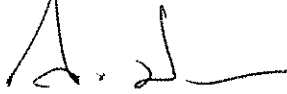


- ๔) ทราบ/เรียน พอ. ธีระชัย.
- เพื่อดำเนินการต่อไป



(นางจริยา ประสพทรัพย์)

ร.ผอ.สนผ.

19 ธ.ค. 2560

- ๕) ทราบ/เรียน คุณประภาภรณ์
- เพื่อดำเนินการต่อไป



(นางภาสณา เขียวขวัญ)

พอ.สนช.

๒๐ มี.ค. ๒๕๖๑

- ๖) เรียน ประชาสัมพันธ์จังหวัด ๗๖ จังหวัด
(อนุกรรมการและเลขานุการฯ)
เพื่อพิจารณาดำเนินการ



(นางจริยา ประสพทรัพย์)

ร.ผอ.สนผ.

๓ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๑

เลขรับ	๕๑	สนผ.
วันที่	๓	ก.พ. ๒๕๖๑
ผู้รับ	u ทช	



ด่วนที่สุด

บันทึกข้อความ

สนข. (611)
รับที่ 51 เวลา 10.45 น.
วันที่ 20 มี.ค. ๒๕๖๐
ผู้รับ อธิบดีฯ

เลขที่ 51
วันที่ 19 มี.ค. ๒๕๖๐
ผู้รับ น.ท.

ส่วนราชการ สำนักพัฒนานโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์ ส่วนนโยบายและแผนฯ โทร. ๑๕๐๙
ที่ นร.๐๒๒๐.๐๒/ ๕๑ วันที่ ๑๙ มกราคม ๒๕๖๐

เรื่อง แจ้งปฏิทินการดำเนินงานขับเคลื่อนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติระดับจังหวัด ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๐
โดยคณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติระดับจังหวัด (คำสั่ง กปช.ที่ ๕/๒๕๕๙ ลงวันที่ ๑๕ สิงหาคม ๒๕๕๙)

๑) เรียน อปส. ผ่าน รปส. (นายจรูญ ไชยคร)

เรื่องเดิม

๑. รองนายกรัฐมนตรี (นายวิษณุ เครืองาม) ประธานกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ได้แต่งตั้งคณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติระดับจังหวัดตามคำสั่ง กปช.ที่ ๕/๒๕๕๙ ลงวันที่ ๑๕ สิงหาคม ๒๕๕๙ (เอกสารแนบ ๑)

๒. สนผ.ได้จัดประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อจัดทำแผนปฏิบัติการขับเคลื่อนนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ ๕ (พ.ศ. ๒๕๕๙ - ๒๕๖๐) ไปสู่การปฏิบัติในระดับจังหวัด เมื่อวันที่ ๒๑ ธันวาคม ๒๕๕๙ ณ สถาบันการประชาสัมพันธ์ โดยมีประชาสัมพันธ์จังหวัดผู้แทนภาค ๑ - ๘ และผู้แทนระดับชุมชนเข้าร่วมประชุมฯ

ข้อเท็จจริง

๑. รองศาสตราจารย์ไชยา ยิ้มวิไล ประธานอนุกรรมการปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์ ตามนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ ๕ (พ.ศ. ๒๕๕๙ - ๒๕๖๐) ได้เสนอให้มีการจัดสัมมนาประชาสัมพันธ์จังหวัดเพื่อสนับสนุนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ (เอกสารแนบ ๒)

๒. สนผ.ได้จัดทำปฏิทินการดำเนินงานขับเคลื่อนนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ระดับจังหวัด ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๐ (เอกสารแนบ ๓) ซึ่งกำหนดให้มีการจัดประชุมคณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติระดับจังหวัด จำนวน ๓ ครั้ง ในเดือนมีนาคม - พฤษภาคม ๒๕๖๐

ข้อพิจารณา

สนผ. เห็นควรแจ้งปฏิทินการดำเนินงานฯ ดังกล่าว ให้ประชาสัมพันธ์จังหวัดในฐานะอนุกรรมการ และเลขานุการ คณะอนุกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติระดับจังหวัดได้ทราบ ซึ่งประชาสัมพันธ์จังหวัดสามารถเริ่มจัดประชุมคณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติระดับจังหวัด ครั้งที่ ๑/๒๕๖๐ ได้ภายหลังจากการเข้าร่วมสัมมนาประชาสัมพันธ์จังหวัดเพื่อสนับสนุนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติเรียบร้อยแล้ว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบและพิจารณามอบหมายให้ประชาสัมพันธ์จังหวัดดำเนินการในส่วนที่เกี่ยวข้องต่อไป

๓.

- ทราบ
- ดำเนินการตามเสนอ

พลโท

(สรเสรีญ แก้วกำเนิด)

รักษาราชการในตำแหน่ง อปส.

๑๘ มี.ค. ๒๕๖๐

ร.อปส. พลโท สรเสรีญ แก้วกำเนิด

๑๗ มี.ค. ๒๕๖๐

(นางจริยา ประสพทรัพย์)

ร.ผอ.สนผ.

๓

(นายจรูญ ไชยคร)

รปส.

๑๖ มี.ค. ๒๕๖๐

๓. (นายจรูญ ไชยคร) ๑๖



คำสั่งคณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ

ที่ ๕ /๒๕๕๙

เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติระดับจังหวัด

เพื่อให้การดำเนินงานของคณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติมีประสิทธิภาพ บรรลุวัตถุประสงค์ตามอำนาจหน้าที่ที่กำหนดไว้ในระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรี ว่าด้วยการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๕๓ และเพื่อเป็นการเสริมสร้างประสิทธิภาพการดำเนินงานและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ ๕ (พ.ศ. ๒๕๕๙ - ๒๕๖๔) ไปสู่การปฏิบัติในระดับภูมิภาค ระดับจังหวัด และระดับท้องถิ่น อาศัยอำนาจตามความในข้อ ๑๐ ของระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรี ว่าด้วยการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๕๓ ประกอบกับมติคณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ครั้งที่ ๑/๒๕๕๙ เมื่อวันที่ ๒๘ มิถุนายน ๒๕๕๙ จึงแต่งตั้งคณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติระดับจังหวัด โดยมีองค์ประกอบและอำนาจหน้าที่ ดังนี้

๑. องค์ประกอบ

- | | |
|---|-------------------------------|
| ๑.๑ ผู้ว่าราชการจังหวัด | ประธานคณะกรรมการ |
| ๑.๒ พาณิชย์จังหวัด | อนุกรรมการ |
| ๑.๓ ศึกษาธิการจังหวัด | อนุกรรมการ |
| ๑.๔ อธิการบดีมหาวิทยาลัยของรัฐหรือเอกชนในจังหวัด
หรือผู้อำนวยการวิทยาลัยของรัฐหรือเอกชนในจังหวัด | อนุกรรมการ |
| ๑.๕ อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏในจังหวัด
หรืออธิการบดีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลในจังหวัด | อนุกรรมการ |
| ๑.๖ หอการค้าจังหวัด | อนุกรรมการ |
| ๑.๗ ผู้แทนสภาอุตสาหกรรมจังหวัด | อนุกรรมการ |
| ๑.๘ ผู้แทนสภาวัฒนธรรมจังหวัด | อนุกรรมการ |
| ๑.๙ ผู้แทนสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัด | อนุกรรมการ |
| ๑.๑๐ นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด | อนุกรรมการ |
| ๑.๑๑ ประชาสัมพันธ์จังหวัด | อนุกรรมการและเลขานุการ |
| ๑.๑๒ ผู้อำนวยการสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย
ในจังหวัด | อนุกรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ |
| ๑.๑๓ ผู้ช่วยประชาสัมพันธ์จังหวัด | อนุกรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ |
| ๑.๑๔ เจ้าหน้าที่สำนักงานจังหวัด
ที่ผู้ว่าราชการจังหวัดมอบหมาย | อนุกรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ |

๒. อำนาจหน้าที่

๒.๑ จัดทำแผนประชาสัมพันธ์แห่งชาติระดับจังหวัด แผนปฏิบัติการ แผนงาน โครงการ ประชาสัมพันธ์ของจังหวัดให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์นโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ ๕ (พ.ศ. ๒๕๕๙ - ๒๕๖๔) แล้วนำไปบรรจุไว้ในแผนพัฒนาจังหวัดและกลุ่มจังหวัดเพื่อเสนอขอรับจัดสรรงบประมาณต่อไป

๒.๒ ดำเนินการตามแผนประชาสัมพันธ์แห่งชาติระดับจังหวัด แผนปฏิบัติการ แผนงาน โครงการประชาสัมพันธ์ของจังหวัด รวมทั้งรายงานผลการดำเนินงานเสนอคณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ

๒.๓ บูรณาการการดำเนินงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อสร้างเครือข่ายการดำเนินการ ประชาสัมพันธ์ตามนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ ๕ (พ.ศ. ๒๕๕๙ - ๒๕๖๔) รวมทั้ง ติดตามและประเมินผลการดำเนินงานให้เป็นไปตามที่กำหนดไว้ด้วย

๒.๔ ดำเนินการให้มีช่องทางการแก้ไขปัญหาที่เกิดจากการร้องเรียนการกระทำที่ละเมิดต่อการประชาสัมพันธ์ของชาติ โดยสามารถเชื่อมโยงกับศูนย์ดำรงธรรมของกระทรวงมหาดไทย

๒.๕ ดำเนินการเพื่อให้มีการจัดทำฐานข้อมูลและพัฒนาระบบโครงข่ายข้อมูลข่าวสารของ หน่วยงานต่าง ๆ ภายในจังหวัดให้เป็นระบบที่เข้าถึงง่าย เพื่อใช้ประโยชน์ในการวางแผนการติดตามประเมินผล และเพื่อให้ทุกฝ่ายมีข้อมูลทันสมัยที่ถูกต้อง

๒.๖ ร่วมมือและประสานการดำเนินงานกับคณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ

๒.๗ ปฏิบัติหน้าที่อื่นตามที่คณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติมอบหมาย

ทั้งนี้ ตั้งแต่บัดนี้เป็นต้นไป

สั่ง ณ วันที่ ๑๕ สิงหาคม พ.ศ. ๒๕๕๙

(นายวิษณุ เครืองาม)

รองนายกรัฐมนตรี

ประธานกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ

สรุปสาระสำคัญ
การประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อจัดทำแผนปฏิบัติการขับเคลื่อน
นโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ ๕ ไปสู่การปฏิบัติในระดับจังหวัด
วันที่ ๒๑ ธันวาคม ๒๕๕๙
ณ สถาบันการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์

๑. พิธีเปิดการประชุมเชิงปฏิบัติการฯ และปาฐกถาพิเศษ เรื่อง “ทิศทางการขับเคลื่อนนโยบาย
และแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ ๕ (พ.ศ. ๒๕๕๙ - ๒๕๖๔) ไปสู่การปฏิบัติในระดับจังหวัด”

รองนายกรัฐมนตรี (นายวิษณุ เครืองาม) ประธานกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ได้เป็นประธาน
กล่าวเปิดการประชุมเชิงปฏิบัติการฯ และปาฐกถาพิเศษ สรุปได้ว่า ปัจจุบันประเทศไทยได้มีการประกาศใช้นโยบายและ
แผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ ๕ (พ.ศ. ๒๕๕๙ - ๒๕๖๔) เป็นยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์ของประเทศ
โดยคณะรัฐมนตรีได้มีมติเห็นชอบเมื่อวันที่ ๖ ตุลาคม ๒๕๕๘ ให้ทุกส่วนราชการนำไปใช้เป็นแนวทางในการจัดทำ
แผนปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ระดับหน่วยงาน

นโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ตั้งแต่ฉบับที่ ๑ ถึงฉบับที่ ๕ มีความสำคัญในฐานะเป็น
แผนแม่บทที่รัฐบาลนำมาใช้ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของประเทศ ซึ่งนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์
แห่งชาติ ฉบับที่ ๕ (พ.ศ. ๒๕๕๙ - ๒๕๖๔) มีระยะเวลาดำเนินงานที่สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม
แห่งชาติ ฉบับที่ ๑๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๖๔) ซึ่งแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๖๔)
เป็นแผนขนาดใหญ่และเป็นแผนฉบับรองเพียงรัฐธรรมนูญเท่านั้น จึงเปรียบได้กับรถด่วนขบวนพิเศษที่ทุกหน่วยงาน
จำเป็นต้องจะต้องติดตามการดำเนินงานให้สอดคล้องกัน รวมไปถึงแผนยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปีด้วย ซึ่งถูกกำหนดไว้ใน
รัฐธรรมนูญเพื่อใช้เป็นเป้าหมายในการพัฒนาประเทศ ดังนั้น จึงจำเป็นต้องมีการร่างกฎหมายลูกเพื่อนำไปใช้ในการจัดทำ
แผนยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี กล่าวคือ ต้องมีการตราพระราชบัญญัติยุทธศาสตร์ ๒๐ ปี โดยต้องดำเนินการให้แล้วเสร็จ
ภายใน ๑๒๐ วันหลังจากที่ได้มีการประกาศใช้รัฐธรรมนูญฉบับใหม่ เมื่อมีการประกาศใช้พระราชบัญญัติยุทธศาสตร์ชาติ
๒๐ ปีแล้วจะมีผลบังคับใช้ตามกฎหมาย กล่าวคือ หากหน่วยงานใดไม่ปฏิบัติตาม จะมีความผิดและต้องได้รับโทษตาม
กฎหมาย เช่น ความผิดในข้อหาจงใจไม่ปฏิบัติตามหน้าที่ เป็นต้น พระราชบัญญัติยุทธศาสตร์ ๒๐ ปี จึงถือได้ว่าเป็น
กฎหมายฉบับใหญ่เป็นลำดับที่สอง รองจากรัฐธรรมนูญ ดังนั้น ประชาสัมพันธ์จังหวัด จึงถือได้ว่าเป็นสื่อบุคคลที่สำคัญ
ในการสร้างการรับรู้เกี่ยวกับพระราชบัญญัติยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปีให้กับหน่วยงานต่าง ๆ และประชาชน ซึ่งจะต้องมี
กระบวนการรับฟังความคิดเห็นด้วย

สำหรับนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ ๕ (พ.ศ. ๒๕๕๙ - ๒๕๖๔) จึงมี
ความสำคัญที่จะต้องมีการปรับช่วงระยะเวลาของแผนให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี และจะต้องเชื่อมโยงกับ
การจัดสรรงบประมาณประจำปีด้วย เนื่องจากการขอรับการจัดสรรงบประมาณประจำปีต้องแสดงให้เห็นถึงความ
เชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี ซึ่งประกอบด้วย ๖ ด้าน ได้แก่ ๑) ยุทธศาสตร์ด้านความมั่นคง ๒) ยุทธศาสตร์ด้าน
การสร้างความสามารถในการแข่งขัน ๓) ยุทธศาสตร์การพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพคน ๔) ยุทธศาสตร์ด้าน
การสร้างโอกาสความเสมอภาคและเท่าเทียมกันทางสังคม ๕) ยุทธศาสตร์ด้านการสร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็น
มิตรกับสิ่งแวดล้อม และ ๖) ยุทธศาสตร์ด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ โดยที่ทุกจังหวัด
จะต้องมีการจัดทำแผนพัฒนาจังหวัดให้มีความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี จึงจะได้รับการจัดสรรงบประมาณ
พิเศษที่ใช้ในการดำเนินงานโครงการต่าง ๆ เพื่อพัฒนาจังหวัดของตนเอง จำนวน ๕,๐๐๐ พันล้านบาท ดังนั้น
ประชาสัมพันธ์จังหวัดจึงมีบทบาทสำคัญในการที่จะต้องประชาสัมพันธ์ให้หน่วยงานต่าง ๆ ในจังหวัดได้รับรู้เงื่อนไขดังกล่าวด้วย

รัฐบาลโดยพลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี ได้ให้ความสำคัญการงานประชาสัมพันธ์ โดยจะเห็นได้จากมติคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ ๑๓ กันยายน ๒๕๕๙ ได้กำหนดให้มีการขับเคลื่อนนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ ๕ (พ.ศ. ๒๕๕๙ - ๒๕๖๔) ไปสู่จังหวัด ซึ่งจะต้องทำความเข้าใจระหว่างคำว่า “ขับเคลื่อน” (drive) กับ “ผลักดัน” (push) โดยการขับเคลื่อนมีความหมายครอบคลุมทั้งการผลักดันและแสดงถึงความมีชีวิตชีวา จากเดิมที่นโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ ๕ (พ.ศ. ๒๕๕๙ - ๒๕๖๔) มีการขับเคลื่อนในระดับกระทรวง แต่ปัจจุบันรัฐบาลเน้นการขับเคลื่อนลงสู่ระดับจังหวัด โดยประชาสัมพันธ์จังหวัดต้องมีบทบาทสำคัญในการทำความเข้าใจกับประชาชนในท้องถิ่นของตนเอง อีกทั้ง ในระดับส่วนกลางยังคงต้องดำเนินงานขับเคลื่อนในระดับกระทรวงควบคู่กันไปด้วย

การขับเคลื่อนดังกล่าวให้ใช้กลไกการประชาสัมพันธ์ของรัฐเป็นหลัก ทั้งเจ้าหน้าที่ เครื่องมือ เครือข่าย ซึ่งจำเป็นต้องมีการสร้างเครือข่ายใหม่ด้วย และควรดำเนินงานในลักษณะ “ประชารัฐ” ตามแนวทางของรัฐบาลที่สนับสนุนการสร้างความร่วมมือระหว่างภาครัฐและประชาชน กล่าวคือ “ประชา” หมายถึง ประชาชน ภาคประชาสังคม ภาควิชาการ สภาอุตสาหกรรม ธนาการ ภาคธุรกิจ นักบวช สมาคม กลุ่ม NGO เป็นต้น และ “รัฐ” หมายถึง ระบบราชการ รัฐบาลกลาง รัฐบาลท้องถิ่น เป็นต้น

ปัญหาอุปสรรคในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในระดับจังหวัด บางกรณีพบว่า ประชาสัมพันธ์จังหวัดปฏิบัติหน้าที่ได้ไม่เต็มประสิทธิภาพ ซึ่งขึ้นอยู่กับให้ความสำคัญและการประสานความร่วมมือในการปฏิบัติงานร่วมกันกับผู้ว่าราชการจังหวัดในแต่ละจังหวัด จึงขอเน้นย้ำให้มีการประสานความร่วมมือกันเพื่อให้งานประชาสัมพันธ์ระดับจังหวัดมีประสิทธิภาพมากขึ้น สำหรับการติดตามงานประชาสัมพันธ์ในระดับจังหวัด จะมีการติดตามความก้าวหน้าการดำเนินงาน ๓ เรื่องหลัก ได้แก่ ๑) ผลการดำเนินงานของศูนย์ดำรงธรรมประจำจังหวัด ประกอบด้วย จำนวนการรับเรื่องราวร้องทุกข์ วิธีการแก้ไขปัญหาการร้องทุกข์ของประชาชน เป็นต้น ๒) ผลการดำเนินงานของประชาสัมพันธ์จังหวัด ประกอบด้วย การสร้างการรับรู้และทำความเข้าใจกับประชาชนในเรื่องนโยบายของรัฐบาล การร่วมมือกับส่วนราชการในจังหวัด การดำเนินงานของวิฑูรย์ชุมชนในจังหวัด เป็นต้น และ ๓) เรื่องอื่น ๆ นอกจากนี้ รองนายกรัฐมนตรี (นายวิษณุ เครืองาม) ประธานกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ได้เน้นย้ำถึงเนื้อหาในการประชาสัมพันธ์ ได้แก่ นโยบายรัฐบาล มติคณะรัฐมนตรี การขยายผลรายการคืนความสุขให้ประชาชนที่นายกรัฐมนตรีจัดรายการโทรทัศน์เป็นประจำทุกวันศุกร์ ซึ่งอาจมีการขยายผลโดยจัดทำเป็นภาษาถิ่นเพื่อเผยแพร่ให้เหมาะสมในแต่ละจังหวัดด้วย

สำหรับการจัดทำแผนปฏิบัติการขับเคลื่อนนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ ๕ (พ.ศ. ๒๕๕๙ - ๒๕๖๔) ไปสู่การปฏิบัติในวันนี้ ถือได้ว่าทุกท่านที่มาเข้าร่วมประชุมเชิงปฏิบัติการฯ เป็นภาค “รัฐ” โดยจะต้องมีการแสวงหาความร่วมมือจากภาค “ประชา” คือ การสร้างเครือข่าย การใช้เครื่องมือ และที่สำคัญคือ การใช้กลไกของคณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติระดับจังหวัด ที่มีผู้ว่าราชการจังหวัดเป็นประธานอนุกรรมการ และประชาสัมพันธ์จังหวัดเป็นอนุกรรมการและเลขานุการ ซึ่งต้องมีการสร้างเครือข่ายการดำเนินงานร่วมกับหน่วยงานในจังหวัดทั้งที่ร่วมเป็นอนุกรรมการและไม่ได้รับแต่งตั้งเป็นอนุกรรมการ เพื่อตอบสนองแนวทาง “ประชารัฐ” ของรัฐบาล จึงจะถือว่าท่านประชาสัมพันธ์จังหวัดได้ใช้กลไกของรัฐในการขับเคลื่อนงานประชาสัมพันธ์จากส่วนกลางลงสู่จังหวัดอย่างแท้จริง

๒. การอภิปราย เรื่อง “แนวทางการขับเคลื่อนนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ ๕ (พ.ศ. ๒๕๕๙ – ๒๕๖๔) ไปสู่การปฏิบัติในระดับจังหวัด”

วิทยากร

- | | |
|---------------------------------|--|
| ๑. ศาสตราจารย์ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ | กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิในคณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ และคณบดี คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ |
| ๒. นายเอกลักษณ์ ยิ้มวิไล | อนุกรรมการในคณะอนุกรรมการปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์ ตามนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ ๕ (พ.ศ. ๒๕๕๙ - ๒๕๖๔) |
| ๓. นายวิทย์ สิริทิวณิน | ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท ดีซี คอนซัลแทนส์ แอนด์ มาร์เก็ตติ้ง คอมมูนิเคชั่น จำกัด |

ผู้ดำเนินการอภิปราย

- นายอมร วาณิชวิวัฒน์ กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิในคณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ และอาจารย์ประจำภาควิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สรุปสาระสำคัญการอภิปรายได้ ดังนี้

๑. นายอมร วาณิชวิวัฒน์ ผู้ดำเนินการอภิปราย กล่าวต้อนรับผู้เข้าร่วมประชุมเชิงปฏิบัติการฯ แนะนำประวัติวิทยากร และเชิญวิทยากรทุกท่านขึ้นบนเวที พร้อมกล่าวสรุปความเป็นมาว่า ปัจจุบันประเทศไทย ดำเนินงานในช่วงของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐ – ๒๕๖๔) ซึ่งเป็นแผนฯ หลัก ในการเชื่อมโยงสู่นโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ ๕ (พ.ศ. ๒๕๕๙ – ๒๕๖๔) ซึ่งให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน การได้รับข้อมูลข่าวสารอย่างทั่วถึง การเป็นสังคมแห่งภูมิปัญญาและการเรียนรู้ รวมทั้ง การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศไทยในสายตาประชาคมโลก

๒. ศาสตราจารย์ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ กล่าวว่า กิจกรรมในวันนี้เป็นส่วนสำคัญของการขับเคลื่อนนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ ๕ (พ.ศ. ๒๕๕๙ – ๒๕๖๔) ให้เกิดเป็นรูปธรรมเพื่อตอบสนองนโยบายรัฐบาล ซึ่งความสำคัญของการประชาสัมพันธ์นั้น นอกจากจะทำหน้าที่ในการเผยแพร่ความรู้ ความเข้าใจและสร้างเสริมความร่วมมือจากกลุ่มเป้าหมายแล้ว ยังเป็นงานสื่อสารที่จำเป็นต้องทราบถึงผลการตอบรับ (Feedback) ภายหลังจากที่ได้ดำเนินการประชาสัมพันธ์ไปแล้วว่าประสบความสำเร็จมากน้อยเพียงใด เพื่อนำมาใช้ในการดำเนินงานครั้งต่อไป โดยที่ในปัจจุบันประชาชนชาวไทยส่วนใหญ่ยังไม่ค่อยให้ความสนใจกับนโยบายรัฐบาล โดยเฉพาะกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่มีสมาธิสั้น ดังนั้น จึงเป็นหน้าที่ของกรมประชาสัมพันธ์และคณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ที่จะต้องปรับเปลี่ยนทัศนคติและวิธีการทำงาน รวมทั้งติดตามผลการดำเนินงานอย่างใกล้ชิดด้วย

สาระสำคัญของนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ ๕ (พ.ศ. ๒๕๕๙ – ๒๕๖๔) ประกอบด้วย ๔ ยุทธศาสตร์ ได้แก่ ๑) การประชาสัมพันธ์สร้างความปรองดองของคนในชาติ ๒) การประชาสัมพันธ์นโยบายแห่งรัฐ ๓) การประชาสัมพันธ์ในภาวะวิกฤต และ ๔) การประชาสัมพันธ์ส่งเสริมภาพลักษณ์ประเทศสู่ประชาคมโลก โดยมีแนวทางการขับเคลื่อนทั้ง ๔ ยุทธศาสตร์ ประกอบด้วย ๖ แนวทาง ได้แก่ ๑) สร้างความรู้ ความเข้าใจให้ทุกภาคส่วนตระหนักถึงความสำคัญและพร้อมเข้าร่วมในการผลักดันนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ ๕ (พ.ศ. ๒๕๕๙ – ๒๕๖๔)

ไปสู่การปฏิบัติ ๒) สร้างความเชื่อมโยงระหว่างนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ ๕ (พ.ศ. ๒๕๕๙ - ๒๕๖๔) รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย นโยบายรัฐบาล ทิศทางยุทธศาสตร์ชาติ ทิศทางแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๖๔) และแผน ระดับอื่น ๆ ๓) สร้างสภาพแวดล้อมให้เอื้อต่อการขับเคลื่อนนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ ๕ (พ.ศ. ๒๕๕๙ - ๒๕๖๔) ของภาคีการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชน ๔) เสริมสร้างบทบาทของทุกภาคส่วนให้สามารถขับเคลื่อนนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ ๕ (พ.ศ. ๒๕๕๙ - ๒๕๖๔) ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ๕) ติดตามผลการดำเนินงานตามนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ ๕ (พ.ศ. ๒๕๕๙ - ๒๕๖๔) ๖) ประเมินผลนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ ๕ (พ.ศ. ๒๕๕๙ - ๒๕๖๔)

ในโลกยุคปัจจุบัน สภาพแวดล้อมทางสังคมได้เปลี่ยนแปลงไปมากโดยเฉพาะความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสารมีผลทำให้พฤติกรรมการรับสารของบุคคลเปลี่ยนแปลงไปด้วย จึงทำให้สามารถแบ่งพฤติกรรมการรับสารของบุคคลได้ ๒ กลุ่มใหญ่ คือ ๑) พฤติกรรมการรับสารผ่านสื่อ Online ได้แก่ กลุ่มบุคคลที่มีพฤติกรรมการรับสารผ่าน Smartphone Internet Website Social media เป็นต้น ๒) พฤติกรรมการรับสารผ่านสื่อ Offline ได้แก่ การสื่อสารระหว่างบุคคลโดยตรงอย่างมีปฏิสัมพันธ์กันแบบปกติ ด้วยเหตุนี้ การประชาสัมพันธ์จะประสบความสำเร็จได้นั้น จึงจำเป็นที่จะต้องใช้วิธีการสื่อสารผ่านพฤติกรรมการรับสารของกลุ่มเป้าหมายทั้งสองกลุ่ม

๓. นายเอกสิทธิ์ อิมวิไล กล่าวว่า วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ตามนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ ๕ (พ.ศ. ๒๕๕๙ - ๒๕๖๔) สามารถแบ่งได้ ๖ ข้อ ดังนี้ ๑) เพื่อให้สังคมรับรู้และสร้างการมีส่วนร่วมในการพัฒนาประเทศตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงที่มุ่งเน้นการสร้างความปลอดภัย ความเอื้ออาทร หลักธรรมาภิบาล ชาติ ศาสนา และพระมหากษัตริย์ ๒) ส่งเสริมการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน ทั้งการสร้าง การใช้และการรักษาเครือข่ายที่มีอยู่แล้ว ๓) นโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ ๕ (พ.ศ. ๒๕๕๙ - ๒๕๖๔) เป็นแผนของคนไทยทุกคน เนื่องจากเป็นแผนที่สะท้อนความเป็นจริงและสามารถปฏิบัติได้จริง รวมทั้งประชาชนทุกคนจะได้รับประโยชน์จากการดำเนินงานตามแผนฯ นี้ ๔) สนับสนุนการมีส่วนร่วมและการส่งเสริมทัศนคติที่ดี รวมทั้งส่งเสริมการลงมือปฏิบัติร่วมกัน ๕) ส่งเสริมการผลิตเนื้อหาที่ตรงประเด็น ทันต่อเหตุการณ์และสร้างความพึงพอใจแก่ผู้รับสาร รวมทั้งสามารถเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในวงกว้างได้อย่างมีประสิทธิภาพ และ ๖) คัดเลือกเครื่องมือประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมกับแต่ละพื้นที่และงบประมาณ โดยประชาสัมพันธ์จังหวัดต้องควรเข้าใจชุมชนและก้าวข้ามอุปสรรคในพื้นที่ของตนเอง

สำหรับแก่นของการประชาสัมพันธ์ตามนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ ๕ (พ.ศ. ๒๕๕๙ - ๒๕๖๔) คือ การย่อยข้อมูลจากส่วนกลางให้เข้าใจง่าย แล้วส่งข้อมูลจากส่วนกลางไปสู่จังหวัดและพื้นที่ ซึ่งอาจต้องเผชิญกับปัญหาในการสื่อสาร ทั้งจากความไม่เข้าใจของประชาชนในพื้นที่ ในประเด็น ความเชื่อ ค่านิยม ทัศนคติ ภาษา ความสัมพันธ์ของคนในชุมชน เวลา สถานที่ การตีความที่ผิด ทัศนคติของผู้รับสาร ซึ่งปัญหาต่าง ๆ เหล่านี้ ควรแก้ไขโดยการทำความเข้าใจกับชุมชน การโน้มน้าวและชี้ให้ผู้รับสารเห็นถึงผลประโยชน์ร่วมกันแบบเป็นได้ทั้งสองฝ่าย (win - win) นอกจากนี้ ประชาสัมพันธ์จังหวัดยังต้องคำนึงถึงวงจรการสื่อสาร ตั้งแต่ผู้รับสาร การผลิตสาร การใช้สื่อ และพฤติกรรมผู้รับสารด้วย กล่าวโดยสรุป ประชาสัมพันธ์จังหวัดควรนำแก่นของการประชาสัมพันธ์ไปบูรณาการตามแนวทางประชารัฐของรัฐบาลกับผู้เกี่ยวข้องเพื่อร่วมกันจัดทำโครงการและกิจกรรมประชาสัมพันธ์ หัวใจสำคัญคือการสร้างเนื้อหาให้เหมาะสมกับบริบท กลุ่มเป้าหมาย เครื่องมือ วิธีการสื่อสารและงบประมาณ

๔. นายวิทย์ สิทธิเวคิน กล่าวว่า ประเด็นสำคัญในการสื่อสารสามารถแบ่งออกได้ ๒ ด้าน ดังนี้ ๑) ช่องทางการสื่อสาร ซึ่งควรคำนึงถึง “digitalization” หมายถึง การมีช่องทางการสื่อสารหลายช่องทางที่สามารถนำมาใช้ประโยชน์ในการประชาสัมพันธ์ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ ๒) ช่วงอายุของผู้รับสาร “generation” สามารถแบ่งย่อยได้ ๓ กลุ่ม ได้แก่ ๓.๑) กลุ่ม Internet native หมายถึง ประชาชนในช่วงอายุที่มีความถนัดในการใช้อินเทอร์เน็ต ๓.๒) กลุ่ม

Internet adapted หมายถึง ประชาชนในช่วงอายุที่สามารถใช้อินเทอร์เน็ตในระดับต้นได้ และ ๓.๓) กลุ่ม Internet alienated หมายถึง ประชาชนในช่วงอายุที่ไม่สามารถใช้อินเทอร์เน็ตได้ ดังนั้น การประชาสัมพันธ์ต้องคำนึงถึงโครงสร้างประชากรในชุมชนเป็นลำดับแรก และควรทำความเข้าใจพฤติกรรมการรับสารของบุคคลแต่ละช่วงวัยด้วย โดยเฉพาะกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่ยอมรับโคดข้อมูลข่าวสารในลักษณะรูปภาพ และไม่ยอมรับข้อมูลข่าวสารที่มีตัวหนังสือจำนวนมาก ผู้ผลิตเนื้อหาประชาสัมพันธ์จึงต้องอธิบายเนื้อหาให้สั้น กระชับ และชัดเจนที่สุด อาจจัดทำในลักษณะ Infographic

ดังนั้น ในการจัดทำแผนปฏิบัติการประชาสัมพันธ์เพื่อสื่อสารลงไปสู่ประชาชนในจังหวัด จึงควรหลีกเลี่ยงเนื้อหาที่ยาว แต่ควรเน้นให้ประชาชนเห็นภาพจริง (visualize) เช่น การกำหนด Theme การจัดทำตัวการ์ตูน เป็นต้น และที่สำคัญต้องลดความเป็นทางการหรือกฎระเบียบราชการ (deformalization) มุ่งเน้นการผลิตเนื้อหาที่เข้าใจง่าย (simplification) ซึ่งในสถานการณ์ปัจจุบันเป็นช่วงของการถวายความอาลัยพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช มหิตลาธิเบศรรามาธิบดี จักรีนฤพดินทร สยามินทราธิราช บรมนาถบพิตร เสด็จสวรรคต ดังจะเห็นได้จากการที่ประชาชนคนไทยมีระเบียบวินัย มีความเอื้ออาทรต่อกัน เสียสละ แสดงความมีน้ำใจต่อกันมากขึ้น ดังนั้น ควรเร่งดำเนินการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมคุณธรรมให้เกิดขึ้นอย่างยั่งยืนต่อไป ภายใต้ Theme “ทำดีเพื่อพ่อ สานต่อที่พ่อทำ... พ่อเพียง มีวินัย สุจริต จิตอาสา” เพื่อให้เห็นผลของพลังการประชาสัมพันธ์ที่เป็นภาพรวมของทุกจังหวัดทั่วประเทศต่อไป

๓. การระดมความคิดเห็นจัดทำแผนปฏิบัติการขับเคลื่อนนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ ๕ (พ.ศ. ๒๕๕๙ - ๒๕๖๔) ไปสู่การปฏิบัติในระดับจังหวัด

กลุ่มที่ ๑

วิทยากร

- นายอมร วาณิชวิวัฒน์

กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิในคณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ และอาจารย์ประจำภาควิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ผู้ช่วยวิทยากร

๑. นางภัทรมน วัจนคำหมื่น

นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการ ส่วนวิจัยและพัฒนา

๒. นายรัชพล พงษ์นิกร

สำนักพัฒนานโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์

๓. นางสาวประภาภรณ์ สุนทรวิภาต

นักประชาสัมพันธ์ปฏิบัติการ ส่วนนโยบายและแผนประชาสัมพันธ์แห่งชาติ

สำนักพัฒนานโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์

นักประชาสัมพันธ์ ส่วนนโยบายและแผนประชาสัมพันธ์แห่งชาติ

สำนักพัฒนานโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์

ผู้เข้าร่วมระดมความคิดเห็น

๑. นายพรพิทักษ์ แม่นศิริ

ประชาสัมพันธ์จังหวัดผู้แทนภาค ๑ (ขอนแก่น)

๒. นายคงเดช พุทธธรรมมา

ผู้แทนระดับชุมชน (อาสาสมัครประชาสัมพันธ์ประจำหมู่บ้าน

และชุมชนเมือง (อป.มช.) จ.ขอนแก่น

๓. นายแสงทอง อนันตภักดิ์

ประชาสัมพันธ์จังหวัดผู้แทนภาค ๒ (อุบลราชธานี)

๔. นายสุชัย เจริญมุขพันธ์

ผู้แทนระดับชุมชน (เลขาธิการมูลนิธิสื่อสร้างสุข จ.อุบลราชธานี)

ความเป็นมา

๑. เป็นแนวทางขับเคลื่อนนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ ๕ (พ.ศ. ๒๕๕๙-๒๕๖๔) ไปสู่ระดับจังหวัด

๒. แผนแม่บทส่งเสริมคุณธรรมแห่งชาติ ๔ ประการ ได้แก่ พอเพียง มีวินัย สุจริต จิตอาสา เพื่อเป็นการวางรากฐานและส่งเสริมให้ทุกภาคส่วนมีส่วนร่วม สร้างให้สังคมไทยเป็นสังคมคุณธรรมอย่างยั่งยืน

แนวคิดและกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์

แนวคิด

- สร้างการรับรู้ให้มีความสำนึก เทิดทูนในสถาบันพระมหากษัตริย์
- สืบสานพระราชปณิธานตามแนวคิดหลักคุณธรรม ๔ ประการ “พอเพียง มีวินัย สุจริต จิตอาสา”

กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์

- บูรณาการร่วมกับหน่วยงานทุกภาคส่วน โดยเน้นรูปแบบประชารัฐ

ระยะเวลา

- กุมภาพันธ์ - กรกฎาคม ๒๕๖๐

สาระสำคัญ/ ประเด็นเนื้อหาการประชาสัมพันธ์

- นโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ ๕ (พ.ศ. ๒๕๕๙-๒๕๖๔)
- หลักคุณธรรม ๔ ประการ “พอเพียง มีวินัย สุจริต จิตอาสา”

โครงการที่สำคัญของหน่วยงานในจังหวัด (เช่น โครงการด้านการส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรมต่าง ๆ)

ที่	ชื่อ/โครงการ	กลุ่มเป้าหมาย	จำนวน งบประมาณ	แหล่ง งบประมาณ	หน่วยงานเจ้าของ โครงการ/กิจกรรม	หมายเหตุ
๑.	- โครงการรวมพลังประชารัฐทำดีเพื่อพ่อ สานต่อที่พ่อทำ “พอเพียง มีวินัย สุจริต จิตอาสา” - โครงการรวมพลังประชารัฐทำดีเพื่อพ่อ สานต่อที่พ่อทำ เพื่อความสามานฉันท์					
	กิจกรรมจัดทำสัญลักษณ์ทำดีเพื่อพ่อ สานต่อที่พ่อทำ “พอเพียง มีวินัย สุจริต จิตอาสา”	สื่อมวลชน สื่อบุคคล หอกระจาย ชาว อาสาสมัคร ประจำหมู่บ้าน และ ประชาชนทั่วไป			สำนักประชาสัมพันธ์จังหวัด โดยบูรณาการกับหน่วยงานในพื้นที่	

กลุ่มที่ ๒

วิทยากร

- นางสาวรัชฎา ปลันตา

ประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายการสื่อสาร บริษัท ดีซี คอนซัลแทนส์ แอนด์ มาร์เก็ตติ้ง คอมมูนิเคชั่น จำกัด

ผู้ช่วยวิทยากร

๑. นายเอกรัฐ สุวรรณเวช

นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการ ส่วนประเมินผล

๒. นางสาววีรดี อิศรเสนา ณ อยุธยา

สำนักพัฒนานโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์
นักประชาสัมพันธ์ปฏิบัติการ ส่วนนโยบายและแผนประชาสัมพันธ์แห่งชาติ
สำนักพัฒนานโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์
นักประชาสัมพันธ์ ส่วนนโยบายและแผนประชาสัมพันธ์แห่งชาติ
สำนักพัฒนานโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์

๓. นายภูมิ ฉายศิริ

ผู้เข้าร่วมระดมความคิดเห็น

๑. นางบุษรา สุวิบูลย์

ประชาสัมพันธ์จังหวัดพะเยา (ผู้แทนประชาสัมพันธ์จังหวัดผู้แทนภาค ๓)

๒. นายจำรัส เลาสตัย

ผู้แทนระดับชุมชน (ประธานอาสาสมัครประชาสัมพันธ์ประจำ

หมู่บ้านและชุมชน จ.พะเยา)

๓. นางสาวพรรณี สัสดีแพง

ประชาสัมพันธ์จังหวัดผู้แทนภาค ๔ (พิษณุโลก)

๔. นายพรชัย จิตศรีณกุล

ผู้แทนระดับชุมชน (ประธานอาสาสมัครประชาสัมพันธ์ประจำหมู่บ้าน

และชุมชน จ.พิษณุโลก)

ชื่อโครงการ : โครงการทำดีเพื่อพ่อ สานต่อที่พ่อทำ

ความเป็นมา

จากแนวความคิดหลักคุณธรรม ๔ ประการจากพระบรมราโชวาทของพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช ได้แก่ พอเพียง มีวินัย สุจริต จิตอาสา การสร้างสังคมแห่งคุณธรรมตามแผนยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี ให้สังคมเกิดความมั่นคง สงบสุข ร่มเย็นด้วยระบบเศรษฐกิจ วิถีวัฒนธรรมไทย และยั่งยืนด้วยปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

แนวคิดและกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์

แนวคิด “ทำดีเพื่อพ่อ” ซึ่งเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายในสังคมไทย ทำให้เห็นเป็นรูปธรรม ด้วยการ “สานต่อที่พ่อทำ” ให้เกิดการปฏิบัติจริงในทุกระดับ

กลยุทธ์ในการบูรณาการสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ ทั้งสื่อเดิม (หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ บ้ายประชาสัมพันธ์ และสื่อใหม่ (เว็บไซต์ เฟซบุ๊ก ไลน์) รวมไปถึงสื่อบุคคล ทั้ง อปมช. ผู้นำชุมชน ช่วยขยายผลการประชาสัมพันธ์ในชุมชน และเครือข่ายประชารัฐ ระยะเวลา

กุมภาพันธ์ – กรกฎาคม ๒๕๖๐

สาระสำคัญ/ประเด็นเนื้อหาการประชาสัมพันธ์

- ขับเคลื่อนหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง สู่เศรษฐกิจครัวเรือนแบบเข้มแข็ง ประชาชนพึ่งตนเองได้

กิจกรรม

ประกวดคนต้นแบบ พอเพียง มีวินัย สุจริต จิตอาสา

กลุ่มเป้าหมาย : ประชาชนในพื้นที่

กลุ่มที่ ๓

- นายเอกลักษณ์ ยิ้มวิไล

อนุกรรมการในคณะอนุกรรมการปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์
ตามนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ ๕
(พ.ศ. ๒๕๕๙ - ๒๕๖๔)

ผู้ช่วยวิชาการ

๑. นางสาวจรรุภา ดวงสิทธินันท์
๒. นางสาวอังศุมาลิน รัตนภิรมย์
๓. นายพิเชฐ ปัทมสุข

นักประชาสัมพันธ์ปฏิบัติการ ส่วนนโยบายและแผนประชาสัมพันธ์แห่งชาติ
สำนักพัฒนานโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์
นักประชาสัมพันธ์ ส่วนนโยบายและแผนประชาสัมพันธ์แห่งชาติ
สำนักพัฒนานโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์
เจ้าพนักงานธุรการ ฝ่ายบริหารทั่วไป
สำนักพัฒนานโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์

ผู้เข้าร่วมระดมความคิดเห็น

๑. นางยุพินทร์ สุทธิโสภณ
๒. นายมนต์ชัย ศรีเทพ
๓. นางสุพัตรา บุญชีพ
๔. นายมานิช พัฒนกิจ

ประชาสัมพันธ์จังหวัดผู้แทนภาค ๕ (สุราษฎร์ธานี)
ผู้แทนระดับชุมชน (รองประธานอาสาสมัครประชาสัมพันธ์ประจำ
หมู่บ้านและชุมชนเมือง จ.สุราษฎร์ธานี)
ประชาสัมพันธ์จังหวัดผู้แทนภาค ๖ (สงขลา)
ผู้แทนระดับชุมชน (ประธานอาสาสมัครประชาสัมพันธ์ประจำหมู่บ้าน
และชุมชน จ.สงขลา)

๑. ชื่อโครงการ : โครงการเชิดชูบุคคลต้นแบบจากการนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้จนประสบ
ความสำเร็จ

กลุ่มเป้าหมาย คนในชุมชน และประชาชนทั่วไป

กิจกรรมที่ ๑ ค้นหาบุคคลต้นแบบ (สี่ด้าน พอเพียง มีวินัย สุจริต จิตอาสา)

กิจกรรมที่ ๒ การให้รางวัลเพื่อเป็นแรงจูงใจ

กิจกรรมที่ ๓ การถ่ายทอดผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ อาทิ หนังสือ สื่อดิจิทัล เพื่อการขยายผล สามารถสร้างแรงจูงใจได้ต่อไป

๒. ชื่อโครงการ : โครงการขยายผลแนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงในระดับองค์กรชุมชน

กลุ่มเป้าหมาย หน่วยงานระดับชุมชน

กิจกรรมที่ ๑ คัดเลือกหน่วยงานที่มีองค์ประกอบทั้งสี่ด้าน และนำไปสู่ความสำเร็จ

กิจกรรมที่ ๒ นำเสนอกิจกรรมประชาสัมพันธ์หน่วยงานที่ประสบความสำเร็จจากการนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง
มาร่วมบูรณาการ

กิจกรรมที่ ๓ สนับสนุนหน่วยงานให้เป็นศูนย์การเรียนรู้

๓. ชื่อโครงการ : โครงการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวผ่านศูนย์ดิจิทัลชุมชน

กลุ่มเป้าหมาย ประชาชนและนักท่องเที่ยว (ผู้ประชาสัมพันธ์ คือ หน่วยงานระดับจังหวัด)

กิจกรรมที่ ๑ คัดเลือกแหล่งท่องเที่ยวแบบพอเพียง

กิจกรรมที่ ๒ ส่งเสริมการเรียนรู้การใช้สื่อดิจิทัลเชิงประชาสัมพันธ์เพื่อแหล่งท่องเที่ยวตามหลักพอเพียง บูรณาการ
ร่วมกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์นิยม

กิจกรรมที่ ๓ ส่งเสริมการแปลเนื้อหาให้มากกว่า ๓ ภาษาขึ้นไป

กิจกรรมที่ ๔ ขยายผลด้วยสื่อดิจิทัล

กลุ่มที่ ๔

- ผศ.ดร.บุหงา ชัยสุวรรณ

รองคณบดีฝ่ายบริหาร คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

ผู้ช่วยวิทยากร

๑. นางสาวกมลชนก ขุนเพชร

นักประชาสัมพันธ์ปฏิบัติการ ส่วนนโยบายและแผนประชาสัมพันธ์แห่งชาติ
สำนักพัฒนานโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์

๒. นางสาวเปรมวสุ ต่อกษิชาติตระกูล

นักประชาสัมพันธ์ปฏิบัติการ ส่วนนโยบายและแผนประชาสัมพันธ์แห่งชาติ
สำนักพัฒนานโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์

๓. นายศุภธร หงษ์ภักดี

นักประชาสัมพันธ์ปฏิบัติการ ส่วนนโยบายและแผนประชาสัมพันธ์แห่งชาติ
สำนักพัฒนานโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์

ผู้เข้าร่วมระดมความคิดเห็น

๑. นายธเนศ เจริญนันท์

ประชาสัมพันธ์จังหวัดผู้แทนภาค ๗ (จันทบุรี)

๒. นางสาวณัฐชา ศรีวิบูลย์

ผู้แทนระดับชุมชน (ประชาสัมพันธ์ของหอการค้า จ.จันทบุรี)

๓. นางสาวอรุณี กาญจนสาลักษณ์

ประชาสัมพันธ์จังหวัดผู้แทนภาค ๘ (กาญจนบุรี)

๔. นายพรศักดิ์ สมศักดิ์

ผู้แทนระดับชุมชน (นายกสมาคมวิทยุกระจายเสียง จ.กาญจนบุรี)

ความเป็นมา

- เพื่อสืบสานปณิธานแนวพระราชดำริพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช ไปยังประชาชนทั่วภูมิภาคอย่างยั่งยืน
- เพื่อปฏิบัติตามยุทธศาสตร์ชาติ นโยบายรัฐบาล แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ แผนนโยบายประชาสัมพันธ์ฉบับที่ ๕ ของกรมประชาสัมพันธ์

แนวคิดและกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์

๑. เสริมสร้างและสอดแทรกผ่านเครือข่าย อป.มช.
๒. ผลิตสื่อใหม่ โดยเฉพาะสื่อสังคมออนไลน์ ได้แก่ เฟสบุ๊ก สปอตวิทยุ อินโฟกราฟฟิก คลิปวิดีโอสั้น เพื่อประชาสัมพันธ์ไปยังกลุ่มคนรุ่นใหม่
๓. ผลิตสปอตวิทยุ และทีวี แจกสื่อในท้องถิ่น

กิจกรรม

๑. กิจกรรม เสริมสร้างและสอดแทรกผ่านเครือข่าย อป.มช.

ตามที่ กปส. แต่ละจังหวัดมี อป.มช. ซึ่งเป็นเครือข่ายประชาสัมพันธ์บุคคล โดยปกติ อป.มช. จัดรายการ “อป.มช. ๓๙ คู่ข่าว” ซึ่งเป็นรายการที่มี ๓๙ ตอน โดยสมาชิกแต่ละท่านเห็นว่า แต่ละตอนควรเพิ่มเนื้อหาเกี่ยวข้องกับพระราชดำริและพระราชปณิธานของในหลวง รัชกาลที่ ๙

สาระสำคัญ/ประเด็นเนื้อหาการประชาสัมพันธ์

- เนื้อหาหลัก ๔ ด้าน คือ “ทำดี เพื่อพ่อ สานต่อที่พ่อทำ พ่อเพียง มีวินัย สุจริต จิตอาสา” ทั้งนี้ จะมีการเปิดเพลง เข้ายรายการ (Jingle) ที่ประชาสัมพันธ์แก่นหลักทั้ง ๔ ด้าน

- คัดเลือกบุคคลต้นแบบ ๔ ด้าน “พ่อเพียง มีวินัย สุจริต จิตอาสา” ตามแต่ละท้องถิ่นเชิญคนที่เกี่ยวข้องมาเป็นแขกในรายการ

กลุ่มเป้าหมาย

- กลุ่มเป้าหมายหลัก: เกษตรกร เยาวชน กลุ่มแม่บ้าน
- กลุ่มเป้าหมายรอง: ประชาชนทั่วไป

๒. ผลิตสื่อใหม่ โดยเฉพาะสื่อสังคมออนไลน์

- ผลิตสื่อจากส่วนกลาง ได้แก่ เฟสบุ๊ค สปอตวิทยุ อินโฟกราฟฟิก คลิปวิดีโอสั้น เพื่อประชาสัมพันธ์ไปยังกลุ่มคนรุ่นใหม่
- ส่งเสริม และจัดอบรมบุคลากรในพื้นที่ ให้ผลิตสื่อใหม่

กลุ่มเป้าหมาย

- กลุ่มเป้าหมายหลัก: เยาวชน
- กลุ่มเป้าหมายรอง: ประชาชนทั่วไป

๓. ผลิตสปอตวิทยุ และทีวี แจกสื่อในท้องถิ่น

๑. กปช. ส่วนกลาง ผลิตสื่อและแจกจ่ายไปยัง กปช. จังหวัด
๒. กปช.จังหวัดจัดทำสปอตวิทยุ ที่มีเนื้อหา “พ่อเพียง มีวินัย สุจริต จิตอาสา”
๓. กปช.จังหวัดจัดทำสปอตโทรทัศน์ ที่มีเนื้อหา “พ่อเพียง มีวินัย สุจริต จิตอาสา”
๔. กปช.จังหวัดนำเสนอ สปอต ที่มีเนื้อหา “พ่อเพียง มีวินัย สุจริต จิตอาสา” ผ่านเว็บไซต์ Youtube โดยยก กปช.จังหวัด กาญจนบุรีเป็นต้นแบบ

กลุ่มเป้าหมาย

- กลุ่มเป้าหมายหลัก: เกษตรกร เยาวชน กลุ่มแม่บ้าน
- กลุ่มเป้าหมายรอง: ประชาชนทั่วไป

จำนวนงบประมาณ/แหล่งงบประมาณ

- งบประมาณตามโครงการของกรมประชาสัมพันธ์

๔. สรุปมติที่ประชุม

ผู้เข้าร่วมประชุมได้พิจารณาและมีความเห็นร่วมกัน สรุปมติที่ประชุมได้ ดังนี้

๑. เนื้อหาในการประชาสัมพันธ์ : การส่งเสริมคุณธรรมในสังคมไทย ตามแผนแม่บทส่งเสริมคุณธรรมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๕๙ – ๒๕๖๔)

๒. Theme : “ทำดีเพื่อพ่อ สานต่อที่พ่อทำ...พ่อเพียง มีวินัย สุจริต จิตอาสา”

๓. กิจกรรม : ค้นหาบุคคลต้นแบบ ภายใต้ Theme “ทำดีเพื่อพ่อ สานต่อที่พ่อทำ...พ่อเพียง มีวินัย สุจริต จิตอาสา”

๔. สื่อที่ใช้ : เลือกใช้สื่อให้เหมาะสมกับประชาชนในแต่ละพื้นที่และแต่ละกลุ่มเป้าหมาย เช่น การจัดทำสัญลักษณ์พีระมิด (Pyramid) ของคุณธรรม ๔ ด้าน (พอเพียง มีวินัย สุจริต จิตอาสา) เป็นต้น

๕. นำ Theme : “ทำดีเพื่อพ่อ สานต่อที่พ่อทำ...พอเพียง มีวินัย สุจริต จิตอาสา” ไปใช้ในการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ทุกประเภท

๖. นำกิจกรรมค้นหาบุคคลต้นแบบ ภายใต้ Theme “ทำดีเพื่อพ่อ สานต่อที่พ่อทำ...พอเพียง มีวินัย สุจริต จิตอาสา” ไปบรรจุไว้ในโครงการของจังหวัดที่ได้รับจัดสรรงบประมาณประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๐ เรียบร้อยแล้ว ซึ่งพร้อมที่จะดำเนินการได้ทันที

๗. ระยะเวลาดำเนินกิจกรรม : มีนาคม – กรกฎาคม ๒๕๖๐

๘. เห็นชอบในหลักการปฏิทินการดำเนินงานจัดประชุมคณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ระดับจังหวัดตามที่ฝ่ายเลขานุการฯ เสนอ จำนวน ๓ ครั้ง

๙. กลไกการขับเคลื่อน : ให้จัดประชุมคณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติระดับจังหวัดตามคำสั่งคณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติที่ ๕/๒๕๕๙ ลงวันที่ ๑๕ สิงหาคม ๒๕๕๙ จำนวน ๓ ครั้ง เพื่อดำเนินการกิจกรรมค้นหาบุคคลต้นแบบ ภายใต้ Theme “ทำดีเพื่อพ่อ สานต่อที่พ่อทำ...พอเพียง มีวินัย สุจริต จิตอาสา” และมอบหมายให้ประชาสัมพันธ์จังหวัด ๗๖ จังหวัด ในฐานะอนุกรรมการและเลขานุการ คณะอนุกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติระดับจังหวัด ดำเนินการขับเคลื่อนนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ ๕ (พ.ศ. ๒๕๕๙ – ๒๕๖๔) ให้สอดคล้องเหมาะสมกับสภาพพื้นที่และสถานการณ์ของแต่ละจังหวัด

๑๐. เห็นชอบร่วมกันให้ประชาสัมพันธ์จังหวัดผู้แทนภาค ๑ – ๘ ที่เข้าประชุมเชิงปฏิบัติการฯ ในวันที่ นำข้อมูลไปสื่อสารกับประชาสัมพันธ์จังหวัดในพื้นที่ของแต่ละภาค และดำเนินการจัดประชุมคณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติระดับจังหวัดจำนวน ๓ ครั้ง เพื่อดำเนินกิจกรรมค้นหาบุคคลต้นแบบ ภายใต้ Theme “ทำดีเพื่อพ่อ สานต่อที่พ่อทำ...พอเพียง มีวินัย สุจริต จิตอาสา”

๑๑. ให้ประชาสัมพันธ์จังหวัด ๗๖ จังหวัดในฐานะฝ่ายเลขานุการ คณะอนุกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติระดับจังหวัด ส่งเอกสารให้ สนผ. ดังนี้

๑๑.๑ ส่งแผนปฏิบัติการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.๒๕๖๐ (กิจกรรมค้นหาบุคคลต้นแบบ ภายใต้ Theme “ทำดีเพื่อพ่อ สานต่อที่พ่อทำ...พอเพียง มีวินัย สุจริต จิตอาสา”) ให้ สนผ.ภายในวันที่ ๗ เมษายน ๒๕๖๐

๑๑.๒ ส่งสรุปความก้าวหน้าการดำเนินงาน ครั้งที่ ๑ ตามแผนปฏิบัติการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.๒๕๖๐ (กิจกรรมค้นหาบุคคลต้นแบบ ภายใต้ Theme “ทำดีเพื่อพ่อ สานต่อที่พ่อทำ...พอเพียง มีวินัย สุจริต จิตอาสา”) ให้ สนผ.ภายในวันที่ ๘ พฤษภาคม ๒๕๖๐

๑๑.๓ ส่งสรุปความก้าวหน้าการดำเนินงาน ครั้งที่ ๒ ตามแผนปฏิบัติการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.๒๕๖๐ (กิจกรรมค้นหาบุคคลต้นแบบ ภายใต้ Theme “ทำดีเพื่อพ่อ สานต่อที่พ่อทำ...พอเพียง มีวินัย สุจริต จิตอาสา”) ให้ สนผ.ภายในวันที่ ๘ มิถุนายน ๒๕๖๐

๑๑.๔ ส่งรายงานผลการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.๒๕๖๐ (กิจกรรมค้นหาบุคคลต้นแบบ ภายใต้ Theme “ทำดีเพื่อพ่อ สานต่อที่พ่อทำ...พอเพียง มีวินัย สุจริต จิตอาสา”) ให้ สนผ.ภายในวันที่ ๒๘ กรกฎาคม ๒๕๖๐

๑๑.๕ ส่งแผนปฏิบัติการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.๒๕๖๑ ให้ สนผ.ภายในวันที่ ๒๘ กรกฎาคม ๒๕๖๐ (เป็นแผนฯ ที่คณะอนุกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติระดับจังหวัด ได้ร่วมกัน

ประชุมและระดมความคิดเห็นในการจัดประชุม ครั้งที่ ๓ โดยจังหวัดที่อยู่ในภาคเดียวกันควรทำประชาสัมพันธ์ภายใต้ Theme เดียวกัน เพื่อให้เกิดกระแสนิยมเป็นเครื่องมือในการสร้างพลังขับเคลื่อนเรื่องที่เป็นวาระแห่งชาติ ทั้งนี้ให้คำนึงถึงความเหมาะสมของสภาพพื้นที่และสถานการณ์ของแต่ละจังหวัดด้วย)

๑๒. รองศาสตราจารย์ไชยา ยิ้มวิไล ประธานอนุกรรมการปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์ตามนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ ๕ (พ.ศ. ๒๕๕๙ – ๒๕๖๔) ได้ขอให้กรมประชาสัมพันธ์จัดสัมมนาประชาสัมพันธ์จังหวัดทั่วประเทศในฐานะอนุกรรมการและเลขานุการ คณะอนุกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติระดับจังหวัด เพื่อสร้างเสริมประสิทธิภาพการประชาสัมพันธ์นโยบายแห่งรัฐ สร้างการรับรู้และความเข้าใจที่ถูกต้องให้กับประชาชน ขยายผลการดำเนินงานของรัฐบาล ตลอดจนเพื่อให้ประชาสัมพันธ์จังหวัดเป็นผู้แทนรัฐบาลด้านการประชาสัมพันธ์ในการรับฟังความคิดเห็นของประชาชนเพื่อนำกลับไปสู่รัฐบาลในการกำหนดนโยบายให้ตอบสนองความต้องการของประชาชนต่อไป

ส่วนนโยบายและแผนประชาสัมพันธ์แห่งชาติ
สำนักพัฒนานโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์
กรมประชาสัมพันธ์
Update ๑๒ มกราคม ๒๕๖๐

ปฏิทินการดำเนินงาน

ขับเคลื่อนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติระดับจังหวัด ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๐
(กิจกรรมค้นหาบุคคลต้นแบบ ภายใต้ Theme “ทำดีเพื่อพ่อ สานต่อที่พ่อทำ...พอเพียง มีวินัย สุจริต จิตอาสา”) โดย คณะอนุกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติระดับจังหวัด (คำสั่ง กปช.ที่ ๕/๒๕๕๙ ลงวันที่ ๑๕ สิงหาคม ๒๕๕๙)

ที่	กิจกรรม	ระบบติดตามเชิงภาพ												หน่วยงาน รับผิดชอบ
		พ.ศ. ๒๕๕๙		พ.ศ. ๒๕๖๐										
		ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	
๑.	จัดประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อจัดทำแผนปฏิบัติการขับเคลื่อนนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ ๕ (พ.ศ. ๒๕๕๙ – ๒๕๖๔) ไปสู่การปฏิบัติในระดับจังหวัด													สนผ.
๒.	ประชาสัมพันธ์จังหวัดผู้แทนภาค ๑ – ๘ แจ้งให้ประชาสัมพันธ์จังหวัดทุกจังหวัดในพื้นที่ได้ทราบเพื่อทบทวน จัดเตรียมและรวบรวมข้อมูลโครงการของจังหวัดที่สอดคล้องกับมิติที่ประชุมเชิงปฏิบัติการฯ มิติที่ประชุม -เนื้อหา : การส่งเสริมคุณธรรมสู่สังคมไทยตามแผนแม่บทส่งเสริมคุณธรรมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๕๙ – ๒๕๖๔) -Theme : ทำดีเพื่อพ่อ สานต่อที่พ่อทำ...พอเพียง มีวินัย สุจริต จิตอาสา -กิจกรรม : ค้นหาบุคคลต้นแบบ ภายใต้ Theme ที่กำหนด -โครงการของจังหวัดควรเป็นโครงการที่ได้รับจัดสรรงบประมาณปี ๒๕๖๐ แล้ว เพื่อพร้อมที่จะผนวกกิจกรรมและดำเนินการได้ทันที													ปชส.ผู้แทนภาค ๑ - ๘

ที่	กิจกรรม	ระยะเวลาดำเนินการ												หน่วยงาน รับผิดชอบ
		พ.ศ. ๒๕๕๙												
		ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	
๓.	จัดประชุมคณะกรรมการประชาสัมพันธ์ แห่งชาติระดับจังหวัด (๗๖ จังหวัด) ครั้งที่ ๑/๒๕๖๐ เพื่อ -จัดทำแผนปฏิบัติการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ระดับจังหวัด ตามมติที่ประชุมเชิงปฏิบัติการฯ -มอบหมายหน่วยงานที่เกี่ยวข้องดำเนินการกิจกรรม ตามมติที่ประชุมเชิงปฏิบัติการฯ													ปชส.๗๖ จังหวัด
๔.	ส่งแผนปฏิบัติการประชาสัมพันธ์แห่งชาติระดับ จังหวัด (๗๖ จังหวัด) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๐ ให้ฝ่ายเลขานุการ คณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ													๓ เม.ย. ปชส.๗๖ จังหวัด
๕.	จัดประชุมคณะกรรมการประชาสัมพันธ์ แห่งชาติระดับจังหวัด (๗๖ จังหวัด) ครั้งที่ ๒/๒๕๖๐ เพื่อ -ติดตามความก้าวหน้าการดำเนินงานตาม แผนปฏิบัติการฯ ครั้งที่ ๑													ปชส.๗๖ จังหวัด
๖.	ส่งรายงานความก้าวหน้าการดำเนินงานตาม แผนปฏิบัติการฯ ครั้งที่ ๑													๘ พ.ค. ปชส.๗๖ จังหวัด

ที่	กิจกรรม	ระยะเวลาดำเนินการ											หน่วยงาน รับผิดชอบ		
		พ.ศ. ๒๕๕๙	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.		ก.ย.	
๒.	จัดประชุมคณะกรรมการประชาสัมพันธ์ แห่งชาติระดับจังหวัด (๗๖ จังหวัด) ครั้งที่ ๓/๒๕๖๐ เพื่อ -ติดตามความก้าวหน้าการดำเนินงานตาม แผนปฏิบัติการฯ ครั้งที่ ๒ -จัดทำแผนปฏิบัติการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ระดับจังหวัด ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.๒๕๖๑ เสนอบรรจุเข้าแผนยุทธศาสตร์จังหวัด/ แผนพัฒนาจังหวัด													ปชส.๗๖ จังหวัด	
๔.	ส่งรายงานความก้าวหน้าการดำเนินงานตาม แผนปฏิบัติการฯ ครั้งที่ ๒												๘ มิ.ย.		ปชส.๗๖ จังหวัด
๕.	ส่งรายงานผลการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการ ประชาสัมพันธ์แห่งชาติระดับจังหวัด ประจำปี งบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๐ ให้อยู่เลขานุการ คณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ													๒๘ ก.ค.	ปชส.๗๖ จังหวัด
๑๐.	ส่งแผนปฏิบัติการประชาสัมพันธ์แห่งชาติระดับ จังหวัดประจำปีงบประมาณ พ.ศ.๒๕๖๑ ให้อยู่เลขานุการ คณะกรรมการประชาสัมพันธ์ แห่งชาติ													๒๘ ก.ค.	ปชส.๗๖ จังหวัด

หมายเหตุ ๑. สสนพ. หมายถึง สำนักพัฒนานโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์
๒. ปชส. หมายถึง ประชาสัมพันธ์จังหวัด