



สถาบัน **THE BEST CENTER**

2145/7 ซ.รามคำแหง 43/1 ถ.รามคำแหง แขวงหัวหมาก เขตบางกะปิ กรุงเทพฯ 10240

โทร.0-2318-6868, 0-2314-1492 โทรสาร 0-2718-6274

คุณภาพทางวิชาการต้องมาที่ 1

www.thebestcenter.com

facebook.com/bestcentergroup

คู่มือเตรียมสอบ

นักประชาสัมพันธ์ปฏิบัติการ

(ด้านทั่วไป) กรมประชาสัมพันธ์

เนื้อหา + ข้อสอบ

ปี 65

ประกอบด้วย

1. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับกรมประชาสัมพันธ์
2. ความรู้ความสามารถด้านการประชาสัมพันธ์
 - การเชื่อมโยงแผนระดับประเทศสู่การปฏิบัติ
 - ภูมิทัศน์สื่อ
 - การวางแผนกลยุทธ์การสื่อสาร
 - การเขียนวิชาการ/ประชาสัมพันธ์
 - Social Media Trend & Social Listening
 - นโยบายการบริหารจัดการภาครัฐ
 - ปัญหา/ความต้องการของประชาชน
 - บทบาทของกรมประชาสัมพันธ์ต่อการสื่อสารภาครัฐ
 - การวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลสารสนเทศและประเด็นต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง
 - ความรู้ทั่วไป เหตุการณ์ปัจจุบัน ความรู้รอบตัว

สนใจสั่งซื้อ หรือสอบถามเพิ่มเติม



LINE: @thebestcenter

โทร.081-496-9907

280.-

อัปเดตใหม่

คู่มือเตรียมสอบ
นักประชาสัมพันธ์ปฏิบัติการ
(ด้านทั่วไป) กรมประชาสัมพันธ์

ราคา 280.-

คำนำ

ชุดคู่มือเตรียมสอบนักประชาสัมพันธ์ปฏิบัติการ (ด้านทั่วไป) กรมประชาสัมพันธ์ ทางสถาบัน THE BEST CENTER และฝ่ายวิชาการของสถาบันได้เรียบเรียงขึ้น เพื่อให้ผู้สมัครสอบใช้สำหรับเตรียมตัวสอบในการสอบแข่งขันฯ ในครั้งนี้

ทางสถาบัน THE BEST CENTER ได้เล็งเห็นความสำคัญจึงได้จัดทำหนังสือเล่มนี้ขึ้นมา ภายในเล่มเป็นมีเนื้อหาความรู้ที่ได้กำหนดในการสอบโดยมีเนื้อหา พรบ พร้อมเจาะแนวข้อสอบที่น่าสนใจพร้อมคำเฉลยอธิบาย มาจัดทำเป็นหนังสือชุดนี้ขึ้น เพื่อให้ผู้ที่สอบได้เตรียมตัวอ่านล่วงหน้า มีความพร้อมในการทำข้อสอบ

ท้ายนี้ คณะผู้จัดทำขอขอบคุณทางสถาบัน THE BEST CENTER ที่ได้ให้การสนับสนุนและมีส่วนร่วมในการจัดทำต้นฉบับนี้ ทำให้หนังสือเล่มนี้สามารถสำเร็จขึ้นมาเป็นเล่มได้ พร้อมกันนี้คณะผู้จัดทำขออภัยขอรับข้อบกพร่องใด ๆ อันเกิดขึ้นและยินดีรับฟังความคิดเห็นจากทุก ๆ ท่าน เพื่อที่จะนำมาปรับปรุงแก้ไขให้ดียิ่งขึ้น

ขอให้โชคดีในการสอบทุกท่าน

ฝ่ายวิชาการ

สถาบัน The Best Center

www.thebestcenter.com

สารบัญ

➤ ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับกรมประชาสัมพันธ์	1-14
➤ การเชื่อมโยงแผนระดับประเทศสู่การปฏิบัติ /นโยบายการบริหารจัดการภาครัฐ/ปัญหา /ความต้องการของประชาชน/บทบาทของกรมประชาสัมพันธ์ต่อการสื่อสารภาครัฐ	15-42
➤ ภูมิทัศน์สื่อ	43-44
➤ การวางแผนกลยุทธ์การสื่อสาร	45-46
➤ การเขียนงานวิชาการ/ประชาสัมพันธ์	47
➤ Social Media Trend / Social Listening	55
➤ การวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลสารสนเทศ และประเด็นต่างๆที่เกี่ยวข้อง	66
➤ ความรู้ทั่วไป เหตุการณ์ปัจจุบัน ความรู้รอบตัว	74
➤ ข้อมูลที่จำเป็นสำหรับ นักประชาสัมพันธ์จากหลายสนามสอบ	82
◆ แนวข้อสอบนักประชาสัมพันธ์ ชุดที่ 1	144
◆ แนวข้อสอบนักประชาสัมพันธ์ ชุดที่ 2	228
◆ แนวข้อสอบนักประชาสัมพันธ์ ชุดที่ 3	257
◆ แนวข้อสอบนักประชาสัมพันธ์ ชุดที่ 4	272

ความรู้เกี่ยวกับกรมประชาสัมพันธ์

➤ ประวัติกรมประชาสัมพันธ์

กรมประชาสัมพันธ์เป็นหน่วยงานประชาสัมพันธ์ ของรัฐบาล สังกัดสำนักนายกรัฐมนตรี ทำหน้าที่เป็นสื่อกลาง ในการ เสริมสร้าง ความเข้าใจอันดี ระหว่าง รัฐบาล และหน่วยงาน ของรัฐบาล กับประชาชน ตลอดจนระหว่าง ประชาชน ด้วยกัน โดยวิธีการ ให้ข่าวสาร ความรู้ ข้อเท็จจริง และรับฟัง ความคิดเห็น ของประชาชน เพื่อเสนอรัฐบาล และหน่วยงาน ที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้ ยังทำหน้าที่ โน้มน้าว ชักจูง ประชาชน เพื่อก่อให้เกิดความร่วมมือ แก่รัฐบาล และ หน่วยงาน ต่าง ๆ ตาม แนวทาง ที่ถูกที่ควร ในระบอบ ประชาธิปไตย โดยมีพระมหากษัตริย์ เป็นประมุข นอกจาก สำนักงานใหญ่ ในกรุงเทพมหานคร แล้ว กรมประชาสัมพันธ์ ยังมี สำนักประชาสัมพันธ์ เขต อีก 8 สำนัก ได้แก่ สปข.1 ขอนแก่น สปข.2 อุบลราชธานี สปข.3 ลำปาง สปข.4 พิษณุโลก สปข.5 สุราษฎร์ธานี สปข.6 สงขลา สปข.7 จันทบุรี และ สปข.8 กาญจนบุรี เพื่อเผยแพร่ และ ประชาสัมพันธ์ ข่าวสาร ให้เข้าถึง ประชาชน ในส่วน ภูมิภาค ขณะ เดียวกัน กรมประชาสัมพันธ์ ยังมี สำนักงาน ประชาสัมพันธ์ ครอบคลุม จังหวัด

กรมประชาสัมพันธ์เริ่มก่อตั้งเมื่อ 3 พฤษภาคม 2476 ภายหลัง การเปลี่ยนแปลงการปกครอง จาก ระบอบ สมบูรณาญาสิทธิราช มาเป็นระบอบ ประชาธิปไตย มีรัฐธรรมนูญ เป็นกฎหมาย สูงสุด ของประเทศ โดยมีชื่อ ในระยะเริ่มแรก ว่า "กองโฆษณาการ" และได้เปลี่ยนชื่อเป็น สำนักงานโฆษณาการ" เมื่อวันที่ 9 ธันวาคม 2476 และได้มีการพัฒนา ผลงาน มาเป็นลำดับ โดยมี การปรับปรุง และขยาย ความรับผิดชอบ เพิ่มขึ้น ทุก ๆ ระยะ ตามความ เจริญ ก้าวหน้า ทางวิชาการ สภาพของสังคม การเมือง เศรษฐกิจ และวัฒนธรรม ตลอดจนนโยบายของรัฐบาล ในแต่ละสมัย และเปลี่ยนชื่อมาเป็น "กรมโฆษณาการ" เมื่อวันที่ 5 กรกฎาคม 2483 หลังจากนั้น 12 ปี ได้เปลี่ยนชื่อเป็น "กรมประชาสัมพันธ์" เมื่อวันที่ 8 มีนาคม 2495

3 พฤษภาคม 2476 ตั้งเป็น "กองการโฆษณา" โดยพระราชบัญญัติ จัดตั้งกระทรวงและกรม มีฐานะ เป็น กรมอิสระ ขึ้นตรงต่อคณะรัฐมนตรี

9 ธันวาคม 2476 เปลี่ยนชื่อเป็น "สำนักงานโฆษณาการ" มีฐานะเป็นกรม หัวหน้าสำนักงาน เทียบเท่าอธิบดี แบ่งส่วนราชการเป็น 3 กอง คือ สำนักงาน เลขาธิการกรม กองเผยแพร่ความรู้ และกองหนังสือพิมพ์ โดยทำหน้าที่ หลัก 3 ประการ คือให้ข่าว และความรู้ แก่ประชาชน เพื่อป้องกัน ความเข้าใจผิด เกี่ยวกับรัฐบาล และ ประเทศ โดยส่วนรวม

31 มีนาคม 2481 โอนกิจการด้านช่าง และทะเบียนวิทยุ จาก กรมไปรษณีย์ โทรเลข มาขึ้นกับ สำนักงาน โฆษณาการ และมีที่ตั้ง โฆษณาการเขต ขึ้นเป็นเขตแรก ที่จังหวัด หนองคาย และ ที่จังหวัด พระตะบอง เป็นเขตที่สอง

5 กรกฎาคม 2483 เปลี่ยนชื่อเป็น "กรมโฆษณาการ" และมีที่ตั้ง กองการ ต่างประเทศ เพิ่มขึ้น เพื่อติดต่อ และ โฆษณาการ เผยแพร่ ข่าวสาร ต่อชาว ต่างประเทศ

4 สิงหาคม 2490 โอนสำนักงาน ส่งเสริมการท่องเที่ยว จากกระทรวงคมนาคม มาขึ้นกับ กรมโฆษณาการ

8 มีนาคม 2495 เปลี่ยนชื่อเป็น "กรมประชาสัมพันธ์" เพื่อให้เหมาะสมกับ ภาระหน้าที่ ในฐานะ แห่งการเผยแพร่ นโยบาย และ ผลงาน ของรัฐบาล รวมทั้ง เผยแพร่ ข่าวสาร การเมือง ศิลปกรรม วัฒนธรรม ความรู้ และ ความบันเทิง ตลอดจน เป็นสื่อกลาง สร้างความสัมพันธ์ อันดี ระหว่าง รัฐบาล กับ ประชาชนด้วย

พ.ศ. 2497 ตั้ง "สำนักงานแถลงข่าวไทยในต่างประเทศ" ขึ้นที่ลอนดอน และวอชิงตัน และได้จัดตั้ง กองประชาสัมพันธ์ ภาคพื้นที่ จังหวัด สุราษฎร์ธานี เป็นแห่งแรก นำหน้าชื่อ เป็นหน่วยงาน สาขา ของ กรมประชาสัมพันธ์ ในภาคใต้ โดยเฉพาะ

1 มกราคม 2503 โอนสำนักงานส่งเสริมการท่องเที่ยว ไปรวมกับ องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ซึ่งจัดตั้งขึ้นใหม่ และเพิ่มหน่วยงาน ระดับกอง คือ กองสำรวจประชามติ เพื่อสำรวจ และรับฟังความคิดเห็น ของประชาชน

พ.ศ. 2503 ได้มีการจัดตั้ง "กองประชาสัมพันธ์เขต" ขึ้นที่จังหวัดขอนแก่น ลำปาง และสงขลา เพื่อเป็นหน่วยงานสาขาของกรมประชาสัมพันธ์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคเหนือ และภาคใต้ตอนล่าง

20 ตุลาคม 2504 ตั้ง "โรงเรียนการประชาสัมพันธ์" ขึ้นในสังกัดกรมประชาสัมพันธ์ เพื่อเผยแพร่วิชาความรู้และส่งเสริมความเข้าใจเกี่ยวกับวิชาการประชาสัมพันธ์ และการติดต่อสื่อสาร

พ.ศ. 2513 ตั้ง "สำนักงานแถลงข่าวไทยขึ้นที่พนมเปญประเทศเขมร" ปัจจุบันยกเลิกไปแล้ว

21 สิงหาคม 2518 มีพระราชกฤษฎีกา แบ่งส่วนราชการบริหารส่วนกลาง และราชการส่วนภูมิภาค ของ กรมประชาสัมพันธ์ใหม่ โดยมีหน่วย ระดับกอง 15 หน่วยงาน

มิถุนายน 2521 ตั้ง "สำนักงานแถลงข่าวไทยที่กัวลาลัมเปอร์ ประเทศมาเลเซีย"

1 มกราคม 2522 ตั้ง "สำนักงานแถลงข่าวไทยที่เจดดาห์ ประเทศซาอุดีอาระเบีย"

17 กันยายน 2526 ตั้ง "ศูนย์ประชาสัมพันธ์เขต 4 สุราษฎร์ธานี" เพิ่มขึ้น 1 แห่ง

7 สิงหาคม 2529 มีพระราชกฤษฎีกา แบ่งส่วนราชการกรมประชาสัมพันธ์ ออกเป็นราชการบริหารส่วนกลาง (20 หน่วยงาน) และราชการบริหารส่วนภูมิภาค (สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัด) โดยเพิ่มหน่วยงาน

ใหม่คือ กองงานคณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ, ศูนย์ประชาสัมพันธ์เขต 5-8, และวิทยุโทรทัศน์แห่งชาติ และสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11

วันที่ 26 มีนาคม 2540 มีพระราชกฤษฎีกาแบ่งส่วนราชการกรมประชาสัมพันธ์ โดยแบ่งเป็นราชการบริหารส่วนกลาง 22 หน่วยงานและราชการบริหารส่วนภูมิภาค (สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัด 75 จังหวัด)

➢ ตรากรมประชาสัมพันธ์



ตามประกาศสำนักนายกรัฐมนตรี ซึ่งปรากฏในราชกิจจานุเบกษา ตอนที่ 7 เล่มที่ 64 ลงวันที่ 4 กุมภาพันธ์ 2490 กำหนด เครื่องหมาย ราชการ “กรมโฆษณาการ” ให้เป็นรูป พระอินทร์ เป่าสังข์ เหาะลอย อยู่เหนือเมฆ มีวงกลม ล้อมรอบ ตามวรรณคดีกล่าวไว้ว่า พระอินทร์เป่าสังข์ ปลุก พระนารายณ์ ให้ตื่น จากบรรทมสินธุ์ ในสวดคือทะเล เพื่อขึ้นมาปราบเหตุร้าย ต่าง ๆ ในโลก อย่างไร ก็ดี โดยที่สังข์ ตามลัทธิ พราหมณ์ ถือว่าเป็นมงคล 3 คือ สังข์ ถือกำเนิด จาก พระพรหม ท้องสังข์ เคยเป็น ที่ซ่อน คัมภีร์พระเวท และตัวสังข์ มีรอยนิ้วพระหัตถ์ของ พระนารายณ์ ในพิชิตทาง คชสมร พราหมณ์ จึงมี การเป่าสังข์ เพื่อความ เป็นสิริมงคล ด้วย นอกจากนี้ พระ ในลัทธิชินโต ก็ใช้ สังข์เป่า ในพิธีมงคล พวกชาวเกาะ ทะเลใต้ เป่าสังข์ บอกสัญญาณระหว่างกัน ปรากฏว่า ได้ยินไปไกลไม่แพ้เป่าฆา ควาย เนื่องจากงานประชาสัมพันธ์เป็นการโฆษณาเผยแพร่ และ อธิบายชี้แจง ให้ประชาชน เข้าใจ อย่างกว้างขวาง เป็นการสร้าง ความเข้าใจ อันดี โดยมีวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และภาพยนตร์ เป็นเครื่องช่วย จึงเปรียบได้กับ การเป่าสังข์ ของทวด ในสมัยโบราณ เพื่อบอก สัญญาณ และเรียกประชุม นั่นเอง

➢ อักษรกรมประชาสัมพันธ์

ใช้สีม่วง ซึ่งถือกันว่าเป็นสีของงานสื่อสารมวลชน และ การประชาสัมพันธ์

➢ วิสัยทัศน์

กรมประชาสัมพันธ์เป็นองค์การที่ได้รับความเชื่อถือศรัทธาของประชาชนเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชน และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศไทย”

➤ พันธกิจหรือภารกิจหลักของ กปส. มีดังนี้

1. มีบทบาทนำในการกำหนดประเด็นความคิดสำคัญในการสื่อสารประชาสัมพันธ์ เพื่อประโยชน์ของประเทศชาติและประชาชน
2. ประชาสัมพันธ์นโยบายภาครัฐสู่กลุ่มเป้าหมายทั้งในและต่างประเทศ และสะท้อนความคิดเห็นจากประชาชนสู่รัฐ อีกทั้งสร้างและพัฒนาเครือข่ายเพื่อการสื่อสารประชาสัมพันธ์ประเด็นความคิดสำคัญอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนบริหารจัดการสื่อ เครือข่าย และอุปกรณ์ทั้งปวงที่จำเป็นในการปฏิบัติภารกิจนี้
3. เป็นองค์กรหลักในการบริหารจัดการข้อมูลและข่าวสารทั้งปวง ในการสื่อสารประชาสัมพันธ์อย่างมีประสิทธิภาพ ถูกต้อง และนำไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาชาติและพัฒนาสังคมได้
4. เป็นที่ปรึกษาหลักทางด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์ให้แก่หน่วยงานภาครัฐ เพื่อประโยชน์ของประเทศชาติ และประชาชน

➤ ประเด็นยุทธศาสตร์

1. พัฒนานโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ให้สามารถนำสู่การปฏิบัติได้อย่างมีเอกภาพ
2. พัฒนาการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารสนับสนุนเพื่อการพัฒนาของภาครัฐ ภาคเอกชน และการดำเนินงานของภาครัฐเพื่อความสุขของประชาชนและภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศ
3. พัฒนาระบบการให้บริการด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชนให้มีคุณภาพตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย
4. พัฒนาระบบการบริหารจัดการองค์กรให้เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ (PMQA)

➤ กำนันยัมหลักขององค์กร

1. ทำงานอย่างมืออาชีพ (Professional)
2. มีความคิดสร้างสรรค์ ทำงานเป็นทีม และบูรณาการ (Creativity Team work Integration)
3. เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ (Learning Organization)
4. มีคุณธรรม จริยธรรม (Ethic)
5. จิตสำนึกในการให้บริการเพื่อประโยชน์ของประชาชน (Service mind)

➤ ภารกิจ

เป็นศูนย์กลางการประชาสัมพันธ์ภาครัฐ เพื่อให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์เป็นไปอย่างมีระบบ โดยการเสนอแนะ นโยบายด้านการประชาสัมพันธ์ให้กับรัฐบาลและส่วนราชการต่าง ๆ และดำเนินการประชาสัมพันธ์เพื่อให้ประชาชน มีโอกาสรับรู้ เกิดความรู้ ความเข้าใจ สามารถใช้ข้อมูลข่าวสารของรัฐในการพัฒนาคุณภาพชีวิตและมีส่วนร่วมในการ พัฒนาประเทศ รวมทั้งเกิดภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศไทย

➤ อำนาจหน้าที่

1. ศึกษา วิเคราะห์ สำรวจและตรวจสอบประชาคมเพื่อเสนอแนะนโยบายและจัดทำแผนการประชาสัมพันธ์ ของรัฐรวมทั้งติดตามประเมินผลและรายงานการประชาสัมพันธ์ของรัฐ
2. ส่งเสริมและเผยแพร่ข่าวสาร ความรู้เกี่ยวกับการปกครองระบอบประชาธิปไตย อันมีพระมหากษัตริย์เป็นประมุขตลอดจนศิลปวัฒนธรรม ศีลธรรมและค่านิยมที่ดี
3. ดำเนินการประชาสัมพันธ์นโยบายและการดำเนินงานของรัฐบาล เพื่อส่งเสริมความเข้าใจอันดี ความมั่นคงของประเทศและเพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ และความสัมพันธ์อันดีกับต่างประเทศ
4. ให้คำปรึกษาและประสานการจัดทำแผนประชาสัมพันธ์ ตลอดจนสนับสนุนและให้การช่วยเหลือทางวิชาการเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์แก่หน่วยงานทั้งของภาครัฐและเอกชน
5. ผลิต เผยแพร่ ให้บริการเอกสาร และสื่อโสตทัศนศึกษา รวมทั้งจัดทำข้อมูลสารสนเทศ และประสานความร่วมมือด้านประชาสัมพันธ์ระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน และสื่อมวลชน
6. ดำเนินงานสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยและสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย
7. ปฏิบัติการอื่นใดตามที่กฎหมายกำหนดให้เป็นอำนาจหน้าที่ของกรม หรือตามที่นายกรัฐมนตรี รัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรี หรือคณะรัฐมนตรีมอบหมาย

➤ จรรยาบรรณ

โดยที่กรมประชาสัมพันธ์มีภารกิจหลักในการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์และการสื่อสารมวลชนเพื่อให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของชาติเป็นไปอย่างมีระบบ ด้วยการประชาสัมพันธ์เสริมสร้างความเข้าใจแก่ประชาชนและประชาคมโลกในยุทธศาสตร์ และนโยบายสำคัญของรัฐบาล ซึ่งจะต้องทำงานเชิงรุก ทั้งเรื่องการวางแผนประสานงาน ติดตามประเมินผล การบริหารจัดการข่าวสารอย่างเป็นระบบ เพื่อเป็นแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือ เป็นกลางถูกต้อง เพิ่มบทบาทในการเป็นที่ปรึกษาด้านวิชาการประชาสัมพันธ์แก่หน่วยงานต่างๆ

กรมประชาสัมพันธ์ได้จัดทำจรรยาข้าราชการขึ้นจากกรอบแนวคิดพื้นฐานของมาตรฐานคุณธรรม จริยธรรม รวมทั้งจากวัฒนธรรมองค์กรของกรมประชาสัมพันธ์ที่ข้าราชการยึดถือมาโดยตลอด โดยมีเจตนารมณ์เพื่อให้ข้าราชการของกรมประชาสัมพันธ์เป็นข้าราชการของประชาชน ปฏิบัติหน้าที่ด้วยความรับผิดชอบ ยึดมั่นในหลักคุณธรรม จริยธรรม มุ่งมั่นในการรักษามาตรฐานตามหลักวิชาการและวิชาชีพ โดยยึดถือประโยชน์ของสาธารณชนเป็นที่ตั้ง เพื่อการบรรลุภารกิจอันสำคัญ ทั้งงานด้านการประชาสัมพันธ์ และการสื่อสารมวลชนตามพันธกิจอันเป็นวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ในอาศัยอำนาจตามความในมาตรา 78 และ 79 ของ

พระราชบัญญัติระเบียบข้าราชการพลเรือน พ.ศ. 2551 กรมประชาสัมพันธ์จึงออกข้อบังคับว่าด้วยจรรยา
ข้าราชการกรมประชาสัมพันธ์ พ.ศ. 2552 ไว้ดังต่อไปนี้

มีความซื่อสัตย์ สุจริต และโปร่งใส สามารถตรวจสอบได้

**ข้าราชการกรมประชาสัมพันธ์ต้องเป็นผู้ที่มีความซื่อสัตย์สุจริต ไม่แสวงหาประโยชน์ที่มิควรได้โดยมิ
ชอบด้วยกฎหมาย สำหรับตนเองหรือผู้อื่น และปฏิบัติงานอย่างโปร่งใส พร้อมรับการตรวจสอบ ดังนี้**

1. ไม่ใช้ตำแหน่งหน้าที่หรืออิทธิพลของตนกดดันต่อการตัดสินใจ เพื่อผลประโยชน์ ในรูปแบบใดๆ
2. หลีกเลี่ยงการปฏิบัติที่ก่อให้เกิดผลประโยชน์ทับซ้อนและสามารถตรวจสอบการปฏิบัติงานได้
3. ปฏิบัติหน้าที่ตามกฎหมาย ระเบียบ และวินัยข้าราชการ โดยเคร่งครัด
4. ดำเนินการให้ประชาชนรับรู้หลักเกณฑ์ ขั้นตอนการปฏิบัติงาน ผู้รับผิดชอบ และระยะเวลาในการ
ปฏิบัติด้วยความถูกต้อง และสะดวกรวดเร็ว มีจิตบริการ (Service Mind) และยึดมั่นในสิ่งถูกต้อง

**ข้าราชการกรมประชาสัมพันธ์ต้องมีจิตสำนึกที่ดีในการบริการแก่ประชาชนด้วยอัธยาศัยไมตรี และ
ก่อให้เกิดความประทับใจแก่ผู้รับบริการ ดังนี้**

1. อุทิศตนในการปฏิบัติหน้าที่ด้วยความเสียสละเพื่อประโยชน์ของส่วนรวมและประเทศชาติ
2. ปฏิบัติหน้าที่อย่างเต็มความรู้ความสามารถ โดยชอบด้วยกฎหมาย กฎเกณฑ์ และเหตุผลอันชอบธรรม
รวมทั้งกล้ายืนหยัดในสิ่งที่ถูกต้อง
3. ให้บริการประชาชนด้วยความสุภาพ จริงใจ เสมอต้นเสมอปลายและไม่เลือกปฏิบัติ
4. มีความเป็นอิสระทางวิชาชีพ ปฏิบัติหน้าที่เพื่อสาธารณชน โดยไม่ยอมให้อิทธิพลทางการเมืองหรือ
ผลประโยชน์อื่นใดมาครอบงำ ความคิดเห็นหรือให้ตนเองหรือบุคคลใดได้รับสิทธิพิเศษหรือประโยชน์ใดๆ
5. ให้บริการด้วยความรวดเร็ว ยึดมั่นระบบคุณธรรม

**➢ ข้าราชการกรมประชาสัมพันธ์ ต้องยึดมั่นในระบบคุณธรรม ตามหลักศาสนาและขนบธรรมเนียมประเพณี
อันดีงาม ดังนี้**

1. ไม่กระทำการใดเพื่อเป็นการช่วยเหลือหรืออุปถัมภ์ต่อบางบุคคลเพื่อผลประโยชน์บางอย่างโดยมี
ผลประโยชน์ตอบแทน
2. พิจารณาความดีความชอบอย่างเป็นธรรมและเสมอภาคตามผลงานที่ประจักษ์
3. ปฏิบัติตนให้อยู่ในระเบียบวินัยและศีลธรรมอันดี
4. มีความรับผิดชอบและปฏิบัติหน้าที่อย่างเต็มความสามารถ โดยคำนึงถึงประโยชน์ ของทางราชการ
5. ไม่มุ่งหวังหรือแสวงหาประโยชน์อันมิควรได้จากการทำงาน รวมทั้งไม่ใช้เวลาราชการและ
อุปกรณ์เครื่องมือของราชการ ไปทำงานภายนอกเพื่อผลประโยชน์ของคน

ทำงานอย่างมืออาชีพ และทำงานเป็นทีม โดยมุ่งผลสัมฤทธิ์ของงาน

➢ **ข้าราชการกรมประชาสัมพันธ์ต้องปฏิบัติหน้าที่ด้วยความมุ่งมั่น เต็มศักยภาพ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลแก่ประชาชน ดังนี้**

1. ทำงานโดยยึดผลลัพธ์ของงานเป็นหลัก เพื่อมุ่งประสิทธิภาพ ประสิทธิผลของงาน และความคุ้มค่าต่อองค์กร
2. ยึดหลักการปฏิบัติงานแบบมีส่วนร่วม และรับฟังความคิดเห็นของเพื่อนร่วมงาน ผู้รับบริการ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการทำงานแบบบูรณาการ
3. พัฒนาระบบการทำงาน วิธีการทำงาน และกฎเกณฑ์ที่เป็นอุปสรรคต่อผลสัมฤทธิ์ของงานอย่างต่อเนื่อง
4. พัฒนาตนเองให้เป็นผู้มีความรู้ ความสามารถและความชำนาญในการปฏิบัติงานจนเป็นที่ยอมรับเพื่อสร้างสิ่งใหม่ๆ ให้ทันต่อความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น
5. ปฏิบัติงานอย่างมีเป้าหมาย โดยยึดนโยบายรัฐบาล ระเบียบ กฎหมาย หลักวิชาการ และจรรยาวิชาชีพเป็นหลักในการพัฒนางาน ความเป็นธรรมและเสมอภาค

➢ **ข้าราชการกรมประชาสัมพันธ์ต้องปฏิบัติหน้าที่ด้วยความเสมอภาค ถูกต้อง เป็นธรรมและปราศจากอคติ ดังนี้**

1. ปฏิบัติหน้าที่โดยยึดมั่นความถูกต้อง เป็นธรรม และไม่เอนเอียงฝ่ายหนึ่งฝ่ายใด
2. ถือปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบ และเหตุผลอันชอบธรรม
3. ถ่ายทอดความรู้ ความเข้าใจ เพิ่มขีดความสามารถและประสิทธิภาพให้ผู้รับบริการ ใค้อย่างรู้เท่าทันสถานการณ์และทั่วถึง

ให้ข้าราชการกรมประชาสัมพันธ์ปฏิบัติตามจรรยาข้าราชการดังกล่าวข้างต้น โดยครบถ้วน การไม่ปฏิบัติตามจรรยาข้าราชการอันไม่ใช่ว่าความผิดทางวินัย ให้ผู้บังคับบัญชาตักเตือนและนำไปประกอบการพิจารณาแต่งตั้ง เลื่อนเงินเดือน หรือสั่งให้ข้าราชการผู้นั้นได้รับการพัฒนา อนึ่ง ให้ลูกจ้าง และพนักงานราชการของกรมประชาสัมพันธ์ถือปฏิบัติตามจรรยาข้าราชการกรมประชาสัมพันธ์ โดยอนุโลม ทั้งนี้ ให้หน่วยงานผู้บังคับบัญชา และข้าราชการปฏิบัติตามแนวทางการดำเนินการตามข้อบังคับว่าด้วยจรรยาข้าราชการกรมประชาสัมพันธ์ พ.ศ. 2552

➤ **โครงสร้างส่วนราชการกรมประชาสัมพันธ์**

ส่วนกลาง

กลุ่มพัฒนาระบบบริหาร

อำนาจหน้าที่

- 1) ศึกษา ค้นคว้า วิเคราะห์ วิจัย และเสนอแนะแนวทางการพัฒนาระบบบริหาร ทั้งด้านระบบแผนระบบงบประมาณ ระบบบริหารงานบุคคล มาตรฐานทางคุณธรรมและจริยธรรม รวมถึงค่าตอบแทน
- 2) วิเคราะห์ และเสนอแนะแนวทาง เพื่อกำหนดหลักเกณฑ์ การปรับปรุงประสิทธิภาพและประสิทธิผลของระบบบริหารของหน่วยงานต่าง ๆ ของกรม
- 3) เสนอแนะ และให้คำปรึกษาแก่หน่วยงานต่าง ๆ ของกรม เกี่ยวกับการพัฒนาระบบบริหารจัดการ
- 4) ติดตามประเมินผลเพื่อนำไปปรับปรุงและพัฒนาระบบบริหารของหน่วยงานต่าง ๆ ของกรม ตลอดถึงระดับองค์กร

กองกฎหมายและระเบียบ

อำนาจหน้าที่

1. ดำเนินการเกี่ยวกับงานด้านกฎหมายตามกฎหมายว่าด้วยวิฤตกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ และกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง
2. ดำเนินการเกี่ยวกับงานนิติกรรมและสัญญา งานเกี่ยวกับความรับผิดชอบทางแพ่ง อาญา งานคดี ปกครอง และงานคดีอื่นที่อยู่ในอำนาจหน้าที่ของกรมประชาสัมพันธ์
3. ปฏิบัติงานร่วมกับหรือสนับสนุนการปฏิบัติงานของหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องหรือที่ได้รับมอบหมาย

กองการเจ้าหน้าที่

อำนาจหน้าที่

- 1) ดำเนินการเกี่ยวกับการจัดระบบงานและบริหารงานบุคคลของกรม
- 2) ดำเนินการเกี่ยวกับการฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรของกรม
- 3) ปฏิบัติงานร่วมกับหรือสนับสนุนการปฏิบัติงานของหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องหรือที่ได้รับมอบหมาย

กองคลัง

อำนาจหน้าที่

- 1) ดำเนินการเกี่ยวกับการเงิน การบัญชี การบริหารงบประมาณ การพัสดุอาคารสถานที่และยานพาหนะของกรมประชาสัมพันธ์
- 2) ปฏิบัติงานร่วมกับหรือสนับสนุนการปฏิบัติงานของหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องหรือที่ได้รับมอบหมาย

.....
กองบริหารกิจการโครงข่ายและสิ่งอำนวยความสะดวกด้านกระจายเสียงและโทรทัศน์

อำนาจหน้าที่

- 1) ดำเนินการเกี่ยวกับการเงิน การบัญชี การบริหารงบประมาณ การพัสดุอาคารสถานที่และยานพาหนะของกรมประชาสัมพันธ์
- 2) ปฏิบัติงานร่วมกับหรือสนับสนุนการปฏิบัติงานของหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องหรือที่ได้รับมอบหมาย ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศการประชาสัมพันธ์

อำนาจหน้าที่

- 1) เป็นศูนย์กลางด้านข้อมูลข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ของรัฐ
- 2) พัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศด้านการประชาสัมพันธ์และการบริหาร
- 3) วางแผนและพัฒนาระบบงานคอมพิวเตอร์ของกรมประชาสัมพันธ์
- 4) ให้การสนับสนุนทางวิชาการด้านคอมพิวเตอร์แก่ส่วนราชการของกรมประชาสัมพันธ์
- 5) ปฏิบัติงานร่วมกับหรือสนับสนุนการปฏิบัติงานของหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องหรือที่ได้รับมอบหมาย

สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย

อำนาจหน้าที่

- 1) ดำเนินงานประชาสัมพันธ์โดยใช้วิทยุกระจายเสียงเพื่อเผยแพร่นโยบายของรัฐ ข่าวสาร และการดำเนินงานของหน่วยงานของรัฐ ตลอดจนส่งเสริมความเข้าใจอันดีระหว่างหน่วยงานของรัฐกับประชาชน
- 2) สนับสนุนและส่งเสริมการศึกษาและการเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมทางวิทยุกระจายเสียง ทั้งใน ประเทศ และต่างประเทศ เพื่อประโยชน์แก่ความมั่นคงและเพื่อเสริมสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับการปกครอง ระบอบ ประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์เป็นประมุข
- 3) ปฏิบัติงานร่วมกับหรือสนับสนุนการปฏิบัติงานของหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องหรือที่ได้รับมอบหมาย

สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย

อำนาจหน้าที่

- 1) ดำเนินงานประชาสัมพันธ์โดยใช้วิทยุโทรทัศน์ และเผยแพร่ นโยบายของรัฐ ข่าวสาร และการดำเนินงานของหน่วยงานของรัฐ ตลอดจนส่งเสริมความเข้าใจอันดีระหว่างหน่วยงานของรัฐและประชาชน
- 2) สนับสนุนและส่งเสริมการศึกษาและการเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมทางวิทยุโทรทัศน์ทั้งในประเทศ และต่างประเทศ เพื่อประโยชน์แก่ความมั่นคงและเพื่อเสริมสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับการปกครองระบอบ ประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์เป็นประมุข
- 3) ปฏิบัติงานร่วมกับหรือสนับสนุนการปฏิบัติงานของหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องหรือที่ได้รับมอบหมาย

.....

สถาบันการประชาสัมพันธ์

อำนาจหน้าที่

- 1) พัฒนามาตรฐานวิชาชีพการประชาสัมพันธ์
- 2) วางแผนพัฒนาบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์
- 3) พัฒนานวัตกรรมด้านวิชาชีพการประชาสัมพันธ์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ

สำนักการประชาสัมพันธ์ต่างประเทศ

อำนาจหน้าที่

- 1) ศึกษาวิเคราะห์บทความ ความเห็น ทรรศนะ ทำที่ของชาวต่างประเทศ หรือรัฐบาลต่างประเทศที่มีต่อประเทศไทย
- 2) ดำเนินการประชาสัมพันธ์ด้านต่างประเทศ
- 3) ประสานความร่วมมือกับต่างประเทศหรือองค์การระหว่างประเทศด้านการประชาสัมพันธ์
- 4) พัฒนาสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ต่างประเทศ รวมทั้งให้บริการข้อมูลเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ต่างประเทศ
- 5) ปฏิบัติงานร่วมกับหรือสนับสนุนการปฏิบัติงานของหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องหรือที่ได้รับมอบหมาย

สำนักข่าว

อำนาจหน้าที่

- 1) ดำเนินงานด้านการข่าวและงานกองบรรณาธิการข่าว ทั้งที่เป็นข่าวภายในประเทศและข่าวต่างประเทศ เพื่อนำเสนอทางวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และสิ่งพิมพ์
- 2) เป็นศูนย์รวมด้านข่าว รวมทั้งจัดระบบการบริหารจัดการและพัฒนาคุณภาพด้านการข่าว
- 3) ให้บริการข่าวและแลกเปลี่ยนข่าวกับหน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชน
- 4) ปฏิบัติงานร่วมกับหรือสนับสนุนการปฏิบัติงานของหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องหรือที่ได้รับมอบหมาย

สำนักงานเลขานุการกรม

อำนาจหน้าที่

- 1) ดำเนินการเกี่ยวกับการบริหารงานทั่วไปและปฏิบัติงานสารบรรณของกรมประชาสัมพันธ์
- 2) ดำเนินการเกี่ยวกับงานช่วยอำนวยความสะดวก และงานเลขานุการของกรมประชาสัมพันธ์
- 3) ดำเนินการเกี่ยวกับงานประชาสัมพันธ์ และเผยแพร่กิจกรรมของกรมประชาสัมพันธ์
- 4) ปฏิบัติงานร่วมกับหรือสนับสนุนการปฏิบัติงานของหน่วยงานอื่น ที่เกี่ยวข้องหรือที่ได้รับมอบหมาย

.....

สำนักพัฒนาการประชาสัมพันธ์

อำนาจหน้าที่

- 1) ศึกษาวิเคราะห์ ติดตามสถานการณ์ ประเมินสถานการณ์ จัดทำแผนและกำหนดเนื้อหาสาระเพื่อ
ดำเนินการประชาสัมพันธ์
- 2) ส่งเสริม สนับสนุน ประสานความร่วมมือการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ทั้งหน่วยงานภายในและ
ภายนอกกรม
- 3) พัฒนาบุคลากรและสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของรัฐ
- 4) ปฏิบัติงานร่วมกับหรือสนับสนุนการปฏิบัติงานของหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องหรือที่ได้รับมอบหมาย

สำนักพัฒนานโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์

อำนาจหน้าที่

- 1) ศึกษา วิเคราะห์ วิจัย ดำรงและตรวจสอบประชาคมคดี้านการประชาสัมพันธ์ เพื่อเป็นข้อมูลในการ
เสนอแนะกรอบทิศทาง แผนกลยุทธ์ มาตรการในการกำหนดนโยบายด้านการประชาสัมพันธ์ของรัฐ
- 2) จัดทำแผนงานและประสานแผน รวมทั้งติดตามเร่งรัดและประเมินผลการดำเนินงานด้านการ
ประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานภาครัฐ
- 3) ดำเนินการเกี่ยวกับการจัดทำแผนงานและแผนงบประมาณของกรมประชาสัมพันธ์
- 4) ปฏิบัติงานร่วมกับหรือสนับสนุนการปฏิบัติงานของหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องหรือที่ได้รับมอบหมาย

สำนักส่งเสริมและพัฒนางานเทคนิค

อำนาจหน้าที่

- 1) วางแผน กำกับ และดูแลการออกแบบและการพัฒนาระบบการสื่อสารและเครื่องมือสื่อสาร รวมทั้ง
กำหนดมาตรฐาน ตลอดจนประสานงานด้านวิศวกรรมเกี่ยวกับวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ระหว่าง
ประเทศ
- 2) ควบคุมการจัดตั้งสถานีวิทยุกระจายเสียงและสถานีวิทยุโทรทัศน์ รวมทั้งระบบสื่อสารเครือข่าย
วิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ของกรมประชาสัมพันธ์
- 3) เป็นศูนย์กลางในการบริหารจัดการเกี่ยวกับพัสดุ อุปกรณ์ และเครื่องมือเกี่ยวกับวิทยุกระจายเสียง
และวิทยุโทรทัศน์ เพื่อให้การสนับสนุนหน่วยงานของกรมประชาสัมพันธ์
- 4) ปฏิบัติงานร่วมกับหรือสนับสนุนการปฏิบัติงานของหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องหรือที่ได้รับมอบหมาย

หน่วยตรวจสอบภายใน**อำนาจหน้าที่**

ตรวจสอบด้านการเงิน การบัญชี การพัสดุ ตาม ระเบียบการเงิน การคลัง และการพัสดุ และตรวจสอบ การดำเนินงานของหน่วยงานเกี่ยวกับการบริหาร งบประมาณ การบริหารการเงิน และการบัญชีที่ตั้งอยู่ใน ส่วนกลางและส่วนภูมิภาค ให้เป็นไปตามกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ คำสั่ง นโยบาย และมติคณะรัฐมนตรี

สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยเพื่อการเรียนรู้และเตือนภัยภาคเหนือ**อำนาจหน้าที่**

1. เผยแพร่รายการด้านการศึกษาค้นคว้าวิจัยทั่วประเทศรวม 11 สถานี
2. เป็นผู้แทน กปส. ในการพัฒนางานด้านรายการวิทยุเพื่อการศึกษา
3. บริหารงานเครือข่ายวิทยุเพื่อการศึกษาทั้ง 11 สถานีทั้งในส่วนของบุคลากร พักสจ. ครูภัณฑ์และอื่น ๆ

สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยเพื่อการเรียนรู้และเตือนภัย ภาคกลาง**อำนาจหน้าที่**

1. เผยแพร่รายการด้านการศึกษาค้นคว้าวิจัยทั่วประเทศรวม 11 สถานี
2. เป็นผู้แทน กปส. ในการพัฒนางานด้านรายการวิทยุเพื่อการศึกษา
3. บริหารงานเครือข่ายวิทยุเพื่อการศึกษาทั้ง 11 สถานีทั้งในส่วนของบุคลากร พักสจ. ครูภัณฑ์และอื่น ๆ

สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยเพื่อการเรียนรู้และเตือนภัย ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ**อำนาจหน้าที่**

1. เผยแพร่รายการด้านการศึกษาค้นคว้าวิจัยทั่วประเทศรวม 11 สถานี
2. เป็นผู้แทน กปส. ในการพัฒนางานด้านรายการวิทยุเพื่อการศึกษา
3. บริหารงานเครือข่ายวิทยุเพื่อการศึกษาทั้ง 11 สถานีทั้งในส่วนของบุคลากร พักสจ. ครูภัณฑ์และอื่น ๆ

สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยเพื่อการเรียนรู้และเตือนภัย ภาคใต้**อำนาจหน้าที่**

1. เผยแพร่รายการด้านการศึกษาค้นคว้าวิจัยทั่วประเทศรวม 11 สถานี
2. เป็นผู้แทน กปส. ในการพัฒนางานด้านรายการวิทยุเพื่อการศึกษา
3. บริหารงานเครือข่ายวิทยุเพื่อการศึกษาทั้ง 11 สถานีทั้งในส่วนของบุคลากร พักสจ. ครูภัณฑ์และอื่น ๆ

.....

พระราชบัญญัติ ปรับปรุงกระทรวง ทบวง กรม พ.ศ. ๒๕๔๕**สำนักนายกรัฐมนตรี**

มาตรา ๖ สำนักนายกรัฐมนตรี มีอำนาจหน้าที่เกี่ยวกับราชการทั่วไปของนายกรัฐมนตรี และคณะรัฐมนตรี รับผิดชอบการบริหารราชการทั่วไป เสนอแนะนโยบายและวางแผนการพัฒนาด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และความมั่นคง และราชการเกี่ยวกับการงบประมาณ ระบบราชการ การบริหารงานบุคคล กฎหมายและการพัฒนากฎหมาย การติดตามและประเมินผลการปฏิบัติราชการ การส่งเสริมการลงทุน การปฏิบัติการกิจพิเศษ และราชการอื่นตามที่มิมีกฎหมายกำหนดให้เป็นอำนาจหน้าที่ของสำนักนายกรัฐมนตรี หรือส่วนราชการที่สังกัดสำนักนายกรัฐมนตรี หรือที่มีใ้ได้อยู่ภายในอำนาจหน้าที่ของกระทรวงใดโดยเฉพาะ

มาตรา ๗ สำนักนายกรัฐมนตรี มีส่วนราชการ ดังต่อไปนี้

- (๑) สำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี
- (๒) กรมประชาสัมพันธ์
- (๓) สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ส่วนราชการที่อยู่ในบังคับบัญชาขึ้นตรงต่อนายกรัฐมนตรี
- (๔) สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี
- (๕) สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี
- (๖) สำนักข่าวกรองแห่งชาติ
- (๗) สำนักงบประมาณ
- (๘) สำนักงานสภาพความมั่นคงแห่งชาติ
- (๙) สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา
- (๑๐) สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน
- (๑๑) สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
- (๑๒) สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ
- (๑๓) สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน

สรุปสาระสำคัญของพระราชบัญญัติ คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 The Personal Data Protection

Act บุคคลที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลส่วนบุคคลตามพ.ร.บ.คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลฯ ตามกฎหมายไม่ได้ให้คำนิยามไว้ แต่โดยหลักการทั่วไปแล้วหมายถึงบุคคลที่ข้อมูลนั้นระบุไปถึง เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล (Data Subject) บุคคลหรือนิติบุคคลซึ่งมีอำนาจหน้าที่ตัดสินใจเกี่ยวกับการเก็บรวบรวม ใช้ หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล เช่น หน่วยงานของรัฐ หรือ เอกชนโดยทั่วไป ที่เก็บรวบรวม ใช้หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของประชาชนหรือ

.....

ลูกค้าที่มาใช้บริการ ผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคล (Data Controller) บุคคลหรือนิติบุคคลซึ่งดำเนินการเกี่ยวกับการเก็บรวบรวม ใช้ หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลตามคำสั่งหรือในนามของผู้ควบคุมข้อมูล ส่วนบุคคล เช่น บริการ cloud service เป็นต้น

สิทธิของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล

1. สิทธิได้รับแจ้งรายละเอียดในการเก็บรวบรวมข้อมูลส่วนบุคคล (Right to be informed)
2. สิทธิขอเข้าถึงข้อมูลส่วนบุคคล (Right of access)
3. สิทธิขอให้โอนข้อมูลส่วนบุคคล (Right to data portability)
4. สิทธิคัดค้านการเก็บรวบรวม ใช้ หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล (Right to object)
5. สิทธิขอให้ลบหรือทำลาย หรือทำให้ข้อมูลส่วนบุคคลเป็นข้อมูลที่ไม่สามารถระบุตัวบุคคลได้

(Right to erasure/right to be forgotten)

6. สิทธิขอให้ระงับการใช้ข้อมูลส่วนบุคคล (Right to restrict processing)
7. สิทธิขอให้แก้ไขข้อมูลส่วนบุคคล (Right to rectification)
8. สิทธิในการร้องเรียนกรณีที่ผู้ควบคุมหรือผู้ประมวลผล ไม่ปฏิบัติตามพ.ร.บ.คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

บุคคล

.....

แผนปฏิบัติราชการกรมประชาสัมพันธ์พ.ศ. 2563 - 2580 และระยะ 3 ปี (พ.ศ. 2563 - 2565) ฉบับสมบูรณ์

ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580) ได้รับการประกาศในราชกิจจานุเบกษาและมีผล บังคับใช้ ตั้งแต่วันที่ 13 ตุลาคม พ.ศ. 2561 เป็นต้นมาได้กำหนดแผนแม่บทหลักของการพัฒนาประเทศไทยได้ วิสัยทัศน์ที่ว่า “ประเทศมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศพัฒนาแล้วด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญา ของเศรษฐกิจพอเพียง” รวมทั้ง กำหนดแผนสำคัญของประเทศ ได้แก่ แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ แผนการปฏิรูปประเทศ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 - 2564) นโยบายและ แผนความมั่นคงแห่งชาติ ตลอดจนแผนระดับชาติอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางสำคัญและทิศทางหลัก ในการพัฒนาประเทศ นอกจากนี้ประกาศในราชกิจจานุเบกษาเมื่อ วันที่ 26 เมษายน พ .ศ. 2562 ยังได้กำหนดให้ทุกส่วนราชการจัดทำแผนปฏิบัติราชการฯ 5 ปีโดยเริ่มแรกให้จัดทำแผน 3 ปี (พ.ศ. 2563-2565) ให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติและแผนสำคัญของประเทศ

กรมประชาสัมพันธ์ในฐานะหน่วยงานหลักในการประชาสัมพันธ์ภาครัฐ จึงได้จัดทำแผนปฏิบัติราชการกรมประชาสัมพันธ์ พ.ศ. 2563-2580 ให้สามารถรองรับยุทธศาสตร์ชาติ แผนแม่บทภายใต้ ยุทธศาสตร์ชาติ ตลอดจนแผนระดับชาติอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง อีกทั้งต้องให้สอดคล้องกับบริบทแวดล้อม พฤติกรรม การบริโภค สื่อของประชาชน ฯลฯ ที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างหนักในแวดวงการสื่อสารประชาสัมพันธ์ทั้งในประเทศ และในระดับสากล

แผนระดับชาติที่ใช้อ้างอิงประกอบด้วยยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580) แผนการปฏิรูปประเทศ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 - 2564) นโยบายและ แผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติฉบับที่ 5 (พ.ศ. 2559 - 2564) และแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ซึ่งประกอบด้วยแผนแม่บททางด้านความมั่นคงของชาติการปรับเปลี่ยนค่านิยมและวัฒนธรรมการพัฒนา การเรียนรู้การบริการประชาชนและประสิทธิภาพภาครัฐการต่อต้านการทุจริตและประพฤติมิชอบ และด้านพลัง ทางสังคม

ยุทธศาสตร์ชาติและแผนต่าง ๆ เหล่านี้ได้ระบุกิจกรรมเกี่ยวกับการสื่อสารประชาสัมพันธ์โดยบางเรื่องได้กำหนดแผนปฏิบัติราชการและมอบหมายให้ส่วนราชการอื่น (มิใช่กรมประชาสัมพันธ์) เป็นผู้รับผิดชอบ ดำ

เนินการ บางเรื่องกำหนดให้เป็นความรับผิดชอบของส่วนราชการทุกแห่ง และบางเรื่องกำหนดให้เป็น ความ
รับผิดชอบโดยตรงของกรมประชาสัมพันธ์

เมื่อศึกษา ข้อมูล รายละเอียดของแผนต่าง ๆ เหล่านี้ แล้ว อาจแบ่งประเภทภารกิจที่ กรม
ประชาสัมพันธ์ได้รับมอบหมายให้ดำเนินการออกเป็น 2 ด้านหลัก ได้แก่

1) ด้านบทบาทภารกิจหลักของกรมฯ ในงานสื่อสารประชาสัมพันธ์ ในฐานะส่วนราชการที่ รับผิดชอบ
ด้านการประชาสัมพันธ์ภาครัฐ

2) ด้านการปรับปรุงการภายในของกรมฯ เองให้สอดคล้องสนับสนุนยุทธศาสตร์ชาติ ตลอดจน นโยบาย
และแผนต่าง ๆ ในระดับชาติได้อย่างเต็มกำลัง ในการจัดทำแผนฯ ได้วิเคราะห์บริบทและสภาพแวดล้อมของ
กรมประชาสัมพันธ์จากข้อมูลเอกสาร ของกรมฯ ข้อมูลที่เกี่ยวข้องจากแหล่งข้อมูลสาธารณะต่าง ๆ ข้อมูลจาก
การสัมภาษณ์ผู้บริหารระดับสูง (อธิบดี และรองอธิบดีทั้ง 3 ท่าน) ข้อมูลจากการสัมภาษณ์และหารือกับผู้บริหาร
ต่าง ๆ ที่ร่วมอยู่ในคณะกรรมการกำกับ โครงการ ตลอดจนข้อมูลผลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อจัดทำ
แผนปฏิบัตินโยบายกรมประชาสัมพันธ์ พ.ศ. 2563-2580 และระยะ 3 ปี (พ.ศ. 2563-2565) ซึ่งจัดขึ้นในหลาย
วาระ ผลการศึกษาและวิเคราะห์ ข้อมูลสรุปได้ดังต่อไปนี้

1. วิสัยทัศน์และ พันธกิจ ของกรมประชาสัมพันธ์

ก) วิสัยทัศน์

“เป็นองค์กรที่ได้รับความเชื่อถือด้านข้อมูลข่าวสารเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชน และสร้าง
ภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศ” ตัวชี้วัดวิสัยทัศน์

1. ประชาชนชาวไทยและสื่อมวลชนในประเทศไทย เห็นว่ากรมประชาสัมพันธ์ได้นำเสนอ ข่าวสารที่
ถูกต้อง เชื่อถือได้ และมีเนื้อหาตรงกับความต้องการใช้ประโยชน์

2. กลุ่มเป้าหมายผู้รับสารจากกรมประชาสัมพันธ์ ได้ใช้ประโยชน์จากสารดังกล่าว เพื่อพัฒนาความรู้
การประกอบอาชีพ การมีส่วนร่วมในกิจกรรมสังคม การผ่อนคลาย อารมณ์ การดูแลสุขภาพของตนเองและ
ครอบครัว รวมทั้งการเป็นพลเมืองที่มีคุณค่า

3. ข้อมูลและข่าวสารของกรมประชาสัมพันธ์ครอบคลุมในหัวข้อต่างๆเพียงพอต่อความ ต้องการของ
กลุ่มเป้าหมาย และเผยแพร่ในรูปแบบและช่องทางต่างๆครบถ้วน ทุกช่องทาง จึงเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่
หลากหลายและเอื้อต่อการนำไปใช้อ้างอิงและ พัฒนาต่อยอด

4. กลุ่มเป้าหมายที่รับสารจากกรมประชาสัมพันธ์เกิดความรู้สึกเชิงบวกต่อประเทศไทย

๗) พันธกิจ

1) มีบทบาทนำในการกำหนดประเด็นความคิดสำคัญในการสื่อสารประชาสัมพันธ์ เพื่อ ประโยชน์ของ ประเทศชาติและประชาชน

2) ประชาสัมพันธ์นโยบายภาครัฐสู่กลุ่มเป้าหมายทั้งในและต่างประเทศ และสะท้อน ความคิดเห็นจาก ประชาชนสู่รัฐ อีกทั้งสร้างและพัฒนาเครือข่ายเพื่อการสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ประเด็นความคิดสำคัญอย่าง ต่อเนื่องตลอดจนบริหารจัดการสื่อ เครือข่าย และอุปกรณ์ทั้งปวงที่จำเป็นในการปฏิบัติการกิจ

3) เป็นองค์การหลักในการบริหารจัดการข้อมูลและข่าวสารทั้งปวงในงานสื่อสาร ประชาสัมพันธ์อย่าง มีประสิทธิภาพ ถูกต้อง และนำไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาชาติ และพัฒนาสังคมได้

4) เป็นที่ปรึกษาหลักด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์ให้แก่หน่วยงานภาครัฐเพื่อประโยชน์ ของ ประเทศชาติและประชาชน ในการจัดทำแผนฯ ได้วิเคราะห์บริบทและสภาพแวดล้อมของกรมประชาสัมพันธ์ โดยเครื่องมือที่ นำมาใช้วิเคราะห์ห้วงค์กรและบริบทในครั้งนี้ ใช้ 3 เครื่องมือประกอบกัน ได้แก่

- SWOT/TOWS เพื่อวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน ตลอดจนโอกาสและอุปสรรคที่กรมประชาสัมพันธ์ เป็นอยู่/เผชิญอยู่ในปัจจุบัน

- Five forces Model เพื่อวิเคราะห์ความรุนแรงของการแข่งขันในทิศทางต่างๆ ที่กดดันและ อำนาจ ต่อรองที่เอื้อประโยชน์ต่อการดำเนินงานของกรมฯ เพื่อประเมินสิ่งที่เป็นไปได้และทิศทาง การดำเนินงานที่ เหมาะสม

- Portfolio/ BCG Matrix เพื่อวิเคราะห์สถานะและ โอกาสของสินค้า/บริการของกรมฯ เป็นรายด้าน เพื่อ ดูความเป็นไปได้และความคุ้มค่าในการเลือกจัดลำดับความสำคัญ โดยอ้างอิงข้อมูลจากตัวเลขจริงที่หาได้ หรือ เทียบเคียงได้จากข้อมูลสาธารณะ

ผลการวิเคราะห์โดยเครื่องมือ SWOT/TOWS ซึ่งให้เห็นว่า จุดแข็งของกรมประชาสัมพันธ์อยู่ที่การมี พื้นที่ปฏิบัติการ โครงสร้างพื้นฐาน เครื่องมืออุปกรณ์ และเครือข่ายอยู่ทั่วประเทศ สามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูล ภาครัฐ ได้รับความเชื่อถือในด้านข้อมูลข่าวสารในภาวะวิกฤตและในสถานการณ์สำคัญ อีกทั้งได้รับความ เชื่อถือ ในด้านทักษะการใช้เสียงและอักษรวิชีเพื่อการประชาสัมพันธ์

ส่วนจุดอ่อนของกรมฯ ได้แก่ ความล้าสมัยของ โครงสร้างองค์กรและระบบการบริหารเนื่องจากไม่ได้ รับการปรับปรุงมานาน บุคลากรส่วนใหญ่ก็ยังอ่อนทักษะ ด้านสื่อสมัยใหม่ เทคโนโลยีของหน่วยงานยังไม่ ทันสมัย ขาดความมั่นคงปลอดภัยของข้อมูล การสื่อสารภายใน องค์กรยังไม่ดีและขาดการบูรณาการข้อมูล ภายในกรมฯ ทางด้านโอกาสของกรมฯที่มีในขณะนี้ ได้แก่ การที่ ประชาชนต้องการเสพข่าวสารที่เชื่อถือได้

.....

เนื่องจากมีข่าวลวงเผยแพร่อยู่ในสื่อประเภทต่าง ๆ จำนวนมากอีกทั้ง ภาครัฐกำลังให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ไปยังประชาชน และเทคโนโลยีทำให้การสื่อสาร เข้าถึงคนทุกกลุ่มทั้งในประเทศ และต่างประเทศ

ส่วนอุปสรรคที่กรมฯ ประสบอยู่ ได้แก่ เทคโนโลยีสมัยใหม่ซึ่ง ทำให้ผู้บริ โภคมีทางเลือกรับสื่อ ได้ หลายช่องทางและรูปแบบ สื่อของกรมฯจึงเป็นเพียงทางเลือกหนึ่งท่ามกลาง ทางเลือกอีกมากมาย อีกทั้ง พฤติกรรมในการบริโภคสื่อที่เปลี่ยนไปส่งผลกดดันให้การปรับเปลี่ยนต้องทันทั่วทั้ง ยิ่งขึ้น ส่วนราชการต่าง ๆ ก็มีทางเลือกในการประชาสัมพันธ์ได้หลากหลายขึ้น และเมื่อมีงบประมาณเพียงพอ

มักเลือกใช้สื่อหรือแพ็คเกจการประชาสัมพันธ์ของภาคเอกชน นอกจากนี้ สถานการณ์ทางการเมืองที่ แบ่งขั้วอย่าง รุนแรงทำให้กรมฯ ถูกบุคคลบางส่วนมองว่าไม่เป็นกลาง จากการวิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อน โอกาส อุปสรรค พบว่ามีประเด็นที่ควรพิจารณา ดังนี้

- ในขณะที่หน่วยงานภาครัฐมีความต้องการประชาสัมพันธ์ ส่วนกรมประชาสัมพันธ์ก็มีบุคลากร และ ช่องทางสื่อสารของตนเองอยู่ทั่วประเทศ กรมฯ จึงแสดงบทบาทสนับสนุนช่วยหน่วยงานภาครัฐ ได้ในเรื่อง การ สื่อสารประชาสัมพันธ์ภารกิจ/กิจกรรมของหน่วยงานเหล่านั้น ในกรณี นี้ สิ่งที่กรมฯ มีเหนือกว่าคู่แข่งอื่น คือ การ มีช่องทางเข้าถึงทุกกลุ่มเป้าหมายได้ในทุกพื้นที่ ตลอดจนโอกาสการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารภาครัฐ และความ เชื่อถือ ได้ในฐานะแหล่งอ้างอิงที่ถูกต้อง แม้กรมฯ ยังคงต้องแข่งขันกับสื่อและบริษัทเอกชนในเรื่องเทคโนโลยี สมัยใหม่ อีกทั้งความรวดเร็วและรูปแบบการนำเสนอที่ยังคงเป็นปัจจัยจุดรั้งกรมฯ อยู่ก็ตาม

- ในยุคการสื่อสารไร้พรมแดนเทคโนโลยีสมัยใหม่แม้จะดูประหนึ่งว่าเป็นภัยต่อกรมฯ แต่ก็ เป็น โอกาสให้แก่กรมฯ ได้ด้วย กล่าวคือ เทคโนโลยีให้ทางเลือกกรมฯ ในการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ถึง ประชาชน ทั้งในประเทศและต่างประเทศได้ในหลากหลายรูปแบบให้เหมาะสมแก่กลุ่มเป้าหมาย แต่ขณะนี้กรมฯ ยังมี โครงสร้างองค์กรที่ล้าสมัยไม่เอื้อต่อการใช้ประโยชน์จาก โอกาสนี้ อีกทั้งระบบการบริหารภายในยังไม่ อาจ ดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพเต็มกำลัง

- ในฐานะเป็นส่วนราชการ กรมฯ อาจถูกบุคคลบางส่วนมองว่า น าเสนอข้อมูลข่าวสารไม่เป็น กลาง แต่ในอีกแง่หนึ่ง สถานภาพการเป็นส่วนราชการหลักที่รับผิดชอบงานสื่อสารและประชาสัมพันธ์ของ ภาครัฐก็ ทำให้กรมฯ เข้าถึงข้อมูล ข้อเท็จจริงต่างๆ ได้มาก อีกทั้งยังได้รับความเชื่อถือในความถูกต้องของข้อมูล มากกว่า สื่ออื่น

- กิจกรรมการประชาสัมพันธ์ที่เพิ่มขึ้นทั้งในวงราชการและในภาคเอกชนทำให้มีความต้องการนัก วิชาชีพที่มีความสามารถในการสื่อสารประชาสัมพันธ์อย่างมีมาตรฐาน ซึ่งกรมประชาสัมพันธ์มีความเชี่ยวชาญ และอยู่ในฐานะที่จะให้การสนับสนุนบุคลากรและการฝึกอบรมในเรื่องนี้ได้ ท่ามกลางโอกาสและอุปสรรค

เหล่านี้ กรมฯ ควรมุ่งเน้นด้านที่เป็นจุดแข็งและเป็นโอกาส และหลบเลี่ยง/ ลดสิ่งที่เป็อุปสรรค โดยเมื่อค้ำนึ่งถึงโอกาสและจุดแข็งขององค์กร กรมฯ จึงอาจพิจารณาคำเนินกลยุทธ์ดังนี้

- เป็นแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือได้ให้กับบุคลากรภาครัฐในจังหวัดต่าง ๆ และนำข่าวสารภาครัฐในรายละเอียดไปยังประชาชนทุกกลุ่มในทุกพื้นที่

- เชื่อมโยงคนไทยในประเทศและต่างประเทศ และนำเสนอภาพลักษณ์อันดีของไทยต่อ ชาวต่างประเทศ

- อบรมบุคลากรภาครัฐในด้านประชาสัมพันธ์และการใช้ภาษาไทยอย่างถูกต้อง เมื่อค้ำนึ่งถึงอุปสรรค กรมประชาสัมพันธ์อาจใช้จุดแข็งเอาชนะอุปสรรคบางประการได้ด้วยกลยุทธ์ ดังนี้

- สร้าง content จากพื้นที่โดยอาศัยการเข้าถึงข้อมูลทั่วประเทศที่สื่ออื่นไม่มีโอกาสเท่า
- เน้นการนำเสนอข้อมูลข้อเท็จจริงที่ละเอียด ครบถ้วน น่าเชื่อถือ
- ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายที่เฉพาะเจาะจงและมักถูกมองข้าม โดยสื่อใหญ่เช่น คนพิการ ผู้ด้อยโอกาส ในสังคม ประชาชนยากจนในชนบท ฯลฯ

- ให้ความสำคัญกับความถูกต้องในการสะกดคำและออกเสียง
ทางด้านจุดอ่อนของกรมฯ อาจพิจารณาใช้โอกาสที่ดีปรับปรุงสิ่งที่เป็จุดอ่อน ได้แก่
- ขอความร่วมมือจากส่วนราชการอื่นเพื่อเข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่กรมฯ เห็นว่าน่าสนใจและเป็นประโยชน์
- เร่งพัฒนาระบบการบริหารและดำเนินงานภายในกรมฯ สร้างความประสานร่วมมือระหว่างองคาพยพต่าง ๆ ภายในกรมฯ เร่งการพัฒนาระบบข้อมูลกลางเพื่อให้เข้าถึงและเรียกใช้ข้อมูลร่วมกันได้ เพื่อให้เกิดการบูรณาการงาน เป็นองค์กรที่รวบรวมข่าว ภาพ ในรูปแบบต่าง ๆ ได้อย่างครบถ้วนที่สุดแห่งหนึ่งในประเทศไทยเพื่อเป็นฐานสำหรับการต่อยอดเป็นศูนย์กลางข้อมูล (Data) ขนาดใหญ่แห่งหนึ่งของประเทศ สำหรับในด้านที่สถานการณ์เป็อุปสรรค และกรมฯ ก็ยังคงมีจุดอ่อน ควรหลบเลี่ยง/ลดบทบาทลง ตามแต่สมควรและกระทำได้ ได้แก่

- หลีกเลียงการแข่งชันด้านรูปแบบการนำเสนอที่ทันสมัย การแข่งชันด้านเทคโนโลยี แต่มุ่งเน้นที่ การเป็นเจ้าตลาดด้าน content

- ลด/ละบทบาทด้านงานวิพากษ์ข่าว (news commentary) หรือการโต้แย้งที่ไม่เป็นกลาง ทางการเมือง แต่เน้นการให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อกลุ่มเป้าหมาย อีกทั้งเน้นเนื้อหาเชิงบวกเพื่อสร้างแรงบันดาลใจ ความรู้สึกอันดี และความเชื่อถือไว้วางใจ

ทางด้านผลการวิเคราะห์โดยใช้เครื่องมือวิเคราะห์ห้วงค์กรและบริบทองค์กร “Five forces Model” เพื่อประเมินอำนาจต่อรองระหว่างกลุ่มต่าง ๆ ในบริบทที่แวดล้อมกรมฯ อยู่ ตลอดจนสถานการณ์การแข่งขันในวงการสื่อ เพื่อเปรียบเทียบสถานภาพของกรมฯ กับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่าง ๆ เพื่อพิจารณาว่าทางใดที่อาจเป็นไปได้ และทางใดที่อาจหนักหน่วงเกินกำลังของกรมฯ ได้ผลสรุปว่า กรมฯ มีพลังอำนาจในระดับปานกลางท่ามกลางบริบทการแข่งขันในวงการสื่อสารประชาสัมพันธ์ปัจจุบันที่เข้มข้น แม้กรมฯ จะมีคู่แข่งมากแต่ระดับความกดดันต่อกรมฯ ยังไม่สูงนักเนื่องจากกรมฯ ยังคงมีพลังอำนาจต่อรองในด้าน Suppliers (ผู้สนับสนุนเนื้อหา) ซึ่งมีจำนวนมาก หลากหลาย และกรมฯ อยู่ในฐานะที่จะเลือกร่วมงานกับรายใดก็ได้ส่วนทางด้าน Buyers (ผู้รับสาร และบุคคล/หน่วยงานผู้ใช้บริการกลุ่มต่าง ๆ) ก็มีหลากหลายเช่นเดียวกัน ทำให้กรมฯ มีทางเลือกมาก จึงไม่ได้ ได้รับความกดดันมากนัก

เพื่อวิเคราะห์ห้วงค์กรและบริบทองค์กรของกรมประชาสัมพันธ์โดยแจกแจงเป็นสินค้า/ บริการแต่ละด้านให้ชัดเจน จึงใช้เครื่องมือ “Portfolio Analysis” เพื่อเปรียบเทียบผลผลิตของกรมฯ กับสินค้าและบริการเหล่านั้น โดยจำแนกเป็นตลาดที่มีการเติบโตเร็วและไม่เติบโต และพิจารณารายสินค้า/ บริการจากส่วนแบ่งตลาด นั้น ๆ ผลการศึกษาพบว่าตลาดข้อมูล (Data - โดยเฉพาะอย่างยิ่ง Digital data) ด้านดิจิทัลมีเดียมีการเติบโตอย่างรวดเร็ว เว็บไซต์มีการเติบโตปานกลาง ส่วนวิทยุ การแสดงดนตรีสด และ โทรทัศน์ มีการเติบโตน้อยหรือไม่มีเลย

ในด้านส่วนแบ่งตลาดของกรมประชาสัมพันธ์พิจารณาโดยเปรียบเทียบกับคู่แข่งในวงการเดียวกันได้ผลสรุปว่า บริการที่กรมฯ มีส่วนแบ่งตลาดมากที่สุด ได้แก่ บริการถ่ายทอดความรู้ด้านการประชาสัมพันธ์ การเป็นแหล่งอ้างอิงที่ถูกต้อง การสร้างเครือข่ายประชาสัมพันธ์ และเว็บไซต์ แต่ในด้านที่กรมฯ ยังมีส่วนแบ่งตลาดน้อยได้แก่ ด้านข้อมูล ดิจิทัลมีเดีย และการจัดงาน events ต่าง ๆ ในตลาดที่กำลังเติบโตอย่างรวดเร็วนี้ หากกรมฯ ประสงค์จะเติบโตไปพร้อมกับตลาด ก็จำเป็นต้องทุ่มเทให้ความสำคัญกับบริการเหล่านี้มากขึ้น หาไม่แล้วสินค้าและบริการต่าง ๆ ดังกล่าวของกรมฯ จะถูกทิ้งไว้เบื้องหลังในขณะที่ตลาดเติบโตไปเรื่อย ๆ

ผลการวิเคราะห์โดยใช้ทั้ง 3 เครื่องมือร่วมกัน ล้วนบ่งชี้ไปในทิศทางที่ว่า การประชาสัมพันธ์และ การผลิตสื่อที่เน้นเทคโนโลยีสมัยใหม่มีการแข่งขันสูงและไม่ใช่มุมแข็งของกรมฯ ช่องทางที่กรมฯ มีจุดแข็งและ มีความได้เปรียบคือการเข้าถึงข้อมูลภาครัฐและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายกลุ่มต่าง ๆ ที่ไม่ใช่เป้าหมายของสื่อใหม่/สื่อใหญ่ อีกทั้งการเป็นแหล่งอ้างอิงในด้านข้อเท็จจริงและเนื้อหาข้อมูลจากภาครัฐ

หลังจากการวิเคราะห์ตามข้างต้นจึงได้ยกร่างยุทธศาสตร์เพื่อขอรับฟังความเห็นของผู้บริหาร หน่วยงานต่าง ๆ ในกรมฯเพิ่มเติมในการประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อพิจารณาแผนฯ ในหลายวาระ อีกทั้งได้ น าเสนอร่างแผนฯ ต่อที่ประชุมคณะผู้บริหารระดับสูงของกรมฯ ซึ่งประกอบด้วย อธิบดี รองอธิบดี ผู้บริหารและ เจ้าหน้าที่

.....

ดำเนินงานแผนของกรมฯ จากนั้นได้นำเสนอร่างแผนฯ ดังกล่าวต่อที่ประชุมผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและ ตลอดจนผู้แทนส่วนราชการภายนอกผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับกรมฯ ด้วยแล้ว

ในการยกร่างแผนฯ ได้ประมวลประเด็นภารกิจสำคัญที่เกี่ยวข้องกับกรมประชาสัมพันธ์จาก ยุทธศาสตร์ชาติและแผนระดับชาติต่าง ๆ ในส่วนที่กล่าวถึงงานด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์จากเนื้อหาสาระ ที่หลากหลายในแผนเหล่านั้น อาจสรุปได้ว่า ส่วนเป็นกิจกรรมที่มุ่งเป้าหมายอย่างใดอย่างหนึ่งดังต่อไปนี้ อาทิ สร้างความรู้ความเข้าใจในประเด็นที่ต้องการสื่อสารผลักดันให้กลุ่มเป้าหมายเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมไปในทิศทาง ที่พึงประสงค์เสริมสร้างคุณภาพของบุคคล ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการเรียนรู้ คุณธรรม หรือจิตความสามารถ ในการ ดำรงชีพและพัฒนาคุณภาพชีวิตส่งเสริมคุณภาพสังคมและชุมชน และสร้างความสงบสุขในสังคม และส่งเสริม ความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจให้แก่ประชาชนงานสื่อสารและประชาสัมพันธ์ภาครัฐมีบทบาทสำคัญในการยกระดับ ศักยภาพของประชาชน ส่งเสริมคุณภาพชีวิต กระจายความเป็นธรรมและความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับระบบ ประชาธิปไตยและสถาบันที่สำคัญของชาติสู่ทุกภาคส่วนในสังคม ตลอดจนสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ สถานภาพและบทบาทของประเทศไทยในสังคมโลก

ยุทธศาสตร์กรมฯ ในฐานะหน่วยงานหลักทางด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์ในภาครัฐจึงควรมุ่ง สร้างสังคมที่ประชาชนมีภูมิรู้ในการดำรงชีพเพื่อสร้างคุณภาพชีวิตที่ดี และต่อยอดทางปัญญาได้ ยุทธศาสตร์นี้ให้ความชัดเจนเกี่ยวกับบทบาทและเป้าหมายของกรมฯ เกี่ยวกับการพัฒนาประเทศและคุณภาพชีวิตของประชาชน ตลอดจนการใช้การสื่อสารและประชาสัมพันธ์เป็นเครื่องมือกระจายโอกาสและความเป็นธรรมสู่สังคม โดยรับฟัง ความต้องการของประชาชน กรมฯ สามารถดำเนินการให้บรรลุผลตามยุทธศาสตร์นี้อย่างมีประสิทธิภาพได้ โดย การรับฟังเสียงประชาชน เพิ่มบทบาทการเป็นผู้ชี้แนะเชิงประเด็นและลดบทบาทที่มุ่งเน้นผลิตชิ้นงานเชิงเนื้อหา ด้วยตนเอง เพิ่มการสื่อสารหลายทาง เพิ่มความสำคัญให้แก่กลุ่มเป้าหมายเฉพาะ ให้ได้รับข่าวสารอย่างเท่าเทียม กับประชาชนทั่วไป และเติมเต็มช่องว่างทางการสื่อสารในสังคมไทยที่สื่อกระแสหลักครอบคลุมไปไม่ถึง

ส่วนงานด้านการปรับปรุงองค์กรซึ่งทุกส่วนราชการได้รับมอบหมายให้ดำเนินการตามยุทธศาสตร์ชาตินั้น กล่าวโดยรวมได้ว่า ส่วนมีวัตถุประสงค์เพื่อปรับโครงสร้างให้ยืดหยุ่น คล่องตัว ลดงาน ลดความซ้ำซ้อน ลดการใช้ วัสดุพินิจและลดขั้นตอนโดยนำเทคโนโลยีมาใช้ทดแทน และมีมาตรฐานงาน ลดกฎระเบียบที่ล้าสมัยหรือไม่จำเป็น เชื่อมโยงงานส่วนกลาง ส่วนภูมิภาค และท้องถิ่น ให้เป็นไปโดยสอดคล้องกัน ตลอดจนวางหลักเกณฑ์เพื่อลดงาน ส่วนกลางในภูมิภาคพัฒนาระบบดิจิทัลและระบบฐานข้อมูล และทบทวนระบบการบริหารบุคคล บริหาร อัตรากำลังให้มีความเหมาะสม มีประสิทธิภาพ ใช้ระบบคุณธรรม รวมทั้งให้พัฒนาคุณภาพบุคลากรในภาครัฐ ใน ด้านดิจิทัลและมีทักษะที่เหมาะสมกับความเปลี่ยนแปลงในปัจจุบัน

ในการกำหนดยุทธศาสตร์ระยะยาวของกรมประชาสัมพันธ์ ควรให้ครอบคลุมเป้าหมาย ทั้ง 2 ด้านข้างต้น ตลอดจนพิจารณาผลจากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและบริบทกรมฯ ตามที่ได้กล่าวมาแล้วด้วย ซึ่งนำไปสู่การออกแบบกลยุทธ์ที่พิจารณาข้อได้เปรียบด้านสถานภาพ จำนวนคน ความครอบคลุมในเชิงพื้นที่ ทักษะเฉพาะทางต่าง ๆ ที่กรมฯ มีอยู่ โอกาสของตลาดที่เกี่ยวข้อง ฯลฯ และเสนอแนะให้มุ่งเน้นแนวทาง ดังต่อไปนี้ – เน้นการรับฟังประชาชนและสื่อสารสองทาง กรมประชาสัมพันธ์มีได้ทำหน้าที่เพียงนำสาร ไปสู่ประชาชนเท่านั้น แต่ยังคงมีบทบาทในการนำสารจากประชาชนไปสู่กันและกัน อีกทั้งรับกลับมาเป็นข้อมูล ในการกำหนดทิศทาง การสื่อสารประชาสัมพันธ์ระดับชาติต่อไปด้วย การรับฟังประชาชนเป็นพื้นฐาน ไปสู่การผลิต เนื้อหาและสาระบันเทิงที่ตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมายทุกกลุ่ม นอกจากนี้ ในยุคสมัยปัจจุบันที่ทุกคน สามารถผลิตสื่อเผยแพร่ในสังคมได้ การสื่อสารสองทางและการแลกเปลี่ยนความเห็นอย่างทันท่วงทียังเป็น แนวทางการสื่อสารที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ หากสื่อหลักเช่นกรมฯ ยังคงต้องการรักษาบทบาทสถานะของตนไว้

– เน้นการชี้้นำประเด็น อย่างมีคุณภาพบนพื้นฐานของข้อมูล ในฐานะส่วนราชการที่รับผิดชอบ ด้านการประชาสัมพันธ์ภาครัฐ บทบาทหลักของกรมประชาสัมพันธ์ย่อมไม่ใช่การผลิตสื่อและสาระเพื่อแข่งขันกับสื่ออื่น ๆ แต่ควรเป็นผู้ชี้้นำประเด็นที่สมควรสื่อสาร รวมทั้งระดมความร่วมมือจากส่วนราชการอื่น ๆ และ นักประชาสัมพันธ์ในทุกสถานภาพ ให้นำเสนอข้อมูลข่าวสารอย่างมีพลังส่งเสริมกันในทางบวกในเรื่องที่กรมฯ ได้พิจารณาแล้วว่าเป็นประโยชน์ต่อคุณภาพชีวิตของประชาชนและการพัฒนาประเทศ รวมทั้งการลด/ขจัดข้อมูลข่าวสารที่บิดเบือนหรือเป็นโทษต่อประชาชน โดยเห็นว่า กรมฯ จะแสดงบทบาทนี้ได้เมื่อมีการประมวลผลข้อมูล อย่างชัดเจนว่าประเด็นและวิธีการประชาสัมพันธ์ที่นำเสนอ นั้นเหมาะสมกับสถานการณ์และกลุ่มเป้าหมาย

– เน้นการร่วมมือ ไม่แข่งขัน เนื่องจากตลาดการสื่อสารเปิดกว้างจนมีผู้แข่งขันมากรายในทุกระดับ กรมประชาสัมพันธ์ไม่อาจและไม่จำเป็นต้องแข่งขันเพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งตลาดกับบุคคลและองค์กรเหล่านี้ แต่ควร มีบทบาทหน้าที่ในการนำเสนอสิ่งที่ถูกต้องเพื่อเป็นหลักที่พึ่งที่อ้างอิงได้ สนับสนุนให้สื่อต่าง ๆ นำเสนอข้อมูล ข่าวสารตามข้อเท็จจริง ตลอดจนแสดงบทบาททพในเชิงนโยบาย กฎกติกา ฯลฯ อีกทั้งกรมประชาสัมพันธ์ ยังจำเป็นต้องขยายความร่วมมือกับสื่อในทุกระดับเพื่อเป็นเครือข่ายการสื่อสารประชาสัมพันธ์ ไปสู่ประชาชน กลุ่มเป้าหมายทุกกลุ่ม

– เร่งพัฒนาโดยตระหนักถึงข้อจำกัดด้านบุคลากรและทรัพยากรเมื่อคำนึงถึงอัตราความเปลี่ยนแปลงของสังคมและความก้าวหน้าของเทคโนโลยี ควบคู่ไปกับการตระหนักถึงความจำเป็นที่จะต้องปรับองค์กร เพื่อให้ ระบบราชการมีประสิทธิภาพ กรมประชาสัมพันธ์อยู่ในฐานะที่จะต้องเร่งนำองค์กรเข้าสู่กระแสการพัฒนา เทคโนโลยีดิจิทัลและสร้างผลงานที่มีคุณค่าในระดับสูงขึ้นไป แต่ก็จำเป็นต้องเลือกแนวทางการพัฒนาที่

เป็นไปได้ ภายใต้ข้อจำกัดที่มีอยู่ โดยเห็นว่าการมอบหมายงานและบันทึกผลการปฏิบัติงานตามแผนงาน รวมทั้งการพัฒนา งานประจำ เป็นช่องทางในการพัฒนาบุคลากรได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกเหนือจากการฝึกอบรม

– เน้นการส่งเสริมการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร ในฐานะที่กรมประชาสัมพันธ์เป็นผู้แทนประเทศไทย ในการผลักดันข้อริเริ่มส่งเสริมการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารสำหรับประชาชนทุกกลุ่ม (Accessibility for All) ในการประชุม เจ้าหน้าที่อาวุโสอาเซียนด้านสนเทศในปี พ.ศ. 2562 กรมฯ จึงยังอาจปิดช่องว่างทางการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารตลอดจนสาระบันเทิงของประชาชนโดยเฉพาะกลุ่มผู้ด้อยโอกาสในประเทศได้อีกมาก เนื่องจากผู้ด้อยโอกาสเหล่านั้นขาดแคลนช่องทางเข้าถึงสื่อที่หลากหลาย หรือมีความพิการ หรือไม่มีความคุ้มค่าทางธุรกิจ ในสายตาของสื่อเอกชน ฯลฯ ทำให้ไม่อาจเข้าถึงข่าวสารได้ทัดเทียมกับประชาชนทั่วไป

ในการกำหนดยุทธศาสตร์และรายละเอียดของแผนปฏิบัติราชการกรมประชาสัมพันธ์ พ.ศ. 2563 – 2580 และระยะ 3 ปี (พ.ศ. 2563 - 2565) จึงมีจุดเน้นเหล่านี้แทรกอยู่ในทุกประเด็นยุทธศาสตร์ แผนปฏิบัติราชการกรมประชาสัมพันธ์ พ.ศ. 2563 - 2580 มีเป้าหมายเพื่อให้ประชาชนชาวไทย ทุกกลุ่มได้รับโอกาสในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องเชื่อถือได้ เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิต และ ภูมิปัญญา มีข้อมูลอ้างอิงที่พร้อมนำไปใช้เพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจดิจิทัล ด้วยการนำเสนองานและบริการอย่างมี ประสิทธิภาพและทั่วถึง ผ่านกลไกของรัฐและเครือข่าย ซึ่งจะประเมิณผลได้โดยตัวชี้วัดที่สำคัญ คือ

- ส่วนราชการรับทราบความต้องการและพฤติกรรมการรับรู้ข่าวสารของประชาชน เพื่อให้ กำหนดแนวทางและวิธีการสื่อสารประชาสัมพันธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- กรมประชาสัมพันธ์มีวิธีการและช่องทางการสื่อสารและเผยแพร่ที่หลากหลายและเข้าถึง ประชากรได้ทั่วถึง
- กรมประชาสัมพันธ์สามารถสร้างคลังข้อมูลดิจิทัลขนาดใหญ่
- กรมประชาสัมพันธ์มีกลไกการบริหารและดำเนินงานอย่างคล่องตัว ทันสมัย รวมทั้งมี ทัศน

ความสามารถในการบันทึกและบริหารข้อมูลดิจิทัลของกรมอย่างมีประสิทธิภาพ อนึ่ง โดยที่แผนปฏิบัติราชการกรมประชาสัมพันธ์ พ.ศ. 2563 – 2580 มีฐานะเป็นแผนระดับ ยุทธศาสตร์ (Strategy) ขององค์กร จึงได้อ้างอิงแนวคิดของศาสตราจารย์ Michael E. Porter ที่ว่า “กลยุทธ์คือ การเลือกที่จะไม่ทำอะไร” กล่าวได้อีกอย่างหนึ่งว่า กรมฯ ควรเลือกมุ่งเน้นเฉพาะสิ่งที่ตัดสินใจเลือกให้ ความสำคัญเพียงไม่กี่เรื่องและจัดสรรทรัพยากรและบุคลากรให้แก่ประเด็นสำคัญเหล่านั้นเป็นหลักแทนที่จะเฉลี่ย กระจายทรัพยากรไปในด้านต่าง ๆ มากมายจนขาดจุดเน้นและไม่เกิดสัมฤทธิ์ผลใดเป็นชิ้นเป็นอันด้วยเหตุนี้ จึงได้ กำหนดประเด็นยุทธศาสตร์ที่สำคัญ 4 ประเด็นซึ่งตอบสนองต่อยุทธศาสตร์ประเทศและแผนแม่บทด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งเหมาะสมกับสภาพการณ์ของกรมฯ ดังนี้

1) การรับฟังเสียงประชาชนทุกภาคส่วนและชี้แนะประเด็นสำคัญ เพื่อนำมาประกอบการพิจารณา กำหนดนโยบายภาครัฐ

2) การสร้างสังคมที่ประชาชนมีภูมิรู้ในการดำรงชีพเพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิต และส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศ

3) การเป็นผู้นำด้านข้อมูลดิจิทัลและเครือข่ายข้อมูล

4) การเป็นองค์กรที่มีประสิทธิภาพสูง ส่วนแผนปฏิบัติราชการระยะ 3 ปี(พ.ศ. 2563 - 2565) ได้กำหนดโดยยึดถือตามยุทธศาสตร์ 4 ด้าน ในแผนปฏิบัติราชการกรมประชาสัมพันธ์ พ.ศ. 2563 – 2580 ข้างต้น โดยระบุแผนงาน/โครงการ/กิจกรรมที่พึง ดำเนินการให้แล้วเสร็จเพื่อวางรากฐานของการพัฒนาและปรับแนวทางให้กรมประชาสัมพันธ์สามารถบรรลุผล ตามเป้าหมายของแผนปฏิบัติราชการกรมประชาสัมพันธ์ พ.ศ. 2563 – 2580 ได้อย่างมีประสิทธิภาพ แผนปฏิบัติ ราชการระยะ 3 ปี (พ.ศ. 2563-2565)

ความเป็นมาและผลการศึกษาวิเคราะห์แผนระดับชาติที่เกี่ยวข้องกับภารกิจของกรมประชาสัมพันธ์ เพื่อสนองนโยบายรัฐบาลในการปฏิรูปประเทศตามยุทธศาสตร์ชาติ กรมประชาสัมพันธ์จึงได้ดำเนิน โครงการจัดทำแผนปฏิบัติราชการกรมประชาสัมพันธ์ พ.ศ. 2563 – 2580 และระยะ 3 ปี (พ.ศ. 2563 - 2565)

ในรายละเอียดภายใต้แผนระยะยาว เพื่อเป็นกรอบยุทธศาสตร์การดำเนินงานของกรมฯ ให้สอดคล้องกับ ยุทธศาสตร์ชาติ ตลอดจนถึงแผนระดับชาติที่เกี่ยวข้องกับภารกิจด้านการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ซึ่งอยู่ในกรอบที่ กรมฯจะดำเนินการให้เกิดผลและบูรณาการกับการดำเนินงานในภาครัฐให้บรรลุเป้าหมายของยุทธศาสตร์ชาติ ในการนี้ กรมประชาสัมพันธ์ ได้จัดจ้างสถาบันที่ปรึกษาเพื่อพัฒนาประสิทธิภาพในราชการ (สปร.) เป็นที่ปรึกษาในการดำเนินโครงการ โดยได้ศึกษาและประมวลข้อมูลที่สำคัญเพื่อใช้เป็นปัจจัยกำหนดประเด็น ยุทธศาสตร์ของหน่วยงาน ดังนี้

- ยุทธศาสตร์ชาติ และแผนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งในระดับประเทศและระดับส่วนราชการ
 - วิสัยทัศน์ที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารระดับสูงของกรมฯ (อธิบดี และรองอธิบดีทั้ง 3 ท่าน)
 - การประชุมสัมมนาระดมความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานในกรมฯ จำนวน 2 การประชุม
- แผนระดับชาติที่ใช้อ้างอิงในโครงการนี้ประกอบด้วย

1)ยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580)

2)แผนการปฏิรูปประเทศ

3) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 (พ.ศ.2560-2564)

4) นโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติฉบับที่ 5 (พ.ศ. 2559-2564)

5)แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติทางด้าน

5.1) ความมั่นคงของชาติ

- 5.2) การปรับเปลี่ยนค่านิยมและวัฒนธรรม
- 5.3) การพัฒนาการเรียนรู้
- 5.4) การบริการประชาชนและประสิทธิภาพภาครัฐ
- 5.5) การต่อต้านการทุจริตและประพฤติมิชอบ
- 5.6) พลังทางสังคม

ยุทธศาสตร์ชาติและแผนต่าง ๆ เหล่านี้ได้ระบุกิจกรรมเกี่ยวกับการสื่อสารประชาสัมพันธ์ โดย บางเรื่องได้กำหนดแผนปฏิบัติการ และมอบหมายให้ส่วนราชการอื่น (มิใช่กรมประชาสัมพันธ์) เป็น ผู้รับผิดชอบดำเนินการ บางเรื่องมิได้ระบุไว้ บางเรื่องกำหนดให้เป็นความรับผิดชอบของส่วนราชการทุกแห่ง และบางเรื่องกำหนดให้เป็นความรับผิดชอบโดยตรงของกรมประชาสัมพันธ์

เมื่อศึกษาข้อมูลรายละเอียดของแผนต่าง ๆ เหล่านี้แล้ว อาจแบ่งประเภทภารกิจที่ กรมประชาสัมพันธ์ ได้รับมอบหมายให้ดำเนินการออกเป็น 2 ด้านหลัก ได้แก่

1) ด้านบทบาทภารกิจหลักของกรมฯ ในงานสื่อสารประชาสัมพันธ์ ในฐานะส่วนราชการ ที่รับผิดชอบด้านการประชาสัมพันธ์ภาครัฐ

2) ด้านการรับรองการเพื่อให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ ตลอดจนนโยบายและแผนต่าง ๆ ในระดับชาติ

1. บทบาทด้านสื่อและประชาสัมพันธ์

1.1 โฆษณา/สื่อสาร

1.1.1 เผยแพร่เพื่อความรู้ความเข้าใจ

- เป้าหมายของประเทศ/ ระบอบประชาธิปไตย/ สถาบันชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์/ ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

- การเป็นสมาชิกอาเซียน ความสัมพันธ์อันดีกับประเทศเพื่อนบ้าน บทบาทฐานะของประเทศไทย – รู้จักบริโภคนิสัยที่มีคุณภาพ

- ตระหนักถึงอันตรายของการทุจริต

1.1.2 หนุนเสริมให้เกิดพฤติกรรมที่พึงประสงค์

- ให้คนไทยตระหนักในบทบาทหน้าที่และมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาสำคัญของสังคม มีความสามัคคี ลดความขัดแย้ง

- ส่งเสริมสื่อสร้างสรรค์ ให้สื่อมีจรรยาบรรณ ให้คนไทยมีจิตสาธารณะและรับผิดชอบต่อส่วนร่วม ให้ภาคธุรกิจมีค่านิยมและวัฒนธรรมที่ดี คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม ให้ผู้ประกอบการยุคใหม่มีธรรมาภิบาล

- ส่งเสริมความร่วมมือเพื่อภูมิปัญญาท้องถิ่นและเทคโนโลยีพัฒนาการเรียนรู้อัตนอดชีวิต สร้างแรงบันดาลใจอยากเรียนรู้ พัฒนาทักษะนอกห้องเรียน รณรงค์ปลูกฝังวัฒนธรรมการวิจัยและ คำนึงมในการเคารพทรัพย์สินทางปัญญา

- สนับสนุนและส่งเสริมการสร้างเครือข่ายและชุมชน ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของคนในพื้นที่ให้ สร้างคุณค่าและมูลค่าทางเศรษฐกิจ การจัดการทรัพยากรธรรมชาติ การสาธารณสุข

- ส่งเสริมเกษตรอัครักข์ท้องถิ่น โดยสร้างเรื่องราวของสินค้าให้เป็นที่รู้จัก มีคุณภาพ ุงใจให้เกษตรกรเลิกใช้สารเคมี ผลิตตามมาตรฐานสากล เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

- ให้คนไทยรับรู้ค่านพหุวัฒนธรรม เห็นคุณค่าและเคารพในความคิด ความเชื่อ และวิถีชีวิตที่แตกต่าง
- ให้ประชาชนเตรียมป้องกันสาธารณภัย มีระบบเตรียมพร้อม ส่งเสริมให้ช่วยเหลือประชาชนที่ ได้รับความเดือดร้อนจากสาธารณภัย

- ให้คนไทยออกกำลังกาย เล่นกีฬา มีน้ำใจนักกีฬา

- รณรงค์ให้แรงงานนอกระบบคำนึงถึงหลักประกันในวัยเกษียณและประโยชน์จากระบบประกันสังคม

- สร้างความตระหนักเพื่อเตรียมการสู่สังคมสูงวัย/รับเปลี่ยนแปลงมุมมองและทัศนคติให้ยอมรับถึง คุณค่าของผู้สูงอายุ และปฏิบัติต่อผู้สูงอายุอย่างเหมาะสม

- เสริมสร้างขีดความสามารถของส่วนราชการ ให้ดำเนินการเป็นไปตามกฎระเบียบ พันธกรณี และมาตรฐานระหว่างประเทศ ปราศจากพฤติกรรมที่ส่งไปในทางทุจริต

1.2 คำเนินบทบาทและกิจกรรมที่สนับสนุนยุทธศาสตร์ชาติ

- ลดความเหลื่อมล้ำทางการศึกษาในพื้นที่ห่างไกลและยากจน

- เพิ่มบทบาททางเศรษฐกิจและสังคมของผู้สูงอายุ

- ให้คนมีความรู้ในการดูแลสุขภาพ และความปลอดภัยทางถนน

- ดำเนินการเชิงรุก และใช้กรอบความร่วมมือระหว่างประเทศเพื่อปกป้องและรักษา ผลประโยชน์ของ ไทย

- ต่อยอดการพัฒนาบนฐานทุนทางสังคมและวัฒนธรรม โดยการอนุรักษ์ ฟื้นฟูวัฒนธรรม พัฒนานวัตกรรมเพื่อต่อยอดสู่การเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ

- ป้องกันและแก้ไขการก่อความไม่สงบในจังหวัดชายแดนภาคใต้

- ส่งเสริมการพัฒนาเชิงพื้นที่ เชื่อมต่อเศรษฐกิจประเทศเพื่อนบ้าน

- ส่งเสริมให้ชุมชนเข้าถึงความรู้ ข้อมูล และใช้เทคโนโลยีอย่างสร้างสรรค์

1.3 บทบาทนำในด้านสื่อและการประชาสัมพันธ์