

ยุทธศาสตร์การมีแนวทางการดำเนินการด้านการประชาสัมพันธ์
ของกองบัญชาการกองทัพไทย สู่สังคมในระยะ 5 ปี ข้างหน้า
(พ.ศ. 2566 - 2570)

โดย

พลตรี ที่รัก สร้อยนาค
ผู้อำนวยการสำนักประชาสัมพันธ์
กรมกิจการพลเรือนทหาร กองบัญชาการกองทัพไทย

นักศึกษาวิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร
หลักสูตรการป้องกันราชอาณาจักร รุ่นที่ 65
ประจำปีการศึกษา พุทธศักราช 2565 - 2566

หนังสือรับรอง

วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร สถาบันวิชาการป้องกันประเทศ ได้อนุมัติให้เอกสารวิจัยส่วนบุคคล เรื่อง “ยุทธศาสตร์การมีแนวทางการดำเนินการด้านการประชาสัมพันธ์ของกองบัญชาการกองทัพไทย สู่สังคมในระยะ 5 ปี ข้างหน้า (พ.ศ. 2566 - 2570)” ลักษณะวิชา การทหารของ พลตรี ที่รัก สร้อยนาค เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรการป้องกันราชอาณาจักร รุ่นที่ 65 ประจำปีการศึกษา พุทธศักราช 2565 - 2566

พลโท

(ชาติชาย ชัยเกษม)

ผู้อำนวยการวิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร
สถาบันวิชาการป้องกันประเทศ

บทคัดย่อ

เรื่อง ยุทธศาสตร์การมีแนวทางการดำเนินการด้านการประชาสัมพันธ์ของ
กองบัญชาการกองทัพไทย สู่สังคมในระยะ 5 ปี ข้างหน้า (พ.ศ.2566-2570)

ลักษณะวิชา การทหาร

ผู้วิจัย พลตรี ธีรภักดิ์ สร้อยนาค **หลักสูตร** วปอ. รุ่นที่ 65

การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบทบาทหน้าที่ด้านการประชาสัมพันธ์ของกรมกิจการพลเรือนทหาร กองบัญชาการกองทัพไทย ตรวจสอบสถานะแวดล้อมในระดับโลก ภูมิภาค และในประเทศ ที่ส่งผลกระทบต่อการทำงานด้านการประชาสัมพันธ์ของกรมกิจการพลเรือนทหาร กองบัญชาการกองทัพไทยในระยะ 5 ปี ข้างหน้า (พ.ศ.2566-2570) และศึกษาแนวทางการพัฒนาด้านการประชาสัมพันธ์ของกองบัญชาการกองทัพไทย เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน โดยจากผลการศึกษาพบว่า การเปลี่ยนแปลงของบริบทความมั่นคงในประเทศ ได้มีบทบาทและการเคลื่อนไหวที่สำคัญในทุกๆ ด้าน ทั้งในด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยี รวมถึงความขัดแย้งของคนภายในประเทศ ความไม่สงบ ในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ความไม่เชื่อมั่นในการบริหารประเทศตามหลักนิติธรรม ปัญหาอาชญากรรม ภัยพิบัติทางธรรมชาติ การเคลื่อนตัวของภัยคุกคามข้ามชาติ การย้ายถิ่นฐานของประชากร เป็นต้น อีกทั้ง ภัยคุกคามด้านความมั่นคงในปัจจุบันยังมีขอบเขตที่กว้างขวางมีความเชื่อมโยง ซับซ้อน และส่งผลกระทบต่อประชาชนโดยตรงมากขึ้น ซึ่งเป็นสิ่งที่ท้าทายและส่งผลให้ประเทศไทยต้องดำเนินนโยบายด้วยความอ่อนตัวและความมั่นคงเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่มีผลต่อการพัฒนาประเทศในทุกมิติ ดังนั้น “สื่อประชาสัมพันธ์” ถือเป็นเครื่องมือ และสื่อกลางในการสื่อสารจากองค์กรสู่กลุ่มเป้าหมาย ซึ่งหมายถึง การสร้างความสัมพันธ์อันใกล้ชิดให้เกิดขึ้นภายในองค์กร หรือสร้างความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกับสาธารณชน ในปัจจุบันเป็นสื่อนำความต้องการ ความคิด ความรู้สึก ไปสู่ความเข้าใจ ในเป้าหมายระหว่างบุคคลต่อบุคคล กลุ่มต่อกลุ่ม บุคคลต่อกลุ่มหรือระหว่างองค์กรเข้าด้วยกัน เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างสอดคล้อง หรือตรงกับวัตถุประสงค์ขององค์กร และเป็นกลไกสำคัญในการปฏิบัติงานในองค์กร เป็นกระบวนการรับ-ส่งข้อมูล แล้วถ่ายทอดข้อมูลไปยังบุคคลที่มีความเกี่ยวข้องกัน เพื่อสร้างความเข้าใจและความรู้สึกนึกคิดเพื่อเปลี่ยนแปลงการกระทำของ กิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งตามความประสงค์ โดยเฉพาะองค์กรที่มีหน่วยงานและบุคลากรจำนวนมาก

กองบัญชาการกองทัพไทย ในฐานะองค์กรด้านความมั่นคงองค์กรหนึ่งที่ต้องดำเนินการภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี และเป็นไปอย่างสอดคล้องกับนโยบายการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ แผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ และการประชาสัมพันธ์ของกระทรวงกลาโหม จึงมีความจำเป็นต้องแสวงหาแนวทางการพัฒนากลยุทธ์ด้านการประชาสัมพันธ์ของกองบัญชาการกองทัพไทย สู่สังคมในระยะ 5 ปี ข้างหน้า (พ.ศ.2566-2570) เพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงในด้านต่างๆ เพื่อสร้างความสามัคคีของคนในชาติ และตระหนักถึงหน้าที่ความรับผิดชอบที่มีต่อสังคมและประเทศชาติต่อไป

Abstract

Title Strategies for Public Relations Operational Guidelines of the Royal Thai Armed Forces Headquarters to society in the next 5 years (2023-2027)

Field Military

Name Major General Teerak Soinak **Course** NDC **Class** 65

The purpose of this study was to study the roles and responsibilities of public relations of the Department of Civil Affairs. Royal Thai Armed Forces Headquarters Examine the global, regional and domestic environments that affect the public relations activities of the Department of Civil Affairs. Royal Thai Armed Forces Headquarters in the next 5 years (2023-2027) and study the development guidelines for public relations of the Royal Thai Armed Forces Headquarters to be in line with the current situation According to the results of the study, it was found that Changes in the domestic security context Has played an important role and movement in all areas, including politics, economy, society and technology. Including conflicts among people within the country, unrest in the three southern border provinces. distrust in the administration of the country according to the rule of law drug problem natural disasters, transnational threat movements population immigration, etc.

In addition, current security threats are broad in scope, linked, complicated, and affect people more directly. This is a challenge and has resulted in Thailand having to implement policies with Weakness and stability are one of the important factors affecting the country's development in all dimensions. Therefore, "public relations media" is considered a tool. And a medium of communication from the organization to the target group, which means creating close relationships within the organization. or establishing a relationship between the organization and the public Nowadays, it is a medium that conveys needs, thoughts, feelings, and leads to an understanding of individual-to-person goals. group to group Person to group or between organizations together so that operations are consistent or match the objectives of the organization and is an important mechanism for working in the organization It is a process for sending and receiving data. and then transmit the information to related persons to create understanding and sentiment to change the actions of any activity as desired especially organizations with a large number of departments and personnel.

The Royal Thai Armed Forces Headquarters As a security organization that must operate under the 20-year national strategy and in line with the national public relations policy national public relations plan and public relations of the Ministry of Defense. Therefore, it is necessary to seek ways to develop public relations strategies of the Royal Thai Armed Forces Headquarters. to society in the next 5 years (2023-2027) in order to be consistent with changes in various areas to create unity of the people in the nation and be aware of their responsibilities toward society and the nation.

คำนำ

“การประชาสัมพันธ์ (Public relations)” ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในรูปแบบของการดำเนินงานต่างๆ ในทุกองค์กร ทั้งในหน่วยงานภาครัฐและเอกชน แต่โดยทั่วไปแล้วงานประชาสัมพันธ์ซึ่งเป็นการสื่อสารในรูปแบบหนึ่งนั้นเป็นงานส่วนที่สำคัญและมีความจำเป็นอย่างยิ่งต่อความสำเร็จในการดำเนินงานตามภารกิจความรับผิดชอบของหน่วยงาน ทั้งนี้เพราะการประชาสัมพันธ์เป็นงานเชิงสร้างสรรค์ ที่ก่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจแก่ประชาชนด้วยการสร้างความสัมพันธ์ที่ดี และการพัฒนาส่งเสริมความเข้าใจที่ถูกต้องร่วมกัน เพื่อให้เกิดการรู้จัก เกิดความรู้สึกรักใคร่ที่ดี เกิดความน่าเชื่อถือ รวมทั้งการรับรู้ภาพลักษณ์ที่ดี ตลอดจนความราบรื่นระหว่างองค์กร กับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง และการติดต่อสื่อสาร เพื่อชี้แจงให้ข้อมูลข่าวสารข้อเท็จจริงต่างๆ จากองค์กรไปสู่กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งการรับฟังความคิดเห็นและประชมติที่ประชาชนมีต่อองค์กร โดยมุ่งที่จะสร้างผลประโยชน์ร่วมกันทั้งฝ่ายองค์กร และประชาชนให้สอดคล้องกับบริบททางสังคม

การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ของกองบัญชาการกองทัพไทย จึงเป็นภารกิจหนึ่งของงานด้านกิจการพลเรือน โดยมีกรมกิจการพลเรือนทหาร เป็นหน่วยรับผิดชอบหลัก ซึ่งงานประชาสัมพันธ์เป็นการสื่อสารประเภทหนึ่งที่มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง เพื่อใช้เป็นช่องทางในการบอกกล่าวหรือเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารให้สาธารณชน โดยทั่วไป และหรือกลุ่มบุคคลเป้าหมายได้รับทราบถึงนโยบาย วัตถุประสงค์ การดำเนินงาน ผลงานและกิจกรรมต่างๆ ของกองบัญชาการกองทัพไทย ตลอดจนการชี้แจงโดยการจัดแถลงข่าวต่อสื่อมวลชน ได้รับทราบข้อเท็จจริงเกี่ยวกับประเด็นเรื่องต่างๆ ที่มีผลกระทบต่อกองบัญชาการกองทัพไทย และเหล่าทัพ ทั้งภาพพจน์ในเชิงบวกและเชิงลบ อันจะนำมาสู่ความเชื่อมั่น เลื่อมใส ศรัทธาของประชาชนต่อภาพลักษณ์ที่ดีของกองบัญชาการกองทัพไทยและเหล่าทัพ

พลตรี

(ที่รัก สร้อยนาค)

นักศึกษาวิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร

หลักสูตร วปอ. รุ่นที่ ๖๕

ผู้วิจัย

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	ก
Abstract	ข
คำนำ	ง
สารบัญ	จ
สารบัญแผนภาพ	ช
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	2
ขอบเขตของการวิจัย	3
วิธีดำเนินการวิจัย	3
ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย	4
คำจำกัดความ	4
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	6
(ร่าง) แผนปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ พ.ศ.2566 – 2570	6
แนวคิดหลักภายใต้สถานการณ์การเปลี่ยนแปลงที่สำคัญทั้งภายนอกและภายในประเทศที่จะส่งผลกระทบต่อทิศทางการประชาสัมพันธ์ของประเทศไทยในอนาคต	9
แนวคิดและทฤษฎีด้านการสื่อสาร	11
แนวความคิดเกี่ยวกับหลักการประชาสัมพันธ์ และการประชาสัมพันธ์ภาครัฐแนวใหม่	15
ระเบียบกระทรวงกลาโหมว่าด้วยการประชาสัมพันธ์ของกระทรวงกลาโหม พ.ศ. 2534	18
แนวคิดด้านความมั่นคงแห่งชาติ	19
อุปสรรคและปัญหาของการดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์	28
แนวคิดการจัดทำกลยุทธ์ด้านการประชาสัมพันธ์	31
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	37
กรอบแนวคิดของการวิจัย	39

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 3	
การตรวจสอบสถานะแวดล้อมในระดับโลก ภูมิภาค และในประเทศ ที่คาดว่าจะส่งผลกระทบต่อการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ ของกรมกิจการพลเรือนทหารกองบัญชาการกองทัพไทย	40
สถานะแวดล้อมด้านความมั่นคง	40
สถานะแวดล้อมความมั่นคงในระดับโลก	40
สถานะแวดล้อมความมั่นคงในระดับภูมิภาค	43
สถานะแวดล้อมความมั่นคงในระดับประเทศ	46
สรุป	49
บทที่ 4	
แนวทางการพัฒนากลยุทธ์ด้านการประชาสัมพันธ์ของกองบัญชาการ กองทัพไทยสู่สังคมในสถานการณ์ปัจจุบัน	51
ปัญหาและอุปสรรคด้านการประชาสัมพันธ์ของกองบัญชาการกองทัพไทย สู่สังคมในสถานการณ์ปัจจุบัน ที่อาจเกิดขึ้น	52
แนวทางการแก้ไขปัญหา เพื่อนำไปสู่แนวทางการพัฒนากลยุทธ์ด้านการประชาสัมพันธ์ ของกองบัญชาการกองทัพไทยสู่สังคมในสถานการณ์ปัจจุบัน	52
สรุป	56
บทที่ 5	
สรุปและข้อเสนอแนะ	57
สรุป	57
ข้อเสนอแนะ	58
บรรณานุกรม	60
ประวัติย่อผู้วิจัย	62

สารบัญแผนภาพ

แผนภาพที่		หน้า
2-1	กรอบแนวคิดของการวิจัย	39

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การเปลี่ยนแปลงของบริบทความมั่นคงในประเทศ ได้มีบทบาทและการเคลื่อนไหวที่สำคัญในทุกๆ ด้าน ทั้งในด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยี รวมถึงความขัดแย้งของคนภายในประเทศ ความไม่สงบ ในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ความไม่เชื่อมั่นในการบริหารประเทศตามหลักนิติธรรม ปัญหายาเสพติด ภัยพิบัติทางธรรมชาติการเคลื่อนตัวของภัยคุกคามข้ามชาติ การย้ายถิ่นฐานของประชากร เป็นต้น อีกทั้ง ภัยคุกคามด้านความมั่นคงในปัจจุบันยังมีขอบเขตที่กว้างขวาง มีความเชื่อมโยง ซับซ้อน และส่งผล กระทบต่อประชาชนโดยตรงมากขึ้น ซึ่งเป็นสิ่งที่ท้าทายและส่งผลให้ประเทศไทยต้องดำเนินนโยบายด้วยความ อ่อนตัวและความมั่นคงเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่มีผลต่อการพัฒนาประเทศในทุกมิติ

ในปัจจุบัน ประเทศไทยต้องเผชิญกับจุดเปลี่ยนจนนำมาสู่การเปลี่ยนแปลงระบบการสื่อสารในรูปแบบใหม่ต่างๆ มากมาย ดังนั้น กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์จึงเป็นความจำเป็นที่ต้องคอยขับเคลื่อนการประชาสัมพันธ์ในทุกยุคทุกสมัย เพื่อให้เผยแพร่ข่าวสารประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนรับทราบและเข้าถึงง่ายขึ้น และด้วยเหตุผลดังกล่าวนี้ประเทศไทยจึงจำเป็นต้องมีการวางแผนยุทธศาสตร์ด้านต่างๆ ที่รอบคอบและครอบคลุมเพื่อเป็นกรอบในการขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศ จึงเป็นที่มาของยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ.2561-2580) ซึ่งเป็นยุทธศาสตร์ฉบับแรกของประเทศไทยตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ.2560 ที่จะนำไปสู่การปฏิบัติเพื่อให้ประเทศไทยบรรลุวิสัยทัศน์ “ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศ พัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาด้านหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” เพื่อให้มีความพร้อมสามารถรับมือกับภัยคุกคามได้ทุกรูปแบบและทุกระดับความรุนแรง ควบคู่ไปกับการป้องกันและแก้ไขปัญหาด้านความมั่นคงที่มีอยู่ในปัจจุบัน และที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคต แบบบูรณาการ ทั้งกับส่วนราชการ ภาคเอกชน ประชาสังคม และองค์กรที่ไม่ใช่รัฐ รวมถึงประเทศเพื่อนบ้าน และมิตรประเทศทั่วโลก บนพื้นฐานของหลักธรรมาภิบาล

“สื่อประชาสัมพันธ์”¹ ถือเป็นเครื่องมือ และสื่อกลางในการสื่อสารจากองค์กรสู่กลุ่มเป้าหมาย ซึ่งหมายถึง การสร้างความสัมพันธ์อันใกล้ชิดให้เกิดขึ้นภายในองค์กร หรือสร้างความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกับสาธารณชน ในปัจจุบันเป็นสื่อ นำความต้องการ ความคิด ความรู้สึก

¹ อนุสรฯ ชันนารัตน์ และ กัลยกร วรกุลสถฐานีย์, แนวทางการพัฒนาเอกสารข่าวทหารบก เพื่อการเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร Guidelines for the development of the Royal Thai Army Newsletter For public relations within the organization.

ไปสู่ความเข้าใจในเป้าหมายระหว่างบุคคลต่อบุคคล กลุ่มต่อกลุ่ม บุคคลต่อกลุ่มหรือระหว่างองค์กร เข้าด้วยกัน เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างสอดคล้อง หรือตรงกับวัตถุประสงค์ขององค์กร และเป็นกลไกสำคัญในการปฏิบัติงานในองค์กร เป็นกระบวนการรับ-ส่งข้อมูล แล้วถ่ายทอดข้อมูลไปยัง บุคคลที่มีความเกี่ยวข้องกัน เพื่อสร้างความเข้าใจและความรู้สึกนึกคิดเพื่อเปลี่ยนแปลงการกระทำ ของกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งตามความประสงค์ โดยเฉพาะองค์กรที่มีหน่วยงานและบุคลากร จำนวนมาก

แนวคิดเกี่ยวกับการเลือกรับข่าวสาร ซึ่งจะเห็นว่าข่าวสารเป็นปัจจัยสำคัญ ในการนำมา ประกอบการตัดสินใจของบุคคล ยิ่งบุคคลเกิดความไม่แน่ใจเกี่ยวกับเรื่องใด เรื่องหนึ่งมากเท่าใด บุคคลย่อมต้องการเปิดรับข่าวสารมากขึ้นเท่านั้น โดยไม่จำกัดว่าจะทำการเปิดรับข่าวสารจากสื่อใด ไม่ว่าจะเป็นสื่อมวลชน สื่อบุคคล หรือสื่อเฉพาะกิจ แต่ทั้งนี้ บุคคลจะทำการเปิดรับข่าวสารเฉพาะ เรื่องที่ตนให้ความสนใจเท่านั้น เนื่องจาก ข่าวสารในปัจจุบันมีมากเกินไปที่ผู้รับสารจะรับไว้ทั้งหมดได้ จึงทำให้เกิดกระบวนการเลือกรับข่าวสารขึ้น อย่างไรก็ตาม บุคคลแต่ละคนก็จะมีเกณฑ์ในการเลือกรับ ข่าวสาร ที่แตกต่างกันตามลักษณะส่วนบุคคล สภาพแวดล้อมในสังคมนั้นๆ และวัตถุประสงค์ หรือ ความต้องการที่จะเปิดรับข่าวสารของแต่ละบุคคลที่แตกต่างกัน ย่อมทำให้มีพฤติกรรมการเปิดรับ ข่าวสารที่แตกต่างกันได้ด้วย

ทั้งนี้ กองบัญชาการกองทัพไทย ในฐานะองค์กรด้านความมั่นคงขององค์กรหนึ่ง ที่ต้องดำเนินการภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปีข้างต้น และเป็นไปอย่างสอดคล้องกับนโยบายการ ประชาสัมพันธ์แห่งชาติ แผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ และการประชาสัมพันธ์ของกระทรวงกลาโหม จึงมีความจำเป็นต้องแสวงหา แนวทางการพัฒนากลยุทธ์ด้านการประชาสัมพันธ์ของกองบัญชาการ กองทัพไทย สู่สังคมในระยะ 5 ปี ข้างหน้า (พ.ศ.2565-2570) เพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลง ในด้านต่างๆ เพื่อสร้างความสามัคคีของคนในชาติ และตระหนักถึงหน้าที่ความรับผิดชอบที่มีต่อสังคม และประเทศชาติต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาบทบาทหน้าที่ด้านการประชาสัมพันธ์ของกรมกิจการพลเรือนทหาร กองบัญชาการกองทัพไทย
2. ตรวจสอบสถานะแวดล้อมในระดับโลก ภูมิภาค และในประเทศ ที่ส่งผลกระทบต่อ การดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ของกรมกิจการพลเรือนทหาร กองบัญชาการกองทัพไทย ในระยะ 5 ปี ข้างหน้า (พ.ศ.2565-2570)
3. ศึกษาแนวทางการพัฒนากลยุทธ์ด้านการประชาสัมพันธ์ของกองบัญชาการ กองทัพไทย เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนากลยุทธ์ด้านการประชาสัมพันธ์ของกองบัญชาการกองทัพอากาศ ผู้สํงคมในระยะ 5 ปี ข้างหน้า (พ.ศ.2565-2570) ดังรายละเอียดของกรอบแนวคิดในการวิจัย ต่อไปนี้

ขอบเขตของการศึกษาแบ่งเป็น 3 ส่วน ได้แก่ ด้านเนื้อหา ด้านประชากร และด้านระยะเวลา โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. ด้านเนื้อหา

1.1 ศึกษารูปแบบการประชาสัมพันธ์ของกองบัญชาการกองทัพอากาศจากผู้ที่เกี่ยวข้อง ตำรา เอกสารวิจัย วิชาการ และสื่ออิเล็กทรอนิกส์

1.2 ศึกษาสภาวะแวดล้อมในระดับโลก ภูมิภาคและในประเทศ ที่คาดว่าจะส่งผลกระทบต่อการทำงานด้านการประชาสัมพันธ์ของกรมกิจการพลเรือนทหาร กองบัญชาการกองทัพอากาศในระยะ 5 ปี ข้างหน้า (พ.ศ.2565-2570)

1.3 แนวทางการพัฒนากลยุทธ์ด้านการประชาสัมพันธ์ของกองบัญชาการกองทัพอากาศ เพื่อให้สอดคล้องกับ สถานการณ์ในปัจจุบัน

2. ด้านประชากร

เป็นผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องในด้านการประชาสัมพันธ์ของกรมกิจการพลเรือนทหาร กองบัญชาการกองทัพอากาศ ทั้งในระดับนโยบายและระดับปฏิบัติ

3. ด้านระยะเวลา

ระยะเวลาในการดำเนินการวิจัยทั้งสิ้น 8 เดือน (เดือนธันวาคม 2565-กรกฎาคม 2566)

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ร่วมกับการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Research) ดังนี้

1. การรวบรวมข้อมูล

- 1.1 ข้อมูลทุติยภูมิ ดำเนินการโดยการศึกษาจากตำราและเอกสารต่างๆ
- 1.2 ข้อมูลปฐมภูมิ ดำเนินการโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้เชี่ยวชาญ ผู้ทรงคุณวุฒิและผู้ปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับด้านการประชาสัมพันธ์ของกรมกิจการพลเรือนทหาร กองบัญชาการกองทัพอากาศ

2. การวิเคราะห์ข้อมูล

ดำเนินการโดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Context Analysis) และการวิเคราะห์เปรียบเทียบ และสังเคราะห์ข้อมูลทฤษฎี หลักการต่างๆ

3. การนำเสนอข้อมูล

นำเสนอข้อมูลแบบรายงานวิจัยเชิงพรรณนาและวิเคราะห์ นำเสนอแนวคิดใหม่ๆ จากการศึกษาวิจัย

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นประโยชน์อย่างยิ่ง ทั้งในเชิงทฤษฎี เชิงนโยบาย และเชิงการปฏิบัติ ดังนี้

1. ทำให้ทราบถึงบทบาทหน้าที่ด้านการประชาสัมพันธ์ของกรมกิจการพลเรือนทหาร กองบัญชาการกองทัพไทย
2. ทำให้ทราบถึงผลการตรวจสอบสถานะแวดล้อมในระดับโลก ภูมิภาคและในประเทศ ที่ส่งผลกระทบต่อการทำงานด้านการประชาสัมพันธ์ของกรมกิจการพลเรือนทหาร กองบัญชาการกองทัพไทย ในระยะ 5 ปี ข้างหน้า (พ.ศ.2565-2570)
3. ทำให้ทราบถึงแนวทางการพัฒนากลยุทธ์ด้านการประชาสัมพันธ์ของกองบัญชาการกองทัพไทย เพื่อให้สอดคล้องกับ สถานการณ์ในปัจจุบัน
4. จะเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานอื่นๆ หรือบุคคลทั่วไป ที่สนใจศึกษางานด้านการประชาสัมพันธ์ของกองบัญชาการกองทัพไทย ในการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ตามวัตถุประสงค์ของแต่ละบุคคลหรือแต่ละองค์กร ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการต่อยอดองค์ความรู้ทางวิชาการด้านการประชาสัมพันธ์ในภาพรวม

คำจำกัดความ

การประชาสัมพันธ์ (Public Relation)

หมายถึง การติดต่อสื่อสารจากองค์การไปสู่สาธารณชนที่เกี่ยวข้อง รวมถึงรับฟังความคิดเห็นและ ประชามติจากสาธารณชน ที่มีต่อองค์การ โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อสร้าง ความเชื่อถือ ภาพลักษณ์ ความรู้ และแก้ไขข้อผิดพลาดในเรื่องใด เรื่องหนึ่ง การติดต่อเผยแพร่ ข่าวสาร นโยบายของ หน่วยงานไปยังประชาชนทั้งหลายที่มีส่วนสัมพันธ์ ขณะเดียวกันก็เป็นแนวทางตรวจสอบความคิดเห็น ความรู้ และความต้องการของประชาชนให้หน่วยงานหรือ องค์การทราบ เพื่อสร้างความสนับสนุนอย่าง แท้จริง ให้เกิดประโยชน์แก่ทุกฝ่ายความพยายามในการสร้างสรรค์ ความร่วมมือจากกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องเพื่อ สนับสนุน กิจกรรม วัตถุประสงค์ การดำเนินงาน หรือสถาบัน โดยการ เผยแพร่ข้อมูลให้ประชาชนทราบ การโน้มน้าวใจ การประสานและการปรับเปลี่ยนความคิดเห็นของกลุ่ม

การพัฒนากลยุทธ์	<p data-bbox="767 293 1407 376">ประชาชนที่เกี่ยวข้องให้สอดคล้องกับจุดมุ่งหมาย และวิธีการดำเนินงานของสถาบัน</p> <p data-bbox="651 392 1407 808">หมายถึง เป็นกระบวนการที่ช่วยผู้บริหารในการตัดสินใจว่าองค์กร/หน่วยงาน จะดำเนินการ และประสบความสำเร็จได้อย่างไร โดยคำนึงถึงสภาพแวดล้อม ทั้งภายในและภายนอกสิ่งที่สำคัญเป็นอย่างมากที่จะทำให้ “เป้าหมาย” (Goal) บรรลุผลสำเร็จอย่างมี “ประสิทธิภาพ” และ “ประสิทธิผล” มากที่สุด แต่ที่สำคัญยิ่งกว่าคือ “กลยุทธ์” (Strategy) แบบไหนที่เหมาะสมและสอดคล้องกับองค์กร/หน่วยงานนั้นๆ เพื่อให้ “เป้าหมาย” (Goal) ที่ตั้งไว้ประสบความสำเร็จ</p>
การเผยแพร่ข่าวสาร	<p data-bbox="651 824 1407 1005">หมายถึง เป็นส่วนหนึ่งหรือส่วนย่อย (subset) ของการประชาสัมพันธ์ การเผยแพร่ข่าว หมายถึง การให้ข้อมูล หรือเรื่องราวข่าวสารเกี่ยวกับบุคคล ผลิตภัณฑ์ หรือบริการ ซึ่งจะปรากฏเป็นข่าวอยู่ในสื่อกระจายเสียงและสื่อพิมพ์ต่างๆ</p>

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัย เรื่อง แนวทางการดำเนินการด้านการประชาสัมพันธ์ของกองบัญชาการกองทัพไทย สู่สังคมในระยะ 5 ปี ข้างหน้า (พ.ศ.2565-2570) เพื่อนำผลการวิจัยที่ได้พัฒนากลยุทธ์ด้านการประชาสัมพันธ์ของกองบัญชาการกองทัพไทย เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน ประกอบด้วยเรื่องเกี่ยวกับ แนวคิด ทฤษฎี วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยมีวรรณกรรมที่จะศึกษาดังต่อไปนี้

1. (ร่าง) แผนปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ พ.ศ.2566 - 2570
 2. แนวคิดและทฤษฎีด้านการสื่อสาร
 3. แนวความคิดเกี่ยวกับหลักการประชาสัมพันธ์ และการประชาสัมพันธ์ภาครัฐ
- แนวใหม่
4. ระเบียบกระทรวงกลาโหมว่าด้วยการประชาสัมพันธ์ของกระทรวงกลาโหม พ.ศ. 2534
 5. แนวคิดด้านความมั่นคงแห่งชาติ
 6. อุปสรรคและปัญหาของการดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์
 7. แนวคิดการจัดทำกลยุทธ์ด้านการประชาสัมพันธ์
 8. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
 9. กรอบแนวคิดของการวิจัย

(ร่าง) แผนปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ พ.ศ.2566-2570

ในปัจจุบันประเทศไทยมีสถานการณ์ที่กำลังเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วทั้งโครงสร้างประชากรที่กำลังก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ ความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี การเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างของความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ ทั้งด้านความมั่นคง เศรษฐกิจ ตลอดจนการเปลี่ยนแปลงทางสภาพแวดล้อม ซึ่งสถานการณ์ดังกล่าวจะก่อให้เกิดความท้าทายในการพัฒนาประเทศทั้งมิติด้านความมั่นคง เศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม ดังนั้นประเทศไทยจึงต้องมีการวางแผนยุทธศาสตร์ด้านต่างๆ ที่รอบคอบและครอบคลุม เพื่อเป็นกรอบในการขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศให้เจริญก้าวหน้าอย่างมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน มีการทำยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ.2561-2580) ซึ่งเป็นยุทธศาสตร์ฉบับแรกของประเทศไทย ตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ.2560 ซึ่งต้องนำไปสู่การปฏิบัติเพื่อให้ประเทศไทยบรรลุวิสัยทัศน์ “ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศพัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” กองบัญชาการกองทัพไทย เป็นองค์กรด้านความมั่นคงองค์กรหนึ่ง ที่ต้องดำเนินการภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี และเป็นไปอย่างสอดคล้องกับนโยบายการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ แผนการประชาสัมพันธ์

แห่งชาติ และการประชาสัมพันธ์ของกระทรวงกลาโหม ดังนั้นจึงต้องแสวงหาแนวทางการพัฒนา การประชาสัมพันธ์โดยเฉพาะการประชาสัมพันธ์ในภาวะวิกฤต ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ในการทำให้ ประเทศชาติเกิดความสงบสุข และเพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงในยุคข้อมูลข่าวสาร และการเติบโตของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ และเครือข่ายสังคม (Social Network) ดังนั้น ต้องมีการ ปรับปรุง พัฒนา แนวทางการประชาสัมพันธ์ในภาวะวิกฤต เพื่อสร้างความสามัคคีของคนในชาติ และ ตระหนักถึงหน้าที่รับผิดชอบที่มีต่อสังคมและประเทศชาติ

การพัฒนาประเทศให้เจริญก้าวหน้าด้วยดีนั้น จำเป็นต้องมีการกำหนดนโยบาย และ แผนพัฒนาประเทศให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในแต่ละช่วงเวลา โดยสำนักงานคณะกรรมการ พัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ได้กำหนดวิสัยทัศน์ประเทศไทย ปี พ.ศ.2570 ไว้ว่า “คนไทย ภาควิชาภูมิปัญญาไทย มั่งคั่งร่มเย็นวิถีชีวิตแห่งความพอเพียง ยึดมั่นในวัฒนธรรมประชาธิปไตย และหลักธรรมาภิบาล การบริการสาธารณะขั้นพื้นฐานที่ทั่วถึง มีคุณภาพ สังคมมีความปลอดภัย และมั่นคง อยู่ในสภาวะแวดล้อมที่ดี เกื้อกูลและเอื้ออาทรซึ่งกันและกัน ระบบการผลิตเป็นมิตรกับ สิ่งแวดล้อม มีความมั่นคงด้านอาหารและพลังงานอยู่บนฐานทางเศรษฐกิจ ที่พึ่งตนเองและแข่งขันได้ ในเวทีโลก สามารถอยู่ในประชาคมภูมิภาคและโลกได้อย่างมีศักดิ์ศรี” รัฐบาลได้กำหนดนโยบายที่ ให้ ความสำคัญกับแนวทางเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน 21 ประการ อาทิรักษาความสงบเรียบร้อย สร้างความปรองดองและความสมานฉันท์ให้กับคนในชาติ อย่างยั่งยืน พร้อมทั้งปฏิรูปประเทศไทย ทุกๆ ด้าน ส่งเสริมให้ประชาชนยึดหลักปรัชญาของ เศรษฐกิจพอเพียง สร้างความเชื่อมั่นและ ความเข้าใจอันถูกต้องให้กับนานาประเทศ เป็นต้น ความมั่นคง ความเจริญก้าวหน้า และความผาสุก ของคนในชาติอยู่บนพื้นฐาน ของการสร้าง ความสมานฉันท์ ความสามัคคี และความปรองดองระหว่าง คนในชาติเพื่อให้อยู่ร่วมกันอย่างสันติในสังคมประชาธิปไตย ซึ่งจำเป็นต้องใช้การประชาสัมพันธ์ เป็นกลไกในการสื่อสารสร้างความเข้าใจและกระตุ้นให้เกิดการเข้าร่วม และมีส่วนร่วมในการพัฒนา ประเทศ อันเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญอย่างยิ่งในการผืนิกกำลังทุกภาคส่วน อย่างไรก็ตาม การประชาสัมพันธ์ที่ผ่านมา มุ่งเน้นเฉพาะงานที่รับผิดชอบ จึงขาดภาพของการพัฒนาโดยรวมอย่าง เป็นระบบและขาดการบูรณาการ ระหว่างหน่วยงานของรัฐและภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง เป็นผลให้ ประชาชนทั่วไปและภาคเอกชน ซึ่งเป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาประเทศ มีข้อจำกัดในการรับรู้และ เข้าใจเกี่ยวกับแนวนโยบาย การพัฒนาประเทศทั้งระบบ

สาระสำคัญ (ร่าง) แผนปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ พ.ศ.2566-2570

1. ความนำ การจัดทำนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติตั้งแต่ฉบับที่ 1 จนถึง ฉบับที่ 5 มีพัฒนาการมาอย่างต่อเนื่องภายใต้สถานการณ์และแนวโน้มการเปลี่ยนแปลง ที่มีผลต่อ (ร่าง) แผนปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ พ.ศ.2566-2570 เป็นจุดเปลี่ยน สำคัญในการกำหนดทิศทางการประชาสัมพันธ์ให้เหมาะสมสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของ ความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่รวดเร็ว ซึ่งทำให้เกิดช่องทางการสื่อสารรูปแบบใหม่ๆ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารให้กับประชาชนทุกภาคส่วนของสังคมควบคู่ไป กับการปลูกฝังจิตสำนึก ค่านิยมประชาธิปไตยและหลักธรรมาภิบาลแก่ผู้ส่งสาร และผู้รับสารด้วย

2. สถานการณ์และแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงที่มีผลต่อการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ สถานการณ์ทางการเมือง เศรษฐกิจ สังคม ความมั่นคง ภายในประเทศและต่างประเทศ รวมถึง แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น และความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ที่ทำให้เกิด ช่องทางการสื่อสารรูปแบบใหม่ ๆ ตลอดจนความต้องการข้อมูลข่าวสารของประชาชน ล้วนเป็นปัจจัย สำคัญที่มีผลกระทบต่อการประชาสัมพันธ์แห่งชาติที่ต้องปรับแนวทางการประชาสัมพันธ์ให้เหมาะสม สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป ทั้งนี้ เพื่อให้สามารถเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ให้กับประชาชนในทุกส่วนของสังคมได้มีความรู้ ความเข้าใจ และเกิดทัศนคติที่ดีที่มีความพร้อม ต่อการป้องกันและแก้ไขปัญหาต่างๆ รวมทั้งรองรับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงได้อย่างเหมาะสม จึงจำเป็นต้องมีการวิเคราะห์สถานการณ์และแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่มีผลต่อการ ประชาสัมพันธ์ของชาติ ดังนี้

2.1 ด้านความมั่นคง บริบทการเปลี่ยนแปลงที่นำไปสู่ภัยคุกคามรูปแบบใหม่ ภัยคุกคามความมั่นคงมีขอบเขตที่กว้างขวาง มีความเชื่อมโยง ซับซ้อน และส่งผลกระทบต่อประชาชน โดยตรงมากขึ้น มีแนวโน้มที่จะขยายตัวและควบคุมได้ยาก ส่งผลกระทบต่อความมั่นคงและความสงบ สุขของคนในชาติ

2.2 ด้านองค์กรที่เกี่ยวข้องกับสื่อ คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการ โทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) เริ่มปฏิบัติหน้าที่เมื่อ 7 ตุลาคม 2554 โดยได้รับ พระบรมราชโองการโปรดเกล้าฯ แต่งตั้งตามพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และ กำกับกิจการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 เพื่อทำหน้าที่ จัดสรรคลื่นความถี่ และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม จึงมีความสำคัญต่อการสื่อสารมวลชนและการประชาสัมพันธ์ของชาติ อย่างยิ่ง ซึ่ง กสทช. ได้กำหนดมาตรการต่าง ๆ ขึ้นหลายประการ

2.3 ด้านกฎหมาย พระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของทางราชการ พ.ศ. 2540 เป็นกฎหมายที่ให้โอกาสประชาชนในการได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการดำเนินการต่างๆ ของรัฐ

2.4 ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ปัจจุบันเทคโนโลยีสารสนเทศมีความก้าวหน้ามาก มีการเพิ่มช่องทางการสื่อสารใหม่ ๆ ที่ทำให้ข้อมูลข่าวสารไปสู่ประชาชนอย่างรวดเร็วไร้ขีดจำกัด เป็นปัจจัยที่เอื้ออำนวยในการเพิ่มขีดความสามารถในการพัฒนาประเทศ จำเป็นที่ประเทศไทย จะต้องใช้โอกาสความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศ ตลอดจนวิทยาการด้านต่างๆ มาเป็นประโยชน์ ในการวางรากฐานเพื่อพัฒนาการประชาสัมพันธ์

2.5 ด้านการเกษตรกรรมที่หลากหลาย ประเทศไทยมีฐานการผลิตภาคการเกษตร ที่หลากหลาย ซึ่งเป็นแหล่งรายได้และสามารถรองรับการจ้างงานได้มาก มีรายได้จากสินค้าเกษตร และ อุตสาหกรรมแปรรูปเกษตรมูลค่าสูง เป็นแหล่งผลิตอาหารที่สำคัญของโลก มีทรัพยากรแหล่ง ท่องเที่ยวที่สวยงาม การประชาสัมพันธ์เผยแพร่สถานที่ท่องเที่ยว ประเพณี วัฒนธรรม ความมีน้ำใจ และเอกลักษณ์ของคนไทยเป็นประเด็นสำคัญในการขยายผลการประชาสัมพันธ์ออกไปได้กว้างขวาง มากยิ่งขึ้น

2.6 ด้านสังคม โครงสร้างสังคมไทยมีการเปลี่ยนแปลงในทุกด้าน ทั้งการเปลี่ยนแปลงเป็นสังคมเมืองมากขึ้น ครอบครัวมีลักษณะเป็นครอบครัวเดี่ยว การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรที่เข้าสู่สังคมผู้สูงอายุการเปลี่ยนแปลงนี้ ส่งผลให้การประชาสัมพันธ์ของชาติต้องเข้ามามีบทบาทสำคัญ

2.7 ด้านการปฏิรูประบบราชการ การกระจายอำนาจสู่ท้องถิ่นและการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาชุมชน จะเป็นโอกาสในการปรับปรุงเปลี่ยนแปลง ระบบงานประชาสัมพันธ์ของรัฐให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลเพิ่มมากขึ้น

2.8 ด้านสาธารณสุขและภัยพิบัติ ปัจจุบันปัญหาสาธารณสุขและภัยพิบัติเป็นปัญหาสำคัญของประเทศไทย การเกิดของสาธารณสุขและภัยพิบัติเพิ่มขึ้นทั้งความถี่และความรุนแรง จึงจำเป็นต้องใช้การประชาสัมพันธ์ให้ความรู้ความเข้าใจ เพื่อให้ประชาชนสามารถเตรียมความพร้อมในการรับมือกับสาธารณสุขและภัยพิบัติได้อย่างเข้าใจและเหมาะสม

2.9 การเป็นสมาชิกของประชาคมอาเซียน ในปี พ.ศ. 2558 ประเทศสมาชิกอาเซียน ทั้ง 10 ประเทศ ได้เข้าสู่การเป็นประชาคมอาเซียน ความเปลี่ยนแปลงต่างๆ เกิดขึ้นกับประเทศสมาชิก อาเซียนทั้ง 10 ประเทศ ดังนั้น จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งในการเตรียมความพร้อมเพื่อการเป็นสมาชิก ประชาคมอาเซียน

2.10 สถานการณ์ในต่างประเทศที่มีผลกระทบต่อประเทศไทย การเปลี่ยนแปลงของระบบเศรษฐกิจโลกที่มีความสลับซับซ้อนและเชื่อมโยงกันมากขึ้น เป็นปัจจัยภายนอกประเทศที่เป็นทั้งโอกาสและอุปสรรคต่อการพัฒนาประเทศ จึงจำเป็นต้องประชาสัมพันธ์ประชาชนได้ทราบถึงสถานการณ์ในต่างประเทศและรู้เท่าทันถึงปัญหาต่าง ๆ ที่อาจจะเกิดขึ้น เพื่อบรรเทาผลกระทบเชิงลบและมีส่วนร่วมในการป้องกันภัยล่วงหน้า 3. แนวคิดและทิศทางการประชาสัมพันธ์

แนวคิดหลักภายใต้สถานการณ์การเปลี่ยนแปลงที่สำคัญทั้งภายนอกและภายในประเทศที่จะส่งผลกระทบต่อทิศทางการประชาสัมพันธ์ของประเทศไทยในอนาคต

การกำหนดยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสม ขณะที่การทบทวนสถานการณ์และแนวโน้มการเปลี่ยนแปลง ล้วนมีผลต่อการประชาสัมพันธ์แห่งชาติสะท้อนปัญหาด้านความมั่นคง บริบทการเปลี่ยนแปลงที่นำไปสู่ภัยคุกคามรูปแบบใหม่ การพัฒนาด้านเทคโนโลยีสารสนเทศอย่างรวดเร็ว การเปลี่ยนแปลงโครงสร้าง ประชากรที่เข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ การปฏิรูประบบราชการที่มีการกระจายอำนาจสู่ท้องถิ่นและการส่งเสริม การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาชุมชนเพิ่มมากขึ้น การเปิดรับฟังความคิดเห็นและการร้องทุกข์ จากประชาชนในเรื่องต่างๆ ปัญหาด้านสาธารณสุขและภัยพิบัติ การเป็นสมาชิกประชาคมอาเซียน รวมทั้งสถานการณ์ในต่างประเทศที่มีผลกระทบต่อประเทศไทย ทิศทางการประชาสัมพันธ์ของประเทศไทย ในอนาคตจึงจำเป็นต้องเตรียมพร้อมและสร้างภูมิคุ้มกันของประเทศให้เข้มแข็งภายใต้หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อให้สามารถปรับตัวรองรับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงในอนาคตได้อย่างมั่นคง ดังนั้น ทิศทางการประชาสัมพันธ์ จึงถือเป็นการสร้างภูมิคุ้มกันในมิติต่างๆ เพื่อให้การประชาสัมพันธ์

เป็นเครื่องมือในการพัฒนาประเทศสู่ความสมดุลและยั่งยืน โดยให้ความสำคัญกับการสร้างความปรองดอง สมานฉันท์ของคนไทยทุกภาคส่วนในสังคม ตั้งแต่ระดับปัจเจก ครอบครัว ชุมชนและประเทศ พื้นฟู ระเบียบสังคมและสร้างความเป็นธรรมแก่ทุกฝ่าย มุ่งประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนรับรู้ เข้าใจ และให้ความร่วมมือกับรัฐบาลในการบริหารประเทศ เตรียมพร้อมให้ประชาชนมีความเท่าทันต่อข่าวสาร ในภาวะวิกฤต สามารถแยกแยะข้อเท็จจริงออกจากความคิดเห็นได้ เสริมสร้างการบริหารจัดการ ข้อมูลข่าวสารของหน่วยงานรัฐในห้วงสถานการณ์ฉุกเฉินให้มีเอกภาพ ควบคู่ไปกับการประชาสัมพันธ์ บทบาทประเทศไทยในเวทีประชาคมโลก

1. ยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วย

1.1 ยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์สร้างความปรองดองของคนในชาติ มุ่งสร้างความรู้ ความเข้าใจ และรับรู้เป้าหมายของการพัฒนาชาติ มองเห็นหลักชัยหรือจุดหมายปลายทางของประเทศร่วมกัน ยอมรับความคิดเห็นที่แตกต่าง คิดอย่างมีเหตุผล ยึดหลักผลประโยชน์ของชาติเป็นสำคัญ โดยใช้วิธีการสันติ หลีกเลี่ยงการใช้ความรุนแรง รวมทั้งฟื้นฟูระเบียบสังคม และเป็นธรรมแก่ทุกฝ่าย ตลอดจนสนับสนุนองค์กรตามรัฐธรรมนูญให้มีส่วนร่วมในการสร้างความปรองดอง สมานฉันท์ ภายใต้กรอบของบทบาทอำนาจหน้าที่ขององค์กร

1.2 ยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์นโยบายแห่งรัฐ มุ่งประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนรับรู้ เข้าใจ และให้ความร่วมมือกับรัฐบาลในการบริหารประเทศ ตามแนวนโยบายพื้นฐานแห่งรัฐ รวมทั้งเรื่องที่เป็นวาระแห่งชาติ โดยแสวงหาความร่วมมือจากสื่อมวลชน ภาคีรัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน เพื่อสร้างและพัฒนาเครือข่ายประชาสัมพันธ์ทุกระดับ ทั้งนี้ เพื่อนำไปสู่ความร่วมมือในการพัฒนาประเทศร่วมกัน

1.3 ยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์ในภาวะวิกฤต มุ่งเตรียมประชาชนให้พร้อมรับการเผชิญกับวิกฤตการณ์ต่างๆ ทั้งด้านสาธารณสุข ภัยจากธรรมชาติ ภัยจากการก่อการร้าย การก่อวินาศกรรม การชุมนุมประท้วง ก่อการจลาจล เป็นต้น โดยให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง รวดเร็ว ประชาชนมีความเท่าทันต่อข่าวสาร เหตุการณ์ที่เกิดขึ้น สามารถแยกแยะข้อเท็จจริงออกจากความคิดเห็น หรืออารมณ์ที่อาจไม่สะท้อนสถานการณ์จริง รวมทั้งมุ่งการพัฒนาและเสริมสร้างการบริหารจัดการข้อมูลข่าวสารของหน่วยงานรัฐในห้วงสถานการณ์ฉุกเฉินหรือภาวะวิกฤตได้อย่างมีเอกภาพ

1.4 ยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์ส่งเสริมภาพลักษณ์ประเทศสู่ประชาคมโลก มุ่งส่งเสริมความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศไทยสู่ประชาคมโลก โดยเน้นการสร้างความเป็นมิตรกับทุกประเทศ เสริมสร้างความสัมพันธ์และความร่วมมือกับกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียนโดยให้ความสำคัญกับการเสริมสร้างการรับรู้ข่าวสารที่ถูกต้อง เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศให้เป็นที่ยอมรับในประชาคมโลก

แนวคิดและทฤษฎีด้านการสื่อสาร

การสื่อสารเป็นกระบวนการสำคัญในการติดต่อและสื่อความหมายการสื่อสาร¹ เป็นสิ่งที่ทำให้เกิดความสัมพันธ์ของมนุษย์ไม่ว่าจะเป็นการพูด การเขียน การฟัง การมองเห็น การส่งสัญญาณ ฯลฯ การสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์เป็นกระบวนการสื่อสาร (communication process) รูปแบบหนึ่ง ซึ่งมีองค์ประกอบพื้นฐานของกระบวนการ 5 ประการเช่นเดียวกับการสื่อสารรูปแบบอื่นๆ การสื่อสารคือ พฤติกรรมใดๆ ของแต่ละบุคคลที่ก่อให้เกิดความหมาย หรือเป็นปฏิกริยาระหว่างกันทางสังคม โดยอาศัยระบบสัญลักษณ์และข่าวสาร และเป็นการส่งข้อมูล ความคิด อารมณ์ ความชำนาญ และอื่นๆ โดยการใช้สัญลักษณ์รูปภาพ ตัวเลข แผนภูมิ และอื่นๆ ตลอดจนจนเป็นกระบวนการที่ถ่ายทอดความคิดจากแหล่งหนึ่งไปยังผู้รับโดยตั้งใจที่จะเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้รับรวมถึงเป็นการกระทำโดยบุคคลเดียวหรือหลายบุคคลในการส่งและการรับข่าวสาร ซึ่งอาจถูกบิดเบือนด้วยสิ่งรบกวนภายใต้ภาพผลกระทบและโอกาสที่ทำให้เกิดข้อมูลย้อนกลับซึ่งการจะนำความหมายใดไปใช้ ต้องพิจารณาวัตถุประสงค์ และแนวความคิดเกี่ยวกับการสื่อสารเป็นหลัก

นักสังคมวิทยา²อธิบายโดยให้คำนิยามพฤติกรรมกรรมการสื่อสารไว้อย่างชัดเจนเป็นกระบวนการโดยชี้ให้เห็นถึงแต่ละองค์ประกอบที่สัมพันธ์กัน และสามารถนำมาประยุกต์ใช้กับการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ ดังนี้ ใคร (who) พูดอะไร (say what) ผ่านสื่อใด (in which channel) กับใคร (to whom) เกิดผลอย่างไร (with what effect?) เมื่อนำแบบจำลองกระบวนการสื่อสารของลาสเวลล์ (Lasswell) มาพิจารณาในเชิงการประชาสัมพันธ์อาจวิเคราะห์ ได้ดังนี้

กระบวนการสื่อสาร องค์ประกอบและกระบวนการสื่อสารว่า มีความสัมพันธ์กันเป็นอย่างมาก เพราะการสื่อสารมีองค์ประกอบและเป็นกระบวนการซึ่งทำให้เกิดการไหลเวียนของสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร ไม่ว่า สารนั้นจะเป็นวจนะ (Verbal Message) คือ ภาษาพูดหรือสารที่เป็นอวจนะ (Nonverbal Message) เช่น แหวนแทนความรัก เป็นต้น ในกระบวนการสื่อสารผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถใช้ช่องทางการสื่อสารได้หลายๆ ช่องทาง ทั้งโดยตั้งใจเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ต้องการหรือโดยไม่ได้ตั้งใจ แต่เป็นการใช้ช่องทางการสื่อสารแบบอัตโนมัติ เช่น ใช้ช่องทางการสื่อสารด้วยการพูดและใช้ท่าทางแสดงประกอบสื่อสารโดยไม่รู้ตัว

แบบจำลองการสื่อสาร แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารมีการเปลี่ยนแปลงและมีความซับซ้อน กับทฤษฎีจากหลายสาขาวิชาจึงได้คิดค้นแบบจำลองทางการสื่อสารขึ้น ซึ่งจะเป็นเครื่องมือเชิงความคิดที่ใช้แสดงกระบวนการหรือโครงสร้างของการสื่อสาร เพื่อช่วยให้เกิดความเข้าใจในความหมายของการสื่อสารได้ดีขึ้นและเห็นมุมมองของนักทฤษฎีที่มีต่อการสื่อสาร ประกอบด้วย

¹ ญ์ภูริชุตดา วิจิตรจามรี. การสื่อสารในองค์การ. พิมพ์ครั้งที่ 2, (สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ : กรุงเทพมหานคร, 2554).

² อภิชาติ พุกสวัสดิ์. การประชาสัมพันธ์เพื่อการสร้างภาพลักษณ์. (กรุงเทพมหานคร จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2556).

1. ทักษะการสื่อสาร คือ ความสามารถทั้งในด้านการพูด การเขียน ที่เป็นวัจนภาษา และความสามารถเชิงอวัจนภาษา
 2. ความรู้ หมายถึง ความรู้ในเรื่องของข้อมูลข่าวสารที่จะถ่ายทอดไปยังผู้รับสาร
 3. ทักษะการคิด หมายถึง ความรู้ความคิดเห็น และความรู้สึกรู้สึกของบุคคลที่มีต่อบุคคล เหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่งที่มีผลต่อพฤติกรรมและการแสดงออกของผู้ส่งสาร
 4. ระบบสังคมและวัฒนธรรม หมายถึง กรอบ กฎ ระเบียบ ตลอดจนการดำเนินชีวิต ความเชื่อ ค่านิยม ศิลปวัฒนธรรม ประเพณีที่ผู้ส่งสารได้รับจะมีอิทธิพลต่อการสื่อสารสาร คือ เนื้อหาสาระที่เป็นทั้งวัจนภาษาและอวัจนภาษา
 5. เนื้อหาสาร หมายถึง ข้อความหรือข้อมูลของผู้ส่งสารตั้งใจจะสื่อสารออกไป
 6. การจัดเรียงลำดับสาร หมายถึง การเรียบเรียงเนื้อหาของสารตามความถนัด หรือความประสงค์ของแต่ละบุคคล
 7. องค์ประกอบย่อยของสาร หมายถึง คำนำ เนื้อเรื่อง หรือสรุป จากเนื้อหาสาระ ที่ต้องการจะสื่อสาร
 8. โครงสร้างของสาร หมายถึง การจัดเนื้อหาสารให้เป็นไปตามภาษาของผู้ส่งสาร
 9. การได้ยิน เป็นการสร้างการรับรู้สร้างความเข้าใจ ถึงแม้บางครั้งอาจไม่เข้าใจภาษา ในการสื่อสารทั้งหมด เนื่องจากอาจมีปริภาษา (Paralanguage) เช่น การกระแอม หรือการทำเสียง ต่างๆ ซึ่งสามารถตีความหมาย
 10. การสัมผัส เป็นการสร้างความรู้สึกจากการสัมผัส ซึ่งมนุษย์สามารถสื่อสารถึงกันได้ เช่น แม่กอดลูกเป็นการสร้างการรับรู้ถึงความรักและความอบอุ่น
- ประเภทของเทคโนโลยีการสื่อสาร เทคโนโลยีการสื่อสารมีดังนี้
1. ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (electronics mail) คือ ผู้พิมพ์พิมพ์ข้อความลงในคอมพิวเตอร์แล้วส่งผ่านคอมพิวเตอร์ไปยังผู้รับสาร
 2. ระบบส่งข้อความด่วน (instant messaging-IM) เป็นการแลกเปลี่ยนข้อมูล และข่าวสารทางอินเทอร์เน็ตโดยอาศัยโปรแกรมประยุกต์ ซึ่งผู้สื่อสารสามารถโต้ตอบกันไปมาทันที โปรแกรมที่นิยม ได้แก่ Line เป็นต้น
 3. ไปรษณีย์เสียง (voice mail) หรือข้อความเสียง เป็นการให้ผู้ส่งสารฝากข้อความทิ้งไว้ในเครื่องรับโทรศัพท์ สารที่ฝากไว้จะถูกตัดแปลงและเก็บไว้เมื่อเจ้าของเครื่องรับโทรศัพท์ เปิดใช้งานก็จะเห็นสัญญาณแจ้งว่า มีข้อความบันทึกอยู่
 4. โทรสาร (facsimile) เมื่อผู้ส่งสารนำเอกสารไปผ่านเครื่อง ภาพสำเนาของเอกสาร จะส่งผ่านไปผู้รับสารผ่านสายโทรศัพท์และระบบคอมพิวเตอร์
 5. การประชุมทางไกล (audio and video conference) เป็นการประชุมที่ผู้เข้าร่วมประชุมอยู่คนละที่ เปิดโอกาสให้สามารถคุยในการประชุมผ่านระบบ ผู้ประชุมจะได้ยินเสียงและเห็นภาพ
 6. การประชุมผ่านระบบคอมพิวเตอร์ (computer conference) เป็นการให้ผู้เข้าร่วมประชุมเข้าถึงสารได้ในเวลาเดียวกันหรือคนละเวลา

7. อินเทอร์เน็ตและเครือข่ายโลก (internet and world wide) เป็นระบบซับซ้อน เชื่อมโยงระบบโทรคมนาคมของอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ทั่วโลกคนแต่ละมุมโลกสามารถสื่อสารกันได้ อินเทอร์เน็ตมีความสัมพันธ์กับสื่อใหม่ (new media) ซึ่งเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวัน สื่อใหม่เอื้อต่อการสื่อสารสองทาง ผู้สื่อสารรับ-ส่งข้อมูลและโต้ตอบกันได้อย่างรวดเร็วและกว้างขวาง

8. ระบบสารสนเทศสำหรับการบริหาร (Management Information System-MIS) คือ ระบบคอมพิวเตอร์ในองค์กรซึ่งรวบรวมข้อมูลขององค์กรเพื่อประโยชน์ในการค้นข้อมูลสำหรับใช้ในการตัดสินใจ

9. ระบบสนับสนุนสำหรับการตัดสินใจของกลุ่ม (Group Decision Support System-GDSS) เป็นการรวบรวมข้อมูลจากแหล่งต่างๆ ขององค์กรใช้ข้อมูลจากระบบนี้เพื่อการตัดสินใจของบุคคลและกลุ่ม

ทฤษฎีว่าด้วยองค์ประกอบของการสื่อสาร

การสื่อสารมีองค์ประกอบ ดังนี้

1. สัญลักษณ์ (Symbol) คือ สิ่งต่างๆ ที่มองเห็นแล้วเข้าใจตรงกัน เช่น ตัวเลข ตัวหนังสือ สี เครื่องหมาย เช่น ไฟเขียว ไฟแดง ลูกศรเลี้ยวซ้ายเลี้ยวขวา คำพูด ข้อเขียน ตลอดจนเครื่องหมายหรือสัญญาณที่แทนความหมาย (Meaning) เพื่อใช้ในการสื่อสารเพื่อให้การสื่อสารในครั้งนั้นๆ เข้าใจง่ายชัดเจนและรวดเร็วขึ้น อีกทั้งใช้เพื่อสื่อความหมายอย่างใดอย่างหนึ่ง เช่น ESSO ใช้เพื่อสื่อความหมายต่างๆ เช่น ไฟที่เป็นเลข 9 จะมีความหมายว่า โชคดี เลข 7 จะได้เดินทาง เลข 10 จะได้สตางค์ เป็นต้น ในเชิงการประชาสัมพันธ์ นักประชาสัมพันธ์ที่ดีมักให้ความสำคัญต่อสัญลักษณ์ (Symbol) อันเป็นสิ่งที่มนุษย์ใช้แทนความหมาย (Meaning) ความคิด (Thought) ข่าวสาร (Message) ข้อมูลข่าวสาร (Information) สุนทรพจน์ (Speech) ความคิดสร้างสรรค์ (Idea) ดังนั้น การเลือกสัญลักษณ์ได้เหมาะสมที่สุด ถูกต้องที่สุด ครบถ้วนที่สุดก็เท่ากับเป็นการเลือกภาษา คำพูด ข้อเขียน ข้อความ ตัวข้อมูล เพื่อการสื่อสารนั้นๆ ได้เหมาะสมและครบข้อความซึ่งทำให้การสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์นั้นๆ ประสบความสำเร็จ เกิดความเข้าใจบรรลุวัตถุประสงค์ตามที่วางไว้ หากการประชาสัมพันธ์ครั้งใดครั้งหนึ่งล้มเหลวอาจมีผลจากปัจจัยหลายๆ ด้าน แต่ปัจจัยหนึ่ง ที่ไม่ควรมองข้ามคือปัจจัยทางด้านการเลือกและใช้สัญลักษณ์ที่มนุษย์ใช้เป็นพาหะของความหมาย (Meaning) เนื้อหา (Content) ข่าวสาร (Message) ที่ต้องการสื่อสาร (Communicate) แก่ผู้อื่น หรือกลุ่มเป้าหมาย อาจเป็นไปได้ว่าสัญลักษณ์ไม่สามารถสื่อความหมายได้ไม่ครอบคลุมเนื้อหาสาระที่ต้องการจะสื่อ หรือเมื่อถูกถอดความ (Decode) แล้วไม่ตรงกับสาระที่ต้องการจะสื่อ หรืออาจมีสาเหตุมาจากสัญลักษณ์ที่ใช้นั้นยากเกินกว่ากลุ่มเป้าหมายจะถอดความ มีความคลุมเครือผู้ใช้ขาดทักษะในการใช้สัญลักษณ์ หรือทักษะในการเลือกคำพูด ดังนั้น การใช้ภาษาในการสื่อสารเพื่อให้ผู้รับสารหรือกลุ่มเป้าหมายเข้าใจ เห็นด้วย และคล้อยตาม นักประชาสัมพันธ์จำเป็นต้องเลือกภาษา อันเป็นสัญลักษณ์ที่สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายอยู่ในระดับเดียวกันกับกลุ่มเป้าหมาย ตลอดจนใช้ ทักษะในการใช้คำพูดเพื่อให้ภาษามีพลัง (Impactful) เข้าใจง่าย เพื่อเกิดการจดจำ และประทับใจอันเป็นสิ่งที่นักประชาสัมพันธ์ไม่ควรมองข้าม

2. การสื่อสารต้องมีความเข้าใจในสัญลักษณ์หรือภาษาให้ตรงกัน (Understanding) การสื่อสารคือกระบวนการที่เกิดขึ้น เพื่อก่อให้เกิดความเข้าใจซึ่งกันและกัน ระหว่างผู้ส่งสาร (ผู้ทำการประชาสัมพันธ์) และผู้รับสาร (กลุ่มเป้าหมาย) หรืออย่างน้อยที่สุดก็เพื่อผู้รับสารได้เข้าใจ เนื้อหาสาระที่ผู้ส่งสารต้องการจะสื่อ หากการสื่อสารหรือการทำประชาสัมพันธ์ครั้งนั้นๆ ขาดองค์ประกอบของความเข้าใจที่ตรงกัน กระบวนการประชาสัมพันธ์หรือกระบวนการสื่อสารนั้นๆ ถือว่า ล้มเหลวต้องถูกปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงใหม่ ดังนั้นผู้ส่งสารและผู้รับสาร จะต้องมีความเข้าใจในสัญลักษณ์หรือภาษาที่ต้องการจะสื่อสารให้ตรงกัน เพราะสัญลักษณ์หรือการแสดงออกอย่างหนึ่ง จะมีความหมายที่แตกต่างกันออกไปในแต่ละชาติและแต่ละวัฒนธรรม อีกทั้ง คำพูดที่ใช้ในการสื่อสาร เพื่อประชาสัมพันธ์ก็ผันแปรไปตามแต่ละสถานการณ์เช่นกัน เพราะอาจถูกเข้าใจต่างกัน ทั้งที่เป็น คำพูดเดียวกัน

3. การสื่อสารจะต้องมีการปฏิสัมพันธ์ (Interaction) การสื่อสารเป็นการเชื่อมคนให้อย่างร่วมกัน หรือทำให้คนอยู่ร่วมกันได้ เพราะมีการพูดจาและโต้ตอบกันตลอด จนมีกิจกรรมระหว่างกัน แต่ถ้าคนเราอยู่ด้วยกันแล้ว ไม่พูดคุย ไม่สื่อสารกัน ความอึดอัดใจก็เกิดขึ้น สุดท้ายก็อยู่ร่วมกันไม่ได้

4. การลดความไม่แน่ใจ (Uncertainty) การสื่อสารนั้น จะช่วยลดความไม่แน่ใจให้กับผู้ส่งข่าวสารโดยจะสร้างความเชื่อมั่นในตัวเองและลดความเสี่ยงในการตัดสินใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งได้ เพราะในขณะที่สื่อสารกันจะทำให้รู้ข้อมูลหรือข่าวสารต่างๆ ที่เกี่ยวกับเรื่องที่ต้องตัดสินใจมากขึ้น ความมั่นใจจะเกิดขึ้น

5. กระบวนการ (Process) กระบวนการสื่อสารจะมีจุดเริ่มต้น ที่ผู้ส่งข่าวสาร (Sender) มีการออกแบบข่าวสาร (Message) แล้วส่งข่าวสารผ่านช่องทาง (Channel) หรือสื่อ (Media) โดยมีวัตถุประสงค์ให้เกิดผล (Effect) คือ ผู้รับข่าวสาร (Receiver) เกิดความรู้ความเข้าใจ เกิดความรู้สึกที่ดี หรือเกิดพฤติกรรมที่ผู้ส่งสารต้องการจะให้เกิดขึ้น ดังนั้น ในการพูดหรือเขียนควรคำนึงก่อนว่า จะพูดหรือจะเขียนอะไร จะใช้ภาษาใดที่เหมาะสมและถูกใจที่สุด

6. การแลกเปลี่ยนระหว่างกัน (Interchange) การสื่อสารนั้น คือ การให้และการรับ (Give and take) หมายความว่า คนๆ หนึ่งจะต้องเป็นผู้ให้และผู้รับ

7. ช่องทางของการสื่อสาร (Channel) เป็นเครื่องมือหรือสื่อที่ใช้ส่งข่าวสาร ไปยังผู้รับข่าวสาร ซึ่งประกอบด้วย 6 ช่องทางคือ

7.1 การสื่อสารระหว่างบุคคล เช่น การให้สัมภาษณ์ การประชุม

7.2 การสื่อสารโดยใช้สื่อมวลชน เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์

7.3 การสื่อสารแบบสองขั้นตอน คือ ใช้ทั้งคนและสื่อร่วมกัน

7.4 การจัดกิจกรรมพิเศษ เช่น กระทรวงมหาดไทยจัดงานขายสินค้าราคาถูก

7.5 สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น เครื่องโทรสาร อินเทอร์เน็ต โทรศัพท์

7.6 เอกสารต่างๆ เช่น จดหมายข่าว วารสาร แผ่นพับ ใบปลิว

8. การเชื่อมโยง (Linking) การสื่อสาร คือ กระบวนการที่เชื่อมโยงผู้คนเข้าด้วยกัน โดยขจัดสิ่งกีดขวางของแต่ละคนออกไป

9. ความเหมือน (Commonality) การสื่อสาร คือ กระบวนการลดความแตกต่างทางด้านความคิดการรับรู้ทัศนคติมุมมองการแสดงออกความเชื่อ ฯลฯ ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารผ่านช่องทางการสื่อสารและถูกถอดรหัส (Decode) โดยผู้รับสารนั้น ถือเป็นการลดช่องว่างทางด้านความคิด การรับรู้ ทัศนคติ มุมมอง การแสดงออก ความเชื่อ ฯลฯ ของทั้งสองฝ่าย โดยมีวัตถุประสงค์ คือ มุ่งให้มีความคล้ายคลึงกัน คิด รับรู้เหมือนกัน มีทัศนคติมีมุมมอง ตลอดจนมีการแสดงออกที่เหมือนกัน

10. การลอกเลียนความทรงจำ (Memory) การสื่อสารคือกระบวนการสร้าง หรือเรียกข้อความสนใจของผู้ส่งสารที่มีต่อผู้รับสาร ซึ่งผู้ส่งสารมีวัตถุประสงค์จะให้ผู้รับสารลอกเลียนความทรงจำด้วยการเจรจา

11. เลือกรูปวิธีการตอบโต้ (Discriminative) ในการสื่อสารสามารถที่จะเลือกรูปวิธีการตอบโต้ได้ เช่น เมื่อเห็นคนรู้จักกำลังเดินมา สามารถเลือกว่า จะเผชิญหน้ากับเขาหรือเลือกที่จะหลบหน้าเขา นอกจากนี้ วิธีการตอบโต้ของแต่ละคนก็จะแตกต่างกัน

12. สิ่งเร้า (Stimuli) ในการสื่อสารนั้น จะต้องใช้สิ่งจูงใจ (สิ่งเร้า) เพื่อให้ผู้รับข่าวสารเกิดความตั้งใจและสนใจที่จะรับข่าวสารซึ่งจะมีผลทำให้การสื่อสารสัมฤทธิ์ผล

13. ความตั้งใจ (Intention) ในการสื่อสาร ผู้ส่งสารมีความตั้งใจหรือมีวัตถุประสงค์ในการส่งสาร 3 ระดับ คือ

13.1 ต้องการให้ผู้รับสารเกิดความรู้ความเข้าใจ (Cognitive) ข้อนี้นี้เป็นวัตถุประสงค์อันดับแรก และเป็นการสื่อสารที่ง่ายที่สุดเพราะเป็นการให้ข้อมูลเพื่อแจ้งให้คนทั่วไปได้รับรู้ในเรื่องต่างๆ

13.2 ต้องการให้เกิดความรู้สึก (Affective) ข้อนี้นี้เป็นการสื่อสารที่ต้องการผลทางด้านความรู้สึกของผู้รับข่าวสาร

13.3 ต้องการให้เกิดพฤติกรรม (Behavioral) วัตถุประสงค์ข้อนี้ ต้องการให้คนประพฤติปฏิบัติโดยตระหนักที่การให้คำแนะนำหรือคำสอน (Instruction) ว่าให้ทำอะไร เพียงใด ตลอดจนเป็นความต้องการที่จะให้ผู้รับสารเกิดการปฏิบัติได้

14. กาลเทศะ (Time and situation) ในการสื่อสารนั้น ต้องมีกาลเทศะ เรื่องเดียวกัน ถ้าพูดในสถานที่หรือเวลาที่ต่างกันก็จะได้รับผลต่างกัน

15. อำนาจ (Power) กลไกของการสื่อสารเป็นกลไกที่แฝงไว้ด้วยอำนาจ คือ พูดเพื่อให้เห็นด้วยและยอมรับมองว่า เป็นคนดีต้องการแสดงภูมิปัญญาต้องการล่วงรู้ความรู้สึกและทัศนคติของอีกฝ่ายหนึ่งต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่ง แสวงหาความรู้ข้อมูลจากอีกฝ่าย ชักจูง โน้มน้าว ฯลฯ

แนวคิดเกี่ยวกับหลักการประชาสัมพันธ์ และการประชาสัมพันธ์ภาครัฐแนวใหม่

การประชาสัมพันธ์ (Public relation) หมายถึง ประชาชน หมุ่คณะ สัมพันธ์ การผูกพัน และตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525 และ พ.ศ. 2542 ได้ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ว่า “ประชาสัมพันธ์” หมายถึง การติดต่อสื่อสารเพื่อส่งเสริมความเข้าใจอันถูกต้องต่อกัน

หัวใจของการประชาสัมพันธ์ คือ³ การเสริมสร้างความสัมพันธ์และความเข้าใจอันดีระหว่างกัน เพื่อหวังผลในความร่วมมือและการสนับสนุน

ปรัชญาของการประชาสัมพันธ์ คือ การสร้างความสัมพันธ์อันดีด้วยการกระทำคุณความดีทุกวิถีทางของหน่วยงานต่างๆ ต่อประชาชนและเผยแพร่ให้ทราบโดยทั่วกันไป เพื่อมุ่งหวังให้เกิดความนิยมเลื่อมใสและศรัทธาระหว่างหน่วยงานนั้นๆ กับประชาชน อันจะเป็นผลสืบเนื่องให้การดำเนินงานของหน่วยงานใดๆ ก็ตามเป็นไปโดยราบรื่นและมีประสิทธิผล ลักษณะของการประชาสัมพันธ์มีลักษณะเป็นการสื่อสารระบบบุคคลวิธี หรือการสื่อสารแบบ 2 ทาง การประชาสัมพันธ์มีลักษณะเป็นการจูงใจให้ยอมรับทัศนะท่าทีและการกระทำของสถาบัน วิธีที่ใช้ในการจูงจะต้องเป็นวิธีที่ชอบที่ควร ไม่มีลักษณะของการบังคับขู่เข็ญหรือกะเกณฑ์ ดังนั้น นโยบายหรือการกระทำใดๆ ที่จะใช้การประชาสัมพันธ์สนับสนุนจะต้องเป็นไปในทางสร้างสรรค์หรือในทางบวกเสมอ

ในยุคของการปฏิรูประบบราชการ องค์กรของภาครัฐต้องมีการปรับเปลี่ยนกระบวนการทำงานตามไปด้วย ดังนั้นการประชาสัมพันธ์ของภาครัฐจำเป็นต้องมีการปรับเปลี่ยนยุทธศาสตร์การบริหารจัดการให้สอดคล้องทันต่อสถานการณ์ ดังจะได้นำเสนอแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ภาครัฐแนวใหม่ คือยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์แห่งชาติ และการประชาสัมพันธ์ของกระทรวงกลาโหม

กรมประชาสัมพันธ์ (2548) ได้สรุปไว้ว่า มีการกำหนดกรอบแนวคิดของนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ตามระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ พ.ศ. 2529 ได้กำหนดให้มีคณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ หรือการประชาสัมพันธ์ประกอบด้วยนายกรัฐมนตรี หรือรัฐมนตรีที่นายกรัฐมนตรีมอบหมายให้เป็นประธานกรรมการ โดยกรมประชาสัมพันธ์ทำหน้าที่เป็นสำนักงานเลขานุการของคณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ในระเบียบฯ ฉบับนี้ กำหนดให้คณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ มีอำนาจหน้าที่เสนอนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติต่อคณะรัฐมนตรีเพื่อให้ความเห็นชอบ รวมทั้งเสนอแนะต่อคณะรัฐมนตรีให้มีการปรับปรุง แก้ไขนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ตลอดจนเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ของรัฐด้วยวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ดังนี้

1. อารังรักษาและเผยแพร่อุดมการณ์ ศักดิ์ศรี และเกียรติภูมิของประเทศไทย
2. จรรโลง และพัฒนาระบอบประชาธิปไตย อันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นองค์พระประมุขให้วัฒนาสถาพรในประเทศไทย
3. ส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาการเมือง เศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมศีลธรรมอันดีของชาติตลอดจนเทคโนโลยีสารสนเทศสมัยใหม่
4. เสริมสร้างเสถียรภาพและความมั่นคงของชาติ
5. ส่งเสริมความเข้าใจ ความไว้วางใจ ความสัมพันธ์อันดีระหว่างรัฐกับประชาชน และความสามัคคีของคนในชาติ

³ ทศนิยม ผลชานิกโก, กรมประชาสัมพันธ์. “กลยุทธ์การวางแผนประชาสัมพันธ์ การเข้าสู่ประชาคมอาเซียนของกรมประชาสัมพันธ์”. (รายงานการศึกษาส่วนบุคคลวิจัย, สถาบันพัฒนาครูคณาจารย์ และบุคลากรทางการศึกษา, ๒๕๕๖).

6. เสริมสร้าง ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่ดีขอ

งประเทศไทยให้เกิดความเข้าใจที่ตรงระหว่างนานาชาติและประชาคมโลก

ยุทธศาสตร์ของกรมประชาสัมพันธ์อยู่ที่การบริหารงานทรัพยากรบุคคลสมัยใหม่ คือ การบริหารจัดการที่อิงสมรรถนะ (Competency based management) บนพื้นฐานของทักษะ ความรู้ และความสามารถ โดยเป็นเครื่องมือกำหนดความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะที่ดีของ บุคคลากรในองค์กร กับระดับ ทักษะ ความรู้ และความสามารถ โดยสมรรถนะแบ่งได้เป็น 3 ระดับ ดังนี้

1. ความสามารถหลัก (Core competency) ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงพฤติกรรมของ พนักงานในองค์กร ซึ่งจะช่วยสนับสนุนให้องค์กรบรรลุเป้าหมาย และภารกิจ ตามวิสัยทัศน์องค์กร
2. ความสามารถในงานที่สะท้อนให้เห็นทักษะในการบริหารจัดการในด้านต่างๆ ขององค์กร (Managerial competency)
3. ความสามารถในงานที่สะท้อนให้เห็นทักษะ ความรู้ และคุณลักษณะเฉพาะของ งานต่าง ๆ (Functional competency) ซึ่งแตกต่างกันไปตามหน้าที่การงานที่ได้รับมอบหมาย

นอกจากนี้ การประชาสัมพันธ์ของภาครัฐ (Governmental PR) คือ การประชาสัมพันธ์ ของหน่วยงานราชการ ซึ่งการดำเนินงานดังกล่าวจะใช้วิธีการกระจายข่าวสาร การเผยแพร่ชี้แจง เกี่ยวกับนโยบาย การดำเนินงานผลงานต่างๆ ตลอดจนโดยวิธีอื่นๆ ในอันที่จะสร้างความเข้าใจอันดี และชื่อเสียงเกียรติคุณของหน่วยงานราชการนั้นสู่ประชาชน เพื่อให้ได้ความร่วมมือและความนิยมจาก ประชาชนกลุ่มต่างๆ ในการสร้างสรรค์ผลสำเร็จแก่พันธกิจของหน่วยงานนั้นๆ และของประเทศชาติ โดยส่วนรวม รัฐบาลในระบอบประชาธิปไตยนั้น ประชาชนจึงมีสิทธิที่จะรู้ว่ารัฐบาลและหน่วยงาน ภาครัฐได้ทำอะไรบ้าง และโดยที่หน่วยงานภาครัฐ มีการดำเนินการที่กว้างขวางทั่วประเทศ ฉะนั้น จึงอาจเกิดข้อบกพร่องและความเข้าใจผิดแก่ประชาชนได้โดยง่าย อีกทั้งหน่วยงานภาครัฐหรือ ระบบราชการก็มีส่วนก่อให้เกิดช่องว่างระหว่างรัฐบาลกับประชาชนได้มาก หน่วยราชการในฐานะเป็น กลไกของรัฐจึงอาจมีภาพลักษณ์ที่ไม่ดีนักต่อความรู้สึกนึกคิดของประชาชน เกิดการวิพากษ์วิจารณ์ ต่างๆ ที่เป็นไปในด้านลบและอาจก่อให้เกิดความเสียหายแก่รัฐบาลได้ วัตถุประสงค์ทั่วไปในการ ประชาสัมพันธ์ของภาครัฐมีดังนี้ 1. เพื่อให้ประชาชนได้ทราบถึงการบริการให้ประชาชนได้รับ ประโยชน์อย่างเต็มที่ 2. เพื่อเรียกร้องให้มีการปรับปรุงกฎระเบียบที่ต้องเปลี่ยนแปลงไปตาม สถานการณ์ 3. เพื่อเอาชนะความยุ่งยากขัดแย้งต่างๆ ที่เกิดขึ้นกับการดำเนินการใหม่ๆ ของหน่วยงาน ราชการ 4. เพื่อให้ประชาชนได้มีช่องทางหรือโอกาสเสนอความคิดเห็นแก่ฝ่ายบริหาร 5. เพื่อชี้แจง สภาพประสามติแก่หน่วยงานราชการต่างๆ 6. เพื่อสร้างพลังสนับสนุนจากประสามติ 7. เพื่อสร้าง ความนิยมและความเข้าใจอันดีกับประชาชน 8. เพื่อเรียกร้องความสนับสนุนร่วมมือจากประชาชน ในการพัฒนาประเทศในด้านต่างๆ 9. เพื่อเผยแพร่ผลงานความก้าวหน้าต่างๆ ของหน่วยราชการ

ประเทศไทยได้ดำเนินงานประชาสัมพันธ์ต่อเนื่องกันมาเป็นระยะเวลายาวนานแล้ว และมีพัฒนาการมาเป็นลำดับจนถึงปัจจุบัน โดยมีกรมประชาสัมพันธ์เป็นหน่วยงานหลักรับผิดชอบ การประชาสัมพันธ์ของรัฐ มีเป้าหมายสำคัญคือ มุ่งการให้บริการข่าวสารข้อมูลที่เป็นสาระประโยชน์ แก่ประชาชน เพื่อเสริมสร้างความเข้าใจและทัศนคติที่ดีระหว่างรัฐกับประชาชน ต่อมาความมุ่งหมาย ด้านการใช้สื่อของรัฐได้ปรับเปลี่ยนไปตามสภาวะแวดล้อมทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง

ทำให้การประชาสัมพันธ์ของรัฐหันมาให้ความสำคัญในเรื่องการสนับสนุน การพัฒนาประเทศ เสริมสร้างความสามัคคีของคนในชาติ ตลอดจนรักษาไว้ซึ่งความมั่นคงและเกียรติภูมิของชาติ โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านการพัฒนาประเทศนั้น ถ้าต้องการให้การดำเนินงานบรรลุเป้าหมาย และวัตถุประสงค์ง่ายขึ้น จำเป็นต้องสร้างความสนใจให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วม โดยใช้การประชาสัมพันธ์เป็นเครื่องมือ สำหรับโครงสร้างของการประชาสัมพันธ์ในปัจจุบันได้ขยายออกไปอย่าง กว้างขวางและรวดเร็ว หน่วยงานภาครัฐทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาคทั่วประเทศ ได้มีการจัดตั้งหน่วย ประชาสัมพันธ์ขึ้น ขณะเดียวกันหน่วยงานภาคเอกชนได้นำการประชาสัมพันธ์ไปใช้ในวงการธุรกิจ อย่างแพร่หลาย จนกลายเป็นเครื่องมือสำคัญสำหรับการบริหารงานยุคปัจจุบัน

อย่างไรก็ดี การประชาสัมพันธ์ในระยะแรกยังไม่ได้มีการกำหนดนโยบายด้านการ ประชาสัมพันธ์ของชาติไว้อย่างชัดเจน แต่ละหน่วยงานต่างดำเนินงานประชาสัมพันธ์โดยอิสระ ไม่มีระบบการประสานงานที่ดีเท่าที่ควร ส่วนใหญ่เน้นการประชาสัมพันธ์ในรูปของการเผยแพร่ ชื่อเสียง หรือรักษาภาพลักษณ์ (Image) ของหน่วยงานเท่านั้น มิได้มีเรื่องของการเปลี่ยนทัศนคติ หรือการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของประชาชนเพื่อให้เกิดการพัฒนาในด้านต่างๆ เมื่อการดำเนินงาน ประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานภาครัฐไม่ส่งเสริมซึ่งกันและกัน ส่งผลให้เกิดความขัดแย้งระหว่าง หน่วยงาน และปัญหาของหน่วยงานด้านการประชาสัมพันธ์ของรัฐยังขาดเอกภาพในการดำเนินงาน ไม่สามารถหาทรัพยากรด้านสื่อสารมวลชนที่มีอยู่มาใช้ให้เกิดประโยชน์สำหรับการพัฒนาประเทศ ด้านต่างๆ อย่างเต็มที่ เพื่อยกระดับความเป็นอยู่ของประชาชนให้ได้ผลเท่าที่ควร รัฐบาลในขณะนั้น เริ่มตระหนักถึงสถานการณ์ดังกล่าว จึงได้พิจารณาที่จะกำหนดแนวนโยบายการประชาสัมพันธ์ ของชาติให้เป็นเอกภาพ เพื่อให้บังเกิดผลดีแก่การพัฒนาประเทศโดยรวม และปลูกฝังความสามัคคี ระหว่างคนในประเทศ ตลอดจนเสริมสร้างชื่อเสียง ภาพพจน์ที่ดีของชาติในต่างประเทศด้วย

ระเบียบกระทรวงกลาโหมว่าด้วยการประชาสัมพันธ์ของกระทรวงกลาโหม พ.ศ. 2534

ระเบียบกระทรวงกลาโหมว่าด้วยการประชาสัมพันธ์ของกระทรวงกลาโหม พ.ศ.2534 กำหนดให้มีคณะกรรมการของกระทรวงกลาโหมเรียกว่า “คณะกรรมการประชาสัมพันธ์ของ กระทรวงกลาโหม” เรียกโดยย่อ “กปชส.กท.” มีปลัดกระทรวงกลาโหม เป็นประธานกรรมการ มีอำนาจหน้าที่ดังนี้ เสนอนโยบาย และแผนปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ของกระทรวงกลาโหม ต่อคณะรัฐมนตรีว่าการกระทรวงกลาโหม หรือผู้ที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงกลาโหมมอบหมาย เพื่อให้ความเห็นชอบก่อนเสนอแผนปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ของกระทรวงกลาโหมต่อคณะกรรมการ ประชาสัมพันธ์แห่งชาติ กำกับ ดูแล อำนวยการ และประสานงานในการจัดทำแผนแม่บท การประชาสัมพันธ์ของกระทรวงกลาโหม กองบัญชาการทหารสูงสุด กองทัพบก กองทัพเรือ และกองทัพอากาศ ให้สอดคล้องกับแผนแม่บทการประชาสัมพันธ์ของกระทรวงกลาโหม แผนการ ประชาสัมพันธ์ของรัฐบาล และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ เสนอแนะและให้ความเห็น เกี่ยวกับการปรับปรุง พัฒนาระบบการประชาสัมพันธ์ของกระทรวงกลาโหมให้สอดคล้องกับเทคโนโลยี และระบบบริการสื่อสารมวลชนทั้งของรัฐบาลและเอกชน ศึกษา วิเคราะห์ ติดตาม และประเมิน

สถานการณ์ที่เกี่ยวข้องกับงานด้านการประชาสัมพันธ์ที่อาจมีผลกระทบต่อการประชาสัมพันธ์ของกระทรวงกลาโหม ดำเนินการประสานงานการประชาสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับส่วนราชการในสังกัดกระทรวงกลาโหม รวมทั้งที่เกี่ยวข้องกับคณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ กระทรวง ทบวง กรมอื่นเพื่อให้งานประชาสัมพันธ์มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

การประชาสัมพันธ์ของกองบัญชาการกองทัพไทย จึงจำเป็นต้องสอดคล้องกับทั้ง (ร่าง) แผนปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ พ.ศ.2566-2570 และระเบียบกระทรวงกลาโหมว่าด้วยการประชาสัมพันธ์ของกระทรวงกลาโหม พ.ศ.2534 ซึ่งในปัจจุบันภายใต้สถานการณ์ภัยคุกคามรูปแบบใหม่ และเทคโนโลยีการส่งต่อข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัยและรวดเร็ว อาจมีเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิด กระทบต่อความมั่นคง และกระทบต่อความรู้สึกของประชาชน จึงจำเป็นต้องมีการชี้แจงทำความเข้าใจกับประชาชนกับประชาคมโลก เพื่อสร้างความชัดเจนบนพื้นฐานข้อมูลที่ถูกต้อง

แนวคิดด้านความมั่นคง

เมื่อมีการกล่าวถึงความมั่นคง ส่วนมากมักจะเข้าใจกันว่าเป็นเรื่องเกี่ยวกับการทหาร การสู้รบ หรือการสงครามโดยตรง ความเข้าใจเช่นนั้นอาจเป็นความจริงในสมัยก่อน เพราะเหตุว่าในสมัยก่อนนั้นภัยคุกคามที่จะมีผลกระทบต่อประเทศชาติได้ ก็คือ การรุกรานด้วยกำลังทหารของต่างชาติที่เหนือกว่า เพื่อต้องการยึดหรือบังคับประเทศอื่นให้ปฏิบัติตามความต้องการของประเทศตน หากประเทศใดที่มีกำลังทหารเข้มแข็ง มีการฝึกอย่างดี มีความอดทน และมีจิตใจต่อสู้ รวมทั้งมีผู้นำทัพที่ดี มีความสามารถ ก็จะสามารถป้องกันรักษาเอกราชและความมั่นคงปลอดภัยของชาติเอาไว้ได้ ดังนั้นความอยู่รอดของชาติหรือความมั่นคงของชาติ จึงขึ้นอยู่กับกำลังอำนาจทางทหารเป็นสำคัญ ต่อมาวิวัฒนาการของโลกได้พัฒนาก้าวหน้าเป็นลำดับ การศึกษาเฉพาะเรื่องของการสงครามและการทหารเพียงอย่างเดียว นับว่าเป็นการศึกษาที่ค่อนข้างแคบ และอยู่ในวงจำกัดไม่เหมาะสมกับสถานการณ์ของโลกที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว เรื่องของความมั่นคงจึงไม่ควรจะจำกัดอยู่ในวงแคบๆ แต่ควรครอบคลุมถึงเรื่องราวต่างๆ ออกไปให้กว้างขวางยิ่งขึ้น อีกประการหนึ่ง การทหารเป็นเพียงองค์ประกอบของพลังอำนาจของชาติอย่างหนึ่งเท่านั้น องค์ประกอบอย่างอื่นก็มีความสำคัญไม่น้อยไปกว่าทหาร ดังนั้น คำว่า “ความมั่นคงแห่งชาติ” (Notional Security) จึงเกิดขึ้นตามมาภายหลังและนานาประเทศต่างก็ยอมรับกันทั่วไปว่า ความมั่นคงแห่งชาติเป็นคำที่มีความหมายกว้างขวางครอบคลุมเรื่องต่างๆ อีกมากมาย อันได้แก่ เศรษฐกิจ สังคม-จิตวิทยา และการเมือง เป็นต้น มีข้อน่าสังเกตว่า คำว่า “Security” นี้ หมายความอีกนัยหนึ่ง อาจหมายถึง “การรักษาความปลอดภัย” หรือ “ความปลอดภัย” ซึ่งก็ได้มีการนำไปใช้กว้างขวาง เช่น “ศูนย์รักษาความปลอดภัย” (Security Center) เป็นต้น แต่ถ้าหากจะนำไปใช้กับเรื่องของชาติแล้ว การเรียกว่า “ความมั่นคงแห่งชาติ” น่าจะเป็นการเหมาะสมกว่าที่จะใช้คำว่า “การรักษาความปลอดภัยแห่งชาติ” อย่างไรก็ตาม ก็ยังมีผู้กล่าวถึงความมั่นคงไปพร้อมๆ กับความปลอดภัยอยู่เสมอๆ เหมือนกัน ปัจจุบันการเปลี่ยนแปลงทางสังคมโลก และลักษณะของความขัดแย้งอยู่ในสภาวะการณ์ที่ก่อให้เกิดความยุ่งยากและสลับซับซ้อนกันมากขึ้น แม้กระทั่งในห้วงระยะเวลาที่ประเทศชาติพ้นจากสภาพของการสงครามแล้วก็ตาม แต่ก็ยังประสบกับปัญหาในเรื่องความปลอดภัยนานับประการในอดีต หากประเทศใดไม่ต้องการเผชิญกับการสงคราม หรือเมื่อสงครามได้ยุติลงแล้วก็ดี ประเทศนั้น

ก็จะมี สันติภาพและความปลอดภัยควบคู่กันไป แต่ในปัจจุบันสภาพการณ์กลับตรงกันข้ามกับที่กล่าวมาแล้ว กล่าวคือ แม้ว่าประเทศต่างๆ จะไม่มีการสงครามหรือการสู้รบก็ตาม แต่ประเทศเหล่านั้นอาจไม่มีความ มั่นคงปลอดภัยก็ได้ ทั้งนี้อาจเกิดขึ้นได้จากสาเหตุ 2 ประการ ด้วยกัน คือ

1. ความไม่มั่นคงปลอดภัย อาจเกิดขึ้นจากประเทศที่มีความขัดแย้งกันในเรื่อง ผลประโยชน์ของชาติ (National Interests) ทำให้มีการสะสมกำลังรบไว้อย่างมากมายมหาศาลเกินความจำเป็น ซึ่งการกระทำเช่นนั้น อาจนำไปใช้ในการรุกรานหรือคุกคามอีกฝ่ายหนึ่งได้
2. ความไม่มั่นคงปลอดภัย อาจเกิดปัญหาการคุกคาม (Threats) จากภายใน เช่น การก่อการร้ายของผู้ก่อการร้ายคอมมิวนิสต์ในประเทศ เป็นต้น ดังนั้น การศึกษาเรื่องความมั่นคงของชาติ จึงเกี่ยวข้องกับการปรากฏการณ์ทางด้านการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม-จิตวิทยา ควบคู่กันไปกับด้านการทหาร ทั้งในยามปกติและยามสงคราม หาได้เจาะจงหรือเกี่ยวข้องกับองค์ประกอบของพลังอำนาจของชาติอย่างใดอย่างหนึ่งโดยเฉพาะไม่ อดีตประธานาธิบดีสหรัฐฯ ท่านหนึ่งคือ Eisenhower ได้กล่าวไว้ว่า “Security is a great burden, but war, the failure of security, would be a catastrophe.” (ความมั่นคงเป็นภาระอันหนักยิ่ง แต่การสงคราม ซึ่งเป็นความล้มเหลวของความมั่นคง ควรจะเป็นความหายนะ) ความหมาย คำว่า “ความมั่นคงแห่งชาติ” หรือ “ความมั่นคงแห่งรัฐ” ก็มีความหมายเหมือนกัน แม้ว่า “ชาติ” กับ “รัฐ” จะมีความหมายแตกต่างกันก็ตาม แต่ส่วนมากมักนิยมใช้ “ความมั่นคงแห่งชาติ” มากกว่า ตามหลักรัฐศาสตร์ในปัจจุบัน มักไม่นิยมใช้คำว่า “ชาติ” แต่จะใช้คำว่า “รัฐชาติ” (Nation State) หรือ คำว่า “รัฐ” (State) ฉะนั้น ก่อนที่จะวิเคราะห์หาความหมายที่แท้จริงของความมั่นคงแห่งชาติ ได้อย่างเหมาะสมนั้น จำเป็นจะต้องพิจารณาคำว่า “รัฐ” ก่อน รัฐ หรือ รัฐอธิปไตย คือ กลไกทางการเมืองโดยมีอำนาจอธิปไตย ปกครองดินแดน ทางภูมิศาสตร์ที่มีอาณาเขต และมีประชากรแน่นอน โดยอำนาจดังกล่าวเบ็ดเสร็จทั้งภายในและภายนอกรัฐ ไม่ขึ้นกับรัฐอื่นหรืออำนาจอื่นจากภายนอก และอาจกล่าวได้ว่า รัฐสามารถคงอยู่ได้แม้จะไม่ได้รับการรับรองจากรัฐอื่น เพียงแต่รัฐที่ไม่ได้รับการรับรองเหล่านี้ มักจะพบว่าตนประสบอุปสรรคในการเจรจาสันติสัญญา กับต่างประเทศและดำเนินกิจการทางการทูตกับรัฐอื่น รัฐ ชาติ และประเทศ “รัฐ” หมายถึง ชุมชนทางการเมืองของมนุษย์ อันประกอบด้วยดินแดนที่มีขอบเขตแน่นอน มีประชากรอาศัยอยู่ในจำนวนที่เหมาะสม โดยมีรัฐบาลปกครองและมีอำนาจ อธิปไตยของตนเอง “รัฐ” หมายถึง องค์ประกอบของสถาบันการปกครอง ซึ่งมีอำนาจอธิปไตยเหนือดินแดนและประชากรที่แน่นอน “ชาติ” หมายถึง ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันในทางวัฒนธรรม และมีความผูกพันกันในทาง สายโลหิต เผ่าพันธุ์ ภาษา ศาสนา วัฒนธรรม ตลอดจนมีประสบการณ์ทางประวัติศาสตร์ร่วมกัน หรือมีวิวัฒนาการทางการเมือง การปกครองร่วมกัน เช่น คำว่า “ชาติไทย” “ชาติ” หมายถึง กลุ่มคนซึ่งเชื่อว่าตนมีวัฒนธรรม จุดกำเนิด และประวัติศาสตร์อย่างเดียวกัน “ประเทศ” ความหมายกว้าง หมายถึง ดินแดนที่มีฐานะเป็นรัฐหรือไม่มีฐานะเป็นรัฐ

โดย สรุปแล้ว คำว่า “ประเทศ” ตามกฎหมายระหว่างประเทศ หมายถึง ดินแดน อาณาเขต และสภาพภูมิศาสตร์เป็นต้นว่า ความอุดมสมบูรณ์ ดินฟ้าอากาศ แม่น้ำ ภูเขา ทะเล ป่าไม้ ฯลฯ องค์ประกอบของรัฐ 1. ประชากร (Population) หมายถึง มนุษย์ทุกคนที่อยู่ในอาณาเขตของรัฐ ถือว่ามีฐานะเป็นส่วน ของรัฐโดยอัตโนมัติ สิ่งที่ต้องพิจารณาเกี่ยวกับประชากรก็คือ 1. จำนวนประชากรแต่ละรัฐมีประชากรจำนวนเท่าใดไม่มีการกำหนดที่แน่นอน แต่ควร จะมีมากพอที่จะกำหนด

ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ปกครองและผู้ที่อยู่ใต้ปกครองได้ 2. ลักษณะของประชากร หมายถึง ลักษณะทางด้านเชื้อชาติ ศาสนา ภาษาและวัฒนธรรม ซึ่งไม่จำเป็นต้องเหมือนกัน เพราะมีหลายรัฐที่ประกอบด้วย คนหลายเชื้อชาติ ภาษา และวัฒนธรรม 3. คุณภาพของประชากร ขึ้นอยู่กับการศึกษา สุขภาพ อนามัย ทักษะคติ และความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีในการพัฒนาทุกรูปแบบ 2. ดินแดน (Territory) รัฐจะเกิดขึ้นไม่ได้ ถ้าไม่มีดินแดนที่มีอาณาเขตที่แน่นอน (A fixed territory) โดยมีเส้นแบ่งปันเขตแดน (Boundary Line) ซึ่งเป็นที่ยอมรับกันในนานาประเทศโดยข้อเท็จจริงหรือโดยสนธิสัญญา มีข้อสังเกตดังนี้ คือ 1. ที่ตั้งดินแดนของรัฐ หมายถึง อาณาเขตพื้นดิน น้ำน่าน้ำ อาณาเขตในท้องทะเล น่าน้ำ บริเวณใต้พื้นดิน พื้นน้ำ และพื้นทะเล 2. ขนาดของดินแดน ไม่มีหลักเกณฑ์ไว้แน่นอนตายตัวว่าจะต้องมีขนาดเท่าใด จึงจะถือว่าเป็นรัฐ แต่ควรจะมีขนาดเหมาะสมกับจำนวนประชากรด้วย 3. รัฐบาล (Government) คือ องค์กร หรือหน่วยงานที่ทำหน้าที่ปกครองและบริหารภายในโดย เป็นผู้กำหนดนโยบายและนำนโยบายไปปฏิบัติ เพื่อจัดระเบียบทางสังคม และดำเนินทุกอย่างเพื่อรักษา ผลประโยชน์ของรัฐรัฐบาลจึงเป็นผู้ใช้อำนาจปกครองรัฐ 4. อำนาจอธิปไตย (Sovereignty) เป็นองค์ประกอบประการสุดท้ายที่สำคัญของรัฐ อำนาจอธิปไตย คือ อำนาจสูงสุดในการปกครองประเทศ อำนาจอธิปไตยมีอยู่ 2 ลักษณะคือ อำนาจอธิปไตยภายใน (Internal Sovereignty) หมายถึง การที่มีอำนาจที่จะปกครองตนเองและมีอำนาจสูงสุดที่จะดำเนินการใด ๆ ในประเทศอย่างมีอิสระปราศจากการควบคุมจากรัฐอื่น อำนาจอธิปไตยภายนอก (External Sovereignty) หมายถึง การมีอิสระ มีเอกราชสามารถจะดำเนินความสัมพันธ์กับประเทศอื่น ๆ หรือกล่าว กันอีกอย่างหนึ่งว่า เอกราชก็คืออำนาจอธิปไตยภายนอกนั่นเอง องค์ประกอบของรัฐทั้ง 4 ประการนี้มีความสำคัญเท่าเทียมกัน ถ้ารัฐใดขาดองค์ประกอบใน ข้อใดข้อหนึ่ง แม้เพียงองค์ประกอบเดียวก็ตาม ถือว่าขาดคุณสมบัติของความเป็นรัฐโดยสิ้นเชิง จุดประสงค์ของรัฐ 1. สร้างความเป็นระเบียบ 2. การส่งเสริมสวัสดิภาพแก่ประชาชน 3. การส่งเสริมสวัสดิการแก่ส่วนรวม 4. การส่งเสริมคุณธรรม หน้าที่ของรัฐ หน้าที่ของรัฐโดยทั่วไปแล้วมีอยู่ 4 ประการ คือ 1. การรักษาความสงบเรียบร้อยและความมั่นคงภายใน 2. การให้บริการและสวัสดิการทางสังคม 3. การพัฒนาประเทศ 4. การป้องกันการรุกรานจากภายนอก รูปแบบของรัฐ (Forms of State) 1. รัฐเดี่ยว (Unitary State) คือ รัฐที่มีรัฐบาลกลางเป็นผู้มีอำนาจปกครอง และอำนาจบริหารสูงสุดเพียงองค์กรเดียว รัฐบาลกลางเป็นผู้ที่ใช้อำนาจอธิปไตยทั้ง 3 อำนาจ คือ นิติบัญญัติ บริหาร และตุลาการ รัฐบาลเป็นองค์กรกลางองค์กรเดียวของรัฐที่ปกครองประชาชนได้โดยตลอด รวมถึง การติดต่อสัมพันธ์กับต่างประเทศด้วย ตัวอย่างรัฐเดี่ยว ได้แก่ อังกฤษ ญี่ปุ่น และไทย เป็นต้น 2. รัฐรวม (Composit State) ได้แก่ การรวมตัวกันของรัฐ ตั้งแต่ 2 รัฐขึ้นไป โดยมีรัฐบาลเดียวกัน ซึ่งแต่ละรัฐยังคงมีสภาพเป็นรัฐอยู่เช่นเดิมแต่การใช้อำนาจอธิปไตยของรัฐที่มารวมกัน อาจถูกจำกัด ลงไปตามข้อตกลงที่สร้างขึ้น รัฐรวมมีอยู่ 2 ประเภทด้วยกันคือ 1. สหพันธรัฐ (Federal State) สหพันธรัฐ คือ รัฐที่เกิดขึ้นจากการรวมตัวกันระหว่างรัฐต่างๆ ตั้งแต่ 2 รัฐขึ้นไปโดยใช้รัฐธรรมนูญ ฉบับเดียวกัน ร่วมกัน และความสัมพันธ์ระหว่างรัฐเหล่านั้นเป็นไป ตามบทบัญญัติของรัฐธรรมนูญนั้น ๆ รูปแบบการปกครองแบ่งออกเป็น 2 ระดับคือ มีรัฐบาลกลางของ สหพันธรัฐ และรัฐบาลท้องถิ่นเป็นของแต่ละรัฐซึ่งเรียกกันว่า “ มลรัฐ ” ตัวอย่างเช่น สหรัฐอเมริกา อินเดีย มาเลเซีย 2. สมาพันธรัฐ (Confederation State) สมาพันธรัฐเป็นการรวมตัวกัน ระหว่าง 2 รัฐขึ้นไป โดยไม่มีรัฐธรรมนูญ

หรือรัฐบาลร่วมกัน แต่เป็นการรวมตัวกันอย่างหลวมๆ เพื่อจุดมุ่งหมายอย่างใดอย่างหนึ่ง เป็นการชั่วคราวและเป็นบางกรณีเท่านั้น เช่น การเป็นพันธมิตรกันเพื่อทำสงครามร่วมกัน เป็นต้น ในปัจจุบันนี้รูปแบบของรัฐแบบสหพันธรัฐไม่มีอีกแล้ว แต่จะกลายเป็นลักษณะของการรวมตัวกันในรูปขององค์กรระหว่างประเทศ เช่น องค์กรนาโต้ องค์กรอาเซียน เป็นต้น

จากข้างต้นสรุปได้ว่า รัฐย่อมประกอบขึ้นด้วยองค์ประกอบสำคัญ 4 ประการ คือ 1. ประชากร 2. ดินแดน 3. รัฐบาล 4. อำนาจอธิปไตย องค์ประกอบทั้ง 4 ประการดังกล่าวนี้ หากขาดองค์ประกอบอย่างหนึ่งอย่างใดลงไปแล้ว ย่อมไม่เรียกว่า “รัฐ” แต่คำว่า “ชาติ” อาจประกอบด้วย ประชากรที่พูดภาษาเดียวกัน และอยู่รวมกัน รวมทั้งมีขนบธรรมเนียมประเพณีอันเดียวกันเท่านั้น ก็เพียงพอแล้ว เห็นจะเป็นด้วยเหตุผลดังกล่าว จึงมักนิยมใช้คำว่า “รัฐ” ทั้งในทางรัฐศาสตร์ และนิติศาสตร์ ซึ่งเป็นการจำกัดให้มืองค์ประกอบครบถ้วน สมบูรณ์ โดยธรรมดาหากจะเปรียบรัฐกับบุคคลแล้ว อาจกล่าวได้ว่า ไม่ว่าจะบุคคลใดก็ตาม ย่อม ต้องการที่จะดำรงชีวิตอยู่อย่างปลอดภัย ปราศจากอันตรายใดๆ ที่จะมารบกวนหรือขัดขวางการทำเลี้ยงชีพของตนรัฐก็เฉกเช่นเดียวกันกับบุคคล แม้ว่า รัฐจะไม่มีชีวิตเหมือนบุคคลทั่วไปก็ตาม แต่รัฐก็ ต้องการความอยู่รอด คือต้องการดำรงความเป็นรัฐอยู่ตลอดไป แต่การดำรงความอยู่รอดดังกล่าว รัฐก็ย่อมต้องการมีเสรีภาพ (Liberty) มีความมั่นคงปลอดภัย (Security) และมีความผาสุกสมบูรณ์ (Wealth) ด้วย และการที่จะมีสิ่งเหล่านี้ได้นั้น รัฐก็จะต้องมีพลังอำนาจ (National Power) ที่เข้มแข็ง เพื่อจะได้เป็นเครื่องมือในการพิทักษ์รักษาสิ่งต่าง ๆ ที่เป็นความต้องการ หรือที่เป็นผลประโยชน์ของชาติ (National Interests) ไว้ให้ได้ และการพิทักษ์รักษานี้จำเป็นจะต้องรักษาองค์ประกอบของรัฐไว้ให้ได้ทุกองค์ประกอบ รัฐก็จะดำรงอยู่ต่อไปโดยไม่สิ้นชาติ เมื่อพิจารณาถึงองค์ประกอบของรัฐดังกล่าวแล้ว ความหมายของความมั่นคงของชาติก็ น่าจะต้องเกี่ยวข้องหรือมีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบของรัฐด้วย ดังที่มีผู้ให้ความหมายไว้ค่อนข้าง จะไม่แตกต่างกันดังนี้ “ความมั่นคงแห่งชาติ หมายถึง สภาพที่ชาติบ้านเมือง สามารถดำรงอยู่ด้วยความ ปลอดภัยทั้งในด้านเอกราช อธิปไตย ในด้านบูรณภาพแห่งดินแดน ในด้านความ ปลอดภัยและผาสุกของ ประชาชน ในด้านระบบการปกครองของประเทศและวิถีการดำเนินชีวิต” “ความมั่นคงแห่งชาติ หมายถึง การให้เอกราชของชาติ บูรณภาพของดินแดนและสวัสดิภาพของประชาชนอยู่ในความมั่นคงและปลอดภัย รวมตลอดถึงการให้ประเทศดำรงอยู่ในการปกครองระบอบประชาธิปไตยภายใต้รัฐธรรมนูญแห่งประเทศไทย” ดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่าเรื่องของความมั่นคงแห่งชาติเป็นเรื่องที่ค่อนข้างจะมีความหมาย กว้างขวางครอบคลุมไปเกือบจะแทบทุกเรื่อง รวมทั้งนโยบายหรือการปฏิบัติหน้าที่ของรัฐบาลด้วยหลายประเทศ (รวมทั้งสหรัฐฯ) จะคงความหมายของคำว่า “ความมั่นคง” ไว้ในรูปของนามธรรม ซึ่งจะแปรเปลี่ยนได้เมื่อมีความจำเป็น ตัวอย่างเช่น เรื่องของความมั่นคงของประเทศหนึ่ง อาจหมายถึง ความหายนะของอีกประเทศหนึ่งในสมัยหนึ่ง และในอีกสมัยหนึ่งจะกลายเป็นเรื่องของความร่วมมือ หรือเป็นมิตรประเทศกันก็ได้ ระหว่างสงครามโลกครั้งที่สอง สหรัฐฯ ต้องเข้าสู่สงครามด้วยความจำเป็น เพราะถูกญี่ปุ่นใช้เครื่องบินโจมตีฐานทัพของตนที่เพิร์ลฮาร์เบอร์ อย่างแหลกลาญ เมื่อวันที่ 7 ธันวาคม พ.ศ.2484 (ตรงกับวันที่ 8 ธันวาคม ในประเทศไทย) ในระยะนั้น สหรัฐฯ ไม่ได้มีการจัดสภาความมั่นคงแห่งชาติแต่อย่างใด ทำให้ขาดประสิทธิภาพในการควบคุมและการประสานงานระหว่างการเมืองและการทหารรวมทั้งการระดมสรรพกำลังเพื่อสนับสนุนการสงครามให้ได้ชัยชนะ สหรัฐฯ ต้องใช้เวลานานถึง 19 เดือนเศษ

จึงสามารถกอบกู้สถานการณ์ระดมสรรพกำลังต่างๆ และขยายกำลังกองทัพบุกให้พร้อมที่จะเผชิญหน้ากับการสงครามสูงกว่าที่มีอยู่เดิมถึง 15 เท่า ดังนั้น เมื่อสงครามโลกครั้งที่ 2 ได้ยุติลง สหรัฐฯ จึงได้ออกรัฐธรรมนูญจัดตั้งสภามั่นคงแห่งชาติขึ้นเมื่อปีค.ศ.1947 (พ.ศ.๒๔๙๐) เรียกว่า “National Security Act of 1947” ซึ่งต่อมาประเทศไทยของเราก็เห็นความจำเป็นในการจัดตั้งสภาความมั่นคงแห่งชาติขึ้น เพื่อวัตถุประสงค์ที่จะให้เป็นหน่วยงานของชาติในการพิจารณาใช้ทรัพยากรของชาติให้บรรลุถึง จุดประสงค์หรือเป้าหมายของชาติอย่างมีประสิทธิภาพ โดยได้ออกพระราชบัญญัติจัดตั้งสภาความมั่นคง แห่งชาติ เมื่อปี พ.ศ.2502 อย่างไรก็ตาม แม้ว่าจะได้ออกพระราชบัญญัติจัดตั้งสภาความมั่นคงแห่งชาติขึ้นมาแล้ว แต่พระราชบัญญัตินี้กลับไม่ได้นิยามศัพท์ความหมายของสภาความมั่นคงแห่งชาติไว้แต่อย่างใด คง ปล่อยให้อยู่ในรูปนามธรรม ใครใคร่นำไปใช้ก็ตีความเอาเอง ซึ่งก็จะเป็นปัญหาของการตีความทางกฎหมายต่อไปได้ เพราะเรื่องความมั่นคงนี้ได้ปรากฏอยู่ในกฎหมายรัฐธรรมนูญด้วย และในที่สุดก็คง จะตกเป็นหน้าที่ของคณะกรรมการตุลาการรัฐธรรมนูญที่จะต้องวินิจฉัยต่อไป มีข้อสังเกตอยู่ประการหนึ่ง คือ ในพระราชบัญญัติว่าด้วยการบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉิน พ.ศ.2495 ได้ให้คำนิยามเกี่ยวกับความมั่นคงแห่งชาติไว้ดังนี้ “ความมั่นคงหรือความปลอดภัยแห่งราชอาณาจักร หมายความว่า การให้เอกราช ของชาติหรือสวัสดิภาพของประชาชนอยู่ในความมั่นคง ปลอดภัย รวมตลอดถึงการให้ประเทศดำรงอยู่ในการปกครองระบอบประชาธิปไตย ภายใต้รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย” จากความหมายตามแนวความคิดของบุคคลต่างๆ รวมทั้งพระราชบัญญัติที่เกี่ยวข้องซึ่งยังมีผลใช้บังคับอยู่ในปัจจุบันดังกล่าว พอจะสรุปสาระสำคัญได้ว่าความมั่นคงแห่งชาติประกอบด้วยองค์ประกอบที่สำคัญ 4 ประการ ดังนี้ 1. เอกราช 2. บูรณภาพแห่งดินแดน 3. สวัสดิภาพของประชาชน 4. การปกครองระบอบประชาธิปไตย ภายใต้รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักร

นอกจากนี้ สถาบันการศึกษาในสหรัฐฯ 2 แห่ง ได้ให้คำนิยามศัพท์ของความมั่นคงแห่งชาติ ไว้ดังนี้ National Security (USACGSC = รร.สธ.ทบ.) “The Protection of a nation from all types of external aggression, espionage, hostile reconnaissance, sabotage, subversion, annoyance, and other inimical influence” ถอดออกเป็นภาษาไทยได้ว่า “ความมั่นคงแห่งชาติ หมายถึง การป้องกันชาติให้พ้นจากอันตรายทั้งปวง อันได้แก่ การรุกรานจากภายนอก การจารกรรม การลาดตระเวนของข้าศึก การวินาศกรรม การบ่อนทำลาย การ รบกวม และอิทธิพลอื่น ๆ ซึ่งจะเป็นอันตรายอย่างร้ายแรงแก่ชาติ” National Security (JCS Pub.I = พจนานุกรมคณะเสนาธิการร่วม เล่ม 1. “A collective term encompassing both defense and foreign relations of the US. Specifically, by the condition provided by. (a) a military or defense advantage over any foreign nation or group of nations. (b) a favorable foreign relations position or (c) defense posture capable of successfully resisting hostile or destructive action from within or without overt or covert.” ถอดออกเป็นภาษาไทยได้ว่า “ความมั่นคงแห่งชาติหมายรวมถึง ทั้งการป้องกันประเทศของสหรัฐฯ และประเทศที่มีความสัมพันธ์กับสหรัฐฯ โดยเฉพาะภายใต้สถานการณ์ดังนี้ 1. การได้เปรียบทางทหารหรือการป้องกันชาติอื่นๆ หรือกลุ่มของชาติอื่นๆ 2. ที่ตั้งเกื้อกูลแก่ต่างประเทศที่มีความสัมพันธ์กับสหรัฐฯ หรือ 3. การป้องกันการวางกำลังของข้าศึกที่มีขีดความสามารถในการต้านทานสูง หรือ การทำลาย การปฏิบัติจากภายใน

หรือภายนอก, ทั้งเปิดเผยและปกปิด” การให้ความหมาย หรือนิยามศัพท์ “ความมั่นคงแห่งชาติ” ของสถาบันทั้งสองแห่งอาจกล่าวได้ว่า โรงเรียนเสนาธิการทหารบกสหรัฐฯ ให้ความหมายเกี่ยวกับความมั่นคงแห่งชาติค่อนข้างละเอียดมากกว่า เพราะได้ขยายความถึงภัยที่จะเกิดขึ้นแก่ชาติในรูปร่างต่าง ๆ กัน ทั้งในรูปของการรุกรานจากภายนอก อันเกิดจากการกระทำของข้าศึกและในรูปของการรุกรานจากภายใน อันได้แก่ การบ่อนทำลาย การก่อวินาศกรรม แม้กระทั่งอิทธิพลอื่นๆ ซึ่งเป็นสาเหตุหรือเป็นเงื่อนไขของการก่อความไม่สงบที่นับว่าเป็นภัยอันตรายอย่างร้ายแรงต่อความมั่นคงแห่งชาติในปัจจุบัน

ส่วนคำนิยามศัพท์ของคณะเสนาธิการร่วมนั้น เป็นเรื่องของชาติมหาอำนาจโดยตรงมากกว่า และไม่เหมาะสมที่จะนำมา ประยุกต์ใช้ในบ้านเมืองของเรา เมื่อเราได้พิจารณาถึงความหมายต่างๆ ที่บุคคลซึ่งมีชื่อเสียงได้ให้ทัศนะไว้ รวมทั้งจากสถาบันสำคัญดังกล่าวข้างต้น อาจอนุมานได้ว่าการที่ชาติจะมีความมั่นคงและปลอดภัยจากอันตรายทั้งปวงได้นั้น จะต้องปราศจากสิ่งที่เราเรียกกันว่า “ภัยคุกคาม” (Threats) ทั้งปวงและอาจแบ่งลักษณะ ของภัยคุกคามได้ออกเป็น 2 ลักษณะด้วยกัน คือ 1. ภัยคุกคามจากภายนอก หมายถึง การรุกรานซึ่งเกิดขึ้นจากการกระทำของข้าศึกทั้งปวง ทั้งโดยทางตรง และทางอ้อม และไม่ว่าจะเป็นการประกาศสงครามหรือไม่ประกาศสงครามก็ตาม 2. ภัยคุกคามภายใน ภัยคุกคามตามลักษณะนี้ อาจเกิดขึ้นจากการปฏิบัติการก่อการร้าย หรือการก่อความไม่สงบของกลุ่มบุคคลที่มีอุดมการณ์ทางการเมืองที่แตกต่างกัน หรืออาจเกิดจากกลุ่มที่มีความไม่พอใจการปกครองของรัฐบาลในปัจจุบัน และการก่อการจลาจลหรือความไม่สงบขึ้นด้วยวิธีการต่างๆ เช่น การก่อวินาศกรรม การลอบยิงหรือสังหารบุคคลสำคัญๆ การบ่อนทำลาย ฯลฯ เป็นต้น ซึ่งการกระทำ เช่นนี้ก็เพื่อต่อต้านการบริหารงานของรัฐบาลของประเทศนั่นเอง โดยมีเป้าหมายที่จะล้มล้างอำนาจอธิปไตยของรัฐในที่สุด และสามารถเข้าควบคุมอำนาจอธิปไตยของรัฐได้โดยสิ้นเชิง การประเมินค่าความมั่นคงแห่งชาติ การประเมินค่าความมั่นคงแห่งชาติในเชิงรูปธรรม ก็คือ การกำหนดหรือระบุลงไปว่า ความมั่นคงแห่งชาติมีมากน้อยเพียงใด ซึ่งอาจอาศัย การพิจารณาปัจจัยจากองค์ประกอบพื้นฐานของ พลังอำนาจของชาติ 4 ประการด้วยกัน คือ การเมือง เศรษฐกิจ สังคม-จิตวิทยา และการทหาร แต่การ ประเมินค่าที่จะกล่าวต่อไปนี้ เป็นการประเมินค่าที่แตกต่างไปจากการประเมินยุทธศาสตร์ชาติ (National Strategic Appraisal) ซึ่งมีขั้นตอนค่อนข้างสลับซับซ้อน และต้องอาศัยข้อมูลเปรียบเทียบระหว่างชาติต่างๆ ทั้งชาติที่เป็นมิตรประเทศและชาติที่เป็นภัยคุกคามโดยมีเกณฑ์พิจารณาที่เป็นมาตรฐานอันเหมาะสม

1. ความมั่นคงแห่งชาติทางการเมือง ความมั่นคงแห่งชาติทางการเมือง อาจพิจารณาแบ่งออกเป็น
- 2 ประการ คือ ความ มั่นคงแห่งชาติทางการเมืองในประเทศ และความมั่นคงแห่งชาติทางการเมืองระหว่างประเทศ ข้อพิจารณาสำหรับความมั่นคงแห่งชาติทางการเมืองในประเทศที่สำคัญ ได้แก่ ความศรัทธาของประชาชนส่วนใหญ่ในประเทศ พร้อมทั้งจะให้การสนับสนุนต่อระบอบการปกครอง และการบริหารงานของรัฐบาลที่เป็นอยู่ในขณะนั้นมากน้อยเพียงใด ประเทศใดก็ตามที่มีประชาชน ซึ่งมีความเชื่อถือมีศรัทธา มีความจงรักภักดี และพร้อมที่จะให้การสนับสนุนระบอบการปกครอง และรัฐบาลอย่างจริงจังเป็นจำนวนมากแล้ว ความมั่นคงแห่งชาติทางการเมืองในประเทศก็ยิ่งมีมากขึ้นในทางตรงกันข้ามหากประชาชนมีความไม่พอใจในระบอบการปกครองหรือการบริหารงานของรัฐบาล ในระยะนั้นเป็นจำนวนมากในเวลาเดียวกันก็มีศรัทธาและความพร้อม

ที่จะให้การสนับสนุนรัฐบาลน้อย ก็อาจพิจารณาได้ว่า ประเทศนั้นยังไม่มีความมั่นคงแห่งชาติ ทางด้านการเมืองภายในประเทศ ดังจะเห็นได้จากประเทศที่มีระบบการปกครองแบบประชาธิปไตย แต่แนวความคิดของประชาชนเกี่ยวกับ ระบอบประชาธิปไตยไม่ตรงกัน ก็มักจะมีปัญหาทางด้านการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองอยู่บ่อยๆ มีผู้กล่าวไว้ว่า เสถียรภาพและความมั่นคงของระบอบการเมือง เป็นปัจจัยสำคัญที่สุดอันหนึ่งในการเสริมสร้างความมั่นคงแห่งชาติ โดยเฉพาะในประเทศที่กำลังพัฒนา ซึ่งมักมีปัญหาว่า วนวายทางการเมืองเป็นเหตุให้รัฐบาลขาดเสถียรภาพและล้มลุกคลุกคลาน ไม่ได้รับการยอมรับจากประชาชน ผู้นำทางการเมืองทำการฉ้อราษฎร์บังหลวงในรูปแบบต่างๆ ทำให้เกิดความวุ่นวายอยู่เป็นประจำ และกลุ่มอิทธิพลจะถือเป็นปัจจัยในการปฏิวัติหรือรัฐประหารต่อไป ซึ่งถือกันว่าเป็น “วงจร อุบาทว์” (Vicious Circle) ของระบบการเมืองภายในประเทศ สำหรับในประเทศพัฒนาแล้ว ประเด็นนี้ ไม่ค่อยได้กล่าวถึงกันนัก เพราะระบบการเมืองในประเทศเหล่านี้ค่อนข้างจะมีความมั่นคงพอสมควร สำหรับความมั่นคงแห่งชาติทางด้านการเมืองระหว่างประเทศนั้นขึ้นอยู่กับทางด้านการเมืองระหว่างประเทศของรัฐบาลเป็นสำคัญ กล่าวคือ ถ้าหากนโยบายต่างประเทศไม่เหมาะสม เป็นต้นว่านโยบายต่างประเทศที่แถลงออกไปนั้น เป็นผลให้ไปสร้างศัตรูกับประเทศของตนรอบด้านหรือในการปฏิบัติการอย่างใดอย่างหนึ่ง เป็นผลให้เกิดการผลักดันต่อประเทศอื่นๆ รวมตัวกัน สกัดกัน หรือขัดขวางผลประโยชน์ของชาติของตนเองหรือไปรวมตัวกันร่วมทำสงครามกับประเทศใดประเทศหนึ่งเช่นนี้ความมั่นคงแห่งชาติ ทางด้านการเมืองระหว่างประเทศก็จะสูญเสียไป อย่างไรก็ตาม การดำเนินนโยบายทางการเมืองระหว่างประเทศนั้น ย่อมมีความสัมพันธ์กับความมั่นคงภายในประเทศด้วย หรืออีกนัยหนึ่งอาจกล่าวได้ว่า หากจะให้การดำเนินนโยบายทางการเมืองระหว่างประเทศเกิดประสิทธิผลเต็มที่ ก็จะต้องสร้างความมั่นคงภายในให้สูงขึ้น และในเวลาเดียวกันก็จะต้องมุ่งถึงผลประโยชน์ของชาติเป็นสำคัญ โดยเสริมสร้างมิตรให้มากขึ้น และหลีกเลี่ยงที่จะสร้างศัตรูโดยไม่จำเป็น

2. ความมั่นคงแห่งชาติทางเศรษฐกิจ โดยธรรมดาจะมุ่งพิจารณาในเรื่องที่เกี่ยวกับฐานะทางเศรษฐกิจของประเทศเป็นหลักอันได้แก่ความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากร ความเป็นปึกแผ่นในด้านการค้า การอุตสาหกรรม การเงิน ตลอดจนความอยู่ดี มีความสุขของคนในชาติ ฯลฯ เป็นต้น สำหรับการที่จะมองว่าสังคมใดมีความมั่นคงทางเศรษฐกิจหรือประชาชนโดยทั่วไปของชาตินั้นสามารถที่จะมีรายได้เพื่อเลี้ยงดูตนเองและครอบครัวได้อย่างกว้างขวางทั่วถึงกันหรือไม่นั้น ก็จะต้องอาศัยดูทางรายได้เฉลี่ยต่อบุคคลต่อปีของประชากร ทั้งประเทศ (Per Capita) อย่างไรก็ตามรายได้เฉลี่ยต่อบุคคลเป็นแต่เพียงข้อมูลเบื้องต้นในการพิจารณาเท่านั้น ควรจะต้องพิจารณาปัจจัยอื่นๆ เพิ่มเติมอีก เพื่อให้ทราบรายละเอียดมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะในเรื่องของการกระจายรายได้ว่าเป็นไปในลักษณะที่เป็นธรรมหรือไม่ กล่าวคือ ความแตกต่างในเรื่องรายได้ของแต่ละบุคคลต้องพยายามไม่ให้แตกต่างกันมากนัก เช่น มีบุคคลกลุ่มเล็กๆ บางกลุ่มเท่านั้นที่มีรายได้สูง แต่ประชาชนส่วนใหญ่ของประเทศซึ่งประกอบอาชีพเกษตรกรรมในชนบท ยังมีความยากจนมาก ในกรณี เช่นนี้จะถือว่าประเทศนั้นมีความมั่นคงทางเศรษฐกิจยังไม่ได้ ในสังคมปัจจุบันปรากฏว่า มีอุดมการณ์ทางการเมืองอันเป็นที่ยอมรับกันอย่างแพร่หลายว่าการกระจายรายได้ในเรื่องสังคมนั้น ควรจะเป็นไปในลักษณะที่รายได้ของผู้มีอันจะกินกับรายได้ของประชาชนผู้ยากไร้ ไม่ควรจะต้องแตกต่างกันมากนัก หากในสังคมใดมีความแตกต่างกันมากทางด้านรายได้แล้ว ก็มักจะเกิดปัญหาความขัดแย้งต่าง ๆ ตามมา ซึ่งจะเป็นทางนำไปสู่การก่อ

ความไม่สงบ หรือการปฏิวัติและมักจะเกิดขึ้นอยู่เสมอสำหรับประเทศด้อยพัฒนา 3. ความมั่นคงแห่งชาติทางสังคม-จิตวิทยา (Socio-psychology) สังคมจิตวิทยา (Sociology) เป็นวิชาที่ศึกษาความสัมพันธ์ของมนุษย์ในสังคม โดยธรรมชาติมนุษย์ที่อยู่ร่วมกันในสังคมย่อมจะต้องมีการติดต่อสัมพันธ์กันอยู่เสมอ และความสัมพันธ์ เหล่านี้จะประกอบเป็นโครงสร้างของสังคม (Social Structure) ซึ่งจะมีอิทธิพลอย่างมากเหนือพฤติกรรม ของบุคคล ดังนั้น สังคมวิทยาจึงมุ่งศึกษาโครงสร้างของสังคม ส่วนจิตวิทยาสังคม (Social Psychology) นั้นมุ่งศึกษาพฤติกรรมของปัจเจกชน (Individual) เป็นสำคัญ อย่างไรก็ตาม สังคมวิทยาเป็นเรื่องของนามธรรมจึงเป็นการยากที่จะทำความเข้าใจให้ละเอียดลึกซึ้ง และต้องอาศัยวิชาแขนงอื่นๆ ของ สังคมศาสตร์ประกอบในการศึกษาชีวิตของสังคม ซึ่งจะช่วยให้ได้คำตอบที่สมบูรณ์ขึ้น คำว่า “สังคมวิทยา” นี้ บุคคลส่วนมากไม่นิยมเรียกกัน แต่จะเรียกสั้นๆ ว่า “สังคม” เท่านั้น และนำไปใช้ปฏิบัติกันแพร่หลายอยู่ในปัจจุบัน เช่น นโยบายของรัฐบาลในด้านสังคม สภาพพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ รองนายกรัฐมนตรีด้านสังคม ฯลฯ เป็นต้น สำหรับแนวความคิดทางยุทธศาสตร์เกี่ยวกับความมั่นคงแห่งชาติที่เกี่ยวข้องนั้น ในปัจจุบันมักนิยมเรียก “สังคม-จิตวิทยา” (Socio-Psychology) เพราะให้ความหมายที่กว้างกว่า คำว่า “สังคมวิทยา” หรือ “สังคม” เพียงอย่างเดียว คือ เพิ่มคำว่า “จิตวิทยา” เข้าไปด้วยเพราะศาสตร์ว่าด้วยจิตวิทยานั้นเป็นศาสตร์ที่มีระเบียบและวิธีการค้นคว้าหาความรู้ (Psychological Inquiry) เกี่ยวกับสาเหตุของพฤติกรรมต่างๆ ทุกพฤติกรรมที่เกิดขึ้นย่อมต้องมี สาเหตุ จิตวิทยา จึงเป็นเรื่องของการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างจิตใจกับพฤติกรรม ความมั่นคงแห่งชาติด้านสังคม-จิตวิทยา ส่วนมากจะพิจารณาถึงความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของประชาชนโดยทั่วไปว่าจะได้รับความคุ้มครองจากรัฐ และเจ้าหน้าที่ของรัฐ เพียงพอหรือไม่ หากประชาชนโดยทั่วไปได้รับความคุ้มครองเพียงพอ ประชาชนก็จะสามารถดำรงชีวิต อยู่ได้ด้วยความมั่นใจในความปลอดภัยจากอันตราย ปราศจากความตื่นกลัวและความวิตกกังวลต่าง ๆ รัฐ ใดก็ตามที่สามารถให้ความคุ้มครองแก่ประชาชนของตนทั้งชีวิตและทรัพย์สินได้เป็นอย่างดี รัฐนั้นๆ ก็จะมี ความมั่นคงที่ดีตามไปด้วย นอกจากนั้นความมั่นคงแห่งชาติด้านสังคม-จิตวิทยา ยังจะต้องพิจารณาถึง เรื่องความเป็นธรรมในสังคม (Social Justification) ประกอบด้วย ความเป็นธรรมในสังคมนี้หมายถึง ความเป็นธรรมที่ได้รับจากกระบวนการยุติธรรมของรัฐเป็นสำคัญ กล่าวคือหากประชาชนมีปัญหาขัดแย้งเกิดขึ้น ก็จะได้รับพิจารณาตามขั้นตอนของกระบวนการยุติธรรมที่จะให้ความเป็นธรรมแก่เขาได้ โดยไม่มีอิทธิพลจากกลุ่มผลประโยชน์ใดๆ มาบีบบังคับ ฉะนั้น ถ้าประชาชนส่วนใหญ่ของประเทศมีความรู้สึก ว่า ตนมีความปลอดภัยใน ชีวิตและทรัพย์สินและหากเกิดปัญหาข้อขัดแย้งใดๆ ขึ้น หรือมีการกระทำในบางสิ่งบางอย่างที่ไม่ชอบ ด้วยกฎหมายของบ้านเมืองหรือประเพณีอันดีงามของสังคม นั้นแล้ว เขาจะได้รับการพิจารณาด้วยความ เป็นธรรม เช่นนี้ก็เรียกได้ว่าสังคมนั้นมีความมั่นคง หนึ่งปัญหาของการว่างงานหรือการไม่มีงานทำนับ ได้ว่าเป็นปัญหาสำคัญยิ่งในสังคมปัจจุบัน ถึงแม้ว่า จะเป็นปัญหาทางเศรษฐกิจก็ตาม แต่ก็มีผลกระทบต่อ สังคมเป็นอย่างมาก ยิ่ง เพราะหากมีผู้ว่างงานมากในรัฐใด รัฐนั้นก็ย่อมเกิดความไม่สงบสุขขึ้นอย่างแน่นอน และจะมีผลกระทบต่อความมั่นคงตามไปด้วย ไม่ว่าประเทศนั้นจะเป็นประเทศกำลังพัฒนาหรือพัฒนา แล้วก็ตาม ฉะนั้นปัญหาทางเศรษฐกิจจึงมีส่วนสัมพันธ์และมีผลกระทบต่อสังคม-จิตวิทยาโดยตรง 4. ความมั่นคงแห่งชาติ ด้านการทหาร การที่ประเทศชาติจะมีความมั่นคงทางการทหารเพียงใดนั้น นอกจากจะต้องมีกำลัง

ทหาร อาวุธ ยุทธโธปกรณ์ ในการป้องกันประเทศ และรักษาความสงบสุขภายในประเทศอย่างเพียงพอแล้วกำลังทหารและหน่วยถืออาวุธดังกล่าวจะต้องมีการดำเนินการทางยุทธศาสตร์ และยุทธวิธีอย่าง เป็นระบบ เพื่อให้สามารถเอาชนะการคุกคามทั้งภายในและภายนอกประเทศได้อีกด้วย

กล่าวได้ว่า ถ้าชาติใดมีปัจจัยสนับสนุนการรบได้มากกว่าแล้วจะต้องเป็นฝ่ายที่มีความมั่นคงแห่งชาติสูงกว่าอีกชาติหนึ่ง หรือจะสามารถรักษา ความสงบภายในประเทศได้เสมอไป รายละเอียดที่ควรพิจารณาเพิ่มเติมนั้นกรุณาดูในเรื่อง(พลังอำนาจ แห่งชาติ) ประกอบด้วยความสัมพันธ์ระหว่างความมั่นคงแห่งชาติกับยุทธศาสตร์ชาติ ได้กล่าวมาแล้วว่า รัฐจะดำรงความเป็นรัฐอยู่ได้รัฐจะต้องมีองค์ประกอบที่สำคัญครบถ้วน ทั้ง 4 ประการ คือ ประชากร ดินแดน รัฐบาล และอำนาจอธิปไตย และรัฐจะขาดองค์ประกอบอย่างหนึ่ง อย่างใดไปไม่ได้ เพราะจะไม่มีความเป็นรัฐที่ครบถ้วนสมบูรณ์ แต่การที่รัฐจะสามารถดำรงความเป็นรัฐ อยู่ได้นานเพียงไรนั้น นอกจากจะมีองค์ประกอบครบถ้วนดังกล่าวแล้ว รัฐยังจะต้องปราศจากสิ่งที่จะมา คุกคามหรือมาทำลาย หรืออาจจะกล่าวได้อีกอย่างหนึ่งว่า รัฐจะต้องปราศจากอันตรายใดๆ ทั้งปวง ไม่ว่าจะภัยอันตรายหรือภัยคุกคามนั้นจะเป็นในลักษณะใดก็ตาม หากรัฐปราศจากภัยอันตรายหรือภัยคุกคามใดๆ แล้วประชาชนในรัฐนั้นก็จะสามารถดำรงชีวิตอยู่ได้ด้วยความมั่นใจในความปลอดภัย ทั้งชีวิตและทรัพย์สินด้วยประการทั้งปวง รวมทั้งปราศจากความตื่นกลัวและความวิตกกังวลต่างๆ การที่ประชาชนในชาติหรือรัฐนั้นดำรงชีวิตอยู่ได้โดยปกติ และรัฐยังคงดำรงความเป็นเอก ราชและมีอำนาจอธิปไตยโดยสมบูรณ์เช่นนี้ อาจเรียกได้ว่า ชาตินั้นอยู่รอด และ “ความอยู่รอดของชาติ” (Survival) นี้เอง นับเป็น “ผลประโยชน์ที่สำคัญยิ่งของชาติ” (National Vital Interests) ประการหนึ่ง แม้ว่าความอยู่รอดของชาติค่อนข้างจะมีความหมายที่กว้างขวางและมีลักษณะที่เป็นนามธรรม (Abstract) ก็ตาม แต่ก็อาจจำกัดขอบเขตให้แคบลงไปให้เห็นชัดเจนขึ้น กล่าวคือความอยู่รอดของชาติหรือชาติจะอยู่รอดปลอดภัยได้นั้น จะต้องมีการรักษาความเป็นชาติเอาไว้ให้ได้เอกลักษณ์ที่พอจะพิสูจน์ทราบหรือแสดงความเป็นชาติให้เห็นได้ ที่สำคัญมี 3 ประการ ดังนี้ ประการแรก : ได้แก่สถาบัน (Institution) และวัฒนธรรมต่างๆ ที่คนในชาตินิยมเคารพนับ ถือเหมือนๆ กัน เช่น การยอมรับนับถือประมุขหรือหัวหน้าคนเดียวกัน ซึ่งประมุขหรือหัวหน้านั้นอาจอยู่ในรูปของพระมหากษัตริย์ พระราชินี ประธานาธิบดี หรือประธานพรรคการเมืองก็ได้ แล้วแต่ลัทธิการปกครองและเศรษฐกิจที่ประเทศนั้นใช้อยู่ ประการที่สอง : ได้แก่ การอยู่ร่วมเป็นกลุ่มหรือเป็นพวกเดียวกัน พูดภาษาเดียวกัน ใช้ขนบธรรมเนียมประเพณีเหมือนๆ กัน และเคารพในความเชื่อ (Belief) หรือศาสนาเดียวกัน ประการที่สาม : ได้แก่ ความเจริญก้าวหน้าของคนในชาติ เพราะถ้าหากคนในชาติไม่มีการขยายปริมาณและมีการดำรงชีพทันต่อความเจริญและความเปลี่ยนแปลงของโลกหรือสิ่งแวดล้อมแล้วชาตินั้นก็มีแต่จะอับเฉาและหดตัวลง และคนในชาติก็จะสูญสิ้นเผ่าพันธุ์ไปในที่สุด ดังนั้น จึงน่าจะยอมรับโดยทั่วไปว่า ความอยู่รอดของชาติย่อมมีความสำคัญต่อชาติอย่างยิ่ง หากมีสิ่งใดๆ ก็ตามที่จะมีผลกระทบกระเทือนต่อความอยู่รอดของชาติแล้ว ชาตินั้นๆ ย่อมจะไม่มี ความ มั่นคงปลอดภัย และสิ่งดังกล่าวเหล่านั้นเองก็อยู่ในขอบข่ายของผลประโยชน์ของชาติทั้งสิ้น หรืออาจกล่าวได้อีกอย่างหนึ่งว่าสิ่งใดที่มีผลกระทบกระเทือนต่อผลประโยชน์ของชาติ สิ่งนั้นก็ย่อมมีผลกระทบกระเทือนต่อความอยู่รอดของชาติด้วย ขอให้สังเกตว่าผลประโยชน์ของชาตินั้นเป็นเป้าหมาย หรือจุดหมายปลายทางอันสำคัญที่ชาติมุ่งให้บรรลุถึง หรืออีกนัยหนึ่งก็คือ ผลประโยชน์ของชาติ คือ หัวใจสำคัญของ

ยุทธศาสตร์ชาตินั้นเอง ฉะนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่าความสัมพันธ์ระหว่างความมั่นคงของชาติกับยุทธศาสตร์ชาตินั้นเป็นสิ่งที่แยกออกจากกันได้ยาก และจะต้องมีการปฏิบัติควบคู่กันตลอดไป โดยเฉพาะอย่างยิ่งก็คือ ในการวางแผนและปฏิบัติการต่างๆ เพื่อที่จะรักษาผลประโยชน์ของชาติอันเป็นเป้าหมายสำคัญไว้ให้ได้นั้น จำเป็นจะต้องทำแผนรายละเอียดในเรื่องนโยบายความมั่นคงแห่งชาติ เพื่อยึดถือเป็นหลักปฏิบัติต่อไป และเรื่องรายละเอียดเพิ่มเติมจะได้นำไปกล่าวไว้ในบทต่อไป อย่างไรก็ตามมีที่น่าสังเกตว่าในการที่จะดำเนินการเพื่อให้บรรลุเป้าหมายของชาตินั้น จำเป็นจะต้องใช้เครื่องมือของชาติทั้งปวงที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด และอย่างมีประสิทธิภาพ เครื่องมือนี้นี้ก็คือ “พลังอำนาจของชาติ” (National Power) ซึ่งพลังอำนาจของชาตินั้นก็มีอยู่ มากมายด้วยกันรวมทั้งองค์ประกอบที่ไม่มีตัวตนอันได้แก่ ศักดิ์ศรี หรือทักษะของชาติที่มีอยู่ เช่นเดียวกับองค์ประกอบที่มีตัวตน เช่น อาวุธและวัตถุระเบิดต่างๆ เป็นต้น ผู้ที่มีส่วนร่วมหรือส่วนที่เกี่ยวข้องกับกรรมวิธีหรือกระบวนการต่างๆ ของความมั่นคงแห่งชาติ รวมทั้ง นายทหารชั้นสำคัญๆ ของกองทัพจะต้องมีความเข้าใจอย่างถูกต้องและลึกซึ้งถึงเรื่องความมั่นคงแห่งชาติ รวมทั้งองค์ประกอบของพลังอำนาจอันสลับซับซ้อน เพราะกรรมวิธีทางการเมืองและระบบราชการอาจก่อความยุ่งยากลำบากอยู่เสมอ ในเมื่อนโยบายต่าง ๆ ได้พัฒนาขึ้นตามลำดับ และโดยเฉพาะอย่างยิ่งได้มีการเคลื่อนย้ายกำลังทหารเข้าเผชิญกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้น และเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วอยู่ตลอดเวลา เพื่อจุดประสงค์ในการที่จะรักษาความมั่นคงของชาติให้มีสันติสุขและยั่งยืนถาวรตลอดไป

อุปสรรคและปัญหาของการดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์

ในการดำเนินงานใด ๆ ก็ตามย่อมจะมีปัญหาและอุปสรรคไม่มากก็น้อย การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ก็เช่นเดียวกัน อาจมีอุปสรรคและปัญหาที่เกิดจากสิ่งต่อไปนี้ได้

1. การเข้าใจสับสน ไขว้เขว ระหว่างการประชาสัมพันธ์ และคำศัพท์ที่มีลักษณะใกล้เคียงหรือคล้ายคลึงกัน เช่น การเผยแพร่ การประกาศ การติดต่อสื่อสาร และการโฆษณา เป็นต้น
2. การนำการประชาสัมพันธ์ไปใช้แบบผิดๆ ตามสื่อมวลชนต่างๆ
3. บุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์ยังขาดความสามารถในการทำงาน
4. ผู้บริหารยังไม่เห็นความสำคัญของการประชาสัมพันธ์
5. ปัญหาของการขยายชุมชน จะทำให้หน่วยงานหรือกิจการธุรกิจ ต้องพิจารณาความรับผิดชอบของสังคม โดยต้องอาศัยการประชาสัมพันธ์อย่างถูกวิธี
6. ผู้ทำหน้าที่ด้านการประชาสัมพันธ์ ยังขาดความสามารถทางด้านเทคโนโลยี มาช่วยเสริมในการปฏิบัติงาน ทำให้งานล่าช้า และอาจเกิดความเสียหายได้
7. ความคาดหวังที่ไม่ถูกต้อง ในการประชาสัมพันธ์ เช่น
 - 7.1 หวังกำไรในการวางแผนและดำเนินการประชาสัมพันธ์ โดยต้องการเห็นผลทันทีทันใด
 - 7.2 หลักเกณฑ์การดำเนินงานไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์
 - 7.3 การวางแผนไว้สูงหรือต่ำหรือกว้างเกินไป จนดำเนินการไม่ได้หรือไม่เกิดผลดีเท่าที่ควร

7.4 ขาดการคำนึงถึงผลสะท้อนหรือผลกระทบที่มาจากทางตรงและทางอ้อม หรือผลกระทบที่คาดไม่ถึง

7.5 ขาดการคำนึงถึงหลักการ งบประมาณค่าใช้จ่ายทั้งหมดในด้านการประชาสัมพันธ์ เมื่อเทียบกับปริมาณผลที่ได้รับ

7.6 การวัดผลงานประชาสัมพันธ์วัดได้จากความสัมพันธ์ของหน่วยงานกับประชาชน เกียรติยศ ความเชื่อถือ ศรัทธา ความนิยมรักใคร่ ฯลฯ มิใช่วัดจากผลกำไรเพิ่มขึ้น หรือขยายผลผลิต เพิ่มขึ้น

7.7 คิดว่าอำนาจ อิทธิพล เงิน และความมั่นคง จะซื้อความเลื่อมใส ศรัทธา และ ทุกสิ่งทุกอย่างจากประชาชนได้

สถานการณ์และแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงที่มีผลต่อการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ สถานการณ์ทางการเมือง เศรษฐกิจ สังคม ความมั่นคงภายในประเทศและต่างประเทศ รวมถึง แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น และความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยี สารสนเทศที่ทำให้เกิด ช่องทางการสื่อสารรูปแบบใหม่ ๆ ตลอดจน ความต้องการข้อมูลข่าวสารของประชาชน ล้วนเป็น ปัจจัยสำคัญที่มีผลกระทบต่อประชาสัมพันธ์แห่งชาติที่ต้องปรับแนวทาง การประชาสัมพันธ์ ให้เหมาะสมสอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป ทั้งนี้เพื่อให้สามารถ เผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ให้กับประชาชนในทุกส่วนของสังคมได้มีความรู้ ความเข้าใจ และเกิดทัศนคติที่ดี มีความพร้อม ต่อการป้องกันและแก้ไขปัญหาต่างๆ รวมทั้งรองรับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงได้อย่างเหมาะสม จึงจำเป็นต้องมีการวิเคราะห์สถานการณ์และแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่มีผลต่อ การประชาสัมพันธ์ของชาติ ดังนี้

1. ด้านความมั่นคง บริบทการเปลี่ยนแปลงที่นำไปสู่ภัยคุกคามรูปแบบใหม่ ภัยคุกคาม ความมั่นคงมีขอบเขตที่กว้างขวาง มีความเชื่อมโยง ซับซ้อน และส่งผลกระทบต่อประชาชนโดยตรง มากขึ้น โดยภัยที่เกิดขึ้นได้เชื่อมโยงกับบริบทโลกในมิติต่าง ๆ ทั้งมิติด้านเศรษฐกิจ สังคมและการเมือง รวมถึงการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ และผลจากการพัฒนาประเทศที่ผ่านมา ประกอบกับ การใช้ทรัพยากรธรรมชาติโดยขาดความสมดุล ได้ส่งผลกระทบต่อความมั่นคงของมนุษย์ ความมั่นคง ทางอาหาร ความเสื่อมโทรมของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และปัญหาความขัดแย้งซึ่ง ทรัพยากรที่ส่งผลต่อเนื่องนำไปสู่ความขัดแย้งระหว่างประชาชนและความขัดแย้งกับหน่วยงาน ภาครัฐ การก่อการร้ายอาชญากรรมข้ามชาติซึ่งประกอบด้วย การค้ายาเสพติด การค้ามนุษย์ การค้าอาวุธ การฟอกเงิน การกระทำอันเป็นโจรสลัด อาชญากรรมทางเศรษฐกิจ และอาชญากรรม คอมพิวเตอร์ มีแนวโน้มที่จะขยายตัวและควบคุมได้ยาก ส่งผลกระทบต่อความมั่นคงและความสงบสุข ของคนในชาติ

2. ด้านองค์กรที่เกี่ยวข้องกับสื่อ คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) กสทช. เริ่มปฏิบัติหน้าที่เมื่อวันที่ 7 ตุลาคม 2554 โดยได้รับพระบรมราชโองการโปรดเกล้าฯ แต่งตั้งตามพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และ กำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 เพื่อทำหน้าที่จัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์

และกิจการโทรคมนาคม จึงมีความสำคัญต่อการสื่อสารมวลชนและการประชาสัมพันธ์ของชาติ อย่างยิ่ง ซึ่ง กสทช. ได้กำหนดมาตรการต่าง ๆ ขึ้นหลายประการ อาทิ

2.1 จัดทำและประกาศใช้แผนแม่บทการบริหารคลื่นความถี่และตารางกำหนดคลื่นความถี่แห่งชาติ พ.ศ. 2555 แผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2555 - 2559) และแผนแม่บทกิจการโทรคมนาคม ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2555-2559)

2.2 การประมูลขอรับใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่เพื่อให้บริการโทรทัศน์ ในระบบดิจิทัลประเภทบริการทางธุรกิจระดับชาติ

2.3 การให้ใบอนุญาตทดลองประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียงเป็นการชั่วคราว สำหรับสถานีวิทยุกระจายเสียงชุมชน

2.4 ประกาศหลักเกณฑ์และวิธีการอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่ย่าน 2.1 GH หรือ 3G โดยการประมูลคลื่นความถี่ฯ ดังกล่าวเมื่อวันที่ 16 ตุลาคม 2555 และเมื่อวันที่ 7 ธันวาคม 2555 กสทช. ได้ออกใบอนุญาตให้กับผู้ประกอบการโทรคมนาคมที่เป็นผู้ชนะการประมูล จำนวน 3 ราย เพื่อประกอบกิจการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 3G และพัฒนาไปสู่การประกอบกิจการโทรคมนาคมระบบ 4G ต่อไป

3. ด้านกฎหมาย พระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของทางราชการ พ.ศ. 2540 พระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของทางราชการ พ.ศ. 2540 เป็นกฎหมายที่ให้โอกาสประชาชน ในการได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการดำเนินการต่างๆ ของรัฐ เพื่อที่ประชาชนจะสามารถแสดงความคิดเห็นและใช้สิทธิทางการเมืองได้ โดยถูกต้องกับความเป็นจริงอันเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนา ประชาธิปไตย จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่เอื้ออำนวยต่อการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของชาติ

4. ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ปัจจุบันเทคโนโลยีสารสนเทศมีความก้าวหน้ามาก มีการเพิ่มช่องทางการสื่อสารใหม่ๆ ที่ทำให้ข้อมูลข่าวสารไปสู่ประชาชนอย่างรวดเร็วไร้ขีดจำกัด เป็นปัจจัยที่เอื้ออำนวยในการเพิ่มขีดความสามารถในการพัฒนาประเทศ จำเป็นที่ประเทศไทย จะต้องใช้โอกาสความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศ ตลอดจนวิทยาการด้านต่างๆ มาเป็น ประโยชน์ในการวางรากฐานเพื่อพัฒนาการประชาสัมพันธ์และใช้การประชาสัมพันธ์เป็นเครื่องมือ ในการพัฒนาประเทศ ดังนั้น จึงควรนำเทคโนโลยีสารสนเทศสมัยใหม่เข้ามาประยุกต์ใช้ในงาน ประชาสัมพันธ์ของชาติให้เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะในการส่งเสริมสนับสนุนการประชาสัมพันธ์โครงการ หรือกิจกรรมของหน่วยงานของรัฐ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ให้เข้าถึง ทุกกลุ่มเป้าหมายได้ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาประเทศในด้านต่างๆ ต่อไป

5. ด้านการเกษตรกรรมที่หลากหลาย ประเทศไทยมีฐานการผลิตภาคการเกษตร ที่หลากหลาย ซึ่งเป็นแหล่งรายได้ และสามารถรองรับการจ้างงานได้มาก มีรายได้จากสินค้าเกษตร และอุตสาหกรรมแปรรูปเกษตรมูลค่าสูง เป็นแหล่งผลิตอาหารที่สำคัญของโลก มีทรัพยากร แหล่งท่องเที่ยวที่สวยงาม มีธุรกิจบริการที่มีความเชี่ยวชาญ มีเอกลักษณ์แห่งความเป็นไทยที่เป็น จุดเด่นเอื้อต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว รวมทั้งมีความได้เปรียบทางทำเลที่ตั้งที่เหมาะสมและปลอดภัย จากภัยธรรมชาติรุนแรงสามารถขยายฐานการผลิต การบริการ และการตลาดให้เป็นศูนย์กลางทาง เศรษฐกิจของภูมิภาคได้ จึงนับว่าเป็นโอกาสที่ดีในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของชาติ เพื่อเสริม จุดแข็งให้โดดเด่นเพิ่มมากขึ้น อาทิการประชาสัมพันธ์เผยแพร่สินค้าเกษตรและสินค้าอุตสาหกรรม

แปรรูปเกษตร เพื่อเพิ่มมูลค่าการส่งออกในตลาดต่างประเทศ นอกจากนั้น การประชาสัมพันธ์เผยแพร่สถานที่ท่องเที่ยว ประเพณี วัฒนธรรม ความมีน้ำใจ และเอกลักษณ์ของคนไทยเป็นประเด็นสำคัญในการขยายผลการประชาสัมพันธ์ออกไปได้กว้างขวางมากยิ่งขึ้น

6. ด้านสังคม โครงสร้างสังคมไทยมีการเปลี่ยนแปลงในทุกด้าน ทั้งการเปลี่ยนแปลงเป็นสังคมเมืองมากขึ้น ครอบครัวมีลักษณะเป็นครอบครัวเดี่ยว การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรที่เข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ เนื่องจากประชากรเด็กลดลง และผู้สูงอายุเพิ่มขึ้น การเปลี่ยนแปลงนี้ส่งผลให้การประชาสัมพันธ์ของชาติต้องเข้ามามีบทบาทสำคัญ อาทิการเสริมสร้างการพัฒนาชนบทและการพัฒนาเมืองด้วยการใช้ทรัพยากรร่วมกัน การบริหารจัดการปัญหาต่างๆ ของสังคมเมืองและชนบทอย่างมีประสิทธิภาพ การพัฒนาคุณภาพประชากรวัยเด็กในด้านการศึกษาและสุขภาพ การจัดสวัสดิการด้านสุขภาพและหลักประกันทางสังคมแก่ผู้สูงอายุเพิ่มขึ้น โดยการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อเสริมสร้างและสนับสนุนการดำเนินงานพัฒนาดังกล่าว

7. ด้านการปฏิรูประบบราชการ การปฏิรูประบบราชการ การกระจายอำนาจสู่ท้องถิ่น และการส่งเสริม การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาชุมชน จะเป็นโอกาสในการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงระบบงานประชาสัมพันธ์ของรัฐให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลเพิ่มมากขึ้น สิ่งสำคัญคือต้องมีการส่งเสริมและสนับสนุนให้ประชาชนในทุกภาคส่วนของสังคม โดยเฉพาะประชาชนกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้องกับโครงการภาครัฐ มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น โดยผ่านกระบวนการสื่อสารแบบสองทางมากขึ้น กล่าวคือ มีการส่งผ่านข้อมูลข่าวสารจากภาครัฐภาคเอกชนให้ประชาชนได้รับทราบอย่างต่อเนื่อง และเปิดรับฟังความคิดเห็นและการร้องทุกข์จากประชาชนในเรื่องต่าง ๆ เพื่อนำมาปรับปรุงโครงการต่อไป

8. ด้านสาธารณสุขและภัยพิบัติ ปัจจุบันปัญหาสาธารณสุขและภัยพิบัติเป็นปัญหาสำคัญของประเทศไทยการเกิดของสาธารณสุขและภัยพิบัติเพิ่มขึ้นทั้งความถี่และความรุนแรง ทั้งภัยธรรมชาติ อาทิ อุทกภัย แผ่นดินไหว เป็นต้น และภัยที่เกิดจากมนุษย์ อาทิ อัคคีภัย เป็นต้น ดังนั้น จึงจำเป็นต้องใช้การประชาสัมพันธ์ให้ความรู้ความเข้าใจด้านสาธารณสุขและภัยพิบัติ เพื่อให้ประชาชนสามารถเตรียมความพร้อมในการรับมือกับสาธารณสุขและภัยพิบัติได้อย่างเข้าใจและเหมาะสม ทั้งนี้ เพื่อเป็นการลดความสูญเสียที่เกิดขึ้น

แนวคิดการจัดทำกลยุทธ์ด้านการประชาสัมพันธ์

การวางแผนเชิงกลยุทธ์ (Strategic planning) เป็นองค์ประกอบสำคัญที่เกี่ยวข้องในการกำหนดกลยุทธ์ มีดังต่อไปนี้

การวางแผนกลยุทธ์ ต้องเริ่มจากกำหนดวิสัยทัศน์และภารกิจ (Vision and mission statement) ขององค์กร โดย Vision เป็นประโยชน์ในการกำหนดทิศทางที่องค์กรต้องการที่จะไปให้ถึงหรือเป็นการกำหนดความฝันขององค์กร ในขณะที่การกำหนดภารกิจ ได้แก่ การกำหนดขอบเขตหรือสิ่งที่องค์กรกำลังทำอยู่ วิสัยทัศน์ที่ดีไม่จำเป็นที่จะต้องประกอบด้วยข้อความที่ยาว แต่จะต้องสามารถสื่อสารให้บุคลากรขององค์กรเข้าใจได้อย่างชัดเจน ถึงทิศทางที่องค์กรจะมุ่งไปสู่ และช่วยกระตุ้นและจูงใจการทำงานของบุคลากร จากนั้นองค์กรจะมีการวางแผนกลยุทธ์ (Strategic planning) เพื่อช่วยให้บรรลุในวิสัยทัศน์ที่กำหนดไว้ ประกอบไปด้วยขั้นตอนที่สำคัญสองประการ

ได้แก่ การวิเคราะห์ทางกลยุทธ์ (Strategic analysis) และการจัดทำกลยุทธ์ (Strategic formulation) ซึ่งภายหลังจากที่องค์กรได้มีการวางแผนกลยุทธ์แล้ว สิ่งต่อไปที่องค์กรจะต้องทำคือ การนำกลยุทธ์ที่ได้วางไว้ไปสู่การปฏิบัติ ซึ่ง Balanced scorecard ถือเป็นเครื่องมือทางการจัดการที่สำคัญที่สามารถช่วยในการนำกลยุทธ์ไปสู่การปฏิบัติ โดยกำหนดเป้าหมายโดยการเปรียบเทียบ (Benchmark) กับองค์กรอื่นที่มีการดำเนินงานที่ดีกว่า Balanced scorecard สุดท้ายองค์กรสามารถแปลง Balanced scorecard ในระดับองค์กรให้กลายเป็น Scorecard ของพนักงานแต่ละคน (Personal scorecard) ซึ่งสามารถนำไปใช้ในการประเมินผลการทำงานของพนักงานแต่ละคน และนำไปเชื่อมโยงกับการจ่ายผลตอบแทนของพนักงานโดยแทนที่จะจ่ายตามเวลาในการทำงานแต่ละจ่ายตามผลการทำงานของพนักงานแต่ละคน คือ Pay-for-performance

การวางแผนเชิงกลยุทธ์จะเป็นการวางแผนการทำงาน ที่มีลักษณะแตกต่างไปจากการวางแผนโดยทั่วไป เพราะคำว่า กลยุทธ์จะเป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั้งภายนอกและภายในขององค์กร ซึ่งการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกจะหมายถึง การวิเคราะห์สภาพของการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคม การเมือง อุตสาหกรรม และคู่แข่งซึ่งจะมีผลกระทบต่อธุรกิจทั้งที่เป็นโอกาสและภัยอันตราย ส่วนการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน หมายถึง การวิเคราะห์โครงสร้างองค์กร สถานภาพทางการเงิน เทคโนโลยี วัฒนธรรม ประสิทธิภาพ และประสิทธิผลในการหาจุดอ่อนและจุดแข็งด้านต่างๆ เพื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง ซึ่งเมื่อผ่านกระบวนการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมไปแล้ว ธุรกิจก็จะได้ข้อมูลมาเพื่อประกอบการวางแผนทั้งระยะสั้น ระยะปานกลาง ระยะยาวต่อไป การวางแผนกลยุทธ์ จะต้องเป็นการวางแผนอย่างมีระบบ ซึ่งจะหมายรวมถึงการกำหนดกลยุทธ์ของหน่วยงานต่างๆ ขององค์กร ให้มีความสัมพันธ์สอดคล้องส่งเสริมซึ่งกันและกัน ซึ่งในการวางแผนกลยุทธ์นั้น แบ่งระดับที่แตกต่างกันของกลยุทธ์ออกเป็น 3 ระดับ ดังนี้

1. กลยุทธ์ในระดับองค์กรหรือระดับบริษัท เป็นกลยุทธ์ที่ครอบคลุมถึงขอบเขตการทำธุรกิจ ทิศทางของธุรกิจ และการพัฒนาธุรกิจโดยภาพรวม
2. กลยุทธ์ในระดับธุรกิจ เป็นการกำหนดกลยุทธ์ในระดับหน่วย ที่ย่อยลงไปหมายถึงการกำหนดกลยุทธ์ในด้านการตลาด เพื่อบรรลุผลต่อกลุ่มเป้าหมายลูกค้ากลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง หรือกำหนดกลยุทธ์ของการผลิตสินค้าในการเน้นความเป็นผู้นำในด้านต้นทุน เป็นต้น กล่าวได้ว่ากลยุทธ์ในระดับธุรกิจนั้น เป็นแนวทางเพื่อบรรลุทิศทางของธุรกิจที่ถูกกำหนดในระดับองค์กร
3. กลยุทธ์ในระดับปฏิบัติการ เป็นการกำหนดกลยุทธ์ในเชิงเทคนิคของหน่วยงานต่างๆ ในองค์กร เช่น การกำหนด กลยุทธ์ในด้านเทคนิค การตลาด การเงิน การผลิต การจัดการทรัพยากรมนุษย์ ดังแผนกลยุทธ์ทางด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่มีประสิทธิภาพ ควรมีแนวทางในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทรัพยากรมนุษย์ ในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทรัพยากรมนุษย์ขององค์กร เป็นกระบวนการในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน เป้าหมายหลักก็คือการวิเคราะห์ถึงจุดอ่อนจุดแข็งขององค์กรประกอบของทรัพยากรมนุษย์เมื่อเทียบกับคู่แข่ง ซึ่งมีแนวทางในการวิเคราะห์ดังนี้

3.1 การวิเคราะห์คุณภาพของฝ่ายบริหารด้านวิสัยทัศน์ ประสพการณ์ คุณธรรม และจรรยาบรรณ ความเป็นวิชาชีพ

3.2 วิเคราะห์คุณภาพ ความรู้ ประสพการณ์ของพนักงานโดยรวม

- 3.3 วิเคราะห์ขวัญ และกำลังใจของพนักงาน
 - 3.4 วิเคราะห์ประสิทธิภาพของพนักงาน
 - 3.5 วิเคราะห์ช่องว่าง และความคล่องตัวของระบบสื่อสารภายในองค์กร
 - 3.6 วิเคราะห์ประสิทธิภาพของกระบวนการตัดสินใจของบุคลากร
 - 3.7 วิเคราะห์กระบวนการในการพัฒนา และฝึกอบรมพนักงาน
 - 3.8 วิเคราะห์ความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากร
 - 3.9 วิเคราะห์ประสิทธิภาพ กิจกรรมด้านต่างๆ ในการจัดการทรัพยากรมนุษย์
4. การกำหนดวิสัยทัศน์ในเรื่องทรัพยากรมนุษย์ เป็นการนำผลสรุปจากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมมากำหนดเป็นวิสัยทัศน์ในเรื่องทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งวิสัยทัศน์ในเรื่องทรัพยากรมนุษย์นี้จะเปรียบเสมือนแนวทางและทิศทาง ในการจัดการทรัพยากรมนุษย์ขององค์กรในอนาคตระยะยาว
5. กำหนดกลยุทธ์ เป็นการกำหนดแผนกลยุทธ์ที่เป็นกระบวนการวางแผนอย่างมีระบบ ขั้นตอน สามารถปฏิบัติได้โดยยึดกรอบของวิสัยทัศน์ ภารกิจเป็นเป้าหมายขององค์กร และนำจุดอ่อนจุดแข็งจากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของการจัดการทรัพยากรมนุษย์ มาเป็นองค์ประกอบ ในการกำหนดกลยุทธ์แล้วกำหนดทางเลือกทางกลยุทธ์ เพื่อที่จะบรรลุวิสัยทัศน์ที่ได้กำหนดไว้ ขั้นตอนนี้จะเป็นการกระบวนการในการตัดสินใจ เลือกกลยุทธ์ที่เหมาะสมที่สุดนำไปปฏิบัติ ซึ่งแผนกลยุทธ์ที่เลือก จะต้องคำนึงถึงจุดอ่อน จุดแข็งของการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ตลอดจนค่านิยม และวัฒนธรรมขององค์กรด้วย

การวัดผลการปฏิบัติงานจากความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder expectation) นั้นเป็นแนวทางในการกำหนดปรับแผนกลยุทธ์ขององค์กร โดยให้ความสำคัญกับมิติด้านความหลากหลายของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์กร (Stakeholder) อันประกอบด้วย ผู้ถือหุ้น บุคลากร พนักงาน ลูกค้า ผู้รับบริการ และชุมชนหรือรัฐ ซึ่งแต่ละกลุ่มจะมีคุณลักษณะของความคาดหวังในเชิงผลลัพธ์ จากการปฏิบัติงานขององค์กรที่แตกต่างกันไป การวัดผล การปฏิบัติงานขององค์กร จึงต้องสร้างความสมดุลระหว่างความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์กรให้มีความเหมาะสม ซึ่งเป็นการพัฒนาตัวเองขึ้น วัดความสำเร็จการดำเนินงานขององค์กร โดยมุ่งที่ลักษณะของความคาดหวัง หรือผลประโยชน์ที่พึงปรับปรุงการให้บริการแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่าย ซึ่งจะเป็นองค์ประกอบในการพิจารณากำหนดตัวบ่งชี้วัดผลสำเร็จขององค์กรอีกด้วย

การจัดทำแผนแบบเป็นทางการ (Formal planning)⁴ ในขั้นตอนของการวิเคราะห์ทางเลือกและการจัดทำแผนกลยุทธ์ แผนบริหาร หรือแผนปฏิบัติการนั้น ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของการวางแผนในแต่ละกรณี โดยส่วนของการวางแผนกลยุทธ์ แผนบริหารและแผนปฏิบัติการ จะต้องมีความสอดคล้องสัมพันธ์กัน หากทำเฉพาะส่วนหนึ่งส่วนใดจะขาดความสมบูรณ์ และไม่สามารถนำไปปฏิบัติให้ประสบผลสำเร็จได้ ดังนั้นจึงต้องทำให้ครบวงจรทุกระดับ สำหรับขั้นตอนสำคัญของการจัดทำแผน คือ การกำหนดทางเลือกหรือแนวทางการปฏิบัติที่เหมาะสม โดยทั่วไปจะกำหนดทางเลือกไว้หลายๆ ทางเลือก เพื่อประโยชน์ในการเปรียบเทียบและการตัดสินใจเลือกทางเลือก อาจจะ

⁴ สมบัติ อารังธัญวงศ์. “แนวความคิดและการพัฒนา”, คณะรัฐประศาสนศาสตร์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2546.

ตัดสินใจเลือกทางเลือกใดทางเลือกหนึ่ง หรือหลายๆ ทางเลือกที่เรียกว่าชุดของการกระทำเพื่อการบรรลุเป้าหมายที่พึงประสงค์ การจัดทำแผนที่สมควรพิจารณาปัจจัยประกอบของการวางแผน ซึ่งจะทำให้ผู้บริหารและผู้ปฏิบัติ เข้าใจสภาพที่แท้จริงขององค์กรตนเอง เข้าใจถึงสิ่งแวดล้อมที่ต้องเผชิญ เข้าใจถึงการเปลี่ยนแปลงในอนาคต และประการสำคัญที่สุดของการวางแผน คือ การทำให้บุคลากรขององค์กรเกิดความเข้าใจ เห็นภาพองค์การของตนเองที่พึงประสงค์ในอนาคต และเห็นแนวทางที่จะนำไปสู่การบรรลุเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ

การวางแผนกลยุทธ์เป็นความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดระหว่าง ความสำเร็จของธุรกิจกับบริหารงานบุคคลที่มีประสิทธิภาพและการลงทุนพัฒนาคน การสอนงานพนักงาน การให้คำปรึกษาแนะนำ และการเป็นพี่เลี้ยงพนักงาน เพื่อดึงความสามารถที่ซ่อนอยู่ในตัวพนักงานแต่ละคนออกมาให้ได้มากที่สุด บริษัทหรือองค์กรจะสามารถพัฒนาไปสู่ความสำเร็จได้ จะต้องคำนึงว่า การพัฒนาพนักงานคือหน้าที่หลักขององค์กร เนื่องจาก ถ้าคนไม่มีคุณภาพ ไม่เท่าทันความต้องการของลูกค้า บริษัทจะอยู่ไม่ได้ ซึ่งแนวคิดเรื่องการลงทุนในบุคคล (Investment in people) ได้ถูกนำมาใช้มากขึ้น ซึ่งไม่ได้หมายความว่าเฉพาะการฝึกอบรมและสัมมนาเท่านั้น แต่หมายถึงการประเมินผลการพัฒนาระบบการประเมินผลการปฏิบัติงานให้ได้คุณภาพยิ่งขึ้น ได้แก่ การประเมินผลงาน (Work result) การประเมินสมรรถนะ (Competency) พฤติกรรม (Behavior) และศักยภาพ (Potential) ของพนักงานให้ชัดเจนแล้วพัฒนา โดยมีหนทางปฏิบัติในการพัฒนากลยุทธ์ ประกอบด้วย 2 ขั้นตอนใหญ่ คือ การสร้างกลยุทธ์ (Strategy formation) และการนำกลยุทธ์ไปใช้ในทางปฏิบัติ (Strategy implementation) สำหรับการสร้างกลยุทธ์ (Strategy formation) เป็นกระบวนการต่อเนื่อง ซึ่งมีองค์ประกอบ ดังนี้

1. การประเมินจุดอ่อน จุดแข็งขององค์กร
2. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม เพื่อกำหนดโอกาสธุรกิจ ความเสี่ยง
3. การประเมินทัศนคติ ค่านิยม และความเชื่อมั่นของผู้ผู้นำในองค์กร
4. การตระหนักถึงข้อจำกัดทางสังคม และกฎหมาย ในขั้นตอนการนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติ

(Strategy implementation) จะขึ้นอยู่กับประสิทธิภาพการบริหารขององค์กร เช่น การจัดสรรและระดมทรัพยากรไปใช้ให้สอดคล้องกับกลยุทธ์ การแบ่งและจัดสรรงานตามโครงสร้างองค์กร การควบคุมและการวัดประสิทธิผลของการดำเนินงานอย่างเป็นระบบ ซึ่งการประเมินกลยุทธ์มีหลักเกณฑ์กว้างๆ 10 ประการดังนี้

- 4.1 ความเป็นไปได้ในการบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้
- 4.2 แผนปฏิบัติการครอบคลุม สอดคล้องกับเป้าหมายและสนับสนุนซึ่งกันและกัน
- 4.3 กลยุทธ์เหมาะสมกับโอกาส (Opportunity)
- 4.4 กลยุทธ์เหมาะสมกับความเสี่ยง (Threat)
- 4.5 เป้าหมายและแผนปฏิบัติงาน เหมาะสมกับสภาพแวดล้อม
- 4.6 เป้าหมายและแผนปฏิบัติงาน เหมาะสมกับกำลัง และความสามารถ
- 4.7 เป้าหมายและแผนปฏิบัติงาน สอดคล้องกับจุดเด่นขององค์กร
- 4.8 เป้าหมายและแผนปฏิบัติงาน สอดคล้องกับทัศนคติ ค่านิยม ความเชื่อของ

ผู้นาองค์กร

4.9 ผู้นำกลยุทธ์ไปปฏิบัติมีความเข้าใจเป้าหมายและแผนปฏิบัติงานอย่างถ่องแท้

4.10 ความสามารถขององค์กรในการบริหารจัดการที่จะนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติ

แนวทางกลยุทธ์สรุปได้ว่า⁵ จะต้องชี้ให้เห็นหลักของความสามารถ ซึ่งเป็นทรัพย์สินที่มองไม่เห็น นั่นคือ สมรรถนะขององค์กรคือปัจจัยหลักที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในระยะยาวในการตลาดยุคโลกาภิวัตน์ การจัดการทรัพยากรมนุษย์ ถือว่าเป็นเครื่องมือเชิงกลยุทธ์ที่สำคัญ ที่สามารถทำให้เข้าไปสู่ตำแหน่งของการแข่งขันได้ในธุรกิจในยุคโลกาภิวัตน์ โดยจำเป็นต้องมีการปรับกระบวนการจัดการทรัพยากรมนุษย์ เพื่อเชื่อมเข้ากับแกนยุทธศาสตร์ทางธุรกิจ ซึ่งการจัดการทรัพยากรมนุษย์จะต้องมีการปรับเปลี่ยนเนื้อหาสาระ ดังกรณีในอดีตนั้น การคัดเลือกผู้จัดการในต่างประเทศนั้นมีการทดสอบให้ผู้จัดการมีความสามารถในการปรับตัวตามวัฒนธรรมหลากหลาย แต่ปัจจุบันนี้เน้นให้ผู้จัดการมีความสามารถในการเรียนรู้ทุกอย่างอย่างรวดเร็ว ในทำนองเดียวกัน การให้รางวัลในระดับสากลนั้น ในอดีตเน้นนโยบายการประสานงาน และการจ่ายค่าตอบแทนอย่างเป็นธรรม แต่ในปัจจุบันเน้นการรวมการให้รางวัล การประสานยุทธศาสตร์ธุรกิจโลก การฝึกอบรมในรูปแบบเดิม เน้นความรู้ ความเข้าใจ วัฒนธรรมที่ตรงกัน แต่ในปัจจุบันเน้นให้มีการพัฒนาทีมที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรม การปรับตัวจากระบบการจัดการทรัพยากรมนุษย์ จากเดิมที่เป็นลักษณะจากยอดบนมาสู่การจัดระบบแบบแนวราบซึ่งมีการปฏิสัมพันธ์ทางการบริหาร ได้นำไปสู่การปรับตัวในยุคที่มีการท้าทายต่อการจัดรูปองค์กรในยุคโลกาภิวัตน์ คือการควบคุมยุทธศาสตร์ให้เกิดการร่วมมือกันระหว่างความต้องการรวมศูนย์โลก กับการกระจายอำนาจสู่ท้องถิ่น ซึ่งจำเป็นจะต้องมีการปรับตัวเกี่ยวกับการจัดการทรัพยากรมนุษย์ โดยความสำเร็จจะเกิดขึ้นได้เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงระบบการจัดการ และระบบการบริหารแบบเก่า สู่การมุ่งเน้นคุณภาพตามกระบวนการบริหารจัดการแนวใหม่

การบริหารองค์กรแบบมุ่งเน้นผลงาน (Performance based management) เป็นการบริหารองค์กรเชิงกลยุทธ์ และเชิงบูรณาการของกระบวนการ ไม่ได้หมายถึงระบบหรือเทคนิคเท่านั้น แต่หมายรวมถึงการกระทำทุกอย่างที่เกี่ยวข้องกับการทำงานของพนักงานทุกระดับในองค์กร โดยมีจุดมุ่งหมายสำคัญเพื่อให้เกิดผลสัมฤทธิ์ขององค์กรหรืออีกนัยหนึ่ง หมายถึง การบริหารจัดการเพื่อให้ได้ผลงานสูงสุดจากองค์กร ทีมงานและจากพนักงาน แต่ละคนนั่นเอง และผลงานที่กล่าวไว้ก็คือ ผลงานตามกรอบหรือเป้าหมายที่ได้ตกลงกันไว้ในแผน ตามมาตรฐานและตามความรู้ความสามารถที่กำหนดให้พนักงานแต่ละคน

วิธีการวิเคราะห์กลยุทธ์ เป็นการนำจุดอ่อนจุดแข็ง รวมทั้งอุปสรรคหรือภัยคุกคามและโอกาส (SWOT Analysis) วิเคราะห์เพื่อจะนำไปสู่การกำหนดวิสัยทัศน์ (Vision) กำหนดพันธกิจ (Mission) กำหนดเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ (Objectives) กำหนดยุทธศาสตร์ (Strategies) กำหนดโครงสร้างระบบข้าราชการ (Structures) กำหนดระบบและกระบวนการบริหารจัดการ (System) และกำหนดกลไก เหตุผลและความจำเป็นที่ต้องค้นหาจุดเด่นและจุดด้อยเพื่อที่จะค้นหากลยุทธ์ (Strategies) หรือกลวิธี (Tactics) หรือวิธีการดำเนินงาน (Methods) ตามระดับของแผนเพื่อจะ

⁵ บุญทัน ดอกไธสง. การจัดการองค์กร. พิมพ์ครั้งที่ 9, (กรุงเทพฯ : มูลนิธิพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และเทคโนโลยีชนบท, 2548).

เสริมจุดเด่นให้เด่นยิ่งขึ้น และในขณะเดียวกันก็พยายามที่จะเปลี่ยนจุดด้อยให้เป็นจุดเด่น หากไม่สามารถเปลี่ยนจุดด้อยให้เป็นจุดเด่นได้ จะต้องพยายามลดจุดด้อยให้เหลือน้อยที่สุดเท่าที่จะทำได้ ในทำนองเดียวกันเหตุผล ความจำเป็นที่ต้องค้นหาโอกาสและอุปสรรคเช่นเดียวกัน คือจะมีกลยุทธ์ หรือ กลวิธี หรือวิธีการดำเนินงาน เพื่อเสริมโอกาสให้มากยิ่งขึ้นและในขณะเดียวกันก็พยายามเปลี่ยนอุปสรรคให้เป็นโอกาส หรือลดอุปสรรคให้เหลือน้อยที่สุด

การประชาสัมพันธ์เป็นเครื่องมือสำคัญขององค์กรในการก่อให้เกิด ความร่วมมือจากประชาชน โดยต้องมีการนำระบบการการวางแผนกลยุทธ์มาใช้ในการพัฒนา ซึ่งในเรื่องการวางแผนกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ มีขั้นตอนการวางแผนงานประชาสัมพันธ์ประกอบด้วย 6 ขั้นตอน ดังนี้

1. การสำรวจสถานการณ์ เป็นกิจกรรมเกี่ยวกับการหาข้อเท็จจริงในเรื่องต่างๆ เช่น ปัญหาการดำเนินงานขององค์กร สภาพปัญหาที่องค์กรเผชิญอยู่ ข้อคิดเห็นของกลุ่มประชาชน ในองค์กร และนอกองค์กร แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงในอนาคต สภาพทางการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม ที่อาจส่งผลกระทบต่อเกี่ยวข้องกับการดำเนินงานขององค์กร ผู้วางแผนงานประชาสัมพันธ์ จะต้องนำข้อมูลดังกล่าวมาวิเคราะห์ และประเมินสภาพปัญหา และสถานการณ์ขององค์กร เพื่อประโยชน์ในการกำหนดวัตถุประสงค์ของแผนงานประชาสัมพันธ์ และหาแนวทางในการแก้ไขปัญหา โดยคำนึงถึงอุปสรรค ผลได้เสีย และผลตามมาในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ขั้นตอนการวิเคราะห์และสำรวจสถานการณ์ขององค์กรจึงเป็นขั้นเตรียมการลงมือวางแผนที่จำเป็นยิ่ง

2. การกำหนดวัตถุประสงค์ เป็นการตั้งความคาดหวังในสิ่งที่คาดหวังให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในอนาคต การกำหนดวัตถุประสงค์ จึงเป็นกิจกรรมที่ต้องใช้การคาดการณ์ล่วงหน้า และการตัดสินใจ เพื่อเล็งผลในอนาคตที่ต้องการให้เกิดขึ้น ซึ่งเป็นเป้าหมายหลักของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในองค์กรนั้น

3. การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้ผู้วางแผนงานประชาสัมพันธ์ได้มีโอกาสศึกษา ลักษณะต่างๆ ของกลุ่มเป้าหมาย ทั้งลักษณะทางประชากร (Demographics) และลักษณะทางจิตวิทยา (Psychographics) เพื่อใช้ประโยชน์ในการวางแผนกิจกรรมและการวางแผนการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายที่กำหนดไว้ในแผนงานประชาสัมพันธ์

4. การกำหนดกิจกรรมและสื่อที่จะใช้ เมื่อผู้วางแผนงานสามารถกำหนดวัตถุประสงค์ และกลุ่มเป้าหมายได้แล้ว ผู้วางแผนจะต้องกำหนดประเภท และชนิดของกิจกรรม และสื่อที่ใช้โดยการพิจารณากำหนด กิจกรรมและสื่อที่จะใช้จัดทำแผนงาน และโครงการอย่างสมบูรณ์ เพื่อให้ผู้ปฏิบัตินำเอาแผนนั้นไปดำเนินการในแผนงานประกอบด้วยรายละเอียดของขั้นตอนการดำเนินงาน บุคลากรที่รับผิดชอบ ระยะเวลาดำเนินการและงบประมาณค่าใช้จ่ายตามกิจกรรมที่กำหนดในแผน

5. การกำหนดงบประมาณกิจกรรม กำหนดงบประมาณ จะช่วยให้ผู้วางแผนงานประชาสัมพันธ์ สามารถประมาณได้

6. การประเมิน แผนงานประชาสัมพันธ์ เป็นกิจกรรมที่ช่วยให้ผู้วางแผนงานประชาสัมพันธ์ได้มีโอกาสสำรวจแผนงาน เพื่อปรับปรุงให้แผนงานสมบูรณ์ และมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น การประเมินแผนงานประชาสัมพันธ์ประกอบไปด้วย การประเมินสิ่งแวดล้อมที่อาจส่งผลกระทบต่อการทำงานตามแผน ประเมินศักยภาพของหน่วยงาน ประเมินความถูกต้องของข้อมูลที่ใช้ประกอบการวางแผน ตลอดจนประเมินกลยุทธ์ที่กำหนดไว้เพื่อผลตามวัตถุประสงค์ของแผน

นอกจากนั้นจึงต้องประเมินกระบวนการ ทั้งกระบวนการของการวางแผนในความเป็นไปได้ ความสอดคล้องสัมพันธ์กันเพื่อดำเนินไปตามเป้าหมายขององค์กร และต้องประเมินผลผลิต คือ ตัวแผนงานประชาสัมพันธ์ว่ามีการกำหนดรายละเอียดในส่วนต่างๆ ได้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้มากน้อยเพียงไร เพื่อปรับปรุงแผนงานก่อนนำแผนงานไปสู่การปฏิบัติ

อย่างไรก็ตาม จากการประมวลแนวคิดเรื่องการวางแผนกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ ช่างต้น ผู้วิจัยมีความเห็นว่า ในการวางแผนงานประชาสัมพันธ์ จะต้องนำข้อมูลด้านความต้องการของผู้รับบริการมาวิเคราะห์ และประเมินสภาพปัญหา และสถานการณ์แวดล้อมขององค์กร เพื่อประโยชน์ในการกำหนดวัตถุประสงค์ของแผนงานประชาสัมพันธ์ และเสนอแนวทางในการแก้ไขปัญหา โดยคำนึงถึงอุปสรรค ผลได้ ผลเสีย และผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ โดยกำหนดกลยุทธ์ตามขั้นตอนการวิเคราะห์ การกำหนดวัตถุประสงค์ในสิ่งที่คาดหวังให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในอนาคต และต้องมีการวางแผนการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายที่กำหนดไว้ในแผนกลยุทธ์ประชาสัมพันธ์ และจะต้องให้ความสำคัญกับการประเมินแผนงานประชาสัมพันธ์ เพื่อปรับปรุงให้แผนงานมีความสมบูรณ์และมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ตลอดจนมีการประเมินกลยุทธ์ที่ได้กำหนด เพื่อปรับเปลี่ยนพัฒนากลยุทธ์ให้บรรลุผลตามวัตถุประสงค์ขององค์กรอย่างต่อเนื่อง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พันเอกหญิง เสาวลักษณ์ หงส์ทอง (2563) แนวทางการพัฒนาการประชาสัมพันธ์ ในภาวะวิกฤตผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของกองบัญชาการกองทัพไทย พบว่า หากมีเหตุวิกฤตเกิดขึ้น ต้องมีการจัดทำแผนงานในการประชาสัมพันธ์ให้ชัดเจน โดยต้องจัดตั้งศูนย์ปฏิบัติการพิเศษและศูนย์ประสานงานกับสื่อมวลชนเพื่อให้สื่อมวลชนรับทราบจากแหล่งข่าวเพียงแหล่งเดียวและสามารถนำข้อมูลที่ได้ไปเผยแพร่ จัดทำเอกสารแจกจ่ายสื่อมวลชนควรมีการกำหนดข้อมูล คำพูด ในการให้ข่าวสาร รวมทั้งมีทีมงานด้านการนำเสนอด้วยคำพูดสั้นๆ และรูปภาพที่สื่อความหมายได้ชัดเจน รวดเร็ว โดยให้สื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อให้สามารถนำไปสื่อสารต่อ หรือส่งต่อข้อมูลบนโลกออนไลน์ โดยไม่มีการแต่งเติมคำพูดที่เป็นเท็จ ขณะเดียวกัน ควรแต่งตั้งโฆษก หรือผู้ให้ข่าวแก่สื่อมวลชนเพียงคนเดียว และควรมีฐานข้อมูลของสื่อมวลชนอย่างครบถ้วนเพื่อประสานงาน

ร้อยเอกหญิง พาริตดา ประสพเหมาะ (2559) ได้ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การพัฒนาคูคลากรด้านการประชาสัมพันธ์กองทัพบก พบว่า กลยุทธ์การพัฒนาคูคลากรด้านการประชาสัมพันธ์ของกองทัพบก ตามลำดับวัตถุประสงค์ของการวิจัย ได้ดังต่อไปนี้ 1. การบริหารจัดการพัฒนาคูคลากรด้านการประชาสัมพันธ์ด้วยความเป็นมาตรฐานเพื่อผลสัมฤทธิ์ในภารกิจของกองทัพบก 2. การสนับสนุน ให้มีการสร้างสรรค์เทคโนโลยีและทักษะใหม่ๆ เพื่อให้เกิดนวัตกรรม การจัดการความรู้ โดยการค้นคว้าการวิจัยและพัฒนาด้านประชาสัมพันธ์ของกองทัพบกอย่างต่อเนื่อง 3. การพัฒนากระบวนการทัศนด้านการประชาสัมพันธ์ ที่มุ่งเน้นคุณธรรม จริยธรรม สร้างสรรค์วัฒนธรรมการมีส่วนร่วม และมีจิตสำนึกเพื่อส่วนรวม ที่ยึดมั่นผู้รับบริการเป็นจุดศูนย์กลาง 4. การบริหารจัดการ

พัฒนาบุคลากร ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้วยความเป็นมาตรฐาน เพื่อผลสัมฤทธิ์ในภารกิจของ กองทัพบก

กรมกิจการพลเรือนทหารเรือ ได้จัดการสัมมนาเชิงปฏิบัติการ เรื่องการประชาสัมพันธ์ ของกองทัพเรือ เพื่อนำไปสู่การเป็น “กองทัพเรือที่ประชาชนเชื่อมั่นและภาคภูมิใจ” ประจำปีงบประมาณ 2566 ทั้งนี้ผลการสัมมนา พบว่า ปัจจุบันผลกระทบจากปัจจัยภายนอก ทั้งใน ด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม ที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ทำให้หน่วยงานของกองทัพเรือ ต้องมีการปรับตัวต่อความท้าทายใหม่ๆ โดยเฉพาะด้านบุคลากรของกองทัพเรือ ที่มีส่วนสำคัญยิ่งในการ ขับเคลื่อนกองทัพเรือให้บรรลุวิสัยทัศน์ จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องสื่อสาร สร้างความเข้าใจ และแสวงหา ความร่วมมือ เพื่อเสริมสร้างความเชื่อมั่น ในการปฏิบัติภารกิจของกองทัพเรือต่อสาธารณชนเพื่อสร้าง ภาพลักษณ์ที่ดี สมดังคุณค่าของกองทัพเรือ ที่ว่า “กองทัพเรือที่ประชาชนเชื่อมั่นและภาคภูมิใจ”

โกเมท ตรีนก (2548) ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาระบบประชาสัมพันธ์ของ กองทัพอากาศให้สอดคล้องกับแผนประชาสัมพันธ์แห่งชาติ โดยการวิเคราะห์ข้อมูลจากนโยบาย และแผนที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งข้อมูลปฐมภูมิด้านการประชาสัมพันธ์ของกองทัพอากาศ พบว่า การบริหารงานด้านกำลังพลและธุรการ ยังขาดการจัดการที่ดีในการเตรียมบุคลากรสายงานด้าน กิจการพลเรือน และการปฏิบัติการจิตวิทยา ขาดการวางแผนล่วงหน้าในการเตรียมคนเข้ารับ การศึกษา เนื่องจากบุคลากรในหน่วยงานเดิมมีจำนวนจำกัดไม่พอเพียงต่อการปฏิบัติภารกิจที่มากขึ้น จึงไม่สามารถส่งคนเข้ารับการศึกษาได้ในแต่ละชั้นยศได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกองทัพอากาศไม่ได้เปิด การศึกษาสายวิทยาการด้านกิจการพลเรือน แต่ได้ใช้การปฏิบัติโดยขอที่นั้งเรียนร่วมกับเหล่าทัพอื่น ทำให้จำนวนบุคลากรที่รับการศึกษาที่มีจำนวนน้อยไม่เพียงพอต่อการบรรจุลงในตำแหน่งจำพวกทหาร กิจการพลเรือนและประชาสัมพันธ์

ศิริพัฒน์ สุขเจริญ (2547) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อขวัญ และกำลังใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการกรมกิจการพลเรือนทหารอากาศ พบว่า ข้าราชการกรม กิจการพลเรือนทหารอากาศ มีระดับขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติราชการอยู่ในเกณฑ์ปานกลาง มีองค์ประกอบด้านความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงานเท่านั้น สำหรับปัจจัยที่มีผลกระทบต่อขวัญ และกำลังใจในการปฏิบัติงานพบว่า มีเพียงระดับชั้นยศที่แตกต่างกันเท่านั้น ที่มีผลทำให้ขวัญ และกำลังใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการแตกต่างกันโดยกลุ่มข้าราชการที่มีชั้นยศนาวาอากาศตรี และนาวาอากาศโท จะเป็นกลุ่มที่มีขวัญและกำลังใจสูงกว่ากลุ่มอื่นๆ โดยมีข้อเสนอแนะให้หน่วยงาน ของกรมกิจการพลเรือนควรรวมอยู่ในที่เดียวกัน นโยบายและการบริหารงานต้องชัดเจน การพิจารณา บำเหน็จ รางวัล ตำแหน่ง ชั้นยศ ไม่ควรใช้ระบบอุปถัมภ์ ควรจัดให้มีสันทนการร่วมกัน และ ผู้บังคับบัญชาต้องเปิดโอกาสให้ข้าราชการทหารชั้นประทวนมีโอกาสได้แสดงความคิดเห็นให้ความ เป็นธรรม ส่งเสริมและสนับสนุนให้ผู้ใต้บังคับบัญชามีโอกาสเจริญก้าวหน้าในอาชีพ

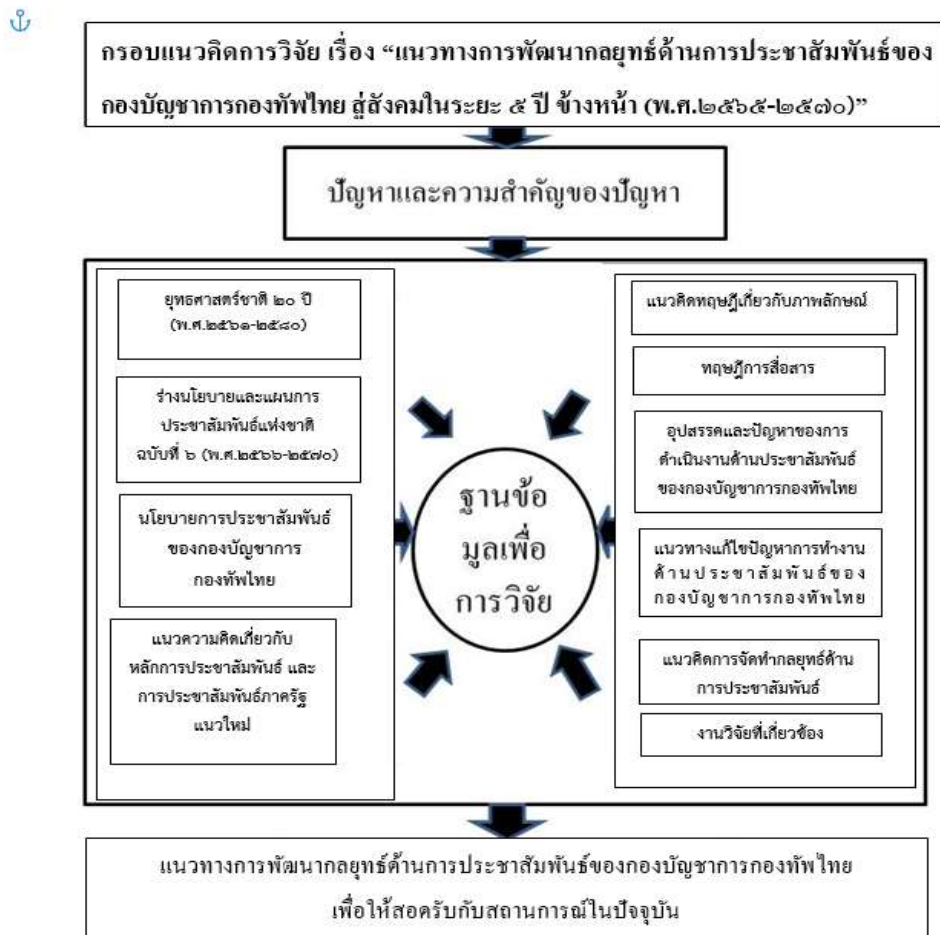
กล่าวโดยสรุป การพัฒนาการประชาสัมพันธ์ของกองบัญชาการกองทัพไทย ต้องให้ ความสำคัญกับความเร็ว ความชัดเจน และความถูกต้อง ขณะเดียวกันต้องเพิ่มความถี่ในการ ประชาสัมพันธ์และสื่อสารเพื่อสร้างความเข้าใจต่อสาธารณชนโดยเร็ว ท่ามกลางสภาวะที่ประชาชน และสื่อมวลชนต้องการที่จะรับทราบข้อมูลที่ต้องการ ชัดเจน รวดเร็ว ซึ่งสำนักประชาสัมพันธ์ กองบัญชาการกองทัพไทย ต้องเป็นเสมือนผู้ทำหน้าที่คัดกรองข่าวสารที่ครบถ้วน และทำหน้าที่

เป็นผู้จัดระเบียบสื่อ ควบคุมการเสนอข่าวที่ถูกต้อง ด้วยความรวดเร็ว ฉับไว จากแหล่งข่าวจริง ภาพข่าวที่ครบถ้วน เพียงพอ ที่ทำให้สื่อมวลชนไม่ต้องแสวงหาข้อมูลข่าวสารจากแหล่งข่าวอื่นๆ ที่อาจสร้างความสับสนให้แก่ประชาชนได้ อีกทั้งการนำเสนอข่าวสารผ่านช่องทางปกติและช่องทางออนไลน์ ที่กองบัญชาการกองทัพไทยมี จะทำให้การประชาสัมพันธ์ของภาครัฐ ไม่ลำเอียงหรือเป็นเครื่องมือประชาสัมพันธ์แบบทิศทางเดียว (One Way) ของภาครัฐอีกต่อไป รวมทั้งจะสามารถนำมาประยุกต์และพัฒนาแนวทางการประชาสัมพันธ์ให้ทันสมัยและเข้าถึงประชาชนได้อย่างรวดเร็ว เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป

กรอบแนวคิดของการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “แนวทางการพัฒนากลยุทธ์ด้านการประชาสัมพันธ์ของกองบัญชาการกองทัพไทย สู่สังคมในระยะ 5 ปี ข้างหน้า (พ.ศ. 2565-2570)” มีรายละเอียดกรอบแนวคิดของการวิจัย

แผนภาพที่ 2-1 กรอบแนวคิดของการวิจัย



ที่มา : ประมวลผลโดยผู้วิจัย, 2565

บทที่ 3

การตรวจสอบสถานะแวดล้อมในระดับโลก ภูมิภาค และ ในประเทศที่คาดว่าจะส่งผลกระทบต่อการทำงาน ด้านการประชาสัมพันธ์ของกรมกิจการพลเรือนทหาร กองบัญชาการกองทัพไทย

ปรากฏการณ์ที่ทำให้องค์ประกอบในส่วนต่างๆ ของโลก เชื่อมต่อเข้าด้วยกันอย่างไม่เป็นระบบ ทำให้โลกเกิดการกระแสนการเปลี่ยนแปลงที่ส่งผลกระทบต่ออย่างแพร่หลายรอบด้าน และครอบคลุมทั่วทั้งโลก คงหนีไม่พ้นกับคำจำกัดความที่ว่า “พลวัตของโลกในยุคโลกาภิวัตน์” ที่ทำให้หลายประเทศทั่วโลก โดยเฉพาะประเทศไทยที่ต้องพัฒนาประเทศอย่างก้าวกระโดด และไม่มีขีดจำกัด จึงต้องเร่งปรับตัวให้ทันที่ต่อสถานการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างมีเสถียรภาพ

สถานะแวดล้อมด้านความมั่นคง

มีหลากหลายสถานการณ์เกิดขึ้นตามภูมิภาคต่างๆ ทั่วโลก ที่บางสถานการณ์มีระดับของความรุนแรงมากน้อยแตกต่างกันไป แต่ทั้งนี้ผลกระทบที่เกิดขึ้นจากสถานการณ์เหล่านี้ ได้ส่งผลกระทบต่อประเทศต่างๆ ทั่วทุกมุมโลก อันเนื่องมาจากโลกาภิวัตน์ (Globalization) ทั้งเหตุการณ์ยังส่งผลให้เกิดขึ้นต่อประเทศต่างๆ ในภูมิภาค และอาจรุนแรงกลายเป็นปัญหาในระดับโลกได้ อย่างไรก็ตามประเทศไทยย่อมได้รับผลกระทบต่างๆ เหล่านี้ ทั้งนี้ศูนย์ศึกษายุทธศาสตร์จึงได้ทำการวิเคราะห์ความสำคัญด้วยการตรวจสอบสถานะแวดล้อม (Environment Scanning) โดยเน้นถึงผลกระทบเฉพาะด้านความมั่นคงของชาติ ที่เกิดขึ้นตั้งแต่ระดับโลก ภูมิภาค และในประเทศไทย ซึ่งจะทำการตรวจสอบสถานะแวดล้อม (Environment Scanning) เพื่อเป็นฐานในการจำลองเหตุการณ์ (Stimulating) ของปรากฏการณ์ในเบื้องหน้าอันจะส่งผลกระทบต่อยุทธศาสตร์ทหารในมิติต่างๆ โดยรวม

สถานะแวดล้อมความมั่นคงในระดับโลก

ความเปลี่ยนแปลงของบริบทความมั่นคงในระดับโลก มีความเป็นไปได้ที่จะเกิดภาพในอนาคตที่ต้องเผชิญ และกองทัพไทยจะต้องปรับตัวให้เท่าทันต่อภัยคุกคามตามแบบ (Traditional Threats) และไม่ตามแบบ (Non - Traditional Threats) ในประเด็นต่างๆ ดังนี้

1. การเมืองโลก

กระแสโลกาภิวัตน์ยังคงมีอิทธิพลสำคัญและส่งผลกระทบต่อเชิงบวกและเชิงลบต่อการเปลี่ยนแปลงของโลกอย่างต่อเนื่องและทวีความรุนแรงเพิ่มขึ้นเป็นลำดับ ไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ทั้งในการเมือง เศรษฐกิจ การทหาร สังคมจิตวิทยา วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี พลังงาน และสิ่งแวดล้อม โดยภาพรวมของเวทีการเมืองการเมืองระหว่างประเทศ อาจกล่าวได้ว่า ณ เวลานี้ สหรัฐฯ ยังคงเป็นมหาอำนาจที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงการดำเนินการระหว่างประเทศในด้านต่างๆ โดยเฉพาะสภาวะแวดล้อมด้านความมั่นคง สภาวะแวดล้อมด้านเศรษฐกิจ และสภาวะแวดล้อมด้านการต่างประเทศ

นับแต่สงครามเย็นล่มสลาย สหรัฐฯ ได้เข้ามามีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงของโลกแต่ละยุค และเชื่อได้ว่าจะยังคงอิทธิพลเช่นนี้ต่อไปในอนาคต การประกาศนโยบายต่างประเทศของสหรัฐฯ ในแต่ละผู้นำ ถึงการกลับมาในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เป็นสิ่งที่บ่งชี้ว่า สหรัฐฯ ต้องการกลับเข้ามามีอิทธิพลใหม่ท่ามกลางอิทธิพลจากจีน อินเดีย และรัสเซียที่ได้ก่อตัวขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งอิทธิพลของจีนที่นับวันยิ่งมีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น อาจกล่าวได้ว่าในทศวรรษนี้ ประเทศในกลุ่มเอเชีย ไม่มีประเทศใดที่ได้รับการยอมรับถึงการมีอิทธิพลที่เพิ่มมากขึ้นของจีน การใช้เศรษฐกิจเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนสำคัญร่วมกับมิติความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ ทำให้การแผ่อิทธิพลของจีนไปในภูมิภาคต่างๆ เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว รมทั้งดินแดนเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ซึ่งจีนไม่ต้องการให้สหรัฐฯ เข้ามามีอิทธิพลในภูมิภาคนี้

การขยายอิทธิพลของจีนและสหรัฐฯ ทำให้เกิดปฏิสัมพันธ์ทางการเมืองระหว่างประเทศของประเทศต่างๆ ที่จะกำหนดจุดยืนของตนอย่างไร จึงจะรักษาผลประโยชน์ของประเทศไว้มากที่สุด นอกจากนั้น ในเวทีโลกการเกาะกลุ่มอย่างเป็นทางการในระหว่างรัฐต่อรัฐและระหว่างองค์กรที่ไม่ใช่รัฐมากขึ้นได้กลายเป็นบรรทัดฐานสำคัญ และเป็นที่ยอมรับต่อเวทีการเมืองระหว่างประเทศ จะเห็นได้จากการขยายประเทศสมาชิกของกลุ่มต่างๆ ที่เพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้เพื่อให้เกิดอำนาจต่อรองกับกลุ่มอื่น รวมทั้งเพื่อผลประโยชน์ของกลุ่มและของชาติ ปัจจัยความมั่นคงด้านพลังงาน สิ่งแวดล้อม และภัยธรรมชาติ ยังคงถือเป็นปัญหาสำคัญของโลก โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การแสวงหาแหล่งพลังงานใหม่อาจนำไปสู่ความขัดแย้งระหว่างประเทศ ในขณะที่ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม อาทิ การเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศซึ่งส่งผลโดยตรงต่อภัยธรรมชาติที่มีระดับความรุนแรงมากขึ้น ทำให้จำเป็นต้องมีความร่วมมือในระดับนานาชาติเพื่อเผชิญกับภัยพิบัติที่เกิดขึ้น

ทั้งนี้ ความเปลี่ยนแปลงของบริบทความมั่นคงในระดับโลก มีความเป็นไปได้ที่จะเกิดภาพในอนาคตที่ต้องเผชิญและกองทัพไทยจะต้องปรับตัวให้เท่าทัน โดยส่วนมากมักจะเป็นภัยคุกคามไม่ตามแบบ โดยเฉพาะความมั่นคงด้านพลังงาน สิ่งแวดล้อม และภัยธรรมชาติ เพราะไทยเป็นส่วนหนึ่งของสังคมโลกที่จะได้รับผลทั้งทางตรงและทางอ้อมจากภัยธรรมชาติที่เกิดขึ้น ตลอดจนภัยอาชญากรรมข้ามชาติ รวมทั้งการก่อการร้ายชนิดแฝงเข้ามาหลบพักภายในประเทศ

2. การก่อการร้ายสากล

การก่อการร้ายสากล เป็นกิจกรรมที่กระทำเพื่อทำลายความมั่นคงสร้างความหวาดกลัว และลดความชอบธรรมของรัฐโดยใช้วิธีการต่างๆ เช่น การลอบสังหาร การลักพาตัว

การจี้เครื่องบิน การโจมตีเครือข่าย (Cyber-Attacks) การโจมตีด้วยระเบิดและการใช้อาวุธทางเคมี ชีวะและรังสี เป็นต้น

การต่อต้านการก่อการร้ายเป็นความพยายามของชาติในการเฝ้าระมัดระวังความปลอดภัยของประชาชนและสังคม โดยมีกำลังตำรวจเป็นหน่วยตอบโต้ในขั้นแรก แต่ในกรณีที่กลุ่มผู้ก่อการร้ายสามารถปฏิบัติการในขนาดใหญ่ในทางทหารได้กำลังทหารจะเป็นหน่วยนำในการปฏิบัติการ รวมทั้งอาจใช้กำลังทหารเข้าคุ้มครองสถานที่สำคัญ โครงสร้างพื้นฐานของระบบสาธารณสุขโรค หน่วยทหารบางหน่วยในปัจจุบันมีขีดความสามารถทางเคมี ชีวะ รังสี และเก็บกู้วัตถุระเบิด ที่สามารถใช้เป็นหน่วยต่อต้านการคุกคามจากการก่อการร้ายที่ใช้อาวุธทางเคมีชีวะและรังสีได้ หรืออาจสนับสนุนเพื่อช่วยให้หน่วยทางพลเรือนมีขีดความสามารถสูงขึ้น ในการต่อต้านภัยคุกคามจากลักษณะดังกล่าวก็ได้

3. องค์การอาชญากรรมข้ามชาติและการก่อการร้าย

ในปัจจุบันมีกรณีตัวอย่างจำนวนมากที่ยืนยันว่ากลุ่มผู้ก่อการร้ายทั่วโลก (ทั้งมุสลิมและมิใช่มุสลิม) มีความเกี่ยวพันกันกับอาชญากรรมมากขึ้นตามลำดับ โดยอาจแบ่งเป็น 2 กรณี คือ 1. กลุ่มผู้ก่อการร้ายประกอบอาชญากรรมเอง (หรือรับเงินสนับสนุนจากกลุ่มอาชญากรรม) เพื่อหาทุนดำเนินงาน เช่น การค้ายาเสพติด การค้าสินค้าหนีภาษี หรือการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา ลักพาตัวเรียกค่าไถ่ ฯลฯ 2. กลุ่มผู้ก่อการร้ายซื้อสินค้าหรือใช้บริการจากกลุ่มอาชญากรรม เพื่อปฏิบัติการ โดยเฉพาะอาวุธเอกสารปลอม การลักลอบเข้าเมืองการถ่ายโอนเงินนอกระบบทั้งที่เป็นอาชญากรรมในประเทศและอาชญากรรมข้ามชาติ เช่น การค้ายาเสพติด ผลิตและค้า เอกสารปลอม ลักลอบนำคนเข้าเมืองผิดกฎหมาย ค้ามนุษย์ ค้าอาวุธ ฯลฯ ซึ่งธุรกิจนอกกฎหมายเหล่านี้เสี่ยงที่จะถูกกลุ่มผู้ก่อการร้ายแสวงประโยชน์ใช้เป็นผู้อำนวยความสะดวก (Facilitators) ให้แก่ตนเองได้

4. ภัยพิบัติทางธรรมชาติ

ขอบเขตของภัยพิบัติทางธรรมชาติอาจรวมไปถึงไฟป่า พายุ ดินโคลนถล่ม แผ่นดินไหว น้ำท่วม และภัยแล้ง เป็นต้น ผลกระทบของภัยพิบัติทางธรรมชาติอาจถึงขั้นหายนะต่อชีวิตมนุษย์และความต่อเนื่องในการพัฒนาเศรษฐกิจ ความเสียหายที่เกิดจากภัยธรรมชาติมักส่งผลทำให้เกิดความไร้ระเบียบทางสังคมความเสื่อมโทรมของสภาพแวดล้อม และการเกิดโรคระบาดตามมา และผลกระทบดังกล่าวอาจมีความรุนแรงสูงขึ้นอีก หากเกิดภัยพิบัติที่รุนแรงกับรัฐที่อ่อนแอหรือเปราะบาง อย่างเช่นกรณีของเฮติที่ได้รับผลกระทบอย่างรุนแรงจากแผ่นดินไหวในปี 2010 ไม่มีประเทศใดในโลกไม่ว่าใหญ่หรือเล็ก พัฒนาแล้ว หรือกำลังพัฒนาที่สามารถจะระดมทรัพยากรและความสามารถเฉพาะหน้าเข้าแก้ปัญหาได้อย่างฉับพลันและเพียงพอ เพื่อบรรเทาความทุกข์ยากของเหยื่อผู้ประสบภัยธรรมชาติ แต่องค์กรระหว่างประเทศ องค์กรบรรเทาทุกข์ และองค์กรที่ช่วยเหลือด้านการกู้ภัยจากนานาชาติ จะสามารถให้ความช่วยเหลืออย่างเร่งด่วนได้

สถานะแวดล้อมความมั่นคงในระดับภูมิภาค

ความเปลี่ยนแปลงของบริบทความมั่นคงในระดับภูมิภาค มีความเป็นไปได้ที่จะเกิดภาพในอนาคตที่ต้องเผชิญ และกองทัพไทยจะต้องปรับตัวให้เท่าทันต่อภัยคุกคามตามแบบ (Traditional Threats) และไม่ตามแบบ (Non - Traditional Threats) ในประเด็นต่างๆ ดังนี้^{1,2}

1. ความท้าทายจากประวัติศาสตร์

ความท้าทายจากประวัติศาสตร์ที่มีมายาวนานของบางประเทศ โดยเฉพาะปัญหาเส้นเขตแดนที่ยังไม่มีความชัดเจน และการรักษาผลประโยชน์ของประเทศในพื้นที่ทับซ้อนทั้งทางบกและทางทะเล ซึ่งอาจนำไปสู่ความขัดแย้งและการบั่นทอนความสัมพันธ์ระหว่างกัน จะเห็นได้จากการสะสมอาวุธเพิ่มมากขึ้น เพื่อเสริมสร้างศักยภาพทางทหารในการปกป้องผลประโยชน์ของประเทศ ซึ่งขัดแย้งกับการอยู่ร่วมกันอย่างสันติสุขตามแนวคิดของภูมิภาค

ทั้งนี้ เมียนมา สปป.ลาว กัมพูชา มาเลเซีย และเวียดนาม มีความพยายามในการมุ่งที่จะพัฒนาเศรษฐกิจเพื่อให้หลุดพ้นจากความยากจนและความล้าหลังด้านการพัฒนา โดยจะพยายามแก้ไขปัญหาคือเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนา เช่น ปัญหาเส้นเขตแดนปัญหาชนกลุ่มน้อยและกลุ่มต่อต้านบริเวณชายแดน ขณะเดียวกันก็จะผลักดันการปฏิรูปเศรษฐกิจและเปิดประเทศมากขึ้น เพื่อดึงดูดการลงทุนใหม่ๆ โดยเฉพาะโครงการพัฒนาด้านโครงสร้างพื้นฐานทางเศรษฐกิจจนน่าจะส่งผลให้ชาติเหล่านี้กลายเป็นแหล่งดึงดูดการลงทุนที่สำคัญของภูมิภาคไปพร้อมกับ การเป็นพื้นที่แข่งขันอิทธิพลที่เข้มข้นระหว่างประเทศมหาอำนาจทั้งในและนอกภูมิภาค โดยเฉพาะจีนกับสหรัฐฯ โอกาสทางเศรษฐกิจที่เปิดกว้างขึ้น จะส่งผลให้การแข่งขันด้านการลงทุนในประเทศดังกล่าวสูงขึ้น ขณะเดียวกันก็จะเป็นการเพิ่มคู่แข่งด้านการค้าในภูมิภาค โดยเฉพาะในสินค้าเกษตร เช่น ข้าว เป็นต้น

โดยรวมความสัมพันธ์ระหว่างไทยกับประเทศเพื่อนบ้านมีแนวโน้มที่จะพัฒนาดีขึ้น เนื่องจากประเทศเพื่อนบ้านมีความคาดหวังว่าไทยจะสานต่อนโยบายส่งเสริมความร่วมมือทางเศรษฐกิจ ภายใต้ยุทธศาสตร์ความร่วมมือทางเศรษฐกิจอิระวดี-เจ้าพระยา-แม่โขง ระหว่าง กัมพูชา ลาว เมียนมา ไทย และเวียดนาม (ACMECS) โดยเฉพาะอย่างยิ่งการร่วมกันพัฒนาพื้นที่ชายแดนให้มีผลสืบหน้าเป็นรูปธรรม อย่างไรก็ตามปัญหาการเมืองภายใน และผลประโยชน์ของแต่ละชาติ อาจนำมาซึ่งความสัมพันธ์ที่ไม่ราบรื่นได้ เช่น ปัญหาเขตแดนทางบกและทางทะเล เขตเศรษฐกิจเฉพาะ การแสวงหาทรัพยากรธรรมชาติทั้งทางบกและทางทะเล ปัญหายาเสพติด และ

¹ ศูนย์ศึกษายุทธศาสตร์ สถาบันวิชาการป้องกันประเทศ. “สรุปผลการเดินทางเข้าพื้นที่ เก็บรวบรวมข้อมูลสนับสนุนการวิจัย ระหว่างวันที่ 5-9 มิ.ย.60 จ.นครศรีธรรมราช จ.สงขลา และ จ.สุราษฎร์ธานี”, เอกสารอัดสำเนา, 2560.

² ศูนย์ศึกษายุทธศาสตร์ สถาบันวิชาการป้องกันประเทศ. “สรุปผลการเดินทางเข้าพื้นที่ เก็บรวบรวมข้อมูลสนับสนุนการวิจัย ระหว่างวันที่ 27 ก.พ. – 2 มี.ค.60 ณ จ.นครราชสีมา จ.สุรินทร์ จ.อุดรธานี และ จ.หนองคาย”, เอกสารอัดสำเนา, 2560.

การลักลอบเข้าเมือง จนมีความเป็นไปได้ที่จะเกิดภัยคุกคามซึ่งเป็นความขัดแย้งที่มีความรุนแรงระดับต่ำจนส่งผลให้เกิดการกระทบกระทั่งในพื้นที่จำกัดบริเวณชายแดนเป็นครั้งคราว

2. การแย่งชิงทรัพยากรทางเศรษฐกิจ

การแย่งชิงทรัพยากรทางเศรษฐกิจ เช่น กรณีหมู่เกาะสแปรตลีย์ มีประเทศในภูมิภาคที่ได้รับประโยชน์โดยตรงจากทรัพยากรในทะเลจีนใต้ ซึ่งเป็นประเทศที่มีที่ตั้งตามแนวชายฝั่ง และเกาะขนาดใหญ่ โดยประเทศเหล่านั้นต่างอ้างสิทธิในการครอบครองหมู่เกาะสแปรตลีย์ (Spratly Islands) และหมู่เกาะพาราเซล (Paracel Islands) การได้ครอบครองสิทธิในพื้นที่เหล่านี้จะทำให้ได้รับผลประโยชน์ทางทรัพยากรธรรมชาติที่มีมูลค่ามหาศาล นอกจากนี้ เบื้องหลังของการอ้างสิทธิเหนือดินแดนดังกล่าวนี้มิใช่เพียงเพราะพื้นที่พิพาทมีทรัพยากรธรรมชาติเป็นจำนวนมากเพียงเท่านั้น ทว่าพื้นที่ดังกล่าวยังมีความสำคัญในเชิงยุทธศาสตร์ กล่าวคือ ยังเป็นเส้นทางการคมนาคมทางทะเล (Sea-lanes) ที่คับคั่งที่สุดเป็นอันดับสองของโลกอีกด้วย³ ปัญหาข้อพิพาทในทะเลจีนใต้นับว่าเป็นปัญหาที่ไม่ได้เพิ่งเกิดขึ้นในปัจจุบัน แต่ปัญหาดังกล่าวกลับเป็นปัญหาใหม่ที่เผยให้เห็นถึงแง่มุมอื่นๆ ที่มีความหลากหลายมากขึ้นโดยประเทศผู้อ้างสิทธิที่เกี่ยวข้อง

3. การฟอกเงิน

ในภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิก มีรายได้จากธุรกิจผิดกฎหมายที่นำมาฟอกเงินสูงสุดอันดับ 1 มาจากการค้ายาเสพติด รองลงไปเป็นจากการทุจริตคอร์รัปชัน และอื่น ๆ สำหรับไทย การฟอกเงินสูงสุดยังเป็นการค้าเสพติด แต่หลังจากมีการประกาศใช้พระราชบัญญัติป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน พ.ศ. 2542 จึงหันไปใช้วิธีการฟอกเงินที่ไม่ผ่านสถาบันการเงิน ประกอบด้วย 1. การใช้ธุรกิจบังหน้า เช่น กิจการเดิน รถโดยสาร จำหน่ายเครื่องประดับอัญมณี 2. การใช้ธุรกิจโอนเงินนอกระบบ เช่น ธุรกิจโพงก๊วนของชาวจีน 3. การซื้อ ทรัพย์สินมีค่า เช่น ทองคำวัตถุโบราณ 4. การซื้ออสังหาริมทรัพย์ เช่น บ้านพร้อมที่ดิน ที่ดินเปล่า การทำธุรกิจรีสอร์ท 5. การลงทุนในเครื่องมือการเงิน รูปแบบต่าง ๆ เช่น ซื้อหุ้นพันธบัตรรัฐบาล 6. การขนส่งลำเลียงเงินโดยตรงทั้งในประเทศและต่างประเทศและยังพบว่าการฟอกเงินแบบใหม่ เช่น มีการนำเงินที่ได้มาโดยทุจริตไปฟอกเงินโดยการลงทุนเปิดบ่อนการพนันในประเทศเพื่อนบ้าน โดยผ่านตัวแทน (นายหน้า) ที่เป็นคนไทย ในขณะที่กฎหมายการป้องกันการฟอกเงินของไทยยังไม่ทันสมัยกับสถานการณ์ในปัจจุบัน

4. อาชญากรรมทางเศรษฐกิจ

ในบรรดาอาชญากรรมทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศหมายถึงอาชญากรรมข้ามชาติใดๆ ที่เป็นการกระทำผิดต่อกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจและการพาณิชย์ การผลิตและค้าสินค้าละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาเป็นปัญหาที่สำคัญและสร้างความเสียหายมากที่สุดคิดเป็นมูลค่า ปีละกว่า 850,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (ใกล้เคียงการค้ายาเสพติด) แหล่งผลิตที่สำคัญ คือ จีนและเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ รองลงมาคือปัญหาการฉ้อโกงหลอกหลวงให้ส่งเงินไปร่วมลงทุน ซึ่งอาชญากรชาวแอฟริกันนิยมใช้โทรศัพท์และจดหมาย (ทั้งจดหมายธรรมดาและจดหมายอิเล็กทรอนิกส์)

³ สถาบันเทคโนโลยีป้องกันประเทศ. “บทบาททางทหารและผลประโยชน์ของสาธารณรัฐประชาชนจีนในทะเลจีนใต้”. 2559 : 2

หลอกลวงบุคคลในประเทศต่างๆ ทั่วโลก ทำให้สูญเสียเงินปีละนับพันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ นอกจากนี้ธุรกิจหลอกลวงค้าหลักทรัพย์และเงินตราต่างประเทศผิดกฎหมายเริ่มย้ายฐานปฏิบัติการมายังเอเชียมากขึ้น ขณะเดียวกันการพัฒนาทางเทคโนโลยีทำให้การปลอมบัตรเครดิต ธนบัตร และพันธบัตรกระทำได้ง่ายขึ้น เนื่องจากมีหลายปัจจัยที่เอื้ออำนวยให้ปัญหาดังกล่าวขยายตัว คือนโยบายเปิดกว้างรับนักท่องเที่ยวและนักลงทุนจากต่างประเทศ กฎหมายกำหนดบทลงโทษไว้ตามลักษณะปัญหาข้ามชาติทำให้การสืบสวนและเอาผิดตามกฎหมายทำได้ยาก เจ้าหน้าที่ของรัฐยังขาดทรัพยากรและความรู้ความชำนาญในเรื่องอาชญากรรมทางเศรษฐกิจ ตลอดจนจนบางส่วนยังมีปัญหาทุจริต ตลอดจนการเปิดเสรีทางการค้าการลงทุนอย่างไร้ระเบียบ การยกเลิกกฎเกณฑ์การควบคุมการเข้าซื้อกิจการหรือเข้ามาลงทุนของบริษัทข้ามชาติ การยกเลิกกฎเกณฑ์การควบคุมการโยกย้ายเงินตราเข้าออกนอกประเทศ และการแปรรูปรัฐวิสาหกิจ การเปิดเสรีทางการค้าไม่ใช่จะทำให้การส่งออกเพิ่มมากขึ้นเท่านั้น แต่ในอีกด้านหนึ่งก็จะทำให้มีการนำเข้าสินค้าราคาถูกและสินค้าที่ได้รับความนิยมของชาติที่สำคัญด้วยเช่นกัน ซึ่งจะทำให้ธุรกิจท้องถิ่นต้องปรับโครงสร้างหรือไม่ก็ต้องพ่ายแพ้ไป เป็นงานยากสำหรับรัฐบาล และธนาคารกลางของประเทศต่างๆ ในการกำหนดนโยบายการรักษาความมั่นคงของอัตราแลกเปลี่ยนการเคลื่อนย้ายอย่างเสรีของเงินทุนและการมีนโยบายการเงินอิสระ

5. โจรสลัด

โจรสลัดในลักษณะที่เป็นอาชญากรรมข้ามชาติไม่ได้ปฏิบัติการในน่านน้ำไทย แต่มีการปฏิบัติการในน่านน้ำอินโดนีเซียและช่องแคบมะละกามากเป็นอันดับ 1 และ 2 ของโลก ตามลำดับ จนถือได้ว่าน่านน้ำดังกล่าวเป็นพื้นที่เสี่ยงอันตรายจากปัญหาโจรสลัดมาก จึงเป็นภัยคุกคามความมั่นคงของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้โดยเหตุที่เรือขนส่งสินค้าทั้งส่งออก-นำเข้า และเรือบรรทุกน้ำมันมาไทยต้องแล่นผ่านช่องแคบมะละกา อีกทั้งมีความเป็นไปได้ที่กลุ่มก่อการร้ายจะใช้วิธีแย่งโจรสลัดโจมตีเรือบรรทุกสินค้า สารเคมี น้ำมัน/ก๊าซ หรือเรือสำราญ และทำเรือสำคัญในภูมิภาคนี้ดังนั้นจึงมีความเสี่ยงที่ไทยจะได้รับผลกระทบจากปัญหาโจรสลัดทั้งทางตรงและทางอ้อม

6. การลักลอบค้ามนุษย์

การค้ามนุษย์โดยเฉพาะหญิงและเด็กเพื่อนำไปเป็นโสเภณีและบังคับใช้แรงงาน เป็นธุรกิจผิดกฎหมายที่ขยายตัวอย่างรวดเร็ว โดยประเทศไทยก็เป็นทั้งประเทศต้นทาง ทางผ่าน และปลายทางของการค้ามนุษย์ กล่าวคือ มีการล่อลวงหญิงทั้งไทยและจากประเทศเพื่อนบ้านไปค้าประเวณีในประเทศอื่นๆ มีการล่อลวงหญิงจากประเทศเพื่อนบ้านมาทำงานในไทย รวมทั้งเป็นทางผ่านในการค้าเด็กจากประเทศเพื่อนบ้านไปบังคับใช้แรงงานในประเทศที่สาม ส่วนวัตถุประสงค์ที่คนร้ายลักพาตัวเด็กไปนั้นคือ เพื่อการค้ามนุษย์โดยการนำเด็กไปขายเป็นบุตรบุญธรรมของชาวต่างชาติหรือถูกนำไปขอราน หากเป็นเด็กอายุ 5-6 ขวบ จะถูกบังคับใช้แรงงาน เช่น ขายดอกไม้หรือขายสินค้าตามที่สาธารณะ หรือถูกบังคับใช้แรงงานทาสตามโรงงาน นอกจากนี้เด็กอาจถูกพาไปทำอนาจารได้อีกด้วย ปัจจุบันการลักลอบค้าหญิงและเด็กจากประเทศเพื่อนบ้านมาทำงานในไทยยังน่าวิตกและมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น เป็นภาระให้ไทยต้องเพิ่มการเฝ้าระวังมากยิ่งขึ้น แม้ว่าไทยมีมาตรการทางกฎหมายในการปราบปรามการค้าประเวณีเด็ก รวมถึงข้อตกลงความร่วมมือว่าด้วย

การค้าหญิงและเด็กที่ตกเป็นเหยื่อของการค้ามนุษย์ทั้งภายในประเทศและร่วมมือกับต่างประเทศ แต่การปฏิบัติยังไม่เป็นรูปธรรมนัก

สภาวะแวดล้อมความมั่นคงในระดับประเทศ^{4,5}

ความเปลี่ยนแปลงของบริบทความมั่นคงภายในประเทศ มีความเป็นไปได้ที่จะเกิดภาพในอนาคตที่ต้องเผชิญ และกองทัพไทยจะต้องปรับตัวให้เท่าทันต่อภัยคุกคามตามแบบ (Traditional Threats) และไม่ตามแบบ (Non - Traditional Threats) ในประเด็นต่างๆ ดังนี้

1. การเพิ่มงบประมาณทางทหาร

มีสิ่งบ่งชี้ถึงการเพิ่มงบประมาณทางทหารของประเทศในภูมิภาค ความจำเป็นที่ต้องพัฒนาอำนาจกำลังรบเปรียบเทียบให้สูงกว่าประเทศเพื่อนบ้าน รวมทั้งจัดหาอาวุธยุทโธปกรณ์ อันทันสมัยเข้าประจำการในกองทัพเป็นจำนวนมาก ซึ่งอาจเกิดเหตุไม่คาดหมายขึ้นและจะเป็นฝ่ายเสียเปรียบหากมีศึกภัยสงครามต่ำกว่า

2. ความขัดแย้งทางความคิดของคนในชาติอันเนื่องมาจากความนิยมทางการเมืองที่แตกต่างกัน

การเมืองของประเทศไทยประสบปัญหาโดยตลอดในห้วง 10 ปีที่ผ่านมา ซึ่งเป็นความแตกแยกทางความคิดของกลุ่มการเมือง ส่งผลให้เกิดความแตกแยกทางความคิดของกลุ่มคนในชาติ ทำให้ขาดเสถียรภาพ สาเหตุที่นำไปสู่ความแตกแยกทางความคิดดังกล่าวเกิดจากหลายปัจจัย คือ ความเหลื่อมล้ำระหว่างคนรวยกับคนจน ปัญหาคอร์รัปชัน การขาดระบบยุติธรรมเพื่อลดความเหลื่อมล้ำ ปัญหาประเด็นการเมืองที่จะเป็นประเด็นท้าทายประเทศไทยในอนาคต คือ การสร้างประชาธิปไตยที่มั่นคง การต่อต้านการคอร์รัปชัน การสร้างธรรมาภิบาลและความโปร่งใส การพัฒนาระบบราชการให้สามารถดำเนินการบูรณาการแผนงาน โครงการ และงบประมาณ ร่วมกับการเร่งปรับปรุง กฎหมายที่เกี่ยวข้อง ด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

3. ปัญหายาเสพติด

ยาเสพติด ยังคงเป็นปัญหาสำคัญและเป็นปัญหาแทรกซ้อนในหลายๆ ปัญหาของชาติ ปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่ทำให้ปัญหายาเสพติดยังคงมีความรุนแรงภายในประเทศนั้น เนื่องมาจากยังมีอุปสงค์หรือความต้องการของผู้เสพในประเทศเป็นจำนวนมาก รวมทั้งสร้างรายได้จำนวนมหาศาลให้กับขบวนการค้ายาเสพติดหากสามารถส่งต่อไปยังประเทศที่สาม แนวโน้ม

⁴ ศูนย์ศึกษายุทธศาสตร์ สถาบันวิชาการป้องกันประเทศ. “สรุปผลการเดินทางเข้าพื้นที่เก็บรวบรวมข้อมูลสนับสนุนการวิจัย ระหว่างวันที่ 5 – 9 มิ.ย.60 จ.นครศรีธรรมราช จ.สงขลา และ จ.สุราษฎร์ธานี”, เอกสารอัดสำเนา, 2560.

⁵ ศูนย์ศึกษายุทธศาสตร์ สถาบันวิชาการป้องกันประเทศ. “สรุปผลการเดินทางเข้าพื้นที่เก็บรวบรวมข้อมูลสนับสนุนการวิจัย ระหว่างวันที่ 27 ก.พ. - 2 มี.ค.60 ณ จ.นครราชสีมา จ.สุรินทร์ จ.อุดรธานี และ จ.หนองคาย”, เอกสารอัดสำเนา, 2560.

ในอนาคตการแพร่ระบาดของยาเสพติดจะมีความรุนแรงขึ้นเนื่องจาก ประเทศไทยตั้งอยู่ใกล้เคียงกับ แหล่งผลิตยาเสพติด ทั้งใน จีน เมียนมา ลาว และกัมพูชา เครือข่ายชาวอิหร่านและแอฟริกันยังคง ลักลอบนำเฮโรอีน โคเคน และยาไอซ์ เข้ามาจำหน่ายในประเทศไทย อีกทั้งผู้หญิงไทยยังถูกใช้ให้ ขนยาเสพติดในต่างประเทศ

สถานการณ์ด้านการค้ายาเสพติดในประเทศไทยมีแนวโน้มที่เปลี่ยนแปลงไป จากอดีตในลักษณะที่กลุ่มผู้เสพยาจะขยายบทบาทขึ้นมาเป็นผู้ค้ารายย่อยมากขึ้น รวมทั้ง ขบวนการ เหล่านี้ได้ขยายไปสู่การค้าในเรือนจำอีกทั้งการลักลอบผลิตยาเสพติดในประเทศไทยอาจมีแนวโน้ม เพิ่มขึ้น เนื่องจาก การเข้าสู่การเป็นประชาคมอาเซียนซึ่งมีการเชื่อมต่อเส้นทางคมนาคม ที่สะดวก และมาตรการในการคัดกรองการเข้าเมืองของบุคคลคนและสินค้าจากประเทศเพื่อนบ้าน ในอาเซียนผ่อนปรนลงจึงทำให้การลักลอบลำเลียงสารเคมีตั้งต้นสามารถทำได้อย่างสะดวกรวดเร็วขึ้น ประกอบกับปัญหาค่านิยมความรักสนุกและความเสื่อมโทรมของสังคมไทย การมีส่วนร่วม ในขบวนการค้ายาเสพติดของเจ้าหน้าที่รัฐ ยังคงเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ปัญหาดังกล่าวยังไม่มีการแก้ไข ที่จะลดลง

4. ปัญหาความไม่สงบใน จชต.

ในห้วงระยะเวลาที่ผ่านมาทุกรัฐบาลมีความพยายามแก้ปัญหาความไม่สงบ ใน จชต. ด้วยการปรับทั้งในเรื่องของหน่วยงานที่รับผิดชอบ ตลอดจนแนวความคิดและการดำเนินงาน ต่างๆ ให้สอดคล้องกับสถานการณ์และเกิดประสิทธิผลสูงสุดโดยใช้แนวทางสันติวิธี อย่างไรก็ตาม ปัญหาความไม่สงบใน จชต. สลับซับซ้อนโดยมีปัญหาคืออื่นแทรกซ้อนรวมอยู่ด้วย เช่น ปัญหายาเสพติด การค้ามนุษย์ การค้าสินค้าและน้ำมันเถื่อน ธุรกิจผิดกฎหมายต่างๆ ตลอดจนปัญหาการแทรกแซง จากองค์กรภาคประชาสังคมทั้งในและต่างประเทศรวมทั้งจะต้องได้รับการสนับสนุนข้อมูลเชิงลึก และความร่วมมือจากประเทศเพื่อนบ้านหรือมิตรประเทศเป็นต้น อย่างไรก็ตามในห้วงเวลาที่ผ่านการ ดำเนินการแก้ไขปัญหาของภาครัฐได้ดำเนินการอย่างมีทิศทางและประสบความสำเร็จใน ระดับหนึ่ง หากแต่แนวทางในการต่อสู้ของฝ่ายตรงข้ามได้มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบเพื่อชิงความริเริ่ม ตลอดเวลา ปัจจุบันได้นำสตรี เด็ก เยาวชน นักเรียนและนักศึกษาเข้ามามีบทบาทในการขับเคลื่อน มากขึ้นโดยเฉพาะการรณรงค์ให้ความรู้กับประชาชนในพื้นที่ในเรื่องการกำหนดจิตเจตนองควบคู่ไป กับการปฏิบัติการแบบกองโจรหรือการปฏิบัติการแบบทหารกดดันเจ้าหน้าที่รัฐ เพื่อให้บรรลุ วัตถุประสงค์คือการปกครองตนเองรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง ทั้งนี้ทางรัฐบาลได้มีการปรับรูปแบบและ วิธีการ รวมทั้งมีการประสานการทำงานและการปฏิบัติระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้ยังชี้แจงทำความเข้าใจกับประชาคมโลกโดยเฉพาะโลกมุสลิมให้มีความเข้าใจอย่างถ่องแท้ ถึงความตั้งใจจริงในการแก้ไขปัญหาและแก้ไขข้อกล่าวหาต่างๆ ที่ถูกให้ร้ายโดยกลุ่มแนวร่วม ของขบวนการก่อความไม่สงบใน จชต. ตลอดระยะเวลานับตั้งแต่เกิดเหตุการณ์ปล้นปืนเมื่อปี 2547 ที่ผ่านมามาทางฝ่ายรัฐก็ได้มีการปรับรูปแบบแนวทางเพื่อให้แก้ปัญหาได้อย่างตรงจุดมากขึ้นจนกระทั่ง ปัจจุบันได้ยึดแนวทางสันติวิธีตามนโยบายการบริหารและการพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้ พ.ศ. 2555-2557 ซึ่งเน้นเปิดพื้นที่ให้กับประชาชนทุกภาคส่วนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการแก้ปัญหา อันจะนำไปสู่กระบวนการพูดคุยสันติภาพต่อไป

5. การก่อการร้าย

แม้ว่าในช่วง 15 ปีที่ผ่านมา จะเป็นยุคของสงครามต่อต้านการก่อการร้าย แต่การก่อการร้ายยังคงไม่หมดไป และจะแปรเปลี่ยนไปตามยุคสมัย โดยการก่อการร้ายจะอยู่ในรูปแบบของการใช้ความรุนแรง เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ทางศาสนา เชื้อชาติ และอุดมการณ์มากขึ้น กลุ่มก่อการร้ายจะมีการพัฒนาไปจากเดิมและอาจก้าวไปสู่การก่อการร้ายไซเบอร์ กระแสการเมืองอิสลามและการรื้อฟื้นระบบกาหลิป Calipate) เริ่มปรากฏชัดมาตั้งแต่ช่วงทศวรรษ 1990 เกิดขบวนการอิสลามที่ต้องการทวงคืนความยิ่งใหญ่ในอดีตของระบบกาหลิปการเกิดขึ้นของกลุ่มรัฐอิสลาม (Islamic State : IS) เป็นการแสดงให้เห็นว่าขบวนการอิสลามต้องการรื้อฟื้นระบบกาหลิปขึ้นอีกครั้ง แม้ว่าจะเผชิญกับการต่อต้านจากตะวันตก กลุ่ม IS เปิดเผยแผนที่ฉบับใหม่ที่วางแผนจะยึดครองดินแดนทั้งหมด โดยกินพื้นที่ทวีปเอเชีย และภูมิภาคตะวันออกกลาง แอฟริกาเหนือ และบางส่วนของยุโรปตอนใต้ตั้งแต่สเปนไปจนถึงภาคตะวันออกของจีน เนื่องจากเห็นว่าเป็นพื้นที่ของโลกมุสลิมและมีแผนการยึดครองพื้นที่ทั้งหมดในปี พ.ศ. 2563 กลุ่ม IS ได้ขยายอิทธิพลเข้ามายังภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ผ่านประเทศที่นับถือศาสนาอิสลาม อาทิ มาเลเซีย อินโดนีเซีย โดยนาคมนุสลิมจากประเทศเหล่านี้เข้าร่วมการฝึกปฏิบัติการกับกลุ่ม IS ในซีเรีย ปัจจุบันกลุ่ม IS ได้ขยายอิทธิพลมายังประเทศมาเลเซีย ฟิลิปปินส์ และอินโดนีเซีย การก่อการร้ายในอนาคตจะมีความสลับซับซ้อนมากยิ่งขึ้น การตรวจพบ สืบสวน การกระทำของผู้ก่อการร้ายจะทำได้ยากขึ้น การเคลื่อนไหวของผู้ก่อการร้ายจะมีลักษณะเป็นพลวัตร มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาตามสถานการณ์ และมีการหาวิธีการก่อการร้ายในรูปแบบใหม่ๆ โดยอาศัยประโยชน์จากอินเทอร์เน็ต ในการชักชวนสมาชิกใหม่ และการโฆษณาชวนเชื่อ การก่อการร้ายในอนาคตจะมีลักษณะที่เป็นทั้งองค์กรและบุคคล ซึ่งอาจเป็นบุคคลที่ได้รับการบ่มเพาะความคิดหัวรุนแรงเป้าหมายของการก่อการร้ายจะมุ่งให้เกิดความเสียหายแก่สถานที่ที่เป็นแหล่งชุมชน เช่น สถานที่ท่องเที่ยว สถานิชนสงสถานบันเทิง เป็นต้น การก่อการร้ายในประเทศแม้ไทยจะไม่ใช่เป้าหมายการโจมตีของกลุ่มก่อการร้าย แต่การที่ไทยเป็นประเทศเปิด และมีสถานที่ตั้งผลประโยชน์ของต่างชาติอยู่เป็นจำนวนมาก อาจทำให้กลุ่มก่อการร้ายใช้ไทยเป็นฐานปฏิบัติการโจมตีต่างชาติที่เป็นเป้าหมายรวมทั้งไทยถูกใช้เป็นแหล่งพักพิง แหล่งฟอกเงิน หรือจัดหาสิ่งจำเป็นต่างๆ ของผู้ก่อการร้ายมาโดยตลอด ทั้งนี้ในอนาคตมีความเป็นไปได้ว่า ประเทศไทยอาจจะต้องเผชิญกับภัยก่อการร้ายรูปแบบใหม่ในอีก 20 ปีข้างหน้า

6. ปัญหาภัยคุกคามด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ

การปฏิวัติเทคโนโลยี (Technology Revolution) ทำให้โลกมีการติดต่อใกล้ชิดกันมากยิ่งขึ้น ส่งผลกระทบต่อชีวิตและความเป็นอยู่ของประชาชน ทำให้เกิดรูปแบบการทำงานที่เปลี่ยนแปลงไป เช่น การเกิด Creative Economy (การใช้ประโยชน์จากองค์ความรู้และข้อมูลสำหรับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และวัฒนธรรม) Digital Economy (การนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาประยุกต์ใช้กับกิจกรรมทางเศรษฐกิจและสังคม) การขนส่งแบบใหม่ที่มีความสะดวกรวดเร็ว ลดพลังงานสิ้นเปลือง และลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ในอนาคตแนวโน้มของนวัตกรรมในศตวรรษหน้า จะมีลักษณะของการหลอมรวมเทคโนโลยีด้านต่างๆ โดยเทคโนโลยีสารสนเทศที่สามารถเพิ่มประสิทธิภาพของเทคโนโลยีอื่นๆ เช่น เทคโนโลยีการป้องกันและลดผลกระทบจาก

ภาวะโลกร้อน เทคโนโลยีที่ช่วยในการเข้าถึง การจัดหา การเก็บรักษา การซ่อมแซม และการสงวนรักษาทรัพยากรที่มาอยู่อย่างจำกัด การใช้หุ่นยนต์ทำงานแทนมนุษย์ในภาคอุตสาหกรรม รวมทั้งเทคโนโลยีทางการแพทย์ และการทหาร เป็นต้น ในอนาคต แนวโน้มภัยคุกคามด้านเทคโนโลยีสารสนเทศหรือภัยคุกคามทางไซเบอร์ ที่จะเกิดขึ้นและมีผลต่อความมั่นคงของประเทศ ได้แก่ การโจมตีระบบป้องกันประเทศ ระบบธนาคาร ระบบควบคุมการขนส่ง การจราจรหรือสาธารณูปโภคขนาดใหญ่ เช่น ไฟฟ้า ประปา รวมทั้งการโจรกรรมข้อมูลสำคัญต่างๆ ซึ่งหากไม่มีการเตรียมการรองรับสถานการณ์หรือแนวทางการแก้ไขที่ดีพอจะมีผลกระทบหรือผลเสียหายเป็นวงกว้าง

7. สภาวะแวดล้อมอื่น ๆ

ปัญหาประชากรสูงวัยประเทศไทยมีแนวโน้มที่จะเป็นสังคมผู้สูงอายุ เนื่องจากเป็นแนวโน้มของโลก ทั้งนี้เมื่อปี 2548 ประเทศไทยมีกลุ่มผู้สูงอายุ (อายุ 60 ปีขึ้นไป) เพียง 6 ล้านคน แต่คาดว่าจะเพิ่มเป็น 19 ล้านคน ในปี 2578 หรือคิดเป็นร้อยละ 25 ของประชากรทั้งหมด ซึ่งจัดว่าเป็นประเทศที่เข้าสู่สังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ ประเด็นท้าทายที่จะติดตามมา คือ ประชากรวัยแรงงานลดลง ทำให้เกิดปัญหาแรงงาน ภาครัฐ และภาคครัวเรือน จะมีภาระค่าใช้จ่ายเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะในด้านสวัสดิการ และค่าใช้จ่ายด้านสุขภาพในด้านความมั่นคงการเรียกเกณฑ์ทหารเข้าเป็นทหารกองประจำการก็อาจจะได้รับผลกระทบจากกรณีปัญหาประชากรสูงวัย

ปัญหาภาวะโลกร้อนในอนาคต จะส่งผลกระทบกลายเป็นปัญหาใหญ่ที่ทำให้เกิดพิบัติภัยทางธรรมชาติและปัญหาสิ่งแวดล้อมต่างๆ ขนาดใหญ่ที่ไม่เคยเกิดขึ้นได้ อาทิ ปัญหาแผ่นดินไหว ปัญหาน้ำท่วมแผ่นดินถล่ม ปัญหามลพิษ ปัญหาภัยแล้ง หรือปัญหาพิบัติภัยคลื่นยักษ์สึนามิที่มีโอกาสเกิดขึ้นอีกก็เป็นได้ ทั้งนี้ปัญหาส่วนใหญ่เกิดมาจากการกระทำของมนุษย์ เช่น การบุกรุกทำลายทรัพยากรธรรมชาติ โดยดูได้จากการลักลอบตัดไม้ทำลายป่าที่ยังคงเกิดขึ้นในประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ยังมีการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างสิ้นเปลือง เป็นต้น

สรุป

จากประเด็นสถานการณ์ดังกล่าวข้างต้น พบว่า การเปลี่ยนแปลงที่เป็นไปอย่างรวดเร็ว และความผันผวนของโลกมีมากขึ้น เมื่อเทียบกับอดีตที่ผ่านมาไม่ว่าจะเป็นด้านภัยพิบัติทางธรรมชาติที่เกิดขึ้นบ่อยครั้ง และทวีความถี่มากขึ้น สถานการณ์การก่อการร้าย และวิกฤติการณ์ความร้ายแรงด้านต่างๆ ทั้งทางการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม แทบทุกประเทศทั่วโลก อีกทั้งประเทศไทยก็ประสบกับการเปลี่ยนแปลงไม่น้อย ซึ่งประเทศไทยประสบวิกฤติเศรษฐกิจ และวิกฤติทางการเมืองมาโดยตลอด ภาวะเศรษฐกิจที่อยู่ในภาวะซบเซาขาดความหวัง อัตราความเจริญทางเศรษฐกิจที่ไม่แน่นอน อัตราเงินเฟ้อ และอัตราการว่างงานอยู่ในระดับที่น่าเป็นห่วง นอกจากนี้ยังมีปัญหาอื่นๆ อีก อาทิ ปัญหา ยาเสพติด ที่มีอยู่อย่างดาษดื่นเกลื่อนเมืองและเป็นปัญหาที่ยังแก้ไม่ตก รวมไปถึงปัญหาความขัดแย้งทางการเมืองที่อยู่ในสภาวะเรื้อรัง ยากแก่การเยียวยารักษา จากสถานการณ์ทั้งภายในและภายนอกประเทศที่กำลังเกิดขึ้นในช่วงการเปลี่ยนผ่านรัฐบาลและสถานการณ์ด้านต่างๆ จึงเป็นเรื่องที่ประชาชนทุกภาคส่วน ควรให้ความสำคัญและความสนใจ ควรตระหนักและรับรู้ ว่า ต้องมีการปรับตัวเปลี่ยนแปลง และปรับปรุงในด้านต่างๆ ทั้งในระดับปัจเจกบุคคล ระดับกลุ่ม ระดับองค์กร ระดับ

สังคมและประเทศชาติ ที่นับเป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนผลกระทบในด้านต่างๆ ที่อาจส่งผลกระทบต่อความมั่นคงประเทศ และเสถียรภาพของไทยโดยรวม

นอกจากนี้ อาจกล่าวได้ว่านอกจากภัยคุกคามตามแบบเป็นเรื่องของการทหารแล้ว ภัยคุกคามไม่ตามแบบก็ถือว่าเป็นงานสำคัญอีกสิ่งหนึ่งเช่นกันที่ทหารเข้าไปเกี่ยวข้องมากในปัจจุบัน ทำให้กองทัพต้องพัฒนากาลังพล ยุทโธปกรณ์ และหลักนิยมให้มีประสิทธิภาพ มีความพร้อมตรงตามความต้องการกับภารกิจที่จะต้องเข้าไปเกี่ยวข้องในอนาคตข้างหน้าให้ได้อย่างแท้จริง และสิ่งสำคัญคือ กองทัพต้องมีศักยภาพในการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

บทที่ 5

สรุปและข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัย เรื่อง “แนวทางการดำเนินการด้านการประชาสัมพันธ์ของกองบัญชาการกองทัพอากาศ สู่สังคมในระยะ 5 ปี ข้างหน้า (พ.ศ. 2565-2570)” มีวัตถุประสงค์คือ 1. ศึกษาบทบาทหน้าที่ด้านการประชาสัมพันธ์ของกรมกิจการพลเรือนทหารกองบัญชาการกองทัพอากาศ 2. ตรวจสอบสถานะแวดล้อมในระดับโลก ภูมิภาค และในประเทศ ที่ส่งผลกระทบต่อการทำงานด้านการประชาสัมพันธ์ของกรมกิจการพลเรือนทหาร กองบัญชาการกองทัพอากาศ ในระยะ 5 ปี ข้างหน้า (พ.ศ. 2565-2570) และ 3. ศึกษาแนวทางการพัฒนาด้านการประชาสัมพันธ์ของกองบัญชาการกองทัพอากาศ เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน โดยจากผลการศึกษาพบว่ามีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ข้างต้น และสามารถนำมาซึ่งข้อสรุปและข้อเสนอแนะ ดังต่อไปนี้

สรุป

แนวทางการดำเนินการด้านการประชาสัมพันธ์ของกองบัญชาการกองทัพอากาศ สู่สังคมในระยะ 5 ปี ข้างหน้า (พ.ศ. 2565-2570) องค์กรจะต้องมีความมุ่งมั่นและมีความเป็นผู้นำในการเปลี่ยนแปลง สามารถสร้างแรงจูงใจและผลักดัน ส่งเสริมให้กำลังพลผู้ปฏิบัติงานมีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็น มีส่วนร่วมในการจัดทำแผนกิจกรรมในการปรับปรุงการทำงานและสภาพแวดล้อมในการทำงานอย่างต่อเนื่อง เน้นการทำงานเป็นทีม สร้างความสัมพันธ์ให้เกิดขึ้นในหน่วยงาน เกิดความสามัคคีที่จะช่วยในการขับเคลื่อนแนวทางได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ขณะเดียวกันการรับรู้ของบุคลากร ควรมีการสนับสนุนให้เกิดการพัฒนาด้านความรู้ความเข้าใจของบุคลากรในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับองค์กร ซึ่งถือเป็นแนวทางที่สำคัญในการบริหารจัดการ ซึ่งจะส่งผลต่อการดำเนินงานในภาพรวมขององค์กรในด้านประสิทธิภาพ และประสิทธิผลในการปฏิบัติงาน

เนื่องด้วยปัจจุบันสังคมไทยและสังคมโลกอยู่ในยุคของเทคโนโลยีและการสื่อสาร (Information Technology and Communication) พัฒนาการและการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและการสื่อสาร ที่เกิดขึ้นในปัจจุบันต่างมีรากฐานจากอดีต องค์กรต้องยอมรับว่า รูปแบบ กลยุทธ์ กลวิธีการบริหารและการสื่อสารที่เคยประสบความสำเร็จในอดีต ไม่ได้เป็นสิ่งยืนยันว่าจะต้องยั่งยืนหรือเป็นเช่นนั้นตลอดไป เพราะการเปลี่ยนแปลงก้าวกระโดดเป็นโลกใบใหม่ที่มีความสลับซับซ้อน และต้องตามให้ทันเทคโนโลยีและการสื่อสารในประเทศไทยมีการพัฒนา อย่างรวดเร็วเพียงไม่กี่ปีที่ผ่านมา ทั้งนี้ โดยการนำเทคโนโลยี อินเทอร์เน็ต และสื่อใหม่ที่เป็นสื่อสังคมออนไลน์มาใช้เพื่อพัฒนารูปแบบการสื่อสารข้อมูลสารสนเทศ การเก็บรวบรวม ข้อมูลสารสนเทศ การให้บริการสารสนเทศเพื่อใช้ในการงาน บริหารขององค์กร องค์กรจะสื่อสารและประชาสัมพันธ์อย่างไรกับกลุ่มเป้าหมายเพื่อสร้างการยอมรับและความอยู่รอดขององค์กรอย่างยั่งยืน การประชาสัมพันธ์เป็นหนึ่งในช่องทางการสื่อสารที่สำคัญในการสร้างความเข้าใจที่ตรงระหว่างองค์กรกับกลุ่มที่มีส่วนได้ส่วนเสีย รวมถึงสาธารณชนทั่วไป

งานประชาสัมพันธ์เป็นงานที่เกี่ยวข้องกับการใช้เครื่องมือสื่อสาร นักประชาสัมพันธ์ต้องรู้การใช้สื่อประชาสัมพันธ์ให้ได้ผล ในอดีตสื่อมวลชนกระแสหลัก อาทิ โทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียงและสิ่งพิมพ์ เป็นเครื่องมือสื่อสารหลักที่นักประชาสัมพันธ์ใช้ในการสื่อสารองค์กร แต่เมื่อเทคโนโลยีก้าวหน้าเปลี่ยนแปลงไป โดยเฉพาะการถือกำเนิดของสื่อใหม่ (New Media) เช่น สื่ออินเทอร์เน็ต สื่อสังคม ออนไลน์ เป็นเทคโนโลยีที่ถูกนำมาใช้อย่างกว้างขวาง ในวงวิชาชีพการประชาสัมพันธ์ด้วยการนำข้อมูลหรือกิจกรรมต่างๆ ขององค์กรมาเผยแพร่ผ่านเว็บไซต์ห้องสนทนา การส่งผ่านอีเมล การส่งข่าวประชาสัมพันธ์ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ ประกอบกับการประชาสัมพันธ์ภายใต้กระแสสื่อสังคมออนไลน์ มีขอบเขตขยายออกไปกว้างขวางมากขึ้น ทั้งการเปลี่ยนแปลงการดำเนินงานประชาสัมพันธ์การสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ รวมทั้งเนื้อหาเพื่อการประชาสัมพันธ์และรูปแบบการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ ดังนั้น องค์กรใดสามารถบริหารจัดการและดำเนินงานผ่านกลไกการประชาสัมพันธ์ภายใต้กระแสสื่อสังคมออนไลน์ได้เป็นอย่างดี จะทำให้สมาชิกในองค์กร และกลุ่มเป้าหมายเข้าใจ ยอมรับ และให้ความร่วมมือสนับสนุน อันจะนำมาซึ่งความสำเร็จ ภาพลักษณ์ และได้รับการยอมรับจากสาธารณชน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1.1 จัดทำแผนประชาสัมพันธ์ ที่ครอบคลุมภัยคุกคามในหลายประเภท อาทิ สถานการณ์ฉุกเฉินที่เป็นภัยร้ายแรงต่อประชาชนและประเทศชาติ และภัยความมั่นคงอื่นๆ

1.2 จัดตั้งคณะกรรมการบริหารข้อมูลข่าวสาร โดยบูรณาการบุคลากรจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน เพื่อจัดทำแผนการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารในภาวะวิกฤต ที่ชัดเจนและเป็นรูปธรรม สร้างความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง เพื่อให้การสื่อสารเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

1.3 จัดตั้งศูนย์ปฏิบัติการประชาสัมพันธ์เพื่อบริหารจัดการด้านข้อมูลข่าวสาร อำนวยความสะดวกและจัดระเบียบการทำงานของสื่อมวลชน ชี้แจงสรุปสถานการณ์ ให้สื่อมวลชนและประชาชนได้รับทราบข้อมูลข่าวสารที่ครบถ้วนและถูกต้อง

1.4 วิธีการหรือกลยุทธ์ในการประชาสัมพันธ์ ควรมีการจัดทำเนื้อหาที่ตอบโจทย์ในทุกมิติ ตรงต่อความต้องการ และมีคุณภาพเพื่อหาจุดร่วมระหว่างสิ่งที่อยากจะบอกกับสิ่งที่ผู้อื่นสนใจ หรืออยากรู้ โดยมีกระบวนการผลิตที่ทันสมัยตอบโจทย์ ด้วยเนื้อหาเดียวกัน ซึ่งในอนาคตการประชาสัมพันธ์จะเป็นยุคที่มีการพัฒนาด้วยเทคโนโลยี อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ ที่มีความฉลาดมีความสามารถในการติดต่อสื่อสาร และยิ่ง เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของการใช้ชีวิตประจำวันของคนในสังคม องค์กรต่างๆ จึงจำเป็นต้องมีการปรับตัวให้ทันต่อการพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ๆ อยู่เสมอ

2. ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

2.1 การพัฒนาด้านบุคลากร ควรจัดให้มีการอบรมให้ความรู้ความเข้าใจ รวมถึงให้มีการฝึกปฏิบัติงานจริง

2.2 การใช้สื่อหรือเครื่องมือการประชาสัมพันธ์ ควรเลือกใช้สื่อประชาสัมพันธ์ให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อใช้เนื้อหาหรือสิ่งที่ต้องการสื่อสารถูกเผยแพร่ออกไปสู่ผู้รับได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2.3 การประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางต่างๆ ควรจะต้องมีการอัปเดตข้อมูลข่าวสารหรือความคิดเห็นอย่างสม่ำเสมอและดำเนินการประชาสัมพันธ์โดยเปิดโอกาสให้ผู้รับสารเกิดปฏิสัมพันธ์ที่ดีอันจะนำไปสู่ความสัมพันธ์ที่ดีภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร ทั้งนี้ ยังต้องมีบุคลากรที่เพียงพอและมีคุณภาพในการทำงานด้านการประชาสัมพันธ์อย่างเหมาะสม

2.4 ควรเร่งพัฒนาการประชาสัมพันธ์ในทุกด้านให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงของโลกยุคใหม่ที่เปลี่ยนแปลงไปด้วยความรวดเร็วและมีอัตราเร่งสูง เพื่อให้การดำเนินการประชาสัมพันธ์ของกองบัญชาการกองทัพไทย เป็นไปอย่างบูรณาการทั้งระดับผู้บังคับบัญชา และหน่วยงานประชาสัมพันธ์ในทุกระดับขององค์กร รวมไปถึงกำลังพลทุกคนเข้าใจงานการประชาสัมพันธ์และสามารถทำงานอย่างประสานสอดคล้องไปในแนวทางเดียวกัน ด้วยการนำเทคโนโลยีต่างๆ ประกอบกับระบบการพัฒนาคอน มาใช้ประโยชน์ในการประชาสัมพันธ์ให้เกิดความรวดเร็ว ถูกต้อง ต่อเนื่องทันเวลา ทันสถานการณ์ ทั้งในปัจจุบันและในอนาคตทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีแก่องค์กรอย่างเป็นรูปธรรมให้ประชาชนมี ความเชื่อถือศรัทธาต่อองค์กรมากขึ้นอย่างยั่งยืนและถาวรตลอดไป

3. ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาครั้งต่อไป

ควรทำการศึกษาวิจัยในด้านการวิเคราะห์เปรียบเทียบกระบวนการและประสิทธิผลการบริหารจัดการบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์กับหน่วยงานประชาสัมพันธ์ของเอกชน หรือหน่วยงานราชการอื่นๆ ที่ประสบความสำเร็จ เพื่อนำมาพัฒนาระบบการประชาสัมพันธ์ที่มีอยู่เดิมให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

หนังสือ

จินตวีร์ เกษมสุข. การสื่อสารกับการเปลี่ยนแปลงทางสังคม. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2554.

ณัฐชุตตา วิจิตรจามรี. การสื่อสารในองค์กร. พิมพ์ครั้งที่ 2, สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ : กรุงเทพมหานคร, 2554.

บุญทัน ดอกไธสง. การจัดการองค์การ. พิมพ์ครั้งที่ 9, กรุงเทพฯ : มูลนิธิพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และเทคโนโลยีชนบท, 2548.

อภิชาจ พุกสวัสดิ์. การประชาสัมพันธ์เพื่อการสร้างภาพลักษณ์. กรุงเทพมหานคร จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2556.

วารสารและหนังสือพิมพ์

อนุสรฯ ชันนารัตน์ และ กัลยกร วรกุลลัญฐานีย์. “แนวทางการพัฒนาเอกสารข่าวทหารบก เพื่อการเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร Guidelines for the development of the Royal Thai Army Newsletter For public relations within the organization”. วารสารการสื่อสารมวลชน. ปีที่ 6 (ฉบับที่ 1), มกราคม-มิถุนายน 2561.

วิทยานิพนธ์ รายงานการวิจัย เอกสารวิจัย

ทัศนีย์ ผลชานิกโก, กรมประชาสัมพันธ์. “กลยุทธ์การวางแผนประชาสัมพันธ์ การเข้าสู่ประชาคมอาเซียนของกรมประชาสัมพันธ์”. รายงานการศึกษาส่วนบุคคลวิจัย, สถาบันพัฒนาครูคณาจารย์ และบุคลากรทางการศึกษา, ๒๕๕๖.

เสาวลักษณ์ หงส์ทอง, พ.อ.หญิง. “แนวทางการพัฒนาการประชาสัมพันธ์ในภาวะวิกฤต ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของกองบัญชาการกองทัพไทย”. วิทยาลัยการทัพบก 2563.

ฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์

“ยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. 2561-2580 ฉบับย่อ”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : เข้าถึงได้จาก <http://www.nesdb.go.th/download>, 2561.

กรมประชาสัมพันธ์ คณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ สำนักนายกรัฐมนตรี. “นโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ 5 (พ.ศ.2559-2564)” (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : <http://www.prd.go.th>, 2559.

- “ระเบียบกระทรวงกลาโหมว่าด้วยการประชาสัมพันธ์ของกระทรวงกลาโหม พ.ศ. 2534”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : <https://www.rtsd.mi.th/main/wp-content/uploads/2016/07, 2565>.
- อภิสิทธิ์ ฉัตรทนานนท์. “กลยุทธ์การบริหารภาวะวิกฤตสำหรับผู้บังคับการ”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : <http://www.jba.tbs.tu.ac.th, 2565>.
- สรรเสริญ แก้วกำเนิด, พล.ท. “กระบวนการประชาสัมพันธ์เพื่อการเสริมสร้างความมั่นคงแห่งชาติ”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : http://www.dsdw2016.dsdw.go.th/doc_pr/ndc_2560-2561, 2561.

เอกสารไม่ตีพิมพ์

- คู่มือการจัดทำ “ข่าวประชาสัมพันธ์ (Press Release)” ของกองบัญชาการกองทัพไทย, 2561.

ประวัติย่อผู้วิจัย

ชื่อ	พลตรี ธีรภัท สร้อยนาค
วัน เดือน ปีเกิด	29 สิงหาคม 2510
ประวัติสำเร็จการศึกษา	โรงเรียนเตรียมทหาร โรงเรียนนายร้อยพระจุลเกล้า
ตำแหน่ง/หน้าที่ หรือราชการพิเศษ	รองโฆษก บก.ทท.
ตำแหน่งปัจจุบัน	ผู้อำนวยการสำนักประชาสัมพันธ์ กรมกิจการพลเรือนทหาร กองบัญชาการกองทัพไทย

สรุปย่อ

ลักษณะวิชา การทหาร

เรื่อง แนวทางการดำเนินการด้านการประชาสัมพันธ์ของกองบัญชาการกองทัพไทย
สู่สังคมในระยะ 5 ปี ข้างหน้า (พ.ศ.2565-2570)
ผู้วิจัย พล.ต. ทวีกร สร้อยนาคน **หลักสูตร วปอ. รุ่นที่ 65**
ตำแหน่ง ผู้อำนวยการสำนักประชาสัมพันธ์ กรมกิจการพลเรือนทหาร

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การเปลี่ยนแปลงของบริบทความมั่นคงในประเทศ ได้มีบทบาทและการเคลื่อนไหวที่สำคัญในทุกๆ ด้าน ทั้งในด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยี รวมถึงความขัดแย้งของคนภายในประเทศ ความไม่สงบ ในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ความไม่เชื่อมั่นในการบริหารประเทศตามหลักนิติธรรม ปัญหาอาชญากรรม ภัยพิบัติทางธรรมชาติการเคลื่อนตัวของภัยคุกคามข้ามชาติ การย้ายถิ่นฐานของประชากร เป็นต้น อีกทั้ง ภัยคุกคามด้านความมั่นคงในปัจจุบันยังมีขอบเขตที่กว้างขวาง มีความเชื่อมโยง ซับซ้อน และส่งผล กระทบต่อประชาชนโดยตรงมากขึ้น ซึ่งเป็นสิ่งที่ท้าทายและส่งผลกระทบต่อประเทศไทยต้องดำเนินนโยบายด้วยความ อ่อนตัวและความมั่นคงเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่มีผลต่อการพัฒนาประเทศในทุกมิติ

ในปัจจุบัน ประเทศไทยต้องเผชิญกับจุดเปลี่ยนจนนำมาสู่การเปลี่ยนแปลงระบบการสื่อสารในรูปแบบใหม่ต่างๆ มากมาย ดังนั้น การประชาสัมพันธ์จึงเป็นความจำเป็นในทุกยุคทุกสมัย เพื่อให้เผยแพร่ข่าวสารประชาสัมพันธ์ ให้ประชาชนรับทราบและเข้าใจง่ายขึ้น และด้วยเหตุผลดังกล่าวนี้ประเทศไทยจึงจำเป็นต้องมีการวางแผนยุทธศาสตร์ด้านต่างๆ ที่รอบคอบและครอบคลุม เพื่อเป็นกรอบในการขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศ จึงเป็นที่มาของยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ.2561-2580) ซึ่งเป็นยุทธศาสตร์ฉบับแรกของประเทศไทยตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ.2560 ที่จะนำไปสู่การปฏิบัติเพื่อให้ประเทศไทยบรรลุวิสัยทัศน์ “ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศ พัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” เพื่อให้มีความพร้อมสามารถรับมือกับภัยคุกคามได้ทุกรูปแบบและทุกระดับความรุนแรง ควบคู่ไปกับการป้องกันและแก้ไขปัญหาด้านความมั่นคงที่มีอยู่ในปัจจุบัน และที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคตแบบบูรณาการ ทั้งกับส่วนราชการ ภาคเอกชน ประชาสังคม และองค์กรที่ไม่ใช่รัฐ รวมถึงประเทศเพื่อนบ้าน และมิตรประเทศทั่วโลกบนพื้นฐานของหลักธรรมาภิบาล

“สื่อประชาสัมพันธ์” ถือเป็นเครื่องมือ และสื่อกลางในการสื่อสารจากองค์กรสู่กลุ่มเป้าหมาย ซึ่งหมายถึง การสร้างความสัมพันธ์อันใกล้ชิดให้เกิดขึ้นภายในองค์กร หรือสร้างความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกับสาธารณชน ในปัจจุบันเป็นสื่อที่นำความต้องการ ความคิด ความรู้สึก ไปสู่ความเข้าใจในเป้าหมายระหว่างบุคคลต่อบุคคล กลุ่มต่อกลุ่ม บุคคลต่อกลุ่มหรือระหว่างองค์กรเข้าด้วยกัน เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างสอดคล้อง หรือตรงกับวัตถุประสงค์ขององค์กร และเป็นกลไกสำคัญในการปฏิบัติงานในองค์กร เป็นกระบวนการรับ-ส่งข้อมูล แล้วถ่ายทอดข้อมูล

ไปยังบุคคลที่มีความเกี่ยวข้องกัน เพื่อสร้างความเข้าใจและความรู้สึกนึกคิดเพื่อเปลี่ยนแปลง การกระทำของ กิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งตามความประสงค์ โดยเฉพาะองค์กรที่มีหน่วยงานและ บุคลากรจำนวนมาก

แนวคิดเกี่ยวกับการเลือกรับข่าวสาร ซึ่งจะเห็นว่าข่าวสารเป็นปัจจัยสำคัญ ในการนำมา ประกอบการตัดสินใจของบุคคล ยิ่งบุคคลเกิดความไม่แน่ใจเกี่ยวกับเรื่องใด เรื่องหนึ่งมากเท่าใด บุคคลย่อมต้องการเปิดรับข่าวสารมากขึ้นเท่านั้น โดยไม่จำกัดว่าจะทำการเปิดรับข่าวสารจากสื่อใด ไม่ว่าจะเป็นสื่อมวลชน สื่อบุคคล หรือสื่อเฉพาะกิจ แต่ทั้งนี้ บุคคลจะทำการเปิดรับข่าวสารเฉพาะ เรื่องที่ตนให้ความสนใจเท่านั้น เนื่องจาก ข่าวสารในปัจจุบันมีมากเกินไปกว่าที่ผู้รับสารจะรับไว้ทั้งหมด ได้ จึงทำให้เกิดกระบวนการเลือกรับข่าวสารขึ้น อย่างไรก็ตาม บุคคลแต่ละคนก็จะมีเกณฑ์ในการ เลือกรับข่าวสาร ที่แตกต่างกันตามลักษณะส่วนบุคคล สภาพแวดล้อมในสังคมนั้นๆ และวัตถุประสงค์ หรือความต้องการที่จะเปิดรับข่าวสารของแต่ละบุคคลที่แตกต่างกัน ย่อมทำให้มีพฤติกรรมการเปิดรับ ข่าวสารที่แตกต่างกันได้ด้วย

ทั้งนี้ กองบัญชาการกองทัพไทย ในฐานะองค์กรด้านความมั่นคงองค์กรหนึ่ง ที่ต้องดำเนินการภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปีข้างต้น และเป็นไปอย่างสอดคล้องกับนโยบาย การประชาสัมพันธ์แห่งชาติ แผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ และการประชาสัมพันธ์ของ กระทรวงกลาโหม จึงมีความจำเป็นต้องแสวงหา แนวทางการพัฒนากลยุทธ์ด้านการประชาสัมพันธ์ ของกองบัญชาการกองทัพไทย สู่สังคมในระยะ 5 ปี ข้างหน้า (พ.ศ.2565-2570) เพื่อให้สอดคล้องกับ การเปลี่ยนแปลงในด้านต่างๆ เพื่อสร้างความสามัคคีของคนในชาติ และตระหนักถึงหน้าที่ ความรับผิดชอบที่มีต่อสังคมและประเทศชาติต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาบทบาทหน้าที่ด้านการประชาสัมพันธ์ของกรมกิจการพลเรือนทหาร กองบัญชาการกองทัพไทย
2. ตรวจสอบสถานะแวดล้อมในระดับโลก ภูมิภาค และในประเทศ ที่ส่งผลกระทบต่อ การดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ของกรมกิจการพลเรือนทหาร กองบัญชาการกองทัพไทย ในระยะ 5 ปี ข้างหน้า (พ.ศ.2565-2570)
3. ศึกษาแนวทางการพัฒนาด้านการประชาสัมพันธ์ของกองบัญชาการกองทัพไทย เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “แนวทางการพัฒนากลยุทธ์ด้านการประชาสัมพันธ์ของกองบัญชาการ กองทัพไทย สู่สังคมในระยะ 5 ปี ข้างหน้า (พ.ศ.2565-2570)” ดังรายละเอียดของกรอบแนวคิด ในการวิจัย ต่อไปนี้

ขอบเขตของการศึกษาแบ่งเป็น 3 ส่วน ได้แก่ ด้านเนื้อหา ด้านประชากร และด้านระยะเวลา โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. ด้านเนื้อหา

1.1 ศึกษารูปแบบการประชาสัมพันธ์ของกองบัญชาการกองทัพไทย จากผู้ที่เกี่ยวข้องตำรา เอกสารวิจัย วิชาการ และสื่ออิเล็กทรอนิกส์

1.2 ศึกษาสภาวะแวดล้อมในระดับโลก ภูมิภาคและในประเทศ ที่คาดว่าจะส่งผลกระทบต่อการทำงานด้านการประชาสัมพันธ์ของกรมกิจการพลเรือนทหาร กองบัญชาการกองทัพไทย ในระยะ 5 ปี ข้างหน้า (พ.ศ.2565-2570)

1.3 แนวทางการดำเนินการด้านการประชาสัมพันธ์ของกองบัญชาการกองทัพไทย เพื่อให้สอดคล้องกับ สถานการณ์ในปัจจุบัน

2. ด้านประชากร

เป็นผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องในด้านการประชาสัมพันธ์ของกรมกิจการพลเรือนทหาร กองบัญชาการกองทัพไทย ทั้งในระดับนโยบายและระดับปฏิบัติ

3. ด้านระยะเวลา

ระยะเวลาในการดำเนินการวิจัยทั้งสิ้น 8 เดือน (เดือนธันวาคม 2565-กรกฎาคม 2566)

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ร่วมกับการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Research) ดังนี้

1. การรวบรวมข้อมูล

1.1 ข้อมูลทุติยภูมิ ดำเนินการโดยการศึกษาจากตำราและเอกสารต่างๆ

1.2 ข้อมูลปฐมภูมิ ดำเนินการโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้เชี่ยวชาญ ผู้ทรงคุณวุฒิ และผู้ปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับด้านการประชาสัมพันธ์ของกรมกิจการพลเรือนทหาร กองบัญชาการกองทัพไทย

2. การวิเคราะห์ข้อมูล

ดำเนินการโดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Context Analysis) และการวิเคราะห์เปรียบเทียบ และสังเคราะห์ข้อมูลทฤษฎี หลักการต่างๆ

3. การนำเสนอข้อมูล

นำเสนอข้อมูลแบบรายงานวิจัยเชิงพรรณนาและวิเคราะห์ นำเสนอแนวคิดใหม่ๆ จากการศึกษาวิจัย

ผลการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้ผลการวิจัยสามารถตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัยทั้ง 3 ข้อ สรุปได้ดังนี้

1. ผลการวิจัยตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ศึกษาบทบาทหน้าที่ด้านการประชาสัมพันธ์ของกรมกิจการพลเรือนทหารกองบัญชาการกองทัพไทย

จากผลการศึกษาพบว่า ตามระเบียบกระทรวงกลาโหมว่าด้วยการประชาสัมพันธ์ของกระทรวงกลาโหม พ.ศ.2534 กำหนดให้มีคณะกรรมการของกระทรวงกลาโหมเรียกว่า “คณะกรรมการประชาสัมพันธ์ของกระทรวงกลาโหม” เรียกโดยย่อ “กปชส.กท.” มีปลัดกระทรวงกลาโหม เป็นประธานกรรมการ มีอำนาจหน้าที่เสนอนโยบาย และแผนปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ของกระทรวงกลาโหม ต่อคณะรัฐมนตรีว่าการกระทรวงกลาโหม หรือผู้ที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงกลาโหมมอบหมาย เพื่อให้ความเห็นชอบก่อนเสนอแผนปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ของกระทรวงกลาโหมต่อคณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ กำกับ ดูแล อำนวยการ และประสานงานในการจัดทำแผนแม่บทการประชาสัมพันธ์ของกระทรวงกลาโหม กองบัญชาการทหารสูงสุด กองทัพบก กองทัพเรือ และกองทัพอากาศ ให้สอดคล้องกับแผนแม่บทการประชาสัมพันธ์ของกระทรวงกลาโหม แผนการประชาสัมพันธ์ของรัฐบาล และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ เสนอแนะ และให้ความเห็นเกี่ยวกับการปรับปรุง พัฒนาระบบการประชาสัมพันธ์ของกระทรวงกลาโหมให้สอดคล้องกับเทคโนโลยีและระบบบริการสื่อสารมวลชนทั้งของรัฐบาลและเอกชน ศึกษา วิเคราะห์ ติดตาม และประเมินสถานการณ์ที่เกี่ยวข้องกับงานด้านการประชาสัมพันธ์ที่อาจมีผลกระทบต่อการประชาสัมพันธ์ของกระทรวงกลาโหม ดำเนินการประสานงานการประชาสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับส่วนราชการ ในสังกัดกระทรวงกลาโหม รวมทั้งที่เกี่ยวข้องกับคณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ กระทรวง ทบวง กรมอื่น เพื่อให้งานประชาสัมพันธ์มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ดังนั้น ในส่วนของการประชาสัมพันธ์ของกองบัญชาการกองทัพไทย จึงจำเป็นต้องดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ให้สอดคล้องกับทั้ง (ร่าง) แผนปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ พ.ศ.2566-2570 และระเบียบกระทรวงกลาโหมว่าด้วยการประชาสัมพันธ์ของกระทรวงกลาโหม พ.ศ.2534 ซึ่งในปัจจุบันภายใต้สถานการณ์ภัยคุกคามรูปแบบใหม่ และเทคโนโลยีการส่งต่อข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัยและรวดเร็ว อาจมีเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิด กระทบต่อความมั่นคง และกระทบต่อความรู้สึกของประชาชน จึงจำเป็นต้องมีการชี้แจงทำความเข้าใจกับประชาชนกับประชาคมโลก เพื่อสร้างความชัดเจน บนพื้นฐานข้อมูลที่ถูกต้อง

2. ผลการวิจัยตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ศึกษาตรวจสอบสถานะแวดล้อมในระดับโลก ภูมิภาค และในประเทศ ที่ส่งผลกระทบต่อการทำงานด้านการประชาสัมพันธ์ของกรมกิจการพลเรือนทหาร กองบัญชาการกองทัพไทย ในระยะ 5 ปี ข้างหน้า (พ.ศ.2565-2570) จากผลการศึกษาพบว่า ปรากฏการณ์ที่ทำให้องค์ประกอบในส่วนต่างๆ ของโลก เชื่อมต่อเข้าด้วยกันอย่างไม่เป็นระบบ ทำให้โลกเกิดกระแสการเปลี่ยนแปลงที่ส่งผลกระทบต่ออย่างแพร่หลายรอบด้าน และครอบคลุมทั่วโลก คงหนีไม่พ้นกับคำจำกัดความที่ว่า “พลวัตของโลกในยุคโลกาภิวัตน์” ที่ทำให้หลายประเทศ

ทั่วโลก โดยเฉพาะประเทศไทยที่ต้องพัฒนาประเทศอย่างก้าวกระโดดและไม่มีขีดจำกัด จึงต้องเร่งปรับตัวให้ทันต่อสถานการณ์ที่เกิดขึ้น โดยเฉพาะภารกิจด้านการประชาสัมพันธ์ของกองทัพที่จะต้องปรับตัวให้เท่าทันต่อภัยคุกคามตามแบบ (Traditional Threats) และไม่ตามแบบ (Non - Traditional Threats) ที่เกิดขึ้น ทั้งในระดับโลก ภูมิภาค และในประเทศไทย โดยสรุปได้ว่า

1. โลกของเทคโนโลยีมีความเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วมาก หรือที่เรียกกันว่า Disruption ซึ่งเป็นการทำลาย หรือขัดจังหวะสิ่งที่กำลังดำเนินอยู่ โดยเฉพาะด้านสื่อ และช่องทางการสื่อสาร ทำให้การทำงานด้านการประชาสัมพันธ์ ที่เคยทำกันมาใช้ได้ไม่ดีเท่าที่ควร โดยในอดีตมีสื่อโทรทัศน์ วิทยุ และหนังสือพิมพ์ เป็น Mass Communication ที่สามารถเข้าถึงคนจำนวนมากได้ในระยะเวลาอันรวดเร็ว แต่เมื่อสื่อสังคมออนไลน์เริ่มเติบโตขึ้นเรื่อยๆ ผู้คนเริ่มหันมาบริโภคหรือถึงขั้นเสพติดสื่อจากหน้าจอมือถือ ทำให้สื่อดั้งเดิมถูกลดความสำคัญไป จำทำให้การทำงานประชาสัมพันธ์แบบเดิม ไม่สามารถตอบสนองผู้บริโภคในยุคนี้และในอนาคตได้อีกแล้ว

2. สภาพปัญหาของคนทำงานด้านประชาสัมพันธ์ในองค์กรต่างๆ ทั้งภาครัฐ และเอกชน ปัจจุบัน พบว่ามีบุคลากรที่รับผิดชอบงานด้านประชาสัมพันธ์ ไม่ได้เรียนจบมาทางสายนี้โดยตรง จึงทำให้งานด้านประชาสัมพันธ์ไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร

3. งบประมาณ การดำเนินงานต่างๆ โดยเฉพาะในส่วนของทัพ ต้องใช้การประชาสัมพันธ์เพื่อเป็น “ใบเบิกทาง” และลดแรงเสียดทานต่างๆ ที่จะเกิดขึ้น โดยเฉพาะด้านการพัฒนาทักษะด้านการสื่อสารของบุคลากร รวมไปถึงอุปกรณ์ต่างๆ ที่ใช้สำหรับงานด้านการประชาสัมพันธ์ ให้สอดคล้องกับเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคในปัจจุบันและในอนาคตในเชิงรุกได้

กล่าวโดยสรุป คือ ผู้ปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องปรับตัว ปรับวิธีคิด เปลี่ยนวิธีทำ เพื่อให้งานประชาสัมพันธ์องค์กรเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ นำไปสู่การสร้างภาพลักษณ์ ความน่าเชื่อถือ และความเชื่อมั่นต่อองค์กรได้อย่างเหมาะสมกับบริบทของสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป

3. ผลการวิจัยตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 จากการศึกษา พบว่า แนวทางการพัฒนาด้านการประชาสัมพันธ์ของกองบัญชาการกองทัพไทย เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบันมีดังนี้

จากการตรวจสอบสภาวะแวดล้อมในระดับโลก ภูมิภาคและในประเทศที่ผ่านมา ที่คาดว่าจะส่งผลกระทบต่อการทำงานด้านการประชาสัมพันธ์ของกรมกิจการพลเรือนทหารกองบัญชาการกองทัพไทย ร่วมกับการสังเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการประชาสัมพันธ์ ของกองบัญชาการกองทัพไทยโดยสรุป ทำให้ทราบว่า การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี ถือเป็นปัจจัยหลักที่ทำให้การดำเนินการประชาสัมพันธ์ในปัจจุบันของกองบัญชาการกองทัพไทย ต้องมีการปรับตัว โดยเฉพาะการพัฒนากลยุทธ์ด้านการประชาสัมพันธ์ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน เพื่อให้การดำเนินการประชาสัมพันธ์เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและทันต่อสถานการณ์ที่เกิดขึ้น รวมทั้ง ผู้ปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ จะต้องปรับตัว ปรับวิธีคิด เปลี่ยนวิธีทำ เพื่อให้งานประชาสัมพันธ์องค์กรเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ นำไปสู่การ

สร้างภาพลักษณ์ ความน่าเชื่อถือ และความเชื่อมั่นต่อองค์กร ได้อย่างเหมาะสมกับบริบทของสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป ประกอบด้วย

1. การวิเคราะห์โจทย์ (ติดตาม ได้มา คิดสร้างสรรค์เอง และจากผู้บังคับบัญชา)
2. การจัดทำเนื้อหา ให้ได้รับความสนใจ
3. การเผยแพร่ผ่านช่องทางที่มีประสิทธิภาพ (ขึ้นอยู่กับลักษณะเนื้อหา และกลุ่มเป้าหมาย)
4. ปัจจัยเวลา มีผล ทุกกระบวนการต้องดำเนินการภายในเวลาอันรวดเร็ว การใช้สื่อหรือเครื่องมือประชาสัมพันธ์ ดังนี้
 - 4.1 เลือกใช้สื่อประชาสัมพันธ์ให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้เนื้อหา หรือสิ่งที่ต้องการสื่อสารถูกเผยแพร่ออกไปสู่ผู้รับสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ
 - 4.2 ใช้เครื่องมือที่อยู่ติดตัว หรือเข้าถึงง่ายให้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ (อุปกรณ์ที่อยู่ใกล้ตัวที่เป็นดิจิทัล)

กล่าวโดยสรุป คือ

1. การจัดทำเนื้อหาที่ตอบโจทย์ในทุกมิติ ต้องตรงต่อความต้องการ และมีคุณภาพ เพื่อหาจุดร่วมระหว่างสิ่งที่อยากจะบอกกับสิ่งที่ผู้อื่นสนใจหรืออยากรู้ ดังนั้นก่อน นำเสนอข่าวสารใดออกไป ผู้จัดทำเนื้อหาควรตอบให้ได้ว่าเรื่องดังกล่าวสำคัญอย่างไร เหตุใด กลุ่มเป้าหมายจึงอยากรู้ หรือควรจะรู้แล้วจึงนำเสนอถึงเหตุผลและความจำเป็นของการกระทำในเรื่องนั้นๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในส่วนที่จะเป็นประโยชน์ต่อผู้รับสารหรือสังคมส่วนรวม รวมทั้ง
2. กระบวนการผลิตที่ทันสมัยตอบโจทย์ ด้วยเนื้อหาเดียวกัน เช่น ผลิตเป็นบทความ ให้สื่อบุคคล โฆษก ผู้ประกาศ พิธีกร หรือสื่อสิ่งพิมพ์ ผลิตสารคดี ผลิตภาพ อินโฟกราฟิก ผลิตภาพยนตร์ หนังสั้น
3. การเผยแพร่ที่มีประสิทธิภาพในช่องทางที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ ช่องทางหลักที่มีอยู่เดิม เช่น ทวี วิทยุ สื่อสิ่งพิมพ์ ช่องทางสมัยใหม่ คือ โซเชียล ช่องทางพิเศษ โดยบุคคลที่ 3 โดยการหาความร่วมมือกับผู้มีอิทธิพลทางความคิด ผู้มีชื่อเสียง นักวิชาการต่างๆ เป็นผู้ให้ข้อมูลแทน นับเป็นกลยุทธ์การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ ยิ่งในยุคใหม่นี้ ไม่ว่าจะกลุ่มเป้าหมายหลักจะเป็นใคร

อย่างไรก็ตาม กองทัพจะมีศักยภาพในการดำเนินการประชาสัมพันธ์มากขึ้นเพียงใด จะต้องพิจารณาถึงปัจจัยต่างๆ ที่เหมาะสมในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาซึ่งประกอบด้วย ศึกษาเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาการประชาสัมพันธ์ที่จะสามารถตอบสนองต่อการขับเคลื่อนงานของกองทัพได้อย่างบรรลุวัตถุประสงค์และมีประสิทธิภาพ

ข้อเสนอแนะ

เนื่องด้วยปัจจุบันสังคมไทยและสังคมโลกอยู่ในยุคของเทคโนโลยีและการสื่อสาร องค์กรต้องยอมรับว่า รูปแบบ กลยุทธ์กลวิธีการบริหารและการสื่อสารที่เคยประสบความสำเร็จในอดีต ไม่ได้เป็นสิ่งยืนยันว่าจะต้องยั่งยืนหรือเป็นเช่นนั้นตลอดไป เพราะการเปลี่ยนแปลงก้าวกระโดด

เป็นโลกใบใหม่ที่มีความสลับซับซ้อนและต้องตามให้ทันเทคโนโลยีและการสื่อสารในประเทศไทย มีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว ดังนั้น การที่องค์กรใดสามารถบริหารจัดการและดำเนินงานผ่านกลไก การประชาสัมพันธ์ภายใต้กระแสสื่อสังคมออนไลน์ได้เป็นอย่างดี จะทำให้สมาชิกในองค์กรและ กลุ่มเป้าหมายเข้าใจ ยอมรับ และให้ความร่วมมือสนับสนุน อันจะนำมาซึ่งความสำเร็จ ภาพลักษณ์ และได้รับการยอมรับจากสาธารณชน ดังมีข้อเสนอแนะ ต่อไปนี้

1. การพัฒนาด้านบุคลากร ควรจัดให้มีการอบรมให้ความรู้ความเข้าใจ รวมถึง ให้มีการฝึกปฏิบัติงานจริง

2. การใช้สื่อหรือเครื่องมือการประชาสัมพันธ์ ควรเลือกใช้สื่อประชาสัมพันธ์ ให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อใช้เนื้อหาหรือสิ่งที่ต้องการสื่อสารถูกเผยแพร่ออกไปสู่ผู้รับได้อย่าง มีประสิทธิภาพ

3. วิธีการหรือกลยุทธ์ในการประชาสัมพันธ์ ควรมีการจัดทำเนื้อหาที่ตอบโจทย์ใน ทุกมิติตรงต่อความต้องการ และมีคุณภาพเพื่อหาจุดร่วมระหว่างสิ่งที่อยากจะบอกกับสิ่งที่ผู้อื่น สนใจ หรืออยากรู้ โดยมีกระบวนการผลิตที่ทันสมัยตอบโจทย์ ด้วยเนื้อหาเดียวกัน ซึ่งในอนาคต การประชาสัมพันธ์จะเป็นยุคที่มีการพัฒนาด้วยเทคโนโลยี อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ ที่มีความฉลาด มีความสามารถในการติดต่อสื่อสาร และยัง เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของการใช้ชีวิตประจำวัน ของคนในสังคม องค์กรต่างๆ จึงจำเป็นต้องมีการปรับตัวให้ทันต่อการพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ๆ อยู่เสมอ

4. การประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางต่างๆ ควรจะต้องมีการอัปเดตข้อมูลข่าวสาร หรือ ความคิดเห็นอย่างสม่ำเสมอและดำเนินการประชาสัมพันธ์โดยเปิดโอกาสให้ผู้รับสารเกิดปฏิสัมพันธ์ ที่ดีอันจะนำไปสู่ความสัมพันธ์ที่ดีภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร ทั้งนี้ ยังต้องมีบุคลากรที่เพียงพอและมีคุณภาพในการทำงานด้านการประชาสัมพันธ์อย่างเหมาะสม

5. ควรเร่งพัฒนาการประชาสัมพันธ์ในทุกด้านให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงของโลก ยุคใหม่ที่เปลี่ยนแปลงไปด้วยความรวดเร็วและมีอัตราเร่งสูง เพื่อให้การดำเนินการประชาสัมพันธ์ ของกองบัญชาการกองทัพไทย เป็นไปอย่างบูรณาการทั้งระดับผู้บังคับบัญชา และหน่วยงาน ประชาสัมพันธ์ในทุกระดับขององค์กร รวมไปถึงกำลังพลทุกคนเข้าใจงานการประชาสัมพันธ์และ สามารถทำงานอย่างประสานสอดคล้องไปในแนวทาง เดียวกัน ด้วยการนำเทคโนโลยีต่างๆ ประกอบ กับระบบการพัฒนาคน มาใช้ประโยชน์ในการประชาสัมพันธ์ให้เกิดความรวดเร็ว ถูกต้อง ต่อเนื่อง ทันเวลา ทันสถานการณ์ ทั้งในปัจจุบันและในอนาคตทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีแก่องค์กรอย่างเป็น รูปธรรมให้ประชาชนมี ความเชื่อถือศรัทธาต่อองค์กรมากขึ้นอย่างยั่งยืนและถาวรตลอดไป

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาครั้งต่อไป

ควรทำการศึกษาวิจัยในด้านการวิเคราะห์เปรียบเทียบกระบวนการและประสิทธิผล การบริหารจัดการบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์กับหน่วยงานประชาสัมพันธ์ของเอกชน หรือหน่วยงาน ราชการอื่นๆ ที่ประสบความสำเร็จ เพื่อนำมาพัฒนาระบบการประชาสัมพันธ์ที่มีอยู่เดิมให้มี ประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น