

“ การกระตุ้นภาพลักษณ์ของประเทศไทยต้องมาจากภาครัฐก่อน  
แล้วมีการขับเคลื่อนอย่างเป็นระบบต่อเนื่องมายังภาคเอกชน  
ที่เน้นความเป็นกลุ่มก้อน ร่วมกันแก้ไขปัญหาสำคัญของประเทศ  
ถ้าภาพลักษณ์ประเทศไทยดี ประเทศไทยปลอด ทุกคนก็อยู่รอด  
สำคัญที่ว่าทุกวันนี้ เราได้เริ่มต้นที่จะช่วยกันมากขึ้นแค่ไหน  
เราอาจต้องสื่อสารกันมากขึ้น ทำความเข้าใจกันมากขึ้น  
ภายใต้การสนับสนุนของภาครัฐ ถ้าประเทศมีภาพลักษณ์ที่ดี  
โอกาสทางธุรกิจ ย่อมมีมากขึ้น แต่ปล่อยให้ภาพลักษณ์ของประเทศแย่  
ก็เท่ากับเราปิดโอกาสตัวเอง”

ดร.พจน์ ใจชาญสุขกิจ นักสื่อสารเชิงกลยุทธ์แบบบูรณาการ

ประเด็นสำคัญที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของประเทศ  
ความเชื่อมั่นทางการเมือง  
ความมั่นคงทางเศรษฐกิจและการเงิน  
ด้านคุณภาพชีวิตและการศึกษาของประชากร  
ด้านความพร้อมแหล่งการค้าและการลงทุน  
ความสามารถในการแข่งขันประเทศอื่น  
ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน

ประเด็นที่เป็นจุดอ่อนของการสร้างภาพลักษณ์ประเทศไทย

ปัจจัยที่สูงสุดยังเป็นเรื่องการขัดแย้งทางการเมือง

การขาดความต่อเนื่องและจริง

การขาดความเชื่อมโยงของหน่วยงานเข้าด้วยกัน

ขาดกลยุทธ์และการสื่อสารที่ทันสมัย

ประชาชนขาดความร่วมมือ / การแตกแยกทางด้านความคิด

นอกจากนี้ยังมีความต้องการเร่งด่วนสำหรับการเร่งแก้ปัญหาความเสียหายที่เกิดจากภาวะเศรษฐกิจ เช่น การว่างงาน  
ปัญหาปากท้อง ค่าครองชีพ อาชญากรรมและความสงบเรียบร้อยภายในประเทศ

## โอกาสทางการสร้างภาพลักษณ์

การเดินทางนำผลัดกันทางด้านส่งเสริมการท่องเที่ยว

การต่อ ยอดจากปัจจัยเกื้อหนุนที่มีอยู่

- การประชุมสุดยอดผู้นำอาเซียน / ขยายผลจาก 1 ประเทศ เป็น 10 ประเทศ / ประชากร 570 ล้านคน
- การประสานงานที่สอดคล้องของแต่ละกระทรวง เพื่อกำหนดเป็นยุทธศาสตร์ / ขับเคลื่อนเป็นนโยบาย
- การเผยแพร่อัตลักษณ์ที่ดีของประเทศไปยัง นานาประเทศ เช่น ภูมิปัญญาไทย / เอกลักษณ์ความ

โดดเด่นด้านบริการ

- การส่งเสริม และเผยแพร่ความคิด ที่เกี่ยวประ โยชน์กันและกัน ในเชิงสร้างสรรค์ เช่นเที่ยวเมืองไทย
- การเร่งสร้างบรรยากาศที่น่าอยู่ / น่าลงทุน
- การเร่งสร้างคุณภาพชีวิตของประชาชนด้วยการพัฒนาแบบยั่งยืน
- การทำธุรกิจแบบพันธมิตร

ในส่วนนี้ควรเป็นความรับผิดชอบของทุกคนในประเทศทั้งภาครัฐและเอกชน ในการเร่งสร้างภาพลักษณ์ของประเทศอย่างจริงจัง ซึ่งสอดคล้องกับการจัดอันดับความน่าเชื่อถือและความเสี่ยงทั้งด้านการเมืองและนโยบาย จากสถาบันต่างประเทศต่างๆ ที่พากันลดอันดับประเทศไทย จึงเป็นภาระและความรับผิดชอบของทั้งภาครัฐและเอกชนที่ต้องเร่งแก้ไข และฟื้นฟูเพื่อลดความเสี่ยงทั้งการเมือง สังคม เศรษฐกิจดังกล่าวและการสร้างภาพลักษณ์ให้กับประเทศภายใต้ทรัพยากรที่มีอยู่

ทิศทางเศรษฐกิจ ความเชื่อมั่นและภาวะการใช้จ่ายของผู้บริโภค

เศรษฐกิจไทยต้องเผชิญกับหลายปัจจัย ทั้งด้านการเมือง สภาวะเงินบาท แม้ว่าการปรับราคาน้ำมันเริ่มลดลงแต่ยังไม่สามารถควบคุมราคาสินค้าและค่าใช้จ่ายในการบริโภคได้ ขณะเดียวกันภาครัฐเอง ยังไม่มีมาตรการชัดเจนในการคุ้มครองผู้บริโภค ทั้งวิธีการและเนื้อหา ขณะเดียวกันหน่วยงานภาครัฐและผู้ประกอบการในภาคเอกชนทุกขนาดเกิดการตื่นตัว พยายามปรับวิธีการบริหารต้นทุน เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ไม่รอนโยบายภาครัฐ โดยเฉพาะงบประมาณ และวิธีการ ด้านการสื่อสารขององค์กรพร้อมปรับเป้าหมายทางธุรกิจขยายตัวสูงขึ้น

สภาพการใช้จ่ายของผู้บริโภคยังมีความกังวลเรื่องความเชื่อมั่นทั้งการทำงานและการเงิน จึงชะลอการซื้อสินค้าและให้ความสนใจกับการเก็บออมมากขึ้น เนื่องจากขาดช่องทางการลงทุนที่น่าสนใจ แม้ว่า แนวโน้มอัตราดอกเบี้ยยังอยู่ในช่วงขาลงอย่างต่อเนื่อง ท่ามกลางพลังขับเคลื่อนจากสภาวะแวดล้อมในการขับเคลื่อนเป็นนโยบายภาครัฐ ต้นทุนการผลิต ดัชนีความเชื่อมั่น พฤติกรรมในการบริโภค ในขณะที่พลังขับเคลื่อนขององค์กรต้องเผชิญ

กับภาวะกดดัน ทั้งผลประกอบการ การจัดการทรัพยากรและเป้าหมายที่ท้าทาย พลังขับเคลื่อนทางการตลาด การแข่งขันจะเข้มข้นขึ้นเรื่อยๆ ท่ามกลางพฤติกรรมในการบริโภคที่ขาดจุดยืน

ถึงเวลานี้คงไม่มีใครปฏิเสธได้ว่า ในช่วงระยะเวลาที่ผ่านมาประเทศไทยต้องเผชิญกับปัจจัยรุมเร้าที่เข้าชั้นวิกฤติหลายประการ ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง ตลอดจนความมั่นคงทั้งภายในและภายนอกประเทศ ซึ่งส่งผลกระทบต่อภาครัฐและเอกชนในการบริหารบ้านเมือง ภาคธุรกิจ ตลอดจนภาคประชาชนที่เผชิญกับภาวะค่าครองชีพรวมถึงเหตุการณ์ความขัดแย้ง ในแง่มุมต่างๆ ที่ส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของประเทศในภาพรวม เหล่านี้ล้วนเป็นปัญหาที่ท้าทายความสามารถต่อการจัดการ กระบวนการสื่อสารของรัฐบาล

สิ่งที่รัฐบาลต้องเร่งสื่อสารทั้งในประเทศและเวทีโลก

ภารกิจสำคัญในการบริหารบ้านเมืองของรัฐบาล ภายใต้เงื่อนไขและข้อจำกัดหลายประการ รวมถึงภาพสะท้อนและความคิดเห็นของประชาชน และกลุ่มชนต่างๆ ที่แบ่งออกเป็นหลายกลุ่มความคิด เหล่านี้ล้วน เป็นอีกสิ่งหนึ่งที่ผู้เกี่ยวข้องต้องนำมาวิเคราะห์และพิจารณา สำหรับการบริหารภาพลักษณ์ของประเทศและการสื่อสารในเชิงยุทธศาสตร์นับได้ว่าเป็นสิ่งสำคัญไม่น้อยไปกว่าภารกิจอื่น

สิ่งที่สำคัญก็คือ รัฐบาลควรให้ความสำคัญกับการสื่อความที่เข้มข้นขึ้น โดยเฉพาะการให้ความสำคัญกับเนื้อหาความชัดเจน โปร่งใส มีกระบวนการสื่อสารทั้งสองทาง การอธิบายแหล่งที่มาของข้อมูล วิธีการตรวจสอบช่องทางแสดงความคิดเห็น การปรับปรุงการสื่อความทั้งภายในของคณะรัฐบาล ควรมีทิศทางที่ชัดเจนสอดคล้องไปในทิศทางเดียวกัน การให้ความสนใจต่อการสื่อสารถึงประเด็นการแก้ปัญหา ในภาคประชาชน การเปิดเวทีช่องทางของการรับฟังมากขึ้น การเร่งเปิดพื้นที่สำหรับการเจรจาเพื่อลดข้อขัดแย้งการให้ความสำคัญกับประหามติ การเปิดรับฟังความคิดเห็น ทั้งองค์กรภาคธุรกิจและภาคสังคม การแสวงหาแนวร่วมเชิงสร้างสรรค์ หรือการสร้างกระบวนการไปสู่ประหามติ เพราะความเห็นที่แตกต่าง ไม่ใช่ความขัดแย้ง

แม้ว่าประเทศ ยังต้องเผชิญกับปัญหาที่รุมเร้าอีกสารพัน แต่สิ่งที่จะทำให้ประเทศของเราพัฒนาอย่างมีเอกภาพได้ ก็คือการเร่งแก้ไขปัญหาคความขัดแย้ง ด้วยการวางยุทธศาสตร์การสื่อสารที่เหมาะสม รวมถึงการเร่งสร้างความน่าเชื่อถือของระบบการเมืองภายในประเทศ