



นโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ
ฉบับที่ 5
(พ.ศ. 2559 - 2564)

คณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ
สำนักนายกรัฐมนตรี

คำนำ

ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรี ว่าด้วยการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ พ.ศ. 2553 กำหนดให้มีคณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ (กปช.) มีอำนาจหน้าที่เสนอแนะนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติต่อคณะรัฐมนตรีเพื่อให้ความเห็นชอบรวมทั้งเสนอแนะเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ของชาติ โดยแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติต้องสอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาล และต้องกำหนดหน่วยงานของรัฐที่มีหน้าที่ปฏิบัติตามแผนด้วย

คณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ จึงได้กำหนดนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ 5 (พ.ศ. 2559 - 2564) ขึ้นภายใต้การบริหารประเทศของคณะรักษาความสงบแห่งชาติ (คสช.) โดยใช้นโยบายของคณะรักษาความสงบแห่งชาติ (คสช.) นโยบายรัฐบาล พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี ที่ได้แถลงต่อสภานิติบัญญัติแห่งชาติ เมื่อวันศุกร์ที่ 12 กันยายน 2557 ประเด็นการปฏิรูปของสภาปฏิรูปแห่งชาติ 11 ด้าน ตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย ฉบับชั่วคราว (พ.ศ. 2557) ทิศทางของยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี และทิศทางแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 - 2564) เป็นกรอบแนวทางในการจัดทำยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์และได้ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และสื่อมวลชน เพื่อร่วมกันกำหนดวิสัยทัศน์และทิศทางการประชาสัมพันธ์ รวมทั้งร่วมจัดทำรายละเอียดของนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ 5 (พ.ศ. 2559 - 2564) เพื่อมุ่งสู่ “การประชาสัมพันธ์ที่ทุกภาคส่วนมีส่วนร่วม ได้รับข้อมูลข่าวสารอย่างทั่วถึง เพื่อให้เกิดความเข้าใจและทัศนคติที่ดีต่อกัน สร้างสังคมแห่งภูมิปัญญาและการเรียนรู้และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของชาติในสายตาของประชาคมโลก” โดยกำหนดระยะเวลาดำเนินการที่สอดคล้องกับช่วงเวลาของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 - 2564) ทั้งนี้ เพื่อให้ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์สามารถส่งเสริมสนับสนุน และเป็นแรงผลักดันให้การพัฒนาประเทศบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ โดยคณะรัฐมนตรีได้มีมติเมื่อวันอังคารที่ 6 ตุลาคม 2558 เห็นชอบและประกาศใช้นโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ 5 (พ.ศ. 2559 - 2564) เป็นยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์ของประเทศ ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2558 จนถึงวันที่ 30 กันยายน 2564

คณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ

สารบัญ

หน้า

สรุปสาระสำคัญนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ 5 (1)-(5)
(พ.ศ. 2559 - 2564)

ส่วนที่ 1 :	เหตุผลและความจำเป็นของการจัดทำนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ 5 (พ.ศ. 2559 - 2564)	1
บทที่ 1	เหตุผลและความจำเป็นของการจัดทำนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ 5 (พ.ศ. 2559 - 2564)	2
	- ความนำ	2
	- สถานการณ์และแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงที่มีผลต่อการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ	3
	- การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรคของการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ	7
ส่วนที่ 2 :	วิสัยทัศน์และยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์	11
บทที่ 2	วิสัยทัศน์และยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์	12
	- แนวคิดและทิศทางการประชาสัมพันธ์	12
	- วิสัยทัศน์	13
	- เป้าหมาย	13
	- พันธกิจ	13
	- ยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์	14
ส่วนที่ 3 :	ยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์ในนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ 5 (พ.ศ. 2559 - 2564)	16
บทที่ 3	ยุทธศาสตร์ที่ 1 การประชาสัมพันธ์สร้างความปรองดองของคนในชาติ	17
บทที่ 4	ยุทธศาสตร์ที่ 2 การประชาสัมพันธ์นโยบายแห่งรัฐ	20
บทที่ 5	ยุทธศาสตร์ที่ 3 การประชาสัมพันธ์ในภาวะวิกฤต	27
บทที่ 6	ยุทธศาสตร์ที่ 4 การประชาสัมพันธ์ส่งเสริมภาพลักษณ์ประเทศสู่ประชาคมโลก	32
ส่วนที่ 4 :	การนำนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ 5 (พ.ศ. 2559 - 2564) ไปสู่การปฏิบัติ	36
บทที่ 7	การนำนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ 5 (พ.ศ. 2559 - 2564) ไปสู่การปฏิบัติ	37

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ภาคผนวก	42
- ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรี ว่าด้วยการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ พ.ศ. 2553	43
- คณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ	47
- คำสั่งคณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติที่ 2/2558 เรื่อง แต่งตั้ง คณะอนุกรรมการจัดทำร่างนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ 5 (พ.ศ. 2559 – 2564)	49
- รายชื่อผู้จัดทำนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ 5 (พ.ศ. 2559 – 2564)	51
- หนังสือสำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี ด่วนที่สุด ที่ นร 0505/35751 ลงวันที่ 9 ตุลาคม 2558	55
- หนังสือกรมประชาสัมพันธ์ ด่วนที่สุด ที่ นร 0220.02/1562 ลงวันที่ 26 ตุลาคม 2558	57

สรุปสาระสำคัญนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ 5

(พ.ศ. 2559 - 2564)

1. ความนำ

การจัดทำนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติตั้งแต่ฉบับที่ 1 จนถึงฉบับที่ 5 มีพัฒนาการมาอย่างต่อเนื่องภายใต้สถานการณ์และแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงที่มีผลต่อการประชาสัมพันธ์ของชาติ นโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ 5 (พ.ศ. 2559 – 2564) เป็นจุดเปลี่ยนสำคัญในการกำหนดทิศทางการประชาสัมพันธ์ให้เหมาะสมสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่รวดเร็ว ซึ่งทำให้เกิดช่องทางการสื่อสารรูปแบบใหม่ ๆ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารให้กับประชาชนทุกภาคส่วนของสังคมควบคู่ไปกับการปลูกฝังจิตสำนึก ค่านิยมประชาธิปไตยและหลักธรรมาภิบาลแก่ผู้ส่งสารและผู้รับสารด้วย

2. สถานการณ์และแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงที่มีผลต่อการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ

สถานการณ์ทางด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม ความมั่นคง ภายในประเทศและต่างประเทศ รวมถึงแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น และความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทำให้เกิดช่องทางการสื่อสารรูปแบบใหม่ ๆ ตลอดจนความต้องการข้อมูลข่าวสารของประชาชนล้วนเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลกระทบต่อการประชาสัมพันธ์แห่งชาติที่ต้องปรับแนวทางการประชาสัมพันธ์ให้เหมาะสมสอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป ทั้งนี้ เพื่อให้สามารถเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารให้กับประชาชนในทุกส่วนของสังคมได้มีความรู้ ความเข้าใจ และเกิดทัศนคติที่ดี มีความพร้อมต่อการป้องกันและแก้ไขปัญหาต่าง ๆ รวมทั้งรองรับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงได้อย่างเหมาะสมจึงจำเป็นต้องมีการวิเคราะห์สถานการณ์และแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่มีผลต่อการประชาสัมพันธ์ของชาติ ดังนี้

2.1 ด้านความมั่นคง บริบทการเปลี่ยนแปลงที่นำไปสู่ภัยคุกคามรูปแบบใหม่ ภัยคุกคามความมั่นคงมีขอบเขตที่กว้างขวาง มีความเชื่อมโยง ซับซ้อน และส่งผลกระทบต่อประชาชนโดยตรงมากขึ้น มีแนวโน้มที่จะขยายตัวและควบคุมได้ยาก ส่งผลกระทบต่อความมั่นคงและความสงบสุขของคนในชาติ

2.2 ด้านองค์กรที่เกี่ยวข้องกับสื่อ คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) เริ่มปฏิบัติหน้าที่เมื่อวันที่ 7 ตุลาคม 2554 โดยได้รับพระบรมราชโองการโปรดเกล้าฯ แต่งตั้งตามพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 เพื่อทำหน้าที่จัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการ

โทรคมนาคม จึงมีความสำคัญต่อการสื่อสารมวลชนและการประชาสัมพันธ์ของชาติอย่างยิ่ง ซึ่ง กสทช. ได้กำหนดมาตรการต่าง ๆ ขึ้นหลายประการ

2.3 ด้านกฎหมาย พระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของทางราชการ พ.ศ. 2540 เป็นกฎหมายที่ให้โอกาสประชาชนในการได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการดำเนินการต่าง ๆ ของรัฐ

2.4 ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ปัจจุบันเทคโนโลยีสารสนเทศมีความก้าวหน้ามาก มีการเพิ่มช่องทางการสื่อสารใหม่ ๆ ที่ทำให้ข้อมูลข่าวสารไปสู่ประชาชนอย่างรวดเร็วไร้ขีดจำกัด เป็นปัจจัยที่เอื้ออำนวยในการเพิ่มขีดความสามารถในการพัฒนาประเทศ จำเป็นที่ประเทศไทย จะต้องใช้โอกาสความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศ ตลอดจนวิทยาการด้านต่าง ๆ มาเป็น ประโยชน์ในการวางรากฐานเพื่อพัฒนาการประชาสัมพันธ์

2.5 ด้านการเกษตรกรรมที่หลากหลาย ประเทศไทยมีฐานการผลิตภาคการเกษตร ที่หลากหลาย ซึ่งเป็นแหล่งรายได้และสามารถรองรับการจ้างงานได้มาก มีรายได้จากสินค้าเกษตรและ อุตสาหกรรมแปรรูปเกษตรมูลค่าสูง เป็นแหล่งผลิตอาหารที่สำคัญของโลก มีทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว ที่สวยงาม การประชาสัมพันธ์เผยแพร่สถานที่ท่องเที่ยว ประเพณี วัฒนธรรม ความมีน้ำใจ และเอกลักษณ์ ของคนไทยเป็นประเด็นสำคัญในการขยายผลการประชาสัมพันธ์ออกไปได้กว้างขวางมากยิ่งขึ้น

2.6 ด้านสังคม โครงสร้างสังคมไทยมีการเปลี่ยนแปลงในทุกด้าน ทั้งการเปลี่ยนแปลง เป็นสังคมเมืองมากขึ้น ครอบครัวมีลักษณะเป็นครอบครัวเดี่ยว การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากร ที่เข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ การเปลี่ยนแปลงนี้ส่งผลให้การประชาสัมพันธ์ของชาติต้องเข้ามามีบทบาทสำคัญ

2.7 ด้านการปฏิรูประบบราชการ การกระจายอำนาจสู่ท้องถิ่นและการส่งเสริม การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาชุมชน จะเป็นโอกาสในการปรับปรุงเปลี่ยนแปลง ระบบงานประชาสัมพันธ์ของรัฐให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลเพิ่มมากขึ้น

2.8 ด้านสาธารณสุขและภัยพิบัติ ปัจจุบันปัญหาสาธารณสุขและภัยพิบัติเป็นปัญหา สำคัญของประเทศไทย การเกิดของสาธารณสุขและภัยพิบัติเพิ่มขึ้นทั้งความถี่และความรุนแรง จึงจำเป็นต้องใช้การประชาสัมพันธ์ให้ความรู้ความเข้าใจ เพื่อให้ประชาชนสามารถเตรียมความพร้อม ในการรับมือกับสาธารณสุขและภัยพิบัติได้อย่างเข้าใจและเหมาะสม

2.9 การเป็นสมาชิกของประชาคมอาเซียน ในปี พ.ศ. 2558 ประเทศสมาชิกอาเซียน ทั้ง 10 ประเทศ ได้เข้าสู่การเป็นประชาคมอาเซียน ความเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ เกิดขึ้นกับประเทศสมาชิก อาเซียนทั้ง 10 ประเทศ ดังนั้น จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งในการเตรียมความพร้อมเพื่อการเป็นสมาชิก ประชาคมอาเซียน

2.10 สถานการณ์ในต่างประเทศที่มีผลกระทบต่อประเทศไทย การเปลี่ยนแปลงของระบบเศรษฐกิจโลกที่มีความสลับซับซ้อนและเชื่อมโยงกันมากขึ้น เป็นปัจจัยภายนอกประเทศที่เป็นทั้งโอกาสและอุปสรรคต่อการพัฒนาประเทศ จึงจำเป็นต้องประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนได้ทราบถึงสถานการณ์ในต่างประเทศและรู้เท่าทันถึงปัญหาต่าง ๆ ที่อาจจะเกิดขึ้น เพื่อบรรเทาผลกระทบเชิงลบและมีส่วนร่วมในการป้องกันภัยล่วงหน้า

3. แนวคิดและทิศทางการประชาสัมพันธ์

3.1 แนวคิดหลัก

ภายใต้สถานการณ์การเปลี่ยนแปลงที่สำคัญทั้งภายนอกและภายในประเทศที่จะส่งผลกระทบต่อทิศทางการประชาสัมพันธ์ของประเทศไทยในอนาคต จึงจำเป็นต้องกำหนดยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสม ขณะที่การทบทวนสถานการณ์และแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงที่มีผลต่อการประชาสัมพันธ์แห่งชาติสะท้อนปัญหาด้านความมั่นคง บริบท การเปลี่ยนแปลงที่นำไปสู่ภัยคุกคามรูปแบบใหม่ การพัฒนาด้านเทคโนโลยีสารสนเทศอย่างรวดเร็ว การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรที่เข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ การปฏิรูประบบราชการที่มีการกระจายอำนาจสู่ท้องถิ่นและการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาชุมชนเพิ่มมากขึ้น การเปิดรับฟังความคิดเห็นและการร้องทุกข์จากประชาชนในเรื่องต่าง ๆ ปัญหาด้านสาธารณสุขภัยและภัยพิบัติ การเป็นสมาชิกประชาคมอาเซียน รวมทั้งสถานการณ์ในต่างประเทศที่มีผลกระทบต่อประเทศไทย ทิศทางการประชาสัมพันธ์ของประเทศไทยในอนาคตจึงจำเป็นต้องเตรียมพร้อมและสร้างภูมิคุ้มกันของประเทศให้เข้มแข็งภายใต้หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อให้สามารถปรับตัวรองรับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงในอนาคตได้อย่างมั่นคง

3.2 ทิศทางการประชาสัมพันธ์

การกำหนดทิศทางการประชาสัมพันธ์ในระยะนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ 5 (พ.ศ. 2559 – 2564) เป็นการสร้างภูมิคุ้มกันในมิติต่าง ๆ เพื่อให้การประชาสัมพันธ์เป็นเครื่องมือในการพัฒนาประเทศสู่ความสมดุลและยั่งยืน โดยให้ความสำคัญกับการสร้างความปรองดองสมานฉันท์ของคนไทยทุกภาคส่วนในสังคมตั้งแต่ระดับปัจเจก ครอบครัว ชุมชนและประเทศ ฟันฟูระเบียบสังคมและสร้างความเป็นธรรมแก่ทุกฝ่าย มุ่งประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนรับรู้ เข้าใจ และให้ความร่วมมือกับรัฐบาลในการบริหารประเทศ เตรียมพร้อมให้ประชาชนมีความเท่าทันต่อข่าวสารในภาวะวิกฤต สามารถแยกแยะข้อเท็จจริงออกจากความคิดเห็นได้ เสริมสร้างการบริหารจัดการข้อมูลข่าวสารของหน่วยงานรัฐในห้วงสถานการณ์ฉุกเฉินให้มีเอกภาพ ควบคู่ไปกับการประชาสัมพันธ์บทบาทประเทศไทยในเวทีประชาคมโลก

4. วิสัยทัศน์ เป้าหมาย พันธกิจ และยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์

4.1 วิสัยทัศน์

“การประชาสัมพันธ์ที่ทุกภาคส่วนมีส่วนร่วม ได้รับข้อมูลข่าวสารอย่างทั่วถึง เพื่อให้เกิดความเข้าใจและทัศนคติที่ดีต่อกัน สร้างสังคมแห่งภูมิปัญญาและการเรียนรู้ และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของชาติในสายตาของประชาคมโลก”

4.2 เป้าหมาย

- 1) ประชาชนเกิดความเข้าใจ ยอมรับ ให้ความร่วมมือในการสร้างความปรองดองของคนในชาติ
- 2) หน่วยงานและภาคส่วนที่เกี่ยวข้องรวมทั้งประชาชน ได้รับข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง และเกิดทัศนคติที่ดี โดยให้ความร่วมมือกับหน่วยงานของรัฐ
- 3) ประชาชนได้รับข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง รวดเร็ว ทันต่อเหตุการณ์ เมื่อเกิดสถานการณ์ฉุกเฉินหรือภาวะวิกฤตและสามารถนำไปเป็นแนวทางปฏิบัติได้จริง
- 4) ประเทศไทยมีภาพลักษณ์ที่ดีและได้รับการยอมรับจากประชาคมโลก

4.3 พันธกิจ

กำหนดนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติและขับเคลื่อนสู่การปฏิบัติ

4.4 ยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์

1) ยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์สร้างความปรองดองของคนในชาติ มุ่งสร้างความรู้ ความเข้าใจ และรับรู้เป้าหมายของการพัฒนาชาติ มองเห็นหลักชัยหรือจุดหมายปลายทางของประเทศร่วมกัน ยอมรับความคิดเห็นที่แตกต่าง คิดอย่างมีเหตุผล ยึดหลักผลประโยชน์ของชาติเป็นสำคัญ โดยใช้วิธีการสันติ หลีกเลี่ยงการใช้ความรุนแรง รวมทั้งฟื้นฟูระเบียบสังคม และเป็นธรรมแก่ทุกฝ่าย ตลอดจนสนับสนุนองค์กรตามรัฐธรรมนูญให้มีส่วนร่วมในการสร้างความปรองดอง สมานฉันท์ ภายใต้กรอบของบทบาทอำนาจหน้าที่ขององค์กร

2) ยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์นโยบายแห่งรัฐ มุ่งประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนรับรู้ เข้าใจ และให้ความร่วมมือกับรัฐบาลในการบริหารประเทศ ตามแนวนโยบายพื้นฐานแห่งรัฐ รวมทั้งเรื่องที่เป็นวาระแห่งชาติ โดยแสวงหาความร่วมมือจากสื่อมวลชน ภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน เพื่อสร้างและพัฒนาเครือข่ายประชาสัมพันธ์ทุกระดับ ทั้งนี้ เพื่อนำไปสู่ความร่วมมือในการพัฒนาประเทศร่วมกัน

3) ยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์ในภาวะวิกฤต มุ่งเตรียมประชาชนให้พร้อมรับการเผชิญกับวิกฤตการณ์ต่าง ๆ ทั้งด้านสาธารณสุข ภัยจากธรรมชาติ ภัยจากการก่อการร้าย การก่อวินาศกรรม การชุมนุมประท้วง ก่อการจลาจล เป็นต้น โดยให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง รวดเร็ว ประชาชนมีความเท่าทันต่อข่าวสาร เหตุการณ์ที่เกิดขึ้น สามารถแยกแยะข้อเท็จจริงออกจากความคิดเห็น หรืออารมณ์ที่อาจไม่สะท้อนสถานการณ์จริง รวมทั้งมุ่งการพัฒนาและเสริมสร้างการบริหารจัดการข้อมูลข่าวสารของหน่วยงานรัฐในห้วงสถานการณ์ฉุกเฉินหรือภาวะวิกฤตได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4) ยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์ส่งเสริมภาพลักษณ์ประเทศสู่ประชาคมโลก มุ่งส่งเสริมความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศไทยสู่ประชาคมโลก โดยเน้นการสร้างความเป็นมิตรกับทุกประเทศ เสริมสร้างความสัมพันธ์และความร่วมมือกับกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียน โดยให้ความสำคัญกับการเสริมสร้างการรับรู้ข่าวสารที่ถูกต้อง เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศไทยเป็นที่ยอมรับในประชาคมโลก

5. การนำนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ 5 (พ.ศ. 2559 - 2564)

ไปสู่การปฏิบัติ

- 1) การเสริมสร้างความเข้าใจในนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ 5 (พ.ศ. 2559 - 2564)
- 2) การบริหารจัดการยุทธศาสตร์ให้เป็นไปตามนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ 5 (พ.ศ. 2559 - 2564)
- 3) การพัฒนาระบบการติดตามประเมินผล
- 4) ดัชนีชี้วัดรวมของยุทธศาสตร์
- 5) หน่วยงานที่รับผิดชอบ

ส่วนที่ 1

เหตุผลและความจำเป็นของ
การจัดทำนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ
ฉบับที่ 5 (พ.ศ. 2559 - 2564)

บทที่ 1

เหตุผลและความจำเป็นของ

การจัดทำนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ 5

(พ.ศ. 2559 - 2564)

1. ความนำ

การพัฒนาประเทศให้เจริญก้าวหน้าด้วยดีนั้น จำเป็นต้องมีการกำหนดนโยบายและแผนพัฒนาประเทศให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในแต่ละช่วงเวลา โดยสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติได้กำหนดวิสัยทัศน์ประเทศไทย ปี พ.ศ. 2570 ไว้ว่า “คนไทยภาคภูมิใจในความเป็นไทย มีมิตรไมตรีบนวิถีชีวิตแห่งความพอเพียง ยึดมั่นในวัฒนธรรมประชาธิปไตย และหลักธรรมาภิบาล การบริการสาธารณะขั้นพื้นฐานที่ทั่วถึง มีคุณภาพ สังคมมีความปลอดภัยและมั่นคง อยู่ในสภาวะแวดล้อมที่ดี เกื้อกูลและเอื้ออาทรซึ่งกันและกัน ระบบการผลิตเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม มีความมั่นคงด้านอาหารและพลังงานอยู่บนฐานทางเศรษฐกิจที่พึ่งตนเองและแข่งขันได้ในเวทีโลก สามารถอยู่ในประชาคมภูมิภาคและโลกได้อย่างมีศักดิ์ศรี”

รัฐบาลได้กำหนดนโยบายที่ให้ความสำคัญกับแนวทางเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน 21 ประการ อาทิ รักษาความสงบเรียบร้อย สร้างความปรองดองและความสมานฉันท์ให้กับคนในชาติ อย่างยั่งยืน พร้อมทั้งปฏิรูปประเทศไทยทุก ๆ ด้าน ส่งเสริมให้ประชาชนยึดหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง สร้างความเชื่อมั่นและความเข้าใจอันถูกต้องให้กับนานาชาติ เป็นต้น

ความมั่นคง ความเจริญก้าวหน้า และความผาสุกของคนในชาติอยู่บนพื้นฐานของการสร้างความสมานฉันท์ ความสามัคคี และความปรองดองระหว่างคนในชาติเพื่อให้อยู่ร่วมกันอย่างสันติในสังคมประชาธิปไตยซึ่งจำเป็นต้องใช้การประชาสัมพันธ์เป็นกลไกในการสื่อสารสร้างความเข้าใจและกระตุ้นให้เกิดการเข้าร่วมและมีส่วนร่วมในการพัฒนาประเทศ อันเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญอย่างยิ่งในการผนึกกำลังทุกภาคส่วน อย่างไรก็ตามการประชาสัมพันธ์ที่ผ่านมา มุ่งเน้นเฉพาะงานที่รับผิดชอบ จึงขาดภาพของการพัฒนาโดยรวมอย่างเป็นระบบและขาดการบูรณาการระหว่างหน่วยงานของรัฐและภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง เป็นผลให้ประชาชนทั่วไปและภาคเอกชนซึ่งเป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาประเทศ มีข้อจำกัดในการรับรู้และเข้าใจเกี่ยวกับแนวนโยบายการพัฒนาประเทศทั้งระบบ

ในด้านงบประมาณค่าใช้จ่ายเพื่อการประชาสัมพันธ์ภาครัฐ พบว่า ตั้งแต่ปีงบประมาณ พ.ศ. 2550 – 2556 หน่วยงานภาครัฐใช้งบประมาณสำหรับการโฆษณาประชาสัมพันธ์สูงถึง

1,500 – 2,200 ล้านบาทต่อปี โดยสำนักนายกรัฐมนตรีเป็นหน่วยงานที่ใช้งบประมาณประชาสัมพันธ์มากที่สุด ในปี พ.ศ. 2556 ตั้งงบประมาณไว้ถึง 677 ล้านบาท รองลงมาคือ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา 237 ล้านบาท และกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ 136 ล้านบาท ซึ่งตัวเลขการใช้จ่ายดังกล่าวอาจน้อยกว่าความเป็นจริง เนื่องจากอาจมีการใช้จ่ายจากงบประมาณส่วนอื่น ๆ ที่มีได้ระบุเฉพาะเจาะจงว่าเป็นงบประมาณเพื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์ อาทิ การใช้จ่ายจากงบกลางหรืองบสนับสนุนการดำเนินงานอื่น ๆ เป็นต้น นอกจากนี้ สมาคมมีเดียเอเยนซีและธุรกิจสื่อแห่งประเทศไทยได้แถลงการณ์ถึงภาพรวมสื่อโฆษณาไทย ในปี พ.ศ. 2556 ระบุว่าภาครัฐใช้เงินงบประมาณเพื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์รวมสูงถึง 6,337 ล้านบาท ซึ่งสูงเป็นลำดับที่ 5 รองจากการโฆษณาสินค้าประเภทยานพาหนะ ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหนัง โทรคมนาคม และธุรกิจบันเทิง ดังนั้น หากมีการกำหนดนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ให้เป็นแนวทางในการประชาสัมพันธ์ของประเทศอย่างชัดเจน จะทำให้งบประมาณการประชาสัมพันธ์ภาครัฐที่ได้รับจัดสรรในแต่ละปีถูกนำไปใช้ในการประชาสัมพันธ์กิจการภาครัฐในทิศทางเดียวกัน เกิดประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์ต่อประเทศชาติมากยิ่งขึ้น

นอกจากนั้น ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรี ว่าด้วยการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ พ.ศ. 2553 ได้กำหนดให้คณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ มีอำนาจหน้าที่เสนอแนะและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติต่อคณะรัฐมนตรีเพื่อให้ความเห็นชอบ รวมทั้งเสนอแนะเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ของชาติ เพื่อให้หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนให้ความร่วมมือและสนับสนุนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของชาติ

ดังนั้น การบริหารประเทศเพื่อให้เป็นไปตามยุทธศาสตร์และแนวนโยบายที่กำหนด ต้องใช้การประชาสัมพันธ์เป็นเครื่องมือในการผลักดันควบคู่ไปกับการเสริมสร้างระบบธรรมาภิบาลและความสมานฉันท์ในทุกภาคส่วนและทุกระดับ คณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ (กปช.) จึงได้จัดทำนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ 5 (พ.ศ. 2559 - 2564) เพื่อเป็นแผนหลักด้านการประชาสัมพันธ์ให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำไปใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ให้ประสานสอดคล้องซึ่งกันและกัน อันจะก่อให้เกิดพลังในการสร้างความรู้ ความเข้าใจ ทำให้ประชาชนเกิดทัศนคติที่ดีต่อกัน นำไปสู่ความร่วมมือในการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืนต่อไป

2. สถานการณ์และแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงที่มีผลต่อการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ

สถานการณ์ทางด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม ความมั่นคง ภายในประเทศและต่างประเทศ รวมถึงแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น และความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทำให้เกิดช่องทางการสื่อสารรูปแบบใหม่ ๆ ตลอดจนความต้องการข้อมูลข่าวสาร

ของประชาชน ล้วนเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลกระทบต่อการประชาสัมพันธ์แห่งชาติที่ต้องปรับแนวทางการประชาสัมพันธ์ให้เหมาะสมสอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป ทั้งนี้ เพื่อให้สามารถเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารให้กับประชาชนในทุกส่วนของสังคมได้มีความรู้ ความเข้าใจ และเกิดทัศนคติที่ดี มีความพร้อมต่อการป้องกันและแก้ไขปัญหาต่าง ๆ รวมทั้งรองรับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงได้อย่างเหมาะสม จึงจำเป็นต้องมีการวิเคราะห์สถานการณ์และแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่มีผลต่อการประชาสัมพันธ์ของชาติ ดังนี้

2.1 ด้านความมั่นคง บริบทการเปลี่ยนแปลงที่นำไปสู่ภัยคุกคามรูปแบบใหม่

ภัยคุกคามความมั่นคงมีขอบเขตที่กว้างขวาง มีความเชื่อมโยง ซับซ้อน และส่งผลกระทบต่อนักชนโดยตรงมากขึ้น โดยภัยที่เกิดขึ้นได้เชื่อมโยงกับบริบทโลกในมิติต่าง ๆ ทั้งมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง รวมถึงการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศและผลจากการพัฒนาประเทศที่ผ่านมา ประกอบกับการใช้ทรัพยากรธรรมชาติโดยขาดความสมดุล ได้ส่งผลกระทบต่อความมั่นคงของมนุษย์ ความมั่นคงทางอาหาร ความเสื่อมโทรมของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และปัญหาความขัดแย้งแย่งชิงทรัพยากรที่ส่งผลต่อเนื่องนำไปสู่ความขัดแย้งระหว่างประชาชนและความขัดแย้งกับหน่วยงานภาครัฐ การก่อการร้าย อาชญากรรมข้ามชาติ ซึ่งประกอบด้วย การค้ายาเสพติด การค้ามนุษย์ การค้าอาวุธ การฟอกเงิน การกระทำความผิดเป็นโจรสลัด อาชญากรรมทางเศรษฐกิจ และอาชญากรรมคอมพิวเตอร์ มีแนวโน้มที่จะขยายตัวและควบคุมได้ยาก ส่งผลกระทบต่อความมั่นคงและความสงบสุขของคนในชาติ

2.2 ด้านองค์กรที่เกี่ยวข้องกับสื่อ คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.)

กสทช. เริ่มปฏิบัติหน้าที่เมื่อวันที่ 7 ตุลาคม 2554 โดยได้รับพระบรมราชโองการโปรดเกล้าฯ แต่งตั้งตามพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 เพื่อทำหน้าที่จัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม จึงมีความสำคัญต่อการสื่อสารมวลชนและการประชาสัมพันธ์ของชาติอย่างยิ่ง ซึ่ง กสทช. ได้กำหนดมาตรการต่าง ๆ ขึ้นหลายประการ อาทิ

- จัดทำและประกาศใช้แผนแม่บทการบริหารคลื่นความถี่และตารางกำหนดคลื่นความถี่แห่งชาติ พ.ศ. 2555 แผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2555 - 2559) และแผนแม่บทกิจการโทรคมนาคม ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2555 - 2559)

- การประมวลขอรับใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่เพื่อให้บริการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลประเภทบริการทางธุรกิจระดับชาติ

- การให้ใบอนุญาตทดลองประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียงเป็นการชั่วคราว สำหรับสถานีวิทยุกระจายเสียงชุมชน

- ประกาศหลักเกณฑ์และวิธีการอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่ย่าน 2.1 GH หรือ 3G โดยการประมูลคลื่นความถี่ฯ ดังกล่าวเมื่อวันที่ 16 ตุลาคม 2555 และเมื่อวันที่ 7 ธันวาคม 2555 กสทช. ได้ออกใบอนุญาตให้กับผู้ประกอบการโทรคมนาคมที่เป็นผู้ชนะการประมูลจำนวน 3 ราย เพื่อประกอบกิจการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 3G และพัฒนาไปสู่การประกอบกิจการโทรคมนาคม ระบบ 4G ต่อไป

2.3 ด้านกฎหมาย พระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของทางราชการ พ.ศ. 2540

พระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของทางราชการ พ.ศ. 2540 เป็นกฎหมายที่ให้โอกาสประชาชนในการได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการดำเนินการต่าง ๆ ของรัฐ เพื่อให้ประชาชนจะสามารถแสดงความคิดเห็นและใช้สิทธิทางการเมืองได้โดยถูกต้องกับความเป็นจริง อันเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาประชาธิปไตย จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่เอื้ออำนวยต่อการดำเนินงาน ประชาสัมพันธ์ของชาติ

2.4 ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ

ปัจจุบันเทคโนโลยีสารสนเทศมีความก้าวหน้ามาก มีการเพิ่มช่องทางการสื่อสารใหม่ ๆ ที่ทำให้ข้อมูลข่าวสารไปสู่ประชาชนอย่างรวดเร็ว ไร้ขีดจำกัด เป็นปัจจัยที่เอื้ออำนวยในการเพิ่มขีดความสามารถในการพัฒนาประเทศ จำเป็นที่ประเทศไทยจะต้องใช้โอกาสความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศ ตลอดจนวิทยาการด้านต่าง ๆ มาเป็นประโยชน์ในการวางรากฐานเพื่อพัฒนาการประชาสัมพันธ์ และใช้การประชาสัมพันธ์เป็นเครื่องมือในการพัฒนาประเทศ ดังนั้น จึงควรนำเทคโนโลยีสารสนเทศสมัยใหม่เข้ามาประยุกต์ใช้ในงานประชาสัมพันธ์ของชาติให้เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะในการส่งเสริมสนับสนุนการประชาสัมพันธ์โครงการหรือกิจกรรมของหน่วยงานของรัฐ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ให้เข้าถึงทุกกลุ่มเป้าหมายได้ ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาประเทศในด้านต่าง ๆ ต่อไป

2.5 ด้านการเกษตรกรรมที่หลากหลาย

ประเทศไทยมีฐานการผลิตภาคการเกษตรที่หลากหลาย ซึ่งเป็นแหล่งรายได้ และสามารถรองรับการจ้างงานได้มาก มีรายได้จากสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมแปรรูปเกษตรมูลค่าสูง เป็นแหล่งผลิตอาหารที่สำคัญของโลก มีทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงาม มีธุรกิจบริการที่มีความเชี่ยวชาญ มีเอกลักษณ์แห่งความเป็นไทยที่เป็นจุดเด่นเอื้อต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว รวมทั้งมีความได้เปรียบทางทำเลที่ตั้งที่เหมาะสมและปลอดภัยจากภัยธรรมชาติรุนแรง

สามารถขยายฐานการผลิต การบริการ และการตลาดให้เป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจของภูมิภาคได้ จึงนับว่าเป็นโอกาสที่ดีในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของชาติ เพื่อเสริมจุดแข็งให้ได้ผลดีเพิ่มมากขึ้น อาทิ การประชาสัมพันธ์เผยแพร่สินค้าเกษตรและสินค้าอุตสาหกรรมแปรรูปเกษตร เพื่อเพิ่มมูลค่าการสั่งซื้อในตลาดต่างประเทศ นอกจากนี้ การประชาสัมพันธ์เผยแพร่สถานที่ท่องเที่ยว ประเพณี วัฒนธรรม ความมีน้ำใจ และเอกลักษณ์ของคนไทยเป็นประเด็นสำคัญในการขยายผลการประชาสัมพันธ์ออกไปได้กว้างขวางมากยิ่งขึ้น

2.6 ด้านสังคม

โครงสร้างสังคมไทยมีการเปลี่ยนแปลงในทุกด้าน ทั้งการเปลี่ยนแปลงเป็นสังคมเมืองมากขึ้น ครอบครัวมีลักษณะเป็นครอบครัวเดี่ยว การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรที่เข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ เนื่องจากประชากรเด็กลดลงและผู้สูงอายุเพิ่มขึ้น การเปลี่ยนแปลงนี้ส่งผลให้การประชาสัมพันธ์ของชาติต้องเข้ามามีบทบาทสำคัญ อาทิ การเสริมสร้างการพัฒนาชนบทและการพัฒนาเมืองด้วยการใช้ทรัพยากรร่วมกัน การบริหารจัดการปัญหาต่าง ๆ ของสังคมเมืองและชนบทอย่างมีประสิทธิภาพ การพัฒนาคุณภาพประชากรวัยเด็กในด้านการศึกษาและสุขภาพ การจัดสวัสดิการด้านสุขภาพและหลักประกันทางสังคมแก่ผู้สูงอายุเพิ่มขึ้น โดยการใช้สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างและสนับสนุนการดำเนินงานพัฒนาดังกล่าว

2.7 ด้านการปฏิรูประบบราชการ

การปฏิรูประบบราชการ การกระจายอำนาจสู่ท้องถิ่นและการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาชุมชน จะเป็นโอกาสในการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงระบบงานประชาสัมพันธ์ของรัฐให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลเพิ่มมากขึ้น สิ่งสำคัญคือต้องมีการส่งเสริมและสนับสนุนให้ประชาชนในทุกภาคส่วนของสังคม โดยเฉพาะประชาชนกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้องกับโครงการภาครัฐ มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น โดยผ่านกระบวนการสื่อสารแบบสองทางมากขึ้น กล่าวคือ มีการส่งผ่านข้อมูลข่าวสารจากภาครัฐ ภาคเอกชน ให้ประชาชนได้รับทราบอย่างต่อเนื่อง และเปิดรับฟังความคิดเห็นและการร้องทุกข์จากประชาชนในเรื่องต่าง ๆ เพื่อนำมาปรับปรุงโครงการต่อไป

2.8 ด้านสาธารณสุขและภัยพิบัติ

ปัจจุบันปัญหาสาธารณสุขและภัยพิบัติเป็นปัญหาสำคัญของประเทศไทย การเกิดของสาธารณสุขและภัยพิบัติเพิ่มขึ้นทั้งความถี่และความรุนแรง ทั้งภัยธรรมชาติ อาทิ อุทกภัย แผ่นดินไหว เป็นต้น และภัยที่เกิดจากมนุษย์ อาทิ อัคคีภัย เป็นต้น ดังนั้น จึงจำเป็นต้องใช้การประชาสัมพันธ์ให้ความรู้ความเข้าใจด้านสาธารณสุขและภัยพิบัติ เพื่อให้ประชาชนสามารถ

เตรียมความพร้อมในการรับมือกับสาธารณภัยและภัยพิบัติได้อย่างเข้าใจและเหมาะสม ทั้งนี้ เพื่อเป็นการลดความสูญเสียที่เกิดขึ้น

2.9 การเป็นสมาชิกประชาคมอาเซียน

ในปี พ.ศ. 2558 ประเทศสมาชิกอาเซียนทั้ง 10 ประเทศ ได้เข้าสู่การเป็นประชาคมอาเซียน ความเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ เกิดขึ้นกับประเทศสมาชิกอาเซียนทั้ง 10 ประเทศ ดังนั้น จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งในการเตรียมความพร้อมเพื่อการเป็นสมาชิกประชาคมอาเซียน แม้ว่าที่ผ่านมา ทุกหน่วยงานจะได้มีการประชาสัมพันธ์การเตรียมความพร้อมแล้ว แต่ความเข้าใจและการเตรียมความพร้อมของประชาชนก็ยังไม่บรรลุผล การประชาสัมพันธ์การเป็นสมาชิกประชาคมอาเซียนจึงยังต้องดำเนินการต่อไป ซึ่งในอนาคตประชาคมอาเซียนยิ่งจะต้องมีความร่วมมือในด้านต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้น จึงจำเป็นต้องมีการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องตลอดเวลา

2.10 สถานการณ์ในต่างประเทศที่มีผลกระทบต่อประเทศไทย

(1) การเปลี่ยนแปลงของระบบเศรษฐกิจโลกที่มีความสลับซับซ้อนและเชื่อมโยงกันมากขึ้น เป็นปัจจัยภายนอกประเทศที่เป็นทั้งโอกาสและอุปสรรคต่อการพัฒนาประเทศ อาทิ การกำหนดข้อตกลงใหม่ ๆ กติกาการค้า การลงทุนระหว่างประเทศ การเปิดเสรี และการกีดกันทางการค้า เป็นต้น สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ล้วนมีผลกระทบต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมไทย

(2) สถานการณ์ด้านการเมืองระหว่างประเทศ การก่อการร้าย ปัญหาแรงงานต่างชาติดังกล่าว โรคอุบัติใหม่ ส่งผลกระทบต่อความมั่นคงปลอดภัยของประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก สำหรับประเทศไทยในฐานะสมาชิกประชาคมโลกจะได้รับผลกระทบโดยตรงเช่นกัน จึงจำเป็นต้องประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนได้ทราบถึงสถานการณ์ในต่างประเทศและรู้เท่าทันถึงปัญหาต่าง ๆ ที่อาจจะเกิดขึ้น เพื่อบรรเทาผลกระทบเชิงลบและมีส่วนร่วมในการป้องกันภัยล่วงหน้า

3. การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรคของการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ

วิเคราะห์จุดแข็ง เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยภายในของการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ
ที่ทำให้การดำเนินงานบรรลุวัตถุประสงค์

3.1 จุดแข็ง

(1) มีคณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ที่มีนายกรัฐมนตรีเป็นประธานกรรมการ รับผิดชอบในการกำหนดนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ โดยมีระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการประชาสัมพันธ์แห่งชาติเป็นเครื่องมือ ซึ่งกำหนดให้หน่วยงานของรัฐและหน่วยงานอื่น ๆ

ที่เกี่ยวข้องนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติไปใช้เป็นกรอบทิศทางในการกำหนดแผนปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้การประชาสัมพันธ์ของชาติเป็นไปในทิศทางเดียวกัน เกิดการบูรณาการด้านข้อมูลข่าวสาร การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ไม่ซ้ำซ้อน ทุกหน่วยงานสามารถขับเคลื่อนงานประชาสัมพันธ์ได้อย่างมีเอกภาพ

(2) มีหน่วยงานภาครัฐเป็นศูนย์กลางและรับผิดชอบการประชาสัมพันธ์ในด้านต่าง ๆ อาทิ กระทรวงกลาโหม กระทรวงการต่างประเทศ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงวัฒนธรรม และกรมประชาสัมพันธ์ เป็นต้น ทำให้การบริหารจัดการข้อมูลเป็นไปอย่างมีระบบและมีความน่าเชื่อถือ

(3) มีสื่อประชาสัมพันธ์ของรัฐที่หลากหลาย อาทิ สื่อวิทยุกระจายเสียง สื่อวิทยุโทรทัศน์ สื่อเทคโนโลยีสารสนเทศ เป็นต้น ที่สามารถเข้าถึงและครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศ ซึ่งถือได้ว่าเป็นเครื่องมือสำคัญในการสนับสนุนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของชาติ

(4) มีเครือข่ายประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย อาทิ หน่วยงานประชาสัมพันธ์ภาครัฐ ทั้งในและต่างประเทศ สื่อมวลชน สมาคมนักประชาสัมพันธ์แห่งประเทศไทย สมาคมนักข่าว นักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย สมาคมนักข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย และอาสาสมัครประชาสัมพันธ์ ประจำหมู่บ้านและชุมชน (อป.มช.) เป็นต้น ทำให้การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารไปยังกลุ่มเป้าหมาย เป็นไปได้อย่างเหมาะสม รวดเร็วและทั่วถึง ส่งผลให้ประชาชนเกิดการรับรู้ เข้าใจ นอกจากนี้ ยังเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศไทยสู่สายตาประชาคมโลกอีกด้วย

**วิเคราะห์จุดอ่อน เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยภายในของการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ
ที่ทำให้การดำเนินงานไม่บรรลุวัตถุประสงค์**

3.2 จุดอ่อน

(1) การเปลี่ยนแปลงทางการเมืองทำให้ขาดความต่อเนื่องในการดำเนินงานของคณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ (กปช.) ส่งผลให้การเสนอนโยบายที่เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ของชาติต้องหยุดชะงักลง

(2) การจัดทำนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติขาดการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน ทำให้ไม่สามารถนำนโยบายและแผนฯ ไปสู่การปฏิบัติได้อย่างกว้างขวาง

(3) การพัฒนาระบบงานวิจัยและระบบงานติดตามประเมินผลเพื่อการประชาสัมพันธ์ ขาดการดำเนินการอย่างจริงจังและต่อเนื่อง ทำให้ขาดข้อมูลในการจัดทำนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ

(4) ขาดการบูรณาการงบประมาณระหว่างหน่วยงานที่ใช้ในการดำเนินงานตามนโยบาย และแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ส่งผลให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของชาติทั้งในภาวะปกติ และภาวะวิกฤตไม่มีประสิทธิภาพ

(5) โครงสร้างของหน่วยงานประชาสัมพันธ์ในหน่วยงานภาครัฐยังไม่ชัดเจนแน่นอน และไม่เป็นมาตรฐานเดียวกัน ทำให้ไม่สามารถบรรจุบุคลากรและจัดสรรทรัพยากรด้านการประชาสัมพันธ์ ให้เหมาะสมกับปริมาณงาน ส่งผลกระทบให้งานประชาสัมพันธ์ไม่สามารถปฏิบัติได้ตามนโยบาย และแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติที่กำหนดไว้

วิเคราะห์โอกาส เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกที่เอื้ออำนวยหรือเป็นโอกาส ให้การประชาสัมพันธ์ของชาติ สามารถดำเนินงานตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ได้

3.3 โอกาส

(1) คณะรักษาความสงบแห่งชาติ (คสช.) ให้ความสำคัญและเห็นความจำเป็น ที่จะใช้การประชาสัมพันธ์เป็นเครื่องมือเพื่อเผยแพร่นโยบายและการดำเนินงานต่าง ๆ

(2) การพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นการเพิ่มช่องทางการสื่อสาร จึงเป็นโอกาสดี ที่จะได้นำช่องทางการสื่อสารที่เพิ่มขึ้นมาใช้ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของชาติ เพื่อนำข้อมูล ข่าวสารไปสู่ประชาชนกลุ่มเป้าหมายได้โดยตรงอย่างรวดเร็ว และสามารถรับฟังความคิดเห็น ของประชาชนเพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไขยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์ให้เหมาะสมกับสถานการณ์ ต่อไปได้

(3) เมื่อประเทศมีเหตุการณ์สำคัญหรือเกิดภาวะวิกฤต หน่วยงานภาครัฐได้รับความร่วมมือจากสื่อทุกภาคส่วนในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ซึ่งส่งผลให้สามารถบริหารจัดการข้อมูลข่าวสารให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

วิเคราะห์อุปสรรค เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกที่ส่งผลให้การประชาสัมพันธ์ของชาติ ไม่สามารถดำเนินงานตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ได้

3.4 อุปสรรค

(1) ความแตกต่างด้านฐานะเศรษฐกิจของประชาชน ทำให้ช่องทางการเข้าถึง ข้อมูลข่าวสารของประชาชนไม่เท่าเทียมกัน

(2) การศึกษาที่ยังไม่ทั่วถึง ทำให้ประชาชนผู้ด้อยโอกาสทางการศึกษา ขาดความสามารถในการวิเคราะห์การรู้เท่าทันสื่อ จึงตกเป็นเหยื่อของข้อมูลข่าวสารที่บิดเบือน

(3) ขอบเขตพื้นที่การให้บริการรับส่งสัญญาณคลื่นวิทยุกระจายเสียงไม่ครอบคลุมสภาพภูมิศาสตร์บางพื้นที่ ทำให้ประชาชนรับรู้ข้อมูลข่าวสารไม่ทั่วถึง ขาดทางเลือกในการรับสื่อ ถูกครอบงำทางความคิด

.....

ส่วนที่ 2

วิสัยทัศน์และยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์

บทที่ 2

วิสัยทัศน์และยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์

การประเมินสถานการณ์และแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงที่มีผลกระทบต่อการประชาสัมพันธ์ของชาติในอนาคต สะท้อนให้เห็นว่าประเทศไทยยังต้องเผชิญกับกระแสการเปลี่ยนแปลงของความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่รวดเร็วที่ทำให้เกิดช่องทางการสื่อสารรูปแบบใหม่ ๆ ดังนั้น ทิศทางการประชาสัมพันธ์ในระยะของนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ 5 (พ.ศ. 2559 – 2564) จึงต้องมีการปรับแนวทางการประชาสัมพันธ์ให้เหมาะสมสอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปด้วย ทั้งนี้ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารให้กับประชาชนในทุกภาคส่วนของสังคมควบคู่ไปกับการปลูกฝังจิตสำนึก ค่านิยมประชาธิปไตยและหลักธรรมาภิบาลแก่ผู้ส่งสารและผู้รับสาร ตลอดจนประชาชนทุกกลุ่มในประเทศ

1. แนวคิดและทิศทางการประชาสัมพันธ์

1.1 แนวคิดหลัก

ภายใต้สถานการณ์การเปลี่ยนแปลงที่สำคัญทั้งภายนอกและภายในประเทศที่จะส่งผลกระทบต่อทิศทางการประชาสัมพันธ์ของประเทศไทยในอนาคต จึงจำเป็นต้องกำหนดยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสม ขณะที่การทบทวนสถานการณ์และแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงที่มีผลต่อการประชาสัมพันธ์แห่งชาติสะท้อนปัญหาด้านความมั่นคง บริบทการเปลี่ยนแปลงที่นำไปสู่ภัยคุกคามรูปแบบใหม่ การพัฒนาด้านเทคโนโลยีสารสนเทศอย่างรวดเร็ว การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรที่เข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ การปฏิรูประบบราชการที่มีการกระจายอำนาจสู่ท้องถิ่นและการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาชุมชนเพิ่มมากขึ้น การเปิดรับฟังความคิดเห็นและการร้องทุกข์จากประชาชนในเรื่องต่าง ๆ ปัญหาด้านสาธารณสุขและภัยพิบัติ การเป็นสมาชิกประชาคมอาเซียน รวมทั้งสถานการณ์ในต่างประเทศที่มีผลกระทบต่อประเทศไทย ทิศทางการประชาสัมพันธ์ของประเทศไทยในอนาคตจึงจำเป็นต้องเตรียมพร้อมและสร้างภูมิคุ้มกันของประเทศให้เข้มแข็งภายใต้หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงให้สามารถปรับตัวรองรับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงในอนาคตได้อย่างมั่นคง

1.2 ทิศทางการประชาสัมพันธ์

การกำหนดทิศทางการประชาสัมพันธ์ในระยะนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ 5 (พ.ศ. 2559 – 2564) เป็นการสร้างภูมิคุ้มกันในมิติต่าง ๆ เพื่อให้การประชาสัมพันธ์เป็นเครื่องมือในการพัฒนาประเทศสู่ความสมดุลและยั่งยืน ภายใต้นโยบายของรัฐบาลและทิศทางแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 – 2564) โดยให้ความสำคัญกับการสร้างความปรองดองสมานฉันท์ของคนไทยทุกภาคส่วนในสังคมตั้งแต่ระดับปัจเจก ครอบครัว ชุมชนและประเทศ พื้นฟูระเบียบสังคมและสร้างความเป็นธรรมแก่ทุกฝ่าย มุ่งประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนรับรู้ เข้าใจและให้ความร่วมมือกับรัฐบาลในการบริหารประเทศ เตรียมพร้อมให้ประชาชนมีความเท่าทันต่อข่าวสารในภาวะวิกฤต สามารถแยกแยะข้อเท็จจริงออกจากความคิดเห็นได้ เสริมสร้างการบริหารจัดการข้อมูลข่าวสารของหน่วยงานรัฐในห่วงสถานการณ์ฉุกเฉินให้มีเอกภาพ ควบคู่ไปกับการประชาสัมพันธ์บทบาทประเทศไทยในเวทีประชาคมโลก

2. วิสัยทัศน์

“การประชาสัมพันธ์ที่ทุกภาคส่วนมีส่วนร่วม ได้รับข้อมูลข่าวสารอย่างทั่วถึง เพื่อให้เกิดความเข้าใจและทัศนคติที่ดีต่อกัน สร้างสังคมแห่งภูมิปัญญาและการเรียนรู้ และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของชาติในสายตาของประชาคมโลก”

3. เป้าหมาย

3.1 ประชาชนเกิดความเข้าใจ ยอมรับ ให้ความร่วมมือในการสร้างความปรองดองของคนในชาติ

3.2 หน่วยงานและภาคส่วนที่เกี่ยวข้องรวมทั้งประชาชน ได้รับข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง และเกิดทัศนคติที่ดี โดยให้ความร่วมมือกับหน่วยงานของรัฐ

3.3 ประชาชนได้รับข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง รวดเร็ว ทันต่อเหตุการณ์ เมื่อเกิดสถานการณ์ฉุกเฉินหรือภาวะวิกฤตและสามารถนำไปเป็นแนวทางปฏิบัติได้จริง

3.4 ประเทศไทยมีภาพลักษณ์ที่ดีและได้รับการยอมรับจากประชาคมโลก

4. พันธกิจ

กำหนดนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติและขับเคลื่อนสู่การปฏิบัติ

5. ยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การประชาสัมพันธ์สร้างความปรองดองของคนในชาติ

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การประชาสัมพันธ์นโยบายแห่งรัฐ

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การประชาสัมพันธ์ในภาวะวิกฤต

ยุทธศาสตร์ที่ 4 การประชาสัมพันธ์ส่งเสริมภาพลักษณ์ประเทศสู่ประชาคมโลก

การพัฒนาประเทศโดยใช้การประชาสัมพันธ์เป็นเครื่องมือภายใต้กระแสการเปลี่ยนแปลงทั้งภายในและภายนอกประเทศที่ปรับเปลี่ยนอย่างรวดเร็ว คาดการณ์ได้ยากและซับซ้อนมากยิ่งขึ้น จำเป็นที่จะต้องกำหนดทิศทางและยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสม โดยเร่งสร้างภูมิคุ้มกันเพื่อป้องกันปัจจัยเสี่ยงและเสริมรากฐานของประเทศในด้านต่าง ๆ ให้เข้มแข็ง สร้างโอกาสให้ประชาชนได้เข้าถึงและได้รับประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารอย่างเท่าเทียมและเป็นธรรม ส่งเสริมกระบวนการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนบนพื้นฐานของหลักธรรมาภิบาล นำไปสู่การพัฒนาประเทศให้บรรลุเป้าหมายตามที่กำหนดไว้ ซึ่งยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์ที่สำคัญในนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ 5 (พ.ศ. 2559 – 2564) มีดังนี้

5.1 ยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์สร้างความปรองดองของคนในชาติ

มุ่งสร้างความรู้ ความเข้าใจ และรับรู้เป้าหมายของการพัฒนาชาติ มองเห็นหลักชัยหรือจุดหมายปลายทางของประเทศร่วมกัน ยอมรับความคิดเห็นที่แตกต่าง คิดอย่างมีเหตุผล ยึดหลักผลประโยชน์ของชาติเป็นสำคัญ โดยใช้วิธีการสันติ หลีกเลี่ยงการใช้ความรุนแรง รวมทั้งฟื้นฟูระเบียบสังคม และเป็นธรรมแก่ทุกฝ่าย ตลอดจนสนับสนุนองค์กรตามรัฐธรรมนูญให้มีส่วนร่วมในการสร้างความปรองดอง สมานฉันท์ ภายใต้กรอบของบทบาทอำนาจหน้าที่ขององค์กร

5.2 ยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์นโยบายแห่งรัฐ

มุ่งประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนรับรู้ เข้าใจ และให้ความร่วมมือกับรัฐบาลในการบริหารประเทศ ตามแนวนโยบายพื้นฐานแห่งรัฐ รวมทั้งเรื่องที่เป็นวาระแห่งชาติ โดยแสวงหาความร่วมมือจากสื่อมวลชน ภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน เพื่อสร้างและพัฒนาเครือข่ายประชาสัมพันธ์ทุกระดับ ทั้งนี้ เพื่อนำไปสู่ความร่วมมือในการพัฒนาประเทศร่วมกัน

5.3 ยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์ในภาวะวิกฤต

มุ่งเตรียมประชาชนให้พร้อมรับการเผชิญกับวิกฤตการณ์ต่าง ๆ ทั้งด้านการเมือง ความมั่นคง เศรษฐกิจ สาธารณภัย ภัยจากธรรมชาติ ภัยจากการก่อการร้าย การก่อวินาศกรรม การชุมนุมประท้วง ก่อการจลาจล เป็นต้น โดยให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง รวดเร็ว ประชาชนมีความเท่าทันต่อข่าวสาร เหตุการณ์ที่เกิดขึ้น สามารถแยกแยะข้อเท็จจริงออกจากความคิดเห็น หรืออารมณ์

ที่อาจไม่สะท้อนสถานการณ์จริง รวมทั้งมุ่งการพัฒนาและเสริมสร้างการบริหารจัดการข้อมูลข่าวสารของหน่วยงานรัฐในห้วงสถานการณ์ฉุกเฉินหรือภาวะวิกฤตได้อย่างมีประสิทธิภาพ

5.4 ยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์ส่งเสริมภาพลักษณ์ประเทศสู่ประชาคมโลก
มุ่งส่งเสริมความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศไทยสู่ประชาคมโลก โดยเน้นการสร้างความเป็นมิตรกับทุกประเทศ เสริมสร้างความสัมพันธ์และความร่วมมือกับกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียน โดยให้ความสำคัญกับการเสริมสร้างการรับรู้ข่าวสารที่ถูกต้อง เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศไทยให้เป็นที่ยอมรับในประชาคมโลก

ส่วนที่ 3

ยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์ในนโยบายและ
แผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ 5 (พ.ศ. 2559 - 2564)

บทที่ 3

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การประชาสัมพันธ์สร้างความปรองดองของคนในชาติ

ในช่วงระยะเวลาที่ผ่านมาจนถึงปัจจุบัน สังคมไทยมีความขัดแย้ง เนื่องจากมีความเห็นที่แตกต่างกันในเรื่องการเมืองและการบริหารประเทศ ความขัดแย้งดังกล่าวระหว่างกลุ่มประชาชน ได้ทวีความรุนแรงขึ้น จนส่งผลให้การบริหารประเทศในช่วงที่ผ่านมาขาดความก้าวหน้าในการพัฒนาประเทศในเรื่องต่าง ๆ ที่มีความสำคัญเร่งด่วน และมีผลกระทบต่อความอยู่ดีมีสุขของประชาชน ความขัดแย้งดังกล่าวเป็นจุดอ่อนของประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงปัจจุบันที่เศรษฐกิจโลก ได้เข้าสู่ภาวะวิกฤตที่มีความรุนแรงมากที่สุดในรอบศตวรรษ ดังนั้น แนวทางการบริหารราชการแผ่นดิน ที่รัฐบาลจะต้องดำเนินการ เพื่อนำสังคมไทยกลับคืนสู่ความสมัคปรองดองสามัคคี เอื้ออาทร และคนไทย มีความสุขถ้วนหน้าพร้อมทั้งนำประเทศไทยให้ผ่านพ้นวิกฤตเศรษฐกิจครั้งสำคัญเพื่อให้อาจพัฒนาต่อไปได้อย่างมั่นคงและยั่งยืนคือการเสริมสร้างความปรองดองของคนในชาติให้เกิดขึ้นโดยเร็ว โดยใช้แนวทางสันติ รับฟังความเห็นจากทุกฝ่ายและหลีกเลี่ยงการใช้ความรุนแรงในการแก้ไขปัญหาความขัดแย้งในชาติในทุกกรณี รวมทั้งฟื้นฟูระเบียบสังคมและบังคับใช้กฎหมายอย่างเท่าเทียม และเป็นธรรมแก่ทุกฝ่าย ตลอดจนสนับสนุนองค์กรตามรัฐธรรมนูญให้มีส่วนร่วมในการสร้างความสมานฉันท์ ภายใต้กรอบของบทบาทอำนาจและหน้าที่ขององค์กร

การสร้างความปรองดองของคนในชาติ ไม่สามารถสำเร็จได้ด้วยฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง หรือบุคคลใดบุคคลหนึ่ง แต่ต้องเป็นการรวมพลังคนไทยทั่วประเทศ จึงจำเป็นต้องมีการประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องอย่างกว้างขวาง เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจ และเกิดทัศนคติที่ดีของประชาชน ซึ่งจะนำไปสู่ความร่วมมือในการสร้างความปรองดองให้เกิดขึ้นกับคนทุกภาคส่วนในประเทศต่อไป

เป้าประสงค์ : ประชาชนเข้าใจและรับรู้เป้าหมายของการพัฒนาชาติ มองเห็นหลักชัยของประเทศ ยอมรับความคิดเห็นที่แตกต่าง คิดอย่างมีเหตุผล โดยเห็นประโยชน์ส่วนรวม เป็นสำคัญ

กลยุทธ์ : การประชาสัมพันธ์เชิงรุก เพื่อสร้างความเข้าใจและรับรู้เป้าหมายของการพัฒนาประเทศ ยอมรับความคิดเห็นที่แตกต่างคิดอย่างมีเหตุผล

กำหนดมาตรการ ดังนี้

1. เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนมีความรู้ ความเข้าใจ และทัศนคติ ที่ถูกต้องเกี่ยวกับสิทธิ หน้าที่พลเมือง และการเมืองการปกครองในระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข
2. เผยแพร่ข้อมูลเพื่อสร้างให้เกิดความเข้าใจในเป้าหมายและหลักชัยของประเทศที่ประชาชนคนไทยทุกคนจะก้าวไปข้างหน้าพร้อมกัน
3. เร่งรณรงค์สร้างความรู้ความเข้าใจกับประชาชนทุกภาคส่วน ให้มีส่วนร่วมในการสร้างความปรองดองสมานฉันท์ สามัคคี มีความเอื้ออาทรต่อกัน เคารพสิทธิซึ่งกันและกัน การอยู่ร่วมกันในสังคมที่มีความเชื่อและวัฒนธรรมที่หลากหลาย พร้อมทั้งให้ประชาชนทุกภาคส่วนเห็นความสำคัญและให้ความร่วมมือโดยยึดหลักผลประโยชน์ของชาติเป็นสำคัญ
4. จัดให้มีพื้นที่สาธารณะในการเปิดกิจกรรมสุนทรียสนทนาให้กับคู่ขัดแย้งในวาระโอกาสที่เอื้ออำนวยอย่างสม่ำเสมอ
5. สร้างเครือข่ายสื่อมวลชน รณรงค์ ประชาสัมพันธ์ สนับสนุนการดำเนินงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการสร้างความปรองดองสมานฉันท์เพื่อให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน
6. พัฒนา ปรับปรุงรูปแบบการประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่น่าสนใจ สามารถสร้างกระแสสังคมให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ดีต่อการสร้างความปรองดองของคนในชาติ
7. ส่งเสริมและสนับสนุนการสร้างช่องทางการสื่อสารประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสมัยใหม่ โดยใช้อุปกรณ์การสื่อสาร หรือ Mobile Media อาทิ Smartphone Tablet เป็นต้น รวมถึงเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Media) อาทิ Facebook Line Twitter Youtube Instagram เป็นต้น
8. ส่งเสริมและสนับสนุนให้บุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์ในหน่วยงานภาครัฐ มีองค์ความรู้ด้านบริหารจัดการข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อสมัยใหม่ เพื่อให้มีการพัฒนาประสิทธิภาพ และคุณภาพด้านการประชาสัมพันธ์ให้ครอบคลุมและก้าวหน้าทันสมัยใหม่
9. ส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดการมีส่วนร่วมจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยระดมความคิดเห็นเพื่อให้เกิดการสื่อสารสองทางกับกลุ่มเป้าหมายและสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ของการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

หน่วยงานหลัก

- (1) สำนักนายกรัฐมนตรี

หน่วยงานร่วมรับผิดชอบ

- (1) กระทรวงกลาโหม
- (2) กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์
- (3) กระทรวงมหาดไทย
- (4) กระทรวงยุติธรรม
- (5) สำนักงานตำรวจแห่งชาติ
- (6) กระทรวงศึกษาธิการ
- (7) กระทรวงวัฒนธรรม
- (8) กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
- (9) กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร

บทที่ 4

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การประชาสัมพันธ์นโยบายแห่งรัฐ

รัฐบาลได้แถลงนโยบายต่อสภานิติบัญญัติ เมื่อวันที่ 12 กันยายน 2557 โดยมีนโยบายในเรื่องต่าง ๆ จำแนกเป็น 11 ด้าน ได้แก่ 1) การปกป้องและเชิดชูสถาบันพระมหากษัตริย์ 2) การรักษาความมั่นคงของรัฐและการต่างประเทศ 3) การลดความเหลื่อมล้ำของสังคมและการสร้างโอกาสการเข้าถึงบริการของรัฐ 4) การศึกษาและเรียนรู้ การทะนุบำรุงศาสนา ศิลปะและวัฒนธรรม 5) การยกระดับคุณภาพบริการด้านสาธารณสุขและสุขภาพของประชาชน 6) การเพิ่มศักยภาพทางเศรษฐกิจของประเทศ 7) การส่งเสริมบทบาทและการใช้โอกาสในประชาคมอาเซียน 8) การพัฒนาและส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี การวิจัยและพัฒนา และนวัตกรรม 9) การรักษาความมั่นคงของฐานทรัพยากรและการสร้างสมดุลระหว่างการอนุรักษ์กับการใช้ประโยชน์อย่างยั่งยืน 10) การส่งเสริม การบริหารราชการแผ่นดินที่มีธรรมาภิบาลและป้องกันปราบปรามการทุจริตและประพฤติมิชอบในภาครัฐ 11) การปรับปรุงกฎหมายและกระบวนการยุติธรรม

ดังนั้น จำเป็นอย่างยิ่งที่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทุกแห่งต้องประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนเกิดความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องในนโยบายรัฐบาล รวมทั้งเรื่องที่เป็นวาระแห่งชาติตามแนวนโยบายพื้นฐานแห่งรัฐ เพื่อนำไปสู่ความร่วมมือในการพัฒนาประเทศร่วมกัน

เป้าประสงค์ : ประชาชนรับรู้ เข้าใจ และให้ความร่วมมือกับรัฐบาลในการบริหารประเทศตามแนวนโยบายพื้นฐานแห่งรัฐ

กลยุทธ์ที่ 1 : การประชาสัมพันธ์เชิงรุกเพื่อสร้างความเข้าใจต่อแนวนโยบายพื้นฐานแห่งรัฐ

ประเด็นการประชาสัมพันธ์ :

1. การประชาสัมพันธ์เสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับสถาบันชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์ รวมทั้งเผยแพร่หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง
2. การประชาสัมพันธ์ค่านิยมหลักของคนไทย 12 ประการ
3. การประชาสัมพันธ์การเป็นสมาชิกประชาคมอาเซียน
4. การประชาสัมพันธ์เผยแพร่หลักธรรมาภิบาล

ประเด็นการประชาสัมพันธ์และมาตรการดำเนินการ

1. การประชาสัมพันธ์เสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับสถาบันชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์ รวมทั้งเผยแพร่หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง มีมาตรการดำเนินการ ดังนี้

1.1 ประชาสัมพันธ์เพื่อรักษาไว้ซึ่งสถาบัน ชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์ และการปกครองระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข

1.2 เผยแพร่แนวคิดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ซึ่งเป็นปรัชญานำทางในการพัฒนาและบริหารประเทศ เพื่อให้บุคลากรทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน มีความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้องในหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

1.3 รณรงค์และสร้างจิตสำนึกให้ประชาชนยึดหลักการดำเนินชีวิตตามแนวคิดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง โดยเน้นการปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรมและต่อเนื่อง

1.4 เผยแพร่ผลงานของกลุ่ม หรือชุมชนที่นำแนวคิดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงไปใช้ในการดำเนินชีวิตและประสบผลดีต่อครอบครัวและชุมชน เพื่อให้ประชาชนทั่วไปได้รับทราบ และเกิดความสนใจ นำไปเป็นแบบอย่างในการดำเนินชีวิตต่อไป

1.5 ส่งเสริมและสนับสนุนให้โรงเรียนจัดกิจกรรมให้เด็กและเยาวชนได้นำแนวคิดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงเป็นแนวทางในการดำเนินชีวิต และกระตุ้นให้ครอบครัวเกิดความสนใจและนำไปเป็นแนวทางในการปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม

1.6 ส่งเสริมและสนับสนุนการสร้างช่องทางการสื่อสารประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสมัยใหม่ โดยใช้อุปกรณ์การสื่อสาร หรือ Mobile Media อาทิ Smartphone Tablet เป็นต้น รวมถึงเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Media) อาทิ Facebook Line Twitter Youtube Instagram เป็นต้น

1.7 ส่งเสริมและสนับสนุนให้บุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์ในหน่วยงานภาครัฐมีองค์ความรู้ด้านการบริหารจัดการข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อสมัยใหม่ เพื่อให้มีการพัฒนาประสิทธิภาพและคุณภาพด้านการประชาสัมพันธ์ให้ครอบคลุมและก้าวทันสื่อสมัยใหม่

1.8 ส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดการมีส่วนร่วมจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยระดมความคิดเห็นเพื่อให้เกิดการสื่อสารสองทางกับกลุ่มเป้าหมายและสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ของการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ

หน่วยงานหลัก

- (1) สำนักงานคณะกรรมการพิเศษเพื่อประสานงานโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ (กปร.)

หน่วยงานร่วมรับผิดชอบ

- (1) ส่วนราชการทุกกระทรวง
- (2) สถาบันการศึกษา
- (3) องค์การภาคเอกชนและองค์กรวิชาชีพสื่อต่าง ๆ อาทิ สมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์ สมาคมนักข่าววิทยุและโทรทัศน์แห่งประเทศไทย

2. การประชาสัมพันธ์ค่านิยมหลักของคนไทย 12 ประการ มีมาตรการดำเนินการ ดังนี้

2.1 ประชาสัมพันธ์ค่านิยมหลักของคนไทย 12 ประการในรูปแบบต่าง ๆ อาทิ อาขยาน บทกลอน เพลง ผ่านสื่อทุกประเภทอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ประชาชนรับรู้ เข้าใจ และจดจำได้ง่าย

2.2 ปลุกฝังค่านิยมหลักของคนไทย 12 ประการให้กับเยาวชน โดยประชาสัมพันธ์ เชื่อมโยงกับกรณีตัวอย่างที่ดีที่เกิดขึ้นในสังคม เพื่อให้เยาวชนเกิดการคิดวิเคราะห์ ประเมินค่า และตัดสินใจ ก่อนนำไปสู่การปฏิบัติจริง

2.3 ประชาสัมพันธ์ค่านิยมหลักของคนไทย 12 ประการ โดยสร้างความเข้าใจ กับประชาชนด้วยหลักเหตุผล เพื่อนำไปสู่การยอมรับ นำไปปฏิบัติ และเกิดการพัฒนาจนเป็นนิสัย ในที่สุด

2.4 รมรณรงค์ให้เจ้าหน้าที่รัฐ ผู้นำท้องถิ่น นักการเมือง และข้าราชการทุกระดับ ประพฤติปฏิบัติตนเป็นต้นแบบตามค่านิยมหลักของคนไทย 12 ประการ

2.5 เผยแพร่เกียรติคุณบุคลากรและองค์กร ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนที่ปฏิบัติตามค่านิยมหลักของคนไทย 12 ประการ เพื่อเป็นขวัญกำลังใจ และเป็นตัวอย่างที่ดีให้กับบุคคลและหน่วยงานอื่นนำไปปฏิบัติต่อไป

2.6 รมรณรงค์ค่านิยมหลักของคนไทย 12 ประการอย่างจริงจังและ ต่อเนื่องทุกภาคส่วน โดยสอดแทรกอยู่ในบทเรียนและการดำเนินชีวิตประจำวัน เพื่อให้ค่านิยมหลัก ของคนไทย 12 ประการ ดำรงอยู่ในสังคมไทยอย่างยั่งยืน

2.7 ส่งเสริมและสนับสนุนการสร้างช่องทางการสื่อสารประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ สมัยใหม่ โดยใช้อุปกรณ์การสื่อสาร หรือ Mobile Media อาทิ Smartphone Tablet เป็นต้น รวมถึงเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Media) อาทิ Facebook Line Twitter Youtube Instagram เป็นต้น

2.8 ส่งเสริมและสนับสนุนให้บุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์ในหน่วยงานภาครัฐมีองค์ความรู้ด้านการบริหารจัดการข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อสมัยใหม่ เพื่อให้มีการพัฒนาประสิทธิภาพและคุณภาพด้านการประชาสัมพันธ์ให้ครอบคลุมและก้าวทันสื่อสมัยใหม่

2.9 ส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดการมีส่วนร่วมจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยระดมความคิดเห็นเพื่อให้เกิดการสื่อสารสองทางกับกลุ่มเป้าหมายและสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ของการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ

หน่วยงานหลัก

(1) กรมประชาสัมพันธ์

หน่วยงานร่วมรับผิดชอบ

(1) ส่วนราชการทุกกระทรวง

(2) สถาบันการศึกษา

(3) องค์การภาคเอกชนและองค์กรวิชาชีพสื่อต่าง ๆ อาทิ สมาคมนักข่าววิทยุและโทรทัศน์แห่งประเทศไทย

3. การประชาสัมพันธ์การเป็นสมาชิกประชาคมอาเซียน มีมาตรการดำเนินการ ดังนี้

3.1 สร้างความรู้ ความเข้าใจ การรับรู้ เพื่อนำไปสู่ความเป็นเจ้าของและการรวมกันเป็นเอกภาพท่ามกลางความหลากหลาย และส่งเสริมความเข้าใจอันดีระหว่างประเทศสมาชิกอาเซียนในเรื่องเศรษฐกิจ สังคม ความมั่นคง การทหาร วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ ศาสนา และอารยธรรม

3.2 สนับสนุนให้มีการพัฒนาระบบฐานข้อมูลกลางในเรื่องการเมือง เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ ศาสนา และอารยธรรมของประเทศสมาชิกอาเซียนให้เป็นปัจจุบัน

3.3 จัดทำสื่อกระตุ้นเตือนให้ประชาชนทราบถึงสิทธิประโยชน์และข้อควรคำนึงถึงในการเป็นสมาชิกประชาคมอาเซียนอย่างต่อเนื่อง

3.4 สร้างเครือข่ายสื่อมวลชน รมรณรงค์ ประชาสัมพันธ์ สนับสนุนการดำเนินงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการประชาสัมพันธ์การเป็นสมาชิกประชาคมอาเซียนเพื่อให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน

3.5 พัฒนา ปรับปรุงรูปแบบการประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่น่าสนใจ สามารถสร้างกระแสสังคมให้ตระหนักและมีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์การเป็นสมาชิกประชาคมอาเซียน

3.6 ส่งเสริมและสนับสนุนบุคลากรที่ปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ ให้มีการพัฒนาความรู้ ความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษและภาษาในกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียน

3.7 จัดทำสื่อที่มีความหลากหลายและใช้ช่องทางการสื่อสารที่ครอบคลุม ทั่วถึงทุกพื้นที่ เพื่อกระตุ้นเตือนให้ประชาชนทราบถึงการเปลี่ยนแปลงเพื่อปรับตัวและสร้างโอกาส ให้เข้าถึงสิทธิประโยชน์ของประชาคมอาเซียน

3.8 ส่งเสริมและสนับสนุนการสร้างช่องทางการสื่อสารประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ สมัยใหม่ โดยใช้อุปกรณ์การสื่อสาร หรือ Mobile Media อาทิ Smartphone Tablet เป็นต้น รวมถึง เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Media) อาทิ Facebook Line Twitter Youtube Instagram เป็นต้น

3.9 ส่งเสริมและสนับสนุนให้บุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์ในหน่วยงาน ภาครัฐ มีองค์ความรู้ด้านบริหารจัดการข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อสมัยใหม่ เพื่อให้มีการพัฒนา ประสิทธิภาพและคุณภาพด้านการประชาสัมพันธ์ให้ครอบคลุมและก้าวทันสื่อสมัยใหม่

3.10 ส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดการมีส่วนร่วมจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยระดมความคิดเห็นเพื่อให้เกิดการสื่อสารสองทางกับกลุ่มเป้าหมายและสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ ของการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ

หน่วยงานหลัก

- (1) กรมประชาสัมพันธ์

หน่วยงานร่วมรับผิดชอบ

- (1) สำนักนายกรัฐมนตรี
- (2) กระทรวงการต่างประเทศ
- (3) กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
- (4) กระทรวงคมนาคม
- (5) กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร
- (6) กระทรวงพาณิชย์
- (7) กระทรวงแรงงาน
- (8) กระทรวงวัฒนธรรม
- (9) กระทรวงศึกษาธิการ
- (10) กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์
- (11) กรมอาเซียน
- (12) กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

4. การประชาสัมพันธ์เผยแพร่หลักธรรมาภิบาล มีมาตรการดำเนินการ ดังนี้

- 4.1 สร้างความรู้ ความเข้าใจ เผยแพร่ ประชาสัมพันธ์หลักธรรมาภิบาล
สู่ทุกภาคส่วนในสังคม
- 4.2 รณรงค์และสร้างจิตสำนึกที่ดีให้บุคลากรภาครัฐ ภาคเอกชน
และภาคประชาชน ตระหนักถึงการปฏิบัติงานโดยยึดหลักธรรมาภิบาล
- 4.3 รับฟังความคิดเห็นของประชาชน สื่อมวลชน ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มี
ต่อการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนตามหลักธรรมาภิบาล
- 4.4 นำผลการปฏิบัติงานตามหลักธรรมาภิบาลของทุกภาคส่วนมา
เผยแพร่ประชาสัมพันธ์
- 4.5 ส่งเสริมและสนับสนุนการสร้างช่องทางการสื่อสารประชาสัมพันธ์
ผ่านสื่อสมัยใหม่ โดยใช้อุปกรณ์การสื่อสาร หรือ Mobile Media อาทิ Smartphone Tablet เป็นต้น
รวมถึงเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Media) อาทิ Facebook Line Twitter Youtube
Instagram เป็นต้น
- 4.6 ส่งเสริมและสนับสนุนให้บุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์ในหน่วยงาน
ภาครัฐ มีองค์ความรู้ด้านบริหารจัดการข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อสมัยใหม่ เพื่อให้มีการพัฒนา
ประสิทธิภาพและคุณภาพด้านการประชาสัมพันธ์ให้ครอบคลุมและก้าวทันสื่อสมัยใหม่
- 4.7 ส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดการมีส่วนร่วมจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
โดยระดมความคิดเห็นเพื่อให้เกิดการสื่อสารสองทางกับกลุ่มเป้าหมายและสอดคล้องกับวิสัยทัศน์
ของการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ

หน่วยงานหลัก

- (1) สำนักนายกรัฐมนตรี

หน่วยงานร่วมรับผิดชอบ

- (1) สำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ
(สำนักงาน ป.ป.ช.)
- (2) สำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตในภาครัฐ
(สำนักงาน ป.ป.ท.)
- (3) สำนักงานผู้ตรวจการแผ่นดิน
- (4) ส่วนราชการทุกกระทรวง
- (5) องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น

- (6) องค์การภาคสื่อมวลชน
- (7) องค์การภาคประชาชน
- (8) สถาบันการศึกษา
- (9) องค์การภาคเอกชน
- (10) องค์การอิสระ

กลยุทธ์ที่ 2 : การพัฒนาเครือข่ายประชาสัมพันธ์นโยบายแห่งรัฐ

กำหนดมาตรการ ดังนี้

2.1 วางแผนและแสวงหาความร่วมมือจากสื่อมวลชนภาครัฐ ภาคเอกชน และสื่อบุคคล เพื่อการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารในทุกระดับ

2.2 ส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการพัฒนาศักยภาพของเครือข่ายและอาสาสมัครประชาสัมพันธ์ประจำหมู่บ้านและชุมชน (อป.มช.) ให้มีการดำเนินงานประชาสัมพันธ์อย่างมีประสิทธิภาพ

2.3 ส่งเสริมและสนับสนุนให้ภาคธุรกิจเอกชนเข้ามามีส่วนร่วมกับหน่วยงานประชาสัมพันธ์ของรัฐในการพัฒนาสื่อและผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ตามแผนงาน/โครงการของรัฐ

2.4 ส่งเสริมและสนับสนุนให้ทุกภาคส่วนได้รับทราบข้อมูลที่ชัดเจน เพื่อเป็นเครือข่ายประชาสัมพันธ์และชี้แจงทำความเข้าใจแนวทางการป้องกันและแก้ไขปัญหาความมั่นคงรูปแบบใหม่

2.5 ส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดการมีส่วนร่วมจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยระดมความคิดเห็นเพื่อให้เกิดการสื่อสารสองทางกับกลุ่มเป้าหมายและสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ของการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ

หน่วยงานหลัก : กรมประชาสัมพันธ์

หน่วยงานร่วมรับผิดชอบ : ส่วนราชการที่เกี่ยวข้อง ภาคเอกชน และภาคประชาชน

บทที่ 5

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การประชาสัมพันธ์ในภาวะวิกฤต

ประเทศไทยยังต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญทั้งในระดับโลกและภายในประเทศ ซึ่งมีผลกระทบต่อการพัฒนาประเทศรุนแรงเพิ่มมากขึ้น สร้างความเสียหายต่อประเทศเป็นมูลค่านับหลายพันล้านบาท ได้แก่ ด้านการเมือง ความมั่นคง การก่อการร้าย การก่อวินาศกรรม การชุมนุมประท้วง ก่อการจลาจล สาธารณภัย เศรษฐกิจ สังคม การเกษตร เป็นต้น ซึ่งการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ สรุปได้ ดังนี้

1. ความเปลี่ยนแปลงของบริบทการเมืองและความมั่นคง การเมืองระดับโลกมีแนวโน้มที่จะเปลี่ยนแปลงไปสู่หลายขั้วอำนาจ มีการเพิ่มบทบาทในเวทีระหว่างประเทศเพิ่มมากขึ้น ซึ่งเป็นการท้าทายและสร้างดุลอำนาจใหม่ เป็นสาเหตุให้เกิดการก่อการร้ายสากล ส่งผลให้ประเทศไทยต้องดำเนินนโยบายด้วยความอ่อนตัวในการกำหนดท่าทีเพื่อรักษาดุลยภาพทางความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ ขณะที่ความขัดแย้งทางการเมืองภายในประเทศอันเนื่องมาจากการชุมนุมประท้วงและการก่อความรุนแรงในเหตุการณ์ต่าง ๆ ส่งผลกระทบต่อความมั่นคงและความสามัคคีของคนในชาติ เป็นเหตุให้รัฐบาลขาดเสถียรภาพไม่สามารถบริหารประเทศได้เต็มความสามารถ ลดความเชื่อมั่นจากนักลงทุนจากต่างประเทศ นอกจากนี้ความไม่สงบในจังหวัดชายแดนภาคใต้ทำให้มีผู้เสียชีวิตเป็นจำนวนมาก เจ้าหน้าที่ของรัฐถูกทำร้ายทำให้ไม่สามารถลงพื้นที่ให้บริการประชาชนได้ตามปกติ ทำให้ประชาชนในท้องถิ่นมีข้อจำกัดในการเข้าถึงบริการของรัฐ ส่งผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตของประชาชน

2. ความเปลี่ยนแปลงด้านเศรษฐกิจ วิกฤตเศรษฐกิจและการเงินของโลกที่ผ่านมาได้ส่งผลให้เกิดการปรับเปลี่ยนกฎระเบียบในการบริหารจัดการเศรษฐกิจโลก การเปิดเสรีการค้าบริการและการลงทุนในบางสาขาผ่านความร่วมมือแบบทวิภาคหรือข้อตกลงในภูมิภาคที่ประเทศสมาชิกต้องให้ความสำคัญ นโยบายการเงินที่ให้ความสำคัญในการรักษาเสถียรภาพของระบบการเงินควบคู่ไปกับเสถียรภาพด้านราคาสินค้าและบริการ การเชื่อมโยงเศรษฐกิจของประเทศไทยกับเศรษฐกิจต่างประเทศทำให้เกิดกิจกรรมทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศโดยเฉพาะกิจกรรมทางการค้าและการลงทุนระหว่างประเทศซึ่งมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศมาโดยตลอด

3. ความเปลี่ยนแปลงด้านสังคม การเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุของโลกเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง ประเทศไทยก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุจากการมีโครงสร้างประชากรวัยสูงอายุเพิ่มขึ้น วัยเด็ก

และวัยแรงงานลดลง ขณะที่การย้ายถิ่นของประชากรส่งผลให้ความเป็นเมืองสูงขึ้น ทำให้ประเทศไทย เผชิญภาวะขาดแคลนกำลังคนในอนาคตที่อาจส่งผลกระทบต่อภาคการผลิตของประเทศ โครงสร้างครอบครัวเปลี่ยนไปสู่ครัวเรือนที่อยู่คนเดียว ครัวเรือนที่อยู่ด้วยกันแบบไม่ใช่ญาติ และ ครัวเรือนที่มีอายุรุ่นเดียวกัน สองรุ่น และรุ่นกระโดด หรือครัวเรือนที่เป็นเพศเดียวกัน ความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกในครอบครัวมีความเปราะบางจนนำไปสู่ปัญหาทางสังคมเพิ่มขึ้น

4. ความเปลี่ยนแปลงด้านสภาพภูมิอากาศ ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ภาวะโลกร้อนที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วทำให้เสียสมดุลของธรรมชาติ ส่งผลกระทบเชื่อมโยงในหลายมิติ ทำให้พืชและสัตว์ต้องปรับตัวเข้าสู่ระบบนิเวศที่เปลี่ยนแปลงไป ความหลากหลายทางชีวภาพ ก็จะเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย เกิดภัยพิบัติ ภาวบน้ำท่วมฉับพลัน น้ำหลาก ภัยแล้งยาวนาน แผ่นดินไหว วาตภัย เกิดความเสียหายต่อทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ส่งผลกระทบ ทั้งในมิติเศรษฐกิจและชีวิตความเป็นอยู่ของคนในพื้นที่

5. ความเปลี่ยนแปลงด้านการเกษตร ผลกระทบจากความเปลี่ยนแปลง ด้านสภาพภูมิอากาศ ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ทำให้การผลิตพืชอาหารและพืช พลังงานของประเทศลดลง ส่งผลกระทบต่อฐานการผลิตภาคเกษตร ความมั่นคงด้านอาหาร พลังงานและคุณภาพชีวิตของประชาชน

จากสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงข้างต้น ก่อให้เกิดภาวะวิกฤตในด้านต่าง ๆ ดังนั้น เพื่อเป็นการสร้างความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้องให้ประชาชนในเวลาที่ยาวนาน ทันเหตุการณ์ ป้องกันความสับสน ความเข้าใจผิดต่อเหตุการณ์อันจะนำไปสู่ผลเสียหายร้ายแรง อีกทั้งเป็นการมุ่งเตรียมประชาชนให้พร้อมรับการเผชิญกับวิกฤตการณ์ต่าง ๆ สามารถแยกแยะข้อเท็จจริง ออกจากความคิดเห็นหรืออารมณ์ที่อาจไม่สะท้อนสถานการณ์จริง รวมทั้งมุ่งพัฒนาและเสริมสร้าง การบริหารจัดการข้อมูลข่าวสารของหน่วยงานรัฐในห้วงสถานการณ์ฉุกเฉินหรือภาวะวิกฤต ได้อย่างมีประสิทธิภาพจึงจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์และการจัดการข้อมูล ข่าวสารในภาวะวิกฤต ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายความมั่นคงแห่งชาติ พ.ศ. 2558 – 2564 และ ยุทธศาสตร์การเตรียมพร้อมแห่งชาติ (พ.ศ. 2557 – 2561)

เป้าประสงค์ :

1. ประชาชนได้รับข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง รวดเร็ว มีความเท่าทันต่อข่าวสาร เหตุการณ์ที่เกิดขึ้น สามารถแยกแยะข้อเท็จจริงออกจากความคิดเห็นหรือ อารมณ์ที่อาจไม่สะท้อนสถานการณ์จริง
2. หน่วยงานรัฐสามารถประชาสัมพันธ์และจัดการข่าวสารในห้วงสถานการณ์ ฉุกเฉินหรือภาวะวิกฤตได้อย่างมีประสิทธิภาพ

กลยุทธ์ : พัฒนาและเสริมสร้างการสื่อสาร การประชาสัมพันธ์และการบริหารจัดการข้อมูลข่าวสาร
กำหนดมาตรการ ดังนี้

1. ดำเนินการจัดทำแผนประชาสัมพันธ์ในสถานการณ์ฉุกเฉินหรือภาวะวิกฤต ที่ครอบคลุมภัยการสู้รบ สาธารณภัย สถานการณ์ฉุกเฉิน และ ภัยความมั่นคงอื่น ๆ
2. จัดตั้งคณะกรรมการบริหารข้อมูลข่าวสารในภาวะวิกฤต โดยบูรณาการบุคลากร จากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน เพื่อจัดทำแผนการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารในภาวะวิกฤต ที่ชัดเจนและเป็นรูปธรรม สร้างความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้อง ป้องกันการตื่นตระหนกแก่ประชาชน
3. จัดตั้งศูนย์ปฏิบัติการประชาสัมพันธ์เพื่อบริหารจัดการด้านข้อมูลข่าวสาร อำนวยความสะดวกและจัดระเบียบการทำงานของสื่อมวลชน จัดชุดปฏิบัติงาน จัดแถลงข่าว จัดประชุมชี้แจงสรุปสถานการณ์ การให้ความช่วยเหลือของภาครัฐ และการฟื้นฟูพื้นที่ที่ประสบภัย เป็นต้น พร้อมทั้งจัดตั้งศูนย์ข้อมูลร่วม (Joint Information Center: JIC) และให้มีการฝึกซ้อม ทั้งภายในหน่วยงานและระหว่างหน่วยงาน
4. ปลุกจิตสำนึกให้ประชาชนตระหนักถึงการเตรียมการป้องกันและแก้ไขปัญหา ที่เกิดขึ้นก่อนเกิดเหตุและสามารถจัดการได้อย่างมีประสิทธิภาพเมื่อเกิดเหตุวิกฤต
5. ส่งเสริมและสนับสนุนให้หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และองค์กรปกครอง ส่วนท้องถิ่น สมาคม มูลนิธิ ให้ความรู้ ความเข้าใจแก่ประชาชนในเรื่องการป้องกันและ แนวทางแก้ไขปัญหา เมื่อเกิดสาธารณภัยในกรอบแผนการป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยแห่งชาติ
6. รณรงค์และเสริมสร้างความร่วมมือจากทุกภาคส่วน เพื่อให้ทุกภาคส่วนในสังคม เข้ามาช่วยเหลือประชาชนที่ได้รับความเดือดร้อนจากสาธารณภัยและภัยความมั่นคงรูปแบบใหม่ อย่างต่อเนื่อง
7. พิจารณาทบทวนหรือกำหนดระเบียบข้อบังคับทางกฎหมาย เพื่อกำกับดูแล การสื่อสารแหล่งข่าวที่ชัดเจนในภาวะวิกฤต
8. จัดทำระบบติดตามประเมินผลการดำเนินงาน และเก็บรวบรวมเป็นฐานข้อมูล ในภาวะวิกฤต
9. ผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจในการเตรียมการป้องกัน และแก้ไขปัญหา รวมถึงประชาสัมพันธ์ช่องทางในการร้องทุกข์และการให้ความช่วยเหลือ แก่ประชาชนในช่วงภาวะวิกฤต

10. ส่งเสริมและสนับสนุนการสร้างช่องทางการสื่อสารประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสมัยใหม่ โดยใช้อุปกรณ์การสื่อสาร หรือ Mobile Media อาทิ Smartphone Tablet เป็นต้น รวมถึงเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Media) อาทิ Facebook Line Twitter Youtube Instagram เป็นต้น

11. ส่งเสริมและสนับสนุนให้บุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์ในหน่วยงานภาครัฐ มีองค์ความรู้ด้านการบริหารจัดการข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อสมัยใหม่ เพื่อให้มีการพัฒนาประสิทธิภาพ และคุณภาพด้านการประชาสัมพันธ์ให้ครอบคลุมและก้าวหน้าทันสมัยใหม่

12. ส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดการมีส่วนร่วมจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยระดมความคิดเห็นเพื่อให้เกิดการสื่อสารสองทางกับกลุ่มเป้าหมายและสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ของการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ

หน่วยงานหลัก

(1) สำนักนายกรัฐมนตรี

หน่วยงานร่วมรับผิดชอบ

- (1) กระทรวงกลาโหม
- (2) กระทรวงมหาดไทย
- (3) กระทรวงการต่างประเทศ
- (4) กระทรวงสาธารณสุข
- (5) กระทรวงพาณิชย์
- (6) กระทรวงการคลัง
- (7) กระทรวงเกษตรและสหกรณ์
- (8) กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
- (9) กระทรวงพลังงาน
- (10) กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร
- (11) กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี
- (12) กระทรวงอุตสาหกรรม
- (13) สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจแห่งชาติ
- (14) สำนักงานตำรวจแห่งชาติ
- (15) ศูนย์เตือนภัยพิบัติแห่งชาติ
- (16) กองทัพบก

- (17) กองทัพเรือ
- (18) กองทัพอากาศ
- (19) กองบัญชาการกองทัพไทย
- (20) กรมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย
- (21) กรมอุตุนิยมวิทยา
- (22) กรมประชาสัมพันธ์

บทที่ 6

ยุทธศาสตร์ที่ 4 การประชาสัมพันธ์ส่งเสริมภาพลักษณ์ประเทศ สู่ประชาคมโลก

รัฐบาลได้แถลงนโยบายต่อสภานิติบัญญัติ เมื่อวันที่ 12 กันยายน 2557 โดยนโยบายด้านการรักษาความมั่นคงของรัฐและการต่างประเทศ ได้กำหนดให้มีการเสริมสร้างความสัมพันธ์อันดีกับนานาประเทศบนหลักการที่ว่า นโยบายการต่างประเทศเป็นส่วนประกอบสำคัญของนโยบายองค์รวมทั้งหมดในการบริหารราชการแผ่นดิน ไม่ว่าในด้านการเมือง เศรษฐกิจ หรือสังคม โดยจะนำกลไกทางการทูตแบบบูรณาการมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ประชาชน ทั้งทางตรงและทางอ้อม อาทิ การคุ้มครองดูแลคนไทยและผลประโยชน์ของคนไทยในต่างแดน การแลกเปลี่ยนทางการศึกษา วัฒนธรรม การค้า การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ การเปิดโลกทัศน์ให้มีลักษณะสากล เป็นต้น ซึ่งจะเห็นได้ว่าแนวทางของนโยบายด้านต่างประเทศของไทย มุ่งเน้นการสร้างความสัมพันธ์กับทุกประเทศ มุ่งเสริมสร้างความสัมพันธ์และความร่วมมือกับกลุ่มประเทศอาเซียน มุ่งเน้นการเชื่อมโยงทางเศรษฐกิจ ความสัมพันธ์ในเรื่องการค้าต่างตอบแทน การเปิดความสัมพันธ์ทางการทูตกับทุกประเทศ การดำเนินนโยบายทางการทูตโดยสันติวิธี การใช้หลักกฎบัตรระหว่างประเทศกับสหประชาชาติ ความมั่นคงภายในประเทศและตามแนวชายแดนและการอยู่รอดปลอดภัยจากการก่อการร้าย

การส่งเสริมภาพลักษณ์ของประเทศไทยสู่ประชาคมโลกเพื่อให้เกิดการรับรู้และความเชื่อมั่นในประชาคมโลกและสามารถแสดงบทบาทในเวทีโลก สามารถดำเนินการได้ด้วยการประชาสัมพันธ์ที่ทุกภาคส่วนมีส่วนร่วม โดยใช้ทรัพยากรทุกอย่างและทุกช่องทางอย่างเต็มที่ และต้องเป็นการดำเนินการระยะยาวอย่างต่อเนื่อง ไม่ใช่เพียงระยะสั้นเท่านั้น

เป้าประสงค์ : ประชาคมโลกเกิดความเข้าใจและยอมรับในภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศไทย

กลยุทธ์ที่ 1 : ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างหน่วยงานของรัฐ ภาคเอกชน และภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศ

กำหนดมาตรการ ดังนี้

1. วางแผนและบูรณาการหน่วยงานภาครัฐที่ปฏิบัติงานภายในและต่างประเทศ และภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องเพื่อร่วมกันสร้างภาพลักษณ์ประเทศไทยให้เป็นที่ยอมรับในประชาคมโลก

2. เสริมสร้างความร่วมมือและแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องในแต่ละสถานการณ์และห้วงเวลาระหว่างสื่อสารมวลชนไทยกับสื่อสารมวลชนต่างประเทศ
3. เสริมสร้างการรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องให้กับชาวไทยและชาวต่างประเทศ รวมทั้งคนต่างประเทศที่อาศัยหรือทำงานในประเทศไทย
4. ประชาสัมพันธ์การใช้มิติทางสังคม วัฒนธรรม การท่องเที่ยว ในการเสริมสร้างความสัมพันธ์อันดีทุกระดับกับประเทศเพื่อนบ้าน
5. จัดตั้งคณะทำงานประชาสัมพันธ์ส่งเสริมภาพลักษณ์ประเทศไทย โดยบูรณาการบุคลากรจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน เพื่อสร้าง Branding และจัดทำแผนการประชาสัมพันธ์สร้างภาพลักษณ์ที่ชัดเจนและเป็นรูปธรรมให้เป็นที่ยอมรับของนานาชาติ
6. จัดตั้งหน่วยงานกลางทำหน้าที่กำหนดยุทธศาสตร์ด้านการประชาสัมพันธ์ของประเทศให้กับหน่วยงานด้านการประชาสัมพันธ์ภาครัฐและภาคเอกชน
7. ส่งเสริม สนับสนุนให้มีการสร้างและพัฒนาระบบฐานข้อมูลกลางในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศ
8. สร้างกลไกเพื่อปลูกจิตสำนึก จรรยาบรรณให้กับองค์กรวิชาชีพสื่อมวลชน โดยมีการจัดอันดับความน่าเชื่อถือในการนำเสนอข่าวสารเพื่อป้องกันการนำเสนอข่าวสารที่บิดเบือน
9. ส่งเสริมและสนับสนุนการสร้างช่องทางการสื่อสารประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสมัยใหม่ โดยใช้อุปกรณ์การสื่อสาร หรือ Mobile Media อาทิ Smartphone Tablet เป็นต้น รวมถึงเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Media) อาทิ Facebook Line Twitter Youtube Instagram เป็นต้น
10. ส่งเสริมและสนับสนุนให้บุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์ในหน่วยงานภาครัฐ มีองค์ความรู้ด้านการบริหารจัดการข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อสมัยใหม่ เพื่อให้มีการพัฒนาประสิทธิภาพ และคุณภาพด้านการประชาสัมพันธ์ให้ครอบคลุมและก้าวทันสื่อสมัยใหม่
11. ส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดการมีส่วนร่วมจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยระดมความคิดเห็นเพื่อให้เกิดการสื่อสารสองทางกับกลุ่มเป้าหมายและสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ของการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ

หน่วยงานหลัก

- (1) กระทรวงการต่างประเทศ

หน่วยงานร่วมรับผิดชอบ

- (1) สำนักนายกรัฐมนตรี

- (2) กระทรวงกลาโหม
- (3) กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
- (4) กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร
- (5) กระทรวงพาณิชย์
- (6) กระทรวงแรงงาน

กลยุทธ์ที่ 2 : บริหารประเด็นเพื่อการประชาสัมพันธ์เชิงรุกที่ทันต่อสถานการณ์

กำหนดมาตรการ ดังนี้

1. จัดตั้งศูนย์บริหารประเด็นเพื่อการประชาสัมพันธ์เชิงรุกที่ทันสถานการณ์ อาทิ ปัญหาแรงงานต่างด้าว ปัญหาการค้ามนุษย์ ปัญหายาเสพติด ปัญหาการละเมิดสิทธิมนุษยชน ปัญหาการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา เป็นต้น
2. ประสานแผนและการปฏิบัติกับสถานเอกอัครราชทูตไทยในต่างประเทศ ในการจัดตั้งเป็นศูนย์ประชาสัมพันธ์เฉพาะกิจและเรื่องเร่งด่วนที่สำคัญของประเทศ โดยให้เอกอัครราชทูตไทยในต่างประเทศเป็นประธานศูนย์ประชาสัมพันธ์เฉพาะกิจและเรื่องเร่งด่วนในต่างประเทศ โดยมีผู้แทนจากหน่วยประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานภาครัฐเป็นกรรมการศูนย์ฯ โดยตำแหน่ง เพื่อเร่งแก้ไขปัญหาและสร้างความเข้าใจที่ดีให้กับรัฐบาลและประชาชนในประเทศนั้น ๆ รวมทั้งสรุปและวิเคราะห์ปัญหาที่เกิดขึ้นเพื่อจัดทำรายงานเสนอรัฐบาล
3. สร้างจิตสำนึกในการนำเสนอข่าวในประเด็นที่เกี่ยวข้องหรืออ่อนไหวในระดับสากลเนื่องจากสื่อต่างประเทศส่วนใหญ่อ้างอิงการรายงานข่าวจากสื่อมวลชนไทย
4. ส่งเสริมและสนับสนุนการสร้างช่องทางการสื่อสารประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสมัยใหม่ โดยใช้อุปกรณ์การสื่อสาร หรือ Mobile Media อาทิ Smartphone Tablet เป็นต้น รวมถึงเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Media) อาทิ Facebook Line Twitter Youtube Instagram เป็นต้น
5. ส่งเสริมและสนับสนุนให้บุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์ในหน่วยงานภาครัฐ มีองค์ความรู้ด้านการบริหารจัดการข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อสมัยใหม่ เพื่อให้มีการพัฒนาประสิทธิภาพ และคุณภาพด้านการประชาสัมพันธ์ให้ครอบคลุมและก้าวทันสื่อสมัยใหม่
6. ส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดการมีส่วนร่วมจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยระดมความคิดเห็นเพื่อให้เกิดการสื่อสารสองทางกับกลุ่มเป้าหมายและสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ของการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ

หน่วยงานหลัก

- (1) กระทรวงการต่างประเทศ

หน่วยงานร่วมรับผิดชอบ

- (1) สำนักนายกรัฐมนตรี
- (2) กระทรวงกลาโหม
- (3) กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
- (4) กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร
- (5) กระทรวงพาณิชย์
- (6) กระทรวงแรงงาน
- (7) กระทรวงมหาดไทย
- (8) กระทรวงวัฒนธรรม

ส่วนที่ 4

การนำนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ 5

(พ.ศ. 2559 – 2564)

ไปสู่การปฏิบัติ

บทที่ 7

การนำนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ 5

(พ.ศ. 2559 – 2564)

ไปสู่การปฏิบัติ

นโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ 5 (พ.ศ. 2559 – 2564) จัดทำขึ้นในช่วงที่คณะรักษาความสงบแห่งชาติ (คสช.) เป็นผู้กำหนดนโยบายการบริหารราชการแผ่นดิน ทั้งนโยบายเร่งด่วนและนโยบายระยะยาว ความสำเร็จของการขับเคลื่อนนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ 5 (พ.ศ. 2559 – 2564) ขึ้นอยู่กับความชัดเจนของแผนและระบบการบริหารจัดการสู่การปฏิบัติ การรับรู้ เข้าใจ และตระหนักถึงการกิจและความรับผิดชอบร่วมกันของทุกหน่วยงาน ดังนั้น เพื่อให้นโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ 5 (พ.ศ. 2559 – 2564) สามารถนำไปสู่การปฏิบัติ เกิดผลสัมฤทธิ์ได้ตามกรอบแนวคิด วิสัยทัศน์ วัตถุประสงค์ และเป้าหมายของการประชาสัมพันธ์แห่งชาติที่กำหนดไว้ จะต้องอาศัยการมีส่วนร่วมจากทุกหน่วยงานในการนำนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ 5 (พ.ศ. 2559 – 2564) ไปสู่การปฏิบัติ ในทุกระดับได้อย่างมีประสิทธิภาพ จึงได้กำหนดแนวทางการดำเนินการ ดังนี้

1. การเสริมสร้างความเข้าใจในนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ 5 (พ.ศ. 2559 – 2564)

1.1 จัดประชุมชี้แจงนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ 5 (พ.ศ. 2559 – 2564) เพื่อให้บุคลากรในหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน ได้รับความรู้ เกิดความเข้าใจ ทราบถึงวัตถุประสงค์ เป้าหมาย ยุทธศาสตร์ และมาตรการต่าง ๆ ในนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ 5 (พ.ศ. 2559 – 2564) รวมทั้งเข้าใจบทบาทของหน่วยงานในส่วนที่เกี่ยวข้องและสามารถจัดทำแผนปฏิบัติการในระดับหน่วยงานได้สอดคล้องกับนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ 5 (พ.ศ. 2559 – 2564)

1.2 เผยแพร่นโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ 5 (พ.ศ. 2559 – 2564) ให้ทุกส่วนในสังคมได้รับทราบ โดยเฉพาะกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้เข้าใจในการนำนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ 5 (พ.ศ. 2559 – 2564) ไปสู่การปฏิบัติ เพื่อสร้างการยอมรับและให้ความร่วมมือในการปฏิบัติจากทุกกลุ่มในสังคม

2. การบริหารจัดการยุทธศาสตร์ให้เป็นไปตามนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์ แห่งชาติ ฉบับที่ 5 (พ.ศ. 2559 - 2564)

2.1 จัดให้มีคณะกรรมการอำนวยการบริหารและประสานแผนของ
หน่วยงานภาครัฐทุกแห่ง เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ
ฉบับที่ 5 (พ.ศ. 2559 - 2564)

2.2 เสริมสร้างประสิทธิภาพการนำนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ
ฉบับที่ 5 (พ.ศ. 2559 - 2564) ไปสู่การปฏิบัติในระดับภูมิภาค ระดับจังหวัด และระดับท้องถิ่น
โดยสนับสนุนให้มีการจัดตั้งคณะกรรมการการประชาสัมพันธ์แห่งชาติระดับจังหวัด ซึ่งมีผู้ว่าราชการ
จังหวัดเป็นประธานและมีประชาสัมพันธ์จังหวัดเป็นเลขานุการ ทั้งนี้ โดยมีคณะกรรมการประชาสัมพันธ์
แห่งชาติเป็นที่ปรึกษา เสนอแนะ ให้ความเห็นกับหัวหน้าส่วนราชการระดับจังหวัดและองค์กร
ปกครองส่วนท้องถิ่น

2.3 ส่งเสริมให้มีการดำเนินงานและประสานงานในแนวราบระหว่างหน่วยงาน
มากขึ้น เน้นการทำงานร่วมกัน โดยมีการเชื่อมโยงการทำงานระหว่างหน่วยงานและมีแนวทางการทำงาน
ที่สอดคล้องกัน

2.4 สนับสนุนให้มีการจัดทำแผนปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ตามแผนงาน
โครงการของหน่วยงานในระดับกระทรวง กรม ให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์และมาตรการ
ในนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ 5 (พ.ศ. 2559 - 2564) พร้อมทั้งกำหนด
ดัชนีชี้วัดความสำเร็จไว้ในแผนปฏิบัติการด้วย เพื่อสนับสนุนให้เกิดการมีส่วนร่วมจากทุกฝ่าย
ที่เกี่ยวข้อง โดยให้ผู้รับผิดชอบทั้งด้านนโยบายและปฏิบัติได้เข้ามามีส่วนร่วมในการจัดทำ
แผนปฏิบัติการร่วมกัน เพื่อเรียนรู้และเข้าใจในกระบวนการวางแผนแบบบูรณาการที่ต้องมี
การประสานงานในแนวราบระหว่างหน่วยงานมากขึ้น

2.5 สนับสนุนให้มีการจัดทำแผนปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ในระดับท้องถิ่น
หรือชุมชนที่เชื่อมโยงและสอดคล้องกับแผนปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ในระดับกระทรวง กรม
รวมทั้งสอดคล้องกับนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ 5 (พ.ศ. 2559 - 2564)
 พร้อมทั้งกำหนดดัชนีชี้วัดความสำเร็จไว้ในแผนปฏิบัติการด้วย โดยให้แผนปฏิบัติการประชาสัมพันธ์
ในระดับท้องถิ่นเป็นไปตามความต้องการของชุมชน และสามารถแก้ไขปัญหาของชุมชนได้

2.6 ส่งเสริมการจัดทำฐานข้อมูลและพัฒนาระบบโครงสร้างข้อมูลข่าวสาร
ของหน่วยงานในระดับต่าง ๆ ทั้งระดับนโยบายและระดับท้องถิ่น เน้นการเชื่อมโยงเครือข่ายข้อมูล

ระหว่างหน่วยงานส่วนกลางด้วยกันและส่วนท้องถิ่น ให้เป็นระบบที่เข้าถึงง่าย เพื่อใช้ประโยชน์ในการวางแผนการติดตามประเมินผล และเพื่อให้ทุกฝ่ายมีข้อมูลทันสมัยที่ถูกต้อง

2.7 สนับสนุนให้มีการฝึกอบรมเพื่อให้ความรู้ทางวิชาการและเสริมสร้างทักษะให้กับผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ด้านต่างประเทศ โดยบูรณาการการดำเนินงานและแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ด้านเทคนิค เครื่องมืออุปกรณ์การสื่อสารประชาสัมพันธ์ ด้านเนื้อหา การประชาสัมพันธ์ ระหว่างกรมประชาสัมพันธ์กับกระทรวงการต่างประเทศ ทั้งนี้ เพื่อเป็นการสนับสนุนการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์ส่งเสริมภาพลักษณ์ประเทศไทยสู่ประชาคมโลก

2.8 ส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือจากหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน เพื่อกระตุ้นให้เกิดแนวร่วมหรือทัศนคติในเชิงบวกร่วมกัน โดยใช้กิจกรรมที่กระตุ้นให้เกิดกระแสนิยมร่วมเป็นเครื่องมือในการสร้างพลังขับเคลื่อนเรื่องที่เป็นวาระแห่งชาติ โดยจัดลำดับการเผยแพร่ให้สอดคล้องในแต่ละช่วงเวลา เพื่อให้หน่วยงานต่าง ๆ นำไปปฏิบัติได้อย่างเป็นรูปธรรม

2.9 จัดให้มีคณะกรรมการเพื่อดำเนินการปรับแผนการดำเนินงานภายใต้ยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์ที่กำหนดไว้ ทั้งนี้ เพื่อให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของชาติเป็นไปอย่างคล่องตัว มีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นจริง และลดผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นได้

2.10 ส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการนำสื่อสมัยใหม่ (New Media) มาใช้ในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างรวดเร็ว ถูกต้อง ทันต่อสถานการณ์ ทั้งนี้ เพื่อเป็นการรองรับการเปลี่ยนแปลงของภูมิทัศน์สื่อทั่วโลก

3. การพัฒนาระบบการติดตามประเมินผล

3.1 จัดให้มีคณะกรรมการหรือคณะอนุกรรมการเพื่อดำเนินการติดตามประเมินผลการดำเนินงานตามนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ 5 (พ.ศ. 2559 - 2564)

3.2 จัดทำระบบการติดตาม ประเมินผล การประสานงาน การตรวจสอบผลงานของหน่วยงานปฏิบัติให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน และเป็นเครือข่ายเชื่อมโยงกัน มีเกณฑ์ชี้วัดประเมินผลงานที่มีประสิทธิภาพให้แก่หน่วยงานปฏิบัติ เพื่อสามารถนำมาเป็นข้อมูลและเป็นประโยชน์ในการปรับปรุงแผนงาน แผนการจัดสรรงบประมาณ และแผนพัฒนาบุคลากรต่อไป

3.3 จัดให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องและประชาชนมีส่วนร่วมในการระดมความคิดเห็นและติดตามประเมินผลการดำเนินงานตามแผนงาน/โครงการประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ทั้งในระดับกระทรวง กรม และในระดับท้องถิ่น

3.4 จัดให้มีช่องทางการแก้ไขปัญหาที่เกิดจากการร้องเรียนการกระทำที่ละเมิดต่อการประชาสัมพันธ์ของชาติ โดยสามารถเชื่อมโยงกับศูนย์ดำรงธรรมของกระทรวงมหาดไทย

3.5 จัดให้มีการประชุมสัมมนาระดมความคิดเห็นเพื่อทบทวนสถานการณ์และแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงที่มีผลต่อการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ โดยจัดให้มีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอก วิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์แห่งชาติทุก 1 - 2 ปี ซึ่งอาจดำเนินการเปรียบเทียบวัด (Benchmark) กับประเทศที่ประสบความสำเร็จในด้านการประชาสัมพันธ์สู่ประชาคมโลก อาทิ ประเทศสิงคโปร์ เกาหลีใต้ เป็นต้น

3.6 กำหนดให้การดำเนินงานตามนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ 5 (พ.ศ. 2559 – 2564) เป็นตัวชี้วัดการรับรองการปฏิบัติราชการระดับกระทรวง กรม หรือหน่วยงาน

4. ดัชนีชี้วัดรวมของยุทธศาสตร์

4.1 หน่วยงานมีการจัดทำแผนประชาสัมพันธ์ที่สอดคล้องกับนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ 5 (พ.ศ. 2559 - 2564)

4.2 มีเครือข่ายการประชาสัมพันธ์แห่งชาติทั้งในส่วนกลาง ส่วนภูมิภาค ส่วนท้องถิ่น และเครือข่ายในต่างประเทศอย่างเป็นระบบ ภายในปี พ.ศ. 2564

4.3 มีระบบการรายงานผลการดำเนินงานตามแผนประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานต่อคณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ พร้อมมีระบบการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ได้รับการพัฒนาแล้วเสร็จ ภายในปี พ.ศ. 2564

4.4 มีฐานข้อมูลและระบบโครงข่ายข้อมูลข่าวสารของหน่วยงานในระดับต่าง ๆ ทั้งระดับนโยบายและระดับท้องถิ่น สามารถนำมาใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ภายในปี พ.ศ. 2564

4.5 ประชาชนได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องทุกด้าน ทั้งด้านการเมือง เศรษฐกิจและสังคม ตลอดจนให้การสนับสนุนและเข้ามามีส่วนร่วมในโครงการและกิจกรรมต่าง ๆ ของหน่วยงานภาครัฐ

4.6 ภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศไทยได้รับการเผยแพร่ให้เป็นที่รู้จักและยอมรับจากประชาคมโลก

5. หน่วยงานที่รับผิดชอบ

5.1 หน่วยงานกลาง

(1) คณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ เป็นผู้รับผิดชอบในการจัดทำนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ 5 (พ.ศ. 2559 - 2564) ตลอดจนอำนวยความสะดวกให้คำปรึกษากับหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน เพื่อดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของชาติเป็นไปตามนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ 5 (พ.ศ. 2559 - 2564)

(2) กรมประชาสัมพันธ์ เป็นหน่วยงานหลักรับผิดชอบในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของชาติ และเป็นหน่วยประสานนโยบายและแผนฯ กับหน่วยงานอื่น เพื่อให้เกิดผลในการปฏิบัติที่เป็นรูปธรรม

5.2 หน่วยปฏิบัติ

- (1) ส่วนราชการทุกกระทรวง
- (2) องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

5.3 หน่วยสนับสนุน

- (1) องค์กรภาคประชาชน
 - (2) องค์กรภาคเอกชน
 - (3) สื่อมวลชน
 - (4) องค์กรพัฒนาเอกชน
 - (5) สถาบันการศึกษา
 - (6) สมาคม/ชมรมวิชาชีพ
 - (7) องค์กรอิสระ
-

ภาคผนวก

ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรี

ว่าด้วยการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ

พ.ศ. ๒๕๕๓

โดยที่เป็นการสมควรปรับปรุงระเบียบว่าด้วยการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ เพื่อให้สามารถดำเนินการด้านการประชาสัมพันธ์ได้อย่างมีเอกภาพ เป็นระบบและมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๑๑ (๘) แห่งพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการแผ่นดิน พ.ศ. ๒๕๓๔ นายกรัฐมนตรีโดยความเห็นชอบของคณะรัฐมนตรี จึงวางระเบียบไว้ ดังต่อไปนี้

ข้อ ๑ ระเบียบนี้เรียกว่า “ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรี ว่าด้วยการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๕๓”

ข้อ ๒ ระเบียบนี้ให้ใช้บังคับตั้งแต่วันถัดจากวันประกาศในราชกิจจานุเบกษาเป็นต้นไป

ข้อ ๓ ให้ยกเลิก

(๑) ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรี ว่าด้วยการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๔๔

(๒) ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรี ว่าด้วยการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ (ฉบับที่ ๒) พ.ศ. ๒๕๔๖

(๓) ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรี ว่าด้วยการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ (ฉบับที่ ๓) พ.ศ. ๒๕๔๘

ข้อ ๔ ในระเบียบนี้

“หน่วยงานของรัฐ” หมายความว่า กระทรวง ทบวง กรม หรือส่วนราชการที่เรียกชื่ออย่างอื่น และมีฐานะเป็นกรม หรือส่วนราชการที่ไม่มีฐานะเป็นกรมแต่มีผู้บังคับบัญชาของส่วนราชการดังกล่าวเป็นอธิบดีหรือตำแหน่งที่เรียกชื่ออย่างอื่นที่มีฐานะเป็นอธิบดี ราชการส่วนภูมิภาค ราชการส่วนท้องถิ่น รัฐวิสาหกิจ หรือหน่วยงานอื่นของรัฐ

ข้อ ๕ ให้มีคณะกรรมการคณะหนึ่ง เรียกว่า “คณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ” เรียกโดยย่อว่า “กปช.” ประกอบด้วย นายกรัฐมนตรี เป็นประธานกรรมการ รัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรีที่นายกรัฐมนตรีมอบหมาย เป็นรองประธานกรรมการ ปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี ปลัดกระทรวงการต่างประเทศ ปลัดกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ปลัดกระทรวงมหาดไทย เลขาธิการสภาความมั่นคงแห่งชาติ โฆษกประจำสำนักนายกรัฐมนตรี และผู้ทรงคุณวุฒิไม่เกินหกคน ซึ่งประธานกรรมการแต่งตั้ง เป็นกรรมการ อธิบดีกรมประชาสัมพันธ์ เป็นกรรมการ และเลขาธิการ รองอธิบดีกรมประชาสัมพันธ์ที่อธิบดีกรมประชาสัมพันธ์มอบหมาย และผู้อำนวยการสำนักในกรมประชาสัมพันธ์ที่อธิบดีกรมประชาสัมพันธ์มอบหมาย เป็นกรรมการและผู้ช่วยเลขาธิการ

การแต่งตั้งกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิตามวรรคหนึ่ง ให้พิจารณาจากบุคคลซึ่งมีความรู้ ความเชี่ยวชาญ มีผลงานและประสบการณ์ที่เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์และการสื่อสารมวลชน

ข้อ ๖ กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิตามข้อ ๕ มีวาระการดำรงตำแหน่งคราวละสองปีนับแต่วันที่ได้รับแต่งตั้ง

ในกรณีที่กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิพ้นจากตำแหน่งก่อนครบวาระหรือในกรณีที่ประธานกรรมการแต่งตั้งกรรมการเพิ่มขึ้นในระหว่างที่กรรมการซึ่งแต่งตั้งไว้แล้วยังมีวาระอยู่ในตำแหน่งให้ผู้ได้รับแต่งตั้งให้ดำรงตำแหน่งแทนหรือเป็นกรรมการเพิ่มขึ้นอยู่ในตำแหน่งเท่ากับวาระที่เหลืออยู่ของกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิผู้นั้น

กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิซึ่งพ้นจากตำแหน่งตามวาระอาจได้รับแต่งตั้งเป็นกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิอีกได้

ข้อ ๗ นอกจากการพ้นจากตำแหน่งตามวาระ กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิพ้นจากตำแหน่งเมื่อ

(๑) ตาย

(๒) ลาออก

(๓) ประธานกรรมการให้ออก

(๔) เป็นบุคคลล้มละลาย

(๕) เป็นคนไร้ความสามารถหรือคนเสมือนไร้ความสามารถ

(๖) ได้รับโทษจำคุกโดยคำพิพากษาถึงที่สุดให้จำคุก เว้นแต่โทษสำหรับความผิดที่ได้

กระทำโดยประมาทหรือความผิดลหุโทษ

ข้อ ๘ การประชุม กปช. ต้องมีกรรมการมาประชุมไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่งของจำนวนกรรมการทั้งหมดจึงจะเป็นองค์ประชุม

ในการประชุมครั้งใด ถ้าประธานกรรมการไม่อยู่ในที่ประชุมหรือไม่อาจปฏิบัติหน้าที่ได้ให้รองประธานกรรมการทำหน้าที่ประธานในที่ประชุม ถ้าประธานกรรมการและรองประธานกรรมการไม่อยู่ในที่ประชุมหรือไม่อาจปฏิบัติหน้าที่ได้ ให้กรรมการที่มาประชุมเลือกกรรมการคนหนึ่งทำหน้าที่ประธานในที่ประชุม

การวินิจฉัยชี้ขาดของที่ประชุมให้ถือเสียงข้างมาก กรรมการคนหนึ่งให้มีเสียงหนึ่งในการลงคะแนน ถ้าคะแนนเสียงเท่ากันให้ประธานในที่ประชุมออกเสียงเพิ่มขึ้นอีกเสียงหนึ่งเป็นเสียงชี้ขาด

ข้อ ๕ ให้ กปช. มีอำนาจหน้าที่ดังต่อไปนี้

(๑) เสนอนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติต่อคณะรัฐมนตรีเพื่อให้ความเห็นชอบ รวมทั้งเสนอแนะเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ของชาติ

แผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติต้องสอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาล และต้องกำหนดหน่วยงานของรัฐที่มีหน้าที่ปฏิบัติตามแผนด้วย

(๒) เสนอแนะ และให้คำปรึกษาแก่หน่วยงานของรัฐตาม (๑) และประสานการปฏิบัติงานให้สอดคล้องกับแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ

(๓) แนะนำ และให้ความเห็นด้านการบริหารงานสื่อแก่หน่วยงานสื่อมวลชนภาครัฐ เพื่อให้สอดคล้องและบรรลุเป้าหมายตามนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ

(๔) ประสานการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานของรัฐและภาคเอกชน เพื่อให้สอดคล้องและบรรลุเป้าหมายตามนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ

(๕) ประเมินสถานการณ์ที่อาจมีผลกระทบต่อประเทศชาติและกำหนดมาตรการประชาสัมพันธ์อย่างเหมาะสมและทันต่อเหตุการณ์

(๖) ติดตาม ประเมินผลการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานของรัฐและภาคเอกชน เพื่อประโยชน์ในการปรับปรุงงานประชาสัมพันธ์ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

(๗) สนับสนุนและส่งเสริมให้มีการอบรม การประชุม หรือสัมมนา เพื่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจอันถูกต้อง และประสานงานในการปฏิบัติงานการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานของรัฐ และภาคเอกชน

(๘) จัดทำรายงานผลการดำเนินงานประจำปีเสนอคณะรัฐมนตรี

(๙) ปฏิบัติงานอื่นตามที่คณะรัฐมนตรีมอบหมาย

ข้อ ๑๐ ให้ กปช. มีอำนาจแต่งตั้งที่ปรึกษาหรือคณะอนุกรรมการ เพื่อดำเนินการอย่างหนึ่งอย่างใดตามที่ กปช. มอบหมายได้

การประชุมของคณะอนุกรรมการตามวรรคหนึ่ง ให้นำความในข้อ ๘ มาใช้บังคับโดยอนุโลม

ข้อ ๑๑ ในการปฏิบัติหน้าที่ ให้ กปช. และคณะอนุกรรมการมีอำนาจขอให้หน่วยงานของรัฐ เจ้าหน้าที่ของรัฐและบุคคลหนึ่งบุคคลใดมาชี้แจงข้อเท็จจริง แสดงความคิดเห็นหรือจัดส่งเอกสารหลักฐานเพื่อประกอบการพิจารณาได้ตามที่เห็นสมควร

ข้อ ๑๒ ให้กรมประชาสัมพันธ์ปฏิบัติหน้าที่ทางวิชาการและธุรการของ กปช. รวมทั้งศึกษาวิเคราะห์นโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์ของชาติ ประสานงาน ศึกษา วิเคราะห์ วิจัย ส่งเสริม และสนับสนุนการจัดทำแผนการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานของรัฐเพื่อให้สอดคล้องกับแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ติดตาม ประเมินผลและรายงานผลการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานของรัฐเสนอ กปช. จัดฝึกอบรม ประชุม สัมมนา เพื่อพัฒนาวิชาชีพ และสร้างความเข้าใจอันถูกต้องเพื่อเป็นประโยชน์ในการประสานงาน ตลอดจนดำเนินการตามที่ กปช. มอบหมาย

ค่าใช้จ่ายสำหรับ กปช. ที่ปรึกษา และคณะกรรมการให้จ่ายจากงบประมาณของกรมประชาสัมพันธ์ สำนักนายกรัฐมนตรี

ข้อ ๑๓ ให้หน่วยงานของรัฐตามข้อ ๘ (๑) ดำเนินการ ดังต่อไปนี้

(๑) เสนอแผนปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ให้สอดคล้องกับแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติต่อ กปช.

(๒) ติดตามประเมินผลการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานเพื่อนำผลการดำเนินการไปใช้ในการพัฒนาและปรับปรุงแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น

(๓) รายงานผลการดำเนินการตามแผนการดำเนินงานการประชาสัมพันธ์แห่งชาติประจำปีของหน่วยงานต่อ กปช.

(๔) ร่วมมือและประสานงานกับ กปช. รวมทั้งสนับสนุนด้านงบประมาณแก่ กปช. เพื่อการปฏิบัติงานตามแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ

ข้อ ๑๔ ให้นายกรัฐมนตรีรักษาการตามระเบียบนี้

ประกาศ ณ วันที่ ๖ มกราคม พ.ศ. ๒๕๕๓

อภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ

นายกรัฐมนตรี

คณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ

- | | | |
|-----|---|---------------------|
| 1. | นายวิชณุ เครืองาม
รองนายกรัฐมนตรีที่นายกรัฐมนตรีมอบหมาย | ประธานกรรมการ |
| 2. | หม่อมหลวง ปนัดดา ดิศกุล
รัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรี | รองประธานกรรมการ |
| 3. | ปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี | กรรมการ |
| 4. | ปลัดกระทรวงการต่างประเทศ | กรรมการ |
| 5. | ปลัดกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร | กรรมการ |
| 6. | ปลัดกระทรวงมหาดไทย | กรรมการ |
| 7. | เลขาธิการสภาความมั่นคงแห่งชาติ | กรรมการ |
| 8. | โฆษกประจำสำนักนายกรัฐมนตรี | กรรมการ |
| 9. | รองศาสตราจารย์ไชยา ยิ้มวิไล
กรรมการผู้ช่วยรองนายกรัฐมนตรี (นายวิชณุ เครืองาม) | กรรมการ |
| 10. | นายदनัย จันท์เจ้าฉาย
ประธานมูลนิธิธรรมดี | กรรมการ |
| 11. | ศาสตราจารย์ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ
อดีตคณบดี คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ปัจจุบันดำรงตำแหน่ง อาจารย์ประจำคณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ (NIDA) | กรรมการ |
| 12. | นายวีระ ลิ้มปะพันธุ์
นายกสมาคมนักวิทยุและโทรทัศน์แห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์ | กรรมการ |
| 13. | พลเอก สุรวัช บุตรวงศ์
กรรมการผู้อำนวยการใหญ่สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก
ประธานโทรทัศน์รวมการเฉพาะกิจแห่งประเทศไทย
ที่ปรึกษาพิเศษกองทัพบก | กรรมการ |
| 14. | นายอมร วาณิชวิวัฒน์
อาจารย์ประจำภาควิชาสังคมและมนุษยวิทยา
คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย | กรรมการ |
| 15. | นายอภิรักษ์ จันทรงษ์
อธิบดีกรมประชาสัมพันธ์ | กรรมการและเลขานุการ |

- | | |
|---|----------------------------|
| 16. นายจรูญ ไชยศรี | กรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ |
| รองอธิบดีกรมประชาสัมพันธ์ | |
| 17. นางสินีนารถ วิมุกตานนท์ | กรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ |
| ผู้อำนวยการสำนักพัฒนานโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์ | |
-

- หมายเหตุ
1. คำสั่งสำนักนายกรัฐมนตรี ที่ 120/2557 ลว. 30 กันยายน 2557 เรื่อง มอบหมายและมอบอำนาจให้รองนายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรีปฏิบัติหน้าที่ประธานกรรมการรองประธานกรรมการและกรรมการในคณะกรรมการต่าง ๆ ตามกฎหมายและระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรี
 2. คำสั่งสำนักนายกรัฐมนตรี ที่ 103/2557 ลว. 15 กันยายน 2557 เรื่อง มอบหมายและมอบอำนาจให้รองนายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรีปฏิบัติราชการแทนนายกรัฐมนตรี
 3. คำสั่งประธานกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติที่ 1/2558 ลว. 21 เมษายน 2558 เรื่อง แต่งตั้งกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิในคณะกรรมการประชาสัมพันธ์



คำสั่งคณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ

ที่ ๒ /๒๕๕๘

เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการจัดทำร่างนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ห้า (พ.ศ. ๒๕๕๙-๒๕๖๔)

เพื่อให้การดำเนินงานของคณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติมีประสิทธิภาพ บรรลุวัตถุประสงค์ตามอำนาจหน้าที่ที่กำหนดไว้ในระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรี ว่าด้วยการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๕๓ อาศัยอำนาจตามความใน ข้อ ๑๐ ของระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรี ว่าด้วยการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๕๓ ประกอบกับมติคณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ครั้งที่ ๑/๒๕๕๘ เมื่อวันที่ ๒๘ พฤษภาคม ๒๕๕๘ จึงแต่งตั้งคณะกรรมการจัดทำร่างนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ห้า (พ.ศ. ๒๕๕๙-๒๕๖๔) โดยมีองค์ประกอบและอำนาจหน้าที่ ดังนี้

๑. องค์ประกอบ

- | | | |
|------|--|-------------------------------|
| ๑.๑ | อธิบดีกรมประชาสัมพันธ์ | ประธานอนุกรรมการ |
| ๑.๒ | รองศาสตราจารย์ไชยา ยิ้มวิไล | รองประธานอนุกรรมการ |
| ๑.๓ | นายदनัย จันทรเจ้าฉาย | อนุกรรมการ |
| ๑.๔ | ศาสตราจารย์ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ | อนุกรรมการ |
| ๑.๕ | นายวีระ ลิ้มปะพันธุ์ | อนุกรรมการ |
| ๑.๖ | พลเอก สุรวัช บุตรวงษ์ | อนุกรรมการ |
| ๑.๗ | นายอมร วาณิชวิวัฒน์ | อนุกรรมการ |
| ๑.๘ | ผู้อำนวยการสำนักยุทธศาสตร์และการวางแผนพัฒนาทางสังคม
สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ | อนุกรรมการ |
| ๑.๙ | ผู้อำนวยการสำนักนโยบายและแผนความมั่นคง
สำนักงานสภาความมั่นคงแห่งชาติ | อนุกรรมการ |
| ๑.๑๐ | นางสาวมนทิรา วิโรจน์อนันต์ | อนุกรรมการ |
| ๑.๑๑ | รองอธิบดีกรมประชาสัมพันธ์
(นายจรูญ ไชยสร) | อนุกรรมการและเลขานุการ |
| ๑.๑๒ | ผู้อำนวยการสำนักพัฒนานโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์
กรมประชาสัมพันธ์ | อนุกรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ |
| ๑.๑๓ | ผู้อำนวยการส่วนนโยบายและแผนประชาสัมพันธ์แห่งชาติ
สำนักพัฒนานโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์
กรมประชาสัมพันธ์ | อนุกรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ |

/อำนาจหน้าที่...

๒. อำนาจหน้าที่

๒.๑ จัดทำร่างนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ห้า พ.ศ. ๒๕๕๙-๒๕๖๔
เสนอคณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติให้ความเห็นชอบ

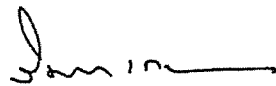
๒.๒ เสนอแนะ และให้คำปรึกษาแก่คณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติเกี่ยวกับนโยบาย
และแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ

๒.๓ ประสานการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานภาครัฐ และเอกชน ให้สอดคล้อง
กับนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ

๒.๔ ปฏิบัติงานอื่นตามที่คณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติมอบหมาย

ทั้งนี้ ตั้งแต่บัดนี้เป็นต้นไป

สั่ง ณ วันที่ ๑๑ มิถุนายน พ.ศ. ๒๕๕๘



(นายวิชณ เครืองาม)

รองนายกรัฐมนตรี

ประธานกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ

รายชื่อผู้จัดทำนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ 5
(พ.ศ. 2559 – 2564)

1. คณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ (กปช.)
2. คณะอนุกรรมการจัดทำร่างนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ 5 (พ.ศ. 2559 – 2564) ตามคำสั่งคณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ที่ 2/2558 ลงวันที่ 11 มิถุนายน 2558
3. คณะอาจารย์ที่ปรึกษา
 - 3.1 นายเกษมสันต์ วีระกุล นักวิชาการอิสระและผู้เชี่ยวชาญด้านการประชาสัมพันธ์
 - 3.2 นายชูศักดิ์ เจริญหงษ์ทอง นักประชาสัมพันธ์อิสระ
 - 3.3 นายสุทธิพันธ์ ภูระหงษ์ นักประชาสัมพันธ์อิสระ
 - 3.4 ผศ.ดร.พนม คล้ายยา คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
 - 3.5 ผศ.ดร.นันทิยา ดวงภูมิเมศ สถาบันวิจัยภาษาและวัฒนธรรมเอเชีย มหาวิทยาลัยมหิดล
 - 3.6 นางพรพิมล มฤคทัต ผู้ช่วยผู้อำนวยการสำนักสื่อสารองค์กร บริษัทปูนซีเมนต์ไทย จำกัด
 - 3.7 นายฉันทกร แก้วเกษ K Education Center ธนาคารกสิกรไทย
4. คณะผู้จัดทำที่ปรึกษา
 - 4.1 นายอภิรักษ์ จันทรังษี อธิบดีกรมประชาสัมพันธ์
 - 4.2 นายจรูญ ไชยศรี รองอธิบดีกรมประชาสัมพันธ์

สำนักพัฒนานโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์

 - 4.3 นางสินีนารถ วิมุกตานนท์ ผู้อำนวยการสำนักพัฒนานโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์
 - 4.2 นางสาวนา เชิญขวัญ ผู้อำนวยการส่วนนโยบายและแผนประชาสัมพันธ์แห่งชาติ
 - 4.3 นางนุชริน กลิ่นละออ ผู้อำนวยการส่วนประเมินผล
 - 4.4 นางสาววิภา ภูมิทอง นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการพิเศษ
 - 4.5 นางสาวอินทิรา สุวรรณ นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการ
 - 4.6 นางภัทรมน วงคำหมื่น นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการ
 - 4.7 นายเมธา สีนประกอบ นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการ
 - 4.8 นางสาวพนิดา ภาคพิศเจริญ นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการ
 - 4.9 นายณัฐพงศ์ จิกยong นักประชาสัมพันธ์ปฏิบัติการ
 - 4.12 นายเสน่ห์ แก้วอุดร นักประชาสัมพันธ์ปฏิบัติการ
 - 4.13 นางสาวประภาภรณ์ สุนทรวิภาต นักประชาสัมพันธ์
 - 4.14 นายภูมิ ฉายศิริ นักประชาสัมพันธ์
 - 4.15 นางสาวอังศุมาลิน รัตนภิรมย์ นักประชาสัมพันธ์
 - 4.16 นางสาววรรณพรรณ ทองศรีโชติช่วง นักประชาสัมพันธ์

5. หน่วยงานที่เข้าร่วมสัมมนาเชิงปฏิบัติการรับฟังความคิดเห็นที่มีต่อร่างนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ 5 (พ.ศ. 2559 – 2564) เมื่อวันที่ 22 กรกฎาคม 2558 ณ โรงแรมมิราเคิล แกรนด์ คอนเวนชั่น กรุงเทพมหานคร รวม 60 หน่วยงาน จำนวน 90 คน

5.1 หน่วยงานภาครัฐ/หน่วยงานอิสระ จำนวน 52 หน่วยงาน ประกอบด้วย

1) สำนักงานนายกรัฐมนตรี

- สำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
- สำนักงานเลขาธิการนายกรัฐมนตรี
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ

2) กระทรวงกลาโหม

- สำนักงานปลัดกระทรวงกลาโหม
- กองบัญชาการกองทัพไทย
- กองทัพบก
- กองทัพเรือ
- กองทัพอากาศ

3) กระทรวงการคลัง

- กรมบัญชีกลาง

4) กระทรวงการต่างประเทศ

- สำนักงานปลัดกระทรวงการต่างประเทศ
- กรมการกงสุล
- กรมพิธีการทูต
- กรมเศรษฐกิจระหว่างประเทศ
- กรมสารนิเทศ
- กรมสนธิสัญญาและกฎหมาย
- กรมองค์การระหว่างประเทศ
- กรมอาเซียน
- สำนักงานความร่วมมือเพื่อการพัฒนาระหว่างประเทศ

5) กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

- สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

- 6) กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์
 - สำนักงานปลัดกระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์
 - กรมพัฒนาสังคมและสวัสดิการ
- 7) กระทรวงเกษตรและสหกรณ์
 - สำนักงานปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์
- 8) กระทรวงคมนาคม
 - สำนักงานปลัดกระทรวงคมนาคม
- 9) กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
 - สำนักงานปลัดกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
- 10) กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร
 - สำนักงานปลัดกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร
 - กรมอุตุนิยมวิทยา
- 11) กระทรวงพลังงาน
 - สำนักงานปลัดกระทรวงพลังงาน
- 12) กระทรวงพาณิชย์
 - สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์
 - กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ
- 13) กระทรวงมหาดไทย
 - สำนักงานปลัดกระทรวงมหาดไทย
 - กรมการปกครอง
 - กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น
 - กรมการพัฒนาชุมชน
 - กรมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย
- 14) กระทรวงยุติธรรม
 - สำนักงานปลัดกระทรวงยุติธรรม
 - สำนักงานกิจการยุติธรรม
- 15) กระทรวงแรงงาน
 - สำนักงานปลัดกระทรวงแรงงาน
 - กรมการจัดหางาน
- 16) กระทรวงวัฒนธรรม
 - สำนักงานปลัดกระทรวงวัฒนธรรม
 - กรมการศาสนา

17) กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

- สำนักงานปลัดกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

18) กระทรวงศึกษาธิการ

- สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ
- สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน

19) กระทรวงสาธารณสุข

- สำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข

20) กระทรวงอุตสาหกรรม

- สำนักงานปลัดกระทรวงอุตสาหกรรม

21) สำนักงานตำรวจแห่งชาติ

22) สถาบันพระปกเกล้า

23) สำนักงานผู้ตรวจการแผ่นดิน

24) สำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ (ป.ป.ช.)

25) สำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตในภาครัฐ (ป.ป.ท.)

5.2 หน่วยงานเอกชน/สื่อมวลชน จำนวน 8 หน่วยงาน ประกอบด้วย

- บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน)
- บริษัท บีอีซี-เทโร เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน)
- บริษัท กรุงเทพโทรทัศน์และวิทยุ จำกัด
- บริษัท ทวีบุรพา จำกัด
- สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส
- สมาคมนักวิทยุและโทรทัศน์แห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์
- สมาคมหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์
- สมาคมผู้สื่อข่าวต่างประเทศแห่งประเทศไทย

ก
กนผ.
๑๓
๑๓

ด่วนที่สุด

ที่ นร ๐๕๐๕/ ๓๕๗/๕๑



สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี
ทำเนียบรัฐบาล กทม. ๑๐๓๐๐

๓ ตุลาคม ๒๕๕๘

เรื่อง นโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ห้า (พ.ศ. ๒๕๕๙ - ๒๕๖๔)

เรียน อธิบดีกรมประชาสัมพันธ์

สิ่งที่ส่งมาด้วย บัญชีสำเนาหนังสือที่ส่งมาด้วย

ด้วยรองนายกรัฐมนตรี (นายวิษณุ เครืองาม) ประธานกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ได้ขอให้นำเสนอคณะรัฐมนตรีพิจารณาให้ความเห็นชอบร่างนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ห้า (พ.ศ. ๒๕๕๙ - ๒๕๖๔) ตามมติคณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ครั้งที่ ๒/๒๕๕๘ วันที่ ๒๐ สิงหาคม ๒๕๕๘ เพื่อคณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติจะได้สร้างความเข้าใจให้กับหน่วยงานระดับกระทรวงและหน่วยงานในสังกัด พร้อมทั้งนำไปสู่การจัดทำแผนประชาสัมพันธ์ระดับหน่วยงานให้สอดคล้องกับนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ห้า (พ.ศ. ๒๕๕๙ - ๒๕๖๔) โดยเริ่มตั้งแต่ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๕๙ ต่อไป ซึ่งกระทรวงการคลัง กระทรวงการต่างประเทศ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร กระทรวงพลังงาน กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี กระทรวงสาธารณสุข กระทรวงอุตสาหกรรม สำนักงบประมาณ และสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติได้เสนอความเห็นไปเพื่อประกอบการพิจารณาของคณะรัฐมนตรีด้วย ความละเอียดปรากฏตามบัญชีสำเนาหนังสือที่ส่งมาด้วยนี้

คณะรัฐมนตรีได้มีมติเมื่อวันที่ ๖ ตุลาคม ๒๕๕๘ เห็นชอบตามที่คณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติเสนอ โดยให้คณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติรับความเห็นและข้อสังเกตของกระทรวงการต่างประเทศ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี สำนักงบประมาณ และสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติไปพิจารณาดำเนินการต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ ทั้งนี้ สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรีได้แจ้งให้สำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรีทราบด้วยแล้ว

ขอแสดงความนับถือ

(นางสาวอ้นฟ้า เวชชาชีวะ)

ผู้อำนวยการสำนักบริหารงานสารสนเทศ

รักษาการในตำแหน่งที่ปรึกษาประจำสำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี ปฏิบัติราชการแทน

เลขาธิการคณะรัฐมนตรี

สำนักพัฒนายุทธศาสตร์และติดตามนโยบายพิเศษ

โทร. ๐ ๒๒๘๐ ๙๐๐๐ ต่อ ๓๒๙ (สิริพร), ๔๔๒ (เฉลิมขวัญ)

โทรสาร ๐ ๒๒๘๐ ๑๔๔๖ www.cabinet.thaigov.go.th

บัญชีสำเนาหนังสือที่ส่งมาด้วย

เรื่อง นโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ห้า (พ.ศ. ๒๕๕๙ - ๒๕๖๔)

๑. สำเนาหนังสือคณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ด่วนที่สุด ที่ นร ๐๒๒๐.๐๒/๑๔๑๓ ลงวันที่ ๑๘ กันยายน ๒๕๕๘
๒. สำเนาหนังสือกระทรวงการคลัง ด่วนที่สุด ที่ กค ๐๔๐๗.๒/๒๑๓๘๘ ลงวันที่ ๕ ตุลาคม ๒๕๕๘
๓. สำเนาหนังสือกระทรวงการต่างประเทศ ด่วนที่สุด ที่ กต ๐๙๐๑/๒๕๑๙ ลงวันที่ ๖ ตุลาคม ๒๕๕๘
๔. สำเนาหนังสือกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ด่วนที่สุด ที่ กก ๐๒๐๒/๕๑๕๐ ลงวันที่ ๕ ตุลาคม ๒๕๕๘
๕. สำเนาหนังสือกระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ ด่วนที่สุด ที่ พม ๐๒๐๙/๑๐๐๓๕ ลงวันที่ ๓๐ กันยายน ๒๕๕๘
๖. สำเนาหนังสือกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ด่วนที่สุด ที่ ทส ๐๒๒๐.๒/๒๙๕๕ ลงวันที่ ๖ ตุลาคม ๒๕๕๘
๗. สำเนาหนังสือกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ด่วนที่สุด ที่ ทก ๐๑๐๐.๔/๑๐๓๓๗ ลงวันที่ ๖ ตุลาคม ๒๕๕๘
๘. สำเนาหนังสือกระทรวงพลังงาน ด่วนที่สุด ที่ พน ๐๒๐๒/๕๙๒ ลงวันที่ ๒๕ กันยายน ๒๕๕๘
๙. สำเนาหนังสือกระทรวงพาณิชย์ ด่วนที่สุด ที่ พณ ๐๒๐๑/๖๐๑๒ ลงวันที่ ๒ ตุลาคม ๒๕๕๘
๑๐. สำเนาหนังสือกระทรวงวัฒนธรรม ด่วนที่สุด ที่ วธ ๐๒๐๔.๓/๓๔๔๕๕ ลงวันที่ ๕ ตุลาคม ๒๕๕๘
๑๑. สำเนาหนังสือกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ด่วนที่สุด ที่ วท (ปคร) ๐๒๑๑/๗๑๓๓ ลงวันที่ ๖ ตุลาคม ๒๕๕๘
๑๒. สำเนาหนังสือกระทรวงสาธารณสุข ด่วนที่สุด ที่ สธ ๐๒๒๕/๔๒๑๒ ลงวันที่ ๖ ตุลาคม ๒๕๕๘
๑๓. สำเนาหนังสือกระทรวงอุตสาหกรรม ด่วนที่สุด ที่ อก ๐๒๐๕(๒)/๕๑๐๒ ลงวันที่ ๖ ตุลาคม ๒๕๕๘
๑๔. สำเนาหนังสือสำนักงบประมาณ ด่วนที่สุด ที่ นร ๐๗๐๕/๑๒ ลงวันที่ ๕ ตุลาคม ๒๕๕๘
๑๕. สำเนาหนังสือสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ที่ นร ๑๑๐๑/๕๗๗๘ ลงวันที่ ๖ ตุลาคม ๒๕๕๘



ส่วนที่ ๓

บันทึกข้อความ

๒๙๕๔๓

๒๙ ต.ค. ๕๘

๑๐. ๓๐

ส่วนราชการ กรมประชาสัมพันธ์ สำนักพัฒนานโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์ โทร. ๐ ๒๖๑๘๘ ๒๓๒๓ ต่อ ๑๕๐๙

ที่ นร ๐๒๒๐.๐๒/ ๑๕๖๒

วันที่ ๒๖

ตุลาคม ๒๕๕๘

เรื่อง ร่างนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ ๕ (พ.ศ. ๒๕๕๙ - ๒๕๖๔)

เรียน รองนายกรัฐมนตรี (นายวิษณุ เครืองาม) ประธานกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ

๑. ข้อเท็จจริง

คณะรัฐมนตรีได้มีมติเมื่อวันอังคารที่ ๖ ตุลาคม ๒๕๕๘ เห็นชอบร่างนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ ๕ (พ.ศ. ๒๕๕๙ - ๒๕๖๔) ตามที่คณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติเสนอ โดยให้ความเห็นและข้อสังเกตของกระทรวงการต่างประเทศ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี สำนักงบประมาณ และสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติไปพิจารณาดำเนินการด้วย รายละเอียดปรากฏตามเอกสารแนบ ๑

๒. การดำเนินการ

๒.๑ กรมประชาสัมพันธ์ในฐานะฝ่ายเลขานุการคณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติได้นำความเห็นของกระทรวงการต่างประเทศ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร และสำนักงบประมาณไปพิจารณาแล้วเห็นว่า เป็นข้อเสนอในด้านการปฏิบัติซึ่งจะได้นำไปเป็นแนวทางในการจัดทำ “คู่มือการเปลี่ยนนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ ๕ (พ.ศ. ๒๕๕๙ - ๒๕๖๔) สู่การปฏิบัติ” ต่อไป

๒.๒ สำหรับความเห็นของกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี และสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ กรมประชาสัมพันธ์ในฐานะฝ่ายเลขานุการคณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติได้นำไปปรับปรุงร่างนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ ๕ (พ.ศ. ๒๕๕๙ - ๒๕๖๔) แล้ว ดังนี้

๒.๒.๑ เพิ่มกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี เป็นหน่วยงานร่วมรับผิดชอบในยุทธศาสตร์ที่ ๒ การประชาสัมพันธ์นโยบายแห่งรัฐ กลยุทธ์ที่ ๑ การประชาสัมพันธ์เชิงรุกเพื่อสร้างความเข้าใจต่อแนวนโยบายพื้นฐานแห่งรัฐ ประเด็นการประชาสัมพันธ์ข้อ ๓ การประชาสัมพันธ์การเป็นสมาชิกประชาคมอาเซียน

๒.๒.๒ เพิ่มมาตรการประชาสัมพันธ์ “ส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดการมีส่วนร่วมจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องโดยระดมความคิดเห็นเพื่อให้เกิดการสื่อสารสองทางกับกลุ่มเป้าหมายและสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ของการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ” ในมาตรการภายใต้ยุทธศาสตร์ทั้ง ๔ ยุทธศาสตร์

๒.๒.๓ เพิ่มการกำหนดประเด็นการประชาสัมพันธ์ที่เป็นวาระแห่งชาติและจัดลำดับการเผยแพร่ในแต่ละช่วงเวลาเพื่อให้หน่วยงานต่าง ๆ นำไปปฏิบัติได้อย่างเป็นรูปธรรมในส่วนที่ ๔ การนำนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ ๕ (พ.ศ. ๒๕๕๙ - ๒๕๖๔) สู่การปฏิบัติ ข้อ ๒.๘

รายละเอียดปรากฏตามเอกสารแนบ ๒

๓. ข้อพิจารณา

เพื่อให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของชาติสอดคล้องเป็นไปในทิศทางเดียวกัน รวมทั้งสอดคล้องกับช่วงเวลาของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๖๔)

จ.๖) ๑๑๑๑

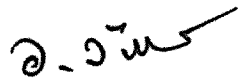
๑๓.๑ ๕๖ ๑๑.๕๕ ๕๖

รอง นรม. (๖) ๒๙๕๓

วันที่ ๒๖/๑๐/๕๘ เวลา ๑๖.๔๕

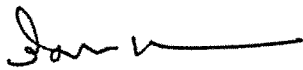
กรมประชาสัมพันธ์ในฐานะฝ่ายเลขานุการคณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ จึงเสนอมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความเห็นชอบการปรับปรุงร่างนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ ๕ (พ.ศ. ๒๕๕๙ - ๒๕๖๔) เพื่อกรมประชาสัมพันธ์จะได้นำไปจัดพิมพ์นโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ ๕ (พ.ศ. ๒๕๕๙ - ๒๕๖๔) และคู่มือการแปลงนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ ๕ (พ.ศ. ๒๕๕๙ - ๒๕๖๔) สู่การปฏิบัติ เพื่อเผยแพร่ให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำไปปฏิบัติต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความเห็นชอบต่อไปด้วย จะขอขอบคุณยิ่ง



(นายอนันต์ จันทรังษี)
อธิบดีกรมประชาสัมพันธ์
กรรมการและเลขานุการ
คณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ

15/11/๕๘



(นายวิชณุ เครืองาม)
รองนายกรัฐมนตรี
28 ต.ค. 2558

