

แนวทางการประชาสัมพันธ์ข่าวสารกองทัพบกบนสื่อสังคมออนไลน์

โดย

พลตรี วัชระ นิตยสุทษ์  
รองเลขานุการกองทัพบก  
กองทัพบก  
กระทรวงกลาโหม

นักศึกษาวิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร  
หลักสูตรการป้องกันราชอาณาจักร รุ่นที่ 56  
ประจำปีการศึกษา พุทธศักราช 2556 – 2557



## คำนำ

ด้วยวิวัฒนาการด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีที่มีมาอย่างต่อเนื่อง ความสะดวกสบายและความรวดเร็วในการติดต่อสื่อสาร รวมทั้งช่องทางการสื่อสารที่มีอย่างหลากหลาย ช่องทาง ประชาชนสามารถบริโภคข่าวสารได้อย่างเสรี ไร้ขีดจำกัด กระแสข้อมูลข่าวสารส่งผลให้ค่านิยมของประชาชนในสังคมเปลี่ยนแปลงไป หรืออาจกล่าวได้ว่า “วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี เปลี่ยน สังคมเปลี่ยน” ดังนั้น เมื่อคนในสังคมมีค่านิยมเปลี่ยนแปลงไป ส่งผลโดยตรงต่อแนวทางการบริหารจัดการของหน่วยงานราชการที่ต้องมีการปรับเปลี่ยนทัศนคติ แนวทางการบริหารราชการให้มีความสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงบริบทของสถานะแวดล้อม และที่สำคัญคือตัวของข้าราชการเองที่ต้องปรับให้ทันกับสถานการณ์ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์และ เป้าหมายขององค์กร เอกสารวิจัยเรื่อง “แนวทางการประชาสัมพันธ์ข่าวสารกองทัพบกบนสื่อสังคมออนไลน์” มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาการดำเนินการด้านการประชาสัมพันธ์ข่าวสารกองทัพบกและเพื่อศึกษาแนวทางการประชาสัมพันธ์ข่าวสารกองทัพบกทางสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งผลการวิจัยพบว่า กองทัพบกควรจัดทำระเบียบกองทัพบกกว่าด้วยการให้ข่าว การบริการข่าวสารและการประชาสัมพันธ์ ให้มีความสอดคล้องกับหน่วยเหนือและบริบทของสังคม รวมทั้งการจัดทำนโยบายการประชาสัมพันธ์กองทัพบกเพื่อให้หน่วยงานในกองทัพบกได้มีกรอบหรือแนวทางการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติให้เห็นผลเป็นรูปธรรม เพื่อชี้แจงผลงาน และเสริมสร้างภาพลักษณ์ของกองทัพบก

ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า งานวิจัยฉบับนี้ จักเป็นประโยชน์ต่อแวดวงวิชาการและการพัฒนางานด้านการประชาสัมพันธ์ของกองทัพบกและหน่วยงานอื่นๆต่อไป

พลตรี

( วัชระ นิตยสุทธิ )

นักศึกษาวิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร

หลักสูตร วปอ.รุ่นที่ 56

ผู้วิจัย

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	ก
คำนำ	ข
สารบัญ	ค
สารบัญแผนภาพ	จ
<b>บทที่ 1 บทนำ</b>	<b>1</b>
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
ขอบเขตของการวิจัย	3
วิธีการดำเนินการวิจัย	3
ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย	4
<b>บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี วรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง</b>	<b>5</b>
กระบวนการกำหนดนโยบาย	5
แนวคิดทั่วไปเกี่ยวกับการบริหารราชการ	10
แนวคิดเรื่องการประชาสัมพันธ์	17
แนวคิดสื่อสังคมออนไลน์ (Social Network)	25
ทฤษฎีเทคโนโลยีสื่อสารเป็นตัวกำหนด (Communication Technology Determinism และกระบวนการรับรู้	32
แนวคิดในเรื่องความมั่นคงของชาติ	36
ภารกิจหน้าที่และการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเลขานุการกองทัพบก	37
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	40
กรอบแนวคิดการวิจัย	42
<b>บทที่ 3 การดำเนินการด้านการประชาสัมพันธ์ข่าวสารกองทัพบก</b>	<b>43</b>
ปัจจัยภายนอกกองทัพบก	44
ปัจจัยภายในกองทัพบก	79

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
<b>บทที่ 4</b> แนวทางการประชาสัมพันธ์ข่าวสารกองทัพบกทางสื่อสังคมออนไลน์	<b>99</b>
ชั้นที่ 1 ชั้นก่อตัวนโยบายหรือขั้นตอนจัดระเบียบวาระนโยบาย	99
ชั้นที่ 2 ชั้นตรงวาระเตรียมร่างนโยบาย	106
ชั้นที่ 3 ชั้นกำหนดเป็นนโยบาย	107
ชั้นที่ 4 ชั้นนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ	108
ชั้นที่ 5 ชั้นประเมินผล	112
<b>บทที่ 5</b> สรุป และข้อเสนอแนะ	<b>115</b>
สรุป	115
ข้อเสนอแนะ	137
<b>บรรณานุกรม</b>	<b>138</b>
<b>ประวัติย่อ</b>	<b>142</b>

## สารบัญแผนภาพ

แผนภาพที่		หน้า
2-1	แสดงกระบวนการนโยบายตามทฤษฎีของ James E. Anderson และคณะ	6
2-2	กระบวนการในการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ	9
2-3	วงรอบการวางแผนการประชาสัมพันธ์	22
2-4	ความสัมพันธ์ในกระบวนการวางแผนประชาสัมพันธ์	24
2-5	แอปพลิเคชันที่มีผู้ใช้งานมากและบ่อยที่สุด	30
2-6	สื่อสังคมออนไลน์บางส่วนที่นายบารัค โอบามาประธานาธิบดีสหรัฐอเมริกาใช้อยู่	31
2-7	สื่อสังคมออนไลน์บางส่วนที่นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะอดีตนายกรัฐมนตรีใช้อยู่	32
2-8	ตัวกรองการสื่อสาร	34
3-1	ผังการจัดกระทรวงกลาโหม	49
3-2	วงล้อประชาสัมพันธ์	92
4-1	กระบวนการในการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ	108
5-1	รูปแบบการประชาสัมพันธ์ข่าวสารกองทัพบกทางสื่อสังคมออนไลน์	136

# บทที่ 1

## บทนำ

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในยุคโลกาภิวัตน์ เศรษฐกิจในภาคบริการมีบทบาทมากขึ้น โดยเฉพาะ ภาคบริการ โทรสารบันเทิง (Infotainment Tele-sector) ที่สร้างสื่อสัญลักษณ์ การสร้างคำ การสร้างภาพลักษณ์ การสร้างความรู้สึกลงในข้อมูลข่าวสาร การสื่อสาร และการบันเทิง ซึ่งเป็นนวัตกรรมอำนาจใหม่ของ ภาคการตลาดในยุคโลกาภิวัตน์ เราเรียกสิ่งนี้ว่า อำนาจอ่อน (Soft Power) หรือ อำนาจของข้อมูล ข่าวสาร ศาสตร์ของอำนาจอ่อน คือ ศาสตร์แห่งสื่อ (Mediology) ที่มีมนต์สะกดจิตสำนึกของ ประชาชน โดยใช้เครื่องมือสื่อต่างๆ เช่น การสร้างนิยาย การสร้างภาพฝัน การสร้างภาพลักษณ์ การโจมตีทางจิตใจ เพื่อเปลี่ยนระบบความคิดประชาชน และด้วยความเจริญก้าวหน้าของระบบ เครือข่ายเทคโนโลยีที่มีความทันสมัยและกว้างขวาง คอยช่วยอำนวยความสะดวก ความง่าย แก่ผู้บริโภค ทำให้ข้อมูลข่าวสารได้ถูกแพร่กระจายออกไปอย่างกว้างขวางในรูปแบบของการ สื่อสารต่างๆ

นโยบายความมั่นคงแห่งชาติ พ.ศ.2550-2554 กล่าวว่า สังคมไทยได้ก้าวข้ามจากระบบ อำนาจ และอุปถัมภ์มาสู่สังคมระบบการมีส่วนร่วม อันเกิดจากการที่ประชาชนตื่นตัวกับกระแสการ มีส่วนร่วมตามกรอบรัฐธรรมนูญและแรงกระตุ้นจากโลกาภิวัตน์ กระแสประชาธิปไตย การค้าเสรี การปกป้องสิทธิมนุษยชน และศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ ตลอดจนการอนุรักษ์คุ้มครองธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม แต่กลไกที่ดูแลกติกาใหม่ของการเปลี่ยนผ่าน ยังไม่สามารถทำหน้าที่ได้อย่างสมบูรณ์ และขาดความสามารถในการเตรียมความพร้อมของเจ้าหน้าที่รัฐและประชาชนทั้งในระดับปัจเจก ชุมชน และสังคม ให้มีความเข้าใจบริบทของการเปลี่ยนผ่านดังกล่าว สิ่งต่างๆ เหล่านี้เป็นปัจจัยที่ทำให้ สังคมเกิดความขัดแย้งและการเผชิญหน้าเพื่อเรียกร้องและปกป้องสิทธิของแต่ละฝ่ายด้วยวิธีการ ที่รุนแรง จนกลายเป็นปัญหาวิกฤติความขัดแย้งและการเผชิญหน้าเพื่อเรียกร้องและปกป้องสิทธิของ แต่ละฝ่ายด้วยวิธีการที่รุนแรง กลายเป็นปัญหาวิกฤติความขัดแย้งทางด้านการเมืองและสังคม ใน พ.ศ.2550-2554 ประเทศไทยต้องเผชิญกับความเสี่ยงทางด้านความมั่นคงภายในประเทศอย่าง รุนแรง โดยเฉพาะการขาดความสามัคคีของคนในชาติ การกระทำที่กระทบต่อความมั่นคงของ สถาบันหลักของชาติ การก่อความไม่สงบในจังหวัดชายแดนใต้ ในขณะที่ปัญหาการก่อการร้าย

สากลและอาชญากรรมข้ามชาติ และปัญหาที่เป็นเรื่องสืบเนื่องมาจากอดีต เช่น ปัญหายาเสพติด ผู้หลบหนีเข้าเมืองโดยผิดกฎหมาย ยังคงเป็นภัยคุกคามที่มีแนวโน้มส่งผลกระทบต่อวงกว้าง ตลอดจนต้องเผชิญกับผลกระทบจากภาวะโลกร้อน ภัยพิบัติทางธรรมชาติ และโรคระบาดที่รุนแรงมากขึ้น (นโยบายความมั่นคงแห่งชาติ พ.ศ.2550-2554,2550 : 4-5)

ความไม่มั่นคงปลอดภัยของประเทศเกิดขึ้นได้จากสาเหตุ 2 ประการ คือ

1. ความไม่มั่นคงปลอดภัย จากปัญหาประเทศที่มีความขัดแย้งกันในเรื่องของผลประโยชน์ของชาติ (National Interests) ทำให้มีการสะสมกำลังรบ และสะสมอาวุธที่มีอำนาจการทำลายล้างสูง พัฒนาขีดความสามารถของอาวุธยุทโธปกรณ์และเทคโนโลยีทางทหารอย่างต่อเนื่อง ซึ่งการกระทำนี้อาจนำไปสู่การรุกรานหรือคุกคามประเทศอื่นได้

2. ความไม่มั่นคงปลอดภัย จากปัญหาภัยคุกคาม (Threats) ภายในประเทศ เช่น การก่อการร้ายสากล การก่อความไม่สงบ ผู้หลบหนีเข้าเมืองโดยผิดกฎหมาย การแพร่ระบาดของยาเสพติด การแตกความสามัคคีของคนในชาติ เป็นต้น

กองทัพบกเป็นหน่วยงานราชการด้านการทหาร เป็นกำลังอำนาจของชาติด้านหนึ่ง ภายใต้สังกัดกระทรวงกลาโหม มีอำนาจหน้าที่ตามกรอบรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550 หมวด 5 แนวนโยบายพื้นฐานแห่งรัฐ ส่วนที่ 2 แนวนโยบายด้านความมั่นคงของรัฐ มาตรา 77 ได้กล่าวว่า “รัฐต้องพิทักษ์รักษาไว้ซึ่งสถาบันพระมหากษัตริย์ เอกราชอธิปไตยและบูรณภาพแห่งเขตอำนาจรัฐ และต้องจัดให้มีกำลังทหาร อาวุธยุทโธปกรณ์ และเทคโนโลยีที่ทันสมัย จำเป็นและเพียงพอ เพื่อพิทักษ์รักษาเอกราช อธิปไตย ความมั่นคงของรัฐ สถาบันพระมหากษัตริย์ ผลประโยชน์แห่งชาติ และการปกครองระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข และเพื่อการพัฒนาประเทศ” และพระราชกฤษฎีกา กฎ ระเบียบ ข้อบังคับต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนพระราชบัญญัติการจัดระเบียบราชการกระทรวงกลาโหม พ.ศ.2551

สำนักงานเลขาธิการกองทัพบก ซึ่งอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของกองทัพบก มีภารกิจด้านการดำเนินการเกี่ยวกับงานเลขานุการและงานธุรการให้กับ ผู้บัญชาการทหารบก , รองผู้บัญชาการทหารบก , ผู้ช่วยผู้บัญชาการทหารบก , เสนาธิการทหารบก และผู้ดำรงตำแหน่งอื่นตามที่ผู้บังคับบัญชามอบหมาย ตลอดจนดำเนินงานและประสานงานเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ กองทัพบก (คำสั่งกองทัพบก (เฉพาะ) ลับ ที่ 30/52 ลง 21 เม.ย.52) การประชาสัมพันธ์ข่าวสาร กองทัพบก มีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกองทัพบกและเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้ครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งสำนักงานเลขานุการกองทัพบกได้ดำเนินการประชาสัมพันธ์โดยศูนย์ประชาสัมพันธ์กองทัพบก และกองประชาสัมพันธ์ สำนักงานเลขานุการกองทัพบก ได้มีการนำเสนอข่าวสารผ่านสื่อที่มีความหลากหลายอย่างต่อเนื่อง ภายใต้กรอบงบประมาณที่ได้รับ



การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์เป็นการสื่อสารช่องทางใหม่ ช่องทางการสื่อสารที่แตกต่างกัน จะมีรูปแบบที่แตกต่างกัน ดังนั้น จึงเป็นเหตุจูงใจให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับแนวทางการประชาสัมพันธ์ข่าวสารกองทัพบกทางสื่อสังคมออนไลน์ ว่าควรดำเนินไปในรูปแบบใด เพื่อสำนักงานเลขานุการกองทัพบกและส่วนงานที่เกี่ยวข้องจะได้นำไปใช้ในการประชาสัมพันธ์ข่าวสารให้มีความทันสมัย น่าสนใจ ให้มีประสิทธิภาพต่อไป

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการดำเนินการด้านการประชาสัมพันธ์ข่าวสารกองทัพบก
2. เพื่อศึกษาแนวทางการประชาสัมพันธ์ข่าวสารกองทัพบกทางสื่อสังคมออนไลน์

## ขอบเขตของการวิจัย

1. ด้านเนื้อหา : การดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ข่าวสารกองทัพบกของสำนักงานเลขานุการ กองทัพบก  
: แนวทางการประชาสัมพันธ์ข่าวสารกองทัพบกทางสื่อสังคมออนไลน์
2. ด้านพื้นที่ : ภายในกองทัพไทย
3. ด้านประชากร : ผู้บังคับบัญชาและอดีตผู้บังคับบัญชาที่รับผิดชอบงานด้านกิจการพลเรือนและการประชาสัมพันธ์  
: ผู้ปฏิบัติหน้าที่ในฝ่ายอำนวยการ  
: ผู้ปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ในกองบัญชาการกองทัพไทย กองทัพบก และกองทัพอากาศ  
: ผู้เกี่ยวข้องกับงานการประชาสัมพันธ์ (หน่วยรับบริการ) ได้แก่ กองทัพภาคที่ 1 – 4
4. ด้านระยะเวลา : ทำการศึกษา ตั้งแต่ 18 ธันวาคม 2556 – 30 มิถุนายน 2557

## วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

1. การรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร

2. การรวบรวมข้อมูลจาก เลขานุการกองทัพบก อดีตเลขานุการกองทัพบก ผู้ปฏิบัติหน้าที่ในฝ่ายอำนวยการ ผู้ปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ในกองบัญชาการกองทัพบก กองทัพอากาศ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และผู้เกี่ยวข้องในฐานะหน่วยรับบริการ ได้แก่ ส่วนงานด้านการประชาสัมพันธ์ของ กองทัพอากาศที่ 1 – 4 โดยการสัมภาษณ์แบบสนทนากลุ่ม (Focus Group)

3. การตรวจสอบข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง ซึ่งผู้วิจัยได้รวบรวมมาแล้วสรุปรวมกับแนวคิด ทฤษฎี ที่ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมไว้เพื่ออภิปรายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ผู้วิจัยตั้งไว้

### ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ทำให้ทราบถึงองค์ประกอบในการดำเนินการด้านการประชาสัมพันธ์ข่าวสารกองทัพบก
2. ทำให้ทราบถึงแนวทางการประชาสัมพันธ์ข่าวสารกองทัพบกทางสื่อสังคมออนไลน์
3. ฝ่ายอำนวยการด้านกิจการพลเรือน สำนักงานเลขานุการกองทัพบกและหน่วยงานอื่นๆ สามารถใช้ผลการวิจัยไปเป็นแนวทางการจัดทำนโยบายการประชาสัมพันธ์ข่าวสารกองทัพบกทางสื่อสังคมออนไลน์

### คำจำกัดความ

การประชาสัมพันธ์ข่าวสารกองทัพบก หมายถึง การสื่อสาร ความคิดเห็น ข่าวสาร ข้อเท็จจริงต่างๆ ซึ่งรวมถึงภาพถ่ายกิจกรรมต่างๆ ของกองทัพบกสู่สาธารณะ

สื่อสังคมออนไลน์ หมายถึง ชนิดของช่องทางการติดต่อสื่อสารบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี วรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่อง “แนวทางการประชาสัมพันธ์ข่าวสารกองทัพบกบนสื่อสังคมออนไลน์” ผู้วิจัยมุ่งศึกษาการดำเนินการประชาสัมพันธ์ข่าวสารกองทัพบกในปัจจุบันและกรอบแนวคิดการดำเนินงานการประชาสัมพันธ์ข่าวสารกองทัพบกที่ใช้ช่องทางการสื่อสารที่เป็นสื่อออนไลน์ ซึ่งผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

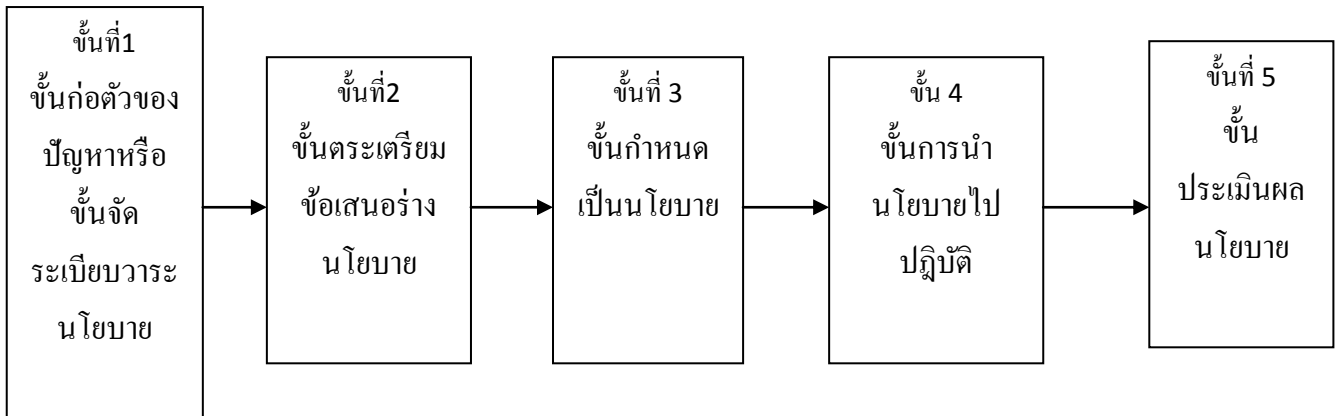
1. กระบวนการกำหนดนโยบาย
2. ระบบราชการ
3. แนวคิดเรื่องการประชาสัมพันธ์
4. แนวคิดสื่อสังคมออนไลน์
5. ทฤษฎีเทคโนโลยีสื่อสารเป็นตัวกำหนด และ กระบวนการรับรู้
6. แนวคิดเรื่องความมั่นคงแห่งชาติ
7. ภารกิจหน้าที่และการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเลขานุการกองทัพบก
8. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### กระบวนการกำหนดนโยบาย

ประกอบด้วยกระบวนการขั้นตอน ดังต่อไปนี้

1. ขั้นตอนตัวของปัญหาหรือขึ้นจัดระเบียบวาระนโยบาย (Agenda Setting)
2. ขั้นตอนเตรียมข้อเสนอร่างนโยบาย (Policy Formulation)
3. ขั้นตอนกำหนดเป็นนโยบาย (Policy Adoption)
4. ขั้นตอนการนำนโยบายไปปฏิบัติ (Policy Implementation)
5. ขั้นตอนประเมินผลนโยบาย (Policy Assessment)

สามารถเขียนเป็นกระบวนการขั้นตอนได้ ตามแผนภาพ ที่ 2-1



แผนภาพที่ 2-1 แสดงกระบวนการนโยบายตามทรรศนะของ James E. Anderson และคณะ

ที่มา James E. Anderson , David W. Brady and Charles Bullock III. Public Policy and Politics in the United States. Monterey, Calif.: Brooks / Cole, 1984. อ้างใน จุมพล หนิมพานิช. หน้า 99

1. ขั้นตอนก่อตัวของนโยบายหรือขั้นการก่อตัวของปัญหา เป็นขั้นตอนแรกของกระบวนการกำหนดนโยบาย ซึ่งขั้นตอนก่อตัวของนโยบาย มีองค์ประกอบดังนี้ (จุมพล หนิมพานิช : หน้า 102)

- 1.1 แนวคิดเกี่ยวกับปัญหา
- 1.2 ประเภทของปัญหา
- 1.3 การจัดระเบียบวาระของนโยบาย (Policy Agenda)
- 1.4 กระบวนการจัดระเบียบวาระนโยบาย (The Agenda Setting Process)
- 1.5 ผู้กำหนดนโยบาย
- 1.6 การกำหนดเป้าหมายและวัตถุประสงค์ของนโยบาย

1.1 แนวคิดเกี่ยวกับปัญหา ปัญหาใดจะถือว่าเป็นปัญหาที่สำคัญและมีผลกระทบกับกองทัพบกส่วนใหญ่ จะได้แก่ปัญหาที่ก่อให้เกิดความไม่สบายใจ การเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อม ความเจริญก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ซึ่งจะไปกระตุ้นให้กำลังพลและกองทัพบกเห็นความสำคัญ และพยายามแสวงหาวิธีแก้ไข โดยมีเงื่อนไขสำคัญของปัญหาที่สำคัญ ดังนี้

- 1.1.1 เป็นปัญหาที่ไปกระตุ้นให้เกิดความพยายามที่จะแสวงหาวิธีแก้ไข
- 1.1.2 อาจมองเห็นโดยบุคคลทั่วไปหรือบุคคลภายในองค์กร
- 1.1.3 การมองปัญหาที่เกิดขึ้น มักมีความแตกต่างกันไป ทำให้เกิดความหลากหลายของมุมมองต่อปัญหาที่เกิดขึ้น ซึ่งจะส่งผลให้การแก้ไขปัญหาย่างยากมากขึ้น

1.1.4 การให้คำจำกัดความของปัญหาที่เกิดขึ้น มักมีความแตกต่างกันไปตาม ช่วงจังหวะหรือระยะเวลา

1.2 ประเภทของปัญหา Theodore Lowi ได้จำแนกปัญหาได้เป็น 3 ประเภท ได้แก่ 1.) ปัญหาเกี่ยวกับการจัดระเบียบ กฎเกณฑ์ 2.) เกี่ยวกับการกระจายทรัพยากร 3.) การจัดสรร ทรัพยากรใหม่ การจำแนกประเภทปัญหาของ Lowi ดังกล่าวจำแนกโดยอาศัยเกณฑ์จำนวนคนที่ ได้รับผลกระทบ เช่น ปัญหาเกี่ยวกับการกระจายทรัพยากร มักจะเกี่ยวกับคนเป็นจำนวนน้อย ส่วน ปัญหาการจัดทรัพยากรใหม่ที่เกี่ยวข้องกับเป็นจำนวนมากว่ามีเป็นกลุ่มเป็นก้อนใหญ่กว่า

1.3 การจัดระเบียบวาระของนโยบาย (Policy Agenda) ในทฤษฎีของ Cobb และ Elder ได้จำแนกการจัดระเบียบวาระนโยบาย (Policy Agenda) มี 2 ประเภท คือ 1) เป็นนโยบาย สาธารณะที่สมาชิกของชุมชนทางการเมืองเห็นว่ามีมีความสำคัญ Cobb และ Elder เรียกปัญหา ประเภทนี้ว่า “ปัญหาเชิงนโยบายสาธารณะที่สำคัญ” หรือ The Systemic Agenda และ 2) นโยบายที่รัฐบาลตลอดจนเจ้าหน้าที่ของรัฐเห็นว่ามีมีความสำคัญและควรจะได้มีการให้ความสนใจ เอาใจใส่ เรียกว่า “ปัญหาเชิงนโยบายสาธารณะ” หรือ The Institutional Agenda

#### 1.4 กระบวนการจัดระเบียบวาระนโยบาย (The Agenda Setting Process)

John W. Kingdon เสนอตัวแบบกระบวนการจัดระเบียบวาระนโยบาย ซึ่ง เกี่ยวข้องกับกระแสหรือการไหลบ่าของข้อมูลข่าวสาร 3 กระแสได้แก่

1.4.1 กระแสปัญหา (Problem Steam)

1.4.2 กระแสนโยบาย (Policy Steam)

1.4.3 กระแสทางการเมือง (Political Steam)

ซึ่ง Kingdon เรียกตัวแบบนี้ว่า “ตัวแบบกระแสหน้าต่างนโยบาย” เมื่อใดก็ตามที่กระแสทั้ง 3 มารวมตัวกันหรือมาบรรจบกัน หน้าต่างนโยบายก็จะถูกเปิดออกมา

#### 1.5 ผู้กำหนดนโยบาย มีดังนี้

ทฤษฎีแรก คือ ทฤษฎีชนชั้นนำ (The Elitist Perspective) ตามทฤษฎีนี้ มองว่าชนชั้นนำที่มีอำนาจมักได้แก่ พวกครอบงำการตัดสินใจ ซึ่งชนชั้นนำดังกล่าว ได้แก่ ชนชั้น นำทางธุรกิจ ชนชั้นนำทางทหาร และชนชั้นนำทางการเมือง

ทฤษฎีที่สอง คือทฤษฎีพหุนิยม (The Pluralist Perspective) โดยมองว่า กลุ่มผลประโยชน์ที่มีหลากหลายเป็นผู้ครอบงำกระบวนการจัดวาระนโยบาย โดยกลุ่มเหล่านี้เป็นผู้ ที่คอยระบุปัญหาพร้อมทั้งการพยายามกดดันให้มีการกำหนดวาระนโยบายที่พวกเขาชอบ

ทฤษฎีที่สาม คือ ทฤษฎีของหน่วยงานรัฐบาลหรือสถาบันของรัฐภายใน ระบบการเมือง ตามทฤษฎีนี้แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม กลุ่มแรก กลุ่มสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร ที่ได้

เป็นกรณีการที่มีบทบาทเกี่ยวกับประเด็นปัญหาที่มีการให้ความสนใจ กลุ่มที่สอง ได้แก่ ข้าราชการที่รับผิดชอบนโยบายที่มีปัญหา กลุ่มที่สาม ได้แก่ กลุ่มที่ผู้รับ บริการหรือกลุ่มธุรกิจเอกชนที่มีส่วนได้ส่วนเสียกับปัญหานั้นๆ

1.6 การกำหนดเป้าหมายและวัตถุประสงค์ของนโยบาย จุมพล หลิมพานิช กล่าวว่า การกำหนดนโยบายและวัตถุประสงค์ของนโยบายที่จะตอบสนองต่อปัญหานั้น ควรมีลักษณะที่เป็นจริง สามารถบรรลุผลและสามารถปฏิบัติได้ ( 2552 : 110 )

ขั้นที่ 2 ขั้นเตรียมข้อเสนอร่างนโยบาย

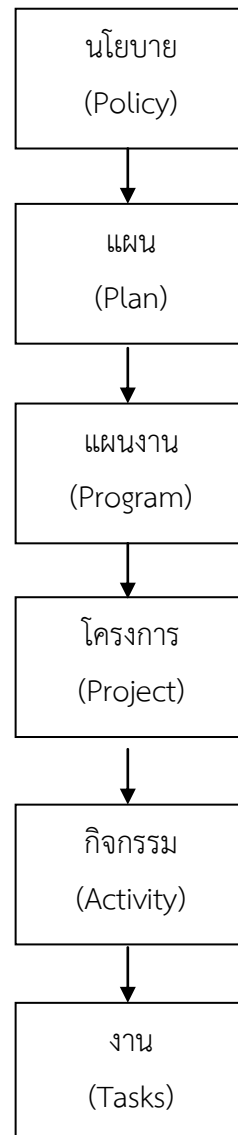
ขั้นเตรียมข้อเสนอร่างนโยบาย จุมพล หลิมพานิชกล่าวว่าในขั้นนี้เป็นขั้นที่เกี่ยวข้องกับการพิจารณาข้อเสนอและเกี่ยวข้องกับการพิจารณา ผู้ที่มีส่วนในการริเริ่มการเตรียมข้อเสนอร่างนโยบาย ( 2552 : 118) ซึ่งผู้กำหนดนโยบายโดยทั่วไปมักจะได้รับการเสนอแนะในหลายๆทางเลือกนโยบาย (Policy Alternatives) ซึ่งในบรรดาข้อเสนอทางเลือกต่างๆอาจจะมีทั้งข้อเสนอที่ดีที่สามารถนำไปปฏิบัติได้และข้อเสนอที่ยากแก่การนำไปปฏิบัติ

ขั้นที่ 3 ขั้นกำหนดเป็นนโยบาย

จุมพล หลิมพานิช กล่าวว่า ขั้นกำหนดเป็นนโยบายเป็นขั้นตอนตัดสินใจนโยบายที่จะมีการให้ความเห็นชอบแก้ไขหรือปฏิเสธทางเลือกนโยบายที่เสนอมาคือ จะมีข้อเสนอ นโยบายบางข้อที่เสนอขึ้นมาแล้วได้รับการยอมรับ บางข้อเสนอได้รับการปฏิเสธ บางข้อเสนออาจจะมีการแก้ไขเพิ่มเติมบ้างเล็กน้อย โดยมีผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจกำหนดนโยบายอยู่หลายฝ่าย ( 2552 : 121)

ขั้นที่ 4 การนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ (Implementation)

จุมพล หลิมพานิช กล่าวว่า การนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ (Implementation) หมายถึง การแสดงถึงนโยบายที่พึงปรารถนาที่สามารถนำไปปฏิบัติได้ของกฎหรือนโยบายที่เวลามีการดำเนินการจริงๆ แล้วก่อให้เกิดความสำเร็จหรือบรรลุผลได้ไม่ช้านัก นอกจากนี้ การนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติยังได้รับการพิจารณาในฐานะที่เป็นกระบวนการ (Process) ผลผลิต (An Output) และผลลัพธ์ (An Outcome) ( 2552: 177-179) กระบวนการในการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ มีขั้นตอนการดำเนินการอยู่ 2 ขั้นตอน คือ ขั้นตอนแรก เป็นขั้นตอนการแปลงนโยบายออกมาเป็นแผน (Plan) แผนงาน (Program) และโครงการ (Project) และขั้นตอนที่สองเป็นการดำเนินงาน ตามตารางภาพที่ 2-2



แผนภาพที่ 2-2 กระบวนการในการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ

ทีมา จุมพล หนิมพานิช, 2552 : 209

#### ขั้นที่ 5 การประเมินผลนโยบาย

จุมพล หนิมพานิช กล่าวว่า การประเมินผลนโยบายมี 2 ประเภท คือ การประเมินผลกระบวนการและการประเมินผลกระทบ ดังนี้ ( 2552 : 312 - 313)

1. การประเมินผลกระบวนการ การประเมินผลกระบวนการ เป็นการประเมินผลส่วนนำหรือปัจจัยนำเข้าของกิจกรรมว่าได้จัดสรรอย่างเหมาะสมและเป็นไปตามแผนงานหรือไม่ เพียงใด เช่น โครงการนั้นการฝึกอบรมผู้ปฏิบัติการได้ทำครบถ้วนตามหลักสูตรหรือไม่ งบประมาณได้รับการจัดสรรพอเพียงและทันเวลาหรือไม่ การปฏิบัติเป็นไปตามกระบวนการหรือไม่ การปฏิบัติ

เป็นไปตามกระบวนการที่วางไว้หรือไม่ ช่วงเวลาการประเมินผลจึงเป็นไปในขณะที่โครงการดำเนินอยู่ และผลการประเมินในหลักการจะถูกนำมาใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงวิธีการทำงาน ปรับปรุงการจัดสรรทรัพยากร ตลอดจนเทคนิคต่างๆในการดำเนินโครงการ

2. การประเมินผลกระทบ การประเมินผลกระทบ ประกอบด้วย ผลผลิต (Output) ผลลัพธ์ (Outcome) โดยกล่าวว่า ผลผลิตหมายถึง ผลที่เกิดขึ้นทันทีจากการดำเนินงานหรือผลเบื้องต้น ส่วนผลลัพธ์ (Outcome) หมายถึงผลจุดหมายปลายทาง (Ultimate Outputs) เป็นผลระยะยาว

## แนวคิดทั่วไปเกี่ยวกับการบริหารราชการ

การบริหารราชการเป็นกิจกรรมทางสังคมที่มีความสำคัญและสัมพันธ์กับชีวิตของประชาชนในทุกประเทศ ไม่ว่าจะเป็นกิจกรรมด้านเศรษฐกิจ กิจกรรมทางสังคมหรือกิจกรรมด้านการเมือง ระบบราชการจะต้องมีบทบาทในส่วนใดส่วนหนึ่ง หรือรูปแบบใดรูปแบบหนึ่งเสมอ เช่น การกำหนดหลักเกณฑ์หรือวิธีการปฏิบัติในเรื่องใดเรื่องหนึ่งในรูปของกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ หรือนโยบายนอกเหนือจากการกำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการปฏิบัติสำหรับประชาชน ดังกล่าวแล้วยังกำหนดให้มีสภาพการบังคับใช้หลักเกณฑ์โดยการจัดตั้งองค์กรต่าง ๆ ขึ้นมา ดำเนินการภายใต้อำนาจหน้าที่ตามที่กฎหมายกำหนด องค์กรต่าง ๆ ที่จัดตั้งขึ้นเป็นจำนวนมาก ครอบคลุมการบังคับใช้กฎหมายที่มีอยู่ในประเทศทุกลักษณะ องค์กรต่าง ๆ นี้เรียกว่า องค์กรของรัฐ หรือหน่วยงานของรัฐ และบรรดาองค์กรของรัฐหรือหน่วยงานของรัฐทั้งประเทศหรือทั้งระบบ ระบบราชการนับเป็นส่วนที่มีบทบาทและความสำคัญต่อประชาชนสูงที่สุด

1. ความหมายของการบริหารราชการ คำว่า การบริหารราชการ ควรมีการพิจารณา โดยแยกออกเป็นคำ สองคำคือ การบริหาร และคำ ว่า ราชการ

คำว่า การบริหาร (Administration) หมายถึง กิจกรรมซึ่งเกี่ยวข้องกับการดำเนินการ เพื่อให้บรรลุผลตามวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายที่ได้กำหนดขึ้น โดยใช้ทรัพยากรทางการบริหารที่มีอยู่ ได้แก่ คน (man) เงิน (money) วัสดุอุปกรณ์ (material) และความรู้ทางการบริหาร (management) ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

การบริหารเป็นเรื่องทั่วไปซึ่งสามารถเกิดขึ้นได้ทุกหนทุกแห่งไม่จำเป็นว่าการบริหารขององค์กรภาคเอกชน หรือการบริหารดำเนินการโดยหน่วยงานของรัฐก็ตาม ส่วนคำว่า ราชการนั้น หมายถึง การงานของรัฐหรือพระเจ้าแผ่นดินหรืออภินายหนึ่งเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมสาธารณะ หรือกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับประชาชนจำนวนมาก



ความหมายของคำว่าการบริหารราชการนั้นมีนักวิชาการให้คำอธิบายไว้เป็นจำนวนมาก เช่น

เฮอริเบิร์ต เอ.ไซมอน (Herbert A. Simon) อธิบายว่า การบริหารราชการหมายถึงกิจกรรมของฝ่ายบริหารทุกประเภท ทุกระดับ ไม่ว่าจะเป็นระดับชาติ หรือระดับท้องถิ่นก็ตาม เพื่อมุ่งให้เกิดประโยชน์แก่ประชาชนในลักษณะของการให้บริการสาธารณะ ในขณะที่ เจมส์ ดับเบิลยู เฟสเลอร์ (James W. Fesler) เห็นว่าการบริหารราชการ คือ กระบวนการในการกำหนดนโยบายและการนำนโยบายของรัฐบาลไปปฏิบัติให้เกิดประโยชน์ต่อประชาชน โดยองค์การราชการ หรือหน่วยงานของรัฐและมุ่งประโยชน์สาธารณะ ส่วน เฟลิกซ์ เอ. ไนโกร (Felix A. Nigro) เห็นว่าการบริหารราชการเป็นกิจกรรมของการดำเนินนโยบายสาธารณะของหน่วยงานของรัฐซึ่งครอบคลุมทั้งการปฏิบัติงานของฝ่ายนิติบัญญัติ ฝ่ายบริหาร และฝ่ายตุลาการซึ่งสัมพันธ์กันอย่างแยกไม่ออก นอกจากนั้นยังเกี่ยวพันกลุ่มต่าง ๆ ในสังคมเป็นจำนวนมากและมีลักษณะการบริหารงานที่แตกต่างกับภาคเอกชน ทั้งเป้าหมาย และวิธีการ

ลูเธอร์ กุลลิก (Luther Gulick) อธิบายว่า การบริหารราชการเป็นเรื่องของการนำนโยบายของรัฐบาลไปปฏิบัติให้เกิดประโยชน์ต่อประชาชนตามวัตถุประสงค์แห่งนโยบาย โดยใช้ศาสตร์ทางการบริหาร และเกี่ยวข้องผูกพันอยู่กับอำนาจของฝ่ายนิติบัญญัติ ฝ่ายบริหาร และฝ่ายตุลาการ

จากการอธิบายหรือการให้ความหมายของการบริหารราชการของนักวิชาการดังกล่าวข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า การบริหารราชการประกอบด้วยลักษณะดังต่อไปนี้

1. กระบวนการของการบริหารงานของรัฐหรือหน่วยงานของรัฐ
2. กระบวนการของการกำหนดนโยบายและการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติให้ถึงประชาชน
3. กระบวนการซึ่งเกี่ยวข้องสัมพันธ์กันทั้งด้านนิติบัญญัติ บริหาร และตุลาการ
4. การบริหารราชการมีความแตกต่างจากการบริหารของภาคเอกชน ทั้งในแง่ของเป้าหมายและวิธีการในการดำเนินการ
5. การบริหารราชการมีผลกระทบต่อประชาชนทั้งประเทศเป็นวงกว้างไม่ได้มุ่งที่บุคคลใดบุคคลหนึ่ง หรือกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งเป็นการเฉพาะ

ประยูร กาญจนกุล (2523 : ออนไลน์) กล่าวว่า คำที่มีความหมายใกล้เคียงกันกับการบริหารราชการ แต่มีความหมายกว้างกว่า คือคำว่า บริการสาธารณะ (public service) ซึ่งหมายถึงกิจกรรมทุกประเภทที่จัดทำ ขึ้นเพื่อสนองความต้องการหรือประโยชน์ส่วนรวมของประชาชนพลเมือง หรืออีกนัยหนึ่ง คือ กิจการที่กระทรวง ทบวง กรม รัฐวิสาหกิจหรือองค์กร

ปกครองส่วนท้องถิ่น หรือเอกชน ซึ่งดำเนินการในนามของรัฐหรือในการควบคุมของรัฐ หรือกิจการที่อยู่ในความอา นวยการ หรือในความควบคุมของฝ่ายปกครองที่จัดทา ขึ้นเพื่อสนองความต้องการส่วนรวมของประชาชน

วิลเลียม เอฟ. วิลลูบปี (William F. Willoughby) อธิบายว่าการบริการสาธารณะ หมายถึงหน้าที่ของฝ่ายบริหารที่จะนำกฎหมายซึ่งออกโดยฝายนิติบัญญัติแต่ตีความโดยฝายตุลาการ ไปบังคับใช้อย่างจริงจัง

เอ. อี. ไวท์ (A.E. White) อธิบายว่าหมายถึงระบบการบริหารของหน่วยงานต่างๆ ของรัฐ ซึ่งปฏิบัติงานโดยยึดถือกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ ตลอดจนแนวจริตประเพณี เพื่อที่จะนำเอานโยบายที่กาหนดโดยฝายบริหารไปปฏิบัติให้เกิดประโยชน์ต่อประชาชน

ข้อสังเกตคือ การบริหารการบริการราชการเป็นเพียงส่วนหนึ่งของบริการสาธารณะเท่านั้นกล่าวคือ เจาะจงเฉพาะบริการสาธารณะที่ดำเนินการโดยหน่วยงานราชการและข้าราชการเท่านั้น ไม่หมายรวมถึงรัฐวิสาหกิจ องค์กรมหาชน หรือกิจการเชิงพาณิชย์อื่น ๆ ซึ่งดำเนินการโดยรัฐหรือรัฐมีหุ้นส่วน หรือการบริการสาธารณะของเอกชน ซึ่งได้สัมปทานจากรัฐ หรือปฏิบัติงานโดยการควบคุมของหน่วยงานของรัฐ

## 2. ความสำคัญของการบริหารราชการและระบบราชการ

การบริหารราชการและระบบราชการมีความสำคัญต่อชีวิตและความเป็นอยู่ของประชาชนในประเทศต่าง ๆ อย่างมาก เนื่องจากมีบทบาทต่อการกำหนดกฎเกณฑ์ต่าง ๆ ในการดำรงชีวิตของพลเมือง ในรูปของการออกกฎหมาย และการบังคับใช้กฎหมาย ซึ่งมีอยู่มากครอบคลุมกิจกรรม ที่สำคัญและจำเป็นในชีวิตของประชาชนตั้งแต่เกิดจนตาย นอกจากนั้นอาจดำเนินการในรูปของนโยบาย ซึ่งอาจก่อให้เกิดผลกระทบต่อประชาชนกลุ่มต่าง ๆ ทั้งด้านบวกและด้านลบ หรืออีกนัยหนึ่ง คือ ทุกนโยบายมักมีผู้ได้รับผลประโยชน์และผู้เสียผลประโยชน์มากบ้าง น้อยบ้างในเวลาเดียวกัน

ความสำคัญของการบริหารราชการและระบบราชการอาจแตกต่างกันและเปลี่ยนแปลงไปตามสภาวะทางสังคม และสภาพแวดล้อมหรือสถานการณ์ทางการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม ในบางเวลาหรือในบางสังคมการบริหารราชการอาจเข้าไปมีบทบาทในการทำภารกิจหรือการให้บริการสาธารณะค่อนข้างสูง ในสภาวะเช่นนั้น ระบบราชการก็จะมีความสำคัญและอำนาจในสังคมสูง แต่ในบางประเทศหรือบางเวลา บางสถานการณ์ รัฐหรือระบบราชการได้ลดบทบาทในการทำภารกิจหรือบริการสาธารณะลงตามความจำเป็น เช่น อาจเนื่องจากข้อจำกัดของงบประมาณแผ่นดิน แรงกดดันจากภาคเอกชน ประชาชน หรือสถาบันการเงินระหว่างประเทศซึ่ง

เป็นแหล่งเงินกู้ของรัฐ ให้มีการถ่ายโอนภารกิจไปให้กับภาคเอกชนในรูปของกลไกตลาดมากขึ้น เมื่อนั้นรัฐหรือระบบราชการก็จะลดบทบาทและความสำคัญลง

### 3. หน้าที่ของระบบราชการ

หน้าที่ของระบบราชการนั้น อาจพิจารณาได้หลายลักษณะ เช่น หน้าที่พื้นฐานของรัฐ หน้าที่ด้านความมั่นคง หน้าที่ด้านเศรษฐกิจ หน้าที่ในด้านการควบคุมและจัดระเบียบ หน้าที่ด้านการส่งเสริมและอนุรักษ์ระบบวัฒนธรรมและจารีตประเพณี เป็นต้น

3.1 ซามูเอล เจ.เบิร์นสไตน์และแพทริก โอ.ฮารา(Samuel J. Bernstein and Patrick O' Hara) (1979) ได้จัดแบ่งหน้าที่ของระบบราชการออกเป็น 4 ลักษณะ ดังนี้คือ

3.1.1 หน้าที่ประเภทการให้บริการ ได้แก่หน้าที่ในการให้บริการสาธารณะทั่วไป เช่น การบริการในด้านการดูแลความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของประชาชน บริการคุ้มครองป้องกันการรุกรานและการละเมิดเอกราชและบูรณภาพแห่งดินแดนจากรัฐอื่น บริการปกป้องผลประโยชน์และทรัพย์สินของชาติ บริการด้านสาธารณสุข บริการด้านการศึกษาบริการด้านการสาธารณสุขประเภทต่าง ๆ ตลอดจนบริการในด้าน ความบันเทิง และการพักผ่อนหย่อนใจของประชาชน

3.1.2 หน้าที่ประเภทการควบคุมและจัดระเบียบ ในสังคมและระบบเศรษฐกิจที่ขยายตัวขึ้นและมีความสลับซับซ้อนนั้นสินค้าและบริการเป็นจำนวนมาก ซึ่งประชาชนไม่มีความรู้ความเข้าใจในการเลือกบริโภคอย่างเพียงพอ สินค้าและบริการบางอย่างอาจมาซึ่งอันตรายต่อชีวิตและทรัพย์สินของประชาชน โดยเฉพาะสินค้าและบริการซึ่งต้องใช้ความรู้ทางวิชาการและเทคนิคระดับสูง เช่น สินค้าประเภทอาหารและยา สินค้าหรือผลิตภัณฑ์ทางด้านวิศวกรรม ตลอดจนบริการ ซึ่งต้องอาศัยความรู้ด้านกฎหมาย เป็นต้น สินค้าและบริการเหล่านี้ รัฐหรือหน่วยงานของรัฐจำเป็นต้องเข้ามาดูแล ปกป้องผลประโยชน์ของประชาชนในรูปแบบของการอนุญาตหรือการควบคุมโดยใช้มาตรฐานในวิชาชีพนั้นๆ เป็นเกณฑ์ในการควบคุมเพื่อให้ประชาชนผู้บริโภคเกิดความมั่นใจในการใช้สินค้าบริการนั้น รัฐจะมีหน่วยงาน

นอกจากนั้นการควบคุมและจัดระเบียบ ยังหมายรวมถึงการกำหนดแนวทางหรือมาตรการในการปฏิบัติให้บุคคลหรือผู้ประกอบการถือปฏิบัติเพื่อมิให้เกิดการเอาเปรียบ หรือเป็นผลร้ายต่อประชาชน เช่น กิจการอุตสาหกรรมหรือกิจการที่อาจส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมตลอดจนกิจการที่อาจเป็นอันตรายต่อเด็กและเยาวชน เช่น สถานบริการบางประเภท การควบคุมสื่อลามกต่างๆ เป็นต้น

3.1.3. หน้าที่ประเภทให้การสนับสนุน หน่วยงานของรัฐ หรือหน่วยงานราชการนี้ หมายถึง หน่วยงานที่ไม่ได้ทำภารกิจในการให้บริการแก่ประชาชนโดยตรง แต่ทำหน้าที่

ช่วยเหลือสนับสนุนให้หน่วยงานประเภทอื่น ๆ ของรัฐดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น หน่วยงานด้านการค้นคว้าวิจัยด้านต่าง ๆ หน่วยงานประเภทนี้จะทำหน้าที่เผยแพร่องค์ความรู้จากการวิจัยให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำไปใช้ในการให้บริการกับประชาชนต่อไป

หน่วยงานสนับสนุนด้านงบประมาณ เช่น สำนักงบประมาณหรือกระทรวง ทบวงกรมต่าง ๆ หน่วยงานสนับสนุนด้านบุคลากรและอัตราากำลังตลอดจนกำหนดหลักเกณฑ์ วิธีการในด้านการบริหารงานบุคคลของหน่วยราชการต่าง ๆ เช่น สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน หรือหน่วยงานด้านการวางแผนการพัฒนาประเทศ เช่น สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ด้านความมั่นคง เช่น สำนักงานสภาความมั่นคงแห่งชาติ สำนักข่าวกรองแห่งชาติ เป็นต้น

3.1.4 หน้าที่ประเภทสงเคราะห์และให้ความช่วยเหลือ หน่วยงานประเภทนี้ได้แก่หน่วยงานซึ่งทำภารกิจในด้านการสงเคราะห์และช่วยเหลือประชาชนจากความสูญเสียต่าง ๆ หรือช่วยให้ประชาชนได้มีโอกาสในชีวิตที่ดีขึ้น หรือช่วยให้ประชาชนสามารถดำรงชีวิตในสังคมได้อย่างปกติสุข เช่น สำนักงานกิจการสตรีและสถาบันครอบครัว สำนักงานส่งเสริมสวัสดิภาพและพิทักษ์เด็กเยาวชนผู้ด้อยโอกาสและผู้สูงอายุ ซึ่งสังกัดกระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ กรมการจัดหางาน กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน สำนักงานประกันสังคม ซึ่งสังกัดกระทรวงแรงงาน เป็นต้น

อย่างไรก็ตามการแบ่งประเภทเช่นนี้เป็นการแบ่งในลักษณะกว้าง ๆ ตามภารกิจเพื่อความสะดวกในการจัดประเภทของงานเท่านั้น แต่ในทางปฏิบัติหน่วยงานบางหน่วยงานอาจทำภารกิจหลายภารกิจในเวลาเดียวกันหรือในภารกิจเดียวกันอาจมีหน่วยงานหลายหน่วยงานร่วมทำภารกิจนั้นก็ได้

3.2 สวิฟ (Swiff,1993) มาร์ตินัส เซน(Martinussen,1997) และแมนสฟิลด์ (Mansfield, 1980, อ้างใน ประภาวดี ตุลยจินดา,2526, หน้า 22-23) มีความเห็นว่า หน้าที่ของรัฐหรือระบบราชการอาจแบ่งออกได้เป็น 3 ลักษณะ ดังนี้

3.2.1 หน้าที่ในการให้บริการขั้นพื้นฐาน (basic provision) ได้แก่ หน้าที่ในการป้องกันประเทศ การรักษาความเป็นระเบียบในสังคม การบังคับใช้กฎหมายและรับรองกรรมสิทธิ์ในทรัพย์สิน การบริการด้านการเงินและการคลัง ตลอดจนบริการสาธารณะอื่น ๆ ซึ่งส่วนใหญ่เห็นว่าเป็นหน้าที่ของรัฐที่เอกชนไม่สามารถเข้ามาจัดบริการได้ หรือที่เรียกว่าเป็นสินค้าสาธารณะ(public goods) หรือบริการสาธารณะ (public services) นั้นเอง

3.2.2 หน้าที่ในด้านสังคม (social provision) ได้แก่ หน้าที่การให้บริการทางการศึกษา (ส่วนที่นอกเหนือจากบริการของเอกชน) สาธารณสุข การประกันสังคมและรัฐสวัสดิการต่าง ๆ การจัดหาที่อยู่อาศัย กิจกรรมด้านความบันเทิง ศิลปวัฒนธรรม และศาสนา เป็นต้น

3.2.3 หน้าที่ในด้านเศรษฐกิจ (economic provision) ได้แก่ หน้าที่ในการวางแผนพัฒนาเศรษฐกิจ การผลิตสินค้าและบริการต่าง ๆ การควบคุมการจัดระเบียบในเรื่องเศรษฐกิจ เช่น ด้านอุตสาหกรรม การเงินการคลัง ธนาคารพาณิชย์ การส่งเสริมการลงทุน การค้าระหว่างประเทศ เป็นต้น

ระบบราชการไทย นอกจากหน้าที่ของรัฐหรือระบบราชการที่ได้แบ่งอย่างกว้างๆ ในเชิงของกรอบแนวคิด ดังข้างต้นแล้ว สิ่งที่ต้องพิจารณาเพิ่มขึ้นคือหน้าที่ของรัฐหรือระบบราชการ ที่ได้กำหนดไว้ในรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2550 ซึ่งเป็นกฎหมายสูงสุดของประเทศ หรืออีกนัยหนึ่งเป็นหลักการหรือกติกาแห่งการปกครองประเทศ ซึ่งได้กำหนดหน้าที่ของรัฐเอาไว้ใน หมวด 5 ว่าด้วยแนวนโยบายพื้นฐานแห่งรัฐ โดยกำหนดหน้าที่ของรัฐออกเป็น 9 ด้าน ดังนี้

- 1.แนวนโยบายด้านความมั่นคงของรัฐ
- 2.แนวนโยบายด้านการบริหารราชการแผ่นดิน
- 3.แนวนโยบายด้านศาสนา สังคม การสาธารณสุข การศึกษาและวัฒนธรรม

- 4.แนวนโยบายด้านกฎหมายและกระบวนการยุติธรรม
- 5.แนวนโยบายด้านการต่างประเทศ
- 6.แนวนโยบายด้านเศรษฐกิจ
- 7.แนวนโยบายด้านที่ดิน ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
- 8.แนวนโยบายด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีสารสนเทศและพลังงาน
- 9.แนวนโยบายด้านการมีส่วนร่วมของประชาชน

นอกจากหน้าที่ในกฎหมายรัฐธรรมนูญแล้ว หน้าที่ของระบบราชการยังปรากฏอยู่ในกฎหมายอื่นๆเช่น พระราชบัญญัติต่าง ๆ พระราชกฤษฎีกากฎกระทรวง ประกาศกระทรวง ระเบียบ คำสั่ง นโยบายของรัฐบาล ตลอดจนแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

#### 4. สภาพแวดล้อมของระบบราชการ

สภาพแวดล้อม (environment) ของระบบราชการ หมายถึง ปัจจัยต่างๆ ที่อาจส่งผลกระทบต่อกระบวนการบริหารงาน หรือการจัดทากิจกรรมของระบบราชการทุกชนิด ไม่ว่าจะเป็นปัจจัยทางด้านรูปธรรมหรือนามธรรมก็ตาม

ในโลกของความจริงนั้น ระบบราชการไม่ได้ดำรงอยู่อย่างโดดเดี่ยวแต่เพียงลำพังตัวเอง หากแต่มีปัจจัยต่างๆ ทั้งภายในระบบราชการและภายนอกระบบราชการซึ่งอาจมีบทบาทหรือผลกระทบต่อการดำเนินงานของระบบราชการได้คล้ายสิ่งมีชีวิตในสภาพแวดล้อมทั่วไป ซึ่งสามารถแบ่งประเภทของสภาพแวดล้อมของระบบราชการออกได้เป็น 2 ลักษณะคือสภาพแวดล้อมภายใน และสภาพแวดล้อมภายนอก

4.1 สภาพแวดล้อมภายใน หมายถึง ปัจจัยหรือสิ่งซึ่งเป็นปัจจัยภายในตัวองค์กร ระบบราชการที่มีผลต่อการดำเนินงานของระบบราชการได้แก่โครงสร้างขององค์กร บุคลากรงบประมาณ ทรัพย์สินขององค์กร กฎระเบียบภายในองค์กร วัฒนธรรมองค์กรภายในของระบบราชการ เป็นต้น ปัจจัยต่างๆเหล่านี้มีผลกระทบต่อระบบการดำเนินงานหรือคุณภาพทางการบริหารของหน่วยงานราชการ ตัวอย่างเช่น โครงสร้างของหน่วยงานที่ล้าสมัยไม่เหมาะสมสอดคล้องกับสภาพปัญหา หรือภารกิจที่เปลี่ยนแปลงไปย่อมมีผลกระทบต่อคุณภาพของการบริหารงาน หรือผลลัพธ์ (outcome) ของการบริหารงาน คุณภาพนอกจากนั้นคุณภาพหรือความรู้ความสามารถของคนหรือข้าราชการในแต่ละหน่วยงานก็มีผลกระทบต่อของหน่วยงานทั้งสิ้นคุณภาพของการจัดทำบริการสาธารณะเป็นอย่างมาก ปัจจัยอื่นๆเช่นขาดแคลนงบประมาณ หรือวัฒนธรรมองค์กร เช่น ค่านิยมของข้าราชการชอบแก่งแย่งอำนาจความขัดแย้ง ฯลฯ ล้วนเป็นปัจจัยภายในซึ่งมีผลกระทบต่อการบริการงานราชการ

4.2 สภาพแวดล้อมภายนอก หมายถึงปัจจัยหรือสิ่งทีอาจส่งผลกระทบต่อองค์กรจากสาเหตุภายนอกองค์กร เช่น การเปลี่ยนแปลงทางด้านการเมือง เศรษฐกิจสังคม เทคโนโลยี เป็นต้น การเปลี่ยนแปลงทางด้านการเมือง เช่น การมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนที่เพิ่มมากขึ้นและเรียกร้องหรือคาดหวังการให้บริการ ซึ่งมีประสิทธิภาพ สะดวก รวดเร็ว โปร่งใส และเป็นธรรมจากหน่วยงานราชการ การประกาศใช้กฎหมายรัฐธรรมนูญฉบับใหม่ ซึ่งกำหนดให้ต้องมีการปรับเปลี่ยนโครงสร้างของระบบราชการ หรือการควบคุมตรวจสอบระบบราชการที่เข้มงวดมากขึ้น หรือเปิด โอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการคิด ตัดสินใจ และตรวจสอบการทำงานของหน่วยงานของรัฐมากขึ้น ตลอดจนการเกิดขึ้นขององค์กรใหม่ ๆ ซึ่งเกิดขึ้นด้วยผลของกฎหมาย เช่น คณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ (ป.ป.ช.) สำนักงานผู้ตรวจการแผ่นดินของรัฐสภา ศาลปกครอง เป็นต้น

สรุป การบริหารราชการ หมายถึง การบริหารงานของหน่วยงานของรัฐในการจัดทำ บริการสาธารณะต่าง ๆ ตามอำนาจหน้าที่ที่กำหนดโดยนโยบายของรัฐบาลและกฎหมายต่าง ๆ ซึ่งกำหนดอำนาจหน้าที่ของหน่วยงาน เพื่อประโยชน์สุขของประชาชน ภายใต้สภาพแวดล้อมต่าง ๆ ของสังคม และภายในหน่วยงานของรัฐ ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

การบริหารราชการของหน่วยงานเหล่านั้นจะต้องมีการปรับเปลี่ยนให้เหมาะสมและสอดคล้อง เพื่อ การทาภารกิจที่มีประสิทธิภาพสูงสุด และตอบสนองความต้องการของประชาชนได้มากที่สุด ภายใต้อัตลักษณ์และเครื่องมือที่ระบบราชการหรือหน่วยงานต่าง ๆ ของรัฐมีอยู่ ระบบราชการมี ความสำคัญและสัมพันธ์กับวิถีการดำรงชีวิตของประชาชนแต่ละประเทศสูงมากหากประเทศใดมี ระบบราชการที่มีประสิทธิภาพสูงคุณภาพของสังคมและประชาชนของประเทศนั้นก็ย่อมดีตามไปด้วย

## แนวคิดเรื่องการประชาสัมพันธ์

### 1. ความหมายของการประชาสัมพันธ์

วิรัช อภิรัตน์กุล (2540 :21) ได้ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ คือ การเสริมสร้างความสัมพันธ์ และความเข้าใจอันดี (Good Relationship) ระหว่างองค์กร สถาบัน กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง เพื่อหวังผลในความร่วมมือและสนับสนุนจากประชาชน

เสรี วงษ์มณฑา (2540 :1) กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์ คือ การกระทำทั้งปวงที่เกิด จากการวางแผนล่วงหน้าในการสร้างความเข้าใจกับสาธารณชนที่เกี่ยวข้องเพื่อก่อให้เกิดทัศนคติ และภาพพจน์ที่ดี อันจะนำไปสู่สัมพันธภาพที่ดี ระหว่างหน่วยงานกับสาธารณชน ที่เกี่ยวข้อง อัน ก่อให้เกิดการสนับสนุนและความร่วมมือเป็นอย่างดี

วิจิตร อาวะกุล (2541 :17) ได้ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ว่า หมายถึง ความพยายามของสถาบันที่จะแสวงหาความสัมพันธ์ ความร่วมมือและการสนับสนุนจากประชาชน ตลอดจนดำรงไว้ซึ่งทัศนคติที่ดีของประชาชนต่อสถาบันให้คงอยู่ต่อไปเพื่อให้ประชาชนยอมรับ สนับสนุน ให้ความร่วมมือในการดำเนินงานตามกระบวนการ นโยบายวัตถุประสงค์ และความ เคลื่อนไหวของสถาบันหรือหน่วยงานนั้นๆ

เรืองกิตต์ เหลืองสกุลทอง (2543 :8) ได้ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ คือ การเสริมสร้างความสัมพันธ์และความเข้าใจอันดี (Good Relationship) ระหว่างองค์กร สถาบัน กับ กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องให้เกิดความนิยมเลื่อมใส ศรัทธาและให้ความร่วมมือตลอดจนสนับสนุน หน่วยงานในที่สุด

วิมลพรรณ ตั้งจิตเพิ่มความดี (2543 :4) กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์ คือการ ติดต่อสื่อสารระหว่างหน่วยงาน หรือองค์กรและกลุ่มประชาชนโดยมีเป้าหมายเพื่อสร้างความเข้าใจ อันถูกต้อง ในอันที่จะสร้างความเชื่อถือ ศรัทธา และความร่วมมือ ตลอดจนความสัมพันธ์ที่ดีซึ่งจะ ช่วยให้การดำเนินงานของหน่วยงานนั้นๆ บรรลุเป้าหมาย

Cutlip and Center (1978:4) ได้ให้ความหมายไว้ว่าการประชาสัมพันธ์เป็นความพยายามที่มีการวางแผนในอันที่จะมีอิทธิพลต่อความคิดเห็นของประชาชน ที่ให้การยอมรับการดำเนินงานของสถาบันและเป็นการสื่อสารสองทางจากความหมายที่กล่าวมาข้างต้น

สรุป การประชาสัมพันธ์ หมายถึง ความพยายามขององค์กรในการวางแผนการติดต่อสื่อสารและการนำเสนอไปสู่การปฏิบัติด้วยการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ขององค์กรนั้นๆ ให้กลุ่มเป้าหมายที่วางไว้ได้รับรู้ข่าวสารขององค์กร โดยหวังผลให้มีความเข้าใจ มีความสัมพันธ์อันดี มีทัศนคติที่ดี ให้เกิดการยอมรับ ศรัทธา ให้ความร่วมมือ สนับสนุนในการดำเนินงานตามกระบวนการ นโยบายวัตถุประสงค์ และความเคลื่อนไหวขององค์กร

จากที่กล่าวมาข้างต้น สรุปแก่นหลักความหมายของการประชาสัมพันธ์ คือ 1.) มีการวางแผนงานไว้ล่วงหน้า 2.) การสื่อสารสองทาง 3.) เป็นการทำงานที่ต่อเนื่อง 4.) ก่อให้เกิดผลลัพธ์ที่ต้องการคือ ความเข้าใจที่ถูกต้องต่อองค์กรมีความสัมพันธ์อันดี เกิดความร่วมมือ ให้การสนับสนุน การปฏิบัติตาม มีความเชื่อถือ ศรัทธา และช่วยให้หน่วยบรรลุเป้าหมายขององค์กร

## 2. วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์

2.1 อนันต์ธนา อังกินันท์ และ เกื้อกุล คูปรัดน์ (2536 : 290) ได้กล่าวถึงวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ไว้ดังนี้

2.1.1 อธิบายหรือชี้แจง ในกรณีที่ประชาชนมีปัญหาใด ๆ

2.1.2 แลกง่าว ในกรณีที่สถาบันหรือหน่วยงานมีข่าวที่เกี่ยวข้องกับการประชาชนและเป็นเรื่องที่ประชาชนโดยทั่วไปควรทราบ

2.1.3 โฆษณาเผยแพร่ หากหน่วยงานมีสิ่งทีค้นพบใหม่ๆ หรือมีข้อเสนอแนะต่างๆ ที่ควรให้ประชาชนได้รับทราบ

2.1.4 ให้ความรู้ เพื่อยกระดับให้ประชาชนมีความรู้ ความเข้าใจอันดีขึ้น

2.1.5 การชักจูงใจ เพื่อเกลี้ยกล่อมบุคคลในหน่วยงาน และประชาชน โดยทั่วไปให้มี การสนับสนุนการทำงานของหน่วยงานเพื่อให้การทำงานเป็นไปอย่างราบรื่น

2.1.6 ให้บริการ หน่วยงานจะอยู่ได้ก็ด้วยการให้ความสนับสนุนของประชาชน เป็นหน้าที่ของหน่วยงานโดยทั่วไปที่จะต้องให้บริการต่อสังคมในรูปแบบต่าง ๆ

2.1.7 สร้างความเชื่อมั่นและไว้วางใจ โดยขจัดความเคลือบแคลงต่าง ๆ อันพึงจะเกิดขึ้น และสร้างความศรัทธาน่าไว้วางใจให้แก่ประชาชน

2.2 ลักษณะ สตะเวทิน (2540 : 8) ได้กล่าวถึงวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ไว้ดังนี้



2.2.1 เพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจ เผยแพร่และชี้แจง สร้างความนิยมให้สาธารณชน ได้รับรู้ถึงบทบาท นโยบาย เป้าหมาย และวัตถุประสงค์ขององค์กร ซึ่งสาธารณชนนั้นประกอบด้วยสมาชิกขององค์กรและประชาชนนอกองค์กร

2.2.2 เพื่อสร้างชื่อเสียง และป้องกันชื่อเสียงขององค์กร และสร้างความสัมพันธ์อันดีให้องค์กรเป็นที่รู้จัก ได้รับความไว้วางใจ ยกย่อง สรรเสริญ โดยการแสดงเจตนารมณ์ที่ถูกต้องตามบรรทัดฐานของสังคม

2.2.3 เพื่อแสวงหาความร่วมมือและการสนับสนุนจากประชาชน ถ้ามีการประชาสัมพันธ์ให้กลุ่มประชาชนมีความรู้ ความเข้าใจ ก็ย่อมได้รับความร่วมมือและสนับสนุน ฉะนั้น การตรวจสอบและประเมินผลความคิดเห็นของประชาชนย่อมมีความสำคัญต่อองค์กร

2.3 วิรัช อภิรัตนกุล (2540 : 151) ได้กล่าวถึงวัตถุประสงค์การประชาสัมพันธ์ของสถาบันต่างๆ มีดังนี้ คือ

2.3.1 เพื่ออธิบายถึงนโยบาย วัตถุประสงค์ การดำเนินงานและประเภทของการดำเนินงานธุรกิจของหน่วยงานนั้น ๆ ให้กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องได้รับทราบ

2.3.2 เพื่ออธิบายให้ฝ่ายบริหารหรือฝ่ายจัดการ (Management) ได้ทราบถึงทัศนคติประชามติหรือความรู้สึกนึกคิดของประชาชนที่มีต่อหน่วยงาน

2.3.3 เพื่อคาดการณ์ล่วงหน้าและค้นหาจุดบกพร่องต่างๆ เพื่อป้องกันปัญหายุ่งยากต่างๆ ที่เกิดขึ้นภายในหน่วยงาน

2.3.4 เพื่อให้ประชาชนยอมรับ

2.3.5 เพื่อทำหน้าที่จัดปัญหายุ่งยากต่างๆ ภายในหน่วยงาน

2.3.6 เพื่อแนะนำบริการ หรือฝ่ายจัดการให้สามารถดำเนินการได้อย่างถูกต้องเพื่อความเจริญก้าวหน้าและชื่อเสียงที่ดีของหน่วยงาน

2.4 วิจิตร อาวะกุล (2541 : 47) ได้กล่าวถึงวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ไว้ดังนี้

2.4.1 เพื่อสร้างภาพพจน์ที่ดีให้กับองค์กร

2.4.2 เพื่อสร้างความนิยมชมชอบ เลื่อมใสศรัทธาจากประชาชน พนักงาน ฯลฯ

2.4.3 เพื่อป้องกัน แก้ไขความเข้าใจผิดความคลาดเคลื่อนที่เกิดขึ้น

2.4.4 เพื่อดำเนินการรักษาความสัมพันธ์ เชื่อมโยงกับกลุ่มต่าง ๆ ไม่ให้เสื่อมคลายและเกิดความเชื่อถือตลอดเวลา

2.4.5 เพื่อกระตุ้นเพิ่มพูนความสัมพันธ์ เพิ่มขวัญกำลังใจในหมู่ประชาชน พนักงาน หุ่นส่วนผู้ที่เกี่ยวข้องทุกกลุ่มอยู่ตลอดเวลา

2.4.6 เพื่อให้บริการด้านสาธารณประโยชน์ ผลประโยชน์ ที่เป็นธรรมแก่สังคม

2.4.7 เพื่อสร้างความเชื่อมั่นไว้วางใจ เชื่อถือได้จากประชาชน ยืนยันความ  
มั่นคงแก่พนักงานและประชาชน

2.5 Sam (1976 : 18-20) ได้กล่าวถึงความมุ่งหมาย และวัตถุประสงค์ของการ  
ประชาสัมพันธ์มี 3 ประการ สรุป ดังนี้

2.5.1 การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความนิยมให้เกิดขึ้นในหมู่ประชาชน

2.5.2 การประชาสัมพันธ์เพื่อป้องกัน และรักษาชื่อเสียง ชื่อเสียงของหน่วยงาน

2.5.3 การประชาสัมพันธ์เพื่อความเข้าใจอันดี ซึ่ง การสร้างความเข้าใจอันดีนี้  
จะต้องกระทำกับประชาชนทั้งภายในและภายนอกหน่วยงาน คือ

2.5.3.1 การประชาสัมพันธ์ภายใน (Internal Public Relations) คือการ  
สร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีกับบุคคลภายในสถาบัน ให้มีความรักใคร่กลมเกลียว  
สามัคคีกัน รวมทั้งการสร้างขวัญ และความรักใคร่ผูกพันจงรักภักดีต่อหน่วยงาน

2.5.3.2 การประชาสัมพันธ์ภายนอก (External Public Relations) คือ  
การสร้างความเข้าใจอันดีกับประชาชนภายนอก กลุ่มต่างๆ เช่นประชาชนทั่วไป ประชาชนที่  
เกี่ยวข้องกับองค์กร รวมทั้งประชาชนในบริเวณใกล้เคียง เพื่อให้ประชาชนกลุ่มดังกล่าวมีความรู้  
ความเข้าใจในตัวเองค์กร และให้ความร่วมมือด้วยดี

สรุปว่า การประชาสัมพันธ์มีวัตถุประสงค์ 1.) เพื่อสร้างความนิยมให้เกิดขึ้น 2.) เพื่อ  
ป้องกัน และรักษาชื่อเสียง ชื่อเสียงของหน่วยงานและ 3.) สร้างความเข้าใจอันดี ทั้งบุคคลภายใน  
องค์กรและภายนอกองค์กร

### 3. การวางแผนการประชาสัมพันธ์

#### 3.1 ความหมายการวางแผนการประชาสัมพันธ์

John Middleton (ออนไลน์, 1975) ให้ความหมายการวางแผนการ  
ประชาสัมพันธ์ ว่า การแสดงให้เห็นผลที่พึงปรารถนาด้วยวิธีการทางวิทยาศาสตร์ขั้นพื้นฐาน นั่นคือ  
จะต้องมีการประยุกต์ทฤษฎีหลักการให้เข้ากับสภาพความเป็นจริง เพื่อจะได้ตัดสินใจอย่างถูกต้อง  
ว่าจะทำอะไร เมื่อไร อย่างไร และให้บรรลุผลอะไร

สมควร กวียะ (ออนไลน์, 2547) ให้ความหมายการวางแผนการประชาสัมพันธ์  
ว่าการร่วมมือระหว่างฝ่ายบริหาร และฝ่าย PR ของสถาบันทำการกำหนดระยะ โครงสร้าง  
กระบวนการ และแนวทางปฏิบัติในช่วงเวลาที่แน่นอน โดยอาศัยเครื่องมือปัจจัย และวิชาการที่  
ประสานเข้าด้วยกันอย่างเหมาะสม เพื่อเป้าหมายที่จะสร้างสรรค์ทางสังคมให้ส่งผลดีต่อสถาบัน

พรทิพย์ พิมลสินธุ์(2540: 1)ให้ความหมายการวางแผนการประชาสัมพันธ์ ว่า การกำหนดวิธีการปฏิบัติเพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงานการประชาสัมพันธ์และเพื่อให้การดำเนินงานสอดคล้องต่อเนื่องเพื่อบรรลุเป้าหมายที่วางไว้ โดยแผนการการประชาสัมพันธ์นี้จะต้องระบุกิจกรรมต่าง ๆ พร้อมกำหนดเวลา และรายละเอียดอื่น ๆ ที่เหมาะสม

สรุปการวางแผนการประชาสัมพันธ์ หมายถึง การแสดงให้เห็นผลที่พึงปรารถนาด้วยวิธีการทางวิทยาศาสตร์ขั้นพื้นฐาน โดยการประยุกต์ทฤษฎีและหลักการให้เข้ากับสภาพความเป็นจริง เพื่อประกอบการตัดสินใจอย่างถูกต้องว่าจะทำอะไร เมื่อไร อย่างไร และให้บรรลุผลอะไร

### 3.2 ขั้นตอนการดำเนินการประชาสัมพันธ์

3.2.1 เอกสารประกอบการบรรยายเรื่อง การวางแผนการประชาสัมพันธ์ ของ มหาวิทยาลัยเกริกกล่าวว่า ขั้นตอนการดำเนินการการประชาสัมพันธ์ประกอบด้วย 4 ขั้นตอน ดังนี้

3.2.1.1 การวิจัยและการรับฟังความคิดเห็น (Research - Listening)

3.2.1.2 การวางแผนและการตัดสินใจกระทำการประชาสัมพันธ์ (Planning-Decision MakingCommunication)

3.2.1.3การลงมือปฏิบัติ (Action)

3.2.1.4การประเมินผล (Evaluation)

3.2.2 Scott M. Cutlip (อ้างถึงใน บุญบา สุธีธาร,2554: 2)กล่าวว่า การวางแผนการประชาสัมพันธ์ มีสิ่งที่จะต้องพิจารณาและกำหนดอย่างชัดเจนในการวางแผน ดังนี้

3.2.2.1 วิเคราะห์และประเมินสถานการณ์ปัจจุบันทั้งที่พอใจและต้องการแก้ไข

3.2.2.2 ผลการวิเคราะห์ SWOC สถานการณ์ทั้งจากภายในและภายนอก

3.2.2.3 เป้าหมาย/สถานการณ์ที่พึงปรารถนา วัตถุประสงค์ย่อยแต่ละข้อเพื่อนำไปสู่การบรรลุเป้าหมายรวมของแผนงาน

3.2.2.4 กลุ่มเป้าหมายทั้งภายในและภายนอกองค์กรที่ต้องการเข้าถึง

3.2.2.5 กลยุทธ์การปฏิบัติต่าง ๆ ที่ต้องดำเนินการเพื่อให้บรรลุผลความสำเร็จตามวัตถุประสงค์

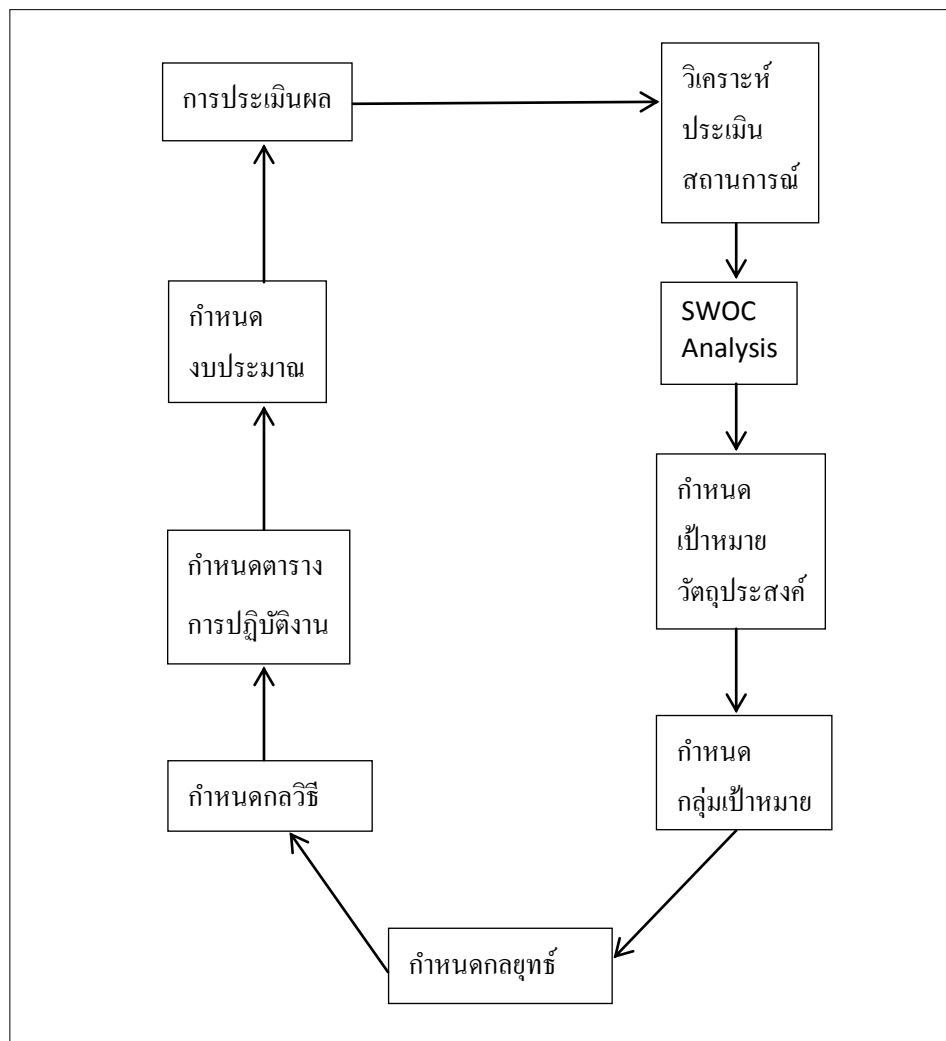
3.2.2.6 กลวิธีการสื่อสารทั้งด้านเนื้อหาและสื่อที่ใช้

3.2.2.7 แผนการปฏิบัติงานกิจกรรมต่าง ๆ ตามกลยุทธ์และกลวิธีการ  
ประชาสัมพันธ์ การกำหนดผู้รับผิดชอบ และกำหนดเวลา ลำดับการทำงาน และงบประมาณ

3.2.2.8 กำหนดงบประมาณ

3.2.2.9 ระบุวิธีการประเมินผล

การวางแผนการประชาสัมพันธ์ ของ Scott M. Cutlipสรุปได้ดังแผนภาพที่ 2 - 3



แผนภาพที่ 2 - 3 วงรอบการวางแผนการประชาสัมพันธ์

ที่มา : Scott M. Cutlip อ้างถึงใน บุษบา สุธีธารและคณะ. การวางแผนการประชาสัมพันธ์.  
2554. : 5.

3.2.3 แฟรงก์เจฟกินส์ (อ้างถึงใน สำราญ จุช่วย, 2551 : 18 - 20) กล่าวว่า ขั้นตอนการวางแผนการประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วย 6 ขั้นตอน ดังนี้

3.2.3.1 การสำรวจสถานการณ์ เป็นกิจกรรมเกี่ยวกับการหาข้อเท็จจริงต่าง ๆ ที่ส่งผลกระทบ และผลลบกับองค์กร เช่น ปัญหาการดำเนินการขององค์กร สภาพปัญหาที่องค์กรเผชิญอยู่ ข้อคิดเห็นของบุคลากรในองค์กร แนวโน้มสถานการณ์ ในด้าน การเมือง เศรษฐกิจ สังคม

3.2.3.2 การกำหนดวัตถุประสงค์ เป็นกิจกรรมที่ต้องใช้การคาดการณ์ล่วงหน้าเพื่อสิ่งผลในอนาคตที่ต้องการให้เกิดขึ้น และเป็นเป้าหมายหลักที่องค์กรต้องการให้เกิดขึ้น

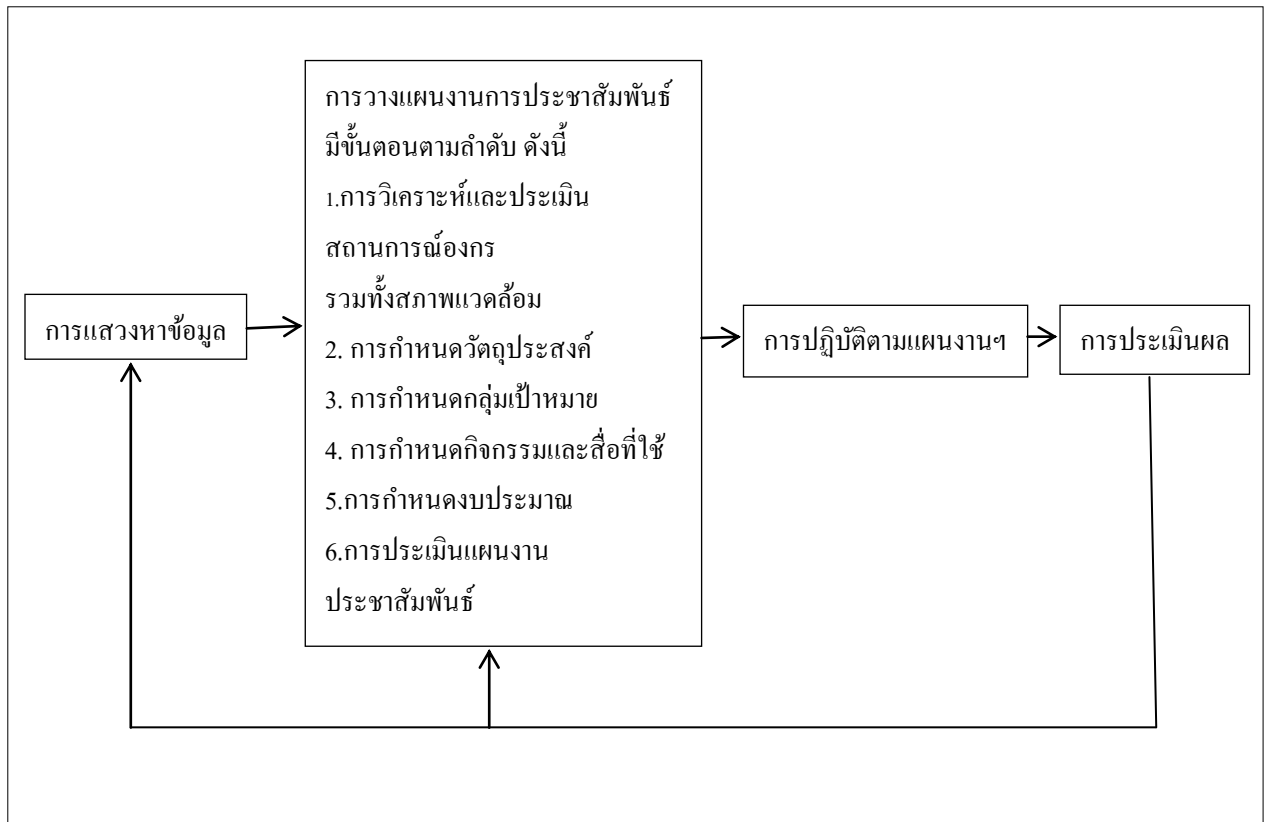
3.2.3.3 การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรและลักษณะทางสังคมจิตวิทยา ให้สอดคล้องการวางแผนการประชาสัมพันธ์

3.2.3.4 การกำหนดกิจกรรมและสื่อที่ใช้ ผู้วางแผนต้องกำหนดประเภทและชนิดของกิจกรรมตลอดจนสื่อที่จะใช้ เพื่อให้ผู้ปฏิบัติสามารถนำไปดำเนินการได้

3.2.3.5 การกำหนดงบประมาณ ผู้วางแผนต้องกำหนดบุคคลที่รับผิดชอบ ระยะเวลาดำเนินการ และงบประมาณค่าใช้จ่ายตามกิจกรรมที่กำหนดในแผนนั้น

3.2.3.6 การประเมินแผนงานประชาสัมพันธ์ เป็นกิจกรรมที่ช่วยให้ผู้วางแผนได้มีโอกาสสำรวจแผนงานของตนเพื่อปรับปรุงแผนงานให้มีความพร้อมสมบูรณ์และมีประสิทธิภาพมากขึ้น การประเมินแผนงานประกอบด้วย การประเมินสิ่งแวดล้อมที่อาจมีผลกระทบต่อการทำงานตามแผน การประเมินศักยภาพของหน่วย การประเมินความถูกต้องของข้อมูลที่ใช้ประกอบการวางแผน การประเมินกลยุทธ์ รวมทั้งการประเมินกระบวนการของการวางแผนว่ามีความเป็นไปได้มากน้อยเพียงไร มีความสอดคล้องสัมพันธ์กันกับวัตถุประสงค์ เป้าหมายขององค์กรหรือไม่เพื่อปรับแผนงานก่อนนำไปสู่การปฏิบัติต่อไป

จากข้อความดังกล่าวสามารถสรุปได้ ตามแผนภาพที่ 2 – 4



#### แผนภาพ ที่ 2 – 4 ความสัมพันธ์ในกระบวนการการวางแผนการประชาสัมพันธ์

ที่มา : ตำราญ จุช่วย, 2551 : 20.

สรุป การประชาสัมพันธ์ หมายถึง ความพยายามขององค์กรในการวางแผนการติดต่อสื่อสารและการนำแผนไปสู่การปฏิบัติ การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ขององค์กรนั้นๆ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายที่วางไว้ได้รับรู้ข่าวสารขององค์กร อันส่งผลให้มีความเข้าใจ มีความสัมพันธ์อันดี มีทัศนคติที่ดี เพื่อให้เกิดการยอมรับ ศรัทธา ให้ความร่วมมือ สนับสนุนในการดำเนินงานตามกระบวนการ นโยบายวัตถุประสงค์ และความเคลื่อนไหวขององค์กร ซึ่งการวางแผนการประชาสัมพันธ์ประกอบด้วย วิเคราะห์ประเมินสถานการณ์การกำหนดวัตถุประสงค์ กลุ่มเป้าหมาย การกำหนดกลยุทธ์หรือกิจกรรมและการใช้สื่อ การกำหนดงบประมาณ การนำแผนไปสู่การปฏิบัติ และการประเมินผล

## แนวคิดสื่อสังคมออนไลน์ (Social Network)

### 1. ความหมายสื่อสังคมออนไลน์

สุภาภรณ์ เพชรสุภา(ออนไลน์, 2554) กล่าวว่า สื่อสังคมออนไลน์ (Social Networking) คือสังคมที่ผู้คนสามารถทำความรู้จัก ร่วมแบ่งปันสิ่งที่สนใจ และสามารถเชื่อมโยงกันได้ ในทิศทางใดทิศทางหนึ่งในโลกอินเทอร์เน็ต โดยอาศัยรูปแบบการบริการ เรียกว่า “บริการเครือข่ายสังคม หรือ Social Networking Service (SNS)”

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์(องค์การมหาชน)กล่าวว่า สื่อสังคมออนไลน์หมายถึง สื่อสังคมออนไลน์ที่ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตสามารถแลกเปลี่ยนประสบการณ์ซึ่งกันและกัน โดยใช้สื่อต่างๆ เป็นตัวแทนในการสนทนา

พิชิตวิจิตรบุญรักษ์(ออนไลน์, 2011, ตุลาคม – ธันวาคม : 99)กล่าวว่า สื่อสังคมออนไลน์หมายถึง สื่อที่ผู้ส่งสารแบ่งปันสารซึ่งอยู่ในรูปแบบต่างๆ ไปยังผู้รับสารผ่านเครือข่ายออนไลน์ โดยสามารถโต้ตอบกันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารหรือผู้รับสารด้วยตนเอง

อภิชัย อารยะเจริญชัย(ออนไลน์, 2556 เมษายน)สื่อสังคมออนไลน์คือการแชร์พฤติกรรมของคนในยุคนี้คือการแบ่งปันข้อมูลเผยแพร่ข้อมูลเพื่อกระจายข้อมูลหรือเพื่อแสดงตัวตนก็ตามที่ดังนั้นทุกคนสามารถเป็นได้ทั้งผู้รับและผู้ให้ในเวลาเดียวกัน

เอกสารประกอบการบรรยาย เรื่อง สื่อสังคมออนไลน์ ในหลักสูตร ความรู้พื้นฐานและวิธีการเผยแพร่ความรู้ตาม พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550” (ออนไลน์) กล่าวว่า สื่อสังคมออนไลน์ (Social Network) หมายถึงกลุ่มคนที่รวมกันเป็นสังคมมีการทำกิจกรรมร่วมกันบนอินเทอร์เน็ตในรูปแบบของเว็บไซต์มีการแผ่ขยายออกไปเรื่อยๆ เป็นรูปแบบของการสื่อสารข้อมูลผ่านอินเทอร์เน็ตทำให้เครือข่ายคอมพิวเตอร์หรืออินเทอร์เน็ตเป็นสังคมขึ้นมาการสร้างชุมชนใหม่บนอินเทอร์เน็ตเป็นเครื่องมือสำคัญในการติดต่อสื่อสารสามารถทำกิจกรรมต่างๆทั้งเพื่อการศึกษาธุรกิจและความบันเทิง

วิโรจน์ พิमानมาศสุริยา (ออนไลน์) กล่าวว่า สื่อสังคมออนไลน์ หมายถึง การติดต่อสื่อสารผ่านระบบอินเทอร์เน็ตจนเกิดการเชื่อมโยงผู้คนเข้าด้วยกันเป็นเครือข่ายบนโลกออนไลน์เกิดการทำความรู้จักและสร้างความสัมพันธ์กันผ่านระบบ

สรูป สื่อสังคมออนไลน์ หมายถึง สื่อที่ผู้ส่งสารแบ่งปันสารซึ่งอยู่ในรูปแบบต่างๆ ไปยังผู้รับสารผ่านเครือข่ายออนไลน์ โดยสามารถโต้ตอบกันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารหรือผู้รับสารด้วยตนเอง

## 2. ประเภทสื่อสังคมออนไลน์

### 2.1 สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์(องค์กรมมหาชน)ได้มี

การจัดแบ่งประเภทของ Social Media ออกเป็นหลายประเภท ได้แก่

2.1.1 ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์ (Publish) เช่น Wikipedia, Blogger เป็นต้น

2.1.2 ประเภทสื่อแลกเปลี่ยน (Share) เช่น YouTube, Flickr,

SlideShare เป็นต้น

2.1.3 ประเภทสื่อสนทนา (Discuss) เช่น MSN, Skype, Google Talk เป็นต้น

2.1.4 ประเภทเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network) เช่น Facebook ,  
LinkedIn, Google+ เป็นต้น

2.1.5 ประเภทบริการส่งข้อความ (SMS/Voice, Instant Messaging) เช่น  
Whatsapp, Skype, ICQ เป็นต้น

2.2 สุภภรณ์ เพชรสุภา(ออนไลน์, 2554) เครือข่ายสังคมออนไลน์ แบ่งออกเป็น  
4 กลุ่ม ได้แก่

2.2.1 กลุ่มเว็บไซต์เผยแพร่ “ตัวตน” เป็นเว็บไซต์ที่มีลักษณะใช้นำเสนอ  
ตัวตน และเผยแพร่เรื่องราวของ ตนเองผ่านทางอินเทอร์เน็ต หรือผู้ใช้สามารถเขียน Blog สร้าง  
อัลบั้มรูปของตัวเอง สร้างกลุ่มเพื่อนในห้องเรียน และสร้างเครือข่ายเพื่อการเรียนรู้ขึ้นมาได้  
ตัวอย่าง เว็บไซต์ประเภทนี้คือ myspace.com, hi5.com และ facebook.com เป็นต้น

2.2.2 กลุ่มเว็บไซต์เผยแพร่ “ผลงาน” อาจจะเป็นผลงานของกลุ่มหรือผลงาน  
ของตัวเอง โดย สามารถนำเสนอในรูปแบบต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นวิดีโอ รูปภาพ หรือเสียงอาจารย์สอน  
ที่ได้จากการบันทึกในชั้นเรียน เป็นต้น ตัวอย่างเว็บไซต์ประเภทนี้เช่น YouTube.com, Yahoo VDO,  
Google VDO, Flickr.com, Multiply.com เป็นต้น

2.2.3 กลุ่มเว็บไซต์ที่มีความสนใจเกี่ยวกับ เรื่องเดียวกัน อาจเป็นลักษณะ  
Online Bookmarking หรือ Social Bookmarking โดยมีแนวคิดที่ว่า แทนที่เราจะทำ Bookmark  
เว็บไซต์ที่เราชอบ หรือบทความ รายงานที่เกี่ยวข้องกับการเรียน เก็บไว้ในเครื่องของเรา คนเดียว  
เราก็สามารถทำ Bookmark เก็บไว้บนเว็บไซต์ แทน เพื่อเป็นการแบ่งให้เพื่อนๆ คนอื่นเข้ามาดูได้  
ด้วย และเราก็สามารถดูได้ว่าเว็บไซต์ใดที่ได้รับความนิยมมาก หรือเป็นที่น่าสนใจ โดยดูจาก  
จำนวนตัวเลขที่เว็บไซต์ นั้นถูก Bookmark เอาไว้จากสมาชิกคนอื่นๆ ตัวอย่าง เว็บไซต์นี้ ได้แก่  
Delicious, Digg, Zickr, Duocore.tv เป็นต้น

2.2.4 กลุ่มเว็บไซต์ที่ใช้สำหรับการทำงานร่วมกัน เป็นกลุ่ม การทำงาน  
เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่เปิดโอกาสให้สมาชิกทุกคนในกลุ่มสามารถเข้ามานำเสนอ ข้อมูล



ความคิดหรือต่อ ยอด เรื่องราวต่างๆ ได้ ตัวอย่าง เว็บไซต์นี้ ได้แก่ Wikipediaซึ่งเป็นสารานุกรมต่อ ยอด ที่อนุญาตให้ใครก็ได้เข้ามาช่วยกันเขียน และแก้ไข บทความต่างๆ ได้ตลอดเวลา ทำให้เกิดเป็น สารานุกรม ออนไลน์ขนาดใหญ่ที่รวบรวมความรู้ ข่าวสาร และ เหตุการณ์ต่างๆ ไว้มากมาย

2.3 เอกสารประกอบการบรรยาย เรื่อง สังคมออนไลน์ ในหลักสูตร ความรู้ พื้นฐานและวิธีการเผยแพร่ความรู้ตาม พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับ คอมพิวเตอร์ พ.ศ.2550”(ออนไลน์)ได้แบ่งSocial Media แบ่งตามหมวดการใช้งานได้ 5 หมวดดังนี้•

2.3.1 หมวดการสื่อสาร (Communication) ก็จัดแบ่งตามกลุ่มการใช้

2.3.1.1 Blogs เช่น Blogger (google), Blognone, gotoKnow, Typepad, WordPress,

2.3.1.2 Internet forums เช่นvBulletin, phpBB

2.3.1.3 Micro-blogging เช่น Twitter, Plurk, Pownce, Jaiku

2.3.1.4 Social networking เช่น Facebook, LinkedIn, MySpace, Orkut, Skyrock, Netlog, Hi5, Friendster, Multiply

2.3.1.5 Social network aggregation เช่นFriendFeed, NutshellMail, Spokeo, Youmeo

2.3.2 หมวดความร่วมมือและแบ่งปัน (Collaboration) จัดกลุ่มการใช้

2.3.2.1 Wikis เช่น Wikipedia, PBwiki, wetpaint

2.3.2.2 Social bookmarking เช่น Delicious, StumbleUpon, Stumpedia, Google Reader, CiteULike

2.3.2.3 Social newsDigg, Mixx, Reddit

2.3.2.4 Opinion sitesเช่นepinions, Yelp

2.3.3 หมวดมัลติมีเดีย (Multimedia)

2.3.3.1 Photo sharing เว็บไซต์แบ่งปันการใช้งานรูปเช่น Flickr, Zoomr, Photobucket, SmugMug

2.3.3.2 Video sharing แบ่งปันวิดีโอเช่น YouTube, Vimeo, Revver

2.3.3.3 Art sharing แบ่งปันภาพศิลปะdeviantART

2.3.3.4 Livecastingการถ่ายทอดสด: Ustream.tv, Justin.tv, Skype

2.3.3.5 Audio and Music Sharing เว็บไซต์ที่มีการแชร์เพลงจากสถานีวิทยุ และเว็บเพลงหรือดนตรี เช่น imeem, The Hype Machine, Last.fm, ccMixer

2.3.4 หมวดรีวิวและแสดงความคิดเห็น (Reviews and Opinions)

Product Reviews : epinions.com, MouthShut.com, Yelp.com

Q&A : Yahoo Answers

### 2.3.5 หมวดบันเทิง (Entertainment) ส่วนใหญ่จะเป็นเกมส์

2.3.5.1 Virtual worlds : Second Life, The Sims Online

2.3.5.2 Online gaming : World of Warcraft, EverQuest, Age of Conan, Spore (2008 video game)

2.3.5.3 Game sharing : Miniclip

2.4 พืชติวจิตรบุญรักษ์ (ออนไลน์, 2011, ตุลาคม – ธันวาคม : 100) แบ่งสื่อสังคมออนไลน์ออกเป็นประเภทต่างๆที่ใช้กันบ่อยๆคือ

2.4.1 บล็อก (Blogging) บล็อกมาจาก Web + Log แล้วย่อเหลือ Blog คือประเภทของระบบการจัดการเนื้อหาที่อำนวยความสะดวกให้ผู้เขียนบล็อกเผยแพร่และแบ่งปันบทความของตนเองโดยบทความที่โพสต์ลงบล็อกเป็นการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวของผู้เขียนบล็อกซึ่งจุดเด่นของบล็อกคือการสื่อสารถึงกันอย่างเป็นกันเองระหว่างผู้เขียนและผู้อ่านบล็อกผ่านการแสดงความคิดเห็น (Comment) ซึ่ง Blogger (<http://www.blogger.com>) และ WordPress (<http://wordpress.com>) เป็นสองเว็บไซต์ที่ผู้คนนิยมเข้าไปสร้างบล็อกของตนเอง

2.4.2 ทวิตเตอร์และไมโครบล็อก (Twitter and Microblogging) ไมโครบล็อกคือรูปแบบหนึ่งของบล็อกที่มีการจำกัดขนาดของการโพสต์ในแต่ละครั้งซึ่งทวิตเตอร์เป็นไมโครบล็อกที่จำกัดการโพสต์แต่ละครั้งพิมพ์ได้ไม่เกิน 140 ตัวอักษรในปัจจุบันทวิตเตอร์เป็นที่นิยมใช้งานของผู้คนเพราะใช้งานง่ายและใช้เวลาไม่มากนักรวมทั้งเป็นที่นิยมขององค์กรต่างๆที่ใช้ทวิตเตอร์ในการแจ้งกิจกรรมต่างๆและความเคลื่อนไหวของธุรกิจเพื่อไม่ให้ขาดการติดต่อกับสังคมซึ่งหากต้องการมีเลขที่บัญชี (Account) สำหรับทวิตเตอร์สามารถเข้าไปสมัครได้ที่เว็บไซต์ของ Twitter (<http://twitter.com>)

2.4.3 เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Networking) คือเว็บไซต์ที่ผู้คนสามารถติดต่อสื่อสารกับเพื่อนทั้งที่รู้จักมาก่อนหรือรู้จักภายหลังทางออนไลน์ซึ่งเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์แต่ละแห่งมีคุณลักษณะแตกต่างกันออกไปแต่ส่วนประกอบหลักที่มีเหมือนกันคือ โปรไฟล์ (Profiles - เพื่อแสดงข้อมูลส่วนตัวของเจ้าของบัญชี) การเชื่อมต่อ (Connecting - เพื่อสร้างเพื่อนกับคนที่รู้จักและไม่รู้จักทางออนไลน์) และการส่งข้อความ (Messaging - อาจเป็นข้อความส่วนตัวหรือข้อความสาธารณะ) เป็นต้น โดยมี Facebook (<http://www.facebook.com>) เป็นเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมสูงสุดในปัจจุบัน

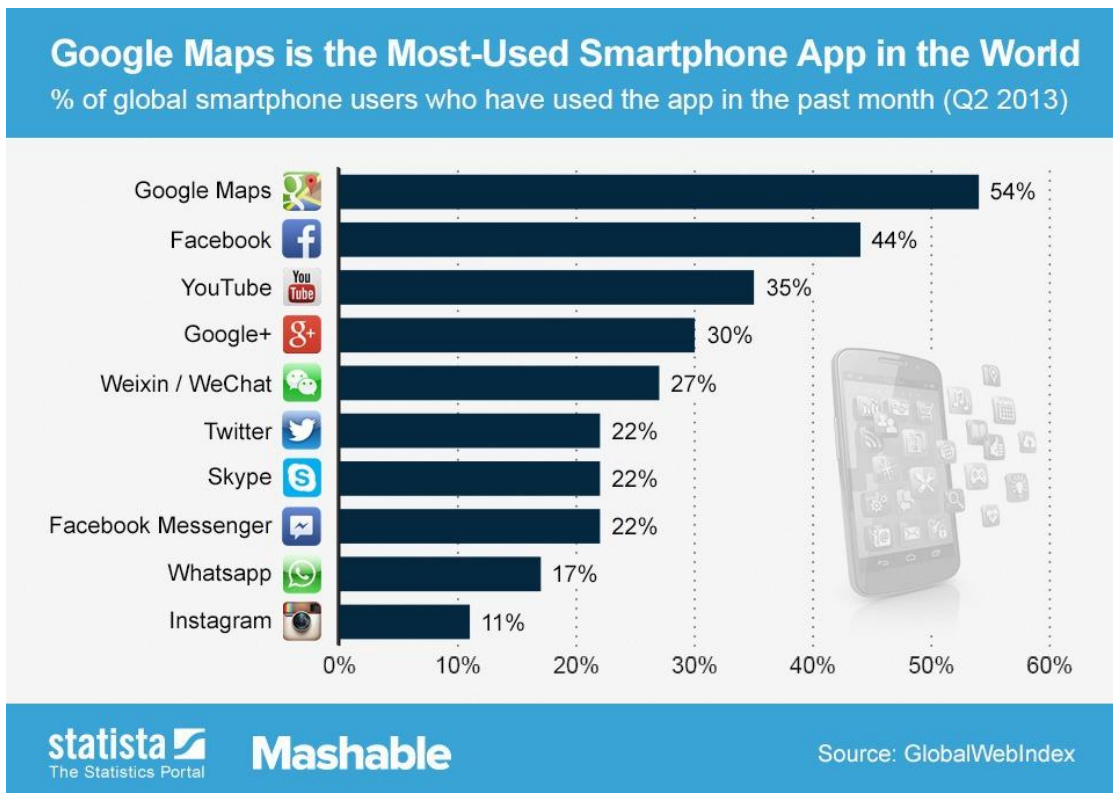
2.4.4 การแบ่งปันสื่อทางออนไลน์ (Media Sharing) เว็บไซต์ที่เกี่ยวกับการแบ่งปันสื่อทางออนไลน์เป็นเว็บไซต์ที่ให้ผู้ใช้งานสามารถทำการอัปโหลด (Upload) ไฟล์สื่อผสม (Multimedia) ขึ้นสู่เว็บไซต์เพื่อแบ่งปันข้อมูลแก่ผู้ใช้งานทั่วไปซึ่งในปัจจุบันได้รับความนิยมมากเพราะด้วยความที่เป็นสื่อผสมเองไม่ว่าจะเป็นรูปสไลด์หรือวิดีโอรวมทั้งการใช้งานง่ายขึ้นของกล้องดิจิทัลและกล้องวิดีโอซึ่งเป็นเครื่องมือที่นำมาสู่การได้ไฟล์สื่อผสมแบบต่างๆออกมาเว็บไซต์ประเภทนี้ที่ได้รับความนิยมคือ YouTube (<http://www.youtube.com> - สำหรับแบ่งปันไฟล์วิดีโอ) flickr (<http://www.flickr.com> - สำหรับแบ่งปันไฟล์รูป) และslideshare (<http://www.slideshare.net> - สำหรับแบ่งปันไฟล์พรีเซนเตชัน)

สรุป ประเภทของสื่อสังคมออนไลน์มีความแตกต่างตามวัตถุประสงค์และวิธีการใช้ สรุปดังนี้ 1.) กลุ่มเว็บไซต์เผยแพร่ “ตัวตน” 2.) กลุ่มเว็บไซต์เผยแพร่ “ผลงาน” 3.) กลุ่มเว็บไซต์ที่มีความสนใจเกี่ยวกับ เรื่องเดียวกัน 4.) กลุ่มเว็บไซต์ที่ใช้สำหรับการทำงานร่วมกัน เป็นกลุ่ม

### 3. แอปพลิเคชันที่มีผู้ใช้งานมากที่สุด

เว็บไซต์ Mashable ได้ร่วมมือกับสถาบันวิจัย Statista สืบค้นและเก็บสถิติการใช้งานแอปพลิเคชันต่าง ๆ ของผู้ใช้สมาร์ตโฟนทุกระบบปฏิบัติการทั่วโลกในช่วงไตรมาสที่ 2 พ.ศ. 2556 เพื่อจัดอันดับ 10 แอปพลิเคชัน ที่มีผู้ใช้งานมากและบ่อยที่สุดและมีผลออกมาว่าดังนี้

3.1	Google	Maps	-	54%
3.2		Facebook	-	44%
3.3		YouTube	-	35%
3.4		Google+	-	30%
3.5		Weixin/WeChat	-	27%
3.6		Twitter	-	22%
3.7		Skype	-	22%
3.8	Facebook	Messenger	-	22%
3.9		Whatsapp	-	17%
3.10	Instagram			11%



## แผนภาพที่ 2 – 5 10 แอปพลิเคชัน ที่มีผู้ใช้งานมากและน้อยที่สุด

ที่มา <http://men.kapook.com/view68086.html> สืบค้นเมื่อ 15 มีนาคม 2557

บริษัทสำรวจวิจัยการตลาด “นิลเส็น” ได้จัดอันดับ 10 แอปพลิเคชันยอดนิยมบนสมาร์ทโฟน "Nielsen Infomate Mobile Insights 2013" ในประเทศต่างๆ ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เช่น อินโดนีเซีย มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ ไทย โดยคำนวณผลจากการรวมจำนวนผู้ที่ดาวน์โหลดแอปพลิเคชันทั้งหมด เข้ากับเวลาเฉลี่ยที่ผู้ใช้ ใช้ไปกับการเล่นแอปพลิเคชันนั้นๆ ต่อเดือน พบว่า “เฟซบุ๊ก” มาเป็นอันดับ 1 ตามด้วย Google Play Store, YouTube และ Line ตามลำดับ แต่ในประเทศไทย “เฟซบุ๊ก” กลับตกไปอยู่อันดับที่ 2 รองจากแอปพลิเคชันไลน์ (LINE) และพบว่า ผู้ใช้โทรศัพท์สมาร์ทโฟนในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ใช้เวลาโดยเฉลี่ยประมาณ ¼ ของชั่วโมงต่อวันกับการใช้แอปพลิเคชัน โดยผลออกมาว่าผู้ใช้ในประเทศมาเลเซียนั้นมีการใช้แอปพลิเคชันน้อยที่สุด (66 นาทีต่อวัน) ตามมาด้วยประเทศไทย (46 นาทีต่อวัน) ฟิลิปปินส์ (41 นาทีต่อวัน) และอินโดนีเซีย (40 นาทีต่อวัน)

### 4. ผู้นำกับสื่อสังคมออนไลน์

4.1 นาย บารัค โอบามา ได้ใช้สื่อสังคมออนไลน์หลากหลายประเภทเช่น Twitter, Myspace, Youtube และ Facebook ในการหาเสียงเพื่อสมัครรับเลือกตั้งเป็นประธานาธิบดีของ

สหรัฐอเมริกาทำให้ข้อมูลที่นายบารัคโอบามาต้องการสื่อสารสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้แทบทุกระดับและมีส่วนสำคัญที่ช่วยให้ได้รับการเลือกตั้งเป็นประธานาธิบดีในเวลาต่อมา



แผนภาพที่ 2-6 สื่อสังคมออนไลน์บางส่วนที่นายบารัคโอบามาประธานาธิบดีสหรัฐอเมริกาใช้อยู่  
ที่มา: <http://twitter.com/BARACKOBAMA>, <http://www.facebook.com/barackobama>,

<http://www.myspace.com/barackobama>,

<http://www.youtube.com/user/barackobamadotcom?blend=1&ob=4>

4.2 นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์ด้วยเช่นกันซึ่งใช้เป็นช่องทางที่สำคัญช่องทางหนึ่งในการสื่อสารข้อมูลสู่ประชาชน



แผนภาพที่ 2 – 7 สื่อสังคมออนไลน์บางส่วนของนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะอดีตนายกรัฐมนตรีใช้อยู่  
ที่มา: <http://www.facebook.com/Abhisit.M.Vejjajiva>, [http://twitter.com/pm\\_abhisit](http://twitter.com/pm_abhisit),  
[http://abhisitvejjajiva.hi5.com/friend/p167931176--Abhisit\\_Vejjajiva--html](http://abhisitvejjajiva.hi5.com/friend/p167931176--Abhisit_Vejjajiva--html)

สาเหตุสำคัญที่ทำให้สื่อสังคมออนไลน์ได้รับความนิยมขึ้นเรื่อยๆ มาจากการใช้งานที่  
ง่ายเข้าถึงกลุ่มคนได้รวดเร็ว มีการแสดงความคิดเห็นไปมา และสื่อที่นำมาแบ่งปันมีลักษณะ  
หลากหลาย รวมทั้งการพัฒนาตลอดเวลาของเทคโนโลยีการสื่อสารและอินเทอร์เน็ตทำให้มี  
แนวโน้มค่อนข้างชัดเจนว่าสื่อสังคมออนไลน์จะเป็นสื่อหลักของผู้คนในโลกอนาคตอย่างแท้จริง

**ทฤษฎีเทคโนโลยีสื่อสารเป็นตัวกำหนด (Communication Technology Determinism)  
และ กระบวนการรับรู้**

1. ทฤษฎีเทคโนโลยีสื่อสารเป็นตัวกำหนด (Communication Technology Determinism) ได้กล่าวว่า เทคโนโลยีเป็นตัวสาเหตุหลัก (Prime Mover) ในการขับเคลื่อนความ  
เปลี่ยนแปลงให้เกิดขึ้นกับสังคม สถาบันและปัจเจกบุคคล ผู้วิจัยขนานแนวคิดของนักคิดในกลุ่มนี้  
ได้แก่

แนวคิดของ H.Innis ได้กล่าวถึงการสื่อสารกับโครงสร้างทางอำนาจในสังคม (Structure of Power) เมื่อเทคโนโลยีทางการสื่อสารเกิดการเปลี่ยนแปลง จากการเขียนมาเป็นการพิมพ์เทคนิคการพิมพ์ได้ส่งผลให้เกิดการทำลายอำนาจของระบบราชการจากศูนย์กลางจักรวรรดิ เทคโนโลยีแบบใหม่ได้โค่นล้มความคิดเรื่องจักรวรรดิและสร้างแนวคิดใหม่เรื่อง “ชาติ” (Nation) การส่งเสริมสิทธิส่วนบุคคลและสิทธิปัจเจกนิยม (Individualism) เพราะเมื่อมีการพิมพ์ทุกคนมีโอกาสได้เป็นเจ้าของหนังสือต่างๆ ด้วยตนเองได้แล้ว และยังได้กล่าวว่า ยิ่งระบบการสื่อสารขยาย แวดวงกว้างขวางออกไปมากเท่าใด กลุ่มคนที่อยู่ขอบเขตของศูนย์กลางอำนาจ (Marginal) ก็จะถูกรวบงำมากขึ้น

แนวคิดของ McLuhan เชื่อว่าตัวกลาง (Medium) หรือสื่อทุกชนิดมีส่วนสัมพันธ์ต่อการรับรู้ของมนุษย์อย่างยิ่งยวด กล่าวคือ สื่อมีบทบาทในการเชื่อมต่อหรือขยายประสบการณ์รับรู้ หรือประสบการณ์ด้านผัสสะ (Extention of Experience) ของมนุษย์ให้กว้างไกลกว่าที่เป็นอยู่ McLuhan (อ้างใน LittleJohn ; 1999, p.329) ได้แสดงทัศนะเปรียบเทียบเปรยความเชื่อดังกล่าวไว้ว่า “เหมือนกับกล้องที่เชื่อมต่อหรือขยายประสบการณ์การรับรู้ของฝ่าเท้า เหมือนหนังสือที่เชื่อมต่อและขยายประสบการณ์การมองเห็นของดวงตา เหมือนเครื่องนุ่งห่มที่เชื่อมต่อประสบการณ์ความรู้สึกรังของผิวหนัง ตลอดจนวงจรไฟฟ้าที่ขยายและเชื่อมต่อประสบการณ์การรับรู้ของประสาทส่วนกลางของมนุษย์”

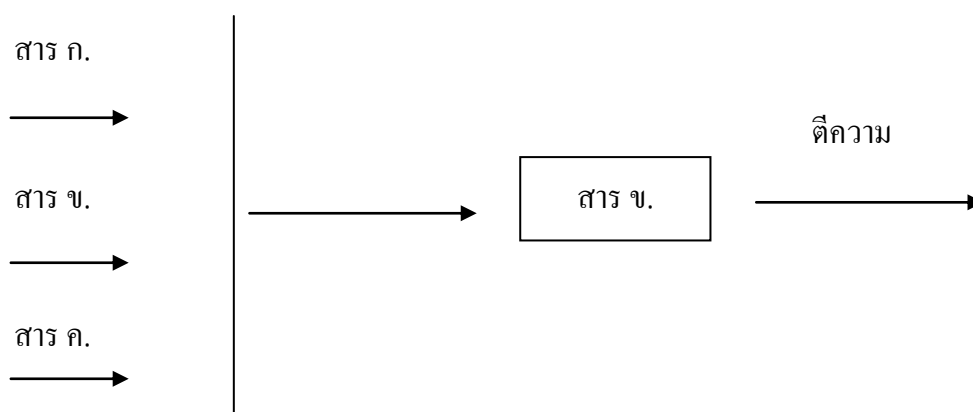
A.Gouldner ได้กล่าวถึงการเปลี่ยนแปลงประวัติศาสตร์ด้านการเมืองนั้นเกิดจากการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีการสื่อสาร กล่าวคือ ในยุคของโทรทัศน์ที่มีการใช้สัญลักษณ์แบบ Icon คือ การใช้ภาพ และในยุคคอมพิวเตอร์และระบบข้อมูลข่าวสารจะมีผลทำให้ “อุดมการณ์” มีลักษณะลดน้อยลงเพราะประชาชนมองเห็นภาพ จึงไม่มีชาติใดปกครองด้วยอุดมการณ์และการโฆษณาชวนเชื่อ เพราะประชาชนจะเรียกร้องข้อมูลข้อเท็จจริงมากขึ้น จึงเกิดปรากฏการณ์ทางสังคมว่า บรรดาชาติต่างๆ ที่มีอุดมการณ์ทางการเมืองต่างกัันก็หันมาคบค้า ทำมาหากิน โดยไม่เกี่ยวงอนเรื่องความแตกต่างทางอุดมการณ์ต่อไป

## 2. กระบวนการรับรู้

การรับรู้เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมกรรมการสื่อสาร ทศนคติและความคาดหวังของผู้สื่อสาร การรับรู้เป็นกระบวนการทางจิตที่ตอบสนองต่อสิ่งเร้าที่ได้รับเป็นกระบวนการเลือกรับสาร การจัดสารเข้าด้วยกัน และการตีความสารที่ได้รับตามความเข้าใจและความรู้สึกของตนเอง เรารับรู้และตีความหมายสิ่งที่เราประสบโดยอาศัยความหมายจากระบบการรับรู้ที่เรามีอยู่ หากสิ่งที่เราพบเห็นเป็นสิ่งที่ใหม่ ซึ่งเราไม่เคยมีประสบการณ์มาก่อนเราก็ทำให้สิ่งนั้นมีความหมายได้ด้วยการเลือก (Select) เพิ่มเติม (Add) บิดเบือน (Distort) หรือ โยงสิ่งนั้นให้เข้ากับประสบการณ์ของเรา ดังได้

กล่าวได้ว่าประสบการณ์ (Experience) มีอิทธิพลต่อการรับรู้ (Perception) และการแปลความหมาย (Meaning) คนเราจะมี การรับรู้ที่แตกต่างกัน การแปลความหมายของข่าวสารจึงแตกต่างกัน ความล้มเหลวของการสื่อสารจึงอาจเกิดขึ้นได้ ถ้าเราไม่ยอมรับความแตกต่างในเรื่องการรับรู้ที่แตกต่างกันของแต่ละบุคคล

กระบวนการรับรู้เป็นกระบวนการที่จะเกิดขึ้น มีขั้นตอนการรับรู้ ดังนี้



## แผนภาพที่ 2 – 8 ตัวกรองการสื่อสาร

ที่มา : พัทณี เขยจรรยา เมตตา วิวัฒนานุกูล และถิรนนท์อนวัชศิริวงศ์, 2541 : 13

จากแผนภาพที่ 2 -8 แสดงให้เห็นถึงกระบวนการรับรู้ที่เริ่มจากการเปิดรับข้อมูลข่าวสารต่างๆ โดยผ่านตัวกรองการสื่อสาร ไม่ว่าจะเป็นความรู้ตื้นที่นึกคิด ทักษะคิด ค่านิยม ความเชื่อ ประสบการณ์ เพื่อตีความออกมาเป็นการรับรู้ในด้านต่างๆ ตามความเข้าใจของผู้รับสาร

โดยทั่วไปการรับรู้เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นโดยไม่รู้ตัวหรือตั้งใจ และมักเกิดตามประสบการณ์และการสั่งสมทางสังคม โดยเราไม่สามารถให้ความสนใจกับสิ่งต่างๆ รอบตัวได้ทั้งหมด แต่จะเลือกรับรู้เพียงบางส่วนเท่านั้น แต่ละคนมีความสนใจและรับรู้สิ่งต่างๆ รอบตัวต่างกัน ฉะนั้น เมื่อได้รับสารเดียวกัน ผู้รับสารสองคนอาจให้ความสนใจและรับรู้สารเดียวกันต่างกัน โดยทั่วไปการรับรู้ที่แตกต่างกันเกิดจากอิทธิพลหรือตัวกรอง (Filter) บางอย่างดังนี้

2.1 แรงผลักดันหรือแรงจูงใจ (motives) เรามักเห็นในสิ่งที่เราต้องการเห็นและได้ยินในสิ่งที่เราต้องการได้ยิน เพื่อสนองความต้องการของตนเอง

2.2 ประสบการณ์เดิม (past experience) คนเราต่างเติบโตขึ้นในสภาพแวดล้อมต่างกันหรือถูกเลี้ยงดูด้วยวิธีต่างกันและคนหาสมาคมกับคนต่างกัน จึงมีการรับรู้ที่แตกต่างกันตามประสบการณ์เดิมที่ต่างกัน



2.3 การแอบอ้างอิง (frame of reference) ซึ่งเกิดจากการตั้งสื่อนอบรมทางครอบครัวและสังคม ฉะนั้น คนต่างศาสนากันจึงมีความเชื่อและทัศนคติในเรื่องต่างๆ กันได้

2.4 สภาวะแวดล้อม เช่น คนที่อยู่ในสภาพแวดล้อมต่างกัน อุณหภูมิ บรรยากาศ สถานที่ ก็จะตีความสารที่ได้รับนั้นแตกต่างกัน

2.5 สภาวะจิตใจและอารมณ์ ได้แก่ ความโกรธ ความกลัว คนเราที่มีสภาวะจิตใจและอารมณ์ที่แตกต่างกันก็จะมีมุมมองที่จะรับรู้สารแตกต่างกัน

### 3. การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้รับสาร (Use and gratifications)

นักวิชาการกลุ่มที่เห็นข้อจำกัดของทฤษฎีผู้รับสารเป็น spectator หรือเป็น passive audience ได้เสนอให้มองกว้างออกไปเพื่อทำความเข้าใจกับพฤติกรรมของผู้รับสารว่าการรับสารแต่ละครั้งมีปัจจัยจากอะไรบ้าง ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (uses and gratifications) ได้เพิ่มเติมมิติเรื่องอรรถประโยชน์ของผู้รับสาร โดยพิจารณาใน 3 ด้านหลัก คือ

- 3.1. ผู้รับสารใช้สื่อเพื่อหลีกเลี่ยงจากโลกความเป็นจริง และผ่อนคลายความเครียด (diversion)
- 3.2. ผู้รับสารใช้สื่อเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับเพื่อนหรือคนรอบข้าง (personal relationship)
- 3.3. ผู้รับสารใช้สื่อเพื่อสร้างเอกลักษณ์หรือความเป็นตัวตน (personal identity)

Lull (1982) ได้อธิบายลักษณะการเลือกใช้ประโยชน์จากสื่อในทางสังคมของผู้รับสารเพิ่มเติม ดังนี้

1. เพื่อให้เกิดการจัดวางโครงสร้างในชีวิตประจำวัน เช่น ตื่นนอนตอนเช้าด้วยเสียงปลุกของวิทยุราชการ โปรด อ่านหนังสือพิมพ์ในระหว่างทานอาหารเช้า ดูข่าวโทรทัศน์ในระหว่างอาหารเย็น และดูละครโทรทัศน์ก่อนเข้านอน เป็นต้น

2. เพื่อให้เกิดการสร้างความสัมพันธ์กับคนรอบข้าง ด้วยการนำเอาเรื่องราว เช่น ข่าว ละคน จากสื่อมวลชน มาเป็นหัวข้อในการสนทนากับเพื่อนฝูง หรือเมื่อต้องการสร้างความสัมพันธ์กับบุคคลอื่น

3. เพื่อเพิ่มการติดต่อ หรือเพื่อหลีกเลี่ยงความสัมพันธ์ เช่น การนั่งล้อมวงดูโทรทัศน์อย่างพร้อมหน้ากันในครอบครัว อาจเพิ่มบรรยากาศของความสัมพันธ์ในครอบครัวได้ ในขณะที่เดียวกันในสถานการณ์ที่ต่างกัน บางคนอาจเลือกที่จะเอาใจจดใจจ่ออยู่หน้าโทรทัศน์เพื่อตัดขาดออกจากผู้คนรอบข้างในช่วงระยะเวลาหนึ่ง หรือเลี่ยงไปดูโทรทัศน์ตามลำพังในห้องนอน

4. เพื่อการเรียนรู้ทางสังคม ผู้รับสารสามารถที่จะเรียนรู้รายละเอียดของประเด็นที่อ่อนไหวทางสังคมต่างๆ เช่น ประเด็นเรื่อง การจัดสรรทรัพยากรธรรมชาติได้โดยผ่านรายการข่าวและวิเคราะห์ข่าวจากโทรทัศน์

5. เพื่อเพิ่มสมรรถนะในการควบคุมสถานการณ์ เช่น การได้รับรู้ข่าวสารก่อนผู้อื่น เพื่อนำไปสู่การจัดเตรียมหรือป้องกันภัย เช่น รู้ข่าวพายุได้ล่วงหน้าเพื่อเตรียมหาทางป้องกันน้ำท่วม

ในการจะใช้ประโยชน์และแสวงหาความพึงพอใจจากสื่อของผู้รับสารแต่ละคน ก่อนอื่นจะต้องมีทั้งทุนทรัพย์และข้อมูลข่าวสารเพื่อให้ได้มาซึ่งสื่อตามความประสงค์ เมื่อได้มาแล้วผู้รับสารตีความ (interpret) เนื้อหาสาระของสื่อ ผู้รับสารต้องดำเนินการตามกระบวนการทั้งหมดที่สลับซับซ้อน แต่ก็ไม่มีประกันว่าจะบรรลุวัตถุประสงค์ทุกครั้ง เพราะอาจจะติดขัดที่ขั้นตอนหนึ่ง เช่น หาสื่อที่ต้องการไม่พบ หรือในกรณีที่หาพบแล้วก็ไม่อาจตีความหมายได้ หรืออาจจะตีความไม่ตรงกับความหมายของฝ่ายผู้ผลิตสื่อก็เป็นได้ ผู้รับสารที่มีความสามารถจึงต้องมีปัจจัยในการเข้าถึงสื่อและต้องมีความรู้ในการอ่าน หรือตีความเนื้อหาสาระในสื่ออื่นๆ

ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจเป็นจุดเริ่มของการมองผู้รับสารใหม่ จากเดิมที่มีการมองว่า “สื่อทำอะไรกับผู้รับสาร” (what the media do to people?) มาเป็นการมองว่า “ผู้รับสารทำอะไรกับสื่อ” (what do people do with the media?)

## แนวคิดในเรื่องของความมั่นคงของชาติ

แนวคิดในเรื่องความมั่นคงของชาติ (National Security) นับว่าเป็นเรื่องที่มีความสำคัญยิ่ง ดังที่ Nye ( 1995: 90 – 102) ได้กล่าวว่า ความมั่นคงมีความสำคัญเหมือนกับออกซิเจน ซึ่งเป็นสิ่งที่มนุษย์ขาดไม่ได้ แต่ในภาวะปกติเรามักจะไม่นึกถึง และบางทีเรายังเป็นตัวการในการทำลายออกซิเจนด้วย ต่อเมื่อขาดออกซิเจน เราก็จะนึกถึงทันที เพราะหากเราขาดออกซิเจนก็จะทำให้เราเสียชีวิต สำหรับคำว่า ชาติ (Nation) รัฐ (State) และคำว่า ประเทศ (Country) มีความหมายคล้ายคลึงกันและบางโอกาสยังใช้ทดแทนกัน สำหรับความหมายของ “ความมั่นคงของชาติ” การใช้ คำว่า “ชาติ” ในที่นี้มีความหมายอย่างเดียวกับการใช้คำว่า “รัฐ” เป็นความมั่นคงแห่งรัฐ อย่างไรก็ตามถ้ายึดถือความหมายตามหลักรัฐศาสตร์ หรือนิติศาสตร์แล้ว มักไม่นิยมใช้คำว่า “ชาติ” แต่นิยมใช้คำว่า “รัฐ” หรือ คำว่า “รัฐชาติ” (Nation State) แทน (วิทยาลัยเสนาธิการทหาร : 2539, 2) สำหรับในที่นี้จะใช้คำว่า “ความมั่นคงของชาติ” ซึ่งมีความหมายเช่นเดียวกับความมั่นคงแห่งชาติ หรือความมั่นคงของรัฐ หรือความมั่นคงแห่งรัฐชาตินั่นเอง

## 1. ความหมายของความมั่นคงแห่งชาติ

สำนักงานสภาพความมั่นคงแห่งชาติ (2543 : 13-19, 2547 : 7-9, 2550 : 4-49)

ได้จัดทำนโยบายความมั่นคงแห่งชาติ สรุปได้ว่า ความมั่นคงแห่งชาติประกอบด้วย ด้านการเมือง ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคมจิตวิทยา ด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีการพลังงานและสิ่งแวดล้อม ด้านการทหาร หรือการป้องกันประเทศ และความมั่นคงของมนุษย์

สุทัศน์ ขย้ม (2545 : 20-51) กล่าวว่า ความมั่นคงแห่งชาติ มีความหมายหลัก คือ ผลอันเกิดจากสถานะที่คนในชาติมีความพอใจในความเป็นอยู่หรือ ความเปลี่ยนแปลงที่จะรักษาไว้ หรือได้มาซึ่งผลประโยชน์โดยต่อเนื่อง มีเสถียรภาพ (Stability) และชาติอื่นๆ ก็พอใจ หรือไม่อาจขัดขืน หรือเปลี่ยนแปลงได้ ส่วนความหมายรองคือ ความปลอดภัยจากภัยคุกคาม ความมั่นคงของชาติในด้านเศรษฐกิจ การเมืองภายในประเทศการทหาร สังคมจิตวิทยาและวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อม

จุลชีพ ชินวรรณ โณ (2546 : 6-7) กล่าวว่า ความมั่นคง (Security) หมายถึง สภาพความรู้อีกปลอดภัยจากภัยคุกคาม ปลอดภัยจากความวิตกกังวล หรือภัยอันตราย

วีรพล วรรณนท์ (2547 : 12) ได้กล่าวว่า ความมั่นคงแห่งชาติ คือ การทำให้ประเทศมีความปลอดภัยจากการรุกราน โจมตี และยึดครองดินแดน การทำให้เศรษฐกิจเจริญรุ่งเรือง และการทำให้ประเทศเป็นที่ยอมรับนับถือ จากต่างประเทศในสังคมโลก

วิชัย ชูเชิด (2547 : 15) กล่าวว่า ความมั่นคงแห่งชาติ หมายถึง สภาพการณ์หรือสภาพที่รัฐชาติ ภายใต้การนำของรัฐบาลที่มีอำนาจอธิปไตยในการปกครองดินแดนด้วยตนเอง ที่สามารถดำรงอยู่ด้วยความปลอดภัยจากภัยอันตรายทั้งปวงไม่ว่าจะเป็น ภัยการเสี่ยงใดๆ ความเกรงกลัว ความกังวล และความสงสัย มีความเจริญก้าวหน้า มีเสรีต่อแรงกดดันต่างๆ ที่มากระทบในทุกๆ ด้านทั้งในด้านเอกราช อธิปไตย ในด้านบูรณาภาพแห่งดินแดน ในด้านสวัสดิภาพความปลอดภัยและผาสุกของประชาชน ในด้านการปกครองของประเทศ และวิธีการดำเนินชีวิตของคน อีกทั้งจะต้องมีขีดความสามารถที่จะพร้อมเผชิญต่อสถานการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้น

สรุปความมั่นคงของชาติ หมายถึง การดำเนินการเพื่อผลประโยชน์ของชาติ ทำให้ประชาชนในชาติอยู่ดีมีความสุข มีความรู้สึกปลอดภัยจากภัยคุกคาม การรักษาไว้ซึ่งอาณาเขต

## ภารกิจหน้าที่และการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเลขาธิการกองทัพบก

สำนักงานเลขาธิการกองทัพบก เป็นส่วนราชการขึ้นตรงกองทัพบก มีภารกิจหน้าที่ดำเนินการเกี่ยวกับงานเลขานุการและงานธุรการให้กับผู้บัญชาการทหารบก , รองผู้บัญชาการทหารบก ผู้ช่วยผู้บัญชาการทหารบก เสนาธิการทหารบก และผู้ดำรงตำแหน่งอื่นตามที่ผู้บัญชาการ

ทหารบกมอบหมาย ตลอดจนดำเนินงานและประสานงานเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ของ กองทัพบก มีเลขานุการกองทัพบก เป็นผู้บังคับบัญชารับผิดชอบ

### 1. ขอบเขตความรับผิดชอบและหน้าที่ที่สำคัญ

1.1 ดำเนินการทางธุรการให้ผู้บัญชาการทหารบก รองผู้บัญชาการทหารบก ผู้ช่วยผู้บัญชาการทหารบก เสนาธิการทหารบก และผู้ดำรงตำแหน่งอื่นๆ ตามที่ผู้บัญชาการทหารบกจะได้ออกเป็น

1.2 ดำเนินงานและประสานงานการประชาสัมพันธ์ของกองทัพบก

2. การแบ่งส่วนราชการและหน้าที่ สำนักงานเลขานุการกองทัพบก แบ่งส่วนราชการ ออกเป็น

#### 2.1 กองธุรการ มีหน้าที่

2.1.1 ดำเนินการเกี่ยวกับการสารบรรณ การธุรการ การกำลังพล การสวัสดิการ การงบประมาณ การเงิน และการรักษาความปลอดภัย

2.1.2 บันทึกและรายงานสถิติผลงานตามหน้าที่

#### 2.2 กองเลขานุการ มีหน้าที่

2.2.1 ดำเนินการเกี่ยวกับเอกสาร การเตรียมการประชุม และพิธีต่างๆ จัดทำคำขวัญ โวาท คำปราศรัย และสาส์นของผู้บังคับบัญชา ตามที่ได้รับมอบหมาย

2.2.2 ดำเนินการตรวจและวิเคราะห์เอกสาร

2.2.3 ดำเนินการสำรวจทัศนคติ และจัดทำสถิติข้อมูล

2.2.4 บันทึกและรายงานสถิติผลงานตามหน้าที่

#### 2.3 กองประชาสัมพันธ์ มีหน้าที่

2.3.1 ดำเนินงานและประสานงานการประชาสัมพันธ์ของกองทัพบก

2.3.2 บันทึกและรายงานสถิติผลงานตามหน้าที่

#### 2.4 แผนกบริการ มีหน้าที่

2.4.1 ดำเนินการเกี่ยวกับการบริการ การส่งกำลัง การสนับสนุนสิ่งอำนวยความสะดวก ทั้งปวงให้กับสำนักงานเลขานุการกองทัพบก สำนักงานผู้บังคับบัญชา รวมทั้งข้าราชการและหน่วยงานอื่นๆ ตามที่ได้รับ

2.4.2 บันทึก และรายงานสถิติผลงานตามหน้าที่

3. การดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ตามภารกิจที่ได้รับการแบ่งมอบ แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ การประชาสัมพันธ์ตามวงรอบงานประจำปี มีกองประชาสัมพันธ์สำนักงานเลขานุการกองทัพบก รับผิดชอบและการประชาสัมพันธ์นอกเหนือการประชาสัมพันธ์ตามวงรอบ

มีศูนย์ประชาสัมพันธ์กองทัพบกรับผิดชอบ

3.1 การประชาสัมพันธ์ตามวงรอบงานประจำปี รับผิดชอบในการวางแผน  
 อำนวยการ ดำเนินงาน และประสานงานการประชาสัมพันธ์ของกองทัพบก โดยแบ่งออกเป็น การ  
 ประชาชนเทศ การเสนาสนเทศ และงานชุมชนสัมพันธ์ สำหรับการประชาสัมพันธ์และเสนาสนเทศ  
 ดำเนินการโดยใช้การปฏิบัติตามวงรอบของการประชาสัมพันธ์ ดังนี้

### 3.1.1 การกำหนดแผนการประชาสัมพันธ์ โดยใช้ข้อมูลจาก

3.1.1.1 การสำรวจทัศนคติสำนักงานเลขานุการกองทัพบก ได้  
 ดำเนินการสำรวจทัศนคติใน 2 ลักษณะ คือ

1.) การจัดชุดสำรวจทัศนคติ ออกทำการสำรวจความคิดเห็น  
 และทัศนคติของประชาชนทั่วไป รวมถึงกำลังพลใน ทบ. และครอบครัว ในหัวข้อที่อาจส่งผล  
 กระทบต่อภาพลักษณ์ของกองทัพบก จากการปฏิบัติภารกิจของหน่วยต่างๆ ทั้งทั้งกองทัพบก และ  
 ตรวจสอบสภาพการรับรู้ข่าวสารที่ได้ทำการประชาสัมพันธ์ไปตามวงรอบ โดยทำการสำรวจปีละ 12  
 ครั้ง ทั้งการสำรวจประชาชนเทศ เสนาสนเทศ และงานชุมชนสัมพันธ์ของหน่วยต่างๆ ด้วย

2.) การจ้างสถาบันเอกชนทำการสำรวจแบบ out side in โดย  
 สำนักงานเลขานุการกองทัพบก ได้ลงนามข้อตกลงความร่วมมือกับสถาบันวิจัยความสุขชุมชน  
 มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญให้ดำเนินการสำรวจปีละ ๔ โครงการ ตามหัวข้อที่สำนักงานเลขานุการ  
 กองทัพบกจะเป็นผู้กำหนด

3.1.1.2 การจัดการประชุมเพื่อขอรับทราบแผนการปฏิบัติงานจาก  
 กรมฝ่ายเสนาธิการ ต่างๆ ในวงรอบ 1 ปี โดยให้ กรมฝ่ายเสนาธิการส่งข้อมูลแผนการปฏิบัติงานมา  
 เพื่อพิจารณานำมาขยายผลด้านการประชาสัมพันธ์ต่อภารกิจนั้น

3.1.1.3 นโยบายและดำริผู้บังคับบัญชา ดำเนินการนำนโยบายและดำริ  
 ของผู้บังคับบัญชามาขยายผลการประชาสัมพันธ์ ทั้งที่เกี่ยวกับงานประชาชนเทศต่อประชาชน  
 ภายนอก และงานเสนาสนเทศ ต่อกำลังพลและครอบครัวภายในกองทัพบก

3.1.2 การนำแผนการประชาสัมพันธ์ไปสู่การปฏิบัติโดยกองประชาสัมพันธ์  
 สำนักงานเลขานุการกองทัพบก กำหนดแผนการประชาสัมพันธ์จากข้อมูลที่ได้รับในข้อ 3.1 มา  
 จัดทำเป็นแผนการประชาสัมพันธ์ตามวงรอบ 1 ปี และแปลงแผนการประชาสัมพันธ์ไปสู่การ  
 ปฏิบัติ โดยใช้กรอบงบประมาณที่ได้รับประจำปีงบประมาณ เป็นตัวกำหนดขอบเขตการปฏิบัติงาน

### 3.1.3 ขอบเขตการดำเนินงานการประชาสัมพันธ์

3.1.3.1 การประชาสัมพันธ์ทางสื่อโทรทัศน์

3.1.3.2 การประชาสัมพันธ์ทางสื่อวิทยุกระจายเสียง

3.1.3.3 การประชาสัมพันธ์ทางสื่อสิ่งพิมพ์

3.1.3.4 การประชาสัมพันธ์ทางสื่อบุคคล

3.1.3.5 การประชาสัมพันธ์ทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์ : จัดทำการประชาสัมพันธ์กิจกรรมของ ทบ. ทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์ โดยจัดทำเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ ทบ.

3.1.3.6 งานชุมชนสัมพันธ์ ได้แก่ การสำรวจการดำเนินงานด้านชุมชนสัมพันธ์ของค่ายทหารต่างๆ ทั่วประเทศ การดำเนินโครงการชุมชนสัมพันธ์รอบ บก.ทบ.

3.2 การประชาสัมพันธ์ที่นอกเหนือจากการประชาสัมพันธ์ตามวงรอบงานประจำปี เช่น การตอบโต้ข่าวสารที่มีผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของ ทบ. หรือการขยายผลต่อภารกิจตามนโยบายเร่งด่วนของผู้บังคับบัญชา จะเป็นการดำเนินการโดย ศูนย์ประชาสัมพันธ์กองทัพบก ซึ่งเป็นหน่วยขึ้นตรง ศูนย์ปฏิบัติการกองทัพบก ศูนย์ประชาสัมพันธ์กองทัพบก มีภารกิจ วางแผนปฏิบัติการ ประสานงาน ติดตามประเมินผล ตรวจสอบวิเคราะห์ข่าวสารจากสื่อมวลชน ตลอดจนถ่ายภาพ และเก็บรวบรวมภาพกิจกรรมที่สำคัญต่างๆ ของ ทบ. เพื่อดำเนินการประชาสัมพันธ์เฉพาะกิจ ตามนโยบายเร่งด่วนของผู้บังคับบัญชา และตามกิจกรรมพิเศษ ในความรับผิดชอบของศูนย์ปฏิบัติการกองทัพบก และหน่วยงาน ในควบคุม ตลอดจนติดตามตรวจสอบและประเมินผลประสิทธิภาพการทำงานให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของแผนงาน โดยมี เลขานุการกองทัพบก เป็นหัวหน้าศูนย์ประชาสัมพันธ์กองทัพบก โดยมี ขอบเขตความรับผิดชอบและหน้าที่ มีดังนี้

3.2.1 วางแผนปฏิบัติการ ประสานงาน รวมทั้งให้ข้อเสนอแนะแก่ผู้บังคับบัญชาในงานประชาสัมพันธ์เฉพาะกิจตามสถานการณ์เร่งด่วน และตามนโยบายของผู้บังคับบัญชา

3.2.2 รวบรวมข้อมูลข่าวสารต่างๆ สำหรับงานประชาสัมพันธ์

3.2.3 ดำเนินการงานโฆษกกองทัพบก , ผลิตสื่อประชาสัมพันธ์

3.2.4 ประสานงานสื่อมวลชนทุกสาขาในการชี้แจง เผยแพร่ข้อมูล

## งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กัลปัยกร นรภัทรทวีพร และพลอยชนก แสสนอาทิตย์ (2554 : ออนไลน์) กล่าวว่า จากผลการวิจัย เรื่อง แนวโน้มการประชาสัมพันธ์ในทศวรรษหน้า (พ.ศ. 2554-2563) พบว่าความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้สื่อและเครื่องมือเพื่อการประชาสัมพันธ์ในประเทศไทยในปัจจุบันที่กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการประชาสัมพันธ์มีความคิดเห็นที่สอดคล้องกันและมีการเห็นด้วยอยู่ในระดับมากที่สุดคือมีการใช้สื่อมวลชนเช่น โทรทัศน์หนังสือพิมพ์รวมไปถึงสื่อกิจกรรมและสื่อเฉพาะกิจซึ่งยังคงเป็นสื่อหลักในการประชาสัมพันธ์แต่มีการใช้สื่อใหม่ผ่านอินเทอร์เน็ตสังคมออนไลน์และสื่อ

ดิจิทัลมากขึ้นอย่างไรก็ตาม ตามความคิดในอุดมการณ์ของผู้เชี่ยวชาญด้านการประชาสัมพันธ์พบว่า แนวโน้มที่คาดว่าจะเกิดขึ้นได้มากที่สุดและมีความพึงประสงค์ให้เกิดขึ้นได้คือควรมีการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network) และสื่อดิจิทัลมากขึ้น

ณัฐฉา ชูโต (2554, ออนไลน์) กล่าวว่า จากผลการวิจัย เรื่อง กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ภายใต้กระแส Social Network พบว่า พฤติกรรมการสื่อสารผ่าน “เครือข่ายสังคม” (Social Network) ของผู้บริโภคที่เพิ่มมากขึ้นทำให้หลายองค์กรหันมาใช้เครือข่ายสังคมเป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ที่จะช่วยเสริมสื่อประชาสัมพันธ์แบบออฟไลน์ (Offline) ให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้นสำหรับกลยุทธ์ประชาสัมพันธ์ผ่าน Social Network ประเด็นเนื้อหาส่วนใหญ่ได้แก่ความเคลื่อนไหวขององค์กรเรื่องราวขององค์กร วิสัยทัศน์ของผู้บริหารและกิจกรรมต่างๆ โดยรูปแบบ Social Network ที่นิยมในประเทศไทยประกอบด้วยบล็อก (Blog) ทวิตเตอร์ (Twitter) วิกิพีเดีย (Wikipedia) เฟซบุ๊ก (Facebook) และเว็บบูทูป (Youtube)

พัชรภรณ์ ไกรชุมพล (2556 : ออนไลน์) กล่าวว่า จากผลการวิจัย เรื่อง ทักษะคติและพฤติกรรมการสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ในการสร้างชื่อเสียงกรณีศึกษายูทูป (Youtube) พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทักษะคติเชิงบวกต่อยูทูปและมีพฤติกรรมการสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์โดยเฉพาะยูทูปอย่างสม่ำเสมอเนื่องจากทัศนคติที่มีต่อยูทูปว่าสามารถตอบสนองความต้องการของตนได้และเนื่องจากอัตราการเติบโตของจำนวนผู้ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในการสื่อสารทั้งในสังคมไทยและต่างประเทศสูงขึ้น โดยแนวโน้มในอนาคตพบว่าผู้คนในสังคมจะให้ความสำคัญต่อการสื่อสารผ่านยูทูปเพิ่มสูงขึ้นและมีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้ยูทูปเป็นเครื่องมือในการสร้างความสำเร็จทั้งในด้านชื่อเสียงรายได้หรือทำการประชาสัมพันธ์





## บทที่ 3

### การดำเนินการด้านการประชาสัมพันธ์ข่าวสารกองทัพบก

การวิจัยเรื่อง แนวทางการประชาสัมพันธ์ข่าวสารกองทัพบกทางสื่อสังคมออนไลน์ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการดำเนินการด้านการประชาสัมพันธ์ ข่าวสารกองทัพบก และแนวทางการประชาสัมพันธ์ข่าวสารกองทัพบกทางสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งการค้นหาคำตอบในวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ในเรื่องการดำเนินการด้านการประชาสัมพันธ์ข่าวสารกองทัพบกจะอยู่ในบทที่ 4 และวัตถุประสงค์ในข้อที่ 2 เรื่องแนวทางการประชาสัมพันธ์ข่าวสารกองทัพบกทางสื่อสังคมออนไลน์จะอยู่ในบทที่ 5 ตามลำดับ

จากการศึกษาค้นคว้าผู้วิจัยพบว่าในรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ.2550 , พระราชบัญญัติการจัดระเบียบราชการกระทรวงกลาโหม พ.ศ. 2551 , นโยบายกระทรวงกลาโหม พ.ศ. 2552, หนังสือ วิสัยทัศน์กองทัพบก 2560 , นโยบายการปฏิบัติงานกองทัพบก (เพิ่มเติม) ประจำปีงบประมาณ 2557 , แนวทางการปฏิบัติของกองทัพบกในการเตรียมความพร้อมกองทัพบก ไปสู่ออนาคต ระเบียบปฏิบัติราชการว่าด้วยการประชาสัมพันธ์และการบริการข่าวสารของทางราชการ คู่มือการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของกองทัพบก และระเบียบกองทัพบกที่เกี่ยวข้อง พบว่าแนวทางการประชาสัมพันธ์ของกองทัพบก ประกอบด้วยปัจจัยภายนอกกองทัพบก และปัจจัยภายในกองทัพบก มีดังนี้

1. ปัจจัยภายนอกกองทัพบก ได้แก่
  - 1.1 สถานการณ์โลก
  - 1.2 สถานการณ์ภายในประเทศ
  - 1.3 โครงสร้างการจัดหน่วย
  - 1.4 กรอบแนวทางการให้ข่าวและบริการข่าวสารราชการ
  - 1.5 แนวทางการประชาสัมพันธ์ของราชการ
  - 1.6 พระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ.2540
  - 1.7 ระเบียบกระทรวงกลาโหมว่าด้วยข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ.2544
  - 1.8 นโยบายกระทรวงกลาโหม
  - 1.9 แผนปฏิบัติราชการ กองทัพบกไทย พ.ศ.2555-2558
2. ปัจจัยภายในกองทัพบก

- 2.1 วิสัยทัศน์กองทัพบก
- 2.2 เจตนารมณ์ของ พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา ผู้บัญชาการทหารบก
- 2.3 นโยบายกองทัพบก ประกอบด้วย
  - 2.3.1 นโยบายกองทัพบกทั่วไป
  - 2.3.2 นโยบายกองทัพบกเฉพาะ
- 2.4 การประชาสัมพันธ์ของกองทัพบก
- 2.5 ระเบียบกองทัพบกกว่าด้วยการประชาสัมพันธ์ พ.ศ.2547

## ปัจจัยภายนอกกองทัพบก

**1. สถานการณ์โลก** จากการศึกษาพบว่า ความเจริญก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยีส่งผลให้สังคม เศรษฐกิจ การเมือง การทหาร และสิ่งแวดล้อมมีการเปลี่ยนแปลง โดยเฉพาะ การเปลี่ยนแปลงด้านสังคมของมนุษย์ พอสรุปที่สำคัญ ได้ดังนี้

1.1 การไร้ขีดจำกัดในเรื่องของเวลากับสถานที่ ทั้งนี้เนื่องมาจากการเกิดของนวัตกรรมทางด้านโทรคมนาคมสื่อสารและข่าวสารสมัยใหม่ ทำให้โลกมีขนาดเล็กลง ส่วนต่างๆ โดยเชื่อมต่อทำให้ข้อมูลข่าวสารสามารถไหลเวียนไปมาอย่างส่วนต่างๆ ได้อย่างรวดเร็วยิ่งขึ้น

1.2 การคุกคามของกระแสอัตลักษณ์และการต่อต้าน จากการไร้ขีดจำกัดในเรื่องของระยะทางและเวลาได้ส่งผลให้ประเทศที่มีศักยภาพเหนือกว่าได้ดูคับ ตักดวงทรัพยากรจากประเทศที่อ่อนแอกว่าด้วยศักยภาพของเทคโนโลยีที่สูงกว่าได้อย่างง่ายและสะดวกมากยิ่งขึ้น แต่สิ่งที่ตามมาก็คือ ผลกระทบอย่างรุนแรงในประเทศที่อ่อนแอกว่าที่พยายามปกป้องการครอบงำอัตลักษณ์ของตนเอง เกิดกระแสการต่อต้านจากกลุ่มทางสังคมในพื้นที่เพื่อปกป้องวัฒนธรรมของตนเองไม่ให้ถูกกลืนไปกับวัฒนธรรมของประเทศที่มีศักยภาพสูงกว่า

1.3 การเกิดขึ้นของสังคมรากฐานความรู้และสารสนเทศ เมื่อข่าวสารข้อมูลไหลเวียนไปมาสะดวกในที่ต่างๆ ทำให้ข้อมูลข่าวสารต่างๆ กลายมาเป็นพื้นฐานในการดำเนินการในเรื่องต่างๆ ทุกเรื่องในชีวิตประจำวัน หรือข้อมูลที่ใช้ประกอบการตัดสินใจในกิจการต่างๆ ที่ดำเนินการส่งผลให้สารสนเทศและความรู้กลายมาเป็นสินทรัพย์ที่จำเป็นถึงแม้จะสัมผัสไม่ได้ก็ตาม

1.4 เกิดการเคลื่อนไหวทางสังคมใหม่ เนื่องจากกระแสโลกาภิวัตน์ได้ส่งผลตามมามีความขัดแย้งที่เกิดขึ้นในรูปแบบต่างๆ ทั้งความขัดแย้งทางการเมือง การปกครอง หรือแม้กระทั่งความขัดแย้งทางสังคม เช่น เหตุการณ์อาหรับสปริง (Arab Spring) ในช่วงปลายปี พ.ศ. 2553 การออกมาเรียกร้องเสรีภาพในกลุ่มประเทศอาหรับ สาเหตุมาจากความยากจนและการแบ่งปันสัดส่วนที่ไม่เป็นธรรม อันเป็นปรากฏการณ์ที่ประชาชนได้ใช้ Social Media เช่น Face

book เป็นต้น ใช้สื่อสารเพื่อรณรงค์เชิญชวนคนมาร่วมประท้วงอย่างกว้างขวาง หากมาวิเคราะห์ความขัดแย้งเหล่านี้เป็นเรื่องที่ไม่สามารถแก้ไขได้โดยลำพังหรือหน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่ง เพราะปัญหาเหล่านี้จะพบว่ามีความสลับซับซ้อน ต้องอาศัยความร่วมมือจากฝ่ายต่างๆ โดยใช้แนวทางสมานฉันท์ ทำให้เกิดแนวทางที่เรียกว่าการเมืองภาคประชาชน

1.5 การก่อการร้ายสากลและความเปราะบางทางการเมือง โดยการก่อการร้ายและการทำสงครามเพื่อต่อต้านการก่อการร้ายถือได้ว่าเป็นวาระของโลก เพราะข้อมูลข่าวสารที่ไหลเวียนไปมาอย่างรวดเร็วด้วยความรวดเร็วไม่ว่าผู้ส่งสาร และผู้รับสารจะอยู่ที่ใดในโลก ทำให้กลุ่มก่อการร้ายที่ใช้ความรุนแรงเป็นอาวุธ อาศัยช่องทางจากความก้าวหน้าในระบบโทรคมนาคมสื่อสารทำการเผยแพร่ภาพความรุนแรงที่เกิดขึ้นให้กระจายออกไปอย่างแพร่หลาย ทำให้เกิดความหวาดกลัวในสังคมทั่วไป

1.6 จากที่กล่าวมาในข้างต้น มีผลกระทบทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ดังนี้

1.6.1 แนวความคิดในเรื่องของอำนาจอธิปไตย บทบาทที่สำคัญของอำนาจอธิปไตยเหนือดินแดนตามแนวคิดของรัฐชาติได้ถูกลดบทบาทลง แต่องค์กรเหนือชาติ อย่างเช่นสหประชาชาติกลับมามีบทบาทมากขึ้นในเวทีโลก

1.6.2 ระบบรัฐ-ชาติ ถูกท้าทายโดยกระแสโลกาภิวัตน์ เนื่องจากการเพิ่มบทบาทของตัวแสดงที่ไม่ใช่รัฐ (Non-state Actors) อย่างเช่น องค์กรอิสระต่างๆ กลับกลายเป็นกลุ่มที่มีบทบาทในการต่อรอง ต่อต้าน ชัดขึ้น และนำไปสู่การเคลื่อนไหวเรียกร้องของภาคประชาชนทั่วโลก ซึ่งนำไปสู่แนวคิดเรื่องประชาสังคมโลก

สรุป การเจริญเติบโตของเทคโนโลยีเป็นปัจจัยเร่งให้สถานการณ์โลกมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว และขยายตัวออกไปอย่างกว้างขวาง เกิดการรวมกลุ่มกันของประชาคมโลกที่มีชาติพันธุ์ ศาสนา อุดมการณ์เดียวกัน เกิดการเมืองภาคประชาชน การก่อการร้ายสากล การแย่งชิงทรัพยากร ข้อมูลทางสารสนเทศกลายเป็นทรัพย์สินมีค่า จากสถานการณ์โลกที่เปลี่ยนแปลงส่งผลให้อำนาจอธิปไตยเหนือรัฐชาติถูกลดบทบาทลง แต่เพิ่มบทบาทองค์กรเหนือรัฐชาติ และองค์กรที่ไม่ใช่รัฐ

## 2. สถานการณ์ภายในประเทศ

จากการศึกษาพบว่า กองทัพต้องเผชิญภัยคุกคามที่ไม่ใช่ทางทหาร หมายถึง ภัยคุกคามที่ไม่มีผลกระทบต่อเอกราชและบูรณภาพแห่งดินแดนโดยตรง แต่เป็นสถานการณ์ที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงภายในประเทศ ในหลายๆ มิติ ซึ่งส่งผลกระทบต่อความมั่นคงของชาติ ได้แก่

2.1 ภัยคุกคามจากการก่อการร้ายสากล ได้แก่ การปฏิบัติการของบุคคลหรือกลุ่มคนที่มุ่งหวังสร้างเงื่อนไขข้อเรียกร้องต่างๆ ทั้งในทางการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม ซึ่งส่วนใหญ่จะ

ปฏิบัติการในดินแดนของประเทศอื่น เมื่อเกิดเหตุการณ์ขึ้นจะส่งผลกระทบโดยตรงต่อผลประโยชน์แห่งชาติ พันธกรณีระหว่างประเทศ นโยบายของชาติ ทั้งทางด้านการเมืองและการป้องกันประเทศ เศรษฐกิจ สังคมจิตวิทยา ชื่อเสียงและเกียรติภูมิของชาติ

2.2 ภัยคุกคามจากปัญหาสุขภาพเสพติด เป็นปัญหาที่มีความสำคัญเร่งด่วนที่จะต้องรีบดำเนินการแก้ไข เพราะส่งผลกระทบต่อทรัพยากรบุคคลากรของชาติโดยตรง

2.3 ภัยคุกคามจากอาชญากรรมข้ามชาติ เช่น การฟอกเงิน การขนยาเสพติด การเป็นเครือข่ายของการค้ำมนุษย์ เป็นต้น ถ้าไม่สามารถกำจัดกลุ่มมิจฉาชีพเหล่านี้ได้ประเทศชาติจะเผชิญกับภัยคุกคามที่ส่งผลกระทบต่อความมั่นคงได้

2.4 ภัยคุกคามจากปัญหาผู้หลบหนีเข้าเมืองโดยผิดกฎหมาย ซึ่งเป็นประเด็นที่มีผลกระทบต่อความมั่นคงโดยตรง คือ การแฝงตัวมาในลักษณะของจารชน ส่วนทางปัญหาความมั่นคงทางอ้อมนั้นคือ ปัญหาการนำพาเชื้อโรค ปัญหาอาชญากรรม เป็นต้น

2.5 ภัยคุกคามจากปัญหาอาชญากรรมตามแนวชายแดน ได้แก่ กองโจรติดอาวุธที่เข้ามาปล้น ฆ่าข่มขืนราษฎรไทย โจรกรรม การลักลอบค้าอาวุธสงคราม และการลักลอบค้าของผิดกฎหมายอื่นๆ รวมทั้งปัญหาการประมง ปัญหาการกระทำอันเป็นโจรสลัด ปัญหาบุคคลสองสัญชาติ และปัญหาการค้าแรงงานผิดกฎหมาย ก่อให้เกิดความไม่มั่นคงในชีวิตและทรัพย์สินส่งผลกระทบต่อความมั่นคงของชาติเช่นกัน

2.6 ภัยจากความยากจน เนื่องจากประชากรส่วนใหญ่ของประเทศเป็นเกษตรกรอยู่ในชนบท ทำให้เกิดปัญหาความไม่รู้ ความจน และความเจ็บป่วย อันก่อให้เกิดความคับแค้นทางจิตใจ และความยากไร้ทางวัตถุ ก่อให้เกิดความไม่มั่นคงได้

2.7 ภัยจากสาธารณภัยขนาดใหญ่และภัยพิบัติต่างๆ คือ ภัยที่เกิดขึ้นจากปรากฏการณ์ทางธรรมชาติ ซึ่งไม่อาจหลีกเลี่ยงได้รวมทั้งภัยที่เกิดจากความประมาทของมนุษย์ เช่น วาตภัย อุทกภัย อัคคีภัย และอุบัติเหตุต่างๆ ซึ่งเป็นสิ่งที่สร้างความเสียหายในวงกว้าง

2.8 ภัยคุกคามด้านการป้องกันประเทศ ในสถานการณ์ปัจจุบันยังไม่ปรากฏแนวโน้มที่จะเกิดความขัดแย้งซึ่งนำไปสู่การใช้กำลังทหารขนาดใหญ่ แม้มีความขัดแย้งอยู่บ้าง แต่เป็นเพียงปรากฏการณ์ที่ส่งผลกระทบในระดับต่ำและค่อนข้างจำกัดเฉพาะพื้นที่ แต่อย่างไรก็ตามความขัดแย้งขนาดใหญ่ก็มีโอกาสเกิดขึ้นได้ เช่น ประเทศในภูมิภาคบางประเทศยังมุ่งสะสมอาวุธที่มีอำนาจทำลายล้างสูงและบางประเทศได้พัฒนาขีดความสามารถของยุทธโศปกรณ์และเทคโนโลยีทางทหารอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นความเสี่ยงที่จะเกิดภัยคุกคามความมั่นคงด้านการทหารจึงมีโอกาสเกิดขึ้นได้เสมอ

2.9 ภัยจากความแตกแยกของคนในสังคม ความขัดแย้งในมวลหมู่ประชาชนที่แบ่งแยกออกเป็น 2 ฝ่าย ระหว่างฝ่ายที่ขึ้นขอบในตัว พันตำรวจโท ทักษิณ ชินวัตร ที่ส่งผ่านทางนางสาว ยิ่งลักษณ์ ชินวัตร อดีตนายกรัฐมนตรีนโยบายประชานิยมของพรรคเพื่อไทย กับฝ่ายที่เห็นว่านางสาว ยิ่งลักษณ์ ชินวัตร เป็นแค่เพียงร่างทรงของพันตำรวจโท ทักษิณ ชินวัตร เท่านั้น ผู้ที่กำหนดหรือชี้นำจริงๆแล้วคือ พันตำรวจโท ทักษิณ ชินวัตร ที่คอยชี้นำการบริหารราชการแผ่นดิน การกำหนดนโยบายต่างๆ และการออกพระราชบัญญัตินิรโทษกรรม หรือที่เรียกกันว่า “พระราชบัญญัตินิรโทษกรรมสุดซอย” ที่มีประชาชนเห็นว่าเป็นการออกพระราชบัญญัตินิรโทษกรรมที่ไม่ถูกต้อง ขัดกับอุดมคติของประชาชนส่วนใหญ่ ส่งผลให้ประชาชนออกมาชุมนุมต่อต้านเป็นจำนวนมาก ในขณะเดียวกัน ก็มีประชาชนที่ขึ้นขอบ พันตำรวจโท ทักษิณ ชินวัตร ออกมาชุมนุมเช่นเดียวกัน การชุมนุมของทั้ง 2 ฝ่ายได้ส่งผลเสียหายต่อความมั่นคงของประเทศ ทั้งในด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม และภาพลักษณ์ของประเทศโดยรวม

2.10 ปัญหาสถานการณ์การก่อความไม่สงบใน 3 จังหวัดชายแดนใต้ ปัจจุบันยังคงเกิดสถานการณ์อย่างต่อเนื่อง ผู้ก่อความไม่สงบมีการแข่งขันกันสร้างผลงาน เพื่อหวังประโยชน์จากกลุ่มสนับสนุนภายนอกประเทศโดยอาศัยจุดอ่อน ด้านเชื้อชาติ ภาษา ศาสนา วัฒนธรรม และวิถีชีวิตรวมทั้งเงื่อนไขจากการที่เจ้าหน้าที่รัฐอ่อนแอ และมีความขัดแย้งกับประชาชน เป็นจุดเริ่มต้นของการโฆษณาชวนเชื่อ ปลุกกระดม บ่อนทำลายให้เกิดความแตกแยกระหว่างเจ้าหน้าที่รัฐกับประชาชน ตลอดจนใช้การก่อวินาศกรรมตามชุมชนที่เป็นศาสนสถานและสถานที่ราชการ อาทิ สถานีรถไฟ โรงเรียน วัด หน่วยทหาร รวมทั้งลอบทำร้าย เจ้าหน้าที่ของรัฐ พระภิกษุ และประชาชน ซึ่งก่อให้เกิดการสูญเสียชีวิตและทรัพย์สิน

2.11 กระแสเสื่อมถอยของมวลชนเสื่อมถอยทุกแขนงต่างนำเสนอสถานการณ์ความขัดแย้งทางการเมือง ทั้งความขัดแย้งของพรรคการเมืองต่างชั่วคราว ความขัดแย้งของประชาชนที่สนับสนุน พรรคเพื่อไทย และศรัทธาในนโยบายประชานิยม แนวร่วมประชาธิปไตยต่อต้านเผด็จการแห่งชาติ (นปช.) หรือกลุ่มคนเสื้อแดง นำโดย นายจตุพร พรหมพันธุ์ ประธาน นปช. นายณัฐวุฒิ ใสกึ่ง เลขาธิการ นปช. กับกลุ่มที่คัดค้านระบบทักษิณ การทุจริตคอร์รัปชัน โดยคนกลุ่มนี้ประกอบด้วย เครือข่ายนักศึกษาประชาชนปฏิรูปประเทศไทย (คปท.) มีแกนนำประกอบด้วย นายอุทัย ยอดมณี นายนิสเซอร์ ยีหะ นายประกอบกิจ อินทร์ทอง และนายพานสุวรรณ ณ แก้ว และกลุ่มคณะกรรมการประชาชนเพื่อการเปลี่ยนแปลงประเทศไทยให้เป็นประชาธิปไตยที่สมบูรณ์อันมีพระมหากษัตริย์เป็นประมุข (กปปส.) นำโดย นายสุเทพ เทือกสุบรรณ อดีตสมาชิกพรรคประชาธิปัตย์ การนำเสนอข่าวความขัดแย้งอย่างต่อเนื่องของมวลชน ได้ส่งผลให้ประชาชนมีความคิดด้านการเมืองออกเป็น 2 ขั้วอย่างชัดเจน คือฝ่ายที่ไม่เอา พันตำรวจโท ทักษิณ ชินวัตร และ

นางยี่งลักษณ์ ชินวัตร ตลอดจนกลุ่มพรรคพวก พันตำรวจโท ทักษิณ ชินวัตร กับกลุ่มที่ชื่นชอบ พันตำรวจโท ทักษิณ ชินวัตร โดยประชาชนทั้งสองกลุ่มมีความคิดเห็นทางการเมืองต่างกันอย่างสุดขั้ว และความแตกแยกทางความคิดนี้ราวลึกถึงในระดับครอบครัว จนยากที่สมานฉันท์กันได้

2.12 ความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยี การสื่อสารผ่านเทคโนโลยี เป็นปรากฏการณ์ที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสังคมอย่างคาดไม่ถึง โดยเฉพาะการสื่อสารผ่านการใช้ภาษาเขียน (Texting) เทคโนโลยีเพื่อการสื่อสารถูกใช้เพื่อการกระชับความสัมพันธ์และสร้างความสัมพันธ์ การสร้างความสัมพันธ์กับคนแปลกหน้าเป็นปรากฏการณ์ปกติของสังคมปัจจุบัน ซึ่งคู่สื่อสารจะพยายามโน้มน้าวให้เกิดการยอมรับซึ่งกันและกันด้วยการเลือกใช้ภาษาที่คล้ายคลึงกัน เพื่อให้เกิดการยอมรับ (Communication Accommodation Theory) พร้อมทั้งสร้างบุคลิกของตนเองให้น่าเชื่อถือและเป็นที่ชื่นชอบ (Classical Rhetorical Theory) นอกจากนี้เทคโนโลยีการสื่อสารยุคใหม่ยังทำให้ความเป็นมนุษย์ที่เป็นสัตว์สังคมเปลี่ยนแปลงไป คนยุคใหม่นิยมที่จะปลีกตัวไปสื่อสารผ่านเทคโนโลยีกับคนแปลกหน้ามากกว่าการมีปฏิสัมพันธ์กับคนในสังคมจริง ปัญหาทางการเมืองของประเทศไทยได้ถูกเผยแพร่ออกไปอย่างรวดเร็วและกว้างขวางปัจจัยที่สนับสนุนก็คือเกิดจากการเปิดเสรีภาพให้สื่อมวลชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเปิดให้บริการอย่างอิสระของเว็บไซต์ต่างๆ โดยเฉพาะเว็บไซต์ที่นำเสนอแนวคิดหมิ่นสถาบันพระมหากษัตริย์ การนำเสนอข่าวการเมืองเฉพาะด้านหรือบิดเบือนข้อมูลเพื่อประโยชน์ของฝ่ายตนหรือพรรคพวกของตนเอง จึงมีผลให้เกิดความเห็นต่างกันของประชาชนคนไทยด้วยกันเอง

สรุป สถานการณ์ภายในประเทศที่มีผลต่อความมั่นคงของประเทศ ได้แก่ การก่อการร้ายสากล ปัญหายาเสพติด อาชญากรรมข้ามชาติ ผู้หลบหนีเข้าเมืองโดยผิดกฎหมาย อาชญากรรมตามแนวชายแดน ความยากจน สาธารณภัยขนาดใหญ่และภัยพิบัติต่างๆ การป้องกันประเทศ ความแตกแยกของคนในสังคม ความไม่สงบในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ กระแสสื่อมวลชนไทยนำเสนอข่าวความขัดแย้งในสังคมไทย และปัจจัยสนับสนุนจากความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยี ซึ่งบางปัญหาได้รับการแก้ไข แต่บางปัญหาไม่ได้รับการแก้ไข โดยเฉพาะปัญหาการแตกความสามัคคีของคนในชาติ ทั้งที่เป็นปัญหาที่มีผลกระทบโดยตรงต่อพี่น้องประชาชนและเสถียรภาพของรัฐบาล

### 3. โครงสร้างการจัดหน่วย

กองทัพบกเป็นหน่วยงานราชการภายในสังกัดกระทรวงกลาโหมที่มีการบริหารราชการแบบระบบราชการ มีโครงสร้างการจัดที่ชัดเจน มีการสั่งการและการปฏิบัติงานเป็นไปตามสายงานหรือตามสายการบังคับบัญชาที่กำหนดไว้ โดยมีกรอบโครงสร้างการจัด ดังนี้

ตามพระราชบัญญัติ จัดระเบียบราชการกระทรวงกลาโหม พ.ศ.2551 หมวด 2 เรื่อง การแบ่งส่วนราชการในกระทรวงกลาโหม ซึ่งผู้วิจัยได้คัดเลือกในส่วนที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย ดังนี้

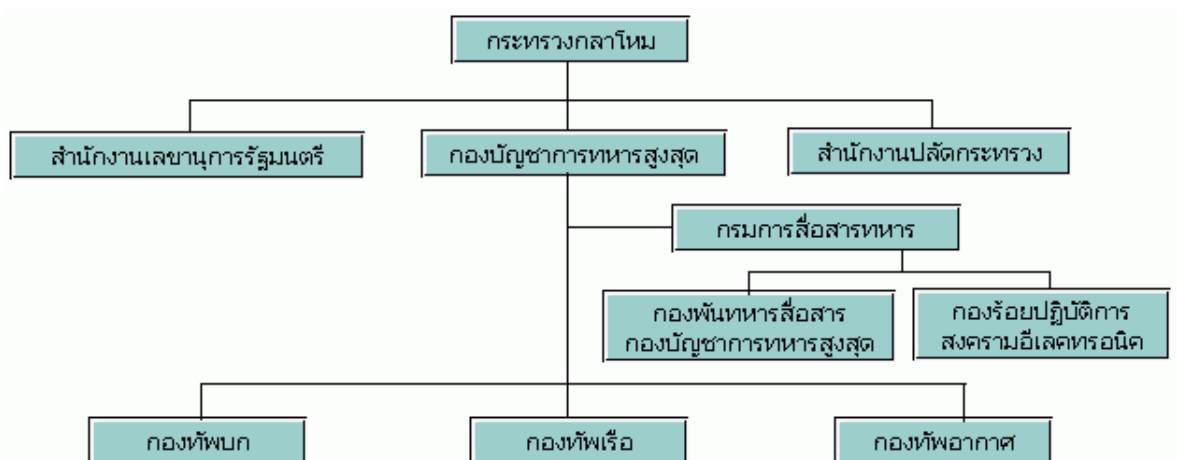
มาตรา 15 กองทัพอากาศ มีหน้าที่เตรียมกำลังกองทัพอากาศ การป้องกันราชอาณาจักรและดำเนินการเกี่ยวกับใช้กำลังทหารตามอำนาจหน้าที่ของกระทรวงกลาโหม มีผู้บัญชาการทหารสูงสุดเป็นผู้บังคับบัญชารับผิดชอบ

มาตรา 17 กองทัพไทยมีส่วนราชการ ดังต่อไปนี้

- (1) กองบัญชาการกองทัพไทย
- (2) กองทัพบก
- (3) กองทัพเรือ
- (4) กองทัพอากาศ
- (5) ส่วนราชการอื่นตามที่กำหนดโดยพระราชกฤษฎีกา

มาตรา 18 กองบัญชาการกองทัพไทยมีหน้าที่ควบคุม อำนาจการ สั่งการและ กำกับดูแลการดำเนินงานของส่วนราชการในกองทัพไทยในการเตรียมกำลัง การป้องกัน ราชอาณาจักร และการดำเนินการเกี่ยวกับการใช้กำลังทหารตามอำนาจหน้าที่ของ กระทรวงกลาโหมให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดมีผู้บัญชาการทหารสูงสุดเป็นผู้บังคับบัญชา รับผิดชอบ มาตรา 19 กองทัพบกมีหน้าที่เตรียมกำลังกองทัพบก การป้องกันราชอาณาจักร และ ดำเนินการเกี่ยวกับการใช้กำลังกองทัพบกตามอำนาจหน้าที่ของกระทรวงกลาโหม มีผู้บัญชาการ ทหารบกเป็นผู้บังคับบัญชารับผิดชอบตามแผนผังการจัดกระทรวงกลาโหม ดังตารางภาพที่ 4-1

แผนภาพที่ 3-1 ผังการจัดกระทรวงกลาโหม



ที่มา : การจัดส่วนราชการ กระทรวงกลาโหม

#### 4. กรอบการให้ข่าวสารของทางราชการ

จากการศึกษาค้นคว้าพบว่า การให้ข่าวและบริการข่าวสารราชการ มีระเบียบราชการที่เกี่ยวข้องเพื่อนำไปเป็นกรอบการปฏิบัติการให้ข่าวและบริการข่าวสารแก่ประชาชนทั่วไปตามระเบียบดังนี้

4.1 ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการให้ข่าวและบริการข่าวสารของทางราชการ พ.ศ.2529

4.2 ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการให้ข่าวและบริการข่าวสารของทางราชการ ฉบับที่ 2 พ.ศ.2533

4.3 ระเบียบกระทรวงกลาโหมว่าด้วยการให้ข่าวและบริการข่าวสารทางราชการ พ.ศ.2530

4.4 ระเบียบกองบัญชาการทหารสูงสุดว่าด้วยการให้ข่าวและบริการข่าวสารทางราชการ พ.ศ.2530

4.1 ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการให้ข่าวและบริการข่าวสารของทางราชการ พ.ศ.2529 ในระเบียบนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อให้การให้ข่าวและบริการข่าวสารของทางราชการดำเนินไปด้วยความถูกต้องเรียบร้อยและสอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อประเทศอย่างกว้างขวาง มีจำนวน 13 ข้อ โดยมีข้อสำคัญดังนี้

ข้อ 3 ให้ยกเลิก

(3.1) ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการให้ข่าวราชการ พ.ศ.2520

(3.2) ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการให้ข่าวราชการ (ฉบับที่ 2) พ.ศ.2521

บรรดาระเบียบ ข้อบังคับ มติของคณะรัฐมนตรีและคำสั่งอื่นใดในส่วนที่กำหนดไว้แล้วในระเบียบนี้ หรือซึ่งขัดหรือแย้งกับระเบียบนี้ให้ใช้ระเบียบนี้แทน

ข้อ 4 ระเบียบนี้ให้ใช้บังคับแก่กระทรวง ทบวง กรม ราชการ บริหารส่วนภูมิภาค ราชการบริหารส่วนท้องถิ่น องค์การของรัฐบาล และรัฐวิสาหกิจ

ข้อ 5 ในระเบียบนี้

“ข่าวของทางราชการ” หมายความว่า ข่าวหรือข้อเท็จจริงในทางราชการหรือเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับทางราชการ ของส่วนราชการหรือรัฐวิสาหกิจ และของเจ้าหน้าที่ของส่วนราชการหรือรัฐวิสาหกิจนั้นๆ



“การให้ข่าวของทางราชการ” หมายความว่า การแจกจ่าย เผยแพร่ แถลงชี้แจงข่าวของทางราชการ และให้หมายความรวมถึงการให้สัมภาษณ์แก่สื่อมวลชน และพูดออกอากาศทางวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ด้วย

“บริการข่าววารของทางราชการ” หมายความว่า การแจกจ่าย และเผยแพร่ข่าวสารข้อมูล หรือข้อเท็จจริง ที่ส่วนราชการจัดทำอย่างมีแผนต่อเนื่อง เพื่อให้เป็นความรู้และสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องแก่ประชาชน ก่อให้เกิดผลดีต่อสังคมและประเทศชาติ

“หัวหน้าส่วนราชการ” หมายความว่า ปลัดกระทรวง ปลัดทบวง อธิบดี หัวหน้าส่วนราชการ ที่เรียกชื่ออย่างอื่นซึ่งมีฐานะเป็นกรมและให้ความหมายรวมถึงผู้ว่าราชการจังหวัด นายอำเภอ และหัวหน้าหน่วยงานที่มีฐานะเป็นรัฐวิสาหกิจด้วย

“เจ้าหน้าที่” หมายความว่า ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจและให้หมายความรวมถึงลูกจ้างของส่วนราชการและรัฐวิสาหกิจด้วย

“เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์” หมายความว่า ผู้ที่มีหน้าที่รับผิดชอบดำเนินงานในการให้ข่าว บริการข่าวสาร และวางแผนดำเนินการทางด้านการประชาสัมพันธ์ ตลอดจนการสร้าง ความสัมพันธ์อันดีระหว่างหน่วยราชการกับประชาชนและสื่อมวลชน รวมทั้งการเสนอแนะและให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการดำเนินงานทางด้านการประชาสัมพันธ์

“สื่อมวลชน” หมายความว่า หนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ ภาพยนตร์ สำนักข่าว สำนักข่าวสารหรือสื่ออื่นๆ ที่ไปถึงมวลชน

ข้อ 6 ในการให้ข่าวและบริการข่าวสารของทางราชการ กำหนดให้มีผู้รับผิดชอบดังนี้

(6.1) ข่าวที่เกี่ยวกับการประชุมคณะรัฐมนตรี หรือข่าวที่เกี่ยวกับกรณีฉุกเฉินเร่งด่วน ให้ผู้ที่ได้รับมอบหมายจากคณะรัฐมนตรีหรือรัฐมนตรีเจ้าของเรื่องนั้นๆ เป็นผู้ให้

(6.2) ข่าวที่เกี่ยวกับนโยบายของกระทรวงหรือทบวงให้รัฐมนตรีเจ้าสังกัดหรือผู้ที่รัฐมนตรีเจ้าสังกัดมอบหมายเป็นผู้ให้

(6.3) ข่าวที่เกี่ยวกับการปฏิบัติงานประจำหรือภารกิจที่ได้รับมอบหมาย ให้หัวหน้าส่วนราชการ หรือเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานนั้น หรือผู้ที่ได้รับมอบหมายเป็นผู้ให้

การให้ข่าวและบริการข่าวสารของทางราชการและกระทรวงกลาโหมรัฐมนตรีว่าการกระทรวงกลาโหม จะกำหนดผู้ให้ข่าวนอกเหนือจากที่ระบุไว้ในวรรคแรกก็ได้

ข้อ 7 การให้ข่าวและบริการข่าวสารของทางราชการที่อาจมีผลกระทบต่อความปลอดภัยของชาตินั้น ให้ปฏิบัติตามระเบียบว่าด้วยการรักษาความปลอดภัยแห่งชาติ พ.ศ.2517 และระเบียบว่าด้วยการรักษาความปลอดภัยแห่งชาติเกี่ยวกับการสื่อสาร พ.ศ.2525

ข้อ 8 การให้ข่าวและบริการข่าวสารของทางราชการ ต้องจัดทำอย่างมีแผนและสอดคล้องกับระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ พ.ศ.2529 โดยมีการมอบหมายให้เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์รับผิดชอบดำเนินงาน

ข้อ 9 เมื่อมีข่าวอันจะยังความเสียหายแก่รัฐบาลหรือทางราชการเกิดขึ้น ให้หัวหน้าส่วนราชการที่เกี่ยวข้องกับข่าวนั้นๆ รีบดำเนินการสอบสวนข้อเท็จจริงทันที และให้รายงานผลให้ผู้บังคับบัญชาตามลำดับชั้นจนถึงรัฐมนตรีเจ้าสังกัดทราบโดยเร็ว

ในกรณีที่หัวหน้าส่วนราชการที่เกี่ยวข้องกับข่าวนั้นๆ เห็นความจำเป็นที่จะต้องแถลงข้อเท็จจริงโดยรีบด่วน ก็ให้กระทำได้

ข้อ 10 ในกรณีที่มีข่าวของทางราชการขัดแย้งกัน ให้ส่วนราชการที่เกี่ยวข้องในระดับสูงขึ้นไป หาทางประสานการปฏิบัติ เพื่อยุติข้อขัดแย้ง แล้วชี้แจงให้ประชาชนทราบทันที

ข้อ 11 ให้ผู้มีหน้าที่รับผิดชอบพิจารณาให้ข่าวของทางราชการอย่างรอบคอบ โดยเลือกใช้สื่อมวลชนตามความเหมาะสม ทั้งนี้ เพื่อธำรงไว้ซึ่งความเชื่อถือของทางราชการเป็นสำคัญ กับเพื่อมิให้เกิดความเข้าใจผิดหรือทัศนคติที่ไม่ดีต่อทางราชการ

ข้อ 12 การให้ข่าวของทางราชการให้กระทำ ณ ที่ทำการของผู้ให้ข่าวหรือสถานที่อื่นที่เหมาะสม ทั้งนี้ โดยคำนึงถึงผลที่จะได้รับเป็นสำคัญ

ข้อ 13 ให้นายกรัฐมนตรีรักษาการตามระเบียบนี้

4.2 ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการให้ข่าวและบริการข่าวสารของทางราชการ (ฉบับที่ 2 ) พ.ศ.2533 เพื่อปรับปรุงระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการให้ข่าวและบริการข่าวสารของทางราชการ พ.ศ.2529 ในส่วนที่เกี่ยวกับการเขียนเรื่องหรือบทความเผยแพร่ทางสื่อมวลชนให้เหมาะสมยิ่งขึ้น โดยมีข้อที่สำคัญ ดังนี้

ข้อ 3 ให้เพิ่มเติมความต่อไปนี้เป็นข้อ 12 ทวิ แห่งระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการให้ข่าวและบริการข่าวสารของทางราชการ พ.ศ.2529

“ข้อ 12 ทวิ ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ หรือลูกจ้างของส่วนราชการและรัฐวิสาหกิจอาจเขียนเรื่องหรือบทความเผยแพร่ทางสื่อมวลชนได้ แต่จะต้องอยู่ภายในขอบเขตของกฎหมาย และเรื่องหรือบทความนั้นต้องไม่มีลักษณะเป็นการให้ข่าวและบริการข่าวสารของทางราชการ โดยผู้เขียนไม่มีหน้าที่รับผิดชอบ

ในกรณีที่ผู้เขียนเรื่องหรือบทความตามวรรคหนึ่งใช้นามแฝงหรือนามปากกา ให้แจ้งนามแฝงหรือนามปากกาให้ผู้บังคับบัญชาเพื่อทราบด้วย ดังนี้

(1) ผู้เขียนที่เป็นข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ หรือลูกจ้างของส่วนราชการหรือรัฐวิสาหกิจ ให้แจ้งหัวหน้าส่วนราชการระดับกรมเจ้าสังกัด ผู้ว่าราชการจังหวัด หรือหัวหน้าหน่วยงานที่มีฐานะเป็นรัฐวิสาหกิจที่ตนสังกัด แล้วแต่กรณี

(2) ผู้เขียนที่เป็นหัวหน้าส่วนราชการระดับกรมขึ้นไป หรือผู้ว่าราชการจังหวัด ให้แจ้งผู้บังคับบัญชาชั้นเหนือตนขึ้นไป

(3) ผู้เขียนที่เป็นหัวหน้าหน่วยงานที่มีฐานะเป็นรัฐวิสาหกิจ ให้แจ้งปลัดกระทรวง ปลัดทบวง ที่รัฐวิสาหกิจนั้นๆ สังกัด

4.3 ระเบียบกระทรวงกลาโหมว่าด้วยการให้ข่าวและบริการข่าวสารของทางราชการ พ.ศ.2530 เพื่อปรับปรุงระเบียบการให้ข่าวราชการมีความเหมาะสมสอดคล้องกับระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการให้ข่าวและบริการข่าวสารของทางราชการ พ.ศ.2529 มีทั้งหมด 15 ข้อ ซึ่งจะมีความคล้ายคลึงกับระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการให้ข่าวและบริการข่าวสาร พ.ศ. 2529 แต่จะแตกต่างกันในเรื่องการมอบอำนาจตาม โครงสร้างกระทรวงกลาโหม และ ไม่ได้กล่าวถึงระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการให้ข่าวและบริการข่าวสารของทางราชการ (ฉบับที่ 2) พ.ศ.2533 มีที่สำคัญ ดังนี้

ข้อ 4 ในระเบียบนี้

4.1 “หัวหน้าส่วนราชการ” หมายความว่า

4.1.1 หัวหน้าส่วนราชการขึ้นตรงต่อกระทรวงกลาโหม

4.1.2 หัวหน้าส่วนราชการขึ้นตรงต่อสำนักงานปลัดกระทรวงกลาโหม

4.1.3 หัวหน้าส่วนราชการขึ้นตรงต่อกองบัญชาการทหารสูงสุด กองทัพบก

กองทัพอากาศ และ กองทัพเรือ

4.1.4 หัวหน้าหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ ในความควบคุมของกระทรวงกลาโหม

ข้อ 5 รัฐมนตรีว่าการกระทรวงกลาโหมหรือผู้ที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงกลาโหมมอบหมายให้เป็นผู้ให้ข่าวราชการในเรื่องที่เกี่ยวกับนโยบาย และการปฏิบัติงานประจำที่เกี่ยวข้องกับนโยบายของกระทรวงกลาโหม ปลัดกระทรวงกลาโหม ผู้บัญชาการทหารสูงสุดและผู้บัญชาการเหล่าทัพหรือผู้ที่ปลัดกระทรวงกลาโหม ผู้บัญชาการทหารสูงสุด และผู้บัญชาการเหล่าทัพมอบหมายเป็นผู้ให้ข่าวราชการในเรื่องที่เกี่ยวกับนโยบาย และการปฏิบัติงานประจำที่เกี่ยวข้องกับนโยบายของสำนักงานปลัดกระทรวงกลาโหม กองบัญชาการทหารสูงสุด และเหล่าทัพ

ข้อ 6 ผู้บัญชาการทหารสูงสุด และผู้บัญชาการเหล่าทัพ หรือผู้ที่ผู้บัญชาการทหารสูงสุด และ ผู้บัญชาการเหล่าทัพมอบหมาย เป็นผู้ให้ข่าวราชการในเรื่องที่เกี่ยวกับสถานการณ์ภายในประเทศและการปฏิบัติการทางทหารในสถานการณ์สู้รบ

ข้อ 7 หัวหน้าส่วนราชการตั้งแต่ผู้บังคับการกรมหรือเทียบเท่าขึ้นไป หรือผู้ที่ได้รับมอบหมายเป็นผู้ให้ข่าวราชการในเรื่องที่เกี่ยวกับการปฏิบัติงานประจำ หรือภารกิจที่ได้รับมอบหมายให้ปฏิบัติ

ข้อ 8 การมอบหมายให้ผู้อื่นเป็นผู้ให้ข่าวราชการแทน ตามความในข้อ 5 ข้อ 6 และข้อ 7 ให้มอบหมายเป็นลายลักษณ์อักษร

ข้อ 9 การให้ข่าวราชการตามข้อ 5 วรรคสองข้อ 6 และข้อ 7 หรือการแถลงข้อเท็จจริงตามความในข้อ 12 วรรคสอง เมื่อให้ข่าวสารสำคัญหรือแถลงข้อเท็จจริงไปแล้ว ให้รายงานให้ผู้บังคับบัญชา ตามลำดับชั้นจนถึงรัฐมนตรีว่าการกระทรวงกลาโหมทราบ

ข้อ 10 การให้ข่าวและบริการข่าวสารของทางราชการที่อาจมีผลกระทบต่อความมั่นคงปลอดภัยของชาตินั้น ให้ปฏิบัติตามระเบียบว่าด้วยการรักษาความปลอดภัยแห่งชาติ พ.ศ.2517 และระเบียบว่าด้วยการรักษาความปลอดภัยแห่งชาติเกี่ยวกับสื่อสาร พ.ศ.2525

ข้อ 11 การให้ข่าวและบริการข่าวสารของทางราชการ ต้องจัดทำอย่างมีแผนและสอดคล้องกับระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรี ว่าด้วยการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ พ.ศ.2529 โดยมีการมอบหมาย ให้

เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์รับผิดชอบดำเนินงาน

ข้อ 12 เมื่อมีข่าวอันจะยังความเสียหายแก่ทางราชการ หรือส่วนราชการต่าง ๆ ในสังกัดกระทรวงกลาโหม เกิดขึ้นให้หัวหน้าส่วนราชการที่เกี่ยวข้องกับข่าวนั้นๆ รีบดำเนินการสอบสวนข้อเท็จจริงทันที แล้วรายงานผลให้ผู้บังคับบัญชาตามลำดับชั้นจนถึงรัฐมนตรีว่าการกระทรวงกลาโหมทราบโดยเร็ว

ในกรณีที่เห็นความจำเป็นที่จะต้องแถลงข้อเท็จจริงโดยรีบด่วน ก็ให้หัวหน้าส่วนราชการ ตั้งแต่ผู้บังคับการกรมหรือเทียบเท่าขึ้นไป หรือผู้ที่ได้รับมอบหมายแถลงข้อเท็จจริงได้

ข้อ 13 ในกรณีที่มีข่าวทางราชการขัดแย้งกัน ให้ส่วนราชการที่เกี่ยวข้องในระดับสูงขึ้นไป หาทางประสานการปฏิบัติ เพื่อยุติข้อขัดแย้ง แล้วชี้แจงให้ประชาชนทราบทันที

ข้อ 14 ให้มีผู้มีหน้าที่รับผิดชอบพิจารณาให้ข่าวของทางราชการอย่างรอบคอบ โดยเลือกใช้สื่อมวลชนตามความเหมาะสม ทั้งนี้เพื่อธำรงไว้ซึ่งความเชื่อถือของทางราชการเป็นสำคัญ กับเพื่อมิให้เกิดความเข้าใจผิดหรือเจตนาที่ไม่ดีต่อทางราชการ

ข้อ 15 การให้ข่าวของทางราชการให้กระทำ ณ ที่ทำการของผู้ให้ข่าวหรือสถานที่อื่นที่เหมาะสม ทั้งนี้โดยคำนึงถึงผลที่จะได้รับเป็นสำคัญ

4.4 ระเบียบกองบัญชาการทหารสูงสุดว่าด้วยการให้ข่าวและบริการข่าวสารของทางราชการ พ.ศ.2530

ระเบียบกองบัญชาการทหารสูงสุดว่าด้วยการให้ข่าวและบริการข่าวสารของทางราชการ พ.ศ.2530 มีวัตถุประสงค์เพื่อให้การให้ข่าวและบริการข่าวสารของทางราชการเป็นไปด้วยความเหมาะสม และสอดคล้องกับระเบียบกระทรวงกลาโหมว่าด้วยการให้ข่าวและบริการข่าวสารของทางราชการ พ.ศ.2530 ซึ่งผู้วิจัย ขอคัดเลือกมาตราที่มีความเกี่ยวข้องกับงานวิจัย ดังนี้

#### ข้อ 4 ในระเบียบนี้

๔๑๑

4.4 "หัวหน้าส่วนราชการ" หมายความว่า

4.4.1 หัวหน้าส่วนราชการขึ้นตรงต่อกองบัญชาการทหารสูงสุด

4.4.2 หัวหน้าส่วนราชการขึ้นตรงต่อ กองทัพบก กองทัพเรือ และกองทัพอากาศ

4.5 "เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์" หมายความว่า ผู้ที่มีหน้าที่รับผิดชอบดำเนินงานในการให้ข่าว บริการข่าวสาร และวางแผนดำเนินการทางด้านการประชาสัมพันธ์ ตลอดจนสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างหน่วยราชการกับประชาชน และสื่อมวลชนรวมทั้งการเสนอแนะ และให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการดำเนินงานทางด้านการประชาสัมพันธ์

4.6 "สื่อมวลชน" หมายความว่า หนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ ภาพยนตร์ สำนักข่าว สำนักข่าวสาร หรือสื่ออื่นๆ ที่ไปถึงมวลชน

4.7 "ข่าวที่สำคัญ" หมายความว่า ข่าวของทางราชการที่มีลักษณะดังต่อไปนี้ คือ

4.7.1 ข่าวที่อาจยังความเสียหายแก่ทางราชการทหารและประเทศชาติอย่างร้ายแรง

4.7.2 ข่าวผลสำเร็จที่สำคัญของทางราชการทหาร

4.7.3 ข่าวที่อาจส่งผลกระทบต่อส่วนราชการอื่น

ข้อ 5 ผู้บัญชาการทหารสูงสุดหรือผู้ที่ผู้บัญชาการทหารสูงสุดมอบหมาย เป็นผู้ให้ข่าวของทางราชการในเรื่องที่เกี่ยวกับนโยบายและการปฏิบัติงานประจำเกี่ยวข้องกับนโยบายของกองบัญชาการทหารสูงสุด

ผู้บัญชาการเหล่าทัพหรือผู้ที่ผู้บัญชาการเหล่าทัพมอบหมาย เป็นผู้ให้ข่าวของทางราชการในเรื่องที่เกี่ยวกับนโยบายและการปฏิบัติงานประจำที่เกี่ยวข้องกับนโยบายของเหล่าทัพ

ข้อ 6 ผู้บัญชาการทหารสูงสุด และผู้บัญชาการเหล่าทัพ หรือผู้ที่ผู้บัญชาการทหารสูงสุด และผู้บัญชาการเหล่าทัพมอบหมาย เป็นผู้ให้ข่าวราชการในเรื่องที่เกี่ยวกับสถานการณ์ภายในประเทศและการปฏิบัติการทางทหารในสถานการณ์สู้รบ

ข้อ 7 หัวหน้าส่วนราชการตั้งแต่ผู้บังคับการกรมหรือเทียบเท่าขึ้นไป หรือผู้ที่ได้รับมอบหมายเป็นผู้ให้ข่าวราชการในเรื่องที่เกี่ยวกับการปฏิบัติงานประจำ หรือภารกิจที่ได้รับมอบหมายให้ปฏิบัติ

ข้อ 8 การมอบหมายให้ผู้อื่นเป็นผู้ให้ข่าวราชการแทน ตามความในข้อ 5 ข้อ 6 และข้อ 7 ให้มอบหมายเป็นลายลักษณ์อักษร

ข้อ 9 การให้ข่าวของทางราชการตามความในข้อ 5 วรรคสอง ข้อ 6 และข้อ 7 หรือการแถลงข้อเท็จจริงตามความในข้อ 12 วรรคสอง เมื่อให้ข่าวสารสำคัญหรือแถลงข้อเท็จจริงไปแล้ว ให้รายงานให้ผู้บังคับบัญชาตามลำดับชั้นจนถึงผู้บัญชาการทหารสูงสุดทราบ

ข้อ 10 การให้ข่าวและบริการข่าวสารของทางราชการที่อาจมีผลกระทบต่อความมั่นคงปลอดภัยของชาตินั้น ให้ปฏิบัติตามระเบียบว่าด้วยการรักษาความปลอดภัยแห่งชาติ พ.ศ.2517 และระเบียบว่าด้วยการรักษาความปลอดภัยแห่งชาติเกี่ยวกับสื่อสาร พ.ศ.2525

ข้อ 11 การให้ข่าวและบริการข่าวสารของทางราชการ ต้องจัดทำอย่างมีแผนและสอดคล้องกับระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรี ว่าด้วยการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ พ.ศ.2529 โดยมีการมอบหมาย ให้เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์รับผิดชอบดำเนินงาน

ข้อ 12 เมื่อมีข่าวอันจะยังความเสียหายแก่ทางราชการ หรือส่วนราชการต่าง ๆ ในสังกัดกองบัญชาการทหารสูงสุดเกิดขึ้น ให้หัวหน้าส่วนราชการที่เกี่ยวข้องกับข่าวนั้นๆ รีบดำเนินการสอบสวนข้อเท็จจริงทันที แล้วรายงานผลให้ผู้บังคับบัญชาตามลำดับชั้นจนถึงผู้บัญชาการทหารสูงสุดทราบ

ในกรณีที่เห็นความจำเป็นที่จะต้องแถลงข้อเท็จจริงโดยรีบด่วน ก็ให้หัวหน้าส่วนราชการ ตั้งแต่ผู้บังคับการกรมหรือเทียบเท่าขึ้นไป แถลงข้อเท็จจริงได้

ข้อ 13 ในกรณีที่มีข่าวทางราชการขัดแย้งกัน ให้ส่วนราชการที่เกี่ยวข้องในระดับสูงขึ้นไป หาทางประสานการปฏิบัติ เพื่อยุติข้อขัดแย้ง แล้วชี้แจงให้ประชาชนทราบทันที

ข้อ 14 ให้มีผู้มีหน้าที่รับผิดชอบพิจารณาให้ข่าวของทางราชการอย่างรอบคอบ โดยเลือกใช้สื่อมวลชนตามความเหมาะสม ทั้งนี้เพื่อธำรงไว้ซึ่งความเชื่อถือของทางราชการเป็นสำคัญ กับเพื่อมิให้เกิดความเข้าใจผิดหรือเจตนาที่ไม่ดีต่อทางราชการ

ข้อ 15 การให้ข่าวของทางราชการให้กระทำ ณ ที่ทำการของผู้ให้ข่าวหรือสถานที่อื่นที่เหมาะสม ทั้งนี้โดยคำนึงถึงผลที่จะได้รับเป็นสำคัญ

ข้อ 16 ให้ผู้อำนวยการสำนักงานสารสนเทศ สำนักผู้บัญชาการทหารสูงสุด รักษาการตามระเบียบนี้

จากการศึกษาพบว่า ในส่วนของกองบัญชาการทหารสูงสุด ผู้บัญชาการทหารสูงสุด หรือผู้ที่ผู้บัญชาการทหารสูงสุดมอบหมาย เป็นผู้ให้ข่าวของทางราชการในเรื่องที่เกี่ยวกับนโยบาย และการปฏิบัติงานประจำเกี่ยวข้องกับนโยบายของกองบัญชาการทหารสูงสุด ในส่วนของผู้บัญชาการเหล่าทัพหรือผู้ที่ผู้บัญชาการเหล่าทัพมอบหมาย เป็นผู้ให้ข่าวของทางราชการในเรื่องที่เกี่ยวกับนโยบายและการปฏิบัติงานประจำที่เกี่ยวกับนโยบายของเหล่าทัพ รวมทั้ง เป็นผู้ให้ข่าวราชการในเรื่องที่เกี่ยวกับสถานการณ์ภายในประเทศและการปฏิบัติการทางทหารในสถานการณ์สู้รบ ส่วนหัวหน้าส่วนราชการตั้งแต่ผู้บังคับการกรมหรือเทียบเท่าขึ้นไป หรือผู้ที่ได้รับมอบหมาย เป็นผู้ให้ข่าวราชการในเรื่องที่เกี่ยวกับการปฏิบัติงานประจำ หรือภารกิจที่ได้รับมอบหมายให้ปฏิบัติ และต้องมีการมอบหมายเป็นลายลักษณ์อักษรด้วย

(ผู้วิจัยขอใช้ กองบัญชาการทหารสูงสุด แทน กองบัญชาการกองทัพไทย เพื่อให้สอดคล้องกับชื่อ กองบัญชาการทหารสูงสุดที่เขียนไว้ในระเบียบ คำสั่งต่างๆ )

สรุปว่า การให้ข่าวสารของทางราชการ ต้องอาศัยระเบียบระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการให้ข่าวและบริการข่าวสารของทางราชการ พ.ศ.2529 ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการให้ข่าวและบริการข่าวสารของทางราชการ ฉบับที่ 2 พ.ศ.2533 ระเบียบกระทรวงกลาโหมว่าด้วยการให้ข่าวและบริการข่าวสารทางราชการ พ.ศ.2530 ระเบียบกองบัญชาการทหารสูงสุดว่าด้วยการให้ข่าวและบริการข่าวสารทางราชการ พ.ศ.2530

## 5. แนวทางการประชาสัมพันธ์ของราชการ

จากการศึกษาค้นคว้า เอกสาร ระเบียบต่างๆ ผู้วิจัยพบว่า คำว่า “การประชาสัมพันธ์” ได้ถูกกำหนดไว้ในอีกระเบียบหนึ่ง ดังนี้

5.1 ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ พ.ศ.2529

5.2 ระเบียบกระทรวงกลาโหมว่าด้วยการประชาสัมพันธ์ของกระทรวงกลาโหม พ.ศ.2534

5.3 ระเบียบกองบัญชาการทหารสูงสุดว่าด้วยการประชาสัมพันธ์ของกองบัญชาการทหารสูงสุด พ.ศ.2534

5.1 ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ พ.ศ.2529

ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ พ.ศ.2529 มีวัตถุประสงค์เพื่อให้การประชาสัมพันธ์ของชาติสามารถดำเนินได้อย่างมีเอกภาพ เป็นระบบและมีประสิทธิภาพ ซึ่งมีทั้งหมด 14 ข้อ โดยมีข้อที่สำคัญดังนี้

ข้อ 3 ในระเบียบนี้

“หน่วยงานของรัฐ” หมายความว่า กระทรวง ทบวง กรม ราชการส่วนภูมิภาค ราชการส่วนท้องถิ่นองค์การของรัฐ และรัฐวิสาหกิจ

ข้อ 4 ให้มีคณะกรรมการคณะหนึ่ง เรียกว่า “คณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ” เรียกโดยย่อว่า “กปช.” ประกอบด้วย นายกรัฐมนตรี หรือรัฐมนตรีที่นายกรัฐมนตรีมอบหมาย เป็นประธานกรรมการบุคคลซึ่งคณะรัฐมนตรีแต่งตั้งจำนวนตามความเหมาะสม เป็นกรรมการ อธิบดีกรมประชาสัมพันธ์ เป็นกรรมการและเลขานุการ และมีผู้แทนกรมประชาสัมพันธ์สองคน เป็นกรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ

ข้อ 5 กรรมการซึ่งคณะรัฐมนตรีแต่งตั้งพ้นจากตำแหน่งก่อนวาระ หรือในกรณีที่คณะรัฐมนตรีแต่งตั้งกรรมการเพิ่มขึ้น ในระหว่างที่กรรมการซึ่งแต่งตั้งไว้แล้วยังมีวาระอยู่ในตำแหน่งให้ผู้รับแต่งตั้งให้ดำรงตำแหน่งแทนหรือเป็นกรรมการ เพิ่มขึ้นอยู่ในตำแหน่งเท่ากับวาระที่เหลืออยู่ของกรรมการซึ่งได้แต่งตั้งไว้แล้ว

กรรมการซึ่งพ้นจากตำแหน่งอาจได้รับแต่งตั้งเป็นกรรมการอีกได้

ข้อ 6 นอกจากการพ้นจากตำแหน่งตามวาระตามข้อ 5 กรรมการซึ่งคณะรัฐมนตรีแต่งตั้งพ้นจากตำแหน่งเมื่อ

(1) ตาย

(2) ลาออก

(3) ต้องโทษจำคุกตามคำพิพากษาถึงที่สุด หรือคำสั่งที่ชอบด้วยกฎหมายให้จำคุก เว้นแต่เป็นโทษสำหรับความรับผิดชอบที่ได้กระทำโดยประมาทการหรือความผิดลหุโทษ

(4) เป็นคนไร้ความสามารถหรือเสมือนไร้ความสามารถ

(5) เป็นบุคคลล้มละลาย

ข้อ 7 องค์กรประชุมและระเบียบการประชุมของ กปช. ให้เป็นไปตามที่ กปช. กำหนด

ข้อ 8 ให้ กปช. มีอำนาจหน้าที่ดังต่อไปนี้

(1) เสนอนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติต่อคณะรัฐมนตรีเพื่อให้ความเห็นชอบ รวมทั้งเสนอแนะต่อคณะรัฐมนตรีให้มีการปรับปรุงแก้ไขนโยบาย และแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ตลอดจนเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ของรัฐด้วย

(2) กำกับ ดูแล ประสานงาน และให้ความเห็นชอบในการจัดทำแผนปฏิบัติงานการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานของรัฐ เพื่อให้สอดคล้องกับแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ รวมทั้งเร่งรัดและติดตามให้หน่วยงานของรัฐปฏิบัติงานให้เป็นไปตามแผนการประชาสัมพันธ์ที่หน่วยงานนั้นๆ จัดทำไว้ ทั้งนี้ ตามระเบียบที่ กปช. กำหนด



(3) คู่มือ แนะนำ และให้ความเห็นเกี่ยวกับการบริหารงานสื่อมวลชนของหน่วยงานของรัฐให้เป็นไปตามนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ

(4) ประสานงานการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานของรัฐกับงานการประชาสัมพันธ์ของเอกชน เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ดีต่อกัน ทั้งนี้ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายตามนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ

(5) ศึกษา วิเคราะห์ และประเมินสถานการณ์ที่อาจมีผลกระทบต่อประเทศชาติเพื่อประโยชน์ในการกำหนดมาตรการด้านประชาสัมพันธ์และระบบบริการสื่อสารมวลชนให้เหมาะสมและทันต่อเหตุการณ์

(6) สนับสนุนและส่งเสริมให้มีการอบรม การประชุมหรือสัมมนา เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจอันถูกต้อง และประสานงานในการปฏิบัติงานการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานของรัฐและเอกชน

(7) ปฏิบัติงานอื่นตามที่คณะรัฐมนตรีหรือนายกรัฐมนตรีมอบหมาย

(8) แต่งตั้งที่ปรึกษา คณะอนุกรรมการ หรือคณะทำงาน เพื่อปฏิบัติการอย่างใดอย่างหนึ่งตามที่เห็นสมควร

ในการปฏิบัติหน้าที่ดังกล่าวข้างต้น ให้ กปช. มอบหมายให้สำนักงานเลขานุการ กปช. ที่ปรึกษา คณะอนุกรรมการ หรือคณะทำงาน เป็นผู้ปฏิบัติ หรือเตรียมข้อเสนอต่อ กปช. เพื่อพิจารณาดำเนินการต่อไป

ข้อ 9 ในการปฏิบัติตามอำนาจหน้าที่ของ กปช. ผู้ปฏิบัติอาจเชิญบุคคลหนึ่งบุคคลใดมาให้ข้อเท็จจริงให้ความเห็น หรือคำแนะนำได้ตามที่เห็นสมควร

ข้อ 10 ให้กรมประชาสัมพันธ์ทำหน้าที่เป็นสำนักเลขานุการของ กปช. รับผิดชอบงานธุรการ งานประชุม การศึกษาหาข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวกับงานของ กปช. และปฏิบัติการตามที่ กปช. มอบหมายค่าใช้จ่ายสำหรับ กปช. ที่ปรึกษา คณะอนุกรรมการ และคณะทำงาน ที่ กปช. แต่งตั้งให้จ่ายจากงบค่าใช้จ่ายของ กปช. สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี สำนักนายกรัฐมนตรี

ข้อ 11 ให้หน่วยงานของรัฐ

(1) จัดทำแผนปฏิบัติงานการประชาสัมพันธ์เสนอ กปช. เพื่อให้เห็นชอบตามข้อ 8 (2)

(2) ช่วยเหลือร่วมมือและประสานงานซึ่งกันและกันในการดำเนินการประชาสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้อง

(3) ติดตามประเมินผลงานการประชาสัมพันธ์ที่รับผิดชอบเพื่อนำผลมาใช้ในการปรับปรุงงานการประชาสัมพันธ์ให้มีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้น

ข้อ 12 ให้หน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องกับระเบียบนี้ให้ความร่วมมือและสนับสนุนการดำเนินงานของ กปช. ตามระเบียบนี้

ข้อ 14 ให้นายกรัฐมนตรีรักษาการตามระเบียบนี้

5.2 ระเบียบกระทรวงกลาโหมว่าด้วยการประชาสัมพันธ์ของกระทรวงกลาโหม พ.ศ.2534

ระเบียบกระทรวงกลาโหมว่าด้วยการประชาสัมพันธ์ของกระทรวงกลาโหม พ.ศ. 2534 มีหลักการและเหตุผลในการประกาศใช้ระเบียบฉบับนี้ คือ กำหนดระเบียบว่าด้วยการประชาสัมพันธ์ของกระทรวงกลาโหมและจัดทำแผนแม่บทการประชาสัมพันธ์ของกระทรวงกลาโหมขึ้น เพื่อให้การประชาสัมพันธ์ของกระทรวงกลาโหม ดำเนินการไปอย่างมีเอกภาพเป็นระบบมีประสิทธิภาพ ตามนโยบายและการประชาสัมพันธ์แห่งชาติและสอดคล้องกับระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ พ.ศ.2529 ซึ่งมีทั้งหมด 8 ข้อ โดยผู้วิจัยขอเสนอเกี่ยวข้องและสำคัญต่องานวิจัย ดังนี้

ข้อ 3 ในระเบียบนี้

"หน่วยงานในสังกัดกระทรวงกลาโหม" หมายความว่า สำนักงานปลัดกระทรวงกลาโหม กองบัญชาการทหารสูงสุด กองทัพบก กองทัพเรือ กองทัพอากาศ

ข้อ 4 ให้มีคณะกรรมการของกระทรวงกลาโหม เรียกว่า "คณะกรรมการประชาสัมพันธ์ของกระทรวงกลาโหม" เรียกโดยย่อ "กปชส.กห." มีปลัดกระทรวงกลาโหม เป็นประธานกรรมการประกอบด้วยคณะกรรมการอีกจำนวนหนึ่งตามความเหมาะสม และให้เลขานุการสำนักงานปลัดกระทรวงกลาโหมเป็นกรรมการและเลขานุการ

ข้อ 5 ให้กปชส.กห.มีอำนาจหน้าที่ ดังนี้

5.1 เสนอนโยบายและแผนปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ของกระทรวงกลาโหม ต่อคณะรัฐมนตรีว่าการกระทรวงกลาโหม หรือผู้ที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงกลาโหมมอบหมาย เพื่อให้ความเห็นชอบก่อนเสนอแผนปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ของกระทรวงกลาโหมต่อคณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ

5.2 กำกับ ดูแล อำนวยการและประสานงานในการจัดทำแผนแม่บทการประชาสัมพันธ์ของกระทรวงกลาโหม กองบัญชาการทหารสูงสุด กองทัพบก กองทัพเรือและกองทัพอากาศ ให้สอดคล้องกับแผนแม่บทการประชาสัมพันธ์ของกระทรวงกลาโหม แผนการประชาสัมพันธ์ของรัฐบาล และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

5.3 เสนอแนะและให้ความเห็นเกี่ยวกับการปรับปรุง พัฒนาระบบการประชาสัมพันธ์ของ

กระทรวงกลาโหมให้สอดคล้องกับเทคโนโลยีและระบบบริการสื่อสารมวลชนทั้งของรัฐบาลและเอกชน

5.4 ศึกษา วิเคราะห์ ติดตาม และประมาณสถานการณ์ที่เกี่ยวข้องของกับงานด้านการประชาสัมพันธ์ที่อาจมีผลกระทบต่อการประชาสัมพันธ์ของกระทรวงกลาโหม

5.5 ดำเนินการประสานงานการประชาสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับสวนราชการในสังกัดกระทรวงกลาโหม รวมทั้งที่เกี่ยวข้องกับคณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติกระทรวง ทบวง กรม อื่นเพื่อให้งานประชาสัมพันธ์มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

5.6 สนับสนุนและส่งเสริมให้มีการศึกษาอบรม การประชุมสัมมนาเพื่อให้เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์เกิดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับงานประชาสัมพันธ์ และทันต่อระบบบริการสื่อสารมวลชนสมัยใหม่

5.7 ปฏิบัติงานอื่นตามที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงกลาโหม มอบหมาย

ข้อ 6 ในการปฏิบัติตามอำนาจหน้าที่ของ กปชส.กท. ประธานกรรมการอาจดำเนินการโดยรับคำสั่งรัฐมนตรีว่าการกระทรวงกลาโหม แต่งตั้งบุคคลหรือคณะอนุกรรมการหรือคณะทำงานขึ้นมาเพื่อดำเนินการศึกษาวิเคราะห์พัฒนา ปรับปรุงหรือระบบการประชาสัมพันธ์ของกระทรวงกลาโหม เป็นการเฉพาะเรื่องได้ตามที่เห็นสมควร

ข้อ 7 ให้สำนักงานเลขานุการสำนักงานปลัดกระทรวงกลาโหม เป็นสำนักงานเลขานุการของกปชส.กท.รับผิดชอบงานธุรการงานประชุม การศึกษาหาข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องของงาน กปชส.กท. และปฏิบัติตามที่ กปชส.กท.มอบหมาย

ข้อ 8 ให้หน่วยงานในสังกัดกระทรวงกลาโหม ตามข้อ 3 ในระเบียบนี้ดำเนินการ

8.1 จัดทำแผนปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ประจำปีเสนอ กปชส.กท.เพื่อให้ความเห็นชอบ ตามข้อ 5.2

8.2 ประสานช่วยเหลือ สนับสนุน แลกเปลี่ยนและให้การศึกษากันและกันในการดำเนินการประชาสัมพันธ์เพื่อให้งานประชาสัมพันธ์โดยส่วนรวมของกระทรวงกลาโหมมีเอกภาพเป็นระบบ มีประสิทธิภาพสูงสุด

8.3 ติดตามประเมินผลการประชาสัมพันธ์ที่รับผิดชอบเพื่อนำผลมาใช้ในการปรับปรุงงานประชาสัมพันธ์ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ข้อ 9 ให้ปลัดกระทรวงกลาโหม เป็นผู้อำนวยการและดำเนินการให้เป็นไปตามระเบียบนี้

1.5.3 ระเบียบกองบัญชาการทหารสูงสุดว่าด้วยการประชาสัมพันธ์ของกองบัญชาการทหารสูงสุด พ.ศ.2534

จากการศึกษาค้นคว้าพบว่าในระเบียบกองบัญชาการทหารสูงสุดว่าด้วยการประชาสัมพันธ์ของกองบัญชาการทหารสูงสุด พ.ศ.2534 มีวัตถุประสงค์เพื่อให้การประชาสัมพันธ์ของกองบัญชาการทหารสูงสุดดำเนินการไปอย่างมีเอกภาพเป็นระบบ มีประสิทธิภาพตามแนวนโยบาย และแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ พ.ศ.2528 และสอดคล้องกับระเบียบกระทรวงกลาโหม ว่าด้วยการประชาสัมพันธ์ของกระทรวงกลาโหม พ.ศ.2534 โดยจะขอกว่าในข้อที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

ข้อ ๓ ในระเบียบนี้

“ส่วนราชการกองบัญชาการทหารสูงสุด” หมายความว่า ส่วนราชการกองบัญชาการทหารสูงสุดตามพระราชกฤษฎีกาแบ่งส่วนราชการและกำหนดหน้าที่ของส่วนราชการกองบัญชาการทหารสูงสุดกระทรวงกลาโหม พ.ศ.2533

ข้อ 4 ให้มีคณะกรรมการของกองบัญชาการทหารสูงสุด เรียกว่า “คณะกรรมการประชาสัมพันธ์ของกองบัญชาการทหารสูงสุด เรียกโดยย่อว่า “กปชส.บก.ทหารสูงสุด” มีรองเสนาธิการทหาร เป็นประธานกรรมการประกอบด้วยคณะกรรมการอีกจำนวนหนึ่งตามความเหมาะสม และให้ผู้อำนวยการ สำนักงานสารนิเทศ กองบัญชาการทหารสูงสุด เป็นกรรมการและเลขานุการ

ข้อ 5 ให้ กปชส.บก.ทหารสูงสุด มีอำนาจหน้าที่ดังนี้

5.1 เสนอนโยบายและแผนปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ประจำปีของกองบัญชาการทหารสูงสุด ต่อ ผู้บัญชาการทหารสูงสุด หรือผู้ที่ผู้บัญชาการทหารสูงสุดมอบหมาย เพื่อให้ความเห็นชอบก่อน เสนอแผนปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ของกองบัญชาการทหารสูงสุด ต่อ กระทรวงกลาโหม และต่อคณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ

๑ ล๑

8.3 ส่วนราชการกองบัญชาการทหารสูงสุด จัดทำแผนปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ประจำปีของแต่ละส่วนราชการให้สอดคล้องกับระเบียบนี้ เสนอ กปชส.บก.ทหารสูงสุด เพื่อให้ความเห็นชอบและเพื่อเป็นข้อมูลในการจัดทำแผนปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ประจำปีของกองบัญชาการทหารสูงสุด เพื่อเสนอกระทรวงกลาโหมต่อไป

8.4 ให้ส่วนราชการกองบัญชาการทหารสูงสุด และเหล่าทัพ ประสานงานช่วยเหลือ สนับสนุน แลกเปลี่ยนและให้การศึกษากันและกันในการดำเนินการประชาสัมพันธ์เพื่อให้งานประชาสัมพันธ์ส่วนรวมของกองบัญชาการทหารสูงสุด และเหล่าทัพ มีเอกภาพ เป็นระบบ มีประสิทธิภาพสูงสุด และให้ติดตามประเมินผลงานการประชาสัมพันธ์ที่รับผิดชอบเพื่อนำผลงานมาใช้ในการปรับปรุงงานประชาสัมพันธ์ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ข้อ 9 ให้ผู้อำนวยการสำนักงานสารนิเทศ กองบัญชาการทหารสูงสุด เป็นผู้รักษาการ และดำเนินการให้เป็นไปตามระเบียบนี้

จากระเบียบข้างต้น ผู้วิจัยได้ศึกษาการจัดส่วนราชการกองบัญชาการทหารสูงสุด ตามพระราชกฤษฎีกาแบ่งส่วนราชการและกำหนดเจ้าหน้าที่ของส่วนราชการกองบัญชาการทหารสูงสุด กระทรวงกลาโหม พ.ศ.2533 ดังนี้

พระราชกฤษฎีกา แบ่งส่วนราชการและกำหนดหน้าที่ส่วนราชการ กองบัญชาการทหารสูงสุดกระทรวงกลาโหม พ.ศ.2533 มาตรา 4 ให้แบ่งส่วนราชการกองบัญชาการทหารสูงสุด กระทรวงกลาโหม ดังนี้

- (1) สำนักผู้บัญชาการทหารสูงสุด
- (2) กรมกำลังพลทหาร
- (3) กรมข่าวทหาร
- (4) กรมยุทธการทหาร
- (5) กรมส่งกำลังบำรุงทหาร
- (6) กรมการสื่อสารทหาร
- (7) สำนักงานปลัดบัญชาทหาร
- (8) กรมกิจการพลเรือนทหาร
- (9) หน่วยบัญชาการทหารพัฒนา
- (10) ศูนย์รักษาความปลอดภัย
- (11) กรมสารบรรณทหาร
- (12) กรมการเงินทหาร
- (13) กรมแผนที่ทหาร
- (14) ศูนย์วิจัยและพัฒนาการทหาร
- (15) กรมการสรรพกำลังทหาร
- (16) กรมยุทธบริการทหาร
- (17) กรมการสนเทศทหาร
- (18) สถาบันวิชาการป้องกันประเทศ
- (19) กรมยุทธศึกษาทหาร

จากข้อความข้างต้น ผู้วิจัย พบว่า ระเบียบกองบัญชาการทหารสูงสุดว่าด้วยการประชาสัมพันธ์ของกองบัญชาการทหารสูงสุด มีหน่วยขึ้นตรงเฉพาะในส่วนของกองบัญชาการ

ทหารสูงสุด สำหรับเหล่าทัพได้ระบุเพียงเพื่อการประสานงานช่วยเหลือ สนับสนุน แลกเปลี่ยนและให้การศึกษาซึ่งกันและกันในการดำเนินการประชาสัมพันธ์เท่านั้น

## 6. พระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ.2540

พระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ.2540 เป็นพระราชบัญญัติ ประกอบรัฐธรรมนูญ แห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ.2540 ว่าด้วยสิทธิการรับรู้หรือรับทราบข้อมูลข่าวสารของราชการ โดยในรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2540 มาตรา 58 บัญญัติว่า "บุคคลย่อมมีสิทธิได้รับทราบข้อมูล หรือข่าวสารสาธารณะในครอบครองของหน่วยราชการ หน่วยงานของรัฐ รัฐวิสาหกิจ หรือราชการส่วนท้องถิ่น เว้นแต่การเปิดเผยข้อมูลนั้นจะกระทบต่อความมั่นคงของรัฐ ความปลอดภัยของประชาชนหรือส่วนได้เสีย อันพึงได้รับความคุ้มครองของบุคคลอื่น ทั้งนี้ ตามที่กฎหมายบัญญัติ" ซึ่งหลักการและเหตุผลของพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ ระบุว่า ในระบอบประชาธิปไตย การให้ประชาชนมีโอกาสกว้างขวางในการได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการดำเนินการต่างๆของรัฐเป็นสิ่งจำเป็น เพื่อที่ประชาชนจะสามารถแสดงความคิดเห็นและใช้สิทธิทางการเมืองได้ โดยถูกต้องกับความจริงอันเป็นการส่งเสริมให้มีความเป็นรัฐบาลโดยประชาชนมากยิ่งขึ้นสมควรกำหนดให้ประชาชนมีสิทธิได้รับข้อมูลข่าวสารของราชการ โดยมีข้อยกเว้นอันไม่ต้องเปิดเผยที่แจ้งชัดและจำกัดเฉพาะข้อมูลข่าวสารที่หากเปิดเผยแล้วจะเกิดความเสียหายต่อประเทศชาติหรือต่อประโยชน์ที่สำคัญของเอกชน ทั้งนี้เพื่อพัฒนาระบบประชาธิปไตยให้มั่นคงและจะยังผลให้ประชาชนมีโอกาสรู้ถึงสิทธิหน้าที่ของตนอย่างเต็มที่ เพื่อที่จะปกป้องรักษาประโยชน์ของตนประการหนึ่งกับสมควรคุ้มครองสิทธิส่วนบุคคลในส่วนที่เกี่ยวข้อง ข้องกับข้อมูลข่าวสารของราชการไปพร้อม อีกประการหนึ่ง

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยคัดเลือกข้อความสำคัญในพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสาร พ.ศ.2540 ที่มีความเกี่ยวข้องกับงานวิจัย ดังนี้

ข้อมูลข่าวสาร หมายความว่า สิ่งที่สื่อความหมายให้รู้เรื่องราวข้อเท็จจริง ข้อมูลหรือสิ่งใดๆไม่ว่าการสื่อความหมายนั้น จะทำได้โดยสภาพของสิ่งนั้นเองหรือโดยผ่านวิธีการใดๆและไม่ว่าจะได้จัดทำไว้ในรูปของเอกสาร แฟ้ม รายงาน หนังสือ แผ่นพับ แผนที่ ภาพวาด ภาพถ่ายฟิล์ม การบันทึกภาพหรือเสียง การบันทึกโดยเครื่องคอมพิวเตอร์หรือวิธีอื่นใดที่ทำให้สิ่งที่บันทึกไว้ปรากฏได้

"ข้อมูลข่าวสารของราชการ" หมายความว่า ข้อมูลข่าวสารที่อยู่ในความครอบครองหรือควบคุมดูแลของหน่วยงานของรัฐ ไม่ว่าจะเป็นข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการดำเนินงานของรัฐหรือข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเอกชน

### 6.1 ข้อมูลข่าวสารที่ต้องเปิดเผยเป็นการทั่วไป

### 6.1.1 ข้อมูลข่าวสารที่ลงพิมพ์ในราชกิจจานุเบกษา

- (1) โครงสร้างและการจัดองค์กรในการดำเนินงานของหน่วยงานของรัฐนั้น
  - (2) สรุปรายงานหน้าที่ที่สำคัญและวิธีการดำเนินงาน
  - (3) สถานที่ติดต่อเพื่อขอรับข้อมูลข่าวสาร หรือคำแนะนำในการติดต่อกับหน่วยงานของรัฐ
  - (4) กฎ มติคณะรัฐมนตรี ข้อบังคับ คำสั่ง หนังสือเวียน ระเบียบแบบแผน นโยบายหรือการตีความ ทั้งนี้ เฉพาะที่จัดให้มีขึ้น โดยมีสภาพอย่างกฎเพื่อให้มีผลเป็นการทั่วไปต่อเอกชนที่เกี่ยวข้อง
  - (5) ข้อมูลข่าวสารอื่นตามที่คณะกรรมการกำหนด
- ข้อมูลข่าวสารใดที่ได้มีการจัดพิมพ์เพื่อให้แพร่หลายตามจำนวนพอสมควรแล้ว ถ้ามีการลงพิมพ์ในราชกิจจานุเบกษาโดยอ้างอิงถึงสิ่งพิมพ์นั้นก็ให้ถือว่าเป็นการปฏิบัติตามบทบัญญัติดังกล่าวแล้ว (มาตรา 7)

6.1.2 ข้อมูลข่าวสารที่ต้องลงพิมพ์ตามมาตรา 7 (4) ถ้ายังไม่ได้ลงพิมพ์ในราชกิจจานุเบกษา จะนำมาใช้บังคับในทางที่ไม่เป็นคุณแก่ผู้ใดไม่ได้เว้นแต่ผู้นั้นจะารู้ถึงข้อมูลข่าวสารนั้นตามความเป็นจริงมาก่อนแล้วเป็นเวลาพอสมควร (มาตรา 8)

6.1.3 ข้อมูลข่าวสารที่หน่วยงานของรัฐต้องจัดไว้ให้ประชาชนเข้าตรวจดู ตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่คณะกรรมการกำหนด ได้แก่

- (1) ผลการพิจารณาหรือคำวินิจฉัยที่มีผลโดยตรงต่อเอกชน รวมทั้งความเห็นแย้งและคำสั่งที่เกี่ยวข้องในการพิจารณาวินิจฉัยดังกล่าว
- (2) นโยบายหรือการตีความที่ไม่เข้าข่ายต้องลงพิมพ์ในราชกิจจานุเบกษามาตรา 7 (4)
- (3) แผนงาน โครงการ และงบประมาณรายจ่ายประจำปีที่กำลังดำเนินการ
- (4) คู่มือ หรือคำสั่งเกี่ยวกับวิธีปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ของรัฐซึ่งมีผลกระทบต่อสิทธิหน้าที่ของเอกชน
- (5) สิ่งพิมพ์ที่ได้มีการอ้างอิงถึงตามมาตรา 7 วรรคสอง
- (6) สัญญาสัมปทาน สัญญาที่มีลักษณะเป็นการผูกขาดตัดตอนหรือสัญญา รวมทุนกับเอกชนในการจัดทำบริการสาธารณะ
- (7) มติคณะรัฐมนตรี หรือมติคณะกรรมการที่แต่งตั้งโดยกฎหมายหรือโดยมติคณะรัฐมนตรี ทั้งนี้ ให้ระบุรายชื่อรายงานทางวิชาการ รายงานข้อเท็จจริงหรือข้อมูลข่าวสารที่นำมาใช้ในการพิจารณาไว้ด้วย

## (8) ข้อมูลข่าวสารอื่นตามที่คณะกรรมการกำหนด (มาตรา 9)

6.1.4 ข้อมูลข่าวสารอื่นใดของราชการนอกเหนือจากข้อมูลข่าวสารตามมาตรา 7 มาตรา 8 และมาตรา 9 (มาตรา 11)

6.1.5 ข้อมูลข่าวสารที่คัดเลือกไว้ให้ประชาชนศึกษาค้นคว้า (เอกสารประวัติศาสตร์) ได้แก่ ข้อมูลข่าวสารของราชการที่หน่วยราชการของรัฐไม่ประสงค์จะเก็บรักษาไว้ หรือข้อมูลข่าวสารของราชการตามมาตรา 14 เมื่อมีอายุครบ 75 ปี และข้อมูลข่าวสารตามมาตรา 15 เมื่อมีอายุครบ 20 ปี นับแต่วันที่เสร็จสิ้นการจัดให้มีข้อมูลข่าวสารนั้น ให้หน่วยงานของรัฐส่งมอบให้แก่หอจดหมายเหตุแห่งชาติ กรมศิลปากร หรือหน่วยงานอื่นของรัฐตามที่กำหนดในพระราชกฤษฎีกาเพื่อให้ประชาชนศึกษาค้นคว้า (มาตรา 26)

6.2 ข้อมูลข่าวสารของราชการที่เปิดเผยเป็นการเฉพาะ ข้อมูลข่าวสารส่วนบุคคล หมายความว่า ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสิ่งเฉพาะตัวบุคคลเช่น การศึกษา ฐานะการเงิน ประวัติสุขภาพ ประวัติอาชญากรรมหรือประวัติการทำงาน บรรดาที่มีชื่อของผู้นั้นหรือมีเลขหมายรหัสหรือสิ่งบอกลักษณะอื่นที่ทำให้รู้ตัวผู้นั้นได้เช่น ลายพิมพ์นิ้วมือ แผ่นบันทึกลักษณะเสียงของคนหรือ รูปถ่าย และให้หมายความรวมถึงข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสิ่งเฉพาะตัวของผู้ที่ถึงแก่กรรมแล้วด้วย (มาตรา 4)

บุคคล หมายความว่า บุคคลธรรมดาที่มีสัญชาติไทยและบุคคลธรรมดาที่ไม่มีสัญชาติไทยแต่มีถิ่นที่อยู่ในประเทศไทย (มาตรา 21)

## 6.3 ข้อมูลข่าวสารที่ไม่ต้องเปิดเผย

6.3.1 ข้อมูลข่าวสารของราชการที่เปิดเผยไม่ได้ ข้อมูลข่าวสารของราชการที่อาจก่อให้เกิดความเสียหายต่อสถาบันพระมหากษัตริย์จะเปิดเผยมิได้ (มาตรา 14)

6.3.2 ข้อมูลข่าวสารของราชการที่เจ้าหน้าที่หรือหน่วยงานของรัฐอาจมีคำสั่งมิให้เปิดเผย โดยคำนึงถึงการปฏิบัติหน้าที่ตาม กฎหมายของหน่วยงานของรัฐ ประโยชน์สาธารณะ และประโยชน์ของประชาชนที่เกี่ยวข้องประกอบกัน

(1) การเปิดเผยจะก่อให้เกิดความเสียหายต่อความมั่นคงของประเทศ ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ หรือความมั่นคงในทาง เศรษฐกิจหรือการคลังของประเทศ

(2) การเปิดเผยจะทำให้การบังคับใช้กฎหมายเสื่อมประสิทธิภาพหรือไม่อาจสำเร็จตามวัตถุประสงค์ได้ไม่ว่าจะเกี่ยวกับการฟ้องคดี การป้องกัน การปราบปราม การทดสอบ การตรวจสอบ หรือการรู้แหล่งที่มาของข้อมูลข่าวสารหรือไม่ก็ตาม

(3) ความเห็นหรือคำแนะนำภายในหน่วยงานของรัฐในการดำเนินการเรื่องหนึ่งเรื่องใด แต่ทั้งนี้ไม่รวมถึงรายงานทางวิชาการ รายงานข้อเท็จจริงหรือข้อมูลข่าวสารที่นำมาใช้ในการทำความเข้าใจ หรือคำแนะนำภายในดังกล่าว



(4) การเปิดเผยจะก่อให้เกิดอันตรายต่อชีวิตหรือความปลอดภัยของบุคคลหนึ่งบุคคลใด

(5) รายงานการแพทย์หรือข้อมูลข่าวสารส่วนบุคคล ซึ่งการเปิดเผยจะเป็นการรุกรานสิทธิส่วนบุคคลโดยไม่สมควร

(6) ข้อมูลข่าวสารของราชการที่มีกฎหมายคุ้มครองมิให้เปิดเผยหรือข้อมูลข่าวสารที่มีผู้ให้มาโดยไม่ประสงค์ให้ทางราชการนำไปเปิดเผยต่อผู้อื่น

(7) กรณีอื่นตามที่กำหนดในพระราชกฤษฎีกา

คำสั่งมิให้เปิดเผยข้อมูลข่าวสารของราชการจะกำหนดเงื่อนไขอย่างใดก็ได้แต่ต้องระบุไว้ด้วยว่าที่เปิดเผยไม่ได้เพราะเป็นข้อมูลข่าวสารประเภทใด และเพราะเหตุใด และให้ถือว่าการมีคำสั่งเปิดเผยข้อมูลข่าวสาร ของราชการเป็นดุลพินิจโดยเฉพาะของเจ้าหน้าที่ของรัฐตามลำดับสายการบังคับบัญชา แต่ผู้ขออาจอุทธรณ์ต่อคณะกรรมการ วินิจฉัยการเปิดเผยข้อมูลข่าวสาร ได้ตามที่กำหนดในพระราชบัญญัตินี้ (มาตรา 15)

#### 6.4 หน่วยงานของรัฐและเจ้าหน้าที่ของรัฐ

6.4.1 หน่วยงานของรัฐหรือเจ้าหน้าที่ของรัฐอาจมีคำสั่งมิให้เปิดเผยข้อมูลข่าวสารของราชการที่มีลักษณะอย่างหนึ่งอย่างใดดังต่อไปนี้ก็ได้โดยคำนึงถึงการปฏิบัติหน้าที่ตามกฎหมายของหน่วยงานของรัฐประโยชน์สาธารณะ และประโยชน์ของเอกชน ที่เกี่ยวข้องประกอบกัน

(1) การเปิดเผยจะก่อให้เกิดความเสียหายต่อความมั่นคงของประเทศ ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ หรือความมั่นคงในทาง เศรษฐกิจหรือการคลังของประเทศ

(2) การเปิดเผยจะทำให้การบังคับใช้กฎหมายเสื่อมประสิทธิภาพ หรือไม่อาจสำเร็จตามวัตถุประสงค์ได้ไม่ว่าจะเกี่ยวกับ การป้องกัน การปราบปราม การทดสอบ การตรวจสอบ หรือการรู้แหล่งที่มาของข้อมูลข่าวสารหรือไม่ก็ตาม

(3) ความเห็นหรือคำแนะนำภายในหน่วยงานของรัฐในการดำเนินการเรื่องหนึ่งเรื่องใดแต่ทั้งนี้ไม่รวมถึงรายงานทางวิชาการ รายงานข้อเท็จจริง หรือข้อมูลข่าวสารที่นำมาใช้ในการทำความเข้าใจหรือคำแนะนำภายในดังกล่าว

(4) การเปิดเผยจะก่อให้เกิดอันตรายต่อชีวิตหรือความปลอดภัยของบุคคลหนึ่งบุคคลใด

(5) รายงานการแพทย์หรือข้อมูลข่าวสารส่วนบุคคลซึ่งการเปิดเผยจะเป็นการรุกรานสิทธิส่วนบุคคลโดยไม่สมควร

(6) ข้อมูลข่าวสารของราชการที่มีกฎหมายคุ้มครองมิให้เปิดเผย หรือข้อมูลข่าวสารที่มีผู้ให้มาโดยไม่ประสงค์ให้ทางราชการนำไปเปิดเผยต่อผู้อื่น

## (7) กรณีอื่นตามที่กำหนดในพระราชกฤษฎีกา

คำสั่งมิให้เปิดเผยข้อมูลข่าวสารของราชการจะกำหนดเงื่อนไขอย่างไรก็ได้แต่ต้องระบุไว้ด้วยว่าที่เปิดเผยไม่ได้เพราะเป็นข้อมูลข่าวสารประเภทใดและเพราะเหตุใดและให้ถือว่าการมีคำสั่งเปิดเผยข้อมูลข่าวสารของราชการเป็นดุลพินิจ โดยเฉพาะของเจ้าหน้าที่ของรัฐตามลำดับสายการบังคับบัญชาแต่ผู้ขออาจอุทธรณ์ต่อ คณะกรรมการวินิจฉัยการเปิดเผยข้อมูลข่าวสารได้ตามที่กำหนดในพระราชบัญญัตินี้ (มาตรา 15)

เพื่อให้เกิดความชัดเจน ในทางปฏิบัติว่าข้อมูลข่าวสารของราชการจะเปิดเผยต่อบุคคลใดได้หรือไม่ภายใต้เงื่อนไขเช่นใด และสมควรมีวิธีรักษามิให้รั่วไหลให้หน่วยงานของรัฐกำหนดวิธีการคุ้มครองข้อมูลข่าวสารนั้น ทั้งนี้ ตามระเบียบที่คณะรัฐมนตรีกำหนดว่าด้วยการรักษาความลับของทางราชการ (มาตรา 16)

6.4.2 เจ้าหน้าที่ของรัฐเห็นว่า ในกรณีที่มีการเปิดเผยข้อมูลข่าวสารของราชการใดอาจกระทบถึงประโยชน์ได้เสียของผู้ใด ให้เจ้าหน้าที่ของรัฐแจ้งให้ผู้นั้นเสนอคำคัดค้านภายในเวลาที่กำหนด แต่ต้องให้เวลาอันสมควรที่ผู้นั้นอาจเสนอคำคัดค้านได้ซึ่งต้อง ไม่น้อยกว่าสิบห้าวัน นับแต่วันที่ได้รับแจ้ง

ผู้ที่ได้รับแจ้งตามวรรคหนึ่ง หรือผู้ที่ทราบว่าการเปิดเผยข้อมูลข่าวสารของราชการใด อาจกระทบถึงประโยชน์ได้เสียของตน มีสิทธิคัดค้านการเปิดเผยข้อมูลข่าวสารนั้นได้โดยทำเป็นหนังสือถึงเจ้าหน้าที่ของรัฐผู้รับผิดชอบ

ในกรณีที่มีการคัดค้าน เจ้าหน้าที่ของรัฐผู้รับผิดชอบต้องพิจารณาคำคัดค้านและแจ้งผลการพิจารณาให้ผู้คัดค้าน ทราบโดยไม่ชักช้า ในกรณีที่มีคำสั่งไม่รับฟังคำคัดค้านเจ้าหน้าที่ของรัฐจะเปิดเผยข้อมูลข่าวสารนั้นมิได้จนกว่าจะล่วงพ้น กำหนดเวลาอุทธรณ์ตามมาตรา 18 หรือจนกว่าคณะกรรมการวินิจฉัยการเปิดเผยข้อมูลข่าวสารได้มีคำวินิจฉัยให้เปิดเผยข้อมูลข่าวสารนั้นได้แล้วแต่กรณี (มาตรา 17)

6.4.3 การเปิดเผยข้อมูลข่าวสารใดแม้จะเข้าข่ายต้องมีความรับผิดชอบตามกฎหมายใดให้ถือว่าเจ้าหน้าที่ของรัฐไม่ต้องรับผิดชอบ หากเป็นการกระทำโดยสุจริตในกรณีดังต่อไปนี้

(1) ข้อมูลข่าวสารตามมาตรา 15 ถ้าเจ้าหน้าที่ของรัฐได้ดำเนินการโดยถูกต้องตามระเบียบมาตรา 16

(2) ข้อมูลข่าวสารตามมาตรา 15 ถ้าเจ้าหน้าที่ของรัฐในระดับตามที่กำหนดในกฎกระทรวงมีคำสั่งให้เปิดเผยเป็นการทั่วไป หรือเฉพาะแก่บุคคลใดเพื่อประโยชน์อันสำคัญยิ่งกว่าที่เกี่ยวกับประโยชน์สาธารณะ หรือชีวิต ร่างกาย สุขภาพ หรือประโยชน์อื่น ของบุคคล และ

คำสั่งนั้น ได้กระทำโดยสมควรแต่เหตุในการนี้จะมีการกำหนดข้อจำกัดหรือเงื่อนไขในการใช้ข้อมูลข่าวสารนั้น ตามความเหมาะสมก็ได้

สรุป พระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ.2540 ว่าด้วยสิทธิการรับรู้หรือรับทราบข้อมูลข่าวสารของราชการ ส่งผลให้หน่วยงานราชการต้องจัดทำข้อมูลข่าวสารเผยแพร่ให้ประชาชนได้รับทราบเป็นการทั่วไปผ่านช่องทางสื่อสารต่างๆ อาทิเช่น หน่วยต้องจัดทำเว็บไซต์ของหน่วยเผยแพร่ โครงสร้าง หน้าที การดำเนินงาน เป็นต้น

## 7. ระเบียบกระทรวงกลาโหม ว่าด้วยข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ.2544

ระเบียบกระทรวงกลาโหม ว่าด้วยข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ.2544 ซึ่งมีทั้งหมด 6 หมวด ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าและคัดเลือกเฉพาะส่วนที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย โดยจะขอกกล่าว ในหมวด 4-6 ดังนี้

หมวด 4 การขอข้อมูลข่าวสารของราชการและการอนุญาต

ข้อ 16 บุคคลใดที่ประสงค์ขอเข้าตรวจดู ศึกษา ค้นคว้า ขอสำเนาหรือขอสำเนาที่มีคำรับรอง ถูกต้อง ให้ส่วนราชการกำหนดหลักเกณฑ์ และวิธีการในการดำเนินการให้ความสะดวก รวดเร็วและมีหลักฐานตรวจสอบได้

ข้อ 17 การขอข้อมูลข่าวสารของราชการหรือข้อมูลข่าวสารส่วนบุคคล ตามหมายเรียกพยานเอกสารของศาลให้นำเสนอหัวหน้าส่วนราชการ หรือผู้ที่หัวหน้าส่วนราชการมอบหมายพิจารณาอนุญาต

ข้อ 18 ข้อมูลข่าวสารของราชการที่มีกฎหมาย ระเบียบ หรือมติคณะรัฐมนตรี ได้กำหนดวิธีปฏิบัติเกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารนั้นไว้เป็นพิเศษ การขอข้อมูลข่าวสารและการอนุญาต จะต้องปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบ หรือมติคณะรัฐมนตรีดังกล่าวด้วย

หมวด 5 การบริการข้อมูลข่าวสาร

ข้อ 19 ให้ส่วนราชการจัดให้มีข้อมูลข่าวสารของราชการตามนี้ข้อ 10 ที่ดำเนินการเสร็จแล้วไว้เพื่อเผยแพร่ เพื่อขายหรือจำหน่ายแจก ตามที่ส่วนราชการเห็นสมควร

ข้อ 20 ข้อมูลข่าวสารที่อยู่ระหว่างดำเนินการ ให้ถือปฏิบัติตามข้อ 19 โดยอนุโลม เว้นแต่เป็นเรื่องที่กำหนดขึ้นความลับตามระเบียบว่าด้วยการรักษาความปลอดภัยแห่งชาติ พ.ศ.2517 หรือระเบียบว่าด้วยการรักษาความลับของทางราชการ พ.ศ.2544 หรือเป็นเรื่องที่ไม่ต้องเปิดเผยตามกฎหมายว่าด้วยข้อมูลข่าวสารของราชการหรือผู้มีอำนาจอนุญาตพิจารณาเห็นว่าเป็นเรื่องที่ไม่ต้องเปิดเผย

ข้อ 21 การขอสำเนาหรือการขอสำเนาที่มีการรับรองถูกต้อง ในกรณีที่สมควรส่วนราชการอาจเรียกเก็บค่าธรรมเนียมในการดำเนินการได้ ตามที่คณะกรรมการข้อมูลข่าวสารของราชการกำหนด

การรับรองสำเนาข้อมูลข่าวสารของราชการ ให้ข้าราชการทหารที่รับผิดชอบข้อมูลข่าวสารนั้นเป็นผู้รับรองโดยลงลายมือชื่อ ชื่อสกุล และตำแหน่ง ตลอดจนวัน เดือน ปี ให้ชัดเจน

ข้อ 22 รายได้จากการขายหรือจำหน่ายจ่ายแจก ตามข้อ 19 ข้อ 20 และค่าธรรมเนียมตามข้อ 21 ให้ปฏิบัติตามระเบียบของราชการ

ข้อ 23 การบริหารข้อมูลข่าวสารของราชการให้ส่วนราชการจัดบริการด้วยความรวดเร็วและจัดสิ่งอำนวยความสะดวกตามสมควร ทั้งนี้ ให้ถือปฏิบัติตามระเบียบกระทรวงกลาโหมว่าด้วยการปฏิบัติราชการเพื่อประชาชน พ.ศ.2532 เท่าที่ไม่ขัดหรือแย้งกับกฎหมายว่าด้วยข้อมูลข่าวสารของราชการ

หมวด 6 สถานที่บริการข้อมูลข่าวสาร

ข้อ 24 ให้ส่วนราชการกำหนดสถานที่และเจ้าหน้าที่เพื่อบริการข้อมูลข่าวสารของทางราชการหรือคำแนะนำในการติดต่อหน่วยในสังกัด ตลอดจนดำเนินการ ดังนี้

(1) ให้บริการข้อมูลข่าวสารของราชการที่อยู่ระหว่างดำเนินการของส่วนราชการและข้อมูลข่าวสารของส่วนราชการดำเนินการเสร็จแล้ว

(2) ให้ศูนย์ประสานงานกับส่วนราชการอื่น เพื่อให้บริการข้อมูลข่าวสารของราชการ

ข้อ 25 ให้ส่วนราชการมีอำนาจออกระเบียบปลีกย่อยเพื่อปฏิบัติตามระเบียบนี้ได้

## 8. นโยบายกระทรวงกลาโหม

8.1 การปฏิบัติราชการให้ยึดถือกฎหมาย กฎ ข้อบังคับ ระเบียบ ประกาศ และคำสั่งที่เกี่ยวข้อง นโยบาย และมติคณะรัฐมนตรี การสั่งการของนายกรัฐมนตรี มติสภากลาโหม ยุทธศาสตร์การป้องกันประเทศ แผนแม่บท การปรับปรุงโครงสร้างกระทรวงกลาโหม แผนพัฒนาขีดความสามารถของกระทรวงกลาโหม รวมทั้ง แผนแม่บทหรือแผนหลักในการดำเนินการด้านต่างๆ โดยปรับปรุงให้มีความทันสมัย สอดคล้องกับภารกิจและสภาพแวดล้อมอยู่เสมอ

8.2 พิทักษ์รักษาและเทิดทูนสถาบันพระมหากษัตริย์อย่างสมพระเกียรติ ทั้งในฐานะที่พระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุขของประเทศและทรงดำรงตำแหน่งจอมทัพไทย เพื่อให้สถาบันพระมหากษัตริย์ยังเป็นศูนย์รวมจิตใจที่มั่นคงและยั่งยืนของประชาชนชาวไทย และเป็นสถาบันหลักที่สำคัญยิ่งของประเทศ โดยจะต้องดำเนินการและปฏิบัติงานร่วมกับส่วนราชการต่างๆ

อย่างเต็มความสามารถ รวมทั้งให้ความสำคัญกับการสนับสนุนและเผยแพร่โครงการอันเนื่องมาพระราชดำริ

8.3 พัฒนาความร่วมมือทางทหารกับประเทศเพื่อนบ้าน ประเทศในกลุ่มอาเซียน มิตรประเทศและองค์การระหว่างประเทศ ทั้งในระดับทวิภาคีและพหุภาคี เพื่อจัดระเบียบสถานะ แวดล้อมด้านความมั่นคง สร้างความไว้วางใจ เชื่อใจ สร้างสันติภาพ ความมั่นคง ความมั่งคั่ง ความก้าวหน้า และความสงบสุขร่วมกัน และเพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการไปสู่การรวมตัวเป็น ประชาคมอาเซียน ในปี 2558 รวมทั้ง สนับสนุนภารกิจเพื่อสันติภาพ การปฏิบัติการเพื่อมนุษยธรรม และส่งเสริมบทบาทในการรักษาสันติภาพภายใต้กรอบของสหประชาชาติและผลประโยชน์ แห่งชาติเป็นหลัก

8.4 เสริมสร้างศักยภาพกองทัพและระบบการป้องกันประเทศให้มีความพร้อมใน การพิทักษ์เอกราช อธิปไตย ความมั่นคง และผลประโยชน์แห่งชาติ โดยใช้การปฏิบัติการใน ลักษณะการรวบรวมเป็นหลักและให้ความสำคัญกับการพัฒนาด้านการข่าวกรองและการต่อต้านข่าว กรองให้สามารถตอบสนองภารกิจของกองทัพได้ในทุกระดับ พัฒนาการส่งกำลังบำรุงร่วมโดยใช้ ประโยชน์จากงานมาตรฐานยุทธโธปกรณ์ทางทหารและศักยภาพด้านต่างๆ ที่แต่ละเหล่าทัพมีอยู่ พัฒนาการระดมสรรพกำลังเพื่อการทหารให้สามารถขยายกำลังพลและปฏิบัติการได้อย่างต่อเนื่อง มีการสร้างอาวุธยุทธโธปกรณ์และพลังงานเพื่อความมั่นคง รวมทั้งให้ความสำคัญกับการสงเคราะห์ ทหารผ่านศึกและครอบครัว เพื่อตอบแทนคุณความดี และเป็นการสร้างขวัญกำลังใจให้กับกำลังพล ที่กำลังปฏิบัติหน้าที่ป้องกันประเทศ

8.5 พัฒนากิจการป้องกันอุตสาหกรรม ป้องกันประเทศ โดยบูรณาการขีด ความสามารถของภาครัฐและเอกชน รวมทั้งใช้ประโยชน์จากความร่วมมือในกลุ่มประเทศอาเซียน เพื่อนำไปสู่การพึ่งพาตนเองในการผลิตอาวุธยุทธโธปกรณ์ พัฒนากิจการวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี เพื่อป้องกันประเทศให้ทัดเทียมกับประเทศในภูมิภาค สามารถสนับสนุนการพึ่งพาตนเองของ อุตสาหกรรมป้องกันประเทศ โดยร่วมมือกับทุกภาคส่วนทั้งในและต่างประเทศ รวมทั้ง พัฒนา เทคโนโลยีสารสนเทศ การสื่อสาร และกิจการอวกาศ โดยเน้นให้เกิดการบูรณาการ ความเป็น มาตรฐาน และความมั่นคงปลอดภัยของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารภายใน กระทรวงกลาโหม

8.6 พัฒนาการฝึกกำลังกับทุกภาคส่วนของสังคม เพื่อการป้องกันประเทศ ด้วย การนำพลังอำนาจแห่งชาติทุกด้านมาใช้สนับสนุนการปฏิบัติการกิจเพื่อความมั่นคงร่วมกับ กระทรวงกลาโหม โดยในยามปกติกระทรวงกลาโหมจะต้องใช้ทรัพยากร ให้เกิดประโยชน์สูงสุด ต่อประเทศ ด้วยการช่วยพัฒนาพลังอำนาจแห่งชาติทุกด้าน โดยให้ความสำคัญกับการสนับสนุน

นโยบายเร่งด่วนของรัฐบาล โดยเฉพาะการสร้างความปลอดภัยของชนชั้นกลางในชาติและฟื้นฟูประชาธิปไตย การสนับสนุนแก้ไขและป้องกันปัญหายาเสพติดและการเร่งนำสันติสุขและความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของประชาชนหลังมาสู่พื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ รวมทั้งสนับสนุนการรักษาผลประโยชน์แห่งชาติ การพัฒนาประเทศเพื่อความมั่นคง การช่วยเหลือประชาชน การแก้ไขปัญหาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ปัญหาภัยพิบัติ โดยเฉพาะอุทกภัย การร่วมจัดการกับปัญหาการก่อการร้ายและอาชญากรรมข้ามชาติต่างๆ ได้แก่ ยาเสพติด ผู้หลบหนีเข้าเมือง แรงงานต่างด้าวผิดกฎหมาย การค้ามนุษย์ โจรสลัด และภัยจากเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

## 9. แผนปฏิบัติราชการกองทัพไทย พ.ศ.2555-2558

จากการศึกษาพบว่า กองทัพไทย ได้จัดทำแผนปฏิบัติราชการกองทัพไทย พ.ศ. 2555-2558 รองรับแผนปฏิบัติราชการกระทรวงกลาโหม พ.ศ.2555-2558 เพื่อกำหนดกลยุทธ์ และแผนงาน/โครงการ/กิจกรรม รองรับแผนปฏิบัติราชการของกระทรวงกลาโหม ทั้งนี้เพื่อให้สอดคล้องตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ในแผนการบริหารราชการแผ่นดิน พ.ศ.2555-2558 ได้อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์สูงสุดต่อประเทศชาติและประชาชน โดยมีวิสัยทัศน์ พันธกิจ ค่านิยมกองทัพไทย และประเด็นยุทธศาสตร์ ดังนี้

9.1 วิสัยทัศน์ กองบัญชาการกองทัพไทย “เป็นกองบัญชาการในการอำนวยความสะดวกการปฏิบัติการร่วมของเหล่าทัพ”

### 9.2 พันธกิจ

9.2.1 ปกป้อง เทิดทูน พิทักษ์รักษาสถาบันพระมหากษัตริย์และส่งเสริมการปกครองใน

ระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข

9.2.2 พัฒนาศักยภาพกองทัพในการป้องกันประเทศ และเป็นกองทัพชั้นนำในอาเซียน

9.2.3 เสริมสร้างความร่วมมือด้านความมั่นคงกับประเทศเพื่อนบ้าน กลุ่มประเทศอาเซียน มิตรประเทศ และองค์กรระหว่างประเทศ

9.2.4 ปฏิบัติการเพื่อสันติภาพภายใต้กรอบของสหประชาชาติ เพื่อธำรงเกียรติและศักดิ์ศรีของกองทัพไทยในประชาคมโลก

9.2.5 ค้ำครอง พิทักษ์รักษาผลประโยชน์แห่งชาติ

9.2.6 พัฒนาประเทศ และช่วยเหลือประชาชน รวมทั้งสนับสนุนการแก้ไขปัญหาสำคัญของชาติ

### 9.3 ค่านิยมของกองทัพไทย

ทหารอาชีพ ความมุ่งมั่นในการทำดีที่สุดในการปฏิบัติงานเพื่อผลสัมฤทธิ์ของงาน ซึ่งจะก่อให้เกิดความภูมิใจในการทำงาน ประกอบด้วย มีวินัย มุ่งผลสัมฤทธิ์ คิดสร้างนวัตกรรม มีความเป็นผู้นำซื่อสัตย์ ตรงไปตรงมา

จงรักภักดี น้อมนำพระบรมราโชวาทและปฏิบัติตามคำสัจย์ปฏิญาณเป็นที่ไว้วางใจในงานที่รับมอบปฏิบัติต่อผู้อื่นด้วยความเท่าเทียม สร้างคุณค่าในงาน เพื่อประโยชน์สุขของประชาชน

กล้าหาญ ไม่เกรงกลัวต่อภัยอันตรายที่เกิด ยืนหยัดในสิ่งที่ถูกเปิดเผยในสิ่งผิด ยอมรับคำวิจารณ์ ประเมินผลการปฏิบัติงานตามความเป็นจริง

ทำงานเป็นทีม เคารพ รับฟัง และร่วมแสดงความคิดเห็น สนับสนุนให้มีการทำงานร่วมกัน สื่อสารอย่างเปิดเผย บูรณาการความคิดเป็นหนึ่งเดียว

9.3 ประเด็นยุทธศาสตร์ ตามแผนปฏิบัติราชการ กองทัพอากาศ พ.ศ.2555-2558 มี 4 ประเด็นยุทธศาสตร์ ดังนี้

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 การพิทักษ์รักษาและเทิดทูนสถาบันพระมหากษัตริย์  
เป้าประสงค์  
สถาบันพระมหากษัตริย์มีความปลอดภัยสูง และได้รับการเทิดทูน  
อย่างสมพระเกียรติ เพื่อคงความเป็นศูนย์รวมจิตใจของประชาชน

กลยุทธ์ - พัฒนามาตรฐานและระบบการถวายความปลอดภัย  
- ส่งเสริมและสนับสนุนการจัดกิจกรรมเทิดพระเกียรติสถาบันพระมหากษัตริย์ทั้งในและต่างประเทศ  
- การสร้างจิตสำนึก และปลูกฝังอุกการณ์ความรักและหวงแหนสถาบันพระมหากษัตริย์  
- ส่งเสริมให้กลุ่มเป้าหมายน้อมนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาเป็นแนวทางในการดำเนินชีวิต

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 การป้องกันเชิงรุก  
เป้าประสงค์  
กองทัพมีศักยภาพในการต่อต้านและเผชิญภัยคุกคามทางทหาร

กลยุทธ์ - จัดเตรียมกำลัง เสริมสร้าง พัฒนางานด้านกำลังพลด้านการข่าว

		<p>ด้านยุทธการ ด้านส่งกำลังบำรุง ด้านกิจการพลเรือน ด้านการสื่อสาร ด้านงบประมาณ ด้านการบริหารจัดการ รวมทั้งอาวุธยุทธโศปกรณ์ของกองทัพให้มีความพร้อมรบและสามารถพึ่งตนเองได้</p> <p>- พัฒนาขีดความสามารถของกองทัพ เพื่อการป้องกันประเทศ แก้ไขปัญหา และยุติความขัดแย้ง โดยที่ฝ่ายเราเป็นฝ่ายได้เปรียบ</p>
ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3	การผนึกกำลังป้องกันประเทศ	
เป้าประสงค์ -	-	<p>ประเทศมีความมั่นคง และมีเสถียรภาพ</p> <p>ประชาชนในพื้นที่ที่กองทัพรับผิดชอบมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น</p> <p>- ปัญหาสำคัญของชาติที่กองทัพสนับสนุนรัฐบาลได้รับการแก้ไขและมีแนวโน้มที่ดีขึ้น</p>
กลยุทธ์ -	-	<p>พัฒนาและเสริมสร้างความสามารถในการรักษาความสงบเรียบร้อย ภายในประเทศ การแก้ไขปัญหาในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ และการแก้ไขปัญหาความสำคัญของชาติตามนโยบายรัฐบาล</p> <p>- รณรงค์และส่งเสริมการสร้างความรัก ความเข้าใจ และความสามัคคีของคนในชาติ</p> <p>- บูรณาการพลังอำนาจของชาติเพื่อชดเชยอำนาจกำลังรบของกองทัพ</p> <p>- การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและการช่วยเหลือประชาชน</p> <p>- สนับสนุนและส่งเสริมการอนุรักษ์ ฟื้นฟู ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม</p>
ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4	การเสริมสร้างความร่วมมือด้านความมั่นคงกับต่างประเทศ	
เป้าประสงค์		<p>มีภาพลักษณ์ และความสัมพันธ์ด้านความมั่นคงที่ดีกับประเทศเพื่อนบ้าน ประเทศในกลุ่มอาเซียน มิตรประเทศ และองค์การระหว่างประเทศ</p>



- กลยุทธ์ - พัฒนาการความสัมพันธ์กับประเทศเพื่อนบ้าน กลุ่มประเทศอาเซียน และมีตรประเทศในทุกมิติ
- เสริมสร้างความร่วมมือและร่วมกันแก้ปัญหาในระดับต่างๆ กับประเทศเพื่อนบ้าน ประเทศในกลุ่มอาเซียน และมีตรประเทศ
  - พัฒนากลไกความร่วมมือในการเสริมสร้างศักยภาพทางทหารในภูมิภาค
  - พัฒนาการความพร้อมเพื่อการมีบทบาทนำในการสนับสนุนการปฏิบัติการเพื่อสันติภาพ

#### 9.4 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพกองทัพไทย (SWOT Analysis)

##### 9.4.1 ทบทวนสถานะแวดล้อมภายใน (SWOT Analysis)

##### การวิเคราะห์สภาพภายในองค์กร (7s Framework)

##### จุดแข็ง (Strengths)

##### Structure

- กองทัพไทยมีการจัดส่วนราชการหลายหน่วยงานในลักษณะการจัดเฉพาะกิจที่สามารถปฏิบัติการกิจได้หลายรูปแบบและหลายมิติ
- กองทัพไทยมีกลไกและหน่วยงานรองรับการปฏิบัติงานด้านการทูตทหารและการส่งเสริมความร่วมมือด้านความมั่นคงและความสัมพันธ์ระหว่างประเทศฝ่ายทหาร
- กองทัพไทยมีการจัดวางกำลังครอบคลุมทุกพื้นที่และสามารถเข้าถึงพื้นที่ได้อย่างรวดเร็ว

##### System

- แบบธรรมเนียมทหารและระเบียบแบบแผนของวินัยทางทหารเป็นระบบที่เข้มแข็งของกองทัพไทย
- ระบบและขีดความสามารถของยุทธโธปกรณ์กองทัพไทยสามารถปรับใช้ได้หลากหลายภารกิจ ที่ไม่ใช่ภารกิจทางทหาร
- กองทัพไทยมีระบบงานด้านการข่าวที่มีประสิทธิภาพทั้งมาตรการด้านการข่าวกรองและมาตรการต่อต้านข่าวกรอง ทำให้สามารถทราบสถานการณ์และข้อมูลข่าวสารความเคลื่อนไหวทั้งภายในและภายนอกประเทศอย่างต่อเนื่อง
- กองทัพไทยมีระบบงานด้านกิจการพลเรือนที่สามารถณรงค์ส่งเสริมและสร้างแรงสนับสนุนจากประชาชนและภาคประชาสังคม

**Skill**

- กำลังพลกองทัพไทยได้เข้ารับการศึกษาระดับปริญญาโทเพื่อเพิ่มพูนความรู้อย่างต่อเนื่อง
- กำลังพลกองทัพไทยมีการฝึกเพื่อเพิ่มทักษะความชำนาญในทุกระดับตามวงรอบการฝึกประจำปีเพื่อเตรียมความพร้อมอย่างต่อเนื่อง

**Style**

- การปกครองบังคับบัญชาและการกำหนดสายการบังคับบัญชาเป็นไปตามลำดับชั้น
- มีการแบ่งมอบอำนาจในการควบคุมและกำกับดูแลการปฏิบัติของหน่วยรองอย่างเป็นเอกภาพ

**Staff**

- มีอุดมการณ์ยึดมั่นในเกียรติและศักดิ์ศรีมีความเป็นทหารอาชีพ พร้อมทุ่มเทในการปฏิบัติหน้าที่อย่างเต็มกำลังความสามารถมีทัศนคติต่อวิชาชีพที่ดีเนื่องจากเป็นวิชาชีพที่มีความมั่นคง

**จุดอ่อน (Weaknesses)****Staff**

- การวางแผนการดำเนินงานยังอาศัยการคาดการณ์/คิดแทนผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียโดยเฉพาะความต้องการและความคาดหวัง
- ความทุ่มเทในการปฏิบัติงานได้รับผลกระทบจากการขาดความชัดเจนในแนวทางการรับราชการและขาดแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน รวมทั้งการพัฒนาตนเอง

**Skill**

- บุคลากรขาดทักษะและองค์ความรู้ที่จำเป็น โดยเฉพาะด้านการวิจัยและพัฒนาขาดความเชี่ยวชาญในการปฏิบัติการในลักษณะการปฏิบัติการร่วม

**Shared Values**

- ค่านิยมร่วมของกองทัพ ยังประสบปัญหาในการถ่ายทอดการปลูกจิตสำนึกเพื่อให้เกิดค่านิยมร่วมทั้งองค์กร

**Strategic**

- ความเชื่อมโยงระหว่างยุทธศาสตร์การป้องกันประเทศยุทธศาสตร์ทหารและการถ่ายทอดลงสู่แผนยุทธศาสตร์/แผนปฏิบัติการ (แผนงบประมาณ) ยังไม่เป็นรูปธรรม ทำให้

ขาดทิศทางการพัฒนาและการของงบประมาณที่จำเป็นไปในการพัฒนาและเสริมสร้างกำลัง  
กองทัพ

- การวางยุทธศาสตร์ทหารเป็นกลไกที่ยากต่อการทำนาย/การกำหนด  
สถานการณ์ที่ชัดเจนในอนาคตได้ซึ่งเป็นการยากต่อการตอบเรื่องความคุ้มค่าและความจำเป็นใน  
การลงทุนในการเสริมสร้างกำลังกองทัพ

#### Structure

- การยอมรับระหว่าง บก.ทท. และเหล่าทัพ

#### System

- การจัดสรรสวัสดิการอย่างเพียงพอและทั่วถึง
- การประสานงานร่วมกันยังขาดเอกภาพและไม่มีกระบวนการร่วมกัน  
เท่าที่ควร

- ระบบสื่อสารยังเชื่อมต่อกันไม่ได้
- ระบบอำนาจการร่วมยังไม่เป็นรูปธรรมเท่าที่ควร

#### การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก (C – PEST)

##### โอกาส (Opportunities)

##### C – Customer

- ประชาชนมีทัศนคติที่ดีต่อทหารในเรื่องของควมมีวินัยความเป็นเอกภาพ  
ความเสียสละในการปฏิบัติงานที่ยากลำบาก
- ประชาชนยังคงเห็นทหารเป็นที่พึ่งเมื่อได้รับความเดือดร้อน

##### P - Politics

- นโยบายรัฐบาลที่สนับสนุนให้กองทัพส่งกองกำลังเข้าร่วมปฏิบัติการเพื่อ  
สันติภาพ และเพื่อนมนุษยธรรมในภูมิภาคต่างๆ
- รัฐบาลให้ความไว้วางใจและเชื่อมั่นในกองทัพในการปฏิบัติการกิจสำคัญ  
รวมทั้งใช้กำลังในการเข้าแก้ไขปัญหาวิกฤตต่างๆ
- การมีส่วนร่วมในประชาคมโลกที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ
- การส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่ทหาร

##### E - Environment, Economic

- กองทัพสามารถเป็นตัวอย่างในเรื่องพลังงานทดแทน
- กองทัพสามารถเป็นตัวอย่างด้านเศรษฐกิจพอเพียง
- สภาพเศรษฐกิจที่ดีขึ้นส่งผลให้สามารถจัดหายุทธโปกรณ์ได้เพิ่มขึ้น

**T - Technology**

- ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีช่วยให้การปฏิบัติงานของกองทัพมีความรวดเร็วและมีประสิทธิภาพมากขึ้น

**อุปสรรค (Threat)****S - Society**

- ทิศทางการสร้างความปรองดองของคนในชาติยังไม่ชัดเจน
- ความแตกแยกของสังคมส่งผลต่อความเชื่อมั่นของประชาชนต่อทหารและการฝึกกำลังเพื่อการป้องกันประเทศ
- วัฒนธรรมไทยในเรื่องของระบบอุปถัมภ์ทำให้กองทัพปรับปรุงโครงสร้างและระบบงานได้ลำบาก
- ปัญหาความไม่สงบของประเทศเพื่อนบ้านและปัญหาความไม่ชัดเจนในเรื่องเขตแดน ส่งผลกระทบต่อความมั่นคงบริเวณพื้นที่แนวชายแดน กองทัพต้องปรับเพิ่มเติมกำลังในการรักษาความสงบเรียบร้อยและแก้ไขปัญหาความขัดแย้งกับประเทศเพื่อนบ้าน
- ปัญหาการล่องละเมิดสถาบันเพิ่มมากขึ้น
- ปัญหาการก่อการร้ายภายในประเทศเพิ่มมากขึ้น

**E - Environment**

- การเปลี่ยนแปลงทางธรรมชาติเป็นอุปสรรคต่อการปฏิบัติการทางทหารส่งผลให้ภาวะภัยพิบัติต่างๆ เพิ่มมากขึ้น ทำให้กองทัพต้องสนับสนุนกำลังพลและยุทโธปกรณ์เพื่อสนับสนุนรัฐบาลในการแก้ปัญหา

**E - Economics**

- เศรษฐกิจที่ผันผวน และปัญหาภัยพิบัติต่างๆ ทำให้กองทัพได้รับงบประมาณลดลงไม่สามารถจัดหายุทโธปกรณ์ทดแทนยุทโธปกรณ์ที่ล้าสมัยได้รวมทั้งไม่สามารถจัดหายุทโธปกรณ์เพิ่มเติมใหม่ๆ ได้

**P - Politics**

- ความไม่มีเสถียรภาพทางการเมืองของรัฐบาลทำให้การปฏิบัติงานไม่ต่อเนื่อง ส่งผลกระทบต่อการปฏิบัติงานของกองทัพ

**T – technology**

- ความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่รวดเร็ว ทำให้บางครั้งการพัฒนาบุคลากรไม่ทันกับเทคโนโลยี
- การรักษาความปลอดภัยในด้านข้อมูลข่าวสารทางราชการ

**สรุป** ปัจจัยที่มีผลต่อแนวทางการดำเนินงานการประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วย ปัจจัยภายนอกกองทัพบกและปัจจัยภายในกองทัพบก ดังนี้

ปัจจัยภายนอกกองทัพบก ได้แก่ สถานการณ์สถานการณ์ภายนอกประเทศที่มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วทั้งในด้านเศรษฐกิจและสังคม โดยมีการเจริญเติบโตของเทคโนโลยีเป็นปัจจัยเร่ง สถานการณ์ภายในประเทศที่มีผลต่อความมั่นคงของประเทศ ได้แก่ การก่อการร้ายสากล ปัญหาเสพติด อาชญากรรมข้ามชาติ ผู้หลบหนีเข้าเมืองโดยผิดกฎหมาย อาชญากรรมตามแนวชายแดน ความยากจน สาธารณภัยขนาดใหญ่และภัยพิบัติต่างๆ การป้องกันประเทศ ความแตกแยกของคนในสังคม ความไม่สงบในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ กระแสสื่อมวลชนไทยนำเสนอข่าวความขัดแย้งในสังคมไทย และจากการค้นคว้าเอกสาร ระเบียบต่างๆ พบว่า การให้ข่าวสารของทางราชการ ต้องอาศัยระเบียบระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการให้ข่าวและบริการข่าวสารของทางราชการ พ.ศ.2529 ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการให้ข่าวและบริการข่าวสารของทางราชการ ฉบับที่ 2 พ.ศ.2533 ระเบียบกระทรวงกลาโหมว่าด้วยการให้ข่าวและบริการข่าวสารทางราชการ พ.ศ.2530 ระเบียบกองบัญชาการทหารสูงสุดว่าด้วยการให้ข่าวและบริการข่าวสารทางราชการ พ.ศ.2530 และ ระเบียบกองทัพบกว่าด้วยการให้ข่าวสาร พ.ศ. 2522 รวมทั้ง ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ พ.ศ.2529 ระเบียบกระทรวงกลาโหมว่าด้วยการประชาสัมพันธ์ของกระทรวงกลาโหม พ.ศ.2534 ระเบียบกองบัญชาการทหารสูงสุดว่าด้วยการประชาสัมพันธ์ของกองบัญชาการทหารสูงสุด พ.ศ.2534 ตลอดจน พระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ.2540 จึงเป็นที่ค้นพบได้ว่า ระเบียบการให้ข่าวสารของกองทัพบกสู่ประชาชน ไม่ได้มีการปรับปรุงแก้ไขให้มีความสอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน (พ.ศ. 2557) จึงอาจเป็นส่วนหนึ่งที่มีผลกระทบต่อแนวทางในการปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ของกองทัพบกที่ขาดความชัดเจนและการให้ความสำคัญต่องานด้านการประชาสัมพันธ์

## ปัจจัยภายในกองทัพบก

จากการศึกษาค้นคว้า พบว่า ปัจจัยภายในกองทัพบกที่มีอิทธิพลต่อแนวทางการประชาสัมพันธ์กองทัพบก มีดังนี้( นโยบายการปฏิบัติงานกองทัพบก (เพิ่มเติม) ประจำปีงบประมาณ 2557 : 3 – 25 )

1. วิสัยทัศน์กองทัพบก
2. เจตนารมณ์ของ พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา ผู้บัญชาการทหารบก
3. นโยบายกองทัพบก ประกอบด้วย

- 3.1 นโยบายกองทัพบกทั่วไป
- 3.2 นโยบายกองทัพบกเฉพาะ
4. การประชาสัมพันธ์ของกองทัพบก
5. ระเบียบกองทัพบกกว่าด้วยการให้ข่าวราชการ พ.ศ.2522

## 1. วิสัยทัศน์กองทัพบก

จากการศึกษาค้นคว้าพบว่า กองทัพบกโดยกรมยุทธการทหารบก ได้จัดประชุมสัมมนาการจัดทำวิสัยทัศน์กองทัพบก โดยระดมความคิดจากส่วนต่างๆ ภายในกองทัพบก และผู้บัญชาการทหารได้กรุณาอนุมัติวิสัยทัศน์กองทัพบก ว่า กองทัพบกใน ปี 2565 “เป็นกองทัพบกที่มีความพร้อม มีศักยภาพ และทันสมัย ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้” หรือ “Prepared, Potentialized and Modernized Army in Southeast Asia” มีประเด็นยุทธศาสตร์ (Strategic Issue) ในการพัฒนากองทัพบกจำนวน 8 ประเด็น ประกอบด้วย 1.) การพัฒนาการปฏิบัติงานเพื่อเทิดทูนสถาบันหลักของชาติ (ชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์) 2.) การปรับปรุงโครงสร้างกองทัพบกสู่ศวรรษหน้า 3.) การพัฒนาระบบบริหารจัดการกำลังพลอย่างยั่งยืน 4.) การพัฒนาคุณภาพชีวิตกำลังพลให้คู่มาตรฐานสากล 5.) การปรับปรุงพัฒนาระบบการฝึกและศึกษาทางทหารให้มีความทันสมัยสอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบันและอนาคต 6.) การส่งเสริมระบบการบริหารคุณภาพเพื่อพัฒนาระบบการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น 7.) การพัฒนาเทคโนโลยีด้านการทหาร 8.) การเตรียมกองทัพบกสู่ประชาคมอาเซียน

## 2. เจตนารมณ์ พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา ผู้บัญชาการทหารบก

พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา ผู้บัญชาการทหารบก ได้ประกาศเจตนารมณ์ ดังนี้  
 “ผู้บัญชาการทหารบก ต้องการให้หน่วยงานและกำลังพลของกองทัพบก ได้ยึดมั่นในการปฏิบัติงานตามบทบัญญัติแห่งรัฐธรรมนูญ และอุดมการณ์ทหารของชาติ ในการพิทักษ์ปกป้อง และดำรงไว้ซึ่งความมั่นคงของสถาบันหลักของชาติ ประกอบด้วย สถาบันชาติ ศาสนา และพระมหากษัตริย์ รวมทั้งผลประโยชน์แห่งชาติ และความสงบสุขของประชาชนโดยกองทัพบก จะต้องเสริมสร้างขีดความสามารถให้มีความพร้อมในทุกด้านอย่างเป็นระบบและมีเอกภาพ ทั้งด้านอำนาจกำลังพลที่มีตัวตน และไม่มีตัวตน เพื่อเผชิญกับภัยคุกคามทุกรูปแบบในทุกย่านระดับ ความขัดแย้ง นอกจากนี้จะต้องสามารถปฏิบัติการกิจได้อย่างหลากหลาย มีความอ่อนตัว ทั้งภารกิจทางทหาร และภารกิจทางทหารอื่นๆ นอกเหนือจากสงคราม ทั้งนี้เพื่อให้กองทัพบกสามารถเป็นหลักประกันความมั่นคงของชาติ ตลอดจนสามารถรักษาสถาบันหลัก และผลประโยชน์ของชาติ ให้ดำรงอยู่อย่างมั่นคง ยั่งยืน สืบไป”

### 3. นโยบายกองทัพบก

จากการศึกษาค้นคว้า ผู้วิจัยพบว่า กองทัพบกได้ประกาศนโยบายออกเป็น 2 ส่วน คือ นโยบายทั่วไป และนโยบายเฉพาะ ดังนี้

#### 3.1 นโยบายทั่วไป

กองทัพบกได้กำหนดให้ทุกส่วนราชการในกองทัพบกยึดถือนโยบาย เพื่อใช้เป็นแนวทางการปฏิบัติงาน ดังนี้

3.1.1 กองทัพบกจะต้องจัดเตรียม และเสริมสร้างขีดความสามารถทั้งด้าน โครงสร้างกำลัง (Force Structure) ความพร้อมรบ (Combat Readiness) ความต่อเนื่องในการรบ (Sustainability) และ ความทันสมัย (Modernization) ให้มีความพร้อมรบอย่างสมดุล ตลอดจน พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและงบประมาณค่าใช้จ่าย (Infrastructure & Overhead) เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงอย่างสอดคล้องเหมาะสม และเกื้อกูลต่อการเพิ่มพูนอำนาจกำลังรบ ทั้งที่มีตัวตนและ ไม่มีตัวตน เพื่อให้สามารถสนองตอบการปฏิบัติการกิจได้อย่างหลากหลาย (Multipurpose Forces) โดยการปรับปรุงโครงสร้างและการบริหารจัดการกองทัพบกให้ยึดถือตามนโยบาย กระทรวงกลาโหม และนโยบายผู้บัญชาการทหารบก ที่มีมาแล้ว โดยลำดับ ซึ่งได้กำหนดให้ ดำเนินการเป็น 3 ระยะ ได้แก่ ระยะสั้น ระยะปานกลาง และระยะยาว ซึ่งปัจจุบัน (พ.ศ. 2557) เป็น การดำเนินการในระยะสั้น ได้แก่ การปรับแก้ยุทธศาสตร์กำลังพลภายในหน่วยให้มีความเหมาะสม โดย แนวความคิดการปรับปรุงโครงสร้างกองทัพบกนั้น มีทั้งในส่วนที่หน่วยเสนอและในส่วนที่ คณะทำงานดำเนินการอยู่ ทั้งนี้ เพื่อให้ได้ข้อสรุปที่เหมาะสม สำหรับในระยะปานกลางเป็นการ ปรับเพิ่ม/ลด ส่วนราชการในทั้ง 7 ส่วนราชการของกองทัพบก เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพ และใน ระยะยาวจะปรับปรุงโครงสร้างของกองทัพบกใหม่ โดยอาจปรับลดส่วนราชการลงบางส่วน ทั้งนี้ ให้มีการศึกษาการดำเนินการของมิตรประเทศประกอบในการปรับ โครงสร้างกองทัพบกด้วย

3.1.2 ให้เสริมสร้างบรรยากาศในการปฏิบัติงานของหน่วยภายในกองทัพบก โดยจะต้องมีระเบียบวินัย มารยาทในการปฏิบัติงาน มีความรักความสามัคคี ช่วยเหลือ ให้เกียรติซึ่ง กันและกัน และยึดถือแบบธรรมเนียมทหารโดยเคร่งครัด

3.1.3 ให้หน่วยขึ้นตรงกองทัพบกทุกหน่วย ตลอดจนหน่วย/เหล่าสายวิทยาการ จัดทำฐานข้อมูลในเชิงลึกโดยละเอียด และปรับปรุงให้ทันสมัยอยู่เสมอ เพื่อเป็นข้อมูลให้ ผู้บังคับบัญชาใช้ในการตัดสินใจทั้งในด้านการจัดเตรียมกำลังและการใช้กำลังเพื่อเผชิญกับภัย คุกคามทางทหาร และการปฏิบัติการทางทหารนอกเหนือจากสงคราม

3.1.4 ให้หน่วยขึ้นตรงกองทัพบกยึดถือและดำเนินการตามนโยบายและสั่งการ ของผู้บัญชาการทหารบกเป็นลำดับแรก หากมีปัญหาคือข้อขัดข้อง อุปสรรคในการดำเนินการให้นำ

เรียนชี้แจง เพื่อขอรับนโยบายที่เหมาะสมในลำดับต่อไป โดยรองผู้บัญชาการทหารบกจะเป็นผู้รับผิดชอบกำกับดูแลการขับเคลื่อนนโยบายและติดตามการปฏิบัติในภาพรวม และมีผู้ช่วยเสนาธิการทหารบกฝ่ายต่างๆ และผู้บังคับบัญชาตามสายงานช่วยเหลือและกำกับดูแลในสายงานที่รับผิดชอบให้เป็นที่ไปด้วยความเรียบร้อย รวมทั้งให้ทุกหน่วยมีการประสาน/ร่วมมือในการปฏิบัติงาน ให้มีข้อตกลงใจต่อการปฏิบัติหลังการประชุมทุกครั้ง โดยให้มีการประสานและให้ข้อมูลประกอบการประชุมให้กับหน่วยล่วงหน้า เพื่อลดขั้นตอนในการดำเนินการให้เป็นที่ไปด้วยความรวดเร็ว ทันเวลา โดยจัดให้มีการประชุมเท่าที่จำเป็น นอกจากนี้ ให้รองผู้บัญชาการทหารบก กำกับดูแลการประชาสัมพันธ์/การปฏิบัติราชการข่าวสารของกองทัพกในภาพรวม เพื่อเป็นการชี้แจงผลงาน และเสริมสร้างภาพลักษณ์ของกองทัพก ทั้งนี้ การให้สัมภาษณ์กับสื่อมวลชนนั้น จะดำเนินการโดยผู้บัญชาการทหารบกและ/หรือผู้ได้รับมอบหมาย

3.1.5 ให้มีการบูรณาการร่วมกับหน่วยงานด้านความมั่นคง ภายนอกกองทัพก ในภารกิจต่างๆ เช่น การป้องกันชายแดน การช่วยเหลือผู้ประสบอุทกภัย ฯลฯ โดยอาจพิจารณาดำเนินการในสายงานกองอำนวยการรักษาความมั่นคงภายในราชอาณาจักร เพื่อประสานงานกับหน่วยงาน/ส่วนราชการ/ภาคเอกชน/ภาคประชาสังคมที่เกี่ยวข้อง ดำเนินการในส่วนที่รับผิดชอบ นอกจากนี้ให้มีการจัดทำฐานข้อมูลร่วมกัน เพื่อนำเสนอรัฐบาลในการแก้ไขปัญหาในระยะยาว โดยใช้งบประมาณและหน่วยงานของรัฐบาลที่เป็นผู้รับผิดชอบโดยตรง

3.1.6 การปรับปรุงแผนจัดหายุทธโศปกรณ์ โดยให้มีการแบ่งประเภทยุทธโศปกรณ์ให้มีความชัดเจน (ยุทธโศปกรณ์หลัก ยุทธโศปกรณ์พิเศษ ฯลฯ) ตลอดจนการแบ่งประเภทตามอายุการใช้งาน โดยยุทธโศปกรณ์ที่มีอายุการใช้งาน 30 ปีขึ้นไป ให้จัดหาทดแทนเพื่อความทันสมัย จำนวน 1 ใน 3 ยุทธโศปกรณ์ที่มีอายุการใช้งาน 20-30 ปี ให้ดำเนินการซ่อมปรับปรุง เพื่อเพิ่มขีดความสามารถและทันสมัย รวมทั้งยึดอายุการใช้งานให้ยาวนานขึ้น และยุทธโศปกรณ์ที่มีอายุการใช้งาน 20 ปีลง ให้ดำเนินการซ่อม/ปรนนิบัติบำรุงให้สามารถนำมาใช้งานได้อย่างต่อเนื่อง สำหรับการจัดหายุทธโศปกรณ์ของกองทัพกให้ดำเนินการเป็น 4 แนวทาง ได้แก่ การจัดหาจากต่างประเทศ การจัดหาภายในประเทศ การค้าต่างประเทศ และการวิจัยและพัฒนา ทั้งนี้ กองบัญชาการกองทัพไทย จะเป็นหน่วยบูรณาการในภาพรวม อย่างไรก็ตาม ในส่วนของกองทัพก จะต้องเตรียมข้อมูลประกอบการชี้แจงในทุกระดับ เพื่อให้เกิดความเข้าใจเหตุผลความจำเป็น และเกณฑ์เสี่ยงจะเกิดขึ้น หากกองทัพกไม่ได้รับการสนับสนุนงบประมาณในการดำเนินการ โดยสำนักงานปลัดบัญชาการกองทัพก จะต้องจัดทำงบประมาณประจำปีให้สอดคล้องสามารถชี้แจงเหตุผล ความจำเป็น และความต้องการงบประมาณล่าสุดของกองทัพกได้



3.1.7 ให้จัดตั้งคณะกรรมการยุทธศาสตร์กองทัพบก เพื่อกำหนดยุทธศาสตร์ที่สำคัญ เช่น ยุทธศาสตร์ในการเตรียมกำลัง ยุทธศาสตร์ในการใช้กำลัง ฯลฯ รวมทั้งแนวทางในการพัฒนากองทัพบกในด้านต่างๆ โดยจะมีการบูรณาการ และมีความเชื่อมโยงกับคณะทำงาน และสำนักงานกองทัพบกที่จัดตั้งไว้แล้ว นอกจากนี้ ให้เชิญอดีตผู้บัญชาการทหารบก และอดีตผู้บังคับบัญชาระดับสูง ที่มีความตั้งใจและสนใจการแก้ไขปัญหาต่างๆ ของกองทัพบก มาร่วมรับฟังแนวทางการแก้ไขในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ และผลการปฏิบัติงานของกองทัพบกในภาพรวมในห้วงที่ผ่านมา เพื่อให้เกิดความเข้าใจต่อการดำเนินการของกองทัพบก และกองอำนาจความรักษาความมั่นคงภายในราชอาณาจักร

3.1.8 การปรับปรุงระบบการบริหารจัดการทรัพยากรและการเสริมสร้างความพร้อมด้านต่างๆ เพื่อให้สามารถปฏิบัติการกิจที่รับมอบได้อย่างมีประสิทธิภาพและบังเกิดประสิทธิผลสูงสุด ด้วยการกำหนดนโยบายและแผนการดำเนินงานที่ชัดเจนในแต่ละด้าน โดยในห้วงที่ผ่านมาตั้งแต่ปี 2554 จนถึงปัจจุบัน กองทัพบกได้กำหนดนโยบายการพัฒนาองค์กรและระบบการบริหารจัดการ ได้แก่ ปีงบประมาณ 2554 เป็นการเสริมสร้างความพร้อมรบในภาพรวมประกอบด้วย ด้านกำลังพล ยุทโธปกรณ์ แผนการปฏิบัติและการฝึกศึกษา ปีงบประมาณ 2556 กำหนดให้เป็นปีแห่งการพัฒนาการบริหารจัดการและการฝึกของกองทัพบกที่มุ่งไปสู่ผลสัมฤทธิ์เพื่อเป็นการลดเวลา ขั้นตอน และอุปสรรคของการดำเนินงานด้านต่างๆ รวมทั้งการเตรียมความพร้อมสำหรับการเปลี่ยนผ่านสู่ประชาคมอาเซียนในปี 2558 โดยมีกิจกรรมที่สำคัญ เช่น การจัดทำฐานข้อมูลกำลังพล และครอบครัว ที่ได้รับผลกระทบจากการปฏิบัติการกิจ เพื่อให้สามารถตรวจสอบติดตามให้การดูแลช่วยเหลือได้อย่างทั่วถึงและต่อเนื่อง การสำรวจ ตรวจสอบจำนวนและสถานภาพสิ่งอุปกรณ์ในคลังของหน่วยแต่ละระดับ เพื่อให้สามารถบริหารจัดการทรัพยากรของหน่วยให้เกิดประโยชน์อย่างสูงสุด การบูรณาการภารกิจและการเตรียมความพร้อมด้านการบรรเทาสาธารณภัย การจัดการแข่งขันหน่วยทหารทรหด การแข่งขันหน่วยทหารขนาดเล็ก การแข่งขันหน่วยทหารพราน เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการปฏิบัติการกิจของหน่วย เป็นต้น ในปีงบประมาณ 2557 ได้กำหนดให้เป็น “ปีแห่งการเตรียมความพร้อมกองทัพบกไปสู่อนาคต” เพื่อให้กองทัพบกมีศักยภาพและทันสมัยเพิ่มขึ้นในทุกมิติ สำหรับรองรับภัยคุกคามที่มีผลกระทบต่อความมั่นคงของชาติในทุกรูปแบบ โดยกรมฝ่ายเสนาธิการ และกรมฝ่ายยุทธบริการ จะต้องมีความพร้อมทั้งข้อมูลพื้นฐานที่สมบูรณ์ ถูกต้อง และทันเวลา ทั้งฐานข้อมูลเร่งด่วนและฐานข้อมูลในเชิงลึก

ทั้งนั้น ให้มีการประชาสัมพันธ์ในหน่วยและกำลังพลของกองทัพบกทุกระดับได้รับทราบ โดยทั่วกัน เพื่อให้มีความเข้าใจและตระหนักถึงบทบาทในการเป็นองค์กรหลักด้านความมั่นคง และการปกป้องผลประโยชน์ของชาติ

### 3.2 นโยบายเฉพาะ

สำหรับในปีงบประมาณ 2557 ผู้บัญชาการทหารบกยังคงต้องการให้หน่วยขึ้นตรงกองทัพบก ดำรงการดำเนินงานจากแผนงาน/งาน/โครงการ ในปีงบประมาณ 2556 ที่ผูกพันอยู่ ทั้งนี้เพื่อให้การพัฒนากองทัพบกเกิดความต่อเนื่องในเชิงนโยบายและบังเกิดผลสำเร็จในทางปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม ตลอดจนสอดคล้องตามกรอบระยะเวลาที่กำหนด โดยได้กำหนดนโยบายการปฏิบัติงานเฉพาะด้าน ประจำปีงบประมาณ 2557 (เพิ่มเติม) ซึ่งผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าจากเอกสาร ตำรา แผนงานต่างๆ ของกองทัพบก โดยได้คัดเลือกในส่วนที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย เรื่อง “แนวทางการประชาสัมพันธ์ข่าวสารกองทัพบกทางสื่อสังคมออนไลน์” ดังนี้

#### 3.2.1 ด้านกำลังพล

(1) การจัดหากำลังพลทุกประเภทของกองทัพบก ให้ยึดถือปฏิบัติตามนโยบายจัดการและบรรจุกำลังพล ประจำปีงบประมาณ 2555-2559 ควบคู่กับแนวทางการบรรจุกำลังพลกองทัพบก ปี 2556-2569 เพื่อให้การจัดหาและการจัดสรรกำลังพลสอดคล้องกับแผนงานด้านยุทธการ ภัยคุกคามทหาร ภัยคุกคามรูปแบบใหม่ ข้อจำกัดทางด้านงบประมาณ และปัจจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยให้ความสำคัญเร่งด่วน ในการจัดสรรกำลังพลให้กับหน่วยในส่วนกำลังรบและส่วนสนับสนุนการรบ

(2) การจัดหากำลังพลทดแทนการสูญเสียให้ดำเนินการตาม “มาตรการรักษายอดกำลังพลของกองทัพบก” เป็นหลัก เพื่อให้สามารถบริหารงบประมาณที่มีอยู่ให้คุ้มค่า และเกิดประโยชน์สูงสุด รวมทั้งทำให้สามารถบรรจุกำลังพลทดแทนการสูญเสียได้ทันในสัดส่วน 1 ต่อ 1 หรือมากกว่า และสามารถบรรจุกำลังพลเพิ่มเติมให้กับหน่วยที่ขาดแคลนกำลังพลได้ด้วย

(3.) การบรรจุและปรับย้ายแต่งตั้งกำลังพล มีความมุ่งหมายหลักคือ การบรรจุคนให้เหมาะสมกับงาน (Put the right man on the right Job) ดังนั้น การคัดสรรกำลังพลเข้าดำรงตำแหน่งต่างๆ ต้องยึดถือหลักธรรมาภิบาล (Good Governance) อย่างเคร่งครัด

(4.) ขยายความร่วมมือทางด้านการศึกษากับประเทศสมาชิกอาเซียนและประเทศในภูมิภาคอื่นๆ ให้มากขึ้น

#### 3.2.2 ด้านการข่าว

(1.) ปรับปรุงระบบงานด้านการข่าวอย่างต่อเนื่องเพื่อให้สามารถตอบสนองต่อภารกิจของกองทัพบกได้อย่างมีประสิทธิภาพ ครอบคลุมงานข่าวกรองยุทธศาสตร์ ข่าวกรองความมั่นคง และข่าวกรองยุทธวิธี รวมทั้งปรับปรุงรูปแบบการดำเนินงานให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมด้านความมั่นคงที่เปลี่ยนแปลงไป โดยเฉพาะในประเด็นความมั่นคงที่เกี่ยวข้องกับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนในปี 2558

(2.) ดำเนินการรักษาความปลอดภัยเกี่ยวกับบุคคล เอกสาร และสถานที่ให้ขึ้นไปตามระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการรักษาความปลอดภัยแห่งชาติ พ.ศ. 2552 และระเบียบว่าด้วยการรักษาความลับของทางราชการ พ.ศ.2544 โดยเคร่งครัด

(3.) พัฒนาองค์ความรู้ด้านการข่าวให้กับกำลังพลในทุกกระดับ โดยจัดให้มีการศึกษาและการฝึกอบรมด้านการข่าวกรอง

(4.) เสริมสร้างความสัมพันธ์ ความช่วยเหลือ และความร่วมมือกับกองทัพบกประเทศเพื่อนบ้านและมิตรประเทศ

### 3.2.3 ด้านยุทธการ

(1.) การเตรียมกำลัง : ให้ยึดถือกรอบตามแนวทาง และเป้าหมายในการพัฒนากองทัพบกตามแนวความคิดการปรับปรุงโครงสร้างกองทัพบกปี 2556-2569 ซึ่งจะบรรจุไว้ในแผนแม่บทการปรับปรุงโครงสร้างกระทรวงกลาโหม พ.ศ.2550 ที่อยู่ระหว่างการปรับปรุงตลอดจนพระราชบัญญัติจัดระเบียบราชการกระทรวงกลาโหม พ.ศ.2551 โดยยึดถือเป้าหมายในการดำเนินการที่กำหนดไว้แล้ว ทั้งในส่วนบัญชาการส่วนกำลังพล ส่วนสนับสนุนการรบ ส่วนส่งกำลังบำรุง ส่วนภูมิภาค ส่วนการศึกษาและหลักนิยาม และส่วนพัฒนาประเทศ โดยในระยะสั้นตั้งแต่ปัจจุบันถึงปีงบประมาณ 2559 ให้มุ่งเน้นการปรับแก้กำลังพลจากส่วนที่มีความจำเป็นน้อยไปให้กับส่วนกำลังรบและส่วนสนับสนุนการรบให้มีกำลังพลบรรจุจริงตามอัตราอนุมัติ ระยะปานกลาง ปีงบประมาณ 2560 – 2564 เป็นการปรับการจัดหน่วยกำลังพลระดับกองพันให้สอดคล้องกับภารกิจและพื้นที่รับผิดชอบ โดยแบ่งเป็นหน่วยกำลังรบหลัก จำนวน ประมาณ 2 ใน 3 ของหน่วยกำลังรบที่มีอยู่ เพื่อรองรับภัยคุกคามแบบดั้งเดิมและหน่วยกำลังรบประจำพื้นที่ จำนวนประมาณ 1 ใน 3 ของหน่วยกำลังรบที่มีอยู่ เพื่อรองรับภัยคุกคามรูปแบบใหม่ และระยะยาว ปีงบประมาณ 2565-2569 เป็นการปรับการจัดหน่วยกำลังรบหลักให้มีความสมบูรณ์ในตัวเอง และมีขีดความสามารถในการปฏิบัติภารกิจที่หลากหลาย

### 3.2.4 ด้านส่งกำลังบำรุง

(1.) สนับสนุนให้ภาคเอกชนเข้ามามีส่วนในกิจการด้านการส่งกำลังบำรุงของกองทัพบกทั้งด้านการผลิตสิ่งอุปกรณ์ การซ่อมบำรุง งานบริการขนส่ง และงานบริการอื่นๆ เพื่องานที่กองทัพบกดำเนินการแล้วไม่คุ้มทุน หรือมีความซ้ำซ้อนกับภาคเอกชน

(2.) การดำเนินกิจกรรมวิธีจัดซื้อ/จัดจ้าง เพื่อให้ได้มาซึ่งสิ่งอุปกรณ์จะต้องดำเนินการด้วยความโปร่งใส เป็นธรรม และสามารถตรวจสอบได้ รวมถึงจะต้องเร่งรัดดำเนินการและพัฒนากระบวนการ/ขั้นตอนการจัดซื้อ/จัดจ้าง ให้มีความรวดเร็วมากยิ่งขึ้น เพื่อให้

สามารถผูกพันงบประมาณ/เบิกจ่ายงบประมาณได้ตามเป้าหมายที่รัฐบาลกำหนด และหน่วยใช้ได้รับสิ่งอุปกรณ์ไว้ใช้งานอย่างถูกต้องตรงตามความต้องการ/ทันเวลา

### 3.2.5 ด้านกิจการพลเรือน

กองทัพบก กำหนดให้กรมกิจการพลเรือนกองทัพบก เป็นฝ่ายอำนวยการด้านกิจการพลเรือนทั้งหมด ประกอบด้วย และมีสำนักงานเลขานุการกองทัพบก เป็นหน่วยปฏิบัติในด้านการประชาสัมพันธ์กองทัพบก จากการศึกษาค้นคว้าผู้วิจัยพบว่า มีนโยบายด้านกิจการพลเรือน ดังนี้

(1) จัดกิจกรรมและสนับสนุนการจัดกิจกรรม เพื่อแสดงออกถึงความจงรักภักดี การเทิดทูน และการพิทักษ์รักษาไว้ซึ่งสถาบันพระมหากษัตริย์ในทุกโอกาส รวมทั้งปกป้องมิให้มีการล่วงละเมิดพระบรมเดชานุภาพอย่างเต็มขีดความสามารถ

(2) ดำเนินการโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริอย่างเต็มขีดความสามารถ โดยถือเป็นความเร่งด่วนลำดับแรก ทั้งนี้ให้มีการบริหารจัดการแบบเป็นพื้นที่ เพื่อความต่อเนื่องและการบริหารทรัพยากรอย่างคุ้มค่า รวมทั้งน้อมนำแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ขยายผลไปสู่กำลังพล ครอบครัว และประชาชน เพื่อใช้เป็นแนวทางการดำเนินชีวิตในทุกโอกาส

(3) ให้นำหน่วยป้องกันชายแดนในทุกระดับ พร้อมสนับสนุนการพิทักษ์ผลประโยชน์ของชาติในพื้นที่ชายแดน มุ่งเน้นการเตรียมสนามรบด้านกิจการพลเรือน ทั้งในเรื่องการพัฒนาพื้นที่เพื่อความมั่นคงการพัฒนากำลังประชาชน การเสริมสร้างอุดมการณ์รักชาติพร้อมทั้งดำเนินการตามโครงการหมู่บ้านเข้มแข็งคู่ขนาดตามแนวชายแดน

(4) ให้การช่วยเหลือผู้ประสบภัยพิบัติโดยทันที เมื่อภัยพิบัตินั้นคุกคามต่อชีวิตและทรัพย์สิน โดยการพัฒนาหน่วยงานด้านกำลังพล ยุทธโศปกรณ์และหลักการ รวมทั้งบูรณาการการวางแผน และประสานความร่วมมือกับทุกภาคส่วน ตั้งแต่ขั้นตอนการวางแผนเพื่อป้องกันและแก้ไขปัญหาภัยพิบัติในภาพรวมของประเทศชาติเพื่อให้การปฏิบัติเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

(5) สนับสนุนการแก้ไขปัญหาความมั่นคงด้านสิ่งแวดล้อม โคนการจัดทำและขยายผลการดำเนินการตามโครงการ “ฟื้นฟูป่าต้นน้ำเฉลิมพระเกียรติ สมเด็จพระนางเจ้าพระบรมราชินีนาถ” และขยายผลการดำเนินการตามโครงการ “ครอบครัวต้นไม้ น้อมเกล้าฯ ถวายแด่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว และสมเด็จพระนางเจ้าฯ พระบรมราชินีนาถ” รวมทั้งการสร้างสภาพแวดล้อมที่ดีอย่างยั่งยืนต่อไป

(6) ใช้ศักยภาพของกองทัพบกในการสนับสนุนการพัฒนาประเทศ ทั้งในด้านโครงการฟื้นฟูและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ตามโครงการพัฒนาต่างๆ ให้สอดคล้องกับการปฏิบัติการหลักของกองทัพรวมทั้งให้สนับสนุนการพัฒนาประเทศตามนโยบายของรัฐบาล สำหรับพัฒนาทรัพยากรมนุษย์โดยเฉพาะในกลุ่มเด็กและเยาวชน มุ่งเน้นการอบรมส่งเสริมคุณธรรม และจริยธรรม ตลอดจนการส่งเสริมสร้างอุดมการณ์ความรักชาติ ศาสนา และสถาบันพระมหากษัตริย์

(7) สนับสนุนการแก้ไขปัญหาสังคมตามนโยบายของรัฐบาล และหน่วยเหนือ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการแก้ไขปัญหาเสพติด ตามโครงการ “หมู่บ้าน/ชุมชนสีขาว” ในการป้องกันยาเสพติดในกลุ่มเยาวชนการบำบัดฟื้นฟูผู้ติดยาเสพติด และการรณรงค์ประชาสัมพันธ์การป้องกันและสกัดกั้นยาเสพติดต่อเป้าหมายที่เป็นกลุ่มเสี่ยงและประชาชนทั่วไป

(8) สนับสนุนการปกครองในระบบประชาธิปไตย อันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข และให้การสนับสนุนแก่คณะกรรมการการเลือกตั้งในทุกระดับ โดยให้ยึดถือและปฏิบัติตาม “คู่มือแนวทางการปฏิบัติของหน่วย และกำลังพล ในการส่งเสริมและสนับสนุนการเลือกตั้งตามนโยบายของกองทัพบก” ตลอดจนนโยบายและการสั่งการของผู้บังคับบัญชาตามหัวระยะเวลาอย่างเคร่งครัด

(9) เสริมสร้างความเข้มแข็งของชมรมทหารกองหนุนในทุกระดับ เพื่อเป็นศูนย์กลางในการประสานงาน รวมทั้งการเชื่อมโยงมวลชนประเภทต่างๆ เพื่อสนับสนุนการปฏิบัติการของกองทัพบก

(10) การปฏิบัติการจิตวิทยา และการประชาสัมพันธ์เสริมสร้างภาพลักษณ์ในเชิงบวกของสถาบันทหารให้ปรากฏต่อทุกภาคส่วน โคนเน้นการเพิ่มศักยภาพของกำลังพล และเครื่องมือในระดับต่างๆ ให้มีขีดความสามารถในการประชาสัมพันธ์การปฏิบัติการของกองทัพบกในหลากหลายมิติ เน้นสื่อบุคคลโดยใช้วิทยากรประเภทต่างๆ ในการเผยแพร่ข่าวสารไปสู่เป้าหมายแผนที่กำหนด

(11) ให้ความสำคัญในเรื่อง “เสนาสนเทศ และ ประชาสนเทศ” รวมทั้งพัฒนารูปแบบวิธีการให้สอดคล้องกับสถานการณ์ เพื่อให้กำลังพลและครอบครัวของกองทัพบก ตลอดจนประชาชนรับทราบและเข้าใจนโยบายสำคัญ และจุดยืนของกองทัพบกในการปฏิบัติการไปในทางเดียวกัน

(12) พัฒนาหลักนิยม หลักการ และแนวทางปฏิบัติงานด้านกิจการพลเรือนในทุกมิติให้มีความทันสมัย และสอดคล้องกับรูปแบบภัยคุกคามที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อให้พร้อมสนับสนุนการปฏิบัติการทางทหาร และผลประโยชน์ของชาติโดยรวม

(13) พัฒนาการฝึกศึกษาในสายงานกิจการพลเรือนให้ครอบคลุมทุกมิติ ทั้งด้านการเมือง เศรษฐกิจ เทคโนโลยี สังคมวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อม และวิถีชีวิตชุมชน ที่เกี่ยวข้อง และสอดคล้องกับสถานการณ์และการปฏิบัติการทางทหาร ทั้งในระดับยุทธวิธี และยุทธศาสตร์ที่เปลี่ยนแปลงไป

(14) พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของกองทัพบก ทั้งที่เป็นพิพิธภัณฑ์เชิงประวัติศาสตร์ สถานที่พักผ่อนให้มีทัศนียภาพที่สวยงามและมีความภาคภูมิใจ รวมทั้งส่งเสริมการจัดกิจกรรมเพื่อการปลูกฝังอุดมการณ์ความรักชาติ และเสริมสร้างจิตสำนึกด้านความมั่นคง โดยให้หน่วยที่รับผิดชอบสามารถบริหารจัดการได้ด้วยตนเอง และจะต้องไม่เป็นการสร้างภาระให้กับกองทัพบก

(15) สนับสนุนการเตรียมการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนในเรื่องความร่วมมือ เรื่องการช่วยเหลือด้านมนุษยธรรม และการบรรเทาภัยพิบัติ ความมั่นคงด้านสิ่งแวดล้อม และการป้องกันและรักษาผลประโยชน์ของชาติในพื้นที่ชายแดน

### 3.2.5 ด้านปลัดบัญชา

ดำเนินการด้านการพัฒนาระบบราชการให้บรรลุตามเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้ตามพระราชกฤษฎีกาว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี พ.ศ. ๒๕๔๖ และแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบราชการไทย (พ.ศ. ๒๕๕๖ – ๒๕๖๑) โดยมุ่งเน้นกิจกรรมสำคัญได้แก่

(1) ปรับปรุงกลไกการบริหารงานเพื่อขับเคลื่อนนโยบายและยุทธศาสตร์ของกองทัพบกให้สามารถตอบสนองต่อบทบาทภารกิจหรือบริบทในสภาพการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป

(2) การพัฒนาเพื่อมุ่งสู่การเป็นองค์กรที่มีขีดสมรรถนะสูง (High Performance Organization) โดยส่งเสริมให้มีการแลกเปลี่ยนประสบการณ์และการจัดการความรู้อย่างเป็นระบบเพื่อมุ่งสู่การเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้

(3) พัฒนาข้าราชการและเจ้าหน้าที่ให้มีขีดสมรรถนะและความมุ่งมั่นในการปฏิบัติการราชการ ปรับเปลี่ยนกระบวนทัศน์วัฒนธรรมและค่านิยม รวมทั้งพัฒนาคุณธรรมและจริยธรรมให้แก่ข้าราชการทุกระดับ

(4) การส่งเสริมให้มีการบริหารจัดการภาครัฐ เพื่อยกระดับขีดความสามารถในการปฏิบัติงานให้อยู่ในระดับมาตรฐานสากล

(5) ปรับปรุงประสิทธิภาพระบบบริหารงานและเพิ่มขีดสมรรถนะของบุคลากรให้มีความพร้อมรับการเปลี่ยนแปลง เพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนในปี ๒๕๕๘

(6) การส่งเสริมให้หน่วยงานใช้หลักการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีเป็นแนวทางในการทำงานและยกระดับธรรมาภิบาลของหน่วยงานให้อยู่ในระดับที่ยอมรับของประชาชน โดยเฉพาะการพัฒนาข้าราชการและเจ้าหน้าที่ให้มีความรู้ความเข้าใจเรื่องธรรมาภิบาล รวมทั้งกำหนดให้มีแนวทางการปฏิบัติงานเพื่อป้องกันการทุจริตประพฤติกมิชอบในแต่ละหน่วยงาน

3.2.6 นโยบายการแก้ไขปัญหาการก่อความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้

ปัญหาการก่อเหตุรุนแรงในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ได้ส่งผลกระทบต่อความมั่นคงของประเทศในหลายมิติทั้งด้านสังคมจิตวิทยา เศรษฐกิจ การเมือง และการปกครอง ซึ่งรากฐานของปัญหาดังกล่าวมีความเป็นมาอย่างยาวนาน และหยั่งรากลึกต่อความรู้สึกนึกคิดของประชาชนบางส่วน อันส่งผลให้การปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่รัฐเป็นไปด้วยความยากลำบาก และซับซ้อน รวมทั้งจะต้องใช้เวลาดำเนินการอย่างต่อเนื่องทั้งในระยะสั้นและระยะยาว ผู้บัญชาการทหารบก ในฐานะรองผู้อำนวยการรักษาความมั่นคงภายในราชอาณาจักร จึงมีนโยบายและแนวทางโดยให้ทุกหน่วยดำรงความต่อเนื่อง และเร่งขยายผลความสำเร็จในการปฏิบัติงานต่อจากปีงบประมาณ ๒๕๕๖ ซึ่งเป็นการปฏิบัติในขั้นที่ ๒ (การปฏิบัติงานเชิงรุกควบคู่กับการพัฒนา) และอยู่ระหว่างการเปลี่ยนผ่านไปสู่ขั้นที่ ๓ (การเสริมสร้างสันติสุขและการพัฒนาอย่างยั่งยืน)

3.2.7 แนวทางปฏิบัติของกองทัพบกในการเตรียมความพร้อมกองทัพบกไปสู่ออนาคต

จากสภาพแวดล้อมด้านความมั่นคงที่จะส่งผลกระทบต่อประเทศไทย และกองทัพบก ข้อจำกัดทางด้านงบประมาณในภาพรวมของประเทศ รวมทั้งนโยบายของรัฐบาล และกระทรวงกลาโหม ที่ไม่ให้หน่วยงานราชการปรับปรุงโครงสร้างการจัดหน่วย และปรับปรุงแก้ไขอัตรากำลังพล ที่มีผลทำให้อัตรากำลังพลและงบประมาณด้านกำลังพลเพิ่มสูงขึ้น ยกเว้นเป็นการดำเนินการตามนโยบายของหน่วยเหนือและเป็นการแก้ไขปัญหาที่สำคัญของชาติ โดยต้องได้รับความเห็นชอบจากกระทรวงกลาโหมและคณะรัฐมนตรีตามขั้นตอนทำให้กองทัพบกต้องใช้การบริหารจัดการให้หน่วยกำลังรบ และหน่วยสนับสนุนตามสัดส่วน ให้มีความพร้อมในการรองรับภัยคุกคามทั้งแบบดั้งเดิม และภัยคุกคามรูปแบบใหม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยการดำเนินการในห้วงที่ผ่านมาผู้บัญชาการทหารบกได้กรุณาอนุมัติวิสัยทัศน์กองทัพบกปี ๒๕๖๕ แนวคิดการปรับปรุงโครงสร้างกองทัพบก ปี ๒๕๕๖ – ๒๕๖๕ การกำหนดให้มีหน่วยกำลังรบหลักและหน่วยกำลังรบประจำพื้นที่ และพัฒนาไปสู่การจัดหน่วยเป็นกำลังรบผสมเหล่าในระดับกรมโดยให้มีการจัดตั้ง

หน่วยเท่าที่จำเป็น เพื่อการแก้ไขปัญหาสำคัญของชาติ การรองรับปริมาณงานที่เพิ่มสูงขึ้นการเตรียมความพร้อมเข้าสู่การเป็นประชาคมอาเซียนในปี ๒๕๕๘ ตลอดจนได้ให้ความสำคัญกับการปรับปรุงระบบการบริหารจัดการทรัพยากรและการเสริมสร้างความพร้อมด้านต่างๆ เพื่อให้สามารถปฏิบัติภารกิจที่รับมอบได้อย่างมีประสิทธิภาพและบังเกิดประสิทธิผลสูงสุด ด้วยการกำหนดนโยบายและแผนการดำเนินงานที่ชัดเจนในแต่ละด้าน โดยในห้วงที่ผ่านมาตั้งแต่ปี ๒๕๕๔ จนถึงปัจจุบัน ผู้บัญชาทหารบกได้กำหนดนโยบายการพัฒนากองทัพและระบบการบริหารจัดการ ซึ่งถือเป็นการบริหารจัดการกองทัพภายใต้ข้อจำกัดทางด้านงบประมาณ เพื่อให้สามารถปฏิบัติภารกิจที่ได้รับมอบได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยปีงบประมาณ ๒๕๕๔ ได้กำหนดนโยบายเป็น “ปีแห่งการเสริมสร้างความพร้อมรบในภาพรวม” ประกอบด้วยด้านกำลังพล ยุทโธปกรณ์ การฝึกศึกษา และแผนการปฏิบัติราชการ ปีงบประมาณ ๒๕๕๕ เป็นต้น ต่อมาในปีงบประมาณ ๒๕๕๖ ได้กำหนดนโยบายเป็น “ปีแห่งการพัฒนากองทัพสู่การเป็นทหารมืออาชีพ” ด้วยการเสริมสร้างลักษณะผู้นำอุดมการณ์ความรักชาติ และความจงรักภักดีต่อสถาบันพระมหากษัตริย์ และปีงบประมาณ ๒๕๕๖ เป็น “ปีแห่งการพัฒนาระบบการบริหารจัดการและการฝึกของกองทัพที่มุ่งไปสู่ผลสัมฤทธิ์” ดังนั้น เพื่อให้มีความต่อเนื่องในเชิงนโยบาย จึงกำหนดให้ปีงบประมาณ ๒๕๕๗ เป็น “ปีแห่งการเตรียมความพร้อมกองทัพไปสู่อนาคต” ซึ่งเป็นการเตรียมการสู่การเป็นกองทัพในอนาคตที่มีความพร้อม มีศักยภาพ และมีความทันสมัยภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ตามวิสัยทัศน์กองทัพปี ๒๕๖๕

#### 4. การประชาสัมพันธ์ของกองทัพ

จากการศึกษาพบว่า การประชาสัมพันธ์ของกองทัพ โดยกองประชาสัมพันธ์ สำนักงานเลขานุการกองทัพ มีกรอบแนวคิดการปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ ดังนี้ (คู่มือการประชาสัมพันธ์กองทัพ โดยกรมกิจการพลเรือนทหารบก)

##### 4.1 ความหมายการประชาสัมพันธ์ของกองทัพ

การประชาสัมพันธ์กองทัพ หมายถึง การติดต่อสื่อสารระหว่างกองทัพหรือหน่วยขึ้นตรงกองทัพกับกลุ่มประชาชน หรือชุมชนเป้าหมายเพื่อสร้างความเข้าใจอันถูกต้องในอันที่จะสร้างความเชื่อถือศรัทธาและความร่วมมือตลอดจนความสัมพันธ์ที่ดีโดยมีการดำเนินการอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ ซึ่งจะช่วยให้การปฏิบัติงานของกองทัพบรรลุเป้าหมายที่กำหนด

##### 4.2 ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์เป็นงานสื่อสารที่จำเป็นอย่างยิ่งและมีขอบเขตกว้างขวางยิ่งหน่วยงานมีขนาดใหญ่ระบบงานก็ยิ่งมีความสลับซับซ้อนมากขึ้น ทำให้การประชาสัมพันธ์มี



ความจำเป็นมากขึ้น เพื่อทำการสื่อสารความเข้าใจและปรับความเข้าใจซึ่งกันและกันในระหว่าง กองทัพบก และหน่วยขึ้นตรงกองทัพบก รวมทั้งสาธารณชนที่เกี่ยวข้อง การประชาสัมพันธ์ช่วย เสริมสร้างลักษณะความเป็นผู้นำของกำลังพลในกองทัพบกการเสริมสร้างความรักความเข้าใจใน การประชาสัมพันธ์ต้องจัดให้มีการติดต่อสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ เพื่อให้เกิดการจูงใจน้อมนำ โนม้ น้าวเร้าอารมณ์ให้อ่อนไหวคล้อยตามให้ความร่วมมือร่วมใจเกิดความสนับสนุนจากประชาชนตาม แผนที่วางไว้ด้วยการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องตลอดเวลาไปยังกลุ่มเป้าหมายที่กำหนดอย่างไม่ลดละ เพื่อให้ประชาชนกลุ่มเป้าหมายเกิดความเชื่อถือเลื่อมใสศรัทธา จึงนับได้ว่าเป็นการประชาสัมพันธ์ ที่มีประสิทธิภาพ

#### 4.3 หลักการประชาสัมพันธ์ของกองทัพบก มีที่สำคัญอยู่ 3 ประการ คือ

4.3.1 การบอกกล่าวหรือชี้แจงเผยแพร่ให้ทราบ คือการบอกกล่าวชี้แจงให้ ประชาชนทราบถึงนโยบาย วัตถุประสงค์การดำเนินงานและผลงานหรือกิจกรรมต่างๆ ตลอดจน ข่าวดร้าวความเคลื่อนไหวของกองทัพบก และหน่วยขึ้นตรง ให้ประชาชนและกลุ่มประชาชนที่ เกี่ยวข้องได้รับทราบและรู้เห็นถึงสิ่งดังกล่าวด้วย

4.3.2 การป้องกันและการแก้ไขความเข้าใจผิด หน่วยที่มีหน้าที่รับผิดชอบ โดยตรงด้านการประชาสัมพันธ์ ต้องค้นหาสาเหตุที่อาจทำให้ประชาชนเกิดความเข้าใจผิดต่อ กองทัพบกแล้วหาแนวทางสร้างความเข้าใจที่ดีต่อกัน

4.3.3 การสำรวจประชามติ เป็นการสำรวจ ทศนคติ ความพึงพอใจ และความ ต้องการประชาชนให้กองทัพบกเป็นอย่างไร เพื่อตอบสนองสิ่งต่างๆ ให้สอดคล้องกับความต้องการ และไม่ต้องการของประชาชน

#### 4.4 วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ของกองทัพบก มีดังนี้

4.4.1 เพื่อสร้างความนิยม (good will) ให้เกิดขึ้นในหมู่ประชาชน เพื่อให้ ประชาชนสนับสนุนการปฏิบัติงานตามภารกิจของกองทัพบก

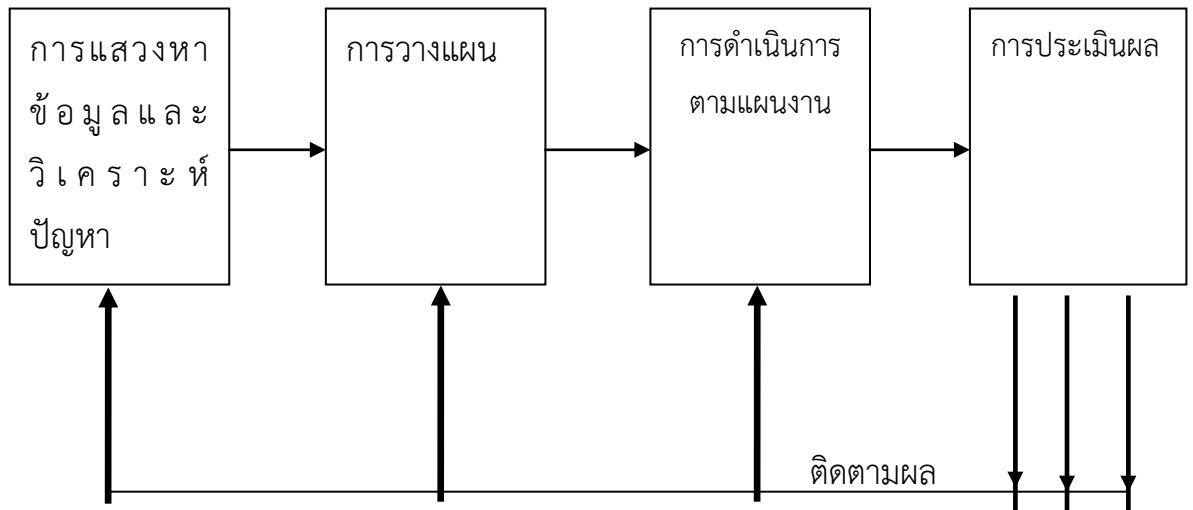
4.4.2 เพื่อป้องกันและรักษาชื่อเสียงของกองทัพบก เพื่อสร้างความรัก ความ ผูกพัน ความศรัทธา และความเชื่อมั่นของประชาชนที่มีต่อกองทัพบก

4.4.3 เพื่อสร้างความสัมพันธ์ภายในกองทัพบก หมายถึง กำลังพลภายใน กองทัพบกและครอบครัว เพื่อให้เกิดความสามัคคีเสริมสร้างขวัญและความรักใคร่ผูกพันจงรักภักดี ต่อหน่วยงาน (เสนาสนเทศ) และประชาสัมพันธ์ภายนอก ได้แก่ความสัมพันธ์ของกองทัพบก กับ ชุมชนที่อยู่รอบค่ายทหาร (ชุมชนสัมพันธ์) และประชาชนทั่วไป (ประชาสนเทศ) เพื่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจและให้ความร่วมมือกับกองทัพบก และหน่วยขึ้นตรงด้วยดี

4.4.4 เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับกองทัพบก

#### 4.5 การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของกองทัพบก

การดำเนินงานประชาสัมพันธ์หรือการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ของกองทัพบก เป็นกิจกรรมที่มีลำดับขั้นตอนการทำงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายตามที่องค์การต้องการ โดยดำเนินการอย่างต่อเนื่องเรียกว่า “วงล้อประชาสัมพันธ์” (PR wheel) ดัง



แผนภาพที่ 3-2 วงล้อประชาสัมพันธ์ (PR wheel)

จากแผนภาพที่ 3-2 “วงล้อประชาสัมพันธ์”(PR wheel) สามารถอธิบายได้ดังนี้

4.5.1 ขั้นแสวงหาข้อมูลและวิเคราะห์ปัญหา (fact-finding and analysis problem) เป็นขั้นตอนแรกของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ซึ่งเป็นการค้นหาข้อเท็จจริงและข้อมูลต่างๆที่เกี่ยวกับสถานการณ์หรือปัญหาที่ กองทัพบก ประสบอยู่โดยอาศัยวิธีการวิจัยการรับฟังความคิดเห็น (research listening) การวิจัยนำผลการวิจัยมาพิจารณาประกอบการตัดสินใจในการกำหนดแผนการประชาสัมพันธ์ต่อไป

4.5.2 ขั้นการวางแผน-การตัดสินใจ (planning-decision making) เป็นการนำข้อมูลข้อเท็จจริงต่างๆที่ได้จากการทำวิจัยการรับฟังความคิดเห็นมากำหนดเป็นนโยบายแผนงานกิจกรรมโครงการโดยวางแผน (planning) ซึ่งวางแผนประชาสัมพันธ์เป็นขั้นตอนหนึ่งในการดำเนินงานการประชาสัมพันธ์ประกอบด้วย 6 ขั้นตอนดังนี้

(1) การกำหนดวัตถุประสงค์ ( Objective ) จะต้องกำหนดหรือระบุไว้ อย่างชัดเจนว่าเพื่ออะไรบ้าง

(2) การกำหนดกลุ่มประชาชนเป้าหมาย (Target public) จะต้องระบุให้ แน่ชัดว่ากลุ่มประชาชนเป้าหมายคือกลุ่มใด

(3) การกำหนดแนวหัวข้อเรื่อง (Themes) จะต้องกำหนดให้แน่นอนว่าแนวหัวข้อเรื่องนั้นจะเน้นไปทางใดตลอดจนการกำหนดสัญลักษณ์หรือข้อความสั้นๆเป็นคำขวัญต่างๆที่จดจำได้ง่ายหรือดึงดูดความสนใจได้ดี

(4) การกำหนดช่วงระยะเวลา (Timing) จะต้องมีการกำหนดช่วงระยะเวลาหรือจังหวะเวลาที่เหมาะสมในการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อเป็นการปูพื้นก่อน

(5) การกำหนดชนิดของสื่อและเทคนิคต่างๆ (Media and techniques)

(6) การกำหนดงบประมาณ (Budget) จะต้องกำหนดงบประมาณที่จะใช้ในการดำเนินการให้ชัดเจนรวมถึงบุคลากรที่ใช้ในการดำเนินการด้วย

4.5.3 ขั้นการดำเนินการตามแผนงาน (implementation) หรือขั้นตอนการสื่อสารเป็นขั้นตอนลงมือปฏิบัติงานตามแผนที่วางไว้โดยการอาศัยวิธีการสื่อสารในรูปแบบต่างๆรวมทั้งเทคนิคการสื่อสารในการเผยแพร่แนวคิดหรือกิจกรรมต่างๆที่ได้กำหนดไว้ในการวางแผนไปยังกลุ่มเป้าหมายที่ระบุไว้

4.5.4 ขั้นการประเมินผล (Evaluation) เป็นการวัดผลการดำเนินงานว่าได้ผลตามที่กำหนดไว้ในแผนหรือโครงการหรือไม่ข้อมูลที่ได้จากการประเมินผลจะเป็นผลดีต่อการดำเนินงานในครั้งต่อไป

#### 4.6 ประเภทของการประชาสัมพันธ์ข่าวสารกองทัพบก

การประชาสัมพันธ์ข่าวสารกองทัพบก มี 3 ประเภทดังนี้

4.6.1 การประชาสัมพันธ์ในภาวะปกติ

4.6.2 การประชาสัมพันธ์ในภาวะวิกฤติ

4.6.3 การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของกองทัพบก

4.7 งบประมาณ ใช้งบประมาณรายจ่ายประจำปี กลุ่มงบบานกิจการพลเรือน งบงานประชาสัมพันธ์ หรือ งบประมาณเพื่อการประชาสัมพันธ์ในโครงการ/กิจกรรมต่างๆ ที่ได้รับการจัดสรร

#### 4.8 ผู้รับผิดชอบ

กรมกิจการพลเรือนทหารบก : ฝ่ายอำนวยการด้านการประชาสัมพันธ์ และหน่วยรับผิดชอบงบประมาณหลัก

สำนักงานเลขานุการกองทัพบก : หน่วยปฏิบัติ และประเมินผล

หน่วยขึ้นตรงกองทัพบก : หน่วยปฏิบัติ

สถานีวิทยุกระจายเสียงในเครือกองทัพบก และ ททบ. ททบ.7 : หน่วยสนับสนุน

สรุป การดำเนินงานประชาสัมพันธ์หรือการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ของกองทัพบก เป็นกิจกรรมที่มีลำดับขั้นตอนการทำงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายตามที่องค์การต้องการ โดยดำเนินการอย่างต่อเนื่องเรียกว่า “วงล้อประชาสัมพันธ์” (PR wheel) ได้แก่

1. ขั้นแสวงหาข้อมูลและวิเคราะห์ปัญหา (fact-finding and analysis problem) เป็นขั้นตอนแรก เพื่อค้นหาข้อเท็จจริงและข้อมูลต่างๆที่เกี่ยวกับสถานการณ์หรือปัญหาที่กองทัพบก ประสบอยู่โดยอาศัยวิธีการวิจัยการรับฟังความคิดเห็น (research listening) การวิจัย

2. ขั้นการวางแผน-การตัดสินใจ (planning-decision making) มี 6 ขั้นตอน 1) การกำหนดวัตถุประสงค์ (Objective) 2.) การกำหนดกลุ่มประชาชนเป้าหมาย (Target public) 3.) การกำหนดแนวหัวข้อเรื่อง (Themes) 4.) การกำหนดช่วงระยะเวลา (Timing) เวลาที่เหมาะสม 5) การกำหนดชนิดของสื่อและเทคนิคต่างๆ (Media and techniques) 6) การกำหนดงบประมาณ (Budget)

3. ขั้นการดำเนินการตามแผนงาน (implementation)

4. ขั้นการประเมินผล (Evaluation)

5. ระเบียบกองทัพบก ว่าด้วยการประชาสัมพันธ์ พ.ศ.2547

จากการศึกษาค้นคว้า พบว่า ระเบียบกองทัพบกว่าด้วยการให้ข่าวสารราชการ กองทัพบกใช้ระเบียบกองทัพบกว่าด้วยการประชาสัมพันธ์ พ.ศ.2547 ดังนี้

ระเบียบกองทัพบกว่าด้วยการการประชาสัมพันธ์ พ.ศ.2547 ระบุว่า

ข้อ 1 ระเบียบนี้เรียกว่า “ระเบียบกองทัพบก ว่าด้วยการประชาสัมพันธ์ พ.ศ.2547”

ข้อ 2 ให้ยกเลิกระเบียบกองทัพบก ว่าด้วยการประชาสัมพันธ์ พ.ศ.2522 และให้ใช้ ระเบียบนี้ตั้งแต่บัดนี้เป็นต้นไป

ข้อ 3 บรรดาระเบียบและคำสั่งอื่นใดของกองทัพบก ในส่วนที่กำหนดไว้แล้ว ซึ่ง ขัดหรือแย้งกับระเบียบนี้ ให้ใช้ระเบียบนี้แทน

ข้อ 4 ให้หน่วยที่มีหน้าที่เผยแพร่ข่าวตามระเบียบนี้ กำหนดรายละเอียดเพิ่มเติม ตามความเหมาะสมแก่การปฏิบัติของหน่วย ให้สอดคล้องและไม่ขัดกับระเบียบนี้

ข้อ 5 ในระเบียบนี้

5.1 การประชาสัมพันธ์ หมายถึง การติดต่อสื่อสารเพื่อส่งเสริมความเข้าใจอัน ถูกต้องต่อกัน

5.2 สื่อมวลชน หมายถึง สื่อกลางที่นำข่าวและความรู้ไปสู่มหาชน เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ และ ภาพยนตร์

5.3 สื่อของกองทัพบก หมายถึง สื่อมวลชนที่อยู่ในความรับผิดชอบของ กองทัพบก

5.4 ข้อมูลข่าวสารของราชการ หมายถึง ข้อมูลข่าวสารที่อยู่ในความครอบครองหรือควบคุมดูแลของหน่วยงานของรัฐ ไม่ว่าจะเป็นข่าวสารเกี่ยวกับการดำเนินงานของรัฐหรือข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับเอกชน

5.5 ภาวะปกติ หมายถึง การดำเนินการหรือปฏิบัติงานตามที่ได้กำหนดไว้ในแผนงานหรือโครงการประจำปีของหน่วย

5.6 ภาวะไม่ปกติ หมายถึง เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นทันทีทันใด โดยมากมักเกิดขึ้น โดยไม่คาดฝัน และต้องการการตอบสนองอย่างรวดเร็วต่อเหตุการณ์นั้น ภาวะไม่ปกติอาจเป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจากธรรมชาติหรือสาธารณภัยต่างๆ เช่น แผ่นดินไหว อุทกภัย วาตภัย อัคคีภัย ดินถล่ม หรืออาจเป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจากฝีมือมนุษย์ เช่น เหตุระเบิด เรืออับปาง หรือความขัดแย้ง ซึ่งภาวะไม่ปกติดังกล่าวนี้ หากไม่ได้รับการชี้แจงหรือการประชาสัมพันธ์ให้สื่อมวลชนและประชาชนเป็นที่เข้าใจแล้ว อาจนำมาซึ่งความเสียหายต่อภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือของกองทัพบกได้

5.7 สงคราม หมายถึง การต่อสู้กันระหว่างประเทศต่อประเทศหรือกลุ่มประเทศฝ่ายหนึ่งกับกลุ่มประเทศอีกฝ่ายหนึ่ง การดำเนินการสงครามอาจใช้อำนาจของชาติบางส่วนหรือทั้งหมดเพื่อบังคับให้อีกฝ่ายหนึ่งซึ่งเป็นฝ่ายตรงข้าม ต้องยินยอมปฏิบัติตามความต้องการของฝ่ายตน หรือขัดขวางฝ่ายตรงข้ามมิให้ปฏิบัติตนบรรลุผล

ข้อ 6 การประชาสัมพันธ์ของทหาร มีวัตถุประสงค์เพื่อดำรงไว้ซึ่งภาพลักษณ์ และความสัมพันธ์ระหว่าง กองทัพบก กับทุกภาคส่วน ให้เกิดความเข้าใจความสัมพันธ์อันดีต่อกัน ความเชื่อมั่นและ ความศรัทธา พร้อมทั้งจะสนับสนุนการดำเนินงานของกองทัพบกเพื่อเตรียมการ และปฏิบัติการทางทหาร ในการป้องกัน รักษาเอกราชและอธิปไตยของประเทศ

ข้อ 7 ภาวะปกติ มุ่งเน้นการประชาสัมพันธ์เพื่อรักษาภาพลักษณ์และความสัมพันธ์ที่ดีระหว่าง กองทัพบก กับ หน่วยงานและประชาชนเป็นหลัก

ข้อ 8 ภาวะไม่ปกติหรือภาวะสงคราม ให้หน่วยดำเนินงานประชาสัมพันธ์เพื่อสนับสนุนการปฏิบัติทางทหาร โดยหน่วยขึ้นตรงกองทัพบกหรือเทียบเท่าที่รับผิดชอบพื้นที่ จะต้องจัดตั้งศูนย์ประชาสัมพันธ์ของหน่วยขึ้นในพื้นที่ เพื่อชี้แจงข้อเท็จจริง ให้สื่อมวลชน และประชาชนได้รับทราบ โดยเร็วที่สุดหรือในโอกาสแรกที่สามารถพึงกระทำได้

ข้อ 9 การแบ่งมอบความรับผิดชอบ

#### 9.1 ระดับกองทัพบก

9.1.1 ภารกิจการพลเรือนทหารบก รับผิดชอบในฐานะฝ่ายอำนวยการ มีหน้าที่วางแผน อำนวยการ ประสานงาน กำกับดูแลการประชาสัมพันธ์ทั้งปวงของกองทัพบก

9.1.2 สำนักงานเลขานุการกองทัพบก รับผิดชอบในการดำเนินการประชาสัมพันธ์ในภาพรวมของกองทัพบก รวมทั้งให้การสนับสนุนในด้านการประชาสัมพันธ์ให้กับกองทัพบก และหน่วยขึ้นตรงกองทัพบก เพื่อขยายผลงานด้านการประชาสัมพันธ์ให้มีความกว้างขวาง มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลอย่างสูงสุด

9.2 ระดับกองทัพบก จัดทำแผนและดำเนินการประชาสัมพันธ์ต่อกลุ่มเป้าหมาย ในพื้นที่รับผิดชอบ โดยใช้สื่อการประชาสัมพันธ์ที่มีอยู่ตามขีดความสามารถและให้มีความสอดคล้องกับแผนการประชาสัมพันธ์ของกองทัพบก ประสานและส่งข้อมูลการประชาสัมพันธ์ในพื้นที่ให้กับกองทัพบกเพื่อขยายผลการประชาสัมพันธ์ให้มีความกว้างขวางยิ่งขึ้น

9.3 ระดับหน่วยขึ้นตรงกองทัพบก (เว้นกองทัพบก) จัดทำแผนและดำเนินการประชาสัมพันธ์กิจกรรมของหน่วยต่อกลุ่มเป้าหมาย โดยใช้สื่อประชาสัมพันธ์ที่มีอยู่ตามขีดความสามารถ ประสานและส่งข้อมูลให้กับกองทัพบกและกองทัพบก เพื่อขยายผลการประชาสัมพันธ์ให้มีความกว้างขวางมากยิ่งขึ้น

9.4 นายทหารประชาสัมพันธ์ของหน่วย มีหน้าที่ดำเนินงานประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับ ผลงานในการปฏิบัติงานของหน่วย ตามที่ได้กำหนดขอบเขตไว้ในระเบียบ ว่าด้วยการให้ข่าวสารราชการของกองทัพบกที่ประกาศใช้อยู่ จัดให้มีการประสานงานภายในหน่วยของตนและหน่วยของตนกับหน่วยเหนือ หน่วยรองและหน่วยข้างเคียง เพื่อให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของกองทัพบกเป็น ไปอย่างต่อเนื่อง และบรรลุผลตามวัตถุประสงค์ที่กำหนด สำหรับหน่วยขึ้นตรงกองทัพบก (เว้นกองทัพบก) ที่ไม่มีนายทหารประชาสัมพันธ์ในอัตรา หัวหน้าหน่วยสามารถมอบหมายให้นายทหารคนใดคนหนึ่ง ที่มีคุณลักษณะเหมาะสมทำหน้าที่นายทหารประชาสัมพันธ์ และให้หน่วยเสนอสำเนาคำสั่งแต่งตั้งบุคคลดังกล่าวต่อกองทัพบก ผ่าน กรมกิจการพลเรือนทหารบก 1 ชุด โดยสำเนาให้สำนักงานเลขานุการกองทัพบก 1 ชุด

ข้อ 10. การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ และ การแถลงข่าวแก่ประชาชนนั้น ให้คำนึงถึงระเบียบกองทัพบก ว่าด้วยข้อมูลข่าวสารของราชการที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน ทั้งนี้ การพิจารณาความเหมาะสมในการใช้สื่อหรือเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์นั้น ขึ้นอยู่กับสถานการณ์เป้าหมาย และโอกาส

ข้อ 11. ในภาวะปกติให้หน่วยขึ้นตรงกองทัพบกรายงานผลการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของหน่วย ตามสายการบังคับบัญชาถึงกองทัพบก ผ่าน สำนักงานเลขานุการกองทัพบก 1 ชุด และสำเนาให้กรมกิจการพลเรือนทหารบก 1 ชุด ทุกกรอบ 3 เดือน ทั้งนี้ ให้รายงานไม่เกินวันที่ 5 ของเดือน มกราคม, เมษายน, กรกฎาคม และเดือน ตุลาคม ของทุกปี

ข้อ 12. ในภาวะไม่ปกติหรือภาวะสงคราม ให้หน่วยขึ้นตรงกองทัพบกที่รับผิดชอบพื้นที่โดยตรงรายงานตามสายการบังคับบัญชาผ่านกรมกิจการพลเรือนทหารบก ในเวลา 1800 ของทุกวัน จนกว่าสถานการณ์จะเข้าสู่ภาวะปกติ

ข้อ 13. การรายงาน ให้หน่วยขึ้นตรงกองทัพบกรายงานตามแบบรายงานท้ายระเบียบนี้

ข้อ 14. ให้เจ้ากรมกิจการพลเรือนทหารบก รักษาการณ์ให้เป็นไปตามระเบียบนี้

สรุปว่าปัจจัยภายในกองทัพบกประกอบด้วย วิสัยทัศน์กองทัพบก เจตนารมณ์ของผู้บัญชาการทหารบก นโยบายกองทัพบก และการประชาสัมพันธ์ข่าวสารของกองทัพบกและระเบียบกองทัพบกว่าด้วยการประชาสัมพันธ์ พ.ศ. 2547 ดังนี้

นโยบายกองทัพบกได้ระบุเกี่ยวกับงานการประชาสัมพันธ์ ไว้ในนโยบายทั่วไป ให้รองผู้บัญชาการทหารบก กำกับดูแลการประชาสัมพันธ์/การปฏิบัติการข่าวสารของกองทัพบกในภาพรวม เพื่อเป็นการชี้แจงผลงาน และเสริมสร้างภาพลักษณ์ของกองทัพบก ทั้งนี้ การให้สัมภาษณ์กับสื่อมวลชนนั้น จะดำเนินการ โดยผู้บัญชาการทหารบกและ/หรือผู้ได้รับมอบหมาย สำหรับแนวคิดการประชาสัมพันธ์ข่าวสารของกองทัพบก พบว่าใช้กรอบแนวคิด “วงล้อประชาสัมพันธ์” (PR wheel) ประกอบด้วย 4 ขั้นตอนคือ 1.) การแสวงหาข้อมูลและวิเคราะห์ปัญหา 2.) การวางแผน 3.) การดำเนินการตามแผนงาน 4.) การประเมินผล มาเป็นแนวทางการปฏิบัติงาน โดยมีกรมกิจการพลเรือนทหารบก เป็น ฝ่ายอำนวยการด้านการประชาสัมพันธ์ และหน่วยรับผิดชอบงบประมาณหลัก สำนักงานเลขานุการกองทัพบก เป็นหน่วยปฏิบัติ และประเมินผล หน่วยขึ้นตรงกองทัพบกเป็น หน่วยปฏิบัติและสถานีวิทยุกระจายเสียงในเครื่องกองทัพบก สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก (ททบ. 5) ทีวีสีช่อง 7 เป็นหน่วยสนับสนุน รวมทั้งใช้ระเบียบกองทัพบกว่าด้วยการประชาสัมพันธ์ พ.ศ. 2547 มาใช้เป็นกรอบการดำเนินงาน

สรุป การดำเนินการด้านการประชาสัมพันธ์ข่าวสารกองทัพบก ประกอบด้วยปัจจัยภายนอกกองทัพบกและปัจจัยภายในกองทัพบก ดังนี้

ปัจจัยภายนอกกองทัพบก ได้แก่ สถานการณ์ภายนอกประเทศที่มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วทั้งในด้านเศรษฐกิจและสังคม โดยมีการเจริญเติบโตของเทคโนโลยีเป็นปัจจัยเร่ง สถานการณ์ภายในประเทศที่มีผลต่อความมั่นคงของประเทศ ได้แก่ ภัยคุกคามรูปแบบใหม่ ความยากจน ภัยพิบัติต่างๆ การป้องกันประเทศ ความแตกแยกของคนในสังคม ความไม่สงบในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ กระแสสื่อมวลชนไทยนิยมนำเสนอข่าวความขัดแย้งในสังคมไทย รวมทั้งระเบียบการให้ข่าวสารของทางราชการ ต้องอาศัยระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการให้ข่าวและบริการข่าวสารของทางราชการ พ.ศ.2529 ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการให้ข่าวและ

บริการข่าวสารของทางราชการ ฉบับที่ 2 พ.ศ.2533 ระเบียบกระทรวงกลาโหมว่าด้วยการให้ข่าว และบริการข่าวสารทางราชการ พ.ศ.2530 ระเบียบกองบัญชาการทหารสูงสุดว่าด้วยการให้ข่าวและ บริการข่าวสารทางราชการ พ.ศ.2530 รวมทั้ง ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการ ประชาสัมพันธ์แห่งชาติ พ.ศ.2529 ระเบียบกระทรวงกลาโหมว่าด้วยการประชาสัมพันธ์ของ กระทรวงกลาโหม พ.ศ.2534 ระเบียบกองบัญชาการทหารสูงสุดว่าด้วยการประชาสัมพันธ์ของ กองบัญชาการทหารสูงสุด พ.ศ.2534 พระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ.2540 ระเบียบ กระทรวงกลาโหม ว่าด้วยข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ.2544 นโยบายกระทรวงกลาโหมและ แผนปฏิบัติราชการ กองทัพอไทย พ.ศ.2555-2558

ปัจจัยภายใน ประกอบด้วย วิสัยทัศน์กองทัพบก เจตนารมณ์ของผู้บัญชาการทหารบก นโยบายกองทัพบก การประชาสัมพันธ์ข่าวสารของกองทัพบกและระเบียบกองทัพบกว่าด้วยการ ประชาสัมพันธ์ พ.ศ. 2547 ซึ่งพบว่า ในนโยบายกองทัพบกได้ระบุเกี่ยวกับงานการประชาสัมพันธ์ อยู่ในนโยบายทั่วไป โดยให้รองผู้บัญชาการทหารบก กำกับดูแลการประชาสัมพันธ์/การปฏิบัติการ ข่าวสารของกองทัพบกในภาพรวม เพื่อเป็นการชี้แจงผลงาน และเสริมสร้างภาพลักษณ์ของ กองทัพบก ทั้งนี้ การให้สัมภาษณ์กับสื่อมวลชนนั้น จะดำเนินการโดยผู้บัญชาการทหารบกและ/ หรือผู้ได้รับมอบหมาย สำหรับ แนวคิดการประชาสัมพันธ์ข่าวสารของกองทัพบก พบว่าใช้กรอบ แนวคิด“วงล้อประชาสัมพันธ์” (PR wheel) ประกอบด้วย 4 ขั้นตอนคือ 1.) การแสวงหาข้อมูลและ วิเคราะห์ปัญหา 2.) การวางแผน 3.) การดำเนินการตามแผนงาน 4.) การประเมินผล มาเป็นแนว ทางการปฏิบัติงาน โดยมีกรมกิจการพลเรือนทหารบก เป็น ฝ่ายอำนวยการด้านการประชาสัมพันธ์ และหน่วยรับผิดชอบงบประมาณหลัก สำนักงานเลขานุการกองทัพบก เป็นหน่วยปฏิบัติ และ ประเมินผล หน่วยขึ้นตรงกองทัพบก เป็น หน่วยปฏิบัติและสถานีวิทยุกระจายเสียงในเครือ กองทัพบก สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก (ททบ. 5) สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 เป็นหน่วย สนับสนุน รวมทั้งใช้ระเบียบกองทัพบกว่าด้วยการประชาสัมพันธ์ พ.ศ. 2547 มาใช้เป็นกรอบการ ดำเนินงาน



## บทที่ 4

# แนวทางการประชาสัมพันธ์ข่าวสารกองทัพบก ทางสื่อสังคมออนไลน์

ในบทนี้เป็นการนำเสนอข้อมูลที่ได้รับจากกลุ่มตัวอย่างมาการศึกษาวิเคราะห์ ร่วมกับการทบทวนวรรณกรรมในบทที่ 2 เพื่อมุ่งตอบคำถามในการวิจัยข้อ 2 ว่าแนวทางการประชาสัมพันธ์ข่าวสารกองทัพบกทางสื่อสังคมออนไลน์ควรเป็นอย่างไร

จากการทบทวนวรรณกรรมในบทที่ 2 พบว่าแนวทางการประชาสัมพันธ์ข่าวสารกองทัพบกทางสื่อสังคมออนไลน์ควรนำกรอบกระบวนการจัดทำนโยบายตามทฤษฎีของ Jame E. Anderson และคณะ มาศึกษาและวิเคราะห์ร่วมกับผลการสัมภาษณ์จากกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งกระบวนการจัดทำนโยบายตามทฤษฎีของ Jame E. Anderson และคณะ มีองค์ประกอบกระบวนการนโยบาย 5 ขั้นตอน ประกอบด้วย

- ขั้นที่ 1 ขั้นก่อตัวนโยบายหรือขั้นตอนจัดระเบียบวาระนโยบาย
- ขั้นที่ 2 ขั้นตรงวาระเตรียมร่างนโยบาย
- ขั้นที่ 3 ขั้นกำหนดเป็นนโยบาย
- ขั้นที่ 4 ขั้นนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ
- ขั้นที่ 5 ขั้นประเมินผล

### **ขั้นที่ 1 ขั้นก่อตัวของนโยบายหรือขั้นการก่อตัวของปัญหา (Problem or Policy Formation)**

ขั้นก่อตัวของนโยบายหรือขั้นการก่อตัวของปัญหาเป็นขั้นตอนแรกของกระบวนการกำหนดนโยบาย ซึ่งขั้นก่อตัวของนโยบาย มีองค์ประกอบดังนี้ (จุมพล หนิมพานิช : หน้า 102)

1. แนวคิดเกี่ยวกับปัญหา
2. ประเภทของปัญหา
3. การจัดระเบียบวาระของนโยบาย (Policy Agade)
4. กระบวนการจัดระเบียบวาระนโยบาย (The Agade Setting Proccs)
5. ผู้กำหนดนโยบาย
6. การกำหนดเป้าหมายและวัตถุประสงค์ของนโยบาย

**1. แนวทางเกี่ยวกับปัญหา** ปัญหาใดจะถือว่าเป็นปัญหาที่สำคัญและมีผลกระทบต่อ กองทัพบกส่วนใหญ่ จะได้แก่ปัญหาที่ก่อให้เกิดความไม่สบายใจ การเปลี่ยนแปลงของ สภาพแวดล้อม ความเจริญก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ซึ่งจะไปกระตุ้นให้กำลังพล และกองทัพบกเห็นความสำคัญ และพยายามแสวงหาวิธีแก้ไข โดยมีเงื่อนไขสำคัญของปัญหาที่ สำคัญ ดังนี้

- 1.1 เป็นปัญหาที่ไปกระตุ้นให้เกิดความพยายามที่จะแสวงหาวิธีแก้ไข
- 1.2 อาจมองเห็นโดยบุคคลทั่วไปหรือบุคคลภายในองค์กร
- 1.3 การมองปัญหาที่เกิดขึ้น มักมีความแตกต่างกันไป ทำให้เกิดความหลากหลาย ของมุมมองต่อปัญหาที่เกิดขึ้น ซึ่งจะส่งผลให้การแก้ไขปัญหาย่างยากมากขึ้น
- 1.4 การให้คำจำกัดความของปัญหาที่เกิดขึ้น มักมีความแตกต่างกันไปตามช่วง จังหวะหรือระยะเวลา

“กองทัพบกควรมีการประชาสัมพันธ์ทางสื่อสังคมออนไลน์ เพราะเป็นสื่อที่เผยแพร่ อย่างรวดเร็ว และกว้างขวางอย่างไร้ขีดจำกัด อย่างไรก็ตามกำลังพลต้องติดตามเรื่องนี้อย่างมีความรู้ เพราะสื่อทุกสื่อ โดยเฉพาะสื่อสังคมออนไลน์เหมือนดาบสองคมที่มีคุณประโยชน์อันดีและมีโทษ มหันต์ เช่นเดียวกัน” (สัมภาษณ์ ผู้ช่วยเสนาธิการทหารบก ฝ่ายกิจการพลเรือน : เมื่อ 6 พ.ค. 57)

“กองทัพบกควรนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการประชาสัมพันธ์ข่าวสารของ กองทัพบก เนื่องจากความก้าวหน้าของเทคโนโลยีในปัจจุบันสามารถนำมาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ และประสิทธิผลของการประชาสัมพันธ์ได้เป็นอย่างดีรวมทั้งการดำเนินชีวิตของคนในสังคม ปัจจุบันจะมีเทคโนโลยีมาผูกรวมด้วย ดังนั้นเรื่องเทคโนโลยีที่ทันสมัยเป็นสิ่งที่เราหลีกเลี่ยงไม่ได้ ” (สัมภาษณ์ รองหัวหน้าศูนย์ประชาสัมพันธ์ กองทัพบกภาคที่ 3: เมื่อ 30 พ.ค. 57 )

“ไม่มีความเหมาะสมที่กองทัพบกจะทำการประชาสัมพันธ์ข่าวสารกองทัพบกบนสื่อ สังคมออนไลน์ เพราะเห็นว่าทำการตรวจสอบได้ยากเพราะความก้าวหน้าของเทคโนโลยีที่มีอยู่ ตลอดเวลา ซึ่งอาจมีผลกระทบต่อข้อมูลที่กองทัพบกนำลงประชาสัมพันธ์ทางสื่อออนไลน์ เป็น ข้อมูลที่ถูกต้องหรือไม่ มีการบิดเบือนข้อมูลหรือไม่ มาจากหน่วยงานใด มีผู้แอบอ้างหรือผู้ไม่ ประสงค์ดีหรือไม่” (สัมภาษณ์ กองกิจการพลเรือน กองทัพบกภาคที่ 2 : เมื่อ 28พ.ค. 57)

แนวทางเกี่ยวกับปัญหาพบว่าภายในกองทัพบกเห็นความสำคัญของการนำเทคโนโลยี สารสนเทศมาใช้ในการประชาสัมพันธ์ข่าวสารกองทัพบกเหมือนกัน แต่มีความแตกต่างกันใน รายละเอียด มุมมองในระดับผู้บังคับบัญชาระดับสูงเห็นว่ากำลังพลกองทัพบกควรมีความรู้ในเรื่อง การประชาสัมพันธ์ และความรู้เรื่องเทคโนโลยีสารสนเทศ แต่ในระดับผู้ปฏิบัติมีมุมมองในด้าน ประโยชน์ที่กองทัพบกจะได้รับ ที่มีทั้งข้อดีและข้อเสีย แต่ในระดับผู้ปฏิบัติงานในพื้นที่กองทัพบกภาคที่ 2

กลับมีมุมมองที่แตกกันคือไม่ควรใช้การประชาสัมพันธ์ทางสื่อสังคมออนไลน์โดยให้เหตุผลว่ายากต่อการกำกับดูแล

## 2. ประเภทของปัญหา

heodore Lowi ได้จำแนกปัญหาได้เป็น 3 ประการ ได้แก่ 1.) ปัญหาเกี่ยวกับการจัดระเบียบ กฎเกณฑ์ 2.) เกี่ยวกับการกระจายทรัพยากร 3.) การจัดสรรทรัพยากรใหม่

กองทัพบกใช้ระเบียบกองทัพบกกว่าด้วยการให้ข่าวสาร พ.ศ.2522 มาเป็นกรอบในการให้ข่าวสารแก่ประชาชน เท่านั้น ขณะที่กองทัพอากาศใช้ระเบียบกองทัพอากาศว่าด้วยการให้ข่าวและบริการข่าวสารของทางราชการ พ.ศ.2555 โดยปรับปรุงจากระเบียบกองทัพอากาศว่าด้วยการให้ข่าวและบริการข่าวสารของทางราชการ พ.ศ.2543 และฉบับแก้ไขเพิ่มเติม เพื่อให้มีความเหมาะสม และสอดคล้องกับพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของทางราชการ พ.ศ.2540 ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการให้ข่าวและบริการข่าวสารของทางราชการ พ.ศ.2530 และระเบียบกองบัญชาการทหารสูงสุดว่าด้วยการให้ข่าวและบริการข่าวสารของทางราชการ พ.ศ.2530 (ระเบียบกองทัพอากาศว่าด้วยการให้ข่าวและบริการข่าวสารของทางราชการ พ.ศ.2555: หน้า 1 )

กองทัพบกควรมีการกำหนดกฎระเบียบและบทลงโทษ แก่ผู้ใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ในกองทัพบก ซึ่งระเบียบนี้คล้ายกับระเบียบงานสารบรรณเพื่อใช้เป็นกรอบแนวทางในการปฏิบัติงานให้แก่ หน่วยและกำลังพล ที่จะนำระเบียบนี้มาเป็นแนวทางการปฏิบัติงาน ซึ่งก็จะสอดคล้องกับนโยบายของผู้บังคับบัญชา และกองทัพบกจะได้มีการนำเทคโนโลยีมาใช้กับงานการประชาสัมพันธ์ได้อย่างกว้างขวางอย่างมีประสิทธิภาพ” (สัมภาษณ์ ผู้บัญชาการหน่วยบัญชาการป้องกันภัยทางอากาศ : เมื่อ 29 เม.ย. 57 )

การดำเนินตามนโยบายที่ได้รับมอบจากผู้บัญชาการทหารบกนั้น กองทัพบกจะให้หน่วยได้พิจารณาทรัพยากรที่หน่วยมีอยู่เดิม ทั้งในด้านกำลังพลและอุปกรณ์ มาดำเนินงานในภารกิจที่ได้รับมอบตามนโยบายนั้นๆ อาทิเช่น การส่งเสริมการเพิ่มพูนความรู้แก่กำลังพลในสาขาต่างๆ การฝึกพร้อมเพื่อเป็นการเพิ่มพูนทักษะ ประสบการณ์ การปรับแก้กำลังพล การแบ่งปันอุปกรณ์ ดังนั้นการผสมผสานทรัพยากรเหล่านี้ต้องเป็นไปตามที่พึงปรารถนาหรือเป็นไปตามที่ความต้องการแต่อย่างไรก็ตามการจัดสรรทรัพยากรให้กับหน่วยทั้งในด้านอัตรากำลังพล และสิ่งอุปกรณ์ก็มีแนวทางการดำเนินการอยู่”(สัมภาษณ์ รองเจ้ากรมยุทธการทหารบก : เมื่อ 28 มิ.ย.57)

ประเภทของปัญหา พบว่า กองทัพบกใช้ระเบียบกองทัพบกกว่าด้วยการให้ข่าวสาร พ.ศ.2522 มาเป็นระเบียบ กฎเกณฑ์ ในการประชาสัมพันธ์ข่าวสารกองทัพบกซึ่งในระเบียบกองทัพบกกว่าด้วยการให้ข่าวสาร พ.ศ.2522 ระบุสื่อเพียงหนังสือพิมพ์สำนักพิมพ์ สำนักข่าวสารวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ไม่ได้ระบุสื่ออิเล็กทรอนิกส์แต่อย่างไร และระบุผู้ให้ข่าวกับ

เนื้อหาข่าวสารว่ามอบให้กับระดับใดบ้าง แต่อย่างไรก็ตาม กำลังพลกองทัพก็มีความพยายามอย่าง มุ่งมั่นที่จะพัฒนาหน่วยให้มีความเจริญก้าวหน้า มีความทันสมัย โดยเฉพาะให้ทันกับสถานการณ์ ปัจจุบัน แต่ก็ยังเป็นเพียงขีดความสามารถและความมุ่งมั่นเฉพาะหน่วยหรือบุคคลเท่านั้น

### 3. การจัดระเบียบวาระของนโยบาย (Policy Agenda)

ในทฤษฎีของ Cobb และ Elder ได้จำแนกการจัดระเบียบวาระนโยบาย (Policy Agenda) มี 2 ประเภท คือ 1) เป็นนโยบายสาธารณะที่สมาชิกของชุมชนทางการเมืองเห็นว่ามี ความสำคัญ Cobb และ Elder เรียกปัญหาประเภทนี้ว่า “ปัญหาเชิงนโยบายสาธารณะที่สำคัญ” หรือ The Systemic Agenda และ 2) นโยบายที่รัฐบาลตลอดจนเจ้าหน้าที่ของรัฐเห็นว่ามี ความสำคัญ และควรจะได้มีการให้ความสนใจเอาใจใส่ เรียกว่า “ปัญหาเชิงนโยบายสาธารณะ” หรือ The Institutional Agenda

จากที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยขอนำทฤษฎีของ Cobb และ Elder มาใช้กับการจัด ระเบียบวาระของนโยบายกองทัพบก ดังนี้

3.1 ปัญหาเชิงนโยบายสาธารณะของสังคม (The Systemic Agenda) ปรับใช้เป็น “ปัญหาเชิงนโยบายที่ถูกลำเสนอโดยฝ่ายอำนาจการของกองทัพบก” โดยฝ่ายอำนาจการ ทำหน้าที่ อำนาจการ กำกับดูแล หน่วยในความรับผิดชอบของตน จะนำเสนอนโยบายให้กับผู้บัญชาการ ทหารบกเพื่อกรรณพิจารณาอนุมัตินโยบาย

3.2 ปัญหาเชิงนโยบายสาธารณะ (The Institutional Agenda) ปรับใช้เป็น “ปัญหา เชิงนโยบายตามสั่งการของผู้บัญชาการทหารบก” ผู้บัญชาการทหารบกเป็นผู้สั่งการนโยบาย อาจมา ในรูปของการสั่งการในที่ประชุม หรือคำริทำหนังสือขออนุมัติ ก็ได้

“การจัดทำนโยบายของกองทัพบกจะมีอยู่ 2 แนวทาง คือ แนวทางที่ 1 นโยบาย ที่มาจากการจัดทำของฝ่ายอำนาจการแล้วนำเสนอต่อผู้บัญชาการทหารบกเพื่อกรรณอนุมัติ นโยบายนั้นๆ สำหรับแนวทางที่ 2 นโยบายตามสั่งการของผู้บัญชาการทหารบก” (สัมภาษณ์ รอง เจ้ากรมยุทธการทหารบก : เมื่อ 28 มิ.ย. 57)

“ขั้นแสวงหาข้อมูลและวิเคราะห์ปัญหา (fact-finding and analysis problem) เป็น ขั้นตอนแรกของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ซึ่งเป็นการค้นหาข้อเท็จจริงและข้อมูลต่างๆ ที่ เกี่ยวข้องกับสถานการณ์หรือปัญหาที่ กองทัพบก ประสบอยู่โดยอาศัยวิธีการวิจัยการรับฟังความคิดเห็น (research listening) การวิจัยนำผลการวิจัยมาพิจารณาประกอบการตัดสินใจในการกำหนดแผนการ ประชาสัมพันธ์ต่อไป” (คู่มือการประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์กองทัพบก : กรมกิจการ พลเรือทหารบก)

การจัดระเบียบวาระนโยบาย พบว่า เป็นปัญหาเชิงนโยบายสาธารณะของสังคม (The Systemic Agenda) โดยกรมกิจการพลเรือนทหารบก ในฐานะฝ่ายอำนวยการด้านการประชาสัมพันธ์ และหน่วยรับผิดชอบงบประมาณหลัก ทำหน้าที่นำเสนอนโยบายการประชาสัมพันธ์ข่าวสารกองทัพบกทางสื่อสังคมออนไลน์ให้กับผู้บังคับบัญชาเพื่อกรณณาพิจารณาอนุมัตินโยบายต่อไป

#### 4. กระบวนการจัดระเบียบวาระนโยบาย (The Agenda Setting Process)

John W. Kingdom เสนอตัวแบบกระบวนการจัดระเบียบวาระนโยบาย ซึ่งเกี่ยวข้องกับกระแสหรือการไหลบ่าของข้อมูลข่าวสาร 3 กระแสได้แก่

- 4.1 กระแสปัญหา (Problem Steam)
- 4.2 กระแสนโยบาย (Policy Steam)
- 4.3 กระแสทางการเมือง (Political Steam)

ซึ่ง Kingdom เรียกตัวแบบนี้ว่า “ตัวแบบกระแสหน้าต่างนโยบาย” เมื่อใดก็ตามที่กระแสทั้ง 3 มารวมตัวกันหรือมาบรรจบกัน หน้าต่างนโยบายก็จะถูกเปิดออกมา

“ภารกิจด้านการประชาสัมพันธ์ของกองทัพบกในปัจจุบัน มีแนวโน้มที่มีความทันสมัยมากขึ้น มีการใช้เทคโนโลยีเข้ามา ซึ่งสามารถตอบสนองผู้บังคับบัญชาได้เป็นอย่างดีรวมทั้งมีความสอดคล้องกับโลกที่เปลี่ยนแปลงไป โลกที่มีความทันสมัย ซึ่งงานประชาสัมพันธ์ของเราก็คือสอดคล้องกับสถานการณ์ด้านความมั่นคงและผลประโยชน์ของชาติได้เป็นอย่างดี ตรงกับนโยบายของผู้บังคับบัญชา” (สัมภาษณ์ ผู้ช่วยเสนาธิการทหารบกฝ่ายกิจการพลเรือน : เมื่อ 6 พ.ค. 57)

“เมื่อกองทัพเปิดสื่อออนไลน์ ไม่ว่าจะบนเฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ อินสตราแกรม หรืออะไรก็ตามแต่ที่เป็นสื่อออนไลน์ ซึ่งสื่อเหล่านี้ ถือเป็นการสื่อสารสองทาง (Two – Way Communication) คือสามารถตอบโต้ไปมาได้ระหว่างกองทัพกับประชาชน หากกองทัพหรือหน่วยในกองทัพ ลงข้อความ รูปภาพ วิดีโอคลิป หรืออะไรต่างๆ ลงไป มีประชาชนเข้ามาดู เอาสัก 10,000 วิว แต่มีประชาชนไม่ชอบกองทัพ สัก 5,000 วิว ภาพลักษณ์ของกองทัพก็เสียแล้ว หากคนเหล่านั้นโพสต์ข้อความผิดๆ ขึ้นอีกกองทัพเราจะรับตรงนี้ได้ไหม ก็ให้ไว้เป็นข้อพิจารณาว่าจะมีมาตรการอย่างไรถึงจะทำให้เรื่องนี้ให้ดีที่สุด” (สัมภาษณ์ ผู้อำนวยการกองประชาสัมพันธ์ กรมกิจการพลเรือนทหาร : เมื่อ 30 เม.ย. 57)

จะเห็นได้ว่า วิวัฒนาการของเทคโนโลยีที่มีรูปแบบเป็นการสื่อสารกันสองทาง หมายถึงตอบโต้ แสดงความคิดเห็นกันได้อย่างอิสระ การนำเสนอวาทะกรรม ตลอดจนนโยบายกองทัพบกในปีงบประมาณ 2557 ที่กำหนดให้เป็นปีแห่งการเตรียมความพร้อมกองทัพบกไปสู่อนาคต เพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนในปี 2558 นี้ สิ่งเหล่านี้จึงเป็นเหมือนสิ่งบอกเหตุว่า

กองทัพบกควรจัดวาระการจัดทำนโยบายการประชาสัมพันธ์ข่าวสารกองทัพบกทางสื่อออนไลน์ ซึ่งสอดคล้องกับตัวแบบกระแสหน้าต่างนโยบายจะถูกเปิดออกเมื่อกระแสของปัญหา (Problem Stream) กระแสนโยบาย (Policy Stream) และกระแสการเมือง (Political Stream) มาบรรจบตามที่ Kingdom กล่าวไว้

### 5. ใครคือผู้กำหนดนโยบาย

นโยบายการปฏิบัติงานกองทัพบกเพิ่มเติม ประจำปีงบประมาณ 2557 กล่าวว่า กองทัพบกมีผู้บัญชาการทหารบกเป็นหัวหน้าส่วนราชการ จะได้กรณามอบนโยบายให้กับข้าราชการส่วนต่างๆ ในกองทัพบกยึดถือเป็นแนวทางการดำเนินตามภารกิจของตน โดยในปีงบประมาณ 2557 กองทัพบกได้ให้ดำเนินการกิจตามแผนปฏิบัติราชการ 4 ปี กองทัพบก (พ.ศ. 2555-2548) ตลอดจนนโยบายการปฏิบัติงานทั่วไป กองทัพบกประจำปีงบประมาณ 2555 (เพิ่มเติม) และนโยบายการปฏิบัติงานทั่วไปกองทัพบกประจำปีงบประมาณ 2557 เพิ่มเติม รวมทั้งในปีงบประมาณ 2557 ได้กำหนดเป็น “ปีแห่งการเตรียมความพร้อมกองทัพบกไปสู่อนาคต” (2557 : 6)

### 6. การกำหนดเป้าหมาย และวัตถุประสงค์ของนโยบาย

จุมพล หนิมพานิช กล่าวว่า การกำหนดนโยบายและวัตถุประสงค์ของนโยบายที่จะตอบสนองต่อปัญหานั้น ควรมีลักษณะที่เป็นจริง สามารถบรรลุผลและสามารถปฏิบัติได้ (2552 : 110)

ในนโยบายกองทัพบก พบว่า การประชาสัมพันธ์ได้ถูกระบุไว้ในด้านกิจการพลเรือน กล่าวว่า การปฏิบัติการจิตวิทยา และการประชาสัมพันธ์เสริมสร้างภาพลักษณ์ในเชิงบวกของสถาบันทหารให้ปรากฏต่อทุกภาคส่วน โดยเน้นการเพิ่มศักยภาพของกำลังพล และเครื่องมือในระดับต่างๆ ให้มีขีดความสามารถในการประชาสัมพันธ์การปฏิบัติการกิจของกองทัพบกในหลากหลายมิติ เน้นสื่อบุคคลโดยใช้วิทยากรประเภทต่างๆ ในการเผยแพร่ข่าวสารในสู่เป้าหมาย และแผนที่กำหนด(นโยบายการปฏิบัติงานกองทัพบก (เพิ่มเติม) ประจำปีงบประมาณ 2557 : 28)

นอกจากนี้ในคู่มือการประชาสัมพันธ์กองทัพบกได้กำหนดวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ของกองทัพบก เพื่อสร้างความนิยม (good will) ให้เกิดขึ้นในหมู่ประชาชน เพื่อให้ประชาชนสนับสนุนการปฏิบัติงานตามภารกิจของกองทัพบก เพื่อป้องกันและรักษาชื่อเสียงของกองทัพบก เพื่อสร้างความรัก ความผูกพัน ความศรัทธา และความเชื่อมั่นของประชาชนที่มีต่อกองทัพบก รวมทั้ง เพื่อสร้างความสัมพันธ์ภายในกองทัพบก หมายถึง กำลังพลภายในกองทัพบก และครอบครัว เพื่อให้เกิดความสามัคคีเสริมสร้างขวัญและความรักใคร่ผูกพันจงรักภักดีต่อหน่วยงาน (เสนาสนเทศ) และประชาสัมพันธ์ภายนอกได้แก่ความสัมพันธ์ของกองทัพบก กับชุมชนที่อยู่รอบค่ายทหาร (ชุมชนสัมพันธ์) และประชาชนทั่วไป (ประชาชนเทศ) เพื่อให้เกิดความรู้ความ

เข้าใจและให้ความร่วมมือกับกองทัพบก และหน่วยขึ้นตรงด้วยค “วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ข่าวสารกองทัพบกเพื่อสร้างการรับรู้และความเข้าใจอันดีรวมทั้งสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างกองทัพบกกับกำลังพลภายในกองทัพบก รัฐบาล หน่วยงานราชการ และประชาชน รวมทั้งใช้การประชาสัมพันธ์เป็นเครื่องมือในการแก้ปัญหาวิกฤติต่างๆที่มีผลกระทบต่อกองทัพบก โดยแบ่งกลุ่มเป้าหมายการประชาสัมพันธ์ออกเป็น 3 กลุ่มได้แก่ เสนาสนเทศ มุ่งเน้นการสร้างการรับรู้และความเข้าใจในการปฏิบัติงานของกองทัพบกเองเพื่อให้เกิดความร่วมมือร่วมใจ ทูมเทินการปฏิบัติงาน กลุ่มเป้าหมายที่ 2 ชุมชนสัมพันธ์ มุ่งเน้นการสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างทหารกับชุมชนรอบค่ายทหาร และ กลุ่มเป้าหมายที่ 3 ประชาชน เสนาสนเทศ มุ่งเน้นการสร้างการยอมรับ เชื่อมั่นศรัทธาในกองทัพบกกับประชาชนทุกหมู่เหล่า ภาคเอกชน หน่วยงานราชการอื่นๆ รัฐบาล เพื่อให้เกิดการสนับสนุนในภารกิจต่างๆของกองทัพบก” (สัมภาษณ์เลขานุการกองทัพบก : เมื่อ 30 เม.ย. 57)

เป้าหมายและวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์กองทัพบกเพื่อสร้างความนิยม (good will) ให้เกิดขึ้นในหมู่ประชาชน เพื่อให้ประชาชนสนับสนุนการปฏิบัติงานของกองทัพบก เพื่อสร้างความรัก ความผูกพัน ความศรัทธา และความเชื่อมั่นของประชาชนที่มีต่อกองทัพบก รวมทั้ง เพื่อสร้างความสัมพันธ์ภายในกองทัพบก หมายถึง กำลังพลภายในกองทัพบกและครอบครัว (คู่มือการประชาสัมพันธ์กองทัพบกโดยกรมกิจการพลเรือนทหารบก)

สรุป ชั้นที่ 1 ขึ้นก่อนตัวนโยบาย แนวทางการประชาสัมพันธ์ข่าวสารกองทัพบกบนสื่อสังคมออนไลน์ พบว่า

1. แนวทางของปัญหา ภายในกองทัพบกเห็นความสำคัญของการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการประชาสัมพันธ์ข่าวสารกองทัพบกเหมือนกัน โดยกำลังพลควรมีความรู้ในเรื่องการประชาสัมพันธ์ และเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านประโยชน์ที่กองทัพจะได้รับ มีทั้งข้อดีรวดเร็ว กว้างขวาง ส่วนข้อเสีย คือยากต่อการกำกับดูแล

2. ประเภทของปัญหา นโยบายการประชาสัมพันธ์ข่าวสารกองทัพบกทางสื่อออนไลน์ มาจากการขาดการปรับปรุงระเบียบว่าด้วยการให้ข่าว การบริการข่าวสารและการประชาสัมพันธ์ของกองทัพบกที่มีความทันสมัย สอดคล้องกับระเบียบของหน่วยเหนือ ด้านกำลังพล พบว่า หน่วยและกำลังพลของกองทัพบก มีความมุ่งมั่นที่จะพัฒนาหน่วยให้มีความเจริญก้าวหน้า มีความทันสมัย แต่พบว่าเป็นเพียงจิตความสามารถและความมุ่งมั่นเฉพาะหน่วยหรือบุคคลเท่านั้น

3. การจัดระเบียบวาระของนโยบาย พบว่า เป็นปัญหาเชิงนโยบายสาธารณะของสังคม (The Systemic Agenda) โดยกรมกิจการพลเรือนทหารบก ในฐานะฝ่ายอำนวยการด้านการประชาสัมพันธ์ และหน่วยรับผิดชอบงบประมาณหลัก ทำหน้าที่นำเสนอ นโยบายการ

ประชาสัมพันธ์ข่าวสารกองทัพบกทางสื่อสังคมออนไลน์ให้กับผู้บังคับบัญชาเพื่อกรุณาพิจารณาอนุมัตินโยบายต่อไป

4. กระบวนการจัดระเบียบวาระนโยบาย กระแสหน้าต่างนโยบายจะถูกเปิดออกเมื่อกระแสของปัญหา (Problem Stream) คือ วิวัฒนาการของเทคโนโลยี กระแสนโยบาย (Policy Stream) คือ นโยบายกองทัพบกในปีงบประมาณ 2557 ที่กำหนดให้เป็นปีแห่งการเตรียมความพร้อมกองทัพบกไปสู่อนาคตและกระแสการเมือง (Political Stream) คือ การเข้าสู่ประชาคมอาเซียนในปี 2558 มาบรรจบกัน

5. เป้าหมายและวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์กองทัพบกเพื่อสร้างค่านิยม ให้เกิดขึ้นในหมู่ประชาชน เพื่อให้ประชาชนสนับสนุนการปฏิบัติงานของกองทัพบก เพื่อสร้างความรัก ความผูกพัน ความศรัทธา และความเชื่อมั่นของประชาชนที่มีต่อกองทัพบก รวมทั้งเพื่อสร้างความสัมพันธ์ภายในกองทัพบก หมายถึง กำลังพลภายในกองทัพบกและครอบครัว (คู่มือการประชาสัมพันธ์กองทัพบก โดยกรมกิจการพลเรือนทหารบก)

## ขั้นที่ 2 ขั้นวาระเตรียมข้อเสนอร่างนโยบาย

ขั้นวาระเตรียมข้อเสนอร่างนโยบาย จุมพล หนีพานิซกล่าวว่าเป็นขั้นนี้เกี่ยวข้องกับพิจารณาข้อเสนอและเกี่ยวข้องกับการพิจารณาผู้ที่มีส่วนในการริเริ่มการเตรียมข้อเสนอร่างนโยบาย ( 2552 :118) ซึ่งจากการศึกษาพบว่า ภารกิจด้านการประชาสัมพันธ์ของกองทัพบกมีกรมกิจการพลเรือนเป็นฝ่ายอำนวยการ กำกับ ดูแล งานด้านกิจการพลเรือนทั้งหมด ดังนั้นวาระเตรียมข้อเสนอร่างนโยบาย แนวทางการประชาสัมพันธ์ข่าวสารกองทัพบกทางสื่อสังคมออนไลน์ จึงเป็นภาระงานของกรมกิจการพลเรือนทหารบก ในการทำหน้าที่เป็นเจ้าภาพหลักในการดำเนินการร่างนโยบาย โดยมีสำนักงานเลขานุการกองทัพบก ศูนย์เทคโนโลยีทางทหารกองทัพบก และหน่วยที่เกี่ยวข้องเป็นหน่วยงานสนับสนุนการดำเนินการ

“กองทัพบกมีกรมกิจการพลเรือนทหารบก เป็นฝ่ายอำนวยการที่ทำหน้าที่อำนวยการ กำกับ ดูแล งานด้านกิจการพลเรือนทั้งหมดของกองทัพบก ซึ่งหมายรวมถึงงานการประชาสัมพันธ์ของกองทัพบกด้วย ดังนั้น กรมกิจการพลเรือนทหารบก จึงต้องรับหน้าที่เป็นเจ้าภาพหลักในการจัดทำร่างนโยบาย ด้านการประชาสัมพันธ์ต่างๆ ของกองทัพบก มีสำนักงานเลขานุการกองทัพบก ศูนย์เทคโนโลยีทางทหารกองทัพบก ศูนย์ประชาสัมพันธ์กองทัพบกและศูนย์ประชาสัมพันธ์ของกองทัพภาคต่างๆ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องอื่นๆ ซึ่งจะเป็นหน่วยงานสนับสนุน” (สัมภาษณ์ รองเจ้ากรมยุทธการทหารบก เมื่อ 28 มิ.ย.57)



### ขั้นที่ 3 ขั้นกำหนดเป็นนโยบาย

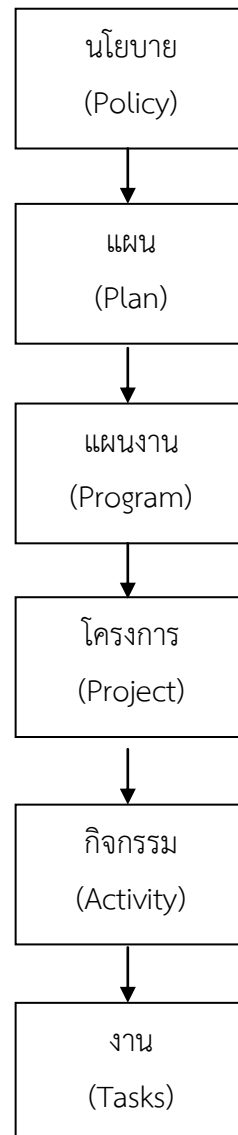
จุมพล หลิมพานิช กล่าวว่า ขั้นกำหนดเป็นนโยบายเป็นขั้นตอนตัดสินนโยบายที่จะมีการให้ความเห็นชอบแก้ไขหรือปฏิเสธทางเลือนนโยบายที่เสนอมาคือ จะมีข้อเสนอโยบายบางข้อที่เสนอขึ้นมาแล้วได้รับการยอมรับ บางข้อเสนอได้รับการปฏิเสธ บางข้อเสนออาจจะมีการแก้ไขเพิ่มเติมบ้างเล็กน้อย โดยมีผู้ที่เข้ามามีส่วนในการตัดสินกำหนดนโยบายอยู่หลายฝ่าย ( 2552 : 121)

จากการศึกษาด้านโครงสร้างการจัด ภารกิจ หน้าที่ พบว่า หน่วยขึ้นตรงกองทัพบกที่มีภารกิจที่เกี่ยวกับงานการประชาสัมพันธ์ประกอบด้วยกรมกิจการพลเรือนทหารบก เป็นฝ่ายอำนวยการหลักในการดำเนินการจัดทำร่างนโยบายการประชาสัมพันธ์กองทัพบก โดยการรวบรวมแนวคิดข้อเสนอแนะจากส่วนต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อนำเรียนผู้บัญชาการทหารบก ตกลงใจในนโยบายที่เสนอ และมีหน่วยปฏิบัติหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ สำนักงานเลขานุการกองทัพบก ศูนย์เทคโนโลยีทางทหารกองทัพบก ศูนย์ประชาสัมพันธ์กองทัพบก ศูนย์ประชาสัมพันธ์กองทัพภาค ส่วนการศึกษาและหน่วยงานอื่นๆที่เกี่ยวข้องเพื่อนำเสนอโยบายด้านการประชาสัมพันธ์ต่อผู้บัญชาการทหารบกเพื่อกรรณาพิจารณาอนุมัติ

### ขั้นที่ 4 การนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ (Implementation)

จุมพล หลิมพานิช กล่าวว่า การนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ (Implementation) หมายถึง การแสดงถึงนโยบายที่พึงปรารถนาที่สามารถนำไปปฏิบัติได้ของกฎหรือนโยบายที่เวลาที่มีการดำเนินการจริงๆ แล้วก่อให้เกิดความสำเร็จหรือบรรลุผลได้ไม่่ง่ายนัก นอกจากนี้ การนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติยังได้รับการพิจารณาในฐานะที่เป็นกระบวนการ (Process) ผลผลิต (An Output) และผลลัพธ์ (An Outcome) ( 2552: 177-179)

กระบวนการในการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ มีขั้นตอนการดำเนินการอยู่ 2 ขั้นตอนคือ ขั้นตอนแรก เป็นขั้นตอนการแปลงนโยบายออกมาเป็นแผน (Plan) แผนงาน (Program) และโครงการ (Project) และขั้นตอนที่สองเป็นการดำเนินงานตามตารางภาพที่ 4-1



แผนภาพที่ 4-1 กระบวนการในการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ

ที่มา : จุมพล หนิมพานิช ,2552 : 209

ขั้นนี้ เริ่มขึ้นเมื่อมีการกำหนดนโยบายในรูปของอนุมัติหลักการจากผู้บัญชาการทหารบก ซึ่งจะมีการระบุให้หน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่งเป็นผู้รับผิดชอบหลักและระบุหน่วยงานปฏิบัติ ขั้นตอนนี้ถือเป็นขั้นตอนสำคัญ ความสำเร็จของนโยบายจะขึ้นอยู่กับความชัดเจนของนโยบาย ความสัมพันธ์ของเป้าหมาย ประกอบด้วยหน่วยงานที่รับผิดชอบในการแปลงนโยบายมีความเข้าใจในวัตถุประสงค์ของนโยบาย ตลอดจนการให้ความร่วมมือของหน่วยปฏิบัติ

“การนำแผนไปสู่การปฏิบัติ มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่หน่วยต้องจัดทำแผนงาน งานโครงการต่างๆซึ่งในแนวทางการประชาสัมพันธ์ข่าวสารกองทัพบกทางสื่อออนไลน์ จำเป็นต้อง

คำนึงถึงวัตถุประสงค์ของแผนงาน เป้าหมาย ระยะเวลาของแผนงาน ความต่อเนื่องของแผนงาน ตัวชี้วัดและการประเมินผล รวมทั้งระบบคอมพิวเตอร์ที่ต้องมีการวางระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ที่ดีด้วย” (สัมภาษณ์ ผู้บัญชาการหน่วยบัญชาการป้องกันภัยทางอากาศ : เมื่อ 29 เม.ย. 57)

“สื่อสังคมออนไลน์ มีความอ่อนไหวและเปลี่ยนแปลงได้ง่าย รวดเร็ว ตามกระแสของสังคม ดังนั้น แผนการดำเนินการต้องมีความอ่อนตัวสูง และการนำแผนไปสู่การปฏิบัติต้องมีความเหมาะสมต่อกลุ่มเป้าหมาย เวลา และสถานการณ์ด้วย” (สัมภาษณ์ เลขานุการกองทัพบก : เมื่อ 30 เม.ย. 57)

“สำนักงานเลขานุการกองทัพบก มีนโยบายการประชาสัมพันธ์ โดยมุ่งเน้นการประชาสัมพันธ์เชิงรุก เพื่อให้ประชาชนทุกกลุ่มสามารถรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง รวดเร็ว ทันเวลา ทันเหตุการณ์ ด้วยการบูรณาการเครื่องมือสื่อสารทุกรายการของกองทัพบกที่มีอยู่และการบริหารจัดการงานประชาสัมพันธ์ตามหลักวิชาการ ให้มีประสิทธิภาพและเป็นไปในแนวทางเดียวกัน รวมทั้งสร้างระบบการสื่อสาร 2 ทาง (Two – Way Communication) เพื่อให้ประชาชนเกิดความสนใจต่อข่าวสารของกองทัพบก มีมาตรการป้องกันและป้องปรามการสร้างข่าวที่ไม่ถูกต้องของผู้ไม่หวังดีตลอดจนสร้างจิตสำนึกงานประชาสัมพันธ์ให้เกิดขึ้นกับกำลังพลของกองทัพบก

แผนงานด้านการประชาสัมพันธ์ของกองทัพบกในความรับผิดชอบของสำนักงานเลขานุการกองทัพบกแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ การประชาสัมพันธ์ตามวงรอบงานประจำปี มีกองประชาสัมพันธ์สำนักงานเลขานุการกองทัพบกรับผิดชอบ และการประชาสัมพันธ์นอกเหนือการประชาสัมพันธ์ตามวงรอบ มี ศูนย์ประชาสัมพันธ์กองทัพบกรับผิดชอบ มีดังนี้

#### 1. การประชาสัมพันธ์ตามวงรอบงานประจำปีมีการดำเนินการคือ

1.1 รวบรวมข้อมูลที่จะทำการประชาสัมพันธ์ โดยใช้ข้อมูลจาก การสำรวจทัศนคติประชาชน , การจัดการประชุมเพื่อรับทราบแผนการปฏิบัติงานจาก กรมฝ่ายเสนาธิการต่างๆ และนโยบายของผู้บังคับบัญชา

1.2 การกำหนดแผนการประชาสัมพันธ์ จากข้อมูลที่ได้รับให้สอดคล้องกับห้วงระยะเวลา กลุ่มเป้าหมาย สื่อในการประชาสัมพันธ์ และเป็นไปตามกรอบงบประมาณที่ได้รับการจัดสรรประจำปี

1.3 การนำแผนการประชาสัมพันธ์ไปสู่การปฏิบัติ โดยสื่อต่างๆ ประกอบด้วยสื่อโทรทัศน์, สื่อวิทยุกระจายเสียง, สื่อสิ่งพิมพ์, สื่อบุคคล และ สื่ออิเล็กทรอนิกส์

1.4 การประเมินผลการดำเนินงาน โดยจะดำเนินการอย่างต่อเนื่อง และนำผลการประเมินมาปรับปรุงพัฒนาแผนการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์ที่นอกเหนือจากการประชาสัมพันธ์ตามวงรอบงานประจำปี เช่น การตอบโต้ข่าวสารที่มีผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของกองทัพบกหรือการขยายผลต่อภารกิจตามนโยบายเร่งด่วนของผู้บังคับบัญชา

การปฏิบัติงานที่ผ่านมาส่วนใหญ่สามารถดำเนินงานได้ตามแผนงานที่วางไว้ สำหรับงานที่ไม่สามารถปฏิบัติได้ตามแผนงานมีสาเหตุมาจากการเปลี่ยนแปลงแผนการปฏิบัติงานของกรมฝ่ายเสนาธิการ เป็นผลให้ต้องปรับแผนการประชาสัมพันธ์เพื่อให้สอดคล้อง และ ข้อจำกัดด้านงบประมาณ เนื่องจากการประชาสัมพันธ์ส่วนหนึ่งเป็นการจ้างเอกชนเป็นผู้ผลิตหรือเป็นผู้เผยแพร่ ซึ่งอัตราค่าใช้จ่ายในการดำเนินการจึงขึ้นกับภาวะเศรษฐกิจ ณ ขณะนั้น ในขณะที่หน่วยได้กำหนดกรอบของแผนงานและงบประมาณไว้ล่วงหน้า จึงทำให้ต้องมีการปรับให้สอดคล้องเหมาะสมสำหรับการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการประชาสัมพันธ์ข่าวสารทางราชการนั้นพบว่ามีความเหมาะสมและจำเป็นอย่างยิ่งในสภาวะการณ์ปัจจุบันเพราะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินการประชาสัมพันธ์ข่าวสารกองทัพบก ดังนี้

1. ในขั้นการรวบรวมข้อมูลข่าวสารและการวางแผนงานด้านการประชาสัมพันธ์ เทคโนโลยีสามารถช่วยให้การ สืบค้น รวบรวม จัดเก็บ ได้อย่างกว้างขวางรวดเร็ว
2. ในขั้นการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ เทคโนโลยีสามารถช่วยทำให้สื่อมีความ น่าสนใจ ดึงดูดใจ และมีความหลากหลายในการนำเสนอ
3. ในขั้นการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ปัจจุบันการสื่อสารผ่านทางสังคมสื่อ อิเล็กทรอนิกส์ ทั้งสื่อสังคมออนไลน์ สื่อวิทยุโทรทัศน์ สื่อสารทางสายภายในกลุ่มหน่วยงาน (WAN) กำลังได้รับความนิยมและสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวดเร็ว

สำนักงานเลขานุการกองทัพบก ได้นำเทคโนโลยีมาใช้ในการประชาสัมพันธ์ ในหลายส่วน ทั้งการรวบรวมติดตามข้อมูลข่าวสาร การผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ การเปิดเว็บไซต์ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและรับเรื่องราวข้อเสนอแนะจากประชาชนซึ่งเป็นการสื่อสาร 2 ทาง และในปัจจุบันสำนักงานเลขานุการกองทัพบก ได้ริเริ่มการนำแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือ (Smart phone) ที่สามารถติดต่อรับทราบข้อมูลและความเคลื่อนไหวของกองทัพต่อประชาชนที่ติดตั้ง แอปพลิเคชัน

ด้าน โครงสร้างการจัดของหน่วยงานด้านการประชาสัมพันธ์ทางสื่อสังคมออนไลน์ที่เหมาะสมอย่างน้อยต้องครอบคลุม/มีส่วนประกอบคือ

1. ส่วนควบคุมบังคับบัญชา : ควบคุม อำนวยการ ประสานงาน กำหนดนโยบาย ตกลงใจและรับผิดชอบต่อการต่อการปฏิบัติทั้งหมด

2. ส่วนเทคนิค : เป็นผู้ติดตั้ง กำกับดูแล ควบคุมระบบ (ทั้งฮาร์ดแวร์และซอฟต์แวร์) งานซ่อมบำรุง จัดทำโปรแกรม รวมทั้งวางมาตรการรักษาความปลอดภัยของระบบคอมพิวเตอร์
3. ส่วนรวบรวมและติดตามข้อมูลข่าวสาร
4. ส่วนปฏิบัติการ : เผยแพร่ ตอบโต้

ด้านบุคลากร ต้องเป็นผู้ที่มีความรู้ทางหลักวิชาการการประชาสัมพันธ์ข่าวสาร กองทัพบก และมีพื้นฐานการปฏิบัติงานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศด้านสื่อสังคมออนไลน์ ส่วนใหญ่มักให้ความสนใจต่อปริมาณของการเข้าชม/ปริมาณการค้นคนหา รวมทั้งเรื่องที่อยู่ในกระแสสังคม ดังนั้น กองทัพ มีบุคลากรเป็นจำนวนมากกลยุทธ์ในการดึงดูดความสนใจจากประชาชนโดยการให้บุคลากรของกองทัพเข้าชมเพื่อสร้างปริมาณและกระแส ทั้งนี้เรื่องที่เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ต้องเป็นจริงและสามารถสืบค้นหลักฐาน/ข้อยืนยันประกอบได้ ( สัมภาษณ์ ผู้อำนวยการกองประชาสัมพันธ์ สำนักงานเลขานุการกองทัพบก : เมื่อ 30 เม.ย.57)

ด้านศูนย์ประชาสัมพันธ์กองทัพบกได้นำเทคโนโลยีมาใช้ในการประชาสัมพันธ์ เช่นกัน ได้แก่ Facebook, Twitter, เว็บไซต์ของศูนย์ประชาสัมพันธ์กองทัพบก เพื่อใช้เป็นช่องทางหนึ่งในการประชาสัมพันธ์ข่าวสารกองทัพบกสู่ประชาชน ส่วนในระบบ Line จะใช้เฉพาะเป็นกลุ่มๆเท่านั้น

“ศูนย์ประชาสัมพันธ์กองทัพบกมีการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการทำงาน เช่น เฟสบุคทวิตเตอร์ เว็บไซต์ของ ศูนย์ประชาสัมพันธ์กองทัพบก ส่วนระบบไลน์จะใช้เป็นกลุ่มบุคคล ซึ่งมีความเป็นส่วนตัวมากกว่า การใช้เทคโนโลยีของศูนย์ประชาสัมพันธ์กองทัพบกได้ทำมาใช้ใน 2 แนวทางคือในระบบการติดตามข้อมูลโดยในส่วนนี้จะจ้างบริษัทเอกชนเข้ามาดำเนินการ อีกแนวทางหนึ่งคือการใช้เทคโนโลยีในการประชาสัมพันธ์ ตรงส่วนนี้จะใช้ทวิตเตอร์เป็นส่วนใหญ่ ทำทุกวัน ปล่อยข้อมูลข่าวสารทุกวัน คือ เหตุการณ์ของหน่วย เช่น การจับกุมแรงงานต่างด้าว ยาเสพติด ภารกิจของกองทัพบกสำหรับ บุคลากร เพื่อให้สอดคล้องการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการประชาสัมพันธ์กองทัพบก จำเป็นต้องพัฒนาบุคลากรด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยเฉพาะการเขียนโปรแกรมต่างๆ รวมทั้งต้องมีความเข้าใจในภารกิจของกองทัพบกเป็นอย่างดี” ( สัมภาษณ์ หัวหน้าส่วนปฏิบัติการ ศูนย์ประชาสัมพันธ์กองทัพบก : เมื่อ 30 เม.ย. 57)

สรุป การนำแผนไปสู่การปฏิบัติ พบว่า แผนงานด้านการประชาสัมพันธ์ของกองทัพบกในความรับผิดชอบของสำนักงานเลขานุการกองทัพบกแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ การประชาสัมพันธ์ตามวงรอบงานประจำปี และการประชาสัมพันธ์นอกเหนือการประชาสัมพันธ์ตามวงรอบ การปฏิบัติงานที่ผ่านมาส่วนใหญ่สามารถดำเนินงานได้ตามแผนงานที่วางไว้ สำหรับงานที่ไม่สามารถปฏิบัติได้ตามแผนงานมีสาเหตุมาจากการเปลี่ยนแปลงแผนการปฏิบัติของกรมฝ่าย

เสนาธิการ และด้านงบประมาณสำหรับการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการประชาสัมพันธ์ข่าวสารทางราชการนั้นพบว่ามีความเหมาะสมและจำเป็นในการดำเนินงานด้านการรวบรวมข้อมูลข่าวสารและการวางแผนงานการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์และการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ด้านโครงสร้างการจัดของหน่วยงานด้านการประชาสัมพันธ์ทางสื่อสังคมออนไลน์ที่เหมาะสม ประกอบด้วย ส่วนควบคุมบังคับบัญชา ส่วนเทคนิค ส่วนรวบรวมและติดตามข้อมูลข่าวสาร และส่วนปฏิบัติการ นอกจากนี้กองทัพบกต้องพัฒนาบุคลากรและการจัดสรรสิ่งอุปกรณ์ต่างๆ

## ขั้นที่ 5 การประเมินผลนโยบาย

จุมพล นิมพานิช กล่าวว่า การประเมินผลนโยบายมี 2 ประเภท คือ การประเมินผลกระบวนการและการประเมินผลกระทบ ดังนี้ ( 2552 : 312 - 313)

### 1. การประเมินผลกระบวนการ

การประเมินผลกระบวนการเป็นการประเมินผลส่วนนำหรือปัจจัยนำเข้าของกิจกรรมว่าได้จัดสรรอย่างเหมาะสมและเป็นไปตามแผนงานหรือไม่เพียงใด เช่น โครงการนั้นการฝึกอบรมผู้ปฏิบัติการได้ทำครบถ้วนตามหลักสูตรหรือไม่ งบประมาณได้รับการจัดสรรพอเพียงและทันเวลาหรือไม่ การปฏิบัติเป็นไปตามกระบวนการหรือไม่ การปฏิบัติเป็นไปตามกระบวนการที่วางไว้หรือไม่ ช่วงเวลาการประเมินผลจึงเป็นไปในขณะที่โครงการดำเนินอยู่ และผลการประเมินในหลักการจะถูกนำมาใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงวิธีการทำงาน ปรับปรุงการจัดสรรทรัพยากร ตลอดจนเทคนิคต่างๆในการดำเนินโครงการ

### 2. การประเมินผลกระทบ

การประเมินผลกระทบ ประกอบด้วย ผลผลิต(Output) ผลลัพธ์ (Outcome) โดยกล่าวว่า ผลผลิตหมายถึง ผลที่เกิดขึ้นทันทีจากการดำเนินงานหรือผลเบื้องต้น ส่วนผลลัพธ์ (Outcome) หมายถึงผลจุดหมายปลายทาง (Ultimate Outputs ) เป็นผลระยะยาว

“การประเมินผลเป็นสิ่งสำคัญ และมีความจำเป็นอย่างแน่นอนทั้งการประเมินผลในเชิงปริมาณเพื่อให้ได้ตัวเลข ค่าสถิติต่างๆ และในเชิงคุณภาพ เพื่อให้ทราบผลว่าการประชาสัมพันธ์มีผลผลิตที่สร้างผลกระทบกับกลุ่มเป้าหมายหรือไม่ นั้นกลุ่มเป้าหมายรู้อย่างไร ฟังพอใจหรือไม่ เพราะการทำงานทุกอย่างต้องมีการประเมินผล” (สัมภาษณ์ ผู้บัญชาการ หน่วยบัญชาการป้องกันภัยทางอากาศ: เมื่อ 29 เม.ย. 57)

“การปฏิบัติงานตามแผนงานนั้นควรมีการประเมินผลเป็นระยะ และนำผลการประเมินมาปรับปรุงแก้ไขแนวทางการประชาสัมพันธ์ข่าวสารกองทัพบกต่อไป” (สัมภาษณ์รองหัวหน้าศูนย์ประชาสัมพันธ์ กองทัพอากาศที่ 3 : เมื่อ 30 พ.ค. 57)

“หน่วยจะทำการประเมินผลในแต่ละกิจกรรม โดยออกแบบประเมินผล ก่อนทำกิจกรรม ระหว่างทำกิจกรรม และหลังทำกิจกรรม เพื่อนำผลมาการประเมินมาปรับปรุงการทำกิจกรรมต่อไป” ( สัมภาษณ์ รองหัวหน้าศูนย์ประชาสัมพันธ์ กองทัพอากาศที่ 4 : เมื่อ 16 พ.ค. 57 )

หน่วยในกองทัพพบเห็นความสำคัญของการประเมินผล ทั้งการประเมินแผนงาน และกิจกรรม เพื่อนำมาผลการประเมินมาปรับปรุงแผนงานและกิจกรรมต่อไป

สรุปกระบวนการจัดทำนโยบายการประชาสัมพันธ์ข่าวสารกองทัพบกทางสื่อสังคมออนไลน์ ประกอบด้วยดังนี้

ขั้นที่ 1 ขั้นก่อตั้งนโยบาย แนวทางการประชาสัมพันธ์ข่าวสารกองทัพบกบนสื่อสังคมออนไลน์ พบว่า

1. แนวทางของปัญหา ภายในกองทัพพบเห็นความสำคัญของการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการประชาสัมพันธ์ข่าวสารกองทัพบกเหมือนกัน โดยกำลังพลควรมีความรู้ในเรื่องการประชาสัมพันธ์ และเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านประโยชน์ที่กองทัพจะได้รับ มีทั้งข้อดีรวดเร็ว กว้างขวาง ส่วนข้อเสีย คือยากต่อการกำกับดูแล

2. ประเภทของปัญหาจากการขาดการปรับปรุงระเบียบว่าด้วยการให้ข่าว การบริการข่าวสารและการประชาสัมพันธ์ของกองทัพบก ที่มีความทันสมัย สอดคล้องกับระเบียบของหน่วยเหนือ แต่หน่วยและกำลังพลของกองทัพบก มีความมุ่งมั่นที่จะพัฒนาหน่วยให้มีความเจริญก้าวหน้า มีความทันสมัย แต่พบว่า เป็นเพียงจิตความสามารถและความมุ่งมั่นเฉพาะบุคคลเท่านั้น

3. การจัดระเบียบวาระของนโยบาย พบว่า เป็นปัญหาเชิงนโยบายสาธารณะของสังคม (The Systemic Agenda) โดยกรมกิจการพลเรือนทหารบก ในฐานะฝ่ายอำนวยการด้านการประชาสัมพันธ์ และหน่วยรับผิดชอบงบประมาณหลัก ทำหน้าที่นำเสนอ นโยบายการประชาสัมพันธ์ข่าวสารกองทัพบกทางสื่อสังคมออนไลน์ให้กับผู้บังคับบัญชาเพื่อพิจารณาอนุมัตินโยบายต่อไป

4. การจัดระเบียบวาระนโยบาย กระแสของปัญหา (Problem Stream) คือ วิวัฒนาการของเทคโนโลยี กระแสนโยบาย (Policy Stream) คือ นโยบายกองทัพบกในปีงบประมาณ 2557 ที่กำหนดให้เป็นปีแห่งการเตรียมความพร้อมกองทัพบกไปสู่อนาคตและกระแสการเมือง (Political Stream) คือการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนในปี 2558

5. ผู้กำหนดนโยบายพบว่า กองทัพบกมีผู้บัญชาการทหารบกเป็นหัวหน้าส่วนราชการ จะได้กรณามอบนโยบายตามที่ฝ่ายอำนวยการนำเสนอหรือเป็นการสั่งการให้กับข้าราชการส่วนต่างๆ ในกองทัพบกยึดถือเป็นแนวทางการดำเนินตามภารกิจ

6. เป้าหมายและวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์กองทัพบกเพื่อสร้างค่านิยม เพื่อให้ประชาชนสนับสนุนการปฏิบัติงานของกองทัพบก เพื่อสร้างความรัก ความผูกพัน ความศรัทธา และความเชื่อมั่นของประชาชนที่มีต่อกองทัพบก รวมทั้ง เพื่อสร้างความสัมพันธ์ภายในกองทัพบก หมายถึง คำสั่งพลภายในกองทัพบกและครอบครัวตลอดจนเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับกองทัพบก

ขั้นที่ 2 ขั้นวาระเตรียมข้อเสนอร่างนโยบาย พบว่า เป็นภารกิจของกรมกิจการพลเรือนทหารบก ที่ต้องทำหน้าที่เป็นเจ้าภาพหลักในการดำเนินการต่างๆ เพื่อจัดทำร่างนโยบาย โดยมีสำนักงานเลขานุการกองทัพบก ศูนย์เทคโนโลยีทางทหารกองทัพบกและหน่วยที่เกี่ยวข้อง เป็นหน่วยงานสนับสนุนการดำเนินการ

ขั้นที่ 3 ขั้นกำหนดเป็นนโยบาย พบว่า กรมกิจการพลเรือนทหารบก เป็นฝ่ายอำนวยการหลักในการดำเนินการจัดทำร่างนโยบายการประชาสัมพันธ์กองทัพบก เพื่อนำเรียนผู้บัญชาการทหารบก ตกลงใจในนโยบาย โดยมีหน่วยปฏิบัติหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ สำนักงานเลขานุการกองทัพบก ศูนย์เทคโนโลยีทางทหารกองทัพบก ศูนย์ประชาสัมพันธ์กองทัพบก ศูนย์ประชาสัมพันธ์กองทัพบก ส่วนการศึกษาและหน่วยงานอื่นๆที่เกี่ยวข้อง

ขั้นที่ 4 การนำแผนไปสู่การปฏิบัติพบว่า แผนงานด้านการประชาสัมพันธ์ของกองทัพบกในความรับผิดชอบของสำนักงานเลขานุการกองทัพบกแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ แผนงานการประชาสัมพันธ์ตามวงรอบงานประจำปี และแผนงานการประชาสัมพันธ์นอกเหนือการประชาสัมพันธ์ตามวงรอบ การปฏิบัติงานสามารถดำเนินงานได้ตามแผนงานที่วางไว้ แต่มี 2 สาเหตุที่ไม่สามารถปฏิบัติได้ตามแผนงานคือการเปลี่ยนแปลงแผนการปฏิบัติของกรมฝ่ายเสนาธิการ และด้านงบประมาณ สำหรับการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการประชาสัมพันธ์ข่าวสารทางราชการนั้นพบว่ามีความเหมาะสมและจำเป็นในการดำเนินงานในด้านการรวบรวมข้อมูลข่าวสาร และการวางแผนงานการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์และการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ สำหรับโครงสร้างการจัดของหน่วยงานด้านการประชาสัมพันธ์ทางสื่อสังคมออนไลน์ที่เหมาะสมควร ประกอบด้วย ส่วนควบคุมบังคับบัญชา ส่วนเทคนิค ส่วนรวบรวมและติดตามข้อมูลข่าวสาร และส่วนปฏิบัติการ นอกจากนี้กองทัพบกต้องพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ทั้งในด้านการประชาสัมพันธ์และการจัดสรรสิ่งอุปกรณ์ต่างๆ

ขั้นที่ 5 การประเมินผล พบว่า หน่วยในกองทัพบกเห็นความสำคัญของการประเมินผล ทั้งการประเมินแผนงานและกิจกรรม เพื่อนำมาผลการประเมินมาปรับปรุงแผนงานและกิจกรรมต่อไป



# บทที่ 5

## สรุปและข้อเสนอแนะ

### สรุป

ในการศึกษาเรื่องการประชาสัมพันธ์ข่าวสารกองทัพบกทางสื่อสังคมออนไลน์ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการดำเนินการด้านการประชาสัมพันธ์ข่าวสารของ กองทัพบก และเพื่อศึกษาแนวทางการประชาสัมพันธ์ข่าวสารกองทัพบกทางสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการศึกษาดังกล่าว ผู้วิจัยได้ค้นคว้า ศึกษาโดยการรวบรวมและวิเคราะห์ ข้อมูลจาก รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ.2550 , พระราชบัญญัติการจัดระเบียบราชการ กระทรวงกลาโหม พ.ศ. 2551 , นโยบายกระทรวงกลาโหม พ.ศ. 2552, หนังสือ วิสัยทัศน์ กองทัพบก 2560 , นโยบายการปฏิบัติงานกองทัพบก (เพิ่มเติม) ประจำปีงบประมาณ 2557 , แนวทางการปฏิบัติของกองทัพบกในการเตรียมความพร้อมกองทัพบกไปสู่อนาคต ระเบียบปฏิบัติ ราชการว่าด้วยการประชาสัมพันธ์และการบริการข่าวสารของทางราชการ คู่มือการประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของกองทัพบก ระเบียบปฏิบัติราชการอื่นๆและกระบวนการจัดทำนโยบาย และเอกสารตำราที่เกี่ยวข้องรวมทั้งผลการสัมภาษณ์จากกลุ่มตัวอย่าง โดยสรุปผลการวิจัย อภิปราย ผลและข้อเสนอแนะ ดังนี้

### การดำเนินการประชาสัมพันธ์ข่าวสารกองทัพบก

การดำเนินการประชาสัมพันธ์ข่าวสารกองทัพบก พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการ ดำเนินการประชาสัมพันธ์กองทัพบกได้แก่ปัจจัยภายนอกกองทัพบกและปัจจัยภายในกองทัพบก ดังนี้

#### 1. ปัจจัยภายนอกกองทัพบก ได้แก่

- 1.1 สถานการณ์โลก
- 1.2 สถานการณ์ภายในประเทศ
- 1.3 โครงสร้างการจัดหน่วย
- 1.4 กรอบแนวทางการให้ข่าวและบริการข่าวสารราชการ
- 1.5 แนวทางการประชาสัมพันธ์ของราชการ
- 1.6 พระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ.2540

- 1.7 ระเบียบกระทรวงกลาโหมว่าด้วยข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ.2544
- 1.8 นโยบายกระทรวงกลาโหม
- 1.9 แผนปฏิบัติราชการ กองทัพบกไทย พ.ศ.2555-2558
2. ปัจจัยภายในกองทัพบก
  - 2.1 วิสัยทัศน์กองทัพบก
  - 2.2 เจตนารมณ์ของ พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา ผู้บัญชาการทหารบก
  - 2.3 นโยบายกองทัพบก ประกอบด้วย
    - 2.3.1 นโยบายกองทัพบกทั่วไป
    - 2.3.2 นโยบายกองทัพบกเฉพาะ
  - 2.4 การประชาสัมพันธ์ของกองทัพบก
  - 2.5 ระเบียบกองทัพบกว่าด้วยการประชาสัมพันธ์ พ.ศ. 2547

### ปัจจัยภายนอกกองทัพบก

1. สถานการณ์โลก พบว่า การเจริญเติบโตของเทคโนโลยีที่เป็นปัจจัยเร่งให้สถานการณ์โลกมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว และขยายตัวออกไปอย่างกว้างขวาง การรวมกลุ่มกันของประชาคมโลกที่มีชาติพันธุ์ ศาสนา อุดมการณ์เดียวกัน การเมืองภาคประชาชน การก่อการร้ายสากล การแย่งชิงทรัพยากร ข้อมูลสารสนเทศกลายเป็นทรัพย์สินมีค่า จากสถานการณ์โลกที่เปลี่ยนแปลงส่งผลให้อำนาจอธิปไตยเหนือรัฐชาติถูกลดบทบาทลง แต่เพิ่มบทบาทองค์กรเหนือรัฐชาติ และองค์กรที่ไม่ใช่รัฐ

2 สถานการณ์ภายในประเทศ พบว่า สถานการณ์ภายในประเทศที่มีผลต่อความมั่นคงของประเทศ ได้แก่ การก่อการร้ายสากล ปัญหายาเสพติด อาชญากรรมข้ามชาติ ผู้หลบหนีเข้าเมืองโดยผิดกฎหมาย อาชญากรรมตามแนวชายแดน ความยากจน สาธารณภัยขนาดใหญ่และภัยพิบัติต่างๆ การป้องกันประเทศ ความแตกแยกของคนในสังคม ความไม่สงบในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ กระแสสื่อมวลชนไทยที่ช่วงชิงนำเสนอข่าวเชิงความขัดแย้งของสังคมอย่างต่อเนื่อง ที่มีปัจจัยสนับสนุนจากความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยีทำให้ข่าวสารที่ถูกนำเสนอในเชิงความขัดแย้งได้แพร่กระจายสู่สังคมทั้งในมิติเชิงกว้างคือ การแพร่กระจายข้อมูลข่าวสารที่กว้างขวาง และมิติเชิงลึกคือ จากระดับสังคม กลุ่มชนและครอบครัว ทำให้สังคมไทยเกิดความแตกความสามัคคีที่กว้างและร้ายลึกมากขึ้น ในขณะที่เดียวกันรัฐบาลก็ไม่มีแนวทางการแก้ไขปัญหานี้อย่างชัดเจน เนื่องจากคณะรัฐบาลเองมีส่วนเกี่ยวข้องทั้งในด้านสายสัมพันธ์ของวงศ์ตระกูลและการดำเนินงานของพรรคการเมืองเดียวกัน ถึงแม้จะเปลี่ยนชื่อพรรคแล้วก็ตามแต่เป็นการเปลี่ยนชื่อพรรคโดยกระบวนการบังคับโดยกฎหมายเท่านั้น ดังนั้นการแก้ไขปัญหาการแตกความสามัคคีของสังคมไทย

จึงดำเนินไปด้วยความยากลำบาก บางประเด็นของปัญหาได้รับการแก้ไข หรือแก้ไขแล้วก็ยังเป็นประเด็นโต้แย้ง เช่น การเยียวยาผู้ได้รับผลกระทบจากทางการเมือง เป็นต้น แต่บางปัญหาไม่ได้รับการแก้ไข เช่น ภาพลักษณ์ที่เป็นลบในเรื่องการทุจริตคอร์รัปชัน เป็นต้น ปัญหาการแตกความสามัคคีของคนในชาติจึงไม่ได้รับการแก้ไข ทั้งที่เป็นปัญหาที่มีผลกระทบต่อพี่น้องประชาชนและเสถียรภาพของรัฐบาลโดยตรง

3. โครงสร้างการจัดหน่วย พบว่า กองทัพบกเป็นหน่วยงานราชการภายในสังกัดกระทรวงกลาโหมที่มีการบริหารราชการแบบระบบราชการ มีโครงสร้างการจัดที่ชัดเจน มีการสั่งการและการปฏิบัติงานเป็นไปตามสายงานหรือตามสายการบังคับบัญชาที่กำหนดไว้

4. กรอบแนวทางการให้ข่าวและบริการข่าวสารราชการ พบว่า การให้ข่าวสารของทางราชการ ใช้กรอบของ ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการให้ข่าวและบริการข่าวสารของทางราชการ พ.ศ.2529 ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการให้ข่าวและบริการข่าวสารของทางราชการ ฉบับที่ 2 พ.ศ.2533 ระเบียบกระทรวงกลาโหมว่าด้วยการให้ข่าวและบริการข่าวสารทางราชการ พ.ศ.2530 ระเบียบกองบัญชาการทหารสูงสุดว่าด้วยการให้ข่าวและบริการข่าวสารทางราชการ พ.ศ.2530 ซึ่งในระเบียบ ฯ นี้ ได้กำหนดผู้ให้ข่าวและกรอบเนื้อหาข่าวสารที่สามารถให้แก่สาธารณชนได้

5. แนวทางการประชาสัมพันธ์ของราชการ พบว่า กรอบแนวทางการประชาสัมพันธ์ของทางราชการของกองบัญชาการทหารสูงสุด อาศัยระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ พ.ศ.2529 ระเบียบกระทรวงกลาโหมว่าด้วยการประชาสัมพันธ์ของกระทรวงกลาโหม พ.ศ.2534 และพบว่า ระเบียบกองบัญชาการทหารสูงสุดว่าด้วยการประชาสัมพันธ์ของกองบัญชาการทหารสูงสุด พ.ศ. 2534 มีหน่วยขึ้นตรงเฉพาะในส่วนของกองบัญชาการทหารสูงสุด สำหรับเหล่าทัพได้ระบุเพียงเพื่อการประสานงานช่วยเหลือ สนับสนุน แลกเปลี่ยนและให้การศึกษาซึ่งกันและกันในการดำเนินการประชาสัมพันธ์เท่านั้น

6. พระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ.2540 พบว่า สิทธิการรับรู้หรือรับทราบข้อมูลข่าวสารของราชการ ส่งผลให้หน่วยงานราชการต้องจัดทำข้อมูลข่าวสารเผยแพร่ให้ประชาชนได้รับทราบเป็นการทั่วไปผ่านช่องทางสื่อสารต่างๆ อาทิเช่น หน่วยต้องจัดทำเว็บไซต์ของหน่วยเผยแพร่ โครงสร้างและการจัดองค์กร อำนาจหน้าที่ที่สำคัญและวิธีการดำเนินงาน สถานที่ติดต่อเพื่อขอรับข้อมูลข่าวสาร หรือคำแนะนำในการติดต่อกับหน่วยงานของรัฐ เป็นต้น

7. ระเบียบกระทรวงกลาโหม ว่าด้วยข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ.2544 พบว่า เป็นระเบียบ ฯ ว่าด้วยสิทธิการรับรู้หรือรับทราบข้อมูลข่าวสารของราชการในสังกัดกระทรวงกลาโหม มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ.2540

8. นโยบายกระทรวงกลาโหม พบว่า นโยบายที่สำคัญ ได้แก่ การปฏิบัติราชการให้ยึดถือกฎหมาย กฎ ข้อบังคับ ระเบียบ ประกาศ และคำสั่งที่เกี่ยวข้อง พิทักษ์รักษาและเทิดทูนสถาบันพระมหากษัตริย์ พัฒนาร่วมมือทางทหารกับประเทศเพื่อนบ้าน เสริมสร้างศักยภาพกองทัพและระบบการป้องกันประเทศ พัฒนากิจการป้องกันอุตสาหกรรม ป้องกันประเทศ พัฒนาการฝึกกำลังกับทุกภาคส่วนของสังคม เพื่อการป้องกันประเทศ

9. แผนปฏิบัติราชการ กองทัพอไทย พ.ศ.2555-2558 พบว่า กองทัพอไทย ได้จัดทำแผนปฏิบัติราชการกองทัพอไทย พ.ศ.2555-2558 รองรับแผนปฏิบัติราชการกระทรวงกลาโหม พ.ศ. 2555-2558 เพื่อกำหนดกลยุทธ์ และแผนงาน/โครงการ/กิจกรรม รองรับแผนปฏิบัติราชการของกระทรวงกลาโหม ทั้งนี้เพื่อให้สอดคล้องตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ในแผนการบริหารราชการแผ่นดิน พ.ศ.2555-2558 ได้อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์สูงสุดต่อประเทศชาติและประชาชน โดยกำหนดวิสัยทัศน์ กองบัญชาการกองทัพอไทย “เป็นกองบัญชาการในการอำนวยความสะดวกการปฏิบัติการร่วมของเหล่าทัพ” มีประเด็นยุทธศาสตร์ ตามแผนปฏิบัติราชการ กองทัพอไทย พ.ศ. 2555-2558 4 ประเด็นยุทธศาสตร์ ดังนี้

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 การพิทักษ์รักษาและเทิดทูนสถาบันพระมหากษัตริย์

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 การป้องกันเชิงรุก

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 การฝึกกำลังป้องกันประเทศ

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4 การเสริมสร้างความร่วมมือด้านความมั่นคงกับ

ต่างประเทศ

### ปัจจัยภายในกองทัพบก

1. วิสัยทัศน์กองทัพบก พบว่า วิสัยทัศน์กองทัพบก กองทัพบกใน ปี 2565 “เป็นกองทัพบกที่มีความพร้อม มีศักยภาพ และทันสมัย ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้” หรือ “Prepared, Potentialized and Modernized Army in Southeast Asia” ประกอบด้วย 8 ประเด็นยุทธศาสตร์ ได้แก่

1.1. การพัฒนาการปฏิบัติงานเพื่อเทิดทูนสถาบันหลักของชาติ ( ชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์ )

1.2. การปรับปรุงโครงสร้างกองทัพบกสู่ศวรรษหน้า

1.3. การพัฒนาระบบบริหารจัดการกำลังพลอย่างยั่งยืน

1.4. การพัฒนาคุณภาพชีวิตกำลังพลให้คู่มาตรฐานสากล

1.5. การปรับปรุงพัฒนาระบบการฝึกและศึกษาทางทหารให้มีความทันสมัย สอดคล้องกับสภาการณ์ในปัจจุบันและอนาคต

1.6. การส่งเสริมระบบการบริหารคุณภาพเพื่อพัฒนาระบบการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น

1.7 การพัฒนาเทคโนโลยีด้านการทหาร

1.8 การเตรียมกองทัพบกสู่ประชาคมอาเซียน

2. เจตนารมณ์ของ พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา ผู้บัญชาการทหารบก พบว่า มุ่งเน้นการปฏิบัติงานตามบทบัญญัติแห่งรัฐธรรมนูญ และอุดมการณ์ทหารของชาติ เสริมสร้างขีดความสามารถให้มีความพร้อมในทุกด้านอย่างเป็นระบบและมีเอกภาพทั้งด้านอำนาจกำลังพลที่มีตัวตนและไม่มีตัวตน สามารถปฏิบัติการกิจได้อย่างหลากหลาย มีความอ่อนตัว ทั้งภารกิจทางทหารและภารกิจทางทหารอื่นๆ นอกเหนือจากสงคราม

3. นโยบายกองทัพบก พบว่านโยบายกองทัพบกแบ่งออกเป็น นโยบายทั่วไปและนโยบายเฉพาะ ผู้วิจัยขอสรุปนโยบายที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย ดังนี้

3.1 นโยบายทั่วไป

3.1.1 ให้รองผู้บัญชาการทหารบก กำกับดูแลการประชาสัมพันธ์และการปฏิบัติการข่าวสารของกองทัพบกในภาพรวม โดยมีวัตถุประสงค์ไว้ 2 ประการคือ 1.) เพื่อเป็นการชี้แจงผลงาน 2.) เสริมสร้างภาพลักษณ์ของกองทัพบก ทั้งนี้ การให้สัมภาษณ์กับสื่อมวลชนนั้น จะดำเนินการโดยผู้บัญชาการทหารบกและ/หรือผู้ได้รับมอบหมาย

3.1.2 ให้มีการประชาสัมพันธ์ในหน่วยและกำลังพลของกองทัพบกทุกระดับ ได้รับทราบนโยบายของกองทัพบกโดยทั่วกัน เพื่อให้มีความเข้าใจและตระหนักถึงบทบาทในการเป็นองค์กรหลักด้านความมั่นคง และการปกป้องผลประโยชน์ของชาติ

3.2 นโยบายเฉพาะ – นโยบายด้านกิจการพลเรือน ได้แก่

3.2.1 การปฏิบัติการจิตวิทยา และการประชาสัมพันธ์เสริมสร้างภาพลักษณ์ในเชิงบวกของสถาบันทหารให้ปรากฏต่อทุกภาคส่วน โดยเน้นการเพิ่มศักยภาพของกำลังพล และเครื่องมือในระดับต่างๆ ให้มีขีดความสามารถในการประชาสัมพันธ์การปฏิบัติการกิจของกองทัพบกในหลากหลายมิติ เน้นสื่อบุคคลโดยใช้วิทยากรประเภทต่างๆ ในการเผยแพร่ข่าวสารไปสู่เป้าหมายแผนที่กำหนด

3.2.2 ให้ความสำคัญในเรื่อง เสนาสนเทศ และ ประชาสนเทศ

3.2.3 พัฒนาหลักนิยม หลักการ และแนวทางปฏิบัติงานด้านกิจการพลเรือนในทุกมิติให้มีความทันสมัย และสอดคล้องกับรูปแบบภัยคุกคามที่เปลี่ยนแปลงไป

3.2.4 พัฒนาการฝึกรักษาในสายงานกิจการพลเรือนให้ครอบคลุมทุกมิติ

4. การประชาสัมพันธ์ของกองทัพบก พบว่า การการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ของกองทัพบก เป็นกิจกรรมที่มีลำดับขั้นตอนการทำงานต่อเนื่องเรียกว่า “วงล้อประชาสัมพันธ์” (PR wheel) ได้แก่

4.1 ขั้นแสวงหาข้อมูลและวิเคราะห์ปัญหา (fact-finding and analysis problem) เป็นขั้นตอนแรก เพื่อค้นหาข้อเท็จจริงและข้อมูลต่างๆที่เกี่ยวกับสถานการณ์หรือปัญหาที่กองทัพบก ประสบอยู่โดยอาศัยวิธีการวิจัยการรับฟังความคิดเห็น (research listening) การวิจัย

4.2 ขั้นการวางแผน-การตัดสินใจ (planning-decision making) มี 6 ขั้นตอน 1) การกำหนดวัตถุประสงค์ ( Objective ) 2.) การกำหนดกลุ่มประชาชนเป้าหมาย (Target public) 3.) การกำหนดแนวหัวข้อเรื่อง (Themes ) 4.) การกำหนดช่วงระยะเวลา (Timing) เวลาที่เหมาะสม 5) การกำหนดชนิดของสื่อและเทคนิคต่างๆ (Media and techniques) 6) การกำหนดงบประมาณ (Budget)

4.3. ขั้นการดำเนินการตามแผนงาน (implementation)

4.4. ขั้นการประเมินผล (Evaluation)

5. ระเบียบกองทัพบกกว่าด้วยการประชาสัมพันธ์ พ.ศ. 2547 พบว่า กองทัพบกใช้ระเบียบการประชาสัมพันธ์ พ.ศ. 2547 เป็นกรอบแนวทางในการดำเนินการด้านการประชาสัมพันธ์ ซึ่งในระเบียบ ฯ นี้ระบุให้หน่วยขึ้นตรงกองทัพบกวางแผนการประชาสัมพันธ์ของหน่วยเองโดยให้ยึดระเบียบฯ นี้เป็นกรอบการดำเนินงาน เท่านั้น

### **แนวทางการประชาสัมพันธ์ข่าวสารกองทัพบกทางสื่อสังคมออนไลน์**

แนวทางการประชาสัมพันธ์ข่าวสารกองทัพบกทางสื่อสังคมออนไลน์จากการศึกษา พบว่ามีขั้นตอนการจัดทำตามแนวทางการกำหนดนโยบายตามกรอบของ Jame E. Anderson และคณะ ซึ่งมีทั้งหมด 5 ขั้นตอน ได้แก่

ขั้นที่ 1 ขั้นก่อตัวนโยบายหรือขั้นตอนจัดระเบียบวาระนโยบาย

ขั้นที่ 2 ขั้นตรงวาระเตรียมร่างนโยบาย

ขั้นที่ 3 ขั้นกำหนดเป็นนโยบาย

ขั้นที่ 4 ขั้นนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ

ขั้นที่ 5 ขั้นประเมินผล

**ขั้นที่ 1 ขั้นก่อตัวนโยบายหรือขั้นตอนจัดระเบียบวาระนโยบาย** พบว่า ขั้นก่อตัวนโยบายหรือขั้นตอนจัดระเบียบวาระนโยบาย ประกอบด้วย 6 หัวข้อ ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับปัญหา

2. ประเภทของปัญหา

3. การจัดระเบียบวาระของนโยบาย (Policy Agade)
4. กระบวนการจัดระเบียบวาระนโยบาย (The Agade Setting Process)
5. ผู้กำหนดนโยบาย
6. การกำหนดเป้าหมายและวัตถุประสงค์ของนโยบาย

1. แนวคิดเกี่ยวกับปัญหา พบว่า ภายในกองทัพพบเห็นความสำคัญของการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการประชาสัมพันธ์ข่าวสารกองทัพโดยให้เหตุผลที่เหมือนกันคือ เป็นช่องทางการสื่อสารที่ได้รับความนิยมจากสังคม มีเครือข่ายกว้างขวางและสามารถสื่อได้แบบ Real Time แต่มีความแตกต่างกันในรายละเอียด มุมมองในระดับผู้บังคับบัญชาระดับสูงเห็นว่ากำลังพลกองทัพควรมีความรู้ในเรื่องการประชาสัมพันธ์ และความรู้เรื่องเทคโนโลยีสารสนเทศ แต่ในระดับผู้ปฏิบัติมีมุมมองในด้านประโยชน์ที่กองทัพจะได้รับ ที่มีทั้งข้อดีและข้อเสีย แต่ในระดับผู้ปฏิบัติงานในพื้นที่กองทัพภาคที่ 2 กลับมีมุมมองที่แตกต่างคือ ไม่ควรใช้การประชาสัมพันธ์ทางสื่อสังคมออนไลน์โดยให้เหตุผลว่ายากต่อการกำกับดูแล

2. ประเภทของปัญหา พบว่า กองทัพพบใช้ระเบียบกองทัพกว่าด้วยการให้ข่าวสาร พ.ศ.2522 เป็นระเบียบที่ด้วยว่ากำหนดผู้ให้ข่าวและกรอบเนื้อหาข่าวสารที่สามารถให้แก่สาธารณชนได้ ระเบียบว่าด้วยการให้ข่าว การบริการข่าวสารของกองทัพขาดการปรับปรุงให้มีความทันสมัย และระเบียบว่าด้วยการประชาสัมพันธ์ของกองทัพ จากการค้นคว้า ไม่พบว่า กองทัพมีระเบียบที่ว่าด้วยการประชาสัมพันธ์แต่อย่างใด นอกจากนี้ ยังพบว่า การประชาสัมพันธ์ข่าวสารกองทัพทางสื่อออนไลน์ควรมีโครงสร้างการจัดอัตรของหน่วยโดยเฉพาะทั้งในส่วนฝ่ายอำนวยการ หน่วยปฏิบัติ ปัจจุบันพบว่าหน่วยที่มีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารกองทัพทางสื่อสังคมออนไลน์ใช้ความคิดริเริ่มของหน่วยและขีดความสามารถเฉพาะตัวของหน่วยและกำลังพลของหน่วย

3. การจัดระเบียบวาระของนโยบาย (Policy Agade) พบว่า กรมกิจการพลเรือนทหารบก ในฐานะฝ่ายอำนวยการด้านการประชาสัมพันธ์ และหน่วยรับผิดชอบงบประมาณหลัก ทำหน้าที่จัดวาระการนำเสนอ นโยบายการประชาสัมพันธ์ข่าวสารกองทัพทางสื่อสังคมออนไลน์ให้กับผู้บังคับบัญชาเพื่อพิจารณาพิจารณาอนุมัตินโยบายต่อไป

4. กระบวนการจัดระเบียบวาระนโยบาย พบว่า วิวัฒนาการของเทคโนโลยีที่มีรูปแบบเป็นการสื่อสารกันสองทาง (Two – Way Communication) ที่สามารถตอบโต้กันได้ได้อย่างเสรี แสดงความคิดเห็นกันได้อย่างอิสระ วาตะกรรมต่างๆถูกเผยแพร่ออกไป รวมทั้งมีประชากรเกือบทั่วโลกใช้ระบบการติดต่อสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายเทคโนโลยี ตลอดจนความรวดเร็วการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่มีลักษณะ Real Time แต่ข้อมูลที่ถูกลส่งออกมามีลักษณะเป็นส่วนๆ ตลอดจนใน

นโยบายกองทัพบกประจำปีงบประมาณ 2557 กำหนดให้เป็นปีแห่งการเตรียมความพร้อม กองทัพบกไปสู่อนาคต เพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนในปี 2558 นี้ สิ่งเหล่านี้จึงเป็นเหมือน สิ่งบอกเหตุว่า กองทัพบกควรจัดวาระการจัดทำนโยบายการประชาสัมพันธ์ข่าวสารกองทัพบกทาง สื่อออนไลน์เพื่อให้ก้าวทันกับการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อม

5. ผู้กำหนดนโยบาย พบว่า กองทัพบกมีผู้บัญชาการทหารบกเป็นหัวหน้าส่วน ราชการ จะได้กรุณามอบนโยบายตามที่ฝ่ายอำนวยการนำเสนอหรือเป็นการสั่งการให้กับข้าราชการ ส่วนต่างๆ ในกองทัพบกยึดถือเป็นแนวทางการดำเนินตามภารกิจ

6. การกำหนดเป้าหมายและวัตถุประสงค์ของนโยบาย พบว่าในนโยบายกองทัพบก ได้ระบุวัตถุประสงค์ การประชาสัมพันธ์ เพื่อเป็นการชี้แจงผลงาน และเสริมสร้างภาพลักษณ์ของ กองทัพบก สำหรับในคู่มือการประชาสัมพันธ์กองทัพบกเพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ ระบุ วัตถุประสงค์การประชาสัมพันธ์กองทัพบกเพื่อสร้างความนิยม เพื่อให้ประชาชนสนับสนุนการ ปฏิบัติงานของกองทัพบก เพื่อสร้างความรัก ความผูกพัน ความศรัทธา และความเชื่อมั่นของ ประชาชนที่มีต่อกองทัพบก รวมทั้ง เพื่อสร้างความสัมพันธ์ภายในกองทัพบก หมายถึง กำลังพล ภายในกองทัพบกและครอบครัวตลอดจนเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับกองทัพบก

ขั้นที่ 2 ขึ้นตระเตรียมวาระเตรียมร่างนโยบาย พบว่า เป็นภารกิจของกรมกิจการพล เรือนทหารบก ที่ต้องทำหน้าที่เป็นเจ้าภาพหลักในการดำเนินการร่างนโยบาย โดยมีสำนักงาน เลขาธิการกองทัพบก ศูนย์เทคโนโลยีทางทหารกองทัพบกและหน่วยที่เกี่ยวข้องเป็นหน่วยงาน สนับสนุนการดำเนินการ

ขั้นที่ 3 ขึ้นกำหนดเป็นนโยบาย พบว่า กรมกิจการพลเรือนทหารบก เป็นฝ่าย อำนวยการหลักในการดำเนินการจัดทำร่างนโยบายการประชาสัมพันธ์กองทัพบก เพื่อนำเรียนผู้ บัญชาการทหารบก ตกลงใจในนโยบาย

ขั้นที่ 4 การนำแผนไปสู่การปฏิบัติ พบว่า แผนงานด้านการประชาสัมพันธ์ของ กองทัพบกในความรับผิดชอบของสำนักงานเลขานุการกองทัพบกแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ แผนงานการประชาสัมพันธ์ตามวงรอบงานประจำปีและแผนงานการประชาสัมพันธ์นอกเหนือการ ประชาสัมพันธ์ตามวงรอบ การปฏิบัติงานสามารถดำเนินงานได้ตามแผนงานที่วางไว้ แต่มี 2 สาเหตุที่ไม่สามารถปฏิบัติได้ตามแผนงานคือการเปลี่ยนแปลงแผนการปฏิบัติของกรมฝ่ายเสนาธิ การ และด้านงบประมาณ สำหรับการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการประชาสัมพันธ์ข่าวสารทาง ราชการนั้นพบว่ามีความเหมาะสมและจำเป็นในการดำเนินงานในด้านการรวบรวมข้อมูลข่าวสาร และการวางแผนงานการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์และการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ สำหรับโครงสร้าง การจัดของหน่วยงานด้านการประชาสัมพันธ์ทางสื่อสังคมออนไลน์ที่เหมาะสมควร ประกอบด้วย



ส่วนควบคุมบังคับบัญชา ส่วนเทคนิค ส่วนรวบรวมและติดตามข้อมูลข่าวสาร และส่วนปฏิบัติการ นอกจากนี้กองทัพก็ต้องพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ทั้งในด้านการประชาสัมพันธ์และการจัดสรรสิ่งอุปกรณ์ต่างๆ

ขั้นที่ 5 การประเมินผล พบว่า หน่วยในกองทัพเห็นความสำคัญของการประเมินผล ทั้งการประเมินแผนงานและกิจกรรม เพื่อนำมาผลการประเมินมาปรับปรุงแผนงานและกิจกรรมต่อไป

## อภิปรายผล

### การดำเนินการประชาสัมพันธ์กองทัพ

การดำเนินการประชาสัมพันธ์กองทัพ มีปัจจัยที่เกี่ยวข้อง 2 ส่วน คือ ปัจจัยภายนอกกองทัพและปัจจัยภายในกองทัพ ดังนี้

1. ปัจจัยภายนอกกองทัพ ประกอบด้วย
  - 1.1 สถานการณ์โลก
  - 1.2 สถานการณ์ภายในประเทศ
  - 1.3 โครงสร้างการจัดหน่วย
  - 1.4 กรอบแนวทางการให้ข่าวและบริการข่าวสารราชการ
  - 1.5 แนวทางการประชาสัมพันธ์ของราชการ
  - 1.6 พระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ.2540
  - 1.7 ระเบียบกระทรวงกลาโหมว่าด้วยข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ.2544
  - 1.8 นโยบายกระทรวงกลาโหม
  - 1.9 แผนปฏิบัติราชการ กองทัพอไทย พ.ศ.2555-2558

วิจัยขออภิปรายผลปัจจัยภายนอก จาก 9 ข้อ โดยการจัดรวมเป็น 2 ด้าน ดังนี้

1. ด้านสภาพแวดล้อม ได้แก่ สถานการณ์โลก สถานการณ์ภายในประเทศ
2. ด้านนโยบาย แผนปฏิบัติงานและระเบียบราชการ ได้แก่ กรอบแนวทางการให้ข่าวและบริการข่าวสารราชการ แนวทางการประชาสัมพันธ์ของราชการ พระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ.2540 ระเบียบกระทรวงกลาโหมว่าด้วยข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ.2544 โครงสร้างการจัดหน่วย นโยบายกระทรวงกลาโหม และแผนปฏิบัติราชการกองทัพอไทย พ.ศ. 2555 – 2558

## 1. ด้านสภาพแวดล้อม

การเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์โลกและการเจริญเติบโตของเทคโนโลยีที่เป็นปัจจัยเร่งให้สถานการณ์โลกมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว และขยายตัวออกไปอย่างกว้างขวาง ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีเทคโนโลยีสื่อสารเป็นตัวกำหนด (Communication Technology Determinism) ที่ได้กล่าวว่า เทคโนโลยีเป็นตัวสาเหตุหลัก (Prime Mover) ในการขับเคลื่อนความเปลี่ยนแปลงให้เกิดขึ้นกับสังคม สถาบันและปัจเจกบุคคล ซึ่งแนวคิดของ H.Innis กล่าวว่า การสื่อสารกับโครงสร้างทางอำนาจในสังคม (Structure of Power) เมื่อเทคโนโลยีทางการสื่อสารเกิดการเปลี่ยนแปลง จากการเขียนมาเป็นการพิมพ์เทคนิคการพิมพ์ได้ส่งผลให้เกิดการทำลายอำนาจของระบบราชการจากศูนย์กลางจักรวรรดิ เทคโนโลยีแบบใหม่ได้โค่นล้มความคิดเรื่องจักรวรรดิและสร้างแนวคิดใหม่เรื่อง “ชาติ” (Nation) การส่งเสริมสิทธิส่วนบุคคลและสิทธิปัจเจกนิยม (Individualism) เพราะเมื่อมีการพิมพ์ทุกคนมีโอกาสได้เป็นเจ้าของหนังสือต่างๆ ด้วยตนเองได้แล้ว และยังได้กล่าวว่า ยิ่งระบบการสื่อสารขยายวงกว้างขวางออกไปมากเท่าใด กลุ่มคนที่อยู่ขอบเขตของศูนย์กลางอำนาจ (Marginal) ก็จะถูกรอบงำมากขึ้น รวมทั้งแนวคิดของ A.Gouldner กล่าวว่า การเปลี่ยนแปลงประวัติศาสตร์ด้านการเมืองนั้นเกิดจากการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีการสื่อสาร กล่าวคือ ในยุคของโทรทัศน์ที่มีการใช้สัญลักษณ์แบบ Icon คือ การใช้ภาพ และในยุคคอมพิวเตอร์และระบบข้อมูลข่าวสารจะมีผลทำให้ “อุดมการณ์” มีลักษณะลดน้อยลงเพราะประชาชนมองเห็นภาพ จึงไม่มีชาติใดปกครองด้วยอุดมการณ์และการโฆษณาชวนเชื่อ เพราะประชาชนจะเรียกร้องข้อมูลข้อเท็จจริงมากขึ้น นอกจากนี้ ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจเป็นจุดเริ่มของการมองผู้รับสารใหม่จากเดิมมองว่า “สื่อทำอะไรกับผู้รับสาร” (What the media do to people ?) มาเป็นการมองว่า “ผู้รับสารทำอะไรกับสื่อ” (What do people do with the media ?) โดยเฉพาะภาพที่มีวาทกรรมเกลียดชัง (Hate Speech) โดยเฉพาะมิติด้านการเมือง ที่สร้างความเกลียดชังในหมู่คนไทยด้วยกัน จนส่งผลให้เกิดการแบ่งฝักแบ่งฝ่าย ความไม่ลงรอยกัน เกิดความแตกความสามัคคีในสังคมไทย และบั่นทอนเสถียรภาพด้านความมั่นคงของประเทศ

## 2. ด้านนโยบาย แผนปฏิบัติงานและระเบียบราชการ

กองทัพพบกมีการบริหารราชการแบบระบบราชการ มีโครงสร้างการจัดที่ชัดเจน มีการสั่งการและการปฏิบัติงานเป็นไปตามสายงานหรือตามสายการบังคับบัญชาที่กำหนดไว้ จูมพล หนีมพานิช กล่าวว่า การจัดในรูปแบบองค์การกลไกแบบระบบราชการ (Bureaucracy Organization) หรือการจัดรูปองค์กรแนวตั้ง (Vertical Organization) ที่อาจมีหน่วยงานหลัก หน่วยงานเดียว หรือที่เรียกว่า Line Organization หรือที่มีหน่วยงานหลักและหน่วยงานที่ปรึกษา หรือที่เรียกว่า Line and Staff Organization เป็นการจัดองค์กรในระบบราชการของ Max Weber ที่มี

ความเหมาะสมกับการปฏิบัติงานที่มีลักษณะที่ไม่มีความสลับซับซ้อนและสภาพแวดล้อมที่อยู่กับที่ไม่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา (2552 : 225) และในทฤษฎีของ Max Weber ระบบราชการเป็นกลไกการบริหาร จึงเป็นวิธีการจัดองค์การที่ตั้งอยู่บนรากฐานของกฎหมายเป็นสำคัญ และเป็นระบบที่ก่อให้เกิดประสิทธิภาพมากกว่าระบบอื่นเพราะระบบราชการมีลักษณะพื้นฐานตามโครงสร้าง ได้แก่

1. มีการกำหนดอำนาจหน้าที่และวงอำนาจไว้อย่างชัดเจน โดยมีกฎหมายและระเบียบบริหารรองรับ
2. มีการบริหารที่ยึดติดกฎเกณฑ์ที่ได้มีการบัญญัติไว้อย่างเป็นทางการและมีการกำหนดไว้เป็นลายลักษณ์อักษร การทำงานในระบบนี้ทุกคนต้องทำงานไปตามกฎเกณฑ์ที่ได้มีการกำหนดไว้ ดังนั้นทุกคนที่เข้ามาทำงาน ต้องผ่านการฝึกอบรมในการใช้กฎระเบียบ ทำให้บุคคลที่ทำงานในระบบนี้จะใช้อำนาจหน้าที่นอกเหนือไปจากที่ได้มีการกำหนดกฎเกณฑ์ไม่ได้
3. มีลำดับขั้นตอนของการบังคับบัญชา หมายถึง มีการจัดความสัมพันธ์ตามลำดับชั้นเพื่อแสดงให้ทราบถึงการติดต่อสื่อสารจากผู้บังคับบัญชาในแต่ละองค์การ
4. การมุ่งปฏิบัติตามเกณฑ์ ระบบราชการเป็นระบบที่ยึดถือกฎเกณฑ์ที่ได้มีการบัญญัติไว้อย่างเป็นทางการและที่กำหนดไว้เป็นลายลักษณ์อักษร ซึ่งกฎเกณฑ์ดังกล่าวทำให้ระบบราชการได้รับความวางใจและสามารถควบคุมพฤติกรรมของข้าราชการได้ แต่ Robert Morton ไม่เห็นด้วย โดยกล่าวว่า การยึดถือกฎระเบียบทำให้ข้าราชการขาดความยืดหยุ่น ผลที่ได้คือการทำงานอย่างไร้ประสิทธิภาพ

ลักษณะพื้นฐาน โครงสร้างของระบบราชการบางประการยังเป็นอุปสรรคต่อการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ เช่น การให้ความสำคัญกับระเบียบ กฎเกณฑ์ ระเบียบที่เป็นลายลักษณ์อักษร ผลคือทำให้มีการเน้นระเบียบกฎเกณฑ์และขั้นตอนการปฏิบัติงานมากกว่าเน้นความสำเร็จของผลงานตามแผนงาน โครงการ หรือนโยบายเช่นเดียวกับการจัดโครงสร้างองค์การแบบแนวตั้งที่เน้นการบังคับบัญชา รวมทั้งการรวมอำนาจไว้ที่ส่วนกลางเป็นอุปสรรคต่อการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ ทำให้ไม่สามารถปฏิบัติภารกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ ( 2552 : 238- 245 )

## 2. ปัจจัยภายในกองทัพบก ประกอบด้วย

- 2.1 วิสัยทัศน์กองทัพบก
- 2.2 เจตนารมณ์ของ พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา ผู้บัญชาการทหารบก
- 2.3 นโยบายกองทัพบก ประกอบด้วย
  - 2.3.1 นโยบายกองทัพบกทั่วไป
  - 2.3.2 นโยบายกองทัพบกเฉพาะ

## 2.4 การประชาสัมพันธ์ของกองทัพบก

### 2.5 ระเบียบกองทัพบกกว่าด้วยการประชาสัมพันธ์ พ.ศ. 2547

2.1 วิสัยทัศน์ หรือ Vision คือ จุดมุ่งหมายหรือความมุ่งมั่นที่องค์กรต้องการให้เกิดขึ้นหรือต้องการให้บรรลุในอนาคต ภายในกรอบเวลาที่กำหนดไว้เช่น 2 ปี 3 ปี 5 ปี ที่สำคัญวิสัยทัศน์ จะต้องได้รับการปลูกฝังให้สมาชิกเกิดความสำนึกและเข้าใจในข้อความที่เขียนออกมาเป็นวิสัยทัศน์นั้น

ความสำคัญของวิสัยทัศน์ (วิมล นาวารัตน์ : ออนไลน์)

2.1.1. ช่วยกำหนดทิศทางที่จะดำเนินชีวิตหรือกิจกรรมองค์กร โดยมีจุดหมายปลายทางที่ชัดเจน

2.1.2. ช่วยให้สมาชิกทุกคนรู้ว่า แต่ละคนมีความสำคัญต่อการมุ่งไปสู่จุดหมายปลายทาง และรู้ว่าทำอะไร (What) ทำไมต้องทำ (Why) ทำอย่างไร (How) และทำเมื่อใด (When)

2.1.3. ช่วยกระตุ้นให้สมาชิกทุกคนมีความรู้สึกน่าสนใจ มีความผูกพัน มุ่งมั่นปฏิบัติตามด้วยความเต็มใจ ทำท้าย เกิดความหมายในชีวิตการทำงาน มีการทำงานและมีชีวิตอยู่อย่างมีเป้าหมายด้วยความภูมิใจ และทุ่มเทเพื่อคุณภาพของผลงานที่ปฏิบัติ

2.1.4. ช่วยกำหนดมาตรฐานของชีวิต องค์กร และสังคมที่แสดงถึงการมีชีวิตที่มีคุณภาพ องค์กรที่มีคุณภาพ และสังคมที่เจริญก้าวหน้ามีความเป็นเลิศในทุกด้าน

ในขณะที่การจัดทำวิสัยทัศน์ของกองทัพบกอยู่ในขั้นตอน การจัดทำกรอบรายละเอียดรองรับวิสัยทัศน์กองทัพบก 2560 เป็นการทบทวนสภาพแวดล้อมที่มีผลกระทบต่อกองทัพบกใหม่เพื่อให้เกิดความมั่นใจว่าสอดคล้องกับสภาวะปัจจุบันและวิสัยทัศน์กองทัพบกที่กำหนดไว้เดิม และวิสัยทัศน์กองทัพบก 2560 อยู่ในระหว่างรอการจัดทำตารางลิจิตสมดุลย์ (Balance Score Card ) เพื่อกำหนดตัวชี้วัด ( KPI ) เป้าหมาย (Target ) และกลยุทธ์ (Strategy ) (2557 : 1 ) การจัดทำวิสัยทัศน์กองทัพบกยังไม่เสร็จเรียบร้อย ปัจจุบันกองทัพบกใช้การดำเนินงานตามแผนงานประจำปี แต่หากเปรียบเทียบกับส่วนราชการอื่นจะพบว่า ส่วนราชการอื่นได้ดำเนินการจัดทำวิสัยทัศน์เรียบร้อยแล้ว หน่วยขึ้นตรงและกำลังพลในเหล่าได้รับรู้และรับทราบทิศทางความมุ่งหมายในเหล่าของตนว่าจะไปในทิศทางใด อันส่งผลให้การปฏิบัติงานของหน่วยมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลในภาพรวม

## 2.2 เจตนารมณ์ของผู้บัญชาการทหารบก

เจตนารมณ์ของผู้บัญชาการทหารบก หมายถึง เจตนารมณ์ของนโยบายจริง ๆ ไม่ใช่เจตนารมณ์ของผู้ร่าง โดยคุณได้จากนโยบายที่ฉบับว่านโยบายนั้นมีวัตถุประสงค์อย่างไร และเพื่ออะไร ในเบื้องต้นต้องดูตามตัวอักษรในนโยบายก่อน ถ้าตามตัวอักษรชัดเจน

แล้ว ก็ต้องแปลตามตัวอักษรนั้น แต่ถ้าตัวอักษรไม่ชัดเจนเพียงพอ อาจแปลได้หลายนัย ก็ต้องไปดูตามเจตนารมณ์ของผู้บัญชาการทหารบก ซึ่งในเจตนารมณ์ของผู้บัญชาการทหารบก กล่าวถึงใน 3 ด้านคือ กรอบแนวคิดการปฏิบัติงาน ให้ ปฏิบัติงานตามรัฐธรรมนูญ และอุดมการณ์ทหาร ด้านจิตความสามารถ ให้มีความพร้อมทุกด้าน มีระบบ มีเอกภาพ และด้านการปฏิบัติ ให้ปฏิบัติได้อย่างหลากหลายรูปแบบ

### 1.3 นโยบายกองทัพบก

อนุสรณ์ ธรรมใจ ( 2548 : ออนไลน์ ) กล่าวว่า การบริหารเพื่อให้บรรลุเป้าหมายประโยชน์สูงสุดต่อองค์การและความคาดหวังของประชาชน จำเป็นต้องมีนโยบายที่ดี และกระบวนการจัดการนโยบายต้องมีประสิทธิภาพ เพื่อให้เกิดผลในทางปฏิบัติ นโยบายที่ดีเกิดจากการมีส่วนร่วมของทุกส่วนมากที่สุด เป็นแนวทางในการจัดสรรแบ่งปันทรัพยากรที่มีอยู่อย่างมีประสิทธิภาพ และนโยบายที่ดีจะต้องเปิดกว้างให้ตอบรับและตอบสนองต่อความคิดและข้อเสนอแนะใดๆ ได้อย่างไม่มีข้อจำกัด นอกจากนี้ L.G. Gumm ( อ้างถึงใน จุมพล หนิมพานิช 2552 : 198 -200 ) ได้เขียนบทความที่มีชื่อว่า “ทำไมการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติจึงเป็นงานยาก” ซึ่งสาเหตุที่ทำให้การนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติที่ดีหรือสมบูรณ์ขึ้นไม่ได้ เนื่องจากปัจจัยต่างๆ เช่น การผสมผสานทรัพยากร งบประมาณ กำลังพล เครื่องมือ อาคารสถานที่ ที่มีมากพอต่อการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ ความเข้าใจและเห็นด้วยในวัตถุประสงค์และเป้าหมายของนโยบาย การระบุในรายละเอียดของนโยบายต้องมีความชัดเจน มีการประสานงานและการสื่อสารที่ดีในทุกระดับ ปราศจากการต่อต้านนโยบาย ซึ่งตัวชี้วัดการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ พิจารณได้จากความร่วมมือที่ผู้นำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ การปฏิบัติตามนโยบายเป็นไปด้วยความราบรื่น ปราศจากปัญหา ก่อให้เกิดผลการปฏิบัติในระยะสั้นและ/หรือเกิดผลกระทบตามที่ตั้งไว้

### 2.4. การประชาสัมพันธ์ของกองทัพบก

แฟรงค์เจฟกินส์ (อ้างถึงใน ตำราญูช่วย, 2551 : 18 - 20) กล่าวว่าขั้นตอนการวางแผนการประชาสัมพันธ์ ดังนี้

#### 2.4.1 การแสวงหาข้อมูล

#### 2.4.2 การวางแผนงานการประชาสัมพันธ์มีขั้นตอนตามลำดับ ดังนี้

2.4.2.1 การสำรวจสถานการณ์ เป็นกิจกรรมเกี่ยวกับการหาข้อเท็จจริงต่าง ๆ ที่ส่งผลกระทบ และผลลบกับองค์กร เช่น ปัญหาการดำเนินการขององค์กร สภาพปัญหาที่องค์กรเผชิญอยู่ ข้อคิดเห็นของบุคลากรในองค์กร แนวโน้มสถานการณ์ ในด้าน การเมือง เศรษฐกิจ สังคม

2.4.2.2 การกำหนดวัตถุประสงค์ เป็นกิจกรรมที่ต้องใช้การคาดการณ์ล่วงหน้าเพื่อสิ่งผลในอนาคตที่ต้องการให้เกิดขึ้น และเป็นเป้าหมายหลักที่องค์กรต้องการให้เกิดขึ้น

2.4.2.3 การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากร และลักษณะทางสังคมจิตวิทยา ให้สอดคล้องการวางแผนการประชาสัมพันธ์

2.4.2.4 การกำหนดกิจกรรมและสื่อที่ใช้ ผู้วางแผนต้องกำหนดประเภทและชนิดของกิจกรรมตลอดจนสื่อที่จะใช้ เพื่อให้ผู้ปฏิบัติสามารถนำไปดำเนินการได้

2.4.2.5 การกำหนดงบประมาณ ผู้วางแผนต้องกำหนดบุคคลที่รับผิดชอบ ระยะเวลาดำเนินการ และงบประมาณค่าใช้จ่ายตามกิจกรรมที่กำหนดในแผนนั้น

2.4.2.6 การประเมินแผนงานประชาสัมพันธ์ เป็นกิจกรรมที่ช่วยให้ผู้วางแผนได้มีโอกาสสำรวจแผนงานของตนเพื่อปรับปรุงแผนงานให้มีความพร้อมสมบูรณ์และมีประสิทธิภาพมากขึ้น การประเมินแผนงานประกอบด้วย การประเมินสิ่งแวดล้อมที่อาจมีผลกระทบต่อการปฏิบัติงานตามแผน การประเมินศักยภาพของหน่วย การประเมินความถูกต้องของข้อมูลที่ใช้ประกอบการวางแผน การประเมินกลยุทธ์ รวมทั้งการประเมินกระบวนการของการวางแผนว่ามีความเป็นไปได้มากน้อยเพียงไร มีความสอดคล้องสัมพันธ์กันกับวัตถุประสงค์ เป้าหมายขององค์กรหรือไม่เพื่อปรับแผนงานก่อนนำไปสู่การปฏิบัติต่อไป

2.4.3 การปฏิบัติตามแผนงานฯ

2.4.4 การประเมินผล

## 2.5. ระเบียบกองทัพกว่าด้วยการประชาสัมพันธ์ พ.ศ. 2547

กองทัพกใช้ระเบียบกองทัพกว่าด้วยการประชาสัมพันธ์ พ.ศ. 2547 เป็นกรอบใหญ่ในการดำเนินการประชาสัมพันธ์ ซึ่งขาดการปรับปรุงระเบียบมานาน ไม่ทันสมัย ซึ่งส่งผลให้หน่วยและกำลังพลกองทัพกขาดร่มใหญ่ที่จะนำมาเป็นกรอบในการดำเนินการประชาสัมพันธ์ หากมาพิจารณา เหล่าทัพอื่นจะพบว่า กองทัพอากาศ มีระเบียบกองทัพอากาศว่าด้วยการประชาสัมพันธ์ พ.ศ. 2555 โดยเป็นการปรับปรุงระเบียบกองทัพอากาศว่าด้วยการประชาสัมพันธ์ ให้มีความเหมาะสมสอดคล้องกับแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ระเบียบกระทรวงกลาโหมว่าด้วยการประชาสัมพันธ์ของกระทรวงกลาโหม และระเบียบอื่นๆ ซึ่งในระเบียบกองทัพอากาศว่าด้วยการประชาสัมพันธ์ พ.ศ. 2555 ข้อ 4.3 กำหนดว่า “สื่อมวลชนหมายความว่า สื่อกลางที่สามารถนำข่าวสารของกองทัพอากาศไปสู่ กำลังพล ครองคร้ว และสาธารณชน ได้แก่ หนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ การแถลงข่าว นิทรรศการและสื่ออื่นๆที่สามารถไปถึงสื่อมวลชนได้” จึงเป็นที่สังเกตได้ว่า ระเบียบกองทัพอากาศว่าด้วยการประชาสัมพันธ์ พ.ศ. 2555 ได้ระบุถึง “สื่ออิเล็กทรอนิกส์” ด้วย นอกจากนี้ ในข้อ 6

กำหนดว่า “ ให้มีคณะกรรมการคณะหนึ่ง เรียกว่า คณะกรรมการประชาสัมพันธ์กองทัพอากาศ ใช้คำย่อว่า กปช.ทอ. โดยให้ผู้ช่วยเสนาธิการทหารอากาศ ฝ่ายกิจการพลเรือนเป็นประธานกรรมการประกอบด้วย คณะกรรมการอีกจำนวนหนึ่งตามความเหมาะสม และให้ผู้อำนวยการกองประชาสัมพันธ์ กรมกิจการพลเรือนกองทัพอากาศเป็นกรรมการและเลขานุการ ซึ่งสอดคล้องกับและในข้อ 7 ได้กำหนดอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการประชาสัมพันธ์กองทัพอากาศซึ่งมีประเด็นที่สำคัญ คือ ให้เสนอนโยบายและแผนปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ของกองทัพอากาศต่อผู้บัญชาการกองทัพอากาศหรือผู้ที่ผู้บัญชาการกองทัพอากาศมอบหมายเพื่อให้ความเห็นชอบ ร่วมพิจารณาหรือมอบนโยบายให้กรมกิจการพลเรือนกองทัพอากาศดำเนินการประชาสัมพันธ์กิจการของกองทัพอากาศในภาพรวม อย่างกว้างขวาง ต่อเนื่อง ผ่านสื่อมวลชนและสื่อกองทัพอากาศ กำกับดูแล ประสานงานและให้ความเห็นชอบในการจัดทำแผนปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ของหน่วยขึ้นตรงกองทัพอากาศ ” ซึ่งต่างกับกองทัพบกที่กำหนดส่วนรับผิดชอบงานด้านการประชาสัมพันธ์ไว้ในนโยบายทั่วไปกองทัพบก โดยให้รองผู้บัญชาการทหารบก กำกับดูแลการประชาสัมพันธ์/ปฏิบัติการข่าวสารของกองทัพบกในภาพรวม เพื่อเป็นการชี้แจงผลงาน และเสริมสร้างภาพลักษณ์ของกองทัพบก

### **แนวทางการประชาสัมพันธ์ข่าวสารกองทัพบกทางสื่อสังคมออนไลน์**

แนวทางการประชาสัมพันธ์ข่าวสารกองทัพบกทางสื่อสังคมออนไลน์ พบว่ามีขั้นตอนการจัดทำตามแนวทางการกำหนดนโยบายตามกรอบของ Jame E. Anderson และคณะ ซึ่งมีทั้งหมด 5 ขั้นตอน ได้แก่

ขั้นที่ 1 ขั้นก่อตั้งนโยบายหรือขั้นตอนจัดระเบียบวาระนโยบาย

ขั้นที่ 2 ขั้นตรงวาระเตรียมร่างนโยบาย

ขั้นที่ 3 ขั้นกำหนดเป็นนโยบาย

ขั้นที่ 4 ขั้นนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ

ขั้นที่ 5 ขั้นประเมินผล

### **ขั้นที่ 1 ขั้นก่อตั้งนโยบายหรือขั้นตอนจัดระเบียบวาระนโยบาย**

ขั้นก่อตั้งนโยบายหรือขั้นตอนจัดระเบียบวาระนโยบาย เป็นขั้นตอนแรกของกระบวนการกำหนดนโยบาย ซึ่งขั้นก่อตั้งของนโยบาย มีองค์ประกอบดังนี้ (จุมพล หนิมพานิช : หน้า 102)

1. แนวคิดเกี่ยวกับปัญหา
2. ประเภทของปัญหา
3. การจัดระเบียบวาระของนโยบาย (Policy Agade)

4. กระบวนการจัดระเบียบวาระนโยบาย (The Agade Setting Proccss)

5. ผู้กำหนดนโยบาย

6. การกำหนดเป้าหมายและวัตถุประสงค์ของนโยบาย

7. แนวทางการวิเคราะห์ทางเลือกเพื่อการบรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์

## 1. แนวคิดเกี่ยวกับปัญหา

อภิปรายผล จุมพล หนิมพานิช ( 2552 : 103) กล่าวว่าปัญหาใดจะถือว่าเป็นปัญหาที่สำคัญและมีผลกระทบต่อองค์การ ได้แก่ปัญหาที่ก่อให้เกิดความไม่สบายใจ การเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อม ความเจริญก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ซึ่งจะไปกระตุ้นให้องค์การเห็นความสำคัญ และพยายามแสวงหาวิธีแก้ไข โดยมีเงื่อนไขสำคัญของปัญหาที่สำคัญ เป็นปัญหาที่ไปกระตุ้นให้เกิดความพยายามที่จะแสวงหาวิธีแก้ไข เป็นปัญหาที่อาจมองเห็น โดยบุคคลทั่วไปหรือบุคคลภายในองค์การ มุมมองการมองปัญหาที่เกิดขึ้น มักมีความแตกต่างกันไป ทำให้เกิดความหลากหลายของมุมมองต่อปัญหาที่เกิดขึ้น ซึ่งจะส่งผลให้การแก้ไขปัญหาย่างยากมากขึ้น และการให้คำจำกัดความของปัญหาที่เกิดขึ้น มักมีความแตกต่างกันไปตามช่วงจังหวะหรือระยะเวลา

ภายในกองทัพพบเห็นความสำคัญของการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการประชาสัมพันธ์ข่าวสารกองทัพเหมือนกัน แต่มีความแตกต่างกันในรายละเอียด มุมมองในระดับผู้บังคับบัญชาระดับสูงและในระดับผู้ปฏิบัติ ซึ่งอาจส่งผลให้การแก้ไขมีความยุ่งยากต่อไปได้

## 2. ประเภทของปัญหา

อภิปรายผล Theodore Lowi (อ้างใน จุมพล หนิมพานิช, 2552 : 103) ได้จำแนกปัญหาเพื่อกำหนดเป็นนโยบายได้เป็น 3 ประการ ได้แก่ 1.) ปัญหาเกี่ยวกับการจัดระเบียบ กฎเกณฑ์ 2.) ปัญหาเกี่ยวกับการกระจายทรัพยากร 3.) ปัญหาเกี่ยวกับการจัดสรรทรัพยากรใหม่ ในกองทัพที่ใช้ระเบียบการให้ข่าวสารทางราชการ พ.ศ. 2522 มาเป็นกรอบแนวทางการดำเนินการประชาสัมพันธ์ซึ่งในระเบียบ ฯ นี้ ระบุเพียงผู้ให้ข่าวและเนื้อหาข่าวเท่านั้น ซึ่งระเบียบ ฯ นี้ ได้ถูกจัดทำตั้งแต่ พ.ศ. 2522 ไม่มีความทันสมัยและมีความเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลาโดยเฉพาะวิวัฒนาการด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี หากเทียบเคียงกับเหล่าทัพอื่นพบว่า กองทัพอากาศใช้ระเบียบกองทัพอากาศว่าด้วยการให้ข่าวและบริการข่าวสารของทางราชการ พ.ศ.2555 โดยปรับปรุงจากระเบียบกองทัพอากาศว่าด้วยการให้ข่าวและบริการข่าวสารของทางราชการ พ.ศ.2543 และฉบับแก้ไขเพิ่มเติม เพื่อให้มีความเหมาะสม และสอดคล้องกับพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของทางราชการ พ.ศ.2540 ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการให้ข่าวและบริการข่าวสารของทางราชการ พ.ศ.2530 และระเบียบกองบัญชาการทหารสูงสุดว่าด้วยการให้ข่าวและบริการข่าวสารของทางราชการ พ.ศ.2530 ดังนั้นเพื่อให้กองทัพบกมีกรอบแนว



ทางการให้ข่าว การบริการข่าวสารและการประชาสัมพันธ์กองทัพที่มีความเหมาะสม เป็นกรอบแนวทางเดียวกันทั้งกองทัพบก กองทัพบกจึงควรควรปรับปรุงระเบียบว่าด้วยการให้ข่าวสารและจัดทำระเบียบกองทัพบกว่าด้วยการประชาสัมพันธ์กองทัพบก ไปในคราวเดียวกัน โดยนำทั้ง 2 ระเบียบนี้มาบูรณาการมารวมไว้ในฉบับเดียวกันเพื่อให้ง่ายและสะดวกต่อการนำไปใช้ในการปฏิบัติงาน สำหรับปัญหาเรื่องการกระจายทรัพยากรและการจัดสรรทรัพยากรใหม่ พบว่ากองทัพบกประสบปัญหาในเชิงนโยบายคือในนโยบายของรัฐบาล และกระทรวงกลาโหม ที่ระบุว่า “ไม่ให้หน่วยงานราชการปรับปรุง โครงสร้างการจัดหน่วย และปรับปรุงแก้ไขอัตรากำลังพล ที่มีผลทำให้อัตรากำลังพลและงบประมาณด้านกำลังพลเพิ่มสูงขึ้น ยกเว้นเป็นการดำเนินการตามนโยบายของหน่วยเหนือและเป็นการแก้ไขปัญหาที่สำคัญของชาติ โดยต้องได้รับความเห็นชอบจากกระทรวงกลาโหมและคณะรัฐมนตรีตามขั้นตอน” จึงเป็นอุปสรรคต่อการจัดโครงสร้าง และอัตรากำลังให้กับกองทัพบกในการดำเนินการประชาสัมพันธ์ข่าวสารกองทัพบกทางสื่อออนไลน์ซึ่งเป็นการกิจใหม่ แต่เมื่อเทียบเคียงกับ กรมกิจการพลเรือนทหารพบว่า กรมกิจการพลเรือนทหารมีกองกรรมวิธีข้อมูลอยู่ในโครงสร้างอัตรากิจการของหน่วย มีหน้าที่วางแผน อำนาจการ ประสานงาน ดำเนินการด้านกิจการพลเรือนในเรื่องเกี่ยวกับการรวบรวมข่าวสารดำเนินกรรมวิธีข่าวสารและการปฏิบัติการข้อมูลข่าวสาร ทั้งภายในและภายนอกประเทศ ที่มีผลทางด้านกิจการพลเรือน ดำเนินการเกี่ยวกับผู้สื่อข่าว และบุคคลสำคัญต่างประเทศในด้านงานสารสนเทศ ดำเนินการผลิตและกระจายข่าวสาร การสำรวจ วิเคราะห์และประเมินค่าด้านกิจการพลเรือน รวมทั้งการสถิติและกรรมวิธีข้อมูลแบ่งส่วนราชการออกเป็น แผนกข่าว แผนกวิเทศสัมพันธ์ แผนกวิเคราะห์และประเมินค่าและแผนกกรรมวิธีข้อมูล อย่างไรก็ตามกองทัพบกตระหนักถึงข้อจำกัดดังกล่าว แต่ด้วยความท้าทายภายนอกด้านความเจริญก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและสถาบัน จึงได้มอบนโยบายการประชาสัมพันธ์ แต่ก็ดำเนินไปด้วยข้อจำกัดดังกล่าว ปัจจุบันพบว่าหน่วยที่มีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารกองทัพบกทางสื่อสังคมออนไลน์โดยความคิดริเริ่มของหน่วยและขีดความสามารถเฉพาะตัวของหน่วยและกำลังพลของหน่วย

### 3. การจัดระเบียบวาระของนโยบาย (Policy Agenda)

การจัดทำนโยบายเป็นภารกิจของฝ่ายอำนาจการในแต่ละสายงาน ฝ่ายอำนาจการมีความสำคัญยิ่งต่อการปฏิบัติของหน่วยเพราะเป็นผู้พิจารณาและเสนอแนะหนทางปฏิบัติที่ดีที่สุด (ห/ป) ในการตอบสนองภารกิจแก่ผู้บังคับหน่วยเพื่อให้ผู้บังคับหน่วยเลือกและตกลงใจ ในหน้าที่ร่วมของฝ่ายอำนาจการมี 5 ประการ ได้แก่ การหา/ให้ข่าวสาร การประมาณการ การเสนอแนะ การกำกับดูแล และการทำแผน/คำสั่ง (คู่มือผู้บังคับหน่วยและฝ่ายอำนาจการ : 1 ) สำหรับภารกิจด้านการประชาสัมพันธ์กองทัพบกอยู่ในฝ่ายกิจการพลเรือน ( สช. 5 ) ที่ทำหน้าที่

ดำเนินงานของทหารในปัจจัยที่เกี่ยวกับการเมือง เศรษฐกิจ สังคมจิตวิทยา เพื่อให้เจ้าหน้าที่พลเรือน ประชาชน ให้การสนับสนุนกิจการทหารให้สามารถเผชิญต่อภาวะสงครามหรือภาวะไม่ปกติอื่น ๆ ทันท่วงที มีประสิทธิภาพอีกทั้งยังกระทำเพื่อสนับสนุนการบรรลุภารกิจของหน่วย (ภารกิจทางทหาร) โดยมีขอบเขตการดำเนินงาน 4 แขนงงานหลัก (ตามหลักนิยม กรมกิจการพลเรือนทหารบก ปี 2525) ได้แก่การปฏิบัติภารกิจพลเรือน การปฏิบัติภารกิจจิตวิทยา การประชาสัมพันธ์ และการปลูกฝังอุดมการณ์ทางการเมือง ซึ่งบทบาทของ สช. 5 ในฐานะฝ่ายอำนวยการ คือ เป็นที่ปรึกษา ผู้วางแผน ผู้ประสานงานและ ผู้กำกับดูแล ( 2554 : 197 ) การประชาสัมพันธ์ข่าวสารกองทัพบกทางสื่อสังคมออนไลน์ เป็นปัญหาเชิงนโยบายสาธารณะของสังคม (The Systemic Agenda) ที่มีกรมกิจการพลเรือนทหารทำหน้าที่เป็นฝ่ายอำนวยการ มี สำนักงานเลขานุการกองทัพบกเป็นหน่วยปฏิบัติ มีศูนย์เทคโนโลยีทางทหารกองทัพบก สถาบันวิทยุโทรทัศนกองทัพบก และสถานีโทรทัศนสี่กองทัพบกช่อง 7 เป็นหน่วยงานสนับสนุน

#### 4. กระบวนการจัดระเบียบวาระนโยบาย (The Agade Setting Procss)

การรับรู้ปัญหาคือมีการรับรู้ว่ามีปัญหาเกิดขึ้น ขณะเดียวกันมีหน่วยและกำลังพลที่เกี่ยวข้องมีจิตสำนึกร่วมกันในปัญหาที่เกิดขึ้นแล้วร่วมกันผลักดันให้ปัญหาเป็นปัญหาที่สำคัญของกองทัพบก ในทางปฏิบัติการรับรู้ปัญหาเพื่อนำไปสู่การจัดระเบียบวาระนโยบาย จนกระทั่งการกำหนดเป็นนโยบายเกิดจากการรับรู้ของหัวหน้าส่วนราชการ เมื่อหัวหน้าส่วนราชการรับรู้ปัญหาและเห็นว่าปัญหาเหล่านั้นสำคัญก็จะนำปัญหานั้นมาจัดระเบียบวาระนโยบายมากำหนดเป็นนโยบายต่อไป ซึ่งในงานวิจัยของ John W. Kingdon ( อ้างใน จุมพล หนี้มพานิช , 2552 : 104-106 ) ได้เสนอตัวแบบกระแสหน้าต่างนโยบายว่าเมื่อกระแสของข่าวสารข้อมูล 3 ส่วนมาบรรจบกันปัญหานั้นจะถูกหยิบยกขึ้นมาเพื่อจัดเป็นระเบียบวาระนโยบายและกำหนดเป็นนโยบายในที่สุด กระแสดังกล่าว ได้แก่ กระแสของปัญหา (Problem Steam) กระแสนโยบาย (Policy Stream ) และกระแสการเมือง (Political Stream ) ปัญหาการประชาสัมพันธ์ข่าวสารกองทัพบกทางสื่อสังคมออนไลน์ ในกระแสของปัญหา ( Problem Steam ) คือ วิวัฒนาการของเทคโนโลยี 2.) กระแสนโยบาย ( Policy Stream ) คือนโยบายกองทัพบกในปีงบประมาณ 2557 ที่กำหนดให้เป็นปีแห่งการเตรียมความพร้อมกองทัพบกไปสู่อนาคต และ3.) กระแสการเมือง ( Political Stream ) คือการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนในปี 2558 มาบรรจบกัน กระแสหน้าต่างนโยบายจะถูกเปิดออก

#### 5. ใครคือผู้กำหนดนโยบาย

ระบบราชการ ไทย หัวหน้าส่วนราชการเป็นผู้มีอำนาจสูงสุดที่ได้รับมอบตามกฎหมาย ซึ่งจะเป็นผู้ลงนามอนุมัติคำสั่งหรือมอบนโยบายต่างๆขององค์การ นำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ กองทัพบกมีการบริหารงานในระบบข้าราชการ มีผู้บัญชาการทหารบกเป็นหัวหน้าส่วน

ราชการ จะได้กรุณามอบนโยบายให้กับหน่วยต่างๆ ในกองทัพบกยึดถือเป็นแนวทางการดำเนินตามภารกิจ โดยในปีงบประมาณ 2557 กองทัพบกได้ให้ดำเนินการกิจตามแผนปฏิบัติราชการ 4 ปี กองทัพบก (พ.ศ.2555-2548) ตลอดจนนโยบายการปฏิบัติงานทั่วไป กองทัพบกประจำปีงบประมาณ 2555 (เพิ่มเติม) และนโยบายการปฏิบัติงานทั่วไปกองทัพบกประจำปีงบประมาณ 2557 เพิ่มเติม รวมทั้งในปีงบประมาณ 2557 ได้กำหนดเป็น “ปีแห่งการเตรียมความพร้อมกองทัพบกไปสู่อนาคต”

#### 6. การกำหนดเป้าหมาย และวัตถุประสงค์ของนโยบาย

จุมพล หนิมพานิช ( 2552 : 110) กล่าวว่า การกำหนดนโยบายและวัตถุประสงค์ของนโยบายที่จะตอบสนองต่อปัญหานั้น ควรมีลักษณะที่เป็นจริง สามารถบรรลุผล และสามารถปฏิบัติได้ ในนโยบายกองทัพบกได้ระบุวัตถุประสงค์ การประชาสัมพันธ์ เพื่อเป็นการชี้แจงผลงาน และเสริมสร้างภาพลักษณ์ของกองทัพบก ส่วนในคู่มือการประชาสัมพันธ์กองทัพบกได้ระบุวัตถุประสงค์คือ เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ ระบุวัตถุประสงค์การประชาสัมพันธ์กองทัพบก เพื่อสร้างความนิยม เพื่อให้ประชาชนสนับสนุนการปฏิบัติงานของกองทัพบก เพื่อสร้างความรัก ความผูกพัน ความศรัทธา และความเชื่อมั่นของประชาชนที่มีต่อกองทัพบก รวมทั้ง เพื่อสร้างความสัมพันธ์ภายในกองทัพบก หมายถึง กำลังพลภายในกองทัพบกและครอบครัว ตลอดจนเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับกองทัพบก

#### ขั้นที่ 2 ขั้นวาระเตรียมข้อเสนอร่างนโยบาย

ขั้นวาระเตรียมข้อเสนอร่างนโยบายการประชาสัมพันธ์ข่าวสารกองทัพบกทางสื่อสังคมออนไลน์ เป็นขั้นที่เกี่ยวข้องกับการพิจารณาข้อเสนอและเกี่ยวข้องกับการพิจารณาผู้ที่มีส่วนในการริเริ่มการเตรียมข้อเสนอร่างนโยบาย (จุมพล หนิมพานิช : หน้า 118)

ภารกิจด้านการประชาสัมพันธ์ของกองทัพบกมีกรมกิจการพลเรือนเป็นฝ่ายอำนวยการ ทำหน้าที่ อำนวยการ กำกับ ดูแล งานด้านกิจการพลเรือนทั้งหมด และมีสำนักงานเลขานุการกองทัพบกเป็นหน่วยปฏิบัติ ดังนั้นวาระเตรียมข้อเสนอร่างนโยบาย แนวทางการประชาสัมพันธ์ข่าวสารกองทัพบกทางสื่อสังคมออนไลน์ จึงเป็นภาระงานของกรมกิจการพลเรือนทหารบกในการทำหน้าที่เป็นเจ้าภาพหลักในการดำเนินการร่างนโยบายการประชาสัมพันธ์ข่าวสารกองทัพบกทางสื่อสังคมออนไลน์ โดยมีสำนักงานเลขานุการกองทัพบก ศูนย์เทคโนโลยีทางทหาร กองทัพบกและหน่วยที่เกี่ยวข้องเข้าร่วมการจัดทำนโยบายดังกล่าวด้วย

#### ขั้นที่ 3 ขั้นกำหนดเป็นนโยบาย

ขั้นกำหนดเป็นนโยบายเป็นขั้นตอนตัดสินใจนโยบายที่จะมีการให้ความเห็นชอบแก้ไขหรือปฏิเสธทางเลือกนโยบายที่เสนอมาคือ จะมีข้อเสนอแนะนโยบายบางข้อที่เสนอขึ้นมาแล้ว

ได้รับการยอมรับ บางข้อเสนอได้รับการปฏิเสธ บางข้อเสนออาจจะมีการแก้ไขเพิ่มเติม โดยมีผู้ที่เข้ามามีส่วนในการตัดสินใจกำหนดนโยบายอยู่หลายฝ่าย (จุมพล หลิมพานิช, 2552 : 121) หน่วยขึ้นตรงกองทัพบกที่มีภารกิจที่เกี่ยวกับงานการประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วยกรมกิจการพลเรือนทหารบก ทำหน้าที่เป็นฝ่ายอำนวยการหลักในการดำเนินการจัดทำร่างนโยบายการประชาสัมพันธ์ ข่าวสารกองทัพบกทางสื่อออนไลน์ โดยการรวบรวมแนวคิดข้อเสนอแนะจากส่วนต่างๆ อาทิเช่น สำนักงานเลขานุการกองทัพบก ศูนย์เทคโนโลยีทางทหารกองทัพบก ศูนย์ประชาสัมพันธ์กองทัพบก ศูนย์ประชาสัมพันธ์กองทัพบกภาค ส่วนการศึกษาและหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องจัดทำเป็นนโยบายต่อไป

#### **ขั้นที่ 4 การนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ (Implementation)**

จุมพล หลิมพานิช (2552 : 177 ) กล่าวว่า การนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ (Implementation) หมายถึง การแสดงถึงนโยบายที่พึงปรารถนาที่สามารถนำไปปฏิบัติได้ของกฎหรือนโยบายที่เวลาได้มีการดำเนินการจริงๆ แล้วก่อให้เกิดความสำเร็จหรือบรรลุผลได้ไม่ยากนัก นอกจากนี้ การนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติยังได้รับการพิจารณาในฐานะที่เป็นกระบวนการ (Process) ผลผลิต (An Output) และผลลัพธ์ (An Outcome) (2552 : 177-179) กระบวนการในการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ มีขั้นตอนการดำเนินการอยู่ 2 ขั้นตอน คือ ขั้นตอนแรก เป็นขั้นตอนการแปลงนโยบายออกมาเป็นแผน (Plan) แผนงาน (Program) และโครงการ (Project) และขั้นตอนที่สองเป็นการดำเนินงานการนำแผนไปสู่การปฏิบัติ

ขั้นตอนการแปลงนโยบายการประชาสัมพันธ์ข่าวสารกองทัพบกทางสื่อออนไลน์ ออกมาเป็นแผน (Plan) แผนงาน (Program) และโครงการ (Project) อยู่ในความรับผิดชอบของกรมกิจการพลเรือนทหารในฐานะฝ่ายอำนวยการและหน่วยเจ้าของงบประมาณ ในคู่มือการประชาสัมพันธ์การประชาสัมพันธ์กองทัพบกเพื่อเสริมภาพลักษณ์กองทัพบก กล่าวว่า แนวคิดการประชาสัมพันธ์ข่าวสารของกองทัพบก ใช้กรอบแนวคิด “วงล้อประชาสัมพันธ์” (PR wheel) ประกอบด้วย 4 ขั้นตอนคือ 1.) การแสวงหาข้อมูลและวิเคราะห์ปัญหา 2.) การวางแผน 3.) การดำเนินการตามแผนงาน 4.) การประเมินผล ขั้นตอนที่สองเป็นการดำเนินงานการนำแผนไปสู่การปฏิบัติ อยู่ในความรับผิดชอบของสำนักงานเลขานุการกองทัพบกในฐานะหน่วยปฏิบัติและประเมินผล และหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง แผนงานด้านการประชาสัมพันธ์ของกองทัพบกในความรับผิดชอบของสำนักงานเลขานุการกองทัพบกแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ การประชาสัมพันธ์ตามวงรอบงานประจำปี และการประชาสัมพันธ์นอกเหนือการประชาสัมพันธ์ตามวงรอบ การปฏิบัติงานที่ผ่านมาส่วนใหญ่สามารถดำเนินงานได้ตามแผนงานที่วางไว้ สำหรับงานที่ไม่สามารถปฏิบัติได้ตามแผนงานมีสาเหตุมาจากการเปลี่ยนแปลงแผนการปฏิบัติของกรมฝ่าย

เสนาธิการ และด้านงบประมาณ การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการประชาสัมพันธ์ข่าวสารของทางราชการมีความเหมาะสมกับสภาวะในปัจจุบันรวมทั้งมีความจำเป็นในการดำเนินงานด้านการรวบรวมข้อมูลข่าวสารและการวางแผนงานการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์และการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ สำหรับโครงสร้างการจัดของหน่วยงานด้านการประชาสัมพันธ์ทางสื่อสังคมออนไลน์ที่เหมาะสม ประกอบด้วย ส่วนควบคุมบังคับบัญชา ส่วนเทคนิค ส่วนรวบรวมและติดตามข้อมูลข่าวสาร และส่วนปฏิบัติการ รวมทั้งการพัฒนาบุคลากรและการจัดสรรสิ่งอุปกรณ์ต่างๆ ให้กับหน่วย

### ขั้นที่ 5 การประเมินผลนโยบาย

จุมพล หนีมพานิช ( 2552 : 312 - 313) กล่าวว่า การประเมินผลนโยบายมี 2 ประเภท คือ การประเมินผลกระบวนการและการประเมินผลกระทบ ดังนี้

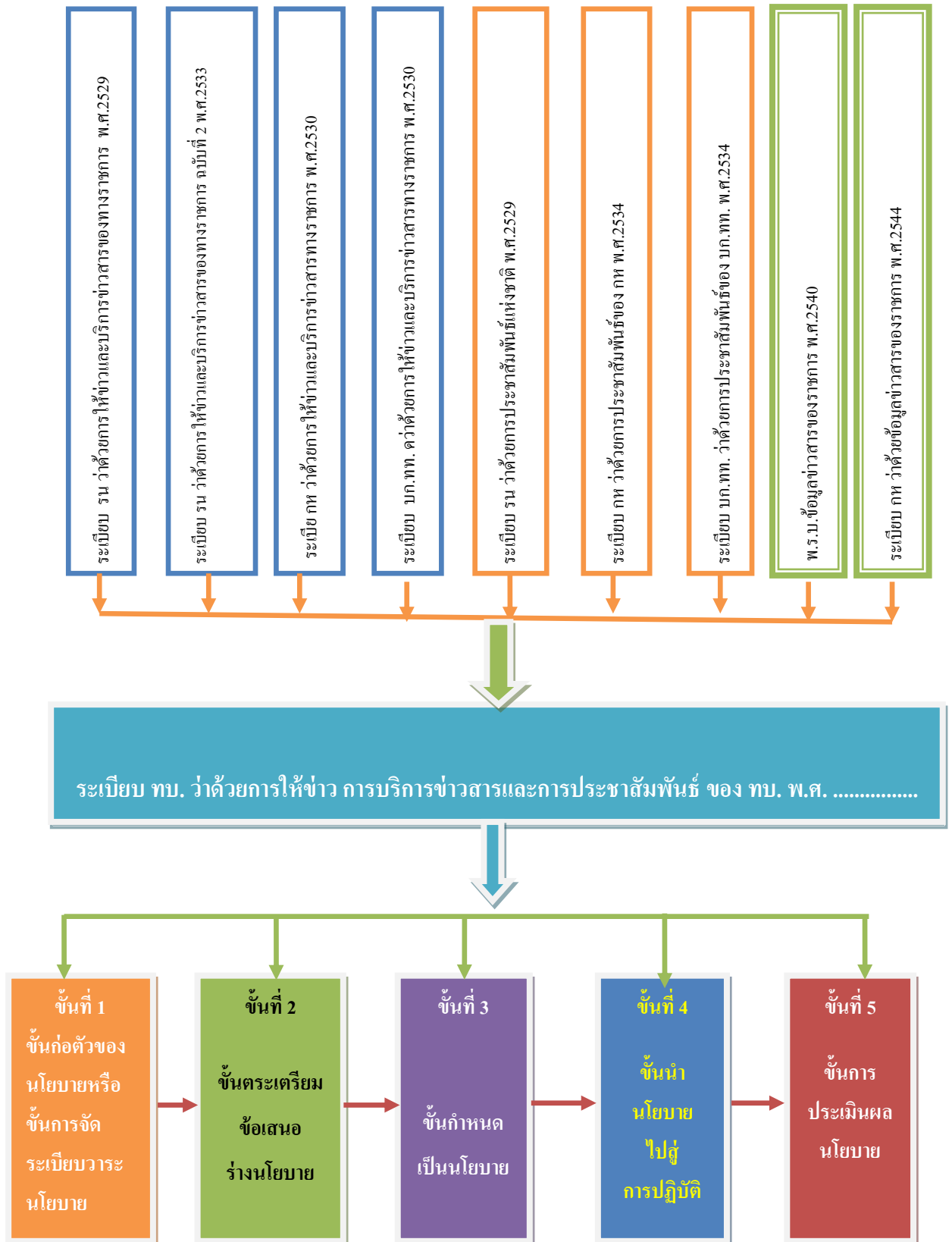
1. การประเมินผลกระบวนการ เป็นการประเมินผลส่วนนำหรือปัจจัยนำเข้าของกิจกรรมว่าได้จัดสรรอย่างเหมาะสมและเป็นไปตามแผนงานหรือไม่เพียงใด เช่น โครงการนั้นการฝึกอบรมผู้ปฏิบัติการได้ทำครบถ้วนตามหลักสูตรหรือไม่ งบประมาณได้รับการจัดสรรพอเพียงและทันเวลาหรือไม่ การปฏิบัติเป็นไปตามกระบวนการหรือไม่ การปฏิบัติเป็นไปตามกระบวนการที่วางไว้หรือไม่ ช่วงเวลาการประเมินผลจึงเป็นไปในขณะที่โครงการดำเนินอยู่ และผลการประเมินในหลักการจะถูกนำมาใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงวิธีการทำงาน ปรับปรุงการจัดสรรทรัพยากร ตลอดจนเทคนิคต่างๆ ในการดำเนินโครงการ

2. การประเมินผลกระทบ การประเมินผลกระทบ ประกอบด้วย ผลผลิต(Output) ผลลัพธ์ (Outcome) โดยกล่าวว่า ผลผลิตหมายถึง ผลที่เกิดขึ้นทันทีจากการดำเนินงานหรือผลเบื้องต้น ส่วนผลลัพธ์ (Outcome) หมายถึงผลจุดหมายปลายทาง (Ultimate Outputs ) เป็นผลระยะยาว

การประชาสัมพันธ์ข่าวสารกองทัพบกทางสื่อสังคมออนไลน์ควรมีการประเมินผลในด้านแผนงานด้านการประชาสัมพันธ์ว่ามีความเหมาะสม ความคุ้มค่า รวมทั้งการประเมินโครงการก่อนเริ่มโครงการ ระหว่างการดำเนินโครงการและหลังจากเสร็จสิ้นโครงการ เพื่อนำมาวิเคราะห์ในการดำเนินแผนงานหรือโครงการต่อไป การประเมินผลงานด้านการประชาสัมพันธ์ของกองทัพบกยังคงขาดรูปแบบการประเมินผลแต่ละหน่วยเป็นผู้ริเริ่มการประเมินตามวัตถุประสงค์โครงการที่ได้รับงบประมาณ จึงส่งผลกระทบต่อวิเคราะห์แผนงานประชาสัมพันธ์ในภาพรวม

จากการศึกษา พบว่า แนวทางการประชาสัมพันธ์ข่าวสารกองทัพบกทางสื่อสังคมออนไลน์เพื่อนำไปสู่ นโยบายทางการประชาสัมพันธ์ข่าวสารกองทัพบกทางสื่อสังคมออนไลน์สรุปได้เป็น แผนภาพ ที่ 5-1

แผนภาพที่ 5-1 รูปแบบการประชาสัมพันธ์ข่าวสารกองทัพบกทางสื่อสังคมออนไลน์



## ข้อเสนอแนะ

1. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินการประชาสัมพันธ์กองทัพบก ประกอบด้วย
  - 1.1 ปัจจัยภายนอกกองทัพบก เป็นสิ่งท้าทายภายนอก (Challenge) ที่กองทัพบกไม่สามารถควบคุมได้ กองทัพบกสามารถกระทำได้เพียงการปฏิบัติต่อสิ่งท้าทายและเตรียมพร้อมรับสถานการณ์
  - 1.2 ปัจจัยภายในกองทัพบก กองทัพบกควรปรับปรุงระเบียบว่าด้วยการให้ข่าวสารและจัดทำระเบียบกองทัพบกว่าด้วยการประชาสัมพันธ์กองทัพบก ไปในคราวเดียวกัน โดยนำทั้ง 2 ระเบียบนี้มาบูรณาการมารวมไว้ในฉบับเดียวกันเพื่อให้ง่ายและสะดวกต่อการนำไปใช้ในการปฏิบัติงาน โดยเรียกนามระเบียบนี้ว่า “ระเบียบกองทัพบกว่าด้วยการให้ข่าว การบริการข่าวสารและการประชาสัมพันธ์ของกองทัพบก พ.ศ. ....”
2. กองทัพบกควรจัดทำนโยบายการประชาสัมพันธ์ข่าวสารกองทัพบกทางสื่อสังคมออนไลน์ตามกรอบการจัดทำนโยบาย ที่เป็นรูปธรรมต่อไป

## บรรณานุกรม

### ภาษาไทย

#### หนังสือ

- กองทัพไทย. แผนปฏิบัติการราชการ กองทัพไทย พ.ศ.2555-2558. กรุงเทพฯ : กองบัญชาการกองทัพไทย, 2555.
- กองทัพบก. “หนังสือราชการ กรมยุทธการทหารบก เรื่อง สรุปผลการสัมมนาเชิงปฏิบัติการเรื่อง การจัดทำกรอบรายละเอียดรองรับวิสัยทัศน์ของกองทัพบก”. 8 เมษายน พ.ศ. 2557.
- กองทัพบก. หนังสือราชการ คู่มือการประชาสัมพันธ์กองทัพบก. กรุงเทพฯ : กรมกิจการพลเรือนทหารบก, มปป.
- กองทัพบก. นโยบายการปฏิบัติงานกองทัพบก (เพิ่มเติม) ประจำปีงบประมาณ 2557. กรุงเทพฯ : กองทัพบก, 2557
- จุมพล นิมพานิช. การวิเคราะห์นโยบาย ขอบข่าย แนวคิด ทฤษฎี และกรณีตัวอย่าง. นนทบุรี : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2552
- นายกรัฐมนตรี,สำนัก. สรุปสาระสำคัญของพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของทางราชการ พ.ศ. 2540. สำนักงานข้อมูลข่าวสารของทางราชการ : สำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี, 2540.
- ประยูร กาญจนกุล. กฎหมายปกครอง1. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,2523.
- ยุวดี ศรีธรรมรัฐ. การบริหารงานบุคคลในภาครัฐกิจ. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2541.
- สภาความมั่นคงแห่งชาติ, สำนักงาน. นโยบายความมั่นคงแห่งชาติ พ.ศ.2550-2554. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์คณะรัฐมนตรีและราชกิจจานุเบกษา,2550 .
- สัมฤทธิ์ ยศสมบัติ. รัฐประศาสนศาสตร์ แนวคิดและทฤษฎี. กรุงเทพฯ : เอ็กเปอร์เน็ท,2549.
- เสนาธิการทหารบก,โรงเรียน. คู่มือผู้บังคับหน่วยและฝ่ายอำนวยการ. กรุงเทพฯ : ห้างหุ้นส่วนจำกัด สหายบล็อกและการพิมพ์, 2554
- เสนาะ ตีเขาว์. หลักการบริหาร. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,2546.

### พระราชบัญญัติ

พระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ.2540

พระราชบัญญัติ จัดระเบียบราชการกระทรวงกลาโหม พ.ศ.2551



## ระเบียบราชการ

ระเบียบกองทัพบกว่าด้วยการประชาสัมพันธ์ พ.ศ. 2547 .

ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการให้ข่าวและบริการข่าวสารของทางราชการ พ.ศ.2529.

ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการให้ข่าวและบริการข่าวสารของทางราชการ ฉบับที่ 2 พ.ศ.  
2533.

ระเบียบกระทรวงกลาโหมว่าด้วยการให้ข่าวและบริการข่าวสารทางราชการ พ.ศ.2530.

ระเบียบกองบัญชาการทหารสูงสุดว่าด้วยการให้ข่าวและบริการข่าวสารทางราชการ พ.ศ.2533.

ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ พ.ศ.2529.

ระเบียบกระทรวงกลาโหมว่าด้วยการประชาสัมพันธ์ของกระทรวงกลาโหม พ.ศ.2534.

ระเบียบกองบัญชาการทหารสูงสุดว่าด้วยการประชาสัมพันธ์ของกองบัญชาการทหารสูงสุด พ.ศ.  
2534.

ระเบียบกระทรวงกลาโหม ว่าด้วยข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ.2544.

## ฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์

บุษบา สุธีธาร และคณะ. “การวางแผนการประชาสัมพันธ์”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก <http://www.stou.ac.th/Offices/Opr/Central/upload/pdf,2554>.

พิชิต วิจิตรบุญยรักษ์. “สื่อสังคมออนไลน์: สื่อแห่งอนาคต Social Media: Future Media”

วิมล นาวารัตน์. “การจัดการนวัตกรรมและสารสนเทศ”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก <http://www.gotoknow.org/blog/monim2010,2557>.

วารสาร Executive Journal มหาวิทยาลัยกรุงเทพ (ตุลาคม – ธันวาคม 2011 ) (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก [http://www.bu.ac.th/knowledgecenter/executive\\_journal/oct\\_dec\\_11/pdf/aw016.pdf,2557](http://www.bu.ac.th/knowledgecenter/executive_journal/oct_dec_11/pdf/aw016.pdf,2557).

วิษุกร นาคชน. “ระบบบริหารราชการไทย” (การเมืองการปกครอง) คณะมนุษยศาสตร์และ  
“10 อันดับแอปฯ ที่คนทั่วโลกใช้มากและบ่อยที่สุด” (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก <http://men.kapook.com/iew8086.tml,2557>

“10 อันดับแอปพลิเคชันที่ได้รับความนิยมในประเทศไทย”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก <http://www.Dailynewsco.th/Content/Article/215300,2557>.

สังคมศาสตร์มหาวิทาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา” (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก <http://human.aru.ac.th/2012/mages/stories/picmenu/NAT/Warasan/rabobborihanrachakanthai2555.pdf2550>

- สุภาภรณ์ เพชรสุภา. “ความหมาย Social network สังคมออนไลน์”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก [https://sites.google.com/site/socialnetworksangkhmxxnlin05 / khwam-hmay-khxng-kha-wasocial-network-sangkhm-xxnlin](https://sites.google.com/site/socialnetworksangkhmxxnlin05/khwam-hmay-khxng-kha-wasocial-network-sangkhm-xxnlin) , 2554.
- “สื่อสังคมออนไลน์บางส่วนที่นายอภิสิทธิ์เวชชาชีวะอดีตนายกรัฐมนตรีใช้อยู่” (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก <http://www.facebook.com/Abhisit.M.Vejjajiva> ,2557.
- “แอปพลิเคชันที่มีผู้ใช้งานมากและบ่อยที่สุด”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก <http://men.kapook.com/view68086.html> ,2557.

## ภาษาต่างประเทศ

- Golembiewski, Robert T., “ Practical public management” New York,1995.
- Gulick, Luther H. & Urwick, Lyndell. (Eds.). “ Paper on the science of Administration” New York: Winthrop,1977.
- Jame E. Anderson, David W. Brady and Charles Bullock III. Public Policy and Politics in the United States. Montary. Brooks/Cole, 1984
- Bernstien , Samuel J. & Hara , Patrick O. (1979) .Public administration : Organization, people and public policy. New York: Harper and Row.
- Charles E. Lindblom. The Intelligence of Democracy : Decision Making Through Mutual Adjustment. New York . 1965
- David K. Berlo. “The process of Communication” New York, Reneheart and Winston,1960.
- Jonh W. Kingdon. Agenda, Alternative,Public Policies. New York: Harper Collins, 2000
- Peter, Guy B. “The Politic of bureaucracy” New York: Longman,1995.
- Theodore Lowi. American Business Public Policy, Case Studies and Political Theory World Political. 1964
- Roger W. Cobb and Chales D. Elder. Participation in American Politics : The Dynamics of Agenda Building . Boston : Allyn and Bacon . 1972

## สัมภาษณ์

- เกียรติศักดิ์ น้าไชยศรี, พันเอก. หัวหน้าส่วนปฏิบัติการและสารสนเทศ ศูนย์ประชาสัมพันธ์ กองทัพบก สัมภาษณ์เมื่อ 30 เม.ย.57

ณัชวัสส์ เฟ็งไพนุญย์, พันเอก. ผู้อำนวยการกองประชาสัมพันธ์ กรมกิจการพลเรือนทหาร. 30

เม.ย.57

ธีรวัฒน์ บุญยะวัฒน์, พันเอก รองเจ้ากรมยุทธการทหารบก. 28 มี.ย.57.

พงษ์ศักดิ์ เสมาชัย, พันเอก. ผู้อำนวยการกองประชาสัมพันธ์ กรมกิจการพลเรือนกองทัพอากาศ.

30 เม.ย.57

พลภัทร วรรณภักตร์, พลตรี เลขานุการกองทัพบก. 30 เม.ย.57.

ภาณุวัชร นาควงษ์ม, พลโท ผู้ช่วยเสนาธิการทหารบก ฝ่ายกิจการพลเรือน. 6 พ.ค.57.

วีริณ ฉันทศาสตร์โกศล, พลโท ผู้บัญชาการหน่วยบัญชาการป้องกันภัยทางอากาศ 29 เม.ย.57.

อนุชา ชุ่มคำ, พันเอก. ผู้อำนวยการกองประชาสัมพันธ์ สำนักงานเลขานุการกองทัพบก สัมภาษณ์

เมื่อ 30 เม.ย.57

## ประวัติย่อผู้วิจัย

ชื่อ	พลรี วัชระ นิตยสุทธิ	
วัน เดือน ปีเกิด	26 กรกฎาคม	พ.ศ. 2502
การศึกษา	พ.ศ. 2522	โรงเรียนเตรียมทหาร
	พ.ศ. 2527	โรงเรียน นายร้อยพระจุลจอมเกล้า
	พ.ศ. 2530	หลักสูตรชั้นนายร้อยเหล่าราบ รุ่นที่ 74
	พ.ศ. 2530	หลักสูตรครูฝึกยิงปืนทหาร รุ่นที่ 4
	พ.ศ. 2532	หลักสูตรชั้นนายพัน เหล่า ราม รุ่นที่ 51
	พ.ศ. 2535	หลักสูตรเสนาธิการทหารบก ชุดที่ 71
	พ.ศ. 2547	หลักสูตรพัฒนาสัมพันธ์การบริหารงานส่งกำลังบำรุงและการ อุตสาหกรรมป้องกันประเทศ รุ่นที่ 4
ประวัติการทำงาน		
	พ.ศ. 2527	ผบ.มว. ลาดตระเวนและป้องกัน ร้อยสนับสนุน ร.3 พัน 4
	พ.ศ. 2529	รอง ผบ. ร้อย อาวุธเบา ร. 3 พัน 4
	พ.ศ. 2531	รอง ผบ.มว. ลาดตระเวนระยะไกล ร้อย ลว. ไกลที่ 3
	พ.ศ. 2532	นายทหารยุทธการและการฝึก ร้อย ลว. ไกล ที่ 3
	พ.ศ. 2534	อาจารย์ ส่วนวิชาทหาร รร.จปร.
	พ.ศ. 2538	หน. ส่งกำลังบำรุง รง.ผลิตกระสุนปืนใหญ่และลูกระเบิดยิง ศอว.ทบ.
	พ.ศ. 2540	หน.สลก.ทบ.
	พ.ศ. 2543	ฝสช. ประจำผู้บังคับบัญชา
	พ.ศ. 2544	รอง ผอ.กปส.สลก.ทบ.
	พ.ศ. 2550	ผอ.กอง สลก.ทบ.
ตำแหน่งปัจจุบัน		รอง ลก.ทบ.

# สรุปย่อ

ลักษณะวิชา สังคมจิตวิทยา

เรื่อง แนวทางการประชาสัมพันธ์ข่าวสารกองทัพบกทางสื่อสังคมออนไลน์  
ผู้วิจัย พ.อ. วัชร นิตยสุทธิ หลักสูตร วปอ. 56  
ตำแหน่ง รองเลขานุการกองทัพบก

## ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในยุค โลกาภิวัตน์ เศรษฐกิจในภาคบริการมีบทบาทมากขึ้น โดยเฉพาะ ภาคบริการ โทรสารบันเทิง (Infotainment Tele-sector) ที่สร้างสื่อสัญลักษณ์ การสร้างคำ การสร้างภาพลักษณ์ การสร้างความรู้สึกลงในข้อมูลข่าวสาร การสื่อสาร และการบันเทิง ซึ่งเป็นนวัตกรรมอำนาจใหม่ของภาคการตลาด ในยุคโลกาภิวัตน์ เราเรียกสิ่งนี้ว่า อำนาจของข้อมูลข่าวสาร ที่มีมนต์สะกดจิตสำนึกของประชาชน โดยใช้เครื่องมือสื่อต่างๆ เช่น การสร้างนิยาย การสร้างภาพฝัน การสร้างภาพลักษณ์ การโจมตีทางจิตใจ เพื่อเปลี่ยนระบบความคิดประชาชน และด้วยความเจริญก้าวหน้าของระบบเครือข่ายเทคโนโลยีที่มีความทันสมัยและกว้างขวาง คอยช่วยอำนวยความสะดวก ความง่าย แก่ผู้บริโภค ทำให้ข้อมูลข่าวสารได้ถูกแพร่กระจายออกไปอย่างกว้างขวางในรูปแบบของการสื่อสารต่างๆ

นโยบายความมั่นคงแห่งชาติ พ.ศ.2550-2554 กล่าวว่า สังคมไทยได้ก้าวข้ามจากระบบอำนาจและอุปถัมภ์มาสู่สังคมระบบการมีส่วนร่วม อันเกิดจากการที่ประชาชนตื่นตัวกับกระแสการมีส่วนร่วมตามกรอบรัฐธรรมนูญและแรงกระตุ้นจากโลกาภิวัตน์ กระแสประชาธิปไตย การค้าเสรี การปกป้องสิทธิมนุษยชน และศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ ตลอดจนการอนุรักษ์คุ้มครองธรรมชาติสิ่งแวดล้อม แต่กลไกที่ดูแลกติกาใหม่ของการเปลี่ยนผ่าน ยังไม่สามารถทำหน้าที่ได้อย่างสมบูรณ์ และขาดความสามารถในการเตรียมความพร้อมของเจ้าหน้าที่รัฐและประชาชนทั้งในระดับปัจเจก ชุมชน และสังคม ให้มีความเข้าใจบริบทของการเปลี่ยนผ่านดังกล่าว สิ่งต่างๆ เหล่านี้เป็นปัจจัยที่ทำให้สังคมเกิดความขัดแย้งและการเผชิญหน้าเพื่อเรียกร้องและปกป้องสิทธิของแต่ละฝ่ายด้วยวิธีการที่รุนแรง จนกลายเป็นปัญหาวิกฤติความขัดแย้งและการเผชิญหน้าเพื่อเรียกร้องและปกป้องสิทธิของแต่ละฝ่ายด้วยวิธีการที่รุนแรง กลายเป็นปัญหาวิกฤติความขัดแย้งทางด้านการเมืองและสังคม ใน พ.ศ.2550-2554 ประเทศไทยต้องเผชิญกับความเสี่ยงทางด้านความมั่นคงภายในประเทศอย่างรุนแรง โดยเฉพาะการขาดความสามัคคีของคนในชาติ การกระทำที่กระทบต่อความมั่นคงของสถาบันหลักของชาติ การก่อความไม่สงบในจังหวัดชายแดนใต้ ในขณะที่ปัญหาการก่อการร้ายสากลและอาชญากรรมข้ามชาติ และปัญหาที่เป็นเรื่องสืบเนื่องมาจากอดีต เช่น ปัญหายาเสพติด ผู้หลบหนีเข้าเมืองโดยผิดกฎหมาย ยังคงเป็นภัยคุกคามที่มีแนวโน้มส่งผลกระทบต่อในวงกว้าง ตลอดจนต้องเผชิญกับผลกระทบจากภาวะโลกร้อน ภัยพิบัติทางธรรมชาติ และโรคระบาดที่รุนแรงมากขึ้น

สำนักงานเลขาธิการกองทัพบกเป็นหน่วยงานราชการในสังกัดกองทัพบก มีภารกิจ ในการดำเนินงานและประสานงานเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์กองทัพบก มีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกองทัพบกและเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดี ให้ครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งสำนักงานเลขาธิการกองทัพบกได้ดำเนินการประชาสัมพันธ์โดยศูนย์ประชาสัมพันธ์กองทัพบก และกองประชาสัมพันธ์สำนักงานเลขาธิการกองทัพบก ได้มีการนำเสนอข่าวสารผ่านสื่อที่มีความหลากหลายอย่างต่อเนื่อง

การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์เป็นการสื่อสารช่องทางใหม่ การสื่อสารผ่านช่องทางการสื่อสารที่แตกต่างกัน จะมีรูปแบบที่แตกต่างกัน ดังนั้น จึงเป็นเหตุจูงใจให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับแนวทางการประชาสัมพันธ์ข่าวสารกองทัพบกทางสื่อสังคมออนไลน์ ว่าควรดำเนินไปในรูปแบบใด เพื่อสำนักงานเลขาธิการกองทัพบกและส่วนงานที่เกี่ยวข้องจะได้นำไปใช้ในการประชาสัมพันธ์ข่าวสารให้มีความทันสมัย น่าสนใจ ให้มีประสิทธิภาพต่อไป

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการดำเนินการด้านการประชาสัมพันธ์ข่าวสารกองทัพบกในปัจจุบัน
2. เพื่อศึกษาแนวทางการประชาสัมพันธ์ข่าวสารกองทัพบกทางสื่อสังคมออนไลน์

## ขอบเขตของการวิจัย

1. ด้านเนื้อหา การดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ข่าวสารกองทัพบกของสำนักงานเลขาธิการ กองทัพบกและแนวทางการประชาสัมพันธ์ข่าวสารกองทัพบกทางสื่อสังคมออนไลน์
2. ด้านพื้นที่ : ภายในกองทัพไทย
3. ด้านประชากร : ผู้บังคับบัญชา อดีตผู้บังคับบัญชาที่รับผิดชอบงานด้านกิจการพลเรือน และการประชาสัมพันธ์ ฝ่ายอำนวยการกองทัพบกและผู้ปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์กองทัพบก

## วิธีดำเนินการวิจัย

เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ

1. ศึกษาจากเอกสาร ตำรา หนังสือราชการ การดำเนินการด้านการประชาสัมพันธ์ข่าวสารกองทัพบกและแนวทางการประชาสัมพันธ์ข่าวสารกองทัพบกทางสื่อสังคมออนไลน์
2. สัมภาษณ์เจาะลึกผู้บังคับบัญชาและอดีตผู้บังคับบัญชาที่รับผิดชอบงานด้านการประชาสัมพันธ์ในกองทัพบก รวมทั้งผู้ปฏิบัติงานด้านฝ่ายอำนวยการของกองทัพบก ด้านการประชาสัมพันธ์ในกองบัญชาการกองทัพไทย กองทัพบก และกองทัพอากาศ และ การสัมภาษณ์แบบสนทนากลุ่ม (Focus Group) ผู้ปฏิบัติงาน การประชาสัมพันธ์ในกองทัพบกที่ 1 – 4

## ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “แนวทางการประชาสัมพันธ์ข่าวสารกองทัพบกทางสื่อสังคมออนไลน์” นี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการดำเนินการด้านการประชาสัมพันธ์ข่าวสารกองทัพบกในปัจจุบันและ เพื่อศึกษาแนวทางการประชาสัมพันธ์ข่าวสารกองทัพบกทางสื่อสังคมออนไลน์ โดยการวิจัยเชิงคุณภาพ มีผลการวิจัย ดังนี้

1. การดำเนินการด้านการประชาสัมพันธ์ข่าวสารกองทัพบก ประกอบด้วยปัจจัยภายนอก กองทัพบกและปัจจัยภายในกองทัพบก ดังนี้

1.1 ปัจจัยภายนอกกองทัพบก ได้แก่ สถานการณ์ภายนอกประเทศที่มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วทั้งในด้านเศรษฐกิจและสังคม โดยมีการเจริญเติบโตของเทคโนโลยีเป็นปัจจัยเร่ง สถานการณ์ภายในประเทศที่มีผลต่อความมั่นคงของประเทศ ได้แก่ ภัยคุกคามรูปแบบใหม่ ความยากจน ภัยพิบัติต่างๆ การป้องกันประเทศ ความแตกแยกของคนในสังคม ความไม่สงบในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ กระแสสื่อมวลชนไทยนิยมนำเสนอข่าวความขัดแย้งในสังคมไทย รวมทั้ง ระเบียบการให้ข่าวสารของทางราชการ ต้องอาศัยระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการให้ข่าวและบริการข่าวสารของทางราชการ พ.ศ.2529 ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการให้ข่าวและบริการข่าวสารของทางราชการ ฉบับที่ 2 พ.ศ.2533 ระเบียบกระทรวงกลาโหมว่าด้วยการให้ข่าวและบริการข่าวสารของทางราชการ พ.ศ.2530 ระเบียบกองบัญชาการทหารสูงสุดว่าด้วยการให้ข่าวและบริการข่าวสารของทางราชการ พ.ศ.2530 รวมทั้ง ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ พ.ศ.2529 ระเบียบกระทรวงกลาโหมว่าด้วยการประชาสัมพันธ์ของกระทรวงกลาโหม พ.ศ.2534 ระเบียบกองบัญชาการทหารสูงสุดว่าด้วยการประชาสัมพันธ์ของกองบัญชาการทหารสูงสุด พ.ศ.2534 พระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ. 2540 ระเบียบกระทรวงกลาโหม ว่าด้วยข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ.2544 นโยบายกระทรวงกลาโหม และ แผนปฏิบัติราชการ กองทัพบก พ.ศ.2555-2558

1.2 ปัจจัยภายในกองทัพบก ประกอบด้วย ทัศนคติของกองทัพบก เจตนารมณ์ของผู้บัญชาการทหารบก นโยบายกองทัพบก การประชาสัมพันธ์ข่าวสารของกองทัพบกและระเบียบกองทัพบกว่าด้วยการประชาสัมพันธ์ พ.ศ. 2547 พบว่า นโยบายกองทัพบกได้ระบุเกี่ยวกับงานการประชาสัมพันธ์ อยู่ในนโยบายทั่วไป โดยให้รองผู้บัญชาการทหารบก กำกับดูแลการประชาสัมพันธ์/การปฏิบัติการข่าวสารของกองทัพบก ในภาพรวม เพื่อเป็นการชี้แจงผลงาน และเสริมสร้างภาพลักษณ์ของกองทัพบก ทั้งนี้ การให้สัมภาษณ์กับสื่อมวลชนนั้น จะดำเนินการโดยผู้บัญชาการทหารบกและ/หรือผู้ได้รับมอบหมาย สำหรับ แนวคิดการประชาสัมพันธ์ข่าวสารของกองทัพบก พบว่าใช้กรอบแนวคิด “วงล้อประชาสัมพันธ์” (PR wheel) ประกอบด้วย 4 ขั้นตอนคือ 1.) การแสวงหาข้อมูลและวิเคราะห์ปัญหา 2.) การวางแผน 3.) การดำเนินการตามแผนงาน 4.) การประเมินผล มาเป็นแนวทางการปฏิบัติงาน โดยมีกรมกิจการพลเรือนทหารบก เป็นฝ่ายอำนวยการด้านการประชาสัมพันธ์ และหน่วยรับผิดชอบงบประมาณหลัก สำนักงานเลขานุการ

กองทัพบก เป็นหน่วยปฏิบัติ และประเมินผล หน่วยขึ้นตรงกองทัพบก เป็น หน่วยปฏิบัติและสถานีวิทยุกระจายเสียงในเครื่องกองทัพบก สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 เป็นหน่วยสนับสนุน รวมทั้งใช้ระเบียบกองทัพบกกว่าด้วยการประชาสัมพันธ์ พ.ศ. 2547 มาใช้เป็นกรอบการดำเนินงาน

2. กระบวนการจัดทำนโยบายการประชาสัมพันธ์ข่าวสารกองทัพบกทางสื่อสังคมออนไลน์ ประกอบด้วย 5 ขั้นตอนดังนี้

ขั้นที่ 1 ขั้นก่อตั้งนโยบาย แนวทางการประชาสัมพันธ์ข่าวสารกองทัพบกบนสื่อสังคมออนไลน์ พบว่า

1. แนวทางของปัญหา - ภายในกองทัพบกเห็นความสำคัญของการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการประชาสัมพันธ์ข่าวสารกองทัพบกเหมือนกัน โดยกำลังพลควรมีความรู้ในเรื่องการประชาสัมพันธ์ และเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านประโยชน์ที่กองทัพจะได้รับ มีทั้งข้อดี รวดเร็ว กว้างขวาง ส่วนข้อเสีย คือยากต่อการกำกับดูแล

2. ประเภทของปัญหา - มาจากการขาดการปรับปรุงระเบียบว่าด้วยการให้ข่าว การบริการข่าวสารและการประชาสัมพันธ์ของกองทัพบก ที่มีความทันสมัย สอดคล้องกับระเบียบของหน่วยเหนือ แต่หน่วยและกำลังพลของกองทัพบก มีความมุ่งมั่นที่จะพัฒนาหน่วยให้มีความเจริญก้าวหน้า มีความทันสมัย แต่พบว่าเป็นเพียงจิตความสามารถและความมุ่งมั่นเฉพาะบุคคลเท่านั้น

3. การจัดระเบียบวาระของนโยบาย - เป็นปัญหาเชิงนโยบายสาธารณะของสังคม (The Systemic Agenda) โดยกรมกิจการพลเรือนทหารบก ในฐานะฝ่ายอำนวยการด้านการประชาสัมพันธ์ และหน่วยรับผิดชอบงบประมาณหลัก ทำหน้าที่นำเสนอนโยบายการประชาสัมพันธ์ข่าวสารกองทัพบกทางสื่อสังคมออนไลน์ให้กับผู้บังคับบัญชาเพื่อพิจารณาพิจารณาอนุมัตินโยบายต่อไป

4. การจัดระเบียบวาระนโยบาย - กระแสของปัญหา (Problem Stream) คือ วิกฤตการณ์ของเทคโนโลยี กระแสนโยบาย (Policy Stream) คือ นโยบายกองทัพบกในปีงบประมาณ 2557 ที่กำหนดให้เป็นปีแห่งการเตรียมความพร้อมกองทัพบกไปสู่อนาคตและกระแสการเมือง (Political Stream) คือการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนในปี 2558

5. ผู้กำหนดนโยบาย - กองทัพบกมีผู้บัญชาการทหารบกเป็นหัวหน้าส่วนราชการ จะได้กรณอนุมัตินโยบายตามที่ฝ่ายอำนวยการนำเสนอหรือเป็นการสั่งการให้ส่วนต่างๆ ในกองทัพบกยึดถือเป็นแนวทางปฏิบัติ

6. เป้าหมายและวัตถุประสงค์ - การประชาสัมพันธ์กองทัพบกเพื่อสร้างความนิยม เพื่อให้ประชาชนสนับสนุนการปฏิบัติงานของกองทัพบก เพื่อสร้างความรัก ความผูกพัน ความศรัทธา และความเชื่อมั่นของประชาชนที่มีต่อกองทัพบก รวมทั้ง เพื่อสร้างความสัมพันธ์ภายในกองทัพบก ตลอดจนเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับกองทัพบก



ขั้นที่ 2 ขั้นวิเคราะห์เตรียมข้อเสนอร่างนโยบาย พบว่า เป็นภารกิจของกรมกิจการพลเรือนทหารบก ที่ต้องทำหน้าที่เป็นเจ้าภาพหลักในการดำเนินการต่างๆเพื่อจัดทำร่างนโยบาย โดยมีสำนักงานเลขานุการกองทัพบก ศูนย์เทคโนโลยีทางทหารกองทัพบกและหน่วยที่เกี่ยวข้องเป็นหน่วยงานสนับสนุนการดำเนินการ

ขั้นที่ 3 ขั้นกำหนดเป็นนโยบาย พบว่า กรมกิจการพลเรือนทหารบก เป็นฝ่ายอำนวยการหลักในการดำเนินการจัดทำร่างนโยบายการประชาสัมพันธ์กองทัพบก เพื่อนำเรียนผู้บัญชาการทหารบก ตกลงใจในนโยบาย โดยมีหน่วยปฏิบัติหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ สำนักงานเลขานุการกองทัพบก ศูนย์เทคโนโลยีทางทหารกองทัพบก ศูนย์ประชาสัมพันธ์กองทัพบก ศูนย์ประชาสัมพันธ์กองทัพภาค ส่วนการศึกษาและหน่วยงานอื่นๆที่เกี่ยวข้อง

ขั้นที่ 4 การนำแผนไปสู่การปฏิบัติ พบว่า แผนงานด้านการประชาสัมพันธ์ของกองทัพบกใน ความรับผิดชอบของสำนักงานเลขานุการกองทัพบกแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ แผนงานการประชาสัมพันธ์ตามวงรอบงานประจำปี และแผนงานการประชาสัมพันธ์นอกเหนือการประชาสัมพันธ์ตามวงรอบ การปฏิบัติงานสามารถดำเนินงานได้ตามแผนงานที่วางไว้แต่มี 2 สาเหตุที่ไม่สามารถปฏิบัติได้ตามแผนงานคือการเปลี่ยนแปลงแผนการปฏิบัติของกรมฝ่ายเสนาธิการ และด้านงบประมาณ สำหรับการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการประชาสัมพันธ์ข่าวสารทางราชการ นั้นพบว่ามีความเหมาะสมและจำเป็นในการดำเนินงานในด้านการรวบรวมข้อมูลข่าวสารและการวางแผนงานการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์และการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ สำหรับโครงสร้างการจัดของหน่วยงานด้านการประชาสัมพันธ์ทางสื่อสังคมออนไลน์ที่เหมาะสมควร ประกอบด้วย ส่วนควบคุมบังคับบัญชา ส่วนเทคนิค ส่วนรวบรวมและติดตามข้อมูลข่าวสาร และส่วนปฏิบัติการ นอกจากนี้กองทัพบกต้องพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ในด้านการประชาสัมพันธ์และการจัดสรรสิ่งอุปกรณ์ต่างๆ

ขั้นที่ 5 การประเมินผล พบว่า หน่วยในกองทัพบกเห็นความสำคัญของการประเมินผล ทั้งการประเมินแผนงานและกิจกรรม เพื่อนำมาผลการประเมินมาปรับปรุงแผนงานและกิจกรรมต่อไป

## ข้อเสนอแนะ

1. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินการประชาสัมพันธ์กองทัพบก ประกอบด้วย
  - 1.1 ปัจจัยภายนอกกองทัพบก เป็นสิ่งท้าทายภายนอก (Challenge) ที่กองทัพบกไม่สามารถควบคุมได้ กองทัพบกสามารถกระทำได้เพียงการปฏิบัติต่อสิ่งท้าทายและเตรียมพร้อมรับสถานการณ์
  - 1.2 ปัจจัยภายในกองทัพบก กองทัพบกควรปรับปรุงระเบียบว่าด้วยการให้ข่าวสาร และจัดท่าระเบียนกองทัพบกว่าด้วยการประชาสัมพันธ์กองทัพบก ไปในคราวเดียวกัน โดยนำทั้ง 2 ระเบียบนี้มาบูรณาการมารวมไว้ในฉบับเดียวกันเพื่อให้ง่ายและสะดวกต่อการนำไปใช้ในการปฏิบัติงาน โดยเรียกนามระเบียบนี้ว่า “ระเบียบกองทัพบกว่าด้วยการให้ข่าว การบริการข่าวสารและการประชาสัมพันธ์ของกองทัพบก พ.ศ. ....”
2. กองทัพบกควรจัดทำนโยบายการประชาสัมพันธ์ข่าวสารกองทัพบกทางสื่อสังคมออนไลน์ตามกรอบการจัดทำนโยบาย ที่เป็นรูปธรรมต่อไป

## **Abstract**

**Title :** Directions for the Public Relations of the Royal Thai Army on Social Media

**Field :** Social-psychology

**Name :** Major General Watchara Nittayasut **Course** NDC **Class** 56

The purpose of this research, “Directions for the Public Relations of the Royal Thai Army on Social Media,” is to study in depth the current public relation efforts of the Royal Thai Army on social media platforms. The findings of this research are the following:

1. The public relations operation of the Royal Thai Army depends on several external institutional variables, such as non-conventional threats, poverty, natural disaster, national defense, social divisions, and unrest in the southernmost provinces. Many internal institutional variables, namely institutional visions, discretion of the Army Commander, policy of the Royal Thai Army, public relations of the Royal Thai Army, and the 1979 Regulation of the Royal Thai Army on official news publication, also have effect on the said operation.

2. The process for the formulation of the Royal Thai Army policy on the public relations via social media consists of 5 stages.

First, while the policy initiative was being formulated, the Royal Thai Army saw the importance in utilising social as a publicity platform to invite cooperation from the public in supporting the operations and efforts of the Royal Thai Army and to promote trust and confidence of the public in army. Second, as the agenda was being prepared as a policy proposal, the public relations operation on social media is under the scope of responsibility of the Directorate of Civil Affairs, which was then tasked with drafting the proposal with the operational support of the the Office of Army Secretary, Military Technology Centre, and relevant agencies. Third, at policy stage, the Directorate of Civil Affairs is the administrator in drafting the policy for the Royal Thai Army's public relations campaign, which was to be sent for approval from the Army Commander. Fourth, once authorised, the policy was put into practice, and it is found that the work plan under the authority of the Office of Army Secretary is divided into two parts, annual public relations campaign and extraordinary-session public relations campaign that is outside the planned calendar. Fifth, at the evaluation stage, the research finds that agencies within the Royal Thai Army understand it is vital to evaluate the work plan and the activities that were implemented so that the result can be used for improvements in the future.