

รายงานการเปิดโอกาส ให้เกิดการมีส่วนร่วม ของการเปิดเผยข้อมูลบนเว็บไซต์ และการสื่อสาร

ของสถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน (องค์การมหาชน)

ณ เมษายน 2566

โดย

สำนักพัฒนานวัตกรรมชุมชนจัดการความรู้และสื่อสาร

สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน(องค์การมหาชน)

สารบัญ

(1) หลักการสำคัญการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม 3

(2) กระบวนการเปิดโอกาสให้เกิดการมีส่วนร่วมของการเปิดเผยข้อมูลบนเว็บไซต์และการสื่อสารของสถาบัน 6

(2.1) ความสำคัญการสร้างความรับรู้และความเข้าใจแก่ประชาชน ปี 2566 ของสถาบัน 6

(2.2) แนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสาร ของสถาบันฯ ประจำปี 2566 9

(2.3) กระบวนการเปิดโอกาสให้เกิดการมีส่วนร่วมของการเปิดเผยข้อมูลบนเว็บไซต์และการสื่อสารของสถาบัน 10

(3) ผลการดำเนินงานด้านการเปิดเผยข้อมูลบนเว็บไซต์สถาบัน (ตัวชี้วัด ป.ป.ช.) ไตรมาส 2 (ตุลาคม 2565-มีนาคม 2566) 14

(4) ปัญหา/อุปสรรคและข้อเสนอแนะ 21

(5) ภาคผนวก 23

- แผนการสื่อสารเพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจแก่ประชาชน ของสถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน(องค์การมหาชน) ประจำปี 2566

(1)

หลักการสำคัญการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม

กว่า 20 ปี ของการดำเนินงานของสถาบันพัฒนาอค์กรชุมชน (องค์การมหาชน) หรือ พอช. มีภารกิจและนโยบายสำคัญ คือ การส่งเสริมและสนับสนุนองค์กรชุมชนมีกระบวนการและมีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การพัฒนาร่วมกับภาคีเครือข่ายที่หลากหลาย สร้างกระบวนการเรียนรู้และต่อยอดการพัฒนาร่วมกับภาคีหน่วยงานภาครัฐ เอกชน ประชาสังคม และขบวนองค์กรชุมชนทั่วประเทศ มุ่งหวังให้เกิดนวัตกรรมที่ก่อให้เกิดการพัฒนาชุมชนและองค์กรชุมชนให้มีความเข้มแข็งพึ่งพาตนเอง ทั้งในด้านการเสริมสร้างขบวนการภาคประชาชน (People's Movement) ผ่านการสนับสนุนโครงการที่มุ่งสร้างการมีส่วนร่วมของขบวนองค์กรชุมชนโดยใช้พื้นที่เป็นตัวตั้ง การพัฒนาที่อยู่อาศัยของผู้มีรายได้น้อย การสนับสนุนการดำเนินงานของสภาองค์กรชุมชน การสนับสนุนการดำเนินงานกองทุนสวัสดิการชุมชนตำบล การสนับสนุนการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและทุนชุมชนฐานราก และการขับเคลื่อนผลักดันนโยบายสาธารณะ (Public Policy) ที่เกิดจากภาคประชาชน ประชาสังคมและขบวนองค์กรชุมชน

สถาบัน ได้มีการจัดแผนปฏิบัติการระยะ 5 ปี (พ.ศ.2566 - 2570) ที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ และแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ นโยบายรัฐบาล รวมถึงยุทธศาสตร์การพัฒนาประเด็นงานต่างๆ ในการสนับสนุนการพัฒนาขบวนองค์กรชุมชนอย่างเป็นระบบและเชื่อมโยงสอดคล้องกันในทุกระดับ เพื่อการขับเคลื่อนงานของสถาบัน อย่างมีทิศทางและสอดรับกัน อันจะเป็นทิศทางสำคัญในการถ่ายทอดสู่แผนปฏิบัติการประจำปีของสถาบัน และการจัดทำงบประมาณรายจ่ายประจำปีที่จะเป็นทิศทางสำคัญในการขับเคลื่อนการดำเนินงานพัฒนาองค์กรชุมชนและเครือข่ายองค์กรชุมชนให้บรรลุผลตามเป้าหมายอย่างเป็นรูปธรรม เพื่อให้บรรลุ **วิสัยทัศน์ 2579 ชุมชนท้องถิ่นมีความเข้มแข็งเต็มพื้นที่ประเทศไทย** โดยมีสาระสำคัญ ประกอบด้วย วิสัยทัศน์ พันธกิจ ประเด็นการพัฒนา เป้าหมาย

ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมาย แนวทางการพัฒนา โครงการ/กิจกรรม และงบประมาณ ซึ่งมีประเด็นการพัฒนา 4 เรื่อง ประกอบด้วย (1) การพัฒนาโดยใช้พื้นที่เป็นตัวตั้ง สนับสนุนให้ชุมชนท้องถิ่นมีระบบที่พัฒนาไปสู่การจัดการตนเอง (2) การสานพลังความสัมพันธ์ของชุมชนท้องถิ่นและภาคีเครือข่ายพัฒนาสู่การเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างและนโยบาย (3) การพัฒนาและเสริมสร้างขีดความสามารถของผู้นำ คนและขบวนองค์กรชุมชน (4) การพัฒนาระบบบริหารจัดการองค์กรในการเป็นหุ้นส่วนการพัฒนาชุมชนท้องถิ่น

ในการนี้สำนักพัฒานวัตกรรมชุมชนจัดการความรู้และสื่อสาร ได้มีการจัดทำแผนพัฒนาวิจัยนวัตกรรมชุมชนจัดการความรู้และการสื่อสาร ระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566-2570) ของสถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน (องค์การมหาชน)ขึ้น เพื่อเป็นทิศทางการขับเคลื่อนงานวิชาการ งานวิจัย นวัตกรรมชุมชน การจัดการความรู้และการสื่อสารของสถาบันพัฒนาองค์กรชุมชนและขบวนองค์กรชุมชน ในการสนับสนุนการดำเนินงานของสถาบันฯ ให้บรรลุเป้าหมาย ในวิสัยทัศน์ **“พอช.เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ด้านงานพัฒนาชุมชน ส่งเสริมนวัตกรรมชุมชนและการสื่อสารอย่างสร้างสรรค์”** มีพันธกิจ ดังนี้ พันธกิจที่ 1 พัฒนาระบบการจัดการความรู้และนวัตกรรมชุมชนขององค์กรและขบวนชุมชน พันธกิจที่ 2 พัฒนาระบบการสื่อสารขององค์กรและขบวนชุมชนสู่นโยบายสาธารณะ พันธกิจที่ 3 พัฒนาและยกระดับความร่วมมือกับเครือข่ายภาคีวิชาการ ภาคีการสื่อสารและขบวนชุมชน ซึ่งมีแผนปฏิบัติการฯ 4 เรื่อง ประกอบด้วย 1) การพัฒนาระบบการจัดการความรู้และการสื่อสาร 2) การพัฒนาศักยภาพของบุคลากรและขบวนองค์กรชุมชนเพื่อขยายภาคีเครือข่าย 3) การพัฒนาองค์ความรู้และงานวิจัยสู่นวัตกรรมชุมชน 4) การสนับสนุนและยกระดับการสื่อสาร การผลักดันนโยบายสาธารณะ

อย่างไรก็ตามในช่วงที่ผ่านมา สถาบัน มีการส่งเสริมความเข้มแข็งของขบวนองค์กรชุมชน ก่อให้เกิดเครือข่ายองค์กรชุมชน ตลอดจนภาคีพัฒนาจากภาคส่วนต่างๆ โดยคำนึงถึงความร่วมมือและเปิดโอกาสให้ทุกภาคส่วนได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในการร่วมคิด ร่วมออกแบบ ร่วมกำหนดแนวทาง พร้อมทั้งร่วมติดตาม เพื่อให้เกิดกระบวนการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนให้มีความเข้มแข็งตามวิสัยทัศน์สถาบัน

“การมีส่วนร่วม” เป็นเรื่องของอำนาจและความสัมพันธ์เชิงอำนาจจากผู้มีอำนาจ ทั้งหน่วยงานภาครัฐภาคเอกชน ลงมาสู่ประชาชนซึ่งเป็นจุดศูนย์กลางของการพัฒนา การมีส่วนร่วมเป็นเรื่องการจัดการด้วยตนเองของประชาชนในการดำเนินงานโครงการพัฒนา การร่วมคิด การตัดสินใจแก้ปัญหาของตนเองภายใต้หลักการทำงานบนความร่วมมือ การยินยอม หรือการทำงานเพื่อชุมชนด้วยความสมัครใจ การเรียนรู้ร่วมกันและการลงมือปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมของคนในชุมชน

“การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม” เป็นกลไกและเครื่องมือที่จะสร้างการเปลี่ยนแปลงและเพิ่มความสามารถทางการสื่อสารให้กับบุคคล กลุ่มบุคคล องค์กร เครือข่าย ซึ่งการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเป็น

วิธีการปฏิบัติการร่วมกันระหว่างผู้รับสารและแหล่งข้อมูลข่าวสาร โดยมีนักสื่อสารทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสารซึ่งมีบทบาทในการเป็นพี่เลี้ยงให้แก่ประชาชนในชุมชน

“นวัตกรรมการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม” ภายใต้กระบวนทัศน์การพัฒนาแบบทางเลือก เน้นความสำคัญกับภูมิปัญญา วิถีชุมชน การพัฒนาที่แท้จริงควรมาจากความต้องการและการมีส่วนร่วมของประชาชนในชุมชนซึ่งต่างมีต้นทุนในชุมชน เช่น ด้านการสื่อสาร มีเนื้อหา/สาร/ความรู้/ภูมิปัญญา/ มีช่องทางการสื่อสาร (สื่อบุคคล สื่อพื้นบ้าน สื่อชุมชน สื่อใหม่) และผู้รับสาร (คนในชุมชน/นักพัฒนา/ปราชญ์ชาวบ้าน)

ดังกล่าวข้างต้นถือได้ว่า **“การสื่อสาร”** มีบทบาทสำคัญในงานพัฒนาเพื่อสร้างความเปลี่ยนแปลงอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ โดยนักพัฒนาจะต้องทำการวางแผนการสื่อสาร ไม่ว่าจะเป็นผู้ส่งสาร เนื้อหาของข้อมูลข่าวสาร ตลอดจนช่องทางของการสื่อสาร ซึ่งกระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในงานพัฒนานั้นจะต้องสะท้อนของความเป็นท้องถิ่น เน้นชุมชนเป็นศูนย์กลาง และมีรูปแบบการใช้สื่ออย่างผสมผสาน จากข้อมูลข้างต้นเป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นว่า การสื่อสารได้เข้ามามีบทบาทในกระบวนการสร้างสรรค์การมีส่วนร่วมของประชาชนผ่านรูปแบบการสื่อสารที่เรียกว่า **"การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม"** (Participatory Communication) (กรรณิการ์ เพ็งปรางค์, 2548) ซึ่งได้ระบุว่า **"การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม"** นั้น มีอยู่ 2 นัยยะ คือ **นัยยะแรก** หมายถึง การใช้การสื่อสารประเภทต่างๆ เป็นหนทางหรือเครื่องมือนำไปสู่การมีส่วนร่วมในชีวิตสาธารณะ เช่น การเขียนจดหมายเปิดผนึกถึงสื่อมวลชนเพื่อร้องเรียนการทำงานของเจ้าหน้าที่รัฐ การร่วมแสดงความคิดเห็นกับโครงการพัฒนาในที่ประชุมหมู่บ้าน **นัยยะที่สอง** หมายถึง การเปิดโอกาสให้ประชาชนได้มีโอกาสเข้ามามีส่วนร่วมในตัวการสื่อสารเอง โดยรูปแบบของการเข้าถึงการสื่อสารนั้นมีอยู่ 3 รูปแบบ คือ (1) การเข้าถึงในฐานะผู้บริโภค หมายถึง การที่บุคคลมีโอกาสใช้สื่อในฐานะ "ผู้รับสาร/ผู้ดู/ผู้ชม/ผู้อ่าน" โดยสามารถที่จะเลือกบริโภคสื่อได้จากรูปแบบของรายการที่หลากหลายและมีช่องทางในการสะท้อนปฏิกิริยาของตนสู่ผู้ผลิต ที่เรียกว่าเป็น "ผู้รับสารที่เอาการเอางาน" (2) การเข้าถึงสื่อในฐานะผู้ผลิต หมายถึง การที่บุคคลมีโอกาสเข้าร่วมในเชิงกระบวนการผลิต เช่น การเข้าร่วมเป็นแขกรับเชิญในรายการวิทยุ การเข้าร่วมเป็นแหล่งข่าว การมีส่วนร่วมในการเลือกประเด็นนำเสนอ เป็นต้น (3) การเข้าถึงสื่อในฐานะผู้บริหารสื่อ หมายถึง การที่บุคคลได้มีส่วนเกี่ยวข้องกับระบบการตัดสินใจต่างๆ ในองค์กรสื่อ เช่น การกำหนดเนื้อหาและรูปแบบที่เหมาะสม การกำหนดช่วงเวลา การวางระบบบริหารงาน/ระบบงบประมาณ การมีส่วนร่วมในการพัฒนาแผนงานและนโยบายต่างๆ[1]

[1] พวงชมพู ไชยอาลา แสงรุ่งเรืองโรจน์. การสื่อสารแบบมีส่วนรวม : กลไกในขับเคลื่อนแนวคิดสู่การปฏิบัติภายใต้กระบวนทัศน์การพัฒนาแบบทางเลือก. พ.ศ.2556.

จะเห็นได้ว่าการสื่อสารแบบมีส่วนรวมในนัยยะที่สองนั้นเป็นแนวคิดที่เกิดขึ้นจากรูปแบบและแนวคิดการสื่อสารในกระบวนทัศน์การพัฒนาแบบทางเลือก ที่เน้นการกระจายอำนาจการสื่อสารไปสู่ชุมชน อันเป็นที่มาของการพัฒนาช่องทางการสื่อสารในชุมชน อาทิ หอกระจายเสียงประจำหมู่บ้าน วิทยุชุมชน โทรทัศน์ท้องถิ่น เวทีประชุม/ประชาคม เป็นต้น จากที่กล่าวมาข้างต้นยังสะท้อนให้เห็นถึงรูปแบบการสื่อสารทั้งในระดับบุคคล ระดับกลุ่ม ระดับชุมชน จนไปถึงระดับมวลชนอีกด้วย

(2)

กระบวนการเปิดโอกาสให้เกิดการมีส่วนร่วมของการเปิดเผยข้อมูลบนเว็บไซต์และการสื่อสารของสถาบัน

(2.1) ความสำคัญการสร้างความรับรู้ และความเข้าใจแก่ประชาชน ปี 2566 ของสถาบัน

คณะรัฐมนตรีได้มีมติเมื่อวันที่ 11 ตุลาคม 2559 เห็นชอบแนวทางการสร้างความรับรู้ความเข้าใจแก่ประชาชนโดยหัวหน้าส่วนราชการ ได้แก่ ปลัดกระทรวง อธิบดี และหัวหน้าส่วนราชการที่มีฐานะเทียบเท่ากระทรวง กรม ตลอดจนผู้บริหารสูงสุดของรัฐวิสาหกิจ และองค์การมหาชน มีหน้าที่และความรับผิดชอบในการสร้างความรับรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องแก่ประชาชนเกี่ยวกับการปฏิบัติราชการของหน่วยงานที่อยู่ในความรับผิดชอบ ซึ่งความสำเร็จในการสร้างความรับรู้ความเข้าใจแก่ประชาชนเป็นตัวชี้วัดสำคัญในการประเมินผลการปฏิบัติราชการของหัวหน้าส่วนราชการทุกแห่ง โดยให้ผู้บังคับบัญชา สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ และสำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือนประเมินจากปริมาณและประสิทธิภาพของการชี้แจงความทันต่อสถานการณ์ และความรับรู้ความเข้าใจของประชาชนตามผลสำรวจของหน่วยงานต่างๆ ที่ดำเนินการอยู่แล้วเป็นปกติ และในกรณีของรัฐวิสาหกิจและองค์การมหาชนให้องค์กรกลางที่เกี่ยวข้องนำแนวทางนี้ไปใช้ในการประเมินผู้บริหารด้วย และให้สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ และสำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือนรายงานตัวชี้วัดและผลการประเมินตามแนวทางนี้ต่อนายกรัฐมนตรีทราบเป็นรายกระทรวงทุกสามเดือน

สำนักงาน ก.พ.ร. ได้เสนอแนวทางการประเมินผลเพื่อสร้างการรับรู้ความเข้าใจแก่ประชาชน โดยกำหนดให้เป็นตัวชี้วัดบังคับในการประเมินส่วนราชการตามมาตรการปรับปรุงประสิทธิภาพในการปฏิบัติราชการ ตามคำสั่งหัวหน้าคณะรักษาความสงบแห่งชาติที่ 5/2559 ในองค์ประกอบการประเมินประสิทธิภาพในการดำเนินงานตามหลักภารกิจยุทธศาสตร์ แนวทางปฏิรูปภาครัฐ นโยบายเร่งด่วนหรือภารกิจที่ได้รับมอบหมายพิเศษ (Agenda Based) โดยประเมินผลทุก 6 เดือน และรายงานนายกรัฐมนตรีทราบความก้าวหน้าทุก 3 เดือน ซึ่งตัวชี้วัดดังกล่าว กรมประชาสัมพันธ์ ได้มีการจัดการประชุมชี้แจงส่วนราชการตามแนวทางการสร้างความรับรู้และเข้าใจแก่ประชาชน ประจำปี 2566 เมื่อวันที่ 5 กันยายน 2565 ที่ผ่านมา โรงแรมมิราเคิล แกรนด์ กทม. โดยมี รองนายกรัฐมนตรี (นายวิษณุ เครืองาม) เป็นประธาน ซึ่งคณะทำงานได้ระบุถึงความสำคัญในการสื่อสารของหน่วยงานภาครัฐทั้งในประเทศและในระดับนานาชาติ และการชี้แจงประเด็นสำคัญที่ทันต่อสถานการณ์นั้น ถือเป็นหัวใจหลักในการเชื่อมโยงให้หน่วยงานของรัฐใกล้ชิดกับประชาชนมากยิ่งขึ้น โดยประกาศแจ้งเน้นย้ำถึงแนวทางการสร้างการรับรู้และเข้าใจแก่ประชาชน ในระบบ Line ID IA IR Chat ที่ถือว่าเป็นอีกกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนข้อมูลข่าวสารจากภาครัฐสู่ประชาชนได้อย่างถูกต้อง รวดเร็ว และชัดเจน เพื่อให้ประชาชนสิ้นข้อสงสัย และนายกรัฐมนตรี มีข้อสั่งการให้กรมประชาสัมพันธ์ เตรียมเปิดช่องทางเว็บไซต์กลางของประเทศไทย ชื่อ www.thailand.go.th เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่หน่วยงานภาครัฐในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร โครงการและกิจกรรมที่ทุกหน่วยงานดำเนินการอยู่ มาจัดเป็นหมวดหมู่แบบครบวงจร เป็นศูนย์กลางข้อมูลของประเทศไทยในทุกมิติ มีความครบถ้วน น่าเชื่อถือ ช่วยให้การเข้ามาสืบค้นข้อมูลนั้นสะดวก ครบ จบในที่เดียว

สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน (องค์การมหาชน) หรือ พอช. มีภารกิจและนโยบายสำคัญ คือ การส่งเสริมและสนับสนุนองค์กรชุมชนมีกระบวนการและมีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การพัฒนาร่วมกับภาคีเครือข่ายที่หลากหลาย สร้างกระบวนการเรียนรู้และต่อยอดการพัฒนาร่วมกับภาคีหน่วยงานภาครัฐ เอกชน ประชาสังคม และขบวนองค์กรชุมชนทั่วประเทศ มุ่งหวังให้เกิดนวัตกรรมที่ก่อให้เกิดการพัฒนาชุมชนและองค์กรชุมชนให้มีความเข้มแข็งพึ่งพาตนเอง ทั้งในด้านการเสริมสร้างขบวนการภาคประชาชน (People's Movement) ผ่านการสนับสนุนโครงการที่มุ่งสร้างการมีส่วนร่วมของขบวนองค์กรชุมชนโดยใช้พื้นที่เป็นตัวตั้ง การพัฒนาที่อยู่อาศัยของผู้มีรายได้น้อย การสนับสนุนการดำเนินงานของสภาองค์กรชุมชน การสนับสนุนการดำเนินงานกองทุนสวัสดิการชุมชนตำบล การสนับสนุนการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและทุนชุมชนฐานราก และการขับเคลื่อนผลักดันนโยบายสาธารณะ (Public Policy) ที่เกิดจากภาคประชาชน ประชาสังคมและขบวนองค์กรชุมชน

สถาบัน ได้มีการจัดแผนปฏิบัติการระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566 - 2570) ที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ และแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ นโยบายรัฐบาล รวมถึงยุทธศาสตร์การพัฒนาประเด็นงานต่างๆ ในการสนับสนุนการพัฒนาขบวนองค์กรชุมชนอย่างเป็นระบบและเชื่อมโยงสอดคล้องกันในทุกระดับ เพื่อการขับเคลื่อนงานของสถาบัน อย่างมีทิศทางและสอดรับกัน อันจะเป็นทิศทางสำคัญในการถ่ายทอดสู่แผนปฏิบัติการประจำปีของสถาบัน และการจัดทำงบประมาณรายจ่ายประจำปี

ที่จะเป็นทิศทางสำคัญในการขับเคลื่อนการดำเนินงานพัฒนาองค์กรชุมชนและเครือข่ายองค์กรชุมชนให้บรรลุผลตามเป้าหมายอย่างเป็นรูปธรรม เพื่อให้บรรลุ **วิสัยทัศน์ 2579 ชุมชนท้องถิ่นมีความเข้มแข็งเต็มพื้นที่ประเทศไทย** โดยสำนักพัฒานวัตกรรมชุมชนจัดการความรู้และสื่อสาร ได้มีการจัดทำแผนพัฒนาวิจัยนวัตกรรมชุมชนจัดการความรู้และการสื่อสาร ระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566-2570) ของสถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน (องค์การมหาชน)ขึ้น เพื่อเป็นทิศทางการขับเคลื่อนงานวิชาการ งานวิจัย นวัตกรรมชุมชน การจัดการความรู้และการสื่อสารของสถาบันพัฒนาองค์กรชุมชนและขบวนองค์กรชุมชน ในการสนับสนุนการดำเนินงานของสถาบันฯ ให้บรรลุเป้าหมาย ในวิสัยทัศน์ **“พอช.เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ด้านงานพัฒนาชุมชน ส่งเสริมนวัตกรรมชุมชนและการสื่อสารอย่างสร้างสรรค์”** มีพันธกิจ ดังนี้ **พันธกิจที่ 1** พัฒนาระบบการจัดการความรู้และนวัตกรรมชุมชนขององค์กรและขบวนชุมชน **พันธกิจที่ 2** พัฒนาระบบการสื่อสารขององค์กรและขบวนชุมชนสู่นโยบายสาธารณะ **พันธกิจที่ 3** พัฒนาและยกระดับความร่วมมือกับเครือข่ายภาคีวิชาการ ภาคีการสื่อสารและขบวนชุมชน ซึ่งมีแผนปฏิบัติการฯ 4 เรื่อง ประกอบด้วย 1) การพัฒนาระบบการจัดการความรู้และการสื่อสาร 2) การพัฒนาศักยภาพของบุคลากรและขบวนองค์กรชุมชนเพื่อขยายภาคีเครือข่าย 3) การพัฒนาองค์ความรู้และงานวิจัยสู่นวัตกรรมชุมชน 4) การสนับสนุนและยกระดับการสื่อสาร การผลักดันนโยบายสาธารณะ

สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน (องค์การมหาชน) สังกัด กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ มีนโยบายในการส่งเสริมให้มีการสื่อสารในแนวทางการพัฒนาที่ชุมชนเป็นแกนหลัก ใช้พื้นที่เป็นตัวตั้ง ถือเป็นพันธกิจสำคัญในการส่งเสริมความเข้มแข็งของชุมชนฐานรากในการเป็นหุ้นส่วนการพัฒนา ภายใต้วิสัยทัศน์ **“2579 ชุมชนท้องถิ่นมีความเข้มแข็งเต็มพื้นที่ประเทศไทย”** ทั้งภายในและภายนอกองค์กร ที่มีกลุ่มเป้าหมายทั้งองค์กรภาครัฐ ผู้กำหนดนโยบาย ท้องที่ ท้องถิ่น ขบวนองค์กรชุมชน ภาคธุรกิจ ภาคประชาสังคม ตลอดจนภาคีพัฒนา และประชาชนทั่วไป เพื่อให้ได้รับรู้ เข้าใจ ยอมรับ และสนับสนุนทิศทางการพัฒนาที่ให้ชุมชนท้องถิ่นจัดการตนเองและเกิดความเข้าใจอันดีต่อการดำเนินงานของสถาบัน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสารงานของขบวนองค์กรชุมชน เพื่อสร้างการรับรู้และเข้าใจต่อประชาชน รวมไปถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในทุกระดับ ในปีงบประมาณ 2566 เพื่อให้การดำเนินการตามตัวชี้วัดการสร้างความรับรู้และเข้าใจแก่ประชาชน และให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพด้านการสื่อสาร จึงมีการมอบหมายหน้าที่ดำเนินการการสร้างความรับรู้ความเข้าใจแก่ประชาชนของสถาบันฯ ประจำปี 2566 ขึ้น เพื่อเป็นกลไกสนับสนุนการสื่อสาร การชี้แจงประเด็นข่าวที่ทันต่อเหตุการณ์ ของสถาบันฯ ตลอดจนการพัฒนาศักยภาพด้านการสื่อสารทั้งของขบวนองค์กรชุมชนและผู้ปฏิบัติงาน พอช. ประกอบด้วยผู้แทนผู้ปฏิบัติงาน พอช. ทั้งฝ่ายบริหาร สำนักงานภาค และส่วนกลางที่เกี่ยวข้อง โดยมีบทบาทในการดำเนินงาน ดังนี้

1. ผู้อำนวยการสถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน (องค์การมหาชน) อนุมัติแผนการสร้างความรู้ความเข้าใจแก่ประชาชน ประจำปี 2566 และกำกับการดำเนินงานด้านการสื่อสารให้เกิดประสิทธิภาพ และมีประเด็น รวมถึงช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย

2. สำนักงานภาค/สำนัก ร่วมออกแบบ วางแผน กำหนดประเด็นการสื่อสาร และจัดส่งประเด็น/ข้อมูล งานพัฒนาในพื้นที่หรือการขับเคลื่อนงานตามนโยบายของสถาบันฯ ทั้งรายวัน/รายสัปดาห์/รายเดือน/รายไตรมาส/รายปี ส่งมายัง สำนักพัฒนานวัตกรรมชุมชน จัดการความรู้และสื่อสาร เพื่อนำมาสู่การจัดทำเนื้อหาข้อมูลข่าวสาร สื่อสารภายใน สื่อสารชุมชน และสื่อสารสาธารณะ โดยรายงานผ่านช่องทางต่างๆ ที่หลากหลาย ทั้งสื่อวิทยุ โทรทัศน์ สิ่งพิมพ์ และออนไลน์

3. ในกรณีที่มีข่าว/ประเด็นที่เกี่ยวข้องกับสถาบัน คณะทำงาน(ภาครัฐ) จะกำหนดประเด็นแล้วส่งในระบบไลน์ ID Chat และส่งประเด็นในระบบไลน์ IA Chat (อัตโนมัติ) ผู้อำนวยการสถาบัน จะเป็นผู้บริหารสูงสุดในการรับปฏิบัติ และตอบและชี้แจงประเด็นที่เกี่ยวข้องในระบบ IR Chat อันหมายรวมถึงข่าวที่ส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ขององค์กร เช่น เรื่องร้องเรียน หรือการนำเสนอข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อสาธารณะ โดยส่วนงานที่เกี่ยวข้องจัดทำข้อมูลและดำเนินการจัดส่งข้อมูลข้อเท็จจริงให้กับผู้บริหาร และสำนักพัฒนานวัตกรรมชุมชนฯ เพื่อประมวลข้อมูล นำเสนอเป็นข่าว/บทความ/แผ่นประชาสัมพันธ์/วีดิทัศน์ชี้แจง/แถลงข่าว ฯลฯ เพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องต่อผู้ปฏิบัติงาน ขบวนองค์กรชุมชน สื่อมวลชน สาธารณะ และสาธารณะชน อย่างน้อย ๓ แพลตฟอร์ม ไม่ว่าจะเป็น เว็บไซต์/โซเชียลมีเดียภายในของหน่วยงาน เว็บไซต์/โซเชียลมีเดียภายนอกของหน่วยงานหรือ G News สื่อมวลชน (หนังสือพิมพ์/ทีวี/วิทยุ) และผู้อำนวยการสถาบัน จะต้องดำเนินการส่งหลักฐานการชี้แจง ภายใน 2 วัน หลังชี้แจงใน IR Chat ผ่าน Email : Spokesman@prd.go.th และผู้อำนวยการรายงานผลต่อปลัดกระทรวง พม. และโฆษก พม.

4. สำนักพัฒนานวัตกรรมชุมชนจัดการความรู้และสื่อสาร เป็นฝ่ายอำนวยการในการจัดทำรายงาน และเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารตามประเด็นที่เกี่ยวข้องต่อผู้ปฏิบัติงาน ขบวนองค์กรชุมชน สื่อมวลชน สาธารณะ และสาธารณะชน เพื่อสื่อสารสร้างความรับรู้ความเข้าใจสู่ประชาชนได้อย่างถูกต้อง รวดเร็ว และชัดเจน เพื่อให้ประชาชนสิ้นข้อสงสัย

(2.2) แนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสาร ของสถาบันฯ ประจำปี 2566

ระยะที่ 1 **(ต.ค. - ธ.ค. 2565)**	**ระยะที่ 2** **(ม.ค - ก.ย. 2566)**
1. สำนักพัฒนานวัตกรรมชุมชนจัดการความรู้และสื่อสาร ออกแบบ วางแผน กำหนดประเด็นการสื่อสารของขบวนองค์กรชุมชน และ พอช. ตาม	1. เพิ่มประสิทธิภาพด้านการสื่อสารเพื่อสร้างการรับรู้และเข้าใจในประเด็นงาน/ทิศทางสำคัญของสถาบัน

ระยะที่ 1 (ต.ค. - ธ.ค. 2565)	ระยะที่ 2 (ม.ค - ก.ย. 2566)
ภารกิจสำคัญของสถาบันในปี 2566 2. จัดทำแผนการสื่อสาร ประจำปี 2566 และกำหนดประเด็นการสื่อสาร (IO) พร้อมทั้งเผยแพร่ผ่านช่องทางเว็บไซต์สถาบัน ที่สอดรับกับแผนพัฒนาวิจัยนวัตกรรมชุมชนจัดการความรู้และการสื่อสาร ระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566-2570) ของ พอช. 3. กำหนดกลไกและแนวทางเพื่อสนับสนุนการเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารของสถาบันฯ	ต่อประชาชน ในทุกช่องทางการสื่อสาร 2. ประมวลผล เพื่อให้เกิดแนวทาง/มาตรการไปสู่การปฏิบัติของหน่วยงาน พร้อมทั้งดำเนินการรณรงค์เผยแพร่และประชาสัมพันธ์ 3. ปฏิบัติการตามแผนปฏิบัติงานด้านการสื่อสาร พ.ศ. 2566 ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ และกำหนดประเด็นการสื่อสารในแต่ละช่วงเวลาตามสถานการณ์และความเหมาะสม 4. ดำเนินการรณรงค์ เผยแพร่และประชาสัมพันธ์ทั้งภายในและภายนอกองค์กรอย่างต่อเนื่อง 5. รายงานผลการดำเนินงานตามแผนแผนการสื่อสารประจำปี ๒๕๖๖ และกำหนดประเด็นการสื่อสารในแต่ละช่วงเวลาตามสถานการณ์และความเหมาะสม

(2.3) กระบวนการเปิดโอกาสให้เกิดการมีส่วนร่วมของการเปิดเผยข้อมูลบนเว็บไซต์และการสื่อสารของสถาบัน

(1) สถาบัน มีการจัดเวทีสัมมนา/ประชุม กับกลุ่มเป้าหมายภายนอกที่เกี่ยวข้องเพื่อสรุปบทเรียน และออกแบบแนวทางในการขับเคลื่อนงานที่ขบวนองค์กรชุมชนมีส่วนร่วมในการบริหารโครงการและงบประมาณของ สถาบัน ปี 2556 ดังนี้

- กลุ่มยุทธศาสตร์และขบวนชุมชนเข้มแข็ง ประกอบด้วย สำนักเลขายุทธศาสตร์ชุมชนเข้มแข็ง, สำนักประสานเครือข่ายสภาองค์กรชุมชน, สำนักประสานเครือข่ายประชาสังคม, สำนักประสานเครือข่ายสวัสดิการชุมชน จัดสัมมนา ‘ทิศทางการขับเคลื่อนงาน

ของขบวนองค์กรชุมชน 5 ภาค’ ระหว่างวันที่ 7-8 ธันวาคม 2565 ที่ผ่านมา โดยมีผู้แทนงานพัฒนาชุมชนด้านสวัสดิการชุมชน สภาองค์กรชุมชน ที่อยู่อาศัย เศรษฐกิจและทุนชุมชน ผู้ประสานงานเครือข่ายองค์กรชุมชน ภาคประชาสังคม เจ้าหน้าที่และผู้บริหาร พอช.เข้าร่วมสัมมนาประมาณ 90 คน ณ สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน (องค์การมหาชน) กทม. เพื่อ 1) แลกเปลี่ยนสถานการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการขับเคลื่อนงานของขบวนองค์กรชุมชนนำไปสู่การกำหนดเป้าหมายร่วม และออกแบบทิศทางการขับเคลื่อนงานของขบวนองค์กรชุมชนโดยใช้พื้นที่เป็นตัวตั้ง 2) จัดทำแผนปฏิบัติการการขับเคลื่อนงานของขบวนองค์กรชุมชนที่สอดคล้องกับบริบทและสถานการณ์เป้าหมาย และ 3) เพื่อออกแบบกลไกการดำเนินงานที่มีองค์ประกอบจากทุกภาคส่วนในการหนุนเสริมการพัฒนาความเข้มแข็งของชุมชนท้องถิ่น https://web.codi.or.th/20221208-41225/

- สำนักบ้านมั่นคง ได้มีเวทีสัมมนาสรุปบทเรียนและออกแบบการขับเคลื่อนโครงการบ้านมั่นคง ปีงบประมาณ 2566 ระหว่างวันที่ 8-9 กันยายน 2565 ที่ผ่านมา ณ ห้องไพบูลย์วัฒนศิริธรรม พอช. กทม. โดยได้รับความร่วมมือจากกลุ่มเป้าหมายหลายภาคส่วน กว่า 150 คน ได้แก่ อนุกรรมการบ้านมั่นคงและการจัดการที่ดิน คณะทำงานพัฒนาและกลั่นกรองบ้านมั่นคงเมืองและชนบท ขบวนองค์กรชุมชน 5 ภาค ภาคีพัฒนาทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน สถาบันการศึกษา ภาคประชาสังคม เครือข่ายสลัมสี่ภาค และเครือข่ายชุมชนริมคลอง เข้าร่วม เพื่อทบทวนวิธี การพัฒนาและยกระดับกลไกการขับเคลื่อนงานตลอดจนการกำหนดทิศทาง แนวทางสู่ความก้าวหน้าของการพัฒนา โดยการมีส่วนร่วมของขบวนชุมชน และภาคประชาสังคม ในการพัฒนาบ้านมั่นคงเมือง บ้านมั่นคงชนบท บ้านพอเพียง การจัดการภัยพิบัติ คนรุ่นใหม่ และการออกแบบชุมชนอย่างมีส่วนร่วม รวมทั้งการทำความเข้าใจและวางแนวทางในการบริหารโครงการ พัฒนาที่อยู่อาศัย https://m.facebook.com/story.php?story_fbid=pfbid0KjDsD8LB31XF8JnULuwmuxeGwV2bFdcuWQpo2YqEjwvNfwYUc2uJcwEsLbdBMh5Ql&id=100068827118286&sfnsn=mo&mibextid=6aamW6 พร้อมทั้งการสนับสนุนงานในประเด็นต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นระบบข้อมูล ระบบการสื่อสาร ระบบการติดตามประเมินผล เป็นต้น

(2) งานสื่อสาร สำนักพัฒนานวัตกรรมชุมชนจัดการความรู้และสื่อสาร พอช. ได้มีการนำข้อเสนอ เนื้อหา และประเด็นสำคัญ จากเวทีสัมมนาดังกล่าวข้างต้นมาวิเคราะห์นโยบายรัฐบาล

นโยบายของสถาบันฯ และจัดทำแผนการสื่อสาร ประจำปี 2566 เพื่อทำความเข้าใจต่อประชาชนและกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้อง ให้เกิดการนำเสนอหลักคิด และรูปธรรมงานพัฒนาของขบวนองค์กรชุมชนและการขับเคลื่อนตามนโยบายสำคัญของรัฐบาลอย่างต่อเนื่อง ในประเด็นงานต่างๆ ที่ พอช. ได้สนับสนุนงานพัฒนา ดังนี้

(2.1) **การกำหนดประเด็นการสื่อสารในการมีส่วนร่วมของเครือข่ายองค์กรชุมชน** ประกอบด้วย

- การเผยแพร่กิจกรรม ภายใต้แผนแม่บทการพัฒนาที่อยู่อาศัย ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560–2579) **ปี 2566** ใน 3 โครงการ ประกอบด้วย (1) โครงการพัฒนาที่อยู่อาศัยชุมชนริมคลอง “โครงการพัฒนาที่อยู่อาศัยชุมชนริมคลอง” หรือ “บ้านประชารัฐริมคลอง” (2) โครงการแก้ไขปัญหาชุมชนผู้มีรายได้น้อยทั้งในเมืองและชนบท (3) โครงการแก้ไขปัญหาที่อยู่อาศัยบ้านพอเพียง
- การขับเคลื่อนและหนุนเสริมชุมชนเข้มแข็ง ประกอบด้วย (1) สร้างความรู้ ความเข้าใจ สื่อสารภาพลักษณ์ที่ดีของการสื่อสารองค์กร และประชาสัมพันธ์ การสนับสนุนและยกระดับพื้นที่รูปธรรมต้นแบบการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจ การช่วยเหลือทางสังคม (โครงการพัฒนาคุณภาพชีวิต) (2) การสร้างความรู้ ความเข้าใจ สื่อสารภาพลักษณ์ที่ดีของการสื่อสารองค์กร และประชาสัมพันธ์ ประเด็นสวัสดิการชุมชน (3) การสร้างความรู้ ความเข้าใจ สื่อสารภาพลักษณ์ที่ดีของการสื่อสารองค์กร และประชาสัมพันธ์ สภาองค์กรชุมชน (4) การสร้างความรู้ ความเข้าใจ สื่อสารภาพลักษณ์ที่ดีของการสื่อสารองค์กร และประชาสัมพันธ์ การป้องกันการทุจริตและประพฤติมิชอบในพื้นที่

(2.2) **การเปิดพื้นที่การนำเสนอขอมูลข่าวสารในทุกรูปแบบหรือช่องทางหลากหลายรูปแบบ** ไม่ว่าจะเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุ สื่อโทรทัศน์ และสื่อ Social Media ล้วนเป็นการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานกับกลุ่มเป้าหมาย ชุมชน ประชาชน สังคม หรือ ระหว่างองค์กรชุมชนกับหน่วยงาน

เพื่อให้เกิดแนวทางและวิธีการปฏิบัติการจัดส่งและรายงานประเด็นสำคัญที่ทันต่อสถานการณ์ สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน จึงได้มีการวางแผนเพื่อดำเนินการ และสามารถกำหนดแนวทางปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรมที่สอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาล ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของความสอดคล้องต่อยุทธศาสตร์ชาติ ระยะ 20 ปี แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 ความสอดคล้องกับประเด็นการปฏิรูปประเทศ(ด้านสังคม) รวมถึง

ภารกิจและนโยบายสำคัญขององค์กร ยุทธศาสตร์การพัฒนาที่อยู่อาศัยระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560 – 2579) ประกอบด้วย โครงการบ้านมั่นคงเมืองและชนบท โครงการบ้านพอเพียงชนบท การแก้ไขปัญหาที่อยู่อาศัยชุมชนริมคลอง การหนุนเสริมให้ชุมชนเข้มแข็ง ประกอบด้วย การจัดสวัสดิการชุมชน การส่งเสริมเศรษฐกิจฐานราก สภาองค์กรชุมชน เป็นต้น

ในปี 2566 สถาบันฯ มีการวางเป้าหมายในการดำเนินงานใน 4 ประเด็นการพัฒนา ประกอบด้วย 1) การพัฒนาโดยใช้พื้นที่เป็นตัวตั้ง สนับสนุนให้ชุมชนท้องถิ่นมีระบบที่พัฒนาไปสู่การจัดการตนเอง 2) การจัดระบบความสัมพันธ์ของชุมชนท้องถิ่นและภาคีสู่ความเปลี่ยนแปลงโครงสร้างและนโยบาย 3) การพัฒนาศักยภาพชุมชนและองค์กรชุมชน และ 4) การพัฒนาระบบบริหารจัดการองค์กร รวมถึงการร่วมขับเคลื่อนในพื้นที่ร่วมกับภาคีพัฒนาทั้งภาครัฐและเอกสาร จนนำมาสู่การวิเคราะห์และวางแผนการสื่อสาร เพื่อเป็นการสร้างการรับรู้เข้าใจต่อกลุ่มเป้าหมาย สาธารณชน สังคม รวมถึงผู้ที่เกี่ยวข้องในหลากหลายช่องทาง เช่น การสื่อสารสาธารณะผ่านช่องทางสื่อโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ Social Media รวมถึงการผลิตวิดีทัศน์และสิ่งพิมพ์ เพื่อเป็นเครื่องมือสร้างความเข้าใจกับกลุ่มเป้าหมายของสถาบันฯ ต่อไป


การสื่อสารเชิงยุทธศาสตร์เพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลง
พอช. - CODI
สำนักงานภาค/งานวิชาการ
TOP TEAM
พอช.
กลุ่มพื้นที่/
กลุ่มยุทธศาสตร์/
กลุ่มนโยบาย
สื่อมวลชน
/ สังคม
การสื่อสาร
สาธารณะ
นโยบายรัฐบาล/องค์กร/บอร์ด/ผอ.
สภาองค์กรชุมชน
การสื่อสาร
งานพัฒนา
การพัฒนา
คุณภาพชีวิต
การพัฒนาที่อยู่อาศัย
สวัสดิการชุมชน
การป้องกันการทุจริตและ
ประพฤติมิชอบในพื้นที่
นโยบาย/
หน่วยงาน
ภาคี
ขบวน
องค์กรชุมชน
ภาคราชการ (พม./พมจ./พช. /
กรรมาธิการ/สตง./สภาพัฒน์ ฯลฯ)
นักการเมือง/สว.
ท้องถิ่น/ท้องที่
ภาคประชาสังคม
สถาบันการศึกษา/วิชาการ
ภาคีพัฒนา (สสส./สกว./สช.
/ไทยพีบีเอส/สวท.)
ภาคีเอกชน
กลุ่มเป้าหมาย?
ทำงานกับใคร?
ช่องทางการ
สื่อสาร?
ประเด็น?
ชุมชนท้องถิ่นมีความเข้มแข็งสู่การจัดการตนเอง


Flagship- แผนการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ 2566
พอช. - CODI
แผนงาน
ประจำปี และ
ประเด็นPR
พอช.
ที่อยู่อาศัย
ผู้มีรายได้น้อย
การพัฒนา
คุณภาพชีวิต
สภาองค์กร
ชุมชน
การป้องกัน
และต่อต้าน
การทุจริต
สวัสดิการ
ชุมชน
ตำบลรูปธรรมการ
พัฒนาชุมชน
ท้องถิ่น สู่การ
พึ่งพาตนเอง
แผน
IO
1
โครงการที่อยู่อาศัยผู้มีรายได้น้อย
(บ้านมั่นคงเมืองและชนบท/
บ้านริมคลองเปรม/บ้านพอเพียง)
2
โครงการพัฒนาคุณภาพชีวิตของ
ผู้มีรายได้น้อยใน
เมืองและชนบท
3
การพัฒนาโดยใช้พื้นที่เป็นตัวตั้ง
สนับสนุนให้ชุมชนท้องถิ่นมีระบบที่
พัฒนาไปสู่การจัดการตนเอง
การส่งเสริมผู้มีรายได้น้อยในเมืองและชนบทมี
ความมั่นคงในที่อยู่อาศัย เป้าหมาย 29,850
ครัวเรือน (บ้านมั่นคง 3,750 ครัวเรือน/บ้านพอเพียง 25,000
ครัวเรือน /พัฒนาที่อยู่อาศัยชุมชนริมคลองเปรมประชากร
100 ครัวเรือน /ที่อยู่อาศัยชั่วคราว 1,000 ครัวเรือน)
การสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจและคุณภาพชีวิต
ชุมชนท้องถิ่น
เป้าหมาย 500 ตำบล/เมือง
: ส่งเสริมการผลิตอาหารเพื่ออัจฉริยะ/พัฒนาความรู้/ทักษะด้านอาชีพ
เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนเมืองและชนบทให้ดีขึ้น
ตำบลรูปธรรมการพัฒนา
ชุมชนท้องถิ่น
สู่การพึ่งพาตนเอง
(สภาองค์กรชุมชน/การป้องกันและต่อต้านการทุจริต/
สวัสดิการชุมชน/เรื่องดีดีที่ชุมชน)
ช่องทางการ
สื่อสาร
สื่อสารสาธารณะ
(TV/วิทยุ/สื่อสิ่งพิมพ์)
สื่อออนไลน์
(เว็บไซต์ พอช./เพจ พอช./ขบวนองค์กร
ชุมชน/ไลน์กลุ่ม/ยูทูป)
สื่อสิ่งพิมพ์และวีดีทัศน์
(คู่มือ/แผ่นพับ/หนังสือ/
นิทรรศการ/วีดีทัศน์)
นักสื่อสารชุมชน
5 ภาค

(3)

ผลการดำเนินงานด้านการเปิดเผยข้อมูลบนเว็บไซต์สถาบันฯ (ตัวชี้วัด ป.ป.ช.) ไตรมาส 2 (ตุลาคม 2565-มีนาคม 2566)

การสื่อสารสาธารณะ เป็นการนำเสนอข้อมูลข่าวสารเพื่อสร้างความเข้าใจอันดี โดยใช้สื่อทุกรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุ สื่อโทรทัศน์ และสื่อ Social Media ล้วนเป็นการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานกับกลุ่มเป้าหมาย ชุมชน ประชาชน สังคม หรือ ระหว่างองค์กรชุมชนกับหน่วยงาน ก็ถือเป็นสิ่งจำเป็นและสำคัญ ซึ่งการสื่อสารและประชาสัมพันธ์จะต้องดำเนินการอย่างจริงจัง ต่อเนื่อง โดยยึดหลักความจริงเป็นหลัก

วัตถุประสงค์ของการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ โดยการสร้างการรับรู้และเข้าใจต่อกลุ่มเป้าหมายหรือประชาชน มีอยู่ 3 ประการคือ 1. ป้องกันชื่อเสียงมิให้เสื่อมเสีย ทั้งนี้หน่วยงานและส่วนที่เกี่ยวข้อง จะต้องประชาสัมพันธ์เชิงรุก โดยเผยแพร่ผลงาน ชี้แจงเหตุผลในการดำเนินการต่างๆ ทั้งก่อน ระหว่าง หรือภายหลังดำเนินการโครงการ 2. ก่อให้เกิดความเข้าใจอันดี โดยก่อให้เกิดความเข้าใจอันดีระหว่างกันและกัน ทั้งหน่วยงานและส่วนที่เกี่ยวข้อง 3. แก้ไขความผิดพลาด เพื่อเกิดความเข้าใจร่วมกันมากขึ้น โดยการนำข้อมูลสารสนเทศมาใช้ในการนำเสนอ ผ่านสื่อ 3 มิติ ไม่ว่าจะเป็นสื่อ On Air / On Line / On Ground ที่จะนำมาสู่การยกระดับเพื่อเป็นชุดบทเรียนเพื่อสร้างความคิดริเริ่มหรือหมายรวมถึงการจุดประกายความคิด สร้างแรงบันดาลใจเชิงบวกให้กับกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้อง

จากการดำเนินงานในช่วงที่ผ่านมา มีข้อสังเกตการดำเนินงานด้านการสื่อสาร เพื่อสร้างความรับรู้และเข้าใจแก่ประชาชน ตลอดปีงบประมาณ 2566 (ตุลาคม 2565 – มีนาคม 2566) สามารถสรุปพอสังเขป ดังนี้

1. มีการวิเคราะห์นโยบายรัฐบาล นโยบายของสถาบันฯ และจัดทำแผนการสื่อสาร ประจำปี 2566 เพื่อทำความเข้าใจต่อประชาชน และกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เกิดการนำเสนอหลักคิด

และรูปธรรมงานพัฒนาของขบวนองค์กรชุมชน และการขับเคลื่อนตามนโยบายสำคัญของรัฐบาลอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารสาธารณะในเรื่องของการพัฒนาที่อยู่อาศัยภายใต้โครงการบ้านมั่นคง ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการพัฒนาที่อยู่อาศัยชุมชนริมคลอง รวมถึงคนไร้บ้าน บ้านพอเพียงชนบท รวมทั้งการขับเคลื่อนตามนโยบายสานพลังประชารัฐ ไม่ว่าจะเป็น เศรษฐกิจฐานรากสวัสดิการชุมชน สภาองค์กรชุมชน เป็นต้น

2. มีการจัดทำแผนการสื่อสารเพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจแก่ประชาชน หน่วยงาน สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน (องค์การมหาชน) สังกัด กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ ประจำปี พ.ศ. 2566 https://web.codi.or.th/transparency/20221107-40511/ และแผนการขับเคลื่อนแผนพัฒนา ด้านการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ โดย สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2566 https://web.codi.or.th/transparency/20230214-42794/
3. มีการกำหนดแนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสาร ของสถาบันฯ ประจำปี 2566 โดยผู้อำนวยการ แต่งตั้งและมอบหมายบทบาทหน้าที่ เป็นกลไกในการสื่อสารประชาสัมพันธ์อย่างมีประสิทธิภาพ และจัดทำแนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารของสถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน ประจำปี 2566
4. มีการจัดทำ คู่มือการปฏิบัติงานเพื่อสนับสนุนการชี้แจงประเด็นข่าวที่ทันต่อสถานการณ์ พ.ศ. 2566 https://web.codi.or.th/printing_media/20221028-40199/

5. สำนักพัฒนานวัตกรรมชุมชนฯ มีการประสานและขอความร่วมมือกับสำนักงานภาค 5 ภาค และส่วนต่างๆ ที่เกี่ยวข้องใน พอช. เพื่อประชาสัมพันธ์และสื่อสารเชิญชวนทั้งผู้ปฏิบัติงานและเครือข่ายองค์กรชุมชน เข้าร่วมติดตามและกดถูกใจเพจ เพจ Facebook สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน-CODI ผ่านเวทีประชุมต่างๆ และมีผู้ติดตามและถูกใจเพจ Facebook สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน-CODI ณ 15 มีนาคม 2566 ดังนี้

    5.1) การเข้าถึงโพสต์ เดือนตุลาคม 83,304

    5.2) การเข้าถึงโพสต์ เดือนพฤศจิกายน 59,749

    5.3) การเข้าถึงโพสต์ เดือนธันวาคม 31,895

    5.4) การเข้าถึงโพสต์ เดือนมกราคม 40,244

    5.5) การเข้าถึงโพสต์ เดือนกุมภาพันธ์ 102,640

5.6) การเข้าถึงโพสต์ เดือนมีนาคม 34,911

5.7) การมีส่วนร่วมกับโพสต์ 1.4 หมื่น

5.8) ผู้ติดตามใหม่ (ณ 15 มี.ค. 66) 813

6. ประสานและขอความร่วมมือกับสำนักงานภาค 5 ภาค และส่วนต่างๆ ใน พอช. มีการนำเสนอข้อมูลข่าวสารผ่านช่องทาง เพจ Facebook สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน-CODI ทุกวัน

7. มีการรณรงค์ให้ผู้ปฏิบัติงาน พอช. ผู้นำขบวนองค์กรชุมชน และประชาชนทั่วไป ติดตาม line OA ของ พอช. , เพจ สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน-CODI และช่องทางการสื่อสารต่างๆ อย่างหลากหลาย

8. มีการดำเนินงานด้านการสื่อสารสาธารณะจากแผนงานสื่อสาร ประจำปี 2566 ระหว่าง ตุลาคม 2565 - มีนาคม 2566 (ณ วันที่ 22 มี.ค. 66) ผ่านช่องทางหรือรูปแบบต่างๆ ดังนี้

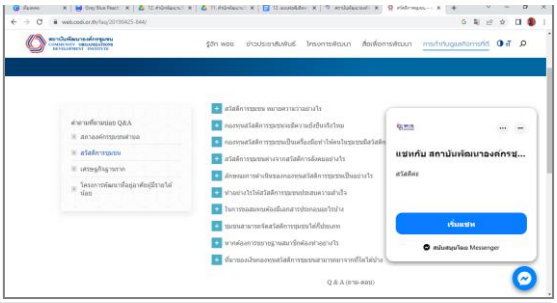
8.1 การเปิดเผยข้อมูลบนเว็บไซต์สถาบันฯ ภายในเดือนมีนาคม 2566 ประกอบด้วย

8.1.1 **Q&A :** มีการจัดทำข้อคำถามที่มักถูกถามบ่อยผ่านช่องทางเว็บไซต์ ในหัวข้อคำถามที่ถามบ่อย Q&A โดยระบุตามประเด็นงานสำคัญของสถาบันฯ ประกอบด้วย 1) สภาองค์กรชุมชน 2) สวัสดิการชุมชน 3) เศรษฐกิจฐานราก 4) โครงการพัฒนาที่อยู่อาศัยผู้มีรายได้น้อย โดยประสานความร่วมมือกับเจ้าของประเด็นงานเพื่อกำหนดข้อคำถามและคำตอบ โดยประสานความร่วมมือกับเจ้าของประเด็นงานเพื่อกำหนดข้อคำถามและคำตอบและการปรับปรุงเนื้อหา



เพจ สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน-CODI
https://web.facebook.com/codinews?_rdc=1&_rdr





ช่องทาง Q&A ที่มีช่องทางการสื่อสาร 2 Way
https://web.codi.or.th/faq/20190425-840/

ของข้อมูลให้เป็นไปตามข้อกำหนด ตั้งชื่อเมนูให้ตรงตามหัวข้อการประเมิน และพัฒนาระบบให้เป็นไปตามข้อเสนอแนะของผู้ประเมิน อาทิ แนวทางและหลักเกณฑ์การสนับสนุนโครงการ , การให้บริการ มีช่องทาง Q&A ที่มีช่องทางการสื่อสาร 2 Way กับผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง

8.1.2 **Social Network :** มีการสื่อสารภารกิจงานของสถาบันฯ ขบวนองค์กรชุมชน และภาคีพัฒนา ผ่าน



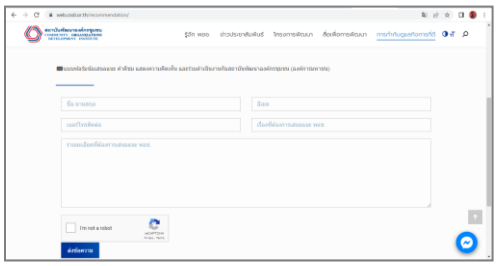


ช่องทางเว็บไซต์สถาบัน https://web.codi.or.th/index.php/ และเชื่อมโยงผ่านแพลตฟอร์ม/ช่องทางการสื่อสารในรูปแบบ Social Media ในรูปแบบต่างๆ เช่น เพจสถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน -CODI https://web.facebook.com/codinews?_rdc=1&_rdr , การสื่อสารข่าวสารสำคัญของ พอช. ผ่านช่องทาง Line OA โดยมีการนำเสนอข้อมูลข่าวสารใน Line OA วันละ 1 ข่าวสำคัญ

8.1.3 **การเปิดโอกาสให้เกิดการมีส่วนร่วม :**

- มีกระบวนการกำหนดแนวทางในการสื่อสาร โดยนำข้อเสนอ รวมถึงการสรุปบทเรียนของเครือข่ายองค์กรชุมชน พร้อมทั้งนโยบายสถาบันฯ มาสู่การออกแบบการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วม
- มีช่องทางที่บุคคลภายนอกสามารถขอรับบริการตามอำนาจหน้าที่ภารกิจของหน่วยงานผ่านช่องทางออนไลน์ เพื่อช่วยอำนวยความสะดวกแก่ผู้ขอรับบริการ ผ่านช่องทางเว็บไซต์





สถาบัน https://web.codi.or.th/recommendation/ และเชื่อมโยงผ่านแพลตฟอร์ม/ช่องทางการสื่อสารในรูปแบบ Social Media ในรูปแบบต่างๆ โดยมีช่องทางที่บุคคลภายนอกสามารถขอรับบริการ/สอบถาม/ให้ข้อคิดเห็น/ร้องเรียน ผ่านกล่องข้อความ และเจ้าหน้าที่ พอช. ในฐานะ Admin ได้เป็นผู้ให้ข้อมูลกับบุคคลภายนอก รวมถึงประสานไปยังสำนัก/สำนักงานภาค ในกรณีที่มีการกล่าวถึงหรือพาดพิง เพื่อให้ตอบข้อสงสัยในการทำงานในพื้นที่ ในเพจ เพจ FB สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน-CODI รวม 268 ข้อความ , ไลน์กลุ่มต่างๆ 5,105 ครั้ง

8.2 การสื่อสารสาธารณะเพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจแก่ประชาชน

8.2.1 มีการดำเนินงานด้านการสื่องานพัฒนา เผยแพร่ในช่องทางหลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นช่องทาง Social Media สื่อสาธารณะ ทั้งวิทยุ โทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ จากแผนงานสื่อสาร ประจำปี 2566 ผ่านช่องทางหรือรูปแบบต่างๆ ดังนี้

1) สื่อเว็บไซต์ พอช. = 281 ข่าว
(เรื่องดีดีที่ชุมชน,ข่าวเคลื่อนไหวงานพัฒนา)
2) สื่อสารออนไลน์ เพจเฟสบุ๊ค /ไลน์/ ยูทูป = 5,311 ครั้ง
3) สื่อสิ่งพิมพ์ (ไทยโพสต์/มติชนสุดสัปดาห์) = 75 ครั้ง
4) เว็บไซต์ไทยโพสต์ออนไลน์และสื่อออนไลน์ = 480 ครั้ง
สื่อสาธารณะ (Gnews thailandplus codi.or.th twiiter นสพ.ไทยโพสต์)
5) สื่อโทรทัศน์ ช่อง NBT2HD = 5 ครั้ง

8.2.2 การสื่อสารเพื่อการสร้างการรับรู้และเข้าใจต่อประชาชน (ต.ค. 2565-มี.ค. 2566) : มีการสื่อสารสาธารณะ ชี้แจงข้อร้องเรียนคลองเปรมประชากร โดยเสนอข่าวลงในสื่อสาธารณะ เมื่อวันที่ 22 มีนาคม 2566 ‘จุติ ไกรฤกษ์’ รมว.พม. นำทีมชี้แจง ‘บ้านมั่นคงริมคลองเปรมประชากร สนับสนุนให้ชาวบ้านมีที่อยู่อาศัยมั่นคง-แก้ปัญหาน้ำท่วมกรุงเทพฯ ขณะนี้สร้างบ้านในคลองลาดพร้าว-เปรมประชากรเสร็จแล้ว 4,700 ครัวเรือน โดยมีการเสนอข่าวลงในสื่อสาธารณะ จำนวน 6 ครั้ง ลงในเว็บไซต์ เว็บไซต์ Twitter, Facebook, นสพ.ไทยโพสต์, TheCitizen.plus, Gnews และเว็บไซต์codi.or.th รวม 12 ข่าว/ครั้ง

9. มาตรการส่งเสริมคุณธรรมและความโปร่งใสภายในสถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน (องค์การมหาชน) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2566 : จากผลการประเมินด้าน ITA ปี 2565 พบว่า การรับรู้และ

รับทราบด้านการสื่อสารนั้นอยู่ในระดับมาก ซึ่งจะต้องเพิ่มประสิทธิภาพในการเข้าถึงการสื่อสารของสถาบัน ในปี 2566 จึงได้มีการกำหนดมาตรการเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวขึ้น เพื่อพัฒนาและปรับวิธีการในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของเครือข่ายองค์กรชุมชน รวมถึงบุคคลภายนอก โดยมีการรวบรวมประมวลข้อมูลข่าวสาร หรือกิจกรรมสำคัญบนเว็บไซต์ page facebook รวมถึงช่องทางต่าง ๆ ของสถาบัน ในรอบเดือน เวียนไปยังคณะทำงาน และอนุกรรมการชุดต่าง ๆ ได้รับทราบข้อมูลอย่างต่อเนื่องและกว้างขวางมากขึ้น ตามมาตรการส่งเสริมคุณธรรมและความโปร่งใสภายในสถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน (องค์การมหาชน) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2566 มีผลการดำเนินงาน ดังนี้

การดำเนินงาน	**QR CODE (เอกสารแนบ)**
1. ข่าวสารสำคัญ ระหว่างวันที่ 1 - 17 ก.พ. 2566	
2. ข่าวสารสำคัญ ระหว่างวันที่ 18 - 28 ก.พ. 2566	
3. ข่าวสารสำคัญ ระหว่างวันที่ 1 - 15 มี.ค. 2566	

10. สถาบัน เปิดโอกาสให้ผู้นำ ผู้แทนเครือข่ายองค์กรชุมชน รวมถึงภาคีเครือข่าย (บุคคลภายนอก) ได้เข้าร่วมในการเข้าร่วมเป็นแขกรับเชิญในรายการวิทยุ การเข้าร่วมเป็นแหล่งข่าว/ให้สัมภาษณ์เพื่อลงในสื่อสาธารณะ และSocial Media รวมถึงการมีส่วนร่วมในการเลือกประเด็นนำเสนอ

อย่างไรก็ตาม สำนักพัฒนานวัตกรรมชุมชนจัดการความรู้ มีแนวทางในการ **“การพัฒนาองค์กรชุมชนให้มีการสื่อสารสาธารณะ”** เพื่อให้เกิดกระบวนการและการขับเคลื่อนอย่างเป็นรูปธรรมและเกิดการมี

ส่วนร่วมจากผู้ที่เกี่ยวข้อง อันนำมาสู่การพัฒนาขบวนองค์กรชุมชนให้มีการสื่อสารสาธารณะ 3 ด้าน ประกอบด้วย **1) พัฒนาคน :** มีการพัฒนาศักยภาพขบวนองค์กรชุมชนเจ้าของประเด็นงานในพื้นที่รูปธรรมให้เป็นนักสื่อสารชุมชน **2) พัฒนาเนื้อหา :** ใช้กระบวนการส่งเสริมให้ขบวนองค์กรชุมชน นักสื่อสารชุมชน จัดทำข่าวสาร บทความ และคลิปวิดีโองานพัฒนา การจัดการตนเองของชุมชนในด้านต่างๆ สื่อสารกับสังคมและสาธารณะ และ **3) พัฒนาช่องทาง :** สร้างเครือข่ายนักสื่อสารชุมชน และช่องทางในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์นำเสนอข้อมูลข่าวสารพื้นที่รูปธรรมงานพัฒนาในพื้นที่ของตนเอง ในปี 2566 มีการกำหนดแผนและหลักสูตร **การพัฒนาองค์กรชุมชนให้มีการสื่อสารสาธารณะ** รวม 6 หลักสูตร เพื่อพัฒนา “นักสื่อสารชุมชน” ที่เป็นตัวแทนจากเครือข่ายองค์กรชุมชน ผู้ปฏิบัติงานสถาบัน รวมถึงบุคคลที่สนใจ และได้มีการนำเสนอต่อ ดร.กอบศักดิ์ ภูตระกูล รวมถึงผู้บริหาร พอช. ในวงประชุม morning talk ผ่านระบบ Zoom เมื่อวันพุธที่ 1 มีนาคม 2566 โดยท่านประธานได้ระบุถึงความสำคัญในการส่งเสริมขบวนองค์กรชุมชนเป็นนักสื่อสารชุมชน เพื่อให้เกิดการขยายผลต้นแบบการขับเคลื่อนชุมชนเข้มแข็งอย่างกว้างขวางมากขึ้น

Work Shop (1) Online : พัฒนาศักยภาพ “นักสื่อสารชุมชน” (2) Onsite : ตามความต้องการ

หลักสูตร	รายละเอียดหลักสูตร	ช่วงเวลา
หลักสูตร 1 : สร้างแรงบันดาลใจ “เรื่องเล่าจากชุมชน” โดย สุทธิชัย หยุ่น	- ปรับมุมมอง จูน แนวคิด การเป็นนักสื่อสารที่เล่าเรื่องราวดีๆ ในชุมชน - ค้นหาประเด็น เฟ้นหาเรื่องราว เรียบเรียงความคิด นำเสนอให้โดน กับ “คนสร้างเรื่อง” - มอบนโยบายการสื่อสารงานพัฒนา โดย ดร.กอบศักดิ์ ภูตระกูล	20 เม.ย. 2566
หลักสูตร 2 : หลักสูตรการสร้าง Contents ให้โดน ให้สร้างสรรค์ โดย สุทธิพงษ์(พี่เช็ค)	ผู้เข้าร่วมได้สร้างความเข้าใจเกี่ยวกับการนำเสนอ ร้อยเรียงประเด็น/งานพัฒในพื้นที่ ให้เกิดเป็นประเด็นที่โดดเด่น น่าสนใจ และนำเสนอได้	18 พ.ค. 2566
หลักสูตร 3 : เล่า-เขียนให้เป็นเรื่อง (เล่า-คลิป) โดย วรรณสิงห์/เรย์ แมค	- ผู้เข้าร่วมเข้าใจหลักการและทักษะในการพูด/สื่อสารต่อสาธารณะ - หลักการเขียนสคลิป/Contents	15 มิ.ย. 2566
หลักสูตร 4 : เรื่องเล่าจากชุมชน โดย นายสุวัฒน์ กิขุนทด นักเล่าเรื่องเรื่องงานพัฒนา พอช.	- หลักการ-เทคนิคจับประเด็น การเขียน การเล่าเรื่องให้น่าสนใจ - ทักษะการทำเนื้อหา/ประเด็น เผยแพร่ตามช่องทางต่างๆ - เทคนิคการถ่ายภาพ และตัดต่อ	29 มิ.ย. 2566
หลักสูตร 5 : นักการตลาดชุมชน “ขายยังไงให้สุดปัง!” โดย โอวา/บังฮะซัน/แอลลี่และคุณพ่อ/อาข่าอาม่ากาแฟ	- เทคนิคการสร้างการรับรู้โดยใช้สื่อ Social Media - เทคนิคการขายของให้ได้ยอดและประทับใจ	6 ก.ค. 2566
หลักสูตร 6 : สื่องานชุมชน “จากรากหญ้าสู่ดอกฟ้า Social Media” โดย ดร.กอบศักดิ์ ภูตระกูล	- หลักการสร้าง Contents และพัฒนาช่องทางแพลตฟอร์ม Social Media - เทคนิคการโพสต์คำให้โดน การแชร์ การปั่นยอด - โพสต์ภาพ / ทำ Infographic /แชร์คลิป ฯลฯ	20 ก.ค. 2566

(4)

ปัญหา/อุปสรรคและข้อเสนอแนะ

การสื่อสารงานนโยบายสำคัญของ พอช. ผู้บริหาร/ส่วนที่เกี่ยวข้องมีการจัดทำข้อมูล รายงานสถานการณ์ต่อกรณีที่คาดว่าจะต้องทำความเข้าใจต่อประชาชน เช่น เรื่องร้องเรียนในพื้นที่ เป็นต้น รวมถึงและวางระบบฐานกลาง เพื่อให้มีข้อมูลในการรองรับการชี้แจงประเด็นดังกล่าวต่อประชาชน/สังคมได้ทันต่อสถานการณ์

ส่วนปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานมีดังนี้

1. การดำเนินงานยังขาดข้อมูล เช่น ข้อมูลชุมชน ในด้านทรัพยากรในพื้นที่ ปัญหาที่เกิดขึ้น ข้อมูลเชิงสถิติที่มีความละเอียด เช่น รายได้ ปริมาณผลผลิต นวัตกรรม เทคโนโลยีที่มีอยู่แล้วในชุมชน ข้อเสนอแนะคือจัดทำการเก็บข้อมูลชุมชนในมิติต่างๆ เพื่อเป็นฐานข้อมูลสำหรับการนำไปใช้ในโครงการต่างๆ ของ สถาบันฯ ต่อไป
2. งานในลักษณะนโยบายจากกระทรวง พม. ทำให้ต้องมีการปรับแผนการดำเนินงานอื่นๆ ตามมา เช่น งานศูนย์ช่วยเหลือสังคมตำบล เป็นงานนอกแผนปฏิบัติการ แต่มีความเร่งด่วนและเกี่ยวข้องกับหลายส่วนงานใน พอช. ทำให้การดำเนินงานมีปัญหาเรื่องการสื่อสารกับพื้นที่ เกิดความไม่เข้าใจในเรื่องการจัดตั้งศูนย์ของแกนนำในชุมชน ควรมีการทำความเข้าใจเกี่ยวกับงานที่ได้รับมอบหมายจากกระทรวง พม. และสร้างความเข้าใจกับทุกส่วนที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้สามารถทำงานร่วมกันได้

(5)

ภาคผนวก

แผนการสื่อสารเพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจแก่ประชาชน
หน่วยงาน สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน (องค์การมหาชน)
สังกัด กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์
ประจำปี พ.ศ. 2566

ลำดับ	เรื่อง	ประเด็น	ความสอดคล้องกับนโยบายรัฐบาล (ถ้ามี)	วัตถุประสงค์	กลุ่มเป้าหมาย	ประเภทสื่อ					
						สื่อสาธารณะ			สารสนเทศออนไลน์ (จำนวน)	สื่ออื่นๆ[1] (จำนวน)	กิจกรรม[2] (จำนวน)
						โทรทัศน์ (จำนวน)	วิทยุ (จำนวน)	สิ่งพิมพ์ (จำนวน)			
1	การเผยแพร่กิจกรรม ภายใต้แผนแม่บทการพัฒนาที่อยู่อาศัย ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560–2579) **ปี 2566** ใน 3 โครงการ ประกอบด้วย (1) ชุมชนริมคลอง (2) บ้านมั่นคง เมืองและ	1.1 โครงการพัฒนาที่อยู่อาศัยชุมชนริมคลอง **“โครงการพัฒนาที่อยู่อาศัยชุมชนริมคลอง”** หรือ **“บ้านประชารัฐริมคลอง”**	แผนแม่บทโครงสร้างพื้นฐานระบบคลองและการพัฒนาชุมชนริมคลองเปรม ประชากร (พ.ศ. 2562 – 2570) กระทรวงมหาดไทย	1. เพื่อสร้างความรับรู้และความเข้าใจในสาระสำคัญของโครงการกับกลุ่มคนที่เกี่ยวข้องทุกกลุ่ม เพื่อให้ทุกกลุ่มยอมรับและให้การสนับสนุนการทำงานของโครงการ 2. เพื่อถ่ายทอดและนำเสนอรูปธรรม	1. คนในชุมชนในพื้นที่เป้าหมายของโครงการฯ 2. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการจัดทำโครงการ เช่น ท้องถิ่น หน่วยงานเจ้าของที่ดิน สถาบันการศึกษา ฯลฯ 3. ภาคประชาสังคม ภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเมือง	อย่างน้อย 5 ครั้ง	อย่างน้อย 10 ครั้ง	อย่างน้อย 10 ครั้ง	20 ครั้ง	24 ครั้ง	10 ครั้ง

[1] ให้ระบุประเภทสื่ออื่นๆ เช่น สื่อบุคคล อาสาสมัครประชาสัมพันธ์ เป็นต้น
[2] ให้ระบุประเภทกิจกรรม เช่น แถลงข่าว นิทรรศการ เป็นต้น

ลำดับ	เรื่อง	ประเด็น	ความสอดคล้องกับนโยบายรัฐบาล (ถ้ามี)	วัตถุประสงค์	กลุ่มเป้าหมาย	ประเภทสื่อ					
						สื่อสาธารณะ			สารสนเทศออนไลน์ (จำนวน)	สื่ออื่นๆ[1] (จำนวน)	กิจกรรม[2] (จำนวน)
						โทรทัศน์ (จำนวน)	วิทยุ (จำนวน)	สิ่งพิมพ์ (จำนวน)			
	ชนบท (3) บ้านพอเพียง		การพัฒนาที่อยู่อาศัยชุมชนริมคลองเปรมประชากร	ความสำเร็จการพัฒนาที่อยู่อาศัยโดยชุมชนร่วมกับหน่วยงานหลายภาคส่วน	4. ประชาชนทั่วไป						
		1.2 โครงการแก้ไขปัญหาชุมชนผู้มีรายได้น้อยทั้งในเมืองและชนบท	สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาที่อยู่อาศัยระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560 – 2579)	1. เพื่อสร้างความรับรู้และความเข้าใจในสาระสำคัญของโครงการกับกลุ่มคนที่เกี่ยวข้องทุกกลุ่มเพื่อให้ทุกกลุ่มยอมรับและให้การสนับสนุนการทำงานของโครงการ 2. เพื่อถ่ายทอดและนำเสนอรูปธรรมความสำเร็จการพัฒนาที่อยู่อาศัยโดยชุมชน	1. คนในชุมชนในพื้นที่เป้าหมายของโครงการฯ 2. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการจัดทำโครงการ เช่น ท้องถิ่น หน่วยงานเจ้าของที่ดิน สถาบันการศึกษา ฯลฯ 3. ภาคประชาสังคม ภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเมือง 4. ประชาชนทั่วไป	อย่างน้อย 5 ครั้ง	อย่างน้อย 5 ครั้ง	อย่างน้อย 5 ครั้ง	12 ครั้ง	12 ครั้ง	อย่างน้อย 2 ครั้ง

ลำดับ	เรื่อง	ประเด็น	ความสอดคล้องกับนโยบายรัฐบาล (ถ้ามี)	วัตถุประสงค์	กลุ่มเป้าหมาย	ประเภทสื่อ					
						สื่อสาธารณะ			สารสนเทศออนไลน์ (จำนวน)	สื่ออื่นๆ[1] (จำนวน)	กิจกรรม[2] (จำนวน)
						โทรทัศน์ (จำนวน)	วิทยุ (จำนวน)	สิ่งพิมพ์ (จำนวน)			
				ร่วมกับหน่วยงานหลายภาคส่วน							
		1.3 โครงการแก้ไขปัญหาที่อยู่อาศัยบ้านพอเพียง	สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาที่อยู่อาศัยระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560 – 2579)	1. เพื่อสร้างความรับรู้และความเข้าใจในสาระสำคัญของโครงการกับกลุ่มคนที่เกี่ยวข้องทุกกลุ่ม เพื่อให้ทุกกลุ่มยอมรับและให้การสนับสนุนการทำงานของโครงการ 2. เพื่อถ่ายทอดและนำเสนอรูปธรรมความสำเร็จการพัฒนาที่อยู่อาศัยโดยชุมชนร่วมกับหน่วยงานหลายภาคส่วน	1. คนในชุมชนในพื้นที่เป้าหมายของโครงการฯ 2. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการจัดทำโครงการ 3. ภาคประชาสังคม ภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาศักยภาพและคุณภาพชีวิตของประชาชน 4. ประชาชนทั่วไป	อย่างน้อย 5 ครั้ง	อย่างน้อย 5 ครั้ง	อย่างน้อย 5 ครั้ง	12 ครั้ง	12 ครั้ง	อย่างน้อย 2 ครั้ง

ลำดับ	เรื่อง	ประเด็น	ความสอดคล้องกับนโยบายรัฐบาล (ถ้ามี)	วัตถุประสงค์	กลุ่มเป้าหมาย	ประเภทสื่อ					
						สื่อสาธารณะ			สารสนเทศออนไลน์ (จำนวน)	สื่ออื่นๆ[1] (จำนวน)	กิจกรรม[2] (จำนวน)
						โทรทัศน์ (จำนวน)	วิทยุ (จำนวน)	สิ่งพิมพ์ (จำนวน)			
2	การขับเคลื่อนและหนุนเสริมชุมชนเข้มแข็ง	2.1 สร้างความรู้ความเข้าใจ สื่อสารภาพลักษณ์ที่ดีของการสื่อสารองค์กร และประชาสัมพันธ์การสนับสนุนและยกระดับพื้นที่รูปธรรมต้นแบบการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจ การช่วยเหลือทางสังคม (โครงการพัฒนาคุณภาพชีวิต)	**แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13** **<u>หมุดหมายที่ 9</u>** ไทยมีความยากจนข้ามรุ่นลดลง และคนไทยทุกคนมีความคุ้มครองทางสังคมที่เพียงพอเหมาะสม **เป้าหมาย :** ครัวเรือนยากจนข้ามรุ่นมีโอกาสเลื่อนสถานะทางเศรษฐกิจและสังคม หลุดพ้น	1. เพื่อสร้างความรับรู้และความเข้าใจในสาระสำคัญของโครงการกับกลุ่มคนที่เกี่ยวข้องทุกกลุ่ม เพื่อให้ทุกกลุ่มยอมรับและให้การสนับสนุนการทำงานของโครงการ 2. เพื่อถ่ายทอดและนำเสนอรูปธรรมความสำเร็จการพัฒนาที่อยู่อาศัยโดยชุมชนร่วมกับหน่วยงานหลายภาคส่วน	1. คนในชุมชนในพื้นที่เป้าหมายของโครงการฯ 2. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการจัดทำโครงการ 3. ภาคประชาสังคม ภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมระบบเศรษฐกิจการช่วยเหลือทางสังคม 4. ประชาชนทั่วไป	อย่างน้อย 2 ครั้ง	อย่างน้อย 2 ครั้ง	อย่างน้อย 2 ครั้ง	10 ครั้ง	10 ครั้ง	อย่างน้อย 2 ครั้ง

ลำดับ	เรื่อง	ประเด็น	ความสอดคล้องกับนโยบายรัฐบาล (ถ้ามี)	วัตถุประสงค์	กลุ่มเป้าหมาย	ประเภทสื่อ					
						สื่อสาธารณะ			สารสนเทศออนไลน์ (จำนวน)	สื่ออื่นๆ[1] (จำนวน)	กิจกรรม[2] (จำนวน)
						โทรทัศน์ (จำนวน)	วิทยุ (จำนวน)	สิ่งพิมพ์ (จำนวน)			
			จากความยากจน **ตัวชี้วัด :** ทุกครัวเรือนที่มีสถานะยากจนข้ามรุ่นในปี 2566 หลุดพ้นจากความยากจนข้ามรุ่นภายในปี 2570								
		2.2 การสร้างความรู้ ความเข้าใจ สื่อสารภาพลักษณ์ที่ดีของการสื่อสารองค์กร และประชาสัมพันธ์ประเด็น	**ยุทธศาสตร์ชาติ ด้านที่ 4 การสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม** เป้าหมาย : (1) สร้างความเป็นธรรม และลดความเหลื่อมล้ำในทุกมิติ (2) เพิ่มขีด	1. เพื่อสร้างการรับรู้และเข้าใจเกี่ยวกับความสำคัญของการจัดสวัสดิการชุมชนโดยขบวนองค์กรชุมชนร่วมกับภาคีทั้งภาครัฐและเอกชนร่วมกันดูแลซึ่งกันและกันตั้งแต่เกิดจนตายและนำมาสู่การจัดสวัสดิการในมิติต่างๆ	1. คนในชุมชนในพื้นที่เป้าหมายของโครงการฯ 2. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการจัดทำโครงการ เช่น ท้องที่ ท้องถิ่น สถาบันการศึกษา ฯลฯ 3. ภาคประชาสังคม ภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้อง	อย่างน้อย 2 ครั้ง	อย่างน้อย 2 ครั้ง	อย่างน้อย 2 ครั้ง	10 ครั้ง	10 ครั้ง	อย่างน้อย 2 ครั้ง

ลำดับ	เรื่อง	ประเด็น	ความสอดคล้องกับนโยบายรัฐบาล (ถ้ามี)	วัตถุประสงค์	กลุ่มเป้าหมาย	ประเภทสื่อ					
						สื่อสาธารณะ			สารสนเทศออนไลน์ (จำนวน)	สื่ออื่นๆ[1] (จำนวน)	กิจกรรม[2] (จำนวน)
						โทรทัศน์ (จำนวน)	วิทยุ (จำนวน)	สิ่งพิมพ์ (จำนวน)			
		สวัสดิการชุมชน	ความสามารถของชุมชนท้องถิ่นในการพัฒนาพึ่งตนเองและการจัดการตนเองเพื่อสร้างสังคมคุณภาพ	2. เพื่อถ่ายทอดและนำเสนอรูปธรรมในพื้นที่ระดับตำบล จังหวัด ในการจัดสวัสดิการชุมชน	4. ประชาชนทั่วไป						
		2.3 การสร้างความรู้ความเข้าใจ สื่อสารภาพลักษณ์ที่ดีของการสื่อสารองค์กร และประชาสัมพันธ์สภาองค์กรชุมชน	**ยุทธศาสตร์ชาติ ด้านที่ 4 การสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม** เป้าหมาย : (1) สร้างความเป็นธรรม และลดความเหลื่อมล้ำในทุกมิติ (2) เพิ่มขีดความสามารถของชุมชนท้องถิ่นในการพัฒนาพึ่งตนเองและการจัดการตนเองเพื่อ	1. เพื่อสร้างการรับรู้และเข้าใจเกี่ยวกับความสำคัญของการสภาองค์กรชุมชนเป็นกลไกกลางในการขับเคลื่อนงานพัฒนาในพื้นที่ 2. เพื่อถ่ายทอดและนำเสนอรูปธรรมในพื้นที่ระดับตำบล จังหวัด ในการใช้สภาองค์กรชุมชนเป็นเครื่องมือในการพัฒนาและแก้ไขปัญหา	1. คนในชุมชนในพื้นที่เป้าหมายของโครงการฯ 2. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการจัดทำโครงการ เช่น ท้องที่ ท้องถิ่น สถาบันการศึกษา ฯลฯ 3. ภาคประชาสังคม ภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้อง 4. ประชาชนทั่วไป	อย่างน้อย 2 ครั้ง	อย่างน้อย 2 ครั้ง	อย่างน้อย 2 ครั้ง	10 ครั้ง	10 ครั้ง	อย่างน้อย 2 ครั้ง

ลำดับ	เรื่อง	ประเด็น	ความสอดคล้องกับนโยบายรัฐบาล (ถ้ามี)	วัตถุประสงค์	กลุ่มเป้าหมาย	ประเภทสื่อ					
						สื่อสาธารณะ			สารสนเทศออนไลน์ (จำนวน)	สื่ออื่นๆ[1] (จำนวน)	กิจกรรม[2] (จำนวน)
						โทรทัศน์ (จำนวน)	วิทยุ (จำนวน)	สิ่งพิมพ์ (จำนวน)			
			สร้างสังคมคุณภาพ								
		2.4 การสร้างความรู้ ความเข้าใจ สื่อสารภาพลักษณ์ที่ดีของการสื่อสารองค์กร และประชาสัมพันธ์การป้องกันการทุจริตและประพฤติมิชอบในพื้นที่	**แผนปฏิรูปประเทศด้านการป้องกันและปราบปรามการทุจริตและประพฤติมิชอบ** กิจกรรมปฏิรูปที่ 1 ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของภาคประชาชนในการต่อต้านการทุจริต เป้าหมาย : 1) เครือข่ายภาคประชาชนมีบทบาทเสนอแนะแนวทางที่เหมาะสมและมีส่วนร่วมในการป้องกันการทุจริตและประพฤติมิ	1. เพื่อสร้างการรับรู้และเข้าใจเกี่ยวกับความสำคัญของการป้องกันการทุจริตและประพฤติมิชอบในพื้นที่ 2. เพื่อถ่ายทอดและนำเสนอรูปธรรมในพื้นที่ระดับตำบล จังหวัด ในการใช้สภาองค์กรชุมชนเป็นกลไกการป้องกันการทุจริตและประพฤติมิชอบในพื้นที่	1. คนในชุมชนในพื้นที่เป้าหมายของโครงการฯ 2. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการจัดทำโครงการ เช่น ท้องที่ ท้องถิ่น สถาบันการศึกษา ฯลฯ 3. ภาคประชาสังคม ภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้อง 4. ประชาชนทั่วไป	อย่างน้อย 2 ครั้ง	อย่างน้อย 2 ครั้ง	อย่างน้อย 2 ครั้ง	10 ครั้ง	10 ครั้ง	อย่างน้อย 2 ครั้ง

ลำดับ	เรื่อง	ประเด็น	ความสอดคล้องกับนโยบายรัฐบาล (ถ้ามี)	วัตถุประสงค์	กลุ่มเป้าหมาย	ประเภทสื่อ					
						สื่อสาธารณะ			สารสนเทศออนไลน์ (จำนวน)	สื่ออื่นๆ[1] (จำนวน)	กิจกรรม[2] (จำนวน)
						โทรทัศน์ (จำนวน)	วิทยุ (จำนวน)	สิ่งพิมพ์ (จำนวน)			
			ชอบในท้องที่ของตนอย่างมีประสิทธิภาพ (2) ประชาชนสามารถพึ่งพาตนเองได้และมีความซื่อสัตย์สุจริต								
3	การสื่อสารภายใน	การสื่อสารด้านการส่งเสริมคุณธรรมและความโปร่งใส	นโยบายของรัฐบาล และคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ (ป.ป.ช.)	เพื่อรณรงค์และประชาสัมพันธ์ให้ผู้ปฏิบัติงานตระหนักถึงเรื่องความซื่อสัตย์ มีคุณธรรมและความโปร่งใส	ผู้บริหาร/เจ้าหน้าที่สถาบัน/คณะทำงานระดับชาติ ได้รับข้อมูลสำคัญของ พอช. และขบวนองค์กรชุมชน				อย่างน้อย 100 ครั้ง		

(นายกฤษดา สมประสงค์)
ผู้อำนวยการสถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน