

‘ภาพลักษณ์’ประเทศไทย ภารกิจท้าทายกรม.ใหม่

หลังจากรัฐบาลใหม่ภายใต้การนำของ พล.อ. ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี เข้ามารับบริหารประเทศ สิ่งที คณะรัฐมนตรี (ครม.) ชุดใหม่ ต้องเร่งสื่อสารให้เกิดความร่วมมือของคนในชาติ และสร้างภาพลักษณ์ไทยในต่างประเทศ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้เกิดขึ้นในระยะยาว ขยายโอกาสการค้า การลงทุน และท่องเที่ยว ให้กลับมาเติบโต พร้อมใช้โอกาสการเปิด เออีซีให้เกิดประโยชน์สูงสุด

พจน์ ใจชาญสุขกิจ ผู้เชี่ยวชาญด้านการสื่อสารและ นายกสมาคมประชาสัมพันธ์ไทย กล่าวว่ารายชื่อของ ครม. ชุดใหม่ ซึ่งเป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถในด้านต่างๆ เป็นนักบริหารที่ คนไทยคุ้นเคย และยอมรับด้านผลงานเป็นอย่างดี อย่างไรก็ตาม ขณะนี้ประเทศไทย ยังอยู่ในช่วงหัวเลี้ยวหัวต่อสำคัญ จากภาวะ เศรษฐกิจยังไม่ฟื้นตัว และอีกหลากหลายปัญหาที่รอการแก้ไข การพิสูจน์ฝีมือของผู้บริหารชุดใหม่ จึงเป็นที่น่าจับตาของ คนทั้งชาติ รวมถึงในเวทีโลก

เน้นความร่วมมือ-แก้ปัญหา

ภายใต้การนำของนายกรัฐมนตรี พล.อ. ประยุทธ์ จันทร์โอชา ที่ปรับบทบาทจากผู้นำทหารที่รับบทกำกับ แก้ไขและควบคุม สถานการณ์ ให้กลับคืนสู่ความสงบ สูการเป็นผู้บริหารที่ดูแล พัฒนาวางรากฐานและจัดการองค์รวมของประเทศ รวมถึง แนวทางสื่อสารภาพลักษณ์ของไทยที่รออยู่เบื้องหน้า ครม. ชุดใหม่

โดยเฉพาะรัฐมนตรีทุกคนต่างมีความสามารถและ ประสบการณ์ ไม่ว่าจะเป็นด้านเศรษฐกิจ คมนาคม พาณิชย์ ต่างประเทศ สังคมและวัฒนธรรม จากประสบการณ์เหล่านี้ จึง เป็นความหวังของคนทั้งชาติที่ต้องการเห็นศักยภาพการทำงาน ของรัฐมนตรีในแง่มุมใหม่ สอดคล้องกับสถานการณ์ที่มีความ เป็นมืออาชีพ สามารถแก้ปัญหา



พจน์ ใจชาญสุขกิจ

เดิมและวางรากฐาน ขับเคลื่อนประเทศใน ระยะยาวที่จะเกิดผลดี อย่างเป็นรูปธรรม ในอนาคตการรับฟัง ความคิดเห็นและสร้างความ ร่วมมือกับหลายภาคส่วน ที่ สำคัญคือการต่อต้านการ คอร์รัปชัน ต้องแสดง ความโปร่งใส ชัดเจน ให้ประชาชนได้เห็น มีช่องทางตรวจสอบ เพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะ ในการลงทุนสำหรับ โครงการขนาดใหญ่ที่ ใช้งบประมาณสูง ดังนั้น ครม. ใหม่ต้อง

ยึดหลักความซื่อสัตย์ โปร่งใส ให้เกิดความชัดเจนและเร่งแก้ไข ความเดือดร้อนของประชาชน ทั้งปัญหาที่เกิดขึ้นรวมถึงที่ สะสมมาเป็นระยะเวลาชานาน เพื่อแสดงการเป็นฟัง ที่วางใจ ทำให้เห็นผลงานได้รวดเร็ว โดยควรเริ่มปรากฏในช่วง 5-6 เดือน ข้างหน้า

มุ่งสร้างความเชื่อมั่น

ภาพลักษณ์เป็นเรื่องของการสื่อสารเนื้อหา ความเชื่อมั่น จากความจริงที่เกิดขึ้น ความรู้สึกความผูกพันและทัศนคติ ที่เป็นความต้องการร่วมกัน โดยต้องใช้เวลาสื่อสารต่อเนื่องแบบ มีกลยุทธ์ สร้างความมั่นคงทางการศึกษาและความยั่งยืน ทางด้านเศรษฐกิจ สังคม การส่งออก และส่งเสริมการบริโภค ในประเทศ

การเร่งสร้างความร่วมมือกับภาคธุรกิจให้แบ่งเบาภาระ ค่าครองชีพประชาชน การวางยุทธศาสตร์กระตุ้นการท่องเที่ยว ให้เกิดรายได้มากขึ้น ขณะที่ผลักดันเขตเศรษฐกิจพิเศษให้ เดินหน้าได้จริง ในโอกาสที่เปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (เออีซี) ในปลายปี 2558 ถือเป็นแนวโน้มที่ดีด้านปัจจัยพื้นฐาน ของภาพลักษณ์ที่จะเกิดขึ้น ต่อประเทศไทยในอนาคต

พัฒนาภาพลักษณ์ไทยเวทีโลก

ภาพลักษณ์ของประเทศ เป็นอีกภารกิจที่ ครม. และ ผู้เกี่ยวข้องต้องให้ความสนใจด้วยเช่นกัน แต่ใช้การสื่อสารและ ประชาสัมพันธ์แบบใหม่ที่ใช้งบประมาณไม่มาก แต่ได้ผลตอบรับ ที่ดีและรวดเร็ว

นอกจากการ “คืนความสุข” ความสงบให้กับคนในประเทศ แล้ว การจัดการภาพลักษณ์ของประเทศอย่างเร่งด่วน นั่นคือ การที่ต้องมาวิเคราะห์ กำหนดแนวทางยุทธศาสตร์ภาพลักษณ์ และการสื่อสารของประเทศ นับเป็นโอกาสสำหรับยุทธศาสตร์ ภาพลักษณ์ของประเทศ ที่จะเกิดเป็นรูปธรรม ทั้งที่ต้องสร้าง ปรับปรุง แก้ไข และขยายต่อ ยอดจากจุดเด่นต่างๆ การส่งเสริม สถานที่ ท่องเที่ยว ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต ความ ปลอดภัย นโยบายที่เอื้อต่อการลงทุน แนวทางปัญหาโครงสร้าง ทางสังคม การสร้างความน่าเชื่อถือของผู้นำทั้งบุคคล องค์กรที่ เกิดขึ้นในประเทศและเวทีนานาชาติ

ขณะเดียวกันภาพรวมของประชาชนในชาติก็สำคัญยิ่ง ที่ ผ่านมา ภาพลักษณ์ อັตลักษณ์และค่านิยมของคนไทย ตลอดจน ความภาคภูมิใจในความเป็นชาติ เอกลักษณ์ของความเป็นไทย การให้ความใส่ใจอย่างจริงจัง นับเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการ ปลูกฝังอັตลักษณ์ รณรงค์แนวคิดหลักที่ชัดเจน แพร่หลาย สำหรับสิ่งที่ต้องการให้เกิดขึ้นข้างหน้า

สิ่งเหล่านี้ต้องเป็นองค์รวมแบบบูรณาการเพื่อให้เกิด ความร่วมมือ ร่วมใจ ปฏิบัติจากทุกหน่วยงาน ภาครัฐ ภาค เอกชน และภาคประชาชนได้ เกิดแรงบันดาลใจ ดำเนินไปใน แนวทางเดียวกัน