

ด่วนที่สุด

ที่ นร ๐๒๒๐.๐๒/๑๙๕๓



กท. 150
22 ก.ค. 63
16.00

สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี
รหัสเรื่อง : ส34951
รับที่ : ๘7977/63
วันที่ : 22 ก.ค. 63 เวลา: 15:45

คณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ
กรมประชาสัมพันธ์
ถนนพระราม ๖ เขตพญาไท
กรุงเทพฯ ๑๐๕๐๐

๒๒ กรกฎาคม ๒๕๖๓

เรื่อง (ร่าง) นโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ ๕ พ.ศ. ๒๕๖๓ - ๒๕๖๕ (ฉบับปรับปรุงให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี)

เรียน เลขาธิการคณะรัฐมนตรี

อ้างถึง ๑. ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรี ว่าด้วยการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๕๓

๒. หนังสือสำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี ด่วนที่สุด ที่ นร ๐๕๐๕/๓๕๗๕๑ ลงวันที่ ๙ ตุลาคม ๒๕๕๘

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. หนังสือรองนายกรัฐมนตรีเห็นชอบให้เสนอคณะรัฐมนตรี

๒. (ร่าง) นโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ ๕ พ.ศ. ๒๕๖๓ - ๒๕๖๕ (ฉบับปรับปรุงให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี) พร้อมวิธีทัศน์

ด้วยคณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติขอเสนอเรื่อง (ร่าง) นโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ ๕ พ.ศ. ๒๕๖๓ - ๒๕๖๕ (ฉบับปรับปรุงให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี) มาเพื่อคณะรัฐมนตรีพิจารณา โดยเรื่องนี้เข้าข่ายที่จะต้องนำเสนอคณะรัฐมนตรีตามพระราชกฤษฎีกาว่าด้วยการเสนอเรื่องและการประชุมคณะรัฐมนตรี พ.ศ. ๒๕๔๘ มาตรา ๔ (๑) รวมทั้งสอดคล้องกับการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์ชาติในด้าน (๓) การศาสนา ศิลปวัฒนธรรม และการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ทั้งนี้ รองนายกรัฐมนตรี (นายวิษณุ เครืองาม) กำกับการบริหารราชการกรมประชาสัมพันธ์และในฐานะประธานกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติได้เห็นชอบให้นำเรื่องดังกล่าวเสนอคณะรัฐมนตรีด้วยแล้วรายละเอียดตามสิ่งที่ส่งมาด้วย ๑

ทั้งนี้ เรื่องดังกล่าวมีรายละเอียด ดังนี้

๑. เรื่องเดิม

๑.๑ ความเป็นมาของเรื่องที่จะเสนอ

ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรี ว่าด้วยการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๕๓ ข้อ ๙ (๑) กำหนดให้คณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ (กปช.) มีอำนาจหน้าที่เสนอ นโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติต่อคณะรัฐมนตรีเพื่อให้ความเห็นชอบ รวมทั้งเสนอแนะเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ของชาติ ซึ่งคณะรัฐมนตรีได้มีมติเมื่อวันที่ ๖ ตุลาคม ๒๕๕๘ เห็นชอบนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ ๕ (พ.ศ. ๒๕๕๙ - ๒๕๖๔) รายละเอียดตามหนังสือที่อ้างถึง ๑ และ ๒ แต่เนื่องจากนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ ๕ (พ.ศ. ๒๕๕๙ - ๒๕๖๔) ได้จัดทำขึ้นก่อนการประกาศใช้ยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี ดังนั้น คณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ (กปช.) จึงดำเนินการปรับปรุงเป็นนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ ๕ พ.ศ. ๒๕๖๓ - ๒๕๖๕ (ฉบับปรับปรุงให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี)

๑.๒ ผลการดำเนินการที่ผ่านมา

คณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติได้ร่วมกับหน่วยงานภาครัฐกำหนดเรื่องสื่อสารสำคัญประจำปีที่เกี่ยวข้องกับนโยบายของรัฐบาลเพื่อสร้างการรับรู้และความเข้าใจให้แก่ประชาชน สร้างภูมิคุ้มกันไม่ให้หลงเชื่อข่าวปลอม (Fake News) รวมทั้งดำเนินการประเมินผลการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของประชาชน

ในภาพรวม...

ในภาพรวมเพื่อรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอของประชาชนที่มีต่อการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐเสนอ คณะรัฐมนตรีเป็นประจำทุกปี แล้วส่งข้อเสนอขึ้นไปให้หน่วยงานภาครัฐเจ้าของเรื่องสื่อสารฯ เพื่อนำไป พัฒนาการดำเนินงานให้ตรงกับความต้องการของประชาชน

๒. เหตุผลความจำเป็นที่ต้องเสนอคณะรัฐมนตรี

มติคณะรัฐมนตรีเมื่อวันที่ ๔ ธันวาคม ๒๕๖๐ วันที่ ๑๒ มีนาคม ๒๕๖๒ และวันที่ ๑๑ มิถุนายน ๒๕๖๒ เห็นชอบการจำแนกแผนเป็น ๓ ระดับ และให้หน่วยงานของรัฐปรับปรุงแผนระดับ ๓ ในความรับผิดชอบให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติและแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ นอกจากนี้ระเบียบ สำนักงานนายกรัฐมนตรี ว่าด้วยการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๕๓ ข้อ ๙ (๑) กำหนดให้มีคณะกรรมการ ประชาสัมพันธ์แห่งชาติ (กปช.) ทำหน้าที่เสนอนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติต่อคณะรัฐมนตรี เพื่อให้ความเห็นชอบ ดังนั้น คณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ (กปช.) จึงได้ปรับปรุงนโยบายและ แผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ ๕ ให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติและแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ซึ่งสำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) ได้พิจารณากลับกรองตามขั้นตอนการเสนอแผน ระดับ ๓ ต่อคณะรัฐมนตรีเรียบร้อยแล้ว คณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ (กปช.) จึงขอเสนอแนะนโยบายและ แผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ ๕ พ.ศ. ๒๕๖๓ - ๒๕๖๕ (ฉบับปรับปรุงให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี) ต่อคณะรัฐมนตรีเพื่อใช้เป็นกรอบแนวทางหลักในการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐและหน่วยงาน สื่อสารมวลชนของประเทศ

๓. ความเร่งด่วนของเรื่อง

เนื่องจากยุทธศาสตร์ชาติได้ประกาศใช้มาเป็นระยะเวลาพอสมควรแล้ว และปัจจุบัน ประชาชนสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้อย่างไร้ขีดจำกัดโดยเฉพาะสื่อออนไลน์ การขาดความรู้เท่าทันสื่อของ ประชาชนทำให้ไม่สามารถแยกแยะคุณภาพของข้อมูลข่าวสารและคุณภาพของสื่อได้ ทำให้หลงเชื่อข่าวสารที่เป็น ข่าวปลอม (Fake News) ดังนั้น จึงเห็นควรประกาศใช้นโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ ๕ พ.ศ. ๒๕๖๓ - ๒๕๖๕ (ฉบับปรับปรุงให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี) ซึ่งเป็นแผนระดับ ๓ ที่จัดทำขึ้น เพื่อรองรับการดำเนินการตามยุทธศาสตร์ชาติที่ ๓ ด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติประเด็นที่ ๑๐ การปรับเปลี่ยนค่านิยมและวัฒนธรรม แผนย่อยที่ ๓ การใช้สื่อ และสื่อสารมวลชนในการปลูกฝังค่านิยมและวัฒนธรรมของคนในสังคม ทั้งนี้ เพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง นำไปใช้เป็นแนวทางหลักในการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชนเพื่อปลูกฝังค่านิยม วัฒนธรรมและสร้างภูมิคุ้มกันให้แก่คนในสังคม โดยเริ่มตั้งแต่ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓ - ๒๕๖๕

๔. สาระสำคัญของนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ ๕ พ.ศ. ๒๕๖๓ - ๒๕๖๕ (ฉบับปรับปรุงให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี)

๔.๑ ความสอดคล้องกับแผน ๓ ระดับตามมติคณะรัฐมนตรี

- แผนระดับที่ ๑ สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติที่ ๓ ด้านการพัฒนาและเสริมสร้าง ศักยภาพทรัพยากรมนุษย์

- แผนระดับที่ ๒ (เฉพาะที่เกี่ยวข้อง) ได้แก่ (๑) แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ประเด็นที่ ๑๐ การปรับเปลี่ยนค่านิยมและวัฒนธรรม แผนย่อยที่ ๓ การใช้สื่อและสื่อสารมวลชนในการปลูกฝัง ค่านิยมและวัฒนธรรมของคนในสังคม (๒) แผนการปฏิรูปประเทศด้านสื่อสารมวลชน เทคโนโลยีสารสนเทศ และด้านสังคม (๓) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๒ ยุทธศาสตร์ที่ ๑ การเสริมสร้างและพัฒนา ศักยภาพทุนมนุษย์ และ (๔) นโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วยความมั่นคงแห่งชาติ (พ.ศ. ๒๕๖๒ - ๒๕๖๕) นโยบายที่ ๑ , ๑๒ และ ๑๖

๔.๒ วิสัยทัศน์

“การประชาสัมพันธ์ที่ทุกภาคส่วนมีส่วนร่วม ได้รับข้อมูลข่าวสารอย่างทั่วถึง เพื่อให้เกิดความเข้าใจและทัศนคติที่ดีต่อกัน สร้างสังคมแห่งภูมิปัญญาและการเรียนรู้ และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของชาติในสายตาของประชาคมโลก”

๔.๓ เป้าหมายรวม

๔.๒.๑ ประชาชนมีความตระหนักรู้และเข้าใจต่อเรื่องสื่อสารที่สำคัญ

๔.๒.๒ ประชาชนไทยและชาวต่างประเทศมีความตระหนักรู้ มีทัศนคติเชิงบวก และมีส่วนร่วมกับการต่างประเทศ

๔.๒.๓ ประชาชนทุกกลุ่มสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของประเทศได้อย่างเท่าเทียม และทันต่อสถานการณ์ สามารถนำข้อมูลข่าวสารไปใช้ประโยชน์และเป็นแนวทางปฏิบัติได้จริง และร่วมกันต่อต้านข่าวปลอม (Fake News)

๔.๒.๔ บุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์และการสื่อสารมวลชนของประเทศในยุคดิจิทัลมีความเชี่ยวชาญในการผลิตข้อมูลข่าวสารและสื่อที่มีคุณภาพสอดคล้องกับประชาชนในแต่ละกลุ่มเป้าหมาย

๔.๔ ตัวชี้วัดรวม กำหนดตัวชี้วัดเป็นร้อยละ ๗๐ ตามแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ประเด็นที่ ๑๐ การปรับเปลี่ยนค่านิยมและวัฒนธรรม

๔.๔.๑ ร้อยละของประชาชนไทยที่มีความตระหนักรู้และเข้าใจเรื่องสื่อสารที่สำคัญ (ร้อยละ ๗๐ ในปี ๒๕๖๕)

๔.๔.๒ ร้อยละของประชาชนไทยและชาวต่างประเทศที่มีความตระหนักรู้ มีทัศนคติเชิงบวกและมีส่วนร่วมต่อเรื่องสื่อสารที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับการต่างประเทศ (ร้อยละ ๗๐ ในปี ๒๕๖๕)

๔.๔.๓ ร้อยละของประชาชนที่เข้าถึงข้อมูลข่าวสารของประเทศตามช่องทางการสื่อสารของแต่ละหน่วยงานในแต่ละปี (ร้อยละ ๗๐ ในปี ๒๕๖๕)

๔.๔.๔ ร้อยละของประชาชนที่นำข้อมูลข่าวสารของประเทศไปใช้ประโยชน์ได้ทันต่อสถานการณ์ (ร้อยละ ๗๐ ในปี ๒๕๖๕)

๔.๔.๕ ร้อยละของบุคลากรที่ผ่านการพัฒนาที่สามารถผลิตข้อมูลข่าวสารและสื่อที่สร้างสรรค์และมีคุณภาพในแต่ละปี (ร้อยละ ๗๐ ในปี ๒๕๖๕)

๔.๕ แนวทางการพัฒนาด้านการประชาสัมพันธ์และการสื่อสารมวลชนของประเทศ ประกอบด้วย

๔.๕.๑ แนวทางที่ ๑ สร้างความตระหนักรู้และความเข้าใจของประชาชนต่อเรื่องสื่อสารที่สำคัญ

๔.๕.๒ แนวทางที่ ๒ สร้างความตระหนักรู้ ทัศนคติเชิงบวกและการมีส่วนร่วมของประชาชนไทยและชาวต่างประเทศต่อการต่างประเทศ

๔.๕.๓ แนวทางที่ ๓ บริหารจัดการข้อมูลข่าวสาร พัฒนาสื่อสร้างสรรค์ สร้างการรู้เท่าทันและการมีส่วนร่วม

๔.๕.๔ แนวทางที่ ๔ ยกระดับบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์และการสื่อสารมวลชนในยุคดิจิทัล

๔.๖ การขับเคลื่อนและการติดตามประเมินผลนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ ๕ พ.ศ. ๒๕๖๓ - ๒๕๖๕ (ฉบับปรับปรุงให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี) สรุปได้ดังนี้

๔.๖.๑ สร้างความรู้ความเข้าใจ เผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ นโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ ๕ พ.ศ. ๒๕๖๓ - ๒๕๖๕ (ฉบับปรับปรุงให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี) ไปยังกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้อง

/๔.๖.๒ กำหนด ...

๔.๖.๒ กำหนดให้หน่วยงานรัฐจัดทำแผนปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ประจำปีของหน่วยงานพร้อมทั้งประเมินผลการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ระดับหน่วยงานให้เป็นไปตามที่กำหนดไว้ในระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรี ว่าด้วยการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๕๓ ข้อ ๑๓ (๑) - (๔)

๔.๖.๓ กำหนดให้หน่วยงานรัฐจัดลำดับความสำคัญของประเด็นที่จะต้องเร่งดำเนินการโดยระยะแรก ให้มุ่งเน้นการสร้างความรู้ความตระหนักรู้ของประชาชนต่อเรื่องสื่อสารสำคัญ สร้างความตระหนักรู้และการมีส่วนร่วมของคนไทยและชาวต่างชาติต่อการประชาสัมพันธ์ของประเทศเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศไทย (Branding) โดยเฉพาะการสร้างความรู้ความตระหนักรู้ในการมีส่วนร่วมทางสังคมออนไลน์ที่มีผู้เข้าถึงเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

๔.๖.๔ ส่งเสริมกระบวนการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนจากระดับล่างขึ้นสู่ระดับบน (Bottom up) โดยเฉพาะในระดับชุมชนเพื่อนำไปสู่การรู้เท่าทันและร่วมกันต่อต้านข่าวปลอม รวมทั้งกำหนดมาตรการรองรับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ อาทิ คนพิการ ให้สามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารสำคัญได้ นอกจากนี้ควรมี การใช้เครือข่ายระดับพื้นที่และชุมชน ตลอดจนการพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัลสำหรับการประชาสัมพันธ์ในภาวะวิกฤตด้วย

๔.๖.๕ พัฒนาความร่วมมือกับภาคเอกชนด้านการจัดการข้อมูลและการสื่อสารประชาสัมพันธ์เชิงรุก โดยให้ภาคเอกชนที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดการข้อมูลและการสื่อสารประชาสัมพันธ์เป็นผู้ดำเนินการหลักภายใต้การกำกับดูแลของรัฐ รวมทั้งสนับสนุนมาตรการจูงใจการให้สิทธิประโยชน์ทั้งที่เป็นตัวเงินและไม่ใช้ตัวเงิน เพื่อให้เกิดการประสานความร่วมมือและเกิดการเชื่อมโยงแบ่งปันข้อมูลซึ่งกันและกัน

๔.๖.๖ จัดให้มีการติดตามประเมินผลโดยพิจารณาบทวนการกำหนดตัวชี้วัดในระดับโครงการที่สะท้อนถึงความก้าวหน้าของการดำเนินงานในแต่ละปี รวมทั้งพิจารณาบทวนการกำหนดตัวชี้วัดให้มีการถ่ายระดับจากตัวชี้วัดภาพรวมไปสู่ตัวชี้วัดระดับแผนงาน/โครงการ เพื่อนำไปสู่การติดตามประเมินผลผลลัพธ์ในทุกระดับได้อย่างเป็นรูปธรรม

๔.๖.๗ จัดให้มีการศึกษาวิจัยเพื่อพัฒนาองค์ความรู้เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ เพื่อทำความเข้าใจความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย อาจใช้เทคโนโลยีมาเรียนรู้พฤติกรรมผู้บริโภคเนื้อหา (Content) เพื่อกำหนดเนื้อหาและช่องทางการสื่อสารให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย หรือประเมินข้อดีข้อเสียของแผนการประชาสัมพันธ์ที่ผ่านมา อีกทั้งยังเป็นการเปิดโอกาสให้แก่กลุ่มประชาชนสามารถสะท้อนความคิดเห็นเพื่อให้เกิดการสื่อสารแบบสองทาง (Two - way Communication) ระหว่างหน่วยงานกับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องเพื่อจะได้นำข้อมูลมาใช้ประโยชน์ในการวางแผนประชาสัมพันธ์ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

๔.๖.๘ จัดให้มีการใช้วิทยาการข้อมูล (Data Science) มาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลการสื่อสารผ่านสื่อสังคม (Social Monitoring) เพื่อวิเคราะห์การสนทนาในสื่อสังคมออนไลน์ในการประเมินประเด็นการรับรู้ข่าวสารของประชาชน

๔.๖.๙ หน่วยงานที่รับผิดชอบ ประกอบด้วยส่วนราชการทุกกระทรวง ทั้งส่วนกลางและระดับจังหวัด องค์การภาคประชาชน องค์การภาคเอกชน สื่อมวลชน สถาบันการศึกษา สมาคม/ชมรมวิชาชีพ สื่อมวลชน และองค์กรอิสระ

รายละเอียดตามสิ่งที่ส่งมาด้วย ๒

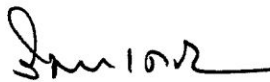
๕. ข้อเสนอของส่วนราชการ

๕.๑ นำเสนอคณะรัฐมนตรีเพื่อพิจารณาให้ความเห็นชอบนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ ๕ พ.ศ. ๒๕๖๓ - ๒๕๖๕ (ฉบับปรับปรุงให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี)

๕.๒ มอบหมายให้หน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานสื่อสารมวลชนของประเทศดำเนินการตามนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ ๕ พ.ศ. ๒๕๖๓ - ๒๕๖๕ (ฉบับปรับปรุงให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี) โดยกำหนดแผนงาน โครงการ ตัวชี้วัดประจำปีให้สอดคล้องกับตัวชี้วัดภาพรวมของนโยบายและแผนฯ แล้วนำแผนงาน โครงการ ตัวชี้วัดประจำปีดังกล่าวบรรจุเข้าสู่แผนปฏิบัติการประจำปีของหน่วยงาน พร้อมทั้งรายงานผลการดำเนินงานต่อคณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ (กปช.) และในระบบ eMENSCR ของสำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติด้วย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดนำกราบเรียนนายกรัฐมนตรีเพื่อเสนอคณะรัฐมนตรีพิจารณาต่อไป

ขอแสดงความนับถือ



(นายวิษณุ เครืองาม)

รองนายกรัฐมนตรี

ประธานกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ

กรมประชาสัมพันธ์

สำนักพัฒนานโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์

โทรศัพท์ ๐ ๒๖๑๘ ๒๓๒๓ ต่อ ๑๕๐๖ , ๑๕๐๙

E - mail address : ppn.prd@gmail.com