



รายงานผลการดำเนินงานเพื่อยกระดับสู่ระบบราชการ 4.0
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2568

การเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ ทาง Social Media

สารบัญ

บทนำ	5
ความเป็นมา / ที่มาปัญหา	5
วัตถุประสงค์	8
แผนการดำเนินงาน	9
ขอบเขต	10
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	10
การรับฟัง/สำรวจ/แลกเปลี่ยนความคิดเห็น ของ CS และลำดับประเด็นที่สำคัญ	12
การวิเคราะห์ความเชื่อมโยงของ Pain point	13
การดำเนินการ	14
ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินการ	15
แนวทางการแก้ไขปัญหาและข้อเสนอแนะ	15
ผลการสำรวจความพึงพอใจของผู้รับบริการหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้อง	17
สรุป	22
ภาคผนวก	24

สารบัญรูป

รูปที่ 1 แผนการดำเนินงานเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ทาง Social Media	9
รูปที่ 2 ผลการสำรวจสื่อที่ประชาชนเห็นว่ามีเหมาะสมในการเผยแพร่ข่าวสารด้านอุดมศึกษา	14
รูปที่ 3 ผลการสำรวจช่องทางการสื่อสารทางสื่อสังคมออนไลน์ของกรมอุดมศึกษาที่ประชาชนใช้งานเป็นประจำ	15

สารบัญตาราง

ตารางที่ 1 ผู้ตอบแบบสอบถามการสำรวจประเด็นความต้องการของ สำนักงานเลขานุการกรม	12
ตารางที่ 2 การวิเคราะห์ความเชื่อมโยงของ Pain point	13
ตารางที่ 3 ตารางการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ทางสื่อโซเชียล	14
ตารางที่ 4 ตารางการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ทางสื่อโซเชียลใน สถานการณ์ฉุกเฉิน	14
ตารางที่ 5 ตารางสื่อโซเชียลของกรมอุตุนิยมวิทยาและจำนวนผู้ติดตาม ปีงบประมาณ 2568	15
ตารางที่ 6 ผลการสำรวจอาชีพหรือกลุ่มงานของของผู้ใช้บริการอุตุนิยมวิทยา ทางสื่อสังคมออนไลน์	16

บทนำ

ความเป็นมา/ที่มาของปัญหา

การยกระดับสู่ระบบราชการ 4.0 เป็นกลยุทธ์สำคัญที่กำหนดเพื่อขับเคลื่อนทิศทางการพัฒนาระบบราชการกรมอุตุนิยมวิทยา ภายใต้แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบราชการกรมอุตุนิยมวิทยา พ.ศ.2568-2570 ซึ่งมีเป้าหมายให้กรมอุตุนิยมวิทยา มีผลการประเมินสถานะเป็นระบบราชการ 4.0 ระดับก้าวหน้า ซึ่งการจะบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามเป้าหมายนั้นจะต้องมีการขับเคลื่อนด้วยกลไกต่าง ๆ ทั้งนี้ กลไกที่กำหนดขึ้นเพื่อยกระดับสู่ ระบบราชการ 4.0 ได้ยึดหลักการของ PMQA 4.0 โดยมีการวิเคราะห์แล้วจึงกำหนดขั้นตอนการดำเนินงาน ภายใต้การยึดประชาชนเป็นศูนย์กลาง และมุ่งพัฒนาให้องค์กรมีขีดสมรรถนะสูงและทันสมัย โดยมีขั้นตอนการดำเนินงาน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1

สำรวจความต้องการ ของ CS และ/หรือส่งเสริมการมีส่วนร่วม โดยเปิดโอกาสให้ CS ได้ แลกเปลี่ยนความคิดเห็น/ข้อมูล แบบเป็นทางการ เช่น เวทีประชาคมรับฟังความคิดเห็น คณะกรรมการ/ คณะทำงาน (ต้องมี CS เป็นส่วนหนึ่งของคณะฯ ด้วย) แล้วนำผลสำรวจ และ/หรือ ผลการรับฟังความคิดเห็นมา จัดลำดับประเด็นที่สำคัญ

ขั้นตอนที่ 2

ค้นหา Pain point เชื่อมโยงกับกระบวนการที่เกี่ยวข้อง เชื่อมโยงกับองค์ความรู้ที่ต้องใช้ในการจัดการ Pain point

ขั้นตอนที่ 3

ระบุหน่วยงานภายในกรม/ ภายนอกกรมที่เกี่ยวข้อง โดยอาจเกี่ยวข้องในกระบวนการ หรือ เป็นผู้นำผลผลิตไปใช้งาน หรือ เป็นผู้ได้รับประโยชน์จากผลลัพธ์ของกระบวนการ

ขั้นตอนที่ 4

กำหนดขั้นตอน/วิธีการ กำหนดผลผลิต หรือผลลัพธ์ที่ชัดเจน เป็นรูปธรรม ระบุผลกระทบที่เกิดขึ้น (ถ้ามี) เช่น ผลกระทบต่อ เศรษฐกิจ ผลกระทบต่อสังคม ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ผลกระทบต่อสาธารณสุข

ขั้นตอนที่ 5

ดำเนินการตามวิธีการที่กำหนด และมีการรายงานผลความก้าวหน้ารอบ 6 เดือน 9 เดือน พร้อมระบุปัญหาอุปสรรค

ขั้นตอนที่ 6

สำรวจความพึงพอใจของ CS หลังจากที่ได้มีการพัฒนา/ปรับปรุงตามความต้องการของ CS นำไปใช้ประโยชน์ในการปรับปรุง/พัฒนา/สร้าง บริการที่ตรงตามความต้องการ และเพื่อนำไปใช้ในการกำหนดนโยบายต่อไป (To Involve)

ขั้นตอนที่ 7

รายงานผลการดำเนินงานรอบ 12 เดือน โดยจัดทำเป็นเล่ม รายงานไฟล์อิเล็กทรอนิกส์ .pdf และเผยแพร่สู่สาธารณะอย่างน้อย 1 ช่องทาง ทั้งนี้ รายงานประกอบด้วย

- (1) รายละเอียดของการดำเนินงานตลอดทั้งปี : ผลสำรวจ หรือรายงานการประชุมหรือผลการวิเคราะห์จากการรับฟังความคิดเห็น, รายละเอียดการวิเคราะห์ Pain point การเชื่อมโยงกับกระบวนการที่เกี่ยวข้อง เชื่อมโยงกับองค์ความรู้ที่ต้องใช้ในการจัดการ Pain point, หน่วยงานภายในกรม/ ภายนอก กรมที่เกี่ยวข้อง, ขั้นตอน/วิธีดำเนินการ, ผลกระทบ (ถ้ามี)
- (2) ผลผลิตหรือผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น
- (3) ปัญหาอุปสรรค และแนวทางแก้ไข

กรมอุตุนิยมวิทยามีบทบาทสำคัญในการเผยแพร่ข่าวพยากรณ์อากาศผ่านสื่อโซเชียล (อาทิ Facebook Youtube Tiktok และ X) ซึ่งเป็นช่องทางที่สามารถเข้าถึงประชาชนได้อย่างรวดเร็วและทั่วถึง ในยุคที่เทคโนโลยีสารสนเทศพัฒนาไปอย่างรวดเร็ว การใช้สื่อโซเชียลเพื่อสื่อสารข้อมูลอากาศจึงเป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะในสถานการณ์ที่มีภัยธรรมชาติ เช่น พายุฝนฟ้าคะนอง น้ำท่วม ดินถล่ม หรือคลื่นลมแรง ซึ่งจำเป็นต้องมีการแจ้งเตือนให้ประชาชนทราบล่วงหน้าอย่างทันทั่วถึง เพื่อให้สามารถเตรียมตัวและป้องกันความเสียหายที่อาจเกิดขึ้น

การเผยแพร่ข้อมูลของกรมอุตุนิยมวิทยาผ่านสื่อโซเชียลยังช่วยให้ประชาชนสามารถวางแผนกิจกรรมต่าง ๆ ได้อย่างเหมาะสม ไม่ว่าจะเป็นการทำเกษตรกรรม การเดินทาง หรือการท่องเที่ยว รวมถึงช่วยให้หน่วยงานภาครัฐและเอกชนสามารถเตรียมมาตรการรับมือกับสถานการณ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ยังช่วยลดการแพร่กระจายของข่าวปลอมที่มักสร้างความตื่นตระหนกให้กับประชาชน เพราะข้อมูลจากกรมอุตุนิยมวิทยาถือเป็นแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือและสามารถตรวจสอบได้

นอกจากหน้าที่ในการแจ้งเตือนและให้ข้อมูลที่ถูกต้องแล้ว การใช้สื่อโซเชียลของกรมอุตุนิยมวิทยายังมีส่วนช่วยในการเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจ และความตระหนักรู้แก่ประชาชนเกี่ยวกับสภาพอากาศและการเปลี่ยนแปลงของภูมิอากาศอีกด้วย เมื่อประชาชนมีความเข้าใจมากขึ้น ก็จะสามารถปรับตัวและใช้ชีวิตได้อย่างปลอดภัยมากขึ้นตามสภาพอากาศที่เปลี่ยนแปลงไปในแต่ละวัน ดังนั้น การเผยแพร่ข่าวพยากรณ์อากาศผ่านสื่อโซเชียลจึงเป็นภารกิจสำคัญที่ส่งเสริมทั้งความปลอดภัยและคุณภาพชีวิตของประชาชนในวงกว้าง

วัตถุประสงค์

ความเป็นมา/ที่มาของปัญหา

การยกระดับสู่ระบบราชการ 4.0 เป็นกลยุทธ์สำคัญที่กำหนดเพื่อขับเคลื่อนทิศทางการพัฒนาระบบราชการกรมอุตุนิยมวิทยา ภายใต้แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบราชการกรมอุตุนิยมวิทยา พ.ศ.2568-2570 ซึ่งมีเป้าหมายให้กรมอุตุนิยมวิทยา มีผลการประเมินสถานะเป็นระบบราชการ 4.0 ระดับก้าวหน้า ซึ่งการจะบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามเป้าหมายนั้นจะต้องมีการขับเคลื่อนด้วยกลไกต่าง ๆ ทั้งนี้ กลไกที่กำหนดขึ้นเพื่อยกระดับสู่ ระบบราชการ 4.0 ได้ยึดหลักการของ PMQA 4.0 โดยมีการวิเคราะห์แล้วจึงกำหนดขั้นตอนการดำเนินงาน ภายใต้การยึดประชาชนเป็นศูนย์กลาง และมุ่งพัฒนาให้องค์กรมีขีดสมรรถนะสูงและทันสมัย โดยมีขั้นตอนการดำเนินงาน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1

สำรวจความต้องการ ของ CS และ/หรือส่งเสริมการมีส่วนร่วม โดยเปิดโอกาสให้ CS ได้ แลกเปลี่ยนความคิดเห็น/ข้อมูล แบบเป็นทางการ เช่น เวทีประชาคมรับฟังความคิดเห็น คณะกรรมการ/ คณะทำงาน (ต้องมี CS เป็นส่วนหนึ่งของคณะฯ ด้วย) แล้วนำผลสำรวจ และ/หรือ ผลการรับฟังความคิดเห็นมา จัดลำดับประเด็นที่สำคัญ

ขั้นตอนที่ 2

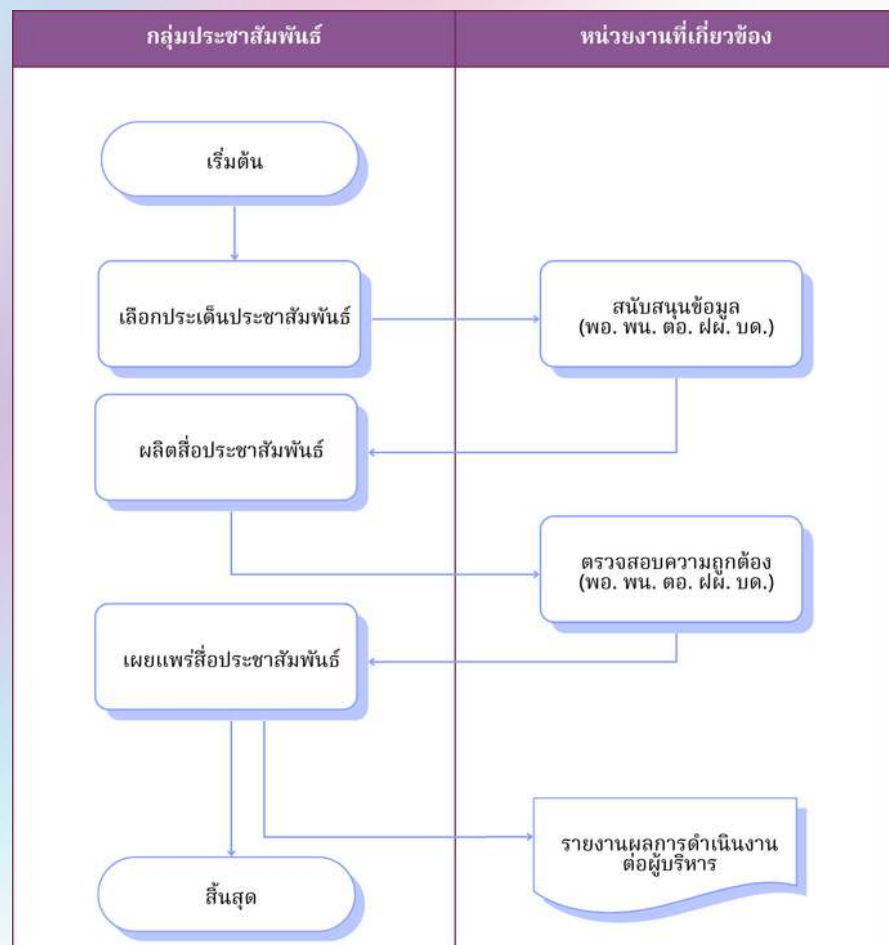
ค้นหา Pain point เชื่อมโยงกับกระบวนการที่เกี่ยวข้อง เชื่อมโยงกับองค์ความรู้ที่ต้องใช้ในการจัดการ Pain point

ขั้นตอนที่ 3

ระบุหน่วยงานภายในกรม/ ภายนอกกรมที่เกี่ยวข้อง โดยอาจเกี่ยวข้องในกระบวนการ หรือ เป็นผู้นำผลผลิตไปใช้งาน หรือ เป็นผู้ได้รับประโยชน์จากผลลัพธ์ของกระบวนการ

แผนการดำเนินงาน

ในการดำเนินงานการยกระดับสู่ระบบราชการ 4.0 ด้วยการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ทาง Social Media กลุ่มประชาสัมพันธ์ได้วางแผนการดำเนินงานฯ ตามแผนภาพการทำงาน ดังนี้



รูปที่ 1 แผนการดำเนินงานเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ทาง Social Media

ขอบเขต

ใช้กลไกการยกระดับสู่ระบบราชการ 4.0 เป็นกลยุทธ์ดำเนินงานเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ทาง Social Media ระยะเวลา 1 ปี

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. การพัฒนาระบบราชการให้มีสถานะเป็นระบบราชการ 4.0 ระดับก้าวหน้า ซึ่งมีขีดสมรรถนะสูง ทันสมัย และตอบสนองต่อความต้องการของประชาชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีระบบการบริหารจัดการที่ยึดประชาชนเป็นศูนย์กลาง และเปิดรับความคิดเห็นจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
2. สามารถดำเนินการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารด้านอุตุนิยมวิทยาได้อย่างมีประสิทธิภาพ และลดความซ้ำซ้อนในการดำเนินการลดความเสี่ยงของผลผลิตเสียหายจากภัยธรรมชาติ ทำให้เกษตรกรสามารถรักษารายได้และลดต้นทุนการผลิต
3. ช่วยให้ผู้ประกอบการในธุรกิจการบินและการขนส่งทางบก รวมทั้งประชาชนที่เดินทางใช้เป็นข้อมูลในการหลีกเลี่ยงสภาพอากาศเลวร้าย ลดอุบัติเหตุ หรือใช้ปรับเปลี่ยนเส้นทางเพื่อลดต้นทุนค่าน้ำมันเชื้อเพลิง

4. การพัฒนาระบบราชการให้มีสถานะเป็น ระบบราชการ 4.0 ระดับก้าวหน้า ซึ่งมีขีดสมรรถนะสูง ทันสมัย และตอบสนองต่อความต้องการของประชาชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีระบบการบริหารจัดการที่ยึดประชาชนเป็นศูนย์กลาง และเปิดรับความคิดเห็นจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

5. ทำให้ประชาชนสามารถวางแผนการทำกิจกรรมต่าง ๆ ได้ โดยมีความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สิน

6. ช่วยให้องค์กรที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมและการป้องกันบรรเทาสาธารณภัยมีข้อมูลสำหรับวางแผนบริหารจัดการการป้องกันความเสียหายที่เกิดจากฝนตกหนักและภัยธรรมชาติต่าง ๆ ได้

การรับฟัง/สำรวจ/แลกเปลี่ยนความคิดเห็น ของ CS และลำดับประเด็นที่สำคัญ

จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามการสำรวจ
ประเด็นความต้องการของสำนักงานเลขานุการกรม จำนวน
263 คน มีกลุ่มที่ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการให้มีการ
พัฒนากระบวนการ ประกอบด้วย

หน่วยงาน	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม
กลุ่มการเจ้าหน้าที่	112 คน
กลุ่มการเงินและบัญชี	78 คน
กลุ่มบริหารพัสดุ	27 คน
กลุ่มประชาสัมพันธ์	16 คน
กลุ่มบริหารงานทั่วไป	13 คน
กลุ่มช่วยอำนวยความสะดวกผู้บริหาร	9 คน
กลุ่มยุทธศาสตร์และแผนงาน	5 คน
กลุ่มโรงพิมพ์และออกแบบ	2 คน
กลุ่มนิติการ	1 คน

ตารางที่ 1 ผู้ตอบแบบสอบถามการสำรวจประเด็นความต้องการของ
สำนักงานเลขานุการกรม

ทั้งนี้ ตามที่เกิดเหตุการณ์แผ่นดินไหวขนาด 8.2
จุดศูนย์กลางที่ประเทศเมียนมา เมื่อวันที่ 28 มีนาคม พ.ศ.
2568 เวลา 13.20 น. ซึ่งส่งผลกระทบต่อสังคมเป็นวงกว้าง
สำนักงานเลขานุการกรมจึงเห็นว่ากระบวนการ
ประชาสัมพันธ์เป็นกระบวนการที่สำคัญ ในการสื่อสารกับ
ประชาชนในสภาวะวิกฤต และจำเป็นต้องได้รับการปรับปรุง
อย่างเร่งด่วน

โดยจากผลตอบแบบสอบถาม มีผู้ตอบ
แบบสอบถาม ตอบประเด็นความต้องการต่อกลุ่ม
ประชาสัมพันธ์ จำนวน 16 คน และสรุปได้ว่าต้องการให้
กลุ่มประชาสัมพันธ์

**“ดำเนินการประชาสัมพันธ์ที่รวดเร็วเข้าใจง่าย
และทันสมัย”**

การวิเคราะห์ความเชื่อมโยงของ Pain point

Pain Point	ปัจจุบันยังไม่มีกำหนดรูปแบบการประชาสัมพันธ์ประจำวันอย่างเป็นรูปแบบ ทำให้ผู้รับบริการสับสนในความซ้ำซ้อนของเนื้อหาข้อมูลพยากรณ์อากาศปริมาณมากที่ต้องดำเนินการประชาสัมพันธ์ในแต่ละวัน
กระบวนการที่เกี่ยวข้อง	S9 กระบวนการประชาสัมพันธ์
แผนการปรับปรุง	จัดทำตารางการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ทางสื่อโซเชียลเพื่อระบุถึงเนื้อหากลุ่มเป้าหมาย และหน่วยงานผู้รับผิดชอบข้อมูล
เทคโนโลยีที่ใช้ในการปรับปรุง	สื่อโซเชียล
หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	กองพยากรณ์อากาศอากาศ กองพัฒนาอุตุนิยมวิทยา กองตรวจและเฝ้าระวังสภาวะอากาศ กองเฝ้าระวังแผ่นดินไหว กองบริการดิจิทัลอุตุนิยมวิทยา
ผลลัพธ์ที่คาดหวัง	ความพึงพอใจของผู้รับบริการมากกว่าร้อยละ 80

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์ความเชื่อมโยงของ Pain point

การดำเนินการ

เผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ตามตารางการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ทางสื่อโซเชียล โดยมีการกำหนด ช่องทาง ช่วงเวลา เนื้อหา หน่วยงานที่รับผิดชอบข้อมูล และผู้รับผิดชอบ

ช่องทาง	เวลา	เนื้อหา	ข้อมูล	ผู้รับผิดชอบ
Facebook	06.00 น.	พยากรณ์อากาศประจำวัน	พอ.	ปัญญา ชนานันท์
	06.00 น.	ประกาศกรมอุตุนิยมวิทยา	พอ.	ปัญญา ชนานันท์
	06.30 น.	พยากรณ์อากาศล่วงหน้า 15 วัน	พอ.	ปัญญา ชนานันท์
	08.30-09.00 น.	รายการถ่ายทอดสด	พอ.	สรศักดิ์ กมลลักษณ์
	08.30 น.	พยากรณ์อากาศบริเวณท่าอากาศยาน	กบ.	อดิศักดิ์
	08.30 น.	สรุปเหตุการณ์แผ่นดินไหว	ผผ.	ปัญญา ชนานันท์
	09.30 น.	คำตมหายลักษณะอากาศ 7 วัน	พอ.	สรศักดิ์ กมลลักษณ์
	12.00-12.30 น. (จ พ ศ)	รายการถ่ายทอดสด	พอ.	กิตติ สรศักดิ์ กมลลักษณ์
	12.00-12.30 น. (ศ)	รายการถ่ายทอดสด	พอ.	กิตติ สรศักดิ์ กมลลักษณ์
	14.30 น. (จ พ ศ)	คำตมหายลักษณะอากาศ 7 วัน	บด.	กมลลักษณ์
	15.00 น. (อ พ พฤ)	พยากรณ์อากาศเพื่อการเกษตร	พน.	กมลลักษณ์
	17.00 น.	ประกาศกรมอุตุนิยมวิทยา	พอ.	ปัญญา ชนานันท์
	18.00 น.	พยากรณ์อากาศประจำวัน	พอ.	ปัญญา ชนานันท์
	20.00 น.	อุณหภูมิสูงสุดประจำวัน	พอ.	ปัญญา ชนานันท์
	ตลอดวัน	รายงานและพยากรณ์ฝนระยะปัจจุบัน	พอ.	กมลลักษณ์ (ในเวลา) ปิณชญา (นอกเวลา)
YouTube	08.30-09.00 น.	รายการถ่ายทอดสด	พอ.	กิตติ สรศักดิ์ กมลลักษณ์
	12.00-12.30 น. (จ พ ศ)	รายการถ่ายทอดสด	พอ.	กิตติ สรศักดิ์ กมลลักษณ์
	12.30-13.00 น. (ศ)	รายการถ่ายทอดสด	พอ.	กิตติ สรศักดิ์ กมลลักษณ์
	ตลอดวัน	YouTube Shorts	พอ.	กิตติ สรศักดิ์ กมลลักษณ์
	ตลอดวัน	อื่น ๆ	พอ.	กิตติ สรศักดิ์ กมลลักษณ์
TikTok X	ตลอดวัน	อื่น ๆ	พอ.	กิตติ สรศักดิ์ กมลลักษณ์
	06.00 น.	พยากรณ์อากาศประจำวัน	พอ.	กิตติ
	06.00 น.	ประกาศกรมอุตุนิยมวิทยา	พอ.	กิตติ
	15.00 น. (จ พ ศ)	คำตมหายลักษณะอากาศ 7 วัน	พอ.	กิตติ
Line	17.00 น.	ประกาศกรมอุตุนิยมวิทยา	พอ.	กิตติ
	06.00 น.	พยากรณ์อากาศประจำวัน	พอ.	ปัญญา ชนานันท์
	06.00 น.	ประกาศกรมอุตุนิยมวิทยา	พอ.	ปัญญา ชนานันท์
	17.00 น.	พยากรณ์อากาศประจำวัน/ ประกาศกรมอุตุนิยมวิทยา	พอ.	ปัญญา ชนานันท์

ตารางที่ 3 ตารางการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ทางสื่อโซเชียล

วางแผนเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ในสถานการณ์
ฉุกเฉิน ตามตารางการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ทางสื่อโซเชียล
ในสถานการณ์ฉุกเฉิน โดยมีการกำหนด ช่องทาง เนื้อหา และผู้รับผิดชอบ

ช่องทาง	เนื้อหา	ผู้รับผิดชอบ
Facebook	โพสต์ข่าว รายการถ่ายทอดสด / กล้อง รายการถ่ายทอดสด / คอมพิวเตอร์ รายการถ่ายทอดสด / ผู้รายงาน	ชนานันท์ เอกสิทธิ์ ปุณยธรรม์ ปัญญา อดิศักดิ์ สรศักดิ์ กิตติ กมลลักษณ์
Youtube	ตัดต่อคลิป	ชนานันท์ เอกสิทธิ์ ปุณยธรรม์ ปัญญา
Tiktok	ตัดต่อคลิป	สรศักดิ์ กิตติ กมลลักษณ์
X	โพสต์ข่าว	สรศักดิ์ กิตติ กมลลักษณ์
Line	โพสต์ข่าว	กิตติ
สถานีวิทยุฯ	เผยแพร่ข่าว	ชนานันท์ เอกสิทธิ์ ปุณยธรรม์ ปัญญา
อื่น ๆ	เขียนข่าวให้สื่อมวลชน ประสานงานผู้ให้ข้อมูล ดูแลสื่อมวลชน ดูแลผู้บริหาร อาหารว่าง	นักสื่อสารมวลชนทุกคน ปุณยธรรม์ ชนานันท์ เอกสิทธิ์ ปุณยธรรม์ ปัญญา ปุณยธรรม์ ปัญญา รัศมีภัสสร

ตารางที่ 4 ตารางการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ทางสื่อโซเชียลในสถานการณ์ฉุกเฉิน

สื่อโซเชียลของกรมอุตุนิยมวิทยาและจำนวนผู้ติดตาม
ปีงบประมาณ 2568

ช่องทาง	รอบ 6 เดือน	รอบ 12 เดือน
Facebook กรมอุตุนิยมวิทยา	1,463,787	2,052,525
Facebook WeatherRadio	82,599	82,772
Youtube กรมอุตุนิยมวิทยา	28,700	29,500
Youtube กลุ่มประชาสัมพันธ์ กรมอุตุนิยมวิทยา	2,810	2,830
Youtube TMDRadio	3,670	3,670
X กรมอุตุนิยมวิทยา @tmdthai2	7,465	82,800
Tiktok กรมอุตุนิยมวิทยา	22,176	28,000

ตารางที่ 5 ตารางสื่อโซเชียลของกรมอุตุนิยมวิทยาและจำนวนผู้ติดตาม ปีงบประมาณ 2568

ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงาน

อัลกอริทึมของสื่อโซเชียลทำให้ประชาชน ไม่สามารถเห็นข้อมูลการเผยแพร่ได้แบบเรียลไทม์ เนื่องจากไม่มีข้อกำหนดที่ชัดเจนว่าเนื้อหาที่ทำการเผยแพร่แบบใด จึงจะถูกนำเสนอไว้ในหน้าแรกสุดของช่องทางแต่ละประเภท เนื่องจากอัลกอริทึมเหล่านี้สามารถพิจารณาได้จากหลายปัจจัย เช่น การเผยแพร่ภาพ/ข้อความ/วิดีโอ ความยาวของวิดีโอ ปริมาณของตัวอักษรในรูปภาพ การจ่ายเงินค่าสมาชิกรายเดือนให้กับสื่อโซเชียล เป็นต้น

แนวทางการแก้ไขปัญหาและข้อเสนอแนะ

การจะเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ให้เข้าถึงประชาชนได้อย่างรวดเร็วที่สุดโดยไม่ต้องพึ่งพาสื่อโซเชียลที่ไม่สามารถควบคุมอัลกอริทึมได้นั้น จำเป็นต้องมีช่องทางการเผยแพร่ที่กรมอุตุนิยมวิทยาเป็นเจ้าของและสามารถจัดการรูปแบบการนำเสนอได้ เช่น เว็บไซต์กรมอุตุนิยมวิทยา รวมถึงควรให้กรมอุตุนิยมวิทยาพัฒนาแอปพลิเคชันด้านอุตุนิยมวิทยา เพื่อความสะดวกในการใช้งานของประชาชน เพราะปัจจุบันประชาชนทั่วไปล้วนมีอุปกรณ์สมาร์ทโฟนส่วนตัว การใช้งานแอปพลิเคชันจึงมีความสะดวกสบายมากกว่าการใช้งานเว็บไซต์

ผลการสำรวจความพึงพอใจของผู้รับบริการ หรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้อง

กลุ่มประชาสัมพันธ์ได้ดำเนินการสำรวจการรับรู้ของผู้
ใช้บริการอุดุนิยมวิทยาทางสื่อโซเชียล โดยมีผู้ตอบแบบสอบถาม
ทั้งสิ้น 282 คน เมื่อวันที่ 30 มิถุนายน 2568 โดยมีผลการสำรวจ
ดังนี้

การสำรวจการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร

คำถามที่ 1 “ข้อมูลข่าวสารด้านการพยากรณ์อากาศมีความสำคัญ
ต่อการดำเนินชีวิตของท่าน” มีคะแนนการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้าน
การพยากรณ์อากาศมีความสำคัญต่อการดำเนินชีวิตของท่าน มีผู้
ตอบแบบสำรวจ ทั้งสิ้น 282 คน โดยมีคะแนนการรับรู้ข้อมูล
ข่าวสารด้านการพยากรณ์อากาศมีความสำคัญต่อการดำเนินชีวิต
ของท่าน ทั้งหมด 1,328/1,410 คิดเป็นร้อยละ 94.18

คำถามที่ 2 “ข่าวสารและความรู้มีความน่าสนใจ เข้าใจง่าย” มีผู้
ตอบแบบสำรวจ ทั้งสิ้น 282 คน โดยมีคะแนนข่าวสารและความรู้
มีความน่าสนใจ เข้าใจง่าย ทั้งหมด 1,190/1,410 คิดเป็นร้อยละ
84.40

**ผลสรุปคะแนนร้อยละการรับรู้ข้อมูลข่าวสารผู้ตอบแบบ
สำรวจ ทั้งสิ้น 282 คน มีคะแนนร้อยละ 89**

การสำรวจคะแนนความพึงพอใจ

คำถามที่ 1 “ช่วงเวลาในการเผยแพร่ข่าวมีความเหมาะสม” มีผู้ตอบแบบสำรวจทั้งสิ้น 282 คน โดยมีคะแนนช่วงเวลาในการเผยแพร่ข่าวมีความเหมาะสม ทั้งหมด 1,194/1,410 คิดเป็นร้อยละ 84.68

คำถามที่ 2 “ความพึงพอใจต่อการประชาสัมพันธ์ของกรมอุตุนิยมวิทยา” มีผู้ตอบแบบสำรวจทั้งสิ้น 282 คน โดยมีคะแนนช่วงเวลาในการเผยแพร่ข่าวมีความเหมาะสม ทั้งหมด 1,205/1,410 คิดเป็นร้อยละ 85.46

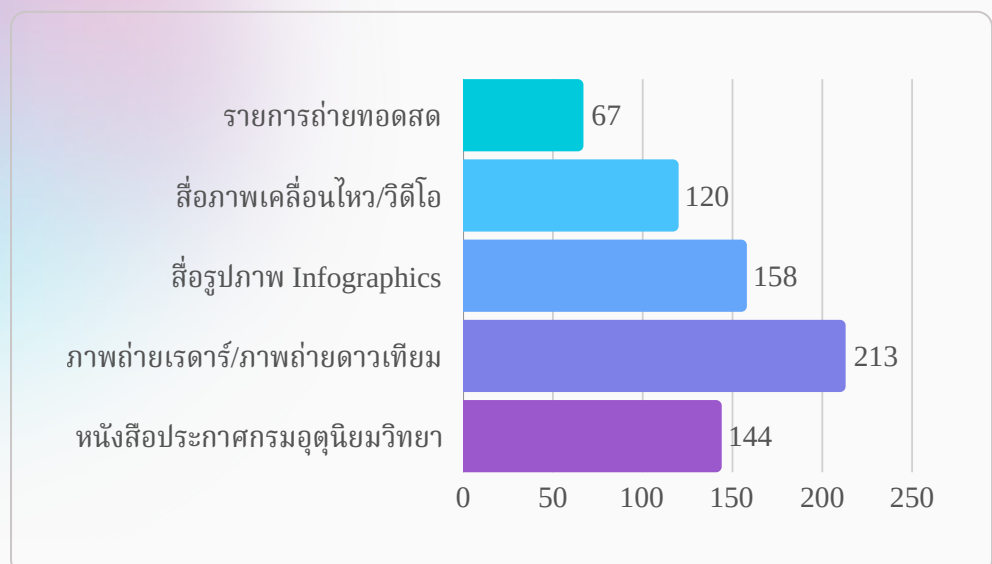
ผลสรุปคะแนนความพึงพอใจ ทั้งสิ้น 282 คน มีคะแนนร้อยละ 85.07

การสำรวจสื่อที่ประชาชนเห็นว่ามีเหมาะสมในการเผยแพร่ข่าวสารด้านอุดมศึกษา

โดยมีผลการสำรวจด้วยการตัดสินใจเลือกโดยไม่จำกัดจำนวนคำตอบ ได้ผลดังนี้

1.ภาพถ่ายเรดาร์/ภาพถ่ายดาวเทียม	213 คน (ร้อยละ 76)
2.สื่อรูปภาพ Infographic	158 คน (ร้อยละ 56)
3.หนังสือประกาศกรมอุดมศึกษา	144 คน (ร้อยละ 51)
4.สื่อภาพเคลื่อนไหว/วิดีโอ	120 คน (ร้อยละ 43)
5.รายการถ่ายทอดสด	67 คน (ร้อยละ 24)

จึงสรุปได้ว่า สื่อที่ประชาชนเห็นว่ามีเหมาะสมในการเผยแพร่ข่าวสารด้านอุดมศึกษามากที่สุด คือ ภาพถ่ายเรดาร์/ภาพถ่ายดาวเทียม



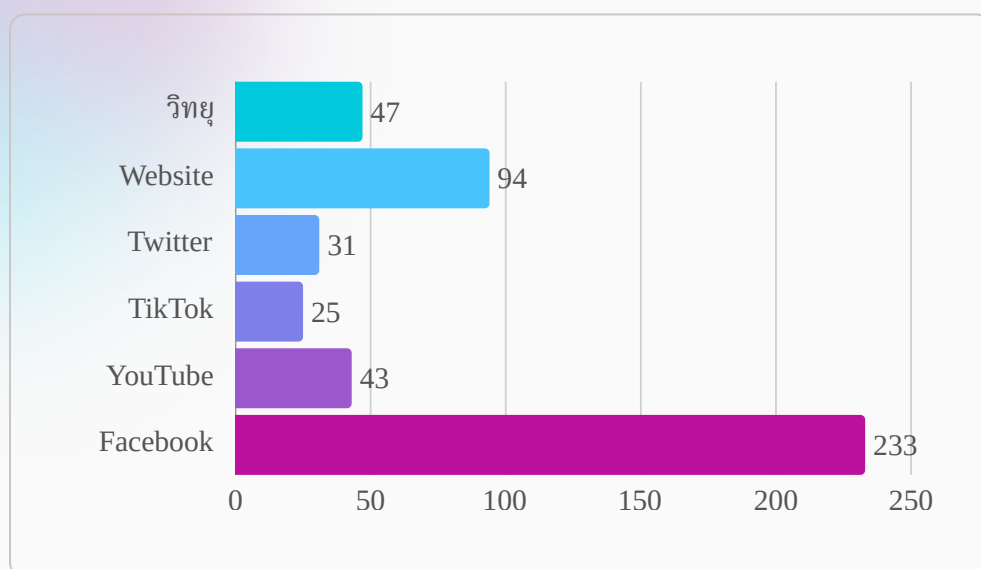
รูปที่ 2 ผลการสำรวจสื่อที่ประชาชนเห็นว่ามีเหมาะสมในการเผยแพร่ข่าวสารด้านอุดมศึกษา

การสำรวจช่องทางการสื่อสารทางสื่อสังคมออนไลน์ ของกรมอุตุนิยมวิทยาที่ประชาชนใช้งานเป็นประจำ

โดยมีผลการสำรวจด้วยการตัดสินใจเลือกโดยไม่จำกัดจำนวนคำตอบ ได้ผลดังนี้

1. Facebook	233 คน (ร้อยละ 83)
2. Website	94 คน (ร้อยละ 33)
3. สถานีวิทยุกระจายเสียงกรมอุตุนิยมวิทยา	47 คน (ร้อยละ 17)
4. Youtube	43 คน (ร้อยละ 15)
5. X (Twitter)	31 คน (ร้อยละ 11)
6. Tiktok	25 คน (ร้อยละ 9)

จึงสรุปได้ว่า ช่องทางการสื่อสารทางสื่อสังคมออนไลน์ของกรมอุตุนิยมวิทยาที่ประชาชนใช้งานเป็นประจำ คือ Facebook ซึ่งเป็นช่องทางการสื่อสารทางสังคมออนไลน์ที่มีความสะดวกรวดเร็วในการใช้งานและติดตามข่าวสารสาระสำคัญต่าง ๆ



รูปที่ 3 ผลการสำรวจช่องทางการสื่อสารทางสื่อสังคมออนไลน์ของกรมอุตุนิยมวิทยาที่ประชาชนใช้งานเป็นประจำ

ผลการสำรวจอาชีพหรือกลุ่มงานของของผู้ใช้บริการ อุทยานวิทยาศาสตร์ทางสื่อสังคมออนไลน์

โดยผลการสำรวจพบว่า อาชีพหรือกลุ่มงานที่ตอบแบบสอบถามมากที่สุด 3 อันดับแรกคือ ผู้ประกอบอาชีพด้านการเกษตรกร ผู้ประกอบอาชีพด้านการค้าขาย และ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ

อาชีพหรือกลุ่มงาน	รวม
ผู้ประกอบอาชีพด้านการเกษตร	78
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	68
ผู้ประกอบอาชีพด้านการค้าขาย	53
สถาบันการศึกษา/นักวิจัย	11
นักเรียน/นักศึกษา	9
พนักงานบริษัท	7
สื่อมวลชน/การประชาสัมพันธ์	6
ผู้ประกอบอาชีพด้านการท่องเที่ยว	6
ผู้ประกอบอาชีพด้านการประมง/การเดินเรือ	3
แม่บ้าน	3
ผู้ทำกิจกรรมกลางแจ้ง/ความบันเทิง	2
อื่น ๆ	36

ตารางที่ 6 ผลการสำรวจอาชีพหรือกลุ่มงานของของผู้ใช้บริการอุทยานวิทยาศาสตร์ทางสื่อสังคมออนไลน์

สรุป

โดยผลสรุปคะแนนร้อยละการรับรู้ข้อมูลข่าวสารผู้ตอบแบบสำรวจ ทั้งสิ้น 282 คน มีคะแนนร้อยละ 89.29 เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.74 (จากการประเมินรอบก่อน ร้อยละ 74.55) ทำให้สรุปได้ว่าประชาชนมีความต้องการในการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับอุตุนิยมวิทยา และให้ความสนใจต่อข่าวสารและความรู้ด้านอุตุนิยมวิทยาเพิ่มมากขึ้น สอดคล้องกับกลุ่มอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีจำนวนมากที่สุดคือผู้ประกอบการด้านการเกษตร

ผลสรุปคะแนนความพึงพอใจ ทั้งสิ้น 282 คน มีคะแนนร้อยละ 85.07 ลดลงร้อยละ 2.23 (จากการประเมินรอบก่อน ร้อยละ 87.30) สามารถทำได้ตามผลลัพธ์ที่คาดหวัง (ความพึงพอใจร้อยละ 85) สรุปได้ว่าประชาชนมีความพึงพอใจลดน้อยลง แม้จะมีการจัดทำตารางการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ทางสื่อโซเชียลก็ตาม โดยประชาชนบางส่วนให้ความเห็นว่า เนื่องจากปริมาณข่าวสารด้านอุตุนิยมวิทยาในแต่ละวันมีจำนวนมากเกินไป ทำให้ไม่สามารถหาข้อมูลที่สำคัญได้ ประกอบกับระบบอัลกอริทึมของโซเชียลที่ทำให้การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารไม่ได้ถูกจัดเรียงตามเวลาเผยแพร่จริง ทำให้ข่าวสารที่เผยแพร่ไปไม่ถึงประชาชนที่ต้องการใช้งานข้อมูลเหล่านั้นเมื่อจำเป็น

ทั้งนี้ ข้อมูลด้านอุตุนิยมวิทยาเป็นข้อมูลที่มีความละเอียดสูงและมีการอัปเดตตลอดเวลา จึงจำเป็นต้องมีการคัดกรองข้อมูลที่มีความสำคัญเข้าใจง่ายสู่ประชาชน ในขณะเดียวกัน ข้อมูลที่มีการอัปเดตตลอดเวลา อย่างเช่น ภาพถ่ายเรดาร์และภาพถ่ายดาวเทียม ซึ่งเป็นสื่อที่ประชาชนเห็นว่ามี ความเหมาะสมในการเผยแพร่ข่าวสารด้านอุตุนิยมวิทยามากที่สุด ไม่เหมาะกับการเผยแพร่ผ่านสื่อโซเชียลที่ได้รับผลกระทบเรื่องการนำเสนอในระบบอัลกอริธึม กลุ่มประชาสัมพันธ์จึงมีแนวทางในการแนะนำให้ประชาชนติดตามข้อมูลด้วยตัวเองผ่านเว็บไซต์กรมอุตุนิยมวิทยา และเสนอให้กรมอุตุนิยมวิทยาพัฒนาแอปพลิเคชันด้านอุตุนิยมวิทยา เพื่อให้ประชาชนสามารถเข้าถึงข้อมูลด้านอุตุนิยมวิทยาได้โดยตรงด้วยความสะดวกและรวดเร็วโดยไม่ถูกปิดกั้นข่าวสารจากอัลกอริธึมของโซเชียล

จากการสำรวจช่องทางการสื่อสารทางสื่อสังคมออนไลน์ของกรมอุตุนิยมวิทยาที่ประชาชน ใช้งานเป็นประจำ ได้พบว่า facebook เป็นช่องทางโซเชียลที่มีผู้ใช้งานเป็นประจำมากที่สุด กลุ่มประชาสัมพันธ์จึงต้องมีแนวทางในการพัฒนาสื่อสำหรับการเผยแพร่ผ่านช่องทางดังกล่าวให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เช่น ลดความถี่ในการเผยแพร่ และเพิ่มคุณค่าให้เนื้อหาที่เผยแพร่ โดยศึกษาช่วงเวลาในการเผยแพร่ข่าวที่มีประสิทธิภาพสูงสุดต่อไป

ภาคผนวก





Facebook กรมอุตุนิยมวิทยา



เว็บไซต์กรมอุตุนิยมวิทยา www.tmd.go.th



X กรมอุตุนิยมวิทยา



YouTube กรมอุตุนิยมวิทยา

