

แนวทางการพัฒนาช่องทางการสื่อสารของกองทัพบก
เพื่อเสริมสร้างการรับรู้ให้กับประชาชน

เอกสารวิจัยส่วนบุคคล



โดย

พันเอก สิทธิ มณีรัตน์

รองผู้อำนวยการกองวิทยากร กรมการทหารสื่อสาร

วิทยาลัยการทัพบก

กันยายน 2567

เอกสารวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาช่องทางการสื่อสารของกองทัพบกเพื่อเสริมสร้าง
การรับรู้ให้กับประชาชน

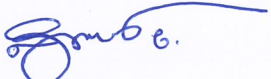
โดย พันเอก สิทธิ มณีรัตน์


อาจารย์ที่ปรึกษา พันเอกหญิง นवलสมร จรวงษ์

วิทยาลัยการทัพบก อนุมัติให้เอกสารวิจัยส่วนบุคคลฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรหลักประจำ วิทยาลัยการทัพบก ปีการศึกษา 2567 และเห็นชอบให้เป็น
เอกสารวิจัยส่วนบุคคลที่อยู่ในเกณฑ์ระดับ **ดีมาก**


พลตรี  ผู้บัญชาการวิทยาลัยการทัพบก
(ทงศักดิ์ มหาวงศ์)


คณะกรรมการควบคุมเอกสารวิจัยส่วนบุคคล

พันเอก  ประธานกรรมการ
(สุเทพ ยิ่งยืน)

พันเอก  ผู้ทรงคุณวุฒิที่ปรึกษา
(สรยุทธ คัยนันท์)

พันเอก  กรรมการ
(คมกฤษ อจลานนท์)

พันเอกหญิง  กรรมการ
(มนทิรา ยิ้มสมบุญ)

พันเอกหญิง  กรรมการ
(นवलสมร จรวงษ์)

บทคัดย่อ

ผู้วิจัย	พินเอก สิทธิ มณีรัตน์
เรื่อง	แนวทางการพัฒนาช่องทางการสื่อสารของกองทัพบกเพื่อเสริมสร้างการรับรู้ให้กับประชาชน
วันที่	11 กันยายน 2567 จำนวนคำ : 9,085 จำนวนหน้า : 28
คำสำคัญ	ช่องทางการสื่อสาร ภาพลักษณ์ กองทัพบก
ชั้นความลับ	ไม่มีชั้นความลับ

งานวิจัยฉบับนี้มีวัตถุประสงค์ 3 ประการ คือ ศึกษาลักษณะและรูปแบบช่องทางการสื่อสารของกองทัพบกที่มีผลต่อการรับรู้ของประชาชน ศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาช่องทางการสื่อสารของกองทัพบก และกำหนดแนวทางการพัฒนาช่องทางการสื่อสารของกองทัพบกเพื่อเสริมสร้างการรับรู้ให้กับประชาชน โดยใช้การวิจัยเชิงยุทธศาสตร์ตามที่วิทยาลัยการทัพบกกำหนด ประกอบการวิเคราะห์ด้วยแนวคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์ แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความเชื่อมั่น ใช้การวิเคราะห์ปัญหาด้วย หลักการบริหาร 8M และ SWOT Analysis ผลการวิจัยสรุปดังนี้ 1) กองทัพบกควรที่จะมีการพัฒนากำลังพลที่ปฏิบัติหน้าที่ในการสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ให้มีความรู้ความสามารถมากขึ้น 2) ควรให้ความสำคัญกับการนำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้ 3) มีการบูรณาการร่วมกันระหว่างภาครัฐและเอกชน สร้างความสัมพันธ์อันดีกับสื่อมวลชน 4) มีการวิเคราะห์และประเมินผลช่องทางสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก สถานีวิทยุกองทัพบก และสื่อออนไลน์อย่างสม่ำเสมอ 5) ปลุกฝังคุณธรรม จริยธรรม ระเบียบวินัย ความรักในชาติ ศาสนา ให้กับกำลังพลทหารกองประจำการหรือทหารเกณฑ์ที่เข้ามาอยู่ในกองทัพบก เพื่อให้เป็นกระบอกเสียง และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของกองทัพบก 5) ปรับขนาดองค์กรให้มีขนาดเล็กแต่มีประสิทธิภาพ และมีความเป็นอาชีพมากขึ้น 6) พัฒนาระบบสวัสดิการของข้าราชการทหารทุกระดับชั้น มีแนวทางการเติบโตในการรับราชการที่ถูกต้องเหมาะสม และ 7) ปรับระบบการบริหารงานภายในให้มีประสิทธิภาพ ปราศจากการทุจริตคอร์รัปชัน และมีธรรมาภิบาล

ABSTRACT

AUTHOR: Colonel Sitti Maneerat
TITLE: The Solution to Develop Royal Thai Army's Communication Channels for Strengthening People's Awareness
DATE: 11 September, 2024 **WORD COUNT :** 9,085 **PAGES :** 28
KEY TERMS: Communication Channels, Image, Royal Thai Army
CLASSIFICATION: Unclassified

This research has three objectives: Study the characteristics and patterns of the Royal Thai Army (RTA)'s communication channels that affect public perception, Study the problems and obstacles in developing the RTA's communication channels and determine the solution to develop RTA's communication channels for strengthening people's awareness. Using strategic research as specified by the Army War College. Accompany the analysis with demographic and confidence concepts and theories. Also use problem analysis with 8M management principles and SWOT. The research results are summarized as follows: 1) The RTA should develop personnel performing public relations duties to have more knowledge and ability. 2) Emphasis should be placed on the adoption of new technologies. 3) Integration between the public and private sectors, build good relationships with the media. 4) Analysis and evaluation of the RTA radio and television channels, the RTA radio station and the online media regularly. 5) Scale the organization to be small but efficient and become more professional. 6) Develop the welfare system for military officials at all levels, have the guidelines for growth in government service that are correct and appropriate and 7) Adjust the internal management system to be efficient, free from corruption and have good governance.

กิตติกรรมประกาศ

เอกสารวิจัยส่วนบุคคล เรื่อง แนวทางการพัฒนาช่องทางการสื่อสารของ กองทัพบก เพื่อเสริมสร้างการรับรู้ให้กับประชาชนฉบับนี้ สำเร็จลงได้ด้วยความกรุณาจาก คณาจารย์ของวิทยาลัยการทัพบกทุกท่าน ที่ได้ช่วยประสิทธิประสาทความรู้ในหลักสูตรหลักประจำ วิทยาลัยการทัพบก รวมถึงเอกสารการวิจัยส่วนบุคคลของนักศึกษาวิทยาลัยการทัพบก เอกสารการวิจัยส่วนบุคคลจากสถาบันต่าง ๆ และเอกสารวารสารวิชาการของ สถาบันการศึกษาที่เกี่ยวข้อง ที่สนับสนุนข้อมูลอันมีคุณค่าอย่างยิ่งในเชิงวิชาการตลอดทั้ง การทำวิจัย

ขอขอบพระคุณ พันเอกหญิง นवलสมร จรวงษ์ อาจารย์หัวหน้ากอง กองสังคม จิตวิทยา ส่วนวิชาความมั่นคงแห่งชาติและยุทธศาสตร์ วิทยาลัยการทัพบก ที่กรุณาเป็น อาจารย์ที่ปรึกษา ให้คำแนะนำ ให้แนวทาง และตรวจสอบต้นฉบับอย่างละเอียด จนทำให้ งานวิจัยนี้เสร็จสมบูรณ์

ขอขอบพระคุณ พันเอก สรยุทธ คัยนันท์ รองผู้อำนวยการกองยุทธการ กองทัพบกที่ 1 ที่กรุณาเป็นผู้ทรงคุณวุฒิที่ปรึกษา ซึ่งได้ให้ความช่วยเหลือและให้ คำแนะนำอันเป็นประโยชน์ในการทำวิจัยครั้งนี้เป็นอย่างสูง

สารบัญ

เนื้อหา	หน้า
บทที่ 1 บทนำ	
ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์การวิจัย	3
กรอบแนวคิดการวิจัย	4
วิธีการศึกษา	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	6
บทที่ 2 บทวิเคราะห์	
การวิเคราะห์ลักษณะและรูปแบบช่องทางการสื่อสารของกองทัพบก	7
แนวคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์	9
แนวคิดและทฤษฎีด้านความเชื่อมั่น	11
การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางยุทธศาสตร์ในการพัฒนาช่องทาง การสื่อสารของกองทัพบก	15
การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในโดยใช้ 8M	15
การวิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคโดยใช้ SWOT Analysis	17
แนวทางการพัฒนาช่องทางการสื่อสารของกองทัพบกเพื่อเสริมสร้าง การรับรู้ให้กับประชาชน	19
บทที่ 3 บทอภิปรายผล	23
บทที่ 4 บทสรุป	
สรุปผลการวิจัย	27
ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้	27
ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป	28
เอกสารอ้างอิง	
ประวัติย่อผู้วิจัย	

บทที่ 1

บทนำ

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

จากแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ.2561-2580) ด้านความมั่นคง มีเป้าหมายการพัฒนาที่สำคัญ คือ “ประเทศชาติมั่นคง ประชาชนมีความสุข” เน้นการบริหารจัดการสถานะแวดล้อมของประเทศให้มีความมั่นคง ปลอดภัย เอกราช อธิปไตย และมีความสงบเรียบร้อยในทุกกระดับ ตั้งแต่ระดับชาติ สังคม ชุมชน มุ่งเน้นการพัฒนาคน เครื่องมือเทคโนโลยี และระบบฐานข้อมูลขนาดใหญ่ให้มีความพร้อมสามารถรับมือกับภัยคุกคามและภัยพิบัติได้ทุกรูปแบบ และทุกระดับความรุนแรง ควบคู่ไปกับการป้องกันและแก้ไขปัญหาด้านความมั่นคงที่มีอยู่ในปัจจุบัน และที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคต ใช้กลไกการแก้ไขปัญหบบบูรณาการทั้งกับส่วนราชการ ภาคเอกชน ประชาสังคม และองค์กรที่ไม่ใช่รัฐรวมถึงประเทศเพื่อนบ้านและมิตรประเทศทั่วโลกบนพื้นฐานของหลักธรรมาภิบาล¹

แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติประเด็นความมั่นคง ถือเป็นกรอบแนวทางการดำเนินการหลัก ที่จะนำไปสู่จุดหมายปลายทางในภาพรวมที่เป็นรูปธรรมชัดเจนในระยะ 20 ปี ตามที่ยุทธศาสตร์ชาติด้านความมั่นคงได้กำหนดเอาไว้ซึ่งก็คือ “ประเทศชาติมั่นคง ประชาชนมีความสุข” โดยมีเป้าหมายสำคัญในประเด็นที่ 2 คือ กองทัพ หน่วยงานด้านความมั่นคง ภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน มีความพร้อมในการป้องกันและแก้ไขปัญหาความมั่นคง²

และจากแผนปฏิบัติการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2567 ของกองทัพบก ที่มุ่งเน้นให้พัฒนาระบบงาน โดยนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ และให้มีการสร้างนวัตกรรมภายในหน่วยงาน เพื่อพัฒนาการปฏิบัติงานให้มีความทันสมัย โดยให้ริเริ่มการเผยแพร่กิจกรรมการปฏิบัติ หรือแจ้งข้อมูลที่อยู่ในความสนใจของกำลังพล ผ่านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศในรูปแบบต่าง ๆ และให้ส่วนราชการของกองทัพบก³ โดยเฉพาะข้อ 14 ที่เน้นการจัดให้มีการประชาสัมพันธ์เสริมสร้างการรับรู้ให้กับประชาชน ได้รับทราบความสำคัญของการเป็นทหารที่มีเกียรติ และความภาคภูมิใจ รวมถึงสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ ที่ได้รับเมื่อเข้ารับราชการ⁴

กองทัพบกเป็นหน่วยงานหลักด้านความมั่นคง เป็นเครื่องมือของรัฐบาลในการต่อสู้กับภัยคุกคามรูปแบบต่าง ๆ ของชาติ และกองทัพบกถือได้ว่าเป็นองค์กรของรัฐที่มีขนาดใหญ่ มีพันธกิจในการเตรียมกำลัง และใช้กำลัง มีวัตถุประสงค์มูลฐาน 6 ประการ ได้แก่ (1) พิทักษ์ ปกป้อง และเทิดทูนสถาบันพระมหากษัตริย์ (2) การป้องกันประเทศ (3) การรักษาความมั่นคงภายในและการรักษาความสงบเรียบร้อยภายในประเทศ (4) การพัฒนาประเทศและการช่วยเหลือประชาชน (5) การเสริมสร้างความร่วมมือทางทหารกับมิตรประเทศ และ (6) การสนับสนุนนโยบายของรัฐบาลในมิติต่าง ๆ⁵

แต่จะเห็นได้ว่าปัญหาความมั่นคงภายในประเทศที่สำคัญอย่างหนึ่งในปัจจุบันยังคงเป็นปัญหาความขัดแย้งของคนในชาติ จากกลุ่มคนที่มีทัศนคติและความคิดที่แตกต่างกันทางการเมือง⁶ มีการเคลื่อนไหวในทุก ๆ ช่องทาง ทั้งในโลกความเป็นจริงและทางโลกไซเบอร์เสมือนเดียว มุ่งเป้าโจมตีผู้ที่ไม่เห็นต่างจากตน ส่งผลกระทบต่อความสามัคคีปรองดองของคนภายในชาติ ซึ่งกองทัพบกก็ได้ตกอยู่ในสถานะที่เป็นเป้าโจมตีตามไปด้วย เนื่องด้วยกองทัพบกเป็นเครื่องมือของรัฐที่ถูกใช้ในการแก้ปัญหาของชาติในทุกมิติ ทำให้เกิดการกระทบกระทั่งกับกลุ่มประชาชนที่มีความเห็นต่างกับรัฐบาลมาโดยตลอด รวมถึงประชาชนบางกลุ่มไม่ต้องการการปกครองที่เกิดจากการกระทำรัฐประหารของรัฐบาลที่มาจากทหารอีกด้วย และในอดีตที่ผ่านมา ทุกครั้งที่เกิดการกระทำรัฐประหารหรือการยึดอำนาจการปกครองจากรัฐบาลเดิม กองทัพบกก็ตกเป็นจำเลยของสังคมมาโดยตลอด เมื่อประชาชนเกิดความไม่พอใจต่อกองทัพบกแล้ว ก็ย่อมจะหาเหตุผลต่าง ๆ นานา ที่จะมาโจมตีกองทัพบกให้เสื่อมเสียชื่อเสียง ไม่ว่าจะเป็นการจับผิดหรือด้อยค่ากำลังพลนับตั้งแต่ระดับพลทหารจนถึงระดับผู้บังคับบัญชาในระดับสูงในกองทัพบก การมุ่งตรวจสอบการทำงานต่าง ๆ ในทุกภารกิจของกองทัพบกด้วยความไม่ไว้วางใจเชื่อใจ ส่งผลให้ทางกองทัพบกจำเป็นต้องออกแนวทางในการที่จะแก้ไขปัญหาดังกล่าว เพื่อสร้างให้ประชาชนเกิดความเชื่อมั่นในภาพลักษณ์ของกองทัพบกให้ดียิ่งขึ้น ทำให้ประชาชนเกิดทัศนคติที่ดีต่อกองทัพบกที่มุ่งมองผลประโยชน์ส่วนรวมของชาติเป็นหลัก ซึ่งเครื่องมือหนึ่งของกองทัพบกที่มีความสำคัญ และมีการใช้งานทั้งในอดีตจนถึงปัจจุบันในการเข้าถึงประชาชนชาวไทย นั่นก็คือ การสื่อสารประชาสัมพันธ์ของกองทัพบกเอง

แนวทางการพัฒนาช่องทางการสื่อสารของกองทัพบกเพื่อเสริมสร้างการรับรู้ให้กับประชาชน เพื่อพัฒนาความเชื่อมั่นของประชาชนที่มีต่อภาพลักษณ์ของกองทัพบก

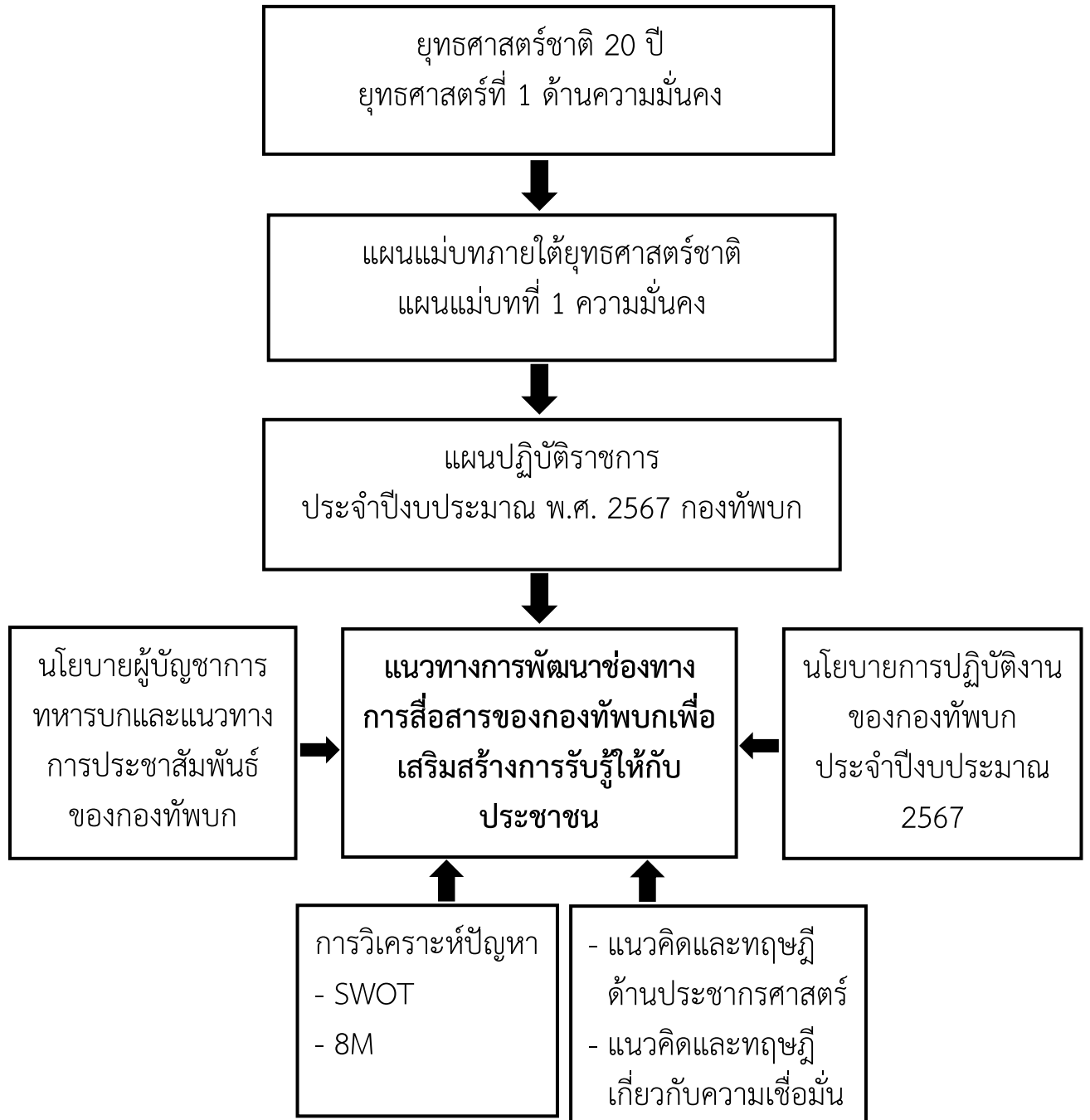
จึงเป็นสิ่งสำคัญ ที่จะช่วยลดความขัดแย้งจากผู้เห็นต่าง สร้างความสามัคคีให้เกิดแก่คนภายในชาติ เสริมสร้างภาพลักษณ์ของกองทัพบกให้มีความชัดเจนยิ่งขึ้น เสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีอยู่แล้วให้มีความเข้มแข็งมากขึ้น และแก้ไขภาพลักษณ์ที่เสียไป⁷ เพื่อให้ประชาชนได้ตระหนักเห็นถึงความสำคัญของการมีอยู่ของกองทัพบก มีความรักและชื่นชมในกองทัพบก มีความเชื่อมั่นในกระบวนการปฏิบัติงานต่าง ๆ ของกองทัพบก เสริมสร้างขวัญและกำลังใจให้กับข้าราชการ พนักงาน ลูกจ้างที่ปฏิบัติหน้าที่อยู่ในกองทัพบก ให้มีความภาคภูมิใจและรักในองค์กรของตน

ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาลักษณะและรูปแบบช่องทางการสื่อสารของกองทัพบกที่มีผลต่อการรับรู้ของประชาชน ศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาช่องทางการสื่อสารของกองทัพบก เพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาช่องทางการสื่อสารของกองทัพบก ในการที่จะเสริมสร้างการรับรู้ให้กับประชาชน ขยายผลการสื่อสารประชาสัมพันธ์ให้มีความกว้างขวาง เกิดการรับรู้ และเสริมสร้างความเข้าใจอันดีให้กับประชาชน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะและรูปแบบช่องทางการสื่อสารของกองทัพบกที่มีผลต่อการรับรู้ของประชาชน
2. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาช่องทางการสื่อสารของกองทัพบก
3. เพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาช่องทางการสื่อสารของกองทัพบกเพื่อเสริมสร้างการรับรู้ให้กับประชาชน

กรอบแนวคิดการวิจัย



วิธีการศึกษา

1. รูปแบบการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงยุทธศาสตร์ตามที่วิทยาลัยการทัพบกกำหนด โดยใช้รูปแบบวิธีการศึกษาเชิงเอกสาร

2. ขอบเขตการศึกษา

2.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา ผู้วิจัยได้ศึกษาลักษณะและรูปแบบช่องทางการสื่อสารของกองทัพบก ปัญหาและอุปสรรคในการประชาสัมพันธ์ของกองทัพบก

2.2 การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาเพื่อหาแนวทางการพัฒนาช่องทางการสื่อสารของกองทัพบกเพื่อเสริมสร้างการรับรู้ให้กับประชาชน โดยมีระยะเวลาในการวิจัยตั้งแต่วันที่ ธันวาคม 2566 – เมษายน 2567

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วย

3.1 เอกสารที่เกี่ยวข้อง ได้แก่

3.1.1 ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561 – 2580)

3.1.2 แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ประเด็นความมั่นคง

3.1.3 ยุทธศาสตร์กองทัพบก พ.ศ. 2560 - 2579

3.1.4 แผนปฏิบัติการประจำปีงบประมาณ 2567 กองทัพบก

3.1.5 นโยบายผู้บัญชาการทหารบก และแนวทางการประชาสัมพันธ์ของกองทัพบก

3.1.6 นโยบายการปฏิบัติงานของกองทัพบก ประจำปีงบประมาณ 2567

3.1.7 การวิเคราะห์ SWOT (SWOT Analysis)

3.1.8 หลักการบริหาร 8M

3.1.9 แนวคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์

3.1.10 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความเชื่อมั่น

3.2 เอกสารทางวิชาการ ได้แก่ เอกสารการวิจัยส่วนบุคคลของนักศึกษาวิทยาลัยการทัพบก เอกสารการวิจัยส่วนบุคคลจากสถาบันต่าง ๆ และเอกสารวารสารวิชาการของสถาบันการศึกษาที่เกี่ยวข้อง

3.3 ข้อมูลจากเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่เกี่ยวข้อง

4. การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้กรอบการคิดเชิงยุทธศาสตร์สำหรับการวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูล ด้วยการใช้ SWOT Analysis และหลักการบริหาร 8M รวมถึงแนวคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์ และแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความเชื่อมั่น ให้เหมาะสมและสอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาช่องทางการสื่อสารของกองทัพบกเพื่อเสริมสร้างการรับรู้ให้กับประชาชน

5. ขั้นตอนการดำเนินงาน

กิจกรรม \ ระยะเวลา	ธ.ค. 66	ม.ค. 67	ก.พ. 67	มี.ค. 67	เม.ย. 67	พ.ค. 67	มิ.ย. 67
เลือกเรื่องและกำหนดหัวข้อการวิจัย	↔						
สอบการนำเสนอโครงร่างเอกสารวิจัย		↔					
ศึกษาค้นคว้าที่มาของปัญหา		↔	↔				
การวิเคราะห์, สังเคราะห์ข้อมูล				↔			
การสรุปผลการวิจัย					↔		
การนำเสนอผลการวิจัย						↔	
จัดทำรูปเล่ม							↔

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบลักษณะและรูปแบบช่องทางการสื่อสารของกองทัพบกที่มีผลต่อการรับรู้ของประชาชน
2. ทราบปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาช่องทางการสื่อสารของกองทัพบก
3. สามารถกำหนดแนวทางการพัฒนาช่องทางการสื่อสารของกองทัพบกเพื่อเสริมสร้างการรับรู้ให้กับประชาชน

บทที่ 2

บทวิเคราะห์

การวิจัยเรื่องนี้มุ่งเน้นการหาแนวทางการพัฒนาช่องทางการสื่อสารของ กองทัพบกเพื่อเสริมสร้างการรับรู้ให้กับประชาชน ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาลักษณะและ รูปแบบช่องทางการสื่อสารของกองทัพบก ที่มีผลต่อการรับรู้ของประชาชนในปัจจุบัน ตลอดจนศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาช่องทางการสื่อสารของกองทัพบก เพื่อ ค้นหาแนวทางในการที่จะพัฒนาช่องทางการสื่อสารของกองทัพบกให้ดียิ่งขึ้น และเป็น การเสริมสร้างการรับรู้ให้กับประชาชน ขยายผลการสื่อสารประชาสัมพันธ์ของกองทัพบกให้ กว้างขวางขึ้น เพื่อให้เกิดการรับรู้ไปสู่ประชาชนให้มากที่สุด มุ่งไปสู่การเสริมสร้างความ เข้าใจอันดีให้กับประชาชน ผู้วิจัยจึงได้รวบรวมแนวคิดและทฤษฎีต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง มาใช้ ในการวิเคราะห์เชิงยุทธศาสตร์ตามที่วิทยาลัยการทัพบกกำหนด

การวิเคราะห์ลักษณะและรูปแบบช่องทางการสื่อสารของกองทัพบก

ช่องทางสื่อ หรือ ช่องทางการสื่อสาร (media or channel) เป็นองค์ประกอบที่ สำคัญประการหนึ่งในการสื่อสาร หมายถึง สิ่งที่เป็นพาหนะของสาร ทำหน้าที่นำสารจากผู้ ส่งสารไปยังผู้รับสาร ผู้ส่งสารต้องอาศัยสื่อหรือช่องทางทำหน้าที่นำสารไปสู่ผู้รับสาร^๘ ในการ สื่อสารประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อใด ๆ ขององค์กรต่าง ๆ ในปัจจุบันนั้น ยังคงยึดถือตามหลัก ของการประชาสัมพันธ์ 3 ประการด้วยกัน คือ การบอกกล่าวหรือชี้แจงเผยแพร่ให้ทราบ การป้องกันและแก้ไขความเข้าใจผิด และการสำรวจประชามติ องค์กรจะดำเนินการ ประชาสัมพันธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ จะต้องรู้ถึงความรู้สึกนึกคิดของประชาชน จะต้องทราบ ว่าประชาชนต้องการอะไร ไม่ต้องการอะไร ชอบหรือไม่ชอบในสิ่งไหน ตลอดจนท่าทีต่าง ๆ ที่ ประชาชนมีต่อองค์กรของเรา เพื่อองค์กรจะสามารถตอบสนองสิ่งต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับ ความรู้สึกนึกคิดและความต้องการของประชาชน^๙

ช่องทางการสื่อสารของกองทัพบกในปัจจุบัน ในที่นี้ผู้วิจัยจะขอกกล่าวถึงเฉพาะ ช่องทางการสื่อสารของกองทัพบกที่มุ่งเน้นในการเข้าถึงประชาชนเป็นหลัก ไม่รวมช่องทาง

การสื่อสารทางยุทธศาสตร์ของกองทัพ เช่น ระบบโครงข่ายต่าง ๆ ที่ใช้ในทางยุทธการหรือยุทธวิธีมารวมด้วย ซึ่งช่องทางการสื่อสารของกองทัพในปัจจุบัน ประกอบด้วย

1. สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก (ททบ.)
2. เว็บไซต์กองทัพบก (<https://rta.mi.th>)
3. จดหมายทั่วไป
4. จดหมายอิเล็กทรอนิกส์/อีเมลล์
5. โทรศัพท์
6. วารสาร/สิ่งพิมพ์
7. สถานีวิทยุกองทัพบก
8. สื่อออนไลน์/โซเชียลมีเดียแพลตฟอร์ม เช่น Facebook (กองทัพบก Royal Thai Army), Twitter (กองทัพบก Royal Thai Army), Instagram (royal thaiarmy_pr), YouTube, TikTok
9. กองกิจการพลเรือนทหารบก (กร.ทบ.)
10. สำนักงานเลขานุการกองทัพบก (สลก.ทบ.)
11. ศูนย์ประชาสัมพันธ์กองทัพบก
12. กองพันปฏิบัติการจิตวิทยา หน่วยบัญชาการสงครามพิเศษ (พัน.ปจว.นสศ.)
13. หน่วยขึ้นตรงของกองทัพบก และกำลังพลกองทัพบกทุกนาย

ซึ่งช่องทางการสื่อสารของกองทัพเหล่านี้ ตามนโยบายของผู้บัญชาการทหารบก และแนวทางการประชาสัมพันธ์ของกองทัพ มุ่งเน้นให้หน่วยในกองทัพที่ใช้เพื่อดำเนินการสื่อสารประชาสัมพันธ์ ชี้แจงข้อเท็จจริง และสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับภารกิจต่าง ๆ ของกองทัพ ดำรงและส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดี รวมทั้งสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างกองทัพกับทุกภาคส่วน เพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นและความไว้วางใจ อันจะนำไปสู่การสนับสนุน และให้ความร่วมมือในการดำเนินงานของกองทัพ รวมถึงการกระจายข้อมูลข่าวสารสำคัญ ที่อาจส่งผลกระทบต่อชีวิตและทรัพย์สินของประชาชน ทั้งในภาวะปกติและภาวะไม่ปกติหรือภาวะสงคราม โดยให้ประชาชนเกิดความพึงพอใจ และเชื่อมั่นในกองทัพ¹⁰ มุ่งเน้นให้พัฒนาระบบงาน โดยนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ ริเริ่มการเผยแพร่กิจกรรมการปฏิบัติ หรือแจ้งข้อมูลที่อยู่ในความสนใจของกำลังพลผ่านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศในรูปแบบต่าง ๆ และให้ส่วนราชการของกองทัพทุกหน่วย

มีหน้าที่สำคัญที่จะต้องสนับสนุนข้อมูลที่มีผลกระทบต่อ ภาพลักษณ์ของกองทัพบก ให้กับ ทีมงานโฆษกกองทัพบกอย่างทันต่อสถานการณ์ เพื่อเป็นการดำรงรักษาภาพลักษณ์ที่ดี ให้กับกองทัพบก รวมทั้งสร้างการรับรู้และความเข้าใจที่ถูกต้อง มุ่งเน้นการให้ข้อเท็จจริงกับ สาธารณชน และขจัดปัญหาการสร้างข้อมูลข่าวสารอันเป็นเท็จ (Fake News) ที่จะส่งผลกระทบต่อ การปฏิบัติภารกิจของกองทัพบก ให้ประชาชนได้รับข้อมูลข่าวสาร และมีส่วนร่วมในการ แสดงความคิดเห็นจากมุมมองหลาย ๆ ด้าน นอกจากนี้ การประชาสัมพันธ์ของกองทัพบก ให้มุ่งเน้นการประชาสัมพันธ์ผลงานการช่วยเหลือประชาชน ของกำลังพลและส่วนราชการ ของกองทัพบก มากกว่าการประชาสัมพันธ์กิจกรรมของผู้บังคับบัญชาชั้นสูง¹¹

ความรับผิดชอบในการสื่อสารประชาสัมพันธ์ของกองทัพบก แบ่งเป็น 3 ระดับ ได้แก่

1. ระดับกองทัพบก โดยกรมกิจการพลเรือนทหารบก (กร.ทบ.) ที่มีหน้าที่วางแผน อำนวยการ ประสานงาน และกำกับดูแล การสื่อสารประชาสัมพันธ์ของทุกส่วนในกองทัพบก โดยให้สำนักงานเลขานุการกองทัพบก และศูนย์ประชาสัมพันธ์กองทัพบก รับผิดชอบในการ ดำเนินการสื่อสารประชาสัมพันธ์ในภาพรวมของกองทัพบก

2. ระดับกองทัพภาค โดยกองกิจการพลเรือนกองทัพภาค และศูนย์ประชาสัมพันธ์ กองทัพภาค รวมทั้งกองกิจการพลเรือนและฝ่ายกิจการพลเรือนของหน่วยขึ้นตรงกองทัพภาค รับผิดชอบจัดทำแผนและดำเนินการสื่อสารประชาสัมพันธ์ต่อกลุ่มเป้าหมายในพื้นที่ รับผิดชอบ โดยใช้สื่อประชาสัมพันธ์ที่มีอยู่ตามขีดความสามารถ และให้มีความสอดคล้อง กับแผนการสื่อสารประชาสัมพันธ์ของกองทัพบก

3. ระดับหน่วยขึ้นตรงกองทัพบก (เว้นกองทัพภาค) รับผิดชอบจัดทำแผน และ ดำเนินการสื่อสารประชาสัมพันธ์กิจกรรมของหน่วยต่อกลุ่มเป้าหมาย ใช้สื่อประชาสัมพันธ์ ที่มีอยู่ตามขีดความสามารถ ประสานและส่งข้อมูลให้กับกองทัพภาคและกองทัพบก เพื่อ ขยายผลการสื่อสารประชาสัมพันธ์ให้มีความกว้างขวางมากยิ่งขึ้น¹²

แนวคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์

ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ เป็นความหลากหลายด้านภูมิหลังของ บุคคล ซึ่งได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ลักษณะโครงสร้างของร่างกาย ความอาวุโสในการ ทำงาน เป็นต้น โดยจะแสดงถึงความเป็นมาของแต่ละบุคคลจากอดีตถึงปัจจุบัน ในหน่วยงาน

หรือในองค์กร ประกอบด้วยพนักงานหรือบุคลากรในระดับต่าง ๆ ซึ่งมีลักษณะพฤติกรรม การแสดงออกที่แตกต่างกัน มีสาเหตุมาจากความแตกต่างทางด้านประชากรศาสตร์ หรือ ภูมิหลังของบุคคลนั่นเอง

ประชากรศาสตร์ หมายถึง การวิเคราะห์ประชากรในเรื่อง ขนาด โครงสร้าง การกระจายตัว และการเปลี่ยนแปลงประชากรในเชิงที่สัมพันธ์กับปัจจัยทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมอื่น ๆ ปัจจัยทางประชากรอาจเป็นได้ทั้งสาเหตุและผลของ ปรากฏการณ์ทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม¹³

ทฤษฎีประชากรศาสตร์ที่นำมาวิเคราะห์ในการวิจัยนี้ ผู้วิจัยเห็นว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์เป็นลักษณะที่สำคัญ คนที่มีลักษณะประชากรศาสตร์แตกต่างกัน จะมี ลักษณะทางจิตวิทยาต่างกันไปด้วย โดยวิเคราะห์จากปัจจัยอันได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา และรายได้

เพศ : สังคมปัจจุบันมีความพยายามที่จะทำให้เกิดความเท่าเทียมในเรื่องของ เพศ และเทคโนโลยีการติดต่อสื่อสารที่พัฒนาไปอย่างรวดเร็ว เข้าถึงได้ง่าย และไร้ พรมแดน ทำให้ไม่เกิดข้อจำกัดมากนักในการเปิดรับข่าวสารทั้งมวล และสื่อต่าง ๆ ของ กองทัพบกไม่ได้แบ่งแยกเพศ ในการสื่อสารประชาสัมพันธ์ไปยังประชาชน การเปิดรับ ข่าวสารนั้น ๆ ขึ้นอยู่กับความสนใจและการเลือกรับข่าวสารของแต่ละบุคคลมากกว่า

อายุ : เมื่อก้าวถึงกองทัพบก ประชาชนทุกช่วงอายุจะนึกถึงคำว่าทหาร ซึ่งมี หน้าที่ในการพิทักษ์รักษา เอกราช อธิปไตย เกียรติภูมิผลประโยชน์ของชาติ ตลอดจนการ ช่วยเหลือประชาชน โดยประชาชนที่มีอายุมากกว่ามีแนวโน้มที่จะเห็นด้วยกับกองทัพบก ในภารกิจการปกป้องอธิปไตยและผลประโยชน์ของชาติ และการรักษาความสงบเรียบร้อย ของประเทศ รวมไปถึงเรื่องของการป้องกันสถาบันพระมหากษัตริย์ มากกว่ากลุ่มที่อายุ น้อยกว่า ทั้งนี้เมื่อเปรียบเทียบประชาชนเป็นช่วงกลุ่มอายุ ประชาชนที่มีอายุมากกว่า 60 ปี จะให้ความสำคัญกับเรื่องของการปกป้องสถาบันพระมหากษัตริย์มากที่สุด ประชาชนที่มีอายุ ระหว่าง 46 ถึง 60 ปี จะให้ความสำคัญกับการปกป้องอธิปไตยและการรักษาผลประโยชน์ ของชาติมากกว่ากลุ่มอื่น กลุ่มประชาชนที่มีอายุตั้งแต่ 46 ปีลงไป มีทั้งเห็นด้วยและไม่เห็นด้วย ในภารกิจของกองทัพบก ส่วนกลุ่มประชาชนที่มีอายุ 15-25 ปี จะไม่ค่อยเห็นด้วยในทุก ๆ ด้าน¹⁴

การศึกษา : คนที่มีการศึกษาสูงจะได้เปรียบอย่างมากในการรับรู้การสื่อสารที่ดี เพราะเป็นผู้มีความรู้กว้างขวาง และสามารถเข้าใจสารได้ดีกว่าคนที่การศึกษาน้อย แต่จะ

เป็นคนที่ไม่เชื่ออะไรง่าย ๆ หากไม่มีหลักฐานหรือเหตุผลเพียงพอ ในขณะที่คนมีการศึกษาน้อย มักจะใช้สื่อประเภทวิทยุ โทรทัศน์ ภาพยนตร์ และโซเชียลมีเดียในการรับข่าวสารและวิเคราะห์ตามด้วยความรู้ที่มีของตน และง่ายต่อการชักจูงมากกว่าคนที่มีการศึกษาสูง

รายได้ : ในการวิเคราะห์ประชากรด้านรายได้กับความสามารถในการรับรู้ ข้อมูลการสื่อสารประชาสัมพันธ์ของกองทัพบก ควรต้องมองไปถึงปัจจัยอื่น ๆ ตามไปด้วย ประชากรที่มีรายได้น้อยหรือมีหนี้สินมากจะมุ่งแต่หาเลี้ยงชีพตนเอง อาจจะไม่มีความสนใจในเรื่องข้อมูลข่าวสารรอบตัว แต่ก็สามารถเป็นกระบอกเสียงให้กับกองทัพบกได้ในหลาย ๆ ภารกิจที่ทางกองทัพบกได้ออกไปช่วยเหลือประชาชนกลุ่มนี้ เช่นการสร้างที่อยู่อาศัยให้ การมอบสิ่งของอุปโภคบริโภคให้ เป็นต้น ส่วนประชากรที่มีรายได้สูง ค่อนข้างจะมีการรับรู้สื่อ และข่าวสารมากกว่า จะมองกองทัพบกตามความคิดเห็นส่วนตัวเป็นหลัก

กล่าวโดยสรุปคือ ประชากรที่มีเพศต่างกัน จะมีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อ ไม่ว่าจะ เป็น สื่อบุคคล วิทยุ โทรทัศน์ สิ่งพิมพ์หรืออินเทอร์เน็ต ไม่แตกต่างกันมากนักอย่างมีนัยสำคัญ ส่วนประชากรที่มีอายุต่างกัน มีการศึกษาแตกต่างกัน รวมถึงมีรายได้ต่างกัน จะมีความแตกต่างในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมากกว่า แต่โดยส่วนใหญ่ประชาชนของประเทศ ยังคงคิดถึงภาพลักษณ์ของกองทัพบกในฐานะที่เป็นหน่วยงานซึ่งมีหน้าที่ในการปกป้อง ค้ำครอง ปกป้องอธิปไตยของชาติ ปกป้องสถาบันกษัตริย์ และดูแลคุ้มครองประชาชนในฐานะรัฐของชาติ และในยามที่ประเทศเกิดปัญหาหรือวิกฤตต่าง ๆ ประชาชนยังคงคาดหวัง และคิดถึงบทบาทของกองทัพบกในการช่วยเหลือประชาชน ซึ่งในสายตาของประชาชนชาวไทยโดยทั่วไป ทหารยังคงเป็นผู้ที่มีความเสียสละ มีความอดทน มีระเบียบวินัย แข็งแรง และปฏิบัติตามคำสั่งผู้บังคับบัญชาอย่างเคร่งครัด

แนวคิดและทฤษฎีด้านความเชื่อมั่น

ตามพจนานุกรม Webster's Dictionary ให้คำนิยามของความเชื่อมั่นว่าเป็น การกระทำที่แสดงถึงความไว้วางใจ (Confiding) ความเชื่อใจ (Trusting) มีความเชื่อถือหรือความศรัทธาในบางสิ่งบางอย่าง

ความน่าเชื่อถือ สามารถสร้างขึ้นได้จากการรับรู้ถึงความจริง ความถูกต้อง โดยการประสานสอดคล้องกันระหว่างคำพูด ทำที่การปฏิบัติ ทั้งนี้การทำให้กลุ่มเป้าหมายเชื่อถือในสิ่งที่ฝ่ายเราสื่อออกไป ถือเป็นสิ่งที่สำคัญในการปฏิบัติการให้เกิดผลสัมฤทธิ์สูงสุด ซึ่งอาศัย

ความมีคุณธรรม จริยธรรม ประกอบกับสิ่งที่ต้องการสื่อออกไปนั้นเป็นความจริง ถือเป็น ยุทธศาสตร์การสื่อสารที่ดีที่สุดในการสร้างความน่าเชื่อถือ รวมถึงการอาศัยตัวบุคคล ที่มีชื่อเสียง เช่น ดารา นักร้องหรือผู้นำทางความคิด มาสื่อสารในสิ่งที่ต้องการ นับว่าเป็นปัจจัยหนึ่ง ที่สำคัญ ในการสร้างความน่าเชื่อถือในการสื่อสารทางยุทธศาสตร์

สามารถสรุปความหมายของความเชื่อมั่นได้ว่า หมายถึง ความเชื่อถือใน ความสามารถ ความเชี่ยวชาญ และความตั้งใจจริงของบุคคลหรือหน่วยงาน จนทำให้เกิด ความเต็มใจหรือยินยอมให้บุคคลหรือหน่วยงานนั้น กระทำการใด ๆ ให้แก่ตนเองตามที่ คาดหวังไว้ โดยพร้อมยอมรับผลประโยชน์และความเสียหาย อันเกิดจากการกระทำดังกล่าว

Paine K.D. ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับความเชื่อมั่นของบุคคลที่มีต่อองค์กรและ ได้นำเสนอมิติของความเชื่อมั่นของบุคคลที่มีต่อองค์กร ว่าประกอบไปด้วย

1. สมรรถนะ (Competence) หมายถึง ความเชื่อถือในสมรรถนะหรือความสามารถ ขององค์กรในการที่จะดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดสัมฤทธิ์ผล
2. ความซื่อสัตย์ (Integrity) หมายถึง ความเชื่อว่าองค์กรสามารถดำเนินงานด้วยความ เสมอภาคและเท่าเทียม
3. ความน่าเชื่อถือ (Reliability) หมายถึง ความเชื่อว่าองค์กรจะดำเนินงานตามที่ได้ รับปากหรือสัญญาว่าจะปฏิบัติ
4. ความเปิดเผยและคุณธรรม (Openness and Honesty) หมายถึง การให้ความสำคัญ ในการสื่อสารถึงข้อมูลข่าวสารที่เหมาะสมและจำเป็นแก่ผู้รับบริการ
5. การยอมรับความเสียหาย (Vulnerability) หมายถึง การรับรู้ของบุคคลที่มีต่อการ ยอมรับถึงผลกระทบหรือความเสียหาย ที่อาจจะเกิดขึ้นจากการดำเนินงานขององค์กร
6. การห่วงใยต่อผู้รับบริการหรือพนักงาน (Concern for Employees) หมายถึง การรับรู้ ถึงความห่วงใย ความเห็นอกเห็นใจ ความเมตตา อันเป็นความสัมพันธ์อันดีระหว่างกัน
7. การระบุอัตลักษณ์ร่วมกัน (Identification) หมายถึง ระดับของการที่ทุกฝ่ายมี เป้าประสงค์หรือจุดมุ่งหมายร่วมกัน หรือมีความเชื่อร่วมกัน
8. การมีส่วนร่วมในการควบคุม (Control Mutuality) หมายถึง การรับรู้ถึงระดับของ อำนาจของแต่ละฝ่ายที่มีความไม่เท่าเทียมกัน
9. ความพึงพอใจ (Satisfaction) หมายถึง ระดับของความพึงพอใจต่อผล และสัมพันธ์ กับคุณภาพของผล ที่ได้รับจากการดำเนินงาน

10. ความผูกพัน (Commitment) หมายถึง ระดับการรับรู้ในการให้ความสำคัญถึงความสัมพันธ์หรือความผูกพันระหว่างกัน ยิ่งให้ความสำคัญต่อระดับความผูกพันสูงมากเพียงใด ก็จะมีแนวโน้มต่อระดับความเชื่อมั่นเพิ่มมากขึ้น¹⁵

ความเชื่อมั่นต่อองค์กร เป็นความรู้สึก ความมั่นใจของประชาชน และภาคส่วนที่เกี่ยวข้องที่มีต่อองค์กรนั้น อันเป็นผลจากการทำงานที่มีประสิทธิภาพของบุคลากรในองค์กร ความเชื่อมั่นนี้จะเกิดขึ้นได้ต้องมาจากความน่าเชื่อถือ ซึ่งทำให้องค์กรเป็นที่ยอมรับ และสามารถขับเคลื่อนไปต่อได้ในอนาคต หากไม่มีความน่าเชื่อถือเกิดขึ้นแล้ว ความเชื่อมั่นก็ย่อมจะไม่เกิดขึ้น จะเห็นได้ว่าความเชื่อมั่นนั้นสำคัญกับองค์กรทุกประเภท โดยเฉพาะองค์กรภาครัฐที่มีหน้าที่สำคัญในการทำงานเพื่อประชาชน อย่างไรก็ตาม ความน่าเชื่อถือนั้น ไม่ได้มีความสำคัญเพียงแต่ชื่อเสียง หรือผลงานที่ได้คุณภาพเท่านั้น องค์กรประกอบในภาพรวมไม่ว่าจะเป็นจะภาพลักษณ์ขององค์กร สภาพแวดล้อม ภารกิจ ตลอดจนบุคลากรขององค์กร ล้วนแล้วแต่มีความสำคัญต่อการสร้างความเชื่อมั่นให้เกิดขึ้น

ประชาชนจะนึกถึงบทบาทและอำนาจหน้าที่ของกองทัพบก ในด้านการรักษาเอกราช อธิปไตย และความมั่นคงของประเทศ ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน โดยในด้านการปกป้องอธิปไตยและความมั่นคงของประเทศนั้น เป็นการป้องกันการรุกรานจากประเทศเพื่อนบ้านและประเทศอื่น ๆ ปกป้องจากภัยคุกคามในทุกรูปแบบ นอกจากนี้ประชาชนยังนึกถึงกองทัพบกที่มีความพร้อมในด้านอาวุธยุทโธปกรณ์ กำลังพล งบประมาณ และมีความเชี่ยวชาญในด้านจิตวิทยา บ้างก็ใช้คำว่านึกถึงแสนยานุภาพของกองทัพบก นอกจากนี้ประชาชนยังนึกถึงบทบาทของทหารที่ช่วยเหลือประชาชนในทุกรูปแบบในเวลาที่ประเทศประสบกับภัยพิบัติต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านการรักษาพยาบาล การขนส่งลำเลียงอาหารและยารักษาโรค การเข้าถึงพื้นที่ยากลำบาก การพัฒนาในพื้นที่หมู่บ้านห่างไกล การป้องกันยาเสพติด และการค้ามนุษย์ เป็นต้น จนมีการสะท้อนว่ากองทัพบกเป็นเสมือนพระเอกขี่ม้าขาว¹⁴

แต่ในปัจจุบัน ประชาชนก็ยังจะนึกถึงบทบาทของกองทัพบกในทางการเมืองและการบริหารประเทศอีกด้วย จากการที่กองทัพบกเป็นส่วนหนึ่งของการกระทำรัฐประหารที่ผ่านมาในทุกยุคทุกสมัย รวมทั้งยังมีการแต่งตั้งบุคคลสำคัญที่เป็นผู้ที่มีตำแหน่งทางการทหารเข้ามาบริหารประเทศ ทำให้ประชาชนมีความรู้สึกว่าการทหารหาประโยชน์ให้แก่ตนเองและพวกพ้อง เห็นว่ากองทัพบกมีบทบาททางการเมืองมากเกินไป

ประเด็นที่ประชาชนมักจะนึกถึงเมื่อกล่าวถึงกองทัพบก คือ ความลับและงบลับ โดยให้เหตุผลว่ากองทัพบกมีงบลับในระบบงบประมาณแผ่นดินเป็นจำนวนหนึ่งที่ค่อนข้างสูง และเป็นการดำเนินการที่ไม่สามารถชี้แจงและเปิดเผยในรายละเอียด รวมทั้งไม่สามารถติดตามหรือประเมินผลการใช้จ่ายงบประมาณได้ มีส่วนทำให้เกิดความไม่โปร่งใส และไม่ได้รับความไว้วางใจจากประชาชนและสังคม แม้ว่าทางกองทัพบกจะได้มีการสื่อสารประชาสัมพันธ์ภารกิจต่าง ๆ ของกองทัพบก การออกมาตอบโต้หรือชี้แจงการปฏิบัติที่เป็นที่สงสัยของประชาชน รวมถึงหมั่นนำเสนอภาพลักษณ์ของกองทัพบกในการให้ความช่วยเหลือประชาชนในทุกช่องทาง ให้ประชาชนในประเทศได้รับรู้และเข้าใจในกองทัพบก อยู่เสมอมา แต่ประชาชนก็ยังมองเสมือนว่าเป็นการแก้ตัว แก้ต่าง เป็นการสร้างภาพหลอกลวงประชาชน ซึ่งปัญหาต่าง ๆ เหล่านี้ ผู้วิจัยมองว่าน่าจะเกิดจากการที่ประชาชนเกิดความไม่พอใจที่สะสมมาจากอดีตจนถึงปัจจุบัน ในด้านที่เกี่ยวข้องกับการเมืองและการปกครองเสียมาก หลัก ๆ แล้วจะมาจากกรณีที่กองทัพบกมักจะเป็นต้นเหตุในการกระทำรัฐประหารในประเทศนั่นเอง รวมถึงการทุจริตไม่โปร่งใส ไม่สามารถตรวจสอบได้ ที่ทำร้ายภาพลักษณ์ของกองทัพบกจนถึงทุกวันนี้ เพราะประชาชนทั่วไปโดยเฉพาะคนรุ่นใหม่ที่อยู่ในโลกของประชาธิปไตย อยู่ในโลกของอินเทอร์เน็ตและโซเชียล จะต่อต้านการกระทำแบบเผด็จการเป็นอย่างมาก และยิ่งเมื่อเกิดการกระทำรัฐประหารขึ้นแล้ว ทางกองทัพบกยังจัดให้ตัวบุคคลทางทหารระดับสูงได้เข้าไปดำรงตำแหน่งทางการเมืองเพื่อการบริหารประเทศ ซึ่งประชาชนทั่วไปมองว่าไม่เหมาะสมเป็นอย่างยิ่ง และผลของการบริหารประเทศที่เกิดขึ้นจากกลุ่มบุคคลดังกล่าวที่เป็นนักการทหารมาก่อน ไม่ได้เชี่ยวชาญในด้านการบริหารปกครองระดับประเทศ ประชาชนมองว่าทำให้เกิดผลเสียต่อประชาชนมากกว่าเกิดผลดี ดังจะเห็นได้จากการที่มีกลุ่มมวลชนออกมาประท้วงต่อกองทัพบกอยู่เสมอ รวมไปถึงหน้าที่ของกองทัพบกที่ต้องสนับสนุนรัฐบาลในทุกมิติ ทำให้เกิดความขัดแย้งกับประชาชนที่เห็นต่าง และไม่เห็นด้วยกับรัฐบาลอยู่เป็นประจำ เป็นเหตุให้ภาพลักษณ์ของกองทัพบกแย่งลง

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางยุทธศาสตร์ในการพัฒนาช่องทางการสื่อสารของกองทัพบก

จากช่องทางการสื่อสารของกองทัพบกในปัจจุบันที่ทางผู้วิจัยได้กล่าวมาแล้วในข้างต้น จะเป็นเครื่องมือที่สำคัญของกองทัพบกในการที่จะสื่อสารประชาสัมพันธ์ สร้างการรับรู้ที่ดี ที่ถูกต้องให้กับประชาชน ผู้วิจัยจะใช้หลักการวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์แบบ SWOT Analysis¹⁶ และหลักการบริหาร 8M¹⁷ เข้ามาช่วยในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางยุทธศาสตร์ ในการพัฒนาช่องทางการสื่อสารของกองทัพบก เพื่อให้เห็นภาพของปัญหาได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในโดยใช้ 8M

1. Man : กองทัพบกเป็นองค์กรที่มีขนาดใหญ่ มีบุคลากรหรือกำลังพลภายใต้การบังคับบัญชาอยู่เป็นจำนวนมาก กำลังพลของกองทัพบกส่วนใหญ่มีความภาคภูมิใจในอาชีพของตน เป็นผู้ที่มีระเบียบวินัย พร้อมปฏิบัติตามคำสั่งของผู้บังคับบัญชาอย่างเคร่งครัด กองทัพบกควรที่จะต้องกำหนดผู้รับผิดชอบภารกิจด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์ให้ชัดเจน มอบหมายภารกิจให้กับหน่วยงาน บุคคลหรือทีมงานที่รับผิดชอบ และคอยกำกับดูแลอย่างใกล้ชิดให้เป็นไปตามนโยบายของผู้บังคับบัญชาที่ตั้งไว้ หมั่นพัฒนาบุคลากรและทีมงานที่ปฏิบัติหน้าที่ ให้มีองค์ความรู้ มีทักษะขีดความสามารถอย่างสม่ำเสมอ

2. Money : งบประมาณเป็นจุดเริ่มต้นและเป็นแรงขับเคลื่อนของภารกิจใด ๆ ก็ตาม เป็นปัจจัยหลักที่ต้องนำไปจัดสรรให้กับค่าใช้จ่ายในการทำงานด้านต่าง ๆ ทั้งค่าตอบแทนกำลังพล เบี้ยเลี้ยง ค่าวัสดุยุทธโปกรณ์ โดยเฉพาะเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่มีราคาสูง การจัดสรรงบประมาณที่มีอยู่อย่างจำกัดตามลำดับความเร่งด่วน และการวางแผนการใช้จ่ายงบประมาณที่ดี จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้ภารกิจในการสื่อสารประชาสัมพันธ์ของกองทัพบกมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผล

3. Material : ยุทธโปกรณ์ถือเป็นปัจจัยสำคัญในการทำงาน หากไม่มียุทธโปกรณ์ ภารกิจนั้นอาจจะล่าช้า หรือไม่สามารถทำให้ประสบผลสำเร็จได้เลย ผู้บังคับบัญชาจึงจำเป็นที่จะต้องวิเคราะห์ พิจารณา จัดหายุทธโปกรณ์ที่เหมาะสมและเพียงพอต่อภารกิจด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์ของกองทัพบกให้เป็นไปตามที่ต้องการ แต่

ปัญหาที่สำคัญในการจัดหายุทธโธปกรณ์ใด ๆ ยังคงเกี่ยวข้องกับงบประมาณที่ได้รับอยู่ดี ยิ่งยุทธโธปกรณ์ที่มีขีดความสามารถในการทำงานที่สูง ก็ยิ่งจะมีราคาแพงตามไปด้วย

4. Management : กองทัพบกจะต้องมีแผนและนโยบายการสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ที่ถูกต้อง เป็นมาตรฐาน สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมและเป้าหมายที่กำหนด สร้างระเบียบแบบแผนรวมถึงขั้นตอนการปฏิบัติงานที่ชัดเจน และหาแนวทางปรับปรุงแก้ไขเมื่อพบอุปสรรคหรือข้อขัดข้องที่เกิดขึ้นระหว่างการปฏิบัติงาน พร้อมทั้งควบคุม กำกับดูแล ให้อำนาจหรือกำลังพลได้ปฏิบัติตามตามขั้นตอนที่กำหนด รวมถึงเข้าใจใน วัตถุประสงค์ของกองทัพบก เพื่อให้การปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และป้องกันการ เกิดข้อบกพร่องใด ๆ ที่จะตามมา

5. Market : เป็นที่จำหน่ายสินค้าและบริการ ในที่นี้จะหมายถึงช่องทางการ สื่อสารของกองทัพบกเป็นหลัก กองทัพบกควรที่จะต้องดำเนินการทางการตลาด คือการ วิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อนของตนให้ชัดเจน เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันหรือการ ให้บริการ นำไปสู่การวางแผนและพัฒนาการวางกลยุทธ์ มีกระบวนการ ความถี่ การรูก การโต้ตอบในการสื่อสารประชาสัมพันธ์ ตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย สร้างความ พึงพอใจและรักษาความสัมพันธ์อันดีในระยะยาว

6. Machine : ใช้ผลิตสื่อและการให้บริการรวมถึงเทคโนโลยีที่ใช้ เป็น ฟันเฟืองในการปฏิบัติงานที่จะขาดไม่ได้ กองทัพบกจำเป็นต้องวิเคราะห์พิจารณาว่าภารกิจ ในการสร้างการรับรู้ให้กับประชาชนนี้ ต้องใช้เครื่องมืออะไรในการปฏิบัติ จำนวนมากน้อย เพียงใด สมควรจัดซื้อจัดหาเพิ่มเติมหรือไม่อย่างไร รวมถึงหมั่นตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ ให้ อยู่ในสภาพพร้อมใช้งานเสมอ หากเครื่องมือไม่พร้อมในการปฏิบัติงานจะทำอย่างไร หากชำรุด จะใช้เวลาในการซ่อมบำรุงหรือจัดหาทดแทนเป็นเวลานานเท่าใด

7. Method : เป็นการบริหารจัดการองค์กรให้ทันต่อเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นทั้งใน ปัจจุบันและอนาคต ทันต่อความเปลี่ยนแปลงทางสังคม เศรษฐกิจ การเมือง สภาพแวดล้อม จนถึงเทคโนโลยี วิธีการ หรือขั้นตอนในการดำเนินงานของกองทัพบก ที่จะ วางเป้าหมาย กำหนดวัตถุประสงค์ทิศทางการทำงานที่ชัดเจน และวิธีการแก้ไขปัญหาที่ อาจเกิดขึ้น พร้อมทั้งการประเมินผลการดำเนินงาน การประเมินการใช้ทรัพยากรของ กองทัพบกอย่างคุ้มค่า และมีประสิทธิภาพ

8. Minute : เมื่อกองทัพบกส่งสารผ่านสื่อที่ต้องการไปในเวลาที่เหมาะสม ทันเวลา ก็จะมีผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการได้ การควบคุม กำกับดูแล การติดตามการปฏิบัติงาน การประสานงานต่าง ๆ ให้เป็นไปตามเวลา จึงเป็นสิ่งที่กองทัพบก ต้องให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก

วิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคโดยใช้ SWOT Analysis

1. การวิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อน (ปัจจัยภายใน)

จุดแข็ง : นโยบายการปฏิบัติงานของกองทัพบกด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์ สอดรับต่อยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ด้านความมั่นคงในทุกระดับ ผู้บังคับบัญชาของ กองทัพบกให้ความสำคัญต่องานด้านการประชาสัมพันธ์ มีการกำหนดหน่วยงานรับผิดชอบ มีการจัดโครงสร้างอย่างเป็นระบบ มีนโยบายรองรับเพื่อใช้เป็นแนวทางในการประชาสัมพันธ์ ช่องทางในการดำเนินงานด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์หลากหลาย มีเครือข่ายติดต่อทั้ง หน่วยงานภายในและภายนอกกองทัพบกเป็นอย่างดี วัฒนธรรมองค์กรเข้มแข็ง มีสายการ บังคับบัญชาชัดเจน มีการให้คุณให้โทษตามตัวบทกฎหมาย กองทัพบกเองยังมีช่องทางการ สื่อสารถึงประชาชนที่หลากหลาย เป็นองค์กรขนาดใหญ่ บุคลากรภาคภูมิใจในอาชีพของตน มีความรับผิดชอบต่อนหน้าที่ มีวินัย พร้อมปฏิบัติตามคำสั่งของผู้บังคับบัญชา มีการพัฒนา บุคลากรอย่างสม่ำเสมอ มีการติดตามเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไป และนำมาประยุกต์ใช้ใน ด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์

จุดอ่อน : บุคลากรในหน่วยงานขาดความรู้ความเข้าใจ ไม่เข้าใจระบบงาน และไม่เห็นความสำคัญของการสื่อสารประชาสัมพันธ์ที่ผู้บังคับบัญชากำหนด คิดว่าเป็น ภาระงานที่เพิ่มขึ้น ขาดแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ขาดการอัปเดตหรือปรับปรุงข้อมูล ข่าวสารที่นำเสนอต่อประชาชนอย่างสม่ำเสมอ การบูรณาการร่วมกันระหว่างหน่วยงานยังไม่สมบูรณ์ ขาดความเป็นเอกภาพ ไม่เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ต่างคนต่างนำเสนอผลงาน ของหน่วยตนเอง มีแต่ภาพการนำเสนอการปฏิบัติงานของผู้บังคับบัญชาของตน การผลิตสื่อ ของกองทัพบกไม่น่าสนใจ ขาดการดำเนินงานเชิงรุก ทำให้ประชาชนเกิดความเบื่อหน่าย บุคลากรในสายงานสื่อสารประชาสัมพันธ์ขาดแคลนองค์ความรู้อย่างที่ควรจะเป็น ไม่มีความ ชำนาญในการออกแบบสาร ขาดการจัดการองค์ความรู้ การทำงานเป็นทีมยังน้อย ภาระ งานอาจตกอยู่ที่ผู้ปฏิบัติเพียงไม่กี่คน ปริมาณงานไม่สมดุลกับบุคลากร ตัวชี้วัดผลการ

ปฏิบัติงานไม่ชัดเจน ทรัพยากรในการปฏิบัติงานไม่ทั่วถึง ไม่ว่าจะเป็นส่วนบุคลากร เทคโนโลยี และงบประมาณ ขาดการต่อยอดและเผยแพร่องค์ความรู้ที่ถูกใจประชาชน ส่งผลให้ทำซ้ำแต่เรื่องเดิม ๆ ไม่มีความแปลกใหม่ ไม่มีการวิเคราะห์เชื่อมโยงข้อมูลการดำเนินงานที่ต่อเนื่องและเป็นระบบ วัฒนธรรมองค์กรของกองทัพบกทำให้เกิดภาพลักษณ์ของทหารซึ่งเป็นผู้ที่มีระเบียบวินัย เข้มแข็งอดทน ปฏิบัติตามคำสั่งผู้บังคับบัญชาอย่างเคร่งครัด ทำให้ไม่สามารถเปลี่ยนแปลงตนเองให้เข้าถึงประชาชนได้โดยง่าย การประสานงานระหว่างผู้ที่มียศแตกต่างกันประสบปัญหาในด้านการให้ความร่วมมือ ทำให้เกิดความล่าช้าติดขัด การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างเจ้าหน้าที่ด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์ของกองทัพบกกับสื่อมวลชนยังไม่ดีเท่าที่ควร สื่อมวลชนชอบนำเสนอแต่ข่าวที่เกิดภาพลักษณ์ในแง่ลบต่อกองทัพบก รวมถึงการนำเสนอข่าวกำลังพลเสื่อมของกองทัพบก ทำให้ภาพลักษณ์และความเชื่อมั่นที่กองทัพบกพยายามสร้างมาเสียหาย เป็นการยากต่อการแก้ไขชื่อเสียงที่เสียไป

2. การวิเคราะห์โอกาสและอุปสรรค (ปัจจัยภายนอก)

โอกาส : แผนนโยบายพื้นฐานแห่งรัฐที่มุ่งไปสู่ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี กฎหมายหลายฉบับ รวมถึงรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2560 ให้ความสำคัญกับการสื่อสารประชาสัมพันธ์ของภาคส่วนต่าง ๆ อย่างชัดเจน รวมทั้งการส่งเสริมการใช้สื่อออนไลน์ และเครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างสร้างสรรค์ นำเสนอตัวอย่างของการมีคุณธรรม จริยธรรม และการมีจิตสาธารณะ เพื่อปลูกฝังค่านิยมที่พึงประสงค์ การพัฒนาของเทคโนโลยี ความก้าวหน้าของอุปกรณ์ที่ทันสมัยและหลากหลาย ทำให้ช่องทางการสื่อสารเพิ่มขึ้น ข้อมูลข่าวสารสามารถส่งถึงประชาชนได้โดยตรงและมีความรวดเร็ว มีการสื่อสารสองทางที่สามารถรับฟังความคิดเห็นของประชาชนได้ทันเหตุการณ์ กองทัพบกมีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารการปฏิบัติภารกิจของตนให้ประชาชนได้รับทราบทุกช่องทาง รวมถึงสื่อสังคมออนไลน์ ทำให้ได้รับความชื่นชมจากประชาชน ตลอดจนได้รับความร่วมมือจากพันธมิตรภาคเอกชน ภาครัฐ สื่อมวลชน และสังคมอย่างต่อเนื่อง ทำให้เกิดความเชื่อมั่นศรัทธาต่อการปฏิบัติภารกิจ และเกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อกองทัพบก

อุปสรรค : กองทัพบกมีความเกี่ยวข้องกับทางการเมืองอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ เพราะเป็นเครื่องมือในการปฏิบัติงานของรัฐในทุกมิติ ประชาชนมีความคิดว่าทหารมักชอบ

แทรกแซงการเมือง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการกระทำรัฐประหารยึดอำนาจการปกครองใน
 ทุก ๆ ครั้งที่ผ่านมา ล้วนเกี่ยวข้องกับกองทัพบกทั้งสิ้น ทำให้ประชาชนเกิดความไม่พึง
 พอใจ เชื่อว่าอำนาจรัฐถูกใช้เพื่อผลประโยชน์ของคนบางกลุ่ม ทหารมักถูกมองว่ามียศ มี
 ตำแหน่ง ทำตัวอยู่เหนือกฎหมาย มีการโจมตีกองทัพบกว่ามีผลประโยชน์ร่วมในการจัดทำ
 โครงการหรือกิจกรรมต่าง ๆ เชื่อว่ากองทัพบกมีการทุจริตคอร์รัปชัน อีกทั้งยังถูกมองว่า
 กองทัพบกก้าวร้าวงานของหน่วยงานอื่นอีกด้วย เทคโนโลยีไร้พรมแดนสมัยใหม่ทำให้เกิด
 ภัยคุกคามที่มีความหลากหลายและซับซ้อนมากขึ้น มีอาชญากรรมทางไซเบอร์สูงขึ้น
 ข่าวสารเท็จ ข่าวลวง มีปริมาณมากขึ้นและแพร่กระจายอย่างรวดเร็ว ขาดการตรวจสอบ
 ข้อเท็จจริง กลุ่มคนที่เห็นต่างและไม่ชอบในกองทัพบกใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นเครื่องมือ
 ใจแฉเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่บิดเบือนความเป็นจริง ทำให้เกิดความเสียหายต่อกองทัพบก
 เสถียรภาพของรัฐบาลที่ไม่สามารถครองเสียงข้างมาก ความขัดแย้งของผู้เห็นต่างทางสังคม
 และการเมือง ความแตกแยกของประชาชน ทำให้ประเทศขาดความสงบสุข มีผลกระทบต่อการ
 ทำงานในทุกระดับ ความเหลื่อมล้ำทางสังคม รายได้ และการศึกษา ทำให้การรับรู้ข้อมูล
 ข่าวสารประชาสัมพันธ์ของกองทัพบกเกิดการตีความที่ไม่เหมือนกัน ประชาชนขาดความ
 เข้าใจในการดำเนินงานของกองทัพบก ต้นทุนการผลิตสื่อโทรทัศน์มีราคาสูง ประชาชน
 ขาดความสนใจในสื่อโทรทัศน์ของกองทัพบกด้วยความมีอคติ อีกทั้งรายการสื่อโทรทัศน์
 ของกองทัพบกไม่น่าสนใจ ประชาชนไม่มั่นใจ ขาดความเชื่อมั่นต่อข่าวสารของกองทัพบก
 และเชื่อว่ากองทัพบกพยายามที่จะป้อนข้อมูลที่เข้าข้างฝ่ายตน เรตติ้งรายการทีวีของ
 ททบ. ลดลงอย่างต่อเนื่อง การเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของสังคมสมัยใหม่ทำให้ค่านิยมที่ดั่งงาม
 หายไป ศีลธรรมและวัฒนธรรมเสื่อมถอย ประเพณีดั้งเดิมถูกบิดเบือน สังคมไทยมีความเป็น
 วัตถุนิยม เด็กไม่เชื่อฟังผู้ใหญ่ ลูกไม่เชื่อฟังพ่อแม่ นักเรียนไม่เคารพครูอาจารย์ เป็นต้น

แนวทางการพัฒนาช่องทางการสื่อสารของกองทัพบกเพื่อเสริมสร้างการรับรู้ ให้กับประชาชน

จากการศึกษาเชิงเอกสาร และด้วยการวิเคราะห์การวิจัยเชิงยุทธศาสตร์ตามที่
 กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยมีแนวทางการพัฒนาช่องทางการสื่อสารของกองทัพบกเพื่อ
 เสริมสร้างการรับรู้ให้กับประชาชน ดังนี้

ด้วยแนวนโยบายพื้นฐานแห่งรัฐ กฎหมาย รวมถึงรัฐธรรมนูญ พ.ศ. 2560 ที่ให้ความสำคัญและสนับสนุนการสื่อสารประชาสัมพันธ์ของภาคส่วนต่าง ๆ อย่างชัดเจน กองทัพบกควรที่จะมีการพัฒนากำลังพลที่ปฏิบัติหน้าที่ในการสื่อสารประชาสัมพันธ์ให้มีความรู้ความสามารถมากขึ้น ให้กำลังพลในกองทัพบกเองมีความรู้ความเข้าใจในจุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์ทางการประชาสัมพันธ์ที่ผู้บังคับบัญชาต้องการ เพิ่มแรงจูงใจในการปฏิบัติงานให้กับผู้ใต้บังคับบัญชา อีกทั้งการพัฒนาของเทคโนโลยีด้าน IT ที่ทันสมัยและหลากหลาย กองทัพบกควรให้ความสำคัญกับการจัดหาเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้งาน มีการอัปเดตหรือปรับปรุงข้อมูลข่าวสารที่จะนำเสนอต่อประชาชนอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง มีการบูรณาการร่วมกันระหว่างหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน มีการนำเสนอที่ทันสมัย น่าสนใจ ใช้เทคโนโลยีรวมถึงแนวคิดใหม่ ๆ เข้ามาช่วย ใช้การปฏิบัติงานเชิงรุกและเชิงรับ ที่มีประสิทธิภาพ มีตัวชี้วัดชัดเจน เมื่อเห็นว่าการปฏิบัติใดมีประสิทธิภาพให้มีการต่อยอด และเผยแพร่องค์ความรู้ที่สำเร็จนั้นไปให้ทั่วถึงผู้ปฏิบัติงาน มีการวิเคราะห์และประเมินผลในการตอบสนองของประชาชนอย่างสม่ำเสมอ (Check Rating) โดยเฉพาะช่องทางสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก สถานีวิทยุกองทัพบก และสื่อออนไลน์ ซึ่งเป็นช่องทางสำคัญที่สามารถเผยแพร่สารที่ต้องการไปสู่ประชาชนได้เป็นจำนวนมาก จัดสายการบังคับบัญชาให้ชัดเจน สร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างองค์กรทั้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชน รวมไปถึงสื่อมวลชนทุก ๆ สำนัก ดำเนินมาตรการแก้ไขหรือกำจัดกำลังพลเสื่อมให้หมดไปจากองค์กร

กำลังพลทหารกองประจำการหรือทหารเกณฑ์ที่เข้ามาอยู่ในกองทัพบก ถือเป็นช่องทางในการสื่อสารไปสู่ครอบครัวและชุมชนที่ดี ควรที่จะอบรมปลูกฝังคุณธรรม จริยธรรม ระเบียบวินัย ความรักในชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์ และประชาชน อย่างถูกต้องเหมาะสม ดำเนินการสร้างแบบอย่างที่ดี น่าชื่นชม ไม่คดโกงเอาเปรียบ ตั้งแต่ระดับหน่วยที่เกี่ยวข้องในการคัดเลือกทหารใหม่ หน่วยฝึกทหารใหม่ จนไปถึงหน่วยที่ทหารกองประจำการเข้ารับราชการ ซึ่งให้เห็นถึงสิทธิผลประโยชน์ที่ทหารกองประจำการพึงจะได้รับเมื่อเข้ารับราชการทหาร หาแนวทางที่จะทำให้ทหารกองประจำการปฏิบัติงานอย่างมีความสุข มีความภาคภูมิใจที่ได้เข้ารับราชการทหาร เพราะทหารกองประจำการเหล่านี้เมื่อกลับไปพักบ้านหรือปลดประจำการกลับเข้าไปสู่ชุมชนของตนเอง จะเป็นกระบอกเสียงที่ดีเยี่ยมประการหนึ่งในการที่จะเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของกองทัพบก และแก้ไขภาพลักษณ์ที่เสียไป ช่องทางสื่อสารต่าง ๆ ของกองทัพบกควรที่จะเน้นในการนำเสนอภาพ

ของทหารกองประจำการที่ปฏิบัติงานอย่างมีความสุข และมีความภาคภูมิใจที่ได้เข้ามารับราชการทหาร สอดแทรกความตลกขบขันแต่มีสาระและให้ความรู้ ตามที่กระแสวิงคอมในยุคปัจจุบันชื่นชอบ มุ่งเน้นการเข้าสู่ระบบการรับราชการทหารแบบสมัครใจโดยที่ไม่ต้องบังคับให้ได้

กองทัพบกเองก็ควรที่จะทำองค์กรให้มีภาพลักษณ์ที่ดี พัฒนาบุคลากรที่เป็นทหารมืออาชีพ มีความรู้ที่จำเป็นต่อกองทัพบกในมิติต่าง ๆ รอบรู้ทางด้านสังคม เศรษฐกิจ การเมือง เทคโนโลยี รวมถึงมีองค์ความรู้ที่ทันสมัยที่จำเป็นในปัจจุบัน ปรับขนาดองค์กรให้มีขนาดเล็กลงแต่มีประสิทธิภาพ ทำให้กองทัพบกมีความกระชับและมีความเป็นอาชีพมากขึ้น ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมในการสร้างความมั่นคงปลอดภัย ให้แก่ประชาชน พัฒนาระบบสวัสดิการของข้าราชการทหารทุกระดับชั้น มีแนวทางการเติบโตในการรับราชการที่ถูกต้องเหมาะสม ปรับทัศนคติของบุคลากรไม่ให้กดขี่รังแกชั้นผู้น้อยหรือรุ่นน้อง เร่งแก้ปัญหาเรื่องทหารรับใช้ที่บ้านข้าราชการทหารชั้นผู้ใหญ่ ปรับปรุงแก้ไขเรื่องระบบการลงโทษให้เป็นมาตรฐาน มีคุณธรรม จริยธรรม ปรับบทบาทและการวางตัวในทางการเมือง เน้นภารกิจตามกรอบอำนาจหน้าที่ ไม่ยุ่งเกี่ยวกับการเมืองหรือองค์กรอิสระ วางตัวเป็นกลางทางด้านการเมืองและการปกครอง ใช้อำนาจหน้าที่ในทางที่ถูกต้อง ปรับระบบการบริหารงานภายในให้มีประสิทธิภาพ ปราศจากการทุจริตคอร์รัปชัน ให้โปร่งใสตรวจสอบได้ มีธรรมาภิบาล ใช้งบประมาณแผ่นดินอย่างประหยัด มีการแจกแจงการใช้จ่ายงบประมาณต่อสาธารณะ เน้นการสื่อสารภารกิจต่าง ๆ ของกองทัพบกอย่างรอบด้าน สม่ำเสมอ เพื่อให้ประชาชนได้รับรู้ ได้เข้าใจ เป็นกองทัพบกของประชาชนที่ไม่ฝักใฝ่ในอำนาจใด ส่งเสริมให้กำลังพลมีความรู้ด้านประชาธิปไตยอย่างแท้จริง ทำให้ประชาชนมีความรู้สึกที่ดีต่อทหาร ทำให้ประชาชนรู้สึกมั่นคงปลอดภัย รู้สึกว่ากองทัพบกสามารถคุ้มครองประชาชน คุ้มครองเสรีภาพประชาชนได้ เป็นที่ไว้วางใจของประชาชน เปิดโอกาสให้ประชาชนได้ร่วมแสดงความคิดเห็น รับฟังความคิดเห็นของประชาชน รับฟังความคิดเห็นที่แตกต่าง เปิดโอกาสให้ประชาชนวิพากษ์วิจารณ์การทำงาน ยอมรับแล้วนำไปปรับปรุง เข้าถึงประชาชนมากขึ้น ดูแลประชาชนในพื้นที่มากขึ้นโดยไม่ต้องร้องขอ ไม่ควรคุกคามประชาชนหรือใช้ความรุนแรงในการแก้ไขปัญหา กล่าวโดยทั่วไปคือ ทางกองทัพบกต้องสร้างภาพลักษณ์ของตนให้ดีในสายตาของประชาชนนั่นเอง

กองทัพบกควรเน้นการสื่อสารกับประชาชนเป็นสำคัญ มีช่องทางสื่อสารกับประชาชนที่ถูกต้อง แม่นยำ และชัดเจน อาศัยสื่อที่หลากหลายทุกรูปแบบให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย เร่งสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องแก่ประชาชน มุ่งเน้นการประชาสัมพันธ์ทั้งเชิงรุกและรับ จัดสรรงบประมาณในการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ตามลำดับความเร่งด่วน และความเหมาะสม นำตัวอย่างของบุคลากรที่ดีในกองทัพมานำเสนอมากขึ้น ใช้ผู้นำทางความคิดในสังคม เช่น ดารานักร้อง นักแสดงที่มีชื่อเสียง มาถ่ายทอดสื่อที่ต้องการให้ประชาชนได้รับรู้ อีกทั้งกองทัพบกควรที่จะมีการศึกษากองทัพอื่น ๆ ทั้งภายในและนอกประเทศ เปรียบเทียบความเหมือนหรือข้อแตกต่างในการสื่อสารประชาสัมพันธ์ เพื่อนำไปพัฒนาสิ่งที่ยังด้อย นำสิ่งที่ควรแก้ไขไปปรับปรุง และเสริมสิ่งที่ดีอยู่แล้วให้มากขึ้น

รวมถึงการวางแผนการใช้งาน กองพันปฏิบัติการจิตวิทยา หน่วยบัญชาการสงครามพิเศษ (พัน.ปจว.นสศ.) อย่างเป็นระบบ เพราะเป็นหน่วยที่เหมาะสมในการเข้าถึงและสัมผัสกับประชาชน เนื่องด้วยมีภารกิจหนึ่งในการจัดคอนเสิร์ตสร้างความรื่นเริงไปยังภูมิภาคต่าง ๆ ทั่วประเทศ ประชาชนเริ่มรู้จักวงดนตรีและนักร้องประจำวงเป็นอย่างมาก ถือได้ว่าเริ่มที่จะมีชื่อเสียงติดหูชาวบ้าน นับเป็นโอกาสอันดีที่จะใช้ผลการปฏิบัตินี้เผยแพร่และสื่อสารในสิ่งที่กองทัพบกต้องการให้ประชาชนได้รับรู้รับทราบเป็นอย่างสูง

บทที่ 3

บทอภิปรายผล

หากผู้อ่านได้ติดตามข่าวสารบ้านเมืองของประเทศไทยอยู่เป็นประจำ จะเห็นถึงปัญหาความขัดแย้งต่าง ๆ ของคนภายในชาติมาโดยตลอด ปัญหาหนึ่งที่สามารถพบเห็นได้อยู่เป็นประจำนั่นก็คือ การที่ทหารถูกติสเครดิตรโดยประชาชนที่เห็นต่างและยังไม่เข้าใจในความจำเป็นและความสำคัญของการมีทหารไว้ภายในชาติ โดยเฉพาะในส่วนของกองทัพบกเองที่ตกเป็นเป้าโจมตีอยู่บ่อยครั้ง แม้ว่ากองทัพบกจะอยู่เคียงคู่กับชาติไทยมาอย่างยาวนาน และเป็นหน่วยที่ถูกกำหนดให้เพิ่มขึ้นตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย โดยในฉบับปัจจุบันเป็นฉบับ พุทธศักราช 2560 หมวด 5 หน้าที่ของรัฐ มาตรา 52¹⁸ ซึ่งโดยทั่วไป การทหารเป็นสิ่งที่ทุกประเทศทั่วโลกให้ความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง เพื่อที่จะพิทักษ์รักษาประเทศของตนไว้ หรือนำไปใช้ในการรุกรานประเทศอื่น เพื่อขยายอาณาเขตของตน หรือเพื่อต่อสู้ในความขัดแย้งระหว่างชาติ กองทัพบกของไทยได้ถือกำเนิดขึ้นมาอย่างยาวนานนับตั้งแต่สมัยสุโขทัยจากหลักฐานในศิลาจารึกหลักที่ 1 จนถึงสมัยกรุงรัตนโกสินทร์ ในพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 5 จึงได้เกิดการปฏิรูปการทหารครั้งใหญ่ขึ้น และกลายมาเป็นกองทัพบกอย่างที่เรารู้จักในปัจจุบัน เดิมประชาชนภายในชาติของเราก็ได้ให้การยกย่อง ให้การยอมรับนับถือกองทัพบกมาโดยตลอด ว่าเป็นที่พึ่งของชาติ เป็นที่พึ่งของประชาชน

แต่ในปัจจุบัน เนื่องจากการที่ประชาชนภายในชาติมีความขัดแย้ง มีความเห็นต่างในอุดมการณ์และความคิดมากขึ้น อาจคิดว่าโลกในยุคปัจจุบันจะไม่มีสงครามอีกต่อไป จึงมีคนอีกจำนวนมากที่คิดว่า “ทหารมีไว้ทำไม ถ้ามีสงครามขึ้นจริง ทหารไทยจะรบชนะหรือไม่” จะเห็นได้ว่าความเชื่อมั่นของประชาชนที่มีต่อกองทัพบกนั้นได้หายไป ซึ่งทางกองทัพบกเองก็ไม่ได้นั่งนอนใจในเรื่องดังกล่าว กองทัพบกได้ดำเนินมาตรการการสื่อสารประชาสัมพันธ์ไปยังช่องทางสื่อสารต่าง ๆ ของกองทัพบก เพื่อสร้างการรับรู้ในภาพลักษณ์ของกองทัพบกให้ดีมาโดยตลอด ไม่ว่าจะเป็นการประชาสัมพันธ์ในภารกิจหน้าที่ ผลงาน การชี้แจงข่าวสาร รวมไปถึงการช่วยเหลือประชาชน แต่ผลลัพธ์ที่ได้ก็

เหมือนว่ายังไม่เพียงพอต่อการเสริมสร้างภาพลักษณ์ของกองทัพบกในสายตาประชาชนเท่าไรนัก เพราะก็ยังมีผู้ที่ไม่ชอบในกองทัพบกอยู่ และพยายามที่จะโจมตีกองทัพบกด้วยช่องทางสื่อที่ทันสมัย เช่น ทางโซเชียลมีเดีย เป็นต้น ในการวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาช่องทางการสื่อสารของกองทัพบกเพื่อเสริมสร้างการรับรู้ให้กับประชาชน ถือว่ามีความสำคัญ เพราะจะสามารถพัฒนาช่องทางการสื่อสารของกองทัพบกให้ดียิ่งขึ้น สามารถส่งสารที่ทางกองทัพบกต้องการไปยังประชาชนได้เป็นจำนวนมากอย่างมีประสิทธิภาพ เสริมสร้างการรับรู้ให้กับประชาชนอย่างกว้างขวาง ก่อให้เกิดความเข้าใจที่ดีต่อการสร้างความร่วมมือ และการสนับสนุนจากกลุ่มประชาชนเป้าหมาย และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาลักษณะและรูปแบบช่องทางการสื่อสารของกองทัพบกที่ใช้งานอยู่ในปัจจุบัน พบว่าช่องทางการสื่อสารของกองทัพบกที่มีอยู่ สามารถครอบคลุมการสื่อสารประชาสัมพันธ์ไปสู่ประชาชนได้เป็นอย่างดี ดังนั้นปัญหาจึงไม่ได้เกิดมาจากช่องทางการสื่อสารที่ไม่เพียงพอ แต่เกิดจากการนำเสนอสารที่ยังไม่โดนใจประชาชน ไม่น่าสนใจ ไม่ถูกที่ถูกเวลาเสียมากกว่า สอดคล้องกับการศึกษาของ พันเอกหญิง จุฑารีย์ สวัสดิกุล¹⁹ ที่กล่าวว่า สำนักงานโฆษก กอ.รมน. ได้มีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเพื่อสร้างความรับรู้ให้กับประชาชนในหลายช่องทาง ไม่ว่าจะทำรายการในหลายรูปแบบ นำเสนอผ่านสื่อโทรทัศน์หรือการนำเสนอข้อมูลที่เป็นประโยชน์กับประชาชนในบริบทของ กอ.รมน. ผ่านทางสื่อออนไลน์ทางเพจเฟซบุ๊กของสำนักงานโฆษก กอ.รมน. เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและทัศนคติของประชาชน ทำให้รับทราบได้ว่าช่องทางการสื่อสารสามารถขยายได้อีกเนื่องจากมีกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย อาทิเช่น Instagram และ Twitter ที่เป็นที่น่าสนใจและยอมรับ ของวัยรุ่น นักเรียน นักศึกษา สำนักงานโฆษก กอ.รมน. จึงควรที่จะเพิ่มช่องทางการเผยแพร่ ข้อมูลข่าวสารและเพิ่มจำนวนประชาชนจากกลุ่มเป้าหมาย

ผลจากการวิจัยเพื่อหาแนวทางการพัฒนาช่องทางการสื่อสารของกองทัพบกเพื่อเสริมสร้างการรับรู้ให้กับประชาชน โดยการศึกษาลักษณะและรูปแบบช่องทางการสื่อสารของกองทัพบกที่มีผลต่อการรับรู้ของประชาชนในปัจจุบันว่าเป็นอย่างไร รวมถึงศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาช่องทางการสื่อสารของกองทัพบก สามารถสรุปได้ดังนี้

1. กองทัพบกต้องพัฒนาบุคลากร ยุทธโศปกรณ์ เทคโนโลยี งบประมาณ การบริหารจัดการ สายการบังคับบัญชา การบูรณาการร่วมจากทุกภาคส่วน ความสัมพันธ์อันดี

กับสื่อมวลชน การต่อต้านทางไซเบอร์ ให้มากขึ้น และลดความเกี่ยวข้องกับการเมืองลง เพื่อประสิทธิภาพในการสื่อสารประชาสัมพันธ์

2. กองทัพบกต้องปรับเปลี่ยนการคัดเลือกทหารกองประจำการหรือทหารเกณฑ์ให้เป็นไปด้วยความสมัครใจ ไม่ใช่ทหารกองประจำการในภารกิจที่ไม่ใช่ของกองทัพบก ดูแลใส่ใจ ส่งเสริม และให้สิทธิประโยชน์ที่พึงมีพึงได้ รวมถึงทำให้ทหารกองประจำการปฏิบัติงานอย่างมีความสุข มีความภาคภูมิใจที่ได้เข้ามารับราชการทหาร เพื่อเป็นกระบอกเสียงที่ดีของกองทัพบก ซึ่งสอดคล้องกับการให้สัมภาษณ์ของ พลเอกเจริญชัย หินเธาว์ ผู้บัญชาการทหารบก เรื่องนโยบายการเกณฑ์ทหารว่า ภายในปี 2571 กองทัพบกตั้งเป้าจะรับสมัครทหารให้ได้ 100% ซึ่งปัจจุบันทำได้อยู่ที่ 40% และในปีหน้าตั้งเป้าให้มีผู้สมัครเป็นทหาร 50 -60% ซึ่งถือเป็นสัญญาณบวกแสดงให้เห็นว่า เมื่อกองทัพมีการสมัครของทหารเข้ามาแล้วทหารเกณฑ์ก็จะถูกใช้เฉพาะในยามสงคราม

3. กองทัพบกต้องมีภาพลักษณ์ที่ดี ไม่ว่าจะ เป็นภาพลักษณ์ด้วยตัวองค์กรเอง ภาพลักษณ์ด้วยผู้บริหาร ภาพลักษณ์ด้วยผลงาน ภาพลักษณ์ด้วยการทำความดี และภาพลักษณ์ด้วยกำลังพลของกองทัพบก เพื่อลดอคติและสร้างความเชื่อมั่นให้กับประชาชน สอดคล้องกับการศึกษาของ นายนภัทร ชัยธราโชติ²⁰ ที่กล่าวว่า กลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์ของกองทัพบก เป็นปัจจัยสำคัญที่จะก่อให้เกิดความเข้าใจที่ดีต่อการสร้างความร่วมมือ และการสนับสนุนจากกลุ่มประชาชนเป้าหมายและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ดังนั้น กองทัพบกต้องกำหนดภาพลักษณ์ที่ดี น่าเชื่อถือ และสอดคล้องกับนโยบายยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี กลยุทธ์ที่สามารถสร้างภาพลักษณ์องค์กรได้ มาจากคำว่า ภาพลักษณ์ที่เกิดจาก อาคาร สถานที่ สภาพแวดล้อม การจัดสำนักงาน ยานพาหนะ เครื่องหมายประจำหน่วยงาน คำขวัญ แบบฟอร์ม หรือภาพรวมของกองทัพบก การสร้างภาพลักษณ์ด้วยผู้บริหาร เช่น เป็นผู้ที่เชี่ยวชาญด้านการบริหาร ความซื่อสัตย์สุจริต โปร่งใส การสร้างภาพลักษณ์ด้วยผลการประกอบการ ที่เน้นการมีส่วนร่วมเสริมสร้างเศรษฐกิจสังคม การสร้างภาพลักษณ์ด้วยการกระทำ ความดี ในรูปแบบของการสร้างประโยชน์ให้แก่สังคมในรูปแบบต่าง ๆ และการสร้างภาพลักษณ์ด้วยกำลังพล เพราะกำลังพลในกองทัพบกเปรียบเสมือนตัวแทนที่จะสร้างความประทับใจหรือความไม่พอใจให้แก่ผู้มาติดต่อกับกองทัพบก

4. กองทัพบกต้องให้ความสำคัญอย่างยิ่งในการนำเสนอสารที่น่าสนใจ ถูกใจ และโดนใจประชาชน พร้อมทั้งปล่อยสารนั้นออกไปอย่างถูกที่ถูกเวลา เพื่อกระตุ้นให้ประชาชนอยากติดตามข่าวสารของกองทัพบก สอดคล้องกับการศึกษาของ พันเอกหญิง ศุภรดา ศรีสุบรรณ ที่กล่าวว่า กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์เป็นสิ่งที่สมควรนำมาพิจารณาปรับใช้ให้เหมาะสม ซึ่งในการสร้างการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ จะต้องนำหลักวิชาการ/แนวคิดและองค์ประกอบเกี่ยวกับการสื่อสาร ซึ่งประกอบด้วย ผู้ส่งสาร (Source) สาร (Message) ช่องทางในการส่งสาร (Channel) และผู้รับสาร (Receiver) ประกอบกับนำแนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์มาดำเนินการตามกระบวนการประชาสัมพันธ์ เพื่อสื่อสารประชาสัมพันธ์องค์กรในรูปแบบต่าง ๆ ดังนั้น กองทัพบก จะต้องจัดทำเนื้อหา (Content) ให้น่าสนใจ มีรูปแบบการนำเสนอให้ตรงต่อความต้องการของผู้รับสาร

บทที่ 4

บทสรุป

จากปัญหาความขัดแย้งของคนในชาติ ลามไปถึงการที่ประชาชนเกิดความไม่พอใจต่อกองทัพบก ซึ่งผู้วิจัยเองได้ตั้งคำถามถึงลักษณะและรูปแบบช่องทางการสื่อสารของกองทัพบกที่มีผลต่อการรับรู้ของประชาชนในปัจจุบันว่าเป็นอย่างไร ปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาช่องทางการสื่อสารของกองทัพบกในปัจจุบันเป็นอย่างไร เพื่อที่จะนำไปสู่แนวทางการพัฒนาช่องทางการสื่อสารของกองทัพบกเพื่อเสริมสร้างการรับรู้ให้กับประชาชน ที่จะนำไปสู่การชื่นชมและการให้การยอมรับในกองทัพบกไทยของเรา โดยใช้การวิจัยเชิงยุทธศาสตร์ตามที่วิทยาลัยการทัพบกกำหนด ประกอบการวิเคราะห์ด้วยแนวคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์ แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความเชื่อมั่น SWOT Analysis และหลักการบริหาร 8M ทำให้ได้แนวทางการพัฒนาช่องทางการสื่อสารของกองทัพบกเพื่อเสริมสร้างการรับรู้ให้กับประชาชน ดังนี้

1. กองทัพบกต้องพัฒนาบุคลากร ยุทธโธปกรณ์ เทคโนโลยี งบประมาณ การบริหารจัดการ สายการบังคับบัญชา การบูรณาการร่วมจากทุกภาคส่วน ความสัมพันธ์อันดีกับสื่อมวลชน การต่อต้านทางไซเบอร์ และลดความเกี่ยวข้องกับการเมืองลง
2. กองทัพบกต้องปรับเปลี่ยนการคัดเลือกทหารกองประจำการหรือทหารเกณฑ์ ให้เป็นไปด้วยความสมัครใจ ไม่ใช่ทหารกองประจำการในภารกิจที่ไม่ใช่ของกองทัพบก
3. กองทัพบกต้องมีภาพลักษณ์ที่ดี
4. กองทัพบกต้องนำเสนอสารที่น่าสนใจ ถูกใจ และโดนใจประชาชน พร้อมทั้งปล่อยสารนั้นออกไปอย่างถูกที่ถูกลงเวลา

ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปประยุกต์ใช้

1. ผลการวิจัยนี้สามารถใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาช่องทางการสื่อสารของกองทัพบกเพื่อเสริมสร้างการรับรู้ของประชาชน ให้ดีขึ้นได้

2. การพัฒนาปรับปรุงช่องทางการสื่อสารประชาสัมพันธ์ของกองทัพบก ควรให้ความสำคัญเป็นอันดับต้น ๆ ถึงแม้จะมีปัญหาข้อขัดข้องในด้านปัจจัยตามที่ได้กล่าวไปแล้ว กองทัพบกควรจัดลำดับความเร่งด่วน และติดตามกำกับดูแลภารกิจด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์อย่างสม่ำเสมอ

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรที่จะมีการศึกษาวิจัยถึงการสื่อสารประชาสัมพันธ์ของประเทศเพื่อนบ้านใกล้เคียง หรือประเทศที่มีความโดดเด่นในด้านดังกล่าว เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในกองทัพบกไทย

2. ควรมีการศึกษาและวิจัยติดตามภาพลักษณ์ของกองทัพบกอย่างสม่ำเสมอ เพื่อเช็คความนิยมของกองทัพบก

เอกสารอ้างอิง

1. คณะกรรมการยุทธศาสตร์แห่งชาติ. ยุทธศาสตร์ (พ.ศ.2561-2580) [อินเทอร์เน็ต]. 2561 [เข้าถึงเมื่อ 16 ธันวาคม 2566] เข้าถึงได้จาก: https://www.ratchakitcha.soc.go.th/data/pdf2565/b/040/t_0001.pdf
2. แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ แผนแม่บทที่ 1 ความมั่นคง [อินเทอร์เน็ต]. 2561 [เข้าถึงเมื่อวันที่ 16 ธันวาคม 2566] เข้าถึงได้จาก: <http://nscr.nesdc.go.th/wp-content/Uploads/>
3. แผนปฏิบัติการราชการประจำปีงบประมาณ 2567 กองทัพบก. 2566
4. นโยบายการปฏิบัติการราชการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2567 ของกองทัพบก. 2566
5. กองทัพบก [อินเทอร์เน็ต]. 2566 [เข้าถึงเมื่อ 18 ธันวาคม 2566]. เข้าถึงได้จาก : <https://rta.mi.th/vision/>
6. ศุภรดา ศรีสุบรรณ, พันเอกหญิง. แนวทางพัฒนาการสื่อสารประชาสัมพันธ์ในยุคดิจิทัลของกองทัพบก เพื่อสนับสนุนงานด้านความมั่นคง [หลักสูตรหลักประจำวิทยาลัยการทัพบก ชุดที่ 68]. กรุงเทพฯ. 2566
7. สำรองทัศนคติและความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อภาพลักษณ์และความเชื่อมั่นของกองทัพบก ประจำปีงบประมาณ 2563 [อินเทอร์เน็ต]. 2566 [เข้าถึงเมื่อวันที่ 12 กุมภาพันธ์ 2567] เข้าถึงได้จาก: <https://repository.turac.tu.ac.th/handle/6626133120/911>
8. ช่องทางสื่อ [อินเทอร์เน็ต]. 2566 [เข้าถึงเมื่อวันที่ 12 กุมภาพันธ์ 2567] เข้าถึงได้จาก: //health4_1/more/lesson4/item10.php6/health4_1/more/lesson4/item10.php
9. แนะนำช่องทางการสื่อสารในปัจจุบัน และทิศทางในอนาคตจะเป็นอย่างไร. [อินเทอร์เน็ต]. 2566 [เข้าถึงเมื่อวันที่ 12 กุมภาพันธ์ 2567] เข้าถึงได้จาก:

<https://www.thaibulksms.com/blog/post/introducing-current-ommunication-channels-and-what-will-the-future-direction-be/>

10. นโยบายผู้บัญชาการทหารบก และแนวทางการประชาสัมพันธ์กองทัพบก. 2566
11. แนวทางการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของ ทบ. [อินเทอร์เน็ต]. 2566 [เข้าถึงเมื่อวันที่ 12 กุมภาพันธ์ 2567] เข้าถึงได้จาก: https://doo.rta.mi.th/DooNew/Social_rta.pdf
12. รัฐวุฒิ กระบวนรัตน์, พันเอก. การเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารประชาสัมพันธ์ของกองทัพบกภายใต้นโยบายความมั่นคงยุคดิจิทัล [หลักสูตรหลักประจำวิทยาลัยการทัพบก ชุดที่ 68]. กรุงเทพฯ. 2566
13. แนวคิด ทฤษฎี. [อินเทอร์เน็ต]. 2566 [เข้าถึงเมื่อวันที่ 13 กุมภาพันธ์ 2567] เข้าถึงได้จาก: <http://dspace.spu.ac.th/bitstream/123456789/7499/7/7.%E0%B8%9AA%E0%%B8%97%E0%B8%97%E0%B8%B5%E0%B9%88%202.pdf>
14. สถาบันพระปกเกล้า ร่วมกับ ศูนย์ศึกษายุทธศาสตร์ สถาบันวิชาการป้องกันประเทศ. การศึกษาของกองทัพรองรับศตวรรษที่ 21 ประเด็นความคาดหวังของสังคมและประชาชนต่อกองทัพไทย [อินเทอร์เน็ต]. 2564 [เข้าถึงเมื่อ 18 ธันวาคม 2566]. เข้าถึงได้จาก: <https://j2.rtarf.mi.th/J2RTARF/wp-content/uploads/2021/08/ฉบับสมบูรณ์-การศึกษาของกองทัพรองรับศตวรรษ.pdf>
15. ฐานิสร์ พันธุ์ครุฑ. ความสัมพันธ์ระหว่างความเชื่อมั่นกับความคุ้มค่าในการเข้ารับบริการจากระบบการยุติธรรมของประชาชน. [อินเทอร์เน็ต]. 2562 [เข้าถึงเมื่อวันที่ 27 กุมภาพันธ์ 2567] เข้าถึงได้จาก: <https://repository.nida.ac.th/server/api/core/bitstreams/d5304f8d-7ba3-41d6-b6b3-4460a6190533/content>

16. การวิเคราะห์สวอต. [อินเทอร์เน็ต]. 2564 [เข้าถึงเมื่อ 1 มีนาคม 2567]. เข้าถึงได้จาก:<https://th.wikipedia.org/wiki/%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%A7%E0%B8%B4%E0%B9%80%E0%B8%84%E0%B8%A3%E0%B8%B2%E0%B8%B0%E0%B8%AB%E0%B9%8C%E0%B8%AA%E0%B8%A7%E0%B8%AD%E0%B8%95>
17. ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจ 8 ด้าน ยุคใหม่ (8M in Business). [อินเทอร์เน็ต]. 2566 [เข้าถึงเมื่อ 1 มีนาคม 2567]. เข้าถึงได้จาก: http://www.iok2u.com/index.php?option=com_content&view=article&id=212&catid=13
18. รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2560. 2560
19. จีตารีย์ สวัสดิกุล, พันเอกหญิง. แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ 4.0 ของสำนักงานโฆษก กองอำนวยการรักษาความมั่นคงภายในราชอาณาจักร [หลักสูตรหลักประจำวิทยาลัยการทัพบกชุดที่ 65]. กรุงเทพฯ. 2563
20. นภัทร ชัยธราโชติ. การพัฒนาการประชาสัมพันธ์เชิงรุกเพื่อการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของกองทัพบกในยุค 4.0 [หลักสูตรหลักประจำวิทยาลัยการทัพบกชุดที่ 67]. กรุงเทพฯ. 2565
21. วิชาความรู้เกี่ยวกับงานอาชีพ 2001-1001 [อินเทอร์เน็ต]. 2566 [เข้าถึงเมื่อ 6 มีนาคม 2567]. เข้าถึงได้จาก: <https://knowledge584.blogspot.com/p/3.html>
22. ชีระ สินเดชารักษ์. สำนวนทัศนคติและความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อภาพลักษณ์และความเชื่อมั่นของกองทัพบก ประจำปีงบประมาณ 2563. สำนักงานศูนย์วิจัยและให้คำปรึกษาแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. กรุงเทพฯ. 2563
23. คู่มือการสื่อสารทางยุทธศาสตร์ของกองทัพไทย. สถาบันวิชาการป้องกันประเทศ. [อินเทอร์เน็ต]. 2566 [เข้าถึงเมื่อวันที่ 12 กุมภาพันธ์ 2567] เข้าถึงได้จาก: https://www.sscthailand.org/uploads_ssc/research_201808241535076267290333.pdf

24. สำนักงานการวิจัยแห่งชาติ. การศึกษาวิจัยเรื่อง ภาพลักษณ์กองทัพบกที่สะท้อนผ่านสื่อหนังสือพิมพ์และในสายตาประชาชน [อินเทอร์เน็ต]. 2552 [เข้าถึงเมื่อ 18 ธันวาคม 2566]. เข้าถึงได้จาก : https://doi.nrct.go.th/ListDoi/Download/488164/d41d8cd98f00b204e9800998ecf8427e?Resolve_DOI=10.14457/CU.the.2009.703
25. สากล พรหมสถิต. เอกสารประกอบการสอนรายวิชา “กฎหมายรัฐธรรมนูญและสถาบันการเมือง [อินเทอร์เน็ต]. 2564 [เข้าถึงเมื่อ 18 ธันวาคม 2566]. เข้าถึงได้จาก <https://pa.bru.ac.th/2021/08/15/constitution2560/>
26. สมคิด เลิศไพฑูรย์. หลักการใหม่ตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย 2560 [อินเทอร์เน็ต]. [เข้าถึงเมื่อ 18 ธันวาคม 2566] เข้าถึงได้จาก: https://www.ubu.ac.th/web/files_up/00032f2019072617120980.ppt
27. เสาวลักษณ์ หงส์ทอง, พันเอกหญิง. แนวทางการพัฒนาการประชาสัมพันธ์ในภาวะวิกฤตผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ของกองบัญชาการกองทัพไทย [หลักสูตรหลักประจำวิทยาลัยการทัพบกชุดที่ 65]. กรุงเทพฯ. 2563
28. กรมยุทธการทหาร กองบัญชาการกองทัพไทย. แผนปฏิบัติการราชการ ระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566-2570) กองบัญชาการกองทัพไทย. กรุงเทพฯ : กรมยุทธการทหาร กองบัญชาการกองทัพไทย; 2565

ประวัติย่อผู้วิจัย

ยศ ชื่อ

พันเอก สิทธิ มณีรัตน์

วัน เดือน ปีเกิด

4 พฤศจิกายน 2521

ประวัติสำเร็จการศึกษา

พ.ศ. 2545

ปริญญาตรีสาขาวิศวกรรมคอมพิวเตอร์

พ.ศ. 2550

ปริญญาโทสาขา Networked Information Systems

ประวัติการทำงาน

พ.ศ. 2558 - 2559

หัวหน้าแผนกตรวจสอบและวิเคราะห์ กองทัพอากาศที่ 3

พ.ศ. 2559 - 2562

ผู้บังคับกองพันทหารสื่อสารที่ 4 กองพลทหารราบที่ 4

พ.ศ. 2562 - 2563

หัวหน้าแผนกเทคโนโลยีสารสนเทศ กองทัพอากาศที่ 3

พ.ศ. 2563 - 2565

หัวหน้าแผนกวิเคราะห์ระบบ กองเทคโนโลยีสารสนเทศ
กรมการทหารสื่อสาร

พ.ศ. 2565 - 2566

รองผู้อำนวยการกองเทคโนโลยีสารสนเทศ กรมการทหาร
สื่อสาร

ตำแหน่งปัจจุบัน

พ.ศ. 2566 - 2567

รองผู้อำนวยการกองวิชาการ กรมการทหารสื่อสาร