



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 รวมทั้งฟื้นฟูระเบียบสังคมและเป็นธรรมแก่ทุกฝ่าย 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 เสริมสร้างการบริหารจัดการข้อมูลข่าวสารของหน่วยงานรัฐในห่วงโซาการณัณณณณณให้มีเอกภาพ 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 เพื่อนำสังคมไทยกลับคืนสู่ความสมัครสมานสามัคคี เอื้ออาทร และคนไทย มีความสุขถ้วนหน้าพร้อมทั้งนำประเทศไทยให้ผ่านพ้นวิกฤตเศรษฐกิจครั้งสำคัญเพื่อให้สามารถพัฒนาต่อไปได้อย่างมั่นคงและยั่งยืนคือการเสริมสร้างความปรองดองของคนในชาติให้เกิดขึ้นโดยเร็ว โดยใช้แนวทางสันติ รับฟังความเห็นจากทุกฝ่ายและหลีกเลี่ยงการใช้ความรุนแรงในการแก้ไขปัญหาความขัดแย้งในชาติในทุกกรณี รวมทั้งฟื้นฟูระเบียบสังคมและบังคับใช้กฎหมายอย่างเท่าเทียม และเป็นธรรมแก่ทุกฝ่าย ตลอดจนสนับสนุนองค์กรตามรัฐธรรมนูญให้มีส่วนร่วมในการสร้างความสมานฉันท์ ภายใต้กรอบของบทบาทอำนาจและหน้าที่ขององค์กร

การสร้างความปรองดองของคนในชาติ ไม่สามารถสำเร็จได้ด้วยฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง หรือบุคคลใดบุคคลหนึ่ง แต่ต้องเป็นการรวมพลังคนไทยทั่วประเทศ จึงจำเป็นต้องมีการประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องอย่างกว้างขวาง เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจ และเกิดทัศนคติที่ดีของประชาชน ซึ่งจะนำไปสู่ความร่วมมือในการสร้างความปรองดองให้เกิดขึ้นกับคนทุกภาคส่วนในประเทศต่อไป

เป้าประสงค์ : ประชาชนเข้าใจและรับรู้เป้าหมายของการพัฒนาชาติ มองเห็นหลักชัยของประเทศ ยอมรับความคิดเห็นที่แตกต่าง คิดอย่างมีเหตุมีผล โดยเห็นประโยชน์ส่วนรวมเป็นสำคัญ

กลยุทธ์ : การประชาสัมพันธ์เชิงรุก เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจและรับรู้เป้าหมายของการพัฒนาประเทศ 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 สมาคมนักข่าววิทยุและโทรทัศน์แห่งประเทศไทย

2. การประชาสัมพันธ์ค่านิยมหลักของคนไทย 12 ประการ มีมาตรการดำเนินการดังนี้

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

2.2 ปลุกฝังค่านิยมหลักของคนไทย 12 ประการให้กับเยาวชน โดยประชาสัมพันธ์เชื่อมโยงกับกรณีตัวอย่างที่ดีที่เกิดขึ้นในสังคม เพื่อให้เยาวชนเกิดการคิดวิเคราะห์ ประเมินค่า และตัดสินใจ ก่อนนำไปสู่การปฏิบัติจริง

2.3 ประชาสัมพันธ์ค่านิยมหลักของคนไทย 12 ประการ โดยสร้างความเข้าใจกับประชาชนด้วยหลักเหตุผล เพื่อนำไปสู่การยอมรับ นำไปปฏิบัติ และเกิดการพัฒนาจนเป็นนิสัย ในที่สุด

2.4 รมรณรงค์ให้เจ้าหน้าที่รัฐ ผู้นำท้องถิ่น นักการเมือง และข้าราชการทุกระดับประพฤติปฏิบัติตนเป็นต้นแบบตามค่านิยมหลักของคนไทย 12 ประการ

2.5 เผยแพร่เกียรติคุณบุคลากรและองค์กร ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนที่ปฏิบัติตามค่านิยมหลักของคนไทย 12 ประการ เพื่อเป็นขวัญกำลังใจ และเป็นตัวอย่างที่ดีให้กับบุคคลและหน่วยงานอื่นนำไปปฏิบัติต่อไป

2.6 รมรณรงค์ค่านิยมหลักของคนไทย 12 ประการอย่างจริงจังและต่อเนื่องทุกภาคส่วน โดยสอดแทรกอยู่ในบทเรียนและการดำเนินชีวิตประจำวัน เพื่อให้ค่านิยมหลักของคนไทย 12 ประการ ดำรงอยู่ในสังคมไทยอย่างยั่งยืน

2.7 ส่งเสริมและสนับสนุนการสร้างช่องทางการสื่อสารประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสมัยใหม่ 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 สมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์ 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 ธรณรงค์ 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) องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

- (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 ส่งผลกระทบต่อนามันและความสามัคคีของคนในชาติ 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 โดยบูรณาการบุคลากรจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน เพื่อจัดทำแผนการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารในภาวะวิกฤต ที่ชัดเจนและเป็นรูปธรรม สร้างความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้อง ป้องกันการตื่นตระหนกแก่ประชาชน
3. จัดตั้งศูนย์ปฏิบัติการประชาสัมพันธ์เพื่อบริหารจัดการด้านข้อมูลข่าวสาร อำนวยความสะดวกและจัดระเบียบการทำงานของสื่อมวลชน จัดชุดปฏิบัติงาน จัดแถลงข่าว จัดประชุมชี้แจงสรุปสถานการณ์ การให้ความช่วยเหลือของภาครัฐ และการฟื้นฟูพื้นที่ที่ประสบภัย เป็นต้น พร้อมทั้งจัดตั้งศูนย์ข้อมูลร่วม (Joint Information Center: JIC) และให้มีการฝึกซ้อมทั้งภายในหน่วยงานและระหว่างหน่วยงาน
4. ปลุกจิตสำนึกให้ประชาชนตระหนักถึงการเตรียมการป้องกันและแก้ไขปัญหา ที่เกิดขึ้นก่อนเกิดเหตุและสามารถจัดการได้อย่างมีประสิทธิภาพเมื่อเกิดเหตุวิกฤต
5. ส่งเสริมและสนับสนุนให้หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น สมาคม มูลนิธิ ให้ความรู้ ความเข้าใจแก่ประชาชนในเรื่องการป้องกันและแนวทางแก้ไขปัญหา เมื่อเกิดสาธารณภัยในกรอบแผนการป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยแห่งชาติ
6. รณรงค์และเสริมสร้างความร่วมมือจากทุกภาคส่วน เพื่อให้ทุกภาคส่วนในสังคม เข้ามาช่วยเหลือประชาชนที่ได้รับความเดือดร้อนจากสาธารณภัยและภัยความมั่นคงรูปแบบใหม่อย่างต่อเนื่อง
7. พิจารณาทบทวนหรือกำหนดระเบียบข้อบังคับทางกฎหมาย เพื่อกำกับดูแล การสื่อสารแหล่งข่าวที่ชัดเจนในภาวะวิกฤต
8. จัดทำระบบติดตามประเมินผลการดำเนินงาน และเก็บรวบรวมเป็นฐานข้อมูลในภาวะวิกฤต
9. ผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจในการเตรียมการป้องกัน และแก้ไขปัญหา รวมถึงประชาสัมพันธ์ช่องทางในการร้องทุกข์และการให้ความช่วยเหลือแก่ประชาชนในช่วงภาวะวิกฤต

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 ความสัมพันธ์ในเรื่องการค้าต่างประเทศ 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 มีเกณฑ์ชี้วัด ประเมินผลงานที่มีประสิทธิภาพให้แก่หน่วยงานปฏิบัติ 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 ซึ่งอาจดำเนินการเปรียบเทียบกับ (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) ตลอดจนอำนวยการ เสนอแนะให้คำปรึกษากับหน่วยงานภาครัฐ 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 ว่าด้วยการประชาสัมพันธ์ แห่งชาติ 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 และผู้ทรงคุณวุฒิ ไม่เกินหกคน ซึ่งประธานกรรมการแต่งตั้ง เป็นกรรมการ อธิบดีกรมประชาสัมพันธ์ เป็นกรรมการ และเลขาธิการ รองอธิบดีกรมประชาสัมพันธ์ที่อธิบดีกรมประชาสัมพันธ์มอบหมาย และผู้อำนวยการสำนักในกรมประชาสัมพันธ์ที่อธิบดีกรมประชาสัมพันธ์มอบหมาย เป็นกรรมการและผู้ช่วยเลขาธิการ

การแต่งตั้งกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิตามวรรคหนึ่ง ให้พิจารณาจากบุคคลซึ่งมีความรู้ ความเชี่ยวชาญ มีผลงานและประสบการณ์ที่เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์และการสื่อสารมวลชน

ข้อ ๖ กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิตามข้อ ๕ มีวาระการดำรงตำแหน่งคราวละสองปีนับแต่วันที่ได้รับแต่งตั้ง

ในกรณีที่กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิพ้นจากตำแหน่งก่อนครบวาระหรือในกรณีที่ประธานกรรมการแต่งตั้งกรรมการเพิ่มขึ้นในระหว่างที่กรรมการซึ่งแต่งตั้งไว้แล้วยังมีวาระอยู่ในตำแหน่ง ให้ผู้ได้รับแต่งตั้งให้ดำรงตำแหน่งแทนหรือเป็นกรรมการเพิ่มขึ้นอยู่ในตำแหน่งเท่ากับวาระที่เหลืออยู่ของกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิผู้นั้น

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 ถ้าประธานกรรมการไม่อยู่ในที่ประชุมหรือไม่อาจปฏิบัติหน้าที่ได้ ให้รองประธานกรรมการทำหน้าที่ประธานในที่ประชุม 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 เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจอันถูกต้อง 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
อาจารย์ประจำภาควิชาสังคมและมานุษยวิทยา
คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย | กรรมการ |
| 15. | นายอภิรักษ์ จันทรังษี
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

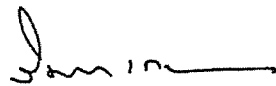
๒.๒ เสนอแนะ และให้คำปรึกษาแก่คณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติเกี่ยวกับนโยบาย
และแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ

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 ชื่นขวัญ ผู้อำนวยการส่วนนโยบายและแผนประชาสัมพันธ์แห่งชาติ
 - 4.3 นางนุชริน กลิ่นละออ ผู้อำนวยการส่วนประเมินผล
 - 4.4 นางสาววิภา ภูมิทอง นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการพิเศษ
 - 4.5 นางสาวอินทิรา สุวรรณ นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการ
 - 4.6 นางภัทรมน วงศ์คำหมื่น 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 นางสาววรรณพรพรรณ 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) สำนักนายกรัฐมนตรี

- 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 ๑

บันทึกข้อความ

๒๙๕๔๓

๒๙ ต.ค. ๕๘

๑๐. ๓๐

ส่วนราชการ กรมประชาสัมพันธ์ สำนักพัฒนานโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์ โทร. ๐ ๒๖๑๘ 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

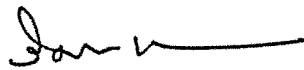
กรมประชาสัมพันธ์ในฐานะฝ่ายเลขานุการคณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ จึงเสนอมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความเห็นชอบการปรับปรุงร่างนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ ๕ (พ.ศ. ๒๕๕๙ - ๒๕๖๔) เพื่อกรมประชาสัมพันธ์จะได้นำไปจัดพิมพ์นโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ ๕ (พ.ศ. ๒๕๕๙ - ๒๕๖๔) และคู่มือการแปลงนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ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

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความเห็นชอบต่อไปด้วย จะขอขอบคุณยิ่ง



(นายอนันต์ จันทรังษี)
อธิบดีกรมประชาสัมพันธ์
กรรมการและเลขานุการ
คณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ

15/11/๕๘



(นายวิชณ เครืองาม)
รองนายกรัฐมนตรี
28 ต.ค. 2558

