

แนวทางการใช้สื่อใหม่เพื่อการพัฒนางานด้านการประชาสัมพันธ์ของ
หน่วยบัญชาการป้องกันภัยทางอากาศ

กองทัพบก

เอกสารวิจัยส่วนบุคคล



โดย

พันเอก กม จารุเศร์ณี

รองผู้อำนวยการกองกิจการพลเรือน

หน่วยบัญชาการป้องกันภัยทางอากาศ กองทัพบก

วิทยาลัยการทัพบก

กันยายน 2567


เอกสารวิจัยเรื่อง แนวทางการใช้สื่อใหม่เพื่อพัฒนางานด้านการประชาสัมพันธ์
ของหน่วยบัญชาการป้องกันภัยทางอากาศ กองทัพบก

โดย พันเอก กม จารุเศร์ณี

อาจารย์ที่ปรึกษา พันเอกหญิง มนทิรา ยิ้มสมบุญ

วิทยาลัยการทัพบก อนุมัติให้เอกสารวิจัยส่วนบุคคลฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรหลักประจำ วิทยาลัยการทัพบก ประจำปีการศึกษา 2567 และเห็นชอบให้
เป็นเอกสารวิจัยส่วนบุคคลที่อยู่ในเกณฑ์ระดับ **ดีมาก**

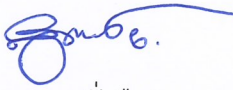
พลตรี


(ทนงศักดิ์ มหาวงศ์)

ผู้บัญชาการวิทยาลัยการทัพบก

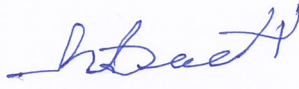
คณะกรรมการควบคุมเอกสารวิจัยส่วนบุคคล

พันเอก


(สุเทพ ยิ่งยืน)

ประธานกรรมการ

ร้อยตรี รองศาสตราจารย์


(ณัฐกริช เปาอินทร์)


ผู้ทรงคุณวุฒิที่ปรึกษา

พันเอก


(คมกฤษ อจลานนท์)

กรรมการ

พันเอกหญิง


(มนทิรา ยิ้มสมบุญ)

กรรมการ

พันเอกหญิง


(นवलสมร จรวงษ์)

กรรมการ

บทคัดย่อ

ผู้วิจัย พันเอก กม จารุเศร์ณี

เรื่อง แนวทางการแนวทางการใช้สื่อใหม่เพื่อพัฒนางานด้านการประชาสัมพันธ์
ของหน่วยบัญชาการป้องกันภัยทางอากาศ กองทัพบก

วันที่ 11 กันยายน 2567 จำนวนคำ : 11,000 จำนวนหน้า : 39

ความสำคัญ ประชาสัมพันธ์, สื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์, กิจการพลเรือน

ชั้นความลับ ไม่มีชั้นความลับ

งานวิจัยนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาหาแนวทางในการแนวทางการใช้สื่อใหม่เพื่อพัฒนางานด้านการประชาสัมพันธ์ของหน่วยบัญชาการป้องกันภัยทางอากาศ กองทัพบก ในโลกปัจจุบันมีการพัฒนาเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว การสื่อสาร การเข้าถึงข่าวสาร หรือรับข่าวสารได้พัฒนาควบคู่ไปกับเทคโนโลยี กองทัพบกเป็นหน่วยงานด้านความมั่นคงซึ่งมีบทบาทที่สำคัญในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ด้านความมั่นคงเป็นหลัก ดำเนินงานปลูกฝังและสร้างความตระหนักให้กับคนในชาติให้มีจิตสำนึกในการรักษาไว้ซึ่งสถาบันชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์ และมีความปรองดองไม่เกิดความแตกแยกกัน การประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานทหารให้กับกลุ่มคนรุ่นใหม่ (New Generation) ที่ปรับเปลี่ยนการรับรู้ถึงข่าวสารในปัจจุบันนั้นปรับเปลี่ยนไป ทำให้ต้องมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและรวดเร็ว ดังนั้น ทางกองทัพบก โดย หน่วยบัญชาการป้องกันภัยทางอากาศ กองทัพบก จะต้องเพิ่มประสิทธิภาพ เรียนรู้หา เพื่อหาช่องทางทำการพัฒนาการประชาสัมพันธ์ในสื่อเครือข่ายออนไลน์ โดยใช้สื่อใหม่ในการเผยแพร่ข้อมูลต่างๆ เพื่อให้เข้าถึงคนรุ่นใหม่ต่อไป

ABSTRACT

AUTHOR: Colonel Kom Charusreni

TITLE: Utilizing New Media Guidelines to Enhance Public Relations for the Army Air Defense Command, Army Command

DATE: 11 September, 2024 WORD COUNT : 11,000 PAGES : 39

KEY TERMS: Public Relation, New Media, Army Air Defense Command

CLASSIFICATION: Unclassified

The objective of this research is to study and find strategies for utilizing new media to enhance the public relations efforts of the Air Defense Command, Army Command, given the rapid technological advancements in the contemporary world. Communication and access to information have evolved rapidly alongside technology. The Army is a crucial security agency with a pivotal role in driving national security strategies, fostering national consciousness, promoting unity among citizens, and maintaining loyalty to the nation, religion, monarchy, and fostering unity. The military's public relations efforts toward the new generation must adapt to the changing perceptions and media consumption habits, necessitating continuous and swift development. Therefore, the Army Air Defense Command, Army Command, seeks to enhance efficiency, learn, and find ways to develop public relations through online network media, utilizing new media to disseminate various information effectively and reach the next generation more efficiently.

กิตติกรรมประกาศ

เอกสารวิจัยส่วนบุคคล เรื่อง “แนวทางการแนวทางการใช้สื่อใหม่เพื่อพัฒนางานด้านการประชาสัมพันธ์ของหน่วยบัญชาการป้องกันภัยทางอากาศ กองทัพบก” ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาจาก พันเอกหญิง มนทิรา ยิ้มสมบุญ ในฐานะอาจารย์ที่ปรึกษา และรองศาสตราจารย์ ดร. ร้อยตรี วัชรกริช เปาอินทร์ ในฐานะผู้ทรงคุณวุฒิที่ปรึกษา รวมทั้งคณะกรรมการ ที่ได้กรุณาให้ความรู้ คำแนะนำ และแนวทางในการจัดทำเอกสารงานวิจัยส่วนบุคคล ทำให้งานวิจัยฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ตามความมุ่งหมาย และขอขอบคุณ พลตรี ทนงศักดิ์ มหาวงศ์ ผู้บัญชาการวิทยาลัยการทัพบก ที่กรุณาอนุมัติให้ผู้วิจัยได้จัดทำวิจัยเรื่องนี้

ผู้วิจัยขอขอบคุณผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่านที่กรุณาให้การสนับสนุนข้อมูล คำแนะนำ และแนวคิดที่เป็นประโยชน์ต่อการวิจัย ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า งานวิจัยฉบับนี้ จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่ได้ศึกษาและหากมีข้อบกพร่องประการใดผู้วิจัยขอน้อมรับความผิดพลาดแต่เพียงผู้เดียว

สารบัญ

เนื้อหา	หน้า
บทที่ 1 บทนำ	1
ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์การวิจัย	4
กรอบแนวคิดการวิจัย	5
วิธีการศึกษา	6
ประโยชน์ที่ได้รับ	6
บทที่ 2 บทวิเคราะห์	8
บทบาทการใช้สื่อด้านการประชาสัมพันธ์ของหน่วยบัญชาการ ป้องกันภัยทางอากาศ กองทัพบกปัจจุบัน	8
ปัญหาและอุปสรรคในการใช้สื่อใหม่ด้านการประชาสัมพันธ์ของ หน่วยบัญชาการป้องกันภัยทางอากาศกองทัพบก	16
แนวทางพัฒนาการใช้สื่อใหม่ด้านการประชาสัมพันธ์ของ หน่วยบัญชาการป้องกันภัยทางอากาศกองทัพบก	24
บทที่ 3 บทอภิปรายผล	33
บทที่ 4 บทสรุป	36
สรุปผลการวิจัย	36
ข้อเสนอแนะการวิจัย	38
เอกสารอ้างอิง	
ภาคผนวก	
ประวัติย่อผู้วิจัย	

บทที่ 1

บทนำ

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

การสื่อสารในอดีตมีลักษณะและวิธีการที่แตกต่างกันไปอย่างมากเมื่อเทียบกับปัจจุบัน ในอดีตมักใช้สื่อทางเขียน เช่น จดหมาย หรือสื่อพิมพ์ เป็นหลัก การสื่อสารกันในอดีตอาจใช้เวลานานและมีขีดจำกัดในการเผยแพร่ข้อมูล เทคโนโลยีและสื่อในปัจจุบันได้เปลี่ยนแปลงการสื่อสารอย่างสิ้นเชิง เราสามารถติดต่อสื่อสารได้ทันทีผ่านอินเทอร์เน็ต โซเชียลมีเดีย หรืออื่นๆ หรือเรียกกันว่า “สื่อใหม่” ซึ่งทำให้ข้อมูลสามารถถูกแชร์และเผยแพร่ได้รวดเร็วมากขึ้น เทคโนโลยีในปัจจุบันยังช่วยให้การสื่อสารเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้นด้วยการใช้ภาพ วิดีโอ และเครื่องมือที่ทันสมัยเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสารและการเข้าถึงข้อมูล การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีมีผลกระทบให้การสื่อสารกลายเป็นส่วนสำคัญของชีวิตประจำวันมากขึ้นและเป็นสิ่งที่จำเป็นสำหรับการสื่อสารระหว่างบุคคล องค์กร และสังคมในปัจจุบันและอนาคตมนุษย์เริ่มมีการสื่อสารข้อมูลในชีวิตประจำวันด้วยการใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นหลัก¹ เนื่องจากมีการใช้งานง่าย เข้าถึงกลุ่มคนได้อย่างรวดเร็ว ตลอดจนสอดคล้องกับพัฒนาการที่ก้าวกระโดดของเทคโนโลยีในยุคปัจจุบัน

หลังจากสิ้นสุดยุคสงครามเย็น ทุกประเทศต้องเผชิญหน้ากับภัยคุกคามในรูปแบบใหม่ที่มีผลกระทบมากมายต่อความมั่นคงของชาติ มีความละเอียดอ่อนและสลับซับซ้อนในหลายมิติ และปัญหาที่เกิดขึ้นไม่สามารถแก้ไขได้โดยเพียงหน่วยงานเดียว ปัญหาที่ประเทศไทยกำลังเผชิญอยู่ในปัจจุบัน คือการตื่นตัวทางด้านการเมืองของประชาชน ที่นำไปสู่แนวความคิดที่แตกต่างกัน และส่งผลให้เกิดกระแสความขัดแย้งทางการเมือง การเปลี่ยนแปลงนี้ได้เป็นที่สะท้อนในทัศนคติการเมืองของประชาชน โดยมีแนวโน้มที่จะนำไปสู่การใช้ความรุนแรง เพื่อเอาชนะในการแข่งขันการเมือง นอกจากนี้ยังมีกลุ่มคนที่ไม่ประสงค์ดี มีการกระทำในลักษณะของการจลาจล ระเบิดสถาบันหลักของชาติ และการบิดเบือนข่าวสาร สร้างความเข้าใจผิดและความเกลียดชังในสังคม สิ่งเหล่านี้ส่งผลให้เกิดความเสียหายต่อส่วนราชการ หน่วยงานต่างๆ และเจ้าหน้าที่ของรัฐ ทั้งนี้

ส่งผลกระทบไปยังด้านความมั่นคงของประเทศไทย เพื่อแก้ไขปัญหานี้ ทุกภาคส่วนของสังคมควรร่วมมือกัน ในการสร้างการตระหนักรู้ของประชาชน เพื่อให้ทุกคนเข้าใจ และรู้ถึงปัญหาที่เกิดขึ้น การสร้างการเข้าใจและการสื่อสารอย่างชัดเจนจะช่วยลดความขัดแย้งทางการเมือง และลดโอกาสในการใช้ความรุนแรง นอกจากนี้ ควรมีการร่วมมือกัน ในการแก้ไขปัญหาดังกล่าว โดยการเสริมสร้างความเข้าใจและการรับฟังของทุกฝ่าย เพื่อหาทางแก้ไขที่เป็นมิตรและยั่งยืน ป้องกันการกระทำที่ไม่หวังดี และการบริหารจัดการ ข้อมูลและข่าวสารให้ถูกต้องเป็นสิ่งสำคัญ เพื่อป้องกันการเกิดความเข้าใจผิดและความเกลียดชังในสังคม ดังนั้น ทุกภาคส่วนของสังคมควรร่วมมือกันในการแก้ไขปัญหานี้ เพื่อสร้างความมั่นคงทางการเมืองและสังคมในประเทศไทยในที่สุด โดยการรวมตัวกันเป็นเครือข่ายในการเฝ้าระวัง แจ้งเตือน และประชาสัมพันธ์ข่าวสารที่แท้จริง เพื่อให้ประชาชนได้เข้าใจอย่างถูกต้องและช่วยกันรักษาไว้ซึ่งอุดมการณ์ความรักชาติ แสดงออกถึงความจงรักภักดีในสถาบันหลักของชาติ มีความสามัคคีและศรัทธาในการปกครองตามรัฐธรรมนูญ 2560 มาตรา 2 ว่า “ประเทศไทยมีการปกครองในระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข”² สร้างภูมิคุ้มกันในสังคมไทยเพื่อเผชิญกับปัญหาภัยคุกคามอื่นๆ ที่มีผลกระทบต่อความมั่นคงของชาติอย่างยั่งยืน

กองทัพบก มีบทบาทสำคัญเป็นหน่วยงานที่มีหน้าที่ด้านความมั่นคงตามพระราชบัญญัติจัดระเบียบราชการ กระทรวงกลาโหม พ.ศ.2551³ และมีบทบาทที่สำคัญในการดำเนินการตาม ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ.2561 – 2580) โดยมุ่งสู่วิสัยทัศน์ของประเทศไทยในปี พ.ศ.2580 ที่กล่าวว่า "ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศพัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง"⁴ ในบทบาทของกองทัพบกในยุทธศาสตร์ชาติด้านความมั่นคง มีการดำเนินการในแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ เน้นไปที่การรักษาความสงบภายในประเทศ โดยมุ่งเสริมสร้างความมั่นคงของสถาบันหลักของชาติ ซึ่งเป็นกรอบในการดำเนินงาน ทำให้คนในชาติมีจิตสำนึก และรักษาสถาบันชาติ ศาสนา และพระมหากษัตริย์ โดยการปลูกฝังและสร้างการตระหนักรู้ใน ความสำคัญของสถาบันหลักของชาติ เพื่อให้มีส่วนร่วมในการสร้างความมั่นคงให้กับประเทศ และส่งเสริมความปรองดองในสังคม เพื่อป้องกันการแตกแยกและสร้างความมั่นคงทางสังคม ดังนั้น กองทัพบกมุ่งมั่นในการทำงานเพื่อรักษาความมั่นคงของประเทศ

โดยร่วมมือกับสถาบันหลักของชาติ เพื่อสร้างความมั่นคงทั้งทางกองทัพและทางสังคม และทำให้ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืนตามวิสัยทัศน์ที่กำหนดไว้ใน ยุทธศาสตร์ชาติ

กรมกิจการพลเรือนทหารบก ในฐานะหน่วยงานที่รับผิดชอบในการติดต่อ และประสานงานกับภาคพลเรือนได้จัดตั้งชุดปฏิบัติการกิจการพลเรือนขึ้น เพื่อทำหน้าที่ในการชี้แจงและทำให้เข้าใจสร้างการรับรู้ที่ถูกต้องให้กับประชาชน มีบทบาทในการเป็นสื่อกลางในการประชาสัมพันธ์นโยบายและผลงานของรัฐบาล และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับกองทัพบก โดยการให้การสนับสนุนและส่งเสริมให้เกิดการแก้ไขปัญหาในพื้นที่ที่รับผิดชอบ ภายในระดับหมู่บ้าน ตำบล และอำเภอในพื้นที่ที่กองทัพบกรับผิดชอบ โดยชุดปฏิบัติการกิจการพลเรือน ถูกแบ่งออกเป็น 3 ระดับ ได้แก่ ชุดปฏิบัติการกิจการพลเรือนกองพล ชุดปฏิบัติการกิจการพลเรือนกรม และชุดปฏิบัติการกิจการพลเรือนกองพัน⁵ โดยในส่วนของชุดปฏิบัติการกิจการพลเรือนของหน่วยบัญชาการป้องกันภัยทหารบก กองทัพบก มีจำนวน 10 ชุด รับผิดชอบในพื้นที่ 2 จังหวัด ได้แก่ นนทบุรี และปทุมธานี

ในห้วงที่ผ่านมาการปฏิบัติงานการประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้ให้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องกับประชาชนเป็นไปอย่างต่อเนื่อง แต่อย่างไรก็ตามภัยคุกคามในปัจจุบัน มีความผันผวน (Volatility) ความไม่แน่นอน(Uncertainty) ความซับซ้อน (Complexity) และความคลุมเครือ (Ambiguity) ทำให้แนวความคิดในการประชาสัมพันธ์มีการเปลี่ยนแปลงไป ซึ่งเดิมชุดปฏิบัติการกิจการพลเรือนตามกรม และกองพันจะดำเนินงานในรูปแบบการลงพื้นที่ประชาสัมพันธ์ตามชุมชน โรงเรียน สถานที่สาธารณะ ปฏิสัมพันธ์กับประชาชนโดยตรง แต่ปัจจุบันความก้าวหน้าทางด้านสารสนเทศยุคดิจิทัล รูปแบบการประชาสัมพันธ์มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มคนรุ่นใหม่ (Generation Z และ Generation Alpha) ที่มักจะชอบรับข่าวสารทางสื่อสังคมออนไลน์ ที่สามารถเข้าถึงได้อย่างรวดเร็วและสะดวกในการติดตาม

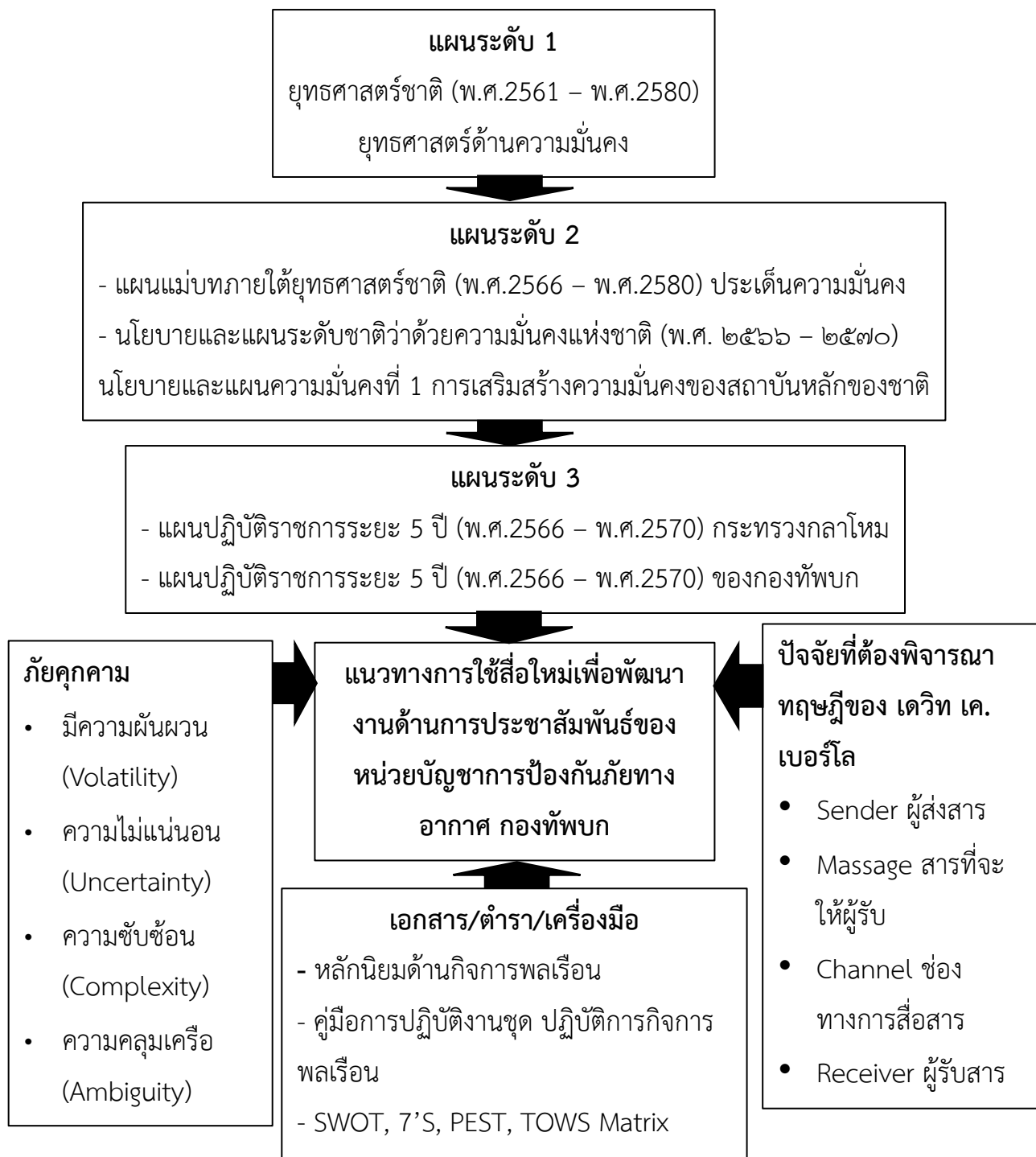
ดังนั้นผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาว่าหน่วยบัญชาการป้องกันภัยทางอากาศ กองทัพบก ควรมีการใช้สื่อใหม่อย่างไร ในการประชาสัมพันธ์ให้กับประชาชนในพื้นที่ของหน่วยบัญชาการป้องกันภัยทางอากาศ กองทัพบก มีปัจจัยที่มีผลกระทบต่อ การประชาสัมพันธ์ เพื่อนำไปสู่การพัฒนาการ ประชาสัมพันธ์ของชุดปฏิบัติการกิจการพลเรือน

ของหน่วยบัญชาการป้องกันภัยทางอากาศ กองทัพบก ให้มีประสิทธิภาพ สามารถตอบสนองภารกิจ เป็นไปตามแผนปฏิบัติการประจำปีของ กองทัพบก และยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ที่ได้กำหนดไว้ต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาบทบาทการใช้สื่อใหม่ด้านการประชาสัมพันธ์ของ หน่วยบัญชาการป้องกันภัยทางอากาศ กองทัพบกในปัจจุบันเป็นอย่างไร
2. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการใช้สื่อใหม่ด้านการประชาสัมพันธ์ของ หน่วยบัญชาการป้องกันภัยทางอากาศ กองทัพบกในปัจจุบันเป็นอย่างไร
3. เพื่อศึกษาแนวทางพัฒนาการใช้สื่อใหม่ด้านการประชาสัมพันธ์ของ หน่วยบัญชาการป้องกันภัยทางอากาศ กองทัพบก เป็นอย่างไร

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีการศึกษา

1. **รูปแบบการวิจัย** การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงยุทธศาสตร์ โดยการวิจัยเอกสาร (Documentary research) ตามแนวทางที่วิทยาลัยการทัพบกกำหนด

2. **ขอบเขตการศึกษา** การวิจัยเรื่อง “แนวทางการใช้สื่อใหม่เพื่อพัฒนางานด้านการประชาสัมพันธ์ของ หน่วยบัญชาการป้องกันภัยทางอากาศ กองทัพบก” ประกอบด้วยขอบเขตการศึกษา ดังนี้

2.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา ศึกษาเนื้อหาเกี่ยวกับยุทธศาสตร์ แผนแม่บท คู่มือปฏิบัติราชการ สื่อที่ใช้ในปัจจุบัน รวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทางการประชาสัมพันธ์ และการพัฒนาด้านการประชาสัมพันธ์ จากห้องสมุดและแหล่งข้อมูลอื่นๆ ได้แก่ เอกสารทางราชการ บทความทางวิชาการ และเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง

2.2 ขอบเขตด้านเวลา กำหนดระยะเวลาดำเนินการวิจัย เริ่มตั้งแต่มกราคม - มิถุนายน 2567

3. **การเก็บรวบรวมข้อมูล** ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลจากเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์และการเสริมสร้างอุดมการณ์ความรักชาติ และสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ที่ปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานด้านกิจการพลเรือนในการสร้างการรับรู้ให้กับประชาชน

4. **การวิเคราะห์ข้อมูล** การวิเคราะห์ข้อมูลใช้กรอบแนวความคิดเชิงยุทธศาสตร์ และนำทฤษฎีการสื่อสาร (SMCR model) มาวิเคราะห์โดยเครื่องมือSWOT และ 7'S ทำให้ได้ TOWS Matrix เพื่อหาแนวทางการใช้สื่อใหม่เพื่อพัฒนางานด้านการประชาสัมพันธ์ของหน่วยบัญชาการป้องกันภัยทางอากาศ กองทัพบก ต่อไป

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงบทบาทการใช้สื่อใหม่ด้านการประชาสัมพันธ์ของ หน่วยบัญชาการป้องกันภัยทางอากาศ กองทัพบกในปัจจุบัน

2. ทำให้ทราบถึงปัญหาและอุปสรรคในการใช้สื่อใหม่ด้านการประชาสัมพันธ์ของ หน่วยบัญชาการป้องกันภัยทางอากาศ กองทัพบกในปัจจุบัน

3. ทำให้ทราบถึงแนวทางพัฒนาการใช้สื่อใหม่ด้านการประชาสัมพันธ์ของ
หน่วยบัญชาการป้องกันภัยทางอากาศ กองทัพบก

บทที่ 2

บทวิเคราะห์

สำหรับวิจัยในเรื่อง แนวทางการใช้สื่อใหม่เพื่อพัฒนางานด้านการประชาสัมพันธ์ของ หน่วยบัญชาการป้องกันภัยทางอากาศ กองทัพบก มีความเชื่อมโยงกับ ยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. 2561- 2580 ในเรื่องของความมั่นคงเป็นหลัก และเชื่อมโยงกับแม่แบบภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติไปจนถึงแผนปฏิบัติการประจำปีของกองทัพบก ทั้งนี้ ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์เรื่องราวต่างๆที่เกี่ยวข้องดังกล่าวกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย นำไปสู่แนวทางการพัฒนาการประชาสัมพันธ์เพื่อให้เหมาะสมต่อกลุ่มคนให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

บทบาทการใช้สื่อด้านการประชาสัมพันธ์ของหน่วยบัญชาการป้องกันภัยทางอากาศกองทัพบกปัจจุบัน

หน่วยบัญชาการป้องกันภัยทางอากาศของกองทัพบกมีบทบาทสำคัญในการประชาสัมพันธ์เพื่อปลูกฝังอุดมการณ์รักชาติให้กับประชาชนในพื้นที่ โดยการใช้สื่อใหม่และนวัตกรรมทางด้านการสื่อสาร เพื่อเพิ่มความเข้าใจและความรับรู้ในเรื่องของการรักชาติ บทบาทของสื่อใหม่นี้ได้ถูกพัฒนาขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของสังคมในยุคที่เทคโนโลยีและสื่อมวลชนเป็นสิ่งสำคัญ การใช้สื่อใหม่ เช่น การใช้แพลตฟอร์มออนไลน์ และโซเชียลมีเดีย เป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพในการเผยแพร่ข้อมูลและสร้างความติดตามจากประชาชน ซึ่งสามารถนำไปสู่การเพิ่มความเข้าใจในเรื่องของการรักชาติและการเข้าใจในสถาบันพระมหากษัตริย์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

โดยการรับรู้ผ่านช่องทางออนไลน์และโซเชียลมีเดียต่างๆ ซึ่งเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการเผยแพร่ข้อมูลและความรู้ เนื่องจากมีความสะดวกสบายและสามารถเข้าถึงได้ง่าย หน่วยบัญชาการป้องกันภัยทางอากาศ กองทัพบก ยังมุ่งเน้นการลงพื้นที่เข้าพบปะประชาชนในพื้นที่เพื่อสร้างการเชื่อมโยงกับประชาชน เพื่อเป็นช่องทางในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและข้อมูล เพื่อเสริมสร้างความเข้าใจและความรับรู้ในเรื่องของการประชาสัมพันธ์ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงนำประเด็นต่างๆที่เกี่ยวข้องมาทำการวิเคราะห์ได้ ดังนี้

1. การวิเคราะห์ที่เกี่ยวข้องกับยุทธศาสตร์ชาติ แผนแม่บท และนโยบาย

1.1 ยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. 2561 – 2580

ประเทศไทยยังคงมีปัญหาคือความเหลื่อมล้ำในหลายมิติ สาเหตุส่วนหนึ่ง มาจากประสิทธิภาพการบริหารจัดการภาครัฐ ส่งผลกระทบต่อความมั่นคงภายในประเทศ นำไปสู่ความขัดแย้งความคิดและอุดมการณ์ที่มีรากฐานมาจากความเหลื่อมล้ำ ความไม่เสมอภาค การขาดความเชื่อมั่นในกระบวนการยุติธรรม การขาดเสถียรภาพทางการเมือง ส่งผลกระทบต่อคนในชาติที่จะยึดมั่นสถาบันหลักเป็นศูนย์รวมจิตใจให้เกิดความรักความสามัคคี ประเด็นท้าทาย คือการสร้างบรรยากาศความไว้วางใจระหว่างรัฐกับประชาชน และระหว่างประชาชนกับประชาชน หรือการสร้างสามัคคีของคนในชาติที่จำเป็นไปสู่การแก้ปัญหาความขัดแย้งระหว่างกลุ่มประชากรไทยที่มีแนวคิดและความเชื่อที่แตกต่างกันอย่างยั่งยืน ตลอดจนกระแสของโลกาภิวัตน์ได้ทำให้วิถีชีวิตเปลี่ยนไปอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้เกิดความเหลื่อมล้ำของประเทศที่มีความสลับซับซ้อนมากยิ่งขึ้น ประเทศไทยจำเป็นต้องเร่งส่งเสริมคนในชาติให้ยึดมั่นสถาบันหลักเป็นศูนย์รวมจิตใจเพื่อให้เกิดความรักความสามัคคี และลดความขัดแย้งภายในประเทศ

วิสัยทัศน์ประเทศไทยตามยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี กล่าวไว้ว่า “ประเทศไทย มีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศพัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง”³ ในการวิจัยจะเกี่ยวข้องกับเรื่องความมั่นคง กล่าวคือ ประเทศมีความมั่นคงในเอกราชและอธิปไตย มีการปกครองระบบประชาธิปไตยที่มีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข สถาบันชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์มีความเข้มแข็งเป็นศูนย์กลางและ เป็นที่ยึดเหนี่ยวจิตใจของประชาชน ทั้งนี้ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ได้แบ่งออกเป็นจำนวน 6 ยุทธศาสตร์ โดยการบริหารจัดการสถานะแวดล้อมของประเทศให้มีความมั่นคง ปลอดภัย เอกราชอธิปไตย และมีความสงบเรียบร้อยในทุกๆระดับ จะมีเนื้อหาอยู่ในยุทธศาสตร์ชาติ ด้านความมั่นคง

ยุทธศาสตร์ชาติด้านความมั่นคงถือเป็นเป้าหมายสำคัญสูงสุดของทุกสังคมในทุกยุคทุกสมัย ให้น้ำหนักความสำคัญกับทุกมิติที่เกี่ยวข้อง โดยมีความเชื่อมโยงเข้าด้วยกันอย่างไม่อาจแบ่งแยกได้ ความมั่นคงจึงถูกปรับใหม่ที่เรียกว่า “ความมั่นคงแบบองค์รวม” มีเป้าหมายสำคัญคือ “ประเทศชาติมั่นคง ประชาชนมีความสุข” เร่งเสริมสร้าง

ความเข้มแข็งและความรักความสามัคคีปรองดองของคนในชาติ ตลอดจนปลูกจิตสำนึกด้านความมั่นคงให้เกิดขึ้นในประชาชนทุกระดับ ทั้งนี้ประเด็นยุทธศาสตร์ชาติด้านความมั่นคงแบ่งออกเป็น 5 ประเด็น ในการวิจัยมีส่วนที่เกี่ยวข้องกับการรักษาความสงบภายในประเทศ ในหัวข้อการพัฒนาและเสริมสร้างความจงรักภักดีต่อสถาบันหลักของชาติ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้คนในชาติมีจิตสำนึกรักและหวงแหน มุ่งจงรักภักดี พร้อมธำรงรักษาไว้ซึ่งสถาบันชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์ให้เป็นสิ่งยึดเหนี่ยวและศูนย์รวมจิตใจหนึ่งเดียวกันของคนทั้งชาติ โดยปลูกฝังและสร้างความตระหนักรู้ถึงความสำคัญของสถาบันหลักของชาติ รมรณรงค์เสริมสร้างความรักและภาคภูมิใจในความเป็นคนไทยและชาติไทย ผ่านทางกลไกต่างๆ นำไปสู่การมีส่วนร่วมในการสร้างความมั่นคงให้กับประเทศชาติ บ้านเมือง ประชาชนมีความรู้ ความเข้าใจอย่างถูกต้องกับการปกครองระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุขในบริบทของไทย

1.2 แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. 2566 – 2580) (ฉบับแก้ไข เพิ่มเติม) ประเด็น (01) ความมั่นคง

จากสถานการณ์และแนวโน้มภัยคุกคามมีความเป็นพลวัตเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วทั้งในระดับโลกและระดับภูมิภาค มีความเชื่อมโยงหลายมิติและมีความซับซ้อนมากขึ้น จึงจำเป็นที่ประเทศไทยต้องเร่งแก้ไขปัญหาด้านความมั่นคงเพื่อไม่ให้ขยายเพิ่มเป็นวงกว้าง หนึ่งในปัญหาความมั่นคงที่เกิดขึ้นคือ ความมั่นคงของสถาบันหลัก ซึ่งมีความซับซ้อนและละเอียดอ่อน จึงมีความจำเป็นต้องพัฒนาความมั่นคงแบบองค์รวมภายในประเทศให้ดีขึ้นในทุกมิติ ดังนั้นทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องจึงต้องเร่งดำเนินการเชิงรุกต่างๆอย่างบูรณาการ เช่น การสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการทำงานด้านความมั่นคง การสร้างการตระหนักรู้ถึงความสำคัญของสถาบันหลัก การมีกลไกสำหรับการบริหารจัดการข้อมูลที่เป็นของภาคส่วนต่างๆ และสำหรับการให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วม โดยเน้นการดำเนินการให้ “ปัญหาเก่าหมดไป ปัญหาใหม่ไม่เกิด” เอื้อต่อการบริหารประเทศ และเอื้ออำนวยต่อการดำเนินการของยุทธศาสตร์ชาติด้านอื่นๆ ในการขับเคลื่อนไปได้ตามทิศทางและเป้าหมายที่กำหนด

แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. 2566 – 2580) (ฉบับแก้ไข เพิ่มเติม) ประเด็น (01) ความมั่นคง มีความสอดคล้องต่อประเด็นภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ

ด้านความมั่นคง มีการกำหนดแผนย่อยไว้จำนวน 5 แผน⁵ โดยแผนที่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่ทำให้การวิจัยคือ 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 มีเป้าหมายและตัวชี้วัดของแผนแม่บทย่อย การรักษาความสงบภายในประเทศคือ คนไทยมีความจงรักภักดีซื่อสัตย์ พร้อมธำรงรักษาไว้ซึ่งสถาบันหลักของชาติ

1.3 นโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วยความมั่นคง (พ.ศ. 2566 – 2570)

สำหรับนโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วยความมั่นคงแห่งชาติ (พ.ศ. 2566 – 2570) เป็นแผนระดับที่ 2 มีกรอบระยะเวลา 5 ปี รองรับแผนระดับที่ 1 ยุทธศาสตร์ชาติด้านความมั่นคง และเชื่อมโยงให้มีการขับเคลื่อนไปสู่การปฏิบัติผ่านแผนระดับที่ 3 มีแนวการปฏิบัติแบบความมั่นคงแบบองค์รวม และเป็นกรอบให้ไปในทิศทางเดียวกันภายใต้เป้าหมายในภาพรวม “ประเทศชาติมั่นคง ประชาชนมีความสุข”⁶ โดยนโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วยความมั่นคงแห่งชาติ (พ.ศ. 2566 – 2570) มีการกำหนดค่าเป้าหมายทุก 5 ปี ต่างจากแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ประเด็นความมั่นคง ซึ่งเป็นแผนระยะยาว 20 ปี มีการกำหนดเป้าหมาย ตัวชี้วัด และกลยุทธ์ เติบโตเต็มช่องว่างแนวทางการพัฒนาที่กำหนดไว้ในแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ประเด็นความมั่นคง

นโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วยความมั่นคงแห่งชาติ (พ.ศ. 2566 – 2570) มีทั้งสิ้น 17 นโยบายและแผนความมั่นคง ซึ่งเกี่ยวข้องกับงานวิจัยในนโยบายและแผนความมั่นคงที่ 1 การเสริมสร้างความมั่นคงของสถาบันหลักของชาติ โดยมุ่งเน้นให้สังคมไทยอยู่ร่วมกันอย่างสันติและเคารพในความแตกต่างหลากหลายบนพื้นฐานของสิทธิมนุษยชนพร้อมธำรงไว้ซึ่งสถาบันชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์ ปกป้องและเชิดชูสถาบันพระมหากษัตริย์ ผ่านการส่งเสริมการเรียนรู้ เผยแพร่ชุดข้อมูลความรู้เกี่ยวกับสถาบันพระมหากษัตริย์ เสริมสร้างการพัฒนาประสิทธิภาพในการธำรงรักษาสถาบันพระมหากษัตริย์ สร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างภาครัฐ เอกชน ประชาชน และองค์กรทางสังคม มีกองอำนวยการรักษาความมั่นคงภายในราชอาณาจักรเป็นหน่วยงานเจ้าภาพรับผิดชอบบูรณาการ มีเป้าหมายและแนวทางการดำเนินการในการรักษาความมั่นคงแห่งชาติ ด้วยการเสริมสร้างความมั่นคงของสถาบันหลักของชาติและการปกครองระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข ทั้งนี้ได้กำหนดตัวชี้วัดด้วยการจัดทำชุดความรู้เกี่ยวกับสถาบันพระมหากษัตริย์ และเผยแพร่ตามช่องทางประชาสัมพันธ์ต่างๆ เพิ่มขึ้นอย่างน้อยร้อยละ 5 จากผลการดำเนินงานของปีที่ผ่านมา มีที่มาของค่าเป้าหมายจากชุดองค์ความรู้เกี่ยวกับสถาบันพระมหากษัตริย์ปี 2566 มาเป็นข้อมูลปีฐานในการกำหนดร้อยละความสำเร็จ เพื่อให้เห็นผลสัมฤทธิ์ของปริมาณจำนวนชุดองค์ความรู้ที่เพิ่มขึ้น พร้อมทั้งแสดงผลเชิงคุณภาพเป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้

2.การวิเคราะห์ที่เกี่ยวข้องกับกองทัพบก

2.1 แผนปฏิบัติราชการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2566 ของกองทัพบก

ร่างแผนปฏิบัติราชการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2566 ของกองทัพบก มีการเชื่อมโยงสอดคล้องกับแผน 3 ระดับ ได้แก่ แผนระดับที่ 1 ยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. 2561 – 2580) แผนระดับที่ 2 แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ และนโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วยความมั่นคงแห่งชาติ (พ.ศ. 2566 – 2570) แผนระดับที่ 3 ยุทธศาสตร์กองทัพบก พ.ศ. 2560 – 2579 ทั้งนี้กองทัพบกมีอำนาจหน้าที่ตามพระราชบัญญัติจัดระเบียบราชการกระทรวงกลาโหม พ.ศ. 2551 และที่แก้ไขเพิ่มเติม มาตรา 19 ที่กำหนดให้ “กองทัพบกมีหน้าที่เตรียมกำลังกองทัพบก การป้องกันราชอาณาจักรและดำเนินการเกี่ยวกับการใช้กำลังกองทัพบกตามอำนาจหน้าที่ของกระทรวงกลาโหม มีผู้บัญชาการ

ทหารบกเป็นผู้บังคับบัญชารับผิดชอบ”² และรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2560 มาตรา 52 ระบุไว้ว่า “รัฐต้องพิทักษ์รักษาไว้ซึ่งสถาบันพระมหากษัตริย์ เอกราช อธิปไตย บูรณภาพแห่งอาณาเขตและเขตประเทศไทย มีสิทธิอธิปไตย เกียรติภูมิและผลประโยชน์ของชาติ ความมั่นคงของรัฐ และความสงบเรียบร้อยของประชาชน เพื่อผลประโยชน์แห่งการนี้ รัฐต้องจัดให้มีการทหาร การทูต และการข่าวกรองที่มีประสิทธิภาพ กำลังทหารให้ใช้เพื่อประโยชน์ในการพัฒนาประเทศด้วย”¹ จากอำนาจดังกล่าวการจัดทำแผนปฏิบัติราชการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2566 ของกองทัพบก ได้จำแนกตามลักษณะงานออกเป็นจำนวน 5 เรื่อง โดยงานวิจัยจะเกี่ยวข้องในแผนปฏิบัติราชการเรื่อง การพิทักษ์รักษาและเทิดทูนสถาบันพระมหากษัตริย์⁷ สำหรับแผนปฏิบัติราชการเรื่อง การพิทักษ์รักษาและเทิดทูนสถาบันพระมหากษัตริย์ มีเป้าหมายเพื่อให้สถาบันพระมหากษัตริย์มีความปลอดภัยสูงสุดและ ได้รับการเทิดทูนอย่างสมพระเกียรติ มีแนวทางการพัฒนาด้วยการพิทักษ์ รักษา ปกป้อง ถวายพระเกียรติ และสนับสนุนการปฏิบัติตามพระราชประสงค์ พร้อมทั้งจัดกิจกรรม เทิดทูน และส่งเสริมให้ประชาชนมีความจงรักภักดีต่อสถาบันพระมหากษัตริย์ ด้วย โครงการพิทักษ์รักษา การเทิดทูนสถาบันพระมหากษัตริย์ การปฏิบัติตามพระราชประสงค์

2.2 นโยบายการปฏิบัติงานของผู้บัญชาการทหารบก

พลเอก ณรงค์พันธ์ จิตต์แก้วแท้ ผู้บัญชาการทหารบก คนที่ 42 (พ.ศ. 2563 – 2566) ได้ประกาศเจตนารมณ์ให้กับส่วนราชการกองทัพบกไปปฏิบัติงาน 3 ประการ คือ “พิทักษ์ราชัน ปกป้องประชา รักษาแผ่นดิน”⁸ โดยสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมด้านในปัจจุบันและอนาคต ซึ่งเป็นความมั่นคงรูปแบบใหม่ที่มีความท้าทาย จำเป็นต้องร่วมมือกับทุกภาคส่วนในการปฏิบัติงาน ในงานวิจัยจะเกี่ยวข้องกับหัวข้อการพิทักษ์ราชัน โดยการพิทักษ์และเทิดทูนสถาบันพระมหากษัตริย์อย่างสมพระเกียรติ ซึ่งเป็นศูนย์รวมจิตใจของประชาชนชาวไทย โดยการปลูกฝังค่านิยมที่ดี พร้อมทั้งจัดกิจกรรมที่แสดงออกถึงความจงรักภักดี สืบสาน รักษา ต่อยอดหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง สนับสนุนโครงการจิตอาสาพระราชทาน โดยมุ่งเน้นสร้างการมีส่วนร่วมกับทุกภาคส่วน ให้เกิดความรักสามัคคี สร้างความเสียสละเพื่อส่วนรวมให้กับประชาชนในทุกด้าน

2.3 หลักนิยมนด้านกิจการพลเรือนของกองทัพบก พ.ศ. 2563

กรมกิจการพลเรือนทหารบก เป็นกรมฝ่ายเสนาธิการของกองทัพบก ทำหน้าที่ในการผสมผสานหลักการทางการทหารเข้ากับหลักการทางพลเรือน โดยสร้างความสัมพันธ์กับส่วนราชการพลเรือน ภาคเอกชน ภาคประชาชน และประชาชนทั่วไป ให้สามารถทำงานร่วมกันได้อย่างประสานสอดคล้อง เพื่อบรรลุผลประโยชน์สูงสุดของประเทศชาติ

สำหรับหลักนิยมนด้านกิจการพลเรือนทหารบก พ.ศ. 2563 ได้มีการปรับปรุงขึ้นมาเนื่องจากภัยคุกคามได้มีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบไป จากเดิมที่มุ่งเน้นสนับสนุนการต่อสู้เพื่อเอาชนะคอมมิวนิสต์เปลี่ยนเป็นให้สอดคล้องตามสถานการณ์ภัยคุกคามในรูปแบบใหม่ กองทัพบกจึงมีการจัดทำหลักนิยมนด้านกิจการพลเรือนขึ้นใหม่ให้มีสาระครอบคลุมงานด้านกิจการพลเรือนในทุกมิติ โดยดำเนินงาน 4 ด้านได้แก่ งานด้านปฏิบัติการกิจการพลเรือน งานด้านการปฏิบัติการจิตวิทยา งานด้านการประชาสัมพันธ์ และงานด้านการเสริมสร้างอุดมการณ์ ภายใต้แนวความคิด “ชอบ เชื่อ ช่วย”⁹ คือ ชอบ (รัก) กองทัพบก เชื่อมั่นและศรัทธากองทัพบก เพื่อให้ประชาชนสนับสนุนและช่วยเหลืองานในทุกภารกิจของกองทัพบก ใน 3 กลุ่มงาน ได้แก่ การสนับสนุนสถาบันหลักของชาติ การสนับสนุนการปฏิบัติการทางทหาร และการสนับสนุนพลเรือน

สำหรับงานการสนับสนุนสถาบันหลักของชาติ มีหน้าที่ในการส่งเสริม และสนับสนุนให้ทุกคนในชาติได้ยึดมั่น รักและหวงแหน ช่วยกันพิทักษ์รักษาสถาบันหลัก ของชาติ โดยมีส่วนร่วมทั้งกับประชาชนในการจัดกิจกรรมและรณรงค์ที่แสดงออกถึงความ สมัคคี สมานสามัคคี ความจงรักภักดี และยึดมั่นในสถาบันหลักของชาติ โดยอาศัยเครื่องมือ ที่มีอยู่ เช่น การประชาสัมพันธ์ การปฏิบัติการจิตวิทยา และงานด้านมวลชน ในการสร้าง การรับรู้ ให้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องกับประชาชนกลุ่มเป้าหมาย ให้เกิดความเชื่อมั่นศรัทธา ร่วมแรงร่วมใจ มีจิตสำนึกในการช่วยพิทักษ์รักษาและปกป้องสถาบันหลักของชาติให้คงอยู่ คู่กับสังคมไทยตลอดไป

2.4 การจัดตั้งชุดปฏิบัติการกิจการพลเรือนของกองทัพบก

จากที่กองทัพบกมีอำนาจหน้าที่ตามพระราชบัญญัติจัดระเบียบราชการกระทรวงกลาโหม พ.ศ. 2551 และรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2560 ทหารมีหน้าที่ในเรื่องการรักษาความมั่นคงภายใน สร้างความสมัครสมานสามัคคีของคนในชาติ สร้างอุดมการณ์รักชาติศาสนาและสถาบันพระมหากษัตริย์รวมถึงการดำเนินการเพื่อให้ประชาชนรักชาติ ในขณะที่ปัจจุบันการสื่อสารยุค 4.0 หรือยุคโลกาภิวัตน์ หรือโลกไร้พรมแดน เป็นสาเหตุที่ทำให้ประชาชนมีความเข้าใจคลาดเคลื่อนจากข้อมูลที่ต้องการ จึงอาจมีการปลุกกระดมมวลชน ซึ่งอาจจะกระทบต่อความมั่นคงของประเทศ ดังนั้น กองทัพบก จึงได้จัดให้มี “ชุดปฏิบัติการกิจการพลเรือน”⁴ เพื่อเป็นสื่อกลางในการสร้างความเข้าใจ ให้กับประชาชนทุกกลุ่มในพื้นที่ทั่วประเทศ สร้างการรับรู้ที่ต้องการให้กับประชาชน ตลอดจนสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับกองทัพบก สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ของกองทัพบกใน การสร้างความรักความสามัคคีของคนในชาติ ทั้งนี้ชุดปฏิบัติการกิจการพลเรือนมีการ แบ่งเป็น 3 ระดับ คือ ชุดปฏิบัติการกิจการพลเรือนกองพล ชุดปฏิบัติการกิจการพลเรือนมณฑลทหารบก และชุดปฏิบัติการกิจการพลเรือนกองพัน ในการวิจัยจะ มุ่งเน้นไปที่ชุด ปฏิบัติการกิจการพลเรือนระดับกองพัน

ภารกิจของชุดปฏิบัติการกิจการพลเรือนกองพัน มีหน้าที่ปฏิบัติงานในพื้นที่ที่หน่วยบัญชาการป้องกันภัยทางอากาศ กองทัพบก รับผิดชอบตามที่กองทัพบกแบ่งเขตรับผิดชอบให้ โดยทำรับผิดชอบจังหวัดนนทบุรี และจังหวัดปทุมธานี เพื่อเข้าไปดำเนินการไปสร้างความสัมพันธ์อันดีกับประชาชน ตลอดจนองค์กรต่างๆ ของภาครัฐและเอกชน ด้วยการใช้ขีดความสามารถของหน่วยที่มี รมณรงค์ให้ประชาชนตระหนักถึงความสำคัญของสถาบันพระมหากษัตริย์ สอดแทรกเนื้อหาศาสตร์ของพระราชฯ พร้อมทั้งสนับสนุนช่วยเหลือประชาชนตามแนวทาง ของหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง พร้อมทั้งเชิญชวนให้ประชาชนมีส่วนร่วมเป็นจิตอาสา โดยรูปแบบการเข้าพบปะประชาชนเป็นกิจกรรมที่สอดคล้องกับวิถีชุมชนหรือเป็นความต้องการของประชาชนในพื้นที่ เช่น การจัดชุดเสนาธิการตรวจรักษาร่างกายประชาชน การส่งมอบเครื่องอุปโภคบริโภค การจัดตั้งจุดบริการประชาชน และการ ช่วยเหลือประชาชนที่ได้รับผลกระทบจากภัยพิบัติต่างๆ

ปัญหาและอุปสรรคในการใช้สื่อใหม่ด้านการประชาสัมพันธ์ของหน่วย บัญชาการป้องกันภัยทางอากาศ กองทัพบก

1. ปัญหาในการสื่อสารของประชากรในแต่ละ Generation

ปัจจุบันในสังคมไทยมีคนหลากหลายอายุ แต่ละกลุ่มมีลักษณะที่แตกต่างกัน โดยเติบโตในสภาวะแวดล้อมทางสังคม เศรษฐกิจ และวัฒนธรรมแต่ละยุค สมัยที่เปลี่ยนไปตลอดเวลา ส่งผลให้มีลักษณะนิสัย ความเป็นส่วนตัว การรับฟังความคิดเห็น การปฏิสัมพันธ์ที่ไม่เหมือนกัน ซึ่งในสังคมไทยมีอยู่จำนวน 5 รุ่น¹⁰ คือ

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

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

Generation Y หรือ Gen Y คือคนที่เกิดในช่วงปี พ.ศ. 2523 – 2540 มีลักษณะรักความสะดวกสบาย มีแนวคิดเป็นของตัวเอง ทำในสิ่งที่ชอบและปฏิเสธในสิ่งที่ตนเองไม่ชอบ ชัดเจน คาดหวังสูง

Generation Z หรือ Gen Z คือคนที่เกิดในช่วงปี พ.ศ. 2541 – 2552 มีลักษณะเป็นคนที่ทันสมัย ตัดสินใจรวดเร็ว ไม่ชอบบรอกอย อดทนต่ำ เปิดกว้างทางความคิดที่แตกต่าง

Generation Alpha หรือ Gen Alpha คือคนที่เกิดตั้งแต่ปี พ.ศ. 2553 ลงมา เกิดในและเติบโตในยุคเทคโนโลยีและความหลากหลายทางวัฒนธรรม จึงใช้เทคโนโลยีได้อย่างคล่องแคล่ว แต่ในขณะเดียวกันเป็นผู้ที่มีสมาธิต่ำ ขาดความอดทน เบื่อ หน่ายง่าย และขาดมนุษยสัมพันธ์

จากความแตกต่างระหว่างวัยก่อให้เกิดช่องว่างในการสื่อสาร (Generation Gap) นำไปสู่ความแตกต่างทางความคิดเห็น ความเชื่อ ค่านิยมหรือทัศนคติ ระหว่างรุ่น และมีแนวโน้มที่รุนแรงมากขึ้นในอนาคต ในขณะที่ประเทศไทยเริ่มเข้าสู่สังคม ผู้สูงอายุ ทำให้คนหนุ่มสาวรุ่นใหม่เริ่มเข้ามามีบทบาทในสังคมมากขึ้น จึงเป็นปัญหาที่ท้าทายต่อ

ความมั่นคงของประเทศ โดยเฉพาะการสื่อสารระหว่างคนต่างรุ่นต่างวัยที่จะต้องหาแนวทางเชื่อมโยงระหว่างกัน เพื่อให้เกิดการยอมรับฟังไม่เป็นการยึดเยียดความคิด สร้างการแสดงออกทางความคิดเห็นอย่างสร้างสรรค์ นำไปสู่การพัฒนาประเทศร่วมกันในอนาคต

2.แบบการจำลองการสื่อสารของเบอร์โล (SMCR Model)

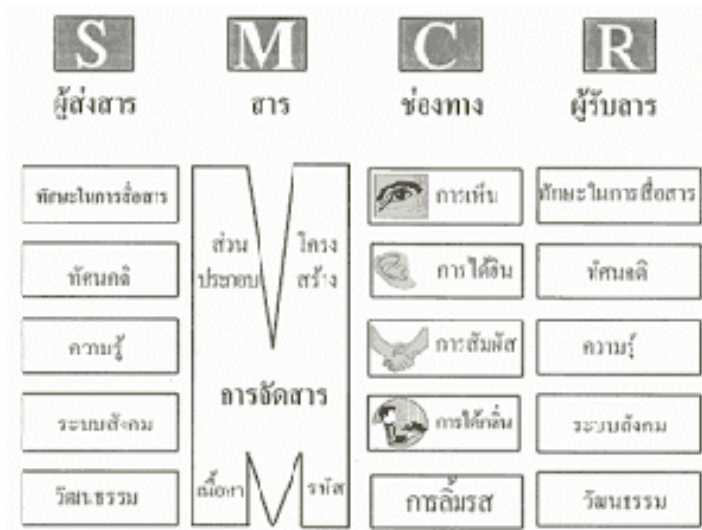
จากสภาวะแวดล้อมที่เปลี่ยนไปของผู้รับข่าวสารโดยเฉพาะกลุ่ม Gen Z และ Gen Alpha จำเป็นที่ชุดปฏิบัติการกิจการพลเรือนจะต้องผลิต รูปแบบหรือคอนเทนต์ที่จะประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้ในการปลูกฝังอุดมการณ์รักชาติกับ กลุ่มเป้าหมายดังกล่าว หนึ่งในทฤษฎีการติดต่อสื่อสารที่สามารถนำมาปรับปรุงใช้ได้คือ “SMCR Model” ของ เดวิด เค. เบอร์โล (David K. Berlo)¹² ดังตัวอย่างจากภาพที่ 3 โดยมีหลักการสื่อสารที่เป็นปัจจัยพื้นฐานอยู่ 4 ประการดังนี้

2.1 ผู้ส่ง(Source) ต้องเป็นผู้ที่มีทักษะความชำนาญในการสื่อสารโดย มีความสามารถในการเข้ารหัส (Encode) เนื้อหาข่าวสาร มีเจตคติที่ดีต่อผู้รับเพื่อผลในการสื่อสาร มีความรู้อย่างดีเกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารที่จะส่ง และควรจะสามารถในการปรับระดับของข้อมูลนั้นให้เหมาะสมและง่ายต่อระดับผู้รับ ตลอดจนพื้นฐานทางสังคมและวัฒนธรรมที่สอดคล้องกับผู้รับด้วย

2.2 ข้อมูลข่าวสาร(Message) เกี่ยวกับเนื้อหาสัญลักษณ์และวิธีการส่งข่าวสาร

2.3 ช่องทางในการส่ง(Channel) หมายถึงการที่จะส่งข่าวสารโดยการให้ผู้รับได้รับข่าวสารข้อมูลโดยประสาทสัมผัสทั้ง 5 หรือเพียงส่วนใดส่วนหนึ่ง คือ การได้ยิน การดู การสัมผัส การลิ้มรส หรือการได้กลิ่น

2.4 ผู้รับ(Receiver) ต้องเป็นผู้มีทักษะความชำนาญในการสื่อสารโดย มีความสามารถในการถอดรหัสสาร (Decode) เป็นผู้ที่มีเจตคติ ระดับความรู้ และพื้นฐานทางสังคม วัฒนธรรม เช่นเดียวหรือคล้ายคลึงกันกับผู้ส่งสารจึงจะทำให้การสื่อความหมายหรือการสื่อสารนั้นได้ผล



ภาพที่ 2 แบบการจำลองการสื่อสารของเบอร์โล¹³

3. การวิเคราะห์สภาวะแวดล้อมทางยุทธศาสตร์

จากการพิจารณาแผนในแต่ละระดับ และสภาวะแวดล้อมสังคมไทยใน แต่ ละปัจจุบัน ชุดปฏิบัติการกิจการพลเรือนกองพัน จำเป็นต้องมีการปรับเปลี่ยน วิธีการใน การสร้างการรับรู้ของคนในแต่ละวัย โดยเฉพาะกลุ่ม Gen Z และ Gen Alpha ที่ กำลัง เติบโตเป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาประเทศในอนาคต ซึ่งคนใน 2 กลุ่มวัยนี้เป็นคนที่ มี ความรู้เท่าทันเทคโนโลยี ความมั่นใจสูง ต้องการความเข้าใจและให้การยอมรับความ คิดเห็นตน มีความสนใจในสิ่งใหม่ๆ แต่เบื่อง่าย อดทนต่ำ ต้องการหวังผลเร็วและฉาบฉวย ขาดความเข้าใจปัญหาอย่างลึกซึ้ง

ในการวิเคราะห์สภาวะแวดล้อมทางยุทธศาสตร์ ผู้วิจัยได้ใช้ SWOT Analysis¹¹ มาพิจารณาชุดปฏิบัติการกิจการพลเรือนกองพัน ในส่วนของหน่วยบัญชาการ ป้องกันภัยทางอากาศ กองทัพบก เพื่อกำหนดแนวทางการปฏิบัติในการใช้สื่อใหม่กับ ประชาชนพื้นที่เพื่อสร้างการรับรู้ โดยมีรายละเอียดดังนี้

3.1 จุดแข็ง(Strengths) ชุดปฏิบัติการกิจการพลเรือนกองพัน เป็น หน่วยงานที่มีการจัดรูปแบบที่ชัดเจน โดยเจ้าหน้าที่มีการแบ่งหน้าที่ในการนำเสนอชุด ความรู้ในรูปแบบต่างๆ เช่น หัวหน้าชุด, วิทยากรในแต่ละหัวข้อนำเสนอ ได้แก่ วิทยากร เสริมสร้างอุดมการณ์ วิทยากรเสริมสร้างความเข้าใจ วิทยากรประชาสัมพันธ์ วิทยากรการ

มีส่วนร่วม และเจ้าหน้าที่วงดนตรี รวมกำลังพลทั้งสิ้น 15 คน โดยมีการกำหนดรูปแบบการดำเนินงาน การนำเสนอ ตลอดจนกำหนดการรายงานเพื่อประเมินผลความพึงพอใจของประชาชนที่เข้า ร่วมกิจกรรม ตามคู่มือการปฏิบัติงานชุดปฏิบัติการกิจการพลเรือน สำนักจิตวิทยา กรม กิจการพลเรือนทหารบก

3.2 จุดอ่อน (Weaknesses) ชุดปฏิบัติการกิจการพลเรือนของหน่วยบัญชาการป้องกันภัยทางอากาศ กองทัพบก มีจำนวน 10 ชุด ในขณะที่พื้นที่รับผิดชอบมีจำนวน 2 จังหวัด และการจัดสรรงบประมาณประจำปี หน่วยสามารถลงปฏิบัติพื้นที่ได้เพียงเดือนละ 2 ครั้ง (งบประมาณปี พ.ศ. 2566) ทำให้ไม่สามารถ ดำเนินงานได้ครอบคลุมทุกอำเภอในปีงบประมาณ จำเป็นต้องกำหนดความเร่งด่วน ประกอบกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ที่ผ่านมา ทำให้หน่วยไม่สามารถเข้าพื้นที่ได้เพราะต้องปฏิบัติตามมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดที่รัฐบาลกำหนด

3.3 โอกาส (Opportunities) จากความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและดิจิทัล ได้เกิดการนำเสนอรูปแบบใหม่ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ แพลตฟอร์มแอปพลิเคชันต่าง ๆ สร้างความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูลได้อย่างรวดเร็วผ่านโลกดิจิทัลไปยังผู้ใช้งานทั่วทุกมุมโลก โดยเฉพาะในห้วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคไวรัส โควิด-19 พบว่ามีการใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นจำนวนมาก เนื่องจากการปรับเปลี่ยนชีวิตในรูปแบบวิถีใหม่ (New Normal) ไม่ว่าจะเป็นการติดต่อสื่อสาร การดำเนินด้านธุรกิจ การเรียนการสอน การติดตามข่าวสารหรือด้านการบันเทิง

3.4 อุปสรรค(Threats) จากการเข้าถึงข่าวสารในยุคปัจจุบันได้อย่างรวดเร็ว ได้ก่อให้เกิดการนำเสนอข้อมูลที่ผิดไปจากความเป็นจริง มีการสร้างข่าวสารอันเป็นเท็จ (Fake News) ส่งผลกระทบต่อบุคคล หน่วยงาน สถาบัน และความมั่นคงของประเทศ ในขณะที่กลุ่มคน Gen Z และ Gen Alpha ถูกชักจูงหรือคล้อยตามผู้มีอิทธิพลบนสื่อออนไลน์ (Influencer) จนก่อให้เกิดประเด็นทางสังคมทั้งในทางบวกและทางลบ โดยขาดการพิจารณาอย่างถี่ถ้วน

4.การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในองค์กรโดย 7S McKinsey

จากหลักการ 7S McKinsey สามารถนำมาใช้ในการวิเคราะห์ปัจจัยภายใน ทั้งจุดแข็ง (Strengths) และ จุดอ่อน (Weaknesses) โดยพิจารณาปัจจัยภายในครอบคลุม 7 ด้าน ได้แก่ ยุทธศาสตร์(Stratgy), โครงสร้างองค์กร(Structure), ระบบ(System), บุคลากร(Staff), รูปแบบการบริหารจัดการและความเป็นผู้นำของผู้บริหาร(Style), ทักษะ (Skill) และ Shared value หรือ วัฒนธรรม ความเชื่อ ค่านิยม ผลการวิเคราะห์ ปัจจัยภายในของหน่วยบัญชาการป้องกันภัยทางอากาศกองทัพบก แสดงได้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยภายใน (จุดแข็ง-จุดอ่อน) ของหน่วยบัญชาการป้องกันภัยทางอากาศ กองทัพบก ด้วย 7S McKinsey

การวิเคราะห์สภาพภายในของหน่วยบัญชาการป้องกันภัยทางอากาศกองทัพบกโดยการวิเคราะห์ตาม 7S Model		
7S Model	Strengths	Weaknesses
1.กลยุทธ์การดำเนินงาน (Strategy)	S1:มีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการปฏิบัติงาน S2:มีช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย	W1:บุคลากรขาดทักษะและความคล่องตัวในการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่เพื่อการประชาสัมพันธ์
2.สร้างหน่วย(Structure)	S3:มีหน่วยงานตั้งอยู่ทุกภูมิภาคของประเทศ S4:มีเครือข่ายอยู่ทั่วประเทศ	W2:บุคลากรที่ปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ไม่ใช่บุคลากรเฉพาะด้านการสื่อสารมวลชนและนิเทศศาสตร์
3.ระบบการทำงาน (System)	S5:มีแผนปฏิบัติงานสอดคล้องกับแผนที่หน่วยเหนือกำหนดและนโยบายของผู้บังคับบัญชา	W3:ขาดการกำหนดทิศทางการวางแผนด้านการประชาสัมพันธ์อย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง
4.บุคลากร (Staff)	S6:มีกำลังพลเฉพาะด้านการสื่อสาร	W4:บุคลากรขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการกิจที่ลงไป

		<p>ประชาสัมพันธ์อย่างทงแท้</p> <p>ประกอบกับสาระต่างๆที่เกี่ยวกับงาน ที่ต้องการประชาสัมพันธ์ทำให้ การสื่อสารและการผลิตสื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ยาก</p>
<p>5.ทักษะการดำเนินงาน (Skill)</p>	<p>S7:กำลังพลมีประสบการณ์ และทักษะในงาน ประชาสัมพันธ์และงานด้านการสื่อสาร</p>	<p>W5:ขาดเครื่องมืออุปกรณ์และเทคโนโลยีสมัยใหม่ด้านการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพในการดำเนินงาน ประชาสัมพันธ์เช่นอุปกรณ์ถ่ายภาพคอมพิวเตอร์ เป็นต้น</p> <p>W6: ขาดการพัฒนาทักษะในการประสานงานกับเครือข่ายด้านการข่าวและสื่อมวลชน</p> <p>W7: ขาดสื่อประชาสัมพันธ์ที่น่าสนใจไม่ดึงดูดไม่เพียงพอ</p>
<p>6.รูปแบบการทำงาน (Style)</p>	<p>S8:ผู้บังคับบัญชาเห็นความสำคัญและให้การสนับสนุน</p>	<p>W8:ขาดการประชาสัมพันธ์ในประเด็นสำคัญหรือเป็นที่น่าสนใจอย่างต่อเนื่อง</p>
<p>7.การสร้างค่านิยมร่วม (Shared Value)</p>	<p>S9:หน่วยมีความเข้มแข็งบุคลากรมีความรับผิดชอบ ต่อหน้าที่สูงซื่อสัตย์และมีจิตบริการ</p>	<p>W9:การประชาสัมพันธ์ยังไม่สามารถทำให้ประชาชนส่วนใหญ่เข้าใจเข้าถึงได้</p>

5.การวิเคราะห์ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกที่มีผลกระทบต่อองค์กรโดย PEST-P Analysis

เครื่องมือที่ใช้สำหรับการวิเคราะห์ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกที่มีผลกระทบต่อการทำงานของกรมฯ โดยอาศัยการข้อมูลของการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยต่าง

ๆ ที่ไม่สามารถควบคุมได้ ประกอบด้วย P –Political ปัจจัยทางนโยบายและการเมือง, E – Economic ปัจจัยทางเศรษฐกิจ, S –Social ปัจจัยทางสภาพสังคม และสุดท้าย T – Technology ปัจจัยทางเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ๆ ผลการวิเคราะห์ของหน่วยบัญชาการป้องกันภัยทางอากาศ กองทัพบก ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์สภาพภายนอกของหน่วยบัญชาการป้องกันภัยทางอากาศ กองทัพบกโดยการวิเคราะห์ตาม PEST-P Model

PEST-P	โอกาส	อุปสรรค
1.การเมือง (P=Political)	O1:นโยบายของผู้บังคับบัญชาต่อการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์	T1:ช่องทางการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของหน่วยฯ ส่วนใหญ่เป็นสื่อของรัฐและเป็นการขอความอนุเคราะห์ประชาสัมพันธ์
2.เศรษฐกิจ (E=Economic)	O2:มีการประชาสัมพันธ์โดยอาศัยช่องทางการสื่อสารและเทคโนโลยีที่ทันสมัย	T2:งบประมาณในการดำเนินงานด้านการผลิตเผยแพร่สื่อมีจำกัด T3:ราคาของช่องทางการสื่อสารมวลชนราคาสูง
3.สังคม (S=Social)	O3:การก้าวเข้าสู่ประชาคมอาเซียนในปี 2567	T4:ประชาชนและหน่วยงานภายนอกรับรู้บทบาทและหน้าที่ของหน่วยฯเพียงผิวเผินไม่เข้าใจและไม่ให้ความสำคัญ
4.เทคโนโลยี (T=Technological)	O4:ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศเอื้ออำนวยต่อการพัฒนางานประชาสัมพันธ์	T5:ความก้าวหน้าและเปลี่ยนแปลงของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและ

	O5:มีเทคโนโลยีสมัยใหม่ เช่นเว็บไซต์ มือถือ อีเมล ช่วยให้การทำงานสะดวก รวดเร็ว	การสื่อสารมีความ เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา
5.ประชาชน (P=People)	O6:มีเครือข่ายและ พันธมิตรของหน่วย บัญชาการป้องกันภัยทาง อากาศกองทัพบกพร้อมให้ การสนับสนุนในการ เผยแพร่ข่าวสารของหน่วย ฯ O7: ได้รับความร่วมมือจาก สื่อมวลชนในการแพร่ ข่าวดูสารของหน่วยฯบาง โอกาส	T6:ประชาชนทั่วไปไม่ เข้าใจบทบาทภารกิจของ หน่วยบัญชาการป้องกันภัย ทางอากาศกองทัพบกและ ยังไม่ให้ความสำคัญต่อองาน ของหน่วยฯ

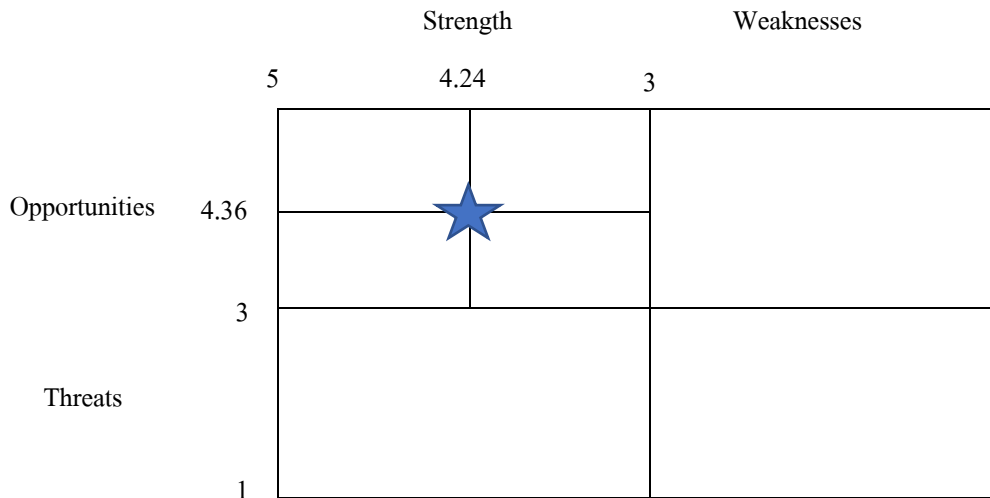
ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ปัจจัยต่างๆ โดยการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงกลยุทธ์ สภาพแวดล้อมภายใน (IFAS: Internal Strategic Factor Summary) และการวิเคราะห์ ปัจจัยเชิงกลยุทธ์สภาพแวดล้อมภายนอก (EFAS: External Strategic Factor Summary) ของหน่วยบัญชาการป้องกันภัยทางอากาศ กองทัพบก เพื่อให้เจ้าหน้าที่ คำนวณ และถ่วงน้ำหนัก ดังในตารางที่ 3 และตารางที่ 4 ซึ่งอยู่ในภาคผนวก และนำผลที่ ได้มาใส่ในตารางที่ 5 SWOT MATRIX ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 5 SWOTMATRIX ผลลัพธ์การวิเคราะห์หน่วยงานตามกระบวนการ
Community Base Learning

จุดแข็ง (Strength) 2.09	จุดอ่อน (Weaknesses) 2.15	S + W 4.24
โอกาส (Opportunities) 2.29	อุปสรรค (Threats) 2.07	O + T 4.36

สถานการณ์ปัจจุบันในหน่วยงานสังเกตได้ว่าเป็นจุดอ่อนมากกว่าจุดแข็ง และสิ่งแวดล้อมภายนอกมีสถานะเป็นโอกาสมากกว่าอุปสรรค นำค่าที่ได้เอามากำหนดค่าใน TOWS Matrix ดังต่อไปนี้

ทฤษฎีการสร้างกลยุทธ์ด้วย TOWS Matrix



ภาพที่ 3 TOWS Matrix

แนวทางการพัฒนาการใช้สื่อใหม่ด้านการประชาสัมพันธ์ของหน่วยบัญชาการ
ป้องกันภัยทางอากาศกองทัพบก

ผู้วิจัยได้ใช้เครื่องมือ TOWS Matrix เป็นอีกหนึ่งเครื่องมือสำหรับการสร้าง
กลยุทธ์ใหม่จากสภาพแวดล้อมและสถานการณ์ปัจจุบันขององค์กร ที่มีการต่อยอดมาจาก
SWOT Analysis ด้วยการจับคู่ระหว่างปัจจัยภายในและภายนอกองค์กร ได้แก่ ปัจจัย

ภายใน – Strength (จุดแข็ง) และ Weakness (จุดอ่อน) ปัจจัยภายนอก – Opportunity (โอกาส) และ Threat (ความเสี่ยง) เมื่อนำปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกมาจับคู่กัน จะทำให้เกิดเป็นการวิเคราะห์ของ TOWS Matrix ได้ออกมาเป็นกลยุทธ์ 4 รูปแบบด้วยกัน ได้แก่ กลยุทธ์เชิงรุก(SO) กลยุทธ์เชิงรับ(WT) กลยุทธ์เชิงป้องกัน(ST) และกลยุทธ์เชิงแก้ไข(WO) ซึ่งทำการวิเคราะห์ได้ดังนี้

1. การวิเคราะห์จุดแข็ง โอกาส เพื่อหาประโยชน์ในการสร้างกลยุทธ์เชิงรุก – SO

ตารางที่ 6 การใช้จุดแข็งเพื่อหาประโยชน์ที่ได้เปรียบเพื่อสร้างเป็นโอกาส (SO)

จุดแข็ง (Strengths)	โอกาส (Opportunities)
S1:มีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการปฏิบัติงาน S2:มีช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย	O2:มีการประชาสัมพันธ์โดยอาศัยช่องทางการสื่อสารและเทคโนโลยีที่ทันสมัย O4:ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศเอื้ออำนวยต่อการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ O5:มีเทคโนโลยีสมัยใหม่ เช่นเว็บไซต์ มือถือ อีเมลช่วยให้การทำงานสะดวกรวดเร็ว
S3:มีหน่วยงานตั้งอยู่ทุกภูมิภาคของประเทศ S4:มีเครือข่ายอยู่ทั่วประเทศ	O6:มีเครือข่ายและพันธมิตรของหน่วยบัญชาการป้องกันภัยทางอากาศ กองทัพบกพร้อมให้การสนับสนุนในการเผยแพร่ข่าวสารของหน่วยฯ O7:ได้รับความร่วมมือจากสื่อมวลชนในการเผยแพร่ข่าวสารของหน่วยฯบางโอกาส
S5:มีแผนปฏิบัติงานสอดคล้องกับแผนที่หน่วยเหนือกำหนดและนโยบายของผู้บังคับบัญชา S8:ผู้บังคับบัญชาเห็นความสำคัญและให้การสนับสนุน	O1:นโยบายของผู้บังคับบัญชาผู้ต่อการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์
S6:มีกำลังพลเฉพาะด้านการสื่อสาร	

S7:กำลังพลมีประสบการณ์และทักษะในงานประชาสัมพันธ์ และงานด้านการสื่อสาร	
S9:หน่วยมีความเข้มแข็งบุคลากรมีความรับผิดชอบหน้าที่สูงซื่อสัตย์และมีจิตบริการ	
ยุทธศาสตร์ : ส่งเสริมและพัฒนาการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน กลยุทธ์ : ส่งเสริมการมีส่วนร่วมระหว่างหน่วยงานกับองค์กรและเครือข่าย	

ผลการวิเคราะห์ตารางที่ 6 การใช้จุดแข็งเพื่อหาประโยชน์ที่ได้เปรียบเพื่อสร้างเป็นโอกาส (SO) หน่วยบัญชาการป้องกันภัยทางอากาศ กองทัพบก นอกจากจะมีบุคลากรเฉพาะด้านการสื่อสารที่มีประสบการณ์และทักษะในงานประชาสัมพันธ์และงานสื่อสารแล้ว ยังมีที่ตั้งหน่วยฯและบุคลากรปฏิบัติงานในทุกภูมิภาคตลอดจนมี เครือข่ายและมวลชนทั่วประเทศที่จะช่วยส่งเสริมและสนับสนุนงานด้านประชาสัมพันธ์ของหน่วยให้สามารถเผยแพร่แก่ประชาชนได้ ทั้งถึงตั้งนั้นการส่งเสริมและพัฒนาการมีส่วนร่วมระหว่างหน่วยและเครือข่ายทุกภาคส่วนจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งในการเสริมสร้างประสิทธิภาพงานด้านการประชาสัมพันธ์ ของหน่วยบัญชาการป้องกันภัยทางอากาศ กองทัพบก

2.การวิเคราะห์โดยใช้โอกาสเพื่อเอาชนะจุดอ่อน กลยุทธ์เชิงแก้ไข – WO

ตารางที่ 7 การใช้โอกาสเพื่อเอาชนะจุดอ่อน (WO)

จุดอ่อน (Weaknesses)	โอกาส (Opportunities)
W1:บุคลากรขาดทักษะและความคล่องตัวในการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่เพื่อการประชาสัมพันธ์	O2:มีการประชาสัมพันธ์โดยอาศัยช่องทางสื่อสารและเทคโนโลยีที่ทันสมัย
W2:บุคลากรที่ปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ไม่ใช่บุคลากรเฉพาะด้านการสื่อสารมวลชนและนิเทศศาสตร์	O4:ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศเอื้ออำนวยต่อการพัฒนางานประชาสัมพันธ์
	O7: ได้รับความร่วมมือจากสื่อมวลชนในการแพร่ข่าวสารของหน่วยฯบางโอกาส

<p>W4:บุคลากรขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับภารกิจที่ลงไปประชาสัมพันธ์อย่างทองแท้ประกอบกับสาระต่างๆที่เกี่ยวกับงาน ที่ต้องการประชาสัมพันธ์ทำให้การสื่อสารและการผลิตสื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ยาก</p> <p>W6: ขาดการพัฒนาทักษะในการประสานงานกับเครือข่ายด้านการข่าวและสื่อมวลชน</p>	
<p>W3:ขาดการกำหนดทิศทางการวางแผนด้านการประชาสัมพันธ์อย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง</p> <p>W8:ขาดการประชาสัมพันธ์ในประเด็นสำคัญหรือเป็นที่น่าสนใจอย่างต่อเนื่อง</p>	<p>O1:นโยบายของผู้บังคับบัญชาผู้ต่อการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์</p>
<p>W5:ขาดเครื่องมืออุปกรณ์และเทคโนโลยีสมัยใหม่ด้านการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์เช่น อุปกรณ์ถ่ายภาพคอมพิวเตอร์ เป็นต้น</p> <p>W7: ขาดสื่อประชาสัมพันธ์ที่น่าสนใจไม่ดึงดูดไม่เพียงพอ</p>	<p>O5:มีเทคโนโลยีสมัยใหม่ เช่นเว็บไซต์ มือถือ อีเมลช่วยให้การทำงานสะดวกรวดเร็ว</p>
<p>W9:การประชาสัมพันธ์ยังไม่สามารถทำให้ประชาชนส่วนใหญ่เข้าใจเข้าถึงได้</p>	<p>O6:มีเครือข่ายและพันธมิตรของหน่วยบัญชาการป้องกันภัยทางอากาศ กองทัพบกพร้อมให้การสนับสนุนในการเผยแพร่ข่าวสารของหน่วยฯ</p>
<p>ยุทธศาสตร์ : พัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์</p> <p>กลยุทธ์ : เสริมสร้างความรู้และทักษะในการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์สำหรับบุคลากรของหน่วยฯ</p>	

ยุทธศาสตร์ : พัฒนารูปแบบการผลิตสื่อและเสริมสร้างช่องทางการสื่อสาร
 กลยุทธ์ : ปรับปรุงรูปแบบการผลิตสื่อและเพิ่มช่องทางการสื่อสารให้ทันสมัย

ผลจากการวิเคราะห์ตารางที่ 7 การใช้โอกาสเพื่อเอาชนะจุดอ่อน (WO) บุคลากรที่ปฏิบัติงานด้านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ของหน่วยฯ ขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการกิจอย่างทงแท้ ขาดทักษะในการสื่อสารการประชาสัมพันธ์ ความคล่องตัวในการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ รวมถึงขาดการพัฒนาทักษะในการประสานงานกับเครือข่ายด้านการข่าว และสื่อมวลชน แต่ในปัจจุบันความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศสามารถนำมาใช้ เพื่ออำนวยความสะดวกการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ให้มีช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย และสื่อมวลชนแต่ในปัจจุบันความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศสามารถนำมาใช้เพื่ออำนวยความสะดวกการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ให้มีช่องทางการสื่อสารที่หลากหลายทันต่อเหตุการณ์ อาทิ เว็บไซต์ มือถือ อีเมล เป็นต้น ดังนั้น การพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์ด้วยการเสริมสร้างความรู้และทักษะในการสื่อสาร และการพัฒนารูปแบบการผลิตสื่อและเสริมสร้างช่องทางการสื่อสารจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่จะช่วยให้การดำเนินงานด้านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์บรรลุผล

3.การวิเคราะห์โดยใช้ประโยชน์จากจุดแข็งเพื่อหลีกเลี่ยงภัยคุกคาม กลยุทธ์เชิงป้องกัน – ST

ตารางที่ 8 การใช้ประโยชน์จากจุดแข็งเพื่อหลีกเลี่ยงภัยคุกคาม (ST)

จุดแข็ง (Strengths)	ภัยคุกคาม (Threats)
S1:มีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการปฏิบัติงาน S2:มีช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย	T1:ช่องทางการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของหน่วยฯส่วนใหญ่เป็นสื่อของรัฐและเป็น การขอความอนุเคราะห์ประชาสัมพันธ์ T2:งบประมาณในการดำเนินงานด้านการผลิตเผยแพร่สื่อมีจำกัด T3:ราคาของช่องทางการสื่อสารมวลชนราคาสูง

	T5:ความก้าวหน้าและเปลี่ยนแปลงของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมีความเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา
S3:มีหน่วยงานตั้งอยู่ทุกภูมิภาคของประเทศ S4:มีเครือข่ายอยู่ทั่วประเทศ	T4:ประชาชนและหน่วยงานภายนอกรับรู้บทบาทและหน้าที่ของหน่วยฯเพียงผิวเผินไม่เข้าใจและไม่ให้ความสำคัญ
S5:มีแผนปฏิบัติงานสอดคล้องกับแผนที่หน่วยเหนือกำหนดและนโยบายของผู้บังคับบัญชา S8:ผู้บังคับบัญชาเห็นความสำคัญและให้การสนับสนุน	T6:ประชาชนทั่วไปไม่เข้าใจบทบาทภารกิจของหน่วยบัญชาการป้องกันภัยทางอากาศกองทัพบกและยังไม่ให้ความสำคัญต่องานของหน่วยฯ
S6:มีกำลังพลเฉพาะด้านการสื่อสาร S7:กำลังพลมีประสบการณ์และทักษะในงานประชาสัมพันธ์และงานด้านการสื่อสาร	
S9:หน่วยมีความเข้มแข็งบุคลากรมีความรับผิดชอบต่อหน้าที่สูงซื่อสัตย์และมีจิตบริการ	
<p>ยุทธศาสตร์ : พัฒนาการให้ข้อมูลข่าวสารให้รวดเร็วและถูกต้องครบถ้วน</p> <p>กลยุทธ์ : ส่งเสริมและพัฒนากิจการจัดการข้อมูลข่าวสารและการประชาสัมพันธ์ให้มีประสิทธิภาพ</p> <p>ยุทธศาสตร์ : พัฒนาระบบการบริหารจัดการข้อมูล ด้านการประชาสัมพันธ์</p> <p>กลยุทธ์ : บริหารจัดการข้อมูลด้านการประชาสัมพันธ์</p>	

ผลจากการวิเคราะห์ตารางที่ 8 การใช้ประโยชน์จากจุดแข็งเพื่อหลีกเลี่ยงภัยคุกคาม (ST) หน่วยบัญชาการป้องกันภัยทางอากาศ กองทัพบก มีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการปฏิบัติงานเพื่อเป็นช่องทางในการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ มีบุคลากรเครือข่ายและกำลังพลที่ปฏิบัติงานในทุกภูมิภาคของประเทศ โดยเฉพาะผู้บังคับบัญชาเห็นความสำคัญและให้การสนับสนุน มีแผนปฏิบัติงานที่สอดคล้องกับแผน ยุทธศาสตร์ด้านความ

มั่นคง และนโยบายของผู้นำกองทัพ กำลังคนด้านการสื่อสารที่มีประสบการณ์และทักษะในงานประชาสัมพันธ์และงานสื่อสาร ประกอบกับความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศ ช่วยให้การดำเนินงานสะดวกรวดเร็วเอื้ออำนวยต่อการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ ดังนั้น จึงควรมีการบริหารจัดการข้อมูลด้านการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้สามารถนำข้อมูลภารกิจของหน่วยมาใช้ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์อย่างเป็นระบบและมีประสิทธิภาพ

4.การวิเคราะห์โดยการลดจุดอ่อนเพื่อหลีกเลี่ยงภัยคุกคาม กลยุทธ์เชิงรับ – WT

ตารางที่ 9 การลดจุดอ่อนเพื่อหลีกเลี่ยงภัยคุกคาม (WT)

จุดอ่อน (Weaknesses)	ภัยคุกคาม (Threats)
W1: บุคลากรขาดทักษะและความคล่องตัวในการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่เพื่อการประชาสัมพันธ์	T1: ช่องทางการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของหน่วยฯ ส่วนใหญ่เป็นสื่อของรัฐและเป็นการขอความอนุเคราะห์ประชาสัมพันธ์
W2: บุคลากรที่ปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ไม่ใช้บุคลากรเฉพาะด้านการสื่อสารมวลชนและนิเทศศาสตร์	T2: งบประมาณในการดำเนินงานด้านการผลิตเผยแพร่สื่อมีจำกัด
W4: บุคลากรขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับภารกิจที่ลงไปประชาสัมพันธ์อย่างทองแท้ ประกอบกับสาระต่างๆ ที่เกี่ยวกับงานที่ต้องการประชาสัมพันธ์ทำให้การสื่อสารและการผลิตสื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ยาก	T3: ราคาของช่องทางการสื่อสารมวลชนราคาสูง
W6: ขาดการพัฒนาทักษะในการประสานงานกับเครือข่ายด้านการข่าวและสื่อมวลชน	T4: ประชาชนและหน่วยงานภายนอกรับรู้บทบาทและหน้าที่ของหน่วยฯ เพียงผิวเผินไม่เข้าใจและไม่ให้ความสำคัญ
W3: ขาดการกำหนดทิศทางการวางแผนด้านการประชาสัมพันธ์อย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง	T5: ความก้าวหน้าและเปลี่ยนแปลงของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมีความเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา
W8: ขาดการประชาสัมพันธ์ในประเด็นสำคัญหรือเป็นที่น่าสนใจอย่างต่อเนื่อง	T6: ประชาชนทั่วไปไม่เข้าใจบทบาทภารกิจของหน่วยบัญชาการป้องกันภัยทางอากาศกองทัพบกและยังไม่ให้ความสำคัญต่องานของหน่วยฯ

<p>W5:ขาดเครื่องมืออุปกรณ์และเทคโนโลยีสมัยใหม่ด้านการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์เช่นอุปกรณ์ถ่ายภาพคอมพิวเตอร์ เป็นต้น</p> <p>W7: ขาดสื่อประชาสัมพันธ์ที่น่าสนใจไม่ดึงดูดไม่เพียงพอ</p>	
<p>W9:การประชาสัมพันธ์ยังไม่สามารถทำให้ประชาชนส่วนใหญ่เข้าใจเข้าถึงได้</p>	
<p>ยุทธศาสตร์ : พัฒนารูปแบบการผลิตและเสริมสร้างช่องทางการสื่อสารให้ทันสมัย</p> <p>กลยุทธ์ : ปรับปรุงรูปแบบการผลิตสื่อและเพิ่มช่องทางการสื่อสารให้ทันสมัย</p> <p>ยุทธศาสตร์ : พัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์</p> <p>กลยุทธ์ : พัฒนาศักยภาพผู้ปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ทั้งหน่วยเหนือและหน่วยรอง</p>	

ผลจากการวิเคราะห์ตารางที่ 9 การลดจุดอ่อนเพื่อหลีกเลี่ยงภัยคุกคาม (WT) จุดอ่อนของหน่วยคือยังไม่สามารถสื่อสารและการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ การประชาสัมพันธ์ที่ยังไม่สามารถทำให้ประชาชน รับรู้ เข้าใจ เข้าถึง จึงส่งผลให้ประชาชนทั่วไปไม่เข้าใจ และไม่ให้ความสำคัญตลอดจน ความก้าวหน้าและเปลี่ยนแปลงของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสาร ซึ่งมีความเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ประกอบกับ ช่องทางการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารส่วนใหญ่เป็นสื่อของรัฐ และเป็นการขอความอนุเคราะห์ประชาสัมพันธ์

จุดอ่อนอีกประการหนึ่ง คือ บุคลากรที่ปฏิบัติงานด้านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ยังขาดทักษะ ความรู้ ความสามารถด้านการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ ตลอดจนขาดการกำหนดทิศทางการวางแผน ด้านการประชาสัมพันธ์อย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง ดังนั้น จึงควรพัฒนารูปแบบการผลิตและการเสริมสร้างช่องทางการสื่อสารให้ทันสมัยด้วยการปรับปรุง รูปแบบ การผลิตสื่อ และเพิ่มช่องทางการสื่อสาร เพื่อการประชาสัมพันธ์โดยอาศัยเทคโนโลยีสมัยใหม่ และพัฒนาศักยภาพของบุคลากรผู้ปฏิบัติงาน

ด้านการประชาสัมพันธ์ให้มี ความรู้ ทักษะ ด้านการประชาสัมพันธ์ และมีการวางแผนด้านการประชาสัมพันธ์อย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง

ผู้วิจัยได้ใช้เครื่องมือต่างๆในการวิเคราะห์งานวิจัยเกี่ยวกับแนวทางการใช้สื่อใหม่ในองค์กร โดยการใช้ TOWS Matrix และ SWOT Analysis เพื่อนำมาวิเคราะห์องค์กรว่ามีความสามารถและจุดเด่นอะไรในการนำเสนอและใช้สื่อใหม่ และหากพบจุดเสียและข้อบกพร่องใดๆ องค์กรสามารถใช้ความได้เปรียบของตน เพื่อแก้ไขและการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพในสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงได้ดีขึ้น ด้วยการวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์นี้ องค์กรสามารถกำหนดแผนการดำเนินงานที่เน้นใช้สื่อใหม่ในทิศทางที่เหมาะสมและทันสมัยได้อย่างเต็มที่และมีประสิทธิภาพ เพื่อให้สามารถปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์และกลุ่มผู้บริโภคข่าวสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ

บทที่ 3

บทอภิปรายผล

จากการศึกษาแนวทางการใช้สื่อใหม่เพื่อพัฒนางานด้านการประชาสัมพันธ์ของ หน่วยบัญชาการป้องกันภัยทางอากาศ กองทัพบก เพื่อเสริมสร้างอุดมการณ์ ความรักชาติ ผู้วิจัยได้ค้นหาข้อมูลผลการวิจัยหรือบทความที่ที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมา เปรียบเทียบกับแนวทางที่เสนอ โดยมีรายละเอียดดังนี้

ความแตกต่างของช่วงวัย (Generation Gap) มีผลต่อการติดต่อสื่อสาร อันเนื่องมาจากทัศนคติ และพฤติกรรมของแต่ละช่วงวัย ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ จุฑามาศ มะไฟหวาน (2562)¹⁶ ในเรื่องการศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมการติดต่อสื่อสารของพนักงานแต่ละช่วงวัยในองค์กร กรณีศึกษา บริษัท เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร แห่งหนึ่งในประเทศไทย ซึ่งกล่าวไว้ว่าลักษณะการสื่อสารในแต่ละช่วงวัยมีความแตกต่างกัน โดยกลุ่ม Gen BB เป็นผู้มีประสบการณ์สามารถถ่ายทอดสารได้อย่างตรงประเด็น บางครั้งอาจไม่รับฟังความคิดเห็นของคนอื่นเนื่องจากมั่นใจในตนเองสูง สำหรับ Gen X ชอบสื่อสารแบบพูดคุยต่อหน้า มีความชัดเจน พร้อมทั้งจะเข้าหาและเรียนรู้เรื่องใหม่ๆ สำหรับกลุ่ม Gen Y ต้องการความรวดเร็วตรงไปตรงมา พูดคุยสื่อสารด้วยคำศัพท์ง่ายๆ และตรงประเด็น สำหรับกลุ่ม Gen Z และ Gen Alpha มักชอบเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์มากเพราะเป็นผู้เข้าใจในเทคโนโลยี โดยใช้เพื่อความบันเทิง สืบค้นข้อมูลเพื่อการศึกษา สอดคล้องกับงานวิจัยของ นางสาวณิชกุล เสนาวงษ์ (2564)¹⁷ ในเรื่องการศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของคน Generation Z ในยุค New Normal ในกรุงเทพมหานคร ที่ได้ศึกษาและพบว่ากลุ่ม Gen Z ใช้สื่อสังคมออนไลน์เพราะมีความสะดวกสบายในชีวิตประจำวัน เป็นคนมีความรู้ความสามารถในการใช้เทคโนโลยีต่างๆ เนื่องจากเติบโตในยุคที่มีเทคโนโลยีและอินเทอร์เน็ตเข้ามาเกี่ยวข้อง

สำหรับรูปแบบในการประชาสัมพันธ์ของชุดปฏิบัติการกิจการพลเรือนของ หน่วยบัญชาการป้องกันภัยทางอากาศ กองทัพบกนั้น เพื่อให้มีประสิทธิภาพกับช่วงวัยต่างๆ ของกลุ่มเป้าหมาย สามารถนำ โมเดล SMCR ของเดวิด เค. เบอร์โล (David K. Berlo)

ไปประยุกต์ใช้ ทั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ อีราร์ตัน ทันท่วง และ ขวัญฟ้า ศรีประพันธ์ (2561)¹⁸ เรื่องกระบวนการ สื่อสารทางการเมืองของคณะกรรมการประชาชนเพื่อการเปลี่ยนแปลงประเทศไทยให้เป็น ประชาธิปไตยที่สมบูรณ์อันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็น ประมุข (กปปส.) ระหว่างปี พ.ศ. 2556 -2557 โดยให้รายละเอียดไว้ว่า กระบวนการ สื่อสารทางการเมืองของกลุ่ม กปปส. ประสบความสำเร็จเนื่องจากคุณสมบัติของผู้ส่งสาร สาร และสื่อที่มีประสิทธิภาพใน กระบวนการสื่อสารทางการเมือง จึงส่งผลให้ผู้รับสาร สามารถรับรู้ เชื่อมั่น และหันมามี อุดมการณ์เดียวกับผู้ส่งสาร

ทั้งนี้การที่จะใช้สื่อใหม่เพื่อการประชาสัมพันธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพในแต่ละกลุ่มเป้าหมาย แต่ละช่วงวัยจะต้องพิจารณาความเหมาะสมไปใช้โดยเฉพาะช่องทางการสื่อสารที่ไม่จำกัดแค่เพียงการพบปะประชาชนแต่เพิ่มทางเลือกช่องทางอื่นๆ ผ่านเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัย สอดคล้องกับงานวิจัยของ สมคิด นันตะ และ บัณฑิตา จารุมา (2562)¹⁹ เรื่องการวิเคราะห์ช่องทางการสื่อสารโน้มน้าวใจในการรณรงค์งดเหล้าเข้าพรรษาของหน่วยงานรัฐ ในอำเภอเมืองน่าน จังหวัดน่าน โดยผลการวิเคราะห์พบว่า รูปแบบช่องทางการสื่อสารโน้มน้าวใจขึ้นอยู่กับประเภทของหน่วยงานและเครือข่ายที่ใช้ สื่อ โดยช่องทางการสื่อสารที่ได้ผลจะประกอบด้วยปัจจัยดังต่อไปนี้ 1) เครือข่ายของหน่วยงาน: การออกแบบสื่อและ ช่องทางการสื่อสารที่สอดคล้องกับศักยภาพของเครือข่าย 2) ช่วงเวลาที่เหมาะสมต่อการรับสาร: การส่งสารให้สอดคล้องกับเวลาที่ตรงกับความต้องการของผู้รับสาร 3) ชนิดของสื่อ: การเลือกใช้ช่องทางการสื่อสารที่สอดคล้องกับ ธรรมชาติและวัตถุประสงค์ของ ชนิดของสื่อ 4) ผู้รับสาร: เลือกช่องทางการสื่อสารให้ สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้รับสาร และ ให้ข้อเสนอแนะคือ ควรมีช่องทางการสื่อสารที่ หลากหลายทั้งแบบการสื่อสารทางเดียวและ การสื่อสารสองทางและเปิดโอกาสให้ผู้รับสาร มาเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการสื่อสารด้วย ซึ่งสอดคล้องกับโมเดล SMCR

และนอกเหนือจากการพัฒนารูปแบบประชาสัมพันธ์ตามโมเดล SMCR แล้ว การปรับปรุงโครงสร้างของชุดปฏิบัติการกิจการพลเรือนทหารบก ตามทฤษฎีการ จัดการที่สร้างประสิทธิภาพให้กับองค์กร (POLC Framework) ก็มีส่วนสำคัญที่ในการเพิ่ม ประสิทธิภาพการทำงาน โดยหน่วยจะต้องปรับตัวได้ ตามยุคโลกาภิวัตน์และความผันผวน ของโลก (VUCA) เพื่อพร้อมเผชิญกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง สามารถประสานกับส่วน

ราชการหรือหน่วยงานในพื้นที่เพื่อบูรณาการทำงาน พร้อมทั้งเข้าใจความต้องการของประชาชนเพื่อให้การประชาสัมพันธ์บรรลุวัตถุประสงค์บนทรัพยากรและเวลาที่มีอยู่ สอดคล้องกับผลการศึกษาของโครงการพัฒนานักบริหารระดับสูง : ผู้บริหารส่วนราชการ (นบส. 2) รุ่นที่ 12 (2563)²⁰ เรื่องข้อเสนอแนวทางการบริหารจัดการภาครัฐในยุค New normal โดยได้สรุปผลและให้ข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาด้านบุคลากรต้องมีความสามารถในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ระบบการทำงานต้องเชื่อมโยงกับหน่วยงานภายในและภายนอก หน่วยงานต้องทบทวนและปรับบทบาท (Re-organization) ให้ทันสมัย สอดคล้องสถานการณ์ปัจจุบัน และรองรับสถานการณ์ในอนาคต ทั้งนี้ได้เสนอแนะให้หน่วยงานใช้เครื่องมือการบริหารจัดการคุณภาพ PQMA เพื่อขับเคลื่อนองค์กร พร้อมทั้งปรับกระบวนการทำงานในเชิงรุกมากขึ้นเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงสู่องค์กรดิจิทัล

บทที่ 4

บทสรุป

สรุปผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการหาแนวทางการใช้สื่อใหม่เพื่อพัฒนางานด้านการประชาสัมพันธ์ของ หน่วยบัญชาการป้องกันภัยทางอากาศ กองทัพบก เพื่อเสริมสร้างอุดมการณ์ความรักชาติ มีวัตถุประสงค์ในการศึกษา 1) เพื่อศึกษาบทบาทการใช้สื่อใหม่ด้านการประชาสัมพันธ์ของ หน่วยบัญชาการป้องกันภัยทางอากาศ กองทัพบกในปัจจุบันเป็นอย่างไร 2) เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการใช้สื่อใหม่ด้านการประชาสัมพันธ์ของ หน่วยบัญชาการป้องกันภัยทางอากาศ กองทัพบกในปัจจุบันเป็นอย่างไร 3) เพื่อศึกษาแนวทางพัฒนาการใช้สื่อใหม่ด้านการประชาสัมพันธ์ของ หน่วยบัญชาการป้องกันภัยทางอากาศ กองทัพบก เป็นอย่างไร โดยใช้การวิจัยเชิงยุทธศาสตร์ วิเคราะห์ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี พ.ศ. 2561 -2580 ในเรื่องของยุทธศาสตร์ชาติด้านความมั่นคง ซึ่งมีหัวข้อการพัฒนา และ เสริมสร้างความจงรักภักดีต่อสถาบันหลักของชาติ รวมถึงได้หาความสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องใน แผนระดับที่ 2 และแผนระดับที่ 3 ตลอดจนศึกษาแนวทางการทำงานของชุดปฏิบัติการ กิจการพลเรือนของหน่วยบัญชาการป้องกันภัยทางอากาศ กองทัพบก พร้อมศึกษาปัญหาในสถานการณ์ปัจจุบัน ด้วยการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางยุทธศาสตร์ และ นำทฤษฎีที่เกี่ยวกับการสื่อสารและ การบริหารองค์กรมาใช้เพื่อมาพัฒนาเป็นแนวทางในการประชาสัมพันธ์ในที่สุด

ชุดปฏิบัติการกิจการพลเรือน ของหน่วยบัญชาการป้องกันภัยทางอากาศ กองทัพบกนั้น เป็นหน่วยงานหนึ่งที่ทำงานด้านกิจการพลเรือนในพื้นที่ของหน่วย มีจำนวน 10 ชุด รับผิดชอบ 2 จังหวัดได้แก่ นนทบุรีและปทุมธานี มีการจัดโครงสร้างตามคู่มือการปฏิบัติงานชุดปฏิบัติการกิจการพลเรือน สำนักจิตวิทยา กรมกิจการพลเรือนทหารบก โดยดำเนินงานด้วยการลงพื้นที่พบปะประชาชนในรูปแบบของวิทยากรร่วมกับกิจกรรมการ แสดงเพื่อสร้างการรับรู้ หรือลงพื้นที่ช่วยเหลือประชาชนและสอดแทรกเรื่องความสำคัญของสถาบันชาติ อย่างไรก็ตามด้วยพื้นที่ปฏิบัติการที่รับผิดชอบที่กว้าง ประกอบการ

มาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ได้ก่อให้เกิดปัญหาในการพบปะประชาชน อีกทั้งการที่สังคมไทยเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุและการเริ่มมีบทบาทของกลุ่มคน Gen Z และ Gen Alpha จึงเป็นความท้าทายที่ชุดปฏิบัติการกิจการพลเรือนจะต้องปรับเปลี่ยนตนเอง ทั้งเรื่องแนวทางการประชาสัมพันธ์และการปรับปรุงโครงสร้าง

สำหรับแนวทางการใช้สื่อใหม่เพื่อพัฒนางานด้านการประชาสัมพันธ์ของ หน่วยบัญชาการป้องกันภัยทางอากาศ กองทัพบก ทางผู้วิจัยได้นำแบบการจำลองการ สื่อสารของเบอร์โล (SMCR Model) และ ทฤษฎีการจัดการ ที่สร้างประสิทธิภาพให้กับ องค์กร (POLC Framework) มาปรับใช้ เพื่อให้การ ประชาสัมพันธ์มีประสิทธิภาพและ เหมาะสมกับสถานการณ์ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ผู้ส่ง(Source) หมายถึงชุดปฏิบัติการกิจการพลเรือนหน่วยบัญชาการ ป้องกันภัยทางอากาศ กองทัพบก จะต้องเป็นผู้ที่มีทักษะในการสื่อสาร (Communication Skills) มีความเข้าใจ กลุ่มเป้าหมายที่จะเข้าพบเพื่อสร้างเนื้อหาที่เหมาะสม สามารถสร้าง เหตุผลในการโน้มน้าว จูงใจและสามารถสร้างความรู้สึกร่วม มีความรู้ในเรื่องของ ความสำคัญของสถาบันของ ชาติและศาสตร์ของพระราชาเพื่อส่งเสริมในการดำรงชีวิต ประจำวัน

2. ข้อมูลข่าวสาร (Message) หมายถึง เนื้อเรื่องที่ชุดปฏิบัติการกิจการ พลเรือนหน่วยบัญชาการป้องกันภัยทางอากาศ กองทัพบก จะนำมาเผยแพร่จะต้องมีการ ใช้ภาษาให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย เนื้อหาที่จะถ่ายทอดตรงกับวัตถุประสงค์คือเรื่อง ของสถาบันชาติ และมีการเรียบเรียง เรื่องราวเนื้อหาเพื่อให้เกิดความต่อเนื่องในการเล่า เรื่อง

3. ช่องทางในการส่ง (Channel) หมายถึง ช่องทางการสื่อสารที่ชุด ปฏิบัติการกิจการหน่วยบัญชาการป้องกันภัยทางอากาศ กองทัพบกใช้ โดยการปฏิบัติที่ ผ่านมาจะเป็นการแสดง แสง สี เสียง และดนตรี ให้กับกลุ่มเป้าหมายที่หน่วยลงพื้นที่ แต่ จากความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีการ สื่อสารและจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโค วิด-19 ที่ผ่านมา จึงจำเป็นที่ชุด ปฏิบัติการกิจการพลเรือนจะต้องเพิ่มช่องทางการสื่อสาร ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ โดยเฉพาะ กลุ่ม Gen Z และ Gen Alpha ที่นิยมใช้สื่อออนไลน์ที่ เข้าถึงได้ง่ายกว่า

4. ผู้รับ (Receiver) หมายถึง กลุ่มเป้าหมายที่ชุดปฏิบัติการกิจการพลเรือนหน่วยบัญชาการป้องกันภัยทางอากาศ กองทัพบกจะลงพื้นที่เพื่อพบปะ ซึ่งตามที่กล่าวมา กลุ่มเป้าหมายมีหลาย Generation จำเป็นที่จะต้องเข้าใจความเชื่อและทัศนคติของแต่ละกลุ่ม และเลือกวิธีในการสื่อสารให้เหมาะสม อีกทั้งเนื้อหาที่ผู้ส่งนำมาต้องอยู่ในระดับเดียวกับที่ผู้รับสารสามารถเข้าใจได้หรือ ถอดรหัส (Decode) จากสารที่เข้ารหัสมา (Encode) เพราะถ้าสารที่ส่งมาไม่สามารถ ตีความหรือเข้าใจได้ การสื่อสารก็จะล้มเหลว

การปรับปรุงโครงสร้างของชุดปฏิบัติการกิจการพลเรือนทหารบก ตามทฤษฎีการจัดการที่สร้างประสิทธิภาพให้กับองค์กร (POLC Framework) จะต้องมีความมีความยืดหยุ่น ทันสมัย สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง สามารถบูรณาการร่วมกับส่วนราชการหรือหน่วยงานในพื้นที่ ทราบความต้องการของประชาชนเพื่อบริหารทรัพยากรได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีการคัดเลือกและพัฒนาบุคลากรให้ตรงกับงานด้านการประชาสัมพันธ์ พร้อมทั้งเสริมสร้างความสามารถในการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการปฏิบัติงานทั้งในการประชาสัมพันธ์และในการประเมินผล

ข้อเสนอแนะการวิจัย

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1.1 หน่วยบัญชาการป้องกันภัยทางอากาศ กองทัพบก สามารถนำแนวทางการใช้สื่อใหม่เพื่อพัฒนางานด้านการประชาสัมพันธ์ให้กับชุดปฏิบัติการกิจการพลเรือนหน่วยบัญชาการป้องกันภัยทางอากาศ กองทัพบก ไปปรับใช้กับประชาชนในพื้นที่รับผิดชอบ ซึ่งเป็นไปตาม ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580) ในยุทธศาสตร์ด้านความมั่นคง ประเด็นการ รักษาความสงบภายในประเทศ ในหัวข้อการพัฒนาและเสริมสร้างความจงรักภักดีต่อ สถาบันหลักของชาติ

1.2 ชุดปฏิบัติการกิจการพลเรือนหน่วยบัญชาการป้องกันภัยทางอากาศ กองทัพบกควรพัฒนาขีดความสามารถด้านเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการประชาสัมพันธ์ และเป็นการเพิ่มช่องทางการติดต่อสื่อสาร โดยเฉพาะกลุ่ม Gen Z และ Gen Alpha ที่มีความชำนาญด้าน เทคโนโลยี โดยพิจารณาใช้สื่อสังคมออนไลน์ เช่น YouTube, Facebook, TikTok และ เว็บไซต์ รวมถึงแบบสอบถามผ่าน Google Forms เพื่อเพิ่มความง่ายในการเก็บข้อมูล

1.3 ชุดปฏิบัติการกิจการพลเรือนหน่วยบัญชาการป้องกันภัยทางอากาศ กองทัพบก ควรมีการปรับปรุง โครงสร้างองค์กร โดยอาจจำเป็นต้องมีเจ้าหน้าที่ ด้านกรรมวิธีข่าวสาร เพื่อทำหน้าที่ในการสร้างเนื้อหา(Content)วิเคราะห์ความต้องการของกลุ่มเป้าหมายเพื่อการประชาสัมพันธ์ และผลิตสื่อในรูปแบบต่าง ๆ ให้เหมาะสมกับ บริบทของสังคม

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยในส่วนของชุดปฏิบัติการกิจการพลเรือนหน่วยบัญชาการป้องกันภัยทางอากาศ กองทัพบก ดังนั้น ในงานวิจัยครั้งต่อไป อาจพิจารณาศึกษาเพิ่มเติมจากชุด ปฏิบัติการกิจการพลเรือนกองทัพอากาศอื่นๆ เพื่อเปรียบเทียบผลการวิจัยที่ได้ว่าเหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไรบ้าง

2.2 ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเลือกใช้วิธีการวิจัยเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Research) หรือการคิดเชิงกลยุทธ์ (ในทางพลเรือน) ซึ่งเป็นรูปแบบเฉพาะ สำหรับการจัดทำเอกสารวิจัยส่วนบุคคลที่วิทยาลัยการทัพบกกำหนดขึ้น หากการวิจัยครั้งต่อไปต้องการข้อมูลเชิงลึกอาจใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) หรือ หากต้องการข้อมูลเชิงสถิติในปัจจุบันต่าง ๆ ก็ใช้การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

2.3 ในการวิจัยครั้งนี้เนื้อหาเจาะจงไปที่ยุทธศาสตร์ด้านความมั่นคง ประเด็นการรักษาความสงบภายในประเทศ ในหัวข้อการพัฒนาและเสริมสร้างความ จงรักภักดีต่อสถาบันหลักของชาติ ของชุดปฏิบัติการกิจการพลเรือนหน่วยบัญชาการป้องกันภัยทางอากาศ กองทัพบก ในครั้งต่อไปอาจเจาะจงเนื้อหาในเรื่องความมั่นคงด้านอื่นก็ได้ เช่น ปัญหายาเสพติด, ปัญหา ความไม่สงบภายในประเทศ เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

1. พิชิต วิจิตรบุญยรักษ์. สื่อสังคมออนไลน์ : สื่อแห่งอนาคต. วารสารมหาวิทยาลัยกรุงเทพ 2554 ; 99-103 https://www.bu.ac.th/knowledgecenter/executive_journal/oct_dec_11/pdf/aw016.pdf
2. คณะกรรมการร่างรัฐธรรมนูญ สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร. รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย [อินเทอร์เน็ต]. 2560 [เข้าถึงเมื่อ 4 กุมภาพันธ์ 2567]. เข้าถึงได้จาก : https://www.parliament.go.th/ewtcommittee/ewt/draftconstitution2/ewt_dl_link.php?nid=1038&filename=index
3. สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา.พระราชบัญญัติจัดระเบียบราชการกระทรวงกลาโหม พ.ศ. 2551 [อินเทอร์เน็ต]. 2551 [เข้าถึงเมื่อ 4 กุมภาพันธ์ 2567]. เข้าถึงได้จาก: https://www.parliament.go.th/ewtcommittee/ewt/soldier/download/article/article_20111014150947.pdf
4. สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักงานนายกรัฐมนตรี. ยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. 2561-2580 [อินเทอร์เน็ต]. 2561 [เข้าถึงเมื่อ 1 เมษายน 2566]. เข้าถึงได้จาก: https://www.nesdc.go.th/download/document/SAC/NS_PlanOct2018.pdf
5. สำนักจิตวิทยา กรมกิจการพลเรือนทหารบก. คู่มือการปฏิบัติงาน ชุดปฏิบัติการกิจการพลเรือน (ขป.กร.). 2561
6. สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักงานนายกรัฐมนตรี. แผนแม่บท ภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. 2566 – 2580) (ฉบับแก้ไขเพิ่มเติม) [อินเทอร์เน็ต]. 2566 [เข้าถึงเมื่อ 1 เมษายน 2566]. เข้าถึงได้จาก: http://nscr.nesdc.go.th/wp-content/uploads/2023/03/masterplan_updated2023_080363.pdf
7. สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักงานนายกรัฐมนตรี. นโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วยความมั่นคงแห่งชาติ (พ.ศ. 2566 – 2570) [อินเทอร์เน็ต]. 2566 [เข้าถึงเมื่อ

- 1 เมษายน 2566]. เข้าถึงได้จาก: <http://nscr.nesdc.go.th/wp-content/uploads/2023/03/ns-p2sp-rkt.pdf>
8. กองทัพบก. ร่างแผนปฏิบัติการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2566 ของกองทัพบก [อินเทอร์เน็ต]. 2564 [เข้าถึงเมื่อ 1 เมษายน 2566]. เข้าถึงได้จาก: <https://oac.rta.mi.th/data/2023/03/2303150881623253816232--..-2566.pdf>
9. นินาท คณະนาม. GotoKnow blog. ทฤษฎี SMCR ของเบอร์โล (Berio) [อินเทอร์เน็ต]. 2563 [เข้าถึงเมื่อ 1 เมษายน 2566]. เข้าถึงได้จาก: <https://www.gotoknow.org/posts/674697>
10. KAWISARA2537. ทฤษฎี SMCR ของเบอร์โล [อินเทอร์เน็ต]. 2015 [เข้าถึงเมื่อ 1 เมษายน 2566]. เข้าถึงได้จาก: <https://kawisara2537.wordpress.com/2015/09/25/ทฤษฎี-smcr-ของเบอร์โล/>
11. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ. การสื่อสารระหว่าง Generation Gap เปลี่ยน ‘ช่องว่าง’ ให้เป็นพื้นที่สร้างสรรค์ [อินเทอร์เน็ต]. 2565 [เข้าถึงเมื่อ 1 เมษายน 2566]. เข้าถึงได้จาก: <https://tinyurl.com/yc43pd5b>
12. ส่วนการวิจัยและพัฒนาและวิชาการบริหาร วิทยาลัยการทัพบก. กระบวนการคิดเชิงยุทธศาสตร์ [อินเทอร์เน็ต]. 2560 [เข้าถึงเมื่อ 1 เมษายน 2566]. เข้าถึงได้จาก: <http://www.awc.ac.th/pubbook/box/20.pdf>
13. นินาท คณະนาม. GotoKnow blog. ทฤษฎี SMCR ของเบอร์โล (Berio) [อินเทอร์เน็ต]. 2563 [เข้าถึงเมื่อ 1 เมษายน 2566]. เข้าถึงได้จาก: <https://www.gotoknow.org/posts/674697>
14. KAWISARA2537. ทฤษฎี SMCR ของเบอร์โล [อินเทอร์เน็ต]. 2015 [เข้าถึงเมื่อ 1 เมษายน 2566]. เข้าถึงได้จาก: <https://tinyurl.com/yshpcpt2>
15. HREX.asia. POLC – ทฤษฎีการจัด การที่ ำรงประสิทธิภาพให้กับองค์กร[อนิ เทอร์ เน็ต]. 2562 [เข้าถึงเมื่อ 1 เมษายน 2566]. เข้าถึงได้จาก: <https://th.hrnote.asia/orgdevelopment/190619-polc-management-concept/>

16. University of Minnesota. Principles of Management [Internet]. 2004 [cited 2023 Apr 1]. Available from : <https://open.lib.umn.edu/principlesmanagement/chapter/1-5-planning-organizing-leading-and-controlling-2/>
17. จุฑามาศ มะไฟหวาน. การศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมการติดต่อสื่อสารของพนักงานแต่ละช่วงวัยในองค์กร กรณีศึกษา บริษัท เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร แห่งหนึ่งใน ประเทศไทย [สารนิพนธ์ ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต]. นครปฐม: มหาวิทยาลัยมหิดล; 2562.
18. นางสาวณิชกุล เสนาวงษ์. การศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของคนเจนเนอเรชั่น แซดในยุคนิว นอร์มัล ในกรุงเทพมหานคร [การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต]. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยสยาม; 2564.
19. อีรารัตน์ ทันท่วง และ ดร.ขวัญฟ้า ศรีประพันธ์. กระบวนการสื่อสารทางการเมืองของคณะกรรมการประชาชนเพื่อการเปลี่ยนแปลงประเทศไทยให้เป็นประชาธิปไตยที่สมบูรณ์ อันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข (กปปส.) ระหว่างปี พ.ศ. 2556 – 2557. วารสาร การสื่อสารมวลชน 2561(1); 36-61.
20. สมคิด นันตะ และบัณฑิตา จารุมา. การวิเคราะห์ช่องทางการสื่อสารโน้มน้าวใจในการณรงค์งดเหล้าเข้าพรรษาของหน่วยงานรัฐในอำเภอเมืองน่าน จังหวัดน่าน. วารสาร มจร มนุษยศาสตร์ปริทรรศน์ 2562(2); 107-116.
21. โครงการพัฒนานักบริหารระดับสูง: ผู้บริหารส่วนราชการ (นบส.2) รุ่นที่ 12. แนวทางการบริหารหน่วยงานภาครัฐในยุค New normal. 2563.

ภาคผนวก

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์ปัจจัยเชิงกลยุทธ์สภาพแวดล้อมภายใน (IFAS: Internal Strategic Factor Summary) ของหน่วยบัญชาการป้องกันภัยทางอากาศ กองทัพบก เพื่อให้น้ำหนักค่าคะแนน และถ่วงน้ำหนัก

ปัจจัยภายในองค์กร (Internal Factors)	ค่าน้ำหนัก (Weight)	คะแนน (Rating)	คะแนนถ่วงน้ำหนัก (Weighted Score)
<u>Strengths</u>			
S1:มีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการปฏิบัติงาน	0.05	4	0.20
S2:มีช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย	0.05	5	0.25
S3:มีหน่วยงานตั้งอยู่ทุกภูมิภาคของประเทศ	0.05	3	0.15
S4:มีเครือข่ายอยู่ทั่วประเทศ	0.04	4	0.12
S5:มีแผนปฏิบัติงานสอดคล้องกับแผนที่หน่วยเหนือกำหนดและนโยบายของผู้บังคับบัญชา	0.06	5	0.24
S6:มีกำลังพลเฉพาะด้านการสื่อสาร	0.05	5	0.25
S7:กำลังพลมีประสบการณ์และทักษะในงานประชาสัมพันธ์และงานด้านการสื่อสาร	0.08	5	0.40
S8:ผู้บังคับบัญชาเห็นความสำคัญและให้การสนับสนุน	0.08	5	0.40
S9:หน่วยมีความเข้มแข็งบุคลากรมีความรับผิดชอบหน้าที่สูงซื่อสัตย์และมีจิตบริการ	0.04	2	0.08
คะแนน	0.50		2.09
<u>Weaknesses</u>	0.10	5	0.50

W1:บุคลากรขาดทักษะและความคล่องตัว ในการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่เพื่อการ ประชาสัมพันธ์			
W2:บุคลากรที่ปฏิบัติงานด้านการ ประชาสัมพันธ์ไม่ใช่บุคลากรเฉพาะด้าน การสื่อสารมวลชนและนิเทศศาสตร์	0.07	3	0.21
W3:ขาดการกำหนดทิศทางการวางแผน ด้านการประชาสัมพันธ์อย่างเป็นระบบ และต่อเนื่อง	0.06	4	0.24
W4:บุคลากรขาดความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับภารกิจที่ลงไปประชาสัมพันธ์อย่าง ทองแท้ประกอบด้วยสาระต่างๆเกี่ยวกับ งาน ที่ต้องการประชาสัมพันธ์ทำให้การ สื่อสารและการผลิตสื่อเข้าถึง กลุ่มเป้าหมายได้ยาก			
W5:ขาดเครื่องมืออุปกรณ์และเทคโนโลยี สมัยใหม่ด้านการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์เช่น อุปกรณ์ถ่ายภาพคอมพิวเตอร์ เป็นต้น	0.06	5	0.30
W6: ขาดการพัฒนาทักษะในการ ประสานงานกับเครือข่ายด้านการข่าวและ สื่อมวลชน	0.05	4	0.20
W7: ขาดสื่อประชาสัมพันธ์ที่น่าสนใจไม่ ดึงดูดไม่เพียงพอ	0.05	3	0.15
W8:ขาดการประชาสัมพันธ์ในประเด็น สำคัญหรือเป็นที่น่าสนใจอย่างต่อเนื่อง	0.05	5	0.25

W9:การประชาสัมพันธ์ยังไม่สามารถทำให้ประชาชนส่วนใหญ่เข้าใจเข้าถึงได้			
คะแนน	0.50		2.15
รวม	1.00		4.24

ตารางที่ 4 การวิเคราะห์ปัจจัยเชิงกลยุทธ์สภาพแวดล้อมภายนอก (EFAS: External Strategic Factor Summary) ของหน่วยบัญชาการป้องกันภัยทางอากาศ กองทัพบก เพื่อให้ผู้นำหนักคะแนนและถ่วงน้ำหนัก

ปัจจัยภายในองค์กร (Internal Factors)	ค่าน้ำหนัก (Weight)	คะแนน (Rating)	คะแนนถ่วงน้ำหนัก (Weighted Score)
<u>Opportunities</u>			
O1:นโยบายของผู้บังคับบัญชาต่อการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์	0.07	5	0.35
O2:มีการประชาสัมพันธ์โดยอาศัยช่องทางการสื่อสารและเทคโนโลยีที่ทันสมัย	0.08	5	0.40
O3:การก้าวเข้าสู่ประชาคมอาเซียนในปี 2567	0.05	3	0.15
O4:ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศเอื้ออำนวยต่อการพัฒนางานประชาสัมพันธ์	0.09	5	0.45
O5:มีเทคโนโลยีสมัยใหม่ เช่นเว็บไซต์ มือถือ อีเมลช่วยให้การทำงานสะดวกรวดเร็ว	0.10	5	0.50
O6:มีเครือข่ายและพันธมิตรของหน่วยบัญชาการป้องกันภัยทางอากาศ กองทัพบกพร้อมให้การสนับสนุนในการเผยแพร่ข่าวสารของหน่วยฯ	0.05	4	0.20

07: ได้รับความร่วมมือจากสื่อมวลชนในการแพร่ข่าวสารของหน่วยงานโอกาส	0.06	4	0.24
คะแนน	0.50		2.29
<u>Threats</u>			
T1: ช่องทางการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของหน่วยงานส่วนใหญ่เป็นสื่อของรัฐและเป็นการขอความอนุเคราะห์ประชาสัมพันธ์	0.07	3	0.21
T2: งบประมาณในการดำเนินงานด้านการผลิตเผยแพร่สื่อมีจำกัด	0.09	4	0.36
T3: ราคาของช่องทางการสื่อสารมวลชนราคาสูง	0.06	3	0.18
T4: ประชาชนและหน่วยงานภายนอกรับรู้บทบาทและหน้าที่ของหน่วยงานเพียงผิวเผินไม่เข้าใจและไม่ให้ความสำคัญ	0.10	5	0.50
T5: ความก้าวหน้าและเปลี่ยนแปลงของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมีความเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา	0.08	4	0.32
T6: ประชาชนทั่วไปไม่เข้าใจบทบาทภารกิจของหน่วยบัญชาการป้องกันภัยทางอากาศกองทัพบกและยังไม่ให้ความสำคัญต่องานของหน่วยงาน	0.10	5	0.50
คะแนน	0.50		2.07
รวม	1.00		4.36

ประวัติย่อผู้วิจัย

ยศ ชื่อ

พันเอก กม จารุเศร์ณี

วัน เดือน ปีเกิด

12 มกราคม 2523

ประวัติสำเร็จการศึกษา

- พ.ศ. 2546 วิศวกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิศวกรรมไฟฟ้าสื่อสาร,
โรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า
- พ.ศ. 2554 บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ,
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- พ.ศ. 2563 บริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ,
มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

ประวัติการทำงาน

- พ.ศ. 2548 - 2552 ผู้บังคับกองร้อยทหารปืนใหญ่ต่อสู้อากาศยาน
กองพันทหารปืนใหญ่ต่อสู้อากาศยานที่ 4
- พ.ศ. 2552 - 2553 ผู้ช่วยนายทหารป้องกันภัยทางอากาศ กองพัน
ทหารปืนใหญ่ต่อสู้อากาศยานที่ 4
- พ.ศ. 2553 - 2554 นายทหารยุทธการและการฝึก กองพันทหาร
ปืนใหญ่ต่อสู้อากาศยานที่ 4
- พ.ศ. 2561 - 2563 ผู้บังคับกองพันทหารปืนใหญ่ต่อสู้อากาศยาน
ที่ 7
- พ.ศ. 2564 - 2564 เสนาธิการศูนย์ต่อสู้ป้องกันภัยทางอากาศ
กองทัพบกที่ 1

ตำแหน่งปัจจุบัน

- พ.ศ. 2565 - ปัจจุบัน รองผู้อำนวยการกองกิจการพลเรือน หน่วย
บัญชาการป้องกันภัยทางอากาศ กองทัพบก

