ทราบล่วงหน้า - แจ้งกำหนดการล่วงหน้า ๑ – ๒ วัน - กรณีที่มีการขอให้บันทึกภาพนอกสถานที่ ให้ประสานรถรับ-ส่ง อำนวยความสะดวก (ถ้ามี)
๒. งานออกแบบ (ผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ ในรูปแบบต่างๆ)	- หนังสือขอความร่วมมือ หรือแจ้งรายละเอียดให้ทราบล่วงหน้า - แจ้งกำหนดการล่วงหน้าอย่างน้อย ๑ – ๒ วัน - กำหนดประเด็นหลัก และข้อความสำคัญที่ต้องการสื่อสาร

ประเภทสื่อ	หลักเกณฑ์/เงื่อนไข
	- ส่งข้อมูลรายละเอียด / ภาพนิ่ง หรือภาพเคลื่อนไหว ประกอบการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ - กำหนดระยะเวลาแล้วเสร็จของชิ้นงานล่วงหน้าอย่างน้อย ๕ วัน หรือตามความยากง่ายของงาน และความสำคัญของงาน
๓. ข่าวประชาสัมพันธ์	- ส่งรายละเอียดของข้อมูล และเนื้อหาประกอบในการจัดทำข่าว - ส่งภาพนิ่ง หรือภาพเคลื่อนไหว ประกอบการจัดทำข่าว - กำหนดระยะเวลาแล้วเสร็จของข่าวล่วงหน้า ๑ วัน
๔. เผยแพร่ข่าวสารผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ของ ขร .	- ส่งข้อมูล / ภาพนิ่ง หรือภาพเคลื่อนไหว / เนื้อหาข่าวที่ต้องการเผยแพร่ล่วงหน้าอย่างน้อย ๑ วัน - ส่งข้อความบรรยายประกอบการเผยแพร่
๕. การเชิญสื่อมวลชนร่วมทำข่าว	- หนังสือขอความร่วมมือ หรือแจ้งรายละเอียดให้ทราบล่วงหน้า - แจ้งรายละเอียดดังต่อไปนี้ (ล่วงหน้าอย่างน้อย ๑ - ๒ วัน) ๑. ชื่อโครงการ/งาน/กิจกรรม ๒. กำหนดการของโครงการ /กิจกรรม ๓. วัตถุประสงค์ของโครงการ/กิจกรรม ๔. รายละเอียดของกิจกรรมต่างๆ ของโครงการ/กิจกรรม ๕. รายชื่อผู้บริหารที่เข้าร่วมการทำข่าว ๕. บทสัมภาษณ์ (ถ้ามี)
๖. บทสัมภาษณ์	- ส่งข้อมูลและรายละเอียดประกอบการจัดทำบทสัมภาษณ์ล่วงหน้าอย่างน้อย ๓ วัน - การเขียนสคริปต์ใช้เวลา ๑ - ๒ วัน ในการจัดทำ ตรวจสอบ และเสนอผู้บริหารฯ
๗. งานพิธีกร	- หนังสือขอความร่วมมือ หรือแจ้งรายละเอียดให้ทราบล่วงหน้า - แจ้งรายละเอียดดังต่อไปนี้ (ล่วงหน้าอย่างน้อย ๑ - ๒ วัน) ๑. ชื่อโครงการ/งาน/กิจกรรม ๒. กำหนดการของโครงการ /กิจกรรม ๓. วัตถุประสงค์ของโครงการ/กิจกรรม ๔. รายละเอียดของกิจกรรมต่างๆ ของโครงการ/กิจกรรม

๘. ช่องทางการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์

ช่องทางการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ของกรมการขนส่งทางราง แบ่งออกเป็น ๒ ส่วน โดยแบ่งเป็น

๘.๑ การสื่อสารภายนอก การสื่อสารภายนอก หมายถึง กระบวนการแลกเปลี่ยนข้อมูลหรือข้อความระหว่างบุคคลหรือหน่วยงาน กับบุคคล หรือหน่วยงานภายนอก หรือระหว่างหน่วยงานกับสังคมรอบข้าง โดยการสื่อสารภายนอกสามารถทำได้ ผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น การสื่อสารทางโทรศัพท์ การส่งข้อความทางอีเมล การใช้สื่อสังคมออนไลน์ การพูดโต้ตอบในการประชุมหรือการสัมมนา เป็นต้น การสื่อสารภายนอกมีความสำคัญอย่างมากในการสร้างภาพลักษณ์ของหน่วยงานหรือบุคคลในสังคมรอบข้าง การสื่อสารที่ดีภายนอกอาจช่วยเพิ่มความเข้าใจ และการยอมรับจากสังคม นอกจากนี้ยังเป็นช่องทางสำคัญในการสร้างการรับรู้เข้าใจเกี่ยวกับบทบาทภารกิจและสร้างเครือข่ายความร่วมมือให้เกิดขึ้นระหว่างกรมการขนส่งทางรางกับภาคส่วนต่าง ๆ

ช่องทางสื่อสารภายนอกของกรมการขนส่งทางราง อาทิ เว็บไซต์ สื่อสังคมออนไลน์ บอร์ดประชาสัมพันธ์ นอกสถานที่ แผ่นพับ เอกสารแจก โพรทัศน์ วิชวล หนังสือพิมพ์ กิจกรรมต่างๆ งานแถลงข่าว ฯลฯ เป็นต้น

สำหรับช่องทางการสื่อออนไลน์ของกรมการขนส่งทางราง ถือเป็นแพลตฟอร์มหรือเครื่องมือออนไลน์ในการสร้างและสื่อสารกับประชาชนหรือกลุ่มเป้าหมายที่มีอยู่ รวมถึงแบ่งปันเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับภารกิจของกรมการขนส่งทางราง กิจกรรม ผลงาน และข้อมูลต่างๆ โดยช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ของกรมการขนส่งทางราง ประกอบด้วย

๑) Website : กรมการขนส่งทางราง

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

๒) Facebook : กรมการขนส่งทางราง กระทรวงคมนาคม

<https://www.facebook.com/DRT.OfficialFanpage>

๓) Twitter (X) : กรมการขนส่งทางราง กระทรวงคมนาคม

<https://x.com/drtmotoofficial?s=๑๑>

๔) TikTok : กรมการขนส่งทางราง

<https://www.tiktok.com/@drt.rail>

๕) YouTube : กรมการขนส่งทางราง กระทรวงคมนาคม

https://www.youtube.com/channel/UCYkohmMwS๘v_JbGyfNPJJ๐Q

๘.๒ การสื่อสารภายใน

การสื่อสารภายใน หมายถึง การแลกเปลี่ยนข้อมูลหรือข้อความระหว่างบุคคลหรือกลุ่มคนภายในหน่วยงานหรือชุมชนที่มีความสัมพันธ์หรือการทำงานร่วมกัน โดยการสื่อสารภายในสามารถเป็นได้ในหลายรูปแบบ เช่น การพูดโต้ตอบโดยตรง การใช้ข้อความ หรืออีเมลการใช้สื่อสังคมออนไลน์ เป็นต้น การสื่อสารภายในมีความสำคัญอย่างมากในการสร้างความเข้าใจและความไว้วางใจภายในหน่วยงานหรือกลุ่ม ช่วยให้บุคลากรในหน่วยงานเข้าใจวัตถุประสงค์แผนการทำงาน ข้อความสำคัญ และนโยบายต่าง ๆ ของหน่วยงาน ทำให้บุคลากรในหน่วยงานสามารถทำงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ช่องทางการสื่อสารภายในของกรมการขนส่งทางราง อาทิ การสนทนาโดยตรง กลุ่มไลน์ และบอร์ด ประชาสัมพันธ์ภายใน เป็นต้น

๙. การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์

การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ แบ่งออกเป็น ๓ ช่วง ดังนี้

๙.๑ ขั้นตอนก่อนการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์

๙.๑.๑ ขั้นตอนก่อนการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ เป็นขั้นตอนการรวบรวมข้อมูล การพิจารณางานที่ได้รับมอบหมาย การคัดเลือกงาน ช่องทางการสื่อสาร และมอบหมายผู้ปฏิบัติงาน โดยมีขั้นตอน ดังนี้

- เจ้าหน้าที่กลุ่มประชาสัมพันธ์รับข้อมูลจากภาระงานในความรับผิดชอบประจำวัน หรือตามที่กำหนดในแผนปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์รายวัน รายเดือน รายปี หรือวาระงานตามที่มอบหมาย/สั่งการให้ดำเนินการประชาสัมพันธ์

- หัวหน้ากลุ่มประชาสัมพันธ์ พิจารณาคัดเลือกวาระงานสำคัญที่สามารถนำมาเป็นประเด็นสำหรับสื่อสารประชาสัมพันธ์เพื่อผลิตเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆ

- เจ้าหน้าที่กลุ่มประชาสัมพันธ์พิจารณางานที่ได้รับมอบหมายจากหัวหน้ากลุ่มประชาสัมพันธ์ เพื่อประสานข้อมูล กำหนดการ โครงการกิจกรรม หรือรายละเอียดต่างๆ เพื่อเตรียมการจัดทำข่าวหรือผลิตสื่อประชาสัมพันธ์

๙.๑.๒. วางแผนการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ โดยมีแนวทางการพิจารณาประเด็น ดังนี้

- ประเด็นข่าวที่เกี่ยวกับบทบาท ภารกิจ นโยบาย และผลการดำเนินงาน
- ประเด็นข่าวที่เกี่ยวกับมาตรฐานและกำกับดูแลการขนส่งทางรางให้เป็นไปตามมาตรฐานสากล
- ประเด็นข่าวที่เกี่ยวกับกำกับดูแลการขนส่งทางรางให้เป็นไปตามกฎหมาย
- ประเด็นข่าวที่เกี่ยวกับการพัฒนามาตรฐานและกำกับดูแลการขนส่งทางรางให้เป็นไปตามมาตรฐานสากล
- ประเด็นข่าวที่เกี่ยวกับการกำกับการขนส่งทางรางให้เป็นไปตามมาตรฐานการขนส่งทางรางและสร้างแนวทางเพิ่มความปลอดภัยลดอุบัติเหตุ
- ประเด็นข่าวที่เกี่ยวกับองค์ความรู้ทางเทคโนโลยี นวัตกรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบราง
- ประเด็นข่าวที่ส่งเสริมภาพลักษณ์ของกรมการขนส่งทางราง

๙.๒ ขั้นตอนการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์

๙.๒.๑ กำหนดประเด็นเนื้อหา/แนวคิดในการนำเสนอให้เหมาะสมกับสื่อ เช่น สื่อสังคมออนไลน์ วิทยู โททัศน์ หนังสือพิมพ์ เอกสารข่าว วารสาร แผ่นพับ วิทยุทัศน์ หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ บอร์ดประชาสัมพันธ์ภายในหน่วยงาน รวมทั้งเอกสารเผยแพร่เพื่อการประชาสัมพันธ์

๙.๒.๒ มอบหมายเจ้าหน้าที่ในกลุ่มประชาสัมพันธ์รับผิดชอบในการดำเนินงาน

๙.๒.๓ สืบค้นข้อมูลจากเอกสาร การสอบถาม ประสานบุคลากร ผู้บริหารหรือส่วนงานที่เกี่ยวข้องหรือข้อมูลอื่นๆ ที่เป็นประโยชน์ในการผลิตข่าวและสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆ

๙.๒.๔ ประมวลผลข้อมูล เรียบเรียง ออกแบบการนำเสนอให้สอดคล้องกับลักษณะเฉพาะของสื่อ

๙.๒.๕ ดำเนินการผลิตชิ้นงานข่าวและสื่อประชาสัมพันธ์

๙.๒.๖ ตรวจสอบความถูกต้องของข่าวและสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อแก้ไขให้ถูกต้อง เหมาะสม ตรงตามวัตถุประสงค์ในการผลิตก่อนนำไปเผยแพร่

๙.๒.๗ นำสื่อเผยแพร่ทางช่องทางต่างๆ เช่น สื่อออนไลน์ โทรศัพท์ หนังสือพิมพ์ เป็นต้น

๙.๓ ขั้นตอนการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์

๙.๓.๑ ศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ โดยการรวบรวมข้อมูลด้านการเผยแพร่ รวมทั้งแผนและนโยบายของกรมการขนส่งทางรางนำมาวิเคราะห์ เพื่อใช้ในการทำแผนการดำเนินงาน เพื่อให้ สอดคล้องกับการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ ให้ถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวดเร็ว กว้างขวาง และทั่วถึง

๙.๓.๒ นำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์มาจัดทำแผนประชาสัมพันธ์กรมการขนส่งทางราง เพื่อกำหนด แผนงาน โครงการ วัตถุประสงค์ เป้าหมาย ระยะเวลาการดำเนินงานและงบประมาณ เพื่อดำเนินการเผยแพร่ สื่อประชาสัมพันธ์

๙.๓.๓ กำหนดช่องทางสื่อประชาสัมพันธ์ตามความเหมาะสม และตามแผนงาน

๙.๓.๔ ดำเนินการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข่าวสารตามช่องทางสื่อต่างๆ ตามความเหมาะสมของ เนื้อหา โดยคำนึงถึงเป้าหมายและสถานการณ์ในปัจจุบัน

๙.๓.๕ ดำเนินการติดตามประเมินผลการปฏิบัติงานที่ได้ดำเนินงานในการเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ ตามช่องทางสื่อต่างๆ เพื่อรับทราบผลการตอบรับในเรื่องต่างๆ ที่ได้มีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ หรือความ พึงพอใจของผู้รับบริการ เพื่อนำกลับมาพิจารณาทบทวนและนำมาปรับปรุงแก้ไขต่อไป

๑๐. การประเมินผลการประชาสัมพันธ์

การประเมินผลหรือการวัดผล (Evaluation) หมายถึง การตรวจสอบและการตัดสินคุณค่าของการกระทำ ใดๆ โดยมีการเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง ดังนั้น การประเมินผลการประชาสัมพันธ์ จึงเป็นการ ตรวจสอบและตัดสินคุณค่าการประชาสัมพันธ์ที่ได้ดำเนินการไปแล้วว่าประสบความสำเร็จหรือไม่ มากน้อยเพียงไร และได้ประสิทธิผลตามวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์หรือไม่

การประเมินผลแผนงาน/โครงการประชาสัมพันธ์ เป็นขั้นตอนสุดท้ายของการดำเนินงาน ประชาสัมพันธ์ เป็นการตรวจสอบการดำเนินงานอย่างมีระบบ ซึ่งอาจจะเป็นการประเมินความก้าวหน้า ของแผนการ ประชาสัมพันธ์ระหว่างที่กำลังดำเนินงานเพื่อนำข้อมูลที่ได้มาปรับปรุงแผน หรืออาจเป็นการประเมินผลสรุปของ งานทั้งหมดเมื่อได้ปฏิบัติตามแผนเสร็จสิ้นลงแล้ว การประเมินผลจึงเป็นวิธีหนึ่งที่จะได้ ข้อมูลในด้านต่าง ๆ นำมาใช้ประโยชน์ในการวางแผนหรือดำเนินงานประชาสัมพันธ์ โดยการประเมินผล การประชาสัมพันธ์ สามารถ ประเมินได้ ๓ ช่วงเวลา ตามขั้นตอนการดำเนินงาน คือ การประเมินผลระหว่างการวางแผน การประเมินผล ระหว่างการดำเนินงานตามแผน การประเมินผลหลังจากสิ้นสุดการดำเนินงานตามแผน

ขั้นตอนการประเมินผลการประชาสัมพันธ์

๑. กำหนดวัตถุประสงค์ในการประเมินผล โดยวัตถุประสงค์การประเมินผลที่สำคัญ เช่น
 - เพื่อตรวจสอบว่าผลการปฏิบัติงานตามแผนประชาสัมพันธ์เป็นอย่างไร
 - เพื่อประเมินผลงานที่ได้ปฏิบัติไปว่าคุ้มค่ากับการลงทุนหรือไม่
 - เพื่อศึกษาวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายว่า มีการเปลี่ยนแปลงด้านความรู้ ความเข้าใจ อย่างไรบ้าง
๒. วิเคราะห์และพิจารณาเป้าหมาย หรือวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ หากผู้ประเมินผลไม่เข้าใจ ชัดเจนว่าแผนประชาสัมพันธ์นั้น มีวัตถุประสงค์อย่างไรจะทำให้ไม่สามารถประเมินผลได้ตามเป้าหมายของแผน
๓. แปลงวัตถุประสงค์เป็นเครื่องชี้วัดความสำเร็จที่สามารถวัดได้
๔. กำหนดระเบียบวิธีสร้างเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ที่เหมาะสมกับข้อมูลและความต้องการในการประเมิน เช่น แบบสอบถาม แบบสังเกตการณ์ แนวการสัมภาษณ์
๕. รวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล
๖. นำเสนอผลสรุปการประเมินผลแผนการประชาสัมพันธ์

วิธีการประเมินผลการประชาสัมพันธ์

๑. การประเมินประสิทธิภาพ เป็นการประเมินการใช้ทรัพยากรทางการสื่อสารในแผนที่วางไว้ว่ามีผลอย่างไร ซึ่งการประเมินประสิทธิภาพในการดำเนินงานด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน หรือของแผนประชาสัมพันธ์มีหลายแนวทาง ได้แก่
 - ๑) การประเมินการผลิตสาร คือ การนับจำนวนข่าว บทความ ชิ้นงานสื่อประชาสัมพันธ์ ฯลฯ ในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง เพื่อให้เห็นว่าในแผนประชาสัมพันธ์นั้นได้ดำเนินการอะไรบ้างตามที่กำหนดไว้
 - ๒) การประเมินการเผยแพร่ เป็นการประเมินว่ามีการเผยแพร่ข่าว และสื่อประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางสื่อสารต่างๆ ไปจำนวนเท่าไร โดยการตรวจสอบจากการเผยแพร่ แล้วนำมาประเมินความครอบคลุมของข่าวสารหรือวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)
๒. การประเมินประสิทธิผล เป็นการประเมินการบรรลุวัตถุประสงค์ตามที่กำหนดไว้ในแผนประชาสัมพันธ์ โดยวัดความสามารถในการรับรู้ ความเข้าใจ และความพึงพอใจของประชาชน และกลุ่มเป้าหมายที่กำหนดไว้ในแผนการประชาสัมพันธ์ ซึ่งการประเมินประสิทธิผลของแผนประชาสัมพันธ์

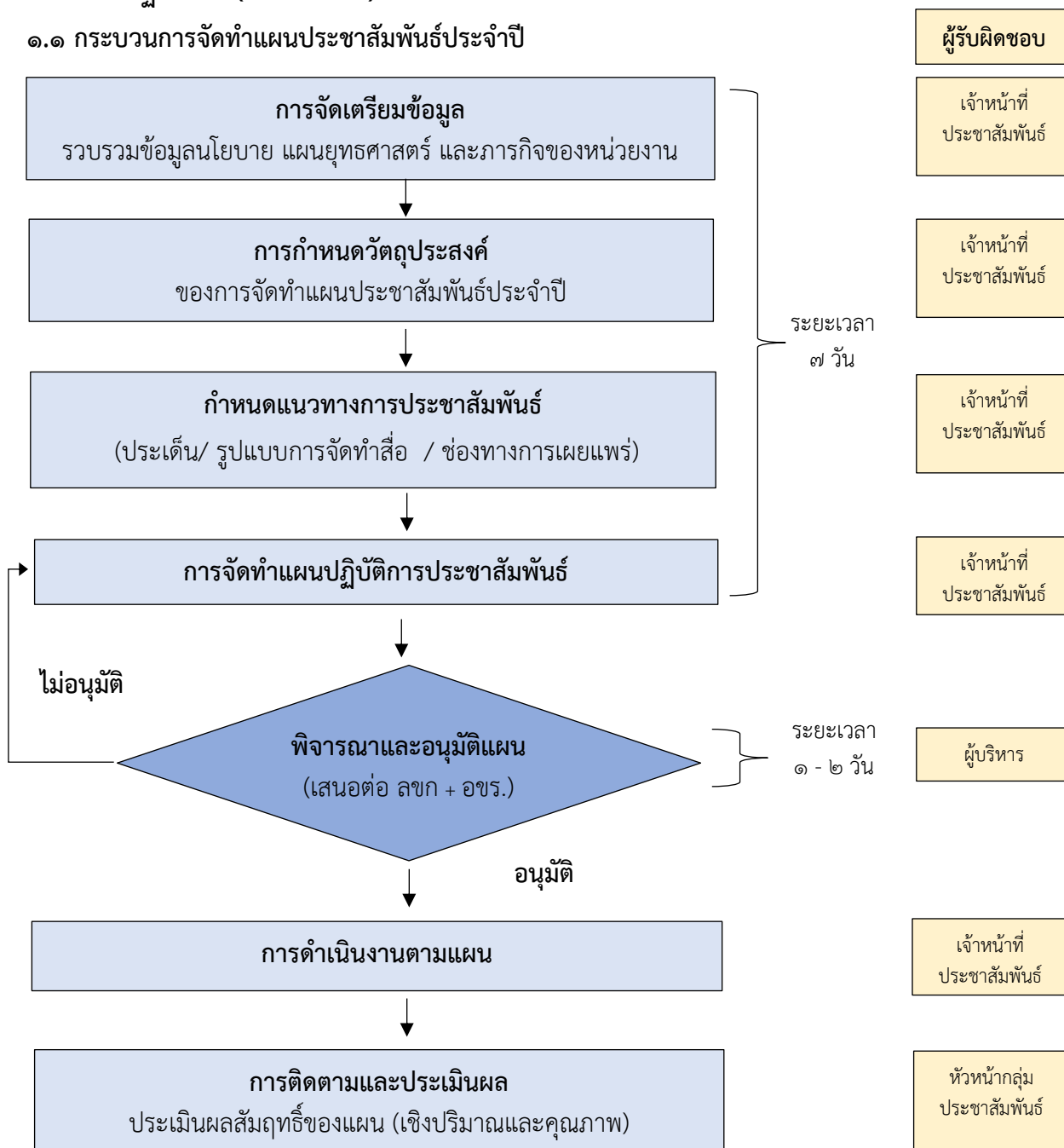
ข้อกำหนดการประเมินผลการประชาสัมพันธ์

การดำเนินงาน	รูปแบบการประเมินผล	การรายงานผล
การผลิตข่าวประชาสัมพันธ์	๑. จัดทำข่าวและเผยแพร่ครบถ้วนตามจำนวนที่กำหนด ๒. เนื้อหาข่าวมีความถูกต้อง ครบถ้วนตรงประเด็น	รายงานผลการเผยแพร่ข้อมูลประชาสัมพันธ์ของกรมการขนส่งทางราง
การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์	๑. ผลิตและเผยแพร่ครบตามจำนวนที่กำหนด ๒. ประเด็นเข้าใจง่าย เนื้อหาสื่อสารตรงประเด็น รูปแบบน่าสนใจและสอดคล้องกับเนื้อหา	รายงานผลการเผยแพร่ข้อมูลประชาสัมพันธ์ของกรมการขนส่งทางราง
การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและสื่อประชาสัมพันธ์	๑. เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและสื่อประชาสัมพันธ์ ครบตามจำนวนที่กำหนด ๒. ข้อมูลที่เผยแพร่มีความถูกต้อง ชัดเจนรวดเร็ว และมีความน่าเชื่อถือ	รายงานผลการเผยแพร่ข้อมูลประชาสัมพันธ์ของกรมการขนส่งทางราง
สำรวจความพึงพอใจต่อข้อมูลข่าวสารของกลุ่มเป้าหมาย	แบบสำรวจความคิดเห็นพึงพอใจของประชาชนและภาคส่วนต่างๆ ที่มีต่อข้อมูลข่าวสารของกรมการขนส่งทางราง	รายงานการสำรวจความพึงพอใจ

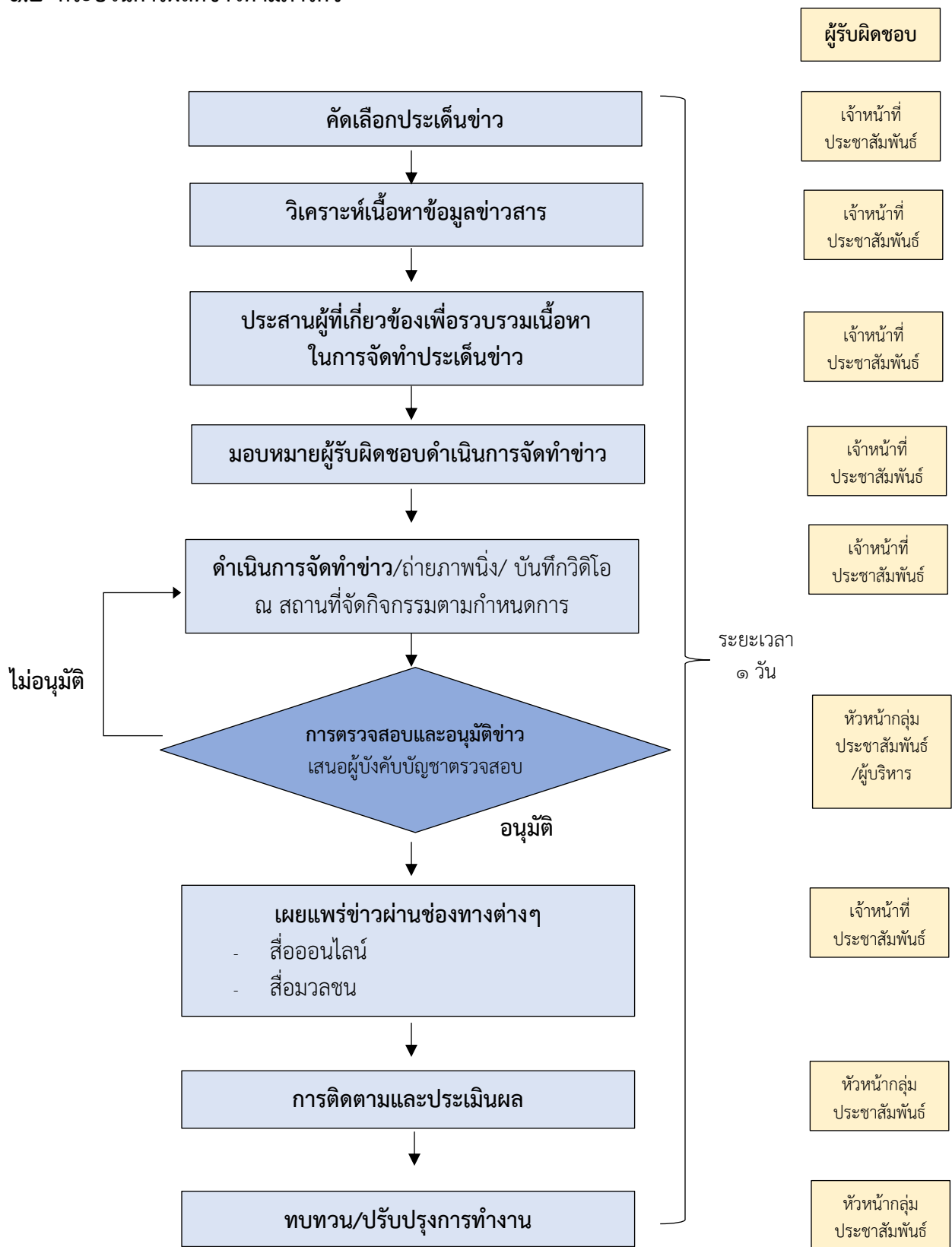
ส่วนที่ ๒ ผังกระบวนการทำงาน (Flow Chart) กลุ่มประชาสัมพันธ์

๑. ผังกระบวนการปฏิบัติงาน (Flow Chart)

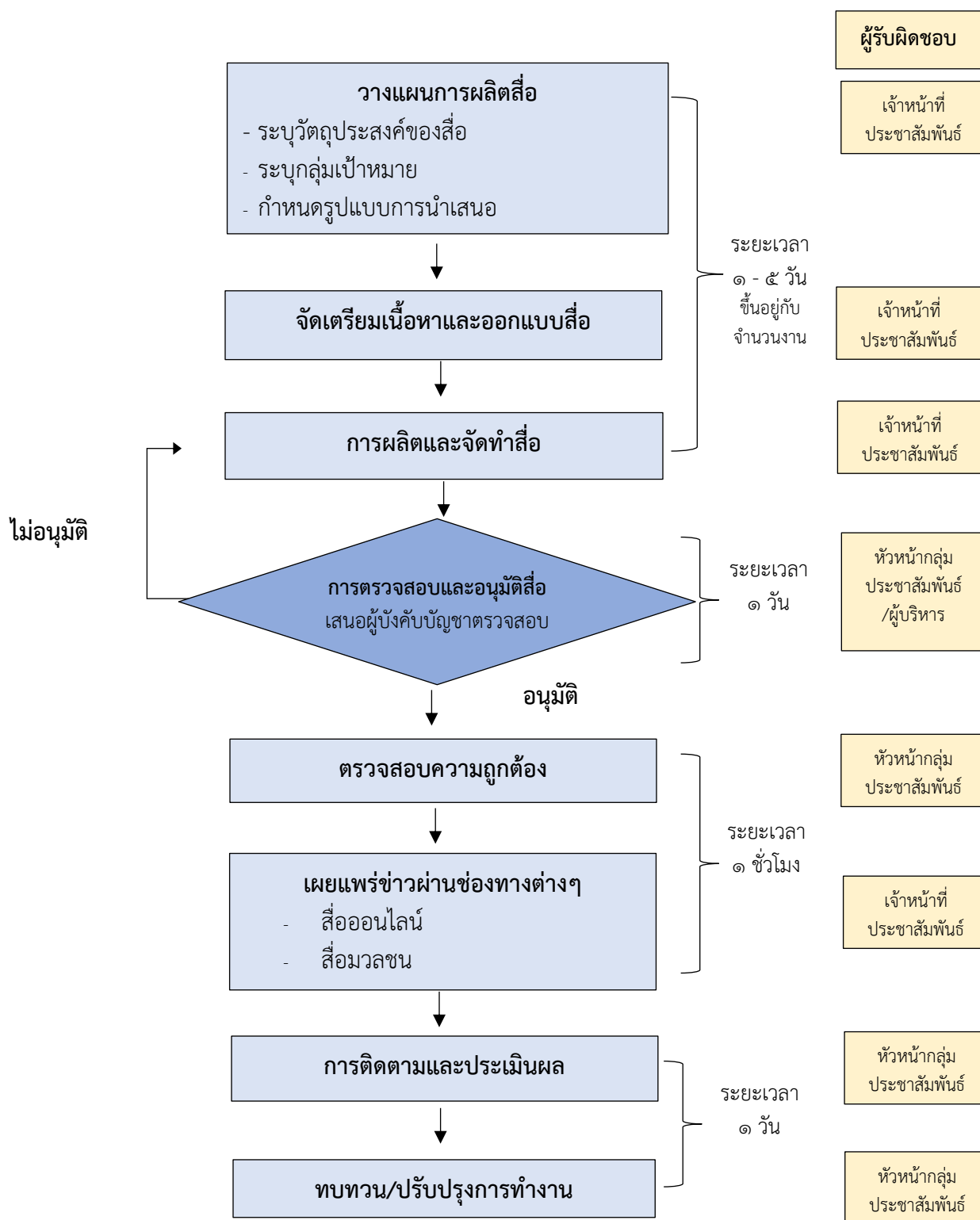
๑.๑ กระบวนการจัดทำแผนประชาสัมพันธ์ประจำปี



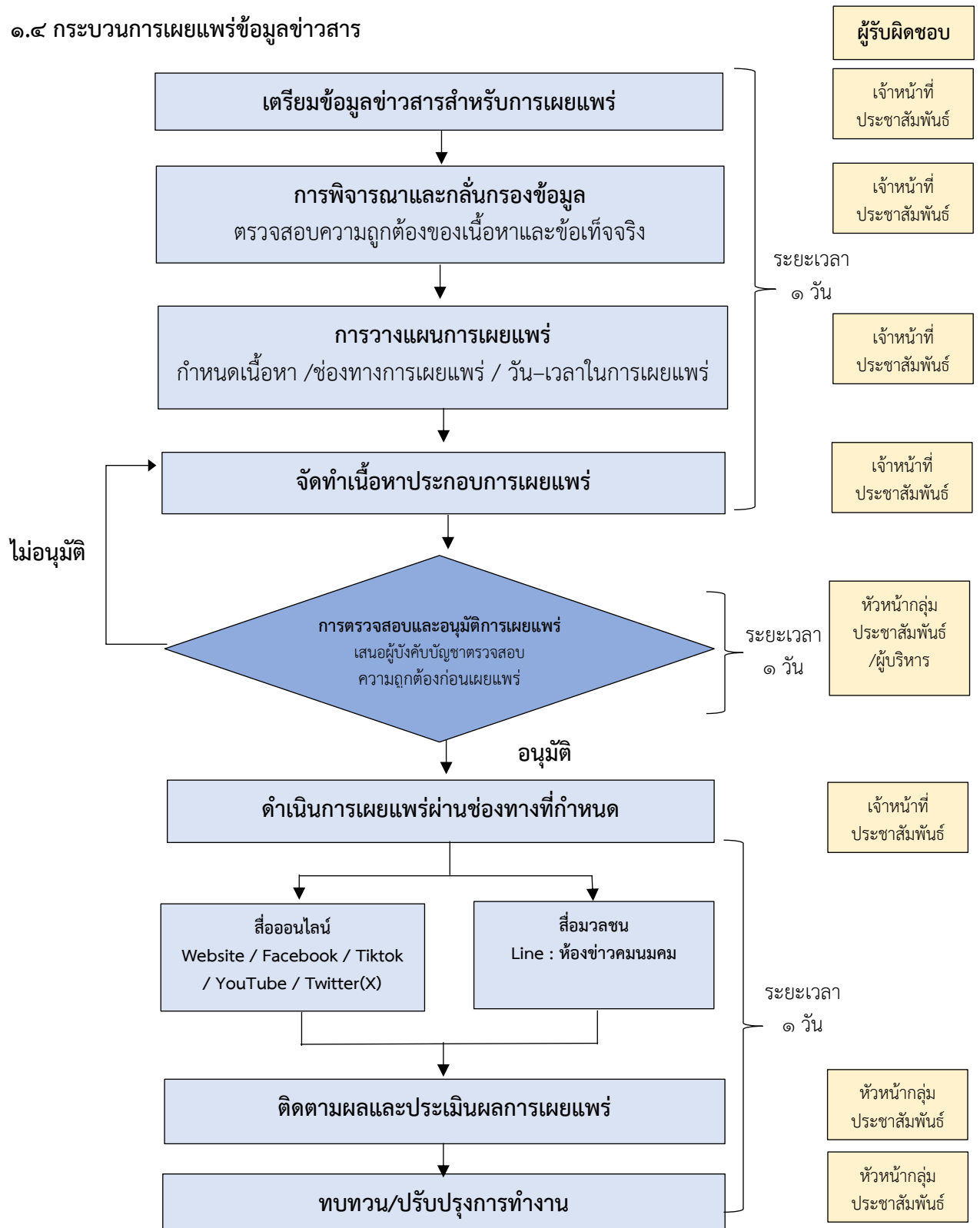
๑.๒ กระบวนการผลิตข่าวตามภารกิจ



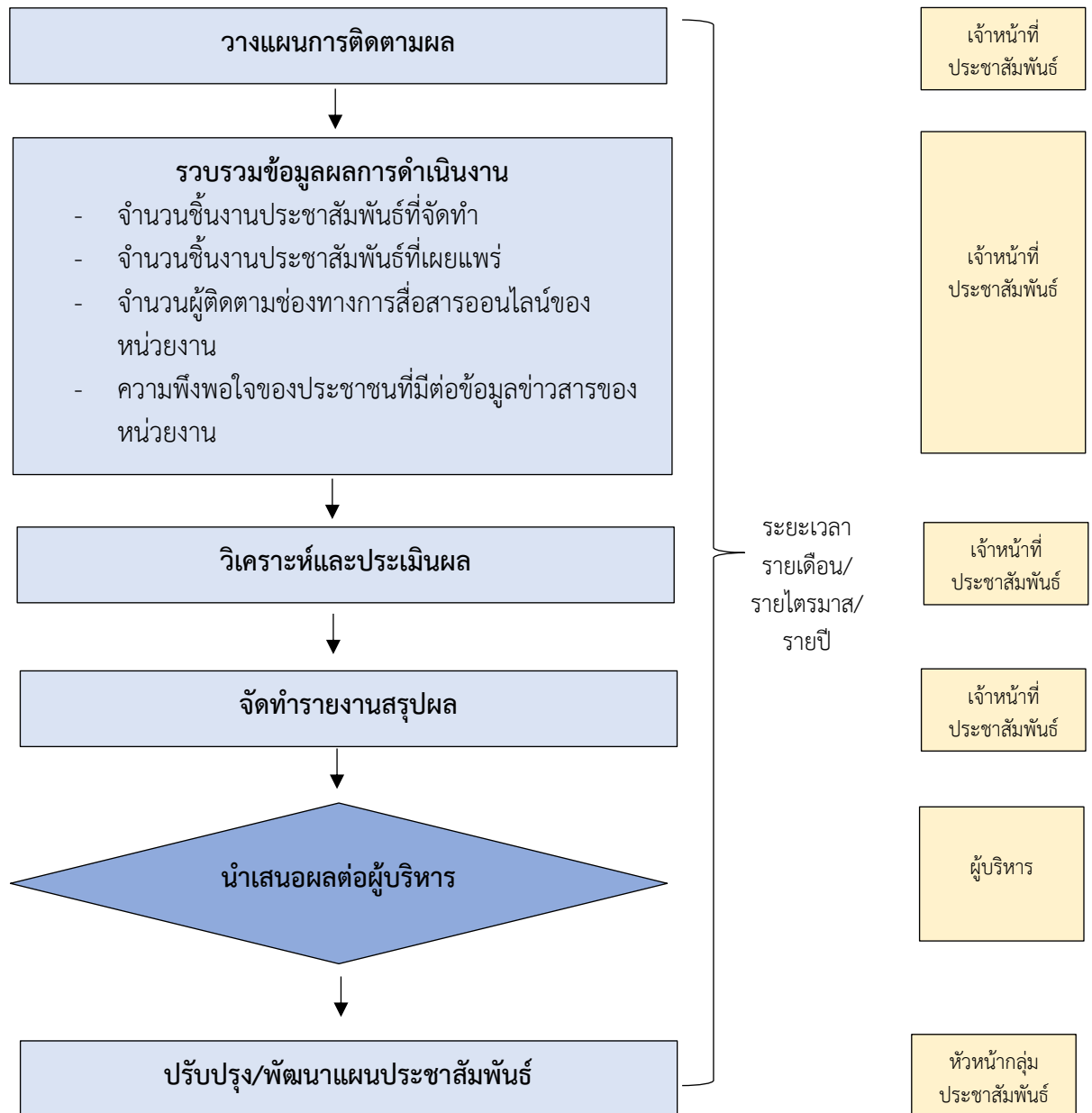
๑.๓ กระบวนการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ตามแผนประชาสัมพันธ์ประจำปี



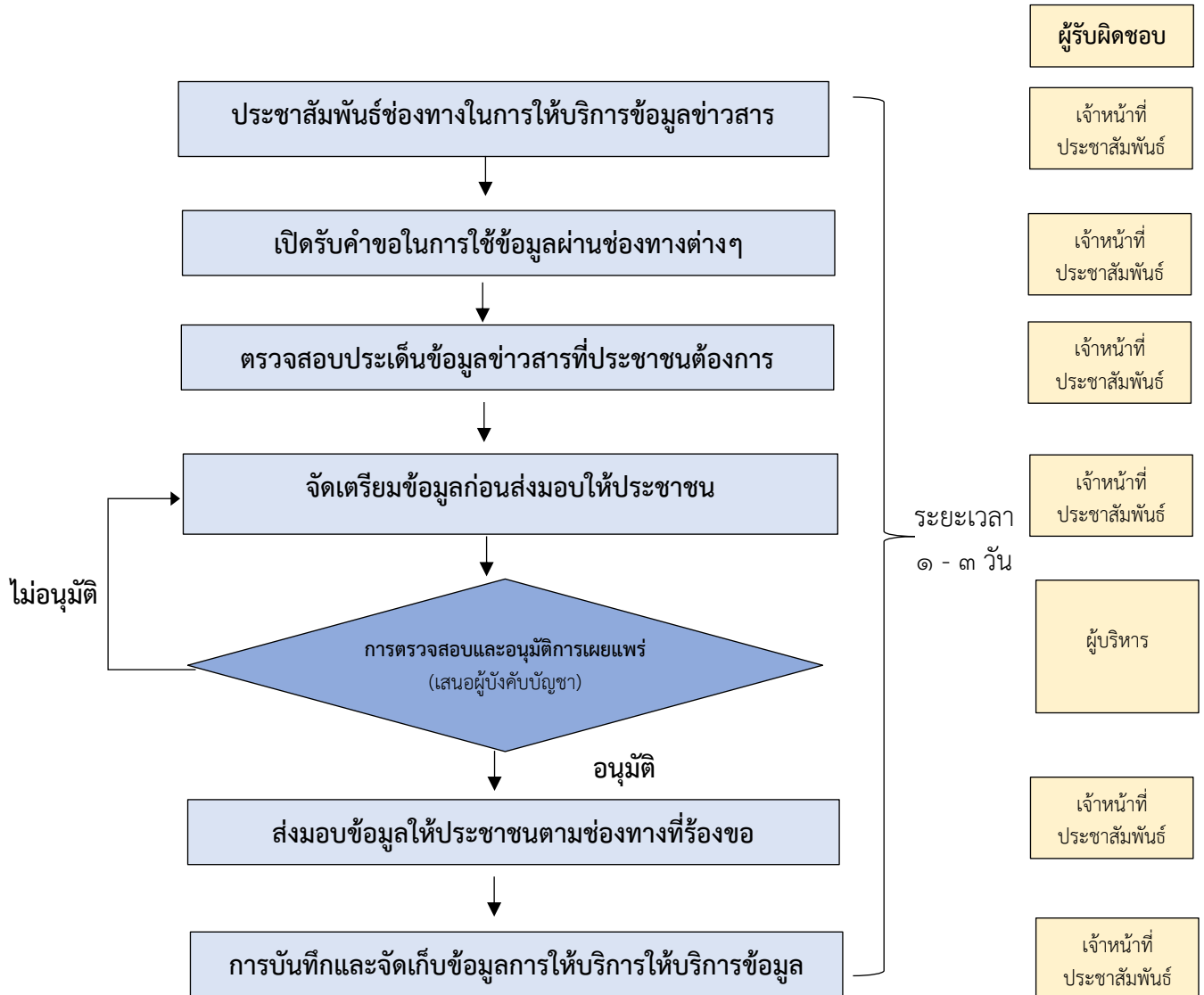
๑.๔ กระบวนการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร



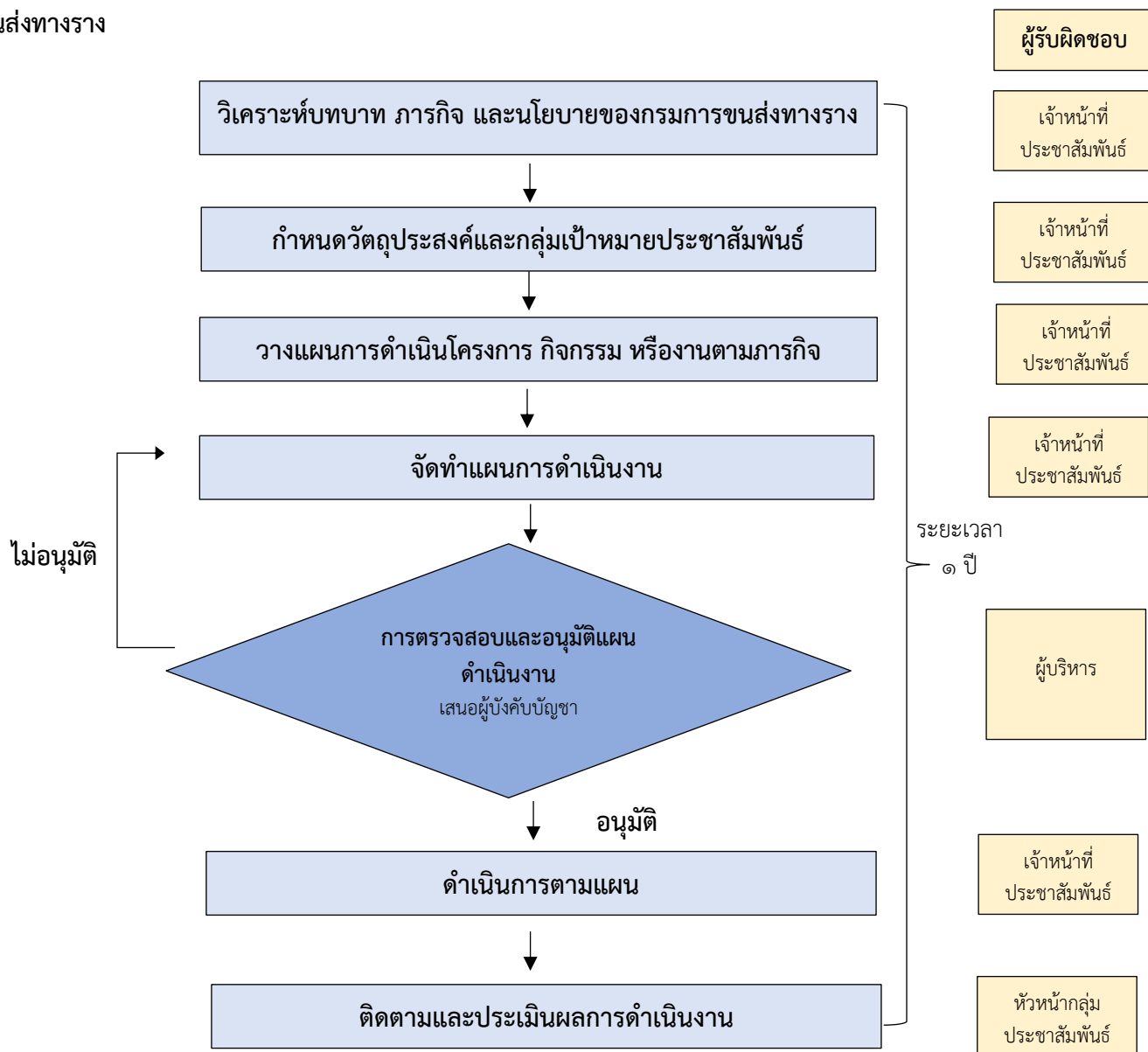
๑.๕ กระบวนการติดตามผลการดำเนินงาน



๑.๖ กระบวนการให้บริการข้อมูล



๑.๗ กระบวนการดำเนินโครงการ กิจกรรม หรืองานตามภารกิจ เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ให้กับกรมการ
ขนส่งทางราง



๑.๘ กระบวนการการสื่อสารและจัดการข่าวสารเพื่อป้องกันความเข้าใจผิด และข่าวสารที่คลาดเคลื่อนจากความเป็นจริง (Fake News)

