

บทที่ 1

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ในการวางแผนพัฒนาการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10 ได้กำหนดแนวความคิดเศรษฐกิจพอเพียงเป็นแนวทางการพัฒนาประเทศซึ่งรัฐบาลโดยพลเอกสุรยุทธ์ จุลานนท์ นายกรัฐมนตรีได้แถลงนโยบายต่อสภานิติบัญญัติแห่งชาติเมื่อวันที่ 3 พฤศจิกายน 2549 เกี่ยวกับนโยบายเศรษฐกิจว่า นโยบายเศรษฐกิจของรัฐบาลได้ยึดหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงตามแนวพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ คือ การใช้หลักคุณธรรมกำกับพัฒนาเศรษฐกิจในระบบตลาดเสรีเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากซึ่งเปรียบเสมือนรากแก้วของประเทศ เศรษฐกิจระบบตลาด และเศรษฐกิจส่วนรวมให้มีส่วนร่วมในการขยายตัวทางเศรษฐกิจ ภายใต้อำนาจที่ยั่งยืนและความพอดี

เศรษฐกิจพอเพียงเป็นปรัชญาที่ถือว่าเป็นวัตรกรรมที่มีคุณค่ายิ่ง ประชาชนทุกคนสามารถนำความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับเศรษฐกิจพอเพียงไปประยุกต์ใช้ได้เป็นอย่างดีในระดับรากฐานของสังคม คือ ระหว่างประชาชน ชุมชน องค์กรชุมชน ตลอดจนหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน

แผนงานประชาสัมพันธ์เผยแพร่ นโยบายเศรษฐกิจพอเพียงเป็นแผนงานหนึ่งที่รัฐบาลได้กำหนดไว้เป็นแผนยุทธศาสตร์ปี พ.ศ. 2550 ในด้านการรักษาความมั่นคงและส่งเสริมธรรมาภิบาล ทั้งนี้ได้มอบหมายให้สำนักพัฒนาการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์เป็นหน่วยงานรับผิดชอบหลัก

กรมประชาสัมพันธ์ในฐานะที่เป็นหน่วยงานรับผิดชอบหลักตามแผนฯดังกล่าวได้กำหนดวัตถุประสงค์ของโครงการฯ กล่าวคือ เพื่อการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์นโยบายเศรษฐกิจพอเพียงให้ประชาชนรับทราบ และเพื่อให้ประชาชนมีความรู้ ความเข้าใจในการดำเนินชีวิตตามแนวทางเศรษฐกิจพอเพียง ทั้งนี้ได้กำหนดแนวทางการปฏิบัติเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานตามแผนให้บรรลุวัตถุประสงค์ โดยใช้สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุกระจายเสียง สื่อวิทยุโทรทัศน์ สื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจ เพื่อณรงค์ประชาชนรับทราบนโยบายเศรษฐกิจพอเพียง รวมทั้งการสร้างจิตสำนึกและพลังประชาชนให้เข้ามามีส่วนร่วมในโครงการฯ อย่างจริงจังและเป็นรูปธรรม เพื่อเป็นการติดตามการดำเนินงานโครงการดังกล่าว ผู้วิจัยจึงเลือกศึกษาวิจัยเพื่อค้นหาข้อมูล เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาวิธีการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ให้สัมฤทธิ์ผลต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่ นโยบายเศรษฐกิจพอเพียงของกรมประชาสัมพันธ์ทั้งในส่วนกลางและภูมิภาค

ปัญหานำวิจัย

การดำเนินงานประชาสัมพันธ์เผยแพร่นโยบายเศรษฐกิจพอเพียงของกรมประชาสัมพันธ์ทั้งในส่วนกลางและภูมิภาคเป็นอย่างไร

ขอบเขตการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยจะเก็บข้อมูลจากส่วนกลาง คือ กรมประชาสัมพันธ์ สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ในส่วนภูมิภาค คือ สำนักประชาสัมพันธ์เขต 1 ถึง เขต 8 ทั้งนี้ บุคลากรจากหน่วยงานดังกล่าวที่จะให้ข้อมูลในการวิจัยคือ นักประชาสัมพันธ์ระดับปฏิบัติการและผู้บริหารสื่อประชาสัมพันธ์ และ/หรือหัวหน้าฝ่ายรายการวิทยุกระจายเสียง หัวหน้าฝ่ายรายการวิทยุโทรทัศน์

นิยามศัพท์เฉพาะ

การประเมินผล หมายถึง การวิเคราะห์กระบวนการประชาสัมพันธ์โครงการเศรษฐกิจพอเพียง รวมทั้งปัญหาและอุปสรรคของนักประชาสัมพันธ์ระดับปฏิบัติการและผู้บริหารสื่อประชาสัมพันธ์ หัวหน้าฝ่ายรายการวิทยุกระจายเสียง หัวหน้าฝ่ายรายการวิทยุโทรทัศน์ของกรมประชาสัมพันธ์ สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย และสำนักประชาสัมพันธ์เขต 1 ถึง เขต 8

นักประชาสัมพันธ์ หมายถึง บุคลากรผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์โครงการเศรษฐกิจพอเพียง

ผู้บริหารสื่อประชาสัมพันธ์ หมายถึง บุคลากรผู้ทำหน้าที่การบริหารการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์โครงการเศรษฐกิจพอเพียง

สำนักประชาสัมพันธ์เขต หมายถึง หน่วยงานราชการที่กำกับดูแลสื่อประชาสัมพันธ์ของรัฐ รวมทั้งสื่อวิทยุกระจายเสียง สื่อวิทยุโทรทัศน์ที่ผลิตรายการต่าง ๆ โดยมีชื่อเรียกย่อ ๆ ว่า สปข. ซึ่งมีทั้งหมด 8 เขต ได้แก่ สปข. 1 (ขอนแก่น) สปข.2 (อุบลราชธานี) สปข.3 (เชียงใหม่) สปข.4 (พิษณุโลก) สปข. 5 (สุราษฎร์ธานี) สปข. 6 (สงขลา) สปข. 7 (จันทบุรี) และ สปข. 8 (กาญจนบุรี)

สื่อประชาสัมพันธ์ หมายถึง สื่อและกิจกรรมต่าง ๆ ที่ใช้ดำเนินการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ โครงการเศรษฐกิจพอเพียง ประกอบด้วย 14 กิจกรรม โดยจำแนกเป็น 3 ประเภท คือ

1. สื่อมวลชน หมายถึง สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุกระจายเสียง สื่อวิทยุโทรทัศน์ ป้ายประชาสัมพันธ์ โปสเตอร์ โปสการ์ด แผ่นซีดี สื่ออินเทอร์เน็ต โดยเป็นสื่อที่ทุกพื้นที่ใช้บ่อย
2. สื่อบุคคล หมายถึง ผู้นำชุมชน ปราชญ์ชาวบ้าน อาสาสมัคร นักวิชาการ
3. สื่อเฉพาะกิจ หมายถึง สื่อที่กรมประชาสัมพันธ์และสำนักประชาสัมพันธ์เขตใช้ประชาสัมพันธ์เฉพาะพื้นที่การดำเนินโครงการเศรษฐกิจพอเพียงเท่านั้น ได้แก่ สื่อพื้นบ้าน รถประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่ และคอนเสิร์ต

เศรษฐกิจพอเพียง หมายถึง ปรัชญาที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ ทรงมีพระราชดำรัสชี้แนะแนวทางการดำเนินชีวิตแก่พสกนิกรชาวไทยมาโดยตลอด รวมถึงการพัฒนาและบริหารประเทศที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานทางสายกลาง คำนึงความพอประมาณ ความมีเหตุผล การสร้างภูมิคุ้มกันที่ดีในตัว ตลอดจนการใช้ความรู้ ความรอบคอบและคุณธรรมประกอบการวางแผน การตัดสินใจและการกระทำ

การวิจัย-รับฟัง/การแสวงหาข้อมูล หมายถึง กระบวนการแสวงหาความรู้ ข้อเท็จจริง หรือคำตอบของปัญหาต่างๆ โดยวิธีการอันเป็นระบบ ถี่ถ้วนและเชื่อถือได้

การวางแผนการประชาสัมพันธ์ หมายถึง การกำหนดวิธีปฏิบัติเพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ และเพื่อให้การดำเนินงานนั้นๆ มีความสอดคล้องต่อเนื่องเพื่อบรรลุเป้าหมายที่วางไว้ โดยแผนการประชาสัมพันธ์นี้อาจจะต้องระบุกิจกรรมต่างๆ พร้อมกำหนดเวลา และรายละเอียดอื่นที่เหมาะสม

กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ หมายถึง ศาสตร์และศิลป์ของการใช้ข่าวสาร ความคิด จิตวิทยา รวมทั้งวิธีการดำเนินการสื่อสารที่ผสมผสานกันอย่างมีผลและระบบที่ดี ตลอดจนการพัฒนาแผนการสื่อสารของการประชาสัมพันธ์ให้ลึกซึ้งและแยบยล

การสื่อสาร หมายถึง กระบวนการของการถ่ายทอดข่าวสารจากบุคคลฝ่ายหนึ่งซึ่งเรียกว่าผู้ส่งสาร ไปยังบุคคลอีกฝ่ายหนึ่งซึ่งเรียกว่าผู้รับสาร โดยผ่านสื่อ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. กรมประชาสัมพันธ์และสำนักประชาสัมพันธ์เขต (สปข.) สามารถนำข้อมูลที่ได้รับเป็นแนวทางในการวางแผนเพื่อเผยแพร่นโยบายเศรษฐกิจพอเพียงทั้งในระดับประเทศ (โดยกรมประชาสัมพันธ์) และระดับท้องถิ่น (โดยสำนักประชาสัมพันธ์เขต 1-8) ได้อย่างมีประสิทธิภาพ
2. ผลการวิจัยจะเป็นประโยชน์สำหรับผู้บริหารในการวางแผนการประชาสัมพันธ์นโยบายเศรษฐกิจพอเพียงในครั้งต่อไป
3. ผลการวิจัยในครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ในการใช้ข้อมูลเพื่อการอ้างอิงในการวิจัยการประชาสัมพันธ์เพื่อการพัฒนา

