

บทที่ 2

การตรวจเอกสาร

ผู้วิจัยได้ค้นคว้าเอกสารต่างๆ เกี่ยวกับทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในประเด็นดังต่อไปนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคิดเห็น
 - 1.1 ความหมายของความคิดเห็น
 - 1.2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคิดเห็น
2. คณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ
 - 2.1 ความเป็นมาของคณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ
 - 2.2 ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรี ว่าด้วยการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ
 - 2.3 อำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ
3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคิดเห็น

ความหมายเกี่ยวกับความคิดเห็น

จากการตรวจเอกสารพบว่าผู้ที่ทำการศึกษาเกี่ยวกับเรื่องความคิดเห็นไว้หลายท่าน ซึ่งมี ความสอดคล้องกับการศึกษาในครั้งนี้ ดังนี้

อุทัย (2520: 17) กล่าวถึงความคิดเห็นว่า มีหลายระดับ คืออย่างผิวเผินและอย่างลึกซึ้ง สำหรับความคิดเห็นที่เป็นทัศนคตินั้น เป็นความคิดเห็นที่ลึกซึ้ง และติดตัวอยู่เป็นเวลานาน เป็นความคิดเห็นทั่วไป ไม่เฉพาะอย่าง และมีประจำตัวของทุกคน สำหรับความคิดเห็นที่ไม่ลึกซึ้ง เป็นความคิดเห็น

เฉพาะอย่าง มีอยู่เป็นระยะเวลาอันสั้น เรียกว่า Opinion ซึ่งเป็นความคิดเห็นประเภทหนึ่ง ที่ไม่ตั้งอยู่บนรากฐานของพยานหลักฐานที่เพียงพอต่อการพิสูจน์ มีความรู้สึกแห่งอารมณ์น้อย เกิดขึ้นได้ง่าย และสลายได้เร็ว

ประภาเพ็ญ (2520: 42) กล่าวว่า ความคิดเห็นเป็นการแสดงออกทางด้านทัศนคติอย่างหนึ่ง แต่การแสดงความคิดเห็นนั้น มักจะมีอารมณ์เป็นส่วนประกอบและเป็นส่วนหนึ่งที่พร้อมจะมีปฏิกิริยา โดยเฉพาะอย่างหนึ่งต่อสถานการณ์ภายนอก

ทวี (2520: 5) สรุปไว้ว่า ความคิดเห็น เป็นการแสดงออกซึ่งความรู้สึกอยู่บนพื้นฐานของข้อเท็จจริงและทัศนคติของบุคคลต่อสิ่งหนึ่ง ซึ่งอาจเป็นบุคคล กลุ่มบุคคล หรือสถานการณ์ เป็นต้น ความคิดเห็นอาจจะเป็นไปทางเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วยต่อสิ่งนั้นก็ได้

เรืองเวทย์ (2522: 20) กล่าวว่า ความคิดเห็นเป็นการแสดงออกทางด้านความรู้สึกต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งด้วยการพูด หรือการเขียน โดยอาศัยพื้นฐานความรู้หรือประสบการณ์และสภาพแวดล้อมในการแสดงความคิดเห็น อาจจะได้รับหรือปฏิเสธจากคนอื่นก็ได้

โสภา (2523: 218) สรุปไว้ว่า ความคิดเห็นเป็นความรู้สึกของบุคคลต่อสิ่งหนึ่งๆ แต่เป็นลักษณะที่ไม่ลึกซึ้ง บางอย่างเป็นความคาดหวัง บางอย่างคาดคะเน ไม่ได้เป็นเพียงความชอบเท่านั้น สามารถแสดงออกในรูปของคำพูดได้

รัชณี (2528: 55) สรุปว่า ความคิดเห็นเป็นความรู้สึกนึกคิดที่ประเมินผลมาเป็นธรรมชาติของความพอใจหรือไม่พอใจของบุคคลหรือกลุ่มคนต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หรือสังคมใดสังคมหนึ่ง โดยเฉพาะ ดังนั้น ถ้าจะวัดทัศนคติก็มักจะวัดความคิดของบุคคลหรือกลุ่มคนที่มีต่อสิ่งนั้นๆ

กัญญา (2532: 107) กล่าวว่า ความคิดเห็นเป็นพฤติกรรมอย่างหนึ่งเป็นการใช้สัญลักษณ์แทนสิ่งที่หรือเหตุการณ์ต่างๆ เป็นพฤติกรรมที่แสดงออกมาในรูปแบบของความเห็น

สุดา (2542: 39) สรุปความคิดเห็น คือ การแสดงออกของบุคคลหรือกลุ่มคนที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดโดยเฉพาะ ด้วยการพูดหรือการเขียน ซึ่งในการแสดงออกนี้จะต้องอาศัยพื้นฐานความรู้ ประสบการณ์ และพฤติกรรมระหว่างบุคคลเป็นเครื่องช่วยในการพิจารณาและประเมินค่าก่อนที่มีการตัดสินใจ

แสดงออก ซึ่งการแสดงออกความคิดเห็นนี้อาจจะเป็นไปทางเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วยก็ได้ ในบางสถานการณ์ความคิดเห็นอาจจะอยู่ในลักษณะเห็นด้วยมากหรือเห็นด้วยน้อย

ปัจจัยที่มีอิทธิพลที่ทำให้เกิดความคิดเห็น

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราช ได้กล่าวถึงความคิดเห็นของบุคคลเกิดจากประสบการณ์ การติดต่อสัมพันธ์กับผู้อื่น การเลียนแบบและองค์ประกอบทางสถาบันของสังคม ดังนี้

1. ประสบการณ์ บุคคลจะมีความคิดเห็นที่ดีหรือไม่ ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ที่มีต่อสิ่งนั้นๆ ในลักษณะใด หากบุคคลนั้นมีประสบการณ์ที่ดีก็จะทำให้มีความคิดเห็นที่ดี และหากบุคคลนั้นมีประสบการณ์ที่ไม่ดีก็จะทำให้มีความคิดเห็นที่ไม่ดีเช่นกัน
2. การติดต่อสัมพันธ์กับผู้อื่น ความคิดเห็นของคนบางคนอาจเกิดจากความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับคนอื่น โดยได้รับข้อมูลเรื่องราวต่างๆ จากผู้ที่สัมพันธ์ด้วย แล้วถ่ายทอดความคิดเห็นนั้นมาเป็นของตน เช่น ความสัมพันธ์ที่มีต่อพ่อแม่ ครู อาจารย์ บุคคลนั้นก็จะได้รับความคิดเห็นถ่ายทอดจากบุคคลที่ใกล้ชิดได้เป็นอย่างมาก
3. ตัวแบบ ความคิดเห็นของบุคคลบางอย่างเกิดจากการเลียนแบบ เด็กอาจเลียนแบบพฤติกรรมอย่างที่ท่านชอบจากพ่อแม่ ครู และบุคคลที่ใกล้ชิด นอกจากนั้นอาจจะเลียนแบบจากภาพยนตร์ และสื่อต่างๆ ที่ได้พบเห็น หากตัวแบบดังกล่าวมีความคิดเห็นที่ดีต่อบุคคลหรือสิ่งต่างๆ ผู้เลียนแบบก็จะรับเอาข้อมูลฝังเข้าไปในจิตใจและมีความคิดเห็นต่อสิ่งต่างๆ เหมือนตัวแบบ
4. องค์ประกอบทางสถาบันสังคม สถาบันและสังคมต่างๆ ดังเช่น โรงเรียน วัด โรงภาพยนตร์ และองค์กรต่างๆ เป็นสิ่งที่มีอิทธิพลในการสร้างความคิดเห็นให้เกิดขึ้นกับบุคคลได้เป็นอย่างดี โดยที่บุคคลจะค่อยๆ รับประสบการณ์จากชีวิตประจำวันและสะสมมากขึ้นจนเป็นความคิดเห็นและมีพฤติกรรมที่ดีต่อไป ดังเช่น โรงเรียนอาจจะอบรมให้เด็กรู้จักเชื่อฟัง พ่อแม่ เคารพบิดามารดา เด็กก็จะรับข้อมูลและมีความคิดเห็นที่ดีต่อพ่อแม่ เป็นต้น

การเปลี่ยนแปลงทัศนคติและความคิดเห็น

Traindis (n.d. อ้างถึงใน สุดา, 2542: 45) กล่าวว่า ความคิดเห็นของบุคคลสามารถเปลี่ยนแปลงได้โดย

1. การรับรู้ข้อมูลใหม่จากบุคคลหรือสื่อมวลชน
2. การได้รับประสบการณ์ตรงที่พบด้วยตนเอง หรือจากแรงสะท้อนใจ
3. การถูกบังคับให้ปฏิบัติตามโดยไม่เต็มใจ หรือตรงกับความรู้สึกนึกคิด

องค์ประกอบในการวัดความคิดเห็น

Rosenberg and Hovland (n.d. อ้างถึงใน สุดา, 2542: 42-43) ได้แบ่งองค์ประกอบที่ใช้ในการวัดทัศนคติออกเป็น 3 ส่วน คือ

1. องค์ประกอบทางด้านความรู้ความเข้าใจ เป็นความเชื่อหรือแนวคิดหรือการรับรู้ต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งอาจจะเป็นได้ทั้งในแง่ดีและแง่ไม่ดี
2. องค์ประกอบทางด้านท่าทีความรู้สึก เป็นความรู้สึกส่วนบุคคลที่เขามีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เช่น โกรธเกลียด รัก ชอบ เป็นเรื่องความแตกต่างกันตามแต่บุคลิภาพของแต่ละบุคคลจะมี หรือเรียกว่าค่านิยม โดยเฉพาะของแต่ละบุคคลก็ได้ เช่น ของสิ่งหนึ่งอาจเป็นที่ชอบของคนหนึ่ง แต่อาจไม่เป็นที่ชอบของคนหนึ่งก็ได้ และความรู้สึกดังกล่าวนี้จะแสดงออกโดยทางสีหน้า ท่าทาง เมื่อบุคคลคิดถึงสิ่งนั้น
3. องค์ประกอบทางด้านพฤติกรรม เป็นแนวโน้มที่จะกระทำอย่างใดอย่างหนึ่งต่อสิ่งของบุคคล หรือสถานการณ์ ถ้ามีสิ่งเร้าที่เหมาะสมก็จะเกิดการปฏิบัติ หรือมีปฏิกิริยาอย่างใดอย่างหนึ่งตอบสนอง

คณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ

ความเป็นมาของคณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ

การประชาสัมพันธ์ของประเทศไทย ได้ดำเนินการมาอย่างต่อเนื่องและมีพัฒนาการมาเป็นลำดับ โดยมีกรมประชาสัมพันธ์เป็นหน่วยงานหลัก การดำเนินงานในระยะแรกยังไม่ได้มีการกำหนดนโยบายด้านการประชาสัมพันธ์ของชาติไว้อย่างชัดเจน หน่วยงานราชการแต่ละแห่งต่างดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานโดยอิสระ ไม่มีระบบประสานงานที่ดีเท่าที่ควร การดำเนินงานจึงไม่ส่งเสริมซึ่งกันและกัน จึงเกิดความสับสนอย่างมากเกี่ยวกับเป้าหมายและวิธีการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของรัฐ เป็นเหตุให้ไม่สามารถนำทรัพยากรต่างๆ โดยเฉพาะด้านสื่อมวลชนที่มีอยู่มาใช้ประโยชน์ในการพัฒนาประเทศได้อย่างที่ควรจะเป็น

อาจกล่าวได้ว่า กระบวนการกำหนดนโยบายด้านการประชาสัมพันธ์ของประเทศอย่างเป็นลายลักษณ์อักษร ได้เริ่มขึ้นอย่างจริงจัง เมื่อองค์การการศึกษาวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ ร่วมกับกรมประชาสัมพันธ์ จัดให้มีการสัมมนาเรื่อง “นโยบายการสื่อสารแห่งชาติ” ขึ้นในเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2521 ณ โรงแรมนารายณ์ กรุงเทพมหานคร การสัมมนาครั้งนี้มีหลักการและเหตุผลที่แถลงไว้ คือ เป็นการดำเนินงานตามข้อเสนอแนะของการประชุมผู้เชี่ยวชาญของยูเนสโก ที่กรุงมะนิลา เมื่อเดือนตุลาคม พ.ศ. 2519 เป็นความพยายามที่จะช่วยให้ผู้แทนของประเทศไทยได้มีเอกสารเกี่ยวกับนโยบายการสื่อสารแห่งชาติ สำหรับนำเข้าสู่การประชุมผู้แทนรัฐบาลประเทศต่างๆ ว่าด้วยนโยบายการสื่อสาร ซึ่งกำหนดจะจัดขึ้นปลายเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2521 (จัดขึ้นจริงระหว่าง 5-14 กุมภาพันธ์ 2522) ณ กรุงกัวลาลัมเปอร์ และเป็นการปฏิบัติตามนโยบายและแผนงานของยูเนสโก ที่ปรารถนาให้ประเทศสมาชิกได้กำหนดนโยบายการสื่อสารแห่งชาติขึ้นไว้ นอกจากนี้ เมื่อวันที่ 8 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2521 คณะรัฐมนตรีได้แต่งตั้งคณะกรรมการพิจารณาปัญหาและเสนอแนะนโยบายเรื่องการสื่อสารกระจายเสียงและโทรทัศน์ของชาติ (กสวท.) ขึ้นเพื่อกำหนดนโยบายและจัดระบบงานสื่อสารมวลชนใหม่ โดยเฉพาะเกี่ยวกับการดำเนินงานระหว่างกรมประชาสัมพันธ์กับองค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย (อ.ส.ม.ท.) ซึ่งในภายหลังได้มีการกำหนดแนวทางการประสานงานระหว่างกรมประชาสัมพันธ์กับ อ.ส.ม.ท. โดยให้กรมประชาสัมพันธ์มีหน้าที่ควบคุมดูแลการประชาสัมพันธ์ของรัฐ ส่งเสริมด้านการศึกษาวิชาการ และความมั่นคง และให้ อ.ส.ม.ท. สนับสนุนงานประชาสัมพันธ์ของรัฐ โดยดำเนินการด้านธุรกิจเพื่อให้สามารถหารายได้เลี้ยงตัวเองได้ นอกจากนี้ให้มีการขยายวิทยุโทรทัศน์ของกรมประชาสัมพันธ์และของ อ.ส.ม.ท. ด้วย

ต่อมาเมื่อวันที่ 27 พฤษภาคม พ.ศ. 2523 คณะรัฐมนตรีได้มีมติยกเลิก กสวท. และแต่งตั้งคณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติขึ้น เพื่อทำหน้าที่ศึกษาข้อเท็จจริงและปัญหาเกี่ยวกับวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ รวมทั้งเสนอแนะนโยบายและแผนงานเกี่ยวกับวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์เพื่อให้การประชาสัมพันธ์ของรัฐมีประสิทธิภาพและประสบผลสำเร็จตามเป้าหมาย

หลังจากนั้น ได้มีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงโครงสร้างและหน้าที่ประชาสัมพันธ์ของชาติให้มีความคล่องตัวและเหมาะสมมากขึ้นเป็นลำดับ โดยเฉพาะอย่างยิ่งระหว่างปี พ.ศ. 2526-2529 กล่าวคือ ในปี พ.ศ. 2526 คณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ โดยรัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรี (ร.ตท.ชาญ มนูญธรรม) เป็นประธานกรรมการ มอบหมายให้มีการจัดทำแนวนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติขึ้น โดยคณะอนุกรรมการร่างนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ในคณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติได้มีการประชุมเชิงปฏิบัติการร่างขึ้น เมื่อวันที่ 22-23 กันยายน 2527 และได้ผ่านการพิจารณาในที่ประชุมสัมมนาว่าด้วยแนวนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ซึ่งมี ปลัดกระทรวง อธิบดี ผู้ว่าราชการจังหวัด ผู้บริหารรัฐวิสาหกิจ และผู้บริหารหน่วยงานภาคเอกชน เข้าร่วมระหว่างวันที่ 17-18 ธันวาคม 2527 และผ่านการพิจารณาในที่ประชุมสัมมนาว่าด้วยแนวทางปฏิบัติและประสานงานตามแนวนโยบายและแผนประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ซึ่งมีหัวหน้าหน่วยงานประชาสัมพันธ์ของหน่วยราชการ รัฐวิสาหกิจ และภาคเอกชนเข้าร่วม ระหว่างวันที่ 22-23 มีนาคม 2528

หลังจากนั้น คณะรัฐมนตรีได้มีมติเห็นชอบแนวนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ที่คณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติเสนอ เมื่อวันที่ 6 สิงหาคม 2528 จึงอาจกล่าวได้ว่าเป็นพัฒนาการครั้งสำคัญของแนวนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ที่ได้มีการจัดทำเป็นลายลักษณ์อักษรและมีการจัดทำเป็นรูปเล่มแจกจ่ายแก่ผู้เกี่ยวข้อง แนวนโยบายการประชาสัมพันธ์แห่งชาติที่จัดทำขึ้นนั้นได้กำหนดประการแรกว่ารัฐพึงจัดให้มีการประชาสัมพันธ์ของชาติดำเนินไปเพื่อเป้าหมายและวัตถุประสงค์ คือ ชำรงรักษาและเผยแพร่อุดมการณ์ วัตถุประสงค์ และเกียรติภูมิของชาติ จรรโลงและพัฒนาระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์เป็นองค์พระประมุขพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของชาติ สร้างเสริมเสถียรภาพและความมั่นคงของชาติ สร้างเสริมความเข้าใจอันดีระหว่างรัฐบาลกับประชาชน และส่งเสริมความร่วมมือประสานงานระหว่างภาครัฐบาลและภาคเอกชน ส่งเสริมชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศในทัศนะของประชาคมโลก ประการที่สอง เพื่อให้การประชาสัมพันธ์ของชาติดำเนินการไปอย่างได้ผลบรรลุเป้าหมาย และวัตถุประสงค์ดังกล่าว รัฐพึงพัฒนาและปรับปรุงระบบและโครงสร้างการประชาสัมพันธ์ของชาติให้มีเอกภาพ

และมีประสิทธิภาพ โดยให้มีคณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ซึ่งประกอบด้วยผู้แทนของ กระทรวง ทบวง กรม และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐบาลและภาคเอกชน ให้มีองค์กรกลางเป็น หน่วยงานหลัก ที่มีอำนาจบริหารงานประชาสัมพันธ์ของชาติ และดูแลการใช้เครื่องมือสื่อสารของ หน่วยงานประชาสัมพันธ์ของรัฐให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งการสนับสนุนให้เกิดความ ร่วมมือประสานงานกับหน่วยงานหรือสื่อของภาคเอกชน ให้มีสำนักข่าวแห่งชาติที่มีอิสระและเสรีภาพ ในการกระจายข่าวสารให้แก่สื่อมวลชนและประชาชน ทั้งเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐบาลกับประชาชน และต่างประเทศ ประการที่สาม รัฐพึงส่งเสริมให้สื่อมวลชนมีความเจริญก้าวหน้าบนพื้นฐานของ เสรีภาพ และความรับผิดชอบในการเสนอข่าว เรื่องราวและความคิดเห็นที่ไม่กระทบกระเทือนต่อ สิทธิเสรีภาพของบุคคล และความมั่นคงปลอดภัยของสถาบันชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์ ประการ สดุดท้าย สนับสนุนการศึกษาอบรมและวิจัยทางการประชาสัมพันธ์และการสื่อสารมวลชน เพื่อให้ เกิดประโยชน์ในการปรับปรุงแก้ไขการประชาสัมพันธ์ของชาติให้บรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์ นอกจากนี้แผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติฉบับดังกล่าวได้จำแนกตามสภาพปัญหาที่เกิดขึ้นต่อการ ประชาสัมพันธ์ของชาติไว้ด้วยกัน 5 ประการ คือ แผนพัฒนาองค์กรและระบบการประสานงาน แผนพัฒนาสื่อการประชาสัมพันธ์ แผนพัฒนาระบบการจัดเก็บ ผลิต และเผยแพร่ข่าวสารเพื่อการ ประชาสัมพันธ์ แผนพัฒนาบุคลากร และแผนการประชาสัมพันธ์กับต่างประเทศ

ในสมัยที่ นายธานินทร์ กรัยวิเชียร เป็นนายกรัฐมนตรี ได้มีพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งองค์การ สื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย (อ.ส.ม.ท.) เมื่อวันที่ 22 มีนาคม 2520 โดยให้ยุบเลิกบริษัท ไทย โทรทัศน์ จำกัด ซึ่งอยู่ในการควบคุมของกรมประชาสัมพันธ์ลง จากนั้นได้พยายามที่จะจัดระบบ การบริหารงานวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ของรัฐเสียใหม่ ก่อให้เกิดปัญหาแทรกซ้อนขึ้น อย่างมากมาย ซึ่งเป็นผลมาจากการที่มีหน่วยงานรับผิดชอบด้านการประชาสัมพันธ์ของรัฐพร้อมกัน ถึง 2 องค์กร คือ กรมประชาสัมพันธ์ซึ่งเป็นองค์กรภาคราชการ และองค์การสื่อสารมวลชนแห่ง ประเทศไทย (อ.ส.ม.ท.) ซึ่งเป็นภาครัฐวิสาหกิจ

ต่อมาในสมัยของรัฐบาล พลเอกเกรียงศักดิ์ ชมะนันทน์ จึงได้หาทางแก้ไขโดยการแต่งตั้ง คณะกรรมการพิจารณาปัญหาและเสนอแนะนโยบายเรื่องการสื่อสารการกระจายเสียงและโทรทัศน์ (กสวท.) ขึ้น ตามมติคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 8 กุมภาพันธ์ 2521 โดยให้พิจารณาเสนอรายละเอียด และวิธีการดำเนินงาน ระหว่างกรมประชาสัมพันธ์กับ อ.ส.ม.ท. ซึ่งผลการพิจารณานอกจากจะให้ คงสภาพเดิมของกรมประชาสัมพันธ์และองค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทยไว้ก่อนแล้ว ยังให้ มีการจัดตั้งคณะกรรมการกำหนดนโยบายและแผนงานประชาสัมพันธ์แห่งชาติขึ้น ซึ่งคณะรัฐมนตรี

สมัยรัฐบาล พลเอกเปรม ติณสูลานนท์ ได้มีมติอนุมัติเมื่อวันที่ 27 พฤษภาคม 2523 ตามที่ นายสมศักดิ์ ชุโต รัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรี และมีการเปลี่ยนชื่อคณะกรรมการจากเดิมเป็น คณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ (กปช.) และในปีเดียวกัน คณะรัฐมนตรีได้มีมติยกเลิก กสวท. ลง

จนกระทั่งในปี พ.ศ. 2526 เมื่อ ร.ต.ท.ชาญ มนุชธรรม ดำรงตำแหน่งรัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรี รับผิดชอบกำกับดูแลกรมประชาสัมพันธ์ ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของการประชาสัมพันธ์จึงได้แต่งตั้งคณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติเป็นครั้งแรก โดยมี ร.ต.ท.ชาญ มนุชธรรม รัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรีในขณะนั้นเป็นประธานกรรมการ และให้เป็นองค์กรระดับนโยบายทำหน้าที่หลักในการเสนอแนะนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์ต่อคณะรัฐมนตรีพิจารณา เพื่อให้ความเห็นชอบ รวมทั้งให้การสนับสนุนและประสานงานการประชาสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานของรัฐกับภาคเอกชนให้ดำเนินไปอย่างเป็นระบบ มีเอกภาพและประสิทธิภาพ

หลังจากประกาศใช้แนวนโยบายและแผนประชาสัมพันธ์แห่งชาติแล้ว รัฐบาลได้เล็งเห็นความสำคัญในการที่จะนำนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติไปปฏิบัติให้บังเกิดเป็นรูปธรรมสู่ความสำเร็จตามความมุ่งหมายที่กำหนดไว้ เพื่อให้การประชาสัมพันธ์ของชาติสามารถดำเนินการได้อย่างมีเอกภาพ เป็นระบบ มีประสิทธิภาพตามแนวนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ตลอดจนเพื่อเป็นการรองรับคณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติซึ่งจะจัดขึ้นใหม่ต่อไป จึงได้มีการจัดทำร่างระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรี ว่าด้วยการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ พ.ศ. 2529 และระเบียบฯ ดังกล่าวได้รับความเห็นชอบจากคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 20 พฤษภาคม 2529 ตามระเบียบฯ นี้ กำหนดให้มีคณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ (กปช.) ประกอบด้วยนายกรัฐมนตรี หรือรัฐมนตรีที่นายกรัฐมนตรีมอบหมายให้เป็นประธานกรรมการ บุคคลซึ่งคณะรัฐมนตรีแต่งตั้งตามที่กำหนดไว้ในระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรี ว่าด้วยการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ เป็นกรรมการ และกรมประชาสัมพันธ์ โดยกองงานคณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ หรือกองงาน กปช. ทำหน้าที่เป็นสำนักงานเลขานุการของ กปช.

เพื่อให้การประชาสัมพันธ์ของชาติ สามารถดำเนินการได้อย่างมีเอกภาพ เป็นระบบ และมีประสิทธิภาพตามแนวนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ซึ่งคณะรัฐมนตรีได้มีมติเห็นชอบแล้ว นายกรัฐมนตรี โดยความเห็นชอบของคณะรัฐมนตรี จึงวางระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรี ว่าด้วยการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ พ.ศ. 2529 และประกาศใช้เมื่อวันที่ 20 พฤษภาคม 2529 ซึ่งในข้อ 4 ได้กำหนดให้มีคณะกรรมการคณะหนึ่ง เรียกว่า “คณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ”

เรียกโดยย่อว่า “กปช.” ประกอบด้วย นายกรัฐมนตรีหรือรัฐมนตรีที่นายกรัฐมนตรีมอบหมาย เป็นประธานกรรมการ บุคคลซึ่งคณะรัฐมนตรีแต่งตั้งจำนวนตามความเหมาะสม เป็นกรรมการ อธิบดีกรมประชาสัมพันธ์เป็นกรรมการและเลขานุการ และมีผู้แทนกรมประชาสัมพันธ์สองคน เป็นกรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ และในข้อ 10 ให้กรมประชาสัมพันธ์ ทำหน้าที่เป็นสำนักงานเลขานุการของ กปช. รับผิดชอบงานธุรการ งานประชุม การศึกษาหาข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวกับงานของ กปช. และปฏิบัติการตามที่ กปช. มอบหมาย สำหรับค่าใช้จ่ายได้มีการแก้ไขตามมติที่ประชุมคณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติครั้งที่ 1/2537 เมื่อวันที่ 7 กุมภาพันธ์ 2537 จากเดิมที่ว่า “ค่าใช้จ่ายสำหรับ กปช. ที่ปรึกษาคณะอนุกรรมการ และคณะทำงานที่ กปช. แต่งตั้งให้จ่ายจากงบค่าใช้จ่ายของ กปช. สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี สำนักนายกรัฐมนตรี” แก้ไขเป็น “ค่าใช้จ่ายสำหรับ กปช. ที่ปรึกษาคณะอนุกรรมการ และคณะทำงานที่ กปช. แต่งตั้งให้จ่ายจากงบค่าใช้จ่ายของ กปช. กรมประชาสัมพันธ์ สำนักนายกรัฐมนตรี”

อย่างไรก็ตาม ในทางปฏิบัติคณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติยังไม่สามารถดำเนินการประชาสัมพันธ์ตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้อย่างครบถ้วน เนื่องจากยังขาดระบบการประสานงาน และองค์กรที่เหมาะสม นอกจากนี้ ทางด้านเครื่องมือสื่อสารก็ยังไม่เพียงพอ รวมทั้งมีปัญหาด้านบุคลากรที่จะทำหน้าที่ในการประชาสัมพันธ์ ดังนั้นในการพิจารณาทิศทางการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 6 (พ.ศ. 2530-2534) คณะรัฐมนตรีจึงมีมติให้กำหนดแนวทางการประชาสัมพันธ์ เพื่อการพัฒนาไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติด้วย โดยให้ประสานแผนประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ซึ่งได้จัดทำขึ้นแล้วในปี พ.ศ. 2528 ให้เข้ากับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 6 ซึ่งเป็นพัฒนาการครั้งสำคัญอีกครั้งหนึ่งในประวัติศาสตร์ด้านการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ ของประเทศไทย แผนการประชาสัมพันธ์ดังกล่าวเน้นการพัฒนาคุณภาพข่าวสาร การประสานงานระหว่างหน่วยงานของรัฐและเอกชน และการวางแผนติดตามประเมินผลการประชาสัมพันธ์ในชนบท โดยอาศัยผลการวิจัยเชิงวิทยาศาสตร์และข้อมูลที่เกี่ยวข้องได้

ในระยะต่อมาได้มีการจัดทำแผนประชาสัมพันธ์ระดับชาติ พ.ศ. 2539/2540-2544 ขึ้น โดยคณะรัฐมนตรีได้ให้ความเห็นชอบเมื่อวันที่ 13 กรกฎาคม 2538 หลังจากนั้นไม่นาน ได้มีการปรับปรุงแผนประชาสัมพันธ์ระดับชาติอีกครั้ง เพื่อให้สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 (พ.ศ. 2540-2544) รวมทั้งให้สอดคล้องกับคำแถลงนโยบายของคณะรัฐมนตรีที่แถลงต่อรัฐสภา เมื่อวันที่ 11 ธันวาคม 2539 และคำอภิปรายของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร ตลอดจนเอกสารต่างๆ ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

จากแผนประชาสัมพันธ์ระดับชาติ พ.ศ. 2539/2540-2544 จึงเปลี่ยนมาเป็นแนวนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ พ.ศ. 2540-2544 โดยคณะรัฐมนตรีได้อนุมัติเมื่อวันที่ 17 มิถุนายน 2540 แนวนโยบายและแผนฯ นี้ ประกอบด้วยสาระสำคัญโดยสรุปคือ วัตถุประสงค์และนโยบายหลักในการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ยุทธศาสตร์และแนวทางในการจัดทำแผนปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ และแผนงานประชาสัมพันธ์ 10 ด้าน คือ ด้านการเมือง การปกครองและการบริหาร ด้านเศรษฐกิจ ด้านต่างประเทศ ด้านสังคม ด้านการศึกษา ด้านการพัฒนาชนบทและกระจายรายได้ความเจริญไปสู่ภูมิภาคและท้องถิ่น ด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ด้านส่งเสริมความมั่นคง และด้านการพัฒนามหานคร

ต่อมาเมื่อวันที่ 20 มิถุนายน 2540 ได้มีพระราชกฤษฎีกาแบ่งส่วนราชการกรมประชาสัมพันธ์ โดยได้มีการปรับปรุงโครงสร้าง และภารกิจของ กปช. ขึ้นใหม่ ทั้งนี้ในการปรับเปลี่ยนโครงสร้างใหม่ มีผลให้กองงาน กปช. ซึ่งรับผิดชอบเป็นฝ่ายเลขานุการของคณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ปรับเปลี่ยนเป็น ส่วนนโยบายและแผนประชาสัมพันธ์แห่งชาติ สังกัดสำนักพัฒนานโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์

ในปี พ.ศ. 2541 คณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ซึ่งมีคณะรัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรี (คุณหญิงสุพัตรา มาศดิตถ์) เป็นประธานกรรมการ ได้พิจารณาเห็นว่า ตามระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ พ.ศ. 2529 ข้อ 8 (1) กำหนดให้ กปช. มีอำนาจหน้าที่ในการเสนอนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติต่อคณะรัฐมนตรีให้ความเห็นชอบ และเสนอแนะให้มีการปรับปรุงแก้ไขนโยบายและแผนประชาสัมพันธ์แห่งชาติ รวมทั้งเรื่องเกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ของรัฐ ให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องยึดถือเป็นกรอบในการจัดทำแผนประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานต่อไป

นอกจากนี้ ได้พิจารณาเห็นว่าในระยะที่ผ่านมา การดำเนินงานตามนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติมีจุดอ่อนด้านเอกภาพและประสิทธิภาพ ขาดทิศทางและเป้าหมายรวม จึงกำหนดวาระแห่งชาติเพื่อประชาสัมพันธ์โดยยึดหลัก “การสร้างคุณภาพ” ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง ประกอบกับอยู่ในช่วงภาวะวิกฤติเศรษฐกิจการสร้างคุณภาพที่ควรเร่งการประชาสัมพันธ์ในลำดับแรก ควรประกอบด้วย 3 เรื่อง คือ การสร้างคุณค่าและจิตสำนึกที่ดีในชาติ การสร้างความเชื่อมั่น ศรัทธา และความสามัคคีในชาติ และการปรับตัวของข้าราชการให้มีคุณภาพ ประสิทธิภาพ สุจริต และโปร่งใส เป็นที่พึ่งประชาชน ทำงานเพื่อประชาชน และร่วมคิดร่วมทำกับประชาชน

วาระแห่งชาติด้านการประชาสัมพันธ์เรื่อง “การสร้างคุณภาพ” ได้รับความเห็นชอบและอนุมัติจากคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 16 มีนาคม 2542 โดย กปช. ได้กำหนดมาตรการเพื่อบรรลุเป้าหมาย ประกอบด้วยมาตรการทั่วไป กำหนดให้ทุกส่วนราชการและรัฐวิสาหกิจ จัดทำแผนงาน/โครงการ โดยยึดกรอบของการสร้างคุณภาพ โดยให้คณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ (กปช.) เป็นผู้ประสานการจัดทำแผนงานและโครงการให้กรมประชาสัมพันธ์ (ในฐานะเลขานุการคณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ) เป็นหน่วยงานกลาง ทำหน้าที่สร้างความเข้าใจและประสานงานกับหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อส่งเสริมสนับสนุนให้เกิดการปฏิบัติตามวาระแห่งชาติ และแนวคิดการสร้างคุณภาพอย่างชัดเจนและต่อเนื่อง

มาตรการเฉพาะ ในภาวะวิกฤติเศรษฐกิจที่เกิดขึ้น ส่งผลกระทบต่อความมั่นคง (ความมั่นคงที่แท้จริง หมายถึง ความมั่นคงทุกด้าน มีลักษณะเป็นองค์รวมมิใช่เฉพาะด้านใดด้านหนึ่ง แต่รวมถึงด้านเศรษฐกิจ สังคมจิตวิทยา การเมือง และด้านอื่นๆ ด้วย) และคุณภาพของภาครัฐเป็นประเด็นสำคัญในการสร้างความเชื่อมั่นและความสามัคคี จึงให้สภาความมั่นคงแห่งชาติ (สมช.) เป็นหน่วยงานกลางพินิจกำลังกับหน่วยงานความมั่นคงและส่วนราชการอื่นในการสร้างคุณภาพการทำงานภาครัฐในการแก้ไขปัญหาในภาวะวิกฤติของชาติให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ โดยนำพระบรมราโชวาทของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว และการดำเนินการตามรอยพระยุคลบาทมาเป็นหลักปฏิบัติ (เสริมโครงการดำเนินการของ ก.พ. ที่กำลังดำเนินการ) เพื่อสร้างความเชื่อมั่น สรพฐา และความสามัคคีในชาติในภาวะวิกฤติ

ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรี ว่าด้วยการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ

ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรี ว่าด้วยการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ถูกกำหนดขึ้นเพื่อให้การประชาสัมพันธ์ของรัฐสามารถดำเนินการได้อย่างมีเอกภาพ เป็นระบบ และมีประสิทธิภาพตามแนวนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ตลอดจนเพื่อเป็นการรองรับการปฏิบัติภารกิจของคณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ (กปช.) นับตั้งแต่ พ.ศ. 2529 จนถึงปัจจุบัน มีการจัดทำระเบียบฯ รวม 2 ฉบับ คือ ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรี ว่าด้วยการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ พ.ศ. 2529 และ พ.ศ. 2544 โดยระเบียบฯ พ.ศ. 2544 นั้น เป็นการปรับปรุงระเบียบฯ พ.ศ. 2529 ซึ่งการแก้ไขระเบียบดังกล่าวมีขึ้นในสมัยรัฐบาล นายชวน หลีกภัย เป็นนายกรัฐมนตรี โดยคณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติในขณะนั้น ซึ่งมี คุณหญิงสุพัตรา มาศดิตถ์ รัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรี เป็นประธาน (พ.ศ. 2541-2544) ได้พิจารณาปรับปรุงแก้ไขระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรี

ว่าด้วยการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ พ.ศ. 2529 ด้วยเหตุผลความจำเป็นในเรื่องการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานต่างๆ ตามนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ยังมีจุดอ่อนในเรื่องความต่อเนื่อง และขาดเอกภาพในการดำเนินงาน อันมีสาเหตุมาจากการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองซึ่งมีผลทำให้ต้องเปลี่ยนรัฐบาลบ่อยครั้ง อีกทั้งยังขาดการประสานงาน ประสานแผน และประสานงบประมาณระหว่างหน่วยงานต่างๆ อย่างต่อเนื่อง ตลอดจนระเบียบที่คณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติถือปฏิบัติมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2529 ยังมีบางประเด็นที่ควรปรับปรุง เพื่อให้งานประชาสัมพันธ์ระดับชาติเป็นไปอย่างมีเอกภาพ เป็นระบบ มีประสิทธิภาพ และทุกหน่วยงานถือปฏิบัติให้สอดคล้องเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กรมประชาสัมพันธ์ ในฐานะสำนักงานเลขานุการคณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ (กปช.) จึงดำเนินการจัดทำร่างระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรี ว่าด้วยการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ พ.ศ. 2544 เสนอคณะรัฐมนตรี ซึ่งคณะรัฐมนตรีมีมติเห็นชอบต่อร่างระเบียบฯ ดังกล่าว เมื่อวันที่ 22 ธันวาคม 2543 โดยนายกรัฐมนตรี (นายชวน หลีกภัย) ลงนามเมื่อวันที่ 10 กุมภาพันธ์ 2544 และสำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรีได้ประกาศในราชกิจจานุเบกษา ฉบับประกาศทั่วไป เล่ม 118 ตอนพิเศษ 18 ง วันที่ 23 กุมภาพันธ์ 2544

อำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ

ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรี ว่าด้วยการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ พ.ศ. 2529 กำหนดอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ (กปช.) ไว้ดังนี้

1. เสนอนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติต่อคณะรัฐมนตรี เพื่อให้ความเห็นชอบ รวมทั้งเสนอแนะต่อคณะรัฐมนตรีให้มีการปรับปรุงแก้ไขนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ตลอดจนเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ของรัฐด้วย
2. กำกับ ดูแล ประสานงาน และให้ความเห็นชอบในการจัดทำแผนปฏิบัติงานการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานของรัฐ เพื่อให้สอดคล้องกับแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ รวมทั้งเร่งรัด และติดตามให้หน่วยงานของรัฐปฏิบัติงานให้เป็นไปตามแผนการประชาสัมพันธ์ที่หน่วยงานนั้นๆ จัดทำไว้ ทั้งนี้ ตามระเบียบที่ กปช. กำหนด
3. ดูแล แนะนำ และให้ความเห็นเกี่ยวกับการบริหารงานสื่อมวลชนของหน่วยงานของรัฐ ให้เป็นไปตามนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ

4. ประสานงานการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานของรัฐกับงานการประชาสัมพันธ์ของเอกชน เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ดีต่อกัน ทั้งนี้ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายตามนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ

5. ศึกษา วิเคราะห์ และประเมินสถานการณ์ที่อาจมีผลกระทบต่อประเทศชาติ เพื่อประโยชน์ในการกำหนดมาตรการด้านประชาสัมพันธ์และระบบบริการสื่อมวลชนให้เหมาะสมและทันต่อเหตุการณ์

6. สนับสนุนและส่งเสริมให้มีการอบรม การประชุมหรือสัมมนา เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจอันถูกต้อง และประสานงานในการปฏิบัติงานการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานของรัฐและของเอกชน

7. ปฏิบัติงานอื่นตามที่คณะรัฐมนตรีหรือนายกรัฐมนตรีมอบหมาย

8. แต่งตั้งที่ปรึกษา คณะอนุกรรมการ หรือคณะทำงาน เพื่อปฏิบัติการอย่างใดอย่างหนึ่งตามที่เห็นสมควร

ในการปฏิบัติหน้าที่ดังกล่าวข้างต้น ให้ กปช. มอบหมายให้สำนักงานเลขานุการ กปช. ที่ปรึกษา คณะอนุกรรมการ หรือคณะทำงานเป็นผู้ปฏิบัติ หรือเตรียมข้อเสนอต่อ กปช. เพื่อพิจารณาดำเนินการต่อไป

ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรี ว่าด้วยการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ พ.ศ. 2544 ได้กำหนดอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ (กปช.) ไว้ดังนี้

1. เสนอนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติต่อคณะรัฐมนตรีเพื่อให้ความเห็นชอบ รวมทั้งเสนอแนะเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ของชาติ

2. เสนอแนะ ให้คำปรึกษา และประสานงานการจัดทำแผนประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานของรัฐให้สอดคล้องกับแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ

3. เสนอแนะและให้คำปรึกษาแก่คณะรัฐมนตรีและสำนักงานงบประมาณในการให้ความเห็นชอบเกี่ยวกับแผนการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานของรัฐ
4. ดูแล แนะนำ และให้ความเห็นเกี่ยวกับการบริหารงานสื่อมวลชนของหน่วยงานของรัฐให้เป็นไปตามนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ
5. ให้คำแนะนำในการประสานงานการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานของรัฐและภาคเอกชน เพื่อให้สอดคล้องและบรรลุเป้าหมายตามนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ
6. ประเมินสถานการณ์ที่อาจมีผลกระทบต่อประเทศชาติและกำหนดมาตรการประชาสัมพันธ์อย่างเหมาะสมและทันต่อเหตุการณ์
7. ติดตาม ประเมินผลการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานของรัฐและภาคเอกชน เพื่อประโยชน์ในการปรับปรุงงานประชาสัมพันธ์ให้มีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้น
8. สนับสนุนและส่งเสริมให้มีการอบรม การประชุมหรือสัมมนา เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจอันถูกต้อง และประสานงานในการปฏิบัติงานการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานของรัฐและภาคเอกชน
9. ปฏิบัติงานอื่นตามที่คณะรัฐมนตรีหรือนายกรัฐมนตรีมอบหมาย

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

รัตนกร (2540) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องการวิเคราะห์แนวนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ พ.ศ. 2540-2544 โดยใช้วิธีการวิเคราะห์เอกสาร (Documentary Analysis) และการสัมภาษณ์เจาะลึก (In-Depth Interview) ผลการศึกษาพบว่า การนำนโยบายไปปฏิบัติต้องทำความเข้าใจอย่างชัดเจน จริงจัง อีกส่วนหนึ่งคือสภาพแวดล้อมหรือบริบทของนโยบาย (Policy Context) สามารถเป็นตัวกำหนดปัจจัยเอื้อและอุปสรรคของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ตามแนวนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ พ.ศ. 2540-2544 ของแต่ละหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้

ศรศักดิ์ (2543) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์การประชาสัมพันธ์: กรณีศึกษาแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ โดยใช้วิธีการวิเคราะห์เอกสาร (Documentary Analysis) เปรียบเทียบกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ทางด้านโครงสร้าง องค์การ การจัดการ ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงาน ซึ่งผลการศึกษาพบว่า การประชาสัมพันธ์ของชาติตามนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ พ.ศ. 2540-2544 มิได้มีการนำไปสู่การปฏิบัติได้อย่างชัดเจนเมื่อพิจารณาเปรียบเทียบกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 (พ.ศ. 2540-2544)

ดวงแก้ว (2545) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เจาะลึก (In-Depth Interview) คณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ และผู้ปฏิบัติงานเห็นหน่วยงานสนับสนุน รวม 10 ราย ผลการศึกษาพบว่า การนำแผนนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติไปสู่การปฏิบัตินั้น ยังขาดเอกภาพ และประสิทธิภาพอย่างเต็มที่ เนื่องจากปัญหาและอุปสรรคด้านโครงสร้าง ปัญหาด้านตัวบุคคล ปัญหาด้านขั้นตอนการดำเนินงานของ กปช. และปัญหาและอุปสรรคจากการที่อำนาจหน้าที่ของ กปช. ที่กำหนดไว้ในระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการประชาสัมพันธ์แห่งชาติไม่ได้รับความสนใจจากผู้เกี่ยวข้อง

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

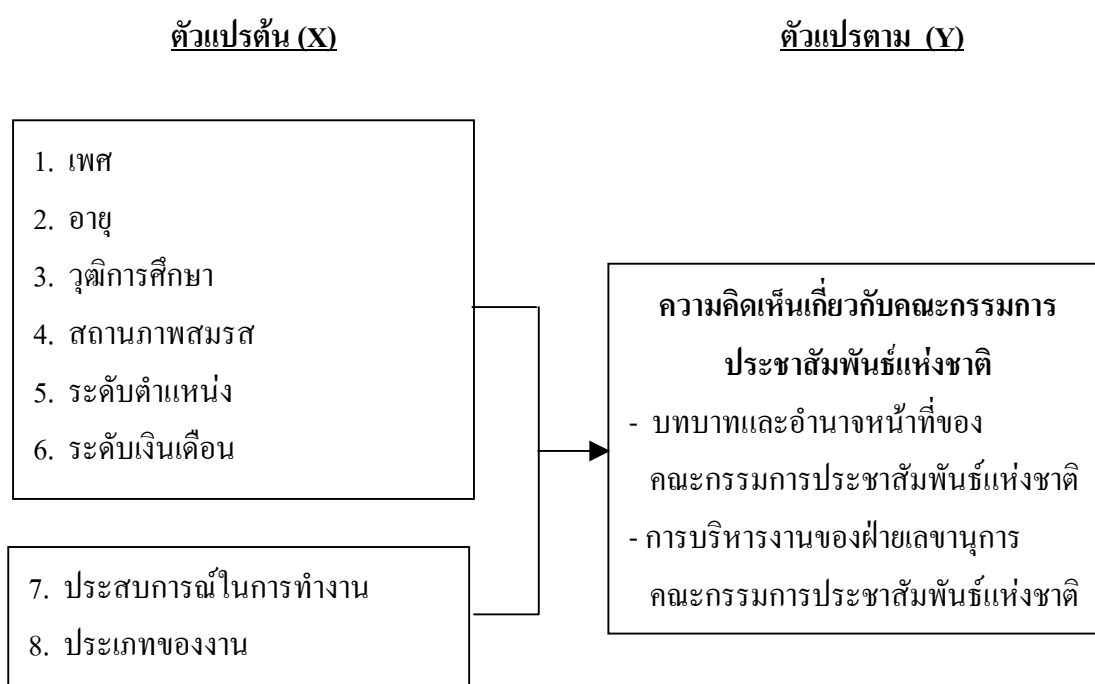
ตัวแปรต้น (X)

1. เพศ
2. อายุ
3. วุฒิการศึกษา
4. สถานภาพสมรส
5. ระดับตำแหน่ง
6. ระดับเงินเดือน
7. ประสบการณ์ในการทำงาน
8. ประเภทของงาน

ตัวแปรตาม (Y)

คือ ความคิดเห็นเกี่ยวกับอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ

กรอบแนวคิดในการวิจัย



สมมติฐานในการวิจัย

สมมติฐานในการวิจัยมีดังต่อไปนี้

1. ข้าราชการกรมประชาสัมพันธ์ที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติแตกต่างกัน
2. ข้าราชการกรมประชาสัมพันธ์ที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติแตกต่างกัน

3. ข้าราชการกรมประชาสัมพันธ์ที่มีวุฒิการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติแตกต่างกัน
4. ข้าราชการกรมประชาสัมพันธ์ที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติแตกต่างกัน
5. ข้าราชการกรมประชาสัมพันธ์ที่มีระดับตำแหน่งต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติแตกต่างกัน
6. ข้าราชการกรมประชาสัมพันธ์ที่มีระดับเงินเดือนต่างกัน มีความคิดเห็นต่ออำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติแตกต่างกัน
7. ข้าราชการกรมประชาสัมพันธ์ที่มีประสบการณ์ในการทำงานต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติแตกต่างกัน
8. ข้าราชการกรมประชาสัมพันธ์ที่มีประเภทของงานต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติแตกต่างกัน