

สถานภาพและแนวโน้มการประชาสัมพันธ์ของกองทัพเรือ



เรือเอกสมชาย แก้ววิบูลย์พันธุ์

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต

ภาควิชาการประชาสัมพันธ์

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

พ.ศ. 2536

ISBN 974-582-537-9

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

019020 147123008

PUBLIC RELATIONS MISSION OF
THE ROYAL THAI NAVY: PRESENT STATUS AND FUTURE TRENDS



Lieutenant Somchai Kaewwiboonpun

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts
Department of Public Relations
Graduate School
Chulalongkorn University


1993

ISBN 974-582-537-9

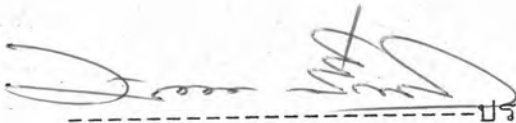


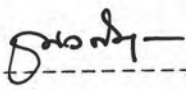
หัวข้อวิทยานิพนธ์ สถานภาพและแนวโน้มการประชาสัมพันธ์ของกองทัพเรือ
โดย เรือเอกสมชาย แก้ววิบูลย์พันธ์
ภาควิชา การประชาสัมพันธ์
อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ ดร.ธนวัติ บุญลือ

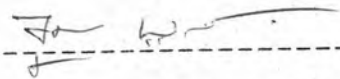
บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้บัณฑิตวิทยานิพนธ์
ฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบัณฑิต


-----คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
(ศาสตราจารย์ ดร.ถาวร วัชรากัย)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์


-----ประธานกรรมการ
(ดร.ศักดา ปิ่นแห่งเพชร)


-----อาจารย์ที่ปรึกษา
(รองศาสตราจารย์ ดร.ธนวัติ บุญลือ)


-----กรรมการ
(ดร.จุมพล พูลภัทรชีวิน)

พิมพ์ต้นฉบับบทความวิจัยวิทยานิพนธ์ภายในกรอบสี่เหลี่ยมนี้เพียงแผ่นเดียว

สมชาย แก้ววิบูลย์พันธุ์ , เรือเอก : สถานภาพและแนวโน้มการประชาสัมพันธ์ของกองทัพเรือ
(PUBLIC RELATIONS MISSION OF THE ROYAL THAI NAVY : PRESENT STATUS AND
FUTURE TRENDS) อ.ที่ปรึกษา : รศ.ดร.ธนวดี บุญลือ , 127 หน้า. ISBN 974-582-
537-9

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสถานภาพและแนวโน้มการประชาสัมพันธ์ของกองทัพเรือ
ในทศวรรษหน้า (พ.ศ.2536-พ.ศ.2545) ทำการศึกษาโดยใช้เทคนิคการวิจัยอนาคตแบบ EDFR
(ETHNOGRAPHIC DELPHI FUTURE RESEARCH) โดยได้ทำการสัมภาษณ์และการใช้แบบสอบถามกับกลุ่ม
ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 32 คน ผลการวิจัยพบว่า

1. แนวโน้มของบทบาทและสภาพงานประชาสัมพันธ์ของกองทัพเรือ จะเน้นบทบาทด้านความ
มั่นคง การพัฒนาประเทศและบทบาทเพื่อสังคมและประชาชน บทบาทงานประชาสัมพันธ์จะเป็นงาน
ประชาสัมพันธ์ในเชิงรุกและมีความคิดสร้างสรรค์
2. แนวโน้มการกำหนดนโยบายและแนวทางการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ จะมีการกำหนด
นโยบายและแนวทางให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงทางสังคม เศรษฐกิจ การเมือง เทคโนโลยีและ
สัมพันธ์กับหน่วยเหนือ
3. ข้อเสนอแนะทั่วไปเกี่ยวกับงานประชาสัมพันธ์ของกองทัพเรือ หน่วยงานประชาสัมพันธ์
ควรขึ้นตรงต่อผู้บริหาร โดยมีคณะกรรมการที่ปรึกษาจากนักวิชาการ ผู้เชี่ยวชาญด้านการประชาสัมพันธ์
และข้าราชการกองทัพเรือ ควรมีการจัดตั้งหน่วยงานประชาสัมพันธ์ในทุกพื้นที่พร้อมกับการใช้ข้าราชการ
กองทัพเรือเป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์
4. ภาพลักษณ์ของกองทัพเรือในปัจจุบัน เป็นกองทัพที่มีความเป็นทหารอาชีพ และมีความ
เป็นกลางทางการเมือง
5. ข้อเสนอแนะในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี การปฏิบัติงานเพื่อความมั่นคง การพัฒนาประเทศ
และเพื่อสังคมและประชาชน การสนับสนุนและส่งเสริมการปกครองระบอบประชาธิปไตย



ภาควิชา การประชาสัมพันธ์
สาขาวิชา นิเทศศาสตร์พัฒนาการ
ปีการศึกษา 2535

ลายมือชื่อนิติ *พิมพ์*
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา *ธนวดี*
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม



C451028 : MAJOR PUBLIC RELATIONS
KEY WORD: PUBLIC RELATIONS/THE ROYAL THAI NAVY

SOMCHAI KAEWWIBOONPUN, LT : PUBLIC RELATIONS MISSION OF THE ROYAL
THAI NAVY : PRESENT STATUS AND FUTURE TRENDS. THESIS ADVISOR :
ASSOC.PROF. TANAWADEE BOONLUE, Ph.D. 127 PP. ISBN 974-582-537-9

The objective of this research is to study the present status and future trends of public relations mission of the Royal Thai Navy during 1993-2002. By using EDFR (Ethnographic Delphi Futures Research) 32 public relations experts were interviewed and filled in the self administered questionnaire. It is found that :

1. The public relations role in the future tends to emphasize security, country development and public service.
2. The public relations policy will be determined by the social, economic, political situation and changes as well as technology.
3. Most of those interviewed suggested that public relations division should directly report to Commander in Chief. Advisory board composed of academicians, public relations experts from outside and naval officers should be organized. Public relations branches should be established in every naval base. Naval officers could be media men in public relations activities.
4. The present public image of the Royal Thai Navy is being professional navy and not taking side in politics.
5. Recommendation for image building involves the promotion of democracy, ensures national security and promotes national and social development.

ภาควิชา..... การประชาสัมพันธ์.....
สาขาวิชา..... นิเทศศาสตร์พัฒนาการ.....
ปีการศึกษา..... 2535.....

ลายมือชื่อนิสิต..... *[Signature]*.....
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา..... *[Signature]*.....
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม..... -

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จเป็นเล่มได้อย่างสมบูรณ์ ผู้วิจัยขอกราบขอบ
พระคุณหลายท่านโดยเฉพาะอย่างยิ่ง

คุณพ่อ คุณแม่ผู้ซึ่งให้กำเนิด เลี้ยงดูสร้างสรรค์ และให้กำลังใจตลอด
มาจนผู้วิจัยก้าวขึ้นมาถึงระดับนี้

รองศาสตราจารย์ ดร. ธนวัต บุญลือ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
ที่คอยให้คำแนะนำแก่ผู้วิจัยในการจัดทำวิทยานิพนธ์จนสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

ดร. ศักดา ปั้นแห่งเพ็ชร์ ผู้สละเวลามาเป็นประธานกรรมการใน
การสอบวิทยานิพนธ์และได้ให้คำแนะนำที่ดีแก่ผู้วิจัย

ดร. จุมพล พูลภัทรชีวิน ผู้สละเวลามาเป็นคณะกรรมการในการสอบ
วิทยานิพนธ์พร้อมทั้งให้คำแนะนำในด้านระเบียบวิธีวิจัยและสถิติที่ถูกต้องแก่ผู้วิจัย

กลุ่มผู้เชี่ยวชาญ ผู้ทรงคุณวุฒิ และผู้ปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์
ที่สละเวลาในความร่วมมือในการวิจัยในครั้งนี้

อาจารย์ เจ้าหน้าที่ห้องสมุดและเจ้าหน้าที่คณะนิเทศศาสตร์ทุกท่านที่
เป็นผู้เพิ่มพูนความรู้และช่วยเหลือผู้วิจัยจนสำเร็จการศึกษา

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณกองทัพเรือที่ได้อนุญาตให้ผู้วิจัยลามาศึกษาต่อ
และขอขอบพระคุณบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ที่ได้มอบทุนยกเว้นค่า
เล่าเรียนและทุนอุดหนุนการวิจัย แก่ผู้วิจัย

ผู้วิจัยมีความซาบซึ้งต่อผู้มีพระคุณทั้งที่กล่าวเอ่ยนาม และไม่เอ่ยนาม
เป็นอย่างสูง คุณความดีที่จะเกิดขึ้นจากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบให้แด่ทุก
ท่าน

เรือเอกสมชาย แก้ววิบูลย์พันธุ์

ผู้วิจัย

สารบัญ



	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ฅ
สารบัญแผนภูมิ.....	ญ

บทที่

1. บทนำ.....	1
- ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
- วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	4
- ขอบเขตของการวิจัย.....	4
- ข้อยกเว้นของการวิจัย.....	5
- นิยามศัพท์.....	5
- ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	6
2. แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	7
- ความหมายและแนวคิดของการประชาสัมพันธ์.....	7
- ความหมายและแนวคิดของภาพลักษณ์.....	24
- ประวัติและสถานภาพการประชาสัมพันธ์ของกองทัพเรือ.....	27
- การวิจัยแบบ EDFR.....	33
- งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	37
3. วิธีดำเนินการวิจัย.....	40
4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	49
5. สรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	71

รายการอ้างอิง.....	90
ภาคผนวก ก. หนังสือขอความร่วมมือในการวิจัย.....	95
ข. แบบสอบถาม.....	96
ค. รายชื่อกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ และผู้ทรงคุณวุฒิ.....	122
ประวัติผู้เขียน.....	127

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 1	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของส่วนที่ 1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับ บทบาทและสภาพงานประชาสัมพันธ์ของกองทัพเรือ ในทศวรรษหน้า (พ.ศ. 2536 - พ.ศ. 2545).....	50
ตารางที่ 2	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของส่วนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับ การกำหนดนโยบาย และแนวทางการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ของกองทัพเรือในทศวรรษหน้า (พ.ศ. 2536 - พ.ศ. 2545).....	54
ตารางที่ 3	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะทั่วไป เกี่ยวกับงานประชาสัมพันธ์ของกองทัพเรือ ในทศวรรษหน้า (พ.ศ. 2536 - พ.ศ. 2545).....	59
ตารางที่ 4	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของส่วนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับ ภาพลักษณ์ (IMAGE) ของกองทัพเรือในปัจจุบัน.....	64
ตารางที่ 5	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะในการ สร้างภาพลักษณ์ที่ดี (POSITIVE IMAGE) แก่กองทัพเรือ ในทศวรรษหน้า (พ.ศ. 2536 - พ.ศ. 2545).....	66

สารบัญแผนภูมิ

	หน้า
แผนภูมิที่ 1 กระบวนการประชาสัมพันธ์	16
แผนภูมิที่ 2 โครงสร้างการจัดส่วนราชการของ สำนักงานเลขาธิการกองทัพเรือ.....	32
แผนภูมิที่ 3 โครงสร้างสายการบังคับบัญชา รูปแบบที่ 1.....	78
แผนภูมิที่ 4 โครงสร้างสายการบังคับบัญชา รูปแบบที่ 2.....	79