

สรุปผลการดำเนินงานที่สำคัญในปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 และสรุปปัญหา อุปสรรคการดำเนินงานและแนวทางแก้ไข

กรมประชาสัมพันธ์ได้รับจัดสรรงบประมาณตาม พ.ร.บ. งบประมาณรายจ่ายประจำปี งบประมาณ พ.ศ. 2563 จำนวนเงิน 2,867,185,500 บาท หลังหักงบประมาณที่ส่งคืนตามพระราชบัญญัติโอน งบประมาณรายจ่าย พ.ศ. 2563 จำนวน 26,293,500 บาท คงเหลืองบประมาณ 2,840,892,000 บาท เพื่อดำเนินการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารที่มีสาระ มีประโยชน์ต่อการดำเนินชีวิต ของประชาชน และการพัฒนาประเทศตามแผนยุทธศาสตร์ชาติ แผนงานสำคัญของประเทศ นโยบายสำคัญของ รัฐบาล รวมทั้งการพัฒนาและขับเคลื่อนองค์การทั้งด้านการปฏิบัติงาน ด้านเทคโนโลยี คุรุภัณฑ์ และการบริหารองค์การ เพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์ การเป็นองค์การที่ได้รับความเชื่อถือด้านข้อมูลข่าวสารเพื่อพัฒนา คุณภาพชีวิตของประชาชน และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศ ภายใต้ภารกิจหลัก 4 ภารกิจ

1. มีบทบาทนำในการกำหนดประเด็นความคิดสำคัญในการสื่อสารประชาสัมพันธ์ เพื่อประโยชน์ ของประเทศชาติและประชาชน
2. ประชาสัมพันธ์นโยบายภาครัฐสู่กลุ่มเป้าหมายทั้งในและต่างประเทศ และสะท้อนความคิดเห็น จากประชาชนสู่รัฐ อีกทั้งสร้างและพัฒนาเครือข่ายเพื่อการสื่อสารประชาสัมพันธ์ประเด็นความคิดสำคัญ อย่างต่อเนื่อง ตลอดจนบริหารจัดการสื่อ เครือข่าย และอุปกรณ์ทั้งปวงที่จำเป็นในการปฏิบัติภารกิจ
3. เป็นองค์การหลักในการบริหารจัดการข้อมูลและข่าวสารทั้งปวงในงานสื่อสารประชาสัมพันธ์ อย่างมีประสิทธิภาพ ถูกต้อง และนำไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาชาติและพัฒนาสังคมได้
4. เป็นที่ปรึกษาหลักด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์ให้แก่หน่วยงานภาครัฐเพื่อประโยชน์ของ ประเทศชาติและประชาชน

โดยดำเนินการภายใต้แผนปฏิบัติราชการกรมประชาสัมพันธ์ 4 ยุทธศาสตร์ คือ

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การรับฟังเสียงประชาชนทุกภาคส่วนและชี้แนะประเด็นสำคัญ เพื่อนำมา ประกอบการพิจารณากำหนดนโยบายภาครัฐ

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การสร้างสังคมที่ประชาชนมีภูมิรู้ในการดำรงชีพเพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิต และ ส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศ

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การเป็นผู้นำด้านข้อมูลดิจิทัลและเครือข่ายข้อมูล

ยุทธศาสตร์ที่ 4 การเป็นองค์กรที่มีประสิทธิภาพสูง

สาระสำคัญการดำเนินงานโดยสรุป ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การรับฟังเสียงประชาชนทุกภาคส่วนและชั้นนำประเด็นสำคัญ เพื่อนำมาประกอบการพิจารณากำหนดนโยบายภาครัฐ

กรมประชาสัมพันธ์เป็นหน่วยงานที่มีบทบาทหลักในการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ของภาครัฐ ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนด้วยการรับฟังเสียงสะท้อน ความคิดเห็น ความรู้สึก และข้อเสนอแนะของประชาชนและกลุ่มเป้าหมายทุกกลุ่ม จึงสมควรอย่างยิ่งที่จะรับบทบาทการเป็นสื่อกลางระหว่างภาครัฐและประชาชนโดยจัดให้มีกระบวนการรับฟังเสียงประชาชนอย่างสม่ำเสมอ เช่น การสำรวจ การสัมภาษณ์ ผ่านสื่อของกรมประชาสัมพันธ์ การสอบถามผ่านระบบออนไลน์ ฯลฯ อย่างครอบคลุมและสม่ำเสมอในภาพรวม ทำให้รับทราบความต้องการของประชาชนในประเด็นที่เป็นกระแสสังคมขณะนั้นได้อย่างทันที และนำข้อมูลรายละเอียดในประเด็นสำคัญเพื่อประกอบการตัดสินใจก่อนกำหนดนโยบายต่าง ๆ รวมทั้งนำเสนอต่อรัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้ในการกำหนดประเด็นการประชาสัมพันธ์ และนโยบายการดำเนินงานภาครัฐ อันจะส่งผลให้กรมประชาสัมพันธ์ก้าวขึ้นเป็นผู้นำด้านข้อมูลข่าวสารภาครัฐ ซึ่งเป็นหนึ่งในวิสัยทัศน์องค์กรที่กำหนดไว้ โดยในปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 กรมประชาสัมพันธ์ดำเนินการผ่านโครงการสำคัญ ดังนี้

1. โครงการสำรวจความต้องการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของประชาชน

กรมประชาสัมพันธ์ดำเนินการสำรวจความต้องการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของประชาชนผ่านกิจกรรมใน 3 รูปแบบ คือ

1.1 กิจกรรมติดตามกระแสการบริโภคสื่อของกลุ่มเป้าหมาย เพื่อสำรวจพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารกระแสการบริโภคสื่อ และประเด็นความสนใจของประชาชน ซึ่งจะช่วยให้ทราบถึงพฤติกรรม ความต้องการ ความคิดเห็น ความสนใจต่อประเด็นข้อมูลข่าวสารของประชาชนในแต่ละพื้นที่ ข้อมูลที่ได้จะนำไปสู่การจัดทำประเด็นประชาสัมพันธ์ให้ตรงกับความต้องการของประชาชนในแต่ละพื้นที่ซึ่งมีความแตกต่างกัน ดำเนินการโดยวิธีการสำรวจขนาดสั้น (Pulse survey) สำรวจพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ ช่วงเวลา ช่องทาง ประเด็นที่สนใจ ประชาชนกลุ่มเป้าหมายใน 76 จังหวัดทั่วประเทศ ผลการสำรวจที่สำคัญพบว่า ประชาชนส่วนใหญ่ให้ความสนใจและความสำคัญกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ในทุกมิติ ทั้งด้านเศรษฐกิจ สาธารณสุข การศึกษา และให้ความสำคัญกับประเด็นภัยแล้ง และการเมืองเป็นอันดับรองลงมา โดยเปิดรับสื่อใน 3 ช่องทางหลัก คือ สื่อโทรทัศน์ สื่อสังคมออนไลน์ และสื่อออนไลน์ ประเด็นคำถามที่ประชาชนสงสัยมากที่สุด คือ การเยียวยาให้ความช่วยเหลือประชาชน ผลกระทบทางเศรษฐกิจ แนวทางที่รัฐบาลจะฟื้นฟูเศรษฐกิจหลังภาวะโควิด-19 สำหรับระดับประเทศ และประชาชน และประชาชนควรรู้และรับมือกับโรคดังกล่าวอย่างไร การติดตามกระแสการบริโภคสื่อของกลุ่มเป้าหมายจึงเป็นรูปแบบสำคัญในการรับฟังเสียงสะท้อนความต้องการของประชาชนในพื้นที่ต่าง ๆ ทั่วประเทศ ซึ่งจะนำไปสู่การนำมากำหนดประเด็นสำคัญในการสื่อสารประชาสัมพันธ์สร้างความเข้าใจกับประชาชน

1.2 กิจกรรมการรวบรวมวิเคราะห์ความคิดเห็นของประชาชนจากสื่อสังคมออนไลน์

ผ่าน Social Listening “ผลการเช็คอุณหภูมิสังคมไทย” โดยการใช้เทคโนโลยีเครื่องมือการรับฟังเสียงประชาชนผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่สังคมให้ความสนใจ นำมาจัดทำรายงานการวิเคราะห์ ซึ่งจะช่วยให้กรมประชาสัมพันธ์รับทราบความต้องการของประชาชนในประเด็นที่เป็นกระแสสังคมขณะนั้นได้อย่างทันที โดยในปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 ทำการวิเคราะห์ความคิดเห็นของประชาชนจากสื่อสังคมออนไลน์ ในประเด็นที่เกี่ยวกับ นโยบายรัฐบาลในสถานการณ์โควิด-19 เนื่องจากการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ทั้งในประเทศไทยและทั่วโลก ที่มีผลกระทบต่อประเทศและประชาชนทุกระดับ ทั้งด้านสังคม เศรษฐกิจ สุขภาพ การใช้ชีวิตประจำวัน เป็นประเด็นที่ประชาชนให้ความสนใจมากที่สุดในสื่อสังคมออนไลน์นับตั้งแต่เดือนมีนาคม 2563 จนถึงปัจจุบัน พบว่าประเด็นที่ประชาชนค้นหา ให้ความสนใจ และแสดงความคิดเห็นมากที่สุดประกอบด้วย มาตรการอยู่บ้านหยุดเชื้อเพื่อชาติ การเว้นระยะห่างทางสังคม Social Distancing มาตรการเยียวยา 5,000 บาท คนไทยไม่ทิ้งกัน วิธีชีวิตใหม่ New Normal ไทยชนะ และเที่ยวปันสุข โดยส่วนใหญ่ค้นหาเพื่อติดตามสถานการณ์ เสนอแนะการแก้ไขปัญหา แสดงความรู้สึกต่อสถานการณ์ที่เกิดขึ้น รวมทั้งค้นหาเพื่อตอบข้อสงสัยต่าง ๆ เช่น ขั้นตอน หลักเกณฑ์ วิธีการขอรับความช่วยเหลือ ค้นหาความรู้ความหมายของคำ หรือวิธีการใช้ชีวิตในสถานการณ์การระบาดของโรค ผลการจากวิเคราะห์ความคิดเห็นของประชาชนจากสื่อสังคมออนไลน์ทำให้ทราบกระแส อารมณ์ความรู้สึก ความต้องการของประชาชนในขณะนั้น นำไปสู่การผลิตสื่อและข้อมูลข่าวสารเพื่อสร้างความเข้าใจ ตอบข้อสงสัยของสังคมได้อย่างทันทั่วถึง

1.3 กิจกรรมการรับฟังเสียงของประชาชนผ่านสื่อต่าง ๆ ของกรมประชาสัมพันธ์

เพื่อสะท้อนความคิดเห็น ความต้องการของประชาชนในประเด็นหรือเนื้อหาที่น่าเสนอในขณะนั้น โดยในห้วงเวลาที่ผ่านมากกรมประชาสัมพันธ์ได้ การเปิดรายการพิเศษทางสถานีโทรทัศน์แห่งประเทศไทย และสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย ทั้งในส่วนกลางและภูมิภาคเกี่ยวกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) และมาตรการแก้ไขปัญหาของภาครัฐ เช่น รายการ NBT สู้ภัย COVID-19 รายการเกาะติดสถานการณ์โรคโควิด-19 เป็นต้น พร้อมทั้งเปิดโอกาสให้ประชาชนสามารถสอบถามข้อสงสัยและแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับนโยบายรัฐได้ในรายการ โดยประเด็นที่ประชาชนสอบถามและให้ความสนใจมากที่สุดในห้วงแรก (เดือนมีนาคม พฤษภาคม 2563) คือ มาตรการเยียวยา 5,000 บาท เช่น วิธีการรับความช่วยเหลือ เกณฑ์การคัดเลือก วันที่จะได้รับเงินเยียวยา การเยียวยากลุ่มอาชีพต่าง ๆ ทั้งเกษตรกร ผู้ประกันตนในระบบประกันสังคม ประเด็นการป้องกันตนเองจากโรค อุปกรณ์ป้องกันโรค เช่น หน้ากากอนามัย เจลแอลกอฮอล์ แอปพลิเคชัน “ไทยชนะ” ประเด็นที่ประชาชนสอบถามในห้วงหลัง (มิถุนายน – กรกฎาคม 2563) การยกเลิก พ.ร.ก. ฉุกเฉิน การเปิดการเรียนการสอน วิธีปฏิบัติตนเมื่อยกเลิก พ.ร.ก. ฉุกเฉิน นโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจ “เที่ยวปันสุข” การเดินทางเข้าประเทศไทยของต่างชาติ จากประเด็นคำถามต่าง ๆ ดังกล่าว กรมประชาสัมพันธ์

ได้เชิญหน่วยงาน หรือผู้รับผิดชอบที่เกี่ยวข้องกับประเด็นนั้น ๆ มาให้ข้อมูล ตอบคำถามต่อประชาชน พร้อมทั้งจัดทำสื่อบอร์ด ข่าว และสื่อออนไลน์ สนับสนุนเพื่อให้เข้าถึงประชาชนทุกกลุ่มมากที่สุด

จากการดำเนินการทั้ง 3 กิจกรรม ทำให้กรมประชาสัมพันธ์รับทราบความคิดเห็น ความต้องการ ตลอดจนได้รู้ถึงพฤติกรรมการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร และสาระบันเทิงของประชาชน ในทุกกลุ่มเป้าหมาย เป็นข้อมูลสำคัญเพื่อประกอบการวางแผน การกำหนดนโยบาย และการตอบสนอง ความต้องการของประชาชนทุกกลุ่ม รวมทั้งนำสู่การจัดทำนำเสนอแผนเชิงนโยบายในการประชาสัมพันธ์และ ชี้นำประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับนโยบายภาครัฐเพื่อสื่อสารกับประชาชนต่อไป

2. โครงการกำหนดนโยบายประชาสัมพันธ์ภาครัฐ

กรมประชาสัมพันธ์ทำหน้าที่เป็นฝ่ายเลขานุการในคณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ (กปช.) ตามระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรี ว่าด้วยการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ พ.ศ. 2553 ซึ่งปัจจุบันมีรองนายกรัฐมนตรี (นายวิษณุ เครืองาม) เป็นประธานกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ทั้งนี้ คณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ มีหน้าที่เป็นฝ่ายอำนวยการ ให้คำปรึกษากับรัฐบาลและหน่วยงานภาครัฐในการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ และสื่อสารมวลชนของประเทศ โดยจัดทำนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ซึ่งถือได้ว่าเป็นเครื่องมือ สำคัญในการกำหนดทิศทาง การประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชนของประเทศ ให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน

ปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 เป็นปีที่ห้าของการประกาศใช้นโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์ แห่งชาติ ฉบับที่ 5 (พ.ศ. 2559 – 2564) กรมประชาสัมพันธ์ได้ขับเคลื่อนการดำเนินงานผ่านโครงการกำหนด นโยบายประชาสัมพันธ์ภาครัฐ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 ซึ่งมีการขับเคลื่อนทั้งในส่วนกลางและระดับ จังหวัด โดยในส่วนกลางขับเคลื่อนภายใต้คณะอนุกรรมการ 3 คณะ ได้แก่ 1) คณะอนุกรรมการทบทวนนโยบาย และแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ 5 (พ.ศ. 2559 – 2564) ให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี 2) คณะอนุกรรมการบริหารจัดการข้อมูลข่าวสารภาครัฐเพื่อสร้างการรับรู้และความเข้าใจให้แก่ประชาชน และ 3) คณะอนุกรรมการพัฒนาบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชน สรุปผลการดำเนินงาน ดังนี้

2.1 กิจกรรมปรับปรุงนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ 5 (พ.ศ. 2559 -2564)

เป็นนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ 5 พ.ศ. 2563 –2565 (ฉบับปรับปรุงให้สอดคล้องกับ ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี) ตามมติคณะรัฐมนตรีเมื่อวันที่ 4 ธันวาคม 2560 และ 12 มีนาคม 2562 ที่เห็นชอบ ให้แผนของประเทศมี 3 ระดับ และกำหนดให้หน่วยงานของรัฐเจ้าของแผนระดับที่ 3 ปรับปรุงแผนระดับที่ 3 ให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติตามแนวทางที่สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) กำหนด ซึ่งในขณะที่มีการปรับปรุงนโยบายและแผนฯ หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องได้ดำเนินงาน ด้านการประชาสัมพันธ์ของประเทศคู่ขนานไปด้วย ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางการดำเนินงานทั้ง 4 แนวทาง ตามนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ 5 พ.ศ. 2563 –2565 ได้แก่ แนวทางที่ 1 สร้าง ความตระหนักรู้และความเข้าใจของประชาชนต่อเรื่องสื่อสารที่สำคัญ แนวทางที่ 2 สร้างความตระหนักรู้ ทักษะ

เชิงบวกและการมีส่วนร่วมของประชาชนไทยและชาวต่างประเทศต่อการต่างประเทศ แนวทางที่ 3 บริหารจัดการ ข้อมูลข่าวสาร พัฒนาสื่อสร้างสรรค์ สร้างการรู้เท่าทันและการมีส่วนร่วม และแนวทางที่ 4 ยกระดับบุคลากร ด้านการประชาสัมพันธ์และการสื่อสารมวลชนในยุคดิจิทัล โดยขณะนี้ผ่านความเห็นชอบจากคณะกรรมการ ประชาสัมพันธ์แห่งชาติ (กปช.) สภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) และอยู่ระหว่างการนำเสนอขอ ความเห็นชอบจากคณะรัฐมนตรี

2.2 กิจกรรมกำหนดเรื่องสื่อสารที่สำคัญ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 ซึ่งเป็นเรื่อง ประเด็น เนื้อหาสำคัญสอดคล้องและสนับสนุนการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี แผนสำคัญของประเทศ และนโยบายในการบริหารประเทศของรัฐบาล จำนวน 11 เรื่อง ประกอบด้วย (1) บัตรสวัสดิการแห่งรัฐและเบี้ย ยังชีพ (2) การจ้างงานผู้สูงอายุ (3) ลดความเหลื่อมล้ำของการเข้าถึงบริการสุขภาพ (4) การบริหารจัดการน้ำ เพื่อแก้ไขปัญหาอุทกภัยและภัยแล้ง (5) การทำประมงตามมาตรฐาน IUU ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (6) ศูนย์ดำรงธรรม (7) ยุติธรรมสร้างสุข (8) ป้องปรามทุจริตภาครัฐ (9) เขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (10) เขตพัฒนาพิเศษภาคใต้ หรือระเบียงเศรษฐกิจภาคใต้ และ (11) เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษชายแดนระยะที่ 1 –2 จำนวน 10 จังหวัด มีหน่วยงานภาครัฐหลายหน่วยงานร่วมดำเนินการสร้างการรับรู้และความเข้าใจให้แก่ประชาชน โดยหน่วยงาน ที่เกี่ยวข้องแต่ละประเด็นนำไปจัดทำแผนการสื่อสารประจำปีทั้งในส่วนกลาง ประกอบด้วยหน่วยงานภาครัฐ 20 กระทรวง และระดับจังหวัดผ่าน “คณะอนุกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติระดับจังหวัด” ซึ่งมีผู้ว่าราชการ จังหวัดเป็นประธานอนุกรรมการ และประชาสัมพันธ์จังหวัดเป็นอนุกรรมการและเลขานุการ ซึ่งทำให้ประชาชน ทุกพื้นที่รับทราบ รับรู้นโยบาย การดำเนินการขับเคลื่อนประเทศของภาครัฐ และเป็นข้อมูลสำคัญในการนำไป ปรับใช้ในการดำเนินชีวิต

2.3 กิจกรรมแผนปฏิบัติการพัฒนาบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชนของ ประเทศ จัดฝึกอบรมพัฒนาบุคลากร โดยคณะอนุกรรมการพัฒนาบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์และ สื่อสารมวลชนของประเทศ ได้ดำเนินการจัดทำแผนปฏิบัติการ (Action Plan) พัฒนาบุคลากรด้าน การประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชนของประเทศ ปีงบประมาณ 2563 พร้อมทั้งจัดส่งแผนฯ ไปให้แก่หน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ องค์กรมหาชน หรือเทียบเท่าขึ้นไป จำนวน 243 หน่วยงาน เพื่อแสวงหาความร่วมมือ กับหน่วยงานด้านการศึกษา หน่วยงานด้านการพัฒนาบุคลากร ในการร่วมกันพัฒนาหลักสูตรการอบรมให้เป็น หลักสูตรที่เกี่ยวกับการสื่อสารในยุคดิจิทัล และแสวงหาความร่วมมือหน่วยงานต่าง ๆ ในการนำหลักสูตรดังกล่าว ไปบรรจุเป็นหลักสูตรฝึกอบรมของหน่วยงาน

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การสร้างสังคมที่ประชาชนมีภูมิรู้ในการดำรงชีพเพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิต และส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศ

เพื่อให้ประชาชนกลุ่มเป้าหมายได้รับข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์และถูกต้อง ได้รับโอกาสเข้าถึง สารระบับเทิงอย่างทั่วถึง มีโอกาสเรียนรู้อเพื่อพัฒนาตนเองและพัฒนาคุณภาพชีวิตอย่างต่อเนื่อง เพื่อต่อยอด ภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น อีกทั้งรู้เท่าทันสังคมโลก มีทัศนคติที่เอื้อต่อการพัฒนาตนและพัฒนาชาติ ผ่านการสื่อสารหลายทาง และความร่วมมือระหว่างทุกภาคส่วน

กรมประชาสัมพันธ์ดำเนินการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและสื่อประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อหลัก ของกรมประชาสัมพันธ์ ทั้งสื่อโทรทัศน์ NBT2HD (ช่อง 2) ออกอากาศทั่วประเทศ สถานีโทรทัศน์ดิจิทัลภูมิภาค 4 แห่ง (ช่อง 11) หมายเลขเดียวทั่วประเทศ (ภาคเหนือ ภาคอีสาน ภาคกลาง ภาคใต้) เพื่อสื่อสารในภาษาถิ่นและ นำเสนอเรื่องราวสำคัญใกล้ชิดกับประชาชนในพื้นที่ นอกจากนี้ยังสื่อสารผ่านสื่อวิทยุกระจายเสียง 84 สถานี ทั่วประเทศในระบบ FM. และ ระบบ AM. รวม 145 คลื่นความถี่ และสื่อกิจกรรม ควบคู่กับสื่อออนไลน์ ได้แก่ เว็บไซต์หลักกรมประชาสัมพันธ์ ทั้งภาษาไทย (www.prd.go.th) และภาษาอังกฤษ (<https://thailand.prd.go.th> และ <https://thainews.prd.go.th>) และเว็บไซต์หน่วยงานสังกัดกรมประชาสัมพันธ์ทั้งในส่วนกลางและ ส่วนภูมิภาคทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ รวม 198 เว็บไซต์ Facebook Instagram Twitter สำหรับ ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) กรมประชาสัมพันธ์ในฐานะ ฝ่ายประชาสัมพันธ์ศูนย์ข้อมูลมาตรการแก้ไขปัญหาจากโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ได้เพิ่ม ช่องทางการสื่อสารทั้งสื่อโทรทัศน์ โดยการจัดตั้งสถานีโควิด-19 เพจเฟซบุ๊ก ศูนย์ข้อมูล COVID-19 มีผู้ติดตามและ เข้าถึงมากกว่า 56 ล้านคน รวมทั้งเผยแพร่เชื่อมโยงผ่านสื่อออนไลน์ต่าง ๆ รวม 19 เพจ อาทิ เพจข่าวจริงประเทศไทย เพจไทยคู่ฟ้า เพจของสถานีโทรทัศน์ช่องต่าง ๆ นอกจากนี้กรมประชาสัมพันธ์ได้เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูล ข่าวสารผ่านเครือข่ายประชาสัมพันธ์ ซึ่งเป็นสื่อบุคคลเป็นสื่อกลางในการสื่อสารข้อมูลข่าวสารจากภาครัฐ ไปสู่ประชาชน ได้แก่ อาสาสมัครประชาสัมพันธ์ประจำหมู่บ้าน (อป.มช.) อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) วิทยุชุมชน หอกระจายข่าว เสียงตามสาย สื่อมวลชน เคเบิลทีวี และตัวแทนภาคประชาชน

เพื่อให้การดำเนินการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ประเด็นสำคัญภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ นโยบาย สำคัญของรัฐบาลมีเนื้อหาที่ชัดเจน สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายทั่วประเทศ เพิ่มประสิทธิภาพในการบริหาร ประเด็นและข้อมูลข่าวสารให้เป็นไปอย่างมีเอกภาพ ด้วยการจัดทำเนื้อหาประชาสัมพันธ์ในประเด็นสำคัญ จำนวน 66 ประเด็น ภายใต้โครงการประชาสัมพันธ์ จำนวน 19 โครงการ ส่งให้หน่วยปฏิบัตินำไปปรับใช้ในการผลิตและ ผ่านรูปแบบ ช่องทางที่เหมาะสม สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อสร้างการรับรู้ ความเข้าใจ แก่ประชาชน กลุ่มเป้าหมายในแต่ละพื้นที่

ทั้งนี้ การดำเนินงานในปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 กรมประชาสัมพันธ์กำหนดผลผลิต การดำเนินงาน คือ จำนวนข้อมูลข่าวสารยุทธศาสตร์ชาติและนโยบายสำคัญของรัฐบาลที่เผยแพร่สู่สาธารณะ

รวมจำนวน 293,290 ครั้ง ผลการดำเนินงาน ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2562 ถึงวันที่ 30 มิถุนายน 2563 ดำเนินการ ได้ จำนวน 264,626 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 90.23 การที่ดำเนินงานได้เกินเป้าหมาย เนื่องจากได้มีการผลิตและเผยแพร่ข้อมูล Digital Content ผ่านสื่อใหม่เพิ่มขึ้น โดยไม่ใช้งบประมาณ รายละเอียดการดำเนินงาน ดังนี้

1. โครงการยุทธศาสตร์ชาติและนโยบายสำคัญของรัฐบาล (ในภาวะปกติ)

ยุทธศาสตร์ชาติที่ 1 ด้านความมั่นคง

1.1 โครงการประชาสัมพันธ์เทิดทูนสถาบันพระมหากษัตริย์ กำหนดแนวคิดหลัก

ในการประชาสัมพันธ์ว่า สถาบันพระมหากษัตริย์เป็นศูนย์รวมจิตใจของคนไทยทั้งชาติ เผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับ พระราชพิธี พระราชประวัติ พระราชกรณียกิจพระบาทสมเด็จพระวชิรเกล้าเจ้าอยู่หัว สมเด็จพระนางเจ้าฯ พระบรมราชินี และพระกรณียกิจพระบรมวงศานุวงศ์ โครงการจิตอาสาพระราชทาน โครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร สมเด็จพระบรมราชชนนีพันปีหลวง และพระบรมวงศานุวงศ์ ความผูกพันและความสำคัญของสถาบันพระมหากษัตริย์ที่มีต่อประเทศไทยมาตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบัน ผ่านสื่อในรูปแบบต่าง ๆ ได้แก่ ผลิตและเผยแพร่ รายการ สารคดี ทางสื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ เช่น รายการแสงปณิธาน รายการร่มเกล้าชาวไทย รายการจากฟ้าสู่ดิน สารคดีเฉลิมพระเกียรติรายการ TO BE NUMBER 1 การบันทึกเทปถวายพระพร ภาพข่าวในพระราชสำนัก รวมทั้งการเผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์และสื่อกิจกรรม ได้แก่ Website พระลาน <http://phralan.in.th/> / line@บรมราชาภิเษก การเป็นวิทยากรและการจัดการอบรมวิทยากรจิตอาสาให้ความรู้แก่ข้าราชการ การอบรมเยาวชนจิตอาสา เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ สร้างจิตสำนึกในพระมหากษัตริย์คุณและสร้างความสัมพันธ์ระหว่างประชาชนกับสถาบันพระมหากษัตริย์

ตัวอย่าง สื่อประชาสัมพันธ์

<p>เว็บไซต์ : พระราชพิธี บรมราชาภิเษก www.phralan.in.th</p> 	<p>สารคดีโทรทัศน์ : ใต้ร่มพระบารมี ๑๐๐ ปี ตอน เศรษฐกิจก้าวหน้า การดำรงเรื่อง</p> 
--	--

1.2 โครงการประชาสัมพันธ์รณรงค์ป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติด ดำเนินการ

ผลิตข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโทษและพิษภัยของยาเสพติด กำหนดประเด็นสำคัญในการประชาสัมพันธ์

1) การประชาสัมพันธ์เพื่อป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติดรายใหม่ ประกอบด้วย ความรู้ ข้อมูล โทษ พิษภัยของยาเสพติด เน้นยาเสพติดที่มีผู้เสพ 3 อันดับแรก คือ ยาบ้า / กัญชา / ไอซ์ เน้นกลุ่มเป้าหมายผู้เสพรายใหม่ ได้แก่ ผู้ใช้แรงงาน และเยาวชน 2) นโยบาย โครงการ กิจกรรม และการดำเนินการแก้ไขปัญหายาเสพติด

อาทิ การดำเนินงานศูนย์ประสานการดูแลผู้ผ่านการบำบัดพื้นฟูระดับอำเภอช่วยเหลือผู้ที่เข้ารับการบำบัดหลังเลิกเสพยาแล้ว เช่น เรื่องการศึกษา ฝึกอาชีพ จัดหางาน ให้ทุนประกอบอาชีพ โครงการกองทุนแม่ของแผ่นดิน ซึ่งเป็นการช่วยเหลือประชาชนเรื่องยาเสพติดผ่านกองทุน ชุมชนที่ได้รับรางวัลหรือประสบความสำเร็จในการแก้ไขปัญหายาเสพติดในพื้นที่ การสร้างความเข้มแข็งของชุมชนในการแก้ไขปัญหายาเสพติด โดยเน้น 3 มาตรการ ได้แก่ การปราบปราม การบำบัดรักษา และการป้องกัน โดยเผยแพร่ผ่านสื่อในรูปแบบต่าง ๆ ได้แก่ ประชาสัมพันธ์ทางรายการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ สื่อออนไลน์ ทำให้ประชาชนเกิดความรู้ ความเข้าใจ ตระหนักถึงปัญหายาเสพติด เป็นปัญหาของคนทั้งชาติ เกิดการมีส่วนร่วมในการรณรงค์ป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติดให้ลดน้อยลง

ตัวอย่าง สื่อประชาสัมพันธ์

<p>สื่อบุคคลวิทยุโทรทัศน์ : ตอน นครพนม บ้านนาแก ต้นแบบปลอดยาเสพติด</p> 	<p>สพตวิทยุ : “ไทยแลนด์ยุคใหม่ ห่างไกลยาเสพติด</p> 
--	--

1.3 โครงการประชาสัมพันธ์ป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย ดำเนินการ

ประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจ และแนะนำแนวทางการปฏิบัติที่ถูกต้องให้กับประชาชนทุกภาคส่วน โดยเฉพาะพื้นที่เสี่ยงภัย เพื่อให้สามารถรับมือกับสถานการณ์ต่าง ๆ ได้ สามารถดำเนินการได้อย่างถูกต้อง ลดความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นได้ โดยมีเนื้อหาการประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วย ข้อมูลการสร้างความรู้พร้อมให้ประชาชนมีความรู้ ความเข้าใจ ในการบริหารจัดการตนเอง ความเสี่ยงและภัยพิบัติที่อาจเกิดขึ้นในแต่ละพื้นที่ การป้องกันภัยเบื้องต้น นโยบายและแนวทางการดำเนินงานของภาครัฐในการแก้ไขปัญหาด้านสาธารณภัยต่าง ๆ นโยบาย และแผนการดำเนินงานในระดับต่าง ๆ เพื่อเตรียมความพร้อมในการรับมือภัยพิบัติ และแก้ปัญหาความเดือดร้อนของประชาชนอันเกิดจากสาธารณภัย เช่น ภัยแล้ง อุทกภัย ฝุ่นละออง PM 2.5 ภัยบนท้องถนน มาตรการขับเคลื่อนปลอดภัยช่วงเทศกาล ผ่านสื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ และสื่อดิจิทัล ภายใต้แนวคิด “เตรียมให้พร้อม ช้อมให้ดี รู้วิธีป้องกันภัย” ได้แก่ ผลิตรายการโทรทัศน์ รายการวิทยุ “รู้ทันสาธารณภัย” ผลิตสพตวิทยุ สื่อบุคคลวิทยุ รายงานพิเศษ และรายงานสถานการณ์และความช่วยเหลือในพื้นที่ประสบภัย เช่น ปฏิบัติงานในฐานะส่วนงานการประชาสัมพันธ์และการจัดการข้อมูลข่าวสาร (สปฉ.16) ในกองบัญชาการป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยแห่งชาติ ในช่วงของการประกาศยกระดับสถานการณ์อุทกภัยเป็นระดับ 3 ในพื้นที่ 4 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดอุบลราชธานี ยโสธร ศรีสะเกษ และร้อยเอ็ด ในช่วงเดือนกันยายน-ธันวาคม 2562 โดยการแจ้งเตือนพื้นที่เสี่ยง การรายงานสถานการณ์น้ำและพยากรณ์อากาศ การรายงานข่าวเผยแพร่ประชาสัมพันธ์การให้ความช่วยเหลือ ของภาครัฐ การดำเนินการแก้ไขปัญหายาของหน่วยงานต่าง ๆ เช่น การป้องกันโรคที่เกิดจากน้ำท่วมขัง การให้ความช่วยเหลือผู้ประสบภัย ช่องทางการขอความช่วยเหลือ การปฏิบัติการด้านข่าวสาร (IO) เพื่อกำหนด

ประเด็น เนื้อหา รูปแบบ ช่องทางการประชาสัมพันธ์ ให้ทันต่อสถานการณ์ เพื่อให้ประชาชนรับทราบ ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง รวดเร็ว พร้อมรับสถานการณ์อุทกภัยได้ทันทั่วถึง และมีความเข้าใจในการปฏิบัติตน การดูแลสุขภาพคุณภาพ การป้องกันอุบัติเหตุต่าง ๆ ที่อาจเกิดจากน้ำท่วมได้ และรับทราบช่องทางขอรับการช่วยเหลือ ของภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้อย่างถูกต้อง รวมทั้งการเตรียมความพร้อมในการปฏิบัติงานเมื่อการภาวะ วิกฤตโดยการฝึกซ้อมแผนรับมือภัยพิบัติระดับต่างๆ เช่น การฝึกซ้อมแผนเผชิญเหตุระดับภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิก การฝึกการบริหารวิกฤตการณ์ระดับชาติ ประจำปี 2563 (National Crisis Management Exercise 2020 : C-MEX 20) **ตัวอย่าง** สื่อประชาสัมพันธ์

คลิปวิดีโอ : เจาะบ่อบาดาลฟรี โครงการแก้แล้ง	สารคดีสั้น : ตอน พลัง สู้ แล้ง
--	-----------------------------------

1.4 โครงการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมความเชื่อมั่นในนโยบายภาครัฐ ดำเนินการเผยแพร่ ข้อมูลข่าวสารมาตรการและการดำเนินงานตามนโยบายหลักและนโยบายเร่งด่วนของรัฐบาล แผนงานโครงการ กิจกรรม ความคืบหน้า และความสำคัญที่ดำเนินการตามนโยบายรัฐบาลของหน่วยงานหลัก 20 กระทรวง และ หน่วยงานในพื้นที่ ผลจากการแก้ไขปัญหา ประโยชน์ที่ประชาชน และประเทศชาติได้รับจากการบริหารงานของ รัฐบาลตามมาตรการและนโยบายหลักและนโยบายเร่งด่วนนำไปสู่ความยั่งยืน การขยายผลนโยบาย ข้อเสนอ การบูรณาการป้องกัน การแก้ไขปัญหาในพื้นที่ และการช่วยเหลือประชาชน ตามข้อสั่งการของมติที่ประชุม ครม. ผ่านสื่อในรูปแบบต่าง ๆ ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ สื่อกิจกรรม และสื่อดิจิทัล เช่น รายการโทรทัศน์ “คุยถึงแก่น” “รอบภูมิภาค” รายการข่าวรอบทิศถิ่นไทย รายการวิทยุ “ข่าวยามเช้า” “อป.มช.คุยข่าว” การจัดตั้งศูนย์ ประชาสัมพันธ์ ครม.สัญจร และประชาสัมพันธ์การลงพื้นที่ติดตามการดำเนินงานนโยบายของรัฐบาลในจังหวัดต่าง ๆ พร้อมทั้งการจัดรายการพิเศษขยายผลมติ ครม. นโยบาย และแผนงาน/โครงการสำคัญของหน่วยงานภาครัฐ ที่ดำเนินการแก้ไขปัญหาในพื้นที่ รวมทั้งการเป็นสื่อกลางเปิดพื้นที่ในการชี้แจงข้อเท็จจริงและรับฟังปัญหา ข้อเสนอแนะ จากประชาชนในพื้นที่นั้น ๆ ในทุกช่องทาง รวมถึงคลิปวิดีโอ อินโฟกราฟิก เผยแพร่ทางเว็บไซต์ และขยายผลทาง สื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งประชาชนสามารถแสดงความคิดเห็นได้ทันที ส่งผลให้มีผู้ติดตามรับชมมากกว่า 30 ล้านวิว

ตัวอย่าง สื่อประชาสัมพันธ์

คลิปวิดีโอ : สืบสานร่วมใจ ใส่ผ้าไทยหัวปั่นโต	Live : ถาม-ตอบ ทุกปัญหาเงินเยียวยา 5,000 บาท
---	--

1.5 โครงการประชาสัมพันธ์การจัดการปัญหาแรงงานต่างด้าว มีแนวคิดหลักว่า

แรงงานต่างด้าวทำงานโดยถูกต้องตามกฎหมายเพื่อให้ได้รับความคุ้มครอง เนื้อหาการประชาสัมพันธ์ประกอบด้วย แรงงานต่างด้าวเข้าสู่ระบบอย่างถูกต้องตามกฎหมาย นโยบายการทำงานของภาครัฐ แนวทางการแก้ไขปัญหาที่ดำเนินการอย่างเป็นรูปธรรม และข้อมูลเกี่ยวกับการแก้ปัญหาแรงงานต่างด้าวและการค้ามนุษย์ เช่น จดทะเบียนแรงงาน บังคับใช้กฎหมาย การฟื้นฟูหรือส่งกลับ รวมทั้งการนำเสนอการมีส่วนร่วมของประชาชนในการสอดส่องผู้กระทำความผิดกฎหมายและวิธีการแจ้งเบาะแสการค้ามนุษย์ โดยดำเนินการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารไปยังประชาชนกลุ่มเป้าหมายผ่านสื่อของกรมประชาสัมพันธ์ครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศ และมุ่งเน้นพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษซึ่งมีแรงงานต่างด้าวจำนวนมาก พร้อมทั้งผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ผ่านทางรายการ “รอบรู้แรงงาน” และ “รอบรู้แรงงานสัญจร” รายการข่าว รายงานพิเศษ สารคดีเชิงข่าว สปอตโทรทัศน์ สปอตวิทยุ 5 ภาษา (อังกฤษ/ไทย/ลาว/พม่า/เขมร) ป้ายประชาสัมพันธ์ 2 ภาษา คือ ภาษาไทยและภาษาเพื่อนบ้าน ผลิตแอนิเมชันเผยแพร่ทางเว็บไซต์ และขยายผลทางสื่อสังคมออนไลน์ รวมทั้งเผยแพร่ผ่านช่องทางหลักได้แก่ สื่อวิทยุโทรทัศน์ สื่อวิทยุกระจายเสียง เพื่อให้สื่อมวลชนทั้งในและต่างประเทศรับรู้และเข้าใจ และนำข้อมูลที่ได้รับไปขยายผลเพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมในการนำแรงงานต่างด้าว เข้าสู่ระบบอย่างถูกต้องตามกฎหมาย ซึ่งไม่เพียงทำให้คนไทยรู้สึกมั่นคงปลอดภัยเท่านั้น แต่ยังสะท้อนให้เห็นว่ารัฐบาลได้ดูแลใส่ใจความเป็นอยู่ของแรงงานต่างที่เข้ามาอาศัยและประกอบอาชีพในแผ่นดินไทยเป็นอย่างดี เสมือนคนในครอบครัวเดียวกัน ทั้งนี้ การดำเนินการแก้ไขปัญหาการค้ามนุษย์ของรัฐบาลไทย นอกจากเป็นไป เพื่อปกป้องคุ้มครองชาวไทยและชาวต่างชาติในไทย ซึ่งเสมอกันด้วยศักดิ์ศรีคุณค่าแห่งความเป็นมนุษย์ และดำรงไว้ ซึ่งหลักการด้านมนุษยธรรมที่ไทยยึดถือตลอดมา

ตัวอย่าง สื่อประชาสัมพันธ์


<p>รายการวิทยุ : "รอบรู้แรงงาน" ภาษาพม่าและกัมพูชา</p> 	<p>รายงานพิเศษ : ปลดล็อกบางอาชีพ ให้แรงงานต่างด้าวทำได้ ข่าวค่า NBT2HD</p> 
--	--

1.6 โครงการสร้างความเข้าใจประชาชนทั้งในและนอกจังหวัดชายแดนภาคใต้ (โครงการบูรณาการ)

กรมประชาสัมพันธ์รับผิดชอบในการเป็นเจ้าภาพแผนงานสร้างความเข้าใจฯ ซึ่งมีเป้าหมายเพื่อสร้างการรับรู้ เข้าใจ เชื่อมั่น ให้ประชาชนทั้งในและนอกพื้นที่ร่วมมือและมีส่วนร่วมกับนโยบายและการดำเนินการในการแก้ไขพัฒนา ปัญหาภายในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ของภาครัฐ ดำเนินการในลักษณะต้นน้ำ กลางน้ำ ปลายน้ำ โดยกิจกรรมต้นน้ำ เป็นการสร้างเครือข่ายการสื่อสาร การอบรมให้ความรู้ผู้ปฏิบัติงานด้านการสื่อสาร การกำหนดประเด็นและกลุ่มเป้าหมายร่วมกัน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสาร ลดความซ้ำซ้อน กระบวนการกลางน้ำ พัฒนาการสื่อสาร ประชาสัมพันธ์มุ่งเน้นการดำเนินการสื่อสารในหลากหลายช่องทาง ทั้งสื่อทีวี วิทยุ สิ่งพิมพ์ และ สื่อออนไลน์

รวมไปถึงการสื่อสารแบบซึ่งหน้า (Face to Face) รับฟังความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมายและนำมาพัฒนาประเด็นข่าวสารให้เหมาะสมและครอบคลุม กิจกรรมปลายน้ำ การถอดบทเรียนด้านการสื่อสารทั้งในภาวะปกติและภาวะวิกฤต เพื่อนำมาปรับปรุง และจัดทำต้นแบบในการสื่อสารประชาสัมพันธ์ เนื้อหาการประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วย นโยบายและการดำเนินงานของรัฐบาลในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้ แนวคิดที่ถูกต้องเกี่ยวกับวิถีชีวิต ขนบธรรมเนียม ประเพณี สาระสำคัญ/หลักคำสอนทางศาสนา และความเชื่อ ซึ่งเป็นอัตลักษณ์ของประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ การดำรงความเป็นสังคมพหุวัฒนธรรมที่มีความแตกต่างและอยู่ด้วยกันอย่างมีความสุข รวมถึงเรื่องราวดีๆ ในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ สถานการณ์ / เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในพื้นที่ที่ต้องตรงตามความจริง ส่งผลให้ประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ รับรู้และความเข้าใจ นโยบายและแนวทางการพัฒนา แก้ไขปัญหาในจังหวัดชายแดนภาคใต้ของภาครัฐ รวมถึงสถานการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นอย่างถูกต้อง และเกิดความเชื่อมั่นในนโยบายและแนวทางการแก้ไขปัญหาในจังหวัดชายแดนภาคใต้ของภาครัฐ และสามารถนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวัน รวมทั้งประชาชนนอกพื้นที่ รับรู้และความเข้าใจ นโยบายและแนวทางการพัฒนา แก้ไขปัญหาในจังหวัดชายแดนภาคใต้ของภาครัฐ รวมถึงสถานการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นอย่างถูกต้อง

ตัวอย่าง สื่อประชาสัมพันธ์

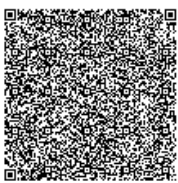

<p>Facebook : บายตีหม้าย</p> 	<p>รายการโทรทัศน์ : วิถีผ่านเลนส์ ตอน หมากคุณค่าชายแดนใต้</p> 
---	--

1.7 โครงการประชาสัมพันธ์ด้านต่างประเทศ

1.7.1 โครงการประชาสัมพันธ์ด้านต่างประเทศ ดำเนินการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้อง เผยแพร่ภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศไทยแก่กลุ่มเป้าหมายชาวต่างประเทศ สื่อมวลชนต่างประเทศ และเครือข่ายต่างประเทศ ผ่านช่องทางการสื่อสารของกรมประชาสัมพันธ์ ทั้งสื่อหลัก สื่อออนไลน์ ในรูปแบบการผลิตและเผยแพร่สโปด สารคดีสั้น รายการวิทยุกระจายเสียง / วิทยุโทรทัศน์ Digital Content (Infographic / Video Clip) ตลอดจนการจัดกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ เครือข่ายด้านสื่อสารมวลชนและความร่วมมือระหว่างประเทศผ่านกิจกรรมการแลกเปลี่ยนเนื้อหาผ่านสื่อวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ สื่อดิจิทัล การต้อนรับและอำนวยความสะดวกสื่อมวลชนต่างประเทศที่มารายงาน ถ่ายทำข่าวและรายการตามพันธสัญญา MOU โดยมุ่งเน้นประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติและนโยบายหลักของรัฐบาล ซึ่งรวมถึงการประชาสัมพันธ์ในภาวะวิกฤต เช่น การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) สื่อสารสู่กลุ่มเป้าหมายชาวต่างประเทศ

ซึ่งประกอบด้วย สื่อมวลชนต่างประเทศ เครือข่ายประชาสัมพันธ์ด้านต่างประเทศ และชาวต่างประเทศ โดยมี การกำหนดเรื่องและประเด็นสื่อสารสำคัญ ทั้งประเด็นที่ต้องการบอกกล่าว หรือแสดงศักยภาพประเทศไทยและ ประเด็นที่ต้องชี้แจง แก้ไข หรือมีความคืบหน้า ประเด็นที่กลุ่มเป้าหมายอยากทราบ เนื่องจากกระทบและเกี่ยวข้อง โดยตรง เช่น เรื่องการดำเนินการด้านสาธารณสุขของไทยในสถานการณ์การแพร่ระบาด มาตรการต่าง ๆ ของภาครัฐ เป็นต้น เพื่อสร้างทัศนคติเชิงบวก ความเชื่อมั่น โดยเฉพาะด้านความปลอดภัย ซึ่งจะส่งผลต่อการค้า การลงทุน และการท่องเที่ยวในประเทศไทย นอกจากนี้มีการสื่อสารกับกลุ่มต่างประเทศแล้ว ยังมีเป้าหมายสร้าง ความตระหนักรู้ในกลุ่มคนไทยให้รู้เข้าใจการต่างประเทศของไทย และเท่าทันสถานการณ์โลก ผลกระทบที่อาจ เกิดขึ้น นอกจากนี้ มีการทำงานร่วมกับกระทรวงการต่างประเทศเพื่อรายงานเหตุการณ์สำคัญที่มีผลกระทบต่อ คนไทยและชาวต่างประเทศ โดยเฉพาะในสถานการณ์แพร่ระบาด ได้มีการนำข้อมูลของไทยส่งไปยังเครือข่าย ต่างประเทศ นำข้อมูลสถานการณ์ต่างประเทศเสนอผ่านสื่อ กปส. และสื่อออนไลน์ ได้แก่ เว็บไซต์หลัก <https://thailand.prd.go.th> และ <http://thainews.prd.go.th/en> Facebook : PR Thai Government / NBT world / Thai Thai by Madam Aree / Radio Thailand World Service / Twitter : PR Thai Government / Radio Thailand World Service ส่งผลให้ประชาชนชาวไทยได้รับทราบข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ จากต่างประเทศ และเกิดภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศไทยในสายตาชาวโลก

ตัวอย่าง สื่อประชาสัมพันธ์

<p>สื่อสังคมออนไลน์เผยแพร่ทาง Facebook : PR Thai Government @thailandprd</p> 	<p>อินโฟกราฟิก : มาตรการการแก้ไขปัญหา จากโรคติดเชื้อไวรัส โคโรนา 2019 (COVID-19)</p> 
--	--

1.7.2 โครงการประชาสัมพันธ์การเป็นประธานอาเซียนของไทย ที่ประชุม รัฐมนตรีสภารนิตะอาเซียน ครั้งที่ 14 ซึ่งจัดขึ้นเมื่อวันที่ 8 - 10 พฤษภาคม 2562 ณ สาธารณรัฐสิงคโปร์มีมติ เห็นชอบให้ประเทศไทย โดยกรมประชาสัมพันธ์เป็นประธานด้านสื่อและสนทศระหว่างปี 2563 - 2564 และ จะต้องรับหน้าที่เป็นประธานและเจ้าภาพจัดการประชุมรัฐมนตรีสภารนิตะอาเซียน ครั้งที่ 15 ต่อเนื่องกับ การประชุมเจ้าหน้าที่อาวุโสอาเซียนด้านสนทศ ครั้งที่ 18 และการประชุมเจ้าหน้าที่อาวุโสด้านสนทศอาเซียน ครั้งที่ 19 ในครั้งถัดไป ซึ่งเป็นพันธกรณีและฉันทามติระหว่างประเทศสมาชิกอาเซียนที่ต้องรับหน้าที่เป็นเจ้าภาพ จัดการประชุม โดยเรียงตามตัวอักษรชื่อประเทศ มีวัตถุประสงค์เพื่อรับทราบผลการดำเนินงานตามกลไก แผนยุทธศาสตร์ และแผนแม่บทของอาเซียนด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์ ตลอดจนกำหนดนโยบายในการสร้าง การตระหนักรู้เกี่ยวกับประชาคมอาเซียนและความรู้สึกเป็นพลเมืองอาเซียน และให้ความเห็นต่อกรอบ ความร่วมมือการดำเนินงานเอกสารรายงานเอกสารผลลัพธ์ต่าง ๆ เพื่อใช้ในการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์



ของอาเซียน การเป็นประธาน และเจ้าภาพจัดการประชุม การดำเนินงานส่งเสริมความร่วมมือกับประเทศคู่เจรจา ซึ่งจะมีผู้เข้าร่วมประชุมจาก 13 ประเทศ 1 องค์การระหว่างประเทศ จำนวนประมาณ 200 คน ทั้งนี้ ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 กำหนดจัดการประชุมรัฐมนตรีสาธารณสุขอาเซียน ครั้งที่ 15 และการประชุมเจ้าหน้าที่อาวุโสอาเซียนด้านสนเทศ ครั้งที่ 18 ในเดือนมิถุนายน 2563 แต่เนื่องจากเกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) จึงต้องเลื่อนการจัดกิจกรรมไปในปีงบประมาณ พ.ศ. 2564

ประชาสัมพันธ์ตามยุทธศาสตร์ชาติที่ 2 ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน

1.8 โครงการประชาสัมพันธ์การพัฒนาเศรษฐกิจและความสามารถในการแข่งขัน

ของไทย ดำเนินการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับพัฒนาศักยภาพการเกษตรและท่องเที่ยว เช่น ช่องทางการตลาด ช่องทางการขายสินค้า / ผลผลิตทางการเกษตร การใช้เทคโนโลยี นวัตกรรมช่วยเพิ่มรายได้ “ทำน้อย ได้มาก” เพื่อยกระดับเป็น Smart Farmer การสร้างความหลากหลายด้านการท่องเที่ยว ความคืบหน้าและการพัฒนาพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษ (EEC / SEC / พื้นที่เศรษฐกิจชายแดน) การเชื่อมโยงโครงสร้างพื้นฐานด้าน Logistics ทั้งทางถนน ราง เรือและอากาศ การก่อสร้างรถไฟฟ้า การพัฒนาด้านทักษะวิชาชีพสู่ตลาดแรงงาน ความคืบหน้า การขับเคลื่อนดำเนินงานของโครงการ Smart city เมืองอัจฉริยะ โดยดำเนินการผ่านสื่อในรูปแบบต่าง ๆ ได้แก่ รายการวิทยุโทรทัศน์ในและนอกสถานที่ สปอตโทรทัศน์ สารคดีเชิงข่าว ข่าวประชาสัมพันธ์ อินโฟกราฟิก เผยแพร่ผ่านสื่อกรมประชาสัมพันธ์ในระดับประเทศ และเนื้อหาเจาะลึกเชิงพื้นที่ผ่านสถานีโทรทัศน์ดิจิทัลภูมิภาค 4 สถานี รวมทั้ง สถานีวิทยุกระจายเสียงทั่วประเทศ เพื่อให้ประชาชนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการขับเคลื่อนประเทศตามยุทธศาสตร์ชาติ ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขันเพื่อพัฒนาประเทศให้บรรลุวิสัยทัศน์ประเทศ “มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน”

ตัวอย่าง สื่อประชาสัมพันธ์

<p>รายงานพิเศษ : "ฟางไทย แพคทอรี่" ศักยภาพ SMEs ไทย ในเวทีโลก ข่าวเที่ยง NBT2HD</p> 	<p>สัปดาห์ข่าว : 3 จังหวัดสนุก เปิดตัว สารคดี “ชน ชาติ พันธุ์” 12 ตอน ชวนนักท่องเที่ยว เดินทางตามรอยอารยธรรม ลุ่มน้ำโขง</p> 
---	---

ประชาสัมพันธ์ตามยุทธศาสตร์ชาติที่ 3 ด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์

1.9 โครงการประชาสัมพันธ์การเรียนรู้และพัฒนาศักยภาพคนไทยทุกช่วงวัย

ดำเนินการประชาสัมพันธ์การพัฒนาศักยภาพคนตามช่วงวัย การยกระดับการศึกษาและการเรียนรู้ตลอดชีวิต โดยมีแนวคิดหลักพัฒนาศักยภาพคน ยกกระดับการศึกษาให้เป็นรากฐานที่แข็งแกร่งของประเทศ เผยแพร่ผ่านสื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุกระจายเสียง สื่อดิจิทัล รวมทั้งการเผยแพร่ขยายผลผ่านเครือข่ายการประชาสัมพันธ์ โดยผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่าง ๆ อาทิ รายการโทรทัศน์ 30 นาที สปอตโทรทัศน์ สารคดีเชิงข่าววิทยุ ความยาว 3 นาที การผลิตอินโฟกราฟิก

ตัวอย่าง สื่อประชาสัมพันธ์

คลิป์วิดีโอ : กองทุนเพื่อความเสมอภาค ทางการศึกษา		รายการ NBT มีคำตอบ : Special ประเด็น สร้างพลังอาชีพ สร้างงาน สร้างชาติ	
--	---	---	---

1.10 โครงการประชาสัมพันธ์การสร้างเสริมให้คนมีสุขภาวะที่ดี ดำเนินการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเพื่อสร้างความตระหนักรู้ถึงการส่งเสริมสุขภาวะที่ดีเพื่อป้องกันการเจ็บป่วย ภายใต้แนวคิด “สร้างนำซ่อม” ให้ความรู้แก่ประชาชนใน 3 ด้านหลัก ๆ คือ การป้องกันและส่งเสริมสุขภาวะที่ดี การดูแลรักษาตนเอง และสวัสดิการภาครัฐต่าง ๆ เมื่อเจ็บป่วย และความรู้เรื่องโรคร้ายไข้เจ็บต่าง ๆ ที่มีสาเหตุมาจากการดำเนินชีวิต เช่น ประเด็นการออกกำลังกายเพื่อส่งเสริมสุขภาพและสุขภาวะที่ดี การขับเคลื่อนโครงการ SPORT CITY การมีส่วนร่วมของชุมชนในการส่งเสริมสุขภาพ ส่งเสริมด้านสุขอนามัยในทุกช่วงวัย หลักประกันสุขภาพ เผยแพร่ผ่านสื่อของกรมประชาสัมพันธ์ทุกช่องทาง ในรูปแบบรายการโทรทัศน์ รายการวิทยุ ทั้งในและนอกสถานที่ สกู๊ปข่าว ข่าว สารคดีเชิงข่าว อินโฟกราฟิก คลิป์วิดีโอสั้น

ตัวอย่าง สื่อประชาสัมพันธ์

สารคดีสั้น : โรคติดต่ออันตราย ในประเทศไทย		รายการโทรทัศน์ : รายการ NBT มีคำตอบ ตอน ใส่หน้ากากแบบไหน ถึงป้องกันไวรัสโคโรนาได้	
---	---	--	---

1.11 โครงการประชาสัมพันธ์สัตว์ปลอดโรค คนปลอดภัย จากโรคพิษสุนัขบ้า

ดำเนินการประชาสัมพันธ์ภายใต้โครงการสัตว์ปลอดโรค คนปลอดภัย จากโรคพิษสุนัขบ้า ตามพระปณิธาน ศาสตราจารย์ ดร.สมเด็จเจ้าลูกเธอ เจ้าฟ้าจุฬาภรณวลัยลักษณ์ อัครราชกุมารี โดยมีเนื้อหาการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับความรู้ที่ถูกต้องในการเลี้ยงสัตว์ที่เป็นพาหะของโรคพิษสุนัขบ้า การร่วมเป็นส่วนหนึ่งของการเฝ้าระวัง แจ้งเบาะแส การพบเห็นสุนัขบ้า หรือพบเห็นการเลี้ยงสุนัขไม่ถูกวิธี การให้ความร่วมมือในการนำสุนัขหรือแมวเข้ารับ การฉีดวัคซีนป้องกันโรคพิษสุนัขบ้า ผลิตภัณฑ์ประชาสัมพันธ์ในรูปแบบ รายการ สารคดีเชิงข่าว สปอตวิทยุ โทรทัศน์ รายงานพิเศษ คลิปวิดีโอ เผยแพร่ผ่านสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย และสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยในสังกัดกรมประชาสัมพันธ์ รวมทั้งเว็บไซต์และขยายผลทางสื่อสังคมออนไลน์

ตัวอย่าง สื่อประชาสัมพันธ์

สปอตโทรทัศน์ : สารละล้นๆ กับโรคพิษสุนัขบ้า		คลิปวิดีโอ : วัคซีนสำคัญ ป้องกันโรคพิษสุนัขบ้า	
---	---	---	---

ประชาสัมพันธ์ตามยุทธศาสตร์ชาติที่ 4 ด้านการสร้างโอกาสความเสมอภาคทางสังคม

1.12 โครงการประชาสัมพันธ์การสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม มุ่งเน้น

การประชาสัมพันธ์นโยบาย และการดำเนินงานภาครัฐเพื่อแก้ไขปัญหาความเหลื่อมล้ำของประชาชนแต่ละกลุ่ม แต่ละพื้นที่ และสร้างโอกาสในการดำเนินชีวิต โดยมีเนื้อหาการประชาสัมพันธ์ประกอบด้วย กองทุนยุติธรรม การแก้ไขปัญหาการขาดแคลนที่ดินทำกิน การอำนวยความสะดวกแก่ผู้พิการเพื่อให้เข้าถึงบริการสาธารณะได้อย่างเท่าเทียม เช่น ห้องน้ำ บริการรถโดยสาร ทางเท้าสำหรับผู้พิการทางสายตา การพัฒนาอาชีพและการจ้างงาน ผู้พิการ ผู้มีรายได้น้อย และผู้ด้อยโอกาส หลักประกันทางสังคมและระบบสวัสดิการแห่งรัฐ เช่น ประกันสังคม ตามมาตรา 39-40 กองทุนเงินออมแห่งชาติ เบี้ยยังชีพผู้สูงอายุ/ผู้พิการ บัตรสวัสดิการแห่งรัฐ รวมทั้งการคุ้มครองผู้บริโภค ช่องทางการรับความช่วยเหลือ และการร้องเรียนกรณีไม่ได้รับความเป็นธรรมจากการซื้อสินค้าและบริการ ข้อกฎหมายหรือการคุ้มครองผู้บริโภคเรื่องสินค้าออนไลน์ สายด่วน 1111 สายด่วนศูนย์ดำรงธรรม 1567 โดยเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ สื่อดิจิทัล ได้แก่ เว็บไซต์ สื่อสังคมออนไลน์ เพื่อให้ประชาชนได้รับทราบข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง รวดเร็ว ทันต่อเหตุการณ์

ตัวอย่าง สื่อประชาสัมพันธ์

ข่าวประชาสัมพันธ์ : ศอ.บต. ส่งเสริม ปลูกไม้มีค่า 58 ชนิด เพื่อเป็นทรัพย์สิน หลักประกันแก่กลุ่มร่วมด้วย ช่วยกันชายแดนใต้ 1,000 ต้น		อินโฟกราฟิก : ความเสมอภาคทางสังคม	
---	---	--------------------------------------	---

1.13 โครงการประชาสัมพันธ์เตรียมความพร้อมเพื่อรองรับสังคมสูงวัย (โครงการบูรณาการ) มุ่งเน้นการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการรับรู้ ความเข้าใจข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับสังคมสูงวัย สร้างความเชื่อมั่นในข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการดำเนินงานตามแผนประชาสัมพันธ์เตรียมความพร้อมเพื่อรองรับสังคมสูงวัย และสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวัน มีส่วนร่วมในการเตรียมความพร้อมทั้งร่างกาย จิตใจ สภาพแวดล้อม เพื่อรองรับสังคมสูงวัย มีเนื้อหาการประชาสัมพันธ์หลัก ประกอบด้วย สถานการณ์สังคมสูงวัยของประเทศไทย การคาดการณ์จำนวนผู้สูงอายุของไทย ผลกระทบที่จะเกิดขึ้นในอนาคต นโยบาย แนวทาง มาตรการเตรียมการรับมือของไทย มิติสุขภาพ การดูแลรักษาสุขภาพ โรคและความเสี่ยงจากสุขภาพที่จะส่งผลกระทบต่อเมื่อสูงอายุ เช่น โรคที่เกิดจากการทำงาน โรคที่เกิดจากการใช้ชีวิตประจำวันที่ไม่ถูกต้อง มิติเศรษฐกิจ การออมเงินและการบริหารหนี้ มิติสิ่งแวดล้อม การสร้าง ดูแลที่อยู่อาศัย สภาพแวดล้อมให้เหมาะสมเมื่อสูงอายุ และมิติสังคม การอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุขของคนทุกวัย เผยแพร่สู่กลุ่มเป้าหมาย 2 กลุ่มคือ กลุ่มก่อนวัยสูงอายุ (12 - 59 ปี) และกลุ่มสูงอายุ 60 ปีขึ้นไป ผ่านสื่อกรมประชาสัมพันธ์ครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศ ได้แก่ สื่อวิทยุโทรทัศน์ สื่อวิทยุกระจายเสียง และสื่อดิจิทัล อาทิ รายการโทรทัศน์ สกู๊ปข่าว โทรทัศน์รายการวิทยุ สปอตวิทยุ สารคดีเชิงข่าววิทยุ คลิปวิดีโอ เผยแพร่ทางเว็บไซต์ และขยายผลทางสื่อสังคมออนไลน์

ตัวอย่าง สื่อประชาสัมพันธ์

รายการโทรทัศน์ : “ชาญชรา” ตอน ชนชราแห่งอนาคต		สปอตโทรทัศน์ : อยู่ร่วมกัน สุขสันต์สูงวัย	
--	---	--	---

ประชาสัมพันธตามยุทธศาสตร์ชาติที่ 5 ด้านการสร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

1.14 โครงการประชาสัมพันธสร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

มุ่งเน้นการประชาสัมพันธภายใต้เนื้อหาการประชาสัมพันธ ได้แก่ การจัดการมลพิษ การจัดการคุณภาพสิ่งแวดล้อม ความหลากหลายทางชีวภาพ การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และการบริหารจัดการแร่ เน้นให้ความสำคัญในประเด็น การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการสูญเสียความหลากหลายทางชีวภาพ การแก้ไขปัญหามลพิษในเมืองใหญ่ ผลกระทบและความเสี่ยงทั้งในปัจจุบันและอนาคตที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศต่อเกษตรกร ประชาชน และภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง แนวทางปฏิบัติสำหรับประชากร ในการปรับหรือลดพฤติกรรมที่ก่อให้เกิดมลพิษและก๊าซเรือนกระจก เช่น การปลูกต้นไม้บริเวณบ้านหรือสถานที่ทำงาน การลดการใช้ยานพาหนะหรือใช้เท่าที่จำเป็น เผยแพร่ผ่านสื่อกรมประชาสัมพันธครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศ ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุกระจายเสียง และสื่อดิจิทัล เช่น รายการโทรทัศน์ “รอบภูมิภาค” รายการวิทยุ สปอตวิทยุ สารคดีสั้น และ คลิปวิดีโอ เผยแพร่ทางเว็บไซต์ รวมถึงขยายผลทางสื่อสังคมออนไลน์ เป็นต้น

ตัวอย่าง สื่อประชาสัมพันธ

<p>สื่ूपช่าวโทรทัศน์ : เยาวชน "สานใจไทยสู่ใจใต้" เข้าค่ายสิ่งแวดล้อม</p> 	<p>อินโฟกราฟิก : ข้อเสียการเผา</p> 
--	--

1.15 โครงการประชาสัมพันธการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำ ประชาสัมพันธข้อมูลข่าวสารสร้างความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับนโยบาย แนวทางการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำของภาครัฐอย่างยั่งยืน ทั้งในด้านการอุปโภค บริโภค และการประกอบอาชีพ และการรักษาทรัพยากรน้ำให้มีความสมบูรณ์ทั้งปริมาณและคุณภาพ โดยมีประเด็นเนื้อหาการประชาสัมพันธ จำนวน 4 เรื่อง คือ 1) การจัดการน้ำอุปโภคบริโภค : การส่งเสริมให้ทำมาตรฐานน้ำจากระบบประปา ประปาหมู่บ้าน การเพิ่มประสิทธิภาพระบบประปาบาดาลให้ครอบคลุมมากขึ้น 2) การสร้างความมั่นคงของน้ำภาคการผลิต : ส่งเสริมให้ประชาชนใช้ทรัพยากรน้ำอย่างรู้คุณค่า รู้จักอนุรักษ์ทรัพยากรน้ำ และนโยบายรัฐบาลที่ส่งเสริมการใช้น้ำด้านเกษตรและอุตสาหกรรม การนำข้อมูลด้านการพยากรณ์อากาศ และสถานการณ์น้ำมาใช้ในการเลือกเพาะปลูกพืชที่เหมาะสม 3) การจัดการน้ำท่วมและอุทกภัย : รัฐมีแผนบรรเทาอุทกภัยในพื้นที่วิกฤต และมีโครงการที่ช่วยชะลอความรุนแรงของปริมาณน้ำ เช่น การระบายน้ำสิ่งกีดขวางทางน้ำและแนวทางในการป้องกันน้ำท่วม 4) การใช้เทคโนโลยีบริหารจัดการข้อมูลทางทรัพยากรน้ำ

เพื่อประโยชน์ในการดำเนินชีวิต โดยดำเนินการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารไปยังประชาชนกลุ่มเป้าหมายผ่านสื่อ
 กรมประชาสัมพันธ์ ครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศ ได้แก่ สื่อวิทยุโทรทัศน์ สื่อวิทยุกระจายเสียง และสื่อดิจิทัล อาทิ
 รายการโทรทัศน์ สกู๊ปข่าว โทรทัศน์ รายการวิทยุ สปอตวิทยุ สารคดีเชิงข่าววิทยุ คลิปวิดีโอ เผยแพร่ทางเว็บไซต์
 และขยายผลทางสื่อสังคมออนไลน์ เป็นต้นส่งผลให้ประชาชนรับรู้ เข้าใจในมาตรการการแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับ
 ทรัพยากรน้ำอย่างยั่งยืน และสามารถเข้าถึงสวัสดิการและโอกาสในการมีน้ำอุปโภคที่ได้มาตรฐาน รวมทั้งนำ
 ด้านเกษตรและอุตสาหกรรม

ตัวอย่าง สื่อประชาสัมพันธ์

<p>สกู๊ปข่าวโทรทัศน์ : รอบทิศถิ่นไทย เรื่อง โศกหนองนาโมเดล วิธีแก้ภัยแล้งอย่างยั่งยืน</p> 	<p>สปอตโทรทัศน์ : รณรงค์การประหยัดน้ำ</p> 
---	--

1.16 โครงการประชาสัมพันธ์การบริหารจัดการขยะและสิ่งแวดล้อม (โครงการ
 บูรณาการ) สำคัญในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วย การนำเสนอประเด็นเกี่ยวกับนโยบายและ
 การดำเนินงานภาครัฐในด้านการบริหารจัดการขยะและสิ่งแวดล้อม การคัดแยกและกำจัดขยะแต่ละประเภทตั้งแต่
 ต้นทางตามแนวทาง 3Rs ลดใช้ ใช้ซ้ำ และรีไซเคิล (Reduce Reuse Recycle) การลดปริมาณขยะในทะเล
 การจัดการขยะพลาสติกอย่างบูรณาการ การป้องกันและแก้ไขปัญหาหมอกควันและไฟป่า การรณรงค์ลดมลพิษ
 ทางอากาศ ตลอดจนการนำเสนอการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการบริหารจัดการขยะและสิ่งแวดล้อม
 โดยดำเนินการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารไปยังประชาชนกลุ่มเป้าหมายผ่านสื่อกรมประชาสัมพันธ์ครอบคลุม
 พื้นที่ทั่วประเทศ ได้แก่ สื่อวิทยุโทรทัศน์ สื่อวิทยุกระจายเสียง และสื่อดิจิทัล ได้แก่ รายการโทรทัศน์ สารคดีเชิงข่าว
 สกู๊ปข่าวโทรทัศน์ รายการวิทยุ สปอตวิทยุ ความยาว 30 วินาที ทั้งภาษาไทยและภาษาถิ่น ได้แก่ ภาษาเหนือ
 ภาษาอีสาน ภาษาใต้ สารคดีเชิงข่าววิทยุ รวมทั้ง ผลิตข้อมูลประชาสัมพันธ์เผยแพร่ผ่านสื่อดิจิทัล ในรูปแบบ
 แอนิเมชัน อินโฟกราฟิก รวมทั้งการนำเสนอเนื้อหาข้อมูลข่าว สารคดีเชิงข่าว รายการโทรทัศน์มาผลิต ตัดต่อ
 ในรูปแบบที่สั้นกระชับ น่าสนใจ เข้าใจง่าย และง่ายต่อการเผยแพร่กระจายข้อมูลต่อในสังคมออนไลน์

ตัวอย่าง สื่อประชาสัมพันธ์

<p>สารคดีวิทยุ : การบริหารจัดการ ขยะและสิ่งแวดล้อม</p> 	<p>แอนิเมชัน : การจัดการมลพิษทางอากาศ</p> 
---	--

ประชาสัมพันธ์ตามยุทธศาสตร์ชาติที่ 6 ด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหาร

จัดการภาครัฐ

1.17 โครงการประชาสัมพันธ์การต่อต้านการทุจริตและประพฤติมิชอบ (โครงการบูรณาการ)

สาระสำคัญในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ มี 3 ด้าน คือ 1) ปลุกฝัง วางรากฐานทางความคิดพื้นฐานของประชาชน ในการต่อต้านการทุจริต โดยให้ความรู้ว่าโกงคืออะไร อะไรคือโกง เชื่อมโยงความรู้หน้าที่พลเมืองตามรัฐธรรมนูญ มาตรา 50 (10) 2) ป้องกัน ส่งเสริมค่านิยมที่ถูกต้องและมาตรการต่อต้านการทุจริต โดยเฉพาะให้รู้จักแยกแยะ ผลประโยชน์ส่วนตนและส่วนรวม โดยยกสถานการณ์การทุจริตที่เกิดขึ้น พฤติกรรมจากจุดเล็ก ๆ ที่มองว่าธรรมดา จนไปถึงเชิงนโยบาย และ 3) ปราบปราม ในมิติของภาคประชาสังคม ต้องมีความละเอียดและไม่ทนต่อการทุจริต และประพฤติมิชอบตามหน้าที่พลเมืองไทยที่ดี ตั้งแต่เรื่องเล็ก ๆ จนถึงเรื่องใหญ่ โดยดำเนินการประชาสัมพันธ์ ข้อมูลข่าวสารไปยังประชาชนกลุ่มเป้าหมายผ่านสื่อของกรมประชาสัมพันธ์ครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศ ได้แก่ สื่อวิทยุโทรทัศน์ สื่อวิทยุกระจายเสียง สื่อดิจิทัล สื่อกิจกรรม ประกอบด้วย รายการโทรทัศน์ (ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ) รายการกะเทาะเปลือกคอร์รัปชัน ความยาว 25 นาที รายงานพิเศษ รายการแผ่นดินไทยใสสะอาด "คนไทยไม่ทนต่อการทุจริต" ออกอากาศทาง NBT2HD รวมทั้ง สกู๊ปข่าว สปอตรณรงค์การป้องกันการทุจริต การถ่ายทอดสดงานวันต่อต้านคอร์รัปชันสากล (ประเทศไทย) วันที่ 9 ธันวาคม ของทุกปี การเผยแพร่ในสื่อสังคมออนไลน์ Facebook Page “Hero ต้านโกง”

ตัวอย่าง สื่อประชาสัมพันธ์

รายงานพิเศษ : ตอน โรงเรียนเชิงดาววิทยาคม วางรากฐานให้เด็กร่วมต้านโกง		Facebook Page : Hero ต้านโกง	
--	---	---------------------------------	---

2. การประชาสัมพันธ์ในภาวะวิกฤต

กรมประชาสัมพันธ์ทำหน้าที่ในฐานะหน่วยงานด้านการประชาสัมพันธ์และหน่วยงาน บริหารข้อมูลข่าวสารในภาวะวิกฤตของประเทศในทุกระดับ เพื่อเสนอข้อมูลข่าวสารสำคัญจำเป็นเร่งด่วน ที่มีผลกระทบต่อประชาชนและประเทศในภาพรวม ซึ่งทำให้สามารถรับมือกับสถานการณ์ต่าง ๆ ได้ สามารถ ดำเนินการได้อย่างถูกต้อง ลดความเสียหายที่อาจเกิดขึ้น การดำเนินงานในภาวะวิกฤตนี้เป็นภารกิจสำคัญ ที่สะท้อนให้เห็นการทำงานในทุกแง่มุมภายใต้ยุทธศาสตร์การขับเคลื่อนองค์กรของกรมประชาสัมพันธ์ ตั้งแต่ กระบวนการวิเคราะห์ ประเด็นเนื้อหาข้อมูลสำคัญทั้งจากภายใน ภายนอกประเทศ การรับฟังเสียงของประชาชน ความเดือดร้อน ความต้องการ นำสู่การผลิตข้อมูลข่าวสารและสื่อประชาสัมพันธ์ในทุกรูปแบบ เผยแพร่ในช่องทางต่าง ๆ เพื่อลดความสับสน ตื่นตระหนกของสังคม โดยนำข้อมูลข่าวสารที่สำคัญจำเป็นสู่ประชาชนเพื่อสามารถป้องกันและ

รับมือกับภาวะวิกฤตที่เกิดขึ้น ส่งผลให้ลดความรุนแรงและความเสียหายทั้งชีวิตและทรัพย์สินของประชาชนและของประเทศลงได้

โดยในปีงบประมาณ 2563 กรมประชาสัมพันธ์ได้ปฏิบัติหน้าที่ในฐานะหน่วยงานหลักด้านการประชาสัมพันธ์ในภาวะวิกฤตทุกระดับ ตั้งแต่การปฏิบัติงานในฐานะส่วนงานการประชาสัมพันธ์และการจัดการข้อมูลข่าวสาร (สปล.16) ในกองบัญชาการป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยแห่งชาติ ในช่วงของการประกาศยกระดับสถานการณ์อุทกภัยเป็นระดับ 3 ในพื้นที่ 4 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดอีสานตอนล่าง การบริหารศูนย์แถลงข่าวเหตุการณ์จังหวัดนครราชสีมา รวมทั้ง สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ที่แพร่ระบาดไปทั่วโลกอยู่ในขณะนี้ และส่งผลกระทบต่อวงกว้างทุกระดับในประเทศ กรมประชาสัมพันธ์ทุ่มเทกำลังความสามารถเพื่อนำเสนอข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโรคโควิด-19 การปฏิบัติตน การรับความช่วยเหลือจากภาครัฐและภาคส่วนต่าง ๆ เพื่อให้ข้อมูลที่ถูกต้องไปสู่ประชาชนอย่างรวดเร็ว ทันท่วงที่ต่อสถานการณ์ ภายใต้โครงการประชาสัมพันธ์มาตรการแก้ไขปัญหาโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) และการดำเนินงานในทุกมิติของกรมฯ ดังนี้

1) ศูนย์ข้อมูลข่าวสารในภาวะวิกฤต โดยปฏิบัติหน้าที่บริหารศูนย์แถลงข่าว และร่วมกำหนดประเด็นสำคัญ ร่วมกับ ศบค. ซึ่งเป็นศูนย์บริหารสถานการณ์ของประเทศ จัดทำประเด็นประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสถานการณ์ของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวม 489 ประเด็น ได้แก่ มาตรการป้องกันการแพร่ระบาด, มาตรการช่วยเหลือประชาชน, การประกาศใช้ พ.ร.ก. ฉุกเฉินและประกาศต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์โควิด - 19 มาตรการช่วยเหลือเยียวยาประชาชนและฟื้นฟูเศรษฐกิจและสังคม การผ่อนคลายมาตรการระยะต่าง ๆ แนวการดำรงชีวิตวิถีใหม่ เป็นต้น เพื่อผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลที่ถูกต้องทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ อาทิ คลิปแถลงข่าว คลิปจากข้อมูล ศบค. อินโฟกราฟิก จำนวนมากกว่า 226,000 ชิ้น รวมทั้งการดำเนินการควบคู่กับการแถลงข่าว โดยจัดทำเพจ Facebook ศูนย์ข้อมูลโควิด - 19 ตั้งแต่วันที่ 6 มีนาคม เป็นต้นมา เพื่อเป็นศูนย์กลางข้อมูลข่าวสารเปิดช่องทางการสื่อสารให้แก่ประชาชนและสื่อมวลชน ประมวลข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถานการณ์ / การรับมือ / การป้องกัน / สิ่งที่ประชาชนต้องรู้ / ควรรู้ และอยากรู้เกี่ยวกับโรคติดเชื้อโควิด - 19 ทำให้ทุกคนสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องได้อย่างรวดเร็ว ทันเหตุการณ์ ปัจจุบันเพจดังกล่าว มีผู้ติดตามกว่า 6 แสนคน

2) ช่องทาง On Air โดยสถานีโทรทัศน์ NBT เป็นแม่ข่ายถ่ายทอดการแถลงข่าว กสทช. ขยายผลไปยังสื่อโทรทัศน์ 10 สถานี พร้อมเครือข่ายเคเบิลทีวี 250 สถานีใน 76 จังหวัดทั่วประเทศ และกรุงเทพมหานคร รวมทั้งสถานีวิทยุของกรมประชาสัมพันธ์ 145 คลื่นความถี่ 84 สถานี และการ Live สดการแถลงข่าวผ่าน Live NBT2HD ที่สำคัญได้ปรับช่อง NBT เป็น สถานีโควิด (COVID-19 TV) และปรับผังรายการทั้งหมด เพื่อผลิตรายการให้ประชาชนรับรู้ข้อมูลข่าวสารอย่างต่อเนื่องตลอดเวลา

3) ช่องทาง Online จัดตั้ง เพจศูนย์ข้อมูลโควิด-19 เพื่อเป็นศูนย์กลางข้อมูลข่าวสารบนสื่อออนไลน์ เป็นการเปิดช่องทางการสื่อสารใหม่ให้แก่ประชาชนและสื่อมวลชน สรุปผลการรับรู้ของประชาชนผ่านสื่อออนไลน์กรมประชาสัมพันธ์ ทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาค และเครือข่ายทุกช่องทาง มีจำนวนการเข้าถึง (ในรอบ 4 เดือน มี.ค. - มิ.ย. 63) มากกว่า 1,298 ล้านครั้ง (1,248,490,876 ครั้ง) การแชร์ 4,827,540 ครั้ง และการแสดงความคิดเห็น 42,016,303 ครั้ง

3) ช่องทาง On Ground กิจกรรมเปิดบ้าน กปส. อำนวยความสะดวกประชาชนในการยื่นทบทวนสิทธิเงินเยียวยา โครงการคนไทยไม่ทิ้งกัน รวมทั้งเป็นสื่อกลางในการรับข้อร้องเรียนต่าง ๆ ของประชาชน ส่งผลให้ประชาชนคลายความกังวลใจ มีความเข้าใจในสถานการณ์ และเชื่อมั่นในการดำเนินงานของกรมประชาสัมพันธ์

4) การดำเนินการหลังคลายมาตรการล็อกดาวน์ โดยเปิดตัวรายการ “NBT รวมใจคนไทยไม่ทิ้งกัน” เพื่อเป็นศูนย์กลางในการแก้ไขปัญหาความเดือดร้อนของประชาชนที่ได้รับผลกระทบจากโควิด-19 ซึ่งจะเป็นศูนย์กลางในการรับฟังความเดือดร้อนและของประชาชน และประสานการช่วยเหลือเยียวยาจากภาคส่วนต่าง ๆ รวมทั้งไขข้อข้องใจต่าง ๆ ให้ความชัดเจน และคลายความกังวลต่อสถานการณ์ที่เกิดขึ้น

จากการดำเนินการดังกล่าว ส่งผลให้ประชาชนรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง รู้เท่าทันข้อมูลข่าวสาร ลดความตื่นตระหนก ป้องกันความเข้าใจผิด มีความเข้าใจในสถานการณ์ที่เกิดขึ้น มีช่องทางกลางระหว่างภาครัฐและประชาชน เพื่อรับฟัง แลกเปลี่ยน เสนอแนะแนวทาง ปัญหาความเดือดร้อนต่าง ๆ นำสู่การพิจารณากำหนดนโยบายและมาตรการให้ความช่วยเหลือ เพื่อแก้ไขปัญหาสถานการณ์ร่วมกัน ส่งผลให้ประเทศไทยเป็นประเทศที่สามารถควบคุมการแพร่ระบาดของโรคโควิด – 19 และเป็นที่ยอมรับไปทั่วโลก

ตัวอย่าง สื่อประชาสัมพันธ์

<p>Live : เกาะติด สนามบิน สุวรรณภูมิ คัดกรองเข้ม</p> 	<p>Live : การแถลงข่าว จากศูนย์ข้อมูล COVID-19</p> 
<p>Live : ระยอง จะทำอย่างไร เมื่อพบทหารจากอียิปต์ ติดโควิด-19</p> 	<p>คลิปวิดีโอ : The New Normal When Traveling</p> 

3. การดำเนินงานด้านข่าว


กรมประชาสัมพันธ์ได้ให้ความสำคัญต่อการบริหารข่าวสารเพื่อนำสู่สาธารณะ ซึ่งนอกจากประเด็นสำคัญที่กำหนดขึ้นเพื่อการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ทั้งปีแล้ว ยังมีข้อมูลข่าวสารสำคัญจำเป็นที่เกิดขึ้นตามห้วงเวลาและสถานการณ์ รวมทั้งข้อมูลข่าวสารรอบรู้ต่าง ๆ ที่ประชาชนในแต่ละกลุ่ม แต่ละพื้นที่ ต้องรู้ ควรรับรู้ อยากรู้ เพื่อนำข้อมูลข่าวสารเหล่านั้นไปสู่กลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่ม ในทุกพื้นที่ของประเทศ สร้างโอกาสและลดความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารสารประโยชน์ต่อการดำรงชีวิต ผ่านช่องทาง รูปแบบ และภาษาที่เหมาะสม โดยดำเนินการ ดังนี้


3.1 โครงการบริหารจัดการสำนักข่าวแห่งชาติ ดำเนินการ 2 ด้านหลัก ๆ คือ

1) บริหารจัดการข้อมูลข่าวสาร ภายใต้คณะอนุกรรมการบริหารจัดการข้อมูลข่าวสารภาครัฐเพื่อสร้างการรับรู้และความเข้าใจให้แก่ประชาชน โดยเชื่อมโยงกับคณะปฏิบัติการข่าวสาร 6 คณะ ตามกลุ่มภารกิจ ตามข้อสั่งการนายกรัฐมนตรี ได้แก่ ด้านความมั่นคง ด้านสังคม ด้านเศรษฐกิจ ด้านการต่างประเทศ ด้านกฎหมายและกระบวนการยุติธรรม และด้านการบริหารราชการแผ่นดิน เพื่อบริหารประเด็นข้อมูลข่าวสารจัดการเนื้อหา (Content) และเผยแพร่ขยายผลข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับประเด็นจากมติคณะรัฐมนตรี นโยบายสำคัญของรัฐบาลและเรื่องที่อยู่ในความสนใจของประชาชนในรูปแบบข่าว สารคดีข่าว บทความ รายงานพิเศษ คลิปวิดีโอ ข่าวประกวดราคา แบนเนอร์ อินโฟกราฟิก ตัวอักษรวิ่ง เผยแพร่ผ่านเว็บไซต์ สำนักข่าว <http://thainews.prd.go.th> เพจข่าวจริงประเทศไทยและขยายผลผ่าน TV / Video on Internet (ดูย้อนหลัง) ทำให้ประชาชนรับรู้ข้อมูลข่าวสารรวดเร็ว ทันเหตุการณ์ และเป็นข้อมูลที่ถูกต้องสามารถนำไปอ้างอิง ใช้ประโยชน์ได้เพื่อสร้างการรับรู้ในวงกว้าง โดยใช้ช่องทางที่หลากหลายทั้งสื่อในสังกัดกรมประชาสัมพันธ์ เครือข่าย 20 กระทรวง เครือข่ายวิทยุประชารัฐ

2) ดำเนินงานตามแนวทางการสร้างความรับรู้ความเข้าใจแก่ประชาชน ตามมติคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 11 ตุลาคม 2559 โดยดำเนินการร่วมกับสำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี (สำนักโฆษก) และสำนักงาน ก.พ.ร. ในการกำหนดประเด็นที่มีผลกระทบต่อประชาชนโดยตรง หรือประเด็นที่สื่อมวลชนอาจนำเสนอข้อมูลที่ไม่ถูกต้อง ไม่ครบถ้วน ให้ส่วนราชการ องค์การมหาชน รัฐวิสาหกิจ ชี้แจงให้ประชาชนรับรู้และเข้าใจให้ทันสถานการณ์เน้นการสื่อสารที่เข้าใจง่าย ผ่านระบบการชี้แจงประเด็นสำคัญที่ทันต่อสถานการณ์ โดยสื่อในสังกัดกรมประชาสัมพันธ์เผยแพร่ขยายผลผ่านช่องทางต่าง ๆ ได้แก่ วิทยุ โทรทัศน์ สื่อสังคมออนไลน์ ทั้งยังขยายผลไปยังเครือข่ายประชาสัมพันธ์ เช่น วิทยุชุมชน หอกระจายข่าว เพื่อให้ประชาชนได้รับข้อมูลข่าวสารที่รวดเร็ว ถูกต้องไม่บิดเบือนเป็นประโยชน์ นำเชื่อถือ และทันต่อสถานการณ์

ตัวอย่าง สื่อประชาสัมพันธ์

<p>ประเด็น IO ประจำวันที่ 15 – 21 มกราคม 2563</p> <p>การป้องกันและแก้ไขปัญหาภัยแล้ง มาตรการป้องกัน และแก้ไขปัญหาฝุ่นละออง PM 2.5</p>	
---	---

<p>ประเด็นการประชาสัมพันธ์ ในสถานการณ์โควิด-19</p> <p>ประจำวันที่ 27 พฤษภาคม – 2 มิถุนายน 2563</p> <p>ประเด็นมาตรการช่วยเหลือประชาชนที่ได้รับผลกระทบจากการระบาดของไวรัสโควิด -19</p>	
---	---


3.2 โครงการดำเนินงานด้านข่าววิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ นำเสนอข้อมูล ข่าวสาร สถานการณ์ปัจจุบันเกี่ยวกับการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์ชาติ นโยบายรัฐบาล ความเคลื่อนไหวรอบด้าน สถานการณ์ปัจจุบัน สถานการณ์ความเคลื่อนไหวด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง ทั้งในประเทศไทยและ ต่างประเทศ รายงานข่าวของประเทศ ในกลุ่มอาเซียน ข่าวศิลปะ วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม ข่าวกีฬา ข่าว ในพระราชสำนัก ตลอดจนส่งเสริมความเข้าใจอันดีระหว่างหน่วยงานของรัฐกับประชาชน รวมทั้งดำเนินการ เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับยุทธศาสตร์ชาติ นโยบายรัฐบาล สถานการณ์ความเคลื่อนไหว ทางเศรษฐกิจ สังคม การศึกษา วัฒนธรรม และกีฬา ทั้งในและต่างประเทศ ในรูปแบบข่าวและรายงานข่าวประจำวันทั้งในและนอก สถานที่ การจัดรายการข่าวสัญจร การรายงานข่าวภารกิจเร่งด่วน การรายงานข่าวเฉพาะกิจ การลงพื้นที่ติดตาม ทำข่าวและรายงานสดการประชุมคณะรัฐมนตรี (ครม.) สัญจร คลิปข่าว Insight ครม. รายงานพิเศษ ตามนโยบาย สำคัญของรัฐบาล ในช่วงเวลาต่าง ๆ ทุกวัน ทั้งข่าวภาคหลัก และข่าวต้นชั่วโมง ตั้งแต่เวลา 06.00 - 23.00 น.

กรมประชาสัมพันธ์ยังได้ปรับปรุงรูปแบบการนำเสนอข่าวในทุกภาคข่าว โดยเน้นนำเสนอข่าว ที่เป็นข้อเท็จจริง เชื่อถือ และอ้างอิงได้ โดยเน้นภาษาที่เข้าใจง่ายสื่อสารให้ประชาชนรับทราบสาเหตุ ที่มา หรือ ความสำคัญของนโยบายและโครงการที่รัฐบาลดำเนินการ ความคืบหน้าในการดำเนินงาน รวมถึงประโยชน์ ที่ประชาชนจะได้รับจากโครงการนั้น ๆ รวมทั้ง เพิ่มการมีส่วนร่วมของประชาชน เช่น การเปิดโอกาสให้ผู้ชม ผู้ฟัง แสดงความคิดเห็น ร้องทุกข์ หรือแสดงความคิดเห็น ซึ่งทำให้ทราบถึงปัญหา ความต้องการ และข้อเสนอแนะจาก ประชาชน เพิ่มช่องทางการนำเสนอข่าวไปสู่ประชาชนกลุ่มเป้าหมาย โดยเน้นทำงานคู่ขนานระหว่างสื่อโทรทัศน์ และ Social Media เพื่อเพิ่มฐานผู้ชมให้กับรายการข่าวของสถานี เช่น การเผยแพร่ผ่าน Facebook LIVE Facebook Twitter YouTube และ Line Official PRD รวมทั้งเพิ่มการสื่อสาร 2 ทางระหว่างสถานีวิทยุโทรทัศน์

ในส่วนกลาง และสถานีวิทยุโทรทัศน์ดิจิทัล 4 ภูมิภาค (เหนือ อีสาน กลาง ใต้) ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร และนำเสนอข้อมูลที่ต้องการในพื้นที่ได้อย่างเป็นปัจจุบัน โดยเฉพาะประเด็นข่าวที่ประชาชนได้รับผลกระทบ ทั้งจากภัยพิบัติทางธรรมชาติ และความเดือดร้อนหรือสิ่งที่ประชาชนต้องการให้ภาครัฐช่วยเหลือ อาทิ ช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ได้นำเสนอข่าวอย่างต่อเนื่อง รวบรวมเกี่ยวกับการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 และมาตรการการป้องกันที่กระทรวงสาธารณสุขให้ความรู้กับประชาชนในการปฏิบัติตัว รวมถึงมาตรการภาครัฐที่ออกข้อกำหนดให้ประชาชนปฏิบัติ รวมถึงการที่รัฐบาลออกมาตรการเยียวยาทางด้านสังคมและเศรษฐกิจไปสู่ประชาชนและภาคเอกชน พร้อมกันนี้ ยังได้นำเสนอประเด็นข่าวที่ส่งผลกระทบต่อสังคมโดยรวม โดยคำนึงถึงจรรยาบรรณและจริยธรรมสื่อ อาทิ การนำเสนอข่าวสารข้อเท็จจริงเหตุการณ์ที่จังหวัดนครราชสีมา โดยคำนึงถึงสิทธิมนุษยชนของทุกฝ่ายในเหตุการณ์

ตัวอย่าง สื่อประชาสัมพันธ์

ข่าวโทรทัศน์ ประเด็น ชัวร์หรือมั่วแน่ ข่าวปลอมมีผู้ติดโควิด จากจม.และพัสดู	
---	---

รายการข่าวยามเช้าออกอากาศ ทางวิทยุกระจายเสียง และเชื่อม สัญญาณผ่านหอกระจายข่าวทั่วประเทศ ถ่ายทอดสดผ่าน Facebook LIVE	
---	---

3.3 โครงการทดลองการส่งสัญญาณโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลระดับภูมิภาค (ทีวีภูมิภาค)

ในฐานะหน่วยงานด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์ของประเทศ กรมประชาสัมพันธ์ให้ความสำคัญกับการสร้างโอกาส และความเท่าเทียมในการรับข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ของประชาชน ไม่เพียงคนกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง หรือพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่ง ดังนั้น ข้อมูลข่าวสารที่เผยแพร่สู่ประชาชนในแต่ละพื้นที่จึงควรมีประเด็น เนื้อหา และสารประโยชน์ที่แตกต่างกัน ตอบสนองต่อความต้องการ และสภาพปัญหาที่แตกต่างกัน โดยกรมประชาสัมพันธ์ได้ดำเนินการพัฒนาช่องทางสื่อของกรมประชาสัมพันธ์ ได้แก่ การพัฒนา NBT ภูมิภาค ให้เป็นสถานีโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล ระดับท้องถิ่น 4 ภูมิภาค (เหนือ อีสาน กลาง ใต้) โดยมีหลักการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ นโยบาย การดำเนินงานภาครัฐ ข่าวสารประจำวันที่เกี่ยวข้องในแต่ละพื้นที่ ซึ่งมีความแตกต่างกัน เป็นการเติมเต็มข้อมูลข่าวสารที่สื่อจากส่วนกลางไม่สามารถนำเสนอได้โดยการใช้ภาษาถิ่น ที่เข้าใจง่าย สร้างความรู้สึกเป็นกันเอง ใกล้ชิดกับผู้ชม และสามารถส่งข้อมูลถึงกลุ่มเป้าหมายในแต่ละภูมิภาคได้ตรงตามต้องการ รวมทั้งเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมในแต่ละภูมิภาค ภูมิปัญญา ปรากฏการณ์ชาวบ้าน การสืบสานประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่น สร้างโอกาสและการมีส่วนร่วมในการใช้ช่องทางการสื่อสารของรัฐในการพัฒนาท้องถิ่นทั้งด้านสังคม เศรษฐกิจ ส่งเสริมวัฒนธรรมและเอกลักษณ์ของชาติ

โดยการอนุรักษ์และเผยแพร่ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณี ศิลปะ ภูมิปัญญา ภาษาไทย ภาษาถิ่น เพื่อให้เกิดความภาคภูมิใจ และเป็นการกระตุ้นกระแสวัฒนธรรมไทย ที่สำคัญที่วิภูมิภาคได้กลายเป็นเครื่องมือในการช่วยในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร และแก้ไขปัญหาความขัดแย้งในพื้นที่ได้อย่างรวดเร็วทันเวลา และตรงจุดในแต่ละพื้นที่

ตัวอย่าง สื่อประชาสัมพันธ์

<p>NBT Northeast</p> <p>รายการข่าว : อีสานวันนี้</p> 	<p>NBT North</p> <p>รายการโทรทัศน์และรายการข่าว : เช้านี้ที่ภาคเหนือ</p> 
<p>NBT South</p> <p>รายการภาษามาลายู : ว่าว สลาตัน</p> 	<p>NBT Central</p> <p>Live รายการโทรทัศน์ : สี่แยกข่าว กรมประชาสัมพันธ์</p> 

3.4 โครงการพัฒนาสถานีโทรทัศน์ภาคภาษาอังกฤษและสถานีโทรทัศน์อาเซียน (NBT World) ดำเนินงานผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารภาคภาษาอังกฤษเกี่ยวกับยุทธศาสตร์ชาติและนโยบายสำคัญของรัฐบาล รวมทั้งขยายผลมติการประชุมคณะรัฐมนตรี เนื้อหาครอบคลุมทุกด้าน เพื่อสร้างการรับรู้และเข้าใจเกี่ยวกับประเทศไทยแก่กลุ่มเป้าหมายชาวต่างประเทศ เอกอัครราชทูต สื่อมวลชนต่างประเทศ และชาวต่างประเทศที่อยู่ในประเทศไทย โดยนำเสนอเหตุการณ์หรือสถานการณ์สำคัญๆ ของประเทศรูปแบบที่น่าสนใจ เช่น สารคดีข่าว บทความ รายการ การถ่ายทอดสดผ่าน Facebook รวมถึงการดำเนินงานเพิ่มประสิทธิภาพช่องทางการรับชมข่าวและรายการของสถานีโทรทัศน์ภาคภาษาอังกฤษ NBT World ทางโซเซียลมีเดียขยายช่องทางการรับรู้ การรับชมข่าวและรายการทางโซเซียลมีเดีย เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายมีความสะดวกในการรับชมและเข้าถึงมากขึ้น โดยนำเสนอเหตุการณ์หรือสถานการณ์สำคัญๆ ของประเทศรูปแบบที่น่าสนใจ เช่น สารคดีข่าว บทความ รายการ การถ่ายทอดสด (Live) ผ่าน Facebook (NBT World) รวมถึงการนำรายการลงในช่องทาง Youtube และขยายผลทาง Social Media เช่น รายการ Siam Styles (ทาง Facebook Fanpage : @SiamStyles และ รายการ Thailand Today (ทาง Facebook Fanpage : Thailand Today Online @thethailandtoday เป็นต้น

ตัวอย่าง สื่อประชาสัมพันธ์



คลิปวิดีโอ : New Normal at Chatuchak Weekend Market		คลิปวิดีโอ : Dining out amid COVID-19 in Thailand	
---	---	---	---

4. การขยายความร่วมมือกับองค์กร หน่วยงาน และเครือข่าย เพื่อความร่วมมือสนับสนุนงาน สื่อสารประชาสัมพันธ์อย่างมีเอกภาพและคุณภาพ

4.1 การสร้างและขยายเครือข่ายประชาสัมพันธ์ มีเป้าหมายในการขยายความร่วมมือกับ องค์กร หน่วยงาน และเครือข่าย เพื่อสร้างความร่วมมือในการสนับสนุนงานสื่อสารประชาสัมพันธ์ ลดการแข่งขัน ซึ่งจะทำให้สามารถเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารไปสู่กลุ่มเป้าหมายเฉพาะของแต่ละเครือข่ายได้อย่างทั่วถึง โดยมีรูปแบบ หรือวิธีการนำเสนอที่ตรงกับความต้องการของประชาชน โดยเฉพาะเครือข่ายในพื้นที่ ซึ่งพูดภาษาเดียวกัน เด็บโต มาด้วยกัน รู้กาลเทศะ รู้ธัญชาติ รู้จิตคนฟังเป็นอย่างไร ไปสื่อสารสร้างความเข้าใจ นำนโยบายที่อยู่ใกล้ตัวมา ใกล้ชิดชาวบ้านมากยิ่งขึ้น ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 ได้ดำเนินการ 2 เรื่องหลัก ๆ คือ 1) การสำรวจ จัดเก็บ ข้อมูลเครือข่ายด้านการประชาสัมพันธ์ของกรมประชาสัมพันธ์อย่างเป็นระบบ จัดแยกประเภทเครือข่ายที่ชัดเจน ซึ่งข้อมูลการสำรวจเครือข่ายดังกล่าว ได้นำไปเป็นหนึ่งในฐานข้อมูลสำคัญในการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ ด้านเครือข่ายของกรมประชาสัมพันธ์ระยะ 1 ปี (2564) และระยะ 5 ปี (2564 - 2568) เพื่อเป็นแนวทาง ในการบริหารจัดการเครือข่ายการประชาสัมพันธ์ของกรมประชาสัมพันธ์ที่มีรูปแบบที่ชัดเจน เป็นรูปธรรม ดำเนินการได้จริง 2) การประสานความร่วมมือในการทำงานใน 2 ลักษณะ คือ การนำข้อมูลข่าวสารสำคัญจาก ภาครัฐผ่านเครือข่ายไปสู่ประชาชนในแต่ละพื้นที่ โดยคณะทำงานบริหารประเด็นจากส่วนกลาง วิเคราะห์และ จัดทำประเด็นสำคัญ พร้อมจัดทำข้อมูลข่าวสารสำเร็จรูปในรูปของ Text คลิปเสียงข่าว วันละ 5 ข่าว รวมทั้ง หน่วยงานกรมประชาสัมพันธ์ในพื้นที่ ทั้งสำนักงานประชาสัมพันธ์เขต 8 เขต และสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัด 76 จังหวัด จัดทำประเด็น เนื้อหาข้อมูลสำคัญในพื้นที่ที่ได้จากการวิเคราะห์ผลการรับฟังเสียงประชาชนภายใต้ ยุทธศาสตร์ที่ 1 ของกรมประชาสัมพันธ์ ส่งต่อในไลน์กลุ่ม “เครือข่ายวิทยุ กปส.” ให้เครือข่ายวิทยุชุมชนในแต่ละ พื้นที่ขยายผล และการดำเนินการอีกลักษณะคือ ความร่วมมือในการเฝ้าระวังข่าวลวงที่เกิดขึ้นในพื้นที่ กรมประชาสัมพันธ์ได้ร่วมมือกับ อสม. ในการทำงานเครือข่ายเฝ้าระวังข่าวปลอมภาคประชาชน เพื่อร่วมกัน ตรวจสอบ และแก้ไขข่าวเท็จในพื้นที่ ซึ่งช่วยผลกระทบต่อประชาชนในพื้นที่ นอกจากนี้ กรมประชาสัมพันธ์ได้ ขยายช่องทางติดต่อสื่อสารทางสื่อสังคมออนไลน์กับเครือข่ายแต่ละกลุ่มเพื่อให้การทำงานเกิดความรวดเร็ว ทันเวลามากยิ่งขึ้น อาทิ Line Group : หัวหน้าส่วนราชการ / Open chat FC / PR COVID – 19 / สื่อออนไลน์ ของหน่วยงานและสื่อมวลชนท้องถิ่นในพื้นที่ เพื่อนำข้อมูลข่าวสารเผยแพร่สู่ประชาชนผ่าน หอกระจายข่าว

เสียงตามสาย สถานีวิทยุชุมชน บอร์ดประชาสัมพันธ์ในชุมชนและหมู่บ้าน ซึ่งถือเป็นการจับมือร่วมกันทำงาน ประชาสัมพันธ์ระหว่างรัฐและประชาชนที่มีความสำคัญ เป็นสื่อที่ใกล้ชิดกับประชาชนในพื้นที่ สามารถเป็นช่องทาง และเป็นแกนกลางสำคัญในการเชื่อมโยง ขยายผล และเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ส่งผลให้ประชาชนรับรู้ และเข้าใจ ข้อมูลข่าวสาร ตลอดจนนโยบายจากรัฐบาลที่เกี่ยวข้องที่ถูกต้อง ชัดเจน น่าเชื่อถือ และทั่วถึงยิ่งขึ้น



ตัวอย่าง สื่อประชาสัมพันธ์

<p>ข่าวโทรทัศน์ : กรมประชาสัมพันธ์ สร้างเครือข่ายภาคประชาชน ป้องกันข่าวปลอม ข่าวเช้า NBT2HD</p> 	<p>ข่าววิทยุ : วิทยุชุมชน กรมประชาสัมพันธ์ เรื่อง ส.ป.ก. เดินหน้าจัดที่ดิน เพื่อเกษตรกรรวม ควบคู่พัฒนา อาชีพเกษตรกรในเขตปฏิรูปที่ดิน ยกระดับคุณภาพชีวิตเกษตรกร</p> 
---	--

4.2 โครงการความร่วมมือระหว่างประเทศ ดำเนินการส่งเสริมความสัมพันธ์ รักษาและขยาย เครือข่ายความร่วมมือด้านการประชาสัมพันธ์ สื่อสารมวลชนและสารสนเทศกับต่างประเทศ องค์การระหว่าง ประเทศ และหน่วยงานสำคัญที่เกี่ยวข้อง ใน 3 รูปแบบ คือ 1) การประชุมกับหน่วยงานองค์กรสื่อสารมวลชน ภายใต้อันตราสัญญา (MOU) อาทิ สถานีวิทยุจีนระหว่างประเทศ (China Radio International : CRI) สำนักข่าว เวียดนาม (Vietnam News Agency : VNA)) เพื่อร่วมกำหนดนโยบาย/แผนการดำเนินงานขององค์การฯ ที่เป็นประโยชน์ต่อสมาชิกและรักษาผลประโยชน์ของประเทศ 2) การประชุม สัมมนา ร่วมกับหน่วยงาน/องค์การ ระหว่างประเทศ อาทิ สหภาพวิทยุ-โทรทัศน์แห่งเอเชีย-แปซิฟิก (ABU) องค์การการศึกษา วิทยาศาสตร์ และ วัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (UNESCO) และ 3) การส่งบุคลากรเข้ารับการอบรม ในหลักสูตรต่าง ๆ เพื่อพัฒนา ทักษะ ความรู้ ความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยี วิทยาการ นวัตกรรมด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชน สามารถนำความรู้มาพัฒนางานด้านการผลิตและเผยแพร่ในยุคดิจิทัล ได้แก่ การประชุม / สัมมนา / อบรม เชิงวิชาการด้านกิจการกระจายเสียงวิทยุและโทรทัศน์ (Digital Radio and Television Workshop ส่งผลให้ กรมประชาสัมพันธ์สามารถขยายเครือข่ายความร่วมมือด้านการประชาสัมพันธ์ สื่อสารมวลชนและสารสนเทศ กับ ประเทศที่ลงนามบันทึกความเข้าใจ (MOU) และองค์การระหว่างประเทศที่เป็นสมาชิก บุคลากร กรมประชาสัมพันธ์ยังได้รับองค์ความรู้และแนวคิดใหม่ ๆ เพื่อนำมาพัฒนางานด้านสื่อสารมวลชนให้ทัดเทียม นานาประเทศ โดยเฉพาะในช่วงการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 กรมประชาสัมพันธ์ใช้ประโยชน์ จากงานด้านความร่วมมือหรืองานต่างประเทศ ในการนำข้อมูลข่าวสารเนื้อหาหรือคลิปวิดีโอจากหน่วยงาน ต่างประเทศ มาแปลและจัดทำให้อยู่ในรูปแบบที่น่าสนใจ เข้าใจง่าย เพื่อให้หน่วยสื่อของกรมประชาสัมพันธ์

นำไปใช้ประโยชน์ และนำผลงานที่เป็นการดำเนินงานของรัฐบาลไทยส่งให้หน่วยสื่อต่างประเทศนำไปเผยแพร่ ขยายผลต่อด้วย

ตัวอย่าง สื่อประชาสัมพันธ์

การประชุมใหญ่สมัชชาสามัญของยูเนสโก ครั้งที่ 40 ณ สาธารณรัฐฝรั่งเศส	
การเสวนาเชิงวิชาการ หัวข้อ “Fostering Media Partnership for a Shared Future” ในงานพิธีปิดปีแห่งการแลกเปลี่ยนสื่อมวลชนอาเซียน-จีน	

4.3 โครงการยกระดับสถาบันการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างมาตรฐานวิชาชีพและพัฒนาบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชนของประเทศ

สถาบันการประชาสัมพันธ์ มีหน้าที่ในการพัฒนาและจัดทำหลักสูตรด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชน วิเคราะห์เนื้อหาวิชาการ รวมทั้งการสร้างและพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อพัฒนาบุคลากร ด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชนของประเทศ ทั้งภาครัฐ เอกชน สื่อมวลชน และประชาชนทั่วไปให้เป็นมืออาชีพ และมีทักษะที่ทันต่อเทคโนโลยีสารสนเทศการประชาสัมพันธ์ที่เปลี่ยนแปลงไปในยุคดิจิทัล รวมทั้งส่งเสริมมาตรฐานวิชาชีพและจรรยาบรรณ เสริมสร้างให้บุคลากรมีวัฒนธรรมการทำงานอย่างมีส่วนร่วม มีคุณภาพ คุณธรรม จริยธรรม สร้างเครือข่ายและการมีส่วนร่วมในการทำงานด้านการประชาสัมพันธ์และการสื่อสารของประเทศ นอกจากนี้ แผนการปฏิรูปประเทศด้านสื่อสารมวลชน เทคโนโลยีสารสนเทศ กำหนดให้กรมประชาสัมพันธ์ต้องดำเนินการปรับบทบาทของสถาบันการประชาสัมพันธ์ในเชิงรุก โดยพัฒนาหลักสูตรการสื่อสารในยุคดิจิทัล เพื่อบรรจุเป็นหลักสูตรสำคัญในการพัฒนาบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์ภาครัฐ ในหน่วยงานต่าง ๆ ซึ่งในปี 2563 ได้ดำเนินการ จัดทำแผนปฏิบัติการ (Action Plan) พัฒนาบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชน ของประเทศ 3 ปี (ปี 2563-2565) และประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 พร้อมทั้ง จัดทำกรอบมาตรฐานหลักสูตรในยุคดิจิทัลเสนอต่อคณะอนุกรรมการพัฒนาบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชนของประเทศให้ความเห็นชอบ เพื่อเป็นกรอบในการดำเนินงาน นอกจากนี้ได้จัดฝึกอบรมเพื่อพัฒนาบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชน ได้แก่ หลักสูตร พัฒนาการสื่อสารในยุคดิจิทัล รุ่นที่ 7 ตามมาตรฐานหลักสูตรการสื่อสารในยุคดิจิทัล เพื่อพัฒนาบุคลากรหน่วยงานภาครัฐด้านการบริหารจัดการข้อมูลข่าวสาร หลักสูตร เทคนิคการนำเสนอนโยบายภาครัฐสู่ประชาชนยุคดิจิทัล เพื่อพัฒนาบุคลากรผู้รับผิดชอบกำหนดเรื่องสื่อสารประจำปีหน่วยงานภาครัฐต่างๆ พร้อมทั้ง จัดทำร่างระบบการฝึกอบรม

แบบออนไลน์ (E-Learning) หลักสูตรการสื่อสารยุคดิจิทัล ซึ่งจะทำให้ผู้สนใจสามารถเข้ารับการฝึกอบรมได้ แม้อยู่ระหว่างสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ส่งผลให้การพัฒนาบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชนของประเทศสามารถดำเนินการได้อย่างต่อเนื่อง

5 การขับเคลื่อนการดำเนินงานตามแผนการปฏิรูปประเทศ โดยกรมประชาสัมพันธ์รับผิดชอบการดำเนินงาน 2 ด้าน คือ

1) ด้านที่ 8 สื่อสารมวลชน เทคโนโลยีสารสนเทศ โดยรับผิดชอบกิจกรรม จัดทำ พ.ร.บ. ส่งเสริมจริยธรรมและมาตรฐานวิชาชีพสื่อมวลชน เพื่อเป็นแนวทางการดำเนินงานขององค์กรและสื่อมวลชนตามจรรยาบรรณวิชาชีพ ซึ่งขณะนี้ได้จัดทำ (ร่าง) พ.ร.บ. และผ่านการตรวจพิจารณาจากคณะกรรมการกฤษฎีกาเรียบร้อยแล้ว และอยู่ระหว่างการยืนยันร่างกฎหมายตามขั้นตอนต่อไป นอกจากนี้กรมประชาสัมพันธ์ต้องปฏิรูป NBT ภายใต้ประเด็นการปฏิรูปโครงสร้างอุตสาหกรรมสื่อสารมวลชนและเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อใช้คลื่นความถี่ให้เกิดประโยชน์ต่อสาธารณะอย่างคุ้มค่ายิ่งขึ้น โดยในปี 2563 ได้ยกร่างแผนการปฏิรูป NBT ให้มีการจัดสรรช่วงเวลาให้หน่วยงานภาครัฐและประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการผลิตรายการเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและคุณภาพในการผลิตเนื้อหาที่ตอบสนองความต้องการต่อผู้บริโภค ซึ่งอยู่ระหว่างนำเสนอ ครม. เพื่อให้ความเห็นชอบ

กิจกรรมเร่งรัดการดำเนินการของคณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ เพื่อเป็นกลไกในการบูรณาการด้านการประชาสัมพันธ์ และการบริหารจัดการข้อมูลข่าวสารภาครัฐ ซึ่งขณะนี้ได้จัดทำแผนปฏิบัติการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ประจำปี 2563 เพื่อเชื่อมโยงเนื้อหาการประชาสัมพันธ์จากหน่วยงานระดับกระทรวงไปสู่หน่วยงานระดับจังหวัดให้มีแนวทางการประชาสัมพันธ์ที่ชัดเจนและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กิจกรรมปรับบทบาทสถาบันการประชาสัมพันธ์ ให้เป็นสถาบันพัฒนาบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชนของประเทศ ซึ่งได้มีการจัดทำหลักสูตรการประชาสัมพันธ์ในยุคดิจิทัล เพื่อนำไปบรรจุในการฝึกอบรมเจ้าหน้าที่ภาครัฐของหน่วยงานต่าง ๆ กิจกรรม พัฒนาการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารภาครัฐ การประชาสัมพันธ์เชิงรุกและการประสานความร่วมมือในการจัดการข่าวเท็จ (Fake News) โดยดำเนินการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่มีประโยชน์และถูกต้องสู่ประชาชนอย่างรวดเร็ว ทัวถึง ทำให้ประชาชนเกิดองค์ความรู้และภูมิปัญญาต่อการหลงเชื่อข่าวลวงเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องผ่านสื่อหลัก เช่น รายการ ชัวร์หรือมั่วนี้ม เพื่อนำเสนอข้อเท็จจริงต่อข่าวที่เผยแพร่ โดยเฉพาะในสื่อออนไลน์ว่าจริงหรือเท็จ ในช่วงข่าวภาคค่ำ ทาง NBT2HD

ด้านที่ 9 สังคม โดยกรมประชาสัมพันธ์รับผิดชอบกิจกรรม การจัดทำมาตรฐานดูแลสื่อออนไลน์ โดยจัดทำเว็บไซต์รู้ทันสื่อเพื่อสร้างความตระหนักรู้แก่ประชาชนพร้อมเผยแพร่รายการชัวร์หรือมั่วนี้ม และจัดให้มีการตรวจสอบข้อมูลข่าวสารทางสื่อออนไลน์ผ่านกลุ่มไลน์ 20 กระทรวง และกลุ่มไลน์คณะปฏิบัติการข่าวสาร ซึ่งเป็นการแก้ไขข่าวลวงได้อย่างรวดเร็ว และมีข้อมูลที่ถูกต้องตรงประเด็น

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การเป็นผู้นำด้านข้อมูลดิจิทัลและเครือข่ายข้อมูล

ยุทธศาสตร์นี้กรมประชาสัมพันธ์มุ่งเน้นการรับรองครุให้เป็นผู้นำด้านข้อมูลดิจิทัลและเครือข่ายข้อมูล โดยมีเป้าหมายระยะยาวในการพัฒนาฐานข้อมูลและชุดข้อมูลขนาดใหญ่ที่ครบถ้วนทันสมัย เปิดโอกาสให้หน่วยงานต่าง ๆ สื่อมวลชน ประชาชน และภาคเอกชนเข้าถึงและเรียกใช้ได้อย่างปลอดภัย โดยในปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 ซึ่งเป็นปีแรกในการนำยุทธศาสตร์ดังกล่าวมาขับเคลื่อนองค์กร กรมประชาสัมพันธ์ได้ดำเนินการ 3 เรื่องสำคัญ คือ โครงการธรรมาภิบาลข้อมูลภาครัฐกรมประชาสัมพันธ์ (PRD Data Governance) เพื่อกำหนดสิทธิ หน้าที่ และความรับผิดชอบของผู้ปฏิบัติงานและผู้เกี่ยวข้องในการบริหารจัดการและใช้ข้อมูลได้อย่างถูกต้อง ครบถ้วน รักษาความเป็นส่วนบุคคล มีความมั่นคงปลอดภัยของข้อมูล โดยได้แต่งตั้งคณะทำงานเพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจในการจัดทำธรรมาภิบาลข้อมูลภาครัฐในระดับผู้บริหาร ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญในการขับเคลื่อนการดำเนินงาน และในระดับปฏิบัติ โครงการพัฒนาระบบการให้บริการ e-service กรมประชาสัมพันธ์ เพื่อให้การบริการต่าง ๆ ของกรมประชาสัมพันธ์มีความทันสมัย สามารถให้บริการแก่ประชาชนได้อย่างรวดเร็ว ลดขั้นตอน โดยในปี 2563 ได้พัฒนาจัดทำบัตรสื่อมวลชนจากรูปแบบเดิมที่ต้องมายื่นเอกสารด้วยตนเอง เป็นการให้บริการแบบ e-service ซึ่งทำให้สื่อมวลชนสามารถรับบริการได้อย่างรวดเร็ว และเหมาะสมกับสถานการณ์ในช่วงการแพร่ระบาดของโควิด-19

โครงการพัฒนาคลังข้อมูลข่าวสารขนาดใหญ่ (Big Data) ของกรมประชาสัมพันธ์ เพื่อพัฒนาขีดความสามารถในการสำรองข้อมูล ระบบการบันทึกและเรียกดูข้อมูลได้จากแหล่งเดียวกันทั่วประเทศ ทำให้กรมประชาสัมพันธ์มีฐานข้อมูลข่าวสารในทุกรูปแบบทั้ง ข้อมูลภาพ เสียง เนื้อหา ภาพเคลื่อนไหว ที่จัดเก็บอย่างเป็นระบบครบถ้วนสามารถเรียกดู เรียกใช้ได้สะดวก ซึ่งทำให้บุคลากรของกรมประชาสัมพันธ์มีวัตถุดิบเพื่อใช้ในการผลิตข่าวและสื่อประชาสัมพันธ์ และนำไปปรับปรุงสร้างสรรค์การผลิตสื่ออย่างหลากหลายในเวลาเดียวกัน พร้อมกันทั่วประเทศ โดยนำระบบฐานข้อมูลข่าวสารของสื่อกรมประชาสัมพันธ์ในปัจจุบันมาวิเคราะห์ ประกอบด้วย ระบบฐานข้อมูลข่าว ระบบฐานข้อมูล NBT ระบบฐานข้อมูลสถานีวิทยุกระจายเสียง เพื่อค้นหา ระบบฐานข้อมูลที่จะนำมาเป็นระบบต้นแบบในการพัฒนาให้เป็นคลังข้อมูลข่าวสารขนาดใหญ่ของกรมประชาสัมพันธ์ ซึ่งจะทำให้ลดขั้นตอน กระบวนการจัดทำระบบใหม่ตั้งแต่ต้น และประหยัดงบประมาณในการจัดทำระบบ

ยุทธศาสตร์ที่ 4 การเป็นองค์กรที่มีประสิทธิภาพสูง

กรมประชาสัมพันธ์ดำเนินการใน 3 ด้านใหญ่ ๆ คือ ด้านโครงสร้างและภารกิจองค์กร ด้านการพัฒนาปรับปรุงการดำเนินงาน และด้านบุคลากรภายใน เนื่องจากไม่ได้ปรับปรุงโครงสร้างมาเป็นเวลานาน ประกอบกับกรมประชาสัมพันธ์ได้จัดทำยุทธศาสตร์องค์กรระยะ 20 ปี กำหนดเป้าหมายในการให้ความสำคัญกับการนำเสนอข้อมูลที่เป็นสาระบันเทิงที่มีประโยชน์ต่อการดำเนินชีวิตของประชาชน มุ่งเน้นการประสานความร่วมมือในการทำงาน และพัฒนาองค์กรให้เป็นผู้นำด้านข้อมูล ในปี 2563 จึงได้จัดทำโครงการปรับปรุงโครงสร้างและทบทวนภารกิจองค์กร เพื่อปรับโครงสร้าง ทบทวนภารกิจหน่วยงานให้เหมาะสม และสามารถขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ทั้ง 4 ยุทธศาสตร์ขององค์กรให้บรรลุเป้าหมาย

ระหว่างที่ดำเนินการรับฟังความคิดเห็นเพื่อนำสู่การปรับโครงสร้างองค์กร กรมประชาสัมพันธ์ได้พัฒนาองค์กรในด้านต่าง ๆ ไปพร้อม ๆ กัน คือ โครงการปรับปรุง และพัฒนากระบวนการบริหารและดำเนินการภายในองค์กร ให้เป็นราชการ 4.0 ประกอบด้วย ด้านกฎหมาย เพื่อปรับปรุง ทบทวน แก้ไข ยกเลิก กฎระเบียบข้อบังคับที่ล้าสมัยเป็นอุปสรรคต่อการดำเนินงานในปัจจุบัน ด้านการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ ซึ่งเป็นกรอบสำคัญในการพัฒนาการบริหารองค์กรในทุกด้านตามเกณฑ์ PMQA ซึ่งผลการประเมินส่วนราชการของกรมประชาสัมพันธ์ ประจำปี 2562 คะแนนรวม 86.94 (ระดับมาตรฐานขั้นสูง) สำหรับปี 2563 รวบรวมผลการประเมินจาก สำนักงาน ก.พ.ร. การขับเคลื่อนองค์กรตามแผนปฏิรูปประเทศที่ทุกส่วนราชการเกี่ยวข้อง ประเด็นการป้องกันปราบปรามการทุจริตและประพฤติมิชอบ ผ่านโครงการตรวจสอบด้านการเงิน การบัญชี การพัสดุ ให้เป็นไปตามระเบียบการเงิน การคลัง และการพัสดุ และโครงการการตรวจสอบการดำเนินงานของหน่วย โดยการตรวจสอบความถูกต้องของการเบิก-จ่ายงบประมาณ การจัดซื้อจัดจ้าง พร้อมทั้งให้ความรู้แก่บุคลากรภายในเพื่อป้องกันปราบปรามการทุจริต ซึ่งเป็นเรื่องที่กรมประชาสัมพันธ์ให้ความสำคัญยิ่ง

โครงการบริหารและพัฒนาบุคลากร โดยได้ดำเนินการวางแผนกำลังคน การพัฒนาบุคลากร การเสริมสร้างวินัย และความโปร่งใสการบริหารคน ผ่านโครงการเสริมสร้างแรงจูงใจของบุคลากรและบริหารกำลังคนคุณภาพ โดยส่งเสริมความก้าวหน้าในสายอาชีพ เปิดโอกาสในการพัฒนาทักษะผ่านระบบข้าราชการผู้มีผลสัมฤทธิ์สูง (HiPPS) การจัดสรรทุนรัฐบาล (ก.พ.) โครงการพัฒนาบุคลากร เพื่อพัฒนาความรู้ ทักษะ และสมรรถนะบุคลากรทั้งข้าราชการ พนักงานราชการ และลูกจ้าง ให้ครอบคลุมทุกสายงาน และทุกระดับ ให้มีองค์ความรู้ใหม่ๆ เพื่อใช้ในการปรับเปลี่ยนรูปแบบวิธีการในการปฏิบัติงานให้เท่าทันกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง ที่สำคัญกรมประชาสัมพันธ์ให้ความสำคัญกับการพัฒนาทักษะด้านดิจิทัลของข้าราชการและบุคลากร มุ่งเน้นการพัฒนาทักษะด้านดิจิทัล จำนวน 5 ทักษะ ดังนี้ Data Governance (การกำกับดูแลข้อมูล) Big Data (การบริหารจัดการฐานข้อมูลขนาดใหญ่) Data Analytics (การวิเคราะห์ข้อมูล) Data Visualization (การแสดงผลข้อมูลเป็นภาพ) และ Microsoft Excel (โปรแกรมคำนวณอิเล็กทรอนิกส์) โดยกำหนดให้การพัฒนาทักษะด้านดิจิทัลเป็นตัวชี้วัด (KPI) ในการประเมินผลการปฏิบัติราชการ ซึ่งเป็นการปูพื้นฐานสำคัญให้บุคลากร

เพื่อรองรับและสนับสนุนภารกิจใหม่ของกรมประชาสัมพันธ์ และสามารถร่วมกันปฏิบัติการกิจได้อย่างไร้รอยต่อ และมีประสิทธิภาพ อีกทั้งนำศักยภาพของกรมประชาสัมพันธ์มาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อส่วนราชการ ประชาชนผู้รับบริการ และประเทศชาติโดยรวม

5. การปรับปรุงประสิทธิภาพด้านช่องทางการสื่อสาร

5.1 โครงการบริหารโครงข่ายและสิ่งอำนวยความสะดวกด้านกระจายเสียงและโทรทัศน์วิทยุกระจายเสียง กรมประชาสัมพันธ์ ได้จัดตั้ง “กองบริหารกิจการโครงข่ายและสิ่งอำนวยความสะดวกด้านกระจายเสียงและโทรทัศน์” (กคส.) ซึ่งมีหน้าที่ บริหารจัดการ ตรวจสอบวิเคราะห์สัญญาณ พัฒนาคุณภาพสัญญาณ จัดเก็บรายได้ ดูแลรับผิดชอบ ให้บริการเช่าสิ่งอำนวยความสะดวกด้านกระจายเสียงและโทรทัศน์ ระบบเชื่อมโยงสัญญาณโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาค ให้บริการเช่าช่องสัญญาณโทรทัศน์ จำนวน 8 ช่องรายการ (HD 2 ช่อง และ SD 6 ช่อง) ตลอดจนดูแลระบบโครงข่าย ให้สามารถออกอากาศได้ตลอด 24 ชั่วโมง ซึ่งต้องมีคุณภาพการให้บริการ (Service liability agreement : SLA) เป็นไปตามที่ กสทช. กำหนด ไม่น้อยกว่าร้อยละ 99.98 (หมายถึงในหนึ่งปีระบบจะหยุดออกอากาศได้ไม่เกิน 1 ชั่วโมง 45 นาที) ดังนั้นจึงมีความจำเป็นต้องได้รับการสนับสนุนงบประมาณในการบำรุงรักษา เพื่อให้สามารถดำรงความต่อเนื่องของการบริการและให้แต่ละอุปกรณ์มีอายุการใช้งานตามเกณฑ์ที่กำหนด ทำให้สามารถเผยแพร่ให้ประชาชนกลุ่มเป้าหมายได้รับทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์ชาติและนโยบายรัฐบาล โดยในปีงบประมาณ พ.ศ.2563 ได้ดำเนินการจัดหาอุปกรณ์ การจัดหาเชื้อเพลิง เครื่องยนต์กำเนิดไฟฟ้า การจัดสรรค่าปฏิบัติงานนอกเวลาราชการ การบำรุงรักษาอุปกรณ์ และการบริหารจัดการเพื่อให้การให้บริการโครงข่ายฯ รักษาคุณภาพการให้บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง เป็นไปตามที่ กสทช. กำหนด

5.2 การจัดหาอุปกรณ์ห้องส่งโทรทัศน์ความคมชัดสูง High Definition และรถยนต์ผลิตรายการโทรทัศน์นอกสถานที่ความคมชัดสูง High Definition พร้อมอุปกรณ์ส่วนควบ

กรมประชาสัมพันธ์ได้ทดลองออกอากาศรายการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลระดับภูมิภาค (NBT ภูมิภาค ช่องหมายเลข 11) ใน 4 ภูมิภาค ประกอบด้วย ภาคเหนือ (NBT North) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (NBT Northeast) ภาคกลาง (NBT Central) และภาคใต้ (NBT South) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทดลองการใช้คลื่นความถี่เป็นการชั่วคราวสำหรับการส่งสัญญาณโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลบริการในกิจการโทรทัศน์ระดับภูมิภาค (Regional Content) ในรูปแบบแบ่งภาค เพื่อการใช้ประโยชน์ในการกำหนดหลักเกณฑ์การขออนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์ รวมทั้งดำเนินการหลักในการผลิตและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารทั้งในระดับประเทศและในระดับพื้นที่ สร้างโอกาสในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของประชาชนในส่วนภูมิภาค โดยในปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 ได้ดำเนินโครงการปรับปรุงประสิทธิภาพสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยส่วนภูมิภาคการจัดหาอุปกรณ์ห้องส่งโทรทัศน์ความคมชัดสูง High Definition พร้อมอุปกรณ์ส่วนควบ สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย จำนวน 7 แห่ง

(เชียงใหม่ พิษณุโลก ขอนแก่น อุบลราชธานี สงขลา นครศรีธรรมราช และยะลา) เพื่อให้ผลิตรายการและเผยแพร่รายการนโยบายรัฐบาลให้มีประสิทธิภาพ มีคุณภาพตามมาตรฐานรองรับระบบความคมชัดสูง (HD) และดำเนินโครงการจัดซื้อรถผลิตรายการโทรทัศน์นอกสถานที่ จำนวน 5 คัน (เชียงใหม่ พิษณุโลก ขอนแก่น อุบลราชธานี และภูเก็ต) เพื่อใช้งานในการเป็นห้องส่งเคลื่อนที่ปฏิบัติงานถ่ายทอดวาระสำคัญ การรายงานข่าว กิจกรรมสำคัญในพื้นที่ และการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในภาวะวิกฤต

ตัวอย่าง สื่อประชาสัมพันธ์

<p>NBT South รายการข่าว : รายการเพลงข่าวข่าวได้</p> 	<p>NBT Northeast รายการโทรทัศน์ : รายการอีสานรวมใจ</p> 
---	--

5.3 โครงการก่อสร้างอาคารศูนย์ปฏิบัติการแพร่ภาพออกอากาศกระจายเสียงวิทยุ และการให้บริการข้อมูลข่าวสารภาครัฐ กรมประชาสัมพันธ์ ดำเนินการภายใต้แนวคิดการนำสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย สำนักข่าวกรมประชาสัมพันธ์ ตั้งอยู่ภายในอาคารเดียวกันการติดต่อประสานงานภายในได้อย่างสะดวกรวดเร็วอย่างมีประสิทธิภาพและมีคุณภาพในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อประเทศ และเพื่อใช้เป็นศูนย์ปฏิบัติการในการออกอากาศรายการโทรทัศน์ทั้งภาคภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ออกอากาศการกระจายเสียง บันทึกรายการทั้งวิทยุและโทรทัศน์ ที่ทันสมัย มีการปฏิบัติการออกอากาศและการกระจายเสียงอย่างมีประสิทธิภาพสมบูรณ์ตลอดเวลา เมื่อสร้างแล้วเสร็จจะมีพื้นที่ใช้สอย 34,545 ตารางเมตร เป็นอาคารคอนกรีตเสริมเหล็ก 8 ชั้น อยู่บนดิน สูง 6 ชั้น และชั้นใต้ดิน 2 ชั้น จอดรถได้ 300 คัน สำหรับชั้นดาดฟ้ามีลานจอดเฮลิคอปเตอร์ 1 ลำ มีห้องแสดงโทรทัศน์ รวม 5 ห้อง ห้องส่งวิทยุกระจายเสียง 12 ห้อง ห้องศูนย์ปฏิบัติการข่าวสาร ห้องสื่อสมัยใหม่ ห้องแถลงข่าวต่อสื่อมวลชนและห้องประชุมขนาดใหญ่ 1,000 ที่นั่ง มีที่จอดรถชั้นใต้ดิน 300 คัน และ อาคารจอดรถ OB เมื่อการก่อสร้างแล้วเสร็จ จะทำให้กรมประชาสัมพันธ์ มีสถานที่ในการเป็นศูนย์รวมของการปฏิบัติการข้อมูลข่าวสาร ในรูปแบบของการออกอากาศ วิทยุ โทรทัศน์ และสื่ออื่นๆ สามารถรองรับการปฏิบัติงานโดยเฉพาะช่วงเวลายามสำคัญ ๆ หรือภาวะวิกฤต เป็นศูนย์ให้บริการแบบ One Stop Service เพื่อให้บุคคลทั่วไป ประชาชนผู้รับสาร ผู้ติดต่อราชการและอื่น ๆ ได้รับความสะดวกในการรับบริการต่าง ๆ และเป็นสถานที่ทำงานที่มีบรรยากาศเอื้อต่อการทำงานสื่อที่ต้องใช้ความคิดสร้างสรรค์เพื่อให้ผลงานออกมามีคุณภาพ กำหนดระยะเวลาดำเนินการรวม 3 ปี (ปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 – 2565) โดยในปี 2563 มีแก้ไขสัญญา เนื่องจากจะต้องขยับแบบตามรูปของที่ดินและแก้ไขวงงาน เพื่อจะให้เกิดความสะดวกกับผู้มาติดต่อใช้บริการ และเจ้าหน้าที่ที่ยังต้องปฏิบัติงานอยู่ในพื้นที่บริเวณเดียวกันกับสถานที่ที่มีการก่อสร้าง จึงจำเป็นต้องมีการแก้ไขและปรับปรุงวงงาน ซึ่งขณะนี้อยู่ระหว่างนำเสนอสัญญาและเอกสาร

ที่เกี่ยวข้องเพื่อการลงนามอนุมัติ สำหรับความก้าวหน้าของการก่อสร้าง ปัจจุบันได้ดำเนินงานก่อสร้างถึงขั้นตอนงานระบบป้องกันดินพัง ลงเสาเข็มฐานราก เทปูนเสาตอม่อ ทั้งนี้หากดำเนินการแล้วเสร็จจะส่งผลให้ประชาชนทั่วไปได้รับข้อมูล ข่าวสาร นโยบายและการดำเนินงานของจากรัฐและรัฐบาล เพื่อความเข้าใจอันดีต่อนโยบายของรัฐ รวมทั้งความรู้ เพื่อเป็นการยกระดับมาตรฐานชีวิตของประชาชนให้ดีขึ้นและเป็นประโยชน์ต่อการบริหารงานของรัฐบาล

5.4 โครงการปรับปรุงประสิทธิภาพสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย

กรมประชาสัมพันธ์ได้เพิ่มช่องทางการสื่อสารให้ประชาชนสามารถเปิดรับฟังข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อวิทยุกระจายเสียงได้หลากหลายช่องทาง ในรูปแบบต่าง ๆ มากขึ้น ดังนี้

1) เพิ่มช่องทางการเผยแพร่ออกอากาศ โดยใช้ช่องทางแบบผสมผสาน เช่น ใช้คลื่นวิทยุควบคู่กับช่องทางออนไลน์ อาทิ เว็บไซต์ โซเชียลมีเดีย (Twitter Facebook Application) ใช้เนื้อหาที่ออกอากาศทางคลื่นวิทยุ มาผสมผสานกับช่องทางอื่นเพื่อให้น่าสนใจ อาทิ ทำคลิป หรือ แอนิเมชัน พัฒนาแอปพลิเคชันบนออนไลน์ เพื่อรองรับกับพฤติกรรมมารับฟังของผู้ฟังที่เปลี่ยนไป

2) เพิ่มช่องทางการรับฟังรายการต่าง ๆ ทาง Podcast ซึ่งเป็นช่องทางการเผยแพร่ข้อมูลเสียงบน platform online อีกช่องทางหนึ่ง ซึ่ง Podcast มีลักษณะสำคัญ คือ สามารถแบ่งเรื่องราวออกเป็นส่วนๆ หรือแบ่งหัวข้อเรื่องอย่างชัดเจนผ่านการเล่าเรื่องหรือพูดคุยของผู้ดำเนินรายการ เช่น เล่าเรื่องการเยียวยาผู้ได้รับผลกระทบจากโควิด-19 ของกระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ (พม.) เล่าเรื่องการปรับการดำเนินงานของ ขสมก. ภายหลังมีมาตรการผ่อนปรนของรัฐบาล เป็นต้น รวมถึงสามารถฟังซ้ำและบันทึกไฟล์เสียงเก็บไว้ในคอมพิวเตอร์หรือโทรศัพท์และสามารถเปิดฟังได้เมื่อต้องการ ซึ่งผู้ฟังสามารถเข้าฟังได้ในแอปพลิเคชัน Spotify ที่รองรับทั้งระบบ android และ ios รายการทางสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย F.M. 92.5 ที่ได้เผยแพร่ทาง Podcast แล้ว ได้แก่ รายการบันทึกสถานการณ์ ออกอากาศทุกวันจันทร์-วันศุกร์ เวลา 08.00-09.00 น. รายการข่าวยามเช้า ออกอากาศทุกวันจันทร์-วันอาทิตย์ เวลา 06.10-07.00 น. รายการหมุนตามวัน ออกอากาศทุกวันจันทร์-วันศุกร์ เวลา 16.10-17.00 น.

ตัวอย่าง สื่อประชาสัมพันธ์

<p>Facebook : สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย</p> 	<p>YouTube : Radio Thailand PRD</p> 
<p>เว็บไซต์ : http://nbt.prd.go.th</p> 	<p>แอปพลิเคชันวิทยุออนไลน์ Radio Thailand</p> 

5.5 โครงการปรับปรุงพัฒนาเว็บไซต์กรมประชาสัมพันธ์ โดยดำเนินการจัดทำเว็บไซต์

Responsive Web เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารรูปแบบ Digital Content ดำเนินการพัฒนาเว็บไซต์ Responsive Web Design เพื่อการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร และสื่อประชาสัมพันธ์ ในการรับรู้ เข้าใจ และความเชื่อมั่นในข้อมูลข่าวสารสามารถเชื่อมโยงแบ่งปันข้อมูล แลกเปลี่ยนข่าวสารในหน้าเว็บเพจไปสู่สื่อสังคมออนไลน์ ต่าง ๆ ได้ง่ายและสะดวกในการใช้งาน เผยแพร่ได้บนทุกอุปกรณ์และทุกระบบปฏิบัติการ ส่งผลให้ประชาชนสามารถเปิดรับข้อมูลข่าวสารได้ทุกช่วงเวลา อย่างทันท่วงที และเป็นการสร้างการมีส่วนร่วมในการสื่อสาร 2 ทาง ผ่านอุปกรณ์ที่หลากหลาย รวมทั้ง การเผยแพร่ข้อมูลผ่านเทคโนโลยี Visualization (ระบบแสดงภาพจากข้อมูล) เพื่อให้งานประชาสัมพันธ์มีความน่าสนใจเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้เว็บไซต์กรมประชาสัมพันธ์ได้รับการจัดอันดับให้เป็น เว็บไซต์หน่วยงานราชการที่มีประชาชนเข้าถึงเป็นอันดับต้น ๆ ของประเทศ

เว็บไซต์กรมประชาสัมพันธ์ <http://www.prd.go.th/>



ปัญหา อุปสรรค

กรมประชาสัมพันธ์ เป็นหน่วยงานสื่อภาครัฐที่มีหน้าที่สร้างโอกาสการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร นโยบายสำคัญของรัฐบาลให้กับประชาชน เพื่อให้สามารถนำข้อมูลข่าวสารไปใช้ในการพัฒนาคุณภาพชีวิต แต่ด้วยพฤติกรรมการเปิดรับและเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของประชาชนเปลี่ยนแปลงไป และสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีการสื่อสารที่ก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว รวมทั้งการเปลี่ยนแปลงบทบาทของผู้บริโภคสื่อ กลายเป็นผู้ผลิตสื่อ และมีพฤติกรรมรับสื่อหลากหลายช่องทางโดยไม่ยึดติดกับสื่อหลักเหมือนที่ผ่านมา จึงกระทบต่อวิธีการทำงาน ทำให้กรมประชาสัมพันธ์สื่อสารถึงประชาชนได้ยากขึ้น กอปรกับรูปแบบการนำเสนอรายการ ส่วนใหญ่ยังคงเป็นแบบราชการ ไม่ตรงใจคนดู คนฟัง จึงต้องปรับตัว พัฒนาและเพิ่มช่องทางการสื่อสาร เพื่อให้ส่งข้อมูลข่าวสารไปถึงประชาชนกลุ่มเป้าหมายซึ่งมีหลากหลายให้ได้ โดยแบ่งปัญหาที่เกิดขึ้นตามปัจจัยภายในและภายนอกองค์กร ดังต่อไปนี้

ปัญหาที่เกิดจากปัจจัยภายนอก

1. การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค

1.1 เนื่องด้วยประชาชนกลุ่มเป้าหมายมีความแตกต่าง เช่น พฤติกรรม ช่วงวัย เพศ อาชีพ และพื้นที่ และการนำเสนอประเด็นในรายการข่าวและรายการของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย และสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ยังขาดการบริหารประเด็นให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย ไม่มีความหลากหลาย และการนำเสนอในรูปแบบและภาษาที่เป็นทางการทำให้ขาดความน่าสนใจ

1.2 การพัฒนาด้านเทคโนโลยีการติดต่อสื่อสารทำให้ประชาชนสามารถเลือกรับสื่อได้หลากหลาย Platform และเลือกช่องทางการรับสื่อที่ตรงกับความต้องการของตนเองได้มากขึ้น โดยกรมประชาสัมพันธ์เน้นการเผยแพร่ข้อมูลผ่านช่องทางหลัก คือ สื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุกระจายเสียง และสื่อดิจิทัล แต่ประชาชนกลุ่มเป้าหมายในปัจจุบันมีความแตกต่าง และรวมตัวกันเฉพาะกลุ่มมากยิ่งขึ้น (Niche Market) เช่น พฤติกรรม ช่วงวัย เพศ การศึกษา อาชีพ พื้นที่ จึงจำเป็นต้องพัฒนาช่องทางการสื่อสารเดิม (วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์) ให้มีสัญญาณภาพและเสียงคมชัด ครอบคลุมพื้นที่กลุ่มเป้าหมาย รวมทั้งต้องแสวงหาช่องทางการสื่อสารใหม่ ๆ ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายเฉพาะกลุ่มได้มากยิ่งขึ้น เช่น การพัฒนาช่องทางสื่อออนไลน์ให้สามารถเข้าถึงได้ทุกอุปกรณ์ การเพิ่มช่องทาง Application บนมือถือ เป็นต้น

2. การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีและสถานการณ์ในประเทศและต่างประเทศ

2.1 ปัจจุบันเราอยู่ในยุคที่การสื่อสารรวดเร็วไว ทุกคนสามารถกลายเป็นสื่อได้เอง รวมทั้งเป็นผู้รับสารและผู้ส่งสารในเวลาเดียวกัน กอปรกับมีข้อมูลข่าวสารไหลเวียนอย่างรวดเร็วในสื่อช่องทางต่าง ๆ ทั้งทางสื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุกระจายเสียง สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อกิจกรรม และสื่อดิจิทัล รวมถึงสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ทำให้ข้อมูลที่ส่งออกมามีทั้งข่าวจริงและข่าวปลอม (Fake news) โดยที่ประชาชนส่วนใหญ่ไม่สามารถแยกแยะได้ จึงทำให้เกิดปัญหาข่าวปลอมขึ้น ซึ่งพบว่า ปัญหาข่าวปลอม (Fake News) แพร่กระจายในสื่อสังคมออนไลน์อย่างมาก แม้จะมีกลไกคณะปฏิบัติการข่าวสาร (Information Operation หรือ IO) 6 คณะ ได้แก่ 1) ด้านความมั่นคง 2) ด้านเศรษฐกิจ 3) ด้านสังคม 4) ด้านการต่างประเทศ 5) ด้านกฎหมายและกระบวนการยุติธรรม และ 6) ด้านบริหารราชการแผ่นดิน ช่วยชี้แจงข้อมูลแล้วก็ตาม แต่ก็ไม่สามารถกำจัดข่าวปลอมที่เกิดขึ้นมากมายได้ เนื่องจากขาดระบบติดตาม ตรวจสอบ และชี้แจง เพื่อต่อต้านข่าวปลอมที่มีมาตรฐานเช่นเดียวกับต่างประเทศ ที่จะทำให้ประชาชนสามารถตรวจสอบข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องได้ทันที

2.2 สถานการณ์การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นทั้งในและต่างประเทศ เช่น ภัยพิบัติ สาธารณภัย โรคภัยไข้เจ็บ รวมถึงเหตุการณ์ทางการเมือง สังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม ซึ่งส่งผลกระทบต่อทุกด้าน ทุกภาคส่วนของสังคม สร้างความตื่นตระหนก ความสับสน ก่อให้เกิดข่าวลวง ข่าวปลอม และความต้องการข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง เพื่อสามารถรับมือกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้น และป้องกันความเสียหายทั้งชีวิตและทรัพย์สิน ทั้งของประชาชนและของประเทศ

3. ได้รับงบประมาณด้านการพัฒนาบุคลากรน้อย

กรมประชาสัมพันธ์ ได้รับจัดสรรงบประมาณประจำปีเพื่อพัฒนาบุคลากรจำนวนเงินน้อยมาก โดยในปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 ได้รับจัดสรรงบประมาณสำหรับเป็นค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรมและสัมมนา ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ตาม พ.ร.บ. งบประมาณฯ จำนวน 667,300 บาท (งบดำเนินงาน 592,300 บาท งบรายจ่ายอื่น 75,000 บาท) ผู้เข้ารับการฝึกอบรม จำนวน 12 คน ซึ่งกรมประชาสัมพันธ์มีบุคลากรรวมทั้งหมด จำนวน 3,121 คน จำนวนผู้เข้ารับการฝึกอบรมคิดเป็นร้อยละ 0.38 ของบุคลากรทั้งหมด งบประมาณการฝึกอบรมที่ได้รับคิดเป็นร้อยละ 0.08 ของงบเงินเดือนและค่าจ้างประจำ ประกอบกับเงินรายได้ลดลงทุกปี จึงไม่มีงบประมาณเพียงพอสำหรับการพัฒนาบุคลากรให้ทั่วถึงและมีคุณภาพในทุกสายงาน โดยเฉพาะด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชน ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาทางเทคโนโลยีตลอดเวลา ส่งผลให้บุคลากรไม่ได้รับการพัฒนาเพื่อเพิ่มศักยภาพและประสิทธิภาพในการปฏิบัติหน้าที่ควร

ปัญหาที่เกิดจากปัจจัยภายใน

1. โครงสร้างกรมประชาสัมพันธ์ที่ใช้ในปัจจุบัน ไม่สอดคล้องกับบริบทที่เปลี่ยนแปลงไป

ปัจจุบันกรมประชาสัมพันธ์ดำเนินงานภายใต้การกำหนดภารกิจ โครงสร้าง ระบบการดำเนินงานเดิมตั้งแต่ปี พ.ศ. 2545 ในขณะที่เทคโนโลยี พฤติกรรมผู้รับข้อมูลข่าวสาร ช่องทางการสื่อสาร และสภาพแวดล้อมภายนอกเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม ส่งผลให้การดำเนินงานไม่คล่องตัวและส่งผลกระทบต่อการบรรลุเป้าหมายองค์กรภายใต้แผนปฏิบัติการฉบับใหม่ของกรมประชาสัมพันธ์ที่ให้ความสำคัญกับการเป็นผู้นำประเด็นการประชาสัมพันธ์ที่สำคัญ รวมทั้งนำเสนอข้อมูลที่เป็นสาระบันเทิงที่มีประโยชน์ต่อการดำเนินชีวิตของประชาชน มุ่งเน้นการประสานความร่วมมือในการทำงาน และพัฒนาองค์กรให้เป็นผู้นำด้านข้อมูล

2. การสรรหาคณะกรรมาธิการเข้าสู่ยุคดิจิทัล

ปัจจุบันมีการเปลี่ยนทางด้านเทคโนโลยีอย่างรวดเร็วและก้าวเข้าสู่สังคมยุคดิจิทัล โดยเฉพาะกรมประชาสัมพันธ์ในฐานะหน่วยงานด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชนของรัฐ แต่บุคลากรส่วนใหญ่ยังมีทักษะที่ไม่สอดคล้องกับเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไปดังกล่าว และแม้ว่าการพัฒนาบุคลากรจะสามารถแก้ปัญหาได้บางส่วน แต่ยังคงจำเป็นต้องสรรหาคณะกรรมาธิการเข้าสู่องค์กรที่มีทักษะเฉพาะด้าน เพื่อรองรับการเข้าสู่ยุคดิจิทัล

3. รูปแบบการนำเสนอรายการยังคงเป็นแบบราชการ ไม่น่าสนใจ

รูปแบบการนำเสนอรายการส่วนใหญ่ยังคงเป็นแบบราชการ ขาดสีสันจากการมีส่วนร่วม ขาดความหลากหลาย ไม่ตรงใจคนดู คนฟัง จึงต้องปรับตัว พัฒนารูปแบบรายการให้น่าสนใจและโดนใจประชาชนกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงเพิ่มช่องทางการสื่อสาร เพื่อให้ส่งข้อมูลข่าวสารไปถึงประชาชนกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งมีหลากหลายให้ได้

4. ด้านอุปกรณ์การกระจายเสียงและแพร่ภาพ

การดำเนินการด้านอุปกรณ์การกระจายเสียงและแพร่ภาพ ที่ประกอบไปด้วยเครื่องส่ง ห้องส่ง เสาอากาศ และอุปกรณ์ส่วนควบต่างๆ ได้ดำเนินการจัดซื้อในแต่ละปีงบประมาณ ใน 2 ลักษณะ คือ การจัดซื้อเพื่อจัดตั้งเครื่องส่งวิทยุโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล ซึ่งมีการดำเนินการตามแผนความถี่วิทยุที่สำนักงาน กสทช. กำหนด เพื่อขยายเขตบริการโทรทัศน์ระบบดิจิทัลให้ครอบคลุมพื้นที่กลุ่มเป้าหมาย และการจัดซื้อทดแทนเมื่ออุปกรณ์เสื่อมสภาพและไม่สามารถออกอากาศได้อย่างมีประสิทธิภาพ แต่ปัจจุบันกรมประชาสัมพันธ์ได้รับงบประมาณ ในแต่ละปีไม่เพียงพอในการจัดซื้อทดแทนอุปกรณ์ เครื่องมือต่างๆ ที่เสื่อมสภาพการใช้งาน รวมทั้ง การที่สถานีมีอุปกรณ์ที่มีอายุการใช้งานยาวนาน ทำให้มีความจำเป็นต้องหยุดออกอากาศเพื่อทำการซ่อมบำรุง บ่อยครั้งเป็นสาเหตุทำให้คุณภาพการให้บริการลดต่ำลง รวมทั้งไม่สามารถพัฒนาการผลิตรายการให้มีคุณภาพ เนื่องจากเทคโนโลยี วัสดุอุปกรณ์ที่ล้าสมัย

5. อาคารและที่พักข้าราชการ เจ้าหน้าที่ในส่วนภูมิภาคขัลดทรุดโทรม

กรมประชาสัมพันธ์ก่อตั้งมากกว่า 87 ปี มีสถานีวิทยุ โทรทัศน์อยู่ทั่วประเทศ เพื่อปฏิบัติการกิจ เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารสำคัญ และสารประโยชน์สู่ประชาชนในทุกพื้นที่ แม้เป็นถิ่นทุรกันดารห่างไกล และต้องปฏิบัติงาน ออกอากาศตั้งแต่เวลา 05.00 น. - 24.00 น. ทุกวันโดยไม่มีวันหยุด ปัจจุบันอาคารสถานที่ทำการ และบ้านพัก เหล่านี้มีสภาพชำรุดตามกาลเวลา เนื่องจากก่อสร้างมานานหลายปี ส่วนใหญ่อายุประมาณ 50-70 ปี บางแห่ง ก่อสร้างมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2497 ไม่สมควรใช้เป็นสถานที่ทำงาน หรือที่พักอีกต่อไป เนื่องจากจะเป็นอันตราย ต่อผู้ใช้งาน ไม่คุ้มค่าในการซ่อมแซม ส่งผลให้เกิดสภาพแวดล้อมที่ไม่เหมาะสมต่อการปฏิบัติงาน ไม่มีความปลอดภัย ขาดขวัญกำลังใจ เกิดภาพลักษณ์ไม่ดีของหน่วยงานต่อประชาชนผู้มาใช้บริการ

แนวทางการปรับปรุงแก้ไข

จากผลการประเมินการดำเนินงาน ในปี พ.ศ. 2562 ประชาชนกลุ่มเป้าหมายรับรู้ เข้าใจ และเชื่อมั่นในเนื้อหายุทธศาสตร์ชาติและนโยบายสำคัญของรัฐบาล และนำไปใช้ประโยชน์ พบว่าประชาชนส่วนใหญ่ ยังคงเปิดรับข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด และเสนอแนะให้ปรับปรุงและพัฒนาการดำเนินงานให้มีคุณภาพ ในขณะที่เปิดรับข่าวสารจากสื่อออนไลน์เพิ่มขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับ การสำรวจความคิดเห็นการเปิดรับชมโทรทัศน์ ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลระดับภูมิภาค (NBT ภูมิภาค ช่องหมายเลข 11) ระยะที่ 2 ปี พ.ศ. 2562 ที่แสดงความคิดเห็นว่าควรมีโทรทัศน์ช่อง NBT ภูมิภาค (ช่องหมายเลข 11) เนื่องจากเป็นการเพิ่มช่องทางในการเผยแพร่ ข้อมูลข่าวสารในท้องถิ่นให้ประชาชนได้รับรู้ข่าวสารมากขึ้น และควรพัฒนาปรับปรุงและสร้างสรรค์รายการ ให้นำเสนอที่น่าสนใจติดตามมีเนื้อหาที่เข้าใจง่ายกระชับและลดการนำเสนอในรูปแบบราชการลง รวมทั้ง ผลการสำรวจ (Poll) ในหัวข้อ พ.ร.บ. การรักษาความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ปี 2562 ควรเน้นการประชาสัมพันธ์ในสื่อที่เยาวชน คนรุ่นใหม่ ซึ่งเป็นกลุ่มสำคัญในการใช้สื่อสังคมออนไลน์นิยมบริโภค ได้แก่ Facebook LINE ซึ่งจะทำให้ประชาชน เกิดความเชื่อมั่น และลดการกระทำผิดบนสังคมออนไลน์ โดยเฉพาะการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่ไม่ถูกต้อง

(Fake News) รวมทั้ง แผนแม่บทที่ 10 การปรับเปลี่ยนค่านิยมและวัฒนธรรม แผนย่อยที่ 3 การใช้สื่อและสื่อสารมวลชนในการปลูกฝังค่านิยมและวัฒนธรรมของคนในสังคม กำหนดให้กรมประชาสัมพันธ์รับผิดชอบการสร้างให้สื่อในสังคมไทยมีความเข้มแข็ง สามารถสร้างภูมิคุ้มกันให้แก่ประชาชนในสังคม ทำให้เกิดสังคมแห่งการเรียนรู้ปลอดภัยและสร้างสรรค์เพิ่มขึ้น

ซึ่งนับเป็นโอกาสที่กรมประชาสัมพันธ์จะปรับปรุงพัฒนาการดำเนินงาน เพื่อให้การนำเสนอข้อมูลข่าวสาร นโยบาย ที่ถูกต้อง ตรงกับความต้องการของประชาชน โดยกรมประชาสัมพันธ์ต้องพัฒนารูปแบบ เนื้อหา การนำเสนอข้อมูลการประชาสัมพันธ์ รวมทั้งต้องเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์ ให้ครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมาย อย่างเท่าทันต่อความเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยเฉพาะสื่อดิจิทัลโดยใช้สื่อสังคมออนไลน์ เนื่องจากสื่อเหล่านี้สามารถขยายเครือข่ายไปยังกลุ่มคนรุ่นใหม่ได้อย่างรวดเร็ว ครอบคลุมพื้นที่ในวงกว้าง ซึ่งต้องรักษาคุณภาพ และการสื่อสารผ่านช่องทางเดิมให้ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมาย ดังนั้นจึงต้องบูรณาการการใช้สื่อให้ครบถ้วนทุกช่องทางทั้ง On Air (เผยแพร่ทางสื่อวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาค) Online (เผยแพร่ทางสื่อดิจิทัล) On Ground (เผยแพร่ผ่านการจัดกิจกรรมเน้นสร้างการมีส่วนร่วม) รวมทั้งการสร้างเครือข่ายในด้านข้อมูลข่าวสารและการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ โดยปรับปรุงพัฒนาในประเด็นสำคัญ ดังนี้

1. ประชาชนยังคงรับรู้ข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับยุทธศาสตร์ชาติและนโยบายสำคัญของรัฐบาลจากสื่อหลักของกรมประชาสัมพันธ์ ได้แก่ สื่อวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย (NBT) และสื่อวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จึงควรดำเนินการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อหลัก (สื่อโทรทัศน์ และสื่อวิทยุ) ไว้เช่นเดิม เพื่อรักษาฐานผู้ชมและผู้ฟังกลุ่มเดิมไว้ให้ได้อย่างต่อเนื่อง และสร้างความเท่าเทียมในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของประชาชนทุกกลุ่ม ทุกพื้นที่บนพื้นฐานสื่อของรัฐเพื่อประโยชน์สาธารณะ

2. มุ่งเน้นการใช้สื่อดิจิทัลและปรับข้อมูลข่าวสารให้มีความทันสมัยเสมอ เนื่องจากสื่อดิจิทัลได้รับความนิยมมากขึ้นอย่างรวดเร็ว สามารถตอบสนองความต้องการข่าวสารในยุคปัจจุบันได้ดี และทันต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการรับสื่อของประชาชน และสามารถขยายฐานกลุ่มเป้าหมายใหม่ๆ จึงควรใช้และพัฒนาสื่อดิจิทัล ทั้งด้านการนำเสนอข้อมูล และรูปแบบการผลิตสื่อ โดยใช้สื่อสังคมออนไลน์ เนื่องจากสื่อเหล่านี้สามารถขยายเครือข่ายไปยังกลุ่มคนรุ่นใหม่ได้อย่างรวดเร็ว ครอบคลุมพื้นที่ในวงกว้าง

3. ควรพัฒนาและเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์ให้ครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมาย ทั้งในระดับประเทศและระดับภูมิภาค และเพิ่มช่องทางในการสื่อสารที่นอกเหนือจากสื่อในสังกัดที่มี รวมทั้งการสร้างเครือข่ายในด้านข้อมูลข่าวสารและการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ เป็นการเพิ่มช่องทางในการสร้างการรับรู้ ความเข้าใจ และความเชื่อมั่นเกี่ยวกับนโยบายต่างๆของรัฐบาล

4. ให้ความสำคัญกับการแก้ไขปัญหาข่าวลวง ข่าวปลอม รวมทั้งเป็นแหล่งอ้างอิงสำคัญ ในการตรวจสอบข้อมูลที่ถูกต้องของประชาชน โดยมีกระบวนการบริหารจัดการ Fake News ที่เป็นรูปธรรม มีการจัดทำระบบข้อมูลข่าวสารที่ผลิตขึ้นโดยกรมประชาสัมพันธ์ และการเชื่อมประสานข้อมูลกับหน่วยงานภายนอก เพื่อเป็นคลังข้อมูลระดับประเทศในการตรวจสอบข่าวสารที่เกิดขึ้นในสังคมได้อย่างรวดเร็ว ถูกต้องทันเวลา

โดยมีการแก้ไขปัญหาที่เกิดจากปัจจัยภายนอกและภายใน ดังนี้

การแก้ไขปัญหาที่เกิดจากปัจจัยภายนอก

1. การนำเสนอข้อมูลข่าวสาร

1.1 การบริหารจัดการข้อมูลข่าวสารเชิงรุก การสำรวจพฤติกรรม การเปิดรับสื่อ ความต้องการ ความสนใจของประชาชนต่อประเด็นข้อมูลข่าวสาร ผ่านช่องทางและรูปแบบต่าง ๆ อาทิ การสำรวจด้วยแบบสอบถามสั้น ๆ บ่อย ๆ (Pulse survey) การรวบรวมวิเคราะห์ความคิดเห็นของประชาชนจากสื่อสังคมออนไลน์ ผ่าน Social Listening : “ผลการเช็คคุณหมุมสังคมไทย” การรวบรวมและจัดลำดับการให้ความสำคัญในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของสื่อมวลชนทั้งในและต่างประเทศ เพื่อนำมาวิเคราะห์กำหนดประเด็นสำคัญในทุกระดับทั้งในส่วนภูมิภาค และในระดับประเทศ รวมทั้งสามารถพยากรณ์ประเด็นสำคัญที่จะเป็นกระแสสังคม นำมาจัดทำกรอบเนื้อหาการประชาสัมพันธ์ส่งให้หน่วยปฏิบัติในสังกัดนำข้อมูลไปปรับใช้ในการสื่อสารผ่านรูปแบบ ช่องทางที่เหมาะสม สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายเพื่อสร้างการรับรู้ ความเข้าใจแก่ประชาชนในแต่ละพื้นที่ เพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารประเด็นและข้อมูลข่าวสารให้เป็นไปอย่างมีเอกภาพ โดยการปรับเนื้อหาข้อมูลข่าวสารที่นำเสนอให้เป็นข้อมูล ภาษา เนื้อหา ที่เข้าใจง่าย และเหมาะสมสอดคล้องกับสื่อที่ใช้เผยแพร่ อาทิ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และสื่อดิจิทัล เป็นต้น รวมถึงเน้นการนำเสนอข้อมูลในเชิงลึกและเน้นประเด็นข่าวที่มีผลกระทบในวงกว้างต่อสังคมและเป็นที่สนใจของประชาชน

1.2 การแก้ไขปัญหาการบิดเบือนข้อมูลข่าวสาร และแก้ไขปัญหาลวงปลอม (Fake News) เพื่อสร้างการรับรู้และความเข้าใจที่ถูกต้องแก่ประชาชนและหยุดยั้งข่าวลวงอย่างรวดเร็ว และเป็นข้อมูลที่ถูกต้องผ่านกระบวนการ ดังนี้

- ร่วมมือกับหน่วยงานต่าง ๆ ในการตรวจสอบ และจัดทำข้อมูลที่ถูกต้อง โดยดำเนินการผ่านกระบวนการตรวจสอบข่าวปลอมบูรณาการร่วมกับกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม และหน่วยงาน 20 กระทรวง เปิดช่องทางเพจข่าวจริงประเทศไทย Line@ ศูนย์ต่อต้านข่าวปลอม / Fakebook ศูนย์ต่อต้านข่าวปลอม เว็บไซต์ www.antifakenewscenter.com หรือ ทวิตเตอร์ @ AFNCThailand ให้ประชาชนสามารถตรวจสอบข้อมูลข่าวสารว่าจริงหรือปลอมภายใน 24 ชั่วโมง

- เพิ่มช่องทางการให้ความรู้แก่ประชาชน เพื่อสร้างการรู้เท่าทันสื่อผ่านรายการต่าง ๆ เช่น รายการซัวร์หรือมัวร์ ทาง NBT2HD การประชาสัมพันธ์รณรงค์ใช้สื่ออย่างสร้างสรรค์และรู้เท่าทันสื่อผ่านช่องทางต่าง ๆ ของกรมประชาสัมพันธ์ทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาค

- การสร้างเครือข่ายเฝ้าระวังข่าวปลอม (Fake News) ภาคประชาชน โดยดำเนินการสร้างเครือข่าย อสม. จำนวน 100 คนใน 3 จังหวัด (อยุธยา พิษณุโลก และนครราชสีมา) ซึ่งเครือข่ายดังกล่าวก็ได้ส่งต่อข่าวสารต่อไปอีกคนละ 10,000 จนมีเครือข่ายการ อสม. เฝ้าระวังข่าวปลอม ตรวจสอบข่าวจริง และสื่อสาร

ราว 30,000 คน นอกจากนี้ยังมีเครือข่ายวิทยุชุมชนและ เครือข่าย อปมช. ของกรมประชาสัมพันธ์ที่ได้เป็น เครือข่ายในการส่งข้อมูลข่าวสารทั่วประเทศ

2. การพัฒนาหรือปรับปรุงช่องทาง เพื่อการประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้และเข้าใจแก่ประชาชน

2.1 เพิ่มช่องทางการเผยแพร่ออกอากาศ โดยใช้ช่องทางแบบผสมผสาน เช่น ใช้สื่อหลักควบคู่กับช่องทางออนไลน์ อาทิ เว็บไซต์ โซเชียลมีเดีย (Twitter Facebook Application) ใช้เนื้อหาที่ออกอากาศทางคลื่นวิทยุ มาผสมผสานกับช่องทางอื่นเพื่อให้น่าสนใจ อาทิ ทำคลิป หรือแอนิเมชัน พัฒนาแอปพลิเคชันบนออนไลน์ เพื่อรองรับกับพฤติกรรมกรับฟังของผู้ฟังที่เปลี่ยนไป รวมทั้ง เพิ่มช่องทางการสื่อวิทยุกระจายเสียงโดยให้มีการรับฟังรายการต่าง ๆ ทาง Podcast ซึ่งเป็นช่องทางการเผยแพร่ข้อมูลเสียงบน platform online อีกช่องทางหนึ่ง

2.2 การพัฒนาช่องการสื่อสารเพื่อเปิดโอกาสให้ประชาชนทุกกลุ่ม ทุกอายุ สามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างทั่วถึง เท่าเทียม ทั้งกลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มคนพิการ กลุ่มผู้ไม่รู้หนังสือ กลุ่มคนยากจนที่ไม่เข้าถึงเทคโนโลยีสมัยใหม่ เช่น การจัดทำบริการ “คำบรรยายแทนเสียง Closed Caption: CC” สำหรับกลุ่มคนพิการหูหนวก และจัดทำบริการ “ล่ามภาษามือ” และบริการ “เสียงบรรยายภาพ Audio Description: AD” สำหรับกลุ่มคนตาบอด การพัฒนาประสิทธิภาพการส่งสัญญาณออกอากาศ เครื่องมือ อุปกรณ์สื่อวิทยุ สื่อโทรทัศน์ทำให้ประชาชนสามารถรับชมรับฟังได้ผ่านเครื่องรับโทรทัศน์ระบบดิจิทัลความคมชัดสูง เพิ่มช่องทางสื่อออนไลน์ และการสร้างเครือข่ายประชาสัมพันธ์เพื่อส่งข้อมูลให้เครือข่ายนำไปสร้างความรู้ความเข้าใจสู่ประชาชนหรือเครือข่ายของตนต่อไป

2.3 การพัฒนาช่องทางดิจิทัล ในปัจจุบันกรมประชาสัมพันธ์ได้ใช้เครื่องมือทางดิจิทัลในการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารอย่างต่อเนื่อง

- พัฒนาเว็บไซต์กรมประชาสัมพันธ์ ให้สามารถเปิดรับข้อมูลข่าวสารได้ทุก Platform (Responsive Web Design) ซึ่งจะมีการปรับเปลี่ยนขนาดของเว็บไซต์ให้เหมาะสมกับการแสดงผลบนหน้าจอขนาดต่างๆ และความละเอียดของหน้าจอในอุปกรณ์ที่แตกต่างกัน เช่น คอมพิวเตอร์ โน้ตบุ๊ก โทรศัพท์มือถือ แท็บเล็ต

- สร้างและพัฒนาสื่อออนไลน์ Official หลักของประเทศ เพื่อใช้ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่รวดเร็ว ในรูปแบบที่สั้นกระชับ เข้าใจง่าย ประชาชนสามารถนำไปปฏิบัติได้ทันที เช่น เว็บไซต์ พระราชพิธีบรมราชาภิเษก <http://www.phralan.in.th> เพจศูนย์ข้อมูลโควิด-19 ซึ่งเป็นศูนย์กลางข้อมูลข่าวสารบนสื่อออนไลน์ เป็นการเปิดช่องทางการสื่อสารใหม่ให้แก่ประชาชนและสื่อมวลชน ซึ่งสถิติการเข้าถึงในระหว่างเดือน มีนาคม - มิถุนายน 63 มากกว่า 1,298 ล้านครั้ง

- บูรณาการดำเนินงานเว็บไซต์หลักของกรมประชาสัมพันธ์ เว็บไซต์ของหน่วยงานในสังกัด และสื่อสังคมออนไลน์ทุกแพลตฟอร์มร่วมกันทุกพื้นที่ทั่วประเทศ เช่น การถ่ายทอดการลงพื้นที่และการประชุมคณะรัฐมนตรีสัญจร ที่เผยแพร่ข่าว สกู๊ป รวมทั้งการถ่ายทอดสด ทั้งโทรทัศน์ วิทยุ และสื่อออนไลน์ โดยเฉพาะในวาระสำคัญของประเทศ หรือในช่วงภาวะวิกฤต

- เพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารประชาสัมพันธ์สู่กลุ่มเป้าหมายชาวต่างประเทศ และชาวไทย สร้างการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับนโยบายรัฐบาล ภาพลักษณ์ของประเทศไทย ผ่านช่องทางการสื่อสารสมัยใหม่ ได้แก่ เว็บไซต์หลัก <https://.thailand.prd.go.th>, <http://thainews.prd.go.th/en> Facebook : PR Thai Government / NBT world / Thai Thai by Madam Aree / Radio Thailand World Service และ Twitter : PR Thai Government / Radio Thailand World Service ส่งผลให้ประชาชนชาวไทยได้รับทราบข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์จากต่างประเทศ และเกิดภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศไทยในสายตาชาวโลก

2.4 การพัฒนาที่วิภูมิภาค จากผลการสำรวจความคิดเห็นการเปิดรับชมโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิตอลระดับภูมิภาค (NBT ภูมิภาค ช่องหมายเลข 11) ระยะที่ 2 ปี พ.ศ. 2562 คิดเห็นว่าควรมีโทรทัศน์ช่อง NBT ภูมิภาค (ช่องหมายเลข 11) เนื่องจากเป็นการเพิ่มช่องทางการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในท้องถิ่นให้ประชาชนได้รับรู้ข่าวสารมากขึ้น โดยเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ นโยบาย การดำเนินงานภาครัฐ ข่าวสารประจำวันที่เกี่ยวข้องในแต่ละพื้นที่ ซึ่งมีความแตกต่างกันเป็นการเติมเต็มข้อมูลข่าวสารที่สื่อจากส่วนกลางไม่สามารถนำเสนอได้โดยการใช้ภาษาถิ่น และสามารถส่งข้อมูลถึงกลุ่มเป้าหมายในแต่ละภูมิภาคได้ตรงตามต้องการ รวมทั้งเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมในแต่ละภูมิภาค สืบสานประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่น สร้างโอกาสและการมีส่วนร่วมในการใช้ช่องทางการสื่อสารของรัฐในการพัฒนาท้องถิ่นทั้งด้านสังคม เศรษฐกิจ ส่งเสริมวัฒนธรรมและเอกลักษณ์ของชาติ และการสื่อสารในภาวะวิกฤตในแต่ละพื้นที่ ผ่านรายการข่าว สกู๊ปข่าว และรายการต่าง ๆ อาทิ รายการอีสานวันนี้ รายการข่าวภาคเหนือ ข่าวเด่นประเด็นใต้ รายการชุมชนเล่าเรื่อง

3. ขอรับจัดสรรงบประมาณประจำปี ให้เพียงพอในการพัฒนาบุคลากรรองรับการเข้าสู่ยุคดิจิทัล

กรมประชาสัมพันธ์ในฐานะหน่วยงานด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชนของรัฐ บุคลากรของกรมประชาสัมพันธ์ต้องมีทักษะในเรื่องการสื่อสาร จึงจำเป็นต้องมีการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรให้รองรับการเปลี่ยนแปลงให้ก้าวทันโลกยุคดิจิทัล อีกทั้งแผนปฏิรูปประเทศด้านสื่อสารมวลชน เทคโนโลยีสารสนเทศ กำหนดให้กรมประชาสัมพันธ์ยกระดับสถาบันการประชาสัมพันธ์ เป็นสถาบันพัฒนาบุคลากรและวิชาชีพด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชนของประเทศ พัฒนาบุคลากรของรัฐในด้านการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ในยุคดิจิทัล ดังนั้นจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งที่ต้องขอรับการจัดสรรงบประมาณจำนวนที่เพียงพอต่อการพัฒนาศักยภาพบุคลากรทั้งองค์กรได้

การแก้ไขปัญหาที่เกิดจากปัจจัยภายใน

1. การทบทวนปรับปรุงโครงสร้างของกรมประชาสัมพันธ์

กรมประชาสัมพันธ์ ได้ทบทวนปรับปรุงโครงสร้างองค์กร และวางแนวทางการปรับเปลี่ยนองค์กรไปสู่การเป็นหน่วยงานภาครัฐที่มีประสิทธิภาพ เกิดผลสัมฤทธิ์ต่อภารกิจของรัฐมีความเหมาะสม คุ่มค่าตอบสนองต่อการให้บริการประชาชน รวมถึงการบริหารทรัพยากรบุคคล การวางแผนอัตรากำลัง การกำหนดตำแหน่ง และการพัฒนาทักษะใหม่โดยเฉพาะด้านดิจิทัลให้กับคนในองค์กร เพื่อให้สามารถปฏิบัติงานรองรับและสนับสนุนภารกิจใหม่ของกรมประชาสัมพันธ์ สอดคล้องและทันต่อบริบทที่เปลี่ยนแปลงไป ซึ่งต้องรับฟังความคิดเห็นจากบุคลากรในองค์กร เพื่อสร้างความเข้าใจ และมีส่วนร่วมในการปรับปรุงพัฒนาองค์กรร่วมกัน

2. การพัฒนาและสรรหาบุคลากรรองรับการเข้าสู่ยุคดิจิทัล

2.1 การสรรหาบุคลากรด้านสื่อสารดิจิทัล เพื่อให้มีนักคิดนักสร้างสรรค์ในการสื่อสารด้วยเทคโนโลยีใหม่ โดยเฉพาะการวางแผนอัตรากำลังและการสรรหาบุคลากรที่มีสมรรถนะด้านสื่อสารดิจิทัล รองรับ การปฏิบัติงาน และการพัฒนารูปแบบการสื่อสารของกรมประชาสัมพันธ์ให้ทันต่อสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง

2.2 การพัฒนาบุคลากรกรมประชาสัมพันธ์เฉพาะด้าน โดยเฉพาะด้านการผลิตและสื่อสารผ่านช่องทางสื่อดิจิทัล ซึ่งเป็นช่องทางที่สำคัญในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในปัจจุบัน รวมทั้ง อุปกรณ์และเทคโนโลยี การสื่อสารใหม่ ๆ โดยพัฒนาทั้งในรูปแบบการฝึกอบรม การฝึกปฏิบัติ การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างหน่วยงานสื่อต่าง ๆ ทั้งในและต่างประเทศ การสอนงาน เพื่อพัฒนาบุคลากรให้มีคุณภาพ เป็นนักคิดสร้างสรรค์ นักปฏิบัติการ ที่มีกลยุทธ์สามารถนำเสนอรายการได้อย่างน่าสนใจ ตรงใจประชาชน เน้นทักษะด้านการนำเสนอแนวคิดสร้างสรรค์ เพิ่มสมรรถนะด้านการใช้เทคโนโลยีของบุคลากรให้ทันยุคทันสมัย

3. การปรับปรุงเนื้อหา และรายการ

3.1 ปรับเนื้อหาข้อมูลข่าวสาร เพิ่มสัดส่วนเนื้อหาด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง ทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ ปัญหาความเดือดร้อนของประชาชน นำเสนอให้เป็นข้อมูล ภาษา เนื้อหา ที่เข้าใจง่าย และเหมาะสมสอดคล้องกับสื่อที่ใช้เผยแพร่ อาทิ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และสื่อดิจิทัล พร้อมทั้งเพิ่มช่องทางการสื่อสารทางสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Video Call การถ่ายทอดสดผ่าน Facebook Live ซึ่งทำให้ประชาชนสามารถเปิดรับข้อมูลข่าวสารได้หลากหลายช่องทาง รวมทั้ง เพิ่มเติมเนื้อหาการรณรงค์ใช้สื่ออย่างสร้างสรรค์และรู้เท่าทันสื่อ โดยการสร้างความตระหนักรู้ให้กับประชาชนผ่านสื่อทุกรูปแบบ รวมทั้ง เน้นการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง เน้นการตรวจสอบข้อมูลก่อนนำเสนอ ทำให้ข่าวสารที่เสนอมีความเหมาะสม มีคุณค่าอย่างสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นการดำเนินการขับเคลื่อนการปฏิรูปด้านเทคโนโลยี สื่อสารมวลชน โดยมีเป้าหมายที่จะนำเสนอข้อมูลข่าวสารนโยบายที่ถูกต้องตรงกับความต้องการของประชาชน โดยดำเนินการ ผ่านพัฒนารายการข่าวทั้งข่าวภาคหลัก ข่าวต้นชั่วโมง ปรับปรุงเพิ่มเนื้อหาข่าว และเจาะลึกประเด็นข่าวสารที่สำคัญ เน้นประเด็นทางสังคมที่ประชาชนได้รับผลกระทบ และพร้อมหาทางแก้ไขปัญหา ในรายการเรื่องดังหลังข่าว

3.2 ปรับปรุงรายการ โดยปรับปรุงแบบให้ตอบสนอง เข้าถึงผู้ชมผู้ฟังได้รวดเร็ว ทันที่ทั้งที่ในทุกสถานการณ์ สร้างการมีส่วนร่วม เปิดโอกาสให้ประชาชนแสดงความคิดเห็นผ่านช่องทางต่าง ๆ โดยเฉพาะกลุ่มเยาวชน ให้สามารถมาใช้พื้นที่สื่อของกรมประชาสัมพันธ์แสดงความคิดเห็น เสนอแนะแนวทางในเชิงสร้างสรรค์ต่อรัฐบาลและภาคส่วนต่าง ๆ เพื่อแก้ไขปัญหาและพัฒนาประเทศด้านต่าง ๆ สะท้อนผ่านมุมมองของเด็กและเยาวชน

ในสถานการณ์ฉุกเฉิน หรือภาวะวิกฤติต่างๆ ได้มีการปรับปรุงรายการให้สอดคล้องกับสถานการณ์ เช่น ปรับช่อง NBT เป็น COVID Channel ผลิตรายการเพื่อให้ประชาชนรับรู้ข้อมูลข่าวสารอย่างต่อเนื่องตลอดเวลา ประกอบด้วย รายการ NBT มีคำตอบ / รายการรวมใจสู้ภัยโควิด-19 / รายการพิเศษศูนย์บริหารสถานการณ์โควิด-19 / ฟังชัดๆ ถนอมจัดให้ / เรื่องดังหลังข่าว / คอยถึงแก่น / การปรับรายการ “ทั่วทิศถิ่นไทย” ให้เป็นรายการ “ถาม-ตอบ ปัญหาโควิด” ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19

4. จัดทำแผนภาพรวมการใช้งบประมาณ เพื่อซื้อเครื่องมือและอุปกรณ์ขนาดใหญ่ให้ชัดเจน

โดยจัดทำแผนภาพรวมการใช้งบประมาณกรมประชาสัมพันธ์ระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2561 – 2565) เพื่อเป็นแผนในการบำรุงรักษา ปรับปรุง ซ่อมแซม และขอรับงบประมาณในการดำเนินงาน ทั้งนี้ แผนงบประมาณกรมประชาสัมพันธ์ระยะ 5 ปี ที่ผ่านมาก กรมประชาสัมพันธ์มีการจัดทำแผนลักษณะเป็นโครงการรายสถานี เป็นกลุ่ม หรือ ระบบ เนื่องจากลักษณะในการทำงานในแต่ละสถานีหรือระบบจะมีอุปกรณ์ที่ต้องทำงานสัมพันธ์กัน (พร้อมอุปกรณ์ส่วนควบ) ขาดอย่างใดอย่างหนึ่งไม่ได้ ซึ่งที่ผ่านมาเน้นทางด้าน การเปลี่ยนผ่านการออกอากาศจากระบบอนาล็อกสู่ระบบดิจิทัล และการเปลี่ยนคุณภาพของภาพเป็นระบบ HD ตามที่ได้กล่าวไปข้างต้นแล้ว กรมประชาสัมพันธ์ได้มีแนวทางพิจารณาการจัดทำแผนภาพรวมการใช้งบประมาณ ดังนี้

1) นโยบายของภาครัฐ (Thailand 4.0) กระทรวงดิจิทัลและตามกฎระเบียบ ข้อกำหนด นโยบายของ กสทช. เช่น การปรับเปลี่ยนระบบการส่งสัญญาณจากอนาล็อกเป็นระบบดิจิทัล การจัดสรรคลื่นความถี่ พรบ.ความมั่นคงปลอดภัยด้านสารสนเทศแห่งชาติ เป็นต้น

2) นโยบายด้านการพัฒนาสื่อวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์และสื่อสมัยใหม่ของคณะผู้บริหารกรมฯ และแผนพัฒนาดิจิทัล กรมประชาสัมพันธ์ เพื่อเป็นกรอบและทิศทางในการจัดหาเครื่องมือและอุปกรณ์ด้านไฟฟ้าวิทยุ/โทรทัศน์และด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยคุณสมบัติและราคาอิงตามเกณฑ์ที่กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมกำหนด (ด้านครุภัณฑ์คอมพิวเตอร์) เช่น แนวทางการพัฒนาวิทยุกระจายเสียงระบบ FM และ AM เป็นต้น

3) ความเร่งด่วนในการปรับปรุง ซ่อมแซม ครุภัณฑ์ที่ได้ผลกระทบเสียหายจากภัยพิบัติต่างๆ หรือในกรณีฉุกเฉินต่างๆ เช่น ภัยพิบัติน้ำท่วม ไฟไหม้ การก่อความไม่สงบ เป็นต้น

4) อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ส่วนใหญ่จะมีอายุการใช้งานอยู่ระหว่าง 5 – 7 ปี จึงจำเป็นต้องปรับเปลี่ยน ซ่อมแซมทั้งระบบ เพื่อให้ระบบมีประสิทธิภาพพร้อมใช้งานอย่างต่อเนื่อง และทันต่อการเปลี่ยนแปลง

เทคโนโลยี โดยมีการจัดทำแผนปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงานของเครื่องมือและอุปกรณ์ตามรอบ/ การบำรุงรักษา ระยะ 5 ปี (พ.ศ.2561 - 2565) (ด้านครุภัณฑ์ไฟฟ้าวิทย์) รวมถึงจัดทำระบบฐานข้อมูลเครื่องมือ และอุปกรณ์ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อประกอบการพิจารณาจัดหาทดแทนเมื่อถึงกำหนดตามเกณฑ์ (ด้านครุภัณฑ์คอมพิวเตอร์)

5) การพัฒนารูปแบบการผลิต คุณภาพของสัญญาณและการบริหารจัดการให้มีความทันสมัยตามเทคโนโลยีและอุปกรณ์สมัยใหม่ เช่น การนำเทคโนโลยี broadband มาใช้งาน การใช้อุปกรณ์ด้านดิจิทัลมาบริหารจัดการ เป็นต้น

5. ขอรับจัดสรรงบประมาณในการก่อสร้างอาคารที่ทำการ และอาคารที่พัก ทดแทนอาคารหลังเดิมที่ไม่สามารถซ่อมแซมได้

กรมประชาสัมพันธ์ได้จัดทำแผนการปรับปรุง ซ่อมแซม ก่อสร้างอาคารที่ทำการ ที่พักอาศัย และสิ่งก่อสร้างประกอบ โดยจัดลำดับความสำคัญตามอายุการใช้งาน และความชำรุดทรุดโทรมของสภาพอาคาร รวมทั้งการประเมินด้านความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สิน และความเร่งด่วนในการปรับปรุง ซ่อมแซม เพื่อขอรับจัดสรรงบประมาณในการก่อสร้างอาคารหลังใหม่ หรือทดแทนอาคารที่ทำการหลังปัจจุบันที่ไม่สามารถซ่อมแซมและปรับปรุงได้ ซึ่งจะทำให้มีสถานที่ทำงานและอาคารที่พักอาศัยมีความมั่นคง แข็งแรง ปลอดภัย สร้างขวัญกำลังใจ เพิ่มประสิทธิภาพ คุณภาพในการทำงาน และการให้บริการประชาชน รวมถึงเกิดภาพลักษณ์ที่ดีแก่หน่วยงาน