

แนวทางการเพิ่มขีดความสามารถการประชาสัมพันธ์
กรณีศึกษาชุดปฏิบัติการกิจการพลเรือนประจำอำเภอ
ในระดับพื้นที่กองทัพภาคที่ 2

เอกสารวิจัยส่วนบุคคล



โดย

พันเอก สมภพ แพลอย

รองผู้อำนวยการกองกิจการพลเรือน กองทัพภาคที่ 2

วิทยาลัยการทัพบก


กันยายน 2567

เอกสารวิจัยเรื่อง แนวทางการเพิ่มขีดความสามารถการประชาสัมพันธ์
กรณีศึกษาชุดปฏิบัติการกิจการพลเรือนประจำอำเภอ
ในระดับพื้นที่กองทัพภาคที่ 2


โดย พันเอก สมภาพ แพลอย


อาจารย์ที่ปรึกษา พันเอก เจษฎา เหมหาชาติ

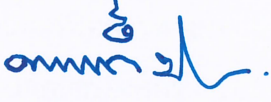
วิทยาลัยการทัพบก อนุมัติให้เอกสารวิจัยส่วนบุคคลฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรหลักประจำ วิทยาลัยการทัพบก ปีการศึกษา 2567 และเห็นชอบให้เป็น
เอกสารวิจัยส่วนบุคคลที่อยู่ในเกณฑ์ระดับ ดีมาก

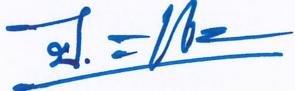
พลตรี  ผู้บัญชาการวิทยาลัยการทัพบก
(ทองศักดิ์ มหาวงศ์)


คณะกรรมการควบคุมเอกสารวิจัยส่วนบุคคล

พันเอก  ประธานกรรมการ
(พิชชญาณ พวงทอง)

พันเอก  ผู้ทรงคุณวุฒิที่ปรึกษา
(อุทัย แผงกระโทก)

พันเอก  กรรมการ
(พงศ์ปณต อรุณสุวรรณ)

พันเอก  กรรมการ
(เจษฎา เหมหาชาติ)

พันเอกหญิง  กรรมการ
(รัชนีนาฏ ถนอมสิน)

บทคัดย่อ

ผู้วิจัย	พันเอก สมภพ แพลอย
เรื่อง	แนวทางการเพิ่มขีดความสามารถการประชาสัมพันธ์ กรณีศึกษาชุดปฏิบัติการกิจการพลเรือนประจำอำเภอ ในระดับพื้นที่กองทัพภาคที่ 2
วันที่	11 กันยายน 2567 จำนวนคำ : 9,273 จำนวนหน้า : 30
คำสำคัญ	กิจการพลเรือน, การประชาสัมพันธ์, สื่อสังคมออนไลน์
ชั้นความลับ	ไม่มีชั้นความลับ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการเพิ่มขีดความสามารถการประชาสัมพันธ์ กรณีศึกษาชุดปฏิบัติการกิจการพลเรือนประจำอำเภอ ในระดับพื้นที่กองทัพภาคที่ 2 และปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการประชาสัมพันธ์ของชุดปฏิบัติการพลเรือนประจำอำเภอของกองทัพภาคที่ 2 โดยใช้การวิจัยเชิงยุทธศาสตร์ จากผลการศึกษาพบว่าความแตกต่างระหว่างวัย (Generation Gap) ก่อให้เกิดช่องว่างในการสื่อสาร นำไปสู่การรับรู้ที่แตกต่างกันผ่านทางประชาสัมพันธ์ และการขาดทักษะการประชาสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงาน ดังนั้นชุดปฏิบัติการกิจการพลเรือนจะต้องนำทฤษฎีการติดต่อสื่อสาร (SMCR Model), กระบวนการสื่อสารทางยุทธศาสตร์ (Process of Strategic Communication) และทฤษฎีการบริหารจัดการองค์กร POCCC มาเป็นแนวทางการพัฒนาเพื่อเพิ่มขีดความสามารถการประชาสัมพันธ์ เจ้าหน้าที่ชุดปฏิบัติการกิจการพลเรือนประจำอำเภอจะต้องเพิ่มทักษะในการสื่อสาร พัฒนาขีดความสามารถด้านเทคโนโลยีการใช้สื่อสังคมออนไลน์ และจะต้องปรับปรุงองค์กรด้วยการจัดให้มีเจ้าหน้าที่ด้านกรรมวิธีข้อมูล เพื่อให้เกิดพลังแห่งการสื่อสารที่กองทัพต้องการ สามารถเอาชนะงานด้านกิจการพลเรือน ซึ่งเป็นงานเชิงนามธรรมได้ในโลกปัจจุบันที่เป็นโลกแห่งการสื่อสารและเทคโนโลยี

ABSTRACT

AUTHOR: Colonel Somphop Paeloy

TITLE: Guidelines for increasing public relations capacity
Case study of the district civil affairs operations team
At the area level, the 2nd Army Area

DATE: 11 September, 2024 **WORD COUNT :** 9,273 **PAGES :** 30

KEY TERMS: civil affairs, public relations, social media

CLASSIFICATION: Unclassified

This research aims to study ways to increase the capacity of public relations case study of the district civil affairs operations team at the area level of the 2nd Army Area and factors affecting public relations of the district civil affairs operations Unit of the 2nd Army Area using strategic research, the results of the study found that differences between generations create communication gaps. Lead to different perceptions through public relations. and lack of public relations skills among operating staff Therefore, the Civil Affairs Operations Team must use the theory of communication (SMCR Model), Strategic Communication and the POCCC organizational management theory as development guidelines to increase public relations capabilities. District civil affairs operations officers must enhance their communication skills. Develop technological capabilities in using social media and must improve the organization by providing data processing officer for increasing public relations capacity of the district civil affairs operations team To be able to overcome civil affairs work which is an abstract work in today's world that is the world of communication and technology.

กิตติกรรมประกาศ

เอกสารวิจัยส่วนบุคคล เรื่องแนวทางการเพิ่มขีดความสามารถการ
ประชาสัมพันธ์ กรณีศึกษาชุดปฏิบัติการกิจการพลเรือนประจำอำเภอ ในระดับพื้นที่
กองทัพภาคที่ 2 ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาจาก พันเอก เจษฎา เหมหาชาติ
อาจารย์กองวิชายุทธศาสตร์ทางทหาร และการวางแผนทางทหาร วิทยาลัยการทัพบก
ในฐานะอาจารย์ที่ปรึกษา และพันเอก อุทัย แผงกระโทก ผู้บังคับส่วนแยก กองบัญชาการ
ช่วยรบที่ 2 ในฐานะผู้ทรงคุณวุฒิที่ปรึกษา รวมทั้งคณะกรรมการควบคุมเอกสารวิจัย
ส่วนบุคคล พันเอก พิชชญาน พวงทอง ประธานคณะกรรมการควบคุมเอกสารวิจัย
ส่วนบุคคล และพันเอก พงศ์ปณต อรุณสุวรรณ กรรมการและเลขานุการคณะกรรมการ
ที่ได้กรุณาให้ความรู้ คำแนะนำ และแนวทางในการจัดทำเอกสารวิจัยส่วนบุคคล ทำให้
งานวิจัยฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ตามความมุ่งหมาย และขอขอบคุณ พลตรี ทนงศักดิ์
มหาวงศ์ ผู้บัญชาการวิทยาลัยการทัพบก ที่กรุณาอนุมัติให้ผู้วิจัยได้จัดทำวิจัยในเรื่องนี้

ผู้วิจัยขอขอบคุณผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่านที่กรุณาให้การสนับสนุนข้อมูล
คำแนะนำ และแนวคิดที่เป็นประโยชน์ต่อการวิจัย ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่างานวิจัยฉบับนี้
จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่ได้ศึกษาและหากมีข้อบกพร่องใดผู้วิจัยขอน้อมรับความผิดพลาด
แต่เพียงผู้เดียว

สารบัญ

เนื้อหา	หน้า
บทที่ 1 บทนำ	
ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์การวิจัย	3
กรอบแนวคิดการวิจัย	4
วิธีการศึกษา	5
ประโยชน์ที่ได้รับ	6
บทที่ 2 บทวิเคราะห์	
การวิเคราะห์ที่เกี่ยวข้องกับยุทธศาสตร์ชาติ แผนแม่บท และนโยบาย	7
การวิเคราะห์ที่เกี่ยวข้องกับกองทัพบก	9
การวิเคราะห์ปัญหาและสภาพแวดล้อม	14
ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องในการแก้ปัญหา	18
บทที่ 3 บทอภิปรายผล	23
บทที่ 4 บทสรุป	
สรุปผลการวิจัย	27
ข้อเสนอแนะการวิจัย	29
เอกสารอ้างอิง	
ประวัติย่อผู้วิจัย	

บทที่ 1

บทนำ

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

กองทัพบกเป็นหน่วยงานด้านความมั่นคง ตามพระราชบัญญัติจัดระเบียบราชการกระทรวงกลาโหม พ.ศ. 2551¹ มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี² (พ.ศ. 2561 - 2580) โดยวิสัยทัศน์ประเทศไทยในปี พ.ศ. 2580 กล่าวว่า “ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศพัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง” โดยได้เข้าไปมีส่วนร่วมหลักในยุทธศาสตร์ชาติด้านความมั่นคง และแผนแม่บท

ในสภาพแวดล้อมของสังคมไทยในปัจจุบันมีภัยคุกคามหลายรูปแบบ โดยเฉพาะภัยคุกคามรูปแบบใหม่ซึ่งเป็นภัยความมั่นคงมีลักษณะความผันผวน (Volatility) มีความไม่แน่นอน (Uncertainty) มีความซับซ้อน (Complexity) และมีความคลุมเครือ (Ambiguity) ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ มีความละเอียดอ่อนซับซ้อนในหลายมิติ และมีแนวโน้มที่จะทวีความรุนแรงขึ้นโดยเฉพาะภัยจากสื่อโซเชียลทางสังคมออนไลน์ที่มีอิทธิพลทางความคิดต่อคนและสังคมในปัจจุบัน

การใช้สื่อของคนในสังคมปัจจุบันมีทั้งเชิงสร้างสรรค์ และในเชิงลบ ซึ่งมีกลุ่มคนบางกลุ่มที่ไม่หวังดีต่อบ้านเมือง การใช้สื่อทางสังคมออนไลน์ในลักษณะจาบจ้วง กล่าวล่วงละเมิดสถาบันหลักของชาติ ตลอดจนมีการบิดเบือนข่าวสาร สร้างความเข้าใจผิด และความเกลียดชังในสังคมเพิ่มมากขึ้น และในรอบปี พ.ศ.2566 จากสถิติของการสำรวจข้อมูลของ ดาต้ารีพอร์ตเทล (DataReportal)³ เว็บไซต์การเก็บข้อมูลดังของโลก พบว่า ในด้านการใช้สื่อโซเชียลทางสังคมออนไลน์ของคนไทย มีอัตราการใช้เพิ่มมากขึ้น โดยโซเชียลมีเดียที่คนไทยใช้มากที่สุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เฟซบุ๊ก มีคนไทยใช้มากที่สุด 48.10 ล้านคน รองลงมาคือ ยูทูบ มีคนไทยใช้ 43.90 ล้านคน และ ตี๊กต็อก มีคนไทยใช้ 40.28 ล้านคน ซึ่งหากผู้ใช้ขาดวิจารณญาณ และขาดจิตสำนึกความรับผิดชอบและการ

ตระหนักว่าต่อสังคมอาจจะทำให้เกิดความเสียหายอย่างร้ายแรงต่อส่วนรวมและประเทศชาติ

กรมกิจการพลเรือนทหารบก เป็นหน่วยงานที่ขึ้นตรงต่อกองทัพบก มีภารกิจรับผิดชอบ วางแผน อำนวยการ ประสานงาน และดำเนินการเกี่ยวกับงานกิจการพลเรือนและงานที่ได้รับมอบหมายที่ดำเนินการต่อการสนับสนุนการปฏิบัติการทางทหาร และการปกครอง การฝึกศึกษาในหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับงานกิจการพลเรือนของกองทัพบก ตลอดจนแนะนำและกำกับดูแลเกี่ยวกับการดำเนินงานกิจการพลเรือนของหน่วยต่างๆของกองทัพบก รวมทั้งติดต่อประสานงานกับภาคพลเรือน, เอกชน, หน่วยงานราชการอื่น ซึ่งการปฏิบัติงานและภารกิจที่ได้รับมอบหมาย มีการจัดตั้งชุดปฏิบัติการกิจการพลเรือนขึ้น เพื่อทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์ สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับกองทัพบก รวมทั้งทำหน้าที่ชี้แจงทำความเข้าใจที่ถูกต้องให้กับประชาชน และยังทำหน้าที่เป็นสื่อกลางประชาสัมพันธ์นโยบายและผลงานของรัฐบาล

กองทัพภาคที่ 2 โดยกองกิจการพลเรือน มีภารกิจและหน้าที่วางแผน อำนวยการ ควบคุม ประสานงานและกำกับดูแลงานด้านกิจการพลเรือนทั้งปวงให้กับกองทัพภาคที่ 2 เพื่อให้บรรลุภารกิจทั้งยามปกติและยามสงคราม ได้กำหนดชุดปฏิบัติการออกเป็น 3 ระดับได้แก่ ชุดปฏิบัติการกิจการพลเรือนกองพล, ชุดปฏิบัติการกิจการพลเรือนมณฑลทหารบก และ ชุดปฏิบัติการกิจการพลเรือนกองพัน ซึ่งในปีงบประมาณ พ.ศ.2567 ได้ปรับเปลี่ยนชื่อจาก “ชุดปฏิบัติการกิจการพลเรือนกองพัน” เป็น “ชุดปฏิบัติการกิจการพลเรือนประจำอำเภอ” โดยในส่วนของชุดปฏิบัติการกิจการพลเรือนประจำอำเภอ ที่อยู่ในความรับผิดชอบของกองทัพภาคที่ 2 นั้นมีหน่วยรับผิดชอบ 65 หน่วย จำนวน 149 ชุด รับผิดชอบ 322 อำเภอ ใน 20 จังหวัด ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

สำหรับปีงบประมาณ พ.ศ.2566 กองกิจการพลเรือน กองทัพภาคที่ 2 ได้สรุปวิเคราะห์ผลการปฏิบัติงาน พบว่า ส่วนใหญ่เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงาน ยังขาดทักษะในการประชาสัมพันธ์และการปฏิบัติงานด้านกิจการพลเรือน ซึ่งปัญหาดังกล่าวนี้อาจมีสาเหตุมาจากเจ้าหน้าที่ยังไม่ได้เข้ารับการศึกษาใน หลักสูตรนายทหารกิจการพลเรือน , นายทหารประชาสัมพันธ์ , นายทหารปฏิบัติการจิตวิทยา , นายสิบกิจการพลเรือน และ ปัญหาในเรื่องการแบ่งมอบพื้นที่ที่ 1 ชุดปฏิบัติการกิจการพลเรือนประจำอำเภอจะต้อง

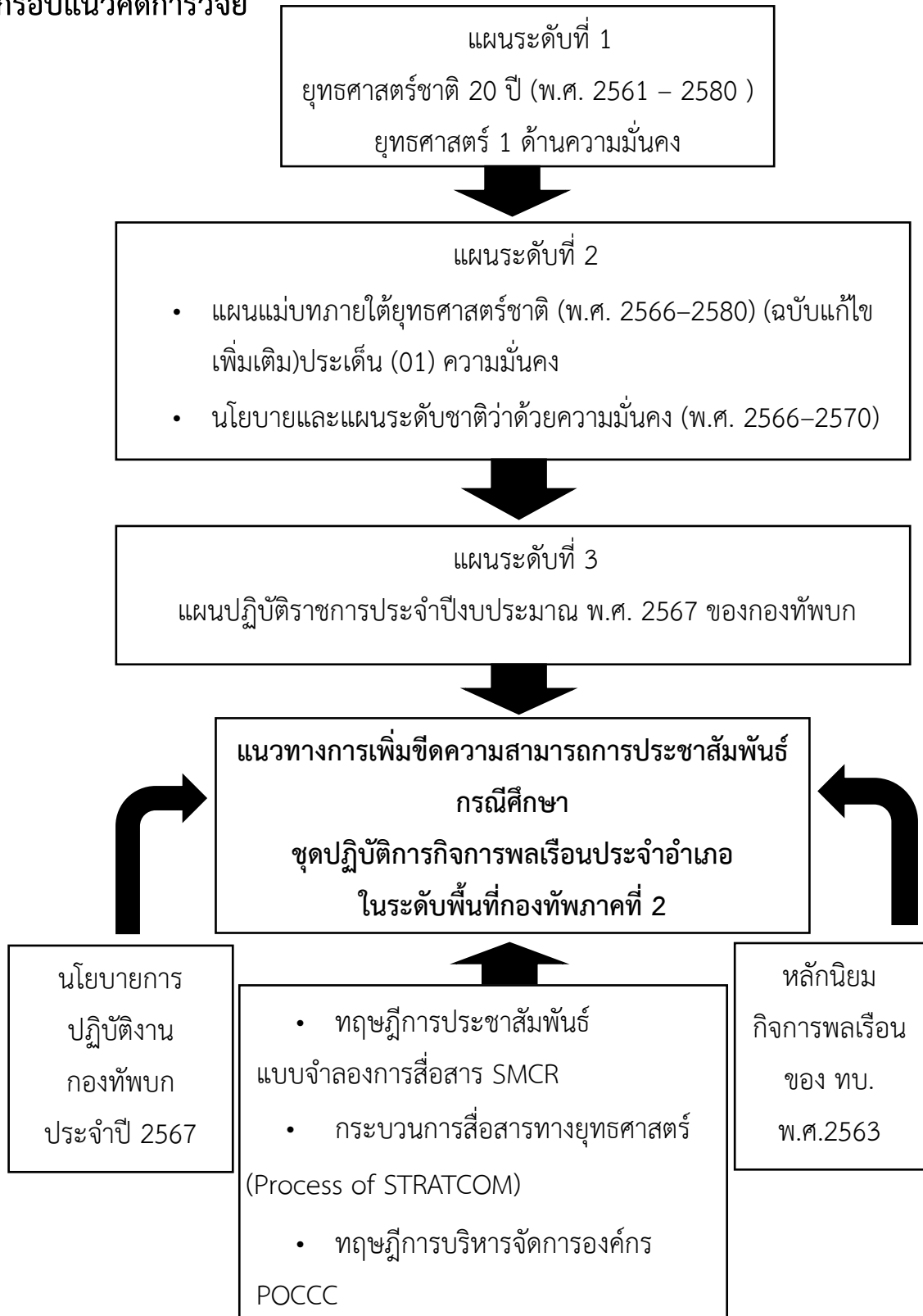
รับผิดชอบหลายอำเภอ ทำให้ไม่สามารถลงทำกิจกรรมด้านกิจการพลเรือนได้ครอบคลุมพื้นที่เป้าหมายได้ครบทุกอำเภอในช่วง 1 ปีงบประมาณ ก็เป็นปัจจัยส่วนหนึ่งด้วย ซึ่งปัญหาและปัจจัยดังกล่าวนี้ กองทัพอากาศที่ 2 , กองทัพบก , กรมกิจการพลเรือนทหารบก และหน่วยปฏิบัติจะต้องให้ความสำคัญในการแก้ไขปัญหา เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถ และเพื่อเกิดประสิทธิภาพบรรลุวัตถุประสงค์ในภารกิจที่ได้รับมอบจากหน่วยเหนือทุกระดับ และส่วนที่สำคัญที่สุดก็คือได้รับความร่วมมือจากภาคประชาชน องค์กรหน่วยงานอื่น ๆ เข้ามามีส่วนร่วมและเป็นเครือข่ายสร้างพลังในการแก้ไขปัญหาาร่วมกัน เพื่อให้เกิดเข้าใจได้อย่างถูกต้องของสังคมและประเทศชาติต่อไป

จากสภาพปัญหาที่กล่าวมาข้างต้น จึงทำให้ผู้วิจัยมีความต้องการที่จะศึกษาแนวทางการเพิ่มขีดความสามารถการประชาสัมพันธ์ ของชุดปฏิบัติการกิจการพลเรือนประจำอำเภอ ในพื้นที่กองทัพอากาศที่ 2 เพื่อนำข้อมูลไปพัฒนาและปรับปรุงเพิ่มขีดความสามารถในงานประชาสัมพันธ์ กับชุดปฏิบัติการกิจการพลเรือนประจำอำเภอ ในระดับพื้นที่กองทัพอากาศที่ 2 ต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษารูปแบบ ขั้นตอนการดำเนินการประชาสัมพันธ์ของชุดปฏิบัติการกิจการพลเรือนประจำอำเภอในระดับพื้นที่กองทัพอากาศที่ 2
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการประชาสัมพันธ์ของชุดปฏิบัติการกิจการพลเรือนประจำอำเภอ ในระดับพื้นที่กองทัพอากาศที่ 2
3. เพื่อพัฒนาเพิ่มขีดความสามารถการประชาสัมพันธ์ของชุดปฏิบัติการกิจการพลเรือน ประจำอำเภอ ในระดับพื้นที่กองทัพอากาศที่ 2

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีการศึกษา

1. รูปแบบการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้รูปแบบการวิจัยเชิงยุทธศาสตร์ โดยการวิจัยเอกสาร (Documentary Research) ตามแนวทางที่วิทยาลัยการทัพบกกำหนด

2. ขอบเขตการศึกษา

ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขต เนื้อหาจากหลักนิยมนด้านกิจการพลเรือนของ กองทัพบก พ.ศ. 2563 สำหรับขอบเขตประชากร/กลุ่มผู้ให้ข้อมูลเป็นเจ้าหน้าที่ในชุดปฏิบัติการกิจการพลเรือนประจำอำเภอกองทัพภาคที่ 2

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลจากเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเพิ่มขีดความสามารถประชาชนสัมพันธ์ในด้านการสื่อสาร และการจัดการองค์กร และสอบถามเชิงลึก เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานในชุดปฏิบัติการกิจการพลเรือนประจำอำเภอกองทัพภาคที่ 2

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้กรอบแนวคิดเชิงยุทธศาสตร์ โดยใช้ทฤษฎีการสื่อสาร (SMCR model), กระบวนการสื่อสารทางยุทธศาสตร์ (Process of STRATCOM) และทฤษฎีการบริหารจัดการองค์กร POCCC เพื่อหาแนวทางการเพิ่มขีดความสามารถประชาชนสัมพันธ์ของชุดปฏิบัติการกิจการพลเรือนประจำอำเภอกองทัพภาคที่ 2 ต่อไป

5. ขั้นตอนการดำเนินงาน

ลำดับ	ขั้นตอนการดำเนินงาน	ธ.ค.66	ม.ค.67	ก.พ.67	มี.ค.67	เม.ย.67	พ.ค.67	มิ.ย.67
1	เลือกเรื่องและกำหนดหัวข้อการวิจัย	↔						
2	สอบการนำเสนอโครงร่างเอกสารวิจัย		↔					
3	ศึกษาค้นคว้าที่มาของปัญหา		↔	↔				
4	การวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูล				↔			
5	การสรุปผลการวิจัย					↔		
6	การนำเสนอผลการวิจัย						↔	
7	จัดทำรูปเล่ม							↔

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. เพื่อได้ทราบข้อมูล รูปแบบ และขั้นตอน การดำเนินการประชาสัมพันธ์ ชุมปฏิบัติการกิจการพลเรือนประจำอำเภอ ในระดับพื้นที่กองทัพบภาคที่ 2
2. เพื่อได้ทราบข้อมูล ในด้านปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อขีดความสามารถการประชาสัมพันธ์ ไปปรับปรุงการประชาสัมพันธ์ของชุดปฏิบัติการกิจการพลเรือนประจำอำเภอ ในระดับพื้นที่กองทัพบภาคที่ 2
3. เพื่อได้ทราบแนวทางในการเพิ่มขีดความสามารถการประชาสัมพันธ์ของชุดปฏิบัติการกิจการพลเรือนประจำอำเภอ ในระดับพื้นที่กองทัพบภาคที่ 2

บทที่ 2

บทวิเคราะห์

การวิจัยเรื่องแนวทางการเพิ่มขีดความสามารถการประชาสัมพันธ์ กรณีศึกษาชุดปฏิบัติการกิจการพลเรือนประจำอำเภอ ในระดับพื้นที่กองทัพภาคที่ 2 มีเนื้อหาที่เชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. 2561 - 2580 ในประเด็นด้าน ความมั่นคง เป็นหลัก และมีความสัมพันธ์เกี่ยวเนื่องไปถึงแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ตลอดจน แผนปฏิบัติการราชการประจำปีของกองทัพบก ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ในประเด็นที่ เกี่ยวข้อง เพื่อให้เข้าใจถึงสาเหตุของปัญหาที่เกิดขึ้น และนำไปสู่แนวทางการแก้ไขปัญหา เพื่อให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมของสังคมไทยในปัจจุบัน

การวิเคราะห์ที่เกี่ยวข้องกับยุทธศาสตร์ชาติ แผนแม่บท และนโยบาย

1. ยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. 2561 – 2580

กระแสของโลกาภิวัตน์ได้ทำให้วิถีชีวิตเปลี่ยนไปอย่างรวดเร็วส่งผลให้เกิด ความเหลื่อมล้ำของประเทศที่มีความสลับซับซ้อนมากยิ่งขึ้นประเทศไทยยังคงมีปัญหา ความเหลื่อมล้ำในหลายมิติ ประเด็นท้าทายคือการสร้างบรรยากาศความไว้วางใจระหว่าง รัฐบาลประชาชนและระหว่างประชาชนกับประชาชน หรือการสร้างความสามัคคีของคนใน ชาติที่จำเป็นไปสู่การแก้ปัญหาความขัดแย้งระหว่างกลุ่มประชากรไทยที่มีแนวคิดและ ความเชื่อที่แตกต่างกันอย่างยั่งยืน

ในงานวิจัยจะเกี่ยวข้องกับยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ในประเด็นยุทธศาสตร์ ด้านความมั่นคง กล่าวคือ ประเทศมีความมั่นคงในเอกราชและอธิปไตย มีการปกครอง ระบบประชาธิปไตยที่มีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข สถาบันชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์มีความเข้มแข็งเป็นศูนย์กลาง และ เป็นที่ยึดเหนี่ยวจิตใจของประชาชน โดยการบริหารจัดการสภาวะแวดล้อมของประเทศให้มี ความมั่นคง ปลอดภัย เอกราช อธิปไตย และมีความสงบเรียบร้อยในทุกระดับจะมีเนื้อหาอยู่ในยุทธศาสตร์ชาติ มีเป้าหมายสำคัญ คือ “ประเทศชาติมั่นคง ประชาชนมีความสุข” เร่งเสริมสร้างความ เข้มแข็งและความรักความสามัคคีปรองดองของคนในชาติ ตลอดจนปลูกจิตสำนึกด้าน

ความมั่นคงให้เกิดขึ้นในประชาชนทุกระดับ ทั้งนี้ประเด็นยุทธศาสตร์ชาติด้านความมั่นคง แบ่งออกเป็น 5 ประเด็นย่อย ในงานวิจัยฉบับนี้มีส่วนที่เกี่ยวข้องกับการรักษาความสงบภายในประเทศ ในหัวข้อการพัฒนาและเสริมสร้างความจงรักภักดีต่อสถาบันหลักของชาติ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้คนในชาติมีจิตสำนึกรักและหวงแหน มุ่งจงรักภักดี พร้อมธำรงรักษาไว้ซึ่งสถาบันชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์ให้เป็นสิ่งยึดเหนี่ยว และศุภณัฐรวมจิตใจหนึ่งเดียวกันของคนทั้งชาติโดยปลูกฝังและสร้างความตระหนักรู้ถึงความสำคัญของสถาบันหลักของชาติ นำไปสู่การมีส่วนร่วมในการสร้างความมั่นคงให้กับประเทศชาติ บ้านเมือง และช่วยเสริมสร้างการอยู่ร่วมกันอย่างปรองดอง ไม่ให้เกิดความแตกแยก

2. แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. 2566 – 2580) (ฉบับแก้ไขเพิ่มเติม) ประเด็น (01) ความมั่นคง⁴

แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. 2566 – 2580) (ฉบับแก้ไขเพิ่มเติม) ประเด็น (01) ความมั่นคง มีความสอดคล้องต่อประเด็นภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติด้านความมั่นคง มีการกำหนดแผนย่อยไว้จำนวน 5 แผน โดยแผนที่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่ทำกรวิจัยคือ การรักษาความสงบภายในประเทศ มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความสงบให้เกิดขึ้นภายในประเทศชาติบ้านเมือง สังคมมีความสามัคคีปรองดอง ประชาชนอยู่ดี กินดี และมีความสุข โดยดำเนินการสร้างความมั่นคง ความรักสามัคคี ความสำนึกจงรักภักดี และความภาคภูมิใจในชาติ ส่งเสริมการปกครองในระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข ทั้งนี้มีแผนย่อยหลักคือ การพัฒนาและเสริมสร้างความจงรักภักดีต่อสถาบันหลักของชาติ มีแนวทางพัฒนาที่สำคัญคือ การเสริมสร้างความมั่นคงของสถาบันหลักของชาติภายใต้การปกครองระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข โดยปลูกฝังและสร้างความตระหนักรู้ถึงความสำคัญของสถาบันหลักของชาติ ผนวกรวมเสริมสร้างความรักและภาคภูมิใจในความเป็นคนไทยและชาติไทย ผ่านทางกลไกต่าง ๆ รวมถึงการศึกษาประวัติศาสตร์ในเชิงสร้างสรรค์ น้อมนำและเผยแพร่ศาสตร์พระราชา หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง รวมถึงแนวทางพระราชดำริต่าง ๆ ให้เกิดความถ่องแท้ และนำไปประยุกต์ปฏิบัติใช้อย่างกว้างขวาง

3. นโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วยความมั่นคง⁵ (พ.ศ. 2566 – 2570)

นโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วยความมั่นคงแห่งชาติ (พ.ศ. 2566 - 2570) เป็นแผนระดับที่ 2 มีกรอบระยะเวลา 5 ปี รองรับแผนระดับที่ 1 ยุทธศาสตร์ชาติ

ด้านความมั่นคง และเชื่อมโยงให้มีการขับเคลื่อนไปสู่การปฏิบัติผ่านแผนระดับที่ 3 มีแนวทางการปฏิบัติแบบความมั่นคงแบบองค์รวม และเป็นกรอบให้ไปในทิศทางเดียวกันภายใต้เป้าหมายในภาพรวม “ประเทศชาติมั่นคง ประชาชนมีความสุข” มีทั้งสิ้น 17 นโยบาย และแผนความมั่นคง ซึ่งเกี่ยวข้องกับงานวิจัยนี้ ในนโยบายและแผนความมั่นคงที่ 1 การเสริมสร้างความมั่นคงของสถาบันหลักของชาติ โดยมุ่งเน้นให้ สังคมไทยอยู่ร่วมกันอย่างสันติและเคารพในความแตกต่างหลากหลายบนพื้นฐานของสิทธิ มนุษยชนพร้อมอ้างไว้ซึ่งสถาบันชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์ ปกป้องและเชิดชูสถาบัน พระมหากษัตริย์ เสริมสร้างการพัฒนาประสิทธิภาพในการดำรงรักษาสถาบัน พระมหากษัตริย์ สร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างภาครัฐ เอกชน ประชาชน และ องค์กรทางสังคม มีกองอำนวยการรักษาความมั่นคงภายในราชอาณาจักรเป็นหน่วยงานเจ้าภาพรับผิดชอบบูรณาการ

การวิเคราะห์ที่เกี่ยวข้องกับกองทัพบก

1. แผนปฏิบัติราชการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2567 ของกองทัพบก⁶

แผนปฏิบัติราชการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2567 ของกองทัพบก เป็นแผนระดับที่ 3 ทั้งนี้กองทัพบกมีอำนาจหน้าที่ตามพระราชบัญญัติจัดระเบียบราชการกระทรวงกลาโหม พ.ศ. 2551 และที่แก้ไขเพิ่มเติม มาตรา 19 ที่กำหนดให้ “กองทัพบก มีหน้าที่เตรียมกำลังกองทัพบก การป้องกันราชอาณาจักรและดำเนินการเกี่ยวกับการใช้กำลังกองทัพบกตามอำนาจหน้าที่ของกระทรวงกลาโหม มีผู้บัญชาการทหารบกเป็นผู้บังคับบัญชารับผิดชอบ” และรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2560 มาตรา 52 ระบุไว้ว่า “รัฐต้องพิทักษ์รักษาไว้ซึ่งสถาบันพระมหากษัตริย์ เอกราช อธิปไตย บูรณภาพแห่งอาณาเขตและเขตประเทศไทย มีสิทธิอธิปไตย เกียรติภูมิและผลประโยชน์ของชาติ ความมั่นคงของรัฐ และความสงบเรียบร้อยของประชาชน เพื่อผลประโยชน์แห่งการนี้ รัฐต้องจัดให้มีการทหาร การทูต และการข่าวกรองที่มีประสิทธิภาพ กำลังทหารให้ใช้เพื่อประโยชน์ในการพัฒนาประเทศด้วย”⁷ จากอำนาจดังกล่าวการจัดทำแผนปฏิบัติราชการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2567 ของกองทัพบก ในแผนงานพื้นฐานด้านความมั่นคง กลุ่มงานกิจการพลเรือนได้จำแนกตามลักษณะงานออกเป็นจำนวน 5 เรื่อง ประกอบด้วย 1)งานปฏิบัติภารกิจกิจการพลเรือน 2)งานการประชาสัมพันธ์ 3)งาน

การเสริมสร้างอุดมการณ์ 4)งานปฏิบัติการจิตวิทยา และ5)งานการสร้างเครือข่ายการมีส่วนร่วม

2. นโยบายการปฏิบัติงานของผู้บัญชาการทหารบก^๑

พลเอก เจริญชัย หินเธาว์ ผู้บัญชาการทหารบก ท่านที่ 43 (พ.ศ.2566 – 2567) ได้ประกาศเจตนารมณ์ให้กับส่วนราชการกองทัพบกไปปฏิบัติงาน คือ “จิตวิญญาณทหารอาชีพ” โดยในงานวิจัยจะเกี่ยวข้องกับ นโยบายทั่วไป ข้อที่ 1 คือ ให้ความสำคัญและความเร่งด่วนสูงสุดในการบูรณาการและประสานการปฏิบัติร่วมกับหน่วยงานด้านความมั่นคงที่เกี่ยวข้องทุกระดับเพื่อปกป้อง พิทักษ์ และเทิดทูนสถาบันพระมหากษัตริย์ โดยมุ่งเน้นสร้างความเข้าใจ ปลุกฝังค่านิยมที่ดีให้กับประชาชน ได้ตระหนักถึงความสำคัญของการดำรงไว้ซึ่งสถาบันพระมหากษัตริย์ ในฐานะมรดกของชาติที่ทรงคุณค่ายิ่ง และเป็นศูนย์รวมจิตใจของคนไทยทั้งชาติ พร้อมทั้งสืบสาน รักษาและต่อยอดการดำเนินงานตามโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ และโครงการจิตอาสาพระราชทาน “เราทำความดี ด้วยหัวใจ” โดยส่งเสริมการมีส่วนร่วมกับทุกภาคส่วนอย่างเต็มขีดความสามารถ และข้อที่ 14 คือ จัดให้มีการประชาสัมพันธ์เสริมสร้างการรับรู้ให้กับประชาชนได้รับทราบถึงความสำคัญของการเป็นทหารที่มีเกียรติ และความภาคภูมิใจรวมถึงสิทธิประโยชน์ต่างๆ ที่จะได้รับเมื่อเข้ารับราชการทหารโดยเฉพาะทหารกองประจำการ ที่จะได้รับเงินเดือน เงินค่าตอบแทน การรักษาพยาบาล สวัสดิการการดูแลครอบครัวของพลทหาร โอกาสทางการศึกษาทั้งทางพลเรือนและทางทหารในการเข้าศึกษาต่อเป็น นักเรียนนายสิบ และนักเรียนนายร้อย และการฝึกอาชีพเพื่อหารายได้เพิ่มเติม รวมทั้งประโยชน์ที่จะได้รับภายหลังปลดประจำการ อาทิเช่น ทักษะการประกอบอาชีพ ความมีวินัย และโอกาสที่จะมีอาชีพ เป็นต้น และในนโยบายเฉพาะด้านงานกิจการพลเรือนในข้อที่ 8 คือ หน่วยที่รับผิดชอบงานด้านกิจการพลเรือนในพื้นที่ระดับอำเภอหรือ “กองพันประจำอำเภอ” เป็นกำลังหลักสำคัญในการปฏิบัติการให้ความช่วยเหลือประชาชนด้านต่างๆ โดยใช้ศักยภาพของหน่วยทหารเข้าดำเนินการ เพื่อบรรเทาความเดือดร้อนของประชาชน ซึ่งจะสร้างความภาคภูมิใจและความเชื่อมั่นต่อกองทัพก ทั้งนี้ต้องคำนึงถึงความปลอดภัยของกำลังพลที่ปฏิบัติงานในภารกิจต่างๆ เป็นลำดับแรก และข้อที่ 10 คือ พัฒนาสื่อและเครื่องมือด้านการประชาสัมพันธ์ให้ทันสมัย เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายและสอดคล้องกับสถานการณ์

ปัจจุบัน โดยมุ่งเน้นการเสริมสร้างความภาคภูมิใจต่อกองทัพบก ให้แก่ประชาชนและสร้าง การรับรู้ผ่านข้อมูลที่ถูกต้อง ทันเวลา ต่อประชาชนในสถานการณ์ต่างๆ ตามแนวทาง “วิเคราะห์จิต พิชิตใจ ใช้สื่อตรงกลุ่ม ครอบคลุมเป้าหมาย” เพื่อป้องกันการสับสน บิดเบือนและความคลาดเคลื่อนของการถ่ายทอดข้อมูล ซึ่งอาจจะเป็นต้นเหตุของ การนำไปสู่ความไม่สงบเรียบร้อยภายในประเทศ

3. หลักนิยมนด้านกิจการพลเรือนของกองทัพบก พ.ศ. 2563⁹

หลักนิยมนกิจการพลเรือนทหารบก พ.ศ. 2563 ได้มีการปรับปรุงขึ้นมา เนื่องจากภัยคุกคามได้มีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบไปจากเดิมที่มุ่งเน้นสนับสนุนการต่อสู้เพื่อ เอาชนะคอมมิวนิสต์เปลี่ยนเป็นให้สอดคล้องตามสถานการณ์ภัยคุกคามในรูปแบบใหม่ กองทัพบกจึงมีการจัดทำหลักนิยมนด้านกิจการพลเรือนขึ้นใหม่ ให้มีสาระครอบคลุม งานด้านกิจการพลเรือนในทุกมิติ โดยดำเนินงาน 4 ด้านได้แก่ งานด้านปฏิบัติการกิจการ พลเรือน งานด้านการปฏิบัติการจิตวิทยา งานด้านการประชาสัมพันธ์ และงานด้านการ เสริมสร้างอุดมการณ์ ภายใต้แนวความคิด “ชอบ เชื่อ ช่วย” คือ ชอบ (รัก) กองทัพบก เชื่อมั่นและศรัทธากองทัพบก เพื่อให้ประชาชนสนับสนุนและช่วยเหลืองานในทุกภารกิจ ของกองทัพบก ใน 3 กลุ่มงาน ได้แก่ การสนับสนุนสถาบันหลักของชาติ การสนับสนุนการ ปฏิบัติการทางทหาร และการสนับสนุนพลเรือน

โดยงานการสนับสนุนสถาบันหลักของชาติ มีหน้าที่ในการส่งเสริม และ สนับสนุนให้ทุกคนในชาติได้ยึดมั่น รักและหวงแหน ช่วยกันพิทักษ์รักษาสถาบันหลัก ของชาติ โดยมีส่วนร่วมร่วมกับประชาชนในการจัดกิจกรรมและรณรงค์ที่แสดงออกถึงความ สมัคสมานสามัคคี ความจงรักภักดี และยึดมั่นในสถาบันหลักของชาติ โดยอาศัยเครื่องมือ ที่มีอยู่ เช่น การประชาสัมพันธ์ การปฏิบัติการจิตวิทยา และงานด้านมวลชนในการสร้าง การรับรู้ให้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องกับประชาชนกลุ่มเป้าหมาย ให้เกิดความเชื่อมั่นศรัทธา ร่วมแรงร่วมใจ มีจิตสำนึกในการช่วยพิทักษ์รักษาและปกป้องสถาบันหลักของชาติให้คงอยู่ คู่กับสังคมไทยตลอดไป

4. การจัดตั้งชุดปฏิบัติการกิจการพลเรือนของกองทัพบก

กองทัพบกมีอำนาจหน้าที่ตามพระราชบัญญัติจัดระเบียบราชการกระทรวง กลาโหม พ.ศ. 2551 และรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2560 ทหารมีหน้าที่ใน เรื่องการรักษาความมั่นคงภายในสร้างความสมัคสมานสามัคคีของคนในชาติ เพื่อสร้าง

อุดมการณ์รักชาติ ศาสนา และสถาบันพระมหากษัตริย์ รวมถึงการดำเนินการเพื่อให้ประชาชนรักชาติ ในขณะที่ปัจจุบันจากผลกระทบของโลกาภิวัตน์ หรือโลกไร้พรมแดน เป็นสาเหตุที่ทำให้ประชาชนมีความเข้าใจคลาดเคลื่อนจากข้อมูลที่ต้องการ จึงอาจมีการปลุกระดมมวลชน ซึ่งอาจจะกระทบต่อความมั่นคงของประเทศ ดังนั้นกองทัพบกจึงได้จัดให้มี “ชุดปฏิบัติการกิจการพลเรือน” เพื่อเป็นสื่อกลางในการสร้างความเข้าใจให้กับประชาชนทุกกลุ่มในพื้นที่ทั่วประเทศ สร้างการรับรู้ที่ต้องการให้กับประชาชน ตลอดจนสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับกองทัพบก สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ของกองทัพบกในการสร้างความรักความสามัคคีของคนในชาติ ทั้งนี้ชุดปฏิบัติการกิจการพลเรือนมีการ แบ่งเป็น 3 ระดับ คือ ชุดปฏิบัติการกิจการพลเรือนกองพล ชุดปฏิบัติการกิจการพลเรือนมณฑลทหารบก และชุดปฏิบัติการกิจการพลเรือนกองพัน

โดยในปีงบประมาณปี พ.ศ.2567 ได้ปรับเปลี่ยนชื่อจาก “ชุดปฏิบัติการกิจการพลเรือนกองพัน” เป็น “ชุดปฏิบัติการกิจการพลเรือนประจำอำเภอ” โดยในส่วน ของชุดปฏิบัติการกิจการพลเรือนประจำอำเภอ ที่อยู่ในความรับผิดชอบของกองทัพภาคที่ 2 นั้นมีหน่วยรับผิดชอบ 65 หน่วย จำนวน 149 ชุด รับผิดชอบ 322 อำเภอในพื้นที่ 20 จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ชุดปฏิบัติการกิจการพลเรือนประจำอำเภอ จัดตั้งจากหน่วยระดับกองพัน , กรม และมณฑลทหารบก ในกองทัพภาคที่ 2 มีบทบาทหน้าที่ในการประชาสัมพันธ์เสริมสร้างความเข้าใจในการดำเนินนโยบายของกองทัพบก เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของกองทัพบก การรณรงค์เสริมสร้างความจงรักภักดีต่อสถาบันของชาติ การสร้างความสัมพันธ์อันดีกับส่วนราชการอันดีกับส่วนราชการและประชาชนในพื้นที่ ร่วมกับผู้นำท้องถิ่นในการสำรวจข้อมูลขั้นต้นเกี่ยวกับ ประชาชนผู้ยากไร้ กลุ่มเปราะบาง และครอบครัวทหารยากจน เพื่อประสานการช่วยเหลือ สนับสนุนและมีส่วนร่วมกิจกรรมทำนุบำรุงศาสนา และ ติดตามประสานงานในการช่วยเหลือผู้ประสบภัยพิบัติร่วมกับมวลชนและผู้นำท้องถิ่น โดยดำเนินการผ่านรูปแบบกิจกรรม 8 กิจกรรมดังนี้

กิจกรรมที่ 1 กิจกรรมจิตอาสา “เราทำความดี เพื่อชาติ ศาสน์ กษัตริย์”

กิจกรรมที่ 2 กิจกรรมการบริหารทรัพยากรเพื่อความมั่นคง เพื่อสืบสานพระราชปณิธานฯ

กิจกรรมที่ 3 กิจกรรมการช่วยเหลือประชาชนและการบรรเทาสาธารณภัย

กิจกรรมที่ 4 กิจกรรมชุมชนสัมพันธ์เพื่อความมั่นคง

กิจกรรมที่ 5 กิจกรรมเสริมสร้างอุดมการณ์เพื่อความมั่นคง

กิจกรรมที่ 6 กิจกรรมการปฏิบัติการจิตวิทยาเพื่อความมั่นคง

กิจกรรมที่ 7 กิจกรรมการจัดทำแผนปฏิบัติการเพื่อป้องกันภัยชุมชน

กิจกรรมที่ 8 กิจกรรมการขับเคลื่อนแผนปฏิบัติการเพื่อป้องกันภัยชุมชน

ขั้นตอนการดำเนินการประกอบด้วย 1)การประสานกับผู้นำท้องถิ่นและหน่วยงานภาคส่วนต่างๆในพื้นที่เพื่อกำหนดวันเวลาและสถานที่ในการจัดกิจกรรม 2)ร่วมจัดเตรียมและซักซ้อมการจัดกิจกรรม 3)ลงพื้นที่จัดกิจกรรมตามกำหนดการ 4)รายงานผลการจัดกิจกรรมประจำวัน ผ่านแอปพลิเคชันของกรมกิจการพลเรือนทหารบก และกลุ่มไลน์ชุดปฏิบัติการกิจการพลเรือนกองทัพภาคที่ 2 5)สรุปผลการจัดกิจกรรมประจำเดือน เป็นเอกสารรูปเล่มส่งให้กองกิจการพลเรือน กองทัพภาคที่ 2 ทุกอำเภอภายในวันที่ 5 ของเดือนถัดไป

การวิเคราะห์ปัญหาและสภาพแวดล้อม

1. ปัญหาในการสื่อสารของประชากรในแต่ละช่วงอายุ ปัจจุบันในสังคมไทยมีคนหลากหลายอายุ แต่ละกลุ่มมีลักษณะที่แตกต่างกัน โดยเติบโตในสภาวะแวดล้อมทางสังคม เศรษฐกิจ และวัฒนธรรมแต่ละยุคสมัยที่เปลี่ยนไปตลอดเวลา ส่งผลให้มีลักษณะนิสัย ความเป็นส่วนตัว การรับฟังความคิดเห็น การปฏิสัมพันธ์ที่ไม่เหมือนกัน ซึ่งในสังคมไทยมีอยู่จำนวน 5 รุ่น¹⁰ คือ

1.1 Baby Boomer หรือ Gen BB คือคนที่เกิดในช่วงปี พ.ศ. 2489 – 2507 มีลักษณะที่จริงจัง อดทน ชอบงานที่มั่นคง ให้ความสำคัญของหน้าที่ของพลเมือง

1.2 Generation X หรือ Gen X คือคนที่เกิดในช่วงปี พ.ศ. 2508 – 2522 มีลักษณะที่เรียบง่าย มีความสมดุลทางชีวิต เปิดกว้าง สร้างสรรค์ และยืดหยุ่น

1.3 Generation Y หรือ Gen Y คือคนที่เกิดในช่วงปี พ.ศ. 2523 – 2540 มีลักษณะรักความสะดวกสบาย มีแนวคิดเป็นของตัวเองทำในสิ่งที่ชอบ และปฏิเสธในสิ่งที่ตนเองไม่ชอบชัดเจน คาดหวังสูง

1.4 Generation Z หรือ Gen Z คือคนที่เกิดในช่วงปี พ.ศ. 2541 – 2552 มีลักษณะเป็นคนที่ทันโลก ตัดสินใจรวดเร็ว ไม่ชอบบรอคอย อดทนต่ำ เปิดกว้างทางความคิดที่แตกต่าง

1.5 Generation Alpha หรือ Gen Alpha คือคนที่เกิดตั้งแต่ปี พ.ศ. 2553 ลงมา เกิดและเติบโตในยุคเทคโนโลยีและความหลากหลายทางวัฒนธรรม จึงใช้เทคโนโลยีได้อย่างคล่องแคล่ว แต่ในขณะเดียวกันเป็นผู้ที่มีสมาธิต่ำ ขาดความอดทน เบื่อหน่ายง่ายและขาดมนุษยสัมพันธ์

จากความแตกต่างระหว่างวัยก่อให้เกิดช่องว่างในการสื่อสาร นำไปสู่ความแตกต่างทางความคิดเห็น ความเชื่อ ค่านิยมหรือทัศนคติระหว่างรุ่น และมีแนวโน้มที่รุนแรงมากขึ้นในอนาคต ในขณะที่ประเทศไทยเริ่มเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ ทำให้คนหนุ่มสาวรุ่นใหม่เริ่มเข้ามามีบทบาทในสังคมมากขึ้น จึงเป็นปัญหาที่ท้าทายต่อความมั่นคงของประเทศ โดยเฉพาะการสื่อสารระหว่างคนต่างรุ่นต่างวัยที่จะต้องหาแนวทางเชื่อมโยงระหว่างกัน เพื่อให้เกิดการยอมรับฟัง ไม่เป็นการยึดยึดความคิด สร้างการแสดงออกทางความคิดเห็นอย่างสร้างสรรค์ นำไปสู่การพัฒนาประเทศร่วมกันในอนาคต

2. การวิเคราะห์สถานะแวดล้อมทางยุทธศาสตร์

จากการพิจารณาแผนในแต่ละระดับ และสถานะแวดล้อมสังคมไทยในปัจจุบัน ชุดปฏิบัติการกิจการพลเรือนประจำอำเภอจำเป็นต้องมีการปรับเปลี่ยน วิธีการในการสร้างการรับรู้ของคนในแต่ละวัย โดยเฉพาะกลุ่ม Gen Z และ Gen Alpha ที่กำลังเติบโตเป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาประเทศในอนาคต ซึ่งคนใน 2 กลุ่มวัยนี้เป็นคนที่มีความรู้เท่าทันเทคโนโลยี ความมั่นใจสูง ต้องการความเข้าใจและให้การยอมรับความคิดเห็นตนเอง มีความสนใจในสิ่งใหม่ ๆ แต่เบื่อง่าย อดทนต่ำ ต้องการหวังผลเร็วและฉาบฉวย ขาดความเข้าใจปัญหาอย่างลึกซึ้ง

ในการวิเคราะห์สถานะแวดล้อมทางยุทธศาสตร์ ผู้วิจัยได้ใช้ SWOT Analysis ซึ่งประกอบด้วยการวิเคราะห์ปัจจัยภายในด้วย 7S Framework เพื่อวิเคราะห์หาจุดแข็งและจุดอ่อน และวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกด้วยการใช้ PESTEL – Analysis มาเพื่อวิเคราะห์หาโอกาสและอุปสรรค ด้วยการใช้มาพิจารณาชุดปฏิบัติการกิจการพลเรือนประจำอำเภอ ในส่วนของกองทัพภาคที่ 2 เพื่อกำหนดแนวทางการปฏิบัติในการประชาสัมพันธ์กับประชาชนในการสร้างการรับรู้ โดยมีรายละเอียดดังนี้

2.1 วิเคราะห์ปัจจัยภายใน

2.1.1 จุดแข็ง (Strengths) ในปัจจัยด้านเจ้าหน้าที่ (Staff) มีการจัดรูปแบบที่ชัดเจน โดยใน 1 ชุดปฏิบัติการกิจการพลเรือนประจำอำเภอ

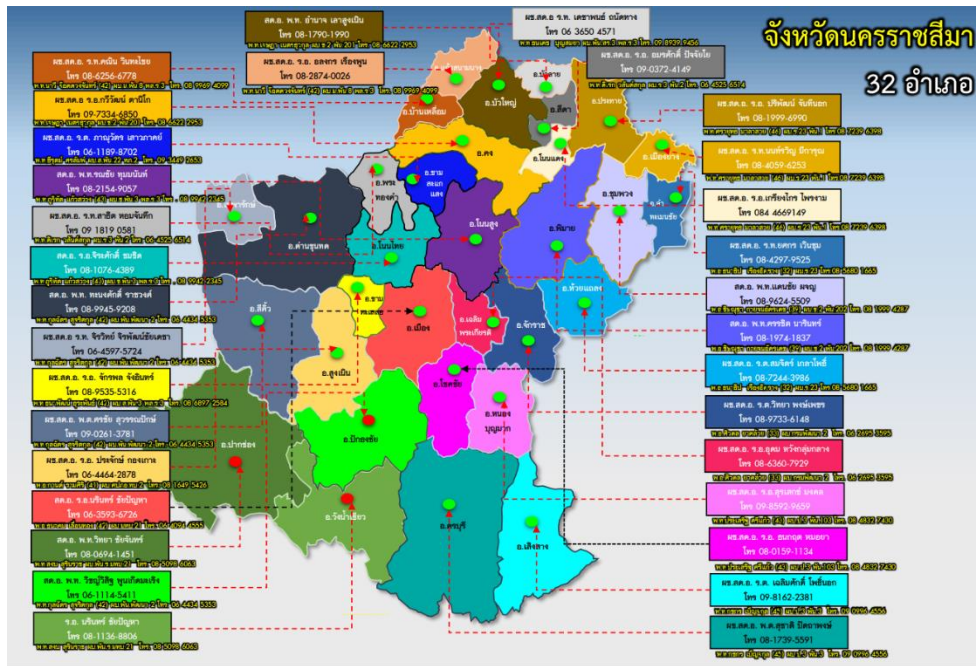
ประกอบด้วย ประกอบด้วยกำลังพลจำนวน 6 นาย โดยมี หัวหน้าชุดปฏิบัติการกิจการพลเรือนประจำอำเภอ เป็น นายทหาร หรือ ทำหน้าที่นายทหาร 1 นาย และกำลังพลตามหน้าที่อีก 5 นายได้แก่ นายสิบเสริมสร้างอุดมการณ์ , นายสิบเสริมสร้างความเข้าใจ , นายสิบประชาสัมพันธ์ , นายสิบการมีส่วนร่วม และนายสิบประจำชุด รวมกำลังพลทั้งสิ้น 6 คนโดยมีการกำหนดรูปแบบการดำเนินงานผ่าน กิจกรรม บ้าน วัด โรงเรียน โดยการมีส่วนร่วมกับหน่วยงานในพื้นที่

2.1.2 จุดอ่อน (Weaknesses) ในปัจจัยด้านโครงสร้าง (Structure) ถึงแม้ว่าที่ผ่านมาชุดปฏิบัติการกิจการพลเรือนประจำอำเภอ ในพื้นที่กองทัพภาคที่ 2 จะเป็นหน่วยงานที่มีคำสั่งการจัดตั้ง และแบ่งมอบพื้นที่รับผิดชอบเป็นรายอำเภอ ให้กับหน่วยรับผิดชอบเป็นประจำทุกปีอย่างชัดเจนแล้วก็ตาม แต่ชุดปฏิบัติการกิจการพลเรือนประจำอำเภอ ในพื้นที่กองทัพภาคที่ 2 มีเพียงจำนวน 149 ชุด ในขณะที่พื้นที่รับผิดชอบของกองทัพภาคที่ 2 มีจำนวน 20 จังหวัด 322 อำเภอ ดังตัวอย่างจากภาพที่ 2



ภาพที่ 2 พื้นที่รับผิดชอบชุดปฏิบัติการกิจการพลเรือนประจำอำเภอ
ในพื้นที่กองทัพภาคที่ 2 ปีงบประมาณ 2566 (แบบเดิม)

ทำให้ 1 หน่วยต้องรับผิดชอบหลายอำเภอ ซึ่งหากเป็นอำเภอที่มีพื้นที่เป้าหมายหลายแห่ง จำเป็นต้องกำหนดความเร่งด่วนในการลงพื้นที่ ซึ่งจะทำได้ครอบคลุมทุกอำเภอในปีงบประมาณ แต่อย่างไรก็ตามในปีงบประมาณ 2567 กองทัพอากาศที่ 2 ได้เริ่มปรับให้สัสดีอำเภอ หรือ ผู้ช่วยสัสดีอำเภอ ปฏิบัติหน้าที่เป็นหัวหน้าชุดปฏิบัติการกิจการพลเรือนประจำอำเภอ และใช้เจ้าหน้าที่ของชุดปฏิบัติการกิจการพลเรือนประจำอำเภอเดิมสนับสนุนการปฏิบัติงาน จึงทำให้ในปีงบประมาณ 2567 จะมีการดำเนินงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น เนื่องจากหัวหน้าชุดปฏิบัติการกิจการพลเรือนประจำอำเภออยู่ประจำในพื้นที่รับผิดชอบตลอดเวลาครบทั้ง 32 อำเภอ ซึ่งจะมีความใกล้ชิดกับประชาชนในพื้นที่มากกว่าการดำเนินงานรูปแบบเดิมที่ชุดปฏิบัติการกิจการพลเรือนประจำอำเภอ ดังตัวอย่างจากภาพที่ 3



ภาพที่ 3 พื้นที่รับผิดชอบชุดปฏิบัติการกิจการพลเรือนประจำอำเภอ ในพื้นที่กองทัพอากาศที่ 2 ปีงบประมาณ 2567 (แบบใหม่) ดังนั้นจึงเป็นการลดหย่อนด้านโครงสร้าง (Structure) ลงไป แต่คงยังต้องมีการติดตามประเมินผลการปฏิบัติงานในช่วงปลายปีงบประมาณว่าการปรับเปลี่ยนดังกล่าวจะมีผลสัมฤทธิ์เพียงใด และในปัจจัยด้านทักษะ (Skills) ของเจ้าหน้าที่ชุดปฏิบัติการกิจการพลเรือนประจำอำเภอ ส่วนใหญ่ยังขาดทักษะการประชาสัมพันธ์

เนื่องจากยังไม่ได้เข้ารับการศึกษหลักสูตรด้านกิจการพลเรือน จากโรงเรียนกิจการพลเรือน กรมกิจการพลเรือนทหารบก ได้แก่ หลักสูตรนายทหารกิจการพลเรือน, นายทหารประชาสัมพันธ์, นายทหารปฏิบัติการจิตวิทยา, นายสิบกิจการพลเรือน จะมีเพียงโครงการจัดอบรมให้กับเจ้าหน้าที่ชุดปฏิบัติการกิจการพลเรือน ระยะเวลาการอบรม 2 - 3 วัน ในช่วงต้นปีงบประมาณซึ่งจำกัดจำนวนผู้เข้ารับการอบรม เนื่องจากข้อจำกัดด้านงบประมาณ

2.2 วิเคราะห์ปัจจัยภายนอก

2.2.1 โอกาส (Opportunities) ในปัจจัย ด้านเทคโนโลยี (Technological) จากความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยี สารสนเทศและดิจิทัล ได้เกิดการนำเสนอรูปแบบใหม่ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ แพลตฟอร์ม แอปพลิเคชันต่าง ๆ สร้างความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูลได้อย่างรวดเร็วผ่านโลกดิจิทัล ไปยังผู้ใช้งานทั่วทุกมุมโลก

2.2.2 อุปสรรค (Threats) ในปัจจัยด้านสังคม (Social) จากสภาพสังคมในปัจจุบันที่สังคมไทยเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ เกิดปัญหาช่องว่างระหว่างวัย เนื่องจากคนรุ่นใหม่มีทัศนคติต่อสังคมเปลี่ยนแปลงไป เนื่องจากการเข้าถึงข่าวสารในยุคปัจจุบันได้อย่างรวดเร็ว ได้ก่อให้เกิดการนำเสนอข้อมูลที่ผิดไปจากความเป็นจริง มีการสร้างข่าวสารอันเป็นเท็จ (Fake News) ส่งผลกระทบต่อบุคคล หน่วยงาน สถาบัน และความมั่นคงของประเทศ ในขณะที่กลุ่มคน Gen Z และ Gen Alpha ถูกชักจูงหรือคล้อยตามผู้มีอิทธิพลบนสื่อออนไลน์ (Influencer) จนก่อให้เกิดประเด็นทางสังคมทั้งในทางบวกและทางลบ โดยขาดการพิจารณาอย่างถี่ถ้วน

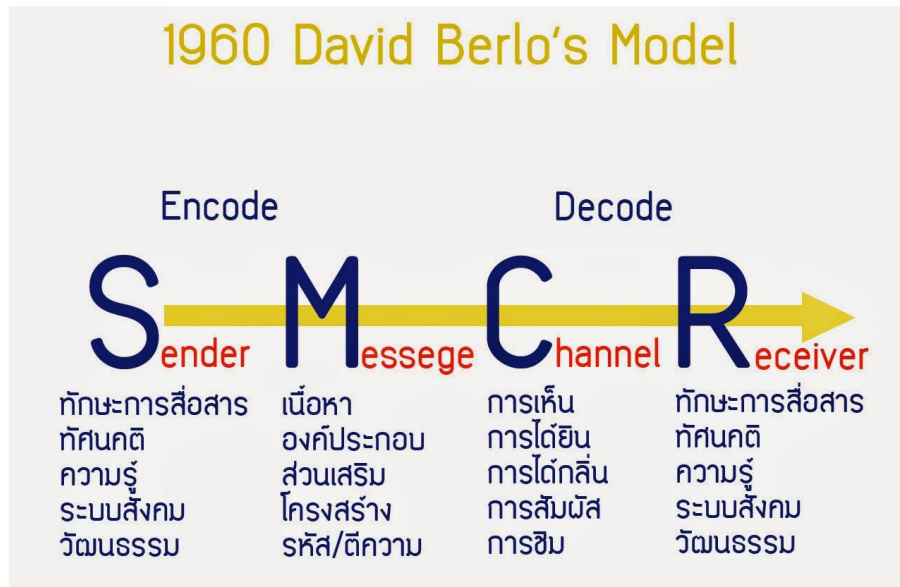
ดังนั้นจากการวิเคราะห์ปัญหาและสภาพแวดล้อมทางยุทธศาสตร์ จึงพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการประชาสัมพันธ์ของชุดปฏิบัติการกิจการพลเรือนประจำอำเภอในระดับพื้นที่กองทัพนาคที่ 2 คือ ปัญหาในการสื่อสารของประชากรในแต่ละช่วงอายุ และการขาดทักษะการประชาสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงาน โดยทางเลือกกลยุทธ์จากการวิเคราะห์ปัจจัยภายในได้ จุดแข็ง (Strengths) ในด้านเจ้าหน้าที่ (Staff) จุดอ่อน (Weaknesses) ในด้านโครงสร้าง (Structure) และด้านทักษะ (Skills) ปัจจัยภายนอกในด้านโอกาส (Opportunities) ด้านเทคโนโลยี (Technological) และ อุปสรรค (Threats)

ด้านสังคม (Social) ผู้วิจัยจึงขอเสนอใช้กลยุทธ์แนวทางแก้ไขโดยการใช้โอกาสลดจุดอ่อน (WO Strategy) เป็นกลยุทธ์ในการพัฒนาเพิ่มขีดความสามารถการประชาสัมพันธ์ของ ชุดปฏิบัติการกิจการพลเรือนประจำอำเภอ โดยใช้โอกาสด้านเทคโนโลยี ด้วยการใช้สื่อสังคมออนไลน์ประชาสัมพันธ์ในรูปแบบที่น่าสนใจ แอปพลิเคชันต่างๆ สร้างความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว สามารถครอบคลุมจำนวนผู้รับข่าวสารได้จำนวนมาก และควรมีการเปิดหลักสูตรการเรียนออนไลน์เพิ่มเติมให้เพียงพอกับจำนวนเจ้าหน้าที่ของ ชุดปฏิบัติการกิจการพลเรือนประจำอำเภอ ในหลักสูตรนายทหารกิจการพลเรือน, นายทหารประชาสัมพันธ์, นายทหารปฏิบัติการจิตวิทยา และนายสิบกิจการพลเรือน เพิ่มเติมเพื่อปิดจุดอ่อนหรือทำให้จุดอ่อนที่เจ้าหน้าที่ชุดปฏิบัติการกิจการพลเรือนประจำอำเภอ ที่ส่วนใหญ่ยังขาดทักษะด้านประชาสัมพันธ์ให้ลดลง

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องในการแก้ปัญหา

1. แบบจำลองการสื่อสารของเบอร์โล (SMCR Model)¹¹

เดวิด เค เบอร์โล (David K. Berlo) เสนอแบบจำลองการสื่อสารไว้ เมื่อปี พ.ศ. 2503 โดยอธิบายว่า การสื่อสารประกอบด้วยส่วนประกอบพื้นฐานสำคัญ 6 ประการ คือ ต้นแหล่งสาร (communication source), ผู้เข้ารหัส (encoder), สาร (message), ช่องทาง (channel), ผู้ถอดรหัส (decoder), ผู้รับสาร (communication receiver) จากส่วนประกอบพื้นฐานสำคัญ 6 ประการนั้น เบอร์โล ได้นำเสนอเป็นแบบจำลองการสื่อสารที่รู้จักกันดีโดยทั่วไปว่า "แบบจำลอง SMCR ของเบอร์โล"(Berlo's SMCR Model) โดยเบอร์โลได้รวมต้นแหล่งสารกับผู้เข้ารหัสไว้ในฐานะต้นแหล่งสารหรือผู้ส่งสาร และรวมผู้ถอดรหัสกับผู้รับสารไว้ในฐานะผู้รับสาร แบบจำลองการสื่อสารตามแนวคิดของ เบอร์โลนี้ จึงประกอบไปด้วย S (Source or Sender) คือ ผู้ส่งสาร M (Message) คือ สาร C (Channel) คือ ช่องทางการสื่อสาร R (Receiver) คือ ผู้รับสาร ซึ่งปรากฏในภาพที่ 4



ภาพที่ 4 แบบจำลองการสื่อสารตามแนวคิดของเดวิด เค เบอร์โล
(แบบจำลองการสื่อสาร S M C R)

จากสภาวะแวดล้อมที่เปลี่ยนไปของผู้รับข่าวสาร โดยเฉพาะกลุ่ม Gen Z และ Gen Alpha จำเป็นที่ชุดปฏิบัติการกิจการพลเรือนประจำอำเภอ ในพื้นที่กองทัพภาคที่ 2 จะต้องผลิตรูปแบบหรือคอนเทนต์ที่จะประชาสัมพันธ์ เพิ่มประสิทธิภาพการสร้างการรับรู้ กับกลุ่มเป้าหมายดังกล่าว ผู้วิจัยจึงขอเสนอทฤษฎีการสื่อสารที่สามารถนำมาปรับปรุงใช้ได้คือ SMCR Model ของ เดวิด เค. เบอร์โล (David K. Berlo) โดยมีหลักการสื่อสารที่เป็นปัจจัยพื้นฐานอยู่ 4 ประการดังนี้

1.1 ผู้ส่ง (Source) ต้องเป็นผู้ที่มีทักษะความชำนาญในการสื่อสารโดยมีความสามารถในการเข้ารหัส เนื้อหาข่าวสาร มีเจตคติที่ดีต่อผู้รับเพื่อผลในการสื่อสาร มีความรู้ที่ดีเกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารที่จะส่ง และควรจะสามารถในการปรับระดับของข้อมูลนั้นให้เหมาะสมและง่ายต่อระดับผู้รับ ตลอดจนพื้นฐานทางสังคมและวัฒนธรรมที่สอดคล้องกับผู้รับด้วยส่งข่าวสาร

1.2 ข้อมูลข่าวสาร (Message) เกี่ยวกับเนื้อหา สัญลักษณ์ และวิธีการ ต้องมีเนื้อหาที่ถูกต้อง ชัดเจน ตรงตามความต้องการของผู้ส่ง

1.3 ช่องทางในการส่ง (Channel) หมายถึงการที่จะส่งข่าวสารโดยการเลือกใช้เทคโนโลยีการสื่อสารที่เหมาะสม ให้ผู้รับได้รับข่าวสารข้อมูลโดยประสาทสัมผัส

ทั้ง 5 หรือเพียงส่วนใดส่วนหนึ่ง คือ การได้ ยิน การดู การสัมผัส การลิ้มรส หรือ การได้กลิ่น

1.4 ผู้รับ (Receiver) ต้องเป็นผู้มีทักษะความชำนาญในการสื่อสารโดยมีความสามารถในการถอดรหัสสาร เป็นผู้ที่มีเจตคติ ระดับความรู้ และพื้นฐานทางสังคม วัฒนธรรม เช่นเดียวหรือคล้ายคลึงกันกับผู้ส่งสารจึงจะทำให้การสื่อความหมาย หรือการสื่อสารนั้นได้ผล

2. กระบวนการสื่อสารทางยุทธศาสตร์ (Process of STRATCOM) ของ กองทัพอากาศไทย¹²

ด้วยบริบทความมั่นคงโลกในศตวรรษที่ 21 ที่หมุนเวียนเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา การสื่อสารทางยุทธศาสตร์ (Strategic Communication : STRATCOM) ถือเป็นหนึ่งในเครื่องมือที่สำคัญในมิติการทหาร และการป้องกันประเทศ โดยการสื่อสารทางยุทธศาสตร์ (Strategic Communication) หมายถึง ความพยายามของรัฐบาลในการปฏิบัติการที่มุ่งทำความเข้าใจและปฏิบัติต่อเป้าหมายสำคัญ เพื่อเสริมสร้างหรือรักษา สภาวะการณ์ หรือเงื่อนไขที่สนับสนุนผลประโยชน์ นโยบาย และวัตถุประสงค์ของรัฐบาล โดยอาศัยการใช้โครงการ แผนงาน หัวข้อ ข้อความ ที่ประสานสอดคล้องกับการปฏิบัติ ทุกส่วนในมิติพลังอำนาจแห่งชาติ (การทูต ข้อมูลข่าวสาร การทหาร เศรษฐกิจ) เพื่อสร้าง ผลกระทบต่อทัศนคติ และพฤติกรรมของเป้าหมาย ซึ่งประกอบด้วย 7 กระบวนการ ที่เปรียบเสมือนเครื่องมือสำหรับผู้นำหรือผู้บัญชาการระดับสูงจนถึงผู้ปฏิบัติงานระดับ สุดท้าย ซึ่งสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับการดำเนินงาน ทั้งในระดับยุทธศาสตร์ ยุทธการ และยุทธวิธีที่สามารถให้สอดคล้องกับภารกิจของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้ ประกอบด้วย

2.1 การกำหนดความชัดเจนเจตนาของผู้นำ หรือผู้บริหารระดับสูง ผู้นำหรือผู้บัญชาการควรแสดงเจตนาของผู้นำ นโยบาย ทิศทาง ต่อการดำเนินงานอย่าง ชัดเจน เพื่อให้ทุกฝ่ายปฏิบัติงานไปในทิศทาง เดียวกัน จนกระทั่งบรรลุผลสำเร็จ

2.2 การกำหนดวัตถุประสงค์ของ STRATCOM จะทำให้เกิดความชัดเจน ในการพิจารณาสถานการณ์ กลุ่มเป้าหมาย ชัดความสามารถ STRATCOM เพื่อสร้าง ผลกระทบตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการได้

2.3 การสำรวจสภาพแวดล้อม การทำความเข้าใจสภาพแวดล้อมอย่างลึกซึ้งซึ่งต้องอาศัยศาสตร์การข่าว การรวบรวม วิเคราะห์ผลกระทบในสถานการณ์เฉพาะทุกมิติ ทั้งการเมือง การทหาร เศรษฐกิจ สังคม ข่าวสาร โครงสร้างพื้นฐาน รวมถึงระบบอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

2.4 การกำหนดและทำความเข้าใจเป้าหมาย และกลุ่มเป้าหมาย การพิจารณากลุ่มเป้าหมายทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับ วัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ ทั้งฝ่ายเรา ฝ่ายเป็นกลาง และฝ่ายตรงข้าม

2.5 การวางรูปแบบ เป็นการวางแผนกำหนดประเด็นหลัก สำหรับเสนอปัญหาต่างๆ ซึ่งการออกแบบ ประกอบด้วย การพัฒนา หัวข้อ (Theme), สิ่งที่จะสื่อ (Message) และกิจกรรม (Activity)

2.6 การกำหนดปัจจัยแห่งความสำเร็จ จะนำไปสู่วัตถุประสงค์ การสื่อสารทางยุทธศาสตร์ที่วางไว้ แต่เนื่องจากสภาวะแวดล้อมมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา อาจทำให้ต้องมีการจัดลำดับความสำคัญของ ปัจจัยแห่งความสำเร็จตามสถานการณ์ในห้วงเวลานั้นๆ

2.7 การประเมินผล โดยติดตามความก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง ทั้งในขณะดำเนินงานและหลังสิ้นสุดการดำเนินงาน ถือเป็นปัจจัยสำคัญที่จะช่วยผู้นำ ในการตัดสินใจ และปรับการปฏิบัติ เพื่อให้ได้ผลลัพธ์สุดท้ายที่ต้องการ โดยอาจประเมินได้จากความตกลงใจหรือความร่วมมือตามวัตถุประสงค์ของการสื่อสารทางยุทธศาสตร์ที่สื่อออกไปอย่างชัดเจน

3. ทฤษฎีการบริหารจัดการองค์กร POCCC ตามแนวคิดของ อองรี ฟาโยล (Henri Fayol)¹³

จากสถานการณ์ที่เปลี่ยนไปของสังคมไทยในปัจจุบัน มีภัยคุกคามหลายรูปแบบ โดยเฉพาะภัยคุกคามรูปแบบใหม่ ซึ่งมีความละเอียดอ่อนและซับซ้อนในหลายมิติ และมีแนวโน้มที่จะทวีความรุนแรงขึ้น โดยเฉพาะภัยจากสื่อโซเชียลทางสังคมออนไลน์ที่มีอิทธิพลทางความคิดต่อคนและสังคมในปัจจุบัน ดังนั้นชุดปฏิบัติการกิจการพลเรือนประจำอำเภอ ในพื้นที่กองทัพภาคที่ 2 จะต้องมีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงองค์กร เพื่อให้ทันต่อสถานการณ์มากที่สุด แนวคิดทฤษฎีที่สามารถนำมาใช้ในการพัฒนา หน่วยงานปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมุ่งสู่ความสำเร็จ คือทฤษฎีการบริหารจัดการองค์กร

POCCC ของ อองรี ฟาโยล (Henri Fayol) (ค.ศ.1841–1925) เป็นทฤษฎีที่กำหนดขึ้นสำหรับการบริหารจัดการในองค์กร ที่ในแต่ละหน้าที่ก็มีความสำคัญในตัวเอง ขณะเดียวกันก็มีความเชื่อมโยงส่งผลซึ่งกันและกันด้วย เพื่อให้การทำงานที่สมบูรณ์แบบและประสบความสำเร็จ โดยมีหลักการสำคัญอยู่ 5 ปัจจัยหลักที่เรียกว่า POCCC ซึ่งต้องประสานสอดคล้องกัน โดยอธิบายว่าการสื่อสารประกอบด้วยส่วนประกอบพื้นฐานสำคัญ 5 ประการ ได้แก่

3.1 การวางแผน (P – Planning) คือ การกำหนดแผนปฏิบัติการหรือวิถีทางที่จะปฏิบัติงานไว้ตั้งแต่ต้นจนจบ ให้ครอบคลุมทุกกระบวนการ เป็นแนวทางที่วางไว้สำหรับการทำงานในอนาคต ซึ่งการวางแผนนี้จะเกิดขึ้นจากวิสัยทัศน์บวกกับจินตนาการในการบริหารจัดการที่คาดการณ์ล่วงหน้า ซึ่งจะถ่ายทอดออกมาเป็นแผนปฏิบัติการและเป้าหมายที่จะต้องบรรลุสู่ความสำเร็จ

3.2 การจัดองค์กร (O – Organizing) คือการกำหนดตำแหน่งงาน ภาระหน้าที่ความรับผิดชอบ ตลอดจนจำนวนคนให้ครอบคลุมการทำงานครบทุกกระบวนการ รวมถึงการจัดโครงสร้างตำแหน่ง โครงสร้างองค์กร เพื่อจัดลำดับการบริหารและสั่งการ

3.3 การบังคับบัญชาสั่งการ (C – Commanding) คือ การจัดองค์กร ตลอดจนจัดโครงสร้างการทำงานนั้นจะทำให้เราเห็นสายบังคับบัญชาที่ชัดเจน เห็นลำดับความสำคัญ ตลอดจนอำนาจหน้าที่ในการสั่งการ มีความรับผิดชอบในการตัดสินใจ

3.4 การประสานงาน (C – Coordination) คือภาระหน้าที่ในการเชื่อมโยงงานตลอดจนการปฏิบัติการทุกอย่างรวมไปถึงกำลังคนที่หน่วยให้ทำงานเข้ากันได้ กำกับให้มุ่งไปสู่เป้าหมายเดียวกัน อำนวยให้เกิดการทำงานที่ราบรื่น เพื่อให้เกิดผลสำเร็จตามที่วางไว้

3.5 การควบคุม (C – Controlling) คือ การควบคุมในที่นี้หมายถึงการกำกับตลอดจนบริหารจัดการทุกอย่างให้สำเร็จลุล่วงไปตามแผนที่วางไว้ ทั้งในเรื่องของกรอบเวลา มาตรฐานการปฏิบัติการ ขั้นตอนการทำงาน ไปจนถึงการประสานงานกับทุกฝ่ายให้ราบรื่น

บทที่ 3

บทอภิปรายผล

เนื่องจากงานประชาสัมพันธ์ต้องอาศัยการดำเนินงาน ในลักษณะแบบ น้ำซึมบ่อทราย อาจต้องใช้เวลาในการปรับเปลี่ยนจิตใจของประชาชนให้มาอยู่ ฝ่ายเดียวกับฝ่ายเรา ต้องดำเนินการตั้งแต่ยามปกติเพื่อเป็นการเตรียมสนามรบด้านกิจการ พลเรือน จากการศึกษาแนวทางการเพิ่มขีดความสามารถการประชาสัมพันธ์ของ ชุดปฏิบัติการกิจการพลเรือนประจำอำเภอ ของกองทัพภาคที่ 2 ผู้วิจัยได้ค้นหาข้อมูล ผลการวิจัยหรือบทความที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมา เปรียบเทียบกับแนวทางที่เสนอ โดยมี รายละเอียดดังนี้

ในสภาวะปัจจุบัน สังคมไทยมีแนวโน้มการเพิ่มขึ้นของจำนวนของกลุ่ม ผู้สูงอายุและกลุ่มคนรุ่นใหม่ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2564)¹⁴ ในเรื่องปัจจัยทางด้านความแตกต่างระหว่างช่วงวัย (Generation Gap) ที่เริ่มเด่นชัดขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มผู้สูงอายุ(Elderly) คือกลุ่มคนที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป กับกลุ่มคนรุ่นใหม่ (Gen ME) คือคนที่เกิดตั้งแต่ปีค.ศ. 1984 – ปัจจุบัน เป็นการรวมกันของกลุ่มที่เป็น Generation Y Z ซึ่งคาดว่าจะมีสัดส่วนรวมกันราวร้อยละ 46 ของประชากรไทยทั้งหมด ในปีพ.ศ.2568 และถือเป็นกลุ่มที่คาดว่าจะเข้ามามีบทบาทเพิ่มขึ้นในอนาคต โดยเฉพาะ กลุ่มผู้สูงอายุที่แม้ปัจจุบันจะมีจำนวนที่น้อยกว่ากลุ่มคนรุ่นใหม่ แต่มองว่าในระยะยาว คนกลุ่มนี้จะมีสัดส่วนที่ขยับเพิ่มขึ้นเร็ว โดยความแตกต่างระหว่างช่วงวัย (Generation Gap) มีผลต่อการติดต่อสื่อสารอันเนื่องมาจากทัศนคติและพฤติกรรมของแต่ละช่วงวัย สอดคล้องกับงานวิจัยของ จุฑามาศ มะไฟหวาน (2562)¹⁵ ในเรื่องการศึกษาทัศนคติและ พฤติกรรมการติดต่อสื่อสารของพนักงานแต่ละช่วงวัยในองค์กร กรณีศึกษาบริษัท เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารแห่งหนึ่งในประเทศไทย ซึ่งกล่าวไว้ว่าลักษณะการ สื่อสารในแต่ละช่วงวัยมีความแตกต่างกัน โดยกลุ่ม Gen BB เป็นผู้มีประสบการณ์สามารถ ถ่ายทอดสารได้อย่างตรงประเด็น บางครั้งอาจไม่รับฟังความคิดเห็นของคนอื่นเนื่องจาก มั่นใจในตนเองสูง สำหรับ Gen X ชอบสื่อสารแบบพูดคุยต่อหน้า มีความชัดเจน พร้อมทั้ง จะเข้าหาและเรียนรู้เรื่องใหม่ๆ สำหรับกลุ่ม Gen Y ต้องการความรวดเร็วตรงไปตรงมา

พูดคุยสื่อสารด้วยคำศัพท์ง่ายๆ และตรงประเด็น สำหรับกลุ่ม Gen Z และ Gen Alpha มักชอบเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์มากเพราะเป็นผู้เข้าใจในเทคโนโลยี โดยใช้เพื่อความบันเทิง สืบค้นข้อมูลเพื่อการศึกษา โดยการใช้สื่อสังคมออนไลน์จะมีผลกระทบต่อผู้ใช้งาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ประวิทย์ จันทรอับ (2561)¹⁶ ในเรื่องการศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์และผลกระทบต่อนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในจังหวัดพิษณุโลก มีผลการศึกษาว่าพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ เป็นปัจจัยสำคัญที่ก่อให้เกิดผลกระทบทั้งในมิติเชิงบวกและเชิงลบ จากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ทั้ง 4 มิติ ประกอบด้วย ผลกระทบด้านอารมณ์ ผลกระทบด้านการเรียน ผลกระทบด้านสุขภาพ และผลกระทบด้านสังคม ซึ่งผลกระทบที่เกิดขึ้นเป็นผลลัพธ์ที่เกิดจากปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ 4 ปัจจัยได้แก่ 1)ปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล ประกอบด้วยภูมิหลังของครอบครัว ฐานะครอบครัว อาชีพและการศึกษาของผู้ปกครอง 2)ค่านิยมและวัฒนธรรม 3)นวัตกรรมและเทคโนโลยี 4) สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจและสังคม

สำหรับรูปแบบในการประชาสัมพันธ์ของชุดปฏิบัติการกิจการพลเรือนประจำอำเภอ นั้นเพื่อให้มีประสิทธิภาพกับช่วงวัยต่าง ๆ ของกลุ่มเป้าหมาย สามารถนำโมเดล SMCR ของเดวิด เค. เบอร์โธ (David K. Berto) ไปประยุกต์ใช้ ทั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของรัชกร เชื้อแพทย์ (2563)¹⁷ รูปแบบการสื่อสารภายในองค์กรที่มีประสิทธิภาพของบริษัทในนิคมอุตสาหกรรมโรจนะ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยให้รายละเอียดไว้ว่าการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบการติดต่อสื่อสารกับรูปแบบการสื่อสารภายในองค์กรที่มีประสิทธิภาพของ พบว่าองค์ประกอบการติดต่อสื่อสารในด้านผู้ส่งสาร ด้านผู้รับสาร ด้านสารและด้านช่องทางการสื่อสาร มีความสัมพันธ์กับรูปแบบการสื่อสารภายในองค์กรที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งอาจเป็นเพราะองค์ประกอบการติดต่อสื่อสารในทุกๆ ด้าน ทั้งผู้ส่งสาร ผู้รับสาร สารและช่องทางในการสื่อสารต่างก็มีผลกระทบต่อรูปแบบของการสื่อสารในทุก ๆ แบบทั้งการสื่อสารแบบเป็นทางการ และแบบไม่เป็นทางการ และงานวิจัยของสมคิด นันตะ และ บัณฑิตกา จารุมา (2562)¹⁸ เรื่องการ วิเคราะห์ช่องทางการสื่อสารโน้มน้าวใจในการรณรงค์งดเหล้าเข้าพรรษาของหน่วยงานรัฐ ในอำเภอเมืองน่าน จังหวัดน่าน โดยผลการวิเคราะห์พบว่ารูปแบบช่องทางการสื่อสารโน้มน้าวใจขึ้นอยู่กับประเภทของหน่วยงานและเครือข่ายที่ใช้สื่อ โดยช่องทางการสื่อสารที่ได้ผลจะ

ประกอบด้วยปัจจัยดังต่อไปนี้ 1) เครือข่ายของหน่วยงาน : การออกแบบสื่อและช่องทางการสื่อสารที่สอดคล้องกับศักยภาพของเครือข่าย 2) ช่วงเวลาที่เหมาะสมต่อการรับสาร : การส่งสารให้สอดคล้องกับวาระเวลาที่ตรงกับความต้องการของผู้รับสาร 3) ชนิดของสื่อ : การเลือกใช้ช่องทางการสื่อสารที่สอดคล้องกับธรรมชาติและวัตถุประสงค์ของชนิดของสื่อ 4) ผู้รับสาร : เลือกช่องทางการสื่อสารให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้รับสาร และได้ให้ข้อเสนอแนะไว้ว่า ควรมีช่องทางการสื่อสารที่หลากหลายทั้งแบบการสื่อสารทางเดียวและการสื่อสารสองทางและเปิดโอกาสให้ผู้รับสารมาเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการสื่อสารด้วย และทุกครั้งที่มีการจัดกิจกรรมควรจะต้องมีการประเมินผลความพึงพอใจของประชาชนที่เข้าร่วมกิจกรรม หรือประเมินผลความสำเร็จของกิจกรรม เพื่อนำไปปรับปรุงแก้ไขการประชาสัมพันธ์ในการจัดกิจกรรมครั้งต่อไป สอดคล้องกับผลการศึกษาของศูนย์ศึกษายุทธศาสตร์ สถาบันวิชาการป้องกันประเทศ ในเรื่องกระบวนการสื่อสารทางยุทธศาสตร์ (Process of STRATCOM) ของกองทัพไทย ที่ได้กำหนดกระบวนการสื่อสารทางยุทธศาสตร์ไว้ 7 กระบวนการ ประกอบด้วย 1)การกำหนดความชัดเจนเจตนารมณ์ของผู้นำ 2)การกำหนดวัตถุประสงค์ของ STRATCOM 3)การสำรวจสภาพแวดล้อม 4)การกำหนดและทำความเข้าใจเป้าหมาย 5)การวางรูปแบบ 6)การกำหนดปัจจัยแห่งความสำเร็จ และ7)การประเมินผล

นอกเหนือจากการพัฒนารูปแบบประชาสัมพันธ์ตามโมเดล SMCR และกระบวนการสื่อสารทางยุทธศาสตร์ (Process of STRATCOM)ของกองทัพไทยแล้ว การปรับปรุงโครงสร้างของชุดปฏิบัติการกิจการพลเรือนประจำอำเภอของกองทัพภาคที่ 2 ตามทฤษฎีการบริหารจัดการองค์กร POCCC ก็มีส่วนสำคัญที่ในการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน โดยหน่วยจะต้องปรับตัวได้ตามยุคโลกาภิวัตน์และความผันผวนของโลก (VUCA) เพื่อพร้อมเผชิญกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง สามารถประสานกับส่วนราชการหรือหน่วยงานในพื้นที่เพื่อบูรณาการทำงาน พร้อมทั้งเข้าใจความต้องการของประชาชนเพื่อให้การประชาสัมพันธ์บรรลุวัตถุประสงค์บนทรัพยากร และเวลาที่มีอยู่โดยพิจารณาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการบริหารจัดการองค์กร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชลิตา ทิพย์มงคล(2562)¹⁹ เรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการบริหารจัดการองค์กร กรณีศึกษา บริษัท ซุปเปอร์ วอเตอร์ จำกัด จากผลการศึกษาพบว่าผู้บริหารขององค์กรควรให้ความสำคัญกับ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการบริหารจัดการ

ขององค์กร ได้แก่ 1) ความรู้และความเข้าใจในงาน 2) ขวัญและกำลังใจในการทำงาน 3) การวางแผน และ 4) การควบคุม และผลการศึกษาของโครงการพัฒนานักบริหารระดับสูง โดยผู้บริหารส่วนราชการ (นบส. 2) รุ่นที่ 12 (2563)²⁰ เรื่องข้อเสนอแนวทางการบริหารจัดการภาครัฐในยุค New normal โดยได้สรุปผลและให้ข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาด้านโครงสร้างการบริหารภาครัฐ ในยุค New normal โดยต้องพัฒนาบทบาทผู้ปฏิบัติงานต้องเป็นผู้สนับสนุนข้อมูล ประสานงาน อำนวยความสะดวกและประสานความร่วมมือกับหน่วยงานเพื่อลดขั้นตอนการทำงานในระบบราชการ ด้วยการปรับเปลี่ยนการทำงานโดยใช้เทคโนโลยีให้มากที่สุด และแนวทางการพัฒนาด้านบุคลากรโดยเน้นการสร้างศักยภาพกับบุคลากรให้มีความสามารถที่หลากหลาย ทบทวนทักษะการทำงานใหม่ อยู่เสมอ บุคลากรต้องทำงานให้เป็นที่ ทีม สามารถประสานงานได้ในทุกๆด้าน ต้องมีความสามารถในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และควรมีการอบรมให้ความรู้เพื่อเพิ่มทักษะ อยู่เสมอให้ทันสมัย สอดคล้องสถานการณ์ปัจจุบัน และรองรับสถานการณ์ในอนาคต

บทที่ 4

บทสรุป

สรุปผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการหาแนวทางการเพิ่มขีดความสามารถ การประชาสัมพันธ์ ของชุดปฏิบัติการกิจการพลเรือนประจำอำเภอ ของกองทัพภาคที่ 2 มีวัตถุประสงค์ในการศึกษา 1) เพื่อศึกษารูปแบบ ขั้นตอนการดำเนินการประชาสัมพันธ์ของ ชุดปฏิบัติการกิจการพลเรือนประจำอำเภอ ในระดับพื้นที่กองทัพภาคที่ 2 2) เพื่อศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการประชาสัมพันธ์ของชุดปฏิบัติการกิจการพลเรือนประจำอำเภอ ในระดับ พื้นที่กองทัพภาคที่ 2 3) เพื่อพัฒนาเพิ่มขีดความสามารถการประชาสัมพันธ์ของ ชุดปฏิบัติการกิจการพลเรือนประจำอำเภอ ในระดับพื้นที่กองทัพภาคที่ 2

แนวทางการเพิ่มขีดความสามารถการประชาสัมพันธ์ของชุดปฏิบัติการ กิจการพลเรือนประจำอำเภอ ของกองทัพภาคที่ 2 โดยใช่วิธีการวิจัยเชิงยุทธศาสตร์ วิเคราะห์ ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี พ.ศ. 2561 -2580 ในเรื่องของยุทธศาสตร์ชาติด้านความมั่นคง ซึ่งมี หัวข้อการพัฒนาและ เสริมสร้างความจงรักภักดีต่อสถาบันหลักของชาติ รวมถึงได้หา ความสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องในแผนระดับที่ 2 และแผนระดับที่ 3 ตลอดจนศึกษาแนวทางการ ทำงานของชุดปฏิบัติการกิจการพลเรือนประจำอำเภอของกองทัพภาคที่ 2 พร้อมศึกษา ปัญหาในสถานการณ์ปัจจุบัน ด้วยการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางยุทธศาสตร์ และ นำทฤษฎีที่เกี่ยวกับการสื่อสาร, กระบวนการสื่อสารทางยุทธศาสตร์ และการบริหารจัดการ องค์กรมาใช้ เพื่อเป็นแนวทางในเพิ่มขีดความสามารถการประชาสัมพันธ์

โดยในปีงบประมาณ พ.ศ. 2567 มีการปรับให้ชุดปฏิบัติการกิจการ พลเรือนประจำอำเภอของกองทัพภาคที่ 2 มีจำนวน 322 ชุด รับผิดชอบครบทั้ง 322 อำเภอใน 20 จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งมอบหมายให้สัสดีอำเภอ หรือ ผู้ช่วย สัสดีอำเภอ ปฏิบัติหน้าที่เป็นหัวหน้าชุดปฏิบัติการกิจการพลเรือนประจำอำเภอ โดยดำเนินงานลงพื้นที่เพื่อประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้ถึงความสำคัญของสถาบันหลักของ ชาติ และประชาสัมพันธ์ข่าวสารของกองทัพบก ผ่านรูปแบบการลงพื้นที่จัดกิจกรรม ใดๆก็ตามจากปัญหาด้านสังคมไทยในเรื่องช่องว่างระหว่างวัย และการเริ่มมีบทบาท

ของกลุ่มคน Gen Z และ Gen Alpha จึงเป็นความท้าทายที่ชุดปฏิบัติการกิจการพลเรือน จะต้องปรับเปลี่ยนตนเองทั้งเรื่องแนวทางการประชาสัมพันธ์และการปรับปรุงโครงสร้าง

สำหรับแนวทางเพิ่มขีดความสามารถการประชาสัมพันธ์ของชุดปฏิบัติการ กิจการพลเรือนประจำอำเภอ ของกองทัพภาคที่ 2 ผู้วิจัยได้นำแบบการจำลองการสื่อสาร ของเบอร์โล (SMCR Model), กระบวนการสื่อสารทางยุทธศาสตร์ และ ทฤษฎีการบริหาร จัดการองค์กร POCCC มาปรับใช้เพื่อให้การประชาสัมพันธ์มีประสิทธิภาพ เหมาะสมกับ สถานการณ์ และเป็นการเตรียมสนามรบด้านกิจการพลเรือน โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ผู้ส่ง (Source) หมายถึง ชุดปฏิบัติการกิจการพลเรือนประจำอำเภอ จะต้องเป็นผู้ที่มีทักษะในการสื่อสาร (Communication Skills) มีความเข้าใจ กลุ่มเป้าหมายที่จะ เข้าพบเพื่อสร้างเนื้อหาที่เหมาะสม สามารถสร้างเหตุผลในการโน้มน้าว จูงใจและสามารถ สร้างความรู้สึกร่วม โดยเสริมทักษะการประชาสัมพันธ์ให้กับเจ้าหน้าที่ชุดปฏิบัติการกิจการ พลเรือนประจำอำเภอ ด้วยการเปิดอบรมหลักสูตรการเรียนออนไลน์เพิ่มเติม ในหลักสูตร นายทหารกิจการพลเรือน, นายทหารประชาสัมพันธ์, นายทหารปฏิบัติการจิตวิทยา และ นายสิบกิจการพลเรือน หรือจัดให้มีการเรียนการสอนภายในหน่วยทหาร(Unit School) ในเรื่องเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์เพิ่มเติม

2. ข้อมูลข่าวสาร (Message) หมายถึง เนื้อเรื่องที่ชุดปฏิบัติการกิจการพลเรือน ประจำอำเภอ จะนำมาเผยแพร่ จะต้องมีการใช้ภาษาให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายเนื้อหา ที่จะถ่ายทอดตรงกับวัตถุประสงค์คือเรื่องของสถาบันหลักของชาติ และมีการเรียบเรียง เรื่องราวเนื้อหาเพื่อให้เกิดความต่อเนื่องในการเล่าเรื่อง

3. ช่องทางการส่ง (Channel) หมายถึง ช่องทางการสื่อสารที่ชุดปฏิบัติการ กิจการพลเรือนประจำอำเภอ โดยใช้การลงพื้นที่ร่วมทำกิจกรรมกับกลุ่มเป้าหมาย แต่จาก ความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีการสื่อสารและจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ที่ผ่านมา จึงจำเป็นที่ชุดปฏิบัติการกิจการพลเรือนจะต้องเพิ่มช่องทางการสื่อสารผ่านสื่อ สังคมออนไลน์ โดยเฉพาะกลุ่ม Gen Z และ Gen Alpha ที่นิยมใช้สื่อออนไลน์ และ สื่อผสมต่างๆ ที่เหมาะกับแต่ละกลุ่มเป้าหมาย

4. ผู้รับ (Receiver) หมายถึง กลุ่มเป้าหมายที่ชุดปฏิบัติการกิจการพลเรือน ประจำอำเภอจะลงพื้นที่เพื่อพบปะ ซึ่งตามที่กล่าวมากลุ่มเป้าหมายมีหลายกลุ่มช่วงอายุ

จำเป็นที่จะต้องเข้าใจความเชื่อและทัศนคติของแต่ละกลุ่ม และเลือกวิธีในการสื่อสารให้เหมาะสม อีกทั้งเนื้อหาที่ผู้ส่งนำมาต้องอยู่ในระดับเดียวกับที่ผู้รับสารสามารถเข้าใจได้ รวมถึงควรมีการประเมินผลความพึงพอใจของประชาชนที่เข้าร่วมกิจกรรม หรือประเมินผลความสำเร็จของกิจกรรม ทุกครั้งที่มีการจัดกิจกรรมด้วย

5. การบริการจัดการองค์กร ชุดปฏิบัติการกิจการพลเรือนประจำอำเภอ ตามทฤษฎีการบริหารจัดการองค์กร POCCC จะต้องมีคามยืดหยุ่น ทันสมัย สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง สามารถบูรณาการร่วมกับ ส่วนราชการหรือหน่วยงานในพื้นที่ ซึ่งในปีงบประมาณ 2567 ได้เริ่มปรับให้ สัสดีอำเภอ หรือ ผู้ช่วยสัสดีอำเภอ ปฏิบัติหน้าที่เป็นหัวหน้าชุดปฏิบัติการกิจการพลเรือนประจำอำเภอ และใช้เจ้าหน้าที่ของชุดปฏิบัติการกิจการพลเรือนประจำอำเภอเดิมสนับสนุนการปฏิบัติงาน ซึ่งจะทำให้ทราบความต้องการของประชาชนเพื่อบริหารทรัพยากรได้อย่างมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น และต้องมีการคัดเลือกและเสริมสร้างพัฒนาบุคลากรให้ตรงกับงานด้านการประชาสัมพันธ์ และเทคนิคการใช้สื่อสังคมออนไลน์ หรือแอปพลิเคชันต่างๆ มาใช้ปฏิบัติงานทั้งในการประชาสัมพันธ์และในการประเมินผลความพึงพอใจของประชาชนที่เข้าร่วมกิจกรรม เพื่อนำไปปรับปรุงแก้ไขการประชาสัมพันธ์ในการจัดกิจกรรมครั้งต่อไป อีกทั้งยังต้องมีการประสานงาน เพื่อแสวงหาแนวร่วมที่เป็นกำลังพลและครอบครัว ประชาชนที่เป็นแนวร่วมของกองทัพบก โดยกำหนดกลยุทธ์ให้สามารถช่วยในการเผยแพร่ข่าวสารการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบสื่อสังคมออนไลน์ให้เป็นไปในทิศทาง และในเวลาเดียวกัน ให้เกิดพลังแห่งการสื่อสารที่กองทัพบกต้องการ เพื่อสามารถเอาชนะงานด้านกิจการพลเรือน ซึ่งเป็นงานเชิงนามธรรมได้ในโลกปัจจุบันที่เป็นโลกแห่งการสื่อสารและเทคโนโลยี

ข้อเสนอแนะการวิจัย

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1.1 หน่วยที่จัดชุดปฏิบัติการกิจการพลเรือนประจำอำเภอของกองทัพภาคที่ 2 สามารถนำแนวทางการพัฒนาการประชาสัมพันธ์จากงานวิจัยนี้ ไปประยุกต์ปรับใช้ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถการประชาสัมพันธ์ ให้เหมาะสมกับประชาชนและบริบทในพื้นที่รับผิดชอบ ซึ่งเป็นไปตามยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580) ในด้าน

ความมั่นคง ประเด็นการรักษาความสงบภายในประเทศ ในหัวข้อการพัฒนาและเสริมสร้างความจงรักภักดีต่อสถาบันหลักของชาติ

1.2 ชุดปฏิบัติการกิจการพลเรือนประจำอำเภอ ของกองทัพบภาคที่ 2 ควรพัฒนาขีดความสามารถด้านเทคโนโลยี โดยใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นการเพิ่มช่องทางการติดต่อสื่อสาร โดยเฉพาะกลุ่ม Gen Z และ Gen Alpha ที่มีความชำนาญด้านเทคโนโลยี โดยพิจารณาใช้สื่อสังคมออนไลน์ เช่น YouTube, Facebook, TikTok รวมถึงการจัดทำแบบประเมินผลผ่าน Google Forms เพื่อเพิ่มความสะดวกในการเก็บข้อมูล

1.3 ชุดปฏิบัติการกิจการพลเรือนประจำอำเภอ ของกองทัพบภาคที่ 2 ควรมีการปรับปรุงโครงสร้างองค์กร โดยจำเป็นต้องมีเจ้าหน้าที่ด้านกรรมวิธีข้อมูล เพื่อทำหน้าที่ในการสร้างเนื้อหาวิเคราะห์ความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย เพื่อการประชาสัมพันธ์ และผลิตสื่อในรูปแบบต่าง ๆ ให้เหมาะสมกับบริบทของสังคม

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยในส่วนของชุดปฏิบัติการกิจการพลเรือนประจำอำเภอ ดังนั้น ในงานวิจัยครั้งต่อไป อาจพิจารณาศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัญหาข้อขัดข้องที่ใช้หน่วยงานสถิติ เป็นหัวหน้าชุดปฏิบัติการกิจการพลเรือนประจำอำเภอ

2.2 ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเลือกใช้วิธีการวิจัยเชิงยุทธศาสตร์ หรือการคิดเชิงกลยุทธ์(ในทางพลเรือน) ซึ่งเป็นรูปแบบเฉพาะสำหรับการจัดทำเอกสารวิจัยส่วนบุคคลที่วิทยาลัยการทัพบกกำหนดขึ้น หากการวิจัยครั้งต่อไปต้องการข้อมูลเชิงลึก อาจใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ หรือหากต้องการข้อมูลเชิงสถิติต่างๆ ก็ใช้การวิจัยเชิงปริมาณ

2.3 ในการวิจัยครั้งนี้ มีเนื้อหาเจาะจงไปที่ยุทธศาสตร์ด้านความมั่นคง ประเด็นการรักษาความสงบภายในประเทศ ในหัวข้อการพัฒนาและเสริมสร้างความจงรักภักดีต่อสถาบันหลักของชาติ ของชุดปฏิบัติการกิจการพลเรือนประจำอำเภอ ในครั้งต่อไปอาจเจาะจงเนื้อหาในเรื่องความมั่นคงด้านอื่นก็ได้ เช่น ปัญหายาเสพติด, ปัญหาความไม่สงบภายในประเทศ เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

1. สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา.พระราชบัญญัติจัดระเบียบราชการกระทรวงกลาโหม พ.ศ. 2551 [อินเทอร์เน็ต]. 2551 [เข้าถึงเมื่อ 15 มกราคม 2567].เข้าถึงได้จาก: https://www.parliament.go.th/ewtcommittee/ewt/draftconstitution2/ewt_dl
2. สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักงานนายกรัฐมนตรี. ยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ.2561-2580 [อินเทอร์เน็ต]. 2561[เข้าถึงเมื่อ 15 มกราคม 2567].เข้าถึงได้จาก: https://www.nesdc.go.th/download/document/SAC/NS_PlanOct2018.pdf
3. DataReportal. สถิติการใช้สื่อโซเชียลทางสังคมออนไลน์ของคนไทย [อินเทอร์เน็ต]. 2023 [เข้าถึงเมื่อ18 มกราคม 2567].เข้าถึงได้จาก : <https://www.motiveinfluence.com/blog/>
4. สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักงานนายกรัฐมนตรี. แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. 2566 – 2580) (ฉบับแก้ไขเพิ่มเติม) [อินเทอร์เน็ต]. 2566 [เข้าถึงเมื่อ 18 มกราคม 2567]. เข้าถึงได้จาก: http://nscr.nesdc.go.th/wp-content/uploads/2023/03/masterplan_updated2023_080363.pdf
5. สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักงานนายกรัฐมนตรี. นโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วยความมั่นคงแห่งชาติ (พ.ศ. 2566 – 2570) [อินเทอร์เน็ต]. 2566 [เข้าถึงเมื่อ 18 มกราคม 2567]. เข้าถึงได้จาก: <http://nscr.nesdc.go.th/wp-content/uploads/2023/03/ns-p2sp-rkt.pdf>
6. กองทัพบก, แผนปฏิบัติการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2567 ของกองทัพบก
7. คณะกรรมการร่างรัฐธรรมนูญ สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร. รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย [อินเทอร์เน็ต]. 2560 [เข้าถึงเมื่อ 20 มกราคม 2567]. เข้าถึงได้จาก: https://www.parliament.go.th/ewtcommittee/ewt/draftconstitution2/ewt_dl_link.php?nid=1038&filename=index
8. กองทัพบก.นโยบายการปฏิบัติงานของพลเอก เจริญชัย หินเธาว์ ผู้บัญชาการทหารบก ; 2567.

9. โรงเรียนกิจการพลเรือน กรมกิจการพลเรือนทหารบก. หลักนิยมกิจการพลเรือนของกองทัพบก (เพื่อพราง) ; 2563.
10. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ. การสื่อสารระหว่าง Generation Gap เปลี่ยนช่องว่าง ให้เป็นพื้นที่สร้างสรรค์ [อินเทอร์เน็ต]. 2565 [เข้าถึงเมื่อ 20 มกราคม 2567]. เข้าถึงได้จาก: <https://tinyurl.com/yc43pd5b>
11. นินาท คณะนาม, GotoKnow blog, ทฤษฎี SMCR ของเบอร์โล (Berio) [อินเทอร์เน็ต] 2563 [เข้าถึงเมื่อ 9 มกราคม 2567]. เข้าถึงได้จาก: <https://www.gotoknow.org/posts/>
12. ศูนย์ศึกษาทางยุทธศาสตร์ สถาบันวิชาการป้องกันประเทศ. คู่มือการสื่อสารทางยุทธศาสตร์ของกองทัพไทย[อินเทอร์เน็ต]. 2559[เข้าถึงเมื่อ 6 พฤษภาคม 2567]. เข้าถึงได้จาก: https://www.sscthailand.org/uploads_ssc/research
13. HREX.asia. ทฤษฎีการบริหารจัดการ POCCC และหลักการจัดการองค์การสู่ความสำเร็จตามแนวคิดของ Henri Fayol[อินเทอร์เน็ต]. 2562 [เข้าถึงเมื่อ 10 กุมภาพันธ์ 2567]. เข้าถึงได้จาก: <https://th.hrnote.asia/orgdevelopment/190626-poccc-henri-fayol/>
14. ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. ปัจจัยทางด้านความแตกต่างระหว่างช่วงวัย (Generation Gap). รายงานวิจัย ฉบับส่งสื่อมวลชน 2564 ; 3190 : 1-6.
15. จุฑามาศ มะไฟหวาน. การศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมการติดต่อสื่อสารของพนักงานแต่ละช่วงวัยในองค์กร กรณีศึกษา บริษัท เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร แห่งหนึ่งในประเทศไทย [ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต]. นครปฐม: มหาวิทยาลัยมหิดล ; 2562.
16. ประวิทย์ จันทรอัป. การศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์และผลกระทบต่อนักเรียน ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในจังหวัดพิษณุโลก [ปริญญาศึกษามหาบัณฑิต]. พิษณุโลก: มหาวิทยาลัยนเรศวร ; 2561.
17. รัชชก เชื้อแพทย์. รูปแบบการสื่อสารภายในองค์กรที่มีประสิทธิภาพของบริษัทในนิคมอุตสาหกรรมโรจนะ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา [วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต]. พระนครศรีอยุธยา: มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา ; 2563.

18. สมคิด นันต์ยะ และบัณฑิตกา จารุมา. การวิเคราะห์ช่องทางการสื่อสารโน้มน้าวใจในการณรงค์งดเหล้าเข้าพรรษาของหน่วยงานรัฐในอำเภอเมืองน่าน จังหวัดน่าน. วารสาร มจร มนุษยศาสตร์ปริทรรศน์ 2562 ; 2 : 107-16.
19. ชลิดา ทิพย์มงคล. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการบริหารจัดการองค์กรกรณีศึกษา บริษัท ซุปเปอร์ วอเตอร์ จำกัด[วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต]. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ; 2562.
20. โครงการพัฒนานักบริหารระดับสูง.แนวทางการบริหารหน่วยงานภาครัฐในยุค New normal; 2563. ผู้บริหารส่วนราชการ (นบส.2) รุ่นที่ 12.

ประวัติย่อผู้วิจัย

ยศ ชื่อ	พันเอก สมภพ แพลอย
วัน เดือน ปีเกิด	16 กรกฎาคม 2519
ประวัติสำเร็จการศึกษา	
พ.ศ. 2543	วิศวกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิศวกรรมโยธา โรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า
พ.ศ. 2553	หลักสูตรหลักประจำ โรงเรียนเสนาธิการทหารบก(ชุดที่ 88)

ประวัติการทำงาน

พ.ศ. 2555 - 2559	รองผู้บังคับกองพันทหารช่างที่ 202
พ.ศ. 2559 - 2560	เสนาธิการ กรมทหารช่างที่ 2
พ.ศ. 2560 - 2561	ผู้บังคับกองพันซ่อมบำรุงที่ 22
พ.ศ. 2561 - 2565	หัวหน้ากองยุทธการและการข่าว กองบัญชาการช่วยรบที่ 2

ตำแหน่งปัจจุบัน

พ.ศ. 2565 - ปัจจุบัน	รองผู้อำนวยการกองกิจการพลเรือน กองทัพอากาศที่ 2
----------------------	---