



มาตรการเผยแพร่ข้อมูลต่อสาธารณะ ของการประปาส่วนภูมิภาค ปี 2562

กระบวนการบริหารงานด้านการสื่อสารภายนอกองค์กร หรือการเผยแพร่ข้อมูลต่อสาธารณะ เป็นกระบวนการที่องค์กรต้องการที่จะเผยแพร่หรือกระจายข้อมูลข่าวสารที่เป็นปัจจุบันและเป็นข้อมูลที่ถูกต้อง เพื่อสร้างความเข้าใจกับบุคคลหรือองค์กรภายนอก ซึ่งมีกลุ่มเป้าหมายหลัก ได้แก่ ลูกค้าผู้ใช้น้ำของ กปภ. และกลุ่มเป้าหมายรอง ได้แก่ ประชาชนทั่วไปหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่นๆ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อก่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจที่จะนำไปสู่ภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่ กปภ. ตลอดจนสนับสนุนการดำเนินกิจการต่างๆ ขององค์กร อย่างไรก็ตาม การสื่อสารภายนอกเป็นการติดต่อสื่อสารกับมวลชนกลุ่มใหญ่เกือบทั้งประเทศ ดังนั้น การสื่อสารผ่านสื่อมวลชน (Mass Communication) จึงเป็นช่องทางในการสื่อสารภายนอกที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากที่สุด เนื่องจากมีความรวดเร็วและครอบคลุมกลุ่มเป้าหมาย เช่น วิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร บิลบอร์ด เป็นต้น ควบคู่ไปกับการใช้สื่อประชาสัมพันธ์อื่นๆ ปัจจุบัน กปภ. ได้นำสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) มาใช้ในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข่าวสารและความเคลื่อนไหวขององค์กร เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่มีรูปแบบวิถีชีวิตหรือไลฟ์สไตล์ที่เปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย โดยมีขั้นตอนการดำเนินงาน ระยะเวลา รายละเอียดของงาน ผู้รับผิดชอบ และเอกสารที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 เดือนมิถุนายน กองสื่อสารองค์กรใช้ปัจจัยนำเข้า คือ ข้อมูลเกี่ยวกับองค์กรในด้านข่าวสารจากสื่อมวลชนสายหลัก และสื่อสังคมออนไลน์ที่มีผลกระทบต่อ กปภ. ทั้งในแง่บวกและแง่ลบ แผนยุทธศาสตร์องค์กร นโยบาย ผลการดำเนินงานที่ผ่านมา และทิศทางการดำเนินงานของ กปภ. ในอนาคต เพื่อนำมาจัดทำแผนระยะยาวด้านประชาสัมพันธ์ของ กปภ. (ราย 5 ปี) และนำเสนอ ผอ.สำนักสื่อสารองค์กรและลูกค้าสัมพันธ์ ผู้ช่วยผู้ว่าการ (สำนักสื่อสารองค์กรและลูกค้าสัมพันธ์) และ/หรือผู้ว่าการพิจารณาให้ความเห็นชอบ

ขั้นตอนที่ 2 เดือนกรกฎาคม กองสื่อสารองค์กรเสนอแผนระยะยาวด้านประชาสัมพันธ์ของ กปภ. (ราย 5 ปี) ให้ ผอ.สำนักสื่อสารองค์กรและลูกค้าสัมพันธ์ ผู้ช่วยผู้ว่าการ (สำนักสื่อสารองค์กรและลูกค้าสัมพันธ์) และ/หรือผู้ว่าการ พิจารณาให้ความเห็นชอบ

ขั้นตอนที่ 3 เดือนสิงหาคม กองสื่อสารองค์กรนำแผนระยะยาวด้านประชาสัมพันธ์ของ กปภ. (ราย 5 ปี) ที่ได้รับความเห็นชอบจากผู้ว่าการ มาใช้จัดทำแผนประชาสัมพันธ์ประจำปีถัดไป และนำเสนอให้ ผอ.สำนักสื่อสารองค์กรและลูกค้าสัมพันธ์ ผู้ช่วยผู้ว่าการ (สำนักสื่อสารองค์กรและลูกค้าสัมพันธ์) และ/หรือผู้ว่าการ พิจารณาให้ความเห็นชอบ

ขั้นตอนที่ 4 เดือนสิงหาคม กองสื่อสารองค์กรกำหนดเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ในงบประมาณถัดไป ทั้งแบบที่ใช้งบประมาณและไม่ใช้งบประมาณ

ขั้นตอนที่ 5 เดือนสิงหาคม กองสื่อสารองค์กรจัดทำแผนปฏิบัติการประจำปี เพื่อเสนอของบประมาณทำการของปีงบประมาณถัดไป

ขั้นตอนที่ 6 ตลอดปีงบประมาณ กองสื่อสารองค์กรดำเนินการด้านโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามแผนประชาสัมพันธ์ โดยเผยแพร่ประชาสัมพันธ์การดำเนินงานของ กปภ. ในด้านต่าง ๆ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายได้รับทราบความเคลื่อนไหวผ่านทางสื่อต่างๆ อย่างต่อเนื่องประกอบด้วย การจัดทำข่าวประชาสัมพันธ์ภายนอก โฆษณาหนังสือพิมพ์ สปอตโทรทัศน์/วิทยุ ผ่านทางหนังสือพิมพ์ อินเทอร์เน็ต วิทยุ โทรทัศน์ สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) แอปพลิเคชัน “G-News” (ข่าวสารภาครัฐ) รายงานประจำปี เสียงตามสาย สปอต โฆษณาตู้เอทีเอ็ม ข้อมูลประกอบการสัมภาษณ์สื่อมวลชนของผู้ว่าราชการ กปภ. และ บิลบอร์ด

ขั้นตอนที่ 7 ตลอดปีงบประมาณ กองสื่อสารองค์กรติดตามการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ และโฆษณาให้เป็นไปตามที่วางแผนไว้ทั้งในส่วนที่ผ่านกระบวนการจัดซื้อจัดจ้างและส่วนที่เผยแพร่โดยไม่คิดค่าใช้จ่าย (ข่าวแจกประชาสัมพันธ์) และนำเสนอ ผอ.สำนักสื่อสารองค์กรและลูกค้าสัมพันธ์ ผู้ช่วยผู้ว่าการ (สำนักสื่อสารองค์กรและลูกค้าสัมพันธ์) และ/หรือผู้ว่าการ พิจารณาให้ความเห็นชอบ

ขั้นตอนที่ 8 ตลอดปีงบประมาณ กองสื่อสารองค์กรรวบรวมผลสัมฤทธิ์และรายงานผลการดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์ให้สายงานบังคับบัญชา ผู้ว่าการ และกระทรวงมหาดไทยทราบ

ขั้นตอนที่ 9 เดือนสิงหาคม กองสื่อสารองค์กรติดตามประเมินประสิทธิผลกระบวนการบริหารงานด้านการสื่อสารภายนอกองค์กรเพื่อทบทวนแผนประจำปี โดยใช้ปัจจัยนำเข้า คือ ตัวชี้วัดผลลัพธ์และตัวชี้วัดกระบวนการทำงาน

ตัวชี้วัดกระบวนการทำงาน (KPI In-Process) คือ ความหลากหลายของช่องทางในการเผยแพร่ข่าวสารของ กปภ. ครบทุกประเภทสื่อ

ทั้งนี้ กระบวนการบริหารงานด้านการสื่อสารภายนอกองค์กร มีรายละเอียดเป็นไปผังตารางที่ 1 ที่แนบมาท้ายนี้

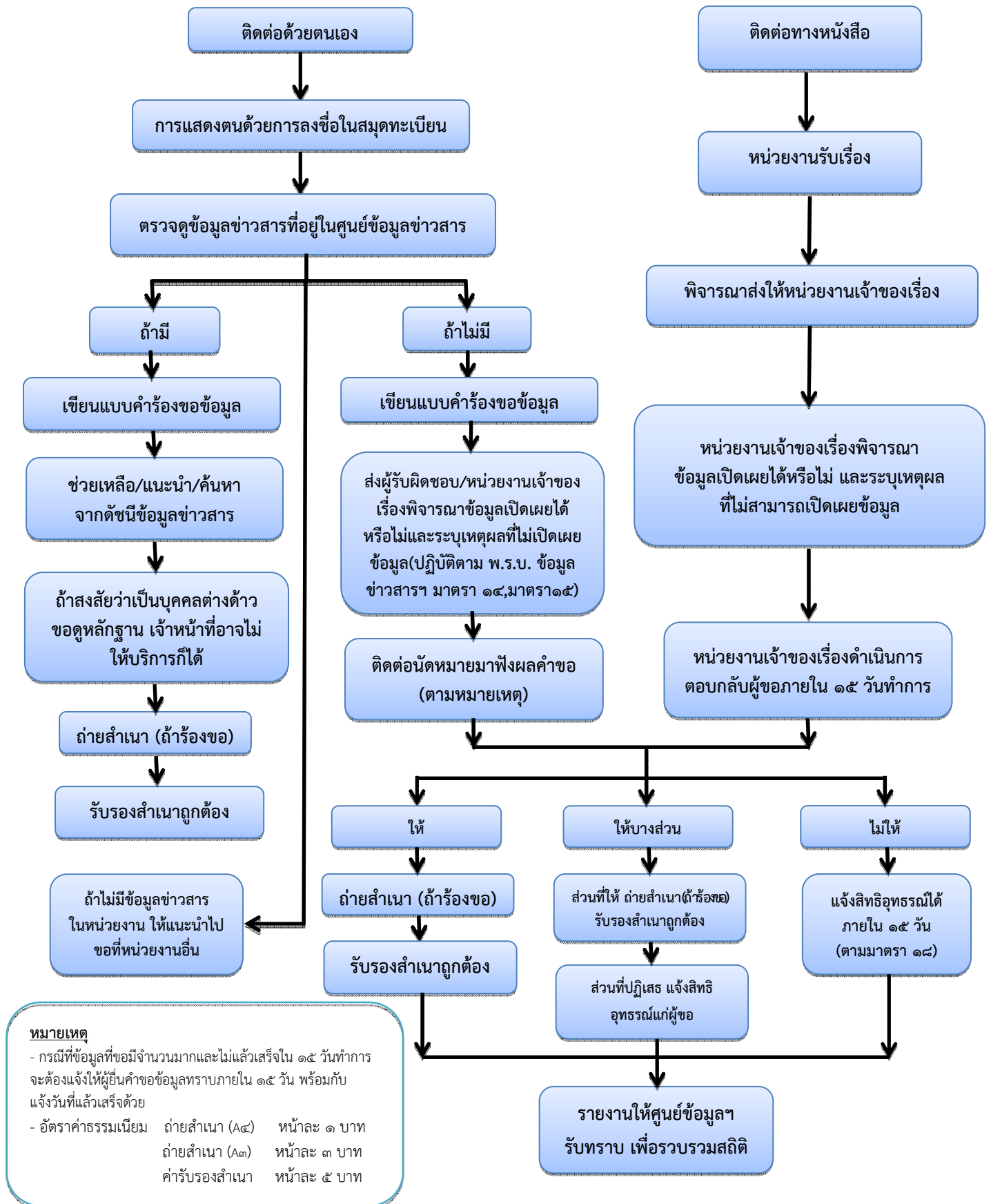
นอกจากสายงานผู้ช่วยผู้ว่าการ (สำนักสื่อสารองค์กรและลูกค้าสัมพันธ์) ที่ทำหน้าที่เผยแพร่หรือกระจายข้อมูลข่าวสารที่เป็นปัจจุบันต่อสาธารณะหรือภายนอกองค์กรแล้ว ยังมีกองบริการกลางที่ทำหน้าที่ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของ กปภ. ต่อสาธารณะ เพื่อให้เป็นไปตาม พ.ร.บ. ข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ. 2540 มาตรา 9 ที่กำหนดให้หน่วยงานของรัฐต้องจัดให้มีข้อมูลข่าวสารของราชการอย่างน้อยตามมาตรา 9 วรรคแรก (1)-(8) ไว้ให้ประชาชนเข้าตรวจสอบได้ โดยคณะกรรมการข้อมูลข่าวสารของราชการได้ประกาศหลักเกณฑ์และวิธีการเกี่ยวกับการจัดให้มีข้อมูลข่าวสารของราชการไว้ให้ประชาชนเข้าตรวจสอบได้ เมื่อวันที่ 24 กุมภาพันธ์ 2541 โดยกำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการไว้หลายประการ ซึ่งในข้อแรกกำหนดให้หน่วยงานของรัฐจัดให้มีสถานที่สำหรับประชาชนสามารถใช้ในการค้นหาและศึกษาข้อมูลข่าวสารของราชการตามมาตรา 9 ดังกล่าว ต่อมาสถานที่นี้ถูกเรียกว่า “ศูนย์ข้อมูลข่าวสารของราชการตาม พ.ร.บ. ข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ. 2540”

ซึ่งประชาชนทั่วไปสามารถเข้าดูข้อมูลได้ที่เว็บไซต์ กปภ. URL :<http://infocenter.pwa.co.th> หรือจะขอเข้าดูข้อมูลได้ที่ห้องศูนย์ข้อมูลข่าวสารของ กปภ. ได้ตลอดเวลาราชการ ทั้งนี้ สามารถดูรายละเอียดขั้นตอนการขอรับบริการข้อมูลข่าวสาร เป็นไปผังตารางที่ 2 ที่แนบมาท้ายนี้

ตารางที่ 1 ผังกระบวนการบริหารงานด้านการสื่อสารภายนอกองค์กร

ผังกระบวนการ	ระยะเวลา	รายละเอียดงาน/Control Point (CP)	ผู้รับผิดชอบ	เอกสารที่เกี่ยวข้อง
	เดือนมิถุนายน	ใช้ปัจจัยนำเข้าคือ ข้อมูลเกี่ยวกับองค์กรในด้านข่าวสารจากสื่อมวลชนสายหลักและสื่อสังคมออนไลน์ที่มีผลกระทบต่อ กปภ. ทั้งในแง่บวกและแง่ลบ แผนยุทธศาสตร์องค์กร นโยบาย ผลการดำเนินงานที่ผ่านมา และทิศทางการทำงานของ กปภ. ในอนาคต เพื่อนำมาจัดทำแผนระยะยาวด้านประชาสัมพันธ์ของ กปภ. (ราย 5 ปี) และนำเสนอให้ สสส. ผขล. และ/หรือ ผวก. พิจารณาเห็นชอบ CP : ประมวลข้อมูลที่เกี่ยวข้องได้อย่างครบถ้วนโดยใช้ปัจจัยนำเข้าให้ครบถ้วน	สสส. (กลอ.)	แผนระยะยาวด้านประชาสัมพันธ์ของ กปภ. (ราย 5 ปี)
	เดือนกรกฎาคม	เสนอแผนระยะยาวด้านประชาสัมพันธ์ของ กปภ. (ราย 5 ปี) ให้ สสส. ผขล. และ ผวก. พิจารณาเห็นชอบ	กลอ.	
	เดือนสิงหาคม	นำแผนระยะยาวด้านประชาสัมพันธ์ของ กปภ. (ราย 5 ปี) ที่ได้รับความเห็นชอบจาก ผวก. มาใช้จัดทำแผนประชาสัมพันธ์ประจำปี ถัดไป และนำเสนอให้ สสส. ผขล. และ ผวก. พิจารณาเห็นชอบ CP : วางแผนสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของแผนระยะยาว	กลอ.	แผนประชาสัมพันธ์ประจำปี
	เดือนสิงหาคม	กำหนดเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ในงบประมาณถัดไป ทั้งแบบที่ใช้งบประมาณและไม่ใช้งบประมาณ CP : กำหนดเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์โดยครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมาย	กลอ.	
	เดือนสิงหาคม	จัดทำแผนปฏิบัติการประจำปี เพื่อเสนอของบประมาณทำการของปีงบประมาณถัดไป CP : ของบประมาณทำการได้เหมาะสมกับสื่อโฆษณาและสื่อประชาสัมพันธ์	กลอ.	
	ตลอดปีงบประมาณ	ดำเนินการด้านโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามแผนประชาสัมพันธ์ โดยเผยแพร่ประชาสัมพันธ์การดำเนินงานของ กปภ. ในด้านต่าง ๆ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายได้รับทราบความเคลื่อนไหวผ่านทางสื่อต่าง ๆ อย่างต่อเนื่องประกอบด้วย การจัดทำข่าวประชาสัมพันธ์ภายนอก โฆษณาหนังสือพิมพ์ สปอต โทรทัศน์/วิทยุ ผ่านทางหนังสือพิมพ์ อินเทอร์เน็ต วิทยุ โทรทัศน์ สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) แอปพลิเคชัน "G-News" (ข่าวสารภาครัฐ) รายงานประจำปี เสียงตามสาย สปอต โฆษณาตู้เอทีเอ็ม ข้อมูลประกอบการสัมมนาสื่อมวลชนของผู้ว่าราชการ กปภ. และ Billboard CP : เผยแพร่ครบทุกช่องทาง	กลอ.	แอปพลิเคชัน "G-News"
	ตลอดปีงบประมาณ	ติดตามการดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์และโฆษณาให้เป็นไปตามที่วางแผนไว้ทั้งในส่วนที่ผ่านกระบวนการจัดซื้อจัดจ้าง และส่วนที่เผยแพร่โดยไม่คิดค่าใช้จ่าย (ข่าวแจกประชาสัมพันธ์) และนำเสนอให้ สสส. ผขล. และ/หรือ ผวก. พิจารณาเห็นชอบ CP : ติดตามผลการดำเนินงานให้ครบถ้วน	กลอ.	
	ตลอดปีงบประมาณ	รวบรวมผลสัมฤทธิ์และรายงานผลการดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์ให้รายงาน ผู้ว่าการ และกระทรวงมหาดไทย จำนวน 17 ฉบับ CP : จัดทำข้อมูลครบถ้วนและอยู่ในกรอบเวลาที่กำหนด	กลอ.	รายงานที่เกี่ยวข้อง
	เดือนสิงหาคม	ติดตามประเมินประสิทธิผลกระบวนการบริหารงานด้านการสื่อสารภายนอกองค์กรเพื่อทบทวนแผนประจำปีในเดือนสิงหาคม โดยใช้ปัจจัยนำเข้าคือตัวชี้วัดผลลัพธ์และตัวชี้วัดกระบวนการทำงาน (CP)	กลอ.	

ตารางที่ ๒ ขั้นตอนการขอรับบริการข้อมูลข่าวสาร



หมายเหตุ

- กรณีที่ข้อมูลที่มีจำนวนมากและไม่แล้วเสร็จใน ๑๕ วันทำการ จะต้องแจ้งให้ผู้ยื่นคำขอข้อมูลทราบภายใน ๑๕ วัน พร้อมกับแจ้งวันที่แล้วเสร็จด้วย
- อัตราค่าธรรมเนียม

ถ่ายสำเนา (A๔)	หน้าละ ๑ บาท
ถ่ายสำเนา (A๓)	หน้าละ ๓ บาท
คำรับรองสำเนา	หน้าละ ๕ บาท