

แนวทางการพัฒนางานด้านการประชาสัมพันธ์
ของกองพลทหารราบที่ 9
เพื่อรองรับภัยคุกคามรูปแบบใหม่

เอกสารวิจัยส่วนบุคคล



โดย

พันเอก กวินทร์ณัช เกิดสุข

รองเสนาธิการกองพลทหารราบที่ 9

วิทยาลัยการทัพบก

กันยายน 2568

เอกสารวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนางานด้านการประชาสัมพันธ์ของกองพลทหารราบที่ 9
เพื่อรองรับภัยคุกคามรูปแบบใหม่

โดย พันเอก กวินทร์ณัช เกิดสุข

อาจารย์ที่ปรึกษา พันเอกหญิง ณภัค ภัคคะกรณ์

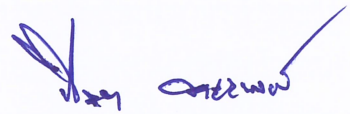
วิทยาลัยการทัพบก อนุมัติให้เอกสารวิจัยส่วนบุคคลฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรหลักประจำ วิทยาลัยการทัพบก ปีการศึกษา 2568 และเห็นชอบให้เป็น
เอกสารวิจัยส่วนบุคคลที่อยู่ในเกณฑ์ระดับ **ดีมาก**

พลตรี  ผู้บัญชาการวิทยาลัยการทัพบก
(เกียรติชัย โอภาโส)

คณะกรรมการควบคุมเอกสารวิจัยส่วนบุคคล

พันเอก  ประธานกรรมการ
(ศุภชัย สุตาจันทร์)

พันเอก  ผู้ทรงคุณวุฒิที่ปรึกษา
(ประกาศ จันจะนะ)

พันเอก  กรรมการ
(ปริญญญา ฉายะพงษ์)

พันเอกหญิง  กรรมการ
(รัชนีนาฏ ถนนอมสิน)

พันเอกหญิง  กรรมการและเลขานุการ
(ณภัค ภัคคะกรณ์)

บทคัดย่อ

ผู้วิจัย	พันเอก กวินทร์ณัช เกิดสุข
เรื่อง	แนวทางการพัฒนางานด้านการประชาสัมพันธ์ของกองพลทหารราบที่ 9 เพื่อรองรับภัยคุกคามรูปแบบใหม่
วันที่	9 กันยายน 2568 จำนวนคำ : 12,746 จำนวนหน้า : 39
คำสำคัญ	การพัฒนางาน, การประชาสัมพันธ์, ภัยคุกคามรูปแบบใหม่
ชั้นความลับ	ไม่มีชั้นความลับ

การวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนางานด้านการประชาสัมพันธ์ของกองพลทหารราบที่ 9 เพื่อรองรับภัยคุกคามรูปแบบใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนางานด้านการประชาสัมพันธ์ ศึกษาปัจจัยและองค์ประกอบในการพัฒนา และกำหนดแนวทางในการพัฒนางานประชาสัมพันธ์เพื่อรองรับภัยคุกคามรูปแบบใหม่ โดยเฉพาะสงครามข่าวสารและสงครามไซเบอร์ การศึกษาใช้การวิเคราะห์เอกสารและ SWOT Analysis ผลการวิจัยพบว่า งานประชาสัมพันธ์ของกองพลทหารราบที่ 9 ยังมีข้อจำกัดด้านโครงสร้าง บุคลากร ทรัพยากร และกระบวนการทำงาน ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จ ได้แก่ ภาวะผู้นำ ศักยภาพบุคลากร การจัดสรรทรัพยากร และความร่วมมือจากเครือข่าย แนวทางการพัฒนาควรดำเนินการใน 5 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านโครงสร้างและการบริหารจัดการ โดยจัดตั้งศูนย์ปฏิบัติการข่าวสาร 2) ด้านการพัฒนาบุคลากรให้มีทักษะดิจิทัล 3) ด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม เน้นระบบเฝ้าระวังข้อมูลข่าวสาร 4) ด้านกระบวนการประชาสัมพันธ์ ปรับจากเชิงรับสู่เชิงรุกและพัฒนาการสื่อสารในภาวะวิกฤติ และ 5) ด้านการสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับทุกภาคส่วน โดยมีข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย ได้แก่ การจัดทำแผนยุทธศาสตร์ระยะยาว ปรับโครงสร้างหน่วยงาน และส่งเสริมความร่วมมือกับทุกภาคส่วน เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถในการรับมือกับภัยคุกคามรูปแบบใหม่อย่างมีประสิทธิภาพ

ABSTRACT

AUTHOR: Colonel Kawinnutch Koedsuk

TITLE: Guidelines For Public Relations Development of the 9th Infantry Division To Counter New Emerging Threats

DATE: 9 September, 2025 **WORD COUNT :** 12,746 **PAGES :** 39

KEY TERMS: Work Development, Public Relations, Emerging Threats

CLASSIFICATION: Unclassified

The research on Development Guidelines for Public Relations of the 9th Infantry Division to Counter New Forms of Threats aims to study public relations development approaches, examine factors and components in development, and establish guidelines for developing public relations to counter new forms of threats, particularly information warfare and cyber warfare. The study employs document analysis and SWOT Analysis. The findings reveal that the current public relations operations of the 9th Infantry Division have limitations in structure, personnel, resources, and operational processes. Key success factors include leadership, personnel capability, appropriate resource allocation, and network collaboration. The development guidelines should be implemented in five main areas 1) Structure and management, with the establishment of an Information Operation Center; 2) Personnel development focusing on digital skills; 3) Technology and innovation, emphasizing information monitoring systems; 4) Public relations processes, shifting from reactive to proactive approaches and developing crisis communication strategies; and 5) Building collaborative networks with all sectors. Policy recommendations include developing long-term strategic plans, restructuring units, and promoting collaboration with all sectors to enhance capabilities in effectively countering new forms of threats.

กิตติกรรมประกาศ

เอกสารวิจัยส่วนบุคคลฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยความรู้และความกรุณาจากคณาจารย์ของวิทยาลัยการทัพบกทุกท่าน ที่ได้ถ่ายทอดความรู้ ประสบการณ์ในการศึกษา ตลอดจนความอนุเคราะห์ช่วยเหลืออย่างดียิ่ง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง พันเอก ประกาศ จันจะนะ ผู้ทรงคุณวุฒิที่ปรึกษา พันเอกหญิง ณภัค ภักตะกระณ์ อาจารย์ที่ปรึกษา พันเอก ศุภชัย สุดาจันทร์ พันเอก ปริญญา ฉายะพงษ์ และ พันเอก หญิง รัชนิภา วัฒนอมสิน ที่กรุณาให้คำแนะนำและแนวคิดที่เป็นประโยชน์ในการจัดทำเอกสารวิจัยส่วนบุคคล รวมถึงตรวจสอบต้นฉบับอย่างละเอียด จนทำให้งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงและเสร็จสมบูรณ์ ขอขอบพระคุณ พลตรี เกียรติชัย โอภาโส ผู้บัญชาการวิทยาลัยการทัพบก ที่ให้ความกรุณาตลอดระยะเวลาที่ได้ศึกษา รวมทั้งท่านผู้บังคับบัญชาทุกระดับ ที่ได้กรุณาให้แนวคิดข้อเสนอแนะทางวิชาการที่เป็นประโยชน์ยิ่งในการวิจัย ทำให้เอกสารวิจัยส่วนบุคคลฉบับนี้สำเร็จลงด้วยดี ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาของทุกท่าน และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ ที่นี้

การวิจัยเชิงยุทธศาสตร์เรื่อง แนวทางการพัฒนางานด้านการประชาสัมพันธ์ของกองพลทหารราบที่ 9 เพื่อรองรับภัยคุกคามรูปแบบใหม่ ผู้วิจัยหวังว่าจะเป็นประโยชน์ต่อการเตรียมความพร้อมในการรับมือกับภัยคุกคามด้านไซเบอร์และสงครามข้อมูลข่าวสาร (Information Warfare) ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของภัยคุกคามรูปแบบใหม่ที่ส่งผลต่อความมั่นคงทางทหาร ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และสามารถใช้เป็นแนวทางในการส่งเสริมและพัฒนางานด้านการประชาสัมพันธ์ของหน่วยได้อย่างมีประสิทธิภาพโดยเฉพาะ การใช้สื่อสังคมออนไลน์และเทคโนโลยีสมัยใหม่ในการสร้างความเข้าใจและความร่วมมือกับประชาชนในการสนับสนุนภารกิจทางทหารให้บรรลุเป้าหมายในยุคปัจจุบัน

ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าเอกสารวิจัยส่วนบุคคลฉบับนี้ จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจ และหน่วยงานของทางราชการที่เกี่ยวข้องต่อไป

สารบัญ

เนื้อหา	หน้า
บทที่ 1 บทนำ	
ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์การวิจัย	3
กรอบแนวคิดการวิจัย	4
วิธีการศึกษา	5
ประโยชน์ที่ได้รับ	6
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
หลักการ แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	7
โครงสร้างและภารกิจของกองพลทหารราบที่ 9	13
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	17
บทที่ 3 บทวิเคราะห์	
สภาพปัจจุบันของงานด้านการประชาสัมพันธ์ของกองพลทหารราบที่ 9	22
การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมด้านการประชาสัมพันธ์ ของกองพลทหารราบที่ 9	24
แนวทางการพัฒนางานด้านการประชาสัมพันธ์ของกองพลทหารราบที่ 9 เพื่อรองรับภัยคุกคามรูปแบบใหม่	28
บทที่ 4 บทอภิปรายผล	
อภิปรายผลการวิจัย	32
บทที่ 5 บทสรุป และข้อเสนอแนะ	
สรุปผลการวิจัย	35
ข้อเสนอแนะ	36
เอกสารอ้างอิง	
ประวัติย่อผู้วิจัย	

บทที่ 1

บทนำ

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ในยุคปัจจุบันที่เทคโนโลยีสารสนเทศมีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว การเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมด้านความมั่นคงได้เกิดขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ¹ ภัยคุกคามรูปแบบใหม่ไม่ได้จำกัดอยู่เพียงการคุกคามด้วยกำลังทางทหารแบบดั้งเดิม เท่านั้น แต่ยังรวมถึงสงครามข่าวสาร สงครามไซเบอร์ การก่อการร้าย ภัยคุกคามต่อความมั่นคงปลอดภัยทางเทคโนโลยี การสร้างข่าวปลอม และการบิดเบือนข้อมูลข่าวสารที่ส่งผลกระทบต่อความมั่นคงของชาติ²

ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561 - พ.ศ. 2580) ด้านความมั่นคง มีเป้าหมายการพัฒนาที่สำคัญ คือ ประเทศชาติมั่นคง ประชาชน มีความสุข โดยนอกจากเน้นการบริหารจัดการสถานะแวดล้อมของประเทศให้มีความมั่นคง ปลอดภัย เอกภพอธิปไตย และมีความสงบเรียบร้อยในทุกระดับแล้ว ในเรื่องความมั่นคงยังพบว่ามีการเปลี่ยนแปลงไปตามสถานะสังคม ภัยคุกคามรูปแบบใหม่ ถือเป็นภัยที่รัฐต้องให้ความสำคัญ โดยเฉพาะด้านการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้รองรับภัยคุกคามรูปแบบใหม่ ซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมายในการรักษาความมั่นคงภายในประเทศ การป้องกันและแก้ไขปัญหามีผลกระทบต่อความมั่นคง และยุทธศาสตร์ชาติด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ มีเป้าหมายการพัฒนาที่สำคัญเพื่อปรับเปลี่ยนภาครัฐให้มีขนาดที่เหมาะสมกับบทบาทภารกิจ ปรับวัฒนธรรมการทำงานให้มุ่งผลสัมฤทธิ์และผลประโยชน์ส่วนรวม มีความทันสมัย และพร้อมที่จะปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของโลกอยู่ตลอดเวลา โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การนำนวัตกรรมเทคโนโลยีข้อมูลขนาดใหญ่ ระบบการทำงานที่เป็นดิจิทัล เข้ามาประยุกต์ใช้อย่างคุ้มค่าและปฏิบัติงานเทียบได้กับมาตรฐานสากล³ แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ.2566 - 2580) (ฉบับแก้ไขเพิ่มเติม) ประเด็น (1) ความมั่นคง มีเป้าหมายให้ประเทศชาติมีความมั่นคงในทุกมิติ และทุกระดับเพิ่มขึ้น โดยต้องเร่งพัฒนาขีดความสามารถของกองทัพ และหน่วยงานด้านความมั่นคง ให้มีความพร้อมรองรับภัยคุกคามด้านความมั่นคงในรูปแบบต่าง ๆ ได้อย่างครอบคลุมและรวดเร็ว และประเด็น (10) การปรับเปลี่ยนค่านิยมและวัฒนธรรม มีเป้าหมายเพื่อให้คนไทยมีคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยมที่ดีงาม และภูมิใจในความเป็นไทยมากขึ้น นำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ในการดำรงชีวิต โดยการใช้สื่อและสื่อสารมวลชนในการปลูกฝังค่านิยมและวัฒนธรรมของคนในสังคม⁴ กระทรวงกลาโหม

มุ่งใช้การประชาสัมพันธ์เป็นเครื่องมือสำคัญในการสนับสนุนยุทธศาสตร์ด้านความมั่นคง โดยเฉพาะการรับมือกับภัยคุกคามรูปแบบใหม่ ผ่านการสร้างความเข้าใจและความเชื่อมั่นระหว่างกองทัพกับประชาชน การต่อต้านข่าวกรองฝ่ายตรงข้าม และการเฝ้าระวังภัยคุกคามทางไซเบอร์ นอกจากนี้ ยังมุ่งพัฒนาการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของกองทัพ สนับสนุนความร่วมมือกับมิตรประเทศ และเสริมสร้างค่านิยมความรักชาติ ดังนั้น กระทรวงกลาโหมจึงให้ความสำคัญกับการพัฒนาระบบงานและบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์ให้ทันสมัยมีประสิทธิภาพ และสามารถปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาองค์กรสู่การเป็นองค์กรสมรรถนะสูง ซึ่งสอดคล้องกับแผนปฏิบัติราชการระยะ 5 ปี (พ.ศ.2566 - 2570) กระทรวงกลาโหม และแผนปฏิบัติราชการระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566 - 2570) กองทัพบก เรื่อง การปฏิบัติราชการทางทหารเพื่อรักษาอธิปไตยและผลประโยชน์ของชาติ โดย 1 ในกลยุทธ์ของแผนปฏิบัติราชการดังกล่าว มุ่งเน้นให้มีการพัฒนากระทรวงกลาโหมไปสู่ความทันสมัยด้วยการนำระบบเทคโนโลยีการสื่อสาร สารสนเทศ ดิจิทัล มาประยุกต์ใช้กับการบริหารราชการและการให้บริการประชาชน⁵⁻⁶

ในอดีตภัยคุกคามทางทหารแบบดั้งเดิมเป็นการใช้กำลังทางทหารโดยตรงระหว่างรัฐต่อรัฐ หรือภายในรัฐเดียวกัน ซึ่งมีลักษณะที่เห็นได้ชัดเจน เช่น การรุกรานและการยึดครองดินแดน การสู้รบด้วยอาวุธยุทโธปกรณ์ การใช้ความรุนแรงโดยกลุ่มติดอาวุธภายในรัฐเพื่อต่อต้านรัฐบาลหรือแย่งชิงอำนาจ การสะสมและพัฒนาอาวุธเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการทหาร หรือการเคลื่อนกำลังทหารเพื่อข่มขู่หรือแสดงเจตจำนงทางการเมือง ซึ่งภัยคุกคามเหล่านี้มีลักษณะที่จับต้องได้ มีการใช้กำลังพลและอาวุธยุทโธปกรณ์อย่างชัดเจน และมีเป้าหมายทางภูมิศาสตร์และการเมืองที่ค่อนข้างตรงไปตรงมา แต่ภัยคุกคามรูปแบบใหม่ไม่ได้จำกัดอยู่เพียงการรบด้วยอาวุธเท่านั้นเทคโนโลยีที่ก้าวหน้าและการเชื่อมโยงทั่วโลกได้นำมาซึ่งภัยคุกคามรูปแบบใหม่ที่ซับซ้อนและคาดเดาได้ยากขึ้น โดยเฉพาะภัยคุกคามด้านการปฏิบัติการข้อมูลข่าวสาร (Information Warfare) ซึ่งเป็นภัยคุกคามที่มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากการใช้ข้อมูลข่าวสารสามารถเป็นอาวุธเพื่อโจมตีเป้าหมายทางจิตวิทยา สังคม การเมือง และเศรษฐกิจ ด้วยการมุ่งเน้นการปฏิบัติต่อตัวบุคคลหรือกำลังพลของฝ่ายตรงข้ามเป็นหลัก โดยการเผยแพร่ข่าวปลอม (Fake News) การบิดเบือนข้อมูลข่าวสาร (Disinformation) การโฆษณาชวนเชื่อ และการแทรกแซงทางความคิด จึงอาจส่งผลกระทบต่อความพ่ายแพ้หรือความสำเร็จของการทำการรบได้

กองพลทหารราบที่ 9 เป็นหน่วยที่จัดตั้งขึ้นภายหลังกลับจากการปฏิบัติการในสงครามเวียดนาม โดยได้รับมอบภารกิจทางยุทธวิธีที่หลากหลาย ครอบคลุมการป้องกันประเทศจากภัยคุกคามทั้งภายในและภายนอก การรักษาความสงบเรียบร้อย และการพัฒนาประเทศ โดยปัญหาจากสถานการณ์โลกที่เปลี่ยนแปลงไปทำให้กองพล

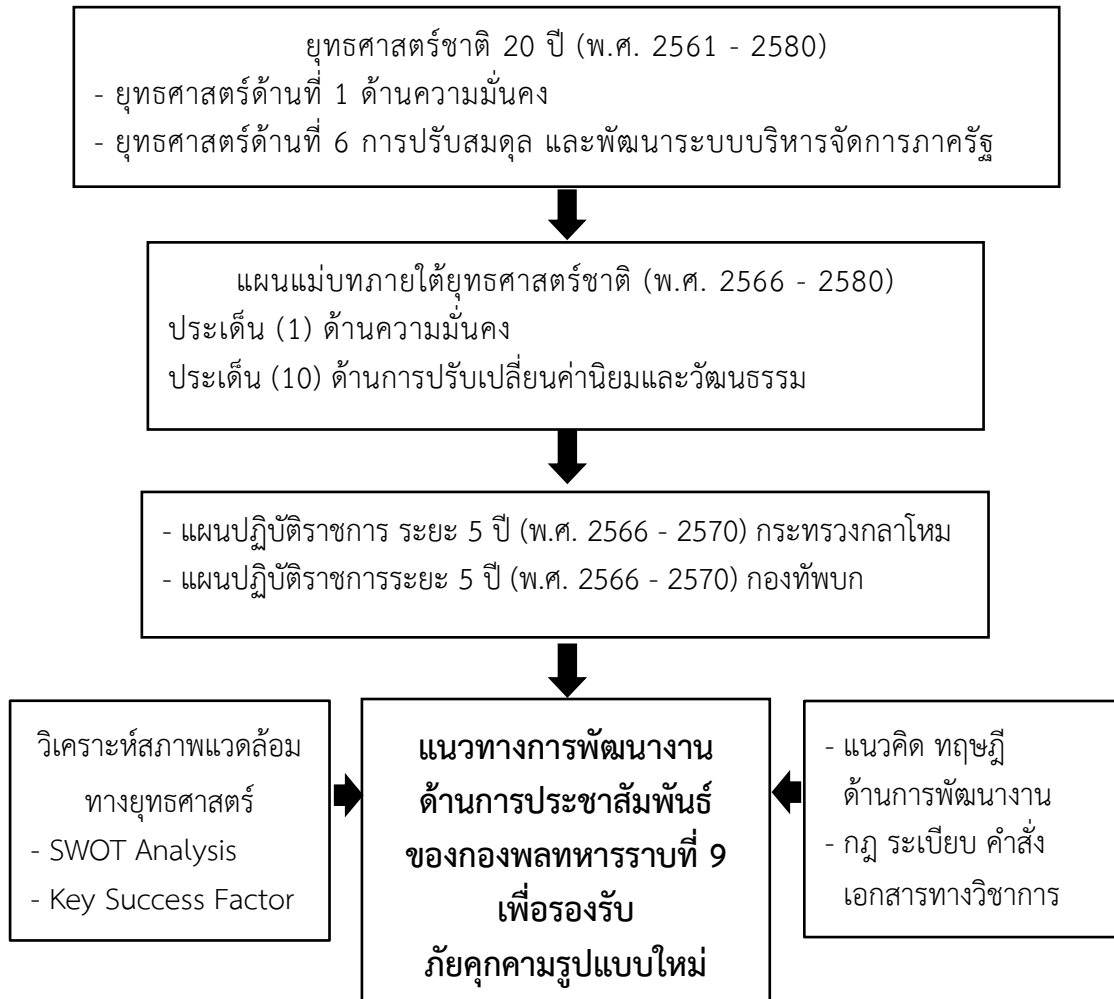
ทหารราบที่ 9 เผชิญกับความท้าทายที่หน่วยงานด้านความมั่นคงหลายแห่งทั่วโลกกำลังประสบในยุคดิจิทัล ได้แก่ วิทยาการของภัยคุกคามรูปแบบใหม่ด้านการปฏิบัติการข้อมูลข่าวสาร(IO) ประกอบกับหน่วยมีโครงสร้างองค์กรแบบดั้งเดิม ที่ยังขาดโครงสร้างรองรับการปฏิบัติด้านการประชาสัมพันธ์และการต่อต้านการปฏิบัติการข้อมูลข่าวสาร ทำให้ที่ผ่านมาส่งผลกระทบต่อการทำงาน อาทิ ขาดการตอบโต้ข้อมูลเท็จที่อาจกระทบต่อภาพลักษณ์หรือขวัญกำลังใจของกำลังพล ขาดประสิทธิภาพในการสื่อสารกับประชาชน ในสถานการณ์วิกฤต เกิดความอ่อนแอต่อการแทรกแซงทางจิตวิทยาจากฝ่ายตรงข้าม และขาดการประสานงานด้านสารสนเทศ กับหน่วยงานพลเรือนและสื่อมวลชน ดังนั้นกองพลทหารราบที่ 9 จึงมีความจำเป็นที่จะต้องมีการปรับตัว ในการตอบโต้การปฏิบัติการด้านข้อมูลข่าวสารของฝ่ายตรงข้ามด้วยการพัฒนางานด้านการประชาสัมพันธ์ ให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น สามารถเสริมสร้างความเชื่อมั่นของประชาชนต่อกองทัพ และรักษาความมั่นคงทางสังคมและจิตวิทยา เพื่อเสริมการปฏิบัติการกิจของกองพลทหารราบที่ 9 ให้ครอบคลุมทั้งมิติการรบและมิติการสื่อสาร

จากการที่ผู้วิจัยได้ปฏิบัติงานที่กองพลทหารราบที่ 9 นั้น พบว่าการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ของกองพลทหารราบที่ 9 ยังประสบกับข้อจำกัดหลายประการ ทั้งในด้านบุคลากรขาดทักษะการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ ขาดแคลนเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัย รวมถึงกระบวนการทำงานที่ยังไม่สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมทางยุทธศาสตร์ที่เปลี่ยนแปลงไป⁷ ผู้วิจัยจึงเห็นความสำคัญในการกำหนดแนวทางพัฒนางานด้านการประชาสัมพันธ์ของกองพลทหารราบที่ 9 ให้มีความพร้อมในการรับมือกับภัยคุกคามรูปแบบใหม่และการรักษาความมั่นคงของชาติอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษางานด้านการประชาสัมพันธ์ของกองพลทหารราบที่ 9 ในปัจจุบัน
2. เพื่อศึกษาปัจจัยและองค์ประกอบในการพัฒนางานด้านการประชาสัมพันธ์ของกองพลทหารราบที่ 9 เพื่อรองรับภัยคุกคามรูปแบบใหม่
3. เพื่อกำหนดแนวทางในการพัฒนางานด้านการประชาสัมพันธ์ของกองพลทหารราบที่ 9 เพื่อรองรับภัยคุกคามรูปแบบใหม่

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีการศึกษา

1. รูปแบบการวิจัย การวิจัยครั้งนี้ ใช้รูปแบบการวิจัยเชิงยุทธศาสตร์ตามที่วิทยาลัยการศึกษากำหนด โดยเป็นการวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary Research) การทบทวนแนวคิดทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

2. ขอบเขตการศึกษา มุ่งศึกษาเนื้อหา รูปแบบ และวิธีการปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ของกองพลทหารราบที่ 9 โดยการทบทวนเอกสารงานวิจัย การสืบค้นข้อมูลจากเว็บไซต์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล เอกสารที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี พ.ศ. 2561 - 2580 แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ประเด็นความมั่นคง แผนปฏิบัติราชการระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566 - 2570) ของกระทรวงกลาโหม แผนพัฒนาของกองทัพบก (พ.ศ. 2566 - 2570) ของกองทัพบก เอกสารทางวิชาการ และข้อมูลจากเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เกี่ยวกับการดำเนินการของประเทศที่ประสบความสำเร็จ ในการพัฒนางานด้านการประชาสัมพันธ์ และข้อมูลอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

4. การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้กรอบการคิดเชิงยุทธศาสตร์ในการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) รวมทั้งทำการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมโดยใช้ SWOT Analysis และกำหนดแนวทางในการพัฒนางานด้านการประชาสัมพันธ์ของกองพลทหารราบที่ 9

5. ขั้นตอนการดำเนินงาน

กิจกรรม \ หัวง	พ.ย. 67	ธ.ค. 67	ม.ค. 68	ก.พ. 68	มี.ค. 68	เม.ย. 68	พ.ค. 68	มิ.ย. 68
เลือกเรื่องและกำหนดหัวข้อการวิจัย	↔							
สอบการนำเสนอโครงร่างเอกสารวิจัย		↔						
ศึกษาค้นคว้าที่มาของปัญหา			↔	↔				
การวิเคราะห์, สังเคราะห์ข้อมูล					↔	↔		
การสรุปผลการวิจัย						↔		
การนำเสนอผลการวิจัย							↔	
จัดทำรูปเล่ม								↔

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ทราบถึงงานด้านการประชาสัมพันธ์ของกองพลทหารราบที่ 9 ในปัจจุบัน
2. ทราบถึงปัจจัยและองค์ประกอบในการพัฒนางานด้านการประชาสัมพันธ์ของกองพลทหารราบที่ 9 เพื่อรองรับภัยคุกคามรูปแบบใหม่
3. ทราบถึงแนวทางในการพัฒนางานด้านการประชาสัมพันธ์ของกองพลทหารราบที่ 9 เพื่อรองรับภัยคุกคามรูปแบบใหม่

บทที่ 2

บทแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่อง “แนวทางการพัฒนางานด้านการประชาสัมพันธ์ของ กองพลทหารราบที่ 9 เพื่อรองรับภัยคุกคามรูปแบบใหม่” ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี หลักการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาเป็นกรอบในการศึกษาวิจัย โดยนำเสนอตามลำดับ ดังนี้

หลักการ แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการพัฒนางาน การพัฒนางาน (Work Development) เป็นกระบวนการปรับปรุงและยกระดับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง เพื่อให้บรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์ขององค์กร โดยอาศัยหลักการ แนวคิด และทฤษฎีต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

1.1 แนวคิดการพัฒนาองค์การ (Organization Development)

การพัฒนาองค์การเป็นแนวคิดที่มุ่งเน้นการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาองค์การอย่างเป็นระบบ โดยอาศัยความรู้ทางพฤติกรรมศาสตร์และศาสตร์การบริหาร Beckhard⁷ ได้นิยามการพัฒนาองค์การว่าเป็นความพยายามที่วางแผนไว้อย่างเป็นระบบ ดำเนินการทั่วทั้งองค์การ และบริหารจัดการจากผู้บริหารระดับสูง เพื่อเพิ่มประสิทธิผลและสุขภาพขององค์การผ่านการแทรกแซงอย่างมีแผนในกระบวนการขององค์การ โดยใช้ความรู้ทางพฤติกรรมศาสตร์

French และ Bell⁸ ได้เสนอองค์ประกอบสำคัญของการพัฒนาองค์การ ประกอบด้วย 1) การมีส่วนร่วมของสมาชิกในองค์การ 2) การสร้างทีมงาน 3) การแก้ไขปัญหาาร่วมกัน 4) การใช้ข้อมูลป้อนกลับ และ 5) การเรียนรู้จากประสบการณ์ โดยมีเป้าหมายเพื่อเพิ่มประสิทธิผลขององค์การและความพึงพอใจของสมาชิก

ในบริบทของหน่วยงานทหาร วัฒนา ทองสุข⁹ ได้ศึกษาการประยุกต์ใช้แนวคิดการพัฒนาองค์การในกองทัพไทย และพบว่าการพัฒนาองค์การที่มีประสิทธิผลต้องคำนึงถึงบริบทและวัฒนธรรมเฉพาะของหน่วยงานทหาร โดยเฉพาะโครงสร้างการบังคับบัญชา วัฒนธรรมองค์การ และภารกิจที่เกี่ยวข้องกับความมั่นคงของประเทศ

สรุปแนวคิดการพัฒนาองค์การเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างองค์การที่มีประสิทธิภาพและสามารถปรับตัวได้ สำหรับหน่วยงานทหาร การนำแนวคิดนี้

มาประยุกต์ใช้ต้องคำนึงถึงบริบทเฉพาะและวัฒนธรรมองค์การ โดยเน้นการสร้างสมดุลระหว่างการมีส่วนร่วมกับระบบการบังคับบัญชา การพัฒนาทีมงานให้เข้มแข็ง และการสร้างความสามารถในการเรียนรู้และปรับตัวเพื่อรับมือกับความท้าทายในยุคปัจจุบัน

1.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ และการสื่อสารเชิงยุทธศาสตร์ การประชาสัมพันธ์ (Public Relations) เป็นกระบวนการในการสร้างความสัมพันธ์และความเข้าใจอันดีระหว่างองค์กรกับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง โดยมีเป้าหมายเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและได้รับการสนับสนุนจากสาธารณชน¹⁰ สำหรับหน่วยงานทางทหารนั้น การประชาสัมพันธ์มีความสำคัญอย่างยิ่งในการสร้างความเข้าใจระหว่างกองทัพกับประชาชน โดยเฉพาะในบริบทของภัยคุกคามรูปแบบใหม่ที่มีความซับซ้อนและส่งผลกระทบในวงกว้าง

Cutlip และคณะ¹¹ ได้นิยามการประชาสัมพันธ์ว่าเป็นหน้าที่ในการจัดการที่ช่วยสร้างและรักษาช่องทางการสื่อสารที่เป็นประโยชน์ร่วมกัน ความเข้าใจร่วมกัน การยอมรับร่วมกัน และความร่วมมือระหว่างองค์กรกับกลุ่มสาธารณชนที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการจัดการปัญหาหรือประเด็นต่างๆ ที่เกิดขึ้น การช่วยให้ผู้บริหารรับรู้ความคิดเห็นของสาธารณชน และการตอบสนองต่อผลประโยชน์ของสาธารณชน

ในบริบทของกองทัพ การสื่อสารเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Communication) มีความสำคัญอย่างยิ่ง Paul¹² ได้นิยามการสื่อสารเชิงยุทธศาสตร์ว่าเป็นการใช้คำพูด ภาพ สัญลักษณ์ และการกระทำอย่างมีเป้าหมายเพื่อโน้มน้าวใจและมีอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย โดยสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ทางยุทธศาสตร์ขององค์กร

ในประเทศไทย วิรัช ลภีรัตนกุล¹³ ได้อธิบายว่าการประชาสัมพันธ์ในยุคดิจิทัลต้องปรับตัวให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและพฤติกรรมของผู้รับสาร โดยเน้นการสื่อสารแบบบูรณาการที่ใช้สื่อหลากหลายรูปแบบ ทั้งสื่อดั้งเดิมและสื่อดิจิทัล เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

สรุปแนวคิดและทฤษฎีเหล่านี้แสดงให้เห็นว่าการประชาสัมพันธ์ และการสื่อสารเชิงยุทธศาสตร์ในยุคปัจจุบันต้องมีความครอบคลุม มีการบูรณาการ และสามารถปรับตัวได้ สำหรับองค์กรทางทหาร การนำแนวคิดเหล่านี้มาประยุกต์ใช้จะช่วยสร้างความเข้าใจ ความเชื่อมั่น และการสนับสนุนจากประชาชน ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นในการปฏิบัติการรักษามั่นคงแห่งชาติในยุคของภัยคุกคามรูปแบบใหม่

1.3 แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารจัดการภาพลักษณ์และการสื่อสาร

ในภาวะวิกฤติ ภาพลักษณ์องค์กร (Corporate Image) มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อความเชื่อมั่นและการยอมรับจากสาธารณชน โดยเฉพาะสำหรับองค์กรด้านความมั่นคงอย่างกองทัพ Boulding¹⁴ ได้อธิบายว่าภาพลักษณ์คือภาพที่เกิดขึ้นในใจของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ อันเป็นผลมาจากประสบการณ์ทั้งทางตรงและทางอ้อม ซึ่งมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมและทัศนคติของบุคคลนั้น

ในการบริหารจัดการภาพลักษณ์ Van Riel และ Fombrun¹⁵ ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารองค์กรแบบบูรณาการ (Integrated Corporate Communication) ซึ่งเน้นการประสานและบูรณาการการสื่อสารทุกรูปแบบขององค์กรให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและความน่าเชื่อถือในสายตาของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

สำหรับการสื่อสารในภาวะวิกฤติ (Crisis Communication) Coombs¹⁶ ได้พัฒนาทฤษฎีการสื่อสารในภาวะวิกฤติเชิงสถานการณ์ (Situational Crisis Communication Theory) ซึ่งอธิบายว่าองค์กรควรเลือกกลยุทธ์การสื่อสารที่เหมาะสมกับประเภทของวิกฤติและระดับความรับผิดชอบที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียคาดหวัง โดยเน้นความรวดเร็ว ความโปร่งใส และความรับผิดชอบในการสื่อสาร

ในประเทศไทย เสรี วงษ์มณฑา¹⁷ ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับการบริหารภาพลักษณ์ในยุคดิจิทัลว่าต้องให้ความสำคัญกับการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์และการจัดการประเด็นวิกฤติอย่างทันท่วงที โดยเฉพาะในยุคที่ข่าวลวงและข้อมูลบิดเบือนสามารถแพร่กระจายได้อย่างรวดเร็ว

ศุภมิตร พิริยะพงศ์รัตน์¹⁸ ได้ศึกษาการบริหารจัดการภาพลักษณ์ของกองทัพไทยและพบว่า การสร้างการมีส่วนร่วมกับประชาชน การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม และการสื่อสารอย่างโปร่งใสเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการยอมรับและความเชื่อมั่นของประชาชนที่มีต่อกองทัพ

สรุปการบริหารจัดการภาพลักษณ์และการสื่อสารในภาวะวิกฤติต้องอาศัยการบูรณาการแนวคิดหลายด้าน ตั้งแต่การสร้างภาพลักษณ์พื้นฐานที่แข็งแกร่ง การเตรียมความพร้อมรับมือวิกฤติ ไปจนถึงการฟื้นฟูความเชื่อมั่นหลังวิกฤติ สำหรับองค์กรด้านความมั่นคงอย่างกองทัพ การมีภาพลักษณ์ที่ดีและการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพไม่เพียงช่วยในการสร้างความเชื่อมั่นจากสาธารณชน แต่ยังเป็นองค์ประกอบสำคัญในการรักษาความชอบธรรมและการสนับสนุนในการปฏิบัติภารกิจเพื่อความมั่นคงแห่งชาติ

1.4 แนวคิดเกี่ยวกับภัยคุกคามรูปแบบใหม่และความมั่นคงแบบองค์รวม

2.1.4.1 ความหมายของภัยคุกคามรูปแบบใหม่

ภัยคุกคามรูปแบบใหม่ (New Security Threats) หมายถึง ภัยคุกคามที่มีลักษณะซับซ้อน หลากหลาย และไม่จำกัดอยู่เพียงมิติทางทหารเท่านั้น แต่ยังรวมถึงมิติทางการเมือง เศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และเทคโนโลยี Buzan และคณะ¹⁹ ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับความมั่นคงแบบองค์รวม (Comprehensive Security) ที่ครอบคลุม 5 มิติ ได้แก่ ความมั่นคงทางการเมือง ความมั่นคงทางทหาร ความมั่นคงทางเศรษฐกิจ ความมั่นคงทางสังคม และความมั่นคงทางสิ่งแวดล้อม

ในบริบทของประเทศไทย สภาความมั่นคงแห่งชาติ²⁰ ได้กำหนดนโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วยความมั่นคงแห่งชาติ (พ.ศ. 2562 - 2565) ที่ระบุถึงภัยคุกคามรูปแบบใหม่ที่ส่งผลต่อความมั่นคงของประเทศไทย อาทิ ภัยคุกคามทางไซเบอร์ การก่อการร้าย อาชญากรรมข้ามชาติ การแพร่ระบาดของโรคติดต่ออุบัติใหม่ ภัยพิบัติทางธรรมชาติ และการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

สุรชาติ บำรุงสุข²¹ ได้วิเคราะห์ภัยคุกคามความมั่นคงของประเทศไทยในศตวรรษที่ 21 ว่ามีลักษณะข้ามพรมแดนและเชื่อมโยงกันอย่างซับซ้อน โดยเฉพาะภัยคุกคามที่ไม่ใช่รูปแบบทางทหารโดยตรง (Non-traditional Security Threats) ซึ่งต้องอาศัยการบูรณาการความร่วมมือจากทุกภาคส่วนในการป้องกันและแก้ไข

2.1.4.2 เทคโนโลยีและสื่อสังคม ออนไลน์ของกองทัพบก

1) ภัยคุกคามที่แฝงมากับเทคโนโลยีและสื่อสังคมออนไลน์ของกองทัพบก

- ข่าวสารปลอมที่ แฝงมากับสื่อออนไลน์ (Fake News) ปัจจุบันเราสามารถรับข่าวสารได้หลากหลายช่องทาง โดยเฉพาะช่องทางอินเทอร์เน็ตเพราะความสะดวกรวดเร็วในการรับและส่งข่าวสารต่อกันผ่านอุปกรณ์สื่อสาร ซึ่งเป็นอุปกรณ์ที่จำเป็นสำหรับยุคนี้ โดยการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่มีอิทธิพลต่อความคิดของผู้คนจำนวนมาก อันเป็นช่องทางหนึ่งสำหรับผู้ไม่ประสงค์ดีในการโน้มน้าวชักจูงหรือโฆษณาชวนเชื่อด้วยการสร้างเนื้อหาทำลายฝ่ายตรงข้าม สร้างความแตกแยก ชิงชัง จนเกิดความเข้าใจผิดหรือให้ความรู้ที่บิดเบือนตั้งแต่เรื่องความเข้าใจด้านสุขภาพไปจนถึงทัศนคติทางการเมืองหรือการสร้าง ความเกลียดชังระหว่างกลุ่มคนที่มีอุดมการณ์แตกต่างกัน ทำให้เกิดความสับสนต่อผู้เสพข่าวสาร ปัจจุบันมีผู้ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์เป็นจำนวนมากจึงเกิดการแพร่ข่าวปลอมโดยผู้ส่งสาร หรือผู้อ่านไม่ได้ตรวจสอบข่าวสารนั้นแล้วทำการส่งต่อไปเรื่อย ๆ ส่งผลให้เกิดการกระจายข่าวสู่ผู้อื่นอย่างรวดเร็ว

- การแสดงความคิดเห็นส่วนบุคคลที่ไม่เหมาะสมผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เนื่องจากมีการรับข้อมูลข่าวสารที่ไม่ถูกต้องทำให้เกิดปัญหาเรื่องขาดวิจารณญาณในการพิจารณาความเหมาะสม การแสดงออกทางสื่อสังคมออนไลน์อย่างเสรีและไร้ขอบเขตโดยขาดจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อหน่วยงานและสังคม เช่น การแสดงความคิดเห็นทางการเมืองหรือประเด็นทางสังคมในลักษณะที่ไม่เหมาะสม ใช้ถ้อยคำไม่สุภาพ ทำให้เกิดประเด็นความแตกแยกในสังคม สาเหตุจากวิวัฒนาการในช่วงวัยทำงานตอนต้น มีความต้องการพูดคุยติดต่อกับเพื่อนและญาติพี่น้อง ความนิยมใช้สื่อหลากหลายรูปแบบ เช่น YouTube, Twitter, Facebook, Instagram หรือ TikTok และมีการแสดงออกอย่างหลากหลายตามความคิดความชอบส่วนบุคคล ต้องการเป็นที่สนใจและได้รับการยอมรับ

2) การเผยแพร่ข้อมูลพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมผ่านสื่อสังคมออนไลน์

- การเผยแพร่ข้อมูลความลับของทางราชการผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ปัญหาการส่งต่อข้อมูลทางราชการในช่องทางสื่อที่เป็นกลุ่มสมาชิก เช่น กลุ่มไลน์หรือ Facebook การแชร์ที่ตั้งทางทหาร การถ่ายรูปอาคารสถานที่ที่มีชั้นความลับ เช่น คลังอาวุธ ยุทโธปกรณ์ หรือการพิมพ์ข้อความเล่าเรื่องราวต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นภายในหน่วยทหารที่เป็นความลับราชการ เช่น การปฏิบัติตามระเบียบปฏิบัติประจำ การฝึกการใช้อาวุธ จากนั้นข้อมูลถูกเผยแพร่ในสาธารณะสาเหตุมาจากการขาดวิจารณญาณ กระทำโดยความคึกคะนอง ไม่คำนึงถึงผลกระทบด้านความมั่นคงทางทหารและของชาติที่จะเกิดขึ้นกับหน่วยงานและกองทัพ

- การแสดงออกพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ปัญหาโดยการแสดงออกที่ไม่เหมาะสม เช่น การถ่ายรูปที่แต่งกายเครื่องแบบไม่ถูกต้องตามระเบียบ การถ่ายภาพหรือวิดีโอสั้นที่มีการกระทำสนุกสนานโดยขาดความสำรวมในชุดเครื่องแบบ ใช้วาจาไม่สุภาพล้อเลียนบุคคลอื่นผ่านสื่อออนไลน์ หรือมีการส่งภาพลามกอนาจารให้กลุ่มเพื่อน สาเหตุเนื่องจากกำลังพลทหารกองประจำการส่วนใหญ่ขาดความรู้ในระเบียบการใช้สื่อออนไลน์ของกองทัพและขาดความรู้เรื่อง การกระทำความผิดตามกฎหมายตามพระราชบัญญัติคอมพิวเตอร์ ทั้งนี้มีแรงกระตุ้นที่เกิดจากกระแสนิยมทางสื่อออนไลน์ในทางที่ไม่เหมาะสม ซึ่งบุคคลทั่วไปมักชื่นชอบการกระทำนั้นจนเกิดเป็นพฤติกรรมเลียนแบบบ่อยครั้ง

- การร้องเรียนร้องทุกข์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ปัญหาจากความรู้สึกไม่พอใจในการทำงานหรือไม่ได้รับความเป็นธรรมในเรื่องสิทธิสวัสดิการ

การถูกครุฑีกลองทัณฑ์เกินกว่าเหตุทำให้กลัวหรือไม่พอใจต่อการกระทำดังกล่าว และไม่กล้าที่จะรายงานให้ผู้บังคับบัญชาในสังกัดทราบ หรือในบางครั้งมีปัญหาเกี่ยวกับครอบครัวทางบ้าน และไม่สามารถปรึกษาผู้บังคับบัญชาได้ สาเหตุเนื่องจากขาดช่องทางในการร้องทุกข์ ไม่มีช่องทางติดต่อรายงานปัญหาให้กับทหารกองประจำการ เมื่อไม่มีผู้บังคับบัญชา รับทราบปัญหาและไม่สามารถแก้ไขสิ่งที่เกิดขึ้นได้ ทหารกองประจำการจึงหาทางออก โดยการส่งเรื่องราวไปยังญาติพี่น้องหรือสื่อมวลชน เพื่อให้ได้รับความสนใจและเป็นที่พึ่ง ในการแก้ไขปัญหา

3) ปัญหาและอุปสรรคแฝงมากับเทคโนโลยีและสื่อสังคมออนไลน์ของกองทัพบก ทำไมคนเราถึงหลงเชื่อข้อมูลข่าวปลอม ซึ่งสาเหตุหลัก ๆ น่าจะหนีไม่พ้นสาเหตุดังต่อไปนี้

- ตกหลุมพราง ผู้อ่านมีแนวโน้มที่จะแชร์ข่าวปลอม ที่ตรงกับความคิดความเชื่อของตนเองอยู่แล้วคนสร้างข่าวปลอมตั้งใจแต่แรกที่จะหลอกผู้อ่านข่าว

- ไม่สามารถแยกแยะข่าวบนหน้าเว็บ ปัจจุบันที่ผู้อ่านข่าว ส่วนใหญ่รับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ ซึ่งเป็นสื่อที่ข่าวปลอมถูกทำให้กลมกลืนกับข่าวจริง ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบการจัดหน้า หรือการแอบอ้างเป็นแหล่งข่าว จึงทำให้ผู้อ่านสับสน และยากที่จะแยกแยะข่าวปลอม

- เป็นกลไกของความเชื่อ เมื่อมีเพื่อนหรือคนในครอบครัว ส่งต่อข่าวมาให้อ่านผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ ผู้อ่านมักจะไม่ตระหนักหรือใช้วิจารณญาณ ในการตรวจสอบข่าวนั้น ๆ ก่อน เพราะคิดว่าผู้ส่งคงกลั่นกรองมาเรียบร้อยแล้ว

- ข่าวปลอมเล่นกับความรู้สึก มักใช้การเน้นพาดหัว ที่หวือหวา เนื้อข่าวที่เร้าอารมณ์ เพราะรู้ว่าคนอ่านจะถูกกระตุ้นอารมณ์ให้มีปฏิกิริยาต่อข่าวนั้น ๆ เช่น การกดเข้าไปอ่าน กดไลค์ แสดงความเห็นและช่วยแชร์ข่าวออกไป

- ผู้อ่านมีช่วงความสนใจสั้น อีกหนึ่งกลวิธีที่ใช้ในการเผยแพร่ข่าวปลอมหรือข่าวที่มีคุณภาพต่ำ คือ การหาผลประโยชน์จากพฤติกรรม “นักอ่านเวลาน้อย” เราจะเห็นว่าพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการรับรู้และเชื่อข่าวสาร โดยขาดทักษะการรู้เท่าทันข่าวนั้นเป็นเรื่องสำคัญที่ไม่สมควรมองข้าม ข่าวที่ไม่มีความจริง หรือที่เรียกว่าข่าวปลอม (Fake News) ที่เผยแพร่ทางสื่อสังคมออนไลน์นั้น สามารถส่งผลกระทบต่อสังคมโดยรวมได้ เนื่องจากข่าวปลอม มีการบิดเบือน ใส่ร้ายและขึ้นงานอาจทำให้ประชาชนเกิดความสับสน และขัดแย้งจนอาจส่งผลให้เกิดความวุ่นวายในสังคม

สรุปแนวคิดเกี่ยวกับภัยคุกคามรูปแบบใหม่และความมั่นคงแบบองค์รวมเป็นแนวคิดที่สะท้อนให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงของรูปแบบภัยคุกคามในยุคปัจจุบัน ที่ไม่จำกัดอยู่เพียงแค่ด้านการทหารหรือการใช้กำลังเท่านั้น แต่ยังครอบคลุมไปถึงมิติอื่น ๆ ที่มีผลกระทบต่อความมั่นคงของประเทศในทุกด้าน

ในด้านของเทคโนโลยีและสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งมีบทบาทสำคัญต่อความมั่นคงในยุคปัจจุบัน พบว่ามีภัยคุกคามที่แฝงมากับการใช้งาน อาทิ การแพร่กระจายข่าวปลอม (Fake News) ที่มีผลต่อการบิดเบือนข้อมูล ความเชื่อ และทัศนคติของประชาชน อันนำไปสู่ความแตกแยกและความไม่สงบในสังคม โดยเฉพาะในหมู่กำลังพลของกองทัพบกที่ใช้งานสื่อออนไลน์อย่างกว้างขวาง หากขาดวิจาร์ณญาณในการแสดงความคิดเห็น หรือเผยแพร่ข้อมูลที่เป็นความลับของทางราชการ ก็อาจส่งผลกระทบต่อความมั่นคงของหน่วยงานและประเทศได้

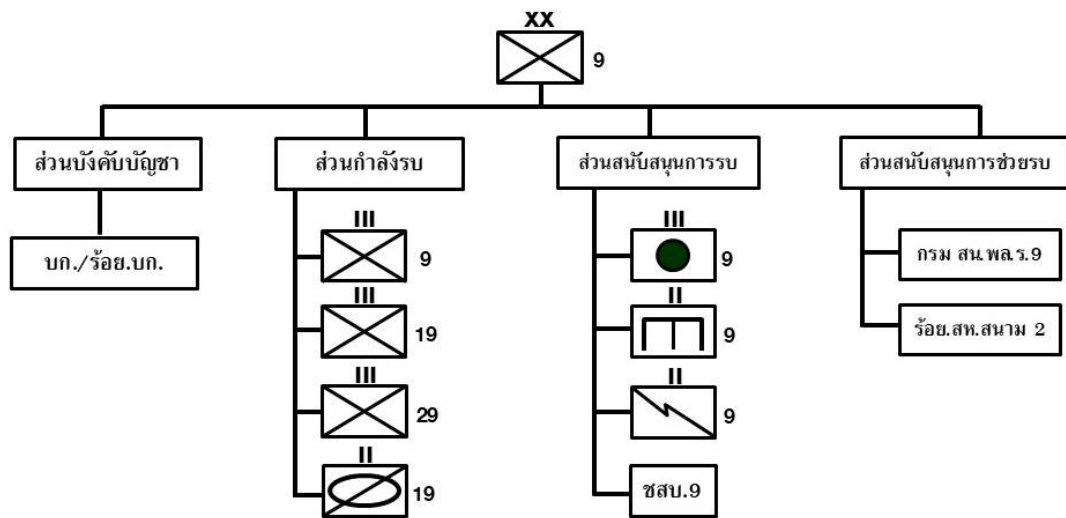
ทั้งนี้ ปัญหาการหลงเชื่อข่าวปลอมมักเกิดจากการขาดทักษะในการตรวจสอบข้อมูล การมีแนวโน้มเชื่อข้อมูลที่ตรงกับความเชื่อเดิมของตน หรือการรับข่าวสารจากบุคคลใกล้ชิด โดยไม่ตรวจสอบแหล่งที่มา อีกทั้งรูปแบบของข่าวปลอมมักถูกออกแบบให้เร้าอารมณ์ ดึงดูดความสนใจ และสอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้ใช้งานในยุคดิจิทัลที่มีช่วงความสนใจสั้น

โครงสร้างและภารกิจของกองพลทหารราบที่ 9

กองพลทหารราบที่ 9 หรือที่รู้จักในชื่อ กองพลเสือด่า (กองพลทหารอาสาสมัคร) เป็นกองพลทหารราบของกองทัพบกไทยที่จัดตั้งขึ้น หลังจากรัฐบาลไทยได้อนุมัติการส่งความช่วยเหลือทางทหารไปยังรัฐบาลสาธารณรัฐเวียดนามใต้ ในสมรภูมิสงครามเวียดนาม เมื่อวันที่ 14 มกราคม พ.ศ. 2511 โดยได้มีการจัดตั้งกองกำลังเฉพาะกิจที่เรียกว่า กรมทหารอาสาสมัคร มีนามว่า “คอบร้า” หรือ “จงอางศึก”

หลังจากการปฏิบัติภารกิจในสมรภูมิสงครามเวียดนาม กองทัพบกได้มีคำสั่งให้จัดตั้ง กองพลที่ 9 ขึ้นที่ตำบลลาดหญ้า อำเภอเมืองกาญจนบุรี จังหวัดกาญจนบุรี เมื่อวันที่ 9 มิถุนายน พ.ศ. 2514 จากนั้น กองทัพบกได้มีคำสั่งเปลี่ยนชื่อจาก กองพลที่ 9 เป็นกองพลทหารราบที่ 9 ในวันที่ 16 กันยายน พ.ศ. 2525 โดยนับเป็นกองพลเดียวที่มีหน่วยในสังกัดอยู่ในที่ตั้งเดียวกันในเนื้อที่จำนวน 66,752 ไร่ (106.803 ตารางกิโลเมตร)

1. โครงสร้างการจัดหน่วย กองพลทหารราบที่ 9 มีโครงสร้างการจัดเป็นหน่วยทหารราบเบา และเป็นหน่วยพร้อมรบระดับ 1 ของกองทัพบก (บรรจุกำลังในอัตราลดระดับ 1 ในส่วนบังคับบัญชาส่วนสนับสนุนการช่วยรบ และบรรจุกำลังอัตราเต็มบางส่วนในส่วนของการดำเนินกลยุทธ์) การจัดแบ่งเป็น 4 ส่วน ที่สำคัญ ดังนี้



ภาพที่ 2 โครงสร้างการจัดหน่วยกองพลทหารราบที่ 9 (ทหารราบเบา)

1.1 ส่วนบังคับบัญชา (ประกอบด้วย กองบัญชาการ และ กองร้อย กองบัญชาการ)

1.2 ส่วนกำลังรบ (ประกอบด้วย 3 กรมทหารราบ (ร.9, ร.19 และ ร.29), ม.พัน.19 พล.ร.9 และ ร้อย ลว.ไกล 9)

1.3 ส่วนสนับสนุนการรบ (ประกอบด้วย ป.9, ช.พัน.9 พล.ร.9, ส.พัน.9 พล.ร.9 และ ชสบ.9)

1.4 ส่วนสนับสนุนการช่วยรบ (ประกอบด้วย กรม สน.พล.ร.9 และ ร้อย.สท.สนามฯ 2)

2. วิสัยทัศน์ “กองพลทหารราบที่ 9 เป็นทหารของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เป็นหน่วยทหารอาชีพที่พร้อมรบ สามารถปฏิบัติการทางทหาร ในทุกสภาวะแวดล้อม และทุกระดับของความขัดแย้ง ตามบทบาทของทหาร ที่กำหนดไว้ในรัฐธรรมนูญ”

3. การกิจของกองพลทหารราบที่ 9 มีภารกิจและหน้าที่ความรับผิดชอบหลัก ดังนี้

3.1 จัดกำลังรบหลักในการปฏิบัติตามแผนป้องกันประเทศ โดยเฉพาะพื้นที่ภาคตะวันตกของประเทศไทย ครอบคลุมจังหวัดกาญจนบุรี ราชบุรี เพชรบุรี และจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

3.2 การรักษาความมั่นคงภายในราชอาณาจักร และการรักษาความสงบเรียบร้อยภายในประเทศ

3.3 การปฏิบัติการทางทหารเพื่อรักษาอธิปไตยและผลประโยชน์ของชาติ

3.4 การช่วยเหลือประชาชนและบรรเทาสาธารณภัย

3.5 การพัฒนาประเทศตามโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ

4. การจัดฝ่ายอำนวยการรับผิดชอบ วางแผน ประสานงาน และอำนวยการ

4.1 ฝ่ายกำลังพล มีภารกิจดังนี้

- (1) การรักษายอดกำลังพล
- (2) การจัดการกำลังพล
- (3) การพัฒนาและการรักษาขวัญ
- (4) การรักษา วินัย กฎ ข้อบังคับและคำสั่ง
- (5) การจัดการภายในกองบังคับการ
- (6) เบ็ดเตล็ด

4.2 ฝ่ายข่าวกรอง มีภารกิจ วางแผน อำนวยการ ควบคุมคุม ประสานงาน กำกับดูแล และดำเนินการในงานด้านการข่าว เพื่อให้บรรลุภารกิจในการปฏิบัติงานปกติ, การป้องกันประเทศ, การเฝ้าตรวจตามแนวชายแดนเอาชนะคอมมิวนิสต์ และการรักษาความสงบเรียบร้อยภายในประเทศ

4.3 ฝ่ายยุทธการ มีภารกิจดังนี้

- (1) กิจการธุรการทั้งปวงในฝ่าย
- (2) งานด้านประวัติศาสตร์
- (3) การจัดทำประมาณการยุทธ์

(4) การจัดทำข้อเสนอเรื่องยุทธศาสตร์ตามภารกิจหลัก และการวางแผนและการปฏิบัติการเกี่ยวกับ การจัดเฉพาะกิจ การผสมผสานการยิงกับการดำเนินกลยุทธ์ การใช้เครื่องมือสนับสนุนการรบ (ยกเว้นการข่าวกรอง, การต่อต้านข่าวกรองและกิจการพลเรือน) การแบ่งมอบและการใช้กระสุนพิเศษ การประสานการใช้ห้วงอากาศ เป็นต้น

4.4 ฝ่ายส่งกำลังบำรุง มีภารกิจดังนี้

- (1) การส่งกำลัง
- (2) การซ่อมบำรุง
- (3) การขนส่ง
- (4) การบริการทางการแพทย์
- (5) การบริการ
- (6) ความรับผิดชอบเบ็ดเตล็ด

4.5 ฝ่ายกิจการพลเรือน มีภารกิจดังนี้

- (1) การปฏิบัติการกิจการพลเรือน
- (2) การปฏิบัติการจิตวิทยา
- (3) การประชาสัมพันธ์
- (4) การปลูกฝังอุดมการณ์ทางการเมือง

4.6 ฝ่ายกรรมวิธีข้อมูล มีภารกิจดังนี้

- (1) ควบคุม ดูแลการใช้งานอุปกรณ์ระบบสารสนเทศของหน่วย
- (2) ดำเนินการจัดซื้อ จัดหา และซ่อมแซมอุปกรณ์ระบบสารสนเทศ

ของหน่วย

5. งานด้านการประชาสัมพันธ์ของกองพลทหารราบที่ 9 ดำเนินการโดยฝ่ายกิจการพลเรือน ซึ่งมีหน้าที่รับผิดชอบในการวางแผน อำนวยการ ประสานงาน และกำกับดูแลงานด้านการประชาสัมพันธ์และกิจการพลเรือนของหน่วยโดยมีขอบเขตการดำเนินงาน ดังนี้

5.1 การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและผลการปฏิบัติงานของหน่วย
สู่สาธารณชน

5.2 การสร้างความสัมพันธ์อันดีกับประชาชนและหน่วยงานในพื้นที่

5.3 การจัดกิจกรรมเพื่อสังคมและการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชน

5.4 การประสานงานกับสื่อมวลชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

5.5 การติดตามและวิเคราะห์สถานการณ์ข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับหน่วย

ในปัจจุบัน กองพลทหารราบที่ 9 ได้ขยายขอบเขตงานประชาสัมพันธ์ให้ครอบคลุมการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์และสื่อดิจิทัลมากขึ้น เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและพฤติกรรมการรับสื่อของประชาชน

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. ศรัณย์ แก้วสุข (2563) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์เชิงรุกของกองทัพบกไทยในยุคดิจิทัล²² การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันและปัญหาของการประชาสัมพันธ์ของกองทัพบกไทย และเพื่อพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์เชิงรุกที่เหมาะสมกับบริบทของกองทัพบกไทยในยุคดิจิทัล โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน ประกอบด้วยการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์ของกองทัพบก และการวิจัยเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้บริหารและผู้เชี่ยวชาญด้านการประชาสัมพันธ์ ผลการวิจัยพบว่า การประชาสัมพันธ์ของกองทัพบกในปัจจุบันยังขาดการบูรณาการและความเป็นเอกภาพ บุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์ยังขาดทักษะและความเชี่ยวชาญในการใช้สื่อดิจิทัล และงบประมาณด้านการประชาสัมพันธ์มีจำกัด ผู้วิจัยได้เสนอรูปแบบการประชาสัมพันธ์เชิงรุกในยุคดิจิทัล ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) การกำหนดนโยบายและยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์ 2) การพัฒนาบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์ 3) การบูรณาการสื่อประชาสัมพันธ์ 4) การสร้างเครือข่ายการประชาสัมพันธ์ และ 5) การประเมินผลการประชาสัมพันธ์

2. นกัศวรณ ธนัชชาวนิช (2564) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ประสิทธิภาพการสื่อสารในภาวะวิกฤติของหน่วยงานความมั่นคงไทย กรณีศึกษาการจัดการสื่อสารในภาวะวิกฤติของหน่วยงานความมั่นคงไทย โดยเฉพาะในการจัดการกับข่าวปลอมและข้อมูลบิดเบือนที่ส่งผลกระทบต่อความมั่นคงของประเทศ โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ประกอบด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงาน

ในหน่วยงานความมั่นคง และการวิเคราะห์เอกสารที่เกี่ยวข้อง ผลการวิจัยพบว่า หน่วยงานความมั่นคงไทยยังมีข้อจำกัดในการสื่อสารในภาวะวิกฤติ โดยเฉพาะในประเด็นความล่าช้าในการตอบสนองต่อข่าวปลอมและข้อมูลบิดเบือน ขาดการบูรณาการระหว่างหน่วยงาน และยังใช้รูปแบบการสื่อสารแบบดั้งเดิมที่ไม่สอดคล้องกับพฤติกรรมการรับสื่อของประชาชนในปัจจุบัน ผู้วิจัยได้เสนอแนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพการสื่อสารในภาวะวิกฤติ ประกอบด้วย 1) การจัดตั้งศูนย์ประสานงานการสื่อสารในภาวะวิกฤติ 2) การพัฒนาระบบเฝ้าระวังและตรวจสอบข้อมูลข่าวสาร 3) การสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับภาคส่วนต่าง ๆ และ 4) การพัฒนาทักษะและความเชี่ยวชาญของบุคลากรด้านการสื่อสาร

3. ประเมศวร์ วัชรนิธิกุล (2565) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การบริหารจัดการภาพลักษณ์ของกองทัพในยุคดิจิทัล กรณีศึกษาการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์²³ การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการบริหารจัดการภาพลักษณ์ของกองทัพในยุคดิจิทัล โดยเฉพาะการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน ประกอบด้วย การวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นประชาชนทั่วไป และการวิจัยเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ของกองทัพ ผลการวิจัยพบว่า การใช้สื่อสังคมออนไลน์มีผลต่อการรับรู้และทัศนคติของประชาชนที่มีต่อกองทัพอย่างมีนัยสำคัญ โดยเฉพาะในกลุ่มเยาวชนและคนรุ่นใหม่ ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ของกองทัพ ได้แก่ 1) ความน่าเชื่อถือของข้อมูล 2) ความรวดเร็วในการสื่อสาร 3) รูปแบบและเนื้อหาที่น่าสนใจ และ 4) การมีปฏิสัมพันธ์กับผู้รับสาร ผู้วิจัยได้เสนอแนวทางการบริหารจัดการภาพลักษณ์ของกองทัพในยุคดิจิทัล ประกอบด้วย 1) การกำหนดนโยบายและแนวทางการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่ชัดเจน 2) การพัฒนาทักษะและความเชี่ยวชาญของบุคลากรด้านการสื่อสารดิจิทัล 3) การสร้างเนื้อหาที่สร้างสรรค์และสอดคล้องกับความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย และ 4) การวัดและประเมินผลการสื่อสารอย่างเป็นระบบ

4. Johnson และ Kaye (2021) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง Strategic Military Public Relations in the Digital Age Challenges and Opportunities²⁴ การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความท้าทายและโอกาสในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ทางทหารในยุคดิจิทัล โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน ประกอบด้วย การวิเคราะห์เอกสาร การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้เชี่ยวชาญด้านการประชาสัมพันธ์ทางทหาร จาก 5 ประเทศ (สหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร แคนาดา ออสเตรเลีย และนิวซีแลนด์) และการสำรวจความคิดเห็นของประชาชน ผลการวิจัยพบว่า การประชาสัมพันธ์ทางทหารในยุคดิจิทัล

เผชิญกับความท้าทายสำคัญ ได้แก่ 1) การแพร่กระจายของข่าวปลอมและข้อมูลบิดเบือน 2) ความคาดหวังของสาธารณชนในการเข้าถึงข้อมูลอย่างรวดเร็วและโปร่งใส 3) ความสมดุลระหว่างความมั่นคงทางทหารกับการเปิดเผยข้อมูล และ 4) ความหลากหลายของช่องทางการสื่อสารและกลุ่มเป้าหมาย ในขณะเดียวกัน ยุคดิจิทัลก็เปิดโอกาสให้หน่วยงานทางทหารสามารถสื่อสารกับสาธารณชนได้โดยตรง สร้างความเข้าใจและการสนับสนุนจากประชาชน และพัฒนาภาพลักษณ์ที่ทันสมัยและเข้าถึงได้มากขึ้น ผู้วิจัยได้เสนอกรอบการทำงานสำหรับการประชาสัมพันธ์ทางทหารเชิงกลยุทธ์ในยุคดิจิทัล ซึ่งเน้นการบูรณาการการสื่อสาร การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

5. Martinez และ Rodriguez (2023) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง *Countering Disinformation and Hybrid Threats A Comparative Study of Military Communication Strategies*²⁵ การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเปรียบเทียบกลยุทธ์การสื่อสารทางทหารในการต่อต้านการบิดเบือนข้อมูลและภัยคุกคามแบบผสมผสาน โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ประกอบด้วยการวิเคราะห์เอกสาร การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้เชี่ยวชาญด้านความมั่นคงและการสื่อสาร จาก 6 ประเทศ (สหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร ฝรั่งเศส เยอรมนี ฟินแลนด์ และเอสโตเนีย) ผลการวิจัยพบว่า ประเทศที่มีประสิทธิภาพในการต่อต้านการบิดเบือนข้อมูลและภัยคุกคามแบบผสมผสานมีลักษณะร่วมกัน ได้แก่ 1) การบูรณาการการทำงานระหว่างหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม 2) การพัฒนาระบบเฝ้าระวังและตรวจสอบข้อมูลแบบเรียลไทม์ 3) การเสริมสร้างความรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศให้แก่ประชาชน และ 4) การพัฒนายุทธศาสตร์การสื่อสารเชิงรุกที่เน้นการนำเสนอข้อเท็จจริงและการสร้างความเชื่อมั่น ผู้วิจัยได้เสนอแนวทางการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารทางทหารในการต่อต้านการบิดเบือนข้อมูลและภัยคุกคามแบบผสมผสาน ซึ่งประกอบด้วย การวิเคราะห์ภัยคุกคาม การพัฒนาขีดความสามารถ การสร้างเครือข่ายความร่วมมือ และการประเมินผลอย่างต่อเนื่อง

6. อติศักดิ์ วรภักพิศิษฐ์ (2564) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง *การพัฒนาประสิทธิภาพการทำงานของบุคลากรในหน่วยงานความมั่นคง กรณีศึกษาการประยุกต์ใช้แนวคิดองค์การแห่งการเรียนรู้*²⁶ การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพการทำงานของบุคลากรในหน่วยงานความมั่นคง โดยประยุกต์ใช้แนวคิดองค์การแห่งการเรียนรู้ของ Peter Senge ใช้วิธีวิจัยแบบผสมผสาน ประกอบด้วย การวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นบุคลากรในหน่วยงานความมั่นคง และการวิจัยเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้บริหารและผู้เชี่ยวชาญ ผลการวิจัยพบว่า การประยุกต์ใช้แนวคิดองค์การแห่งการเรียนรู้ในหน่วยงานความมั่นคงสามารถเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของบุคลากรได้อย่างมีนัยสำคัญ โดยเฉพาะในด้านการคิด

อย่างเป็นระบบและการเรียนรู้ร่วมกันเป็นทีม วัฒนธรรมองค์การที่เน้นลำดับขั้นและ การสั่งการจากบนลงล่าง ผู้วิจัยได้เสนอรูปแบบการพัฒนาประสิทธิภาพการทำงาน ที่ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) การสร้างบรรยากาศการเรียนรู้ 2) การพัฒนา ระบบการจัดการความรู้ 3) การส่งเสริมการทำงานเป็นทีม และ 4) การพัฒนาภาวะผู้นำ ที่เอื้อต่อการเรียนรู้

7. สุภาวดี เจริญวานิช (2565) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การบริหารการเปลี่ยนแปลง เพื่อพัฒนางานประชาสัมพันธ์ในยุคดิจิทัลของหน่วยงานภาครัฐไทย²⁷ การวิจัยนี้มี วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันและปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารการ เปลี่ยนแปลงเพื่อพัฒนางานประชาสัมพันธ์ในยุคดิจิทัลของหน่วยงานภาครัฐไทย ใช้วิธีวิจัย เชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ จากหน่วยงานภาครัฐ 12 แห่ง และการสนทนากลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการบริหารการ เปลี่ยนแปลงและการประชาสัมพันธ์ ผลการวิจัยพบว่า การพัฒนางานประชาสัมพันธ์ในยุค ดิจิทัลของหน่วยงานภาครัฐไทยยังประสบปัญหาหลายประการ โดยเฉพาะการขาด วิสัยทัศน์ด้านดิจิทัลของผู้บริหาร ข้อจำกัดด้านทักษะดิจิทัลของบุคลากร และความล่าช้า ในการปรับเปลี่ยนกระบวนการ ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารการเปลี่ยนแปลง ได้แก่ 1) ภาวะผู้นำดิจิทัล 2) การพัฒนาสมรรถนะบุคลากร 3) การปรับโครงสร้างและ กระบวนการ 4) การสร้างวัฒนธรรมเปิดรับการเปลี่ยนแปลง และ 5) การบูรณาการ เทคโนโลยีดิจิทัล ผู้วิจัยได้เสนอโมเดลการบริหารการเปลี่ยนแปลงเพื่อพัฒนางาน ประชาสัมพันธ์ในยุคดิจิทัลของหน่วยงานภาครัฐไทย ที่เน้นการพัฒนาแบบค่อยเป็นค่อยไป และการมีส่วนร่วมของบุคลากรทุกระดับ

8. Henderson และ Wilson (2022) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง Continuous Improvement in Military Organizations Implementing Total Quality Management in Defense Communications Units²⁸ การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการประยุกต์ใช้ แนวคิดการบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์การ (TQM) ในพัฒนางานของหน่วยสื่อสาร ทางทหารในประเทศอังกฤษและออสเตรเลีย ใช้วิธีวิจัยแบบกรณีศึกษาเปรียบเทียบ โดยเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงาน การสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม และการวิเคราะห์เอกสาร ในหน่วยสื่อสารทางทหาร 6 แห่ง ผลการวิจัยพบว่า การนำ แนวคิด TQM มาประยุกต์ใช้ในหน่วยสื่อสารทางทหารช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน อย่างมีนัยสำคัญ โดยเฉพาะในด้านความรวดเร็วและความถูกต้องของการสื่อสาร ความพึงพอใจ ของผู้รับบริการ และการลดต้นทุนการดำเนินงาน ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จใน การประยุกต์ใช้ TQM ได้แก่ 1) การสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูง 2) การฝึกอบรมอย่าง ต่อเนื่อง 3) การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของบุคลากร 4) การวัดและติดตามผลการดำเนินงาน และ

5) การปรับปรุงกระบวนการอย่างต่อเนื่อง ผู้วิจัยได้พัฒนารอบการประยุกต์ใช้ TQM สำหรับหน่วยงานทางทหาร ที่คำนึงถึงบริบทและข้อจำกัดเฉพาะของหน่วยงานด้านความมั่นคง

สรุปงานวิจัยทั้งหมดชี้ให้เห็นว่าการพัฒนาการประชาสัมพันธ์และการสื่อสารของหน่วยงานทหารในยุคปัจจุบันต้อง เน้นการเปลี่ยนแปลงแบบองค์รวมที่ครอบคลุมการพัฒนาบุคลากร การปรับปรุงระบบงาน การใช้เทคโนโลยี และการสร้างความร่วมมือข้ามหน่วยงาน เพื่อให้สามารถรับมือกับความท้าทายของยุคดิจิทัลและภัยคุกคามรูปแบบใหม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

บทที่ 3

บทวิเคราะห์

บทนี้นำเสนอการวิเคราะห์สภาพปัจจุบันของงานด้านการประชาสัมพันธ์ของกองพลทหารราบที่ 9 ปัจจัยแวดล้อมที่มีผลต่อการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ และแนวทางในการพัฒนางานด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อรองรับภัยคุกคามรูปแบบใหม่ที่มีความซับซ้อนและหลากหลายมากขึ้น โดยเฉพาะในมิติของสงครามข่าวสารและสงครามไซเบอร์ การวิเคราะห์ดำเนินการผ่านการศึกษาค้นคว้าโครงสร้างและการดำเนินงานปัจจุบัน ทรัพยากรที่ใช้ในงานประชาสัมพันธ์ กระบวนการและวิธีการประชาสัมพันธ์ ตลอดจนความท้าทายในการรองรับภัยคุกคามรูปแบบใหม่ ร่วมกับการวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมโดยใช้เครื่องมือ SWOT Analysis เพื่อระบุจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค รวมถึงการวิเคราะห์ปัจจัยแห่งความสำเร็จ (Key Success Factors) ที่จะส่งผลต่อการพัฒนางานด้านการประชาสัมพันธ์ให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

สภาพปัจจุบันของงานด้านการประชาสัมพันธ์ของกองพลทหารราบที่ 9

1. โครงสร้างและการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ของกองพลทหารราบที่ 9

จากการศึกษาพบว่า งานด้านการประชาสัมพันธ์ของกองพลทหารราบที่ 9 ดำเนินการโดยฝ่ายกิจการพลเรือน ซึ่งมีหน้าที่รับผิดชอบในการวางแผน อำนวยการ ประสานงาน และกำกับดูแลงานด้านการประชาสัมพันธ์และกิจการพลเรือนของหน่วย โดยมีขอบเขตการดำเนินงานครอบคลุมการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและผลการปฏิบัติงานของหน่วยสู่สาธารณชน การสร้างความสัมพันธ์อันดีกับประชาชนและหน่วยงานในพื้นที่ การจัดกิจกรรมเพื่อสังคมและการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชน การประสานงานกับสื่อมวลชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และการติดตามและวิเคราะห์สถานการณ์ข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับหน่วย

อย่างไรก็ตาม จากการวิเคราะห์โครงสร้างการทำงานในปัจจุบัน พบว่ายังมีข้อจำกัดหลายประการ โดยเฉพาะการขาดการบูรณาการระหว่างหน่วยงานย่อยภายในกองพล ทำให้การประชาสัมพันธ์ขาดความเป็นเอกภาพและทิศทางที่ชัดเจน นอกจากนี้ ตำแหน่งของฝ่ายกิจการพลเรือนในโครงสร้างองค์กรยังไม่สะท้อนความสำคัญของงานประชาสัมพันธ์ในยุคที่ภัยคุกคามรูปแบบใหม่มีความซับซ้อนและเกี่ยวข้องกับมิติด้านข้อมูลข่าวสารมากขึ้น

2. ทฤษฎีที่ใช้ในงานประชาสัมพันธ์

การศึกษาพบว่า ทฤษฎีที่ใช้ในงานประชาสัมพันธ์ของกองพลทหารราบที่ 9 ยังมีข้อจำกัดในหลายด้าน ได้แก่

3.1.2.1 ด้านบุคลากร บุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์มีจำนวนจำกัด และขาดทักษะเฉพาะทางที่จำเป็น โดยเฉพาะทักษะด้านการสื่อสารดิจิทัล การผลิตสื่อ มัลติมีเดีย และการวิเคราะห์ข้อมูลข่าวสาร บุคลากรส่วนใหญ่ไม่ได้มีพื้นฐานการศึกษา หรือประสบการณ์ด้านการประชาสัมพันธ์โดยตรง ทำให้ขาดความเชี่ยวชาญในการวางแผน และดำเนินงานประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์

3.1.2.2 ด้านงบประมาณ งบประมาณที่จัดสรรให้กับงานประชาสัมพันธ์มีจำกัด ไม่เพียงพอต่อการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ให้ทันสมัยและรองรับภัยคุกคามรูปแบบใหม่ โดยเฉพาะการลงทุนในเทคโนโลยีและอุปกรณ์ที่จำเป็น

3.1.2.3 ด้านเทคโนโลยีและอุปกรณ์ ขาดแคลนเทคโนโลยีและอุปกรณ์ที่ทันสมัยสำหรับงานประชาสัมพันธ์ในยุคดิจิทัล เช่น อุปกรณ์การผลิตสื่อมัลติมีเดีย ซอฟต์แวร์สำหรับการออกแบบและตัดต่อ ระบบการติดตามและวิเคราะห์ข้อมูลข่าวสาร ออนไลน์ ซึ่งเป็นเครื่องมือสำคัญในการรับมือกับภัยคุกคามรูปแบบใหม่ที่มักใช้พื้นที่ดิจิทัลในการดำเนินการ

3. กระบวนการและวิธีการประชาสัมพันธ์

กระบวนการและวิธีการประชาสัมพันธ์ของกองพลทหารราบที่ 9 ในปัจจุบันยังคงเน้นการสื่อสารแบบดั้งเดิม (Traditional Media) เป็นหลัก เช่น การแถลงข่าว การจัดทำเอกสารประชาสัมพันธ์ และการประสานงานกับสื่อมวลชนท้องถิ่น แม้ว่าจะเริ่มมีการใช้สื่อสังคมออนไลน์มากขึ้น แต่ยังคงขาดความเป็นระบบและไม่สามารถใช้ประโยชน์จากสื่อดิจิทัลได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ

นอกจากนี้ ยังพบว่ากระบวนการทำงานด้านการประชาสัมพันธ์มีลักษณะตั้งรับมากกว่าเชิงรุก ขาดการวางแผนเชิงกลยุทธ์ระยะยาว และไม่มีระบบการติดตามและประเมินผลที่ชัดเจน ทำให้ไม่สามารถพัฒนาและปรับปรุงงานประชาสัมพันธ์ได้อย่างต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพ

4. ความท้าทายในการรองรับภัยคุกคามรูปแบบใหม่

ภัยคุกคามรูปแบบใหม่ที่กองพลทหารราบที่ 9 ต้องเผชิญ มีความหลากหลาย และซับซ้อน โดยเฉพาะภัยคุกคามที่เกี่ยวข้องกับมิติด้านข้อมูลข่าวสาร เช่น การแพร่กระจาย

ข่าวปลอม (Fake News) การบิดเบือนข้อมูล (Disinformation) และการปฏิบัติการข่าวสาร (Information Operations) ของฝ่ายตรงข้าม ซึ่งมีเป้าหมายเพื่อลดทอนความน่าเชื่อถือและภาพลักษณ์ของกองทัพ สร้างความแตกแยกในสังคม และบั่นทอนความมั่นคงของประเทศ ความท้าทายสำคัญในการรองรับภัยคุกคามเหล่านี้ ได้แก่

4.1 การตรวจจับและตอบโต้ข่าวปลอมและข้อมูลบิดเบือนอย่างทันทั่วทั้งที่ปัจจุบันกองพลทหารราบที่ 9 ยังขาดระบบและกลไกในการตรวจจับและตอบโต้ข่าวปลอมและข้อมูลบิดเบือนอย่างทันทั่วทั้งที่ ทำให้ข้อมูลที่เป็นเท็จหรือบิดเบือนสามารถแพร่กระจายได้อย่างรวดเร็วและกว้างขวาง ก่อให้เกิดผลกระทบต่อภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือของหน่วย

4.2 การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพในภาวะวิกฤติ กองพลทหารราบที่ 9 ยังขาดแผนและแนวทางการสื่อสารในภาวะวิกฤติที่ชัดเจน ทำให้ไม่สามารถจัดการกับสถานการณ์วิกฤติได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะในยุคที่ข้อมูลข่าวสารสามารถแพร่กระจายได้อย่างรวดเร็วผ่านสื่อสังคมออนไลน์

4.3 การเข้าถึงและสร้างความเข้าใจกับกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย กลุ่มเป้าหมายของการประชาสัมพันธ์มีความหลากหลายมากขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่มีพฤติกรรมการรับสื่อแตกต่างจากคนรุ่นก่อน การประชาสัมพันธ์แบบดั้งเดิมอาจไม่สามารถเข้าถึงและสร้างความเข้าใจกับกลุ่มเป้าหมายเหล่านี้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมด้านการประชาสัมพันธ์ของกองพลทหารราบที่ 9

1. การวิเคราะห์ SWOT Analysis

1.1 จุดแข็ง (Strengths)

1.1.1 ความน่าเชื่อถือขององค์กร กองพลทหารราบที่ 9 เป็นหน่วยทหารที่มีประวัติศาสตร์อันยาวนานและมีชื่อเสียง (กองพลเสือดำ) ทำให้มีความน่าเชื่อถือในสายตาของประชาชน ซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญในการสร้างการยอมรับและความเชื่อมั่นผ่านงานประชาสัมพันธ์

1.1.2 ความชัดเจนของพันธกิจและภารกิจ กองพลทหารราบที่ 9 มีพันธกิจและภารกิจที่ชัดเจนในการรักษาความมั่นคงและการพัฒนาประเทศ ซึ่งสามารถนำมาใช้เป็นเนื้อหาในการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการรับรู้และความเข้าใจแก่สาธารณชน

1.1.3 เครือข่ายความร่วมมือในพื้นที่ กองพลทหารราบที่ 9 มีเครือข่ายความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคมในพื้นที่ปฏิบัติการ ซึ่งสามารถนำมาใช้เป็นช่องทางในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและสร้างการมีส่วนร่วมในงานประชาสัมพันธ์

1.1.4 ความพร้อมด้านกำลังพล กองพลทหารราบที่ 9 มีกำลังพลจำนวนมากที่สามารถระดมมาสนับสนุนกิจกรรมประชาสัมพันธ์และปฏิบัติการข่าวสารได้อย่างรวดเร็วและทั่วถึง

1.2 จุดอ่อน (Weaknesses)

1.2.1 ข้อจำกัดด้านบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะทางบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะทางด้านการประชาสัมพันธ์และการสื่อสารดิจิทัลมีจำนวนจำกัด ทำให้ไม่สามารถพัฒนางานประชาสัมพันธ์ให้ทันสมัยและมีประสิทธิภาพได้

1.2.2 โครงสร้างองค์กรแบบดั้งเดิม โครงสร้างองค์กรแบบราชการทหารที่เน้นลำดับชั้นการบังคับบัญชาและการสั่งการจากบนลงล่าง ทำให้ขาดความคล่องตัวในการตัดสินใจและการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

1.2.3 ข้อจำกัดด้านงบประมาณและเทคโนโลยีงบประมาณที่จำกัดและการขาดแคลนเทคโนโลยีที่ทันสมัย ทำให้ไม่สามารถพัฒนางานประชาสัมพันธ์ให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและพฤติกรรมการรับสื่อของประชาชน

1.2.4 ขาดการบูรณาการและความเป็นเอกภาพในการสื่อสาร การขาดการบูรณาการระหว่างหน่วยงานย่อยภายในกองพล ทำให้การประชาสัมพันธ์ขาดความเป็นเอกภาพและทิศทางที่ชัดเจน

1.1.5 ขาดการวัดและประเมินผลที่เป็นระบบ ไม่มีระบบการวัดและประเมินผลงานประชาสัมพันธ์ที่ชัดเจน ทำให้ไม่สามารถประเมินประสิทธิภาพและผลลัพธ์ของการดำเนินงาน เพื่อนำมาปรับปรุงและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

1.3 โอกาส (Opportunities)

1.3.1 นโยบายและยุทธศาสตร์ระดับชาติที่ให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์และการรับมือกับภัยคุกคามรูปแบบใหม่ ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561 - พ.ศ. 2580) และแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาระบบประชาสัมพันธ์เพื่อรองรับภัยคุกคามรูปแบบใหม่ ซึ่งเป็นโอกาสในการขอรับการสนับสนุนและพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของกองพลทหารราบที่ 9

1.3.2 การพัฒนาอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีการสื่อสารและสื่อดิจิทัล การพัฒนาของเทคโนโลยีการสื่อสารและสื่อดิจิทัล เช่น สื่อสังคมออนไลน์ แอปพลิเคชัน และแพลตฟอร์มต่างๆ เปิดโอกาสให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างกว้างขวางและมีประสิทธิภาพมากขึ้น ด้วยต้นทุนที่ต่ำลง

1.3.3 ความตระหนักของสังคมต่อภัยคุกคามรูปแบบใหม่ สังคมมีความตระหนักและให้ความสำคัญกับภัยคุกคามรูปแบบใหม่มากขึ้น โดยเฉพาะภัยคุกคามทางไซเบอร์และการแพร่กระจายข่าวปลอม ซึ่งเป็นโอกาสในการสร้างความร่วมมือและการมีส่วนร่วมในการรับมือกับภัยคุกคามเหล่านี้

1.3.4 โอกาสในการสร้างเครือข่ายความร่วมมือ มีโอกาสในการสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน สถาบันการศึกษา และภาคประชาสังคม ในการพัฒนางานประชาสัมพันธ์และการรับมือกับภัยคุกคามรูปแบบใหม่

1.4 อุปสรรค (Threats)

1.4.1 ความซับซ้อนและความรุนแรงของภัยคุกคามรูปแบบใหม่ ภัยคุกคามรูปแบบใหม่มีความซับซ้อนและรุนแรงมากขึ้น โดยเฉพาะการใช้เทคโนโลยีขั้นสูงในการปฏิบัติการข่าวสารและการโจมตีทางไซเบอร์ ซึ่งเป็นความท้าทายในการรับมือและตอบโต้

1.4.2 การแพร่กระจายอย่างรวดเร็วของข่าวปลอมและข้อมูลบิดเบือน การแพร่กระจายของข่าวปลอมและข้อมูลบิดเบือนผ่านสื่อสังคมออนไลน์และแพลตฟอร์มดิจิทัลเป็นไปอย่างรวดเร็วและกว้างขวาง ยากต่อการควบคุมและตอบโต้อย่างทันท่วงที

1.4.3 การเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรม การรับสื่อของประชาชน พฤติกรรม การรับสื่อของประชาชนเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะในกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่นิยมสื่อดิจิทัลและสื่อสังคมออนไลน์ ทำให้การประชาสัมพันธ์แบบดั้งเดิมมีประสิทธิภาพลดลง

1.4.4 ความไม่เชื่อมั่นของประชาชนต่อสถาบันทางการเมืองและความมั่นคง ในบางกลุ่มประชาชน โดยเฉพาะคนรุ่นใหม่ มีความไม่เชื่อมั่นต่อสถาบันทางการเมืองและความมั่นคง ซึ่งอาจส่งผลต่อการยอมรับและความเชื่อถือในข้อมูลที่เผยแพร่โดยหน่วยงานทางทหาร

1.4.5 ข้อจำกัดด้านกฎหมายและระเบียบในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ กฎหมายและระเบียบของทางราชการบางประการอาจเป็นข้อจำกัดในการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ให้ทันสมัยและมีประสิทธิภาพ เช่น ข้อจำกัดในการใช้งบประมาณ การจัดซื้อจัดจ้าง และการเปิดเผยข้อมูล

2. การวิเคราะห์ปัจจัยแห่งความสำเร็จ (Key Success Factors)

จากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและบทเรียนจากกรณีศึกษาที่ประสบความสำเร็จ สามารถระบุปัจจัยแห่งความสำเร็จในการพัฒนางานด้านการประชาสัมพันธ์ของกองพลทหารราบที่ 9 เพื่อรองรับภัยคุกคามรูปแบบใหม่ ดังนี้

2.1 ภาวะผู้นำและวิสัยทัศน์ด้านการประชาสัมพันธ์ ผู้บังคับบัญชาระดับสูงต้องมีวิสัยทัศน์และให้ความสำคัญกับงานประชาสัมพันธ์ โดยเฉพาะในบริบทของการรับมือกับภัยคุกคามรูปแบบใหม่

2.2 การพัฒนาบุคลากรให้มีสมรรถนะที่เหมาะสม การพัฒนาความรู้ทักษะ และทัศนคติของบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์ให้สอดคล้องกับความต้องการและความท้าทายในปัจจุบัน

2.3 การบูรณาการและความเป็นเอกภาพในการสื่อสาร การบูรณาการการทำงานระหว่างหน่วยงานและการสร้างความเป็นเอกภาพในการสื่อสาร เพื่อให้ข้อมูลที่เผยแพร่มีความสอดคล้องและน่าเชื่อถือ

2.4 การใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมอย่างเหมาะสม การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมในงานประชาสัมพันธ์อย่างเหมาะสม เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย

2.5 การสร้างเครือข่ายความร่วมมือ การสร้างและพัฒนาเครือข่ายความร่วมมือกับทุกภาคส่วน ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม และสื่อมวลชน ในการร่วมกันรับมือกับภัยคุกคามรูปแบบใหม่

2.6 การวัดและประเมินผลอย่างเป็นระบบ การพัฒนาระบบการวัดและประเมินผลงานประชาสัมพันธ์ที่ชัดเจนและเป็นรูปธรรม เพื่อนำข้อมูลมาใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

2.7 การปรับตัวและความยืดหยุ่น ความสามารถในการปรับตัวและมีความยืดหยุ่นในการดำเนินงาน เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงและความไม่แน่นอนของสภาพแวดล้อม

แนวทางการพัฒนางานด้านการประชาสัมพันธ์ของกองพลทหารราบที่ 9 เพื่อรองรับภัยคุกคามรูปแบบใหม่

1. ด้านโครงสร้างและการบริหารจัดการ

1.1 การปรับโครงสร้างหน่วยงานด้านการประชาสัมพันธ์ควรพิจารณาปรับโครงสร้างหน่วยงานด้านการประชาสัมพันธ์ให้สอดคล้องกับสำคัญและบทบาทในการรับมือกับภัยคุกคามรูปแบบใหม่ เช่น การยกระดับฝ่ายกิจการพลเรือนให้มีสถานะและบทบาทที่ชัดเจนมากขึ้น และการจัดตั้งหน่วยงานเฉพาะที่รับผิดชอบด้านการปฏิบัติการข่าวสารและการรับมือกับภัยคุกคามทางไซเบอร์

1.2 การพัฒนาระบบบริหารจัดการแบบบูรณาการ ควรพัฒนาระบบการบริหารจัดการงานประชาสัมพันธ์แบบบูรณาการ โดยการสร้างกลไกการประสานงานและการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างหน่วยงานภายในกองพล และการกำหนดบทบาทและความรับผิดชอบที่ชัดเจนของแต่ละหน่วยงาน

1.3 การจัดทำแผนยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์เพื่อรองรับภัยคุกคามรูปแบบใหม่ ควรจัดทำแผนยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์ระยะยาว (3-5 ปี) ที่มุ่งเน้นการรองรับภัยคุกคามรูปแบบใหม่ โดยกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมาย กลยุทธ์ และตัวชี้วัดความสำเร็จที่ชัดเจน

1.4 การจัดตั้งศูนย์ปฏิบัติการข่าวสาร (Information Operation Center) ควรพิจารณาจัดตั้งศูนย์ปฏิบัติการข่าวสารที่มีหน้าที่ในการเฝ้าระวัง ตรวจสอบ วิเคราะห์ และตอบโต้ข่าวปลอมและข้อมูลบิดเบือนที่อาจส่งผลกระทบต่อความมั่นคงและภาพลักษณ์ของกองทัพ

2. ด้านการพัฒนาบุคลากร

2.1 การพัฒนาความรู้และทักษะเฉพาะทาง ควรพัฒนาความรู้และทักษะเฉพาะทางของบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์ โดยเฉพาะในด้านการสื่อสารดิจิทัล การผลิตสื่อมัลติมีเดีย การวิเคราะห์ข้อมูลข่าวสาร และการรับมือกับภัยคุกคามทางไซเบอร์ ผ่านการฝึกอบรม การศึกษาดูงาน และการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับหน่วยงานอื่น

2.2 การสร้างความตระหนักและการมีส่วนร่วมของกำลังพลทั้งหน่วย ควรสร้างความตระหนักและส่งเสริมการมีส่วนร่วมของกำลังพลทั้งหน่วยในงานประชาสัมพันธ์และการรับมือกับภัยคุกคามรูปแบบใหม่ โดยการจัดกิจกรรมให้ความรู้ การรณรงค์ และการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ

2.3 การพัฒนาระบบการจัดการความรู้และการถ่ายทอดประสบการณ์ ควรพัฒนาระบบการจัดการความรู้และการถ่ายทอดประสบการณ์ด้านการประชาสัมพันธ์ และการรับมือกับภัยคุกคามรูปแบบใหม่ เพื่อให้เกิดการเรียนรู้และพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

2.4 การสร้างเครือข่ายผู้เชี่ยวชาญและที่ปรึกษา ควรสร้างเครือข่ายผู้เชี่ยวชาญและที่ปรึกษาจากภายนอกองค์กร เช่น นักวิชาการ ผู้เชี่ยวชาญด้านการสื่อสาร และผู้เชี่ยวชาญด้านความมั่นคงไซเบอร์ เพื่อให้คำแนะนำและสนับสนุนการพัฒนา งานประชาสัมพันธ์

3. ด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม

3.1 การพัฒนาและปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ควรพัฒนาและปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศให้มีประสิทธิภาพและความมั่นคงปลอดภัย เพื่รองรับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ในยุคดิจิทัลและการรับมือกับภัยคุกคามทางไซเบอร์

3.2 การนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาประยุกต์ใช้ในงานประชาสัมพันธ์ ควรนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาประยุกต์ใช้ในงานประชาสัมพันธ์ เช่น การวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data Analytics) เพื่อเข้าใจพฤติกรรมและความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย การใช้ปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence) ในการวิเคราะห์และคาดการณ์แนวโน้มข่าวสาร และการใช้เทคโนโลยีความเป็นจริงเสมือน (Virtual Reality) และความเป็นจริงเสริม (Augmented Reality) ในการนำเสนอข้อมูล

3.3 การพัฒนาแอปพลิเคชันและแพลตฟอร์มการสื่อสาร ควรพัฒนาแอปพลิเคชันและแพลตฟอร์มการสื่อสารที่ทันสมัยและเข้าถึงง่าย เพื่อเพิ่มช่องทางการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย โดยเฉพาะกลุ่มคนรุ่นใหม่ เพื่รองรับการสื่อสารในภาวะวิกฤติ

3.4 การพัฒนาระบบการเฝ้าระวังและตรวจสอบข้อมูลข่าวสาร ควรพัฒนาระบบการเฝ้าระวังและตรวจสอบข้อมูลข่าวสารที่มีประสิทธิภาพ โดยใช้เทคโนโลยีการวิเคราะห์ข้อมูล การตรวจจับความผิดปกติ และการตรวจสอบข้อเท็จจริง เพื่อให้สามารถตรวจพบและตอบโต้ข่าวปลอมและข้อมูลบิดเบือนได้อย่างทันท่วงที

4. ด้านกระบวนการและวิธีการประชาสัมพันธ์

4.1 การปรับเปลี่ยนจากการประชาสัมพันธ์เชิงรับสู่เชิงรุก ควรปรับเปลี่ยนแนวทางการประชาสัมพันธ์จากเชิงรับสู่เชิงรุก โดยการนำเสนอข้อมูลที่ถูกต้องและเป็นประโยชน์อย่างต่อเนื่อง การสร้างการมีส่วนร่วมกับกลุ่มเป้าหมาย และการริเริ่มประเด็นการสื่อสารที่สอดคล้องกับพันธกิจและภารกิจของหน่วย

4.2 การพัฒนาเนื้อหาที่มีคุณภาพและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ควรพัฒนาเนื้อหาที่มีคุณภาพ น่าสนใจ และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย โดยการใช้รูปแบบการนำเสนอที่เหมาะสมกับแต่ละกลุ่ม เช่น การใช้สื่อมัลติมีเดีย การเล่าเรื่อง (Storytelling) และการสร้างประสบการณ์ (Experiential Marketing)

4.3 การบูรณาการสื่อทุกช่องทาง ควรบูรณาการการใช้สื่อทุกช่องทาง ทั้งสื่อดั้งเดิม (Traditional Media) และสื่อดิจิทัล (Digital Media) เพื่อให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างกว้างขวาง

4.4 การพัฒนาแนวทางการสื่อสารในภาวะวิกฤติ ควรพัฒนาแนวทางการสื่อสารในภาวะวิกฤติที่ชัดเจนและมีประสิทธิภาพ ประกอบด้วยการเตรียมความพร้อม การจัดการสถานการณ์ การสื่อสารกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และการฟื้นฟูภาพลักษณ์หลังวิกฤติ

4.5 การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชน ควรส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในการรับมือกับภัยคุกคามรูปแบบใหม่ โดยการให้ความรู้ การสร้างความตระหนัก และการจัดกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการเฝ้าระวังและตรวจสอบข้อมูลข่าวสาร

5. ด้านการสร้างเครือข่ายความร่วมมือ

5.1 การสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ ควรสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง เช่น กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (สพธอ.) และศูนย์ต่อต้านข่าวปลอม (Anti-Fake News Center) ในการแลกเปลี่ยนข้อมูล การพัฒนาขีดความสามารถ และการดำเนินการร่วมกันในการรับมือกับภัยคุกคามรูปแบบใหม่

5.2 การสร้างความร่วมมือกับภาคเอกชนและภาคประชาสังคม ควรสร้างความร่วมมือกับภาคเอกชนและภาคประชาสังคม เช่น บริษัทเทคโนโลยี สถาบันการศึกษา และองค์กรไม่แสวงหาผลกำไร ในการพัฒนานวัตกรรม การวิจัยและพัฒนา และการสร้างความตระหนักในการรับมือกับภัยคุกคามรูปแบบใหม่

5.3 การสร้างความสัมพันธ์กับสื่อมวลชน ควรสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับสื่อมวลชนทั้งระดับท้องถิ่นและระดับชาติ เพื่อให้เป็นช่องทางในการเผยแพร่ข้อมูลที่ถูกต้องและการแก้ไขข้อมูลที่บิดเบือน รวมทั้งการสร้าง ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับบทบาทและภารกิจของกองทัพ

5.4 การสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างประเทศ ควรสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับหน่วยงานและองค์กรระหว่างประเทศในการแลกเปลี่ยนข้อมูล องค์ความรู้ และแนวปฏิบัติที่ดี (Best Practices) ในการรับมือกับภัยคุกคามรูปแบบใหม่

แนวทางดังกล่าวควรได้รับการพัฒนาและดำเนินการอย่างเป็นระบบ และต่อเนื่อง โดยคำนึงถึงบริบทและข้อจำกัดเฉพาะของกองพลทหารราบที่ 9 ทั้งนี้ ควรมีการจัดลำดับความสำคัญและความเร่งด่วนของการดำเนินการ โดยพิจารณาจากผลกระทบ และความเป็นไปได้ในการดำเนินการ รวมทั้งมีการติดตามและประเมินผลอย่างต่อเนื่อง เพื่อปรับปรุงและพัฒนาให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมและ ภัยคุกคามรูปแบบใหม่ที่มีพลวัตสูง

บทที่ 4

บทอภิปรายผล

ในยุคปัจจุบันที่ภัยคุกคามความมั่นคงมีความซับซ้อนและหลากหลายมากขึ้น การประชาสัมพันธ์ได้กลายเป็นเครื่องมือสำคัญในการปฏิบัติการทางทหารและการรักษาความมั่นคงของประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในมิติของสงครามข่าวสาร (Information Warfare) ที่เป็นส่วนหนึ่งของภัยคุกคามรูปแบบใหม่ การศึกษาวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนางานด้านการประชาสัมพันธ์ของกองพลทหารราบที่ 9 เพื่อรองรับภัยคุกคามรูปแบบใหม่ จึงมีความสำคัญอย่างยิ่งในการเสริมสร้างขีดความสามารถของกองพลทหารราบที่ 9 ในการรับมือกับภัยคุกคามดังกล่าว การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนางานด้านการประชาสัมพันธ์ ศึกษาปัจจัยและองค์ประกอบในการพัฒนา และกำหนดแนวทางในการพัฒนางานด้านการประชาสัมพันธ์ของกองพลทหารราบที่ 9 เพื่อรองรับภัยคุกคามรูปแบบใหม่ ผ่านการศึกษาเอกสาร การทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมด้วย SWOT Analysis เพื่อนำไปสู่การพัฒนากิจการปฏิบัติที่เป็นรูปธรรม

ในบทนี้ ผู้วิจัยจะนำเสนอการอภิปรายผลการวิจัย โดยเชื่อมโยงผลการวิจัยกับแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่ทันสมัย วิเคราะห์ความสอดคล้องและความแตกต่าง ตลอดจนเหตุผลที่อธิบายผลการวิจัย พร้อมทั้งนำเสนอข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนางานด้านการประชาสัมพันธ์ของกองพลทหารราบที่ 9 ให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลยิ่งขึ้น

จากผลการวิจัยพบว่าแนวทางการพัฒนางานด้านการประชาสัมพันธ์ของกองพลทหารราบที่ 9 เพื่อรองรับภัยคุกคามรูปแบบใหม่ ประกอบด้วย แนวทางในแต่ละด้าน ดังนี้

1. ด้านโครงสร้างและการบริหารจัดการ การพัฒนางานด้านการประชาสัมพันธ์ของกองพลทหารราบที่ 9 เพื่อรองรับภัยคุกคามรูปแบบใหม่จำเป็นต้องเริ่มต้นจากการปรับปรุงโครงสร้างและระบบการบริหารจัดการให้สอดคล้องกับความท้าทายในปัจจุบัน ซึ่งประกอบด้วย 4 แนวทางหลัก คือ การปรับโครงสร้างหน่วยงานโดยการยกระดับฝ่ายกิจการพลเรือนและจัดตั้งหน่วยงานเฉพาะทางรับผิดชอบการปฏิบัติการข่าวสารและภัยคุกคามไซเบอร์ การพัฒนาระบบบริหารจัดการแบบบูรณาการผ่านการสร้างกลไกประสานงานและกำหนดบทบาทความรับผิดชอบที่ชัดเจน การจัดทำแผนยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์ระยะยาว 3-5 ปี ที่กำหนดวิสัยทัศน์ เป้าหมาย และตัวชี้วัด

ความสำเร็จในการรับมือภัยคุกคามรูปแบบใหม่ และการจัดตั้งศูนย์ปฏิบัติการข่าวสารที่ดำเนินงาน 24 ชั่วโมงเพื่อเฝ้าระวัง วิเคราะห์ และตอบโต้ข่าวปลอมและข้อมูลบิดเบือนอย่างเป็นระบบ การดำเนินการตามแนวทางเหล่านี้จะช่วยลดเวลาตอบสนองต่อข่าวปลอมจากหลายชั่วโมงเหลือเพียงไม่กี่นาที เพิ่มความน่าเชื่อถือ และรักษาความเชื่อมั่นของประชาชนต่อกองทัพ ซึ่งจะเป็นรากฐานสำคัญในการยกระดับความสามารถด้านการประชาสัมพันธ์ให้สามารถรับมือกับภัยคุกคามรูปแบบใหม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน

2. ด้านการพัฒนาบุคลากร การพัฒนาบุคลากรเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดในการยกระดับความสามารถด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อรับมือกับภัยคุกคามรูปแบบใหม่ เนื่องจากการศึกษาพบว่ากองพลทหารราบที่ 9 ประสบปัญหาการขาดบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะทางด้านการสื่อสารดิจิทัลและการรับมือกับภัยคุกคามไซเบอร์ ดังนั้น การพัฒนาบุคลากรอย่างเป็นระบบและครอบคลุมทั้งการพัฒนาความรู้ทักษะเฉพาะทาง การสร้างความตระหนักของบุคลากรทั้งหมด การจัดการความรู้ และการสร้างเครือข่ายผู้เชี่ยวชาญจะช่วยเสริมสร้างขีดความสามารถในการรับมือกับความท้าทายที่มีความซับซ้อนและเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว รวมทั้งสร้างองค์การแห่งการเรียนรู้ที่สามารถปรับตัวและพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมความมั่นคงในอนาคต การดำเนินการตามแนวทางการพัฒนาบุคลากรเหล่านี้จะส่งผลให้กองพลทหารราบที่ 9 มีบุคลากรที่มีความพร้อมและความสามารถในการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ได้อย่างมืออาชีพและมีประสิทธิภาพในการสนับสนุนภารกิจความมั่นคงแห่งชาติ

3. ด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม การพัฒนาและประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมเป็นกุญแจสำคัญในการยกระดับความสามารถด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อรับมือกับภัยคุกคามรูปแบบใหม่ที่มีความซับซ้อนและใช้เทคโนโลยีขั้นสูงในการดำเนินการ การศึกษาชี้ให้เห็นว่ากองพลทหารราบที่ 9 ยังขาดแคลนเทคโนโลยีและอุปกรณ์ที่ทันสมัยสำหรับงานประชาสัมพันธ์ในยุคดิจิทัล ดังนั้น การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศให้มีประสิทธิภาพและความปลอดภัย การนำเทคโนโลยีสมัยใหม่อย่าง Big Data Analytics, Artificial Intelligence, Virtual Reality และ Augmented Reality มาประยุกต์ใช้ในงานประชาสัมพันธ์ การพัฒนาแอปพลิเคชันและแพลตฟอร์มการสื่อสารที่ทันสมัยเพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลายโดยเฉพาะคนรุ่นใหม่ และการพัฒนาระบบการเฝ้าระวังและตรวจสอบข้อมูลข่าวสารที่ใช้เทคโนโลยีการวิเคราะห์ข้อมูลและการตรวจจับความผิดปกติเพื่อตรวจพบและตอบโต้ข่าวปลอมได้อย่างทันท่วงที่จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน สร้างความได้เปรียบเชิงแข่งขัน และเสริมสร้างความสามารถในการปกป้องและรักษาภาพลักษณ์ของกองทัพในสภาพแวดล้อมข้อมูลข่าวสารที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและความท้าทายสูง

4. ด้านกระบวนการและวิธีการประชาสัมพันธ์ การปรับปรุงกระบวนการและวิธีการประชาสัมพันธ์เป็นสิ่งจำเป็นเร่งด่วนเพื่อให้สามารถตอบสนองต่อภัยคุกคามรูปแบบใหม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะการเปลี่ยนแปลงจากการประชาสัมพันธ์เชิงรับที่รอให้เกิดเหตุการณ์แล้วจึงตอบสนอง สู่การประชาสัมพันธ์เชิงรุกที่นำเสนอข้อมูลที่ถูกต้องและเป็นประโยชน์อย่างต่อเนื่อง สร้างการมีส่วนร่วมกับกลุ่มเป้าหมาย และริเริ่มประเด็นการสื่อสารที่สอดคล้องกับพันธกิจของหน่วย ควบคู่ไปกับการพัฒนาเนื้อหาที่มีคุณภาพและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลายผ่านการใช้สื่อมัลติมีเดีย การเล่าเรื่อง และการสร้างประสบการณ์ การบูรณาการสื่อทุกช่องทางทั้งสื่อดั้งเดิมและสื่อดิจิทัล เพื่อเพิ่มการเข้าถึงอย่างกว้างขวาง การพัฒนาแนวทางการสื่อสารในภาวะวิกฤติที่ครอบคลุมการเตรียมความพร้อม การจัดการสถานการณ์ การสื่อสารกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และการฟื้นฟูภาพลักษณ์หลังวิกฤติ รวมทั้งการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในการรับมือกับภัยคุกคามรูปแบบใหม่ผ่านการให้ความรู้ การสร้างความตระหนัก และการจัดกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการเฝ้าระวังและตรวจสอบข้อมูลข่าวสาร ซึ่งการดำเนินการตามแนวทางเหล่านี้จะช่วยสร้างความเข้มแข็งในการรับมือกับภัยคุกคามด้านข้อมูลข่าวสารและเสริมสร้างความไว้วางใจของประชาชนต่อกองทัพอย่างยั่งยืน

Retry Claude can make mistakes. Please double-check responses. Sonnet 4

5. ด้านการสร้างเครือข่ายความร่วมมือ การสร้างเครือข่ายความร่วมมือเป็นกลยุทธ์สำคัญในการเสริมสร้างขีดความสามารถในการรับมือกับภัยคุกคามรูปแบบใหม่ที่มีลักษณะข้ามขอบเขตและต้องอาศัยความร่วมมือจากหลายภาคส่วน การศึกษาชี้ให้เห็นว่าการทำงานแบบแยกส่วนไม่สามารถตอบสนองต่อความซับซ้อนของภัยคุกคามได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้น กองพลทหารราบที่ 9 ควรสร้างเครือข่ายความร่วมมือในหลายมิติ ได้แก่ การร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องเช่น กระทรวงดิจิทัลฯ สพรอ. และศูนย์ต่อต้านข่าวปลอม เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลและพัฒนาขีดความสามารถร่วมกัน การร่วมมือกับภาคเอกชนและภาคประชาสังคมเช่น บริษัทเทคโนโลยี สถาบันการศึกษา และองค์กรไม่แสวงหาผลกำไร ในการพัฒนานวัตกรรมและสร้างความตระหนัก การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับสื่อมวลชนทั้งระดับท้องถิ่นและระดับชาติเพื่อเป็นช่องทางในการเผยแพร่ข้อมูลที่ถูกต้องและแก้ไขข้อมูลบิดเบือน และการสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างประเทศในการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้และแนวปฏิบัติที่ดี การดำเนินการตามแนวทางเหล่านี้ควรเป็นไปอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง โดยคำนึงถึงบริบทและข้อจำกัดเฉพาะของกองพลทหารราบที่ 9 มีการจัดลำดับความสำคัญและความเร่งด่วนตามผลกระทบและความเป็นไปได้ในการดำเนินการ รวมทั้งมีการติดตามและประเมินผลอย่างต่อเนื่องเพื่อปรับปรุงให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมและภัยคุกคามรูปแบบใหม่ที่มีพลวัตสูง

บทที่ 5

บทสรุป

การศึกษาวิจัยเรื่อง “แนวทางการพัฒนางานด้านการประชาสัมพันธ์ของ กองพลทหารราบที่ 9 เพื่อรองรับภัยคุกคามรูปแบบใหม่” ได้ดำเนินการในบริบทของ ความเปลี่ยนแปลงทางยุทธศาสตร์ที่มีความซับซ้อนและท้าทายในยุคปัจจุบัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อภัยคุกคามความมั่นคงได้ขยายขอบเขตจากมิติทางทหารแบบดั้งเดิมสู่มิติ ที่หลากหลายและซับซ้อนมากขึ้น ทั้งในรูปแบบของสงครามข่าวสาร สงครามไซเบอร์ การก่อการร้าย การแพร่กระจายข่าวปลอม และการบิดเบือนข้อมูลข่าวสารที่ส่งผลกระทบต่อ ความมั่นคงของชาติ ภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561 - 2580) และแผนแม่บท ภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ประเด็นความมั่นคง ได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาระบบ ประชาสัมพันธ์เพื่อรองรับภัยคุกคามรูปแบบใหม่ สอดคล้องกับเป้าหมายในการรักษา ความมั่นคงภายในประเทศและการป้องกันแก้ไขปัญหามีผลกระทบต่อความมั่นคง ในขณะที่แผนปฏิบัติราชการระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566-2570) ของกระทรวงกลาโหมและ กองทัพบก มุ่งเน้นการพัฒนาไปสู่ความทันสมัยด้วยการนำระบบเทคโนโลยีการสื่อสาร สารสนเทศ และดิจิทัลมาประยุกต์ใช้ การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อศึกษาแนวทางการ พัฒนางานด้านการประชาสัมพันธ์ ศึกษาปัจจัยและองค์ประกอบในการพัฒนา และ กำหนดแนวทางในการพัฒนางานด้านการประชาสัมพันธ์ของกองพลทหารราบที่ 9 เพื่อรองรับภัยคุกคามรูปแบบใหม่ ผ่านการศึกษาเอกสาร การทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมด้วย SWOT Analysis เพื่อนำไปสู่การพัฒนาข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและการปฏิบัติที่เป็นรูปธรรม

สรุปผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “แนวทางการพัฒนางานด้านการประชาสัมพันธ์ของ กองพลทหารราบที่ 9 เพื่อรองรับภัยคุกคามรูปแบบใหม่” พบว่า การประชาสัมพันธ์ ในปัจจุบันควรปรับเปลี่ยนจากเชิงรับสู่เชิงรุก โดยมุ่งเน้นการพัฒนาระบบเฝ้าระวังและ ตรวจสอบข้อมูลข่าวสาร การบูรณาการสื่อทั้งแบบดั้งเดิมและดิจิทัล รวมถึงการสร้าง เครือข่ายความร่วมมือกับทุกภาคส่วน การจัดตั้งศูนย์ปฏิบัติการข่าวสารเพื่อวิเคราะห์และ ตอบโต้ข่าวปลอม ตลอดจนการพัฒนาแนวทางการสื่อสารในภาวะวิกฤติ ล้วนเป็นแนวทาง สำคัญที่ควรได้รับการพัฒนาอย่างเร่งด่วน

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการพัฒนางานด้านการประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วยปัจจัยภายในองค์กร ได้แก่ ภาวะผู้นำ ศักยภาพของบุคลากร การจัดสรรทรัพยากร และวัฒนธรรมองค์กร รวมถึงปัจจัยภายนอก ได้แก่ นโยบายระดับชาติ การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี ความร่วมมือจากเครือข่าย และสถานการณ์ภัยคุกคาม โดยมีปัจจัยแห่งความสำเร็จที่สำคัญ คือ ภาวะผู้นำ การพัฒนาบุคลากร ความเป็นเอกภาพในการสื่อสาร การใช้เทคโนโลยีอย่างเหมาะสม การสร้างเครือข่าย การประเมินผลที่เป็นระบบ และความสามารถในการปรับตัว

จากการวิเคราะห์ข้อมูล สามารถกำหนดแนวทางการพัฒนางานด้านการประชาสัมพันธ์ของกองพลทหารราบที่ 9 เพื่อรองรับภัยคุกคามรูปแบบใหม่ใน 5 ด้านหลัก ได้แก่ ด้านโครงสร้างและการบริหารจัดการ ด้านการพัฒนาบุคลากร ด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม ด้านกระบวนการและวิธีการประชาสัมพันธ์ และด้านการสร้างเครือข่ายความร่วมมือ โดยในแต่ละด้านมีแนวทางการดำเนินการที่สำคัญที่สอดคล้องกับบริบทและความต้องการของหน่วยงาน

อย่างไรก็ตาม การนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ ควรคำนึงถึงข้อจำกัดเฉพาะของกองพลทหารราบที่ 9 โดยเฉพาะโครงสร้างองค์กรแบบทหาร วัฒนธรรมองค์กร ทรัพยากรที่มีจำกัด และภารกิจด้านความมั่นคง ซึ่งสอดคล้องกับข้อสังเกตของ Garcia และคณะ ที่พบว่า การนำเทคโนโลยีใหม่มาใช้ในหน่วยงานทหารมักประสบความท้าทายในด้านวัฒนธรรมองค์กร ความเชี่ยวชาญของบุคลากร งบประมาณ และความกังวลด้านความมั่นคงปลอดภัย

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1.1 กองพลทหารราบที่ 9 ควรกำหนดนโยบายและจัดทำแผนยุทธศาสตร์ด้านการประชาสัมพันธ์ระยะยาว (3-5 ปี) ที่มุ่งเน้นการรองรับภัยคุกคามรูปแบบใหม่โดยมีการกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมาย กลยุทธ์ และตัวชี้วัดความสำเร็จที่ชัดเจน สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติและแผนแม่บทความมั่นคงแห่งชาติ

1.2 ควรพิจารณาปรับปรุงโครงสร้างหน่วยงานด้านการประชาสัมพันธ์ให้มีความเหมาะสมกับภารกิจและความท้าทายในปัจจุบัน โดยเฉพาะการจัดตั้งศูนย์ปฏิบัติการข่าวสาร (Information Operation Center) ที่มีบทบาทหน้าที่ชัดเจนในการเฝ้าระวัง ตรวจสอบ วิเคราะห์ และตอบโต้ข่าวปลอมและข้อมูลบิดเบือน

1.3 ควรจัดสรรงบประมาณและทรัพยากรอย่างเพียงพอและเหมาะสมสำหรับการพัฒนางานด้านการประชาสัมพันธ์ โดยเฉพาะการลงทุนในเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่จำเป็น การพัฒนาบุคลากร และการสร้างเครือข่ายความร่วมมือ

1.4 ควรกำหนดนโยบายและแนวทางการสื่อสารในภาวะวิกฤติที่ชัดเจน ครอบคลุมทั้งการเตรียมความพร้อม การจัดการสถานการณ์ การสื่อสารกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และการฟื้นฟูภาพลักษณ์หลังวิกฤติ

1.5 ควรกำหนดนโยบายที่ส่งเสริมการสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับทุกภาคส่วน ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม และสื่อมวลชน ในการร่วมกันรับมือกับภัยคุกคามรูปแบบใหม่

2. ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

2.1 ควรจัดทำแผนพัฒนาบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์อย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง โดยเน้นการพัฒนาความรู้และทักษะที่จำเป็นในการรับมือกับภัยคุกคามรูปแบบใหม่ เช่น การสื่อสารดิจิทัล การผลิตสื่อมัลติมีเดีย การวิเคราะห์ข้อมูลข่าวสาร และการตรวจสอบข้อเท็จจริง

2.2 ควรนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้ในงานประชาสัมพันธ์อย่างเหมาะสม เช่น การใช้ระบบวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ในการวิเคราะห์แนวโน้มและพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย การใช้ปัญญาประดิษฐ์ในการตรวจจับและวิเคราะห์ข่าวปลอมและข้อมูลบิดเบือน

2.3 ควรพัฒนาเนื้อหาและกลยุทธ์การสื่อสารที่มีคุณภาพ น่าสนใจ และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย โดยเฉพาะกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่มีพฤติกรรมการรับสื่อผ่านช่องทางดิจิทัล

2.4 ควรบูรณาการการใช้สื่อและช่องทางการสื่อสารทุกรูปแบบ ทั้งสื่อดั้งเดิมและสื่อดิจิทัล ให้เสริมซึ่งกันและกัน โดยพิจารณาความเหมาะสมกับเนื้อหา กลุ่มเป้าหมาย และสถานการณ์

2.5 ควรพัฒนาระบบการเฝ้าระวังและตรวจสอบข้อมูลข่าวสารที่มีประสิทธิภาพ โดยใช้เทคโนโลยีและเครื่องมือที่ทันสมัย เช่น โปรแกรมวิเคราะห์ข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Monitoring Tools) ระบบตรวจจับการแพร่กระจายของข่าวปลอม และเครือข่ายการตรวจสอบข้อเท็จจริง เพื่อให้สามารถตรวจพบและตอบโต้ข่าวปลอมและข้อมูลบิดเบือนได้อย่างทันท่วงที

2.6 ควรจัดทำแผนการสื่อสารในภาวะวิกฤติที่ครอบคลุมทุกสถานการณ์ที่อาจเกิดขึ้น และมีการซ้อมแผนอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้บุคลากรเกิดความคุ้นเคย และสามารถปฏิบัติได้จริงเมื่อเกิดสถานการณ์วิกฤติ

2.7 ควรสร้างเครือข่ายและพันธมิตรด้านการประชาสัมพันธ์ทั้งภายในและภายนอกองค์กร โดยการจัดกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์ การแลกเปลี่ยนข้อมูลและองค์ความรู้ และการทำงานร่วมกันในโครงการต่างๆ เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งและประสิทธิภาพในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

2.8 ควรพัฒนาระบบการติดตามและประเมินผลงานประชาสัมพันธ์ที่เป็นระบบและมีประสิทธิภาพ โดยการกำหนดตัวชี้วัดที่ชัดเจน การใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีในการวัดผล และการนำผลการประเมินมาวิเคราะห์และปรับปรุงการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง

3. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

3.1 ควรมีการศึกษาวิจัยเชิงลึกเกี่ยวกับประสิทธิภาพของช่องทางการสื่อสารต่างๆ ในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกัน โดยเฉพาะกลุ่มคนรุ่นใหม่ เพื่อให้สามารถเลือกใช้ช่องทางการสื่อสารได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ

3.2 ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบแนวทางการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานทหารในต่างประเทศ โดยเฉพาะประเทศที่มีความก้าวหน้าในด้านนี้ เพื่อนำมาปรับใช้ให้เหมาะสมกับบริบทของประเทศไทย

3.3 ควรมีการวิจัยและพัฒนานวัตกรรมด้านการประชาสัมพันธ์ทางทหารที่เหมาะสมกับบริบทของประเทศไทย เช่น แอปพลิเคชันสำหรับการสื่อสารและปฏิสัมพันธ์กับประชาชน ระบบเฝ้าระวังและตรวจสอบข้อมูลข่าวสารที่ใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ และรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาที่น่าสนใจและมีประสิทธิภาพ

3.4 ควรมีการศึกษาลักษณะของภัยคุกคามรูปแบบใหม่ต่อความมั่นคงของประเทศและบทบาทของการประชาสัมพันธ์ในการรับมือกับภัยคุกคามเหล่านี้ เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ลึกซึ้ง และสามารถพัฒนาแนวทางการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น

3.5 ควรมีการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research) ในการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานทหาร โดยการมีส่วนร่วมของบุคลากรทุกระดับและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกภาคส่วน เพื่อให้เกิดการพัฒนาที่ตรงกับความต้องการและสอดคล้องกับบริบทที่แท้จริง

การพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของกองพลทหารราบที่ 9 มิใช่เพียงการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การสื่อสาร แต่เป็นการเสริมความเข้มแข็งด้านความมั่นคงในมิติใหม่ในยุคที่สงครามข่าวสารและไซเบอร์มีอำนาจภาพทัดเทียมอาวุธ การประชาสัมพันธ์คือแนวรบด้านแรกในการปกป้องการรับรู้ของประชาชน และเมื่อภัยคุกคามไร้รูปแบบที่ชัดเจน การเชื่อมโยงกองทัพกับประชาชนผ่านการสื่อสารที่ทันสมัยจึงเป็นภารกิจเร่งด่วน การวิจัยนี้วางรากฐานสำคัญสู่การพัฒนาขีดความสามารถในการต่อกรกับภัยคุกคามรูปแบบใหม่ โดยอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วนและการปรับตัวอย่างต่อเนื่อง

“สนามรบแห่งข้อมูลข่าวสาร” คือพื้นที่ยุทธศาสตร์ที่กองพลทหารราบที่ 9 ต้องพิชิตเพื่อรักษาความมั่นคงและความเชื่อมั่นของประชาชน อันเป็นรากฐานสำคัญของความมั่นคงที่ยั่งยืนของชาติ

เอกสารอ้างอิง

1. สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสวัสดิภาพแห่งชาติ. (2023). รายงานการประเมินสถานการณ์ความมั่นคงประจำปี 2566. กรุงเทพฯ: สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสวัสดิภาพแห่งชาติ.
2. พนมพร อิศรางกูร ณ อยุธยา, วรศักดิ์ วัชรกำธร, และธีรเดช ชูติมากร. (2022). การพัฒนายุทธศาสตร์การสื่อสารในการแก้ไขปัญหามันคงไม่ตามแบบของไทย. วารสารยุทธศาสตร์และความมั่นคง, 4(1), 82-97.
3. ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561 - 2580) [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก https://www.ratchakitcha.soc.go.th/DATA/PDF/2561/A/082/T_0001.pdf
4. แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ (2566 - 2580) ฉบับแก้ไขเพิ่มเติม [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก <http://nscr.nesdc.go.th/master-plans/>
5. แผนปฏิบัติการระยะ 5 ปี (พ.ศ.2566-2580) กระทรวงกลาโหม [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก <https://opp.mod.go.th/policyandplan>
6. แผนปฏิบัติการระยะ 5 ปี (พ.ศ.2566-2580) กองทัพบก [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก <https://opp.mod.go.th/policyandplan>
7. Beckhard R. Organization development strategies and models. Reading, MA Addison-Wesley; 1969.
8. French WL, Bell CH. Organization development behavioral science interventions for organization improvement. 6th ed. Upper Saddle River, NJ Prentice Hall; 1999.
9. วัฒนา ทองสุข. การประยุกต์ใช้แนวคิดการพัฒนากองทัพไทย. วารสารสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์. 2561;44(2)162-183.
10. Seitel FP. The practice of public relations. 13th ed. Boston Pearson; 2017.
11. Cutlip SM, Center AH, Broom GM. Effective public relations. 11th ed. Upper Saddle River, NJ Prentice Hall; 2013.
12. Paul C. Strategic communication origins, concepts, and current debates. Santa Barbara, CA Praeger; 2021.

13. วิรัช ลภีรัตนกุล. การประชาสัมพันธ์ฉบับสมบูรณ์. พิมพ์ครั้งที่ 12. กรุงเทพฯ สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย; 2562.
14. Boulding KE. The image knowledge in life and society. Ann Arbor University of Michigan Press; 1956.
15. Van Riel CBM, Fombrun CJ. Essentials of corporate communication implementing practices for effective reputation management. London Routledge; 2007.
16. Coombs WT. Ongoing crisis communication planning, managing, and responding. 4th ed. Thousand Oaks, CA SAGE Publications; 2014.
17. เสรี วงษ์มณฑา. การบริหารภาพลักษณ์องค์กรในยุคดิจิทัล. กรุงเทพฯ บริษัท ธนาเพรส จำกัด; 2562.
18. ศุภมิตร พริยะพงศ์รัตน์. การบริหารจัดการภาพลักษณ์ของกองทัพไทยในยุคสื่อสังคมออนไลน์. วารสารสังคมศาสตร์และมนุษยวิทยาเชิงพุทธ. 2564;6(8)79-93.
19. Buzan B, Wæver O, de Wilde J. Security a new framework for analysis. Boulder, CO Lynne Rienner Publishers; 1998.
20. สภาความมั่นคงแห่งชาติ. นโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วยความมั่นคงแห่งชาติ (พ.ศ. 2562-2565). กรุงเทพฯ สำนักงานสภาความมั่นคงแห่งชาติ; 2562.
21. สุรชาติ บำรุงสุข. ความมั่นคงใหม่ การเมือง เศรษฐกิจ สังคม และการทหาร ในศตวรรษที่ 21. กรุงเทพฯ โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย; 2561.
22. ศรัณย์ แก้วสุข. การพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์เชิงรุกของกองทัพไทยในยุคดิจิทัล [วิทยานิพนธ์ปริญญาโท]. กรุงเทพฯ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์; 2563.
23. ประเมศวร์ วัชรนิธิกุล. การบริหารจัดการภาพลักษณ์ของกองทัพในยุคดิจิทัล กรณีศึกษา การใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ [วิทยานิพนธ์ปริญญาโท]. กรุงเทพฯ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์; 2565.
24. Johnson TW, Kaye BK. Strategic military public relations in the digital age challenges and opportunities. Journal of Strategic Security. 2021;14(3)78-96.

25.Martinez C, Rodriguez P. Countering disinformation and hybrid threats a comparative study of military communication strategies. *International Journal of Communication*. 2023;17247-268.

26.อดิศักดิ์ วรภาคพิศิษฐ์. การพัฒนาประสิทธิภาพการทำงานของบุคลากรในหน่วยงานความมั่นคง กรณีศึกษาการประยุกต์ใช้แนวคิดองค์การแห่งการเรียนรู้ [วิทยานิพนธ์ปริญญาคุชฎีบัณฑิต]. กรุงเทพฯ มหาวิทยาลัยรามคำแหง; 2564.

27.สุภาวดี เจริญวานิช. การบริหารการเปลี่ยนแปลงเพื่อพัฒนางานประชาสัมพันธ์ในยุคดิจิทัลของหน่วยงานภาครัฐไทย [วิทยานิพนธ์ปริญญาคุชฎีบัณฑิต]. กรุงเทพฯ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์; 2565.

28.Henderson JL, Wilson KG. Continuous improvement in military organizations implementing total quality management in defense communications units. *International Journal of Defense Management*. 2022;15(3)224-247.

ประวัติย่อผู้วิจัย

ยศ ชื่อ

พันเอก กวินทร์ณัช เกิดสุข

วัน เดือน ปีเกิด

31 พฤษภาคม 2522

ประวัติสำเร็จการศึกษา

พ.ศ. 2546

ปริญญาตรี วิศวกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิศวกรรม
คอมพิวเตอร์ โรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า

พ.ศ. 2550

หลักสูตรชั้นนายร้อย รุ่นที่ 119 เหล่าทหารราบ
ศูนย์การทหารราบ

พ.ศ. 2554

หลักสูตรชั้นนายพัน รุ่นที่ 94 เหล่าทหารราบ
ศูนย์การทหารราบ

พ.ศ. 2557

หลักสูตรหลักประจำ ชุดที่ 92 โรงเรียนเสนาธิการทหารบก

ประวัติการทำงาน

พ.ศ. 2546

ผู้บังคับหมวดเครื่องยิงลูกระเบิดขนาด 60 มิลลิเมตร
กองพันทหารราบที่ 1 กรมทหารราบที่ 9

พ.ศ. 2548

ผู้บังคับหมวดปืนเล็ก กองพันทหารราบที่ 1 กรมทหารราบที่ 9

พ.ศ. 2551

ผู้บังคับกองร้อยอาวุธเบา กองพันทหารราบที่ 1
กรมทหารราบที่ 9

พ.ศ. 2557

ผู้ช่วยหัวหน้าฝ่ายส่งกำลังบำรุง กองพลพัฒนาที่ 1

พ.ศ. 2558

ผู้ช่วยหัวหน้าฝ่ายยุทธการ กองพลทหารราบที่ 9

พ.ศ. 2559

รองผู้บังคับกองพันทหารราบที่ 3 กรมทหารราบที่ 19

พ.ศ. 2560

หัวหน้าฝ่ายกิจการพลเรือน กองพลทหารราบที่ 9

พ.ศ. 2563

ผู้บังคับกองพันทหารราบที่ 2 กรมทหารราบที่ 9

พ.ศ. 2565

เสนาธิการกรมทหารราบที่ 9

ตำแหน่งปัจจุบัน

พ.ศ. 2566

รองเสนาธิการกองพลทหารราบที่ 9