

รูปแบบพุทธนวัตกรรมการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์เชิงรุก
ของสำนักงานตำรวจแห่งชาติ

Buddhist Communication Innovation Model for
Proactive Public Relations of the Royal Thai Police

Received: June 18, 2021

Revised: August 25, 2021

Accepted: August 26, 2021

ปนัดดา รักษาแก้ว¹

Panadda Raksakaeo

(panadda@uci.co.th)

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยการบริหารการประชาสัมพันธ์เพื่อการประชาสัมพันธ์เชิงรุกของสำนักงานตำรวจแห่งชาติ 2) เพื่อศึกษาปัจจัยพุทธนวัตกรรมการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์เชิงรุกของสำนักงานตำรวจแห่งชาติ 3) เพื่อศึกษารูปแบบพุทธนวัตกรรมการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์เชิงรุกของสำนักงานตำรวจแห่งชาติ เป็นการวิจัยแบบเชิงคุณภาพ ใช้วิธีดำเนินการวิจัยแบบลงภาคสนามโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญเป็นกลุ่มกำหนดนโยบาย กลุ่มผู้นำนโยบายไปปฏิบัติ กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและกลุ่มนักวิชาการทางศาสนา รวมจำนวน 17 คน เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างตามวัตถุประสงค์ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ 2 แบบ ได้แก่ 1) เก็บข้อมูลเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์ 2) การสนทนากลุ่มเฉพาะ ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลโดยการจำแนกชนิดข้อมูล 2 ประเภท คือ 1) การจำแนกข้อมูลในระดับจุลภาค และ 2) การจำแนกข้อมูลในระดับมหภาค

ผลการศึกษาพบว่า 1) การบริหารงานประชาสัมพันธ์ ได้แก่ โครงสร้างองค์กร กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ เจ้าหน้าที่ ลีลาผู้นำ ระบบการประชาสัมพันธ์ ทักษะ และค่านิยมร่วม 2) พุทธนวัตกรรมการสื่อสาร ได้แก่ การบริหารจัดการข้อมูลอย่างชัดเจน แจ่มแจ้ง (สันตัสสนา) การเผยแพร่ข้อมูลอย่างจงใจให้เห็นจริงเพื่อสร้างการรับรู้ (สมาทปนา) มีความ

¹ หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (รัฐประศาสนศาสตร์) มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

แก้แล้วกล้า กำลังใจในการสร้างเครือข่ายความร่วมมือ (สมุตเตตนา) การรับรู้ เข้าใจ และเห็นคุณประโยชน์เกี่ยวกับการสื่อสาร (สัมปหังสา) 3) รูปแบบพุทธนวัตกรรมการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์เชิงรุกของสำนักงานตำรวจแห่งชาติ ได้แก่ มีการใช้ความคิดสร้างสรรค์เพื่อสังคม การตลาดสมัยใหม่ที่สะท้อนความเป็นจริง การยึดหลักสากลและสร้างความแตกต่าง การมีฐานข้อมูลเทคโนโลยีที่ทันสมัยภายใต้จริยธรรม เกิดประสิทธิภาพซึ่งถือเป็นส่วนของผลลัพธ์ที่เกิดจากการบริหารงานประชาสัมพันธ์และพุทธนวัตกรรมการสื่อสาร อันถือเป็นเป้าหมายที่จะทำให้องค์กรทำงานด้านการประชาสัมพันธ์เชิงรุกให้ทันกับยุคสมัยและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

คำสำคัญ : พุทธนวัตกรรม, การสื่อสาร, การประชาสัมพันธ์, สำนักงานตำรวจแห่งชาติ

Abstract

This research study aims 1) To study the factors of public relations management for proactive public relations of the Royal Thai Police. 2) To study Buddhist factors, communication innovations for proactive public relations of the Royal Thai Police. 3) To study the Buddhist communication innovation model for proactive public relations of the Royal Thai Police. This research is a qualitative research. The researcher used a field research method by In-depth interview. Key informants include: policy group Implementation, policy leadership group, stakeholder group and religious scholars were used by 17 monks or people. The tools used include Objective structured interview form by collecting data from two informants as follows: 1) Qualitative data were collected by interviewed. 2) Focus group. The data analysis in this research used data analysis by classification of two data types of data as follows: 1) Classification of data at the micro level and 2) the classification of data at the macro level.

The results showed that 1) Public relations management, including organizational structure Public relations strategies, staff, leadership style, public relations system, skills and shared values. 2) The buddhist communication

innovations, namely, information management clearly and clearly (Santassana), disseminating information that motivates to see the truth to create awareness (Samadapana), having courage. Encouragement in building a network of cooperation (Samut Techana), recognizing, understanding and appreciating the benefits of communication (Samphangsa). 3) The buddhist communication innovation model for proactive public relations of the Royal Thai Police. There is a creative use for society. Modern marketing that reflects reality, sticking to international principles and making a difference, having an up-to-date technology database under ethics efficiency, which is part of the results of public relations management and Buddhist communication innovations This is the goal to make the organization work in proactive public relations to keep up with the times and reach the target audience effectively.

Keywords: Buddhist Innovation, Communication, Public Relations, Royal Thai Police

บทนำ

ยุคปัจจุบัน เทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทในการสื่อสารเป็นอย่างมาก นักสื่อสารจำเป็นต้องมีการปรับตัวและพัฒนาการสื่อสารให้เข้ากับเทคโนโลยีที่ทันสมัย จึงก่อให้เกิดคำว่า นวัตกรรมสื่อสาร ขึ้น ซึ่งมีความสำคัญต่อวิถีชีวิตของมนุษย์เป็นอย่างมาก นวัตกรรมสื่อสารอาจเป็นทั้งแนวความคิดใหม่ หลักการ วิธีการ การกระทำ หรือสิ่งใหม่ เช่น สื่อเทคโนโลยี อุปกรณ์หรือเครื่องมือทางการสื่อสารที่มนุษย์นำมาทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง การแก้ไขปัญหา หรือพัฒนาวิธีการดำรงชีวิต หรือการทำงานให้ มีประสิทธิภาพที่ดีกว่าเดิม (วรวิฑูร์ ภัคศิบุรุษ, 2560) นักสื่อสารที่ดีต้องมีการปรับตัว เพราะทุกอย่างเกาะติดอยู่กับเทคโนโลยี และอินเทอร์เน็ตเข้ามามีบทบาทในการสื่อสารเพิ่มขึ้นทุกวัน เพราะอินเทอร์เน็ตทำให้ผู้คนสามารถตรวจสอบความเป็นจริงของสังคมและยังทำได้อย่างรวดเร็ว (วราพร คำจับ, 2560)

จะเห็นได้ว่านวัตกรรมสื่อสารจะเป็นการเชื่อมโยงความรู้ ความเข้าใจ ความถูกต้อง ความเหมาะสมในการสื่อสารของผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร เพื่อนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์

สูงสุดกับสังคม การประชาสัมพันธ์จึงเป็นงานที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการสร้างความสัมพันธ์กันเป็นงานที่มีขอบเขตกว้าง สามารถสื่อสารได้หลายมิติและเป็นการสื่อสารรอบด้าน ลักษณะเด่นของงานประชาสัมพันธ์ คือ การสร้างภาพลักษณ์กับองค์กรและแสดงถึงความ เป็นผู้นำที่เกิดขึ้นกับองค์กร ทั้งนี้ องค์กรต่าง ๆ ให้ความสำคัญกับงานประชาสัมพันธ์ ทั้ง ภายในองค์กรเพื่อมุ่งหวังให้เกิดความร่วมมือ การประชาสัมพันธ์ภายนอกองค์กร เพื่อสร้างคุณค่าให้กับองค์กร (เอกนถน บางท่าไม้, 2555)

สำนักงานตำรวจแห่งชาติ เป็นหน่วยงานหนึ่งที่ต้องมีการใช้ข้อมูลข่าวสารที่สามารถ สื่อสาร สร้างความเชื่อ สื่อสารข้อมูลเรื่องราว สร้างการรับรู้ ให้แก่ประชาชนเพราะเป็น หน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับเรื่องสิทธิเสรีภาพในการดำเนินชีวิตของประชาชน รวมถึง ตำรวจ คือ ผู้พิทักษ์สันติราษฎร์ที่ต้องดูแลบังคับใช้กฎหมายเพื่อให้เกิดความเป็นระเบียบ เรียบร้อยในสังคม ที่ผ่านมา การทำงานของตำรวจถูกวิพากษ์วิจารณ์ทั้งในแง่บวกและแง่ลบ ประกอบกับข้อค้นพบจากงานวิจัยสะท้อนให้เห็นภาพลักษณ์ตำรวจ โดยส่วนใหญ่ในสายตา ประชาชนยังออกมาในเชิงลบ ท่ามกลางความพยายามในการพัฒนาองค์กรเพื่อแก้ไข ภาพลักษณ์ให้ดีขึ้น เหตุผลประการสำคัญ คือ การประชาสัมพันธ์ ยังไม่สามารถเข้าถึง ประชาชนในทุกกลุ่มสังคม สำนักงานตำรวจแห่งชาติจึงมีนโยบายและเป้าหมายชัดเจนในการ สร้างความเข้าใจระหว่างประชาชนและเจ้าหน้าที่ตำรวจ โดยมุ่งเน้นการเสนอความจริงต่อ สังคมด้วยความรวดเร็ว ถูกต้อง เป็นกลางให้ทันต่อความต้องการของประชาชน สร้างความ โดดเด่นและแตกต่างให้กับสำนักงานตำรวจแห่งชาติ ซึ่งจะส่งผลให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดี ทันสมัยมากขึ้น นอกจากนี้ สำนักงานตำรวจแห่งชาติได้กำหนดประเด็นยุทธศาสตร์ เพื่อ สร้างการรับรู้และความเข้าใจของประชาชนต่อการปฏิบัติหน้าที่ของตำรวจอย่างทันต่อ สถานการณ์และทั่วถึง โดยเป็นเรื่องเกี่ยวกับการวิเคราะห์ข้อมูลและวางแผนการ ประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการรับรู้และเข้าใจแก่ประชาชนอย่างมีประสิทธิภาพ เกี่ยวกับการ พัฒนาเทคนิคการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้และเข้าใจในรูปแบบต่าง ๆ ให้ ทันต่อสถานการณ์ เกี่ยวกับการเพิ่มช่องทางการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ให้ครอบคลุม กลุ่มเป้าหมายและประเมินผลการประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้และเข้าใจ เพื่อปรับปรุงและ พัฒนาอย่างต่อเนื่อง

อย่างไรก็ตาม ปัญหาพื้นฐานเกี่ยวกับการบริหารจัดการข้อมูลข่าวสารของสำนักงาน ตำรวจแห่งชาติยังมีอยู่หลายอย่าง เช่น 1) การเชื่อมโยงกันแบบหลวม ๆ ระหว่างหน่วยงาน

ต่าง ๆ ในระดับผู้กำหนดนโยบายและผู้ปฏิบัติ โดยไม่ได้ใช้ประโยชน์ทางด้านข้อมูลขององค์กรอย่างเต็มที่ 2) การจัดงบประมาณเพื่อการดำเนินการด้านข้อมูลข่าวสาร ไม่สามารถสนับสนุนกลยุทธ์ขององค์กรไม่สามารถมองเห็นและนำเสนอให้เห็นประโยชน์ ว่าได้อะไรจากการลงทุนในการบริหารข้อมูลข่าวสารและไม่สามารถอธิบายได้ว่าการปฏิบัติการข่าวสารมีความสำคัญอย่างไรและมีไว้เพื่ออะไร 3) นโยบาย กลยุทธ์ วัฒนธรรมขององค์กรไม่เกื้อหนุนหรือขัดเคืองการปฏิบัติการข่าวสาร 4) องค์กรมุ่งเน้นแต่พัฒนาด้านเทคโนโลยีมากกว่าจะเข้าถึงกลยุทธ์และการวางระบบปฏิบัติการข้อมูลข่าวสารโดยตรง 5) องค์กรไม่มีแผนรับมือกับการเผชิญต่อสงครามข่าวสาร การเกิดความเข้าใจผิด ความเสี่ยงต่อวิกฤตศรัทธาความเชื่อมั่น ภาวะวิกฤต เมื่อพบกับสถานการณ์ฉุกเฉิน การถูกโจมตีหรือการเผชิญกับภาวะการณ์แข่งขันที่รุนแรง เหตุการณ์ไม่คาดฝัน รวมถึง ไม่มีการซักซ้อมหรือกำหนดผู้ที่มีบทบาทหน้าที่สำหรับรับมือข้อขัดแย้ง 6) ขาดการจัดการข้อมูลภายในที่มีประสิทธิภาพและการเข้าถึงข้อมูลที่แท้จริงขององค์กรภายนอก จึงไม่สามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้ หรือทำให้เกิดการวิเคราะห์ที่ผิดพลาด 7) การขาดความสัมพันธ์กับองค์กร กลุ่มเป้าหมาย หรือเครือข่าย โดยไม่มีการบริหารหรือพัฒนาความสัมพันธ์ที่ต่อเนื่อง ชัดเจน ปราศจากความจริงใจ มุ่งเฉพาะประโยชน์ที่ได้รับ และ 8) ช่วงเวลาที่ไม่เหมาะสม อันเกิดจากความล่าช้า ขั้นตอน ผู้ให้ข่าวสาร ภาวลักษณะขององค์กรในขณะนั้น รวมถึง สถานการณ์แวดล้อมเปลี่ยนแปลงและระยะเวลาการตัดสินใจทางข้อมูลที่ผิดพลาด (พจน ใจชาญสุขกิจ, 2563)

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น การประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่าง ๆ ออกไปให้ประชาชนหรือผู้มีส่วนได้เสียเกิดความเข้าใจและยอมรับ ถือว่าเป็นสิ่งที่ส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กรอีกด้านหนึ่ง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง สำหรับหน่วยงานด้านความมั่นคงและรักษาความสงบเรียบร้อยของประเทศ เนื่องจากทำให้ขีดความสามารถของการทำงานสูงขึ้น จนสามารถปฏิบัติการกิจ รับมือได้ในสถานการณ์หลายรูปแบบ ทั้งในการจัดการในภาวะปกติ การเผชิญการแข่งขันที่รุนแรง ยามวิกฤติและสถานการณ์ฉุกเฉิน กระทั่งการใช้ข้อมูลข่าวสารเป็นเครื่องมือให้บรรลุเป้าหมายหรือพบกับชัยชนะได้ ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาเกี่ยวกับ “รูปแบบพุทธนวัตกรรมการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์เชิงรุกของสำนักงานตำรวจแห่งชาติ” ว่าการใช้พุทธนวัตกรรมการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์เชิงรุกของสำนักงานตำรวจแห่งชาติให้ได้ผลได้อย่างไร การศึกษาครั้งนี้ ได้นำหลักธรรมทางพระพุทธศาสนาเข้ามาบูรณาการกับแนวคิด ทฤษฎีสากลด้วย เพื่อให้เห็นถึงแนวทางการ

สื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์เชิงรุกโดยอาศัยหลักธรรมทางพระพุทธศาสนาเข้ามาพัฒนาการทำงาน คือหลักพุทธวิธีการสอน (ป.อ.ปยุตโต, 2551) ซึ่งสามารถนำไปกำหนดเป็นกลยุทธ์ แผน โครงการ เพื่อพัฒนาการประชาสัมพันธ์เชิงรุกโดยอาศัยการบูรณาการระหว่างศาสตร์สากลและหลักธรรมในพระพุทธศาสนา สามารถนำองค์ความรู้ไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ และพัฒนาการสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยการบริหารการประชาสัมพันธ์เพื่อการประชาสัมพันธ์เชิงรุกของสำนักงานตำรวจแห่งชาติ
2. เพื่อศึกษาปัจจัยพุทธนวัตกรรมการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์เชิงรุกของสำนักงานตำรวจแห่งชาติ
3. เพื่อศึกษารูปแบบพุทธนวัตกรรมการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์เชิงรุกของสำนักงานตำรวจแห่งชาติ

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้วิธีดำเนินการวิจัยแบบลงภาคสนาม โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก คือ เริ่มจากกลุ่มตัวอย่างที่เจาะจงเลือกมาจำนวนหนึ่ง แล้วจึงหาข้อสรุปจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้ง 4 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่มผู้กำหนดนโยบาย จำนวน 4 คน 2) กลุ่มผู้นำนโยบายไปปฏิบัติ จำนวน 5 คน 3) กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจำนวน 4 คน 4) กลุ่มนักวิชาการทางพระพุทธศาสนา จำนวน 4 คน รวมทั้งหมด 17 คน

เครื่องมือที่ใช้ ได้แก่ แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างตามวัตถุประสงค์การวิจัย โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ 2 แบบ ประกอบด้วย 1) เก็บข้อมูลเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์อย่างเป็นทางการ (Structured Interview) ทำการสัมภาษณ์โดยเฉพาะเจาะจงคำตอบเฉพาะเรื่องตามจุดมุ่งหมายโดยสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมาย 2) การสนทนากลุ่มเฉพาะ (Focus Group Discussion) จากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการกำหนดนโยบาย ผู้นำนโยบายไปปฏิบัติ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย นักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 9 คน โดยการสนทนากลุ่มโดยเฉพาะนี้ ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มมีความรู้และประสบการณ์ในเรื่องที่สนทนา

เป็นการจัดประชุมสนทนากลุ่มตามสถานการณ์หรือสถานที่ที่เหมาะสม การสนทนาเป็นลักษณะพูดคุยเรื่องทั่ว ๆ ไปที่เกี่ยวกับข้อมูลที่ต้องการจะศึกษา เพื่อรวบรวมข้อมูลให้เข้าประเด็นเนื้อหาที่ต้องการวิจัย โดยไม่ปิดกั้นความคิดและเปิดโอกาสให้มีการซักถามเสนอแนะแนวทางตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย

วิเคราะห์ข้อมูลโดยการจำแนกชนิดข้อมูล (Typological Analysis) แบ่งการจำแนกข้อมูลออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ 1) การจำแนกข้อมูลในระดับจุลภาค การจำแนกข้อมูลระดับนี้แบ่งออกเป็น 2 ประเภทย่อย คือ การวิเคราะห์คำหลัก (Domain Analysis) กับการวิเคราะห์สารระบบ (Taxonomy Analysis) และ 2) การจำแนกข้อมูลในระดับมหภาค เป็นการจำแนกข้อมูลตามเหตุการณ์ (Event) หรือการวิเคราะห์เหตุการณ์ตามเรื่องราว (Event Analysis)

ผลการวิจัย

ตอนที่ 1 ปัจจัยด้านการบริหารการประชาสัมพันธ์เพื่อการประชาสัมพันธ์เชิงรุกของสำนักงานตำรวจแห่งชาติ พบผลดังนี้

1. ด้านโครงสร้างองค์กร การพัฒนาโครงสร้างองค์กรเพื่อการสื่อสาร ได้แก่ กำหนดวิสัยทัศน์ เป้าหมายวัตถุประสงค์ โดยเน้นเรื่องการรักษาความปลอดภัยของประชาชน แต่งตั้งบุคลากรภายในสังกัดให้มีส่วนร่วมในการบริหารและการดำเนินการด้านการประชาสัมพันธ์ในองค์กร ปรับโครงสร้างการบริหารสื่อ โดยใช้บุคลากรภายนอกมาช่วยประชาสัมพันธ์เผยแพร่งานข่าวกรอง และชี้แจงทำความเข้าใจการปฏิบัติหน้าที่ราชการ รวบรวมข้อมูล ข่าวสาร และผลการปฏิบัติงานในสังกัดงานตำรวจแห่งชาติ เพื่อเผยแพร่ให้ประชาชนทราบ มีการวางระบบงานที่มีเทคโนโลยีที่รองรับและมีการให้ความรู้เรื่องเทคโนโลยีใหม่ ๆ ได้

2. ด้านกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ ได้แก่ กำหนดกลยุทธ์ เน้นความจริง ตรงดี มีประโยชน์และเสริมสร้างภาพลักษณ์ วางแผนอย่างมีระบบ มีทิศทาง มีกระบวนการทำงานที่ชัดเจน มีความสอดคล้องกับสภาพแวดล้อม ขับเคลื่อนกระบวนการปฏิรูปตำรวจในยุคสื่อสังคมออนไลน์ ประสานความร่วมมือกันทั่วภูมิภาค การกำหนดเนื้อหา (Content) ให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายทั้ง Generation X Y Z

3. **ด้านเจ้าหน้าที่ บุคลากรด้านการสื่อสาร** ได้แก่ บุคลากรที่มุ่งเน้นประสิทธิภาพ การสื่อสารประสานประโยชน์ตามกรอบของกฎหมายและประโยชน์ของประชาชน มีการจัดการความรู้ (Knowledge Management: KM) ซึ่งจะนำไปสู่การจัดการองค์กรแห่งอนาคต การเสริมสร้างความสามัคคีและการบำรุงขวัญ พัฒนาคุณภาพชีวิตตำรวจให้มีความสุขในการปฏิบัติงาน การให้บริการด้วยความรวดเร็ว ถูกต้องเป็นธรรม ทำงานด้วยความโปร่งใส สามารถตรวจสอบได้ นำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาฝึกอบรมให้ความรู้อย่างต่อเนื่องแก่บุคลากรด้านการสื่อสาร

4. **ด้านภาวะผู้นำในการนำองค์กรไปสู่ความสำเร็จ** ได้แก่ การเป็นผู้สามารถตัดสินใจ มีความอดทนและเสียสละ กล้าเปลี่ยนแปลง มีความรู้ดี มีวิสัยทัศน์กว้างไกลและมีทักษะการสื่อสารที่ชัดเจน ตรงประเด็น มีบุคลิกภาพและการแสดงออกได้อย่างน่าเชื่อถือ สร้างทีมงานให้มีปฏิสัมพันธ์และทำงานร่วมกับผู้บังคับบัญชาและลูกน้องจนเป็นที่เชื่อใจ มีการสนับสนุน สร้างขวัญกำลังใจและมีอิทธิพลทางใจ ช่วยเหลือผู้อื่นทำให้เกิดความเชื่อมั่นจากผู้ร่วมงาน มีคุณธรรมเสริมสร้างศีลธรรม จริยธรรมอันดีงามให้กับลูกน้องและขยายผลไปสู่ทั่วทั้งองค์กร

5. **ด้านระบบการประชาสัมพันธ์** ได้แก่ มีการออกแบบสารที่เป็นระบบทั้งในส่วนข้อมูล เนื้อหาสาระ รายละเอียดและมีประโยชน์ มีการกำหนดแผนงาน ทั้งแผนระยะสั้นและแผนระยะยาว คาดการณ์เพื่อลดปัจจัยเสี่ยง ลดอัตราการสูญเสีย การควบคุมทรัพยากรบุคคลและทรัพยากรวัสดุและงบประมาณเพื่อให้บรรลุเป้าหมายด้านการประชาสัมพันธ์ เคารพสิทธิเสรีภาพของทุกคน เอื้อเฟื้อต่อหน้าที่ เมตตา กรุณาปราณีต่อประชาชน ไม่หวั่นไหวต่อความยากลำบาก ไม่มักมากในลาภผล มุ่งบำเพ็ญให้เป็นประโยชน์แก่ประชาชน ดำรงตนให้เป็นผู้มีความยุติธรรมและใช้สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ทั้ง Twitter Facebook YouTube Intagram Line เป็นต้น เข้ามาช่วยในงานประชาสัมพันธ์

6. **ด้านทักษะ ความรู้ความสามารถของบุคลากร** ได้แก่ มีทักษะการสื่อสาร การนำเสนอข้อมูลอย่างเป็นระบบ กระชับและมีความรู้ในเรื่องที่จะสื่อสารเป็นอย่างดี มีการพัฒนาทักษะความรู้ โดยการอบรมเชิงปฏิบัติการ ส่งเสริมศักยภาพด้วยการปรับลีลาท่าทาง และน้ำเสียงที่นุ่มนวล น่าเชื่อถือ การพัฒนาตามโครงสร้างการอบรมด้านการประชาสัมพันธ์ แก่ทีมโฆษก รองโฆษก ผู้ช่วยโฆษกและคณะทำงาน สร้างบรรยากาศที่ดีในการทำงานด้วยการเจริญสติ มีการทำสมาธิ พร้อมทั้งจะให้บริการด้วยความอ่อนน้อม จิตใจโอบอ้อมอารี พัฒนาบุคลากรให้เป็นนักประชาสัมพันธ์ที่แท้จริง มีทัศนคติที่ดี มีความรับผิดชอบ มีความอดทนเสียสละ มีจรรยาบรรณ ไม่หวั่นต่อปัญหา

7. **ด้านค่านิยมร่วมขององค์กร** ได้แก่ มีทิวทัศน์เหมือนกัน คือ มีความเห็น ความคิดทัศนคติสอดคล้องเป็นไปในทางเดียวกัน มีศีลเหมือนกัน คือมีความรู้ มีความสามารถ ทักษะและความสามารถเหมือนกัน มีการปฏิบัติงานตามนโยบายอย่างชัดเจน เช่น การบังคับใช้เครื่องแบบ การแต่งกายเรียบร้อย การพูดจาสุภาพ สร้างค่านิยมในการทำงานให้สนุก รักในงานที่ทำ หรือการใช้บริการด้วยใจ

ตอนที่ 2 ปัจจัยด้านพุทธรวัตกรรมการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์เชิงรุกของสำนักงานตำรวจแห่งชาติ พบผลดังนี้

1. **ด้านการบริหารจัดการข้อมูลอย่างชัดเจน แจ่มแจ้ง (สันตสสนา)** ได้แก่ ข้อมูลมีความถูกต้องสมบูรณ์เป็นปัจจุบัน ตรวจสอบได้ จัดเก็บข้อมูลอย่างมีระบบ ผู้บริหาร/ผู้นำองค์กรต้องเป็นผู้มีศีล เน้นการบริหารงานอย่างซื่อสัตย์สุจริต มีเมตตาปราศจากอคติ ยึดหลักธรรมทางพระพุทธศาสนาด้านสติ สัมปชัญญะ คือ ความระลึกได้และการรู้สึกตัวอยู่เสมอ การใช้เทคนิควิธีการสื่อสารและเนื้อหาที่เหมาะสมกับผู้รับสาร ยึดหลักสัมมาวาจา คือ พูดคำจริง พูดคำอ่อนหวาน พูดคำประกอบด้วยประโยชน์ พูดด้วยเมตตาจิต พูดถูก

2. **ด้านการเผยแพร่ข้อมูลอย่างจงใจให้เห็นจริงเพื่อสร้างการรับรู้ (สมาทปนา)** ได้แก่ สร้างการมีส่วนร่วมในข้อมูลข่าวสาร เช่น นักข่าวภาคพลเมืองด้านการทำงานของตำรวจ ใช้การประชุมภาคการณตามสถานการณ์ต่าง ๆ และเผยแพร่อย่างต่อเนื่อง เน้นกระตุ้นเตือนให้ประชาชนยอมรับ ใช้เครื่องมือและเพิ่มช่องทางการสื่อสารที่หลากหลายและทันสมัย ใช้การสื่อสารที่เป็นการรับรู้เชิงบวก สร้างภาพลักษณ์ให้ตำรวจเป็นมิตรต่อประชาชน และน่าเชื่อถือ การกำหนดแผนหรือวิธีการที่จะจูงใจประชาชนกลุ่มเป้าหมายให้เห็นพ้องกับเนื้อหาที่นำไปประชาสัมพันธ์

3. **ด้านมีความแก่กล้า กำลังใจในการสร้างเครือข่ายความร่วมมือ (สมุตเตชนา)** ได้แก่ มีความรู้ความสามารถในงานที่ทำ คำนึงถึงประโยชน์ของประชาชนและองค์กร การยึดยืนอยู่กับข้อมูลอันถูกต้องและการแสวงหาภาคร่วมในการทำงานเชิงข้อเท็จจริงเพื่อประโยชน์ของประชาชน กล้าหาญทางจริยธรรมและการพิทักษ์รักษากฎหมายให้มีความเสมอภาคเท่าเทียมกัน การลงพื้นที่ให้ความรู้ด้านความปลอดภัยกับประชาชน การช่วยกันตรวจตราความปลอดภัยของชุมชน

4. **ด้านการรับรู้ เข้าใจ และเห็นคุณค่าประโยชน์เกี่ยวกับการสื่อสาร (สัมปหังสา)** ได้แก่ นำเสนอข้อมูลที่เป็นประโยชน์ปรับเปลี่ยนทัศนคติที่ดี นำไปปรับใช้ในชีวิตประจำวันได้

จัดให้มีการประเมินอย่างน้อยปีละ 2 ครั้ง และเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนทราบโดยทั่วกัน การประเมินผลและติดตาม มีกระบวนการควบคุม เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร การสร้างทีมงานเพื่อไปสู่การสร้างพันธมิตรกับสื่อทั้งภายในและภายนอกประเทศ การบริหารงานทั่วไปตามหลักอริยสัจ 4 โดยใช้กระบวนการยุติธรรมเป็นหลักในการตัดสินใจความขัดแย้ง

ตอนที่ 3 รูปแบบพุทธนวัตกรรมการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์เชิงรุกของสำนักงานตำรวจแห่งชาติ พบผลดังนี้

1. ด้านการใช้ความคิดสร้างสรรค์เพื่อสังคม ได้แก่ มีการให้ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการแก้ปัญหาสังคม มีการพัฒนากลยุทธ์ด้านการประชาสัมพันธ์อย่างสร้างสรรค์เพื่อใช้ในการแก้ไขวิกฤตให้เป็นโอกาส มีการระดมความคิดจากเวทีการจัดการความรู้ มีการนำแนวคิดการตลาดเพื่อสังคมมาใช้ในการประชาสัมพันธ์เชิงรุก มีการทำกิจกรรมต่าง ๆ กับคนในสังคมได้อย่างตรงเป้าหมาย ให้ทุกคนในองค์กรมีส่วนร่วมในการระดมความคิดเห็นเพื่อสร้างสรรค์การประชาสัมพันธ์

2. ด้านการตลาดสมัยใหม่ที่สะท้อนความเป็นจริง ได้แก่ มีการประชาสัมพันธ์กิจกรรมตามความเป็นจริง ไม่ได้เพิกเฉยต่อประชาชน มีการเผยแพร่ข้อมูลให้ประชาชนทราบโดยตรงไปตรงมา มีการลงทุนเกี่ยวกับการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง มีการกำหนดทิศทางและวัฒนธรรมองค์กรใหม่เพื่อไปสู่การแข่งขันในอนาคต มีการใช้มุมมองทางการตลาดเข้ามาใช้ในการประชาสัมพันธ์เพิ่มมากขึ้น มีการสร้างความพึงพอใจต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับทุกคนในองค์กร

3. ด้านยึดหลักสากลและสร้างความแตกต่าง ได้แก่ ข้อมูลข่าวสารที่เผยแพร่ออกไปจะให้ความสำคัญกับสิทธิมนุษยชนและสิ่งแวดล้อม ให้ความสำคัญกับหลักสากลของข้อมูลข่าวสารที่เผยแพร่ออกไปตามหลักสากล มีการนำเสนอข้อมูลในทางบวกที่เป็นจุดแข็งหรือข้อได้เปรียบขององค์กรต่อประชาชน ข้อมูลข่าวสารที่เผยแพร่ออกไปจะคำนึงถึงประชาคมโลกทั้งด้านศาสนาและการเมือง มีการสร้างกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ที่มีเอกลักษณ์และโดดเด่นจนเป็นที่จดจำ

4. ด้านมีฐานข้อมูลเทคโนโลยีที่ทันสมัยภายใต้จริยธรรม ได้แก่ บุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์ มีความซื่อสัตย์สุจริตต่อตนเองและวิชาชีพ มีความเที่ยงธรรมและปราศจากความลำเอียง มีการสร้างฐานข้อมูลที่สามารถเก็บข้อมูลไว้ใช้ในการจัดการความรู้ครั้งต่อ ๆ ไป

มีการนำเทคโนโลยีการสื่อสารสมัยใหม่มาใช้ในองค์กร การนำความรู้จากข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ มาสร้างทางเลือกในการตัดสินใจในการดำเนินงานต่าง ๆ การใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่เข้าถึงได้ง่าย ทั้งเว็บไซต์ บล็อก ทวิตเตอร์ เฟซบุ๊ก ยูทูป ไลน์ คลิปเข้า แอปพลิเคชัน เป็นต้น

สรุปผลการวิจัยและการอภิปรายผลการวิจัย

ตอนที่ 1 ปัจจัยด้านการบริหารการประชาสัมพันธ์เพื่อการประชาสัมพันธ์เชิงรุกของสำนักงานตำรวจแห่งชาติ

การบริหารงานประชาสัมพันธ์ ทำหน้าที่เป็นฐานโดยมีองค์ประกอบสำคัญ คือ

1. ด้านโครงสร้างองค์กร การพัฒนาโครงสร้างองค์กรเพื่อการสื่อสาร โดยใช้เทคโนโลยีที่ดีมารองรับ เน้นเรื่องการรักษาความปลอดภัยของประชาชน ปรับโครงสร้างการบริหารสื่อและชี้แจงทำความเข้าใจการปฏิบัติหน้าที่ราชการ รวบรวมข้อมูล ข่าวสารและผลการปฏิบัติงาน เพื่อเผยแพร่ให้ประชาชนทราบ

2. ด้านกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ โดยการกำหนดกลยุทธ์เน้นความจริง ตรง ดี มีประโยชน์และเสริมสร้างภาพลักษณ์ มีความสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมในยุคสื่อสังคมออนไลน์ ประสานความร่วมมือกันทั่วภูมิภาค มีการกำหนดเนื้อหา (Content) ให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายทั้ง Generation X Y Z

3. ด้านเจ้าหน้าที่ บุคลากรด้านการสื่อสาร มุ่งเน้นประสิทธิภาพการสื่อสาร ประสานประโยชน์ ตามกรอบของกฎหมายและประโยชน์ของประชาชน มีการจัดการความรู้ (Knowledge Management: KM)

4. ด้านภาวะผู้นำในการนำองค์กรไปสู่ความสำเร็จ เป็นผู้ที่มีความสามารถในการตัดสินใจ มีความอดทนและเสียสละ มีความรู้ดี มีวิสัยทัศน์กว้างไกลและมีทักษะการสื่อสารที่ชัดเจนตรงประเด็น สนับสนุน สร้างขวัญกำลังใจและมีอิทธิพลทางใจ มีคุณธรรม เสริมสร้างศีลธรรม จริยธรรมอันดีงามให้กับลูกน้องและขยายผลไปสู่ทั่วทั้งองค์กร

5. ด้านระบบการประชาสัมพันธ์ มีการออกแบบสารที่เป็นระบบทั้งในส่วนข้อมูล เนื้อหาสาระ มีการกำหนดแผนงาน ทั้งแผนระยะสั้นและแผนระยะยาว เคารพสิทธิเสรีภาพของทุกคน เอื้อเฟื้อต่อหน้าที่ เมตตา กรุณาปราณีต่อประชาชน ไม่หวั่นไหวต่อความยากลำบาก ไม่มักมากในลาภผล มุ่งบำเพ็ญตนให้เป็นประโยชน์แก่ประชาชน

6. **ด้านทักษะ ความรู้ความสามารถของบุคลากร** มีทักษะการสื่อสาร การนำเสนอ ข้อมูลอย่างเป็นระบบ กระชับและมีความรู้ในเรื่องที่จะสื่อสารเป็นอย่างดี มีการพัฒนาทักษะความรู้ สร้างบรรยากาศที่ดีในการทำงานด้วยการเจริญสติ มีการทำสมาธิ พร้อมทั้งจะให้บริการด้วยความอ่อนน้อม จิตใจโอบอ้อมอารี พัฒนาบุคลากรให้เป็นนักประชาสัมพันธ์ที่แท้จริง มีทัศนคติที่ดี มีความรับผิดชอบ มีความอดทนเสียสละ มีจรรยาบรรณ ไม่หวั่นต่อปัญหา

7. **ด้านค่านิยมร่วมกันขององค์กร** มีทิวทัศน์เสมอกัน คือ มีความเห็น ความคิด ทัศนคติ สอดคล้องเป็นไปในทางเดียวกัน มีศีลเสมอกัน มีการปฏิบัติงานตามนโยบายอย่างชัดเจน หน่วยงานต้องมี Service mind หรือการให้บริการด้วยใจ

สอดคล้องกับ จิตติทัศน์ นิพนธ์พิทยา, ร.ท. (2562) ได้ทำการวิจัยเรื่อง รูปแบบการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในยุคไทยแลนด์ 4.0 ของหน่วยบัญชาการทหารพัฒนา กองบัญชาการกองทัพไทย พบว่า กระบวนการบริหาร ประกอบด้วย การวางแผน การจัดองค์การ การบังคับบัญชาสั่งการ การประสานงาน การควบคุม ส่งผลต่อทรัพยากรมนุษย์ในยุคไทยแลนด์ 4.0 ของหน่วยบัญชาการทหารพัฒนาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และสอดคล้องกับ ธณัฐพล ชุ่ม (2558) ซึ่งได้ทำการวิจัยเรื่อง การบริหารจัดการที่มีผลต่อประสิทธิผลของเทศบาลตำบลในเขตภาคกลางของประเทศไทย พบว่า ปัจจัยสำคัญที่สามารถอธิบายประสิทธิผลการบริหารจัดการเทศบาลตำบลในเขตภาคกลางของประเทศไทย ประกอบด้วย ทรัพยากรการบริหาร วัฒนธรรมองค์การ การมีส่วนร่วม และสมรรถนะ/ความสามารถทางการบริหาร

ตอนที่ 2 ปัจจัยด้านพุทธรวัตกรรมการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์เชิงรุกของสำนักงานตำรวจแห่งชาติ

พุทธรวัตกรรมการสื่อสารทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านการบริหารจัดการข้อมูลอย่างชัดเจน แจ่มแจ้ง (สันทัตสนา) ด้านการเผยแพร่ข้อมูลอย่างจงใจให้เห็นจริงเพื่อสร้างการรับรู้ (สมาทปนา) ด้านมีความกล้ากล้า กำลังใจในการสร้างเครือข่ายความร่วมมือ (สมุตเตชนา) และด้านการรับรู้ เข้าใจและเห็นคุณประโยชน์เกี่ยวกับการสื่อสาร (สัมปหังสา) ถือเป็นศิลปะของการสื่อสารที่จะเกื้อหนุนให้การประชาสัมพันธ์เชิงรุกเกิดประสิทธิภาพและเกิดการประชาสัมพันธ์เชิงรุก ซึ่งถือเป็นส่วนของผลลัพธ์ที่เกิดจากการบริหารงานประชาสัมพันธ์และพุทธรวัตกรรมการสื่อสาร เป็นเป้าหมายที่จะทำให้องค์กรทำงานด้านการประชาสัมพันธ์เชิงรุกให้ทันสมัยและเข้าถึงเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับงานของ ปณัชญา และรังสี สุทนต์ (2563) ได้ศึกษาเรื่อง นวัตกรรมสื่อสารผ่านแอปพลิเคชันของพระโพธิญาณเถร (ชา สุภทโท) พบว่า คำสอนหลวงพ่อดำเนินมาเผยแพร่ธรรมะเข้าถึงตัวบุคคลผ่านโมบายแอปพลิเคชัน ตอบสนอง

พฤติกรรมผู้รับสารยุคปัจจุบัน ทั้งสภาพความจำเป็นต่อการสื่อสาร การใช้แอปพลิเคชันต่อวัน ใช้แอปพลิเคชันเพื่อเป็นประโยชน์ รับข่าวสารธรรมะจากช่องทางยูทูป การรับฟังธรรมะ ให้ความรู้ธรรมะ มีผู้เคยรับฟังธรรมะหลวงพ่อบุชา มีความพึงพอใจคำสอน การปล่อยวาง ประยุกต์สอนในการทำงาน และส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรม คำสอนสอดคล้องกับยุคสมัยกับวิถีชีวิตด้านการทำงาน ศึกษาเล่าเรียน ความรู้สติปัญญาสังคมและครอบครัว

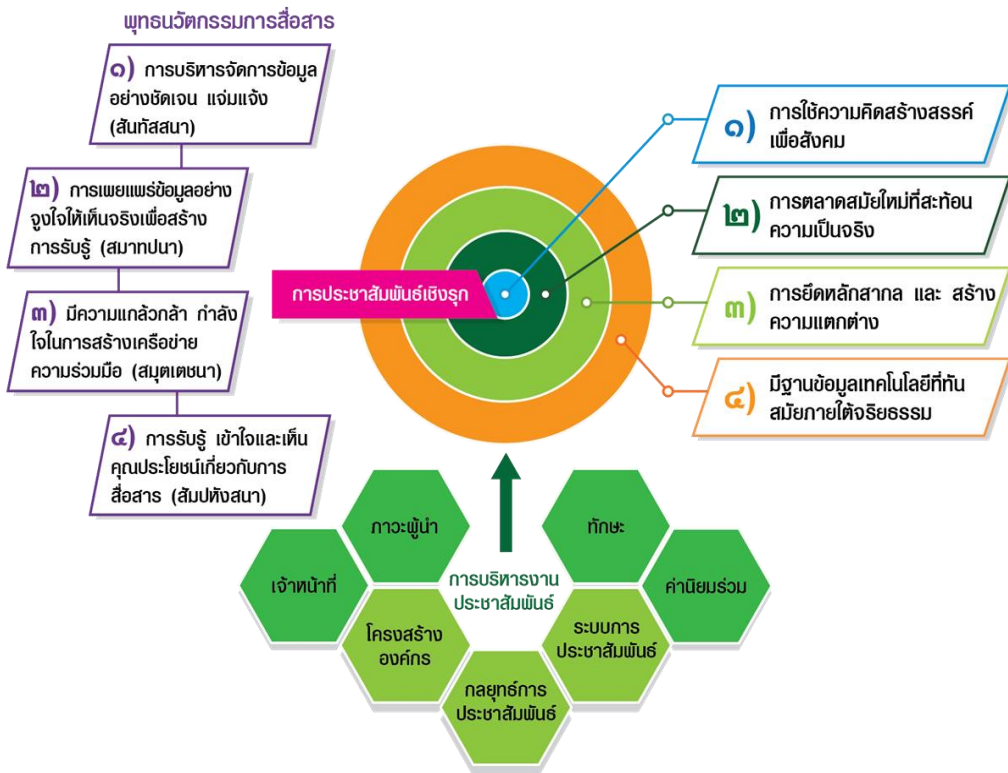
ตอนที่ 3 รูปแบบพุทธนวัตกรรมการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์เชิงรุกของสำนักงานตำรวจแห่งชาติ

รูปแบบพุทธนวัตกรรมการสื่อสาร เพื่อการประชาสัมพันธ์เชิงรุก ของสำนักงานตำรวจแห่งชาติ คือ มีการบริหารงานประชาสัมพันธ์ ทำหน้าที่เป็นฐานโดยมีองค์ประกอบที่สำคัญและต้องอาศัยพุทธนวัตกรรมการสื่อสาร เป็นตัวกลางเกื้อหนุนให้การประชาสัมพันธ์เชิงรุกเกิดประสิทธิภาพ นำมาเสนอเป็นรูปแบบพุทธนวัตกรรมการสื่อสาร เพื่อการประชาสัมพันธ์เชิงรุกของสำนักงานตำรวจแห่งชาติ ได้แก่ มีการใช้ความคิดสร้างสรรค์เพื่อสังคม การตลาดสมัยใหม่ที่สะท้อนความเป็นจริง การยึดหลักสากลและสร้างความแตกต่าง การมีฐานข้อมูลเทคโนโลยีที่ทันสมัยภายใต้จริยธรรม เกิดประสิทธิภาพซึ่งถือเป็นส่วนของผลลัพธ์ที่เกิดจากการบริหารงานประชาสัมพันธ์และพุทธนวัตกรรมการสื่อสาร อันถือเป็นเป้าหมายที่จะทำให้องค์กรทำงานด้านการประชาสัมพันธ์เชิงรุก ให้ทันกับยุคสมัยและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งถือเป็นส่วนของผลลัพธ์ที่เกิดจากการบริหารงานประชาสัมพันธ์และพุทธนวัตกรรมการสื่อสาร ถือเป็นเป้าหมายที่จะทำให้องค์กรทำงานด้านการประชาสัมพันธ์เชิงรุกให้ทันกับยุคสมัยและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับงานของ มนตรี พรหมวัน (2563) ที่ได้ศึกษาเรื่อง รูปแบบประสิทธิภาพการบริการจัดการแรงงานต่างด้าวในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ศักยภาพของผู้ประกอบการและกระบวนการบริหาร สามารถอธิบายความแปรปรวนของการปฏิบัติตามหลักอิทธิบาท 4 ได้ร้อยละ 85 และยังพบว่า ตัวแปรในโมเดล คือ ศักยภาพผู้ประกอบการ กระบวนการบริหารและการปฏิบัติตามหลักอิทธิบาท 4 สามารถอธิบายความแปรปรวนของประสิทธิภาพการบริการจัดการแรงงานต่างด้าวได้ร้อยละ 100 เมื่อพิจารณาอิทธิพลทางตรง ทางอ้อม พบว่า มีอิทธิพลทางตรง 0.45 และอิทธิพลทางอ้อม 0.14 เป็นอิทธิพลรวม 0.59 โดยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการบริการจัดการแรงงานต่างด้าว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และสอดคล้องกับงานของ ศิริวรรณ จุลทับ (2558) ที่ได้ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เชิงรุกของสถาบันอุดมศึกษาเขต

ภูมิศาสตร์ภาคใต้ พบว่า กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เชิงรุกทั้ง 3 มหาวิทยาลัย มีนโยบายการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ชัดเจน มีกิจกรรมและวิธีการประชาสัมพันธ์ที่หลากหลายตามเป้าหมายและวัฒนธรรมองค์กร มีเครื่องมือและช่องทางการสื่อสารที่หลากหลายและทันสมัย มีการสร้างเครือข่ายในการติดต่อประสานงานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ และมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ใช้เทคนิควิธีการประชาสัมพันธ์ที่แตกต่างและโดดเด่น

องค์ความรู้จากการวิจัย

จากการวิจัยสามารถสังเคราะห์เป็นองค์ความรู้เกี่ยวกับรูปแบบพจนวัตกรรมการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์เชิงรุกของสำนักงานตำรวจแห่งชาติ สามารถสรุปได้ดังแผนภาพต่อไปนี้



แผนภาพที่ 1 แสดงองค์ความรู้เกี่ยวกับรูปแบบพจนวัตกรรมการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์เชิงรุกของสำนักงานตำรวจแห่งชาติ

จากแผนภาพจากแผนภาพองค์ความรู้เกี่ยวกับรูปแบบพุทธนวัตกรรมการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์เชิงรุกของสำนักงานตำรวจแห่งชาติ สามารถอธิบายความสัมพันธ์ได้ดังนี้

การประชาสัมพันธ์เชิงรุก เป็นเป้าหมายของสำนักงานตำรวจแห่งชาติ กล่าวคือเป็นจุดมุ่งหมายที่จะต้องครทำงานด้านการประชาสัมพันธ์เชิงรุกให้ทันกับยุคสมัยและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพโดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ด้านการใช้ความคิดสร้างสรรค์เพื่อสังคม ได้แก่ มีการให้ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการแก้ปัญหาสังคม มีการพัฒนากลยุทธ์ต่อการประชาสัมพันธ์อย่างสร้างสรรค์เพื่อใช้ในการแก้วิกฤตให้เป็นโอกาสมีการระดมความคิดเห็นต่าง ๆ

2. ด้านการตลาดสมัยใหม่ที่สะท้อนความเป็นจริง ได้แก่ มีการประชาสัมพันธ์กิจกรรมตามความเป็นจริง ใส่ใจต่อประชาชน เผยแพร่ข้อมูลอย่างเปิดเผย ทั้งยังมีนำหลักการตลาดเข้ามาใช้ในการประชาสัมพันธ์เพิ่มมากขึ้น มีการกำหนดทิศทางเพื่อการแข่งขันในอนาคต อีกทั้งยังสร้างความพึงพอใจให้แก่ประชาชนอีกด้วย

3. ด้านการยึดหลักสากลและสร้างความแตกต่าง ได้แก่ การคำนึงถึงหลักสิทธิมนุษยชนและสิ่งแวดล้อม ให้ความสำคัญกับการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่เผยแพร่ออกไปตามหลักสากล

4. ด้านมีฐานข้อมูลเทคโนโลยีที่ทันสมัยภายใต้จริยธรรม ได้แก่ บุคลากรต้องมีความซื่อสัตย์สุจริตต่อตนเองและวิชาชีพ มีความเที่ยงธรรม ไม่ลำเอียง มีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการเก็บข้อมูลสำรอง มีระบบป้องกันข้อมูลไม่ให้รั่วไหลออกไป และการใช้สื่อออนไลน์ที่เข้าถึงได้ง่าย เช่น เว็บไซต์ บล็อก ทวิตเตอร์ เฟซบุ๊ก ยูทูป ไลน์ คลับเฮาท์ แอปพลิเคชัน มาใช้ในการประชาสัมพันธ์เชิงรุกเพื่อให้ข้อมูลเข้าถึงประชาชนได้ง่ายมากขึ้น

โดยการประชาสัมพันธ์เชิงรุกดังกล่าวต้องอาศัยปัจจัย 2 ด้าน ได้แก่

1. พุทธนวัตกรรมการสื่อสาร ซึ่งมีองค์ประกอบที่สำคัญได้แก่ 1) ด้านการบริหารจัดการข้อมูลอย่างชัดเจนแจ่มแจ้ง (สันทัตสนา) 2) ด้านการเผยแพร่ข้อมูลอย่างจริงจังให้เห็นจริงเพื่อสร้างการรับรู้ (สมาทปนา) 3) ด้านมีความแกล้วกล้า กำลังใจในการสร้างเครือข่ายความร่วมมือ (สมุตเตชนา) 4) ด้านการรับรู้ เข้าใจและเห็นคุณประโยชน์เกี่ยวกับการสื่อสาร (สัมปหังสนา) และ

2. การบริหารงานประชาสัมพันธ์ ซึ่งมีองค์ประกอบที่สำคัญ ได้แก่ 1) ด้านโครงสร้างองค์กร 2) ด้านกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ 3) ด้านเจ้าหน้าที่ 4) ด้านลีลาผู้นำ 5) ด้านระบบการประชาสัมพันธ์ 6) ด้านทักษะ และ 7) ด้านค่านิยมร่วม

ข้อเสนอแนะการวิจัย

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1) สำนักงานตำรวจแห่งชาติควรมีการนำเครื่องมือและช่องทางการสื่อสารออนไลน์และออฟไลน์ที่หลากหลายและทันสมัย เพื่อให้เข้าถึงประชาชนได้อย่างใกล้ชิดและเกิดความศรัทธา น่าเชื่อถือ

2) รูปแบบพุทธนวัตกรรมการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์เชิงรุกของสำนักงานตำรวจแห่งชาติที่ได้จากการวิจัยนี้ สำนักงานตำรวจแห่งชาติควรนำไปกำหนดเป็นนโยบายและนำมาใช้เป็นกลยุทธ์เพื่อให้สอดคล้องกับการสื่อสารสมัยใหม่ต่อไป

2. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1) ผู้ปฏิบัติงานด้านสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานตำรวจแห่งชาติมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องปรับตัว ปรับวิธีคิด เปลี่ยนวิธีทำ เพื่อให้งานประชาสัมพันธ์เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

2) สำนักงานตำรวจแห่งชาติต้องมีผู้นำด้านการประชาสัมพันธ์ที่เข้มแข็งแข็ง มีการทำงานเป็นทีม มีการประเมิผลของการประชาสัมพันธ์อยู่เสมอ ส่งเสริมการสร้างเครือข่ายในทุกมิติและที่สำคัญต้องมีความรับผิดชอบ มีจริยธรรมและคุณธรรม

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาความคิดเห็นของประชาชนเกี่ยวกับการรับสื่อและความเชื่อถือของสื่อต่าง ๆ ทั้งสื่อเอกชนและสื่อในกำกับของรัฐบาลว่าประชาชนรับสื่อแบบไหนและสื่อแบบไหนที่ประชาชนให้ความเชื่อถือ

2. ควรมีการวิจัยเชิงเปรียบเทียบระหว่างการประชาสัมพันธ์ในสื่อหลักกับการประชาสัมพันธ์ในสื่อออนไลน์ ว่ามีทิศทางการพัฒนาไปในทิศทางเดียวกันหรือไม่ สื่อไหนที่พัฒนาได้ดีกว่ากัน สื่อไหนที่ต้องปรับปรุงเพื่อให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงของสังคมยุคใหม่

รายการอ้างอิง

ฐิติทัตต์ นิพนธ์พิทยา, ร.ท. (2562). รูปแบบการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในยุคไทยแลนด์ 4.0 ของหน่วยบัญชาการทหารพัฒนา กองบัญชาการกองทัพไทย (ปริญญาานิพนธ์ปริญญา ดุษฎีบัณฑิต. มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. พระนครศรีอยุธยา.

- ธณัฐพล ชะอุ่ม. (2558). การบริหารจัดการที่มีผลต่อประสิทธิผลของเทศบาลตำบลในเขตภาคกลางของประเทศไทย. *วารสารวิทยาการจัดการสมัยใหม่*, 8(1), 137.
- ปณัชญา ลีลายุทธ และ รังสี สุทนต์. (2563). นวัตกรรมการสื่อสารผ่านแอปพลิเคชัน พระโพธิญาณเถร (ชา สุภทโท). *วารสารบัณฑิตศึกษาปริทรรศน์*, 16(2), 113-128.
- พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ.ปยุตฺโต). (2551). พุทธวิธีในการสอน. กรุงเทพฯ: บริษัทพิมพ์สวย จำกัด.
- พจน์ ใจชาญสุขกิจ. (2563, 2 มกราคม). การปฏิบัติงาน IO : INFORMATION OPERATIONS ท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงทางการสื่อสารและสถานการณ์วิกฤต. *การบรรยายพิเศษในงานสัมมนาผู้บริหารสำนักงานตำรวจแห่งชาติ*. สืบค้น 2 มกราคม 2563, จาก <http://drphot.com/thinkabout/archives/984>
- มนตรี พรหมวัน. (2563). รูปแบบประสิทธิผลการบริหารจัดการแรงงานต่างด้าวในจังหวัดเชียงใหม่ (ปริญญาานิพนธ์ดุขฎิบัณฑิต). มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. พระนครศรีอยุธยา.
- วรวิมล ภัคดีบุรุษ. (2560). นวัตกรรมการสื่อสารเพื่อการจัดการแบรนด์องค์กรของธนาคารพาณิชย์ไทย: กรณีศึกษาธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน). *วารสารนักบริหาร*. 31(1), 36-44.
- วราพร คำจับ. (2560). การสื่อสารในยุคดิจิทัล. *สหศาสตร์ศรีปทุม ชลบุรี*, 3(1), 46-60.
- ศิริวรรณ จุลทับ. (2558) กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เชิงรุกของสถาบันอุดมศึกษาเขตภูมิศาสตร์ภาคใต้. *วารสารราชภัฏสุราษฎร์ธานี*, 2(2), 175-194.
- เอกนถน บางท่าไม้. (2555). *เอกสารประกอบการสอน เรื่องหลักการประชาสัมพันธ์*. ภาควิชาเทคโนโลยีการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร.