



คู่มือ

การนำนโยบายและแผน
การประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่สี่
(พ.ศ. ๒๕๔๕ - ๒๕๔๘)
ไปสู่การปฏิบัติ

คณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ
สำนักนายกรัฐมนตรี

คำนำ

คู่มือการนำนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ ๔ พ.ศ. ๒๕๔๕-๒๕๔๙ ไปสู่การปฏิบัตินี้จัดทำขึ้นเพื่อให้หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนใช้เป็นแนวทางในการจัดทำแผนปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ให้สอดคล้องและเป็นไปในแนวทางเดียวกัน ภายใต้ยุทธศาสตร์และมาตรการที่กำหนดไว้ในนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ ๔ พ.ศ. ๒๕๔๕-๒๕๔๙

สาระสำคัญของคู่มือฯ ประกอบด้วย ๓ ส่วน คือ **ส่วนที่หนึ่ง** : ว่าด้วยการสรุปสาระสำคัญของ ปรัชญา วิสัยทัศน์ วัตถุประสงค์ เป้าหมาย นโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์ **ส่วนที่สอง** : ว่าด้วยการนำนโยบายและแผนฯ ฉบับที่ ๔ ไปสู่การปฏิบัติ ซึ่งกำหนดแนวทางไว้ ๕ ขั้นตอน และ **ส่วนที่สาม** : ว่าด้วยยุทธศาสตร์ มาตรการ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการนำนโยบายและแผนฯ ฉบับที่ ๔ ไปสู่การปฏิบัติ

คณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ หวังว่าคู่มือการนำนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ ๔ พ.ศ. ๒๕๔๕-๒๕๔๙ ไปสู่การปฏิบัติจะช่วยให้หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน สามารถนำไปใช้ประโยชน์ และสนับสนุนให้นโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ ๔ พ.ศ. ๒๕๔๕-๒๕๔๙ ประสบผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่วางไว้

คณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ

สารบัญ

	หน้า
ส่วนที่ ๑ สรุปสาระสำคัญของนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ ๔	๑
พ.ศ. ๒๕๕๕-๒๕๕๙	
- ปรัชญาการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ	๑
- วิสัยทัศน์การประชาสัมพันธ์แห่งชาติ	๑
- วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ	๒
- เป้าหมายการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ	๒
- นโยบายการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ	๓
- แผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ	๔
ส่วนที่ ๒ การนำนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ ๔ ไปสู่การปฏิบัติ	๙
ขั้นตอนที่ ๑ การสร้างความรู้ ความเข้าใจในสาระสำคัญของนโยบายและแผน	๙
การประชาสัมพันธ์แห่งชาติ	
ขั้นตอนที่ ๒ การตรวจสอบยุทธศาสตร์	๑๑
ขั้นตอนที่ ๓ การจัดทำแผนปฏิบัติการ	๑๒
ขั้นตอนที่ ๔ การปฏิบัติงานตามแผนปฏิบัติการ	๑๕
ขั้นตอนที่ ๕ การติดตามประเมินผล	๑๘
ส่วนที่ ๓ ยุทธศาสตร์ มาตรการ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการนำนโยบายและแผนฯ	๒๓
ฉบับที่ ๔ ไปสู่การปฏิบัติ	
- แผนการประชาสัมพันธ์ในประเทศ	๒๔
- แผนการประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศ	๕๒

สารบัญตาราง

หน้า

- แผนภูมิที่ ๑ : ผังแสดงความสัมพันธ์ของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๙ กับนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ ๔ และแผนปฏิบัติการในระดับต่าง ๆ ๘
- แผนภูมิที่ ๒ : ผังแสดงโครงสร้างการนำนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ ๔ ไปสู่การปฏิบัติ ๒๐
- แผนภูมิที่ ๓ : ผังแสดงขั้นตอนการนำนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ ๔ ไปสู่การปฏิบัติ ๒๑

ส่วนที่ ๑

สรุปลงสาระสำคัญ

นโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ ๔

พ.ศ. ๒๕๔๕ - ๒๕๔๙

การพัฒนาประเทศเพื่อให้บรรลุเป้าหมายตามที่กำหนดไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๙ พ.ศ. ๒๕๔๕-๒๕๔๙ นั้น จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมสนับสนุนการดำเนินงานเพื่อพัฒนาประเทศในด้านต่าง ๆ ซึ่งการประชาสัมพันธ์จะเป็นเครื่องมือในการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสาร สร้างความเข้าใจกับประชาชนก่อให้เกิดทัศนคติที่ดี เกิดการยอมรับและให้ความร่วมมือสนับสนุนการพัฒนาประเทศ

ดังนั้น เพื่อให้การประชาสัมพันธ์ของประเทศเป็นไปอย่างมีระบบ เป็นเอกภาพ และสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๙ สอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาล ตลอดจนเพื่อให้หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชนและภาคประชาชนให้ความร่วมมือสนับสนุนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง จึงได้กำหนดนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ ๔ พ.ศ. ๒๕๔๕-๒๕๔๙ ดังต่อไปนี้

ปรัชญาการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ

“การประชาสัมพันธ์แห่งชาติ นั้น หัวใจสำคัญอยู่ที่การให้ข้อมูลข่าวสารที่เป็นความจริง เพื่อเสริมสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีระหว่างคนในชาติและประชาคมโลก โดยใช้กระบวนการประชาสัมพันธ์ตามหลักวิชาการเป็นแนวทางในการปฏิบัติ ทั้งนี้ ต้องยึดถือผลประโยชน์ของประเทศชาติและประชาชนอย่างถูกต้องชอบธรรมเป็นหลัก มิใช่เพื่อผลประโยชน์ของคนกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง”

วิสัยทัศน์การประชาสัมพันธ์

“การประชาสัมพันธ์แห่งชาติจะยึดหลักการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่เป็นความจริงและเกิดประโยชน์ต่อการพัฒนาประเทศ โดยผ่านกระบวนการประชาสัมพันธ์แบบครบวงจรและเน้นการ

มีส่วนร่วมจากภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน ทั้งนี้ การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของชาติ ตั้งอยู่บนพื้นฐานของความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีของคนในสังคมไทยที่มีคุณภาพ เป็นสังคมแห่งภูมิปัญญาและการเรียนรู้ที่มีความสมานฉันท์และเอื้ออาทรต่อกัน”

วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์

๑. ดำรงรักษาและเผยแพร่อุดมการณ์ ค้ำค้ำศรี และเกียรติภูมิของประเทศไทย
๒. จรรโลงและพัฒนาระบบอบประชาธิปไตย อันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นองค์พระประมุขให้วัฒนาสถาพรในประเทศไทย
๓. ส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาการเมือง เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม ศิลธรรมอันดีของชาติ ตลอดจนเทคโนโลยีสารสนเทศสมัยใหม่
๔. เสริมสร้างเสถียรภาพและความมั่นคงของชาติ
๕. ส่งเสริมความเข้าใจ ความไว้วางใจ และความสัมพันธ์อันดีระหว่างรัฐกับประชาชน และความสามัคคีของคนในชาติ
๖. เสริมสร้างชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศไทย ให้เกิดความเข้าใจที่ดีระหว่างนานาชาติและประชาคมโลก

เป้าหมายการประชาสัมพันธ์

๑. ให้ประชาชนเกิดความตระหนักในคุณค่าของความเป็นไทย เกิดการมีส่วนร่วมและให้ความร่วมมือในการเสริมสร้างชื่อเสียงและเกียรติภูมิแห่งชาติ และร่วมกันดำรงรักษาวัฒนธรรม ประเพณีอันดีงามของชาติให้ดำรงอยู่อย่างมั่นคงสืบไป
๒. ให้ประชาชนมีทัศนคติที่ดี ให้ความร่วมมือมีส่วนร่วมและสนับสนุนนโยบายของรัฐบาล
๓. ให้ประชาชนได้รับข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องทุกด้านทั้งในทางการเมือง เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และศิลปกรรม ตลอดจนข้อมูลข่าวสารเทคโนโลยีสารสนเทศสมัยใหม่ เพื่อให้เกิดความตระหนัก และนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อการสร้างสรรค์สังคมไทยให้มีคุณภาพ ส่งเสริมการพัฒนาประเทศให้มีความเข้มแข็งขึ้น
๔. ให้ประชาชนได้รับความรู้ ความเข้าใจ เห็นความสำคัญด้านความมั่นคงของชาติ และให้ความร่วมมือในการสร้างความมั่นคงให้เกิดขึ้นกับสถาบันชาติ ศาสนา และพระมหากษัตริย์
๕. ให้ประชาชนเกิดความภาคภูมิใจ รักความเป็นไทย ให้ความร่วมมือในการเสริมสร้าง

ชื่อเสียง เกียรติภูมิ และภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศไทยให้เป็นที่รู้จักและยอมรับระหว่างนานาชาติและประชาคมโลก

นโยบายการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ

เพื่อให้การประชาสัมพันธ์ของชาติบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมาย จึงเห็นควรกำหนดนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ ๔ พ.ศ. ๒๕๔๕-๒๕๔๙ ดังนี้

๑. นโยบายเร่งด่วน ดำเนินการภายในระยะเวลา ๒ ปี ตั้งแต่ พ.ศ. ๒๕๔๕-๒๕๔๖

๑.๑ จัดให้มีแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ เพื่อเป็นกรอบทิศทางให้หน่วยงานภาครัฐนำไปจัดทำแผนปฏิบัติการให้เกิดผลในทางปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม

๑.๒ พัฒนา ปรับปรุง ระบบและโครงสร้างการประชาสัมพันธ์ของชาติ โดยจัดให้มี

๑) คณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ (กปช.) ประกอบด้วย ผู้แทนหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน มีอำนาจหน้าที่กำหนดนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ กำกับดูแล และเป็นศูนย์กลางการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ตลอดจนเสนอแนะ ให้คำปรึกษาแก่คณะรัฐมนตรี ในการประเมินสถานการณ์ที่มีผลกระทบต่อประเทศไทย และกำหนดมาตรการประชาสัมพันธ์อย่างเหมาะสม และทันต่อเหตุการณ์

๒) มีหน่วยงานหลักที่ทำหน้าที่เป็นฝ่ายเลขานุการของ กปช. โดยเป็นศูนย์ข้อมูลและศูนย์ประสานงานการประชาสัมพันธ์ของชาติให้ต่อเนื่องทันสถานการณ์และมีประสิทธิภาพ โดยมีทรัพยากรที่สนับสนุนส่งเสริมด้านการประชาสัมพันธ์ครบถ้วน

๓) พัฒนาหน่วยงานประชาสัมพันธ์ในระดับกระทรวง ทบวง กรม และองค์กรอื่น ๆ ของรัฐทั้งหมด ทั้งในราชการบริหารส่วนกลาง ภูมิภาค และท้องถิ่น ให้มีความพร้อมในเครื่องมืออุปกรณ์ และบุคลากรที่มีคุณภาพ สามารถดำเนินการตามแผนได้อย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมทั้งสร้างระบบการประสานงานระหว่างหน่วยงานฝ่ายเลขานุการของ กปช. กับหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน ให้ชัดเจน

๑.๓ พัฒนา ปรับปรุง กฎหมาย กฎและระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ และการสื่อสารมวลชนให้มีความชัดเจนทันสมัย ถูกต้อง สอดคล้องกับรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. ๒๕๔๐ โดยจัดให้มีผู้แทนจากหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน เข้ามามีส่วนร่วมในการยกร่างกฎหมาย กฎและระเบียบดังกล่าว

๑.๔ จัดให้มีแผนยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์วาระแห่งชาติและนโยบาย

ของรัฐบาล เพื่อเป็นการให้ความรู้ ความเข้าใจกับประชาชน และแสวงหาความร่วมมือจากประชาชนในการผลักดันเรื่องที่เป็นวาระแห่งชาติ และโครงการของรัฐให้บรรลุเป้าหมาย

๑.๕ ส่งเสริมให้ผู้บริหารระดับสูงของหน่วยงานภาครัฐเห็นความสำคัญ และบริหารจัดการประชาสัมพันธ์เชิงรุกตามแผนงาน/โครงการ เพื่อสนับสนุนนโยบายของรัฐบาล และยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๔

๒. นโยบายทั่วไป ดำเนินการภายในระยะเวลา ๕ ปี ตั้งแต่ปี พ.ศ. ๒๕๕๕ - ๒๕๕๙

๒.๑ ส่งเสริมให้สื่อมวลชนมีความเจริญก้าวหน้าบนพื้นฐานของเสรีภาพและความรับผิดชอบในการเสนอข่าว ข้อมูล เรื่องราวที่ถูกต้องตามความเป็นจริงต่อสาธารณชน และเสนอความคิดเห็นที่ไม่กระทบกระเทือนต่อสิทธิเสรีภาพของบุคคล เกียรติภูมิ ศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ และความมั่นคงปลอดภัยของสถาบันชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์

๒.๒ สนับสนุนการศึกษาอบรมและการวิจัยทางการประชาสัมพันธ์และการสื่อสารมวลชน เพื่อให้เกิดประโยชน์ในการปรับปรุงแก้ไขดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของชาติให้บรรลุวัตถุประสงค์ด้วยดี

๒.๓ ส่งเสริมให้มีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศสมัยใหม่เข้ามาสนับสนุนการประชาสัมพันธ์ของชาติ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถและพัฒนาคุณภาพคนให้มีความรู้ ทักษะ และความพร้อมที่จะรับการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ

๒.๔ พัฒนาบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์ภายในประเทศและต่างประเทศ ให้มีความรู้ ความสามารถ เพิ่มทักษะ เทคนิค กลยุทธ์ และความคิดสร้างสรรค์ทางด้านการประชาสัมพันธ์ รวมทั้งส่งเสริมและยกระดับความก้าวหน้าในวิชาชีพการประชาสัมพันธ์

๒.๕ ส่งเสริมและพัฒนาเครือข่ายการประชาสัมพันธ์ในทุกระดับทั้งภายในและต่างประเทศ เพื่อให้การประสานงานระหว่างหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน คล่องตัวมากขึ้น ตลอดจนสนับสนุนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของชาติ

แผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ

เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ เป้าหมาย และนโยบายการประชาสัมพันธ์แห่งชาติที่กำหนดไว้ แผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ ๔ พ.ศ. ๒๕๕๕-๒๕๕๙ จึงกำหนดแผนการประชาสัมพันธ์ไว้ ๒ แผน ดังนี้

๑. แผนการประชาสัมพันธ์ในประเทศ
๒. แผนการประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศ

๑. แผนการประชาสัมพันธ์ในประเทศ ประกอบด้วย ๕ ยุทธศาสตร์ ดังนี้

(๑) ยุทธศาสตร์การพัฒนองค์การและการบริหารจัดการ โดยผลักดันให้มีพระราชบัญญัติการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ เพื่อรองรับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของชาติ ตลอดจนเร่งรัด พัฒนา ปรับปรุง แก้ไข กฎหมาย กฎและระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์และการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร เพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงและเหมาะสมกับสถานการณ์ปัจจุบัน ส่งเสริมการสร้างเครือข่ายการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ รวมทั้งปรับปรุงโครงสร้างหน่วยงานประชาสัมพันธ์ภาครัฐให้สอดคล้องเหมาะสมตามที่กำหนดไว้ในพระราชบัญญัติการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ

(๒) ยุทธศาสตร์การพัฒนาสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ โดยพัฒนาระบบสารสนเทศและขีดความสามารถของสำนักงานเลขานุการคณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ให้เป็นศูนย์ประสานงานการประชาสัมพันธ์ของรัฐที่มีประสิทธิภาพ ตลอดจนส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการพัฒนาศักยภาพของสื่อมวลชนภาครัฐและอาสาสมัครประชาสัมพันธ์ประจำหมู่บ้าน รวมทั้งให้มีการแสวงหาความร่วมมือจากสื่อต่าง ๆ ทั้งภาครัฐ และภาคเอกชน โดยเน้นการประสานแผนการใช้สื่อและระดมทรัพยากรด้านสื่อ เพื่อให้การประชาสัมพันธ์ของชาติมีประสิทธิภาพ

(๓) ยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพบุคลากรเพื่อการประชาสัมพันธ์ โดยให้สำนักงานเลขานุการคณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ เป็นศูนย์กลางวิชาการด้านการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้คำปรึกษาและข้อเสนอแนะกับหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน ตลอดจนส่งเสริมและสนับสนุนให้หน่วยงานภาครัฐ จัดทำงบประมาณหรือจัดทุนเพื่อสนับสนุนให้บุคลากรได้เข้ารับการศึกษา อบรม ดูงานด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ สื่อสารมวลชน ทั้งจากสถาบันการศึกษาในประเทศและต่างประเทศ

(๔) ยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์นโยบายของรัฐ โดยแบ่งการประชาสัมพันธ์ออกเป็น ๑๕ ด้าน ได้แก่ การประชาสัมพันธ์นโยบายของรัฐบาล ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ประเด็นที่เป็นวาระแห่งชาติ การปฏิรูประบบราชการ การสร้างระบบบริหารจัดการที่ดี การประชาสัมพันธ์เพื่อป้องกันและปราบปรามการทุจริตและประพฤติมิชอบ การประชาสัมพันธ์เพื่อ

พัฒนาการเมือง การเสริมสร้างชุมชนเข้มแข็ง การส่งเสริมระเบียบวินัยในสังคม การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความมั่นคงของชาติ การส่งเสริมเอกลักษณ์และวัฒนธรรมของชาติ การบริหารจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม การพัฒนาคุณภาพชีวิต การป้องกันและแก้ไขปัญหาภัยธรรมชาติและสาธารณภัย การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว การป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติด และการประชาสัมพันธ์การส่งเสริมและแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับพืชเศรษฐกิจ

(๕) ยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์เฉพาะกิจในประเทศ โดยมีการจัดตั้งศูนย์ประชาสัมพันธ์เฉพาะกิจในสถานการณ์ที่มีผลกระทบต่อประเทศไทย และให้สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ เป็นหน่วยงานหลักในการอำนวยความสะดวกและประสานงานกับหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน เพื่อรับผิดชอบในการประชาสัมพันธ์และสร้างความเข้าใจกับประชาชนต่อสถานการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น

๒. แผนการประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศ ประกอบด้วย ๕ ยุทธศาสตร์ ดังนี้

(๑) ยุทธศาสตร์การพัฒนาองค์การและเครือข่ายประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศ โดยเร่งรัด ปรับปรุง แก้ไขกฎหมาย กฎ และระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ต่างประเทศ เพื่อให้ทันสมัยและเหมาะสมกับการปฏิบัติงานในสถานการณ์ปัจจุบัน กำหนดแนวทางในการประชาสัมพันธ์ต่างประเทศทั้งในเชิงรุกและเชิงรับอย่างเป็นรูปธรรม ตลอดจนศึกษาความจำเป็นในการจัดตั้งสำนักงานที่ปรึกษาการประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศ และสร้างระบบการติดต่อสื่อสารระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและเครือข่ายประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศ โดยเฉพาะประเทศในกลุ่มอาเซียน เพื่อความร่วมมือในการปฏิบัติงาน รวมทั้งจัดให้มีระบบการติดตามประเมินผลการประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศ

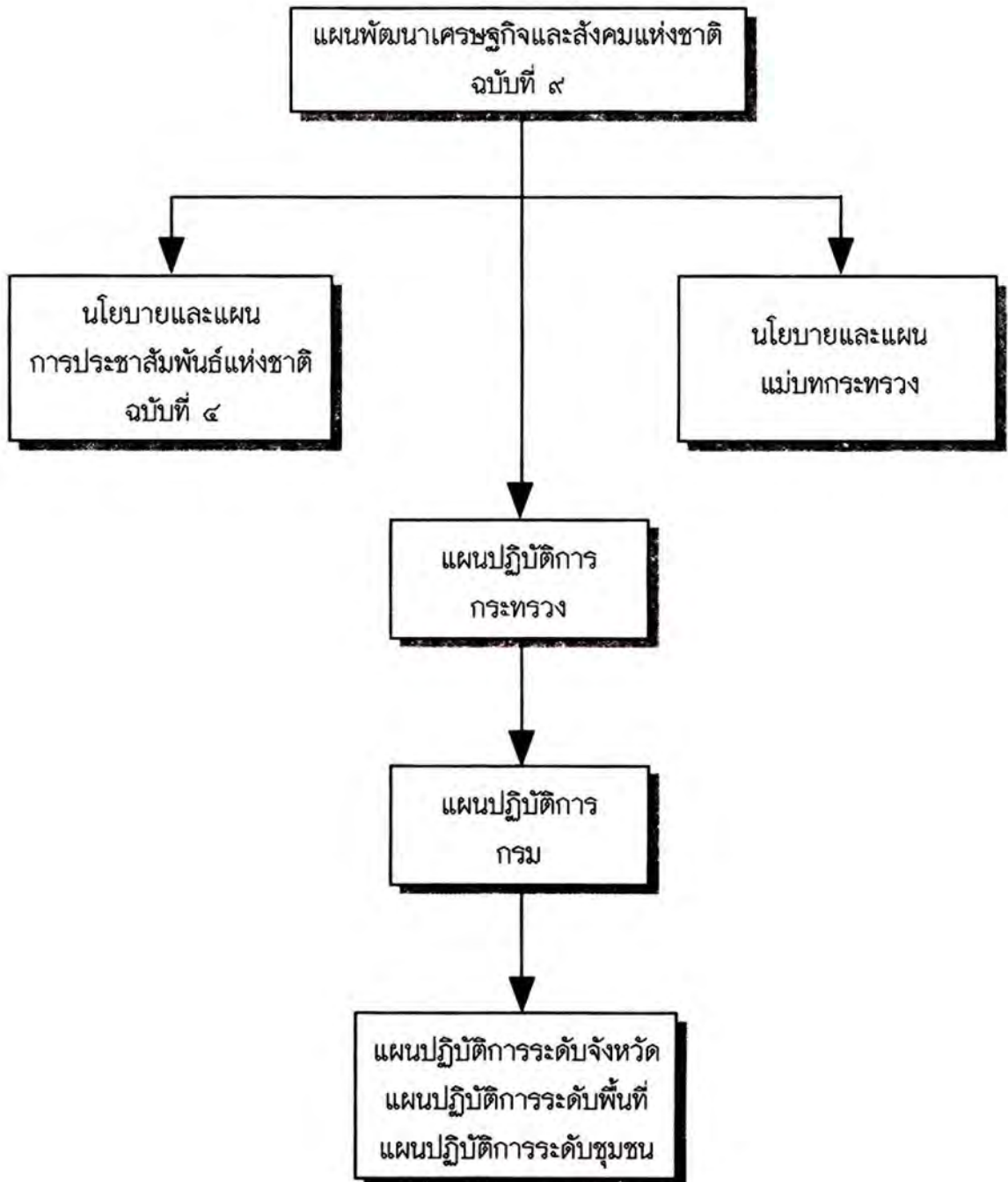
(๒) ยุทธศาสตร์การพัฒนาสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศ โดยส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการนำเทคโนโลยีการสื่อสารที่ทันสมัยพร้อมบุคลากรที่สามารถปฏิบัติงานด้านสื่อเข้ามาประจำในหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ของรัฐในต่างประเทศ เน้นการพัฒนาให้ศูนย์สารสนเทศการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์เป็นหน่วยงานกลางทำหน้าที่รวบรวมประมวลข้อมูลข่าวสารและให้บริการข้อมูลข่าวสาร ตลอดจนสร้างระบบการจัดเก็บข้อมูลและให้บริการข้อมูลข่าวสารด้านการประชาสัมพันธ์ของรัฐทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ ประการสำคัญส่งเสริมและสนับสนุนการผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์และเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศไทย รวมทั้งสนับสนุนกิจกรรมต่าง ๆ ของสื่อมวลชนและเครือข่ายประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศ เพื่อเสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับสื่อมวลชนและเครือข่าย

(๓) ยุทธศาสตร์การพัฒนาบุคลากรเพื่อการประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศ
โดยส่งเสริมบุคลากรที่ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศให้มีความรู้ ความสามารถ พัฒนาทักษะในด้านต่าง ๆ จัดหาทุนการศึกษา การฝึกอบรม สัมมนา ดูงานในประเทศต่าง ๆ ตลอดจนการแลกเปลี่ยนบุคลากรไปปฏิบัติงานในองค์กรอื่นระดับชาติ รวมทั้งส่งเสริมและสนับสนุนให้คนไทยที่อาศัยอยู่ในต่างประเทศเป็นเครือข่ายประชาสัมพันธ์ให้กับคนไทยด้วยกันเอง และกับชาวต่างประเทศเพื่อให้ทราบข้อมูลที่ถูกต้องเกี่ยวกับประเทศไทย

(๔) ยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศไทย โดยประชาสัมพันธ์พระราชกรณียกิจของสถาบันพระมหากษัตริย์ให้ชาวต่างประเทศได้รับทราบอย่างกว้างขวางและต่อเนื่อง ประชาสัมพันธ์เผยแพร่นโยบายของรัฐบาล ผลการดำเนินงานของรัฐบาล การส่งเสริมพัฒนาเศรษฐกิจ การร่วมมือทางการค้าและการลงทุน การส่งเสริมเอกลักษณ์อันดีงามของไทย ตลอดจนวิถีชีวิตของคนไทยให้เป็นที่แพร่หลาย แก่นักท่องเที่ยวและสื่อมวลชนประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมมิตรภาพและความร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้าน โดยเฉพาะประเทศในกลุ่มอาเซียน และประเทศ ในภูมิภาคต่าง ๆ ในการแก้ไขปัญหา ที่มีผลกระทบต่อภาพลักษณ์และข้อตกลงระหว่างประเทศ ตลอดจนขยายผลการดำเนินงาน ตามกิจกรรมในยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์นโยบายของรัฐบาลแก่กลุ่มเป้าหมายในต่างประเทศ

(๕) ยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์เฉพาะกิจในต่างประเทศ โดยจัดให้มีการประสานแผนและการปฏิบัติกับสถานเอกอัครราชทูตไทยในต่างประเทศ ในการจัดตั้งเป็นศูนย์ประชาสัมพันธ์เฉพาะกิจ และเรื่องเร่งด่วนที่สำคัญของประเทศ โดยให้เอกอัครราชทูตไทยในต่างประเทศ เป็นประธานศูนย์ประชาสัมพันธ์เฉพาะกิจและเรื่องเร่งด่วนในต่างประเทศ โดยมีผู้แทนหน่วยงานด้านการประชาสัมพันธ์ของรัฐ ในต่างประเทศและผู้แทนหน่วยงานด้านความมั่นคงของรัฐ ตลอดจนผู้แทนหน่วยงานของรัฐในต่างประเทศที่เกี่ยวข้อง เข้าร่วมมือกันปฏิบัติงานเพื่อเร่งแก้ไขปัญหาโดยรีบด่วนในทันทีและต้องเร่งสร้างความเข้าใจที่ดีให้กับรัฐบาลและประชาชนในประเทศนั้น ๆ รวมทั้งสรุปและวิเคราะห์ปัญหาที่เกิดขึ้น เพื่อจัดทำรายงานเสนอรัฐบาล

แผนภูมิที่ ๑ : แสดงความสัมพันธ์ของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๙
กับนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ ๔ และแผน
ปฏิบัติการในระดับต่าง ๆ



ส่วนที่ ๒

การนำนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ ๔ ไปสู่การปฏิบัติ

นโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ ๔ พ.ศ. ๒๕๔๕-๒๕๔๙ เป็นแผนยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์แห่งชาติ เพื่อเสริมสร้างการพัฒนาประเทศให้สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๙ พ.ศ. ๒๕๔๕-๒๕๔๙ และนโยบายของรัฐบาล ซึ่งการดำเนินงานตามนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ ๔ ดังกล่าวจะต้องมีความเกี่ยวข้องกับหลายหน่วยงานทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน ด้วยเหตุนี้การนำนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ ๔ ไปสู่การปฏิบัติจึงจำเป็นต้องปรับแนวทางการดำเนินงานจากเดิม เป็นแนวทางการดำเนินงานแบบใหม่ทั้งวิธีคิด และวิธีการทำงานเพื่อให้เกิดพลังในการทำงานร่วมกันในสังคม โดยสามารถสร้างเครือข่ายและประสานความร่วมมือในการนำนโยบายและแผนฯ ไปสู่การปฏิบัติในทุกกระดับได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งมีการพัฒนาระบบข้อมูลและการติดตามประเมินผลการดำเนินงานอย่างเป็นระบบด้วย

ดังนั้น เพื่อให้การนำนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ ๔ ไปสู่การปฏิบัติได้จริง จึงได้กำหนดแนวทางการดำเนินงานในแต่ละขั้นตอนออกเป็น ๕ ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ ๑ การสร้างความรู้ความเข้าใจในสาระสำคัญของนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ ๔ พ.ศ. ๒๕๔๕ - ๒๕๔๙

ขั้นตอนที่ ๒ การตรวจสอบยุทธศาสตร์

ขั้นตอนที่ ๓ การจัดทำแผนปฏิบัติการ

ขั้นตอนที่ ๔ การปฏิบัติงานตามแผนปฏิบัติการ

ขั้นตอนที่ ๕ การติดตามประเมินผล

ขั้นตอนที่ ๑ การสร้างความรู้ ความเข้าใจในสาระสำคัญของนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์ ฉบับที่ ๔ พ.ศ. ๒๕๔๕-๒๕๔๙

โดยให้ทุกส่วนในสังคมได้เข้าใจสาระสำคัญของนโยบายและแผนฯ ก่อน

ซึ่งกลุ่มเป้าหมายที่เข้าร่วมกระบวนการสร้างความรู้ ความเข้าใจในเรื่องนี้ต้องมีความชัดเจน ครอบคลุมทุกกระทรวงหรือทุกหน่วยงาน ทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค โดยมีวิธีการดังนี้

๑. การจัดสัมมนา เพื่อประชาสัมพันธ์นโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ ๔ พ.ศ. ๒๕๔๕-๒๕๔๙ โดยเชิญผู้บริหารระดับสูงจากหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคการเมือง และภาคประชาชน เข้าร่วมการสัมมนารับฟังการชี้แจงนโยบายและแผนฯ ซึ่งประกอบด้วย การนำเสนอสรุปสาระสำคัญของนโยบายและแผนฯ แนวทางการนำนโยบายและแผนฯ ไปสู่การปฏิบัติ การอภิปรายนำเพื่อแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับความเข้าใจที่มีต่อนโยบายและแผนฯ ดังกล่าว และการเปิดอภิปรายทั่วไปจากผู้เข้าร่วมสัมมนา

๒. การประชุมเชิงปฏิบัติการ เป็นวิธีการที่ใช้เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจ ไปพร้อมกับการสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมในการปฏิบัติ โดยแบ่งการประชุมเป็น ๒ ส่วน คือ ส่วนแรก เป็นการนำเสนอสาระสำคัญของนโยบายและแผนฯ ฉบับที่ ๔ และแนวทางการนำไปปฏิบัติเพื่อเป็นการให้ข้อมูลพื้นฐานแก่ผู้เข้าร่วมประชุม รวมทั้งต้องมีการอภิปรายนำและการอภิปรายทั่วไปตามความเหมาะสม

ส่วนที่สอง เป็นการแบ่งผู้เข้าร่วมประชุมเป็นกลุ่มย่อยเพื่อสามารถสร้างความรู้ความเข้าใจอย่างใกล้ชิดและสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมในการนำไปปฏิบัติหรือจัดทำเป็นแผนปฏิบัติการต่อไป

๓. การประสานในระดับนโยบายกับกระทรวงและองค์กรที่เกี่ยวข้องโดยตรง เพื่อทำความเข้าใจและขอความร่วมมือในการนำนโยบายและแผนฯ ฉบับที่ ๔ ไปปฏิบัติ

๔. การประสานในระดับจังหวัด โดยพิจารณาคัดเลือกพื้นที่ที่มีศักยภาพและมีความสนใจของผู้นำในระดับพื้นที่เป็นหลัก เพื่อทำความเข้าใจเกี่ยวกับแนวคิดและสาระสำคัญของนโยบายและแผนฯ โดยนำยุทธศาสตร์ต่าง ๆ ไปปฏิบัติในลักษณะบูรณาการโดยเน้นการมีส่วนร่วมจากทุกส่วนในสังคม และจัดให้มีการสนับสนุนงบประมาณอย่างเป็นระบบที่สอดคล้องกัน

๕. การเผยแพร่สาระสำคัญของนโยบายและแผนฯ ฉบับที่ ๔ ผ่านสื่อต่าง ๆ เพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจกับทุกฝ่ายในสังคมและให้เกิดความร่วมมือในการปฏิบัติตามนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ ๔ รวมทั้งสื่อต่าง ๆ ยังสามารถสะท้อนความคิดเห็นและทัศนคติของทุกฝ่ายเกี่ยวกับนโยบายและแผนฯ ฉบับที่ ๔ ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการติดตามประเมินผลด้วย

อย่างไรก็ตาม กระทรวงหรือหน่วยงานที่รับผิดชอบอาจจะเลือกใช้วิธีการดำเนินการ

หลายวิธีหรืออาจเลือกวิธีการใดวิธีหนึ่งก็ได้ ขึ้นอยู่กับความเหมาะสม สถานการณ์ และทรัพยากรที่มีอยู่

ขั้นตอนที่ ๒ การตรวจสอบยุทธศาสตร์

เพื่อศึกษาวิเคราะห์รายละเอียดของยุทธศาสตร์และมาตรการในแต่ละยุทธศาสตร์ โดยพิจารณาในส่วนที่เกี่ยวข้องกับบทบาทของกระทรวงและองค์กรของตนเอง ซึ่งจะต้องนำแนวทางและมาตรการดังกล่าวมาจัดทำเป็นแผนปฏิบัติการต่อไป ทั้งนี้ กระทรวงหนึ่งอาจเกี่ยวข้องมากกว่าหนึ่งยุทธศาสตร์ ในบางยุทธศาสตร์กระทรวงใดกระทรวงหนึ่งอาจทำหน้าที่เป็นหน่วยงานหลัก แต่ในบางยุทธศาสตร์อาจเป็นหน่วยงานรองที่สนับสนุนยุทธศาสตร์นั้น ๆ ก็ได้ ดังนั้น แต่ละกระทรวงหรือองค์กรควรดำเนินการตามวิธีการดังนี้

๑. พิจารณายุทธศาสตร์ของแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ ๔ ว่ามีความเกี่ยวข้องกับภารกิจของกระทรวงในเรื่องใดบ้าง ซึ่งอาจเกี่ยวข้องได้มากกว่า ๑ ยุทธศาสตร์ เช่น

๑.๑ ภารกิจของกระทรวงมหาดไทยอาจเกี่ยวข้องและเป็นหน่วยงานหลักในการดำเนินงานใน ๒ ยุทธศาสตร์ คือ ยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์เฉพาะกิจในประเทศ ยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์ของรัฐ เช่น ด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อพัฒนาการเมือง การประชาสัมพันธ์การเสริมสร้างชุมชนเข้มแข็ง การประชาสัมพันธ์การป้องกันและแก้ไขปัญหาภัยธรรมชาติและสาธารณภัย เป็นต้น และดำเนินการในลักษณะหน่วยงานสนับสนุน ยุทธศาสตร์การพัฒนาองค์กรและบริหารจัดการ ยุทธศาสตร์การพัฒนาสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ ยุทธศาสตร์การพัฒนามูลฐานเพื่อการประชาสัมพันธ์ ยุทธศาสตร์การพัฒนาองค์กร และการเครือข่ายประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศ

๑.๒ ภารกิจของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา อาจเกี่ยวข้องและเป็นหน่วยงานหลักในการดำเนินงานใน ๒ ยุทธศาสตร์ คือ ยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์นโยบายของรัฐ เช่น ด้านการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ด้านการพัฒนาคุณภาพชีวิต (ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการกีฬาเพื่อพัฒนาสุขภาพ) ยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศไทย เป็นต้น และดำเนินการในลักษณะหน่วยงานสนับสนุน ยุทธศาสตร์การพัฒนาองค์กรและการบริหารจัดการ ยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์นโยบายของรัฐ ด้านการประชาสัมพันธ์การปฏิรูประบบราชการ ด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อป้องกันและแก้ไข

ปัญหาเสพติด

๒. แต่ละกระทรวงหรือองค์กรพิจารณาว่าในแต่ละยุคศาสตร์และมาตรการนั้นมีหน่วยงานย่อยภายในของกระทรวงก็หน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องบ้าง ซึ่งอาจมีมากกว่า ๑ หน่วยงาน เช่น

๒.๑ กระทรวงมหาดไทย เกี่ยวข้องและเป็นหน่วยงานหลักในยุคศาสตร์การประชาสัมพันธ์เฉพาะกิจในประเทศ ยุคศาสตร์การประชาสัมพันธ์นโยบายของรัฐ ด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อพัฒนาการเมือง การประชาสัมพันธ์การเสริมสร้างชุมชนเข้มแข็ง การประชาสัมพันธ์การป้องกันและแก้ไขปัญหายุทธศาสตร์และสาธารณสุข ดังนั้น กระทรวงมหาดไทยจะต้องพิจารณาว่ามีกรมใดบ้างที่เกี่ยวข้องในยุคศาสตร์ดังกล่าว เช่น กรมการปกครอง กรมการพัฒนาชุมชน กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น กรมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย เป็นต้น นอกจากนี้ ควรจะพิจารณาถึงหน่วยงานอื่นที่อยู่นอกกระทรวง รวมทั้งบทบาทของหน่วยงานภาคเอกชนและภาคประชาชนที่เกี่ยวข้องในเรื่องดังกล่าวด้วย

๒.๒ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา เกี่ยวข้องเป็นหน่วยงานหลักในยุคศาสตร์การประชาสัมพันธ์นโยบายของรัฐ ด้านการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ซึ่งมีหน่วยงานย่อยที่เกี่ยวข้อง คือ สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และหน่วยงานภาคเอกชน เช่น สมาคมโรงแรมไทย ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว และมัคคุเทศก์ เป็นต้น

ขั้นตอนที่ ๓ การจัดทำแผนปฏิบัติการ

โดยมีความเชื่อมโยงกันภายใต้หลักการตามภารกิจของกระทรวง หรือองค์กรและการมีส่วนร่วมของทุกส่วนในกระทรวง รวมทั้งมีการจัดลำดับความสำคัญในการดำเนินงานของกระทรวง ทั้งนี้ แผนปฏิบัติการอาจเป็นแผนปฏิบัติของกระทรวง แผนปฏิบัติการในระดับกรม แผนปฏิบัติการในระดับจังหวัด และแผนปฏิบัติการในระดับท้องถิ่น

การจัดทำแผนปฏิบัติการให้มีความชัดเจน มีทิศทางเดียวกัน จึงจำเป็นต้องมีการทำความเข้าใจลักษณะของแผนปฏิบัติการ องค์กรประกอบ และวิธีการจัดทำแผนปฏิบัติการ ดังนี้

๑. ลักษณะของแผนปฏิบัติการ

๑.๑ แผนปฏิบัติการของกระทรวง จะเป็นแนวทางในการประสานการดำเนินงานของหน่วยงานปฏิบัติให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ และเป้าหมายของการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ตามที่ได้กำหนดไว้ในนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ ๔ พ.ศ. ๒๕๔๕-๒๕๔๙

โดยที่แผนปฏิบัติการดังกล่าวจะต้องปฏิบัติตามภารกิจของกระทรวงให้สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๙ พ.ศ. ๒๕๔๕-๒๕๔๙ และสอดคล้องกับแผนของกระทรวงด้วย

๑.๒ แผนปฏิบัติการของกระทรวง จะแสดงให้เห็นถึงรายละเอียดว่ามีกรมใด สำนักงานใด หรือหลายกรม หลายสำนักงาน เป็นผู้รับผิดชอบการดำเนินงานตามแผนและโครงการ รวมทั้งจะต้องใช้งบประมาณและทรัพยากรเท่าใดในช่วงเวลาของการใช้แผนงานและโครงการนั้น

๑.๓ แผนปฏิบัติการของกระทรวง กรม และท้องถิ่น จะเป็นประโยชน์ต่อการสนับสนุนจากหน่วยงานกลางของกระทรวงในด้านทรัพยากรการดำเนินงานทั้งด้านงบประมาณและทรัพยากรบุคคล อีกทั้งจะช่วยในการติดตามประเมินผลความสำเร็จ รวมทั้งผลกระทบปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

๒. องค์ประกอบของแผนปฏิบัติการ ประกอบด้วยสาระสำคัญ ดังนี้

๒.๑ หลักการและเหตุผลในการจัดทำแผนปฏิบัติการ วัตถุประสงค์ และภารกิจหลักของหน่วยงานผู้จัดทำแผนปฏิบัติการ ซึ่งเป็นภารกิจที่จะต้องดำเนินการตามหน้าที่ ความรับผิดชอบของกระทรวงและภารกิจตามที่เกี่ยวข้องกับยุทธศาสตร์ในแต่ละยุทธศาสตร์ของนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ ๔ พ.ศ. ๒๕๔๕-๒๕๔๙

๒.๒ รายละเอียดของแผนปฏิบัติการของกระทรวง ประกอบด้วย แผนงานและโครงการ โดยแยกเป็น ๒ ลักษณะ คือ

(๑) แผนงานและโครงการตามปกติที่กระทรวงและกรม หรือหน่วยงานต้องดำเนินการอยู่แล้ว และอาจไม่เกี่ยวข้องกับยุทธศาสตร์ในนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ ๔ โดยตรง

(๒) แผนงานและโครงการที่เกี่ยวข้องโดยตรงหรือสนับสนุนยุทธศาสตร์ตามนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ ๔ โดยแยกตามแต่ละยุทธศาสตร์ ถึงการใช้ทรัพยากรจากงบประมาณและจากแหล่งอื่น ๆ เพื่อจะได้เห็นภาพการใช้เงินทั้งหมดและเป็นประโยชน์ในการติดตามประเมินผลของแผนปฏิบัติการ

๒.๓ การติดตามประเมินผล ในแผนปฏิบัติการของกระทรวง รวมทั้งแผนงานและโครงการต่าง ๆ ต้องกล่าวถึงแนวทางการติดตามประเมินผลการดำเนินงาน เพื่อให้ทราบถึงความก้าวหน้า ปัญหา และอุปสรรคของการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการ รวมทั้งการกำหนดตัวชี้วัดผลสำเร็จของแผน ปฏิบัติการด้วย

๓. **วิธีการจัดทำแผนงาน โครงการและมาตรการของแผนปฏิบัติการ** ประกอบด้วยวิธีการดังนี้

๓.๑ **ขั้นเตรียมการ** กระทรวง หรือองค์กรควรกำหนดผู้รับผิดชอบเป็นคณะทำงานร่วมกัน เพื่อดำเนินการศึกษาวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก กระทรวง หรือองค์กร ทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง กฎหมาย ระเบียบ โครงสร้าง การบริหารงานขององค์กร ตลอดจนพิจารณาสถานการณ์ที่เป็นจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและภัยคุกคาม โดยใช้วิธีการ SWOT ANALYSIS เพื่อนำไปจัดทำแผนงาน โครงการ และมาตรการให้สอดคล้องกับนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ ๔ ตลอดจนสอดคล้องกับภารกิจของกระทรวง หรือองค์กรด้วย

๓.๒ **ขั้นการจัดทำแผนงาน โครงการ และมาตรการ** มี ๒ กรณี ดังนี้

กรณีที่หนึ่ง ภารกิจดังกล่าวอยู่ในกระทรวงเดียวกัน หรือสำนักงานเดียวกัน

(๑) ให้ทุกหน่วยงานย่อยที่เกี่ยวข้องร่วมกันพิจารณาการจัดทำแผนงาน โครงการ และมาตรการ โดยมีการตั้งเป็นคณะกรรมการหรือคณะทำงานเพื่อทำหน้าที่ประสานแผนปฏิบัติการที่มีอยู่แล้วหรือปรับปรุงให้เหมาะสมขึ้น

(๒) การทำแผนงาน โครงการ และมาตรการ ต้องยึดหลักการพื้นที่ ภารกิจ และการมีส่วนร่วมของทุกฝ่าย ในการเลือกพื้นที่เป้าหมายหรือกลุ่มเป้าหมายที่จะดำเนินงานในเรื่องดังกล่าว มีการกำหนดบทบาทของทุกหน่วยงานว่าเป็นหน่วยงานใดรับผิดชอบส่วนใด กำหนดวิธีการบริหารงานและประสานงานในระหว่างการทำงานให้ชัดเจน วิเคราะห์ถึงผลกระทบและผลประโยชน์จากการดำเนินงานตามแผนงาน โครงการ และมาตรการในพื้นที่ให้ชัดเจน

(๓) ในแต่ละแผนงาน โครงการ และมาตรการ ให้ทุกหน่วยงานย่อยร่วมกันพิจารณางบประมาณ โดยชี้ให้ชัดเจนว่าจะใช้ทรัพยากรและงบประมาณเท่าใด ของแต่ละหน่วยงานในแผนงาน โครงการที่เป็นภารกิจปกติ และภารกิจที่สนับสนุนยุทธศาสตร์ตามนโยบายและแผนฯ ฉบับที่ ๔

(๔) ให้ทุกหน่วยงานต้องพิจารณาแนวทางการจัดทำเครื่องชี้วัดผลสำเร็จของแต่ละแผนงาน โครงการ เพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในระดับต่าง ๆ สามารถติดตามประเมินผลงานได้ว่า แผนงานโครงการดังกล่าว สามารถตอบสนองยุทธศาสตร์ของนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ ๔ ได้มากน้อยเพียงใด

กรณีที่สอง ภารกิจดังกล่าวต้องเกี่ยวข้องกับหลายกระทรวงหรือหลายองค์กร

(๑) ให้มีการดำเนินงานจัดทำแผนงาน โครงการ และมาตรการสนับสนุน ยุทธศาสตร์ แต่ละยุทธศาสตร์ ในรูปแบบของคณะกรรมการหรือคณะทำงานที่มีผู้แทนจากทุกกระทรวงหรือทุกองค์กรที่เกี่ยวข้องเข้าร่วม เพื่อให้การทำงานเป็นระบบ ลดความซ้ำซ้อน และเกิดความต่อเนื่องในการดำเนินงาน

(๒) คณะกรรมการหรือคณะทำงานร่วมกันพิจารณางบประมาณ โดยจัดสรรงบประมาณแผ่นดินและงบจากแหล่งอื่น ๆ ให้แก่กระทรวงหรือองค์กรแต่ละแห่ง ตาม工作需要ที่ ต้องดำเนินการ รวมทั้งทำหน้าที่ประสานการพิจารณาแนวทางการจัดเครื่องชี้วัดของแผนงานและโครงการ เพื่อวัดผลสำเร็จของแผนงานและโครงการ

(๓) เมื่อร่วมกันจัดทำแผนงาน โครงการสำเร็จ ให้แต่ละกระทรวงหรือองค์กรนำแผนงานและโครงการที่เกี่ยวข้องรวมทั้งงบประมาณจากแหล่งต่าง ๆ ไปกำหนดในแผนปฏิบัติการของกระทรวงหรือองค์กรที่สังกัดโดยตรง

ขั้นตอนที่ ๔ การปฏิบัติตามแผนปฏิบัติการ

ในการนำนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ ๔ ไปสู่การปฏิบัตินั้น ย่อมมีหลายฝ่ายหลายหน่วยงานเข้ามามีส่วนร่วมดำเนินการ ดังนั้น เพื่อให้การดำเนินงาน ประสบผลสำเร็จและมีประสิทธิภาพจึงต้องมีการบริหารจัดการในการดำเนินงานภายใต้การมีส่วนร่วมตามภารกิจของแต่ละฝ่าย ทั้งหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน เพื่อให้เกิดการร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมรับรู้ และร่วมการนำนโยบายและแผนฯ ไปสู่การปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม ทั้งนี้ เพื่อลดความซ้ำซ้อน ประหยัดทรัพยากร ไม่เกิดความสับสนระหว่างหน่วยงานด้วยกัน ดังนั้น จึงได้กำหนดแนวทางการดำเนินงานดังนี้

๑. การบูรณาการแผนงานและโครงการ มีขั้นตอนและวิธีการ คือ

๑.๑ ขั้นตอนการบูรณาการ

(๑) ในระดับจังหวัด ให้ตั้งเป็นคณะทำงานบูรณาการโครงการของจังหวัด ซึ่งประกอบด้วยผู้ว่าราชการจังหวัด หรือรองผู้ว่าราชการจังหวัดเป็นประธานคณะทำงาน โดยมีผู้แทนจากกระทรวง หรือองค์กรที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ และภาคเอกชนในพื้นที่ของจังหวัดเป็นคณะทำงาน โดยมีผู้แทนจากกรมประชาสัมพันธ์ในระดับจังหวัดเป็นคณะทำงาน และเลขานุการร่วมกันกับหัวหน้าสำนักงานจากกระทรวงที่เกี่ยวข้องและรับผิดชอบโดยตรง เพื่อทำหน้าที่ประสานบูรณาการแผนงานและโครงการต่าง ๆ ที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ของ

นโยบายและแผนฯ ฉบับที่ ๔

(๒) คณะทำงานฯ รวบรวมประมวลโครงการต่าง ๆ ประจำปีงบประมาณ (ซึ่งได้รับอนุมัติแล้ว) ของทุกส่วนราชการในจังหวัด แล้วนำมาวิเคราะห์และจำแนกโครงการเพื่อจัดกลุ่มตามสภาพปัญหาของจังหวัด เช่น ปัญหาด้านยาเสพติดแพร่ระบาดในกลุ่มเยาวชนของจังหวัด ปัญหาการขาดระเบียบวินัยของเยาวชน ปัญหาความมั่นคงชายแดน เป็นต้น

(๓) คณะทำงานฯ จัดเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องของหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อรับผิดชอบในการบูรณาการโครงการต่าง ๆ ของกลุ่มและร่วมแสดงความคิดเห็น ซึ่งเจ้าหน้าที่ของหน่วยงานต่าง ๆ ที่มาประจำกลุ่มจะต้องมีอำนาจในการตัดสินใจได้เพื่อความคล่องตัวในการบูรณาการ

(๔) ให้ผู้แทนจากกรมประชาสัมพันธ์ในระดับจังหวัด ซึ่งเป็นกรรมการและเลขานุการ จัดทำสรุปผลการบูรณาการของแต่ละกลุ่มใน (๓) เป็นภาพรวมของจังหวัดและรายงานผลการบูรณาการโครงการของจังหวัด พร้อมด้วยปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะ รวมทั้งรายงานการติดตามผลการดำเนินงานโครงการต่าง ๆ ที่บูรณาการแล้ว เสนอต่อสำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ

๑.๒ วิธีการบูรณาการโครงการ

(๑) พิจารณาวัดดูประสงค์โครงการต่าง ๆ ของแต่ละกลุ่มว่าโครงการใดบ้างที่มีวัตถุประสงค์ของโครงการส่งเสริมสนับสนุนซึ่งกันและกันหรือคล้ายคลึงกัน ซึ่งสามารถที่จะบูรณาการเข้าด้วยกันได้

(๒) พิจารณากลุ่มเป้าหมาย โดยในโครงการใดมีกลุ่มเป้าหมายเดียวกันหรือสามารถรวมกลุ่มเป้าหมายเข้าด้วยกันได้ หากเป็นการฝึกอบรมก็ดูว่าเนื้อหาหลักสูตรว่าโครงการใดสามารถปรับหลักสูตรรวมกันได้

(๓) พิจารณาพื้นที่เป้าหมาย โดยดูว่าโครงการใดที่สามารถรวมพื้นที่เป้าหมายกันได้ หรือโครงการใดควรตัดพื้นที่ดำเนินการลง หรือควรเปลี่ยนพื้นที่เพื่อให้สามารถดำเนินการไปพร้อมกันได้

(๔) พิจารณาระยะเวลาดำเนินการโดยดูว่า โครงการใดสามารถปรับเวลาให้สามารถดำเนินการไปพร้อม ๆ กันได้ เพื่อประหยัดเวลาในการทำงานลงได้

(๕) พิจารณารายละเอียดงบประมาณดำเนินการว่าจะสามารถปรับลดงบประมาณ ของโครงการใดลงจำนวนเท่าไร เพื่อให้ใช้งบประมาณอย่างประหยัดที่สุด

(๖) พิจารณาหน่วยงานหลักและหน่วยงานสนับสนุน ซึ่งเมื่อโครงการต่าง ๆ ได้บูรณาการเข้าด้วยกันแล้ว หน่วยงานใดควรจะเป็นหน่วยงานหลักในการดำเนินงานและติดตามประเมินผล โดยมีหน่วยงานในสังกัดของกรมประชาสัมพันธ์เป็นหน่วยงานหลัก และหน่วยงานสนับสนุนในทุกโครงการ

๒. การเชื่อมโยงแผนปฏิบัติการของกระทรวงหรือองค์กรกับแผนปฏิบัติการในระดับพื้นที่

การจัดทำแผนปฏิบัติการในระดับพื้นที่หรือท้องถิ่นนั้น หน่วยงานในระดับพื้นที่สามารถจัดทำแผนปฏิบัติการตามแนวทางการจัดการแบบพื้นที่ ภารกิจ และการมีส่วนร่วม โดยสามารถเชื่อมโยงกับแผนปฏิบัติการของกระทรวงหรือองค์กรได้ในลักษณะต่าง ๆ ดังนี้

๒.๑ แผนปฏิบัติการในระดับจังหวัด

(๑) ให้แต่ละจังหวัดแต่งตั้งคณะกรรมการหรือคณะทำงานของจังหวัดขึ้น เพื่อนำยุทธศาสตร์ของนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ ๔ มาพิจารณากำหนดปัญหาสภาพแวดล้อมและข้อเท็จจริงของจังหวัดขึ้น เพื่อให้หน่วยงานอื่นและทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องได้ทราบและเข้ามาประสานกิจกรรมลงสู่เป้าหมายเดียวกัน

(๒) เมื่อกำหนดเรื่องที่ต้องดำเนินการตามยุทธศาสตร์ได้แล้ว ให้กำหนดเป้าหมายของเรื่องนั้นในระดับจังหวัดขึ้น เพื่อให้หน่วยงานอื่นและทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องได้ทราบและเข้ามาประสานกิจกรรมลงสู่เป้าหมายเดียวกัน

(๓) ประสานแผนงานและโครงการประชาสัมพันธ์ในแต่ละเรื่อง โดยประกอบด้วยโครงการทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ที่มีโครงการสอดคล้องกันในเรื่องนั้น และจัดกิจกรรมต่าง ๆ ลงสู่เป้าหมายเดียวกัน พร้อมทั้งระบุงบประมาณของแต่ละโครงการไว้ แล้วมาประสานแผนเพื่อจะได้ใช้งบประมาณให้น้อยลง

๒.๒ แผนปฏิบัติการในระดับภูมิภาค

(๑) ให้สำนักประชาสัมพันธ์เขต ๑-๘ ของกรมประชาสัมพันธ์ เป็นหน่วยงานหลักในการรับผิดชอบดำเนินการประชาสัมพันธ์ตามยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์ นโยบายของรัฐในระดับภูมิภาคให้สอดคล้องกับแผนปฏิบัติการของกรมประชาสัมพันธ์ สอดคล้องกับแผนปฏิบัติการของกระทรวง และสอดคล้องกับแผนปฏิบัติการจังหวัดที่อยู่ในพื้นที่ของสำนักประชาสัมพันธ์เขต ๑-๘

(๒) ให้ประสานกับหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน ในระดับ

พื้นที่ในการเสนอแผนงาน โครงการ และมาตรการต่าง ๆ เพื่อตอบสนองยุทธศาสตร์ของนโยบาย และแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ 4

(๓) จัดทำรายงานผลการดำเนินงานโครงการประชาสัมพันธ์เรื่องต่าง ๆ ในระดับพื้นที่ที่เขตรับผิดชอบ พร้อมปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะ รวมทั้งรายงานการติดตามประเมินผลของโครงการต่าง ๆ เสนอต่อสำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ

ขั้นตอนที่ ๕ การติดตามประเมินผล

เป็นขั้นตอนที่สำคัญในกระบวนการวางแผน เพราะการติดตามประเมินผลเป็นการตรวจสอบว่า หลังจากมีการวางแผนมีการนำนโยบายและแผนฯ ฉบับที่ ๔ ไปสู่การปฏิบัติร่วมกันของหน่วยงานต่าง ๆ แล้วมาตรวจสอบติดตามดูถึงผลกระทบทั้งที่คาดคิดไว้และไม่คาดคิด รวมทั้งความคิดอะไรที่ยังไม่ได้ปฏิบัติและที่ได้ปฏิบัติแล้วมีปัญหาอุปสรรคที่ต้องแก้ไข หรือพบว่าเมื่อปฏิบัติแล้วประสบความสำเร็จก็จะมี การนำไปขยายผลให้กว้างขวางต่อไป

กระบวนการติดตามประเมินผล มีขั้นตอนสำคัญ ดังนี้

๑. การพัฒนาระบบฐานข้อมูล โดยจัดทำระบบฐานข้อมูลด้านการประชาสัมพันธ์ ของชาติและสร้างเครือข่ายการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ เพื่อให้ทุกฝ่ายทุกหน่วยงานมีข้อมูลที่ทันสมัยสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ง่ายและใช้ประโยชน์ได้ในการวางแผนประชาสัมพันธ์ตาม ยุทธศาสตร์ต่าง ๆ ของนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ ๔ โดยที่ ต้องมีความสอดคล้องไปในทิศทางเดียวกันมากขึ้น

การจัดทำระบบฐานข้อมูลด้านการประชาสัมพันธ์ของชาติ สามารถดำเนินการ จัดทำฐานข้อมูลได้ในระดับกระทรวง ระดับหน่วยงานในกระทรวง ระดับจังหวัด ระดับท้องถิ่นและ ชุมชน ซึ่งข้อมูลด้านการประชาสัมพันธ์ที่มีอยู่ในระดับต่าง ๆ ยังไม่ได้มีการจัดเก็บเป็นระบบ อย่างชัดเจน ยังขาดการเชื่อมโยงข้อมูลด้วยกัน จึงจำเป็นต้องเริ่มดำเนินการจัดทำฐานข้อมูล ด้านการประชาสัมพันธ์ของชาติโดยเร็ว ให้สอดคล้องกับการพัฒนาประเทศในปัจจุบัน อีกทั้งยังเป็นการสนับสนุน ส่งเสริมให้หน่วยงานหรือองค์กรที่เกี่ยวข้องจัดทำฐานข้อมูลด้าน ประชาสัมพันธ์ของแต่ละหน่วยงานขึ้น เพื่อจะให้บริการหรือสร้างเครือข่ายการประชาสัมพันธ์ ให้มีความเข้มแข็ง และนำไปเป็นประโยชน์ในการจัดทำแผนปฏิบัติการของกระทรวง หรือแผน ปฏิบัติการในระดับจังหวัด ตลอดจนเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานกลาง หน่วยงานปฏิบัติ

และหน่วยงานสนับสนุนทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค

๒. การสร้างตัวชี้วัด เมื่อมีการจัดทำระบบฐานข้อมูลด้านการประชาสัมพันธ์ของชาติแล้ว สิ่งสำคัญอีกอย่างในกระบวนการติดตามประเมินผล คือ การสร้างตัวชี้วัดในระดับยุทธศาสตร์ ในระดับแผนงาน โครงการต่าง ๆ ของกระทรวง หรือองค์กรให้เป็นรูปธรรม มีความยืดหยุ่นและสอดคล้องกับสภาพการณ์ที่เปลี่ยนแปลงได้อย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง โดยให้ความสำคัญต่อการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องต่อการสร้างและพัฒนาตัวชี้วัด เพื่อให้เกิดการยอมรับของทุกฝ่ายและนำไปใช้ประโยชน์ร่วมกัน อย่างกว้างขวาง

๓. ระบบและกลไกการติดตามประเมินผล มีการดำเนินงาน ดังนี้

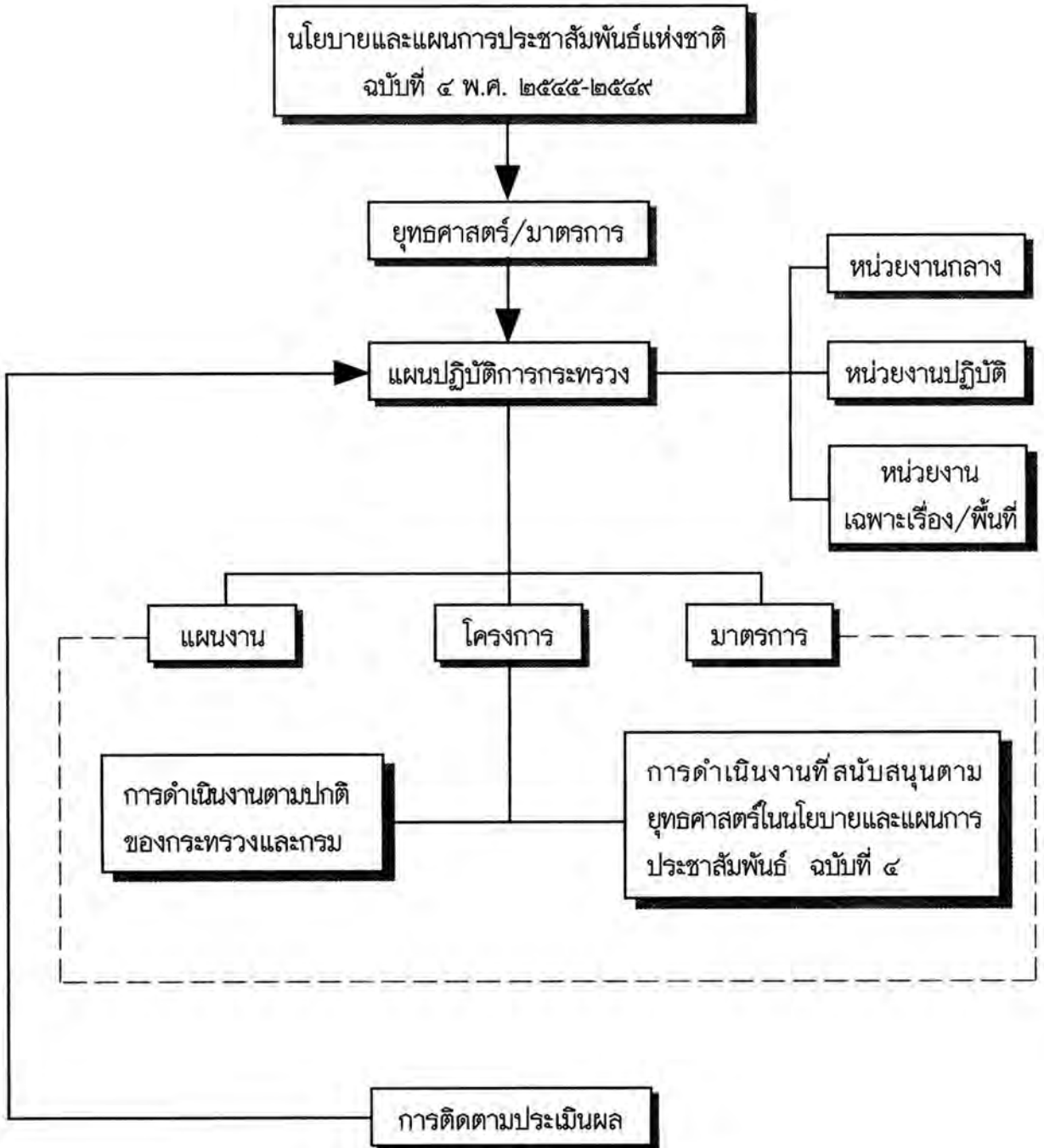
(๑) ประสานวางระบบการติดตามประเมินผลงานและตรวจสอบผลงานของหน่วยงานกลางให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน และเครือข่ายเชื่อมโยงกัน มีเกณฑ์ชี้วัดการประเมินผลงานที่มีประสิทธิภาพ เพื่อสามารถนำมาเป็นข้อมูลในการประสานแผนงาน แผนเงิน และแผนคนอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง ให้สอดคล้องกับกระบวนการปรับระบบบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ และการมีส่วนร่วมของประชาชน

(๒) สนับสนุนให้หน่วยปฏิบัติทุกระดับ ดำเนินการติดตามประเมินผลแผนงาน และโครงการสร้างเกณฑ์ชี้วัด และระบบประเมินผลขององค์กรที่เน้นผลลัพธ์ของงาน เปิดโอกาสให้ทุกฝ่ายมีส่วนร่วมในการตรวจสอบและติดตามประเมินผลการดำเนินงานของหน่วยงานมากขึ้น รวมทั้งนำข้อมูลที่ได้จากการติดตามประเมินผลมาใช้ประโยชน์ในการจับกุมแผนงานและโครงการประจำปีโดยต่อเนื่อง

(๓) พัฒนาองค์ความรู้และเสริมสร้างความเข้าใจในเรื่องการติดตามประเมินผล การพัฒนา และจัดทำดัชนีชี้วัดให้แก่หน่วยงานปฏิบัติ โดยใช้กระบวนการฝึกอบรม เรียนรู้ แลกเปลี่ยนประสบการณ์ร่วมกัน เพื่อสร้างทักษะในการติดตามประเมินผล และสามารถนำไปใช้ประโยชน์ร่วมกันอย่างเป็นรูปธรรม

(๔) ประสานความร่วมมือจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สถาบันการศึกษาทั้งในส่วนกลางและส่วนท้องถิ่น เพื่อให้การสนับสนุนในด้านวิชาการแก่ท้องถิ่นและชุมชนในการจัดทำฐานข้อมูล เพื่อการวางแผนและใช้ประโยชน์เพื่อการติดตามประเมินผลความก้าวหน้าของการพัฒนา ทั้งนี้ การบริหารจัดการฐานข้อมูลจะต้องยึดหลักการมีส่วนร่วมของภาคประชาชน ในท้องถิ่นและชุมชนเป็นสำคัญ

แผนภูมิที่ ๒ : ผังแสดงโครงสร้างการนำนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ ๔ พ.ศ. ๒๕๔๕-๒๕๔๙ ไปสู่การปฏิบัติ



แผนภูมิที่ ๓ : ผังแสดงขั้นตอนการนำนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ ๔ ไปสู่การปฏิบัติ





- กรณีที่ ๒ ภารกิจเกี่ยวข้องหลายกระทรวง
 - ให้มีคณะกรรมการโดยมีผู้แทนจากกระทรวงที่เกี่ยวข้อง
 - กำหนดพื้นที่ และกลุ่มเป้าหมายร่วมกัน
 - กำหนดบทบาทและภารกิจของหน่วยงานที่เข้าร่วม
 - กำหนดงบประมาณภายในความรับผิดชอบของแต่ละหน่วยงาน
 - กำหนดกิจกรรมภายใต้แผนงาน โครงการ มาตรการ
 - นำแผนงาน โครงการ และมาตรการในความรับผิดชอบไปกำหนดไว้ในแผนปฏิบัติการกระทรวงที่สังกัด

๕. การปฏิบัติตามแผนปฏิบัติการ

- การบูรณาการแผนงานและโครงการ
 - ในระดับจังหวัด จัดตั้งเป็นคณะทำงาน มีผู้แทนจากกระทรวงที่เกี่ยวข้องพิจารณาโครงการต่าง ๆ ร่วมกัน โดยคู่วัตถุประสงค์ กลุ่มเป้าหมาย ระยะเวลาดำเนินการ งบประมาณ และหน่วยงานใดเป็นหน่วยงานหลัก/หน่วยงานสนับสนุน
 - การเชื่อมโยงแผนปฏิบัติการของกระทรวงกับแผนปฏิบัติการในระดับพื้นที่ แบ่งเป็น ๒ ระดับ
 - ระดับจังหวัด
 - ระดับภูมิภาค

๕. การติดตามประเมินผล

- พัฒนาระบบพื้นฐานข้อมูล
- การสร้างตัวชี้วัด
- ระบบและกลไกการติดตามประเมินผล

ส่วนที่ ๓

ยุทธศาสตร์ มาตรการ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการนำนโยบายและแผนฯ ฉบับที่ ๔ ไปสู่การปฏิบัติ

นโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ ๔ พ.ศ. ๒๕๔๕-๒๕๔๙ กำหนดแผนการประชาสัมพันธ์ไว้ ๒ แผน คือ

๑. แผนการประชาสัมพันธ์ในประเทศ ประกอบด้วย ๕ ยุทธศาสตร์ ได้แก่

- (๑) ยุทธศาสตร์การพัฒนางานองค์กรและบริหารจัดการ
- (๒) ยุทธศาสตร์การพัฒนาสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์
- (๓) ยุทธศาสตร์การพัฒนาศูนย์กลางเพื่อการประชาสัมพันธ์
- (๔) ยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์นโยบายของรัฐ
- (๕) ยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์เฉพาะกิจในประเทศ

๒. แผนการประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศ ประกอบด้วย ๕ ยุทธศาสตร์ ได้แก่

- (๑) ยุทธศาสตร์การพัฒนางานองค์กรและเครือข่ายประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศ
- (๒) ยุทธศาสตร์การพัฒนาสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศ
- (๓) ยุทธศาสตร์การพัฒนาศูนย์กลางเพื่อการประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศ
- (๔) ยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศไทย
- (๕) ยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์เฉพาะกิจในต่างประเทศ

ดังนั้น เพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำนโยบายและแผนฯ ฉบับที่ ๔ ไปสู่การปฏิบัติ จึงได้จัดทำตารางกำหนดยุทธศาสตร์ มาตรการ และหน่วยงานรับผิดชอบหลัก หน่วยงานสนับสนุน ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ยุทธศาสตร์ตามนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ ๔ พ.ศ. ๒๕๕๕-๒๕๕๙

แผนการประชาสัมพันธ์ประเทศไทย

ที่	ยุทธศาสตร์	มาตรการ	หน่วยงานรับผิดชอบ	หน่วยงานสนับสนุน
๑.	การพัฒนาองค์การบริหารจัดการ	<p>๑. ผลักดันให้พระราชบัญญัติการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ เพื่อรองรับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของชาติ</p> <p>๒. เร่งรัด พัฒนา ปรับปรุง แก้ไข กฎหมาย กฎ และระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ และการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร เพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงและเหมาะสมกับสถานการณ์ปัจจุบันก่อนที่ร่างพระราชบัญญัติการประชาสัมพันธ์แห่งชาติจะแล้วเสร็จ</p> <p>๓. ปรับบทบาท โครงสร้างและพัฒนาขีดความสามารถของกรมประชาสัมพันธ์ไปสู่วิธีปฏิบัติที่เป็นรูปธรรม การเป็นสำนักงานคณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติอย่างแท้จริง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การให้คำปรึกษากับหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องกับนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ เพื่อให้ดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ</p>	<p>สปน., กปส.</p> <p>กปส.</p> <p>สปน., กปส., ก.พ.</p>	<p>สคก.</p> <p>สคก.</p> <p>สคช.</p>

ที่	ยุทธศาสตร์	มาตรการ	หน่วยงานรับผิดชอบ	หน่วยงานสนับสนุน
		<p>๔. ปรับปรุงโครงสร้างหน่วยงานประชาสัมพันธ์ ภาครัฐให้สอดคล้องเหมาะสมตามที่กำหนดไว้ในพระราชบัญญัติการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ หรือในระหว่างจัดทำร่างพระราชบัญญัติการประชาสัมพันธ์แห่งชาติต่ออยู่นั้น ให้ปรับปรุงโครงสร้างฯ ตามข้อเสนอแนะของคณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ</p> <p>๕. ส่งเสริมให้หน่วยงานภาครัฐมีส่วนร่วมในขั้นตอนการกำหนดนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์ การนำนโยบายและแผนไปสู่การปฏิบัติ และการติดตามประเมินผล</p> <p>๖. ส่งเสริมให้หน่วยงานภาครัฐ พิจารณาคัดเลือกบุคลากรที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญด้านการประชาสัมพันธ์ให้เหมาะสม สอดคล้องกับภารกิจ เพื่อดำเนินงานประชาสัมพันธ์ให้เกิดประสิทธิภาพ</p> <p>สูงสุด</p> <p>๗. ส่งเสริมให้มีแผนการประชาสัมพันธ์บรรจุในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ</p>	<p>สปน., กปส., ก.พ.</p> <p>สปน., กปส., สคช.</p> <p>ทุกส่วนราชการ</p> <p>สคช.</p>	<p>สคก., สงป.</p> <p>ทุกส่วนราชการ</p>

ที่	ยุทธศาสตร์	มาตรการ	หน่วยงานรับผิดชอบ	หน่วยงานสนับสนุน
		<p>๘. ผลักดันให้หน่วยงานภาครัฐจัดทำงบประมาณด้านการประชาสัมพันธ์ให้ชัดเจนนำเสนอต่อคณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ เพื่อจัดทำงบประมาณประจำปีด้านการประชาสัมพันธ์ระดับชาติ</p> <p>๙. วางระบบการประสานงาน สถานะแผนระหว่างคณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ กับหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนให้ชัดเจน</p> <p>๑๐. ส่งเสริมและสนับสนุนการสร้างเครือข่ายการประชาสัมพันธ์แห่งชาติทั้งในส่วนกลาง ส่วนภูมิภาค และส่วนท้องถิ่น โดยอาศัยความร่วมมือจากภาคเอกชน ภาคประชาชน และสถาบันสื่อสารมวลชน เพื่อขยายผลการดำเนินงานประชาสัมพันธ์</p> <p>๑๑. พัฒนาระบบการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในทุกระดับให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น</p>	<p>กปส., สป.</p> <p>สป., กปส.</p> <p>กปส., มท.</p> <p>กปส.</p>	<p>ทุกส่วนราชการ</p> <p>ทุกส่วนราชการ</p> <p>อบต.</p> <p>ทุกส่วนราชการ</p>

ที่	ยุทธศาสตร์	มาตรการ	หน่วยงานรับผิดชอบ	หน่วยงานสนับสนุน
๒.	การพัฒนาสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์	<p>๑๒. ส่งเสริมให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของชาติในทุกกระดับ</p> <p>๑. พัฒนาระบบสารสนเทศและขีดความสามารถของสำนักงานเลขานุการคณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ให้เป็นศูนย์ประสานงานการประชาสัมพันธ์ของรัฐที่มีประสิทธิภาพ</p> <p>๒. พัฒนาให้ศูนย์สารสนเทศการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์ เป็นหน่วยงานกลางทำหน้าที่รวบรวมข้อมูลและให้บริการข้อมูลข่าวสารด้านการประชาสัมพันธ์ของรัฐ ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศโดยใช้เทคโนโลยีการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ</p> <p>๓. ส่งเสริมให้หน่วยงานของรัฐบาลเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ โดยกำหนดเนื้อหาข้อมูลข่าวสารที่เหมาะสม รวมทั้งนำเครื่องมือสื่อสารที่เหมาะสมมาใช้ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ตลอดจนจัดทำแผนการบำรุงรักษาเครื่องมือสื่อสาร และจัดเตรียมงบประมาณเพื่อจัดหาอุปกรณ์ทดแทน</p>	<p>กปส., มท. สพม., กปส. กปส. ทุกส่วนราชการ</p>	<p>อปต. กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร</p>

ที่	ยุทธศาสตร์	มาตรการ	หน่วยงานรับผิดชอบ	หน่วยงานสนับสนุน
		<p>๔. ส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการพัฒนาศักยภาพของสื่อมวลชนภาครัฐ และอาสาสมัครประชาสัมพันธ์ประจำหมู่บ้าน ให้มีการดำเนินงานประชาสัมพันธ์อย่างมีประสิทธิภาพ</p> <p>๕. วางแผนและแสวงหาความร่วมมือจากสื่อมวลชนภาครัฐ ภาคเอกชน สื่อบุคคล และสื่อที่บ้านเพื่อการประชาสัมพันธ์ในทุกระดับ</p> <p>๖. ส่งเสริมและสนับสนุนให้ภาคธุรกิจเอกชนเข้ามามีส่วนร่วมกับหน่วยงานประชาสัมพันธ์ของรัฐในการพัฒนาสื่อ และผลิตรายการเพื่อประชาสัมพันธ์ตามแผนงาน/โครงการของรัฐ</p> <p>๗. กำหนดให้มีการประสานแผนการใช้สื่อและระดมทรัพยากรด้านสื่อเพื่อให้การประชาสัมพันธ์ของชาติมีประสิทธิภาพ</p> <p>๘. ให้สำนักงานเลขานุการคณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติเป็นศูนย์กลางวิชาการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้คำปรึกษาและข้อเสนอแนะกับหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน</p>	<p>กปส., มท.</p> <p>สพ., กปส.</p> <p>ทุกส่วนราชการ</p> <p>ทุกส่วนราชการ</p> <p>สพ., กปส.</p>	<p>ทุกส่วนราชการ</p> <p>สถาบันการศึกษา</p>
๓.	การพัฒนาบุคลากรเพื่อการประชาสัมพันธ์			

ที่	ยุทธศาสตร์	มาตรการ	หน่วยงานรับผิดชอบ	หน่วยงานสนับสนุน
		<p>๒. ส่งเสริมและสนับสนุนให้บุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์ในหน่วยงานภาครัฐเข้ารับการฝึกอบรมทางด้านทฤษฎี การวางแผน การสื่อสาร และการติดตามประเมินผล จากสถาบันการศึกษาทั้งในประเทศและต่างประเทศ</p> <p>๓. รณรงค์เพื่อให้บุคลากรภาครัฐตระหนักในความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ โดยสอดแทรกเนื้อหาเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ในหลักสูตรต่าง ๆ ของการฝึกอบรมบุคลากรภาครัฐทุกระดับ</p> <p>๔. ส่งเสริมให้หน่วยงานภาครัฐ จัดทำงบประมาณเพื่อดำเนินการฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง</p> <p>๕. จัดให้มีทุนเพื่อสนับสนุนวิชาการด้านการประชาสัมพันธ์สื่อมวลชนที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาบุคลากรและงานประชาสัมพันธ์ของชาติ</p> <p>๖. ส่งเสริมให้มีการเชิญผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ทรงคุณวุฒิที่ประสบความสำเร็จในด้านต่าง ๆ มาให้ความรู้และถ่ายทอดประสบการณ์ในการประชาสัมพันธ์</p>	<p>กปส.</p> <p>กปส., ก.พ.</p> <p>กปส., ส.งป.</p> <p>กปส.</p> <p>กปส.</p>	<p>ทุกส่วนราชการ</p> <p>ทุกส่วนราชการ</p> <p>ทุกส่วนราชการ</p> <p>ทุกส่วนราชการ</p> <p>ทุกส่วนราชการ</p>

ที่	ยุทธศาสตร์	มาตรการ	หน่วยงานรับผิดชอบ
๔.	<p>การประชาสัมพันธ์นโยบายของรัฐ แบ่ง ๑๗ ด้าน ดังนี้</p> <p>๑. การประชาสัมพันธ์นโยบายของรัฐ</p>	<p>แก่บุคลากรในหน่วยงานของรัฐ เพื่อแลกเปลี่ยน ความรู้และประสบการณ์ตามความเหมาะสม</p> <p>๑. ประชาสัมพันธ์นโยบายของรัฐบาลเพื่อให้ประชาชน ได้รับรู้ด้วยความเข้าใจอย่างถูกต้อง</p> <p>๒. ส่งเสริมและสนับสนุนให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วม ในการดำเนินงานตามนโยบายของรัฐบาล</p> <p>๓. ประชาสัมพันธ์การดำเนินงานและผลการดำเนินงาน ตามนโยบายของรัฐบาล ให้กว้างขวางทั้งใน ประเทศและต่างประเทศ</p> <p>๔. ส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดความเข้าใจและ ความสัมพันธ์อันดีระหว่างรัฐบาล หน่วยงานของ รัฐบาลกับประชาชน รวมทั้งป้องกันความเข้าใจ ผิดที่อาจจะเกิดขึ้นกับรัฐบาล</p> <p>๕. รับฟังความคิดเห็นจากประชาชนและปัญหาของ ชุมชนที่เกี่ยวข้องกับนโยบายของรัฐบาล เพื่อ ประโยชน์ต่อการปรับแนวทางการดำเนินงาน ตามนโยบายของรัฐบาล</p>	<p>กปส., อ.ส.ม.ท. ทุกส่วนราชการ สพม., กปส., อ.ส.ม.ท., ก.ต. กปส., อ.ส.ม.ท. กปส., สำนักโฆษณา ทุกส่วนราชการ</p>

ที่	ยุทธศาสตร์	มาตรการ	หน่วยงานรับผิดชอบ	หน่วยงานสนับสนุน
	<p>๒. การประชาสัมพันธ์ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง</p>	<p>๑. เผยแพร่แนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ซึ่งเป็นปรัชญานำทางในการพัฒนาและบริหารประเทศในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๙ (พ.ศ. ๒๕๔๕-๒๕๔๙) โดยดำเนินการผ่านสื่อต่าง ๆ ทั้งสื่อเอกชน และสื่อบุคคล เพื่อให้บุคลากรทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชนได้มีความรู้ ความเข้าใจ ที่ถูกต้องในเรื่องเศรษฐกิจพอเพียง</p> <p>๒. รณรงค์และสร้างจิตสำนึกให้ประชาชนยึดหลักการดำเนินชีวิตตามแนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง โดยเน้นการปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม ทั้งนี้จะต้องรณรงค์อย่างต่อเนื่อง</p> <p>๓. ส่งเสริมและสนับสนุนให้ชุมชนต่าง ๆ ในท้องถิ่นรวมตัวกันนำแนวคิดปรัชญา/เศรษฐกิจพอเพียงไปเป็นแนวทางในการดำเนินชีวิตของกลุ่ม ชุมชน โดยปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรมและต่อเนื่อง</p>	<p>สศช., สปน., กปส., อ.ส.ม.ท.</p> <p>สศช. กปส.</p> <p>สศช., มท., อบต.</p>	<p>ทุกส่วนราชการ, สื่อเอกชน, องค์การพัฒนาเอกชน</p> <p>ทุกส่วนราชการ, สื่อเอกชน</p> <p>องค์การพัฒนาเอกชน</p>

ที่	ยุทธศาสตร์	มาตรการ	หน่วยงานรับผิดชอบ	หน่วยงานสนับสนุน
	<p>๓. การประชาสัมพันธ์ประเด็นที่เป็นวาระแห่งชาติ</p>	<p>๔. เผยแพร่ผลงานของกลุ่มหรือชุมชนที่น่าสนใจ ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปใช้ในการดำเนินชีวิตและประสพผลดีต่อครอบครัวและชุมชน เพื่อให้ประชาชนทั่วไปได้รับทราบและเกิดความสนใจไปเป็นแบบอย่างดำเนินชีวิตต่อไป</p> <p>๕. ส่งเสริมและสนับสนุนให้โรงเรียนจัดกิจกรรมให้เด็กและเยาวชนได้นำแนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง เป็นแนวทางการดำเนินชีวิตและกระตุ้นให้ครอบครัวเกิดความสนใจ และนำไปเป็นแนวทางในการปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม</p> <p>๑. เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารข้อเท็จจริงแก่ประชาชนเกี่ยวกับวาระแห่งชาติ ในเรื่องการพัฒนาชีวิตความสามารถในการแข่งขันของประเทศ เพื่อให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการส่งเสริมและสนับสนุนกิจกรรมต่าง ๆ ของภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน ในการพัฒนาชีวิตความสามารถในการแข่งขันของประเทศ</p>	<p>สศช., มท., กปส., อ.ส.ม.ท.</p> <p>คธ., มท., อบต.</p> <p>พณ., อต., มท., สปบ., กปส., อ.ส.ม.ท.</p>	<p>ทุกส่วนราชการ, สื่อเอกชน</p> <p>ทุกส่วนราชการ</p> <p>ทุกส่วนราชการ, อบต., สื่อเอกชน, องค์การพัฒนาเอกชน</p>

ที่	ยุทธศาสตร์	มาตรการ	หน่วยงานรับผิดชอบ	หน่วยงานสนับสนุน
		<p>๒. ประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข่าวและกิจกรรมที่ส่งเสริมการแก้ไขปัญหาความยากจน และภารกิจกระจายรายได้ เพื่อให้ประชาชนได้รับทราบ เข้าใจ และสนับสนุนกิจกรรมต่าง ๆ ในการแก้ไขปัญหาความยากจนและภารกิจกระจายรายได้</p> <p>๓. สร้างความเข้าใจกับประชาชนในเรื่องการพัฒนาทุนทางสังคม เพื่อให้เกิดการร่วมมือและสนับสนุนจากประชาชนในการดำเนินงานภาครัฐและภาคเอกชน ในการพัฒนาทุนทางสังคมอย่างต่อเนื่อง</p> <p>๔. เผยแพร่แนวคิดและแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืนให้ประชาชนรับรู้และเข้าใจ รวมทั้งกระตุ้นให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาทั้งในระดับท้องถิ่น ระดับภูมิภาค และระดับประเทศเพื่อให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืน</p> <p>๑. ประชาสัมพันธ์นโยบายและการดำเนินการปฏิรูประบบราชการให้บุคลากรภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนอย่างกว้างขวาง เพื่อให้เกิดความเข้าใจและมีส่วนร่วมในการปฏิรูประบบราชการ</p>	<p>สศช., มท., กค., พณ., อต., สปน., กปส., อ.ส.ม.ท.</p> <p>สศช., กค., มท., สปน., กปส.</p> <p>สศช., คอ., มท., สปน., กปส., อ.ส.ม.ท.</p> <p>ก.พ., กปส.</p>	<p>ทุกส่วนราชการ, สื่อเอกชน, องค์การพัฒนาเอกชน</p> <p>อบต., องค์การพัฒนาเอกชน, สื่อเอกชน</p> <p>ทุกส่วนราชการ, สื่อเอกชน, องค์การพัฒนาเอกชน</p> <p>ทุกส่วนราชการ, สื่อเอกชน</p>
	๔. การประชาสัมพันธ์ปฏิรูประบบราชการ			

ที่	ยุทธศาสตร์	มาตรการ	หน่วยงานรับผิดชอบ	หน่วยงานสนับสนุน
		<p>๒. สร้างความเข้าใจกับบุคลากรภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนถึงเหตุผลและความจำเป็นในการจัดโครงสร้างระบบราชการใหม่ แนวทางการเสริมสร้างประสิทธิภาพของระบบราชการ รวมทั้งสร้างความพึงพอใจให้แก่ประชาชนผู้รับบริการ</p> <p>๓. ให้ความรู้และสร้างความเข้าใจกับบุคลากรภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนเกี่ยวกับโครงสร้างระบบราชการใหม่ ภารกิจ อำนาจหน้าที่ ขอบเขตการให้บริการ รวมทั้งจัดทำคู่มือเกี่ยวกับการปฏิรูประบบราชการ</p> <p>๔. รับฟังความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อการให้บริการของหน่วยงานภาครัฐ</p> <p>๕. ประชาสัมพันธ์กิจกรรมและผลงานของหน่วยงานภาครัฐที่มีผลสัมฤทธิ์ ซึ่งเกิดจากการปฏิรูประบบราชการ เพื่อให้ประชาชนเห็นความสำคัญ คุณค่า และประโยชน์ของการปฏิรูประบบราชการ รวมทั้งมีส่วนร่วมในการปฏิรูประบบราชการ</p>	<p>ก.พ., กปส., อ.ส.ม.ท.</p> <p>ก.พ., กปส.</p> <p>ก.พ., กปส., สำนักโฆษก</p> <p>ก.พ., กปส., อ.ส.ม.ท.</p>	<p>ทุกส่วนราชการ</p> <p>ทุกส่วนราชการ</p> <p>ทุกส่วนราชการ</p> <p>ทุกส่วนราชการ</p>

ที่	ยุทธศาสตร์	มาตรการ	หน่วยงานรับผิดชอบ	หน่วยงานสนับสนุน
	<p>๖. การประชาสัมพันธ์เพื่อป้องกันและปราบปรามการทุจริตและประพฤติมิชอบ</p>	<p>๑. รณรงค์และสร้างจิตสำนึกที่ดีให้บุคลากรภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน ตรีชนกัถึงการปฏิบัติ งานด้วยความซื่อสัตย์ สุจริต และปลุกฝังค่านิยม การเป็นข้าราชการและเจ้าหน้าที่ของรัฐที่ดี</p> <p>๒. ประชาสัมพันธ์ผ่านสมาคม ชมรม กลุ่มวิชาชีพ ต่าง ๆ ของหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน เพื่อกระตุ้นให้ข้าราชการและเจ้าหน้าที่ของรัฐยึดมั่นในอุดมการณ์ และจรรยาบรรณของการเป็นข้าราชการและเจ้าหน้าที่ของรัฐที่ดี</p> <p>๓. ส่งเสริมและสนับสนุนให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วม อย่างจริงจังในการป้องกันและปราบปรามการทุจริต และประพฤติมิชอบทุกรูปแบบในสังคม</p> <p>๔. เผยแพร่เกียรติคุณบุคลากรภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน ที่มีความซื่อสัตย์สุจริตในการ ประกอบอาชีพและการดำรงชีวิต ตลอดจนร่วมมือในการป้องกันและปราบปรามการทุจริต และประพฤติมิชอบทุกรูปแบบในสังคม ทั้งในด้าน นามธรรมและรูปธรรม เพื่อเป็นขวัญกำลังใจให้ กับบุคลากรอื่นได้นำไปปฏิบัติตาม</p>	<p>ป.ป.ช., ก.พ.</p> <p>ก.พ., กปส., อ.ส.ม.ท.</p> <p>ป.ป.ช., ก.พ., กปส.</p> <p>ป.ป.ช., ก.พ., กปส.</p>	<p>ทุกส่วนราชการ</p> <p>ทุกส่วนราชการ</p>

ที่	ยุทธศาสตร์	มาตรการ	หน่วยงานรับผิดชอบ	หน่วยงานสนับสนุน
	<p>๗. การประชาสัมพันธ์เพื่อพัฒนาการเมือง</p>	<p>มาตรการ</p> <p>๑. เผยแพร่ความรู้เรื่องสิทธิและหน้าที่ความรับผิดชอบของประชาชนผ่านโครงการของรัฐที่ประชาชน หรือชุมชนมีส่วนได้รับผลกระทบ ทั้งด้านดีและไม่ดีโดยตรง</p> <p>๒. ใช้สื่อต่าง ๆ กระตุ้นให้ประชาชนรู้จักใช้สิทธิและความคุ้มครองทางกฎหมายในสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ ของตนเอง</p> <p>๓. รณรงค์และสร้างจิตสำนึกให้ประชาชนตระหนักถึงสิทธิและหน้าที่ของประชาชน รวมทั้งเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อประโยชน์ของส่วนรวมและประเทศชาติ</p> <p>๔. ประชาสัมพันธ์ผ่านชมรม สมาคม และกลุ่มอาชีพต่าง ๆ ให้มีการรู้จักใช้อุดมการณ์ ประชาธิปไตยในการบริหารจัดการชมรม สมาคม และกลุ่มอาชีพ</p> <p>๕. เสริมสร้างให้ประชาชนมีความสนใจ ติดตามความเคลื่อนไหวทางการเมืองและเข้ามามีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับโครงการหรือกิจกรรมทางการเมือง โดยเฉพาะที่มีผลกระทบต่อประชาชนโดยตรง</p>	<p>มท., กปส., อ.ส.ม.ท.</p> <p>มท., กปส., อ.ส.ม.ท.</p> <p>มท., กปส.</p> <p>มท., กปส.</p> <p>มท., กปส., อ.ส.ม.ท.</p>	<p>อ.บ.ต., สื่อเอกชน</p> <p>สื่อเอกชน</p> <p>ทุกส่วนราชการ</p> <p>ทุกส่วนราชการ</p> <p>สื่อเอกชน</p>

ที่	ยุทธศาสตร์	มาตรการ	หน่วยงานรับผิดชอบ	หน่วยงานสนับสนุน
	๙. การประชาสัมพันธ์การส่งเสริมระเบียบวินัยในสังคม	<p>มาตรการ</p> <p>๑. ส่งเสริมและสนับสนุนให้ครอบครัวเป็นจุดเริ่มต้นของการเสริมสร้างระเบียบวินัยให้กับบุตรหลานในเรื่องต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งระเบียบวินัยในตนเองอันเป็นรากฐานสำคัญอย่างหนึ่งของการปกครองตนเองในระบอบประชาธิปไตย</p> <p>๒. ส่งเสริมและสนับสนุนให้โรงเรียนจัดกิจกรรมให้เด็กและเยาวชนได้รู้ความเข้าใจ รวมทั้งฝึกปฏิบัติตามระเบียบ วินัย มารยาทในสังคมต่าง ๆ</p> <p>๓. รณรงค์และกระตุ้นให้เด็กและเยาวชนได้รับความเข้าใจและกล้าแสดงออก โดยเฉพาะในกิจกรรมที่ส่งเสริมการรักษาระเบียบวินัยในสังคม เช่นการมีส่วนร่วมในกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม ตลอดจนส่งเสริมให้เด็กและเยาวชนมีพัฒนาการความคิดสร้างสรรค์และนำความคิดนั้นมาพัฒนาสังคมให้น่าอยู่เพิ่มมากขึ้น</p> <p>๔. รณรงค์และกระตุ้นให้ประชาชนเกิดจิตสำนึกที่ดีในการรักษาระเบียบวินัยและมารยาทในสังคมทั้งที่บ้าน ที่ทำงานและที่สาธารณะทั่วไป เพื่อให้สังคมเกิดความสันติสุข</p>	<p>คส., มท., กระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์</p> <p>คส.</p> <p>คส., กระทรวงพัฒนาสังคมฯ</p> <p>คส., กปส.</p>	

ที่	ยุทธศาสตร์	มาตรการ	หน่วยงานรับผิดชอบ	หน่วยงานสนับสนุน
	<p>ยุทธศาสตร์</p> <p>๑๐. การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความมั่นคงของชาติ</p>	<p>๕. ส่งเสริมและยกย่องคนดีของสังคม รวมทั้งเชิดชูหน่วยงานที่ดีส่งเสริมระเบียบวินัยในสังคม มีคุณธรรม มีจรรยาบรรณในวิชาชีพ และบำเพ็ญประโยชน์แก่ส่วนรวม เพื่อเป็นแบบอย่างและสร้างผู้นำที่ดีของสังคมอย่างต่อเนื่อง</p> <p>๑. เสริมสร้างความเข้าใจต่อนโยบายและยุทธศาสตร์ความมั่นคงในทุกด้าน โดยวางระบบการประชาสัมพันธ์และการประชาสัมพันธ์ดำเนินงานอย่างใกล้ชิดกับส่วนราชการที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์</p> <p>๒. เผยแพร่ข้อมูล ข่าวสาร และข้อเท็จจริงแก่ประชาชนเกี่ยวกับการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐอย่างต่อเนื่องและทั่วถึง โดยเลือกใช้สื่อที่เหมาะสม รวมทั้งผู้นำและสื่อบุคคลอื่นที่สังคมเชื่อถือ ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ อย่างมีประสิทธิภาพและบังเกิดประสิทธิผล</p> <p>๓. ให้ความรู้แก่ประชาชนอย่างถูกต้องชัดเจนและต่อเนื่องเกี่ยวกับสถานการณ์ภายในประเทศ ภายนอกประเทศและผลกระทบต่อความมั่นคงใน</p>	<p>คธ., ก.พ., กปส.</p> <p>กท., มท., กต., สมช., ตร., กปส.</p> <p>กปส., อ.ส.ม.ท.</p> <p>กท., สมช., กต., มท., สปน., กปส., อ.ส.ม.ท.</p>	<p>สื่อเอกชน</p> <p>ทุกส่วนราชการ</p> <p>ทุกส่วนราชการ</p> <p>ทุกส่วนราชการ, สื่อเอกชน</p>

ที่	ยุทธศาสตร์	มาตรการ	หน่วยงานรับผิดชอบ	หน่วยงานสนับสนุน
		<p>กระแสโลกาภิวัตน์ โดยเฉพาะภัยคุกคามใหม่ ๆ เพื่อสร้างความพร้อมของประชาชนในการป้องกันและปรับตัวรองรับสถานการณ์ได้อย่างเหมาะสม</p> <p>๔. สร้างจิตสำนึกและทัศนคติแก่ผู้นำภาครัฐ ทั้งข้าราชการการเมืองและข้าราชการประจำทุกระดับให้ปรับวิสัยทัศน์ โดยมุ่งการทำงานที่เน้นผลประโยชน์ของชาติและความมั่นคงของประชาชน ไม่แสวงหาอำนาจผลประโยชน์และทุจริตคอร์รัปชัน</p> <p>๕. สร้างทัศนคติให้ภาคเอกชน ภาคประชาชน มีความเชื่อมั่นศรัทธาต่อการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐ</p> <p>๖. กระตุ้นจิตสำนึกและสร้างทัศนคติให้ประชาชนทุกกลุ่มเป้าหมายมีความไว้วางใจระหว่างกัน รู้รักสามัคคีสามานฉันท์ มีจิตสำนึกต่อความมั่นคงและมีความเอื้ออาทรต่อกัน</p> <p>๗. ส่งเสริมและสนับสนุนให้ประชาชนตระหนักในบทบาทและเข้ามามีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่กระทบต่อความมั่นคงและผลประโยชน์ของชาติ</p>	<p>ก.พ., สมช., กปส.</p> <p>ทุกส่วนราชการ</p> <p>สมช., กปส.</p> <p>กท., มท., สมช.</p>	<p>อปต.</p> <p>อปต.</p>

ที่	ยุทธศาสตร์	มาตรการ	หน่วยงานรับผิดชอบ	หน่วยงานสนับสนุน
	<p>๑๑. การประชาสัมพันธ์การส่งเสริมเอกลักษณ์และวัฒนธรรมของชาติ</p>	<p>โดยให้ประชาชนใช้สิทธิเสรีภาพอย่างเหมาะสมตามหลักรัฐธรรมนูญรักษาสถาบันประมุขแห่งรัฐ กอบกู้สถาบันการนิเวศน์และส่วนร่วมในการกอบกู้สถาบันการนิเวศน์ทุกด้าน</p> <p>๘. ประสานสื่อมวลชนทั้งภาครัฐ และภาคเอกชนให้ร่วมมือกันในการประชาสัมพันธ์ไปทิศทางเดียวกัน โดยเฉพาะในกรณีสถานการณ์ความมั่นคงที่มีความละเอียดอ่อนสูง เพื่อไม่ให้เกิดความสับสนหรือความขัดแย้งในประเทศ</p> <p>๑. เน้นปลูกจิตสำนึกคนไทยให้ยึดมั่นในสถาบันชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์ โดยการปฏิบัติตนให้เป็นพลเมืองดี และยึดถือผลประโยชน์ของส่วนรวม</p> <p>๒. สร้างกระบวนการเรียนรู้แก่ประชาชนเกี่ยวกับเอกลักษณ์และวัฒนธรรมของชาติ เพื่อให้เกิดความตระหนักในความสำคัญ คุณค่าของวัฒนธรรม ซึ่งเป็นมรดกที่คนไทยพึงอนุรักษ์และส่งเสริมให้คงอยู่สืบไป</p> <p>๓. เผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับโครงการ กิจกรรม และผลงานด้านการส่งเสริมเอกลักษณ์และวัฒนธรรม</p>	<p>กปส., อ.ส.ม.ท.</p> <p>กระทรวงวัฒนธรรม, กปส., อ.ส.ม.ท.</p> <p>กระทรวงวัฒนธรรม</p> <p>กปส., อ.ส.ม.ท.</p> <p>กระทรวงวัฒนธรรม</p>	<p>สื่อเอกชน</p> <p>สื่อเอกชน</p> <p>ศธ.</p> <p>สื่อเอกชน</p>

ที่	ยุทธศาสตร์	มาตรการ	หน่วยงานรับผิดชอบ	หน่วยงานสนับสนุน
	<p>๑๒. การประชาสัมพันธ์การบริหารจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม</p>	<p>ไทยที่หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน จัดขึ้นในโอกาสต่าง ๆ</p> <p>๔. ให้การสนับสนุนส่งเสริมการขยายผลประชาสัมพันธ์โครงการและกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม</p> <p>๕. ส่งเสริมและสนับสนุนกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อให้เกิดการอนุรักษ์ภาษาไทยและภาษาถิ่นอันเป็นเอกลักษณ์และมรดกทางวัฒนธรรม</p> <p>๖. เสริมสร้างค่านิยมการยกย่องคนดี เพื่อให้เด็กและเยาวชนได้เรียนรู้และยึดถือเป็นแบบอย่างในการประพฤติตนเป็นคนดีในสังคม</p> <p>๑. ส่งเสริมการสร้างกระบวนการเรียนรู้เกี่ยวกับทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมต่อประชาชน ให้ตระหนักถึงความสำคัญของทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมเพื่อประโยชน์ส่วนรวม</p>	<p>กปส., อ.ส.ม.ท.</p> <p>กระทรวงวัฒนธรรม</p> <p>กระทรวงวัฒนธรรม, ศธ., กปส., อ.ส.ม.ท.</p> <p>กระทรวงทรัพยากรฯ</p>	<p>สื่อเอกชน</p> <p>สื่อเอกชน, องค์การพัฒนาเอกชน</p> <p>สื่อเอกชน</p>

ที่	ยุทธศาสตร์	มาตรการ	หน่วยงานรับผิดชอบ	หน่วยงานสนับสนุน
	<p>๑๓. การประชาสัมพันธ์การพัฒนาคุณภาพชีวิต</p>	<p>๒. สนับสนุนให้หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน องค์กร ส่วนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ตลอดจน อนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน</p> <p>๓. ส่งเสริมการสร้างเครือข่ายการประชาสัมพันธ์ รณรงค์อนุรักษ์ฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและ สิ่งแวดล้อม ตลอดจนเกิดความหวงแหนและมี จิตสำนึกที่จะอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและ สิ่งแวดล้อมในพื้นที่</p> <p>๑. สนับสนุนให้หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน องค์กรพัฒนาเอกชน ให้เข้ามามีส่วนร่วมในการให้ ความรู้เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ การ ส่งเสริมสุขภาพการป้องกันโรค และการพัฒนา จิตใจ โดยยึดเป็นไปตาม พ.ร.บ. สุขภาพแห่งชาติ ๒. ให้ความรู้ ความเข้าใจและเสริมสร้างทัศนคติที่ดี ให้กับเด็ก เยาวชน และประชาชนสนใจเข้าร่วมใน กิจกรรมการกีฬา เพื่อพัฒนาสุขภาพตามความ เหมาะสมกับวัยและสุขภาพของตนเอง</p>	<p>กระทรวงทรัพยากรฯ, มท.</p> <p>กระทรวงทรัพยากรฯ, กปส., อ.ส.ม.ท.</p> <p>สธ., กปส.</p> <p>สธ., คธ., กระทรวงการท่องเที่ยว และกีฬา, กปส.</p>	<p>ทุกส่วนราชการ, อปต.</p> <p>สื่อเอกชน</p> <p>ทุกส่วนราชการ</p> <p>สื่อเอกชน</p>

ที่	ยุทธศาสตร์	มาตรการ	หน่วยงานรับผิดชอบ	หน่วยงานสนับสนุน
		<p>๓. ส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่มีประโยชน์สำหรับผู้สูงอายุ โดยผ่านสื่อทุกประเภท รวมทั้งจัดกิจกรรมเพื่อเป็นโอกาสให้มีการเผยแพร่ภูมิปัญญาของผู้สูงอายุ ได้เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมด้านต่าง ๆ ของสังคมมากขึ้น</p> <p>๔. ให้ความรู้กับประชาชนทั่วไป โดยเน้นการศึกษา นอกระบบตลอดชีวิต ใช้สื่อทุกรูปแบบเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการเรียนรู้ และพัฒนาการด้านต่าง ๆ ของประชาชน มีการปรับปรุงและเพิ่มเนื้อหาสาระที่จำเป็นต่อการเรียนรู้ โดยปรับให้สอดคล้องกับสภาพและความต้องการของท้องถิ่น สนับสนุนการจัดเครือข่ายการเรียนรู้ การนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาเสริมสร้างกระบวนการเรียนรู้ของชุมชน เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในชุมชนให้ดีขึ้น</p>	<p>กระทรวงพัฒนาสังคมฯ, กปส.</p> <p>คธ., กระทรวงพัฒนาสังคมฯ</p>	<p>สื่อเอกชน</p> <p>มท., อบต., อต., กษ.</p>

ที่	ยุทธศาสตร์	มาตรการ	หน่วยงานรับผิดชอบ	หน่วยงานสนับสนุน
	<p>๑๔. การประชาสัมพันธ์การป้องกันและแก้ไขปัญหาภัยธรรมชาติและสาธารณภัย</p>	<p>มาตรการ</p> <p>๕. ส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการเผยแพร่ความรู้ตลอดจนข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์กับกลุ่มผู้ด้อยโอกาส เช่น คนพิการ คนปัญญาอ่อน เป็นต้น โดยผลิตสื่อที่เหมาะสมเพื่อพัฒนาการรับรู้และการติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่น ๆ ได้ ทั้งนี้ โดยความร่วมมือจากหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และองค์กรพัฒนาเอกชนที่เกี่ยวข้อง</p> <p>๖. พัฒนาศักยภาพประชาชนในฐานะผู้บริโภค โดยการสร้างและพัฒนาระบบการให้ข้อมูลข่าวสารด้านสุขภาพและการคุ้มครองผู้บริโภคที่ประชาชนทุกคนสามารถเข้าถึงได้สะดวก โดยเฉพาะเรื่องผลิตภัณฑ์สุขภาพ การใช้ยา เทคโนโลยี ราคา และคุณภาพของสินค้าหรือบริการควบคู่ไปกับการพัฒนากลไกการมีส่วนร่วมของประชาชนอาสาสมัคร องค์กรพัฒนาเอกชน ภาคธุรกิจเอกชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและสื่อมวลชน</p> <p>๑. ปกป้องต้านักให้ประชาชนตระหนักถึงการเตรียมการป้องกันและแก้ไข้ปัญหาที่เกิดจากภัยธรรมชาติและสาธารณภัย</p>	<p>กระทรวงพัฒนาสังคมฯ, กปส.</p> <p>สธ., กปส.</p> <p>มท., อบต.</p> <p>มท., กท., ดร.</p> <p>อบต., สื่อเอกชน</p>	<p>มท., ศธ., สธ., สื่อเอกชน</p> <p>มท., อบต., สื่อเอกชน</p>

ที่	ยุทธศาสตร์	มาตรการ	หน่วยงานรับผิดชอบ	หน่วยงานสนับสนุน
	<p>๑๔. การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว</p>	<p>๒. ส่งเสริมและสนับสนุนให้หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชนและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ให้ความรู้ความเข้าใจแก่ประชาชนในเรื่องการป้องกันและแก้ไขปัญหาภัยธรรมชาติ</p> <p>๓. รณรงค์ส่งเสริมให้เยาวชนและองค์กรในท้องถิ่นที่มีปัญหาเกิดภัยธรรมชาติอย่างรุนแรงมาก่อนเป็นศูนย์กลางในการให้ความรู้ในเรื่องการป้องกันและแก้ไขปัญหาภัยธรรมชาติ</p> <p>๔. รณรงค์ให้ทุกส่วนในสังคมเข้ามาช่วยเหลือประชาชนที่ได้รับความเดือดร้อนจากภัยธรรมชาติและสาธารณภัยอย่างต่อเนื่อง</p> <p>๑. เสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้องแก่ประชาชน ชุมชน และท้องถิ่น ในการอนุรักษ์ฟื้นฟูส่งเสริม และพัฒนาการท่องเที่ยวและถาวรให้บริการแก่นักท่องเที่ยวในท้องถิ่น</p> <p>๒. ปลุกจิตสำนึกและสร้างทัศนคติให้ประชาชนทุกกลุ่มเป้าหมายตระหนักถึงความจำเป็นบ้านที่ดีในการต้อนรับนักท่องเที่ยวให้เกิดความประทับใจ</p>	<p>มท., กษ., อบต.</p> <p>คธ., มท., อบต.</p> <p>มท., กท., ดร., ทุกส่วนราชการ</p> <p>กระทรวงท่องเที่ยว, มท., กปส.</p> <p>กระทรวงท่องเที่ยว, กปส., อ.ส.ม.ท.</p>	<p>กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร</p> <p>ทุกส่วนราชการ</p> <p>สื่อเอกชน</p> <p>อบต.</p> <p>สื่อเอกชน</p>

ที่	ยุทธศาสตร์	มาตรการ	หน่วยงานรับผิดชอบ	หน่วยงานสนับสนุน
	<p>๑๖. การประชาสัมพันธ์เพื่อการป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติด</p>	<p>๓. ส่งเสริม สนับสนุนให้ประชาชนในแต่ละพื้นที่มีส่วนร่วมในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่นของตนเองอย่างครบวงจร</p> <p>๔. สร้างจิตสำนึกและค่านิยมของคนไทยในการท่องเที่ยวภายในประเทศอย่างต่อเนื่อง</p> <p>๑. สร้างกระแสสังคมเพื่อปลูกจิตสำนึกให้หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนในสังคมตระหนักถึงความรุนแรงของปัญหายาเสพติดให้ความร่วมมือในการป้องกันและแก้ไขปัญหาเสพติดอย่างจริงจังและต่อเนื่อง</p> <p>๒. เผยแพร่ความรู้ และข้อมูลที่ถูกต้องกับประชาชนทุกกลุ่มเป้าหมายให้มีความรู้ถึงโทษและพิษภัยจากยาเสพติด</p> <p>๓. เสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจและทัศนคติที่ดีของบิดา มารดา ผู้ปกครอง ครู อาจารย์ และผู้เกี่ยวข้องให้เข้าใจถึงความต้องกาการและพฤติกรรมการของเด็กและเยาวชน และหาวิธีการป้องกันเด็กและเยาวชนให้ห่างไกลจากยาเสพติด</p>	<p>มท., กระทรวงท่องเที่ยว</p> <p>กระทรวงท่องเที่ยว, กปส., อ.ส.ม.ท.</p> <p>มท., กท., ป.ป.ส., กปส., อ.ส.ม.ท.</p> <p>ป.ป.ส., กปส.</p> <p>ศธ., กระทรวงพัฒนาสังคม, สธ., มท., ป.ป.ส., กปส., อ.ส.ม.ท.</p>	<p>อบต.</p> <p>ศธ., มท., สื่อเอกชน ทุกส่วนราชการ, สื่อเอกชน</p> <p>สื่อเอกชน, องค์กรพัฒนาเอกชน</p> <p>กท., อบต., ทุกส่วนราชการ, สื่อเอกชน</p>

ที่	ยุทธศาสตร์	มาตรการ	หน่วยงานรับผิดชอบ	หน่วยงานสนับสนุน
	<p>๑๗. การประชาสัมพันธ์การส่งเสริมและแก้ไขปัญหเกี่ยวกับพืชเศรษฐกิจ</p>	<p>๔. สร้างทัศนคติ ค่านิยมใหม่ให้เด็กและเยาวชนไม่ให้ทดลองยาเสพติดตามคำชักชวนของเพื่อน</p> <p>๑. ส่งเสริมและสนับสนุนด้านข้อมูลข่าวสารแก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านพืชเศรษฐกิจ เพื่อให้เกษตรกรและผู้ประกอบการแปรรูปสินค้าเกษตรได้ผู้ประกอบการด้านการส่งออกสินค้าเกษตรได้ทราบข้อมูลการแปรรูปและการส่งออก</p> <p>๒. ประชาสัมพันธ์ให้ภาคการผลิตด้านการเกษตรมีข้อมูลข่าวสารที่ครบถ้วนทันเหตุการณ์เกี่ยวกับพืชเศรษฐกิจ โดยเฉพาะแนวโน้มของตลาด ทั้งนี้เพื่อการวางแผนด้านการผลิตให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ</p>	<p>คธ., กระทรวงพัฒนาสังคมฯ, สธ., มท., ป.ป.ส., กปส., อ.ส.ม.ท.</p> <p>กษ., พณ., อต., กปส.</p> <p>กษ., กต., พณ., อต., กปส., อ.ส.ม.ท.</p>	<p>กท., อบต., ทุกส่วนราชการ, สื่อเอกชน</p> <p>สื่อเอกชน</p> <p>สื่อเอกชน</p>

ที่	ยุทธศาสตร์	มาตรการ	หน่วยงานรับผิดชอบ	หน่วยงานสนับสนุน
๕.	การประชาสัมพันธ์เฉพาะกิจในประเทศ	<p>๓. ประชาสัมพันธ์เพื่อปรับเปลี่ยนวัฒนธรรมและวิธีการผลิต เพื่อให้เกิดการเพิ่มรายได้และกระจายรายได้เกษตรกร รวมทั้งแก้ไขปัญหาที่เกี่ยวข้องกับพืชเศรษฐกิจในภาพรวม</p> <p>๑. ให้มีการจัดตั้งศูนย์การประชาสัมพันธ์เฉพาะกิจ ในสถานการณ์ที่มีผลกระทบต่อประเทศไทย โดยได้ดำเนินงานเลขานุการคณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ เป็นหน่วยงานหลักในการอำนวยความสะดวกและประสานกับหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน เพื่อรับผิดชอบในการประชาสัมพันธ์</p> <p>๒. ให้มีคณะทำงานเพื่อรับผิดชอบการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ โดยประจำอยู่ในศูนย์ประชาสัมพันธ์เฉพาะกิจ</p> <p>๓. กำหนดกลไกและแนวทางการประชาสัมพันธ์ในภาวะวิกฤตหรือกรณีเรื่องเร่งด่วน มีการตรวจสอบวิเคราะห์สถานการณ์ที่จะทำให้เกิดภาวะวิกฤตขึ้นในประเทศอย่างสม่ำเสมอ รวมทั้งมีการกำหนด</p>	<p>กษ., อต., กปส.</p> <p>สปน., กปส., สมช.</p> <p>กปส.</p> <p>สปน., กปส., สมช., กท., มท., ดร.</p>	<p>สื่อเอกชน</p> <p>ทุกส่วนราชการ, สื่อเอกชน</p> <p>ทุกส่วนราชการ</p>

ที่	ยุทธศาสตร์	มาตรการ	หน่วยงานรับผิดชอบ	หน่วยงานสนับสนุน
		<p>ประเด็นและเนื้อหาของการประชาสัมพันธ์ โดยมี การจัดลำดับความสำคัญของเรื่อง และมีการ วิเคราะห์ข้อมูลก่อนเผยแพร่ผ่านสื่อต่าง ๆ</p> <p>๔. จัดทำแผนปฏิบัติการประชาสัมพันธ์กรณีเรื่อง เร่งด่วนที่มีผลกระทบต่อประเทศชาติ เพื่อให้ผู้ เกี่ยวข้องได้รับทราบและปฏิบัติงานได้อย่าง ถูกต้องทันเหตุการณ์</p> <p>๕. จัดให้มีการอบรมบุคลากรและเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง ให้เข้าใจวิธีปฏิบัติตามแผนในกรณีเรื่องเร่งด่วน และดำเนินงานตามภารกิจที่ได้รับมอบหมาย อย่างสอดคล้องและเป็นไปแนวทางเดียวกัน</p> <p>๖. ติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงานศูนย์ ประชาสัมพันธ์เฉพาะกิจฯ อย่างต่อเนื่อง และ รายงานความคืบหน้าของเรื่องให้คณะกรรมการ ประชาสัมพันธ์แห่งชาติทราบ เพื่อนำไปปรับปรุง แก้ไข และกำหนดมาตรการที่เหมาะสมต่อไป</p>	<p>กปส.</p> <p>กปส., ทุกส่วนราชการ</p> <p>สปบ., กปส., สมท.</p>	<p>ทุกส่วนราชการ</p>

แผนการประชาสัมพันธ์ต่างประเทศ

ที่	ยุทธศาสตร์	มาตรการ	หน่วยงานรับผิดชอบ	หน่วยงานสนับสนุน
๑.	การพัฒนาองค์การและเครือข่ายประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศ	<p>๑. เร่งรัด ปรับปรุงแก้ไขกฎหมาย กฎ และระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ต่างประเทศ เพื่อให้ทันสมัยเหมาะสมกับการปฏิบัติงานในสถานการณ์ปัจจุบัน</p> <p>๒. ศึกษาความจำเป็นในการจัดตั้งสำนักงานที่ปรึกษาการประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศ โดยปรึกษาและประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง</p> <p>๓. ส่งเสริมการสำรวจวิจัยเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศ เพื่อประโยชน์ในการกำหนดนโยบายและแผนประชาสัมพันธ์ต่างประเทศ ทั้งระยะสั้นและระยะยาว</p> <p>๔. กำหนดแนวทางในการประชาสัมพันธ์ต่างประเทศ ทั้งในเชิงรุกและเชิงรับอย่างเป็นรูปธรรม เพื่อให้หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน ได้รับทราบและนำไปปฏิบัติได้</p> <p>๕. จัดสัมมนาเชิงปฏิบัติการ เพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์ต่างประเทศ</p>	<p>กต., สปบ., กปส., อ.ส.ม.ท.</p> <p>กค., กต., กปส., ก.พ., สงป.</p> <p>กปส.</p> <p>กต., กระทรวงท่องเที่ยว, กปส., อ.ส.ม.ท.</p> <p>กต., กปส.</p>	<p>คคก.</p> <p>สื่อเอกชน</p>

ที่	ยุทธศาสตร์	มาตรการ	หน่วยงานรับผิดชอบ	หน่วยงานสนับสนุน
		<p>๖. ส่งเสริมให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจัดทำแผนปฏิบัติการให้สอดคล้องกับนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์ต่างประเทศ</p> <p>๗. จัดลำดับความสำคัญของแผนงาน/โครงการด้านต่างประเทศเพื่อให้สอดคล้องกับงบประมาณและความจำเป็นเร่งด่วน</p> <p>๘. สร้างระบบการติดต่อสื่อสารระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและเครือข่ายประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศ โดยเฉพาะประเทศในกลุ่มอาเซียน เพื่อความร่วมมือในการปฏิบัติงานและการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร</p> <p>๙. ให้มีระบบการติดตามและประเมินผลการประชาสัมพันธ์ในแต่ละประเทศ เพื่อนำผลมาวิเคราะห์และแก้ไขในการประชาสัมพันธ์ประเทศไทยในต่างประเทศที่มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น</p>	<p>กปส.</p> <p>กปส.</p> <p>กต., กปส.</p> <p>กต., กปส.</p> <p>กปส.</p>	<p>ทุกส่วนราชการ</p> <p>สพ.</p> <p>ทุกส่วนราชการ</p> <p>ทุกส่วนราชการ</p> <p>กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร</p>
๒.	<p>การพัฒนาสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศ</p>	<p>๑. พัฒนาให้ศูนย์สารสนเทศการประชาสัมพันธ์กรมประชาสัมพันธ์ เป็นหน่วยงานกลางทำหน้าที่รวบรวม ประมวลข้อมูลข่าวสารและให้บริการ</p>	<p>กปส.</p>	<p>กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร</p>

ที่	ยุทธศาสตร์	มาตรการ	หน่วยงานรับผิดชอบ	หน่วยงานสนับสนุน
		<p>ข้อมูลข่าวสารด้านการประชาสัมพันธ์ ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ โดยใช้เทคโนโลยีการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ</p> <p>๒. ส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการนำเทคโนโลยีการสื่อสารที่ทันสมัยพร้อมบุคลากรที่สามารถปฏิบัติงานด้านสื่อเข้ามาประจำในหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ของจังหวัด</p> <p>๓. สร้างระบบการจัดเก็บข้อมูลเพื่อสนับสนุนการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศให้มีประสิทธิภาพและสามารถนำมาใช้ทันสถานการณ์</p> <p>๔. จัดสรรงบประมาณ เพื่อจัดหาอุปกรณ์ด้านการประชาสัมพันธ์ที่จำเป็นและเหมาะสมให้แก่หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศ</p> <p>๕. ส่งเสริมและสนับสนุนการผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์และเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศไทย โดยให้สื่อมวลชนของรัฐเป็น</p>	<p>กต., กปส.</p> <p>กต., กปส.</p> <p>กต., กปส.</p> <p>กต., กปส., กปส.</p> <p>กต., กระทรวงท่องเที่ยว, กปส.</p>	<p>ทุกส่วนราชการ</p> <p>ทุกส่วนราชการ</p> <p>สื่อเอกชน</p> <p>สื่อเอกชน</p>

