



## บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ กองประชาสัมพันธ์ (ฝ่ายเผยแพร่ โทร./โทรสาร ๐ ๒๖๒๑ ๐๗๐๔ หรือโทร.๑๓๘๖)

ที่ กท ๐๔๐๘/๑๔๗๖

วันที่ ๒๔ มิถุนายน ๒๕๕๖

เรื่อง ส่งแนวทางการดำเนินงานตามนโยบายการประชาสัมพันธ์ของกรุงเทพมหานคร

เรียน ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร รองผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ปลัดกรุงเทพมหานคร รองปลัดกรุงเทพมหานคร  
ผู้อำนวยการสำนัก หัวหน้าสำนักงาน ก.ก. หัวหน้าผู้ตรวจราชการกรุงเทพมหานคร ผู้ช่วยปลัดกรุงเทพมหานคร  
เลขาธิการสภากรุงเทพมหานคร เลขานุการผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ผู้อำนวยการเขต  
หัวหน้าส่วนราชการในสังกัดสำนักปลัดกรุงเทพมหานคร และผู้อำนวยการสำนักงานการพาณิชย์ของ  
กรุงเทพมหานคร

พร้อมนี้ กองประชาสัมพันธ์ สำนักปลัดกรุงเทพมหานคร ขอส่งสำเนาหนังสือที่ กท ๐๒๐๐/๘๔  
ลงวันที่ ๖ มิถุนายน ๒๕๕๖ เรื่องแนวทางการดำเนินงานตามนโยบายการประชาสัมพันธ์ของกรุงเทพมหานคร  
มาเพื่อโปรดทราบ

(นางสาวกุลกันยา สุขะพันธุ์)  
ผู้อำนวยการกองประชาสัมพันธ์  
สำนักปลัดกรุงเทพมหานคร



## บันทึกข้อความ

ส่วนราชการกรุงเทพมหานคร(สำนักงานเลขานุการผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร โทร.๐ ๒๒๒๔ ๓๐๕๑ หรือโทร ๑๐๒๐)

ที่ กท๐๒๐๐/๔๔

วันที่ ๖ มิถุนายน ๒๕๕๖

เรื่อง แนวทางการดำเนินงานตามนโยบายการประชาสัมพันธ์ของกรุงเทพมหานคร

เรียน รองผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ปลัดกรุงเทพมหานคร รองปลัดกรุงเทพมหานคร ผู้อำนวยการสำนัก  
หัวหน้าสำนักงาน ก.ก. หัวหน้าผู้ตรวจราชการกรุงเทพมหานคร ผู้ช่วยปลัดกรุงเทพมหานคร  
เลขาธิการสภากรุงเทพมหานคร เลขานุการผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ผู้อำนวยการเขต  
หัวหน้าส่วนราชการในสังกัดสำนักปลัดกรุงเทพมหานคร ผู้อำนวยการสำนักงานการพาณิชย์ของ  
กรุงเทพมหานครและผู้อำนวยการตลาดนัดกรุงเทพมหานคร

ด้วยผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครได้มอบนโยบาย ๑๐ มาตรการเร่งด่วนและ ๖ นโยบายหลัก  
รักกรุงเทพฯ ร่วมสร้างกรุงเทพฯ แก่ทุกหน่วยงาน โดยให้ทุกหน่วยงานสานรับและนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ  
ให้ปรากฏเป็นรูปธรรมโดยเร็ว รวมทั้งสร้างความพึงพอใจแก่ประชาชนที่มีต่อนโยบายที่ผู้ว่าราชการกรุงเทพ-  
มหานครได้ให้คำมั่นสัญญาไว้ต่อประชาชน

ในการนี้ ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครได้โปรดมอบนโยบายและกำหนดยุทธศาสตร์ด้านการ  
ประชาสัมพันธ์ของกรุงเทพมหานครในรูปแบบใหม่ ปรับเป็นการประชาสัมพันธ์ในเชิงรุกและเป็นระบบอย่าง  
มีเอกภาพ เพื่อสร้างความเข้าใจทุกเรื่องที่กรุงเทพมหานครดำเนินการและสามารถสื่อสารไปยังประชาชนทุกกลุ่ม  
ซึ่งมติที่ประชุมคณะกรรมการประชาสัมพันธ์กรุงเทพมหานคร ครั้งที่ ๒/๒๕๕๖ เมื่อวันที่ ๕ มิถุนายน ๒๕๕๖  
เห็นชอบและให้ทุกหน่วยงานถือปฏิบัติเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ดังนี้

๑. แนวทางการแถลงข่าวต่อสื่อมวลชนของกรุงเทพมหานคร
๒. ระบบการประชาสัมพันธ์ยุคใหม่ของกรุงเทพมหานคร
๓. หลักเกณฑ์และแนวทางการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ของกรุงเทพมหานคร

รายละเอียดตามแนบ

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบและถือปฏิบัติ

(นายอมร กิจเชวงกุล)

รองผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

ปฏิบัติราชการแทนผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

ประธานคณะกรรมการประชาสัมพันธ์กรุงเทพมหานคร

๑. แนวทางการแถลงข่าวต่อสื่อมวลชนของกรุงเทพมหานคร

| การแถลงข่าว                             | วัน เวลา สถานที่  | ผู้แถลงข่าว   | ผู้รับผิดชอบ  |
|---|---|---|---|
| ๑.การแถลงข่าวหลังการประชุมคณะผู้บริหาร  | ทุกวันจันทร์<br>เวลาประมาณ ๑๑.๐๐ น.<br>ณ ห้องเจ้าพระยา            | ๑.ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร<br>๒.โฆษกของกรุงเทพมหานคร<br>๓.หัวหน้าหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง   | กองประชาสัมพันธ์  |
| ๒.การแถลงข่าวประจำสัปดาห์ของทุกหน่วยงาน | ทุกวันพฤหัสบดี<br>เวลาประมาณ ๑๐.๓๐ น.<br>ณ ห้องรัตนโกสินทร์       | ๑.รองผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครและหรือโฆษกของกรุงเทพมหานคร<br>๒.หัวหน้าหน่วยงาน  | -กองประชาสัมพันธ์<br>-หัวหน้าหน่วยงานในสังกัดกรุงเทพมหานคร ที่ประสานเข้ามาที่กองประชาสัมพันธ์ เพื่อจัดลำดับความสำคัญและจำเป็นของกิจกรรม (Event) |
| ๓.การแถลงข่าวเด่นประเด็นร้อน            | ตามวัน เวลา และสถานที่ที่เหมาะสม                                  | ๑. ทีปรีक्षाของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร และโฆษกประจำตัวของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร(นายวสันต์ มิ่งษ์)<br>๒.ผู้บริหารกรุงเทพมหานคร<br>๓.หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง | -กองประชาสัมพันธ์<br>-หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง   |
| ๔. การให้สัมภาษณ์ในพื้นที่ตรวจเยี่ยม    | ตามวัน เวลา และสถานที่ที่เหมาะสม ขึ้นอยู่กับหน่วยงานเจ้าของเรื่อง | ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร   | -หน่วยงานในสังกัดกรุงเทพมหานคร โดยกองประชาสัมพันธ์เป็นหน่วยงานสนับสนุนในการประสานงานสื่อมวลชน/การเขียนข่าวแจก/พิธีกร ฯลฯ                        |

๒. แนวทางการตรวจและชี้แจงสื่อสารสร้างความเข้าใจกับภาคประชาชน

- ๒.๑ Social Media ทีมงานตรวจ Monitor ข่าวสารทางระบบ Online ทุกระบบ เช่น Facebook Skype Twitter pantip kapok ฯลฯ
- ๒.๒ ด้านสิ่งพิมพ์
- ๒.๓ ด้านโทรทัศน์
- ๒.๔ ด้านวิทยุ

โดยรวบรวมทีมงานจากกองประชาสัมพันธ์ และ ศูนย์ ๑๕๕๕ บูรณาการร่วมติดตาม กำกับ ชี้แจง และแก้ไขปัญหาจากทุก ๆ หน่วยงานของกรุงเทพมหานคร และขยายผลการสร้างภาพลักษณ์ (Image) ที่ดีของกรุงเทพมหานคร ภายใต้ Concept ของระบบ PR กรุงเทพมหานคร โดย

- ๑. ฝ่ายประจำเตรียม - จัดทำข้อมูลข้อเท็จจริงที่เป็น fact แต่ไม่ fake
- ๒. ฝ่ายการเมืองเสริม influence และขยายผลเชิงเทคนิค
- ๓. ตรวจสอบกำกับการบริหารจัดการด้วย smart phone แบบ real time

เอกสารแนบหนังสือที่ กท ๐๒๐๐/๘๔ ลงวันที่ ๖ มิถุนายน ๒๕๕๖

เรื่องแนวทางการดำเนินงานตามนโยบายการประชาสัมพันธ์ของกรุงเทพมหานคร

๑. แนวทางการแถลงข่าวต่อสื่อมวลชนของกรุงเทพมหานคร

| การแถลงข่าว                             | วัน เวลา สถานที่  | ผู้แถลงข่าว   | ผู้รับผิดชอบ  |
|---|---|---|---|
| ๑.การแถลงข่าวหลังการประชุมคณะผู้บริหาร  | ทุกวันจันทร์<br>เวลาประมาณ ๑๑.๐๐ น.<br>ณ ห้องเจ้าพระยา            | ๑.ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร<br>๒.โฆษกของกรุงเทพมหานคร<br>๓.หัวหน้าหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง   | กองประชาสัมพันธ์  |
| ๒.การแถลงข่าวประจำสัปดาห์ของทุกหน่วยงาน | ทุกวันพฤหัสบดี<br>เวลาประมาณ ๑๐.๓๐ น.<br>ณ ห้องรัตนโกสินทร์       | ๑.รองผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครและหรือโฆษกของกรุงเทพมหานคร<br>๒.หัวหน้าหน่วยงาน  | -กองประชาสัมพันธ์<br>-หัวหน้าหน่วยงานในสังกัดกรุงเทพมหานคร ที่ประสานเข้ามาที่กองประชาสัมพันธ์ เพื่อจัดลำดับความสำคัญและจำเป็นของกิจกรรม (Event) |
| ๓.การแถลงข่าวเด่นประเด็นร้อน            | ตามวัน เวลา และสถานที่ที่เหมาะสม                                  | ๑. ที่ปรึกษาของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร และโฆษกประจำตัวของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร(นายวสันต์ มีวงษ์)<br>๒.ผู้บริหารกรุงเทพมหานคร<br>๓.หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง | -กองประชาสัมพันธ์<br>-หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง   |
| ๔. การให้สัมภาษณ์ในพื้นที่ตรวจเยี่ยม    | ตามวัน เวลา และสถานที่ที่เหมาะสม ขึ้นอยู่กับหน่วยงานเจ้าของเรื่อง | ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร   | -หน่วยงานในสังกัดกรุงเทพมหานคร โดยกองประชาสัมพันธ์เป็นหน่วยงานสนับสนุนในการประสานงานสื่อมวลชน/ การเขียนข่าวแจก/พิธีกร ฯลฯ                       |

๒. แนวทางการตรวจและชี้แจงสื่อสารสร้างความเข้าใจกับภาคประชาชน

๒.๑ Social Media ทีมงานตรวจ Monitor ข่าวสารทางระบบ Online ทุกระบบ เช่น Facebook

Skype Twitter pantip kapok ฯลฯ

๒.๒ ด้านสิ่งพิมพ์

๒.๓ ด้านโทรทัศน์

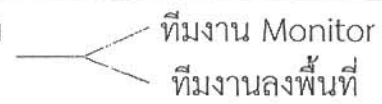
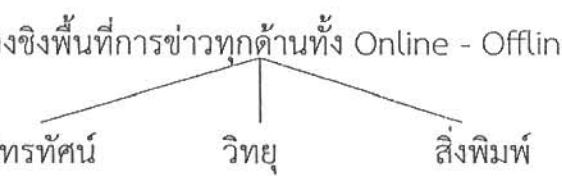
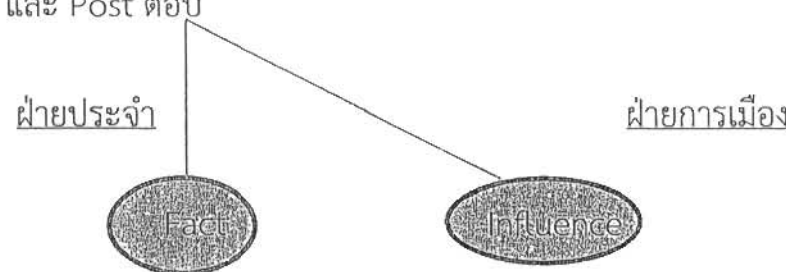
๒.๔ ด้านวิทยุ

โดยรวบรวมทีมงานจากกองประชาสัมพันธ์ และ ศูนย์ ๑๕๕๕ บูรณาการร่วมติดตาม กำกับ ชี้แจง และแก้ไขปัญหาจากทุก ๆ หน่วยงานของกรุงเทพมหานคร และขยายผลการสร้างภาพลักษณ์ (Image) ที่ดีของกรุงเทพมหานคร ภายใต้งาน Concept ของระบบ PR กรุงเทพมหานคร โดย

๑. ฝ่ายประจำเตรียม – จัดทำข้อมูลข้อเท็จจริงที่เป็น fact แต่ไม่ fake

๒. ฝ่ายการเมืองเสริม influence และขยายผลเชิงเทคนิค

๓. ตรวจจุกกักกับการบริหารจัดการด้วย smart phone แบบ real time

| เชิงรุก (Proactive)   | เชิงรับ (Passive)  |
|---|--|
| <p>๑. วางระบบการ PR ทุกช่องทาง<br/>                     อย่างเป็นเอกภาพ</p>  <p>๒. ช่วงชิงพื้นที่การข่าวทุกด้านทั้ง Online - Offline</p>  <p>๓. จัดระบบ PR สิ่งพิมพ์ใหม่ด้วยงบล่าช้า วิธีพิเศษ ต่อการข่าวลวงหน้า Hot Issue หรือ Talk of Town</p> <p>๔. จัดตั้งคณะกรรมการติดตามข้อมูลภาวะวิกฤติ กทม.(war room) เพื่อติดตามสถานการณ์ วิเคราะห์ วางแผน และกำหนดแนวทางการสื่อสาร ข้อมูลต่อสาธารณะ</p> <p>๕. จัดระบบการแถลงข่าวอย่างชัดเจน เช่น</p> <p>๕.๑ งาน event ของแต่ละหน่วย - มอบโฆษกของกรุงเทพมหานคร</p> <p>๕.๒ จัดแถลงข่าวทุกวันหลังการประชุมคณะผู้บริหารกรุงเทพมหานคร</p> <p>๖. จัด Meeting แลกเปลี่ยนวิธีคิดระหว่างหัวหน้าหน่วยงานกับสื่อต่าง ๆ ฝ่ายการเมืองกับสื่อต่าง ๆ สัญจรสลับกัน (เดือนละหนคนกับข่าว) ในพื้นที่เป้าหมายรวมทั้งการสัมมนา ดูงานต่างประเทศอย่างเป็นระบบ</p> <p>๗. จัดทำคลังข้อมูล และวางระบบการเชื่อมโยงข้อมูลเพื่อสนับสนุนการสื่อสารต่อสาธารณะ</p> <p>๘. รายงาน Real Time ด้วย Smart Phone จากเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ ของทุกหน่วยงาน</p> | <p>๑. ตั้งทีมงาน Monitor ทุกระบบทั้ง Online - Offline<br/>                     เชิงสิ่งพิมพ์ โทรทัศน์ วิทยุ และ Facebook Webapp และ Post ตอบ</p>  <p>Fact ไม่ Fake</p> <p>๒. ชี้แจงข้อมูลข่าวสารภายใน ๑ สัปดาห์จากฝ่ายประจำโดยบูรณาการเชื่อมโยงกับศูนย์ ๑๕๕๕ ติดตาม กำกับการแก้ไขปัญหาข้อร้องเรียนทั้งระยะสั้นและระยะยาวอย่างเป็นระบบ</p> |

## หลักเกณฑ์และแนวการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ของกรุงเทพมหานคร

---

๑. สื่อประชาสัมพันธ์ที่ต้องนำเข้าพิจารณาในคณะอนุกรรมการประชาสัมพันธ์กรุงเทพมหานคร ได้แก่
- ๑.๑ สื่อประชาสัมพันธ์ที่เผยแพร่ต่อสาธารณชน ได้แก่ สื่อวิทยุ สื่อโทรทัศน์ สื่อภาพยนตร์ สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อป้ายประชาสัมพันธ์
  - ๑.๒ การจัดกิจกรรมเพื่อประชาสัมพันธ์โครงการฯ ในรูปแบบต่างๆ ทั้งในและนอกสถานที่ งบประมาณ ๕๐๐,๐๐๐ บาท ขึ้นไป รวมถึงการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ที่แทรกอยู่ในกิจกรรมหรือโครงการ
  - ๑.๓ สื่อสิ่งพิมพ์ที่มีลักษณะวิชาการ เพื่อให้ความรู้แก่ประชาชน อาทิ วารสาร เอกสารทางวิชาการ หนังสือแนะนำเรื่องสาธารณสุข หนังสือแนะนำวิชาชีพ หนังสือรายงานประจำปี หนังสือหรือคู่มือติดต่อราชการ หนังสือหรือคู่มือแนะนำแหล่งท่องเที่ยว หนังสือรายงานผลการดำเนินงานของหน่วยงาน เป็นต้น

ทั้งนี้ในการนำเรื่องเข้าพิจารณาในคณะอนุกรรมการประชาสัมพันธ์ฯ ให้นำเสนอ ๒ ครั้ง คือ

ครั้งที่ ๑ โครงการหรือแผนงานหรือกิจกรรม ด้านการประชาสัมพันธ์ ที่ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการและอนุมัติงบประมาณแล้ว

ครั้งที่ ๒ หน่วยงานดำเนินการตามระเบียบข้อบังคับและได้ผู้รับจ้างแล้ว ให้นำเสนอรูปแบบ เนื้อหาและช่องทางการเผยแพร่ ให้คณะอนุกรรมการประชาสัมพันธ์กรุงเทพมหานคร ให้ความเห็นชอบก่อนการเผยแพร่

๒. สื่อประชาสัมพันธ์ที่ไม่ต้องนำเข้าพิจารณาในคณะอนุกรรมการประชาสัมพันธ์กรุงเทพมหานคร ได้แก่
- ๒.๑ สื่อประชาสัมพันธ์ งบประมาณไม่เกิน ๑๐๐,๐๐๐ บาท
  - ๒.๒ สื่อรูปแบบอื่น อาทิ วิดีทัศน์ นิทรรศการ หมวก ของที่ระลึก สื่ออื่นๆ ที่มีลักษณะการประชาสัมพันธ์ กิจกรรมหรือโครงการต่างๆ ให้หน่วยงานพิจารณาดำเนินการตามความเหมาะสม โดยคำนึงถึงประโยชน์ที่กรุงเทพมหานครจะได้รับเป็นสำคัญ

---

\*\*\*\*\* แนวทางต้องอยู่ใน Theme “รักกรุงเทพ ร่วมสร้างกรุงเทพ ๖ นโยบาย + ๑๐ มาตรการเร่งด่วน”

# 10+6 รัก กรุงเทพฯ ร่วมสร้าง กรุงเทพฯ

ม.ร.ว.สุขุมพันธุ์ บริพัตร  
ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร



กรุงเทพมหานคร



## 10 มาตรการเร่งด่วน

- ติดตั้งกล้อง CCTV และไฟฟ้าส่องสว่างเพิ่ม
- จัดตั้งอาสาสมัครชุมชน เพื่อเฝ้าระวังภัยและยาเสพติด
- ปรับลดค่าโดยสารรถไฟฟ้า BTS และ BRT
- โรงรับจำนำ กทม. ดอกเบี้ย 1 สลึง 5,000 บาทแรก
- เพิ่มทักษะอาชีพ พร้อมสอนภาษาอังกฤษ จีน มลายู
- อาสาสมัครผู้ดูแลเด็กเล็ก ปรับตำแหน่งและเพิ่มเงินเดือน
- เพิ่มจุดบริการงานทะเบียนราษฎรในห้างสรรพสินค้า
- ฟรี Hi-Speed Wi-Fi 4 MB 5,000 จุด
- เพิ่มบริการเก็บขยะ ไม่ให้ตกค้างในชุมชน
- เพิ่มแท็กซี่เพื่อคนพิการและผู้สูงอายุ



กองประชาสัมพันธ์ ส.น.ป.



คำสั่งกรุงเทพมหานคร

ที่ ๗๖๐๓ / ๒๕๕๖

เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการประชาสัมพันธ์กรุงเทพมหานคร

โดยที่เป็นการสมควรปรับปรุงคำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการประชาสัมพันธ์กรุงเทพมหานคร เพื่อให้การดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ของกรุงเทพมหานครเป็นไปด้วยความเหมาะสม รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๕๙ แห่งพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการกรุงเทพมหานคร พ.ศ. ๒๕๒๘ จึงให้ยกเลิกคำสั่งกรุงเทพมหานครที่ ๒๒๑๑/๒๕๕๕ ลงวันที่ ๒๕ เมษายน พ.ศ. ๒๕๕๕ และแต่งตั้งคณะกรรมการประชาสัมพันธ์กรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย

- |  |                            |
|--|----------------------------|
| ๑. รองผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร<br>สั่งราชการกองประชาสัมพันธ์ สำนักปลัดกรุงเทพมหานคร         | ประธานกรรมการ              |
| ๒. รองปลัดกรุงเทพมหานคร<br>สั่งราชการกองประชาสัมพันธ์ สำนักปลัดกรุงเทพมหานคร                 | รองประธานกรรมการ           |
| ๓. นายวสันต์ มีวงษ์<br>ที่ปรึกษาของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร                                 | รองประธานกรรมการ           |
| ๔. ร้อยเอก (หญิง) เตือนเต็มดวง ณ เชียงใหม่<br>ที่ปรึกษาของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร          | กรรมการ                    |
| ๕. นางสาวตรีดาว อภัยวงศ์<br>ที่ปรึกษาของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร<br>และโฆษกของกรุงเทพมหานคร | กรรมการ                    |
| ๖. นายก้องศักดิ์ ยอดมณี<br>ที่ปรึกษาของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร                             | กรรมการ                    |
| ๗. ผู้อำนวยการสำนักงบประมาณกรุงเทพมหานคร   | กรรมการ                    |
| ๘. นางบุศกร คงอุดม   | กรรมการ                    |
| ๙. นายถนอม อ่อนเกตุพล  | กรรมการ                    |
| ๑๐. นายไกรวิทย์ กุลวัฒน์โนทัย  | กรรมการ                    |
| ๑๑. นายเถกิง สมทรัพย์  | กรรมการ                    |
| ๑๒. ผู้อำนวยการกองประชาสัมพันธ์<br>สำนักปลัดกรุงเทพมหานคร                                    | กรรมการและเลขานุการ        |
| ๑๓. หัวหน้าฝ่ายเผยแพร่<br>กองประชาสัมพันธ์ สำนักปลัดกรุงเทพมหานคร                            | กรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ |

โดยให้ ...

โดยให้คณะกรรมการมีอำนาจหน้าที่ดังต่อไปนี้

๑. กำหนดกรอบ แนวคิดและเป้าหมายด้านการประชาสัมพันธ์ของกรุงเทพมหานครโดยรวม เพื่อเป็นแนวทางหลักในการดำเนินงานของหน่วยงาน ส่วนราชการ และการพาณิชย์ของกรุงเทพมหานคร

๒. วิเคราะห์สถานการณ์และผลกระทบอันจะมีผลต่อความเข้าใจอันดีของประชาชนในการดำเนินงานของกรุงเทพมหานคร เพื่อเสนอแนะและให้คำปรึกษาแก่คณะผู้บริหารกรุงเทพมหานคร ประกอบการตัดสินใจในการบริหารงาน

๓. กำหนดกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ของกรุงเทพมหานคร โดยบูรณาการและเชื่อมโยงแผนงาน และงบประมาณการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน ส่วนราชการ และการพาณิชย์ของกรุงเทพมหานครเข้าด้วยกัน เพื่อนำไปสู่การกำหนดวิธีการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ที่ชัดเจนและบรรลุสู่เป้าหมายตามกรอบวิสัยทัศน์ที่กำหนดไว้

๔. กำหนดมาตรฐาน แนวทางและมาตรการในการประชาสัมพันธ์ รวมทั้งกำกับ ติดตาม ประเมินผลการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน ส่วนราชการ และการพาณิชย์ของกรุงเทพมหานคร เพื่อสร้างความเป็นเอกภาพในการดำเนินงาน

๕. เชิญผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ของหน่วยงาน ส่วนราชการ และการพาณิชย์ของกรุงเทพมหานคร ให้ความเห็นหรือข้อเสนอแนะ รวมทั้งให้จัดส่งเอกสารหลักฐานที่เกี่ยวข้องต่อคณะกรรมการ

๖. แต่งตั้งคณะอนุกรรมการหรือคณะทำงานเพื่อช่วยการปฏิบัติงานของคณะกรรมการได้ตามความเหมาะสม

๗. หน้าที่อื่นตามที่ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครมอบหมาย

คำสั่งใดขัดหรือแย้งกับคำสั่งนี้ ให้ใช้คำสั่งนี้แทน

ทั้งนี้ ตั้งแต่บัดนี้เป็นต้นไป

สั่ง ณ วันที่ ๗ พฤษภาคม พ.ศ. ๒๕๕๖

(ม.ร.ว.สุขุมพันธุ์ บริพัตร)  
ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร



คำสั่งคณะกรรมการประชาสัมพันธ์กรุงเทพมหานคร  
ที่ ๑ / ๒๕๕๖  
เรื่อง แต่งตั้งคณะอนุกรรมการประชาสัมพันธ์กรุงเทพมหานคร

เพื่อให้การประชาสัมพันธ์กรุงเทพมหานครเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ อาศัยอำนาจตามคำสั่ง  
กรุงเทพมหานครที่ ๑๘๐๙/๒๕๕๖ ลงวันที่ ๗ พฤษภาคม ๒๕๕๖ คณะกรรมการประชาสัมพันธ์กรุงเทพมหานคร  
จึงแต่งตั้งคณะอนุกรรมการประชาสัมพันธ์กรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย

- |  |                        |
|--|------------------------|
| ๑. นายवलันต์ มีวงษ์<br>ที่ปรึกษาของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร                                       | ประธานอนุกรรมการ       |
| ๒. นายมานิต เตชอภิโชค<br>รองปลัดกรุงเทพมหานคร  | รองประธานอนุกรรมการ    |
| ๓. นางสาวตรีดาว อภัยวงศ์<br>ที่ปรึกษาของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร<br>และโฆษกของกรุงเทพมหานคร       | รองประธานอนุกรรมการ    |
| ๔. นางเบญจพราย กิจปัจจุ<br>ผู้ช่วยเลขานุการผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร<br>และรองโฆษกของกรุงเทพมหานคร | อนุกรรมการ             |
| ๕. ผู้อำนวยการกองประชาสัมพันธ์<br>สำนักปลัดกรุงเทพมหานคร   | อนุกรรมการ             |
| ๖. นายนิจกาล งามวงศ์<br>นักวิชาการคอมพิวเตอร์ชำนาญการพิเศษ<br>สำนักยุทธศาสตร์และประเมินผล          | อนุกรรมการ             |
| ๗. นายไกรวิทย์ กุลวัฒน์ไพบ<br>หัวหน้าฝ่ายวิเคราะห์ข่าว   | อนุกรรมการ             |
| ๘. หัวหน้าฝ่ายวิเคราะห์ข่าว<br>กองประชาสัมพันธ์ สำนักปลัดกรุงเทพมหานคร                             | อนุกรรมการและเลขานุการ |

โดยให้คณะอนุกรรมการมีอำนาจหน้าที่ดังต่อไปนี้

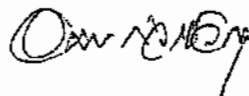
- ศึกษาแนวทาง และพิจารณารายละเอียดกรอบแนวคิดและเป้าหมายด้านการประชาสัมพันธ์  
เพื่อกำหนดยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์ของกรุงเทพมหานคร
- วิเคราะห์สถานการณ์ประจำวันและผลกระทบที่อาจมีผลต่อความเข้าใจของประชาชนในการดำเนิน  
นโยบายของผู้บริหารกรุงเทพมหานคร เพื่อกำหนดมาตรการในการประชาสัมพันธ์เชิงรุกและเชิงรับ พร้อมกำหนด  
มาตรฐานการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ของกรุงเทพมหานครให้เหมาะสม

๓. ศึกษาแนวทาง...

๓. ศึกษาแนวทางในการปรับภาพลักษณ์ขององค์กร (Re-branding) และแนวทางการประชาสัมพันธ์ ภายใน เพื่อเพิ่มศักยภาพงานด้านการประชาสัมพันธ์ของกรุงเทพมหานครให้มีประสิทธิภาพ
๔. พิจารณาให้ความเห็นชอบรูปแบบ เนื้อหา และช่องทางการเผยแพร่ ในการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ ตามโครงการต่าง ๆ ของหน่วยงาน ส่วนราชการ และการพาณิชย์ของกรุงเทพมหานคร
๕. ติดตามและประเมินผลการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน ส่วนราชการและการพาณิชย์ของ กรุงเทพมหานคร เพื่อปรับทิศทางให้เหมาะสม
๖. ให้รายงานผลการดำเนินงานให้คณะกรรมการประชาสัมพันธ์กรุงเทพมหานครทราบและพิจารณา
๗. หน้าที่อื่นตามที่คณะกรรมการประชาสัมพันธ์กรุงเทพมหานครมอบหมาย

ทั้งนี้ ตั้งแต่บัดนี้เป็นต้นไป

สั่ง ณ วันที่ ๒๒ พฤษภาคม พ.ศ. ๒๕๕๖



(นายอมร กิจเชวงกุล)

รองผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร  
ประธานคณะกรรมการประชาสัมพันธ์  
กรุงเทพมหานคร



# บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ กรุงเทพมหานคร (สำนักปลัดกรุงเทพมหานคร โทร. ๐ ๒๖๒๑ ๐๗๐๔ หรือโทร. ๑๓๘๖)

ที่ กท ๐๔๐๘/ ๕๗๕

วันที่ ๑๗ มิถุนายน ๒๕๕๖

เรื่อง การส่งข้อมูลกรณีเกิดภาวะวิกฤติหรือเหตุการณ์ที่ส่งผลกระทบต่อกรุงเทพมหานคร

เรียน ผู้อำนวยการสำนัก หัวหน้าสำนักงาน ก.ก. เลขาธิการสภากรุงเทพมหานคร เลขาธิการผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ผู้อำนวยการเขต หัวหน้าส่วนราชการในสังกัดสำนักปลัดกรุงเทพมหานคร และผู้อำนวยการสำนักงานการพาณิชย์ของกรุงเทพมหานคร

ด้วยคณะกรรมการประชาสัมพันธ์กรุงเทพมหานคร ได้กำหนดแนวทางการประชาสัมพันธ์ในภาวะวิกฤติหรือเหตุการณ์ที่ส่งผลกระทบต่อกรุงเทพมหานคร โดยให้ชี้แจงข้อมูลและแนวทางการดำเนินงานในเบื้องต้นให้ประชาชนรับทราบทันที และมอบหมายให้กองประชาสัมพันธ์ รวบรวมข้อมูล รายละเอียดและข้อเท็จจริง กรณีที่เกิดภาวะวิกฤติหรือเหตุการณ์ที่ส่งผลกระทบต่อประชาชนและภาพลักษณ์ของกรุงเทพมหานคร เพื่อนำข้อมูลไปวิเคราะห์สถานการณ์ นำเสนอแนวทางในการนำเสนอข่าวสารเผยแพร่สื่อมวลชนต่อไป

ดังนั้น จึงให้ส่งข้อมูล รายละเอียดและข้อเท็จจริง กรณีที่เกิดภาวะวิกฤติดังกล่าว รวมถึงแนวทางการปฏิบัติและการดำเนินการเบื้องต้น ให้กองประชาสัมพันธ์ทันทีหลังเกิดเหตุการณ์ โดยประสานงานโดยตรงที่ฝ่ายเผยแพร่ กองประชาสัมพันธ์ โทร.๐ ๒๖๒๑ ๐๗๐๘ โทรสาร ๐ ๒๖๒๑ ๐๗๐๗ หรือโทร ๑๓๘๓, ๑๓๘๖  
E-mail : [bma.prd@gmail.com](mailto:bma.prd@gmail.com)

จึงเรียนมาเพื่อทราบและดำเนินการ

(นายมานิต เตชอภิโชค)  
รองปลัดกรุงเทพมหานคร  
ปฏิบัติราชการแทนปลัดกรุงเทพมหานคร

ข้อมูลและรายละเอียด  
กรณีเกิดภาวะวิกฤติหรือเหตุการณ์ที่ส่งผลกระทบต่อกรุงเทพมหานคร  
เรื่อง.....  
(หน่วยงาน).....

| ประเด็น/ข้อเท็จจริง   | ผลกระทบ | การดำเนินการ |
|---|---------|--------------|
| <p>***** หากมีรายละเอียดเพิ่มเติม<br/>ขอให้แนบเอกสารเพิ่มเติมประกอบ<br/>เรื่องด้วย...</p> |         |              |