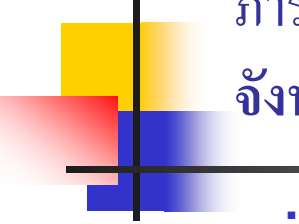


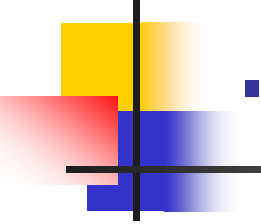
การประชาสัมพันธ์จังหวัดกับ การบูรณาการยุทธศาสตร์ในพื้นที่

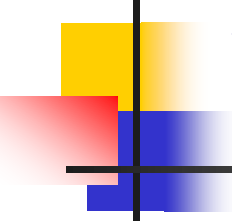
ผู้แทนประชาสัมพันธ์จังหวัดภาค 1-8



ภารกิจ กรมประชาสัมพันธ์ได้กำหนดภารกิจของสำนักงานประชาสัมพันธ์ จังหวัดใน 7 ด้าน ดังนี้

1. จัดทำแผนปฏิบัติการและดำเนินการประชาสัมพันธ์ของจังหวัดให้สอดคล้องกับแผนงานประชาสัมพันธ์ของรัฐและแผนพัฒนาจังหวัด
 - 2. ประสาน ให้คำปรึกษา ผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ความช่วยเหลือสนับสนุนด้านการประชาสัมพันธ์แก่หน่วยงานทั้งภาครัฐ และเอกชนในจังหวัด
 3. เผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร เพื่อให้ประชาชนในแต่ละกลุ่มเป้าหมายรับรู้อย่างเท่าเทียมกัน
- 

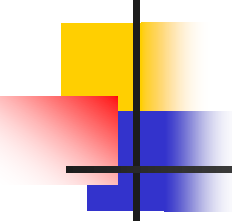
- 
-
- 4. วิเคราะห์ ติดตามประเมินสถานการณ์ และรายงานความคิดเห็นของประชาชนแก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
 - 5. ประสานและพัฒนาเครือข่ายการประชาสัมพันธ์ในจังหวัด
 - 6. เป็นศูนย์กลางข้อมูลข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ของจังหวัด
 - 7. ส่งเสริม สนับสนุน เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาท้องถิ่น



วิสัยทัศน์

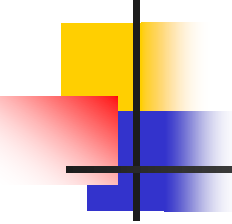


สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดมีวิสัยทัศน์ของหน่วยงาน
คือ “สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัด จะมุ่งสร้างโอกาสในการ
รับรู้ข้อมูลข่าวสารของประชาชนอย่างเท่าเทียมกัน โดยใช้กลไกการ
ประชาสัมพันธ์และการสื่อสารทุกรูปแบบเพื่อสร้างการมีส่วนร่วม
ของประชาชนในการพัฒนาท้องถิ่น”



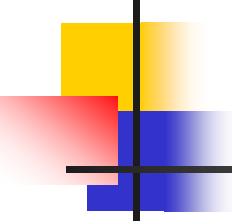
ปรัชญาของสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัด

- **1.** เป็นหน่วยงานที่เชี่ยวชาญด้านการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์
- 2.** เป็นกลไกหลักด้านการสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชน
- 3.** มีการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่ได้มาตรฐานและเป็นที่ยอมรับ เชื่อถือ ได้รับการยอมรับถูกต้องตามข้อเท็จจริง
- 4.** เป็นสื่อในการสะท้อนความคิดเห็นของประชาชน



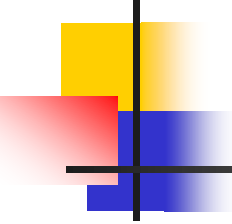
บทบาทหน้าที่ของประชาสัมพันธ์จังหวัด

- เป็นผู้แทนสำนักนายกใน กรมการจังหวัด (บริหารราชการส่วนภูมิภาค)
- เป็นผู้วางแผนให้คำปรึกษาการประชาสัมพันธ์และดำเนินการประชาสัมพันธ์ให้จังหวัดและส่วนราชการและภาคเอกชนในจังหวัด
- เป็นผู้บริหาร ประเด็นรับฟังความคิดเห็นท่าทีทัศนคติของประชาชนที่มีต่อกิจกรรมของ ภาครัฐและรัฐบาล ในพื้นที่จังหวัด
- สื่อสารเผยแพร่ประชาสัมพันธ์และสร้างความเข้าใจในนโยบายของรัฐและรัฐบาล ซึ่งประเด็นในพื้นที่ระดับล่างอาจถูกกลายมาเป็นปัญหาระดับประเทศได้
- ปฏิบัติหน้าที่เป็น โฆษกจังหวัด



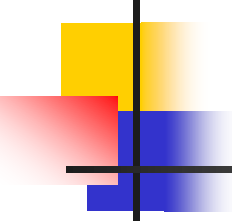
งบประมาณที่ใช้ในการทำงานยุทธศาสตร์

- งบประมาณจากแผนและยุทธศาสตร์กรมประชาสัมพันธ์
- งบประมาณจากแผนและยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัด
- งบประมาณจากแผนและยุทธศาสตร์จังหวัด
- งบประมาณจากองค์กรอื่น



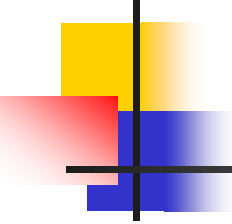
ประชาสัมพันธ์จังหวัดมีทิศทางการทำงาน

- วางแผนและดำเนินการประชาสัมพันธ์ตาม แผนประชาสัมพันธ์
แห่งชาติ แผนจากสภาพัฒน์ฯ
- แผนยุทธศาสตร์ชาติ แผนและนโยบายของรัฐบาล
- แผนยุทธศาสตร์กรมประชาสัมพันธ์
- แผนยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัด
- แผนยุทธศาสตร์จังหวัด



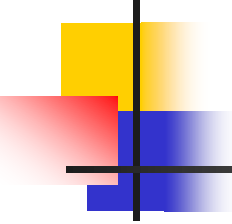
เครือข่ายที่ใช้ในการสนับสนุนการบูรณาการ

- ช่องทางและเครือข่ายของกรมประชาสัมพันธ์
- ช่องทางและเครือข่ายภาคเอกชน ทั้งในส่วนกลางและส่วนพื้นที่
- ช่องทางและเครือข่ายในพื้นที่จังหวัด
- ช่องทางและเครือข่าย **IT / New Media**
- ช่องทางเครือข่ายขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น



โดยการทำงานขับเคลื่อนองค์กร 7 ด้าน

- 1 Structure
- 2 Staff
- 3 System
- 4 Strategy
- 5 Skill
- 6 Style
- 7 Share Value



จากปัจจัยภายนอกทฤษฎีช่วยงาน PR.จังหวัด ใช้ทฤษฎี PEST Analysis

- **Analysis**

- **P = Political component** คุกกฎหมาย นโยบาย
ของรัฐบาล
- **E = Economic component** คุกสภาพเศรษฐกิจ
- **S = Sociocultural component** คุกสภาพสังคม
- **T = Technological component** คุก
เทคโนโลยี

กรมประชาสัมพันธ์

