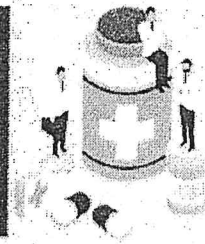


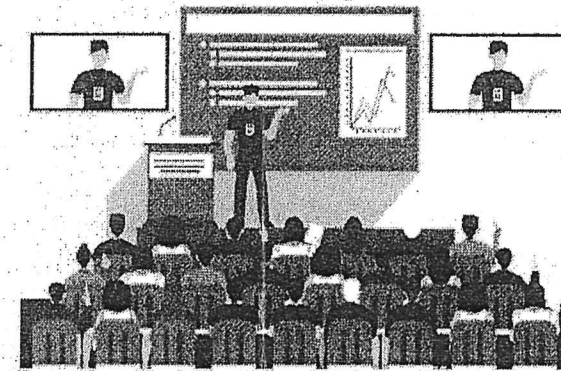
แนวทางที่ 2

เรื่องสื่อสารสำคัญทั้ง 5 เรื่อง

(1) ความพร้อมและศักยภาพด้าน
สาธารณสุขของไทย



(2) ศักยภาพด้านเศรษฐกิจและความสามารถในการแข่งขัน



(4) อัตลักษณ์ไทย



(3) การท่องเที่ยววิถีใหม่

NEW NORMAL



(5) มาตรการควบคุมแรงงานต่างด้าวที่ลักลอบ
เข้าเมืองโดยผิดกฎหมายตามแนวชายแดน



หมายเหตุ : เพิ่มเติมเรื่องสื่อสารที่สำคัญ 2 เรื่อง (ตามมติที่ประชุม กปช. ครั้งที่ ๑/๒๕๖๓)

๑. ความสัมพันธ์ประเทศไทยกับประเทศเพื่อนบ้านและประเทศสำคัญ

๒. การให้บริการกงสุลและการคุ้มครองคนไทยในต่างประเทศ

กรอบทิศทางการขับเคลื่อนนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ 5 พ.ศ. 2563 – 2565 ไปสู่การปฏิบัติ
 แนวทางที่ 2 สร้างความตระหนักรู้ ทักษะคิดเชิงบวก และการมีส่วนร่วมของประชาชนไทยและชาวต่างประเทศต่อการต่างประเทศ
 ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2564

เป้าหมาย	ตัวชี้วัด	นโยบายด้านต่างประเทศ ของรัฐบาล	อัตลักษณ์ที่ดี ของไทยสู่สายตาชาวโลก	กลุ่มเป้าหมาย	หน่วยงานเจ้าของเรื่องสื่อสาร
ประชาชนไทยและ ชาวต่างประเทศ มีความตระหนักรู้ มีทัศนคติเชิงบวก และมีส่วนร่วม กับการต่างประเทศ	ร้อยละของประชาชน ไทยและชาวต่างประเทศ ที่ตระหนักรู้ มีทัศนคติ เชิงบวก และมีส่วนร่วม ต่อเรื่องสื่อสารที่สำคัญ ที่เกี่ยวข้องกับการ ต่างประเทศ (ร้อยละ 70 ต่อปี)	แผนแม่บทด้านการ ต่างประเทศระยะ 20 ปี (พ.ศ.2561-2580) ประเด็นที่ 2 การต่างประเทศ - ยุทธศาสตร์ “5 S” (5 มี) ได้แก่ 1. มีความมั่นคง (Security) 2. มีความมั่งคั่ง ยั่งยืน (Sustainability) 3. มีมาตรฐานสากล (Standard) 4. มีสถานะและเกียรติภูมิ (Status) 5. มีพลัง (Synergy)	<u>เรื่อง</u> สถานการณ์ช่วงหลัง โควิด-19 <u>เรื่องสื่อสาร</u> 1. <u>ความพร้อมและศักยภาพ</u> <u>ด้านสาธารณสุขของไทย</u> - การเป็นศูนย์กลางทาง การแพทย์ (Medical Hub)	- ชาวต่างประเทศ - ชาวไทย	- กระทรวงสาธารณสุข
			2. <u>การท่องเที่ยววิถีใหม่</u> - การท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ	- ชาวต่างประเทศ - ชาวไทย	- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย - กระทรวงวัฒนธรรม
			3. <u>ศักยภาพด้านเศรษฐกิจ</u> - EEC - APEC 2022 - MICE - โครงสร้างพื้นฐาน	- ชาวต่างประเทศ - ชาวไทย - นักลงทุนและ นักธุรกิจ	- กระทรวงการต่างประเทศ - กระทรวงพาณิชย์ - กระทรวงอุตสาหกรรม - สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริม การลงทุน (BOI) - สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุม และนิทรรศการ
			4. <u>อัตลักษณ์ไทย</u> - Soft Power (อาหาร การไหว้ ศิลปวัฒนธรรม)	- ชาวต่างประเทศ - ชาวไทย	- กระทรวงวัฒนธรรม - มลนิธิไทย กระทรวงการต่างประเทศ - สำนักงานเสริมสร้างเอกลักษณ์ของชาติสำนักงาน ปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี - การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
			5. <u>มาตรการควบคุมแรงงาน</u> ต่างด้าวที่ลักลอบเข้าเมืองโดย ผิดกฎหมายตามแนวชายแดน	- ชาวต่างประเทศ - ชาวไทย	- กระทรวงแรงงาน - กระทรวงมหาดไทย - สำนักงานตรวจคนเข้าเมือง

หมายเหตุ สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) ให้ความเห็นว่า “ควรกำหนดนโยบายและแนวทางการประชาสัมพันธ์เชิงรุก โดยเชื่อมโยงกับนโยบายของประเทศ
 และนำจุดแข็งหรืออัตลักษณ์ที่ดีของคนไทยใช้เป็นโอกาสในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี (Branding) รวมถึงการสร้างทัศนคติเชิงบวกแก่ประชาชน เพื่อนำไปสู่การปรับเปลี่ยน
 ค่านิยมและพฤติกรรมของคนในสังคม เพื่อส่งผลภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศไทยสู่สายตาชาวโลก