



รายงานผลการสำรวจการรับรู้ ทักษะ และภาพลักษณ์ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่มีต่อ สทป.
และความพึงพอใจของผู้รับบริการและผู้ถือผลประโยชน์ร่วมที่มีต่อ สทป.
ประจำปีงบประมาณ 2563

เสนอ
สถาบันเทคโนโลยีป้องกันประเทศ

โดย
สำนักงานศูนย์วิจัยและให้คำปรึกษาแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

สารบัญ

บทสรุปผู้บริหาร	ณ
คณะผู้วิจัย.....	ณ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของโครงการ.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ	2
1.3 ขอบเขตของการศึกษา.....	2
1.3.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา.....	2
1.3.2 ขอบเขตด้านกลุ่มตัวอย่างและพื้นที่การสำรวจ.....	4
1.3.3 ขอบเขตด้านเวลา.....	5
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	6
2.1 ข้อมูลสถาบันเทคโนโลยีป้องกันประเทศ	6
2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้.....	8
2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ	10
2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับภาพลักษณ์.....	12
2.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ.....	16
2.6 ประเภทของโซเชียลมีเดียที่เลือกใช้.....	20
2.6.1 เฟซบุ๊ก (Facebook)	25
2.6.2 Twitter (ทวิตเตอร์).....	26
2.6.3 อินสตาแกรม (Instagram).....	26
2.6.4 ยูทูบ (YouTube)	27
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย วิธีการสำรวจ และการออกแบบเครื่องมือการเก็บรวบรวมข้อมูล	28
3.1 วิธีการศึกษาวิจัย	28
3.2 ประชากร	28
3.2.1 การสำรวจการรับรู้ ทัศนคติ และภาพลักษณ์ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่มีต่อ สทป. มีประชากร คือ ผู้บริหาร บุคลากร นักเรียน และนักศึกษาของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับ สทป. ได้แก่	28
3.2.2 การสำรวจความพึงพอใจของผู้รับบริการ และผู้ถือผลประโยชน์ร่วมที่มีต่อ สทป. มีประชากร คือ ผู้บริหาร บุคลากร นักเรียน และนักศึกษาของหน่วยงานที่ถือผลประโยชน์ร่วมที่มีต่อ สทป. ได้แก่.....	29
3.3 กลุ่มตัวอย่าง.....	30
3.3.1 การสำรวจการรับรู้ ทัศนคติ และภาพลักษณ์ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่มีต่อ สทป. และการสำรวจความพึงพอใจของผู้รับบริการและผู้ถือผลประโยชน์ร่วมที่มีต่อ สทป.....	30

3.3.2 การสำรวจออนไลน์การรับรู้ ทักษะ และภาพลักษณ์ของประชาชนทั่วไปที่เยี่ยมชม สื่อดิจิทัลของ สทป. ที่มีต่อ สทป.....	32
3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	32
3.4.1 แบบสอบถาม (Questionnaires).....	32
3.4.2 แบบสัมภาษณ์	33
3.4.3 แบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaires)	33
3.4.4 แบบวิเคราะห์เอกสารเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของผู้เข้าเยี่ยมชมและมีปฏิสัมพันธ์ กับสื่อดิจิทัลของ สทป. ทั้ง 4 ประเภท.....	33
3.5 การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ	34
3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	34
3.6.1 แบบสอบถาม (Questionnaires).....	34
3.6.2 แบบสัมภาษณ์	34
3.6.3 แบบวิเคราะห์เอกสารเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของผู้เข้าเยี่ยมชมและมีปฏิสัมพันธ์ กับสื่อดิจิทัลของ สทป. ทั้ง 4 ประเภท.....	34
บทที่ 4 ผลการสำรวจการรับรู้ และภาพลักษณ์ต่อสถาบันเทคโนโลยีป้องกันประเทศ	35
4.1 ผลการสำรวจการรับรู้ ทักษะ และภาพลักษณ์ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่มีต่อสถาบันเทคโนโลยีป้องกันประเทศ หรือ สทป.	35
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป	35
ส่วนที่ 2 การรับรู้เกี่ยวกับ สทป.....	38
ส่วนที่ 3 ภาพลักษณ์ของ สทป.	45
ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการรับรู้ ทักษะ และภาพลักษณ์ของ สทป.	48
4.2 ผลการสำรวจจากแบบสัมภาษณ์.....	49
บทที่ 5 ผลการสำรวจความพึงพอใจของผู้รับบริการและผู้ถือผลประโยชน์ ที่มีต่อสถาบันเทคโนโลยีป้องกันประเทศ.....	51
5.1 ผลการสำรวจจากแบบสอบถาม	51
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป	51
ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของ สทป.....	53
ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นในด้านความคุ้มค่าทางสังคมและเศรษฐกิจของ สทป.....	58
ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ	59
5.2 ผลการสำรวจจากแบบสัมภาษณ์.....	60
บทที่ 6 ผลการวิเคราะห์เนื้อหาสื่อดิจิทัลของสถาบันเทคโนโลยีป้องกันประเทศ หรือ สทป.	63
ภาพรวมผู้ติดตาม สทป. ในโซเชียลมีเดียต่าง ๆ	63

เฟซบุ๊ก (Facebook).....	64
ทวิตเตอร์ (Twitter).....	76
อินสตาแกรม (Instagram).....	80
ยูทูบ (YouTube).....	83
บทที่ 7 การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	90
7.1 การอภิปรายผล	90
7.1.1 การอภิปรายผลการสำรวจการรับรู้ ทศนคติและภาพลักษณ์ ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	90
7.1.2 การอภิปรายผลการสำรวจความพึงพอใจของผู้รับบริการและผู้ถือผลประโยชน์ร่วมที่มีต่อสถาบันเทคโนโลยีป้องกันประเทศ หรือ สทป.....	96
7.1.3 ผลการวิเคราะห์เนื้อหาสื่อดิจิทัลของสถาบันเทคโนโลยีป้องกันประเทศ หรือ สทป.....	102
7.2 การอภิปรายผลเมื่อเทียบกับปี 2562	104
7.2.1 การอภิปรายเปรียบเทียบผลการสำรวจการรับรู้ ทศนคติและภาพลักษณ์ ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ที่มีต่อสถาบันเทคโนโลยีป้องกันประเทศ หรือ สทป. ปี 2562 และ ปี 2563	104
7.2.2 การอภิปรายผลเปรียบเทียบการสำรวจความพึงพอใจของผู้รับบริการและผู้ถือผลประโยชน์ร่วมที่มีต่อสถาบันเทคโนโลยีป้องกันประเทศ หรือ สทป. ปี 2562 และ ปี 2563	105
7.2.3 การอภิปรายผลเปรียบเทียบการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของผู้เข้าเยี่ยมชมสื่อดิจิทัลของ สทป. ...	105
7.3 ข้อเสนอแนะ	106
รายการอ้างอิง	109
หนังสือและบทความในหนังสือ	109
วิทยานิพนธ์.....	110
ภาคผนวก.....	112
1. ข้อมูลหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับสถาบันเทคโนโลยีป้องกันประเทศ	112
1) การสำรวจการรับรู้ ทศนคติ และภาพลักษณ์ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่มีต่อ สทป.	112
2) การสำรวจความพึงพอใจของผู้รับบริการและผู้ถือผลประโยชน์ร่วมที่มีต่อสถาบันเทคโนโลยีป้องกันประเทศ หรือ สทป.....	125
2. แบบสำรวจ “การรับรู้ ทศนคติ และภาพลักษณ์” ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่มีต่อสถาบันเทคโนโลยีป้องกันประเทศ หรือ สทป. ปีงบประมาณ 2563	142
3. แบบสำรวจ “ความพึงพอใจ” ของผู้รับบริการและผู้ถือผลประโยชน์ร่วมที่มีต่อสถาบันเทคโนโลยีป้องกันประเทศ หรือ สทป. ปีงบประมาณ 2563	147

สารบัญตาราง

ตารางที่ 1	สรุปผลการสำรวจการรับรู้ ภาพลักษณ์ และผลสำรวจความพึงพอใจในภาพรวม.....	๓๕
ตารางที่ 2	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ	35
ตารางที่ 3	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ	36
ตารางที่ 4	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามชั้นยศ	36
ตารางที่ 5	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามหน่วยงานที่สังกัด	37
ตารางที่ 6	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระยะเวลาทำงาน	37
ตารางที่ 7	แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการเคยได้ยินชื่อหรือรู้จัก สทป.	38
ตารางที่ 8	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการรู้จักต้นสังกัดของ สทป.	38
ตารางที่ 9	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสื่อที่ทำให้เกิดการรับรู้ สทป.	39
ตารางที่ 10	ท่านคิดว่าวิสัยทัศน์ของสถาบันเทคโนโลยีป้องกันประเทศ คือข้อใดต่อไปนี้.....	40
ตารางที่ 11	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการรับรู้หน้าที่หลักของ สทป.	41
ตารางที่ 12	การรับรู้เกี่ยวกับพระราชบัญญัติเทคโนโลยีป้องกันประเทศ ท่านรับทราบเกี่ยวกับพระราชบัญญัติเทคโนโลยีป้องกันประเทศ พ.ศ. 2562 ใช่หรือไม่.....	42
ตารางที่ 13	ตามพระราชบัญญัติเทคโนโลยีป้องกันประเทศ พ.ศ. 2562 กำหนดให้กรณีที่เป็นยุทธโศกณณ์ที่ใช้ในการสงคราม การผลิตและจำหน่าย สถาบันอาจร่วมกับเอกชนหรือนิติบุคคลอื่นก่อตั้งนิติบุคคลเพื่อผลิต และขายได้	42
ตารางที่ 14	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง ความคิดเห็นต่อสื่อที่มีความจำเป็นต่อการรับรู้ข่าวสาร การดำเนินงานหรือโครงการกิจกรรมของ สทป.	43
ตารางที่ 15	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างสื่อสังคมออนไลน์ของ สทป. มีสื่ออะไรบ้างที่ท่านติดตาม	43
ตารางที่ 16	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มที่มีต่อการประชาสัมพันธ์เพื่อให้สังคมรับรู้บทบาท หน้าที่ พันธกิจ ตลอดจนผลงานขององค์กรในปีงบประมาณ 2563	44
ตารางที่ 17	แสดงจำนวนและร้อยละค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของภาพลักษณ์การดำเนินงานของ สทป.	45
ตารางที่ 18	แสดงจำนวนและร้อยละค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นที่มีต่อผลผลิตที่วิจัย โดย สทป. ที่เป็นรูปธรรมและนำมาใช้ได้จริง.....	46
ตารางที่ 19	แสดงจำนวนและร้อยละค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นที่มีต่อผล การดำเนินงานของ สทป. ในปีงบประมาณ 2563	47

ตารางที่ 20 ตารางที่สรุปผลการสำรวจการรับรู้ภาพลักษณ์ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่มีต่อสถาบันเทคโนโลยี ป้องกันประเทศ หรือ สทป.....	47
ตารางที่ 21 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ	51
ตารางที่ 22 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามหน่วยงานต้นสังกัด.....	51
ตารางที่ 23 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระยะเวลาที่ทำงานในหน่วยงาน.....	52
ตารางที่ 24 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ของการติดต่อกับ สทป.....	53
ตารางที่ 25 แสดงจำนวนและร้อยละค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจด้านการให้บริการ ของเจ้าหน้าที่	53
ตารางที่ 26 แสดงจำนวนและร้อยละค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจด้านการให้บริการ ของ สทป.	54
ตารางที่ 27 แสดงจำนวนและร้อยละค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจด้านความสะดวก	54
ตารางที่ 28 แสดงจำนวนและร้อยละค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจด้านการใช้ประโยชน์ หรือผลที่ได้รับจากการใช้บริการ	55
ตารางที่ 29 แสดงจำนวนและร้อยละค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจด้านบทบาทหน้าที่ ของ สทป.	56
ตารางที่ 30 แสดงจำนวนและร้อยละค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจต่องานวิจัยด้าน อาวุธยุทโธปกรณ์.....	56
ตารางที่ 31 แสดงภาพรวมความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของ สทป.....	57
ตารางที่ 32 แสดงจำนวนและร้อยละค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคุ้มค่าทางสังคม.....	58
ตารางที่ 33 แสดงภาพรวมจำนวนผู้ติดตาม สทป. ในสื่อโซเชียลต่าง ๆ.....	63
ตารางที่ 34 แสดงภาพรวมการใช้เฟซบุ๊กในการประชาสัมพันธ์ของ สทป.....	66
ตารางที่ 35 แสดงลำดับข้อความที่ได้รับความสนใจในเฟซบุ๊กของ สทป.....	67
ตารางที่ 36 แสดงภาพรวมการใช้ทวิตเตอร์ในการประชาสัมพันธ์ของ สทป.....	78
ตารางที่ 37 แสดงลำดับข้อความที่ได้รับความสนใจ	79
ตารางที่ 38 แสดงลำดับความนิยมของข้อความในอินสตาแกรม.....	81
ตารางที่ 39 แสดงภาพรวมการใช้ยูทูปในการประชาสัมพันธ์ของ สทป.	88
ตารางที่ 40 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง.....	90
ตารางที่ 41 แสดงผลการวิเคราะห์การรับรู้เกี่ยวกับ สทป.....	91
ตารางที่ 43 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง.....	96

ตารางที่ 44 เปรียบเทียบผลการสำรวจการรับรู้ ทักษะคิดและภาพลักษณ์ ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่มีต่อ สถาบันเทคโนโลยีป้องกันประเทศ หรือ สทป. ปี 2562 และ ปี 2563.....	105
ตารางที่ 45 เปรียบเทียบการสำรวจความพึงพอใจของผู้รับบริการและผู้ถือผลประโยชน์ร่วมที่มีต่อสถาบัน เทคโนโลยีป้องกันประเทศ หรือ สทป. ปี 2562 และ ปี 2563.....	105
ตารางที่ 46 ผลเปรียบเทียบการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของผู้เข้าเยี่ยมชมสื่อดิจิทัลของ สทป. ทั้ง 4 ประเภท ได้แก่ เฟซบุ๊ก (Facebook) ทวิตเตอร์ (Twitter) อินสตาแกรม (Instagram) และยูทูบ (YouTube) ปี 2562 และ ปี 2563.....	106

สารบัญรูปที่ภาพ

รูปที่ 1 แสดงกระบวนการการรับรู้ของ E. Bruce Goldstein	9
รูปที่ 2 แสดงตัวอย่างหน้าเฟซบุ๊ก	25
รูปที่ 3 แสดงตัวอย่างหน้าทวิตเตอร์	26
รูปที่ 4 ตัวอย่างหน้าอินสตาแกรม.....	26
รูปที่ 5 ตัวอย่างหน้ายูทูบ.....	27
รูปที่ 6 แสดงหน้าเฟซบุ๊ก (Facebook) ของ สทป.....	64
รูปที่ 7 แสดงการค้นหาเฟซบุ๊กของ สทป.....	64
รูปที่ 8 แสดงจำนวนผู้ติดตามเฟซบุ๊กของ สทป.....	64
รูปที่ 9 แสดงร้อยละของผู้ติดตามเฟซบุ๊กของ สทป. แบ่งตามเพศและช่วงอายุ	65
รูปที่ 10 แสดงประเทศที่อยู่ของผู้ติดตามเฟซบุ๊ก สทป. โดยเรียงลำดับ 1-10.....	65
รูปที่ 11 แสดงอำเภอ/ จังหวัด ของผู้ติดตามเฟซบุ๊กของ สทป.	66
รูปที่ 12 แสดงการรีวิว สทป. ในเฟซบุ๊ก	75
รูปที่ 13 แสดงหน้าทวิตเตอร์ (Twitter) ของ สทป.....	76
รูปที่ 14 แสดงหน้าการค้นหาทวิตเตอร์ (Twitter) ของ สทป.....	76
รูปที่ 15 แสดงสัดส่วนของผู้ติดตามทวิตเตอร์ของ สทป.....	77
รูปที่ 16 แสดงสัดส่วนของผู้ติดตามทวิตเตอร์ของ สทป. ตามประเทศ	77
รูปที่ 17 แสดงสัดส่วนร้อยละผู้ติดตามทวิตเตอร์ของ สทป. ตามจังหวัด.....	78
รูปที่ 18 แสดงหน้าอินสตาแกรม (Instagram) ของ สทป.	80
รูปที่ 19 แสดงการค้นหาอินสตาแกรมของ สทป.	80
รูปที่ 20 แสดงเรื่องที่ได้รับการนิยมนเป็นอันดับ 1 ในอินสตาแกรมของ สทป.....	81
รูปที่ 21 แสดงเรื่องที่ได้รับการนิยมนเป็นอันดับ 2 ในอินสตาแกรมของ สทป.....	82
รูปที่ 22 แสดงเรื่องที่ได้รับการนิยมนเป็นอันดับ 3 ในอินสตาแกรมของ สทป.....	82
รูปที่ 23 แสดงหน้ายูทูบ (YouTube) ของ สทป.....	83
รูปที่ 24 แสดงตัวอย่างวิดีโอบนยูทูบ (YouTube) ของ สทป.....	83
รูปที่ 25 แสดงการค้นหายูทูบของ สทป.....	83
รูปที่ 26 แสดงกิจกรรมที่ สทป. ได้ทำในยูทูบ	84
รูปที่ 27 แสดงหน้าวิดีโอทั้งหมดของ สทป.....	84
รูปที่ 28 แสดงหน้า Playlists ยูทูบของ สทป.....	85
รูปที่ 29 แสดงหน้า Channels ของยูทูบ สทป.....	85

รูปที่ 30 แสดงข้อมูลของ สทป. ในหน้า About	86
รูปที่ 31 แสดงจำนวนผู้ติดตามและจำนวนครั้งที่ชม	86
รูปที่ 32 แสดงสถิติผู้ติดตามยูทูปของ สทป.	87
รูปที่ 33 แสดงสัดส่วนข้อมูลผู้ติดตามยูทูป สทป. แบ่งตามอายุและเพศ	87
รูปที่ 34 ภาพแสดงสรุปผลการศึกษาลักษณะของ สทป.	92
รูปที่ 35 ภาพแสดงสรุปผลการศึกษาลักษณะการดำเนินงานของ สทป.	92
รูปที่ 36 ภาพสรุปผลการศึกษาความคิดเห็นที่มีต่อผลิตภัณฑ์วิจัยโดย สทป. ที่เป็นรูปธรรมและนำมาใช้ได้จริง	93
รูปที่ 39 ภาพสรุปผลการศึกษาความพึงพอใจด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่	96
รูปที่ 40 ภาพสรุปผลการศึกษาความพึงพอใจด้านการให้บริการของ สทป.	97
รูปที่ 41 ภาพสรุปผลการศึกษาความพึงพอใจด้านความสะดวก	97
รูปที่ 42 ภาพสรุปผลการศึกษาความพึงพอใจด้านการใช้ประโยชน์หรือผลที่ได้รับจากการใช้บริการ	98
รูปที่ 43 ภาพสรุปผลการศึกษาความพึงพอใจด้านบทบาทหน้าที่ของ สทป.	98
รูปที่ 44 ภาพสรุปผลการศึกษาพึงพอใจด้านงานวิจัยด้านอาวุธยุทธโศปกรณ์	99
รูปที่ 45 ภาพสรุปผลการศึกษาความคุ้มค่าทางสังคมและเศรษฐกิจ	100

บทสรุปผู้บริหาร

โครงการจ้างสำรวจการรับรู้ ทศนคติ และภาพลักษณ์ ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่อ สทป. และความพึงพอใจของผู้รับบริการและผู้ถือผลประโยชน์ร่วมที่มีต่อ สทป. ประจำปีงบประมาณ 2563

การศึกษาเรื่องนี้เป็นวิจัยเชิงปริมาณและคุณภาพมีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการสำรวจซึ่งเป็นความคาดหวังจากทัศนคติโดยตรง มาปรับปรุงการดำเนินงานของ สทป. ให้ตรงตามความต้องการ 2) วัดระดับการรับรู้ ทศนคติ และภาพลักษณ์ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ต่อการดำเนินงานตามภารกิจของ สทป. 3) วัดการรับรู้ต่อการดำเนินการตามบทบาทหน้าที่ของ สทป. ผ่านสื่อดิจิทัล 4) วัดระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการและผู้ถือผลประโยชน์ร่วมต่อการดำเนินงานตามภารกิจของ สทป. โดยมีขอบเขตของเนื้อหาแบ่งออกเป็น 1) การสำรวจการรับรู้ ทศนคติและภาพลักษณ์ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่มีต่อ สทป. 2) การสำรวจความพึงพอใจของผู้รับบริการและผู้ถือผลประโยชน์ร่วมที่มีต่อ สทป. 3) การสำรวจการรับรู้ ทศนคติของประชาชนทั่วไปที่เข้าชมสื่อดิจิทัลของ สทป. รวมถึงภาพลักษณ์ของสถาบันเทคโนโลยีป้องกันประเทศในสายตาของประชาชนทั่วไป และ 4) การวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของผู้เข้าเยี่ยมชมสื่อดิจิทัลของ สทป. ทั้ง 4 ประเภท ได้แก่ เฟซบุ๊ก (Facebook) ทวิตเตอร์ (Twitter) อินสตาแกรม (Instagram) และยูทูบ (YouTube)

สรุปผลการวิจัย

1) ในการสำรวจการรับรู้ ทศนคติและภาพลักษณ์ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่มีต่อ สทป. โดยใช้วิธีการตอบแบบสอบถาม พบว่า ร้อยละ 91.67 รู้จักและเคยได้ยินชื่อ สทป. โดยร้อยละ 85.79 เข้าใจว่าต้นสังกัด คือ กระทรวงกลาโหม ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างเกิดการรับรู้ สทป. ผ่านสื่อออนไลน์ของ สทป. มากที่สุดและสื่อออนไลน์ที่กลุ่มตัวอย่างติดตามมากที่สุดคือ Facebook (ร้อยละ 57.95) และ YouTube (ร้อยละ 31.25) ตามลำดับ

2) เมื่อเปรียบเทียบกับปี พ.ศ. 2562 ผลการศึกษาพบว่าการรับรู้เกี่ยวกับ สทป. ลดลงร้อยละ 3.80 (ปี 2562 การรับรู้อยู่ที่ 95.47) อย่างไรก็ตาม การเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างในปี พ.ศ. 2563 ได้มีการขยายการเก็บกลุ่มตัวอย่างไปยังบริษัทเอกชนที่มีการเพิ่มเติมเข้ามาตามขอบเขตอำนาจของ สทป. ที่เพิ่มมากขึ้นตามพระราชบัญญัติเทคโนโลยีป้องกันประเทศ ทำให้ผลการรับรู้ที่ลดลงไม่ได้มีนัยสำคัญทางสถิติ และการรับรู้ในภาพรวมยังอยู่ในเกณฑ์ดีมาก คือมีผลการรับรู้มากกว่าร้อยละ 90

3) เมื่อสอบถามเรื่องการรับรู้เกี่ยวกับพระราชบัญญัติเทคโนโลยีป้องกันประเทศ กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 78.41 รับรู้ว่ามีพระราชบัญญัติเทคโนโลยีป้องกันประเทศ แต่ไม่รู้รายละเอียด และกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 55.11 เชื่อมั่นว่า สทป. มีขีดความสามารถในการขยายยุทธูปกรณ์แบบอุตสาหกรรมตามพระราชบัญญัติเทคโนโลยีป้องกันประเทศได้ในระดับปานกลาง

4) ในการสำรวจภาพลักษณ์ของ สทป. ผ่านการใช้แบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ภาพลักษณ์การดำเนินงานของ สทป. ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (ร้อยละ 86.12) และกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นผลผลิตที่วิจัยโดย สทป. ที่เป็นรูปธรรมและนำมาใช้ได้จริงอยู่ในระดับมาก (ร้อยละ 82.22)

5) คะแนนภาพลักษณ์ในภาพรวมของ สทป. เปรียบเทียบกับปี พ.ศ. 2562 เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 84.40 เป็นร้อยละ 86.12 ขณะที่ความคิดเห็นที่มีต่อผลผลิตที่วิจัยโดย สทป. ที่เป็นรูปธรรมและนำมาใช้ได้จริง เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 79.80 เป็นร้อยละ 82.22 และความคิดเห็นที่มีต่อการดำเนินการของ สทป. ในภาพรวม เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 82.80 เป็นร้อยละ 83.12

6) ในการสำรวจการรับรู้ ทศนคติและภาพลักษณ์ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่มีต่อ สทป. โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์ กลุ่มตัวอย่างคิดว่าการนำเสนอหน้าที่หลักของ สทป. มีความเหมาะสม ทั้งนี้มีข้อเสนอแนะให้เผยแพร่บทบาทตามพระราชบัญญัติเทคโนโลยีป้องกันประเทศ ไปยังหน่วยงานอื่น ๆ และภาคประชาชนมากขึ้น เพราะหลายคนไม่ทราบว่ามีแตกต่างจากเดิมอย่างไร

7) ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการรับรู้ สทป. ได้แก่

- เพิ่มการรับรู้ สทป. และพัฒนาการรับรู้ที่เหมาะสมอย่างต่อเนื่อง
- การสร้างความน่าเชื่อถือด้านการพัฒนาอาวุธยุทโธปกรณ์
- พัฒนาเนื้อหาข่าวและบทความภาษาอังกฤษและภาษาต่างชาติอื่น ๆ
- การพัฒนาสื่อออนไลน์

8) ในการสำรวจความพึงพอใจของผู้รับบริการและผู้ถือผลประโยชน์ร่วมที่มีต่อ สทป. โดยใช้แบบสอบถาม ภาพรวมความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของ สทป. อยู่ในระดับดีมาก (ร้อยละ 85.96) โดยคะแนนเฉลี่ยในด้านนี้เพิ่มขึ้นจากปี 2562 ร้อยละ 1 (คะแนนปี 2562 อยู่ที่ร้อยละ 84.96)

9) ในการสำรวจความคิดเห็นในด้านความคุ้มค่าทางสังคมและเศรษฐกิจ กลุ่มตัวอย่างมองว่ามีความคุ้มค่าทางสังคมและเศรษฐกิจในระดับดีมาก (ร้อยละ 85.70) โดยคะแนนเฉลี่ยในด้านนี้เพิ่มขึ้นจากปี 2562 ร้อยละ 0.5 คะแนน (คะแนนปี 2562 อยู่ที่ร้อยละ 86.20)

10) ในการสำรวจความพึงพอใจของผู้รับบริการและผู้ถือผลประโยชน์ร่วมที่มีต่อ สทป. โดยใช้วิธีสัมภาษณ์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างพึงพอใจในการให้บริการและการทำงานร่วมกันกับทาง สทป. และงานวิจัยและโครงการต่าง ๆ มีประโยชน์ต่อการอุตสาหกรรมป้องกันประเทศ

11) ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความพึงพอใจที่มีต่อ สทป. ได้แก่

- ขั้นตอนการให้บริการ การประสานงานและการติดต่ออยู่ในเกณฑ์ที่ดี และมีมาตรการป้องกันเชื้อโควิด-19 ที่เข้มงวดมาก
- สถานที่จอดรถไม่เพียงพอต่อความต้องการ ในอนาคตควรมีการจัดที่จอดรถสำหรับผู้มาติดต่อโดยเฉพาะ หรือประสานงานกับหน่วยงานข้างเคียงในการประสานที่จอดรถ

- กลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็นว่าควรมุ่งเน้นการวิจัยเทคโนโลยีด้านไซเบอร์ ซึ่งเป็นเทคโนโลยีที่สำคัญทางด้านการป้องกันประเทศ และควรมุ่งเน้นการวิจัยและพัฒนาให้เป็นไปอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากเป็นสิ่งที่มีความประโยชน์ต่อประเทศชาติ

12) การวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของผู้เข้าเยี่ยมชมสื่อดิจิทัลของ สทป. ทั้ง 4 ประเภท ได้แก่ เฟซบุ๊ก (Facebook) ทวิตเตอร์ (Twitter) อินสตาแกรม (Instagram) และยูทูบ (YouTube) พบว่า ผู้ติดตาม สทป. ผ่านทางโซเชียลมีเดีย ใช้ช่องทาง Facebook มากที่สุดเป็นอันดับ 1 มีจำนวน 25,613 คน เพิ่มขึ้นจากเดิม 2,487 คน จากปี 2562 ที่มีจำนวน 23,126 คน ลำดับถัดมาคือ YouTube จำนวน 9,150 คน เพิ่มขึ้นจากเดิม 1,058 คน จากปี 2562 ที่มี 8,092 คน และ Instagram จำนวน 229 คน และลำดับสุดท้ายคือ Twitter จำนวน 180 คน

ทั้งนี้ เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2562 พบว่าภาพรวมผู้ติดตามโซเชียลมีเดียรวมในทุกช่องทางเพิ่มมากขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ โดยมีผู้ติดตามเพิ่มขึ้น 3,545 คน จาก 31,627 คน เป็น 35,172 คน โดย Facebook มีอัตราการเติบโตสูงสุด จาก 23,126 คน เป็น 25,613 คน รองลงมาคือ YouTube จาก 8,092 คน เป็น 9,150 คน

13) ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับสื่อโซเชียลมีเดีย ได้แก่

- ปรับปรุงชื่อให้ค้นหาได้ง่ายมากยิ่งขึ้น
- เขียนข้อความลงในเว็บไซต์กลางของ สทป. ก่อนแล้วจึงแบ่งปันข้อความลงในโซเชียลมีเดีย
- ลงโฆษณาผ่านทางโซเชียลมีเดีย
- หยิบยกประเด็นที่คนกำลังให้ความสนใจมาทำเป็นข่าวประชาสัมพันธ์
- เพิ่มจำนวนข้อความเผยแพร่และความถี่
- เผยแพร่ข้อมูลในโซเชียลมีเดียทุกประเภทให้เท่า ๆ กัน หรือตัดโซเชียลมีเดียบางประเภททิ้งไป
- จัดระเบียบหน้ายูทูบ สทป.

14) สรุปผลการสำรวจเปรียบเทียบกับปี 2562 ได้ดังนี้

รายการ	2563	2562
สรุปผลการสำรวจการรับรู้	91.67	95.47
สรุปผลการสำรวจภาพลักษณ์	86.12	84.40
สรุปผลการสำรวจความพึงพอใจ	85.96	84.96

ตารางที่ 1 สรุปผลการสำรวจการรับรู้ ภาพลักษณ์ และผลสำรวจความพึงพอใจในภาพรวม

คณะผู้วิจัย

หัวหน้าโครงการ	รศ.दनัย ปรีชาเพิ่มประสิทธิ์
นักวิจัย	อ.ธนพล จิงศิริกุลวิทย์
นักวิจัย	อ.ชุติมาพร วรรณวงศ์
ผู้เก็บข้อมูล	น.ส.มธุมีศรี ถิมสุวรรณ
ผู้เก็บข้อมูล	น.ส.สิตาพร มณีรัตน์
ผู้เก็บข้อมูล	น.ส.ทิพย์รัตน์ จันทร์ทอง

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของโครงการ

สถาบันเทคโนโลยีป้องกันประเทศ หรือ สทป. เป็นองค์การมหาชน สังกัดกระทรวงกลาโหม มีหน้าที่และความรับผิดชอบตามพระราชบัญญัติเทคโนโลยีป้องกันประเทศ พ.ศ. 2562 ในการศึกษา ค้นคว้า และดำเนินการวิจัยโครงการขนาดใหญ่ด้านยุทธโศปกรณ์ที่ต้องใช้วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ขั้นสูง ทำการวิจัยและพัฒนาจากระดับที่มีองค์ความรู้อยู่แล้วไปยังระดับที่มีความซับซ้อนขึ้น พร้อมทั้งเพิ่มพูนองค์ความรู้ด้านเทคโนโลยีป้องกันประเทศอย่างต่อเนื่องและยั่งยืนโดย สทป. ได้ร่วมกับ หน่วยงานวิจัยกระทรวงกลาโหม หน่วยงานวิจัยต่าง ๆ สถาบันการศึกษาภาคเอกชน และภาคอุตสาหกรรม ตลอดจนรับถ่ายทอดเทคโนโลยีจากบริษัทผู้ผลิตทำการพัฒนา ต้นแบบยุทธโศปกรณ์และแบบอุตสาหกรรม เพื่อการพัฒนาให้เป็นไปตามความต้องการของ เหล่าทัพ และนำไปสู่การพัฒนากระบวนการอุตสาหกรรมภายในประเทศอย่างมีประสิทธิภาพและ ประสิทธิภาพ

ในการดำเนินงานจะต้องใช้บุคลากรที่มีความรู้ด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีระดับสูง รวมทั้งต้องพัฒนาองค์ความรู้ของบุคลากรให้มีความทันสมัย ตลอดจนต้องบูรณาการบุคลากร ที่มีศักยภาพจากองค์กรอื่น ๆ ทั้งภาครัฐ มหาวิทยาลัย และภาคเอกชน โดยการแสวงหาความร่วมมือ ด้านวิชาการและการวิจัยอย่างต่อเนื่อง ความสำเร็จตามภารกิจของ สทป. จะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อ สทป. สามารถตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของผู้รับบริการ ตลอดจนผู้ถือประโยชน์ร่วมได้ เป็นอย่างดี

ทั้งนี้ในการปฏิบัติงานตามคำรับรอง สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ จะต้องสำรวจความพึงพอใจของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ซึ่งเป็นตัวชี้วัดร่วมของทุกองค์การมหาชน เพื่อประเมินการตอบสนองความคาดหวัง และความต้องการของผู้รับบริการและผู้ถือผลประโยชน์ร่วม และนำผลการสำรวจมาปรับปรุงการดำเนินงาน ซึ่งถือเป็นแนวทางการดำเนินงานที่สำคัญที่จะใช้ ในการพัฒนาและบริหารจัดการสถาบันฯ ให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลอย่างแท้จริงตามตัวชี้วัด คือ ระดับความสำเร็จของการสำรวจความพึงพอใจและการพัฒนาการให้บริการ ซึ่งกำหนดให้องค์การ มหาชน จัดหาองค์กร/ผู้ประเมินจากภายนอกเป็นผู้ดำเนินการสำรวจความพึงพอใจของผู้รับบริการ และได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการองค์การมหาชนเกี่ยวกับวิธีการสำรวจ/แบบสอบถาม ก่อนดำเนินการสำรวจ และการสำรวจความพึงพอใจนั้น ให้สำรวจงานบริการหลักขององค์การมหาชน ตามวัตถุประสงค์การจัดตั้ง รวมถึงงานบริการหลักขององค์การมหาชน ตามพระราชบัญญัติ การอำนวยความสะดวกในการพิจารณาอนุญาตของทางราชการ พ.ศ. 2558 เพื่อยกระดับคุณภาพ การให้บริการให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น โดยต้องดำเนินการให้แล้วเสร็จในปีงบประมาณ 2562

1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ

การจ้างสำรวจการรับรู้ ทศนคติ และภาพลักษณ์ ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่มีต่อ สทป. และความพึงพอใจของผู้รับบริการและผู้ถือผลประโยชน์ร่วมที่มีต่อ สทป. เพื่อ

1.2.1 การสำรวจการรับรู้ ทศนคติ และภาพลักษณ์ ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่มีต่อ สทป.

1.2.1.1 เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการสำรวจ ซึ่งเป็นความคาดหวังจากทัศนคติโดยตรง มาปรับปรุงให้การดำเนินงานของ สทป. ตรงตามความต้องการ

1.2.1.2 วัดระดับการรับรู้ ทศนคติ และภาพลักษณ์ ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ต่อการดำเนินงานตามภารกิจของ สทป.

1.2.1.3 วัดการรับรู้ต่อการดำเนินการตามบทบาทหน้าที่ของ สทป. ผ่านสื่อดิจิทัล

1.2.2 การสำรวจความพึงพอใจของผู้รับบริการและผู้ถือผลประโยชน์ร่วมที่มีต่อ สทป.

1.2.2.1 เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการสำรวจ ซึ่งเป็นความต้องการโดยตรงมาปรับปรุง และกำหนดแนวทางการดำเนินงานของ สทป. ให้ตรงตามความต้องการ

1.2.2.2 วัดระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการและผู้ถือผลประโยชน์ร่วม ต่อการดำเนินงานตามภารกิจของ สทป.

1.3 ขอบเขตของการศึกษา

1.3.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

1.3.1.1 การสำรวจการรับรู้ ทศนคติ และภาพลักษณ์ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่มี ต่อสถาบันเทคโนโลยีป้องกันประเทศ แบ่งเป็น

- การวัดการรับรู้เกี่ยวกับ สทป. ใน 10 ประเด็น คือ

- การรับรู้เกี่ยวกับ สทป.
- ความรู้เกี่ยวกับต้นสังกัดของ สทป.
- การเปิดรับสื่อเกี่ยวกับ สทป.
- ความรู้เกี่ยวกับวิสัยทัศน์ของ สทป.
- ความรู้เกี่ยวกับหน้าที่หลักของ สทป.
- การรับรู้เกี่ยวกับพระราชบัญญัติ (พ.ร.บ.) ที่เกี่ยวข้องกับ สทป.
- การรับรู้เกี่ยวกับขีดความสามารถตามพระราชบัญญัติ เทคโนโลยีป้องกันประเทศ พ.ศ. 2562
- ความสนใจในสื่อที่ต้องการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ สทป.
- ความสนใจในสื่อดิจิทัลของ สทป.
- ความคิดเห็นเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ของ สทป.

- การวัดทัศนคติและภาพลักษณ์ของ สทป. วัดใน 3 ประเด็น คือ
 - ความคิดเห็นของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่มีต่อบทบาทและการดำเนินงานของ สทป. ในภาพรวม
 - ความคิดเห็นของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่มีต่อผลผลิตที่วิจัยโดย สทป. อย่างเป็นรูปธรรม
 - ความคิดเห็นของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่มีต่อผลการดำเนินงานที่สำคัญในปี 2562 รายโครงการ

1.3.1.2 การสำรวจความพึงพอใจของผู้รับบริการและผู้ถือผลประโยชน์ร่วมที่มีต่อสถาบันเทคโนโลยีป้องกันประเทศ แบ่งเป็น

- การวัดระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการและผู้ถือผลประโยชน์ร่วมใน 6 ด้าน ได้แก่
 - ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่
 - ด้านการให้บริการของ สทป.
 - ด้านความสะดวก
 - ด้านการใช้ประโยชน์หรือผลที่ได้รับจากการใช้บริการ
 - ด้านบทบาทหน้าที่ของ สทป.
 - ด้านงานวิจัยเกี่ยวกับอาวุธยุทโธปกรณ์/โครงการของ สทป.
- การวัดระดับความคิดเห็นของผู้รับบริการและผู้ถือผลประโยชน์ร่วมที่มีต่อความคุ้มค่าของ สทป. ใน 2 ด้าน คือ ด้านสังคมและด้านเศรษฐกิจ

1.3.1.3 การวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของผู้เข้าเยี่ยมชมสื่อดิจิทัลของ สทป. ทั้ง 4 ประเภท ได้แก่ เฟซบุ๊ก (Facebook) ทวิตเตอร์ (Twitter) อินสตาแกรม (Instagram) และยูทูบ (YouTube)

1.3.1.4 การสำรวจการรับรู้ ทัศนคติของประชาชนทั่วไปที่เข้าชมสื่อดิจิทัลของ สทป. รวมถึงภาพลักษณ์ของสถาบันเทคโนโลยีป้องกันประเทศในสายตาของประชาชนทั่วไป แบ่งเป็น

- การวัดการรับรู้เกี่ยวกับ สทป. ใน 10 ประเด็น คือ
 - การรับรู้เกี่ยวกับ สทป.
 - ความรู้เกี่ยวกับต้นสังกัดของ สทป.
 - การเปิดรับสื่อเกี่ยวกับ สทป.
 - ความรู้เกี่ยวกับวิสัยทัศน์ของ สทป.
 - ความรู้เกี่ยวกับหน้าที่หลักของ สทป.

- การรับรู้เกี่ยวกับพระราชบัญญัติ (พ.ร.บ.) ที่เกี่ยวข้องกับ สทป.
- การรับรู้เกี่ยวกับขีดความสามารถตามพระราชบัญญัติเทคโนโลยีป้องกันประเทศ พ.ศ. 2562
- ความสนใจในสื่อที่ต้องการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ สทป.
- ความสนใจในสื่อดิจิทัลของ สทป.
- ความคิดเห็นเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ของ สทป.
- การวัดทัศนคติและภาพลักษณ์ของ สทป. วัดใน 3 ประเด็น คือ
 - ความคิดเห็นของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่มีต่อบทบาท และการดำเนินงานของ สทป. ในภาพรวม
 - ความคิดเห็นของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่มีต่อผลผลิตที่วิจัย โดย สทป. อย่างเป็นรูปธรรม
 - ความคิดเห็นของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่มีต่อผลการดำเนินงานที่สำคัญในปี 2562 รายโครงการ

1.3.2 ขอบเขตด้านกลุ่มตัวอย่างและพื้นที่การสำรวจ

- 1.3.2.1 ผู้ตอบแบบสอบถามชุดการสำรวจการรับรู้ ทัศนคติ และภาพลักษณ์ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่มีต่อสถาบันเทคโนโลยีป้องกันประเทศ คือ ผู้บริหาร บุคลากร นักเรียน และนักศึกษาของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับ สทป. และไม่ได้มีส่วนร่วมในการเป็นผู้รับบริการและผู้ถือประโยชน์ร่วมกับ สทป.
- 1.3.2.2 ผู้ตอบแบบสอบถามชุดการสำรวจความพึงพอใจของผู้รับบริการและผู้ถือประโยชน์ร่วมที่มีต่อสถาบันเทคโนโลยีป้องกันประเทศ คือ ผู้บริหาร บุคลากร นักเรียน และนักศึกษาของหน่วยงานที่รับบริการ ผู้รับบริการและผู้ถือผลประโยชน์ร่วม ทั้งหน่วยงานภายในกระทรวงกลาโหม หน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานภาคเอกชน และสถาบันการศึกษา โดยเป็นกลุ่มที่ได้รับบริการ มีส่วนร่วมในการทำวิจัยกับ สทป. และ/หรือ ได้รับการประสานความร่วมมือด้านต่าง ๆ เพื่อก่อให้เกิดความร่วมมือในอนาคต และ/หรือ สถาบันการศึกษาที่ได้ร่วมสร้างหลักสูตรกับ สทป. เพื่อผลิตบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน

- 1.3.2.3 ผู้ตอบแบบสอบถามออนไลน์ การสำรวจการรับรู้ทัศนคติของประชาชนทั่วไปที่เข้าชมสื่อดิจิทัลของ สทป. รวมถึงภาพลักษณ์ของสถาบันเทคโนโลยีป้องกันประเทศในสายตาของประชาชนทั่วไป คือ ประชาชนทั่วไปผู้ใช้งาน เยี่ยมชม มีปฏิสัมพันธ์ทางหนึ่งทางใดกับสื่อสังคมออนไลน์ของ สทป.
- 1.3.2.4 การสำรวจครั้งนี้ครอบคลุมพื้นที่กรุงเทพและปริมณฑล อันเป็นที่ตั้งของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเป็นหลัก แต่หากได้รับการร้องขอจาก สทป. ให้สำรวจนอกพื้นที่กรุงเทพและปริมณฑลก็จะพิจารณาสำรวจเป็นรายกรณีไป

1.3.3 ขอบเขตด้านเวลา

โครงการสำรวจการรับรู้ทัศนคติ และภาพลักษณ์ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่มีต่อ สทป. และความพึงพอใจของผู้รับบริการและผู้ถือผลประโยชน์ร่วมที่มีต่อ สทป. ประจำปี 2562 มีระยะเวลาดำเนินการ 180 วัน นับจากวันที่ลงนามในสัญญา

บทที่ 2

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยเรื่อง การสำรวจการรับรู้ ทศนคติ และภาพลักษณ์ ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่มีต่อ สทป. และความพึงพอใจของผู้รับบริการและผู้ถือผลประโยชน์ร่วมที่มีต่อ สทป. ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในหัวข้อต่อไปนี้

- 2.1 ข้อมูลสถาบันเทคโนโลยีป้องกันประเทศ
- 2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้
- 2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ
- 2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับภาพลักษณ์
- 2.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ
- 2.6 ประเภทของโซเชียมัลมีเดียที่เลือกใช้

2.1 ข้อมูลสถาบันเทคโนโลยีป้องกันประเทศ

สถาบันเทคโนโลยีป้องกันประเทศ จัดตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2552 ภายใต้พระราชกฤษฎีกา จัดตั้งสถาบันเทคโนโลยีป้องกันประเทศ (องค์การมหาชน) มีฐานะเป็นองค์การมหาชนแห่งแรกภายใต้การกำกับดูแลของรัฐมนตรีว่าการกระทรวงกลาโหม มีภารกิจในการดำเนินการวิจัยโครงการขนาดใหญ่ด้าน ยุทธโศปกรณ์ที่ต้องใช้วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีขั้นสูง ทำการวิจัยและพัฒนาจากระดับองค์ความรู้ที่มีอยู่ไปสู่ระดับที่ซับซ้อนมากขึ้น โดยใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ของกระทรวงกลาโหม ตลอดจนพัฒนายุทธโศปกรณ์ต้นแบบตามความต้องการของเหล่าทัพ

จากนั้นในวันที่ 30 เมษายน พ.ศ. 2562 พระราชบัญญัติเทคโนโลยีป้องกันประเทศ พ.ศ. 2562 ได้ลงประกาศในราชกิจจานุเบกษา โดยในมาตรา 21 กำหนดให้มีสถาบันเทคโนโลยีป้องกันประเทศ เรียกโดยย่อว่า สทป. และให้ใช้ชื่อภาษาอังกฤษว่า “Defence Technology Institute” เรียกโดยย่อว่า “DTI” โดยให้เหตุผลการจัดตั้งในการประกาศใช้พระราชบัญญัติฉบับนี้ว่า การพัฒนาด้านเทคโนโลยีป้องกันประเทศมีความสำคัญ เกี่ยวข้องกับความมั่นคงของประเทศ ซึ่งต้องดำเนินการอย่างเป็นระบบตั้งแต่การศึกษาค้นคว้า การผลิต และการนำมาใช้ประโยชน์ โดยมีความร่วมมือกับหน่วยงานอื่นของกระทรวงกลาโหมและภาคเอกชน แต่รูปแบบของ หน่วยงานของรัฐในปัจจุบันยังไม่เหมาะสมกับภารกิจข้างต้น สมควรจัดตั้งหน่วยงานของรัฐที่มีลักษณะเฉพาะ ขึ้นเพื่อดำเนินการดังกล่าว สืบเนื่องจากการออกพระราชบัญญัติป้องกันประเทศ พ.ศ. 2562 นี้เอง สถาบัน เทคโนโลยีป้องกันประเทศจึงได้ปรับปรุงแบบการบริหารงานใหม่ โดยมีวิสัยทัศน์ พันธกิจ ค่านิยมหลักและ วัตถุประสงค์ในการจัดตั้ง ดังรายละเอียดต่อไปนี้

วิสัยทัศน์

เป็นหนึ่งในผู้นำ ด้านการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีป้องกันประเทศ ของภูมิภาครวมทั้งยกระดับอุตสาหกรรมป้องกันประเทศสู่สากล

พันธกิจ

1. ศึกษา ค้นคว้า วิจัย และพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยีป้องกันประเทศ และดำเนินการอื่นที่เกี่ยวข้องหรือต่อเนื่อง เพื่อนำไปสู่อุตสาหกรรมป้องกันประเทศ
2. ส่งเสริมและสนับสนุนกิจการอุตสาหกรรมป้องกันประเทศของกระทรวงกลาโหม หน่วยงานอื่นของรัฐ และภาคเอกชน
3. ส่งเสริมและสนับสนุนการฝึกอบรม การค้นคว้าวิจัย การเผยแพร่ความรู้ทางวิชาการ และการพัฒนาบุคลากรด้านเทคโนโลยีป้องกันประเทศและอุตสาหกรรมป้องกันประเทศ
4. ประสานความร่วมมือด้านเทคโนโลยีป้องกันประเทศและอุตสาหกรรมป้องกันประเทศกับหน่วยงานของรัฐ สถาบันการศึกษา และภาคเอกชน ทั้งในประเทศและต่างประเทศ
5. เป็นศูนย์ข้อมูลความรู้ด้านเทคโนโลยีป้องกันประเทศและอุตสาหกรรมป้องกันประเทศ ให้แก่กระทรวงกลาโหม และหน่วยงานของรัฐเพื่อใช้ในการกำหนดนโยบายและแผนการพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีป้องกันประเทศ

ค่านิยมหลัก

1. มุ่งมั่นผลสัมฤทธิ์
2. คิดทำเป็นทีมงาน
3. สานต่อสัจธรรมคุณธรรม
4. นำความพอใจสู่ลูกค้า
5. พัฒนาอย่างต่อเนื่อง
6. เรื่องผลประโยชน์ชาติต้องมาก่อน

วัตถุประสงค์ในการจัดตั้งสถาบันเทคโนโลยีป้องกันประเทศ

1. ศึกษา ค้นคว้า วิจัย และพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยีป้องกันประเทศ และดำเนินการอื่นที่เกี่ยวข้องหรือต่อเนื่อง เพื่อนำไปสู่อุตสาหกรรมป้องกันประเทศ
2. ส่งเสริมและสนับสนุนกิจการอุตสาหกรรมป้องกันประเทศของกระทรวงกลาโหม หน่วยงานอื่นของรัฐ และภาคเอกชน
3. ส่งเสริมและสนับสนุนการฝึกอบรม การค้นคว้าวิจัย การเผยแพร่ความรู้ทางวิชาการ และการพัฒนาบุคลากรด้านเทคโนโลยีป้องกันประเทศและอุตสาหกรรมป้องกันประเทศ

4. ประสานความร่วมมือด้านเทคโนโลยีป้องกันประเทศและอุตสาหกรรมป้องกันประเทศ กับหน่วยงานของรัฐ สถาบันการศึกษา และภาคเอกชน ทั้งในประเทศและต่างประเทศ
5. เป็นศูนย์ข้อมูลความรู้ด้านเทคโนโลยีป้องกันประเทศและอุตสาหกรรมป้องกันประเทศให้แก่ กระทรวงกลาโหม และหน่วยงานของรัฐเพื่อใช้ในการกำหนดนโยบายและแผนการพัฒนา วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีป้องกันประเทศ

จากข้อมูลของสถาบันเทคโนโลยีป้องกันประเทศข้างต้น จะเห็นได้ว่า สทป. ไม่ได้เป็นหน่วยงาน ที่ทำงานแต่เพียงลำพัง แต่จำเป็นต้องประสานงานกับหน่วยงานอื่น ๆ อยู่เสมอ นอกจากนี้ภารกิจของ สทป. มีความสำคัญต่อความมั่นคงของชาติ การทำงาน และประสานประโยชน์อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล จึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง ด้วยเหตุนี้เองเพื่อให้ทราบผลการปฏิบัติงานของ สทป. การวิจัยเรื่อง การสำรวจ การรับรู้ ทศนคติ และภาพลักษณ์ ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่มีต่อ สทป. และ ความพึงพอใจของผู้รับบริการ และผู้ถือผลประโยชน์ร่วมที่มีต่อ สทป. จะเป็นผลสะท้อนกลับให้ สทป. ทราบถึงประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน และเพื่อนำไปปรับปรุงการทำงานในอนาคต

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้

มีนักทฤษฎีและนักวิจัยให้คำนิยามของการรับรู้ไว้ ดังนี้

Gleitman ให้คำจำกัดความว่าการรับรู้ คือ กระบวนการของสมองที่แปลการสื่อความหมาย จากร่างกายเมื่ออยู่ในสิ่งแวดล้อมใดสิ่งแวดล้อมหนึ่ง การรับรู้ต่อการกระตุ้นขึ้นอยู่กับประสบการณ์ ของแต่ละบุคคล (ปราณี งามสุต, 2542: 76-77)

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2541: 88) การรับรู้เป็นกระบวนการซึ่งบุคคลจัดระเบียบและตีความรู้สึก ประทับใจของตนเองเพื่อให้มีความหมายเกี่ยวกับสภาพแวดล้อม การรับรู้ที่แตกต่างกันของบุคคลเกิดจาก 1) ผู้รับรู้ (Perceiver) 2) ความมุ่งหมายหรือเป้าหมายที่รับรู้ (Target) 3) ลักษณะสถานการณ์ (Situation)

วูล์ฟแมน ได้ให้ความหมายของการรับรู้ว่าเป็นผลที่เกิดขึ้นจากกระบวนการรวบรวมภายในตนเอง ผ่านประสาทสัมผัสต่าง ๆ ซึ่งเบื้องต้นจะเป็นภาพรวมทั้งหมดที่ครอบคลุมและกำหนดแต่ละส่วนไว้ และกระบวนการรวบรวมภาพรวมนี้ จะกระจำจชัดขึ้นท่ามกลางการได้รับข้อมูลข่าวสารการติดต่อ จากสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ (Wolfman, 1989 อ้างถึงใน วุฒิ สุขเจริญ, 2555: 129)

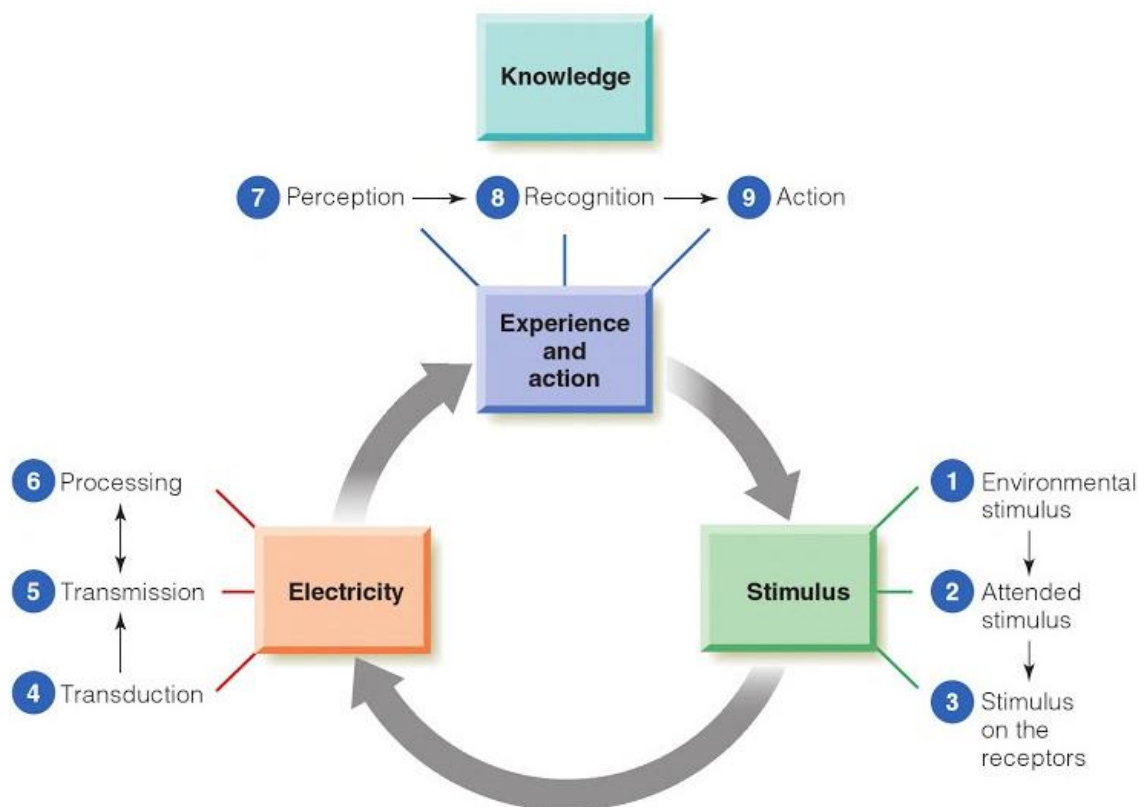
เสรี วงษ์มณฑา (2542: 79) อธิบายว่า การรับรู้ หมายถึง กระบวนการที่มนุษย์เลือกที่จะรับรู้ สรุปรูการรับรู้ ตีความหมายการรับรู้สิ่งใดสิ่งหนึ่งที่สัมผัส เพื่อที่จะสร้างภาพในสมอง ให้เป็นภาพที่มีความหมาย และมีความกลมกลืน

กล่าวโดยสรุป การรับรู้ (Perception) หมายถึง กระบวนการที่มนุษย์แต่ละคนใช้ร่างกายสัมผัสสิ่งเร้า แล้วแปลความหมายการสัมผัสที่ได้รับนั้น โดยอาศัยประสาทสัมผัสทั้งห้า เพื่อสร้างภาพที่มีความหมายออกมา โดยใช้ประสบการณ์เดิมเป็นเครื่องช่วยในการแปลความหมายสิ่งนั้น ๆ ออกมาเป็นความรู้ ความเข้าใจ

กระบวนการของการรับรู้

กระบวนการรับรู้ (Perceptual process) เป็นขั้นตอนที่เริ่มต้นด้วยผู้รับสารได้รับรู้สิ่งกระตุ้นจากประสาทสัมผัส จากการได้เห็น ได้ยิน ได้กลิ่น ได้ลิ้มรส และได้สัมผัส โดยอาศัยประสาทสัมผัสทั้ง 5 คือ ตา หู จมูก ปาก และผิวหนัง ซึ่งการรับรู้จากสิ่งเหล่านี้ทำให้เกิดการเปิดรับ (Exposure) และนำไปสู่ความตั้งใจ (Attention) และการตีความ (Interpretation) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2550: 117-118) E. Bruce Goldstein ได้สรุปกระบวนการของการรับรู้ 9 ขั้นตอน ได้แก่

1. รับการกระตุ้นจากสิ่งแวดล้อม (Environmental Stimulus)
2. รับการกระตุ้นจากสิ่งใดสิ่งหนึ่งภายใต้สิ่งแวดล้อม (Attended Stimulus)
3. รับการกระตุ้นมาถึงจุดรับสาร (Stimulus on the Receptors)
4. ถ่ายโอนความรู้สึก (Transduction)
5. ส่งผ่านความรู้สึก (Transmission)
6. ตีความ (Processing)
7. รับรู้ (Perception)
8. จดจำ (Recognition)
9. แสดงพฤติกรรม (Action)



รูปที่ 1 แสดงกระบวนการการรับรู้ของ E. Bruce Goldstein

ความสำคัญของการรับรู้

การรับรู้มีส่วนสำคัญต่อทัศนคติ อารมณ์และพฤติกรรม กล่าวคือ การรับรู้ก่อให้เกิดอารมณ์ ซึ่งจะพัฒนาเป็นทัศนคติและพฤติกรรมที่แสดงออกมา (ประพันธ์ ศรีสวัสดิ์, 2556: 11)

2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ

มีนักทฤษฎีและนักวิจัยให้คำนิยามของทัศนคติไว้ดังนี้

Newcomb (1958: 128) กล่าวว่า ทัศนคติ หมายถึง ความรู้สึกต่อการรับรู้ ประสบการณ์ ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ ความพึงพอใจ การยอมรับ และทัศนคติเชิงลบ

Thurstone (1976: 77) นิยามว่า ทัศนคติ คือการแสดงต่อผลลัพธ์ของความรู้สึก ความคิด ความกลัว และความคิดเห็นของบุคคล

สุธาทิพย์ แสงวัฒนกุล (2536: 20) นิยามทัศนคติว่า เป็นการประเมินความรู้สึกที่แต่ละบุคคล มีจากความคิดและความเข้าใจที่มีจากการเรียนรู้และประสบการณ์ จากนั้นตอบสนองต่อสิ่งเร้า เช่น บุคคล สิ่งของ สถานการณ์ ในรูปแบบของความชอบ-ไม่ชอบ การเห็นด้วย-ไม่เห็นด้วย การยอมรับ-ไม่ยอมรับ

เสรี วงษ์มณฑา (2542: 106) กล่าวว่า ทัศนคติ เป็นความรู้สึกนึกคิดของบุคคล ที่มีต่อบุคคล สิ่งของ หรือความคิด ทัศนคติเป็นสิ่งที่ชักนำบุคคลให้เปลี่ยนแปลงพฤติกรรม

อัศน์อุไร เตชะสวัสดิ์ (2547: 168) ได้อธิบายว่า ทัศนคติ เป็นความมีใจโน้มเอียงของบุคคลที่แสดง ถึงความชอบหรือไม่ชอบต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งอาจจะเป็นได้ทั้งคน สัตว์ สิ่งของ แนวความคิด หรือการทำต่าง ๆ

Schiffman and Kanuk (อ้างถึงใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2550: 166) เสนอว่า ทัศนคติ หมายถึง ความโน้มเอียงที่เรียนรู้เพื่อให้มีพฤติกรรมที่สอดคล้องกับลักษณะที่พึงพอใจหรือไม่พึงพอใจที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรืออาจหมายถึง การแสดงความรู้สึกภายในที่สะท้อนว่าบุคคลมีความโน้มเอียง พึงพอใจหรือไม่พึงพอใจต่อบางสิ่ง

กูตส์ (Good) นิยามทัศนคติว่า เป็นแนวโน้มในการที่จะแสดงหรือมีปฏิกิริยาในทางบวกหรือในทางลบ ต่อสิ่งหนึ่ง ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับค่านิยมของบุคคลและประสบการณ์ทางสังคมที่ฝังรากลึกอยู่ใน (พัชนี เขยจรรยา, เมตตา วิวัฒน์นกุล, และ ถิรนนท์ อนุวัชศิริวงศ์, 2541: 123-125)

จากความหมายที่กล่าวมาข้างต้น อาจสรุปได้ว่า ทัศนคติ (Attitude) หมายถึง ความรู้สึกนึกคิด ของบุคคล ที่แสดงถึงความชอบหรือไม่ชอบสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ไม่ว่าจะเป็นสิ่งของ บุคคล สัตว์ และปรากฏการณ์ ต่าง ๆ ทั้งนี้ความรู้สึกนึกคิดของแต่ละบุคคลจะขึ้นอยู่กับค่านิยม และประสบการณ์ทางสังคมที่ฝังรากลึกอยู่ใน บุคคลนั้น ๆ

ประเภทของทัศนคติ

ทัศนคติแบ่งออกเป็น 5 ประเภท ดังนี้ (ศุภร เสรีรัตน์, 2544: 173-175)

1. ความเชื่อ (Beliefs) คือ ความโน้มเอียงที่ทำให้ต้องยอมรับ เพราะเป็นข้อเท็จจริงและเป็นสิ่งที่มี การสนับสนุนโดยความเป็นจริงหรือข้อมูลอื่น ๆ ใด ๆ ที่มีน้ำหนักมาก ความเชื่อส่วนใหญ่จะเป็นสิ่งที่มีเหตุผล ที่ถาวร แต่อาจจะมีหรือไม่มีสำคัญก็ได้

2. ความคิดเห็น (Opinion) คือ ความโน้มเอียงที่ไม่ได้อยู่บนพื้นฐานของความแน่นอน ซึ่งความคิดเห็นนั้นอาจเป็นข้อเท็จจริงบางอย่างก็ได้ แต่ข้อเท็จจริงนั้นเป็นเพียงข้อสรุปของคำแนะนำที่บุคคลแสดงออก ความคิดเห็นมักจะเกี่ยวข้องกับคำถามในปัจจุบัน และง่ายที่จะเปลี่ยนแปลงไป

3. ความรู้สึก (Feeling) คือความโน้มเอียง ซึ่งมีพื้นฐานมาจากอารมณ์โดยธรรมชาติ โดยอารมณ์สามารถมีลักษณะถาวรและมีสมมติฐานลึก แต่ความรู้สึกไม่จำเป็นต้องเป็นสิ่งที่ถูกสนับสนุนโดยข้อเท็จจริงที่เกี่ยวข้องกัน

4. ความโอนเอียง (Inclination) คือ รูปแบบบางส่วนของทัศนคติเมื่อบุคคลอยู่ในสภาวะที่ตัดสินใจไม่ได้

5. ความมีอคติ (Bias) คือ ความเชื่อทางจิตใจที่ทำให้เกิดอคติหรือความเสียหาย (Prejudice) ในทางตรงกันข้ามกับข้อเท็จจริงที่มีอยู่ ซึ่งบุคคลอาจมีความรู้สึก ความคิดเห็น หรือมีความเชื่อที่เป็นอคติก็ได้

องค์ประกอบทัศนคติ

ซูซีย์ สมิทธีกร (2556: 181-182) อธิบายว่า นักจิตวิทยาได้เสนอองค์ประกอบของทัศนคติไว้ 3 แนว ได้แก่

1. ทัศนคติมีสามองค์ประกอบ แนวคิดนี้ระบุว่าทัศนคติประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ คือ

1.1 องค์ประกอบด้านปัญญา (Cognitive) หมายถึง ความเชื่อ ความรู้ ความคิด และความคิดเห็นที่บุคคลมีต่อที่หมายของทัศนคติ

1.2 องค์ประกอบด้านความรู้สึก (Affective component) หมายถึง ความรู้สึกด้านบวก-ลบ เช่น ชอบ-ไม่ชอบ หรือพอใจ-ไม่พอใจ ที่บุคคลมีต่อที่หมายของทัศนคติ

1.3 องค์ประกอบด้านพฤติกรรม (Behavioral component) หมายถึง แนวโน้ม หรือความพร้อมที่บุคคลจะปฏิบัติต่อที่หมายของทัศนคติ

นักจิตวิทยาที่สนับสนุนการแบ่งทัศนคติเป็น 3 องค์ประกอบ และมีอิทธิพลต่อการศึกษา ด้านนี้ คือ Kretch, Crutchfield, & Ballachey และ Triandis

2. ทัศนคติมีสององค์ประกอบ แนวคิดนี้ระบุว่าทัศนคติประกอบด้วย 2 องค์ประกอบ คือ องค์ประกอบด้านปัญญา และองค์ประกอบด้านความรู้สึก นักจิตวิทยาที่สนับสนุนการแบ่งทัศนคติ เป็น 2 องค์ประกอบ ได้แก่ Katz และ Rosenberg ตามแนวคิดนี้ องค์ประกอบด้านปัญญา หมายถึง ความเชื่อของบุคคลว่าที่หมายของทัศนคติจะเป็นตัวส่งเสริมหรือขัดขวางการบรรลุถึงค่านิยมต่าง ๆ ของบุคคล ส่วนองค์ประกอบด้านความรู้สึก หมายถึง ความรู้สึกที่บุคคลมีเมื่อถูกกระตุ้นโดยที่หมายของทัศนคติ องค์ประกอบทั้งสองนี้จะร่วมกันกำหนดว่าบุคคลจะมีความตั้งใจที่จะกระทำพฤติกรรมอย่างไร และความตั้งใจจะนำไปสู่การแสดงพฤติกรรมที่สังเกตเห็นได้ต่อไป

3. ทัศนคติมีเพียงองค์ประกอบเดียว แนวคิดนี้ระบุว่าทัศนคติมีเพียงองค์ประกอบเดียว คือ องค์ประกอบด้านความรู้สึก กล่าวคือ ทัศนคติเป็นความรู้สึกในทางบวกหรือลบ ชอบหรือไม่ชอบที่บุคคลมีต่อที่หมายของทัศนคติ นักจิตวิทยาที่สนับสนุนแนวคิดนี้ได้แก่ Thurstone, Insko และ Fishbein & Ajzen

ในบรรดาแนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบทัศนคติทั้งสามแนวดังกล่าวข้างต้น แนวที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในปัจจุบัน คือ แนวคิดที่ระบุว่า ทัศนคติมีองค์ประกอบด้านความรู้สึกเพียงองค์ประกอบเดียว ส่วนองค์ประกอบด้านปัญญาและองค์ประกอบด้านพฤติกรรมนั้น นักจิตวิทยาบางส่วนเห็นว่าเป็นตัวแปรหรือมโนทัศน์ที่แยกจากทัศนคติได้ อย่างไรก็ตาม การจะเลือกยึดถือแนวคิดใดแนวคิดหนึ่งนั้น ควรพิจารณาว่าแนวคิดใดมีประโยชน์มากที่สุดในการศึกษาทำความเข้าใจพฤติกรรมมนุษย์

การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ

จุมพล รอดคำดี (อ้างถึงใน อรรถาธิบาย ปิรันธนีโอวาท, 2542: 37-38) ได้สรุปว่าในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งของมนุษย์นั้น มีกระบวนการเปลี่ยนแปลงอยู่ 3 ระดับ

1. การเปลี่ยนแปลงทางความคิด สิ่งที่จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวนี้มาจากข้อมูลข่าวสารใหม่ ซึ่งอาจมาจากสื่อมวลชนและบุคคลอื่น
2. การเปลี่ยนแปลงความรู้สึก การเปลี่ยนแปลงในระดับนี้จะมาจากประสบการณ์หรือความประทับใจหรือสิ่งที่ทำให้เกิดความสะเทือนใจ
3. การเปลี่ยนพฤติกรรม เป็นการเปลี่ยนแปลงวิธีการดำเนินชีวิตในสังคมซึ่งส่งผลต่อบุคคล ทำให้ต้องปรับพฤติกรรมเดิมเสียใหม่

การเปลี่ยนแปลงดังกล่าว มีส่วนโดยตรงหากความคิด ความรู้สึกและพฤติกรรมถูกกระทบ ในระดับใดก็ตามก็จะมีผลต่อการเปลี่ยนทัศนคติทั้งสิ้น นอกจากนี้ องค์ประกอบในการสื่อสาร อาทิ คุณสมบัติของผู้ส่งสาร ลักษณะของข่าวสาร คุณสมบัติของช่องทางการสื่อสาร และคุณสมบัติของผู้รับสารล้วนแล้วแต่มีผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติได้ รวมถึงการเปลี่ยนทางสังคม ทำให้บุคคลต้องเผชิญปัญหาเหตุการณ์ต่าง ๆ ส่งผลให้บางคนเปลี่ยนแปลงทัศนคติได้ง่าย แต่บางคนเปลี่ยนแปลงทัศนคติได้ยากเพราะทัศนคติของบุคคลเมื่อเกิดขึ้นแล้ว แม้จะคงทนพอสมควร แต่ก็สามารถเปลี่ยนแปลงได้โดยการรับข่าวสารทำให้เกิดการยอมรับในสิ่งใหม่ แต่จะต้องมีความสัมพันธ์กับบุคคลนั้น ๆ

2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับภาพลักษณ์

มีนักทฤษฎีและนักวิจัยให้คำนิยามของภาพลักษณ์ไว้ดังนี้

Kenneth E Boulding (1975) กล่าวว่า ภาพลักษณ์ คือ กระบวนการของความคิด จิตใจที่หล่อหลอมความรู้สึกของคนเราต่อสิ่งต่าง ๆ อันเนื่องมาจากประสบการณ์ทั้งทางตรงและอ้อม โดยถือว่าเป็นความรู้ในเชิงอัตวิสัย (Subjective Knowledge) ที่บุคคลนำมาช่วยในการตีความ ซึ่งจะประกอบเข้าเป็นภาพลักษณ์ที่เรามีเกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ ที่เรารับรู้ ถือเป็นความรู้สึกเชิงตีความหมาย (Interpreted Sensation) หรือความประทับใจต่อสิ่งที่ปรากฏให้เห็นได้

พงษ์เทพ วรกิจโกศาทร (2537) กล่าวว่า ภาพลักษณ์ คือ ภาพที่เกิดขึ้นในใจอันเนื่องมาจากความประทับใจ และเกิดความทรงจำทั้งบวกและลบ

Philip Lesly ผู้เชี่ยวชาญทางด้านการประชาสัมพันธ์ที่มีชื่อเสียงได้ให้ความเห็นเกี่ยวกับคำว่า ภาพลักษณ์ (Image) ว่าหมายถึง ความประทับใจของบุคคลใดบุคคลหนึ่งที่มีต่อองค์กร สถาบัน บุคคล กลุ่มบุคคล ซึ่งความประทับใจดังกล่าวนี้มีรากฐานมาจากผลกระทบระหว่างบุคคลกับสิ่งนั้น ๆ (วีรัช ฤทธิรัตนกุล, 2549: 76-77)

วีรัช ฤทธิรัตนกุล (2549: 76-77) กล่าวว่า ภาพลักษณ์ (Image) ในด้านการประชาสัมพันธ์ หมายถึง ภาพที่เกิดขึ้นในใจ (Mental picture) ของคนเรา อาจจะเป็นภาพที่มีต่อสิ่งมีชีวิตหรือสิ่งที่ไม่มียังมีชีวิตก็ได้ เช่น ภาพที่มีต่อบุคคล (Person) องค์กร (Organization) สถาบัน (Institution) ฯลฯ และภาพดังกล่าวนี้ อาจจะเป็นภาพที่สิ่งเหล่านั้น กล่าวคือ บุคคล องค์กร สถาบัน ฯลฯ หรือ สิ่งใดสิ่งหนึ่งสร้างให้เกิดขึ้นแก่จิตใจ หรืออาจเป็นภาพที่เรานึกสร้างเองได้

รุ่งรัตน์ ชัยสำเริง (2558) อธิบายว่า ภาพลักษณ์องค์กร หมายถึง ภาพในใจหรือความรู้สึกประทับใจ ที่กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่าง ๆ มีต่อองค์กรหนึ่ง ๆ โดยภาพลักษณ์องค์กรอาจเปลี่ยนแปลงได้ตามระยะเวลา ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ตรงที่แต่ละกลุ่มได้รับจากการสื่อสารอัตลักษณ์ขององค์กรนั้น รวมทั้งการได้มีปฏิสัมพันธ์กับองค์กร ตลอดจนการได้รับประสบการณ์ทางอ้อมจากคำบอกเล่า

กล่าวโดยสรุป ภาพลักษณ์ หมายถึง ภาพในใจหรือความรู้สึกประทับใจของคนเรา ที่มีต่อองค์กร สถาบัน บุคคล กลุ่มบุคคล ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่าง ๆ โดยภาพลักษณ์องค์กรอาจเปลี่ยนแปลงได้ตามระยะเวลา ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ตรงที่แต่ละกลุ่มได้รับจากการสื่อสารอัตลักษณ์ขององค์กรนั้น รวมทั้งการได้มีปฏิสัมพันธ์กับองค์กร ตลอดจนการได้รับประสบการณ์ทางอ้อมจากคำบอกเล่า

ความสำคัญของภาพลักษณ์ในด้านการประชาสัมพันธ์

Edward L. Bernay ผู้เชี่ยวชาญทางด้านการประชาสัมพันธ์ กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์ที่ดีนั้น หน่วยงานสถาบันจะต้องสร้างภาพลักษณ์ที่แท้จริง (True image) ให้เกิดขึ้นในจิตใจประชาชน เพื่อผลทางด้านความประทับใจ ซึ่งหน่วยงานหรือองค์กรสถาบันใดก็ตาม หากมีภาพลักษณ์ (Image) ที่เป็นไปในทางเสื่อมเสียแล้ว หน่วยงานสถาบันนั้นย่อมไม่ได้รับความเชื่อถือ หรือไว้วางใจจากประชาชน ประชาชนอาจมีความระแวงสงสัย หรือเกลียดชังต่อหน่วยงานนั้น รวมทั้งอาจไม่ให้ความร่วมมือสนับสนุนต่อหน่วยงานนั้น ๆ ในทางตรงกันข้าม หากหน่วยงานหรือองค์กรสถาบันมีภาพลักษณ์ที่ดี ภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจของประชาชน ที่มีต่อหน่วยงานสถาบันนั้นย่อมเป็นภาพที่บรรเจิดสวยงามดั่งงาม นั่นคือ เป็นภาพของหน่วยงานสถาบัน . ที่เป็นไปได้ในทางดี มีความน่าเชื่อถือ ศรัทธาสมควรแก่การไว้วางใจ หรือน่าคบหาสมาคมด้วย เป็นต้น (วีรัช ฤทธิรัตนกุล, 2549: 77-78)

ประเภทของภาพลักษณ์

วิรัช ลภีรัตนกุล (2549, น. 81-83) กล่าวว่า ภาพลักษณ์ (Image) อาจจำแนกออกเป็นประเภทสำคัญได้ 4 ประเภทดังนี้คือ

1. ภาพลักษณ์ของบริษัท (Corporate image) คือภาพที่เกิดขึ้นในใจของประชาชนที่มีต่อบริษัทหรือหน่วยงานธุรกิจแห่งใดแห่งหนึ่ง รวมไปถึงด้านการบริหารหรือการจัดการ (Management) ของบริษัทแห่งนี้ด้วย และหมายรวมไปถึงสินค้าผลิตภัณฑ์ (Product) และบริการ (Service) ที่บริษัทนั้นจำหน่าย ฉะนั้น คำว่า ภาพลักษณ์ของบริษัท (Corporate image) จึงมีความหมายค่อนข้างกว้างและยังหมายรวมถึงตัวหน่วยงานธุรกิจ ฝ่ายจัดการและสินค้าหรือบริการของบริษัทแห่งนี้ด้วย

นิตยสาร Time เคยเน้นถึงความสำคัญของภาพลักษณ์ของบริษัท (Corporate image) ว่ามีความสำคัญยิ่งต่อบริษัทธุรกิจนั้น ๆ เพราะมีส่วนเกี่ยวข้องเชื่อมโยงถึงสินค้าและบริการที่บริษัทจำหน่ายด้วย ฉะนั้น Corporate image จึงมีผลต่อบริษัทธุรกิจดังนี้ คือ

1.1 ช่วยให้ประชาชนเกิดความเชื่อถือและยอมรับในบริษัท และสินค้าของบริษัทที่ผลิตจำหน่ายในปัจจุบัน และกำลังจะผลิตต่อไปในอนาคต

1.2 ช่วยให้ประชาชนอยากเข้าร่วมเป็นสมาชิกของบริษัท หรือเข้ามาร่วมทำงานด้วย

1.3 ช่วยดึงดูดใจให้บรรดาผู้ถือหุ้นอยากเข้ามาลงทุนร่วมหุ้นด้วย

1.4 ช่วยให้ชุมชนในละแวกใกล้เคียงมีความเลื่อมใส ศรัทธา และให้ความร่วมมือสนับสนุนแก่บริษัท

1.5 ช่วยเอื้ออำนวยความคล่องตัวต่อการบริหารงานและการดำเนินธุรกิจต่าง ๆ ของบริษัท เพราะบริษัทที่มีชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่ดีเป็นที่น่าเชื่อถือแก่คนทั่วไป

2. ภาพลักษณ์ของสถาบันหรือองค์กร (Institutional image) คือ ภาพที่เกิดขึ้นในใจของประชาชนที่มีต่อสถาบัน หรือองค์กร ซึ่งโดยมากมักจะเน้นไปทางด้านตัวสถาบันหรือองค์กรเพียงอย่างเดียว ไม่รวมถึงสินค้าหรือบริการที่จำหน่าย ดังนั้น Institutional image จึงมีความหมายที่ค่อนข้างแคบลงมาจาก Corporate image เพราะหมายถึง สถาบันองค์กรเพียงอย่างเดียวเท่านั้น ดังได้กล่าวมาแล้ว

3. ภาพลักษณ์ของสินค้าหรือบริการ (Product/Service image) คือภาพที่เกิดขึ้นในใจของประชาชนที่มีต่อสินค้าหรือบริการของบริษัทเพียงอย่างเดียว ไม่รวมถึงตัวองค์กรหรือบริษัท

4. ภาพลักษณ์ที่มีต่อสินค้าตราใดตราหนึ่ง (Brand image) คือ ภาพที่เกิดขึ้นในใจของประชาชนที่มีต่อสินค้านี้ ห้อใดยี่ห้อหนึ่งหรือตรา (Brand) ใดตราหนึ่ง หรือเครื่องหมายการค้า (Trademark) ใดเครื่องหมายการค้าหนึ่ง ส่วนมากมักจะใช้ในการโฆษณา (Advertising) และการส่งเสริมการขาย (Sales promotion)

ฉะนั้น ภาพลักษณ์ที่มีต่อสินค้าตราใดตราหนึ่ง (Brand image) จึงเป็นภาพในจิตใจของผู้บริโภคที่ได้รับการปลูกฝังอย่างมั่นคงในด้านความรู้สึกนึกคิดต่อสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ตราใดตราหนึ่ง นอกจากนี้ ภาพในใจของตราแห่งสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ อาจจะเป็นภาพที่ให้ความรู้สึกนึกคิดต่อประชาชนว่าเป็นสินค้าที่ทันสมัยหรือล้ำสมัย เป็นสินค้าหรือผลิตภัณฑ์สำหรับผู้ที่มีรสนิยมสูง หรือรสนิยมธรรมดา

สำหรับวัยรุ่นหรือผู้สูงอายุ สำหรับบุรุษหรือสตรี สินค้านั้นมีความคงทนต่อการใช้งานหรือไม่ คุ่มค่าหรือไม่ คุ่มค่ากับราคาของสินค้า เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม การสร้างภาพลักษณ์ของตราหรือยี่ห้อ (Brand image) อาจทำได้โดยอาศัย การออกแบบสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ หีบห่อ ตราหรือยี่ห้อ สี สีสัน สื่อที่ใช้โฆษณา การแสดงที่ระบุตราหรือยี่ห้อผ่าน สื่อโฆษณาต่าง ๆ เนื้อหารูปและแบบของการโฆษณา รวมทั้งภาพต่าง ๆ ผังโฆษณา ตัวพิมพ์ งานศิลป์ (Artwork) เป็นต้น องค์ประกอบเหล่านี้ต้องทำการปรับปรุงหรือเปลี่ยนแปลงทันที ถ้าเราทราบว่า ภาพลักษณ์ ของยี่ห้อ (Brand image) เป็นไปในทางที่สื่อว่าจะกระทบกระเทือนต่อชื่อเสียง ความศรัทธา หรือยอดขาย ของผลิตภัณฑ์นั้น

สิ่งที่สำคัญอีกประการหนึ่งก็คือ ภาพลักษณ์ของตราสินค้าหรือยี่ห้อ (Brand image) นั้นควร จะมีความเด่นเป็นพิเศษ และมีเอกลักษณ์เป็นของตนเองที่ไม่เหมือนใคร จึงจะทำให้สินค้าหรือผลิตภัณฑ์นั้น อยู่เหนือการแข่งขันจากบริษัทคู่แข่งอื่น ๆ และสามารถดำรงหรือประทับอยู่ในความทรงจำและจิตใจ ของประชาชนผู้บริโภคอย่างยาวนาน

หลักสำคัญในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่หน่วยงาน

การสร้างภาพลักษณ์ที่ดี (Favorable image) ให้แก่หน่วยงานองค์การสถาบัน นักประชาสัมพันธ์ และผู้ที่ทำงานทางด้านการประชาสัมพันธ์ ควรยึดถือหลักดังต่อไปนี้ (วิรัช ฤทธิรัตนกุล, 2549, น. 83-84)

1. ค้นหาถึงจุดดี และจุดบกพร่องหรือจุดอ่อนแห่งภาพลักษณ์ของหน่วยงานที่มีอยู่แล้ว ในปัจจุบัน อันเป็นการศึกษาวิเคราะห์เพื่อหาจุดทางและการวางแผนการดำเนินงานในขั้นต่อไป การค้นหานี้อาจทำได้ โดยการรวบรวมทัศนคติ ท่าที และความรู้สึกนึกคิดของกลุ่มประชาชน เป้าหมาย รวมถึงอาจใช้การสำรวจ วิจัยประกอบด้วย เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ใกล้เคียงกับความเป็นจริง

2. วางแผนและกำหนดขอบเขตของภาพลักษณ์ ที่องค์กรสถาบันต้องการจะสร้างให้เกิดขึ้นในจิตใจ ของประชาชน เช่น อาจถามตนเองดูว่า สถาบันคือใคร ทำอะไร จุดยืน (Standpoint) ของสถาบันคืออะไร อยู่ที่ไหน และหน่วยงานหรือสถาบันต้องการที่จะให้ประชาชนมีภาพลักษณ์เป็นไปในทางใด หรือต้องการ ให้มีความรู้สึกนึกคิด ท่าทีต่อหน่วยงานสถาบันของเราอย่างไรบ้าง เป็นต้น หลังจากนั้นก็นำมาพิจารณา ประกอบการวางแผนเพื่อดำเนินงานขั้นต่อไป

3. คิดหัวข้อ (Themes) ต่าง ๆ เพื่อใช้ในการสร้างภาพลักษณ์แก่ประชาชนซึ่งหัวข้อ (Themes) เหล่านี้ก็คือ เนื้อหา ข่าวสาร (Message) ที่เราจะใช้เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ต่อกลุ่มประชาชนต่อกลุ่มประชาชน หัวข้อเหล่านี้อาจใช้เป็นคำขวัญ (Slogan) หรือข้อความสั้น ๆ ที่กินความ และชวนให้จดจำได้ง่าย สิ่งสำคัญ ก็คือ หัวข้อเหล่านี้จะต้องมีประสิทธิภาพในการดึงดูดความสนใจ และมีอิทธิพลโน้มน้าวชักจูงใจประชาชน ให้เกิดภาพลักษณ์ (Image) ตามที่เราต้องการ อย่างไรก็ตาม ประสิทธิภาพในการดึงดูดความสนใจดู จะสำคัญยิ่ง เพราะต้องไม่ลืมว่า เราต้องแข่งขันกับข่าวสาร (Message) และหัวข้อ (Themes) ของหน่วยงาน สถาบันอื่น ๆ อีกด้วย ถ้าหากเราทำให้ประชาชนสนใจได้แล้ว เราก็จะสามารถสื่อสารความเข้าใจในหัวข้อนั้น

ให้ประชาชนได้โดยไม่ยากนัก การใช้หัวข้อและคำขวัญ หรือข้อความสั้น ๆ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของสถาบัน ปัจจุบันกำลังเป็นที่นิยมอย่างกว้างขวาง เช่น สถาบันทางการเงิน หรือธนาคารต่าง ๆ มักจะเน้นหัวข้อหรือคำขวัญในด้านสร้างภาพลักษณ์ของสถาบันให้เป็นไปในทางมั่นคง ปลอดภัย หรือบริการดี ยอดเยี่ยม อาทิเช่น “มั่นคงด้วยรากฐาน บริการด้วยน้ำใจ” “บริการทุกระดับประทับใจ” “รับใช้ประชาชน” หรือเน้นภาพลักษณ์ด้านความเป็นมิตร และความห่วงใย เช่น “เพื่อนคู่คิด มิตรคู่ใจ” “เอื้ออาทรพี่น้องไทย” เป็นต้น

4. ใช้เครื่องมือสื่อสารต่าง ๆ เข้าช่วยในการดำเนินงานสร้างภาพลักษณ์ให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ เข้าถึงประชาชนเป้าหมายได้อย่างกว้างขวาง ซึ่งอาจใช้สื่อมวลชนต่าง ๆ เข้าช่วยประกอบ เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ เป็นต้น รวมทั้งการใช้การโฆษณาเพื่อการประชาสัมพันธ์ (Public Relation Advertising) สิ่งพิมพ์ต่าง ๆ เช่น จุลสาร โปสเตอร์ แผ่นปลิว แผ่นพับ เป็นต้น

2.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

มีนักทฤษฎีและนักวิจัยให้คำนิยามของความพึงพอใจไว้ดังนี้

Tiffin and McCormick (1965) ให้คำนิยามไว้ว่า ความพึงพอใจ เป็นแรงจูงใจของมนุษย์ที่ตั้งอยู่บนความต้องการพื้นฐาน และเกี่ยวข้องอย่างใกล้ชิดกับผลสัมฤทธิ์และสิ่งจูงใจ โดยการพยายามหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่ต้องการ

Shelly (1975) ให้คำนิยามไว้ว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกสองแบบของมนุษย์ที่สัมพันธ์กันอย่างสลับซับซ้อน คือ ความรู้สึกในทางบวกและทางลบ โดยความพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อมีความรู้สึกทางบวกมากกว่าทางลบ

ธนาภรณ์ เมทนีสุดดี (2543: 14) ให้คำนิยามไว้ว่า ความพึงพอใจ คือ ความรู้สึก ความชอบใจ และความต้องการส่วนตัว ความพึงพอใจจะปรากฏต่อเมื่อบุคคลนั้นได้รับสิ่งที่ต้องการ

จากคำนิยามของความพึงพอใจ สรุปได้ว่า ความพึงพอใจ คือความรู้สึกของมนุษย์ โดยสัมพันธ์กับความต้องการพื้นฐาน หากได้รับสิ่งที่ต้องการจะเกิดความพึงพอใจ

ไพโรพนา ศรีเสน (อ้างถึงใน ปิยะ พนาเวชกิจกุล, 2558:11) กล่าวว่า การบริการ คือ กิจกรรมหรือกระบวนการการดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งของบุคคลหรือองค์กร เพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคลอื่นให้ได้รับความสุข และความสะดวกสบายหรือเกิดความพึงพอใจจากผลของการกระทำนั้น โดยมีลักษณะเฉพาะของตนเอง ไม่สามารถจับต้องได้ ไม่สามารถครอบครองเป็นเจ้าของในรูปธรรม และไม่จำเป็นต้องรวมอยู่กับสินค้าหรือผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ทั้งยังเกิดจากความเอื้ออาทร มีน้ำใจ ไม่ตรีเทียมด้วยความปรารถนาดี

การบริการที่ประสบความสำเร็จจะต้องประกอบด้วยปัจจัย 10 ประการดังนี้

1. ความเชื่อถือได้ (Reliability) ประกอบด้วย
 - 1.1 ความสม่ำเสมอ (Consistency)
 - 1.2 ความพึ่งพาได้ (Dependability)
2. การตอบสนอง (Responsiveness) ประกอบด้วย
 - 2.1 ความเต็มใจที่จะให้
 - 2.2 ความพร้อมที่จะให้บริการ
 - 2.3 มีการติดต่ออย่างต่อเนื่อง
 - 2.4 ปฏิบัติต่อผู้ใช้บริการเป็นอย่างดี
3. ความสามารถ (Competency) ประกอบด้วย
 - 3.1 สามารถในการสื่อสาร
 - 3.2 สามารถในการบริการ
 - 3.3 สามารถในความรู้วิชาการที่จะให้บริการ
4. การเข้าถึงบริการ (Access) ประกอบด้วย
 - 4.1 ผู้ใช้บริการเข้าใช้หรือรับบริการได้สะดวก
 - 4.2 ระเบียบขั้นตอนไม่ควรมากมายและมีความซับซ้อนเกินไป
 - 4.3 ผู้บริการใช้เวลารอคอยไม่นาน
 - 4.4 เวลาที่ให้บริการเป็นเวลา สะดวกสำหรับผู้ใช้บริการ
 - 4.5 อยู่สถานที่ที่ผู้ใช้บริการสามารถเข้าติดต่อได้สะดวก
5. ความสุภาพอ่อนโยน (Courtesy) ประกอบด้วย
 - 5.1 การแสดงความสุภาพต่อผู้ใช้บริการ
 - 5.2 ให้การต้อนรับที่เหมาะสม
 - 5.3 ผู้ให้บริการมีบุคลิกภาพที่ดี
6. การสื่อสาร (Communication) ประกอบด้วย
 - 6.1 มีการสื่อสารชี้แจงขอบเขตและลักษณะของงานบริการ
 - 6.2 มีการอธิบายขั้นตอนการให้บริการ
7. ความซื่อสัตย์ (Credibility) คุณภาพของงานบริการมีความเที่ยงตรงน่าเชื่อถือ
8. ความมั่นคง (Security) ประกอบด้วย ความปลอดภัยทางกายภาพ เช่น เครื่องมือ
9. ความเข้าใจ (Understanding) ประกอบด้วย
 - 9.1 การเรียนรู้ผู้ใช้บริการ
 - 9.2 การแนะนำและการเอาใจใส่ผู้ใช้บริการ
10. การสร้างสิ่งที่จับต้องได้ (Tangibility) ประกอบด้วย

- 10.1 การเตรียมวัสดุ อุปกรณ์ให้พร้อมสำหรับการให้บริการ
- 10.2 การเตรียมอุปกรณ์เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้บริการ
- 10.3 การจัดเตรียมสถานที่ให้บริการสวยงาม

จากการพิจารณาแนวคิดเกี่ยวกับการให้บริการ แสดงให้เห็นว่าเป้าหมายของการให้บริการนั้น คือ การสร้างความพึงพอใจแก่ผู้ใช้บริการ ดังนั้นการที่จะวัดการให้บริการว่าจะบรรลุเป้าหมายหรือไม่นั้น วิธีหนึ่ง คือ การวัดความพึงพอใจของผู้รับบริการ เพราะการวัดความพึงพอใจนี้เป็นการตอบคำถามว่าหน่วยงานมีหน้าที่ให้บริการมีความสามารถสนองต่อความต้องการได้หรือไม่ เพียงใด อย่างไรก็ตาม บริการเป็นสิ่งที่ไม่ได้สามารถสัมผัสจับต้องได้หรือแสดงความเป็นเจ้าของได้ แต่สามารถที่จะถูกรับรู้ในเชิงความพึงพอใจ และสามารถช่วยรักษาลูกค้าไว้ได้ (รัชยา กุลวานิชไชยนันท์ อ้างถึงใน ปิยะ พนาเวชกิจกุล, 2558: 11-12)

ความพึงพอใจในการบริการ

ณัฐพัชร ล้อประดิษฐ์ (2549: 26) กล่าวว่า ความพึงพอใจของลูกค้า คือ ความรู้สึกของลูกค้า ทั้งที่เกิดความพึงพอใจและไม่พึงพอใจ อันเกิดจากการเปรียบเทียบระหว่างสิ่งที่ได้รับจากการใช้สินค้า หรือบริการ (Perceived Performance) กับความคาดหวัง (Expectation)

พิพัฒน์ ก้องกิจกุล (อ้างถึงใน เพ็ญรัชณี พองกษิร, 2557: 11) อธิบายว่า ความพึงพอใจในการบริการ หมายถึง ผลที่เกิดขึ้นจากภาวะการแสดงออกถึงความรู้สึกในทางบวกจากการรับรู้สิ่งที่ได้รับจากการบริการ โดยได้จากการประเมินสิ่งที่ได้รับหลังสถานการณ์ซื้อใดสถานการณ์ซื้อหนึ่ง

ฉัตยาพร เสมอใจ (2547: 154) กล่าวว่า ผู้ที่บอกได้ว่าบริการนั้น ๆ มีประสิทธิภาพดีแล้วหรือไม่นั้น คือ ลูกค้า ถึงแม้ผู้ให้บริการจะทำการจัดเตรียมและให้บริการอย่างเต็มความสามารถแล้ว แต่ถ้าหากลูกค้ายังไม่พอใจกับการบริการนั้น แสดงว่าบริการนั้นยังไม่ดีพอ และยังไม่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า ความรู้สึกของลูกค้าที่มีต่อการบริการสามารถแบ่งบอกได้ถึงคุณภาพของการบริการ ซึ่งสามารถแบ่งระดับของขีดความรู้สึกของลูกค้าที่ได้รับจากการบริการต่าง ๆ ออกเป็น 4 ระดับ

1. ความไม่พึงพอใจ (Unsatisfaction) ความไม่พึงพอใจจะเกิดขึ้นจากการที่ลูกค้าไม่ได้รับในสิ่งที่เขาคาดหวังจากการบริการนั้น ๆ
2. ความพึงพอใจ (Satisfaction) เมื่อลูกค้าได้รับในสิ่งที่เขาคาดหวังจะเกิดความพึงพอใจ
3. ความประทับใจ (Delight) เมื่อลูกค้าได้รับผลประโยชน์มากกว่าสิ่งที่เขาคาดหวังว่าจะได้รับจากการบริการ จะเป็นมากกว่าความพึงพอใจคือความประทับใจ ซึ่งทั้งความพึงพอใจและความประทับใจจะเป็นการนำไปสู่ความรู้สึกในระดับต่อไป
4. ความภักดี (Loyalty) ความพึงพอใจ และความประทับใจเป็นจุดเริ่มต้นของการภักดี เมื่อลูกค้ารู้สึกพึงพอใจและประทับใจกับการบริการที่เขาได้รับ เขาก็จะไม่พยายามที่จะหาบริการอื่นมาทดแทน และใช้บริการนั้น ๆ จากผู้ให้บริการรายเดิมต่อไป

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า

ฉัตรยาพร เสมอใจ (2547: 156-157) การศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า จะทำให้เราทราบว่าควรพิจารณาที่ปัจจัยใดบ้าง ในการที่จะทำการพัฒนา ปรับปรุง แก้ไข และหาทางป้องกันปัญหาต่าง ๆ ที่จะกระทบต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่อาจเกิดขึ้นได้ เพื่อลดความรู้สึก ความไม่พึงพอใจให้น้อยที่สุด และเพิ่มความพึงพอใจสูงสุด ซึ่งสามารถแบ่งปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าออกเป็น 5 ประเภท ได้แก่

1. คุณภาพการบริการ (Service quality) คุณภาพการบริการเป็นความคาดหวังของลูกค้าขั้นพื้นฐาน ที่ธุรกิจจะต้องตอบสนองให้ได้ ซึ่งเกณฑ์ที่ลูกค้าใช้ในการวัดคุณภาพการบริการลูกค้าจะวัดจากสิ่งที่มองเห็นได้ ในการบริการ (Tangibles) ความเชื่อถือได้ (Reliability) การตอบสนอง (Responsiveness) การรับประกัน (Assurance) และการเอาใจใส่ (Empathy) ลูกค้ามักคาดหวังว่าอย่างน้อยจะต้องได้รับเท่ากับที่เขาคาดหวัง ลูกค้าจะมองหาบริการจากคู่แข่งของธุรกิจในการแก้ไขปัญหาครั้งต่อไป

2. ราคา (Price) ราคาเป็นเกณฑ์ขั้นต่ำที่ลูกค้าใช้เป็นตัวกำหนดคุณภาพของการบริการ ลูกค้าจะคาดหวังว่าเขาจะต้องได้รับคุณภาพเหมาะสมกับมูลค่าของเงินที่เขาจ่ายไป หากเปรียบเทียบกับคุณค่า ของบริการที่เขาได้รับว่าเหมาะสมกับราคาของบริการ ก็จะส่งผลให้เกิดการยอมรับ แต่ถ้าลูกค้าไม่ได้รับการบริการรูปแบบเดียวกันมาให้เปรียบเทียบ ก็จะกลายเป็นความไม่พึงพอใจ ดังนั้นการตั้งราคาจึงพิจารณา ให้เหมาะสมกับคุณภาพของบริการ ความคาดหวังของลูกค้า และการแข่งขัน

3. สถานการณ์แวดล้อม (Environment) ไม่ว่าจะเป็นสภาพเศรษฐกิจที่กระทบต่อผู้บริโภคข่าวสาร ที่เกี่ยวกับการบริการ การบอกต่อของลูกค้ารายอื่น ๆ การเข้ามาของผู้แข่งขันรายใหม่ ๆ หรือการเปลี่ยนแปลง ของคู่แข่ง ล้วนส่งผลต่อความนึกคิดและความรู้สึกในการตัดสินใจของลูกค้า ทั้งในแง่บวกและแง่ลบ

4. ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal factor) ปัจจัยส่วนบุคคลไม่ว่าจะเป็นทัศนคติ ความเข้าใจ ต่อการบริการ และอารมณ์ของลูกค้าในขณะที่รับการบริการ สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ส่งผลให้ผู้บริโภค เกิดความลำเอียงในการประเมินคุณภาพการบริการ และส่งผลให้ประเมินคุณภาพต่ำกว่าที่เป็นหรือรู้สึกจริง ๆ โดยกฎเกณฑ์สากลที่ค้นพบ เสนอว่า สื่อไม่ได้มีอิทธิพลโดยตรงต่อผู้รับ เนื่องจากถูกแทรกแซงจากปัจจัย 2 ปัจจัย ได้แก่

4.1 ความแตกต่างของบุคคล (Individual differences) เนื่องจากแต่ละบุคคล มีทัศนคติ การรับรู้ที่แตกต่างกัน ดังนั้น “การสื่อสารและการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ” ที่เน้นหนักในตัวแปร เรื่องลักษณะการรับรู้ความสนใจ (Appeals) โครงสร้างของข่าวสาร (Message structure) และสิ่งเร้า แบบต่าง ๆ ยังมีความเชื่อว่า ทัศนคติและพฤติกรรมนั้น เป็นตัวแปรที่เกี่ยวข้องกันอย่างใกล้ชิด หมายความว่า “ถ้าทัศนคติเปลี่ยนไป พฤติกรรมก็จะเปลี่ยนตามไปด้วย”

4.2 การเป็นสมาชิกกลุ่ม (Groups membership or relationships) กล่าวคือ กลุ่มบุคคล เช่น คนในครอบครัว เพื่อน และสื่อบุคคลระดับต่าง ๆ มีบทบาทในการนำข่าวสารจากสื่อมาเผยแพร่ แก่กลุ่มตัวอย่างที่ไม่ได้เปิดรับสื่อโดยตรง

5. คุณภาพสินค้า (Goods quality) สิ่งหนึ่งที่จะช่วยให้บริการมีคุณภาพที่ดีก็คือ สินค้าที่ใช้ควบคู่กับการบริการ การบริการที่มีคุณภาพและลูกค้าพึงพอใจมักจะใช้สินค้าที่ดีควบคู่ไปกับการให้บริการ เช่น ในร้านทำผมที่เลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่ดีในการให้บริการ เป็นต้น

2.6 ประเภทของโซเชียลมีเดียที่เลือกใช้

พื้นฐานการเกิด Social media มาจากความต้องการของมนุษย์หรือคนที่ต้องการติดต่อสื่อสารหรือมีปฏิสัมพันธ์กัน จากเดิมเรามีเว็บในยุค 1.0 ซึ่งก็คือ เว็บที่แสดงเนื้อหาเพียงอย่างเดียว บุคคลแต่ละคนไม่สามารถติดต่อหรือโต้ตอบกันได้ แต่เมื่อเทคโนโลยีเว็บพัฒนาเข้าสู่ยุค 2.0 มีการพัฒนาเว็บไซต์ที่เรียกว่า Web application หรือเว็บไซต์ที่มีแอปพลิเคชันหรือโปรแกรมต่าง ๆ ผู้ใช้งานแต่ละคนสามารถโต้ตอบกันผ่านหน้าเว็บ กล่าวคือ สื่อต่าง ๆ ที่อยู่บนอินเทอร์เน็ต คนที่อยู่ในสังคมออนไลน์แต่ละคนสามารถเข้าไปดู เข้าไปสร้าง และสามารถแลกเปลี่ยนสื่อสารกันได้ ตัวอย่างเช่น สังคมออนไลน์ของผู้ใช้งาน Facebook สมาชิกแต่ละคนจะสามารถนำเอาสื่อต่าง ๆ เช่น เรื่องราวของตัวเองหรือเรื่องราวต่าง ๆ ภาพวิดีโอ เผยแพร่ไปยังสมาชิกทุกคนในเครือข่ายได้ ขณะที่สมาชิกคนอื่นก็สามารถเสนอสื่อของตนเองขึ้นมาแลกเปลี่ยนได้ ดังนั้น สื่อต่าง ๆ ที่นำมาแลกเปลี่ยนกับสมาชิกในสังคมออนไลน์นั้น จะเรียกว่า Social media

จักรกริช ปิยะ (2557: 19-21) กล่าวว่าคำว่า “Social” หมายถึง สังคม ซึ่งในที่นี้จะหมายถึงสังคมออนไลน์ ซึ่งมีขนาดใหญ่มาก ในปัจจุบัน คำว่า “Media” หมายถึง สื่อ ซึ่งก็คือ เนื้อหา เรื่องราว บทความ วิดีโอ เพลง รูปที่ภาพ เป็นต้น ดังนั้นคำว่า Social Media จึงหมายถึง สื่อสังคมออนไลน์ที่มีการตอบสนองทางสังคมได้หลายทิศทาง โดยผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต พุดง่าย ๆ ก็คือเว็บไซต์ที่บุคคลบนโลกสามารถมีปฏิสัมพันธ์โต้ตอบ แลกเปลี่ยนความรู้ ความคิด สำหรับคนยุคใหม่ โดยรวมตัวกันเป็นกลุ่มหรือสังคมผ่านทางเว็บไซต์ ตัวอย่างเช่น กลุ่มคนรักกีฬา คนรักรถ คนรักสุนัข การรณรงค์ในเรื่องต่าง ๆ หรือแม้กระทั่งการรวมกลุ่มของผู้ชื่นชอบแบรนด์สินค้า โดยในยุคปัจจุบันคงไม่มีใครปฏิเสธได้แล้วว่าเครื่องมือชนิดนี้มีประโยชน์อย่างมากที่ช่วยให้คนเรานั้นติดต่อสื่อสารกันได้อย่างรวดเร็วมากยิ่งขึ้น การได้รับข่าวสารได้ทันท่วงทีทำให้หลาย ๆ หน่วยงานมักนำ Social Media มาปรับใช้ เพื่อสร้างช่องทางสื่อสารให้กับตัวธุรกิจและยังสามารถสร้างความสัมพันธ์อันดีแก่ลูกค้า

มานะ ตริยาวิวัฒน์ (อ้างถึงใน นนทรัฐ ไร่เจริญ, 2557: 9) ได้ให้ความหมาย Social Media บางคนเรียกว่า “สื่อทางสังคม” หรือ “สื่อสังคมออนไลน์” คือ สื่อดิจิทัล ที่เป็นเครื่องมือในการปฏิบัติการทางสังคม ทั้งการสื่อสารปฏิสัมพันธ์ แบ่งปัน แลกเปลี่ยนข้อมูล ภาพ เสียงระหว่างกัน โดยเน้นการมีส่วนร่วม (Collaborative) ในการผลิตเนื้อหาจากผู้บริโภคหรือผู้รับสาร ทำให้บางคนเรียก Social Media ว่า User-Generated Content (UGC) หรือ Consumer-Generated Media (CGM)

พิชิต วิจิตรบุญรักษ์ (อ้างถึงใน กษมรัตน์ มะลูลิม, 2557: 9-10) ได้ให้ความหมายสื่อสังคมออนไลน์ไว้ว่า สื่อที่ผู้ส่งสารแบ่งปันสาร ซึ่งอยู่ในรูปแบบต่าง ๆ ไปยังผู้รับสารผ่านเครือข่ายออนไลน์ โดยสามารถโต้ตอบกันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร หรือผู้รับสารด้วยตนเอง ซึ่งสามารถแบ่งสื่อสังคมออนไลน์

ออกเป็นประเภทต่าง ๆ ที่ใช้กันบ่อย ๆ คือ บล็อก (Blogging) ทวิตเตอร์และไมโครบล็อก (Twitter and Micro Blogging) เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network) และการแบ่งปันสื่อทางออนไลน์ (Media Sharing)

จารุวัจน์ สองเมือง (อ้างถึงใน นนทบุรี ไผ่เจริญ, 2557: 9) อธิบายว่า นักวิชาการหลายคนได้นิยาม Social Media ไว้ว่าเป็นกลุ่มของแอปพลิเคชันบนอินเทอร์เน็ตที่สร้างบนระบบความคิดอันเป็นรากฐานของสังคมและเทคโนโลยี ด้วยแนวคิดของ Web 2.0 และเปิดให้คนแลกเปลี่ยนเนื้อหาที่เกิดจากผู้ใช้งาน ความหมายของมันจึงเป็นการพูดถึงบริการต่าง ๆ ที่มีอยู่ในตลาดอยู่แล้ว เช่น Facebook, Twitter, Google+, LinkedIn ฯลฯ

กล่าวโดยสรุป สื่อสังคมออนไลน์ (Social media) หมายถึง “สื่อทางสังคม” หรือ “สื่อสังคมออนไลน์” ที่ผู้ใช้งานแต่ละคนสามารถมีปฏิสัมพันธ์โต้ตอบ แลกเปลี่ยนข้อมูล ความรู้ ความคิด แบ่งปัน ภาพ เสียงระหว่างกัน ซึ่งการสื่อสารดังกล่าวเป็นการสื่อสารโต้ตอบกันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร หรือผู้รับสารด้วยกันเอง โดยสื่อสังคมออนไลน์ ที่ใช้กันบ่อย ๆ คือ บล็อก (Blogging) Twitter, Facebook, Google+, LinkedIn เป็นต้น

ประเภทของสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media)

ระวี แก้วสุกใส และ ชัยรัตน์ จุสาล (อ้างถึงใน นนทบุรี ไผ่เจริญ, 2557: 9) กล่าวว่า Social Media มีหลายประเภท ซึ่งการจัดประเภทของ Social Media มักจะจำแนกตามลักษณะการใช้งาน โดยสามารถแบ่งออกเป็นกลุ่มใหญ่ ๆ ได้ 12 กลุ่ม ดังนี้

1. Blog เช่น Exteen, Bloggang, Wordpress, Blogger
2. Social network เช่น Facebook, Instagram
3. Micro Blogging / Microsharing เช่น Twitter
4. Online Video เช่น YouTube
5. Photosharing เช่น Flickr
6. Wikis เช่น Wikipedia
7. Widget เช่น Coke Bubbles, Animal Planet Killer Clips
8. Virtual Worlds เช่น Second Life
9. Bookmarking / Tagging เช่น Diggs, Delicious
10. Crowdsourcing / Voting เช่น Dell Ideastorm, My Starbucks Idea
11. Podcasting เช่น Wiggly Podcast
12. Review / Opinions เช่น Epinion, Mouthshut, Yahoo! Answers

แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network)

จารุวัจน์ สองเมือง (อ้างถึงใน นนทรัฐ ไร่เจริญ, 2557: 9) อธิบายว่า Social Network หรือในภาษาไทย คือ เครือข่ายสังคมออนไลน์ เป็นสิ่งที่เกิดจากการพัฒนาเทคโนโลยีเว็บในระยะที่ 2 (WEB 2.0) ก่อให้เกิดการปฏิสัมพันธ์กันระหว่างกลุ่มคนบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตรวมตัวกัน โดยมีโครงสร้างความสัมพันธ์ทางสังคมตามทฤษฎีเครือข่าย (Network Theory) คือประกอบด้วย ส่วนที่เป็นจุด (Node) และส่วนของความสัมพันธ์ (Ties หรือ Relationship) ทั้งนี้ จุด (Node) เปรียบเสมือน คน ๆ หนึ่งในระบบเครือข่ายที่อาจจะมีลักษณะความสัมพันธ์หลายรูปแบบที่แบบกับคนอื่น ๆ ลักษณะความสัมพันธ์ในเครือข่ายออนไลน์จะเรียกว่า Social Contacts

Duhe (อ้างถึงใน วณิช แก้วสุข, 2557, น. 8) กล่าวว่า เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Networking) หมายถึง เว็บไซต์ที่เชื่อมโยงผู้คนไว้ด้วยกัน โดยเว็บไซต์เหล่านี้จะมีพื้นที่ให้ผู้คนเข้ามารู้จักกัน มีการให้พื้นที่บริการเครื่องมือต่าง ๆ เพื่ออำนวยความสะดวกในการสร้างเครือข่ายสำหรับเป็นแหล่งเผยแพร่ข้อมูลส่วนตัว บทความ รูปภาพ ผลงาน เป็นที่พบปะ แสดงความคิดเห็น แลกเปลี่ยนประสบการณ์ หรือความสนใจร่วมกัน รวมไปถึงเป็นแหล่งข้อมูลขนาดใหญ่ที่ผู้ใช้สามารถช่วยกันสร้างเนื้อหาขึ้นได้ตามความสนใจของแต่ละบุคคล โดย “เครือข่ายสังคมออนไลน์” มาจากคำว่า Social Network ซึ่งเป็นเครือข่ายของการสื่อสารข้อมูลขนาดใหญ่ อันประกอบด้วยเครือข่ายคอมพิวเตอร์จำนวนมากเชื่อมโยงแหล่งข้อมูลจากองค์กรต่าง ๆ ทั่วโลก เข้าด้วยกัน ดังนั้น อินเทอร์เน็ตจึงเป็นแหล่งรวมสารสนเทศจากทุกมุมโลก ทุกสาขาวิชา ทุกด้าน ทั้งบันเทิง และวิชาการ ตลอดจนการประกอบธุรกิจต่าง ๆ ทั้งนี้ เครือข่ายสังคมออนไลน์มีหลายประเภท ได้แก่ ประเภทแหล่งข้อมูลความรู้ (Data/Knowledge) เช่น Wikipedia ประเภทสร้างเครือข่ายทางสังคม (Community) เช่น Facebook, Twitter ประเภทสื่อ (Media) เช่น YouTube ประเภทเกมออนไลน์ (Online Game) เช่น Ragnarok ประเภทฝากภาพ (Photo Management) เช่น Multiply ประเภทซื้อขาย (Business/Commerce) เช่น ebay ฯลฯ (เศรษฐพงศ์ มะลิสุวรรณ, 2551 อ้างถึงใน วณิช แก้วสุข, 2557: 9)

กมลรัฐ โตจินดา (อ้างถึงใน กษมรัตน์ มะลูลิม, 2557: 10) ได้ให้ความหมายไว้ว่า เครือข่ายสังคมออนไลน์ หรือเรียกได้อีกอย่างว่า ชุมชนออนไลน์ (Social Networking Site: SNS) หมายถึง โปรแกรมหรือเว็บไซต์ที่ได้จัดทำขึ้นมา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้บุคคลสามารถเข้ามาติดต่อสื่อสารกันได้ ทั้งในรูปแบบการติดต่อทางเดียว หรือติดต่อทั้งสองทางระหว่างผู้รับข้อมูลและผู้ส่งข้อมูล โดยที่ผู้รับและผู้ส่งข้อมูลนั้น ไม่จำเป็นต้องรู้จักกันมาก่อนก็ได้ ทั้งนี้เว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ในปัจจุบันมีมากมายหลากหลาย และแต่ละเครือข่ายจะมีลักษณะหรือจุดเด่นที่แตกต่างกันออกไป บางเว็บไซต์เน้นเรื่องการส่งข้อความสั้น ๆ เช่น Twitter เป็นต้น หรือบางเว็บไซต์เน้นเรื่องการแบ่งปันรูปภาพหรือวิดีโอเพื่อบอกเล่าเรื่องราว เช่น YouTube, Instagram, Socialcam เป็นต้น หรือบางเว็บไซต์เน้นในเรื่องของการแบ่งปันบทความหรือข้อมูลในรูปแบบเอกสาร เช่น Blogger, Wordpress เป็นต้น และอีกรูปแบบหนึ่งของเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่เป็นที่นิยมในปัจจุบันคือสามารถนำเสนอ แบ่งปันข้อมูลได้หลากหลาย หรือแสดงความคิดเห็น

รวมไปถึงการที่สามารถส่งข้อความแบบสามารถโต้ตอบได้ทันที (Instant Message: IM) เช่น Facebook เป็นต้น

นุชจรินทร์ ขอบดำรงธรรม (2553: 26) กล่าวว่า ในยุคที่อินเทอร์เน็ตกำลังเป็นที่นิยม และได้รับการพัฒนาอย่างไม่หยุดนิ่งจากการพัฒนาของโลกเวิลด์ไวด์เว็บ (World Wide Web) จากยุคแรก หรือเรียกว่า Web 1.0 ซึ่งมีลักษณะเป็น Static Web คือมีการนำเสนอข้อมูลทางเดียว ต่อมาเข้าสู่เว็บยุคที่ 2 หรือ Web 2.0 เป็นยุคที่เน้นให้อินเทอร์เน็ตมีศักยภาพในการใช้งานมากขึ้น เน้นให้ผู้ใช้มีส่วนร่วมในการสร้างสรรค์สิ่งต่าง ๆ ลงบนเว็บไซต์ร่วมกัน และสามารถโต้ตอบกับข้อมูลที่อยู่บนเว็บไซต์ได้ ผู้ใช้สามารถสร้างเนื้อหา (Content) แลกเปลี่ยนและกระจายข้อมูลกันได้ในระดับบุคคลหรือกลุ่มจนกลายเป็นสังคมในโลกอินเทอร์เน็ตหรือเรียกว่า สังคมออนไลน์ (Online Social Network) นั่นเอง

กล่าวโดยสรุป เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Networking) คือรูปแบบของเว็บไซต์ในการสร้างเครือข่ายสังคมสำหรับใช้งานอินเทอร์เน็ต ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อให้บุคคลสามารถเข้ามาติดต่อสื่อสารกัน เผยแพร่ข้อมูลส่วนตัว บทความ รูปภาพ ผลงาน เป็นที่พบปะ แสดงความคิดเห็น แลกเปลี่ยนประสบการณ์ หรือความสนใจร่วมกัน รวมไปถึงเป็นแหล่งข้อมูลขนาดใหญ่ที่ผู้ใช้สามารถช่วยกันสร้างเนื้อหาขึ้นได้ตามความสนใจของแต่ละบุคคล โดยที่ผู้รับและผู้ส่งข้อมูลนั้นไม่จำเป็นต้องรู้จักกันมาก่อนก็ได้

ประเภทเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network)

เราสามารถแบ่งเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ให้บริการตามเว็บไซต์ โดยพิจารณาจากขอบเขตการใช้งาน และวัตถุประสงค์หลักของการเข้าใช้งาน โดยสามารถแบ่งออกเป็น 7 ประเภท คือ (ระวิ แก้วสุกใส และชัยรัตน์ จุสาลอ อ่างถึงใน วณิชชา แก้วสุข, 2557: 9-11)

1. สร้างและประกาศตัวตน (Identity Network) เครือข่ายสังคมออนไลน์ประเภทนี้ ใช้สำหรับให้ผู้เข้าใช้งานได้มีพื้นที่ในการสร้างตัวตนขึ้นมาบนเว็บไซต์ และสามารถที่จะเผยแพร่เรื่องราวของตนผ่านทางอินเทอร์เน็ต โดยลักษณะของการเผยแพร่อาจจะเป็นรูปที่ภาพ วิดีโอ การเขียนข้อความลงในบล็อก อีกทั้งยังเป็นเว็บที่เน้นการหาเพื่อนใหม่ หรือการค้นหาเพื่อนเก่าที่ขาดการติดต่อ การเขียนบทความได้อย่างเสรี ซึ่งอาจจะถูกนำมาใช้ได้ 2 รูปแบบ ได้แก่

1.1 Blog บล็อก เป็นชื่อเรียกสั้น ๆ ของ Weblog ซึ่งมาจากคำว่า “Web” รวมกับคำว่า “Log” ที่เป็นเสมือนบันทึกหรือรายละเอียดข้อมูลที่เก็บไว้ ดังนั้นบล็อกจึงเป็นโปรแกรมประยุกต์บนเว็บที่ใช้เก็บบันทึกเรื่องราว หรือเนื้อหาที่เขียนไว้โดยเจ้าของเขียนแสดงความรู้สึกนึกคิดต่าง ๆ โดยทั่วไปจะมีผู้ที่ทำหน้าที่หลักเรียกว่า “Blogger” เขียนบันทึกหรือเล่าเหตุการณ์ที่อยากให้คนอ่านได้รับรู้ หรือเป็นการเสนอมุมมองและแนวความคิดของตนเองใส่เข้าไปในบล็อกนั้น

1.2 ไมโครบล็อก (Micro Blog) เครือข่ายสังคมออนไลน์ประเภทนี้มีลักษณะเด่น โดยการให้ผู้ใช้โพสต์ข้อความจำนวนสั้น ๆ ผ่านเว็บผู้ให้บริการ และสามารถกำหนดให้ส่งข้อความนั้น ๆ ไปยังโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้ เช่น Twitter เป็นต้น

2. สร้างและประกาศผลงาน (Creative Network) เครือข่ายสังคมออนไลน์ประเภทนี้ เป็นสังคมสำหรับผู้ใช้ที่ต้องการแสดงออกและนำเสนอผลงานของตนเอง สามารถแสดงผลงานได้จากทั่วทุกมุมโลก จึงมีเว็บไซต์ที่ให้บริการพื้นที่เสมือนเป็นแกลเลอรี (Gallery) ที่ใช้จัดโชว์ผลงานของตนเอง ไม่ว่าจะเป็นวิดีโอ รูปภาพ เพลง อีกทั้งยังมีจุดประสงค์หลักเพื่อแชร์เนื้อหาระหว่างผู้ใช้เว็บไซต์ที่ใช้ฝากหรือแบ่งปัน โดยใช้วิธีเดียวกันกับเว็บฝากภาพ แต่เว็บนี้เน้นเฉพาะไฟล์ที่เป็นมัลติมีเดีย ซึ่งผู้ให้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ ประเภทนี้ได้แก่ YouTube, Flickr, Multiply, Photobucket และ Slideshare เป็นต้น

3. ความชอบในสิ่งเดียวกัน (Passion Network) เป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ทำหน้าที่เก็บในสิ่งที่ชอบไว้บนเครือข่าย เป็นการสร้างที่คั่นหนังสือออนไลน์ (Online Bookmarking) มีแนวคิดเพื่อให้ผู้ใช้สามารถเก็บหน้าเว็บเพจที่ค้นไว้ในเครื่องเดียว สามารถนำมาเก็บไว้บนเว็บไซต์ได้ เพื่อที่จะได้เป็นการแบ่งปันให้กับคนที่มีความชอบในเรื่องเดียวกัน สามารถใช้เป็นแหล่งอ้างอิงในการเข้าไปหาข้อมูลได้ และนอกจากนี้ยังสามารถโหวตเพื่อให้คะแนนกับที่ที่คั่นหนังสือออนไลน์ที่ผู้ใช้คิดว่ามีประโยชน์และเป็นที่ยอมรับ ซึ่งผู้ให้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ ได้แก่ Digg, Zickr, Ning, Del.icio.us, Catchh และ Reddit เป็นต้น

4. เวทีทำงานร่วมกัน (Collaboration Network) เป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ต้องการความคิดเห็น ความรู้ และการต่อยอดจากผู้ใช้ที่เป็นผู้มีความรู้ เพื่อให้ความรู้ที่ได้ออกมาได้มีการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง และเกิดการพัฒนานาในที่สุด ซึ่งหากลองมองจากแรงจูงใจที่เกิดขึ้นแล้ว คนที่เข้ามาในสังคมนี้มักจะเป็นคนที่มีความภูมิใจที่ได้เผยแพร่สิ่งที่ตนเองรู้ และทำให้เกิดประโยชน์ต่อสังคม เพื่อรวบรวมข้อมูลความรู้ในเรื่องต่าง ๆ ในลักษณะเนื้อหาทั้งวิชาการ ภูมิศาสตร์ ประวัติศาสตร์ สินค้าหรือบริการ โดยส่วนใหญ่ มักเป็นนักวิชาการ หรือผู้เชี่ยวชาญ ผู้ให้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ ในลักษณะเวทีทำงานร่วมกัน เช่น Wikipedia, Google earth และ Google Maps เป็นต้น

5. ประสบการณ์เสมือนจริง (Virtual Reality) เครือข่ายสังคมออนไลน์ประเภทนี้ มีลักษณะเป็นเกมออนไลน์ (Online Games) ซึ่งเป็นเว็บที่นิยมมากเพราะเป็นแหล่งรวบรวมเกมไว้มากมาย มีลักษณะเป็นวิดีโอเกมที่ผู้ใช้สามารถเล่นบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เกมออนไลน์นี้มีลักษณะเป็นเกม 3 มิติ ที่ผู้ใช้นำเสนอตัวตนตามบทบาทในเกม ผู้เล่นสามารถติดต่อปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่นคนอื่น ๆ ได้ เสมือนอยู่ในโลกแห่งความเป็นจริง สร้างความรู้สึกสนุกเหมือนได้มีสังคมของผู้เล่นที่ชอบในแบบเดียวกัน อีกทั้งยังมีกราฟิกที่สวยงามดึงดูดความสนใจและมีกิจกรรมต่าง ๆ ให้ผู้เล่นรู้สึกบันเทิง เช่น Second Life, Audition, Ragnarok, Pangya และ World of Warcraft เป็นต้น

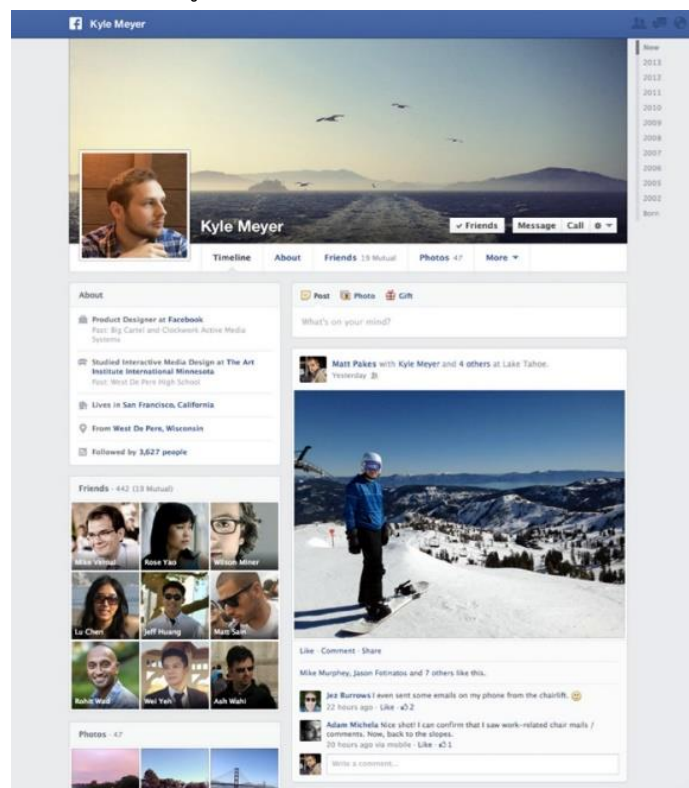
6. เครือข่ายเพื่อการประกอบอาชีพ (Professional Network) เป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการทำงาน โดยจะเป็นการนำประโยชน์จากเครือข่ายสังคมออนไลน์มาใช้ในการเผยแพร่ประวัติผลงานของตนเอง และสร้างเครือข่ายเข้ากับผู้อื่น นอกจากนี้บริษัทที่ต้องการคนมาร่วมงาน สามารถเข้ามาหาจากประวัติของผู้ใช้ที่อยู่ในเครือข่ายสังคมออนไลน์นี้ได้ ผู้ให้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ประเภทนี้ได้แก่ Linkedin เป็นต้น

7. เครือข่ายที่เชื่อมต่อกันระหว่างผู้ใช้ (Peer to Peer: P2P) เป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์แห่งการเชื่อมต่อกันระหว่างเครื่องผู้ใช้ด้วยกันเองโดยตรง จึงทำให้เกิดการสื่อสารหรือแบ่งปันข้อมูลต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็ว และตรงถึงผู้ใช้ทันที ซึ่งผู้ให้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ ประเภทนี้ ได้แก่ Skype และ BitTorrent เป็นต้น

ในปัจจุบัน คนเราใช้โซเชียลมีเดียในการสื่อสารกันมากขึ้น ทั้งสื่อสารทางเดียว โดยการลงรูปภาพและข้อความ หรือสื่อสารสองทาง โดยการแสดงความคิดเห็นหรือโต้ตอบแบบอื่น ๆ สทป. เองก็ตระหนักถึงความเปลี่ยนแปลงในการสื่อสารของคนในปัจจุบันเช่นกัน จึงได้ใช้โซเชียลมีเดียในการสื่อสารกับประชาชนทั่วไป โดย สทป. เลือกใช้โซเชียลมีเดีย 4 ประเภทดังนี้

2.6.1 เฟซบุ๊ก (Facebook)

เฟซบุ๊ก คือ เว็บไซต์บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์เว็บไซต์หนึ่ง ผู้ที่เป็นสมาชิกของเฟซบุ๊กสามารถสร้างพื้นที่ส่วนตัวสำหรับแนะนำตัวเอง ติดต่อกับเพื่อนทั้งแบบข้อความภาพและวิดีโอ ปัจจุบันในประเทศไทยมีผู้ใช้งานเฟซบุ๊กทั้งสิ้น 51 ล้านคน (ข้อมูล เดือนมกราคม พ.ศ. 2564) มีจำนวนสมาชิกอันดับ 8 ของโลก



รูปที่ 2 แสดงตัวอย่างหน้าเฟซบุ๊ก

2.6.2 Twitter (ทวิตเตอร์)

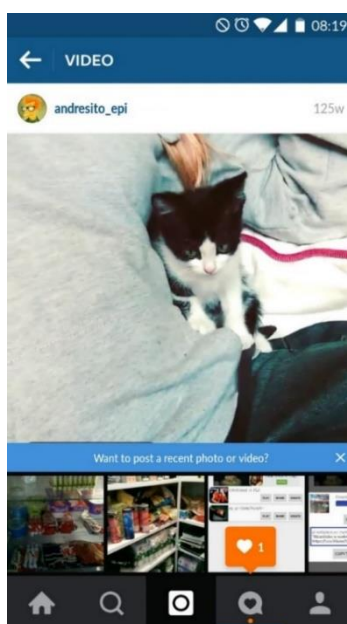
ทวิตเตอร์ คือ บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์จำพวก Micro-Blog โดยผู้ใช้งานสามารถส่งข้อความยาวไม่เกิน 140 ตัวอักษร ในประเทศไทยมีผู้ใช้งานทั้งสิ้น 7.35 ล้านคน (ข้อมูล เดือนมกราคม พ.ศ. 2564) ซึ่งนับเป็นการเติบโตอย่างมีนัยสำคัญ กลุ่มที่ผลักดันให้ Twitter เติบโต คือกลุ่มวัยรุ่นที่มีอายุ 16-24 ปี โดยมีสัดส่วนเป็น ของผู้ใช้ทั้งหมด สาเหตุเพราะต้องการใช้ Twitter เป็นพื้นที่แสดงความคิดเห็นควบคู่กับเฟซบุ๊ก หลังจากพ่อแม่และผู้ปกครองเริ่มมาใช้เฟซบุ๊กมากขึ้น



รูปที่ 3 แสดงตัวอย่างหน้าทวิตเตอร์

2.6.3 อินสตาแกรม (Instagram)

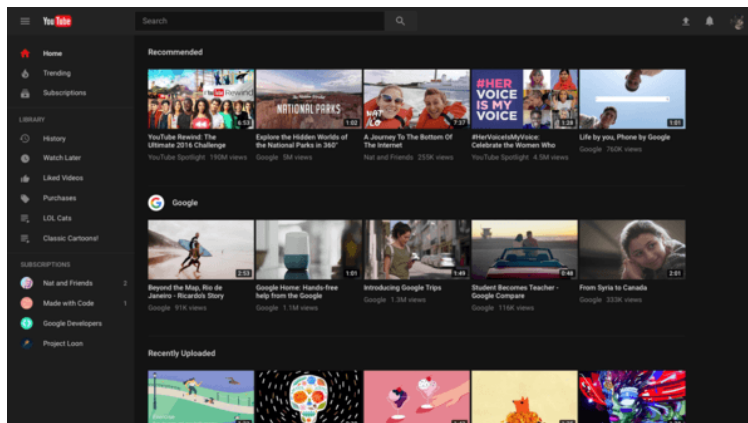
อินสตาแกรม คือ แอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือ (smart phone) และอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ โดยแอปพลิเคชันนี้จะเน้นการแชร์รูปที่ภาพ ผู้ใช้สามารถถ่ายภาพ แต่งภาพ เขียนคำบรรยายใต้ภาพ และแชร์ได้ทันที ปัจจุบันอินสตาแกรมมีสมาชิกชาวไทยจำนวน 16 ล้านคน นับเป็นอันดับ 15 ของโลก (ข้อมูล เดือนมกราคม พ.ศ. 2564)



รูปที่ 4 ตัวอย่างหน้าอินสตาแกรม

2.6.4 ยูทูบ (YouTube)

ยูทูบ คือ เว็บไซต์ที่ให้บริการแลกเปลี่ยนภาพวิดีโอระหว่างผู้ใช้ได้ฟรี โดยผู้ใช้สามารถเป็นทั้งผู้ชมวิดีโอและผู้แบ่งปันวิดีโอผ่านเว็บไซต์ยูทูบ ปัจจุบันยูทูบมีสมาชิกชาวไทยจำนวน 37.3 ล้านคน นับเป็นอันดับ 18 ของโลก (ข้อมูลเดือนมกราคม พ.ศ. 2564)



รูปที่ 5 ตัวอย่างหน้ายูทูบ

เนื่องด้วยเล็งเห็นถึงประโยชน์ของโซเชียลมีเดีย 4 ประเภทนี้ ทั้งในแง่ของความนิยมในการใช้งานหรือความหลากหลายทางรูปแบบการให้ข้อมูล เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ อิน스타그램 และยูทูบ จึงเป็นอีกช่องทางที่ สทป. ได้นำมาใช้ในการสื่อสารกับประชาชน

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย วิธีการสำรวจ และการออกแบบเครื่องมือการเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยเรื่อง “การสำรวจการรับรู้ ทักษะคติ และภาพลักษณ์ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่อ สทป. และความพึงพอใจของผู้รับบริการและผู้ถือผลประโยชน์ร่วมที่มีต่อ สทป.” เป็นการศึกษาตามระเบียบแบบวิธีวิจัยเชิงปริมาณและคุณภาพ ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการตามระเบียบวิธีวิจัยดังต่อไปนี้

- 3.1 วิธีการศึกษาวิจัย
- 3.2 ประชากร
- 3.3 กลุ่มตัวอย่าง
- 3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.5 การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ
- 3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 วิธีการศึกษาวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณและคุณภาพที่สำรวจการรับรู้ ทักษะคติ และภาพลักษณ์ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่อ สทป. และความพึงพอใจของผู้รับบริการและผู้ถือผลประโยชน์ร่วมที่มีต่อ สทป. โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อวัดระดับการรับรู้และความพึงพอใจ เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาปรับปรุงและกำหนดแนวทางการดำเนินงานของ สทป. ให้สอดคล้องกับความต้องการ

3.2 ประชากร

3.2.1 การสำรวจการรับรู้ ทักษะคติ และภาพลักษณ์ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่มีต่อ สทป. มีประชากร คือ ผู้บริหาร บุคลากร นักเรียน และนักศึกษาของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับ สทป. ได้แก่

- วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร
- วิทยาลัยเสนาธิการทหาร
- วิทยาลัยการทัพบก
- วิทยาลัยการทัพเรือ
- วิทยาลัยการทัพอากาศ
- โรงเรียนส่งกำลังบำรุงทหารบก

3.2.2 การสำรวจความพึงพอใจของผู้รับบริการ และผู้ถือผลประโยชน์ร่วมที่มีต่อ สทป.
มีประชากร คือ ผู้บริหาร บุคลากร นักเรียน และนักศึกษาของหน่วยงานที่ถือผลประโยชน์ร่วมที่มีต่อ สทป.
ได้แก่

- 1) หน่วยงานภายในกระทรวงกลาโหม จากหน่วยงานตามรายชื่อต่อไปนี้
 - สำนักงานปลัดกระทรวงกลาโหม (สป.)
 - สำนักนโยบายและแผนกลาโหม (สนผ.กท.)
 - ศูนย์การอุตสาหกรรมป้องกันประเทศและพลังงานทหาร (ศอพท.)
 - กรมการอุตสาหกรรม ศูนย์การอุตสาหกรรมป้องกันประเทศและพลังงานทหาร (อท.ศอพท.)
 - โรงงานวัตถุระเบิดทหาร กรมการอุตสาหกรรม ศูนย์การอุตสาหกรรมป้องกันประเทศและพลังงานทหาร (รวท.อท.ศอพท.)
 - ศูนย์อำนวยการสร้างอาวุธ ศูนย์การอุตสาหกรรมป้องกันประเทศและพลังงานทหาร (ศอว.ศอพท.)
 - กรมวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีกลาโหม (วท.กท.)
 - สำนักงานวิจัยและพัฒนาการทางทหารกองทัพบก (สวพ.ทบ.)
 - สำนักงานวิจัยและพัฒนาการทางทหารกองทัพอากาศ (สวพ.ทร.)
 - ศูนย์วิจัยพัฒนาวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีการบินและอวกาศ กองทัพอากาศ (ศวอ.ทอ.)
 - กองทัพบก
 - กองทัพอากาศ
- 2) หน่วยงานภาครัฐและเอกชน เช่น มหาวิทยาลัยและบริษัทเอกชนที่เกี่ยวข้อง จากหน่วยงานตามรายชื่อต่อไปนี้
 - กรมสอบสวนคดีพิเศษ
 - กรมฝนหลวงและการบินเขตร
 - กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช
 - กรมป่าไม้
 - สำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย
 - มหาวิทยาลัยมหิดล
 - มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
 - มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
 - มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
 - มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีมหานคร
 - มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

- มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- บริษัท อุตสาหกรรมการบิน จำกัด
- บริษัท ชัยเสรี จำกัด
- บริษัท ไทยอามส์ จำกัด

3.2.3 การสำรวจออนไลน์เรื่องการรับรู้ ทศนคติ และภาพลักษณ์ของประชาชนทั่วไปที่เยี่ยมชมสื่อดิจิทัลของ สทป. ที่มีต่อ สทป.

การวิจัยนี้ได้ทำการสำรวจออนไลน์เรื่องการรับรู้ ทศนคติ และภาพลักษณ์ของประชาชนทั่วไปที่เยี่ยมชมสื่อดิจิทัลของ สทป. ที่มีต่อ สทป. ทั้งยังมีการวิจัยสื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์ของ สทป. ทั้งหมด

3.3 กลุ่มตัวอย่าง

3.3.1 การสำรวจการรับรู้ ทศนคติ และภาพลักษณ์ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่มีต่อ สทป. และการสำรวจความพึงพอใจของผู้รับบริการและผู้ถือผลประโยชน์ร่วมที่มีต่อ สทป.

การสำรวจการรับรู้ ทศนคติ และภาพลักษณ์ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่อ สทป. และความพึงพอใจของผู้รับบริการและผู้ถือผลประโยชน์ร่วมที่มีต่อ สทป. ได้ทำการเก็บข้อมูลแบบสอบถามจากบุคลากรในสังกัดหน่วยงานต่าง ๆ และดำเนินการเลือกหรือสุ่มตัวอย่างแบบให้เป็นไปตามโอกาสทางสถิติ (Probability Sampling) โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) เพื่อให้ได้ขนาดตัวอย่างตามจำนวนที่เชื่อถือได้ตามหลักการวิจัย โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

- 1) การสำรวจการรับรู้ ทศนคติ และภาพลักษณ์ฯ ประมาณ 183 ตัวอย่าง
- 2) การสำรวจความพึงพอใจฯ ประมาณ 214 ตัวอย่าง

โดยเลือกใช้สูตรไม่ทราบขนาดของประชากรของ Cochran (1953) มาใช้ในการศึกษา เพื่อให้ทราบขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งสูตรในการคำนวณที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ

$$n = \frac{P(1-P)Z^2}{d^2}$$

- เมื่อ
- n หมายถึง จำนวนของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ
 - P หมายถึง สัดส่วนของประชากร
 - Z หมายถึง ระดับความเชื่อมั่นที่กำหนด
 - d หมายถึง ค่าร้อยละความคลาดเคลื่อน

(1) การสำรวจการรับรู้ ทักษะ และ ภาพลักษณ์ (n_1) คือ บุคลากรในสังกัดหน่วยงานต่าง ๆ โดยการคำนวณหาขนาดตัวอย่าง (n_1) ที่ทำให้ความคลาดเคลื่อนของการประมาณสัดส่วนประชากรมีค่าไม่เกินร้อยละ 5 ทำให้มีระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 และกำหนดความพึงพอใจมีค่าประมาณร้อยละ 87.8 หรือ 0.878 (เป็นค่าประมาณโดยรวมจากสัดส่วนการรับรู้ ทักษะ และภาพลักษณ์จากการสำรวจในปี 2558–2559) เมื่อทำการสุ่มแบบไม่ใส่ คือ จะได้ขนาดตัวอย่างเป็น

$$n_1 = \frac{z_{\alpha/2}^2 P^* (1 - P^*)}{e^2}$$

$$n_1 = \frac{1.96^2 (0.878)(1 - 0.878)}{(0.05)^2}$$

$$n_1 \approx 166$$

เพื่อป้องกันข้อมูลไม่สมบูรณ์จึงมีการสุ่มตัวอย่างเพิ่มร้อยละ 10 ของขนาดตัวอย่างที่คำนวณได้
จะได้ว่า ขนาดตัวอย่างที่จำเป็นต้องเก็บข้อมูลในโครงการส่วนน้อยอย่างน้อย 183 ตัวอย่าง

(2) การสำรวจความพึงพอใจ (n_2) คือ ผู้รับบริการและผู้ถือประโยชน์ร่วมที่สังกัดหน่วยงานต่าง ๆ โดยการคำนวณหาขนาดตัวอย่าง (n_2) ที่ทำให้ความคลาดเคลื่อนของการประมาณสัดส่วนประชากรมีค่าไม่เกินร้อยละ 5 ทำให้มีระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และกำหนดความพึงพอใจมีค่าประมาณ ร้อยละ 85.2 หรือ 0.852 (เป็นค่าประมาณโดยรวมจากสัดส่วนการรับรู้ ทักษะ และภาพลักษณ์จากการสำรวจในปี 2558–2559) เมื่อทำการสุ่มแบบไม่ใส่ คือ จะได้ขนาดตัวอย่างเป็น

$$n_2 = \frac{1.96^2 (0.852)(1 - 0.852)}{(0.05)^2}$$

$$n_2 \approx 194$$

เพื่อป้องกันข้อมูลไม่สมบูรณ์จึงมีการสุ่มตัวอย่างเพิ่มร้อยละ 10 ของขนาดตัวอย่างที่คำนวณได้
จะได้ว่า ขนาดตัวอย่างที่จำเป็นต้องเก็บข้อมูลในโครงการส่วนน้อยอย่างน้อย 214 ตัวอย่าง

ดังนั้น ในการสำรวจครั้งนี้ ขนาดตัวอย่างคือ 397 ตัวอย่างเป็นอย่างน้อย

3.3.2 การสำรวจออนไลน์การรับรู้ ทัศนคติ และภาพลักษณ์ของประชาชนทั่วไปที่เยี่ยมชมสื่อดิจิทัลของ สทป. ที่มีต่อ สทป.

สำหรับการสำรวจโดยแบบสำรวจออนไลน์เพื่อวัดการรับรู้ ทัศนคติ และภาพลักษณ์ของประชาชนทั่วไปที่เยี่ยมชมสื่อดิจิทัลของ สทป. ที่มีต่อ สทป. ผู้วิจัยใช้จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดที่เข้ามาตอบแบบสอบถามในช่วงระยะเวลาของวิจัย

นอกจากนี้ผู้วิจัยใช้สื่อทุกประเภทของ สทป. ในการวิจัยเนื้อหาสื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์ของ สทป.

3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยแบ่งออกเป็น 3 ประเภทดังนี้

3.4.1 แบบสอบถาม (Questionnaires)

การวิจัยเชิงปริมาณด้วยวิธีการสำรวจใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) แบบกระดาษเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลเพื่อสำรวจการรับรู้ ทัศนคติ และภาพลักษณ์ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่มีต่อ สทป. และการสำรวจความพึงพอใจของผู้รับบริการและผู้ถือประโยชน์ร่วมที่มีต่อ สทป. โดยการประเมินมีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับและข้อเสนอแนะอื่น ๆ

3.4.1.1 แบบสำรวจการรับรู้ ทัศนคติ และภาพลักษณ์ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่มีต่อ สทป.

แบ่งเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1	ข้อมูลทั่วไป
ตอนที่ 2	ข้อมูลการรับรู้เกี่ยวกับ สทป.
ตอนที่ 3	ข้อมูลภาพลักษณ์ของ สทป.
ตอนที่ 4	ข้อเสนอแนะ

3.4.1.2 แบบสำรวจความพึงพอใจของผู้รับบริการและผู้ถือผลประโยชน์ร่วมที่มีต่อ สทป.

แบ่งเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1	ข้อมูลทั่วไป
ตอนที่ 2	ข้อมูลความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของ สทป.
ตอนที่ 3	ข้อมูลความคิดเห็นด้านความคุ้มค่าทางสังคมและเศรษฐกิจของ สทป.
ตอนที่ 4	ข้อเสนอแนะ

3.4.2 แบบสัมภาษณ์

แบบสัมภาษณ์การรับรู้ ทักษะคติ และภาพลักษณ์ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่มีต่อ สทป. และความพึงพอใจของผู้รับบริการและผู้ถือผลประโยชน์ร่วมที่มีต่อ สทป. ประกอบด้วยคำถาม 5 คำถาม

3.4.3 แบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaires)

แบบสำรวจออนไลน์การรับรู้ ทักษะคติ และภาพลักษณ์ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่มีต่อ สทป. แบ่งเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1	ข้อมูลทั่วไป
ตอนที่ 2	ข้อมูลการรับรู้เกี่ยวกับ สทป.
ตอนที่ 3	ข้อมูลภาพลักษณ์ของ สทป.
ตอนที่ 4	ข้อเสนอแนะ

3.4.4 แบบวิเคราะห์เอกสารเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของผู้เข้าเยี่ยมชมและมีปฏิสัมพันธ์กับสื่อดิจิทัลของ สทป. ทั้ง 4 ประเภท

การวิจัยเชิงคุณภาพด้วยวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของผู้เข้าเยี่ยมชมและมีปฏิสัมพันธ์กับสื่อดิจิทัลของ สทป. ทั้ง 4 ประเภท ได้แก่ เฟซบุ๊ก (Facebook) ทวิตเตอร์ (Twitter) อิน스타그램 (Instagram) และยูทูบ (YouTube) ซึ่งข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์จะแตกต่างกันไปตามมาตรฐานวัดของเครื่องมือวิเคราะห์ (Analytics Tools) ของสื่อดิจิทัลแต่ละประเภท

กรณีที่แบบสอบถามเป็นการให้ระดับความเห็น จะเป็นชนิดมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด โดยมีเกณฑ์การพิจารณา ดังนี้

มากที่สุด	หมายถึง ท่านพบสภาพตรงกับข้อความนั้นมากที่สุด
มาก	หมายถึง ท่านพบสภาพตรงกับข้อความนั้นมาก
ปานกลาง	หมายถึง ท่านพบสภาพตรงกับข้อความนั้นปานกลาง
น้อย	หมายถึง ท่านพบสภาพตรงกับข้อความนั้นน้อย
น้อยที่สุด	หมายถึง ท่านพบสภาพตรงกับข้อความนั้นน้อยที่สุด

เกณฑ์การให้คะแนนของแบบสอบถาม ดังนี้

มากที่สุด	ให้คะแนน 5 คะแนน
มาก	ให้คะแนน 4 คะแนน
ปานกลาง	ให้คะแนน 3 คะแนน
น้อย	ให้คะแนน 2 คะแนน
น้อยที่สุด	ให้คะแนน 1 คะแนน

3.5 การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้น ไปตรวจสอบหาความถูกต้อง และความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาโดยนำแบบสอบถามที่ได้ไปปรึกษากับผู้ที่มีความเชี่ยวชาญ และนำเสนอผู้ว่าจ้างเพื่อให้ตรวจสอบ และนำข้อเสนอแนะมาปรับปรุงแก้ไข เพื่อให้ผลการวิจัย ที่ได้ตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.6.1 แบบสอบถาม (Questionnaires)

เมื่อผู้วิจัยได้รับแบบสอบถามแล้ว จึงนำข้อมูลที่ได้จากแบบประเมินมาวิเคราะห์ โดยใช้โปรแกรม วิเคราะห์ ดังนี้

3.6.1.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบประเมิน วิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ คิดเป็นร้อยละ และนำเสนอในรูปที่ตารางที่ประกอบคำบรรยาย

3.6.1.2 ข้อมูลเกี่ยวกับการประเมิน ทำการวิเคราะห์โดยใช้ค่ามัชฌิมเลขคณิต (Arithmetic Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และนำเสนอในรูปตาราง ประกอบคำบรรยาย

เมื่อนำค่ามัชฌิมเลขคณิตเปรียบเทียบกับเกณฑ์การประเมินที่วางไว้ จึงทำการแปลผล โดยใช้เกณฑ์การประเมินที่กำหนดไว้ดังนี้ คือ

4.21-5.00 คะแนน	แปลผลเป็น	คะแนนระดับมากที่สุด
3.41-4.20 คะแนน	แปลผลเป็น	คะแนนระดับมาก
2.60-3.40 คะแนน	แปลผลเป็น	คะแนนระดับปานกลาง
1.81-2.60 คะแนน	แปลผลเป็น	คะแนนระดับน้อย
1.00-1.80 คะแนน	แปลผลเป็น	คะแนนระดับน้อยที่สุด

3.6.2 แบบสัมภาษณ์

ผลการวิจัยแบบสัมภาษณ์ผู้วิจัยนำมาจัดเรียงตามหัวข้อในลักษณะบรรยาย

3.6.3 แบบวิเคราะห์เอกสารเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของผู้เข้าเยี่ยมชมและมีปฏิสัมพันธ์ กับสื่อดิจิทัลของ สทป. ทั้ง 4 ประเภท

ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ตามมาตรวัดของเครื่องมือวิเคราะห์ (Analytics Tools) ของสื่อดิจิทัล แต่ละประเภท

บทที่ 4

ผลการสำรวจการรับรู้ และภาพลักษณ์ต่อสถาบันเทคโนโลยีป้องกันประเทศ

การศึกษาวิจัยเรื่อง “สำรวจการรับรู้ ทศนคตติ และภาพลักษณ์ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่อ สทป. และความพึงพอใจของผู้รับบริการและผู้ถือผลประโยชน์ร่วมที่มีต่อ สทป.” ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามแบบสัมภาษณ์ และแบบวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของผู้เข้าเยี่ยมชมและมีปฏิสัมพันธ์กับสื่อดิจิทัลของ สทป.

จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 425 คน แบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์และนำมาวิจัยได้ มีจำนวน 414 ชุด คิดเป็นร้อยละ 97.41 ของแบบสอบถามทั้งหมด และแบบสัมภาษณ์ที่มีความสมบูรณ์และนำมาวิจัยได้ มีจำนวน 12 ชุด ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ผลการวิจัยตามกรอบการวิจัย โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

4.1 ผลการสำรวจการรับรู้ ทศนคตติ และภาพลักษณ์ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่มีต่อสถาบันเทคโนโลยีป้องกันประเทศ หรือ สทป.

ในการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสำรวจการรับรู้ ทศนคตติ และภาพลักษณ์ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่มีต่อสถาบันป้องกันประเทศ ผู้วิจัยแบ่งข้อมูลการวิจัยออกเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ส่วนที่ 2 การรับรู้เกี่ยวกับ สทป.

ส่วนที่ 3 ภาพลักษณ์ของ สทป.

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการรับรู้ ทศนคตติ และภาพลักษณ์ของ สทป.

โดยมีผลการสำรวจดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง โดยข้อมูลประกอบไปด้วย เพศ หน่วยงาน ต้นสังกัด ระยะเวลาที่ทำงาน ตำแหน่งงาน ระยะเวลาที่ทำงานในตำแหน่ง ได้ผลสรุปข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างดังนี้

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (N = 192)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	142	73.96
หญิง	50	26.04
รวม	192	100.00

จากตารางที่ 2 เพศของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 73.96 และเพศหญิง จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 26.04

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (N = 192)	ร้อยละ
อายุ		
20-29 ปี	9	4.69
30-39 ปี	66	34.38
40-49 ปี	71	36.98
50-59 ปี	43	22.39
60 ปีขึ้นไป	3	1.56
รวม	192	100.00

จากตารางที่ 3 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสัดส่วนมากที่สุดมีอายุ 40-49 ปี รองลงมา คือ ช่วง 30-39 ปี และ 50-59 ปี ตามลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามชั้นยศ

ชั้นยศ	จำนวน (N = 192)	ร้อยละ
พันเอก	4	2.08
พันโท	4	2.08
พันตรี	6	3.12
ร้อยเอก	7	3.65
ร้อยโท	22	11.46
ร้อยตรี	40	20.84
พันตำรวจเอก	1	0.52
พันตำรวจโท	2	1.04
พันตำรวจตรี	4	2.08
ร้อยตำรวจเอก	16	8.34
นาวาเอก	1	0.52
นาวาโท	2	1.04
นาวาตรี	4	2.08
นาวาอากาศเอก	4	2.08
นาวาอากาศโท	4	2.08
นาวาอากาศตรี	8	4.17
เรืออากาศเอก	28	14.59
ไม่ระบุ	35	18.23
รวม	192	100

จากตารางที่ 4 กลุ่มตัวอย่าง ยศร้อยตรี มีจำนวนมากที่สุด คือ 40 คน คิดเป็นร้อยละ 20.84 รองลงมา คือ เรืออากาศเอก มีจำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 14.59 และจำนวนกลุ่มตัวอย่างรองลงมา เป็นอันดับสาม คือ ร้อยโท ซึ่งมีจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 11.46

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามหน่วยงานที่สังกัด

หน่วยงานสังกัด	จำนวน (N = 192)	ร้อยละ
สำนักงานปลัดกระทรวงกลาโหม	7	3.65
กองบัญชาการกองทัพไทย	13	6.77
กองทัพบก	75	39.06
กองทัพอากาศ	36	18.75
ตำรวจ	23	11.98
หน่วยราชการอื่น	12	6.25
เอกชน	19	9.89
รวม	192	100.00

จากตารางที่ 5 หน่วยงานที่สังกัดของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 8 หน่วยงาน มีจำนวนประชากรทั้งสิ้น 192 คน โดยหน่วยงานที่มีจำนวนกลุ่มตัวอย่างมากที่สุด คือ กองทัพบก จำนวน 75 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 39.06 รองลงมา คือ กองทัพอากาศ 36 คน คิดเป็นร้อยละ 18.75 และอันดับสาม คือ ตำรวจ มีจำนวน 23 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 11.98

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระยะเวลาทำงาน

ระยะเวลาทำงาน	จำนวน (N = 192)	ร้อยละ
0 – 5 ปี	24	12.5
6 – 10 ปี	75	39.06
11 – 15 ปี	57	29.69
16 – 20 ปี	17	8.85
21 – 25 ปี	11	5.73
26 – 30 ปี	6	3.13
30 ปีขึ้นไป	2	1.04
รวม	192	100.00

จากตารางที่ 6 ระยะเวลาทำงานของกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนมากที่สุดคือกลุ่ม 6-10 ปี มีจำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 39.06 รองลงมา คือ 11-15 ปี มีจำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 29.69 และลำดับสาม คือ 0-5 ปี จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5

ส่วนที่ 2 การรับรู้เกี่ยวกับ สทป.

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์การรับรู้ของ สทป. จากข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง โดยข้อมูลประกอบไปด้วย การเคยได้ยินชื่อหรือรู้จัก สทป. การรู้จักต้นสังกัดของ สทป. สื่อที่ทำให้เกิดการรับรู้ สทป. การรับรู้หน้าที่หลักของ สทป. ความคิดเห็นต่อสื่อที่ส่งผลต่อการรับรู้ของ สทป. การรับรู้สื่อสังคมออนไลน์ของ สทป. ได้ผลสรุปข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างดังนี้

ตารางที่ 7 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการเคยได้ยินชื่อหรือรู้จัก สทป.

การเคยได้ยินชื่อหรือรู้จัก สทป.	จำนวน (N = 192)	ร้อยละ
เคย	176	91.67
ไม่เคย	16	8.33
รวม	192	100

จากตารางที่ 7 จำแนกตามการเคยได้ยินชื่อหรือรู้จัก สทป. พบว่ากลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 192 คน เคยได้ยินชื่อ สทป. เป็นจำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 91.67 และกลุ่มที่ไม่รู้จัก สทป. มี 16 คน คิดเป็นร้อยละ 8.33

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการรู้จักต้นสังกัดของ สทป.

การรู้จักต้นสังกัดของ สทป.	จำนวน (N = 176)	ร้อยละ
1) กระทรวงศึกษาธิการ	1	0.57
2) กระทรวงกลาโหม	151	85.79
3) กระทรวงการอุดมศึกษาฯ	2	1.14
4) กระทรวงมหาดไทย	0	0
5) สำนักนายกรัฐมนตรี	9	5.11
6) องค์การอิสระไม่ขึ้นกับหน่วยงานใด	13	7.39
รวม	176	100.00

จากตารางที่ 8 จำแนกตามการรู้จักต้นสังกัดของ สทป. พบว่ากลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 176 คน รู้จักต้นสังกัดของ สทป. คือกระทรวงกลาโหม จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 85.79 รองลงมา คือ องค์การอิสระไม่ขึ้นกับหน่วยงานใด จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 7.39 ลำดับสาม คือ สังกัดสำนักนายกรัฐมนตรี จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 5.11

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสื่อที่ทำให้เกิดการรับรู้ สทป.

สื่อที่ทำให้เกิดการรับรู้ สทป.	คะแนน (N = 402)	ร้อยละ
สื่อออนไลน์ของ สทป.	111	57.81
การร่วมโครงการ/ กิจกรรม/ อบรมกับ สทป.	48	25
เพื่อน/เพื่อนร่วมงาน	47	24.78
วิทยุ/โทรทัศน์	46	23.96
การบรรยายของ สทป.	44	22.92
ข่าวอินเทอร์เน็ต	37	19.27
ผู้บังคับบัญชา	36	18.75
เอกสารสิ่งพิมพ์ สทป.	23	11.98
หนังสือพิมพ์/วารสาร/นิตยสาร	7	3.64
อื่น ๆ	3	1.56
รวม	402	100.00

จากตารางที่ 9 จำแนกตามสื่อที่ทำให้เกิดการรับรู้ สทป. พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนมากมีการรับรู้เกี่ยวกับ สทป. ผ่านสื่อออนไลน์ของ สทป. มากที่สุด ประชากรในกลุ่มนี้มีจำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 57.81 รองลงมา คือ ผู้ที่รับรู้ผ่านการร่วมโครงการ/กิจกรรม/อบรมกับ สทป. มีจำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 25 รองลงมา คือ รับรู้จากเพื่อน/เพื่อนร่วมงาน มีจำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 24.78 ผู้ที่รับรู้จากวิทยุ/โทรทัศน์ มีจำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 23.96 ผู้ที่รับรู้ผ่านการบรรยาย มีจำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 22.92 ผู้ที่รับรู้ผ่านข่าวอินเทอร์เน็ต มีจำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 19.27 ผู้ที่ได้รับรู้ผ่านผู้บังคับบัญชา มีจำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 18.75 ผู้ที่รับรู้ผ่านเอกสารสิ่งพิมพ์ สทป. มีจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 11.98 ผู้ที่รับรู้ผ่านหนังสือพิมพ์/วารสาร/นิตยสาร มีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 3.64 และผู้ที่รับรู้ข่าวสารของ สทป. ผ่านช่องทางอื่น ๆ มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.56 ซึ่งกลุ่มตัวอย่างระบุว่าพบเห็นอาคารสำนักงานของ สทป.

ตารางที่ 10 ท่านคิดว่าวิสัยทัศน์ของสถาบันเทคโนโลยีป้องกันประเทศ คือข้อใดต่อไปนี้

การรับรู้หน้าที่หลักของ สทป.	ใช่ จำนวนคน (ร้อยละ)
เป็นผู้นำด้านเทคโนโลยีป้องกันประเทศในภูมิภาค ตอบสนองความต้องการของกองทัพไทย และพันธมิตรอาเซียน	166 (94.32)
เป็นผู้นำการบริหารจัดการการวิจัย และพัฒนาด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีป้องกันประเทศ เพื่อการทหารและความมั่นคงภายในประเทศ	7 (3.98)
เป็นผู้นำการบริหารจัดการงานด้านอุตสาหกรรมป้องกันประเทศและพลังงานทหารอย่างทันสมัย มีประสิทธิภาพ และมุ่งสู่การพึ่งพาตนเองอย่างยั่งยืน	2 (1.13)
เป็นผู้นำสถาบันการศึกษาทางทหารที่มีความเป็นเลิศในทางวิชาการทหารและความมั่นคงในระดับชาติและภูมิภาค โดยมุ่งสร้างความรอบรู้ ควบคู่จริยธรรมในการเป็นทหารอาชีพ	1 (0.57)

จากตารางที่ 10 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับรู้วิสัยทัศน์ของสถาบันเทคโนโลยีป้องกันประเทศ พบว่ากลุ่มตัวอย่างจำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 94.32 ตอบว่า “เป็นผู้นำด้านเทคโนโลยีป้องกันประเทศในภูมิภาค ตอบสนองความต้องการของกองทัพไทย และพันธมิตรอาเซียน” เป็นวิสัยทัศน์หลักของ สทป.

กลุ่มตัวอย่างอื่น ๆ ที่ไม่สามารถตอบวิสัยทัศน์ของ สทป. ได้อย่างถูกต้อง ได้แก่ กลุ่มตัวอย่าง 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.13 ตอบว่า “เป็นผู้นำการบริหารจัดการงานด้านอุตสาหกรรมป้องกันประเทศและพลังงานทหารอย่างทันสมัย มีประสิทธิภาพ และมุ่งสู่การพึ่งพาตนเองอย่างยั่งยืน” เป็นวิสัยทัศน์ของ สทป. ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.57 คิดว่า “เป็นผู้นำสถาบันการศึกษาทางทหารที่มีความเป็นเลิศในทางวิชาการทหารและความมั่นคงในระดับชาติและภูมิภาค โดยมุ่งสร้างความรอบรู้ ควบคู่จริยธรรมในการเป็นทหารอาชีพ” เป็นวิสัยทัศน์ของ สทป. และกลุ่มตัวอย่างจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 3.98 คิดว่า “เป็นผู้นำการบริหารจัดการการวิจัย และพัฒนาด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีป้องกันประเทศ เพื่อการทหารและความมั่นคงภายในประเทศ” เป็นวิสัยทัศน์หลักของ สทป.

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการรับรู้หน้าที่หลักของ สทป.

การรับรู้หน้าที่หลักของ สทป.	ใช่ จำนวนคน (ร้อยละ)	ไม่ใช่ จำนวนคน (ร้อยละ)
1. ศึกษา ค้นคว้า วิจัย และพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยีป้องกันประเทศ และดำเนินการอื่นที่เกี่ยวข้องหรือต่อเนื่อง เพื่อนำไปสู่อุตสาหกรรมป้องกันประเทศ	166 (94.32)	10 (5.68)
2. ผลิตบัณฑิตที่มีความรู้ความสามารถในการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีป้องกันประเทศโดยตรง	64 (36.36)	112 (63.64)
3. เป็นศูนย์ข้อมูลความรู้ด้านเทคโนโลยีป้องกันประเทศ ให้แก่ต่างประเทศและวางแผนการพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีป้องกันประเทศ	151 (85.79)	25 (14.21)
4. ประสานความร่วมมือด้านเทคโนโลยีป้องกันประเทศและอุตสาหกรรมป้องกันประเทศกับหน่วยงานของรัฐ สถาบันการศึกษาและภาคเอกชนทั้งในประเทศและต่างประเทศ	171 (97.16)	5 (2.84)
5. ส่งเสริมและสนับสนุนการฝึกอบรม การค้นคว้าวิจัย การพัฒนาบุคลากรด้านเทคโนโลยีป้องกันประเทศ	148 (84.09)	28 (15.91)

จากตารางที่ 11 จำแนกตามการรับรู้หน้าที่หลักของ สทป. พบว่ากลุ่มตัวอย่างจำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 94.32 คิดว่า “ศึกษา ค้นคว้า วิจัย และพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยีป้องกันประเทศ และดำเนินการอื่นที่เกี่ยวข้องหรือต่อเนื่อง เพื่อนำไปสู่อุตสาหกรรมป้องกันประเทศ” เป็นหน้าที่หลักของ สทป. ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 5.68 คิดว่าไม่ใช่

กลุ่มตัวอย่างจำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 36.36 คิดว่า “ผลิตบัณฑิตที่มีความรู้ความสามารถในการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีป้องกันประเทศโดยตรง” เป็นหน้าที่หลักของ สทป. ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 63.64 คิดว่าไม่ใช่

กลุ่มตัวอย่างจำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 85.79 คิดว่า “เป็นศูนย์ข้อมูลความรู้ด้านเทคโนโลยีป้องกันประเทศ ให้แก่ต่างประเทศและวางแผนการพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีป้องกันประเทศ” เป็นหน้าที่หลักของ สทป. ในขณะที่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 25 คิดเป็นร้อยละ 14.21 คิดว่าไม่ใช่

กลุ่มตัวอย่างจำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 97.16 คิดว่า “ประสานความร่วมมือด้านเทคโนโลยีป้องกันประเทศและอุตสาหกรรมป้องกันประเทศ กับหน่วยงานของรัฐ สถาบันการศึกษา และภาคเอกชนทั้งในประเทศและต่างประเทศ” เป็นหน้าที่หลักของ สทป. ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 2.84 คิดว่าไม่ใช่

กลุ่มตัวอย่างจำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 84.09 คิดว่า “ส่งเสริมและสนับสนุนการฝึกอบรม การค้นคว้าวิจัย การพัฒนาบุคลากรด้านเทคโนโลยีป้องกันประเทศ” เป็นหน้าที่หลักของ สทป. ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 15.91 คิดว่าไม่ใช่

ตารางที่ 12 การรับรู้เกี่ยวกับพระราชบัญญัติเทคโนโลยีป้องกันประเทศ ท่านรับทราบเกี่ยวกับพระราชบัญญัติเทคโนโลยีป้องกันประเทศ พ.ศ. 2562 ใช่หรือไม่

การรับรู้เกี่ยวกับพระราชบัญญัติเทคโนโลยีป้องกันประเทศ	คะแนน (N = 176)	ร้อยละ
รับทราบและรู้รายละเอียด	16	9.09
รับทราบแต่ไม่รู้รายละเอียด	138	78.41
ไม่เคยทราบ	22	12.50

จากตารางที่ 12 การรับรู้เกี่ยวกับพระราชบัญญัติเทคโนโลยีป้องกันประเทศ กลุ่มตัวอย่างส่วนมากรับทราบแต่ไม่รู้รายละเอียด จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 78.41 รองลงมา คือ ไม่เคยทราบ จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50 และมีผู้ที่รับทราบและรู้รายละเอียด 14 คน คิดเป็นร้อยละ 9.09

ตารางที่ 13 ตามพระราชบัญญัติเทคโนโลยีป้องกันประเทศ พ.ศ. 2562 กำหนดให้กรณีที่เป็นยุทธโศภรณ์ที่ใช้ในการสงคราม การผลิตและจำหน่าย สถาบันอาจร่วมกับเอกชนหรือนิติบุคคลอื่นก่อตั้งนิติบุคคลเพื่อผลิตและขายได้

ขีดความสามารถในการขายยุทธโศภรณ์	คะแนน (N = 176)	ร้อยละ
มากที่สุด	7	3.98
มาก	23	13.07
ปานกลาง	97	55.11
น้อย	18	10.23
น้อยที่สุด	4	2.27
ไม่มีความเห็น	27	15.34

จากตารางที่ 13 กลุ่มตัวอย่างคิดว่า สทป. มีขีดความสามารถในการขายยุทธโศภรณ์มากที่สุดจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 3.98 ระดับมากจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 13.07 ระดับปานกลาง 97 คน คิดเป็นร้อยละ 55.11 ระดับน้อย 18 คน คิดเป็นร้อยละ 10.23 ระดับน้อยที่สุด 4 คน คิดเป็นร้อยละ 2.27 และไม่มีความเห็น 27 คน คิดเป็นร้อยละ 15.34

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง ความคิดเห็นต่อสื่อที่มีความจำเป็นต่อการรับรู้ข่าวสาร การดำเนินงานหรือโครงการกิจกรรมของ สทป.

สื่อที่ทำให้เกิดการรับรู้ สทป.	คะแนน (N = 880)	ร้อยละ
สื่อออนไลน์ของ สทป.	178	20.23
การร่วมโครงการ/ กิจกรรม/ อบรมกับ สทป.	154	17.5
วิทยุ/โทรทัศน์	129	14.66
อินเทอร์เน็ต	115	13.07
หนังสือพิมพ์/วารสาร/นิตยสาร	90	10.23
เอกสารสิ่งพิมพ์ สทป.	77	8.75
การบรรยายของ สทป.	54	6.13
เพื่อน/เพื่อนร่วมงาน	47	5.34
ผู้บังคับบัญชา	36	4.09

ตารางที่ 14 จำแนกตามความคิดเห็นต่อสื่อที่ส่งผลต่อการรับรู้ของ สทป. พบว่ากลุ่มตัวอย่างเห็นว่า สื่อออนไลน์เป็นสื่อที่ส่งผลต่อการรับรู้เกี่ยวกับ สทป. มากที่สุดโดยให้คะแนนรวมแล้ว 178 คะแนน หรือคิดเป็นร้อยละ 20.23 รองลงมา คือ การร่วมโครงการ/ กิจกรรม/ อบรมกับ สทป. 154 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 17.5 วิทยุ/โทรทัศน์ 129 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 14.66 อินเทอร์เน็ต 115 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 13.07 หนังสือพิมพ์/วารสาร/นิตยสาร 90 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 10.23 เอกสารสิ่งพิมพ์ สทป. 77 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 8.75 การบรรยายของ สทป. 54 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 6.13 เพื่อน/เพื่อนร่วมงาน สทป. 47 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 5.34 และสื่อที่ได้รับคะแนนน้อยที่สุด คือ ผู้บังคับบัญชา ซึ่งได้รับคะแนน คือ 36 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 4.09

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างสื่อสังคมออนไลน์ของ สทป. มีสื่ออะไรบ้างที่ท่านติดตาม

สื่อสังคมออนไลน์ของ สทป. ที่ท่านติดตาม	คะแนน (N = 176)	ร้อยละ
เฟซบุ๊ก (Facebook) dtithailand	102	57.95
ยูทูบ (YouTube)	55	31.25
วารสารออนไลน์ (E-Magazine)	16	9.09
ทวิตเตอร์ (Twitter) @DTIThailand	2	1.14
อินสตาแกรม (Instagram) dtithailand	1	0.57

จากตารางที่ 15 แสดงพฤติกรรมการติดตามสื่อออนไลน์ของ สทป. พบว่า เฟซบุ๊ก (Facebook) เป็นสื่อที่มีคนติดตามมากที่สุด จำนวน 102 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 57.95 รองลงมาคือ ยูทูบ และอื่น ๆ ตามลำดับ

สหป. มีการประชาสัมพันธ์เพื่อให้สังคมรับรู้บทบาท หน้าที่ พันธกิจ ตลอดจนผลงานขององค์กรในปีงบประมาณ 2562 ในระดับดีที่สุด คิดเป็นร้อยละ 23.29

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มที่มีต่อการประชาสัมพันธ์เพื่อให้สังคมรับรู้บทบาท หน้าที่ พันธกิจ ตลอดจนผลงานขององค์กรในปีงบประมาณ 2563

การประชาสัมพันธ์องค์กรในปี 2563	คะแนน (N = 176)	ร้อยละ
ดีที่สุด	41	23.29
ดีมาก	59	33.52
ปานกลาง	63	35.8
น้อย	0	0
น้อยที่สุด	0	0
ไม่แสดงความเห็น	13	7.39

จากตารางที่ 16 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มที่มีต่อการประชาสัมพันธ์เพื่อให้สังคมรับรู้บทบาท หน้าที่ พันธกิจ ตลอดจนผลงานขององค์กรในปีงบประมาณ 2563 พบว่า ปานกลาง 63 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 35.8 ดีมาก 59 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 33.52 ดีที่สุด 41 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 23.29 และไม่แสดงความเห็น 13 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 7.39

ส่วนที่ 3 ภาพลักษณ์ของ สทป.

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างด้านภาพลักษณ์ของ สทป. ได้ผลสรุปข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างดังนี้

ตารางที่ 17 แสดงจำนวนและร้อยละค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของภาพลักษณ์การดำเนินงานของ สทป.

ภาพลักษณ์การดำเนินงานของ สทป.	ค่าเฉลี่ย $\bar{x}$	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน S.D.	แปล ความ
1. มีผลงานวิจัยและพัฒนาโครงการขนาดใหญ่ที่เป็นรูปธรรมที่ท่านรับรู้และยอมรับ	4.27	0.81	มากที่สุด
2. มีผลงานศึกษาค้นคว้าวิจัยเกี่ยวกับเทคโนโลยีป้องกันประเทศที่ท่านรับรู้และยอมรับ	4.18	0.8	มาก
3. สทป. เป็นศูนย์ข้อมูลความรู้ด้านเทคโนโลยีป้องกันประเทศให้แก่กระทรวงกลาโหมเพื่อใช้กำหนดนโยบายและแผนการพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีป้องกันประเทศ	4.33	0.83	มากที่สุด
4. มีผลงานความร่วมมือกับหน่วยงานอื่นของรัฐ สถาบันการศึกษาทั้งในประเทศและต่างประเทศ	4.17	0.79	มาก
5. มีการส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพด้านเทคโนโลยีป้องกันประเทศอย่างเป็นรูปธรรม	4.41	0.77	มากที่สุด
6. ท่าน/หน่วยงานท่าน ยินดีสนับสนุน/ร่วมมือกับ สทป. ในการพัฒนาการวิจัยยุทธโศปกรณ์ป้องกันประเทศเพื่อชาติ	4.56	0.71	มากที่สุด
7. ท่านมั่นใจว่าประเทศไทยจะมีความสามารถพัฒนายุทธโศปกรณ์ด้วยการพึ่งพาตนเองได้ในอนาคต	4.51	0.68	มากที่สุด
8. ท่านมั่นใจว่าเทคโนโลยีที่พัฒนาโดย สทป. จะมีประสิทธิภาพทัดเทียมกับต่างประเทศ	4.01	0.84	มาก
9. ท่านคิดว่าการดำเนินงานของ สทป. เป็นไปด้วยความโปร่งใส มีความสุจริตด้านคุณธรรมจริยธรรม	4.14	0.86	มาก
10. ท่านคิดว่า สทป. สามารถปฏิบัติงานได้ตรงตามบทบาทหน้าที่ที่ระบุไว้ในพระราชบัญญัติเทคโนโลยีป้องกันประเทศ พ.ศ. 2562	4.48	0.78	มากที่สุด
ภาพรวมภาพลักษณ์การดำเนินงานของ สทป.	4.306	0.787	มากที่สุด

จากตารางที่ 17 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ภาพลักษณ์การดำเนินงานของ สทป.

ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.306$, S.D. = 0.787)

ตารางที่ 18 แสดงจำนวนและร้อยละค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นที่มีต่อผลผลิตที่วิจัยโดย สทป. ที่เป็นรูปธรรมและนำมาใช้ได้จริง

ความคิดเห็นที่มีต่อผลผลิตที่วิจัยโดย สทป. ที่เป็นรูปธรรมและนำมาใช้ได้จริง	ค่าเฉลี่ย $\bar{x}$	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D.	แปลความ
1. โครงการวิจัยและพัฒนาระบบจรวดหลายลำกล้องแบบ DTI-1 และ DTI-1G	3.77	0.74	มาก
2. โครงการวิจัยและพัฒนาระบบจรวดสมรรถนะสูงแบบ DTI-2	3.65	0.79	มาก
3. โครงการวิจัยและพัฒนา ร่มยานเกราะล้อยาง	3.98	0.76	มาก
4. โครงการวิจัยและพัฒนาองค์ประกอบพื้นฐานของระบบอากาศยานไร้คนขับ (UAV)	4.33	0.71	มากที่สุด
5. โครงการวิจัยและพัฒนาต้นแบบหุ่นยนต์เก็บกู้วัตถุระเบิด	4.12	0.73	มาก
6. โครงการวิจัยและพัฒนาระบบจำลองยุทธเสมือนจริง (SIM)	4.26	0.75	มากที่สุด
7. โครงการวิจัยและพัฒนาจรวดดัดแปรสภาพอากาศ	4.49	0.78	มากที่สุด
8. การสนับสนุนทุนวิจัย/หลักสูตรบัณฑิตศึกษา	4.63	0.70	มากที่สุด
9. วารสารออนไลน์	3.86	0.81	มาก
10. โครงการอื่น ๆ ของ สทป.	4.02	0.81	มาก
ภาพรวมความคิดเห็นที่มีต่อผลผลิตที่วิจัยโดย สทป. ที่เป็นรูปธรรมและนำมาใช้ได้จริง	4.111	0.789	มาก

จากตารางที่ 18 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นผลผลิตที่วิจัยโดย สทป. ที่เป็นรูปธรรมและนำมาใช้ได้จริงอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.111$, S.D. = 0.789)

ตารางที่ 19 แสดงจำนวนและร้อยละค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นที่มีต่อผลการดำเนินงานของ สทป. ในปีงบประมาณ 2563

ความคิดเห็นที่มีผลต่อการดำเนินงานของ สทป.	ค่าเฉลี่ย $\bar{x}$	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน S.D.	แปลความ
1. การดำเนินงานในภาพรวมของ สทป. ในปีงบประมาณ 2562 สร้างภาพลักษณ์ที่ดีกับ สทป.	4.22	0.8	มากที่สุด
2. อาวุธและยุทธโศปกรณ์ของ สทป. เป็นที่รับรู้และยอมรับมากขึ้นในปีงบประมาณ 2563	4.06	0.77	มาก
3. การดำเนินงานของ สทป. ในปีงบประมาณ 2563 สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การจัดตั้ง แผนงาน อำนาจหน้าที่ หรืองานที่ได้รับมอบหมายจากรัฐบาล	4.31	0.68	มากที่สุด
4. ท่านคิดว่า สทป. สนับสนุนการพัฒนาบุคลากรทั้งในภาควิชาการ อุตสาหกรรมและภาคเอกชนอย่างต่อเนื่อง	4.08	0.81	มาก
5. จากภารกิจหลักของ สทป. ที่ท่านรับรู้ผ่านสื่อต่าง ๆ ทำให้ท่านเชื่อมั่นในผลงานของ สทป.	4.11	0.74	มาก
ภาพรวมความคิดเห็นที่มีผลต่อการดำเนินงานของ สทป.	4.156	0.76	มาก

จากตารางที่ 19 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นที่มีผลต่อ สทป. ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.156$, S.D. = 0.76)

ตารางที่ 20 ตารางที่สรุปผลการสำรวจการรับรู้ภาพลักษณ์ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่มีต่อสถาบันเทคโนโลยีป้องกันประเทศ หรือ สทป.

ประเด็นสำคัญ	ค่าเฉลี่ย $\bar{x}$	ร้อยละ
ภาพลักษณ์การดำเนินงานของ สทป.	4.306	86.12
ความคิดเห็นที่มีต่อผลผลิตที่วิจัยโดย สทป. ที่เป็นรูปธรรมและนำมาใช้ได้จริง	4.111	82.22
ความคิดเห็นที่มีผลต่อการดำเนินงานของ สทป.	4.156	83.12

จากตารางที่ 20 สรุปได้ว่าในปี 2563 ภาพลักษณ์การดำเนินงานของ สทป. ประเมินแล้วอยู่ที่ร้อยละ 86.12 ขณะที่ความคิดเห็นที่มีต่อผลผลิตที่วิจัยโดย สทป. ที่เป็นรูปธรรมและนำมาใช้ได้จริงอยู่ที่ร้อยละ 82.22 และความคิดเห็นที่มีต่อผลการดำเนินงานของ สทป. อยู่ที่ร้อยละ 83.12

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการรับรู้ ทักษะ และภาพลักษณ์ของ สทป.

1. เพิ่มการรับรู้ สทป. และพัฒนาการรับรู้ที่เหมาะสมอย่างต่อเนื่อง

เนื่องจากการเปลี่ยนฐานะขององค์กร และเพิ่มเติมบทบาทหน้าที่ตามพระราชบัญญัติเทคโนโลยีป้องกันประเทศ พ.ศ. 2562 จากการศึกษาพบว่าผู้คนส่วนใหญ่รับทราบว่ามีพระราชบัญญัติเทคโนโลยีป้องกันประเทศฉบับนี้เกิดขึ้น แต่ยังไม่เข้าใจเนื้อหา ไม่เข้าใจว่า สทป. มีการเปลี่ยนแปลงอย่างไรภายใต้พระราชบัญญัติเทคโนโลยีป้องกันประเทศนี้ จุดนี้จึงเป็นจุดสำคัญที่ สทป. จะต้องเร่งประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนรับรู้เกี่ยวกับพระราชบัญญัติเทคโนโลยีป้องกันประเทศ รวมถึงความแตกต่างระหว่างพระราชกฤษฎีกาเดิม กับพระราชบัญญัติเทคโนโลยีป้องกันประเทศ

2. การสร้างความน่าเชื่อถือด้านการพัฒนาอวุธยุทโธปกรณ์

สืบเนื่องจากพระราชบัญญัติเทคโนโลยีป้องกันประเทศ พ.ศ. 2562 สทป. เป็นหน่วยงานกลางด้านการพัฒนาอุตสาหกรรมป้องกันประเทศ ยิ่งไปกว่านั้น อุตสาหกรรมป้องกันประเทศยังเป็นอุตสาหกรรมที่อยู่ในแผนพัฒนาชาติ 20 ปี และเป็น New S-Curve ด้านเศรษฐกิจของรัฐบาล การที่จะประสบความสำเร็จตามความคาดหวังดังกล่าวข้างต้นนั้น สทป. จะต้องมีความมาตรฐานที่ดีสำหรับกระบวนการทำงาน และกระบวนการค้นคว้า วิจัยและสร้างอวุธยุทโธปกรณ์ต่าง ๆ การทำงานให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากล ทั้งมาตรฐาน ISO มาตรฐาน CODEX หรือมาตรฐานด้านความปลอดภัยทางอุตสาหกรรมอื่น ๆ ตลอดจนมาตรฐานการดำเนินงานและควบคุมโครงการ เช่น มาตรฐาน Project Management Professional (PMP) ก็เป็นสิ่งที่ สทป. ควรพิจารณาส่งบุคลากรเข้าอบรมหรือทดสอบให้ผ่านมาตรฐานเหล่านี้

3. พัฒนาเนื้อหาข่าวและบทความภาษาอังกฤษและภาษาต่างชาตินอื่น ๆ จากการศึกษาสื่อต่าง ๆ ทั้งหมดของ สทป. พบว่ามีการประชาสัมพันธ์เป็นภาษาอื่น ๆ นอกเหนือจากภาษาไทยน้อยมาก เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และวิสัยทัศน์ขององค์กรที่ต้องการเป็นผู้นำด้านอุตสาหกรรมป้องกันประเทศในภูมิภาค สทป. จำเป็นต้องพัฒนาสื่อภาษาอังกฤษเพื่อประชาสัมพันธ์หน่วยงานและผลผลิตต่าง ๆ ของ สทป. ให้เป็นที่รู้จักในระดับนานาชาติ

4. การพัฒนาสื่อออนไลน์ ในเบื้องต้น สทป. ได้พัฒนาวารสารออนไลน์ ซึ่งประสบความสำเร็จอย่างมากในด้านการสร้างการรับรู้ให้กับประชาชนทั่วไป รวมถึงประสบความสำเร็จในแง่การประชาสัมพันธ์งานต่าง ๆ ของ สทป. แต่ในภาพรวมการพัฒนาสื่อออนไลน์ของ สทป. ยังไม่มีทิศทางที่แน่นอน โดยเฉพาะการสร้างเนื้อหาออนไลน์สำหรับสื่อสังคมออนไลน์นั้นน้อยมากและไม่สม่ำเสมอ ทั้ง ๆ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มองว่าสื่อที่สำคัญที่สุดในการสร้างการรับรู้ที่ดีของ สทป. คือ สื่อสังคมออนไลน์ สทป. ควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาสื่อออนไลน์มากกว่าที่เป็นอยู่นี้อย่างมีระบบ

4.2 ผลการสำรวจจากแบบสัมภาษณ์

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์แบบสัมภาษณ์จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับ สทป. แบ่งออกเป็น 5 หัวข้อคำถาม ได้ดังนี้

1. ท่านคิดว่าการนำเสนอหน้าที่หลักของสถาบันเทคโนโลยีป้องกันประเทศ ในปัจจุบัน มีความเหมาะสม และมีคำแนะนำอย่างไรบ้าง

กลุ่มตัวอย่างคิดว่า การนำเสนอหน้าที่หลักของ สทป. มีความเหมาะสม เพราะว่าได้นำเสนอในเรื่องของงานที่ สทป. กำลังทำอยู่และเป็นประโยชน์แก่หน่วยงานที่ได้รับการอบรมเป็นอย่างมาก

อย่างไรก็ตาม กลุ่มตัวอย่างต้องการให้ สทป. ได้มีโอกาสทำกิจกรรมร่วมกับทางกองทัพ และหน่วยงานให้บ่อยยิ่งขึ้น ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของการให้ความรู้ องค์ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี รวมทั้งการแนะนำองค์กรในสถานศึกษาต่าง ๆ อาทิเช่น โรงเรียนเสนาธิการทหารบก วทบ. วทร. วทอ. วิทยาลัยเหล่าทัพต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งต้องการให้ สทป. ไปที่ โรงเรียนนายสิบทหารบก โรงเรียนนายร้อย จปร. โรงเรียนนายร้อยสามเหล่า รวมถึง โรงเรียนช่างฝีมือทหาร เพราะโรงเรียนเหล่านี้เป็นจุดเริ่มต้นของบุคลากรทางทหาร ได้รับทราบตั้งแต่ต้นว่า สทป. ทำอะไร ซึ่ง สทป. จะได้ประโยชน์ในระหว่างที่ไปทำกิจกรรมเหล่านี้คือ สทป. สามารถคัดเลือกคนเก่งของกองทัพได้ สทป. ควรทำความรู้จักกับคนเหล่านี้ และคัดเลือกคนเก่งให้มาทำงานกับสทป.

2. ท่านคิดว่าในภาพรวม ภาพลักษณ์การดำเนินงานขององค์กรเป็นเช่นไร

ในมุมมองของกลุ่มตัวอย่าง ภาพรวม และภาพลักษณ์การดำเนินงานของ สทป. ได้รับการยอมรับมากขึ้นกว่าเมื่อสองสามปีที่ผ่านมา อย่างไรก็ตาม สทป. ดำเนินงานในเรื่องเกี่ยวกับอาวุธ หน่วยงานหลัก ๆ ของกลาโหม แบ่งออกเป็น สามส่วนหลัก ๆ กองทัพบก กองทัพเรือ กองทัพอากาศ ตอนนี้อยู่ในเกณฑ์เสมอตัวยังไม่โดดเด่นอะไรมาก อาจจะต้องใช้เวลาในการพัฒนาสักระยะหนึ่ง ภาพลักษณ์ของ สทป. ไม่จำเป็นต้องทำโครงการขนาดใหญ่ เช่น การสร้างจรวด หรือว่า การทำอะไรใหญ่โตมากมายใช้เงินสูง ๆ แต่ สทป. ต้องสร้างนวัตกรรมของตนเองขึ้นมา เพราะสิ่งพวกนี้จะเป็นที่ประจักษ์ ไม่จำเป็นว่าหน่วยงานทหารจะต้องรู้ต้องสามารถนำไปใช้ในวงการทหาร อาจจะสามารถนำไปใช้ในองค์การพลเรือน เช่น กรมป่าไม้ หรือกรมประมง เป็นต้น โดยสรุป กลุ่มตัวอย่างต้องการให้ สทป.

1) มุ่งเน้นทางด้านนวัตกรรม ต้องมองเทคโนโลยีเพื่ออนาคต

2) การบำรุงรักษายุทธโศปกรณ์ของกองทัพ เพราะว่าหน่วยงานต่าง ๆ ในกองทัพต่างมียุทธโศปกรณ์ที่ใช้มาอย่างยาวนาน ดังนั้น สทป. ต้องคำนึงถึงการบำรุงรักษายุทธโศปกรณ์เหล่านี้ด้วย โดยมีคำถามสำคัญคือ จะทำอย่างไรให้สามารถบำรุงรักษาและใช้งานอาวุธเหล่านี้ได้

3. ท่านคิดว่า การดำเนินงานร่วมกันระหว่างหน่วยงานของท่านกับ สทป. มีผลงานที่น่าพึงพอใจหรือไม่

กลุ่มตัวอย่างให้ข้อมูลว่า หน่วยงานของกลุ่มตัวอย่างมีการเปิดหลักสูตรต่าง ๆ และมีการเชิญ สทป. มาเกือบทุกหลักสูตร ซึ่งประสบความสำเร็จเป็นอย่างมาก ทั้งนี้ได้ให้ความคิดเห็นเพิ่มเติมดังนี้

1. ในบางหน่วยงาน นักเรียน นักศึกษา และผู้เข้าอบรมที่ได้รับการอบรมครั้งแรกยังไม่รู้จักกับ สทป. จึงอยากให้ สทป. เพิ่มการแนะนำหน่วยงานในส่วนแรกของการบรรยายมากขึ้น

2. อยากให้เพิ่มหลักสูตรการฝึก เพราะในกลุ่มผู้ให้ข้อมูลมีหลักสูตรที่หลากหลาย นอกจากการเรียนในตำราแล้ว จะมีการออกฝึกภาคสนาม โดย สทป. มีโครงการในเรื่องของ UAV ตรงนี้อาจจะเป็นประโยชน์ในการฝึกกับนักเรียนได้

4. ในฐานะที่ท่านสังกัดในหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ท่านคิดว่าความสัมพันธ์ของ สทป. และหน่วยงานของท่านเป็นเช่นไร

กลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นว่าความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานและ สทป. เป็นไปได้ด้วยดี สทป. เป็นผู้ให้ความรู้คำแนะนำ มาบรรยายเกี่ยวกับงานที่ทำอยู่ในปัจจุบันเสมอ นักเรียนก็เริ่มรู้จัก สทป. มากขึ้น แต่อย่างไรก็ตามก็ยังอยากให้ สทป. เข้ามาในหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาทั้งของกองทัพและในภาคเอกชนมากขึ้นกว่านี้

5. ท่านคิดว่าการพัฒนาความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สทป. ต้องดำเนินการเช่นไร

กลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นว่า ต้องการให้ สทป. เข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดความต้องการหรือให้ความรู้ นำนวัตกรรมที่ สทป. คิดมานำเสนอ และเชิญ สทป. มาบรรยายให้กับนายทหารนักเรียนหรือผู้รับการอบรม ปีละ 4-5 รุ่น คิดว่าน่าจะมีกลุ่มของคนที่ได้รับประโยชน์จาก สทป. มาก

นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างยังแสดงความชื่นชม สทป. ที่มีความตั้งใจเข้ามาอบรมให้ความรู้กับทางโรงเรียน โดยไม่ต้องร้องขอ ซึ่งในแต่ละปี จะมีหนังสือจาก สทป. ว่ายินดีที่จะให้ความรู้โดยไม่คิดค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ซึ่งเป็นสิ่งที่ สทป. ทุ่มความตั้งใจ และการมาแต่ละครั้ง สทป. ก็นำสิ่งของนวัตกรรมและความรู้ต่าง ๆ ที่ สทป. ได้ทำการวิจัยและใช้ประโยชน์ได้จริงมาจัดแสดงและแนะนำผู้เรียนด้วย จึงต้องการให้ สทป. รักษาการปฏิบัติที่ดีนี้ไว้

**บทที่ 5 ผลการสำรวจความพึงพอใจของผู้รับบริการและผู้ถือผลประโยชน์
ที่มีต่อสถาบันเทคโนโลยีป้องกันประเทศ**

5.1 ผลการสำรวจจากแบบสอบถาม

แบ่งข้อมูลการวิจัยออกเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของ สทป.

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นในด้านความคุ้มค่าทางสังคมและเศรษฐกิจของ สทป.

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง โดยข้อมูลประกอบไปด้วย เพศ หน่วยงาน ต้นสังกัด ระยะเวลาที่ทำงาน ตำแหน่งงาน ระยะเวลาที่ทำงานในตำแหน่ง ได้ผลสรุปข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างดังนี้

ตารางที่ 21 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (N = 222)	ร้อยละ
ชาย	163	73.42
หญิง	59	26.58
รวม	222	100.00

จากตารางที่ 21 เพศของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 163 คน คิดเป็นร้อยละ 73.42 และเพศหญิง จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 26.58

ตารางที่ 22 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามหน่วยงานต้นสังกัด

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (N = 222)	ร้อยละ
หน่วยงานที่สังกัด		
สำนักงานปลัดกระทรวงกลาโหม	7	3.15
กองบัญชาการกองทัพไทย	13	5.86
กองทัพบก	75	33.78
กองทัพอากาศ	36	16.22
หน่วยราชการอื่น ๆ	23	10.36
เอกชน	12	5.41
หน่วยงานเอกชน	49	22.07
รวม	222	100.00

ตารางที่ 22 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 222 คน จำแนกตามหน่วยงาน ต้นสังกัด โดยต้นสังกัดที่มีจำนวนกลุ่มตัวอย่างมากที่สุด คือกองทัพบก จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 33.78 รองลงมาคือ กองทัพอากาศ จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 16.22 หน่วยราชการอื่น ๆ จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 10.36 กองบัญชาการกองทัพไทย จำนวน 13 คน ร้อยละ 5.58 เอกชน จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 5.41 กองทัพเรือ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 3.15 และสุดท้าย คือ สำนักงานปลัดกระทรวงกลาโหม จำนวน 7 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 3.15

ตารางที่ 23 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระยะเวลาที่ทำงานในหน่วยงาน

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (N = 222)	ร้อยละ
ระยะเวลาที่ทำงานในตำแหน่ง		
0 – 5 ปี	31	13.96
6 – 10 ปี	78	35.14
11 – 15 ปี	72	32.43
16 – 20 ปี	19	8.56
21 – 25 ปี	14	6.31
26 – 30 ปี	6	2.7
30 ปีขึ้นไป	2	0.9
รวม	222	100.00

จากตารางที่ 23 จำนวนของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 222 คน จำแนกออกเป็นผู้ที่มีระยะเวลาการทำงาน 0-5 ปี จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 13.96 ผู้ที่ทำงานในตำแหน่งเป็นระยะเวลา 6-10 ปี จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 35.14 ผู้ที่ทำงานในตำแหน่งเป็นระยะเวลา 11-15 ปี จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 32.43 ผู้ที่ทำงานในตำแหน่งงานเป็นระยะเวลา 16-20 ปี จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 8.56 ผู้ที่ทำงานในตำแหน่งเป็นระยะเวลา 21-25 ปี จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 6.31 ผู้ที่ทำงานในตำแหน่งเป็นระยะเวลา 26-30 ปี จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 2.7 และผู้ที่มีระยะเวลาการทำงานในตำแหน่งมากกว่า 30 ปีขึ้นไป มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.9

ตารางที่ 24 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ของการติดต่อกับ สทป.

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (N = 222)	ร้อยละ
ความถี่ในการติดต่อ		
ติดต่อเป็นประจำ	57	25.68
ติดต่อบ้าง	162	74.32
ไม่เคยติดต่อกับ สทป.	0	0
รวม	222	100.00

จากตารางที่ 24 จะเห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีการติดต่อ สทป. บ้างเป็นครั้งคราว จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 74.32 แต่ก็มีผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่ติดต่อกับ สทป. เป็นประจำ จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 25.68 ผู้วิจัยได้คัดแยกส่วนของผู้ที่ไม่เคยติดต่อกับ สทป. ออกไป เนื่องจากข้อมูลจากบุคคลกลุ่มนี้ไม่ได้มีผลอย่างแท้จริงต่อการสำรวจความพึงพอใจ เพราะคนกลุ่มนี้ไม่เคยได้รับการบริการจาก สทป.

ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของ สทป.

ตารางที่ 25 แสดงจำนวนและร้อยละค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่

ความพึงพอใจด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่	ค่าเฉลี่ย $\bar{x}$	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน S.D.	แปลความ
1. เจ้าหน้าที่ปฏิบัติหน้าที่ด้วยความสุภาพ ไม่แสดงออกซึ่งพฤติกรรมที่จะส่อไปในทางที่ไม่ให้เกียรติผู้อื่น	4.41	0.51	ดีมาก
2. เจ้าหน้าที่ปฏิบัติต่อทุกหน่วยงานด้วยมาตรฐานเดียวกัน	4.43	0.50	ดีมาก
3. มีการติดตามงานและความรับผิดชอบในการปฏิบัติงานเป็นอย่างดี	4.34	0.60	ดีมาก
4. ความเข้าใจในบทบาทหน้าที่ของ สทป. และสามารถให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องอย่างครบถ้วนและถูกต้อง	4.32	0.60	ดีมาก
5. ความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่ สทป. โดยรวม	4.37	0.59	ดีมาก
ภาพรวมความพึงพอใจภาพรวมด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่	4.374	0.692	ดีมาก

จากตารางที่ 25 แสดงให้เห็นถึงความพึงพอใจภาพรวมด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ในระดับดีมาก ($\bar{x} = 4.374$, S.D. = 0.692) โดยคะแนนเฉลี่ยในด้านนี้เพิ่มขึ้นจากปี 2562 เป็นจำนวน 0.138 คะแนน (คะแนนปีที่แล้วอยู่ที่ $\bar{x} = 4.236$, S.D. = 0.56) จะเห็นได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจในด้านเจ้าหน้าที่ปฏิบัติต่อทุกหน่วยงานด้วยมาตรฐานเดียวกัน และเจ้าหน้าที่ปฏิบัติหน้าที่ด้วยความสุภาพ ไม่แสดงออกซึ่งพฤติกรรมที่จะส่อไปในทางที่ไม่ให้เกียรติผู้อื่นมากที่สุด ซึ่งส่งผลให้การประเมินความพึงพอใจในภาพรวมของเจ้าหน้าที่เพิ่มขึ้น และทำให้คะแนนในด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่เพิ่มขึ้นตามไปด้วย

ตารางที่ 26 แสดงจำนวนและร้อยละค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจด้านการให้บริการของ สทป.

ความพึงพอใจด้านการให้บริการของ สทป.	ค่าเฉลี่ย $\bar{x}$	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน S.D.	แปลความ
6. กระบวนการและขั้นตอนชัดเจน	4.31	0.79	ดีมาก
7. ระยะเวลาในการดำเนินการมีความเหมาะสม	4.27	0.76	ดี
8. ขั้นตอนในการให้บริการเหมาะสม	4.26	0.56	ดี
9. การประสานงานและการอำนวยความสะดวก	4.22	0.64	ดีมาก
10. การติดตามงานอย่างต่อเนื่อง	4.15	0.57	ดี
ภาพรวมความพึงพอใจด้านการให้บริการของ สทป.	4.242	0.664	ดีมาก

จากตารางที่ 26 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจด้านการให้บริการของ สทป. ในภาพรวมในระดับดีมาก ($\bar{x} = 4.242$, S.D. = 0.664) โดยคะแนนเฉลี่ยในด้านนี้เพิ่มขึ้นจากปี 2562 เป็นจำนวน 0.002 คะแนน (คะแนนปีที่แล้วอยู่ที่ $\bar{x} = 4.24$, S.D. = 0.60) โดยประเด็นที่พบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมากที่สุด คือ ด้านกระบวนการและขั้นตอนชัดเจน

ตารางที่ 27 แสดงจำนวนและร้อยละค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจด้านความสะดวก

ความพึงพอใจด้านความสะดวก	ค่าเฉลี่ย $\bar{x}$	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน S.D.	แปลความ
11. สถานที่ต้อนรับสำหรับผู้มาติดต่อมีความเหมาะสม	4.27	0.81	ดี
12. สถานที่ให้บริการเป็นระเบียบ สะอาด เรียบร้อย	4.3	0.76	ดีมาก
13. สถานที่จอดรถเพียงพอสำหรับผู้มาติดต่อ	4.25	0.71	ดี
14. ขั้นตอนในการติดต่อประสานงานมีความเหมาะสม	4.44	0.85	ดีมาก
15. อุปกรณ์และเครื่องมือที่เหมาะสมในการให้บริการ	4.41	0.79	ดีมาก
ภาพรวมความพึงพอใจด้านความสะดวก	4.334	0.784	ดีมาก

จากตารางที่ 27 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่าง มีความพึงพอใจด้านความสะดวกในภาพรวมในระดับดีมาก ($\bar{x} = 4.334$, S.D. = 0.784) โดยคะแนนเฉลี่ยในด้านนี้เพิ่มขึ้นจากปี 2562 เป็นจำนวน 0.06 คะแนน (คะแนนปีที่แล้วอยู่ที่ $\bar{x} = 4.274$, S.D. = 0.562) โดยประเด็นที่พบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมากที่สุด คือ ขั้นตอนในการติดต่อประสานงานมีความเหมาะสม และ อุปกรณ์และเครื่องมือที่เหมาะสมในการให้บริการ

ตารางที่ 28 แสดงจำนวนและร้อยละค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจด้านการใช้ประโยชน์หรือผลที่ได้รับจากการใช้บริการ

ความพึงพอใจด้านการใช้ประโยชน์หรือผลที่ได้รับจากการใช้บริการ	ค่าเฉลี่ย $\bar{x}$	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	แปลความ
16. การติดต่อกับ สทป. ของท่านประสบผลสำเร็จตามที่ต้องการ	4.23	0.61	ดีมาก
17. การติดต่อกับ สทป. ของท่านเกิดประโยชน์ต่อหน่วยงานของท่าน	4.21	0.78	ดีมาก
18. ผลที่ได้รับจากการใช้บริการเป็นประโยชน์ต่อกองทัพในภาพรวม	4.27	0.69	ดีมาก
19. ผลที่ได้รับจากการใช้บริการเป็นประโยชน์ต่อสังคมและชุมชน	4.28	0.54	ดี
ภาพรวมความพึงพอใจด้านการใช้ประโยชน์หรือผลที่ได้รับจากการใช้บริการ	4.2475	0.655	ดีมาก

ตารางที่ 28 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อ สทป. ในด้านการใช้ประโยชน์หรือผลที่ได้รับจากการใช้บริการในภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{x} = 4.2475$, S.D. = 0.655) โดยคะแนนเฉลี่ยในด้านนี้เพิ่มขึ้นจากปี 2562 เป็นจำนวน 0.0295 คะแนน (คะแนนปีที่แล้วอยู่ที่ $\bar{x} = 4.218$, S.D. = 0.57) โดยประเด็นที่พบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมากที่สุด คือ ผลที่ได้รับจากการใช้บริการเป็นประโยชน์ต่อสังคมและชุมชน

ตารางที่ 29 แสดงจำนวนและร้อยละค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจด้านบทบาทหน้าที่ของ สทป.

ความพึงพอใจด้านบทบาทหน้าที่ของ สทป.	ค่าเฉลี่ย $\bar{x}$	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน S.D.	แปลความ
20. การจัดตั้ง สทป. เป็นการเสริมบทบาทการวิจัยพัฒนาเทคโนโลยีของกองทัพ	4.24	0.74	ดีมาก
21. สทป. มีผลงานวิจัยพัฒนาเทคโนโลยีที่เป็นรูปธรรมที่ท่านรับรู้และยอมรับ	4.25	0.66	ดีมาก
22 สทป. เป็นศูนย์ข้อมูลความรู้ให้แก่กระทรวงกลาโหม	4.22	0.80	ดีมาก
23. สทป. สนับสนุนและพัฒนาบุคลากรทั้งในภาควิชาการภาคอุตสาหกรรมและภาคเอกชนอย่างต่อเนื่อง	4.24	0.76	ดีมาก
ภาพรวมความพึงพอใจด้านบทบาทหน้าที่ของ สทป.	4.2375	0.74	ดีมาก

ตารางที่ 29 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อ สทป. ในด้านการใช้ประโยชน์หรือผลที่ได้รับจากการใช้บริการในภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{x} = 4.2375$, S.D. = 0.74) โดยคะแนนเฉลี่ยในด้านนี้เพิ่มขึ้นจากปี 2562 เป็นจำนวน 0.0195 คะแนน (คะแนนปีที่แล้วอยู่ที่ $\bar{x} = 4.218$, S.D. = 0.57) โดยประเด็นที่พบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมากที่สุด คือ สทป. มีผลงานวิจัยพัฒนาเทคโนโลยีที่เป็นรูปธรรมที่ท่านรับรู้และยอมรับ

ตารางที่ 30 แสดงจำนวนและร้อยละค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจต่องานวิจัยด้านอาวุธยุทโธปกรณ์

ความพึงพอใจต่องานวิจัยด้านอาวุธยุทโธปกรณ์	ค่าเฉลี่ย $\bar{x}$	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน S.D.	แปลความ
24. โครงการวิจัยและพัฒนาระบบจรวดหลายลำกล้องแบบ DTI-1 และ DTI-1G	4.25	0.81	ดีมาก
25. โครงการวิจัยและพัฒนาระบบจรวดสมรรถนะสูงแบบ DTI-2	4.21	0.79	ดีมาก
26. โครงการวิจัยและพัฒนาพร้อมยานเกราะล้อยาง	4.3	0.84	ดีมาก
27. โครงการวิจัยและพัฒนาองค์ประกอบพื้นฐานของระบบอากาศยานไร้คนขับ (UAV)	4.37	0.71	ดีมาก

28. โครงการวิจัยและพัฒนาต้นแบบหุ่นยนต์เก็บกู้วัตถุระเบิด (EOD)	4.39	0.76	ดีมาก
29. โครงการวิจัยและพัฒนาระบบจำลองยุทธเสมือนจริง (SIM)	4.51	0.72	ดีมาก
30. โครงการวิจัยและพัฒนาจรวดดัดแปรสภาพอากาศ	4.61	0.79	ดีมาก
31. การสนับสนุนทุนวิจัย/หลักสูตรบัณฑิตศึกษา	4.28	0.84	ดีมาก
32. วารสารออนไลน์	4.27	0.81	ดีมาก
33. โครงการอื่น ๆ ของ สทป.	4.31	0.82	ดีมาก
ภาพรวมความพึงพอใจด้านงานวิจัยด้านอาวุธยุทธโปกรณ์	4.35	0.796	ดีมาก

ตารางที่ 30 จำแนกตามความพึงพอใจด้านความพึงพอใจต่องานวิจัยด้านอาวุธยุทธโปกรณ์ โดยพบว่า ภาพรวมความพึงพอใจนั้นอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{x} = 4.35$, S.D. = 0.796) โดยคะแนนเฉลี่ยในด้านนี้เพิ่มขึ้น จากปี 2562 เป็นจำนวน 0.106 คะแนน (คะแนนปีที่แล้วอยู่ที่ $\bar{x} = 4.244$, S.D. = 0.58) โดยประเด็นที่พบ ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมากที่สุด คือ โครงการวิจัยและพัฒนาจรวดดัดแปรสภาพอากาศ และโครงการวิจัย และพัฒนาระบบจำลองยุทธเสมือนจริง (SIM)

สรุปภาพรวมความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของ สทป.

ภาพรวมความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของ สทป. ในด้านต่าง ๆ ได้แก่ ด้านการให้บริการของ เจ้าหน้าที่ ด้านการให้บริการของ สทป. ด้านความสะดวก ด้านการใช้ประโยชน์หรือผลที่ได้รับจากการให้บริการ และความพึงพอใจด้านบทบาทหน้าที่ของ สทป. สรุปออกมาได้ตามตารางที่ด้านล่าง ตารางที่ 31 แสดงภาพรวมความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของ สทป.

ภาพรวมความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของ สทป.	ค่าเฉลี่ย $\bar{x}$	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน S.D.	แปลความ
ภาพรวมความพึงพอใจภาพรวมด้านการให้บริการของ เจ้าหน้าที่	4.374	0.56	ดีมาก
ภาพรวมความพึงพอใจด้านการให้บริการของ สทป.	4.242	0.60	ดีมาก
ภาพรวมความพึงพอใจด้านความสะดวก	4.334	0.562	ดีมาก
ภาพรวมความพึงพอใจด้านการใช้ประโยชน์หรือผลที่ได้รับจากการให้บริการ	4.2475	0.57	ดีมาก
ภาพรวมความพึงพอใจด้านบทบาทหน้าที่ของ สทป.	4.2375	0.57	ดีมาก
ภาพรวมความพึงพอใจต่องานวิจัยด้านอาวุธยุทธโปกรณ์	4.35	0.58	ดีมาก
ภาพรวมความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของ สทป.	4.2975	0.72	ดีมาก

ตารางที่ 31 จำแนกตามความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของ สทป. โดยพบว่าภาพรวมความพึงพอใจนั้นอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{x} = 4.2975$, S.D. = 0.72) โดยคะแนนเฉลี่ยในด้านนี้เพิ่มขึ้นจากปี 2561 เป็นจำนวน 0.228 คะแนน (คะแนนปีที่แล้วอยู่ที่ $\bar{x} = 4.248$, S.D. = 0.61) โดยประเด็นที่พบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมากที่สุด คือ ภาพรวมความพึงพอใจด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ และภาพรวมความพึงพอใจต่องานวิจัยด้านอาวุธยุทธโศปกรณ์

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นในด้านความคุ้มค่าทางสังคมและเศรษฐกิจของ สทป.

ตารางที่ 32 แสดงจำนวนและร้อยละค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคุ้มค่าทางสังคม

ความคุ้มค่า	ค่าเฉลี่ย $\bar{x}$	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน S.D.	แปลความ
1. งานวิจัยและกิจกรรมของ สทป. สามารถพัฒนาบุคลากรด้านเทคโนโลยีป้องกันประเทศได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน	4.23	0.79	ดีมาก
2. งานวิจัยและกิจกรรมของ สทป. สร้างความเชื่อมั่นในด้านความมั่นคงและความปลอดภัยของประเทศ	4.36	0.72	ดีมาก
3. งานวิจัยและกิจกรรมของ สทป. เป็นประโยชน์ต่องานที่มีใช้ด้านการทหาร และเสริมสร้างความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นของประชาชน	4.22	0.82	ดีมาก
4. งานวิจัยและกิจกรรมของ สทป. คุ้มค่าต่อการลงทุน	4.17	0.84	ดีมาก
5. งานวิจัยและกิจกรรมของ สทป. สามารถลดต้นทุนการนำเข้าอาวุธยุทธโศปกรณ์ด้านการรบจากต่างประเทศ	4.06	0.86	ดีมาก
6. งานวิจัยและกิจกรรมของ สทป. จะทำให้ประเทศไทยเป็น “เจ้าของ” เทคโนโลยีป้องกันประเทศ และอาจขายเทคโนโลยีให้กับประเทศอื่นได้อีกด้วย	4.43	0.75	ดีมาก
7. เทคโนโลยีของ สทป. มีประสิทธิภาพทัดเทียมของต่างประเทศ	4.14	0.77	ดีมาก
8. เทคโนโลยีของ สทป. สามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศได้	4.35	0.79	ดีมาก
9. งานวิจัยและกิจกรรมของ สทป. สร้างให้เกิดการเรียนรู้ด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีขั้นสูงในระดับมหาวิทยาลัยของไทยและสามารถนำไปต่อยอดได้	4.41	0.68	ดีมาก

10. ทุนการศึกษาที่มอบให้ในโครงการของ สทป. มีความคุ้มค่าทางเศรษฐกิจและสังคม และช่วยแก้ปัญหา ด้านบุคลากรด้านเทคโนโลยีป้องกันประเทศของประเทศไทยได้	4.48	0.71	ดีมาก
ภาพรวมความเห็นเรื่องความคุ้มค่าทางสังคม	4.285	0.773	ดีมาก

ตารางที่ 32 แสดงให้เห็นถึงความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อ สทป. ทางด้านความคุ้มค่าทางสังคม และเศรษฐกิจของ สทป. โดยรวมแล้วกลุ่มตัวอย่างมีความเห็นเกี่ยวกับภาพรวมของ สทป. เรื่องความคุ้มค่าทางสังคมในระดับดีมาก ($\bar{x} = 4.285$, S.D. = 0.773) โดยคะแนนเฉลี่ยในด้านนี้เพิ่มขึ้นจากปี 2562 เป็นจำนวน 0.025 คะแนน (คะแนนปีที่แล้วอยู่ที่ $\bar{x} = 4.31$, S.D. = 0.57) โดยประเด็นที่พบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมากที่สุด คือ ทุนการศึกษาที่มอบให้ในโครงการของ สทป. มีความคุ้มค่าทางเศรษฐกิจและสังคม และช่วยแก้ปัญหาด้านบุคลากรด้านเทคโนโลยีป้องกันประเทศของประเทศไทยได้ และงานวิจัยและกิจกรรมของ สทป. จะทำให้ประเทศไทยเป็น “เจ้าของ” เทคโนโลยีป้องกันประเทศ และอาจขายเทคโนโลยีให้กับประเทศอื่นได้อีกด้วย

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

กลุ่มตัวอย่างได้ให้ข้อเสนอแนะด้านต่าง ๆ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะด้านการให้บริการ

การดำเนินงาน

กลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็นด้านขั้นตอนของการให้บริการ การประสานงานและการติดต่อ อยู่ในเกณฑ์ที่ดี และมีมาตรการการป้องกันเชื้อโควิด-19 ที่เข้มงวดมาก

สถานที่

กลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็นว่าสถานที่จอดรถไม่เพียงพอต่อความต้องการ ในอนาคตควรมีการจัดที่จอดรถสำหรับผู้มาติดต่อโดยเฉพาะ หรือประสานงานกับหน่วยงานข้างเคียงในการประสานที่จอดรถ

บุคลากร

กลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็นว่าเจ้าหน้าที่สุภาพ เรียบร้อยและใส่ใจในการบริการ มีความรู้ในด้านที่ตนเองต้องรับผิดชอบเป็นอย่างดี

2. ข้อเสนอแนะด้านการวิจัย หรือประเภทงานวิจัย

ส่งเสริม

กลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็นว่าการมุ่งเน้นการวิจัยเทคโนโลยีด้านไซเบอร์ ซึ่งเป็นเทคโนโลยีที่สำคัญทางด้านการป้องกันประเทศ และควรมีการมุ่งเน้นการวิจัยและพัฒนาให้เป็นไปอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากเป็นสิ่งที่มีความจำเป็นต่อประเทศชาติ

แก้ไข

กลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็นว่าการให้ความสำคัญกับการผลิตและสร้างผลงานเป็นของตนเองมากกว่าการจัดซื้ออุปกรณ์จากต่างประเทศ

3. ข้อเสนอแนะด้านบทบาท หน้าที่ และการดำเนินงาน

ควรจัดสัมนาและประชาสัมพันธ์ให้หน่วยงานภายนอกเข้ารับการสาธิตได้

5.2 ผลการสำรวจจากแบบสัมภาษณ์

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์การสำรวจจากแบบสัมภาษณ์จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับ สทป. แบ่งออกเป็น 5 หัวข้อคำถาม ได้ดังนี้

1. ท่านคิดว่าการให้บริการของเจ้าหน้าที่ สทป. ควรมีข้อปรับปรุงหรือไม่ อย่างไร

กลุ่มตัวอย่างให้สัมภาษณ์ว่า ได้รับทุนและทำงานร่วมกับสทป. ซึ่งเจ้าหน้าที่ของ สทป. ให้บริการครบถ้วนตั้งแต่เริ่มมีการเสนอข้อเสนอโครงการ อธิบายโจทย์ปัญหาให้กับนักวิจัย จนกระทั่งนักวิจัยท่านไหนได้รับทุน มีการชี้แจงรายละเอียดเกี่ยวกับการปฏิบัติ การวิจัย เพื่อให้สอดคล้องกับทางวัตถุประสงค์ของ สทป. รวมถึงกระบวนการวิจัยต่าง ๆ อีกทั้งยังคอยติดตามจนโครงการสำเร็จลุล่วง หลังจากนั้นยังมีการเชิญนักวิจัยไปให้ข้อมูลรายละเอียดหรือแสดงผลงานที่สำเร็จแล้ว รวมถึงยังติดต่อกับนักวิจัยเมื่อมีกิจกรรมของ สทป. ให้นักวิจัยได้มีความใกล้ชิดกับ สทป. อยู่ตลอดเวลา การให้บริการของเจ้าหน้าที่ สทป. จึงยังไม่มีข้อปรับปรุง นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างบางรายได้มีโอกาสได้เข้าสัมภาษณ์ผู้อำนวยการสถาบันเทคโนโลยีป้องกันประเทศ ซึ่งได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดีจากการติดต่อประสานงานผ่านเลขา

อย่างไรก็ตาม กลุ่มตัวอย่างได้กล่าวถึง ข้อปรับปรุงในด้านสถานที่ของ สทป. ที่มีป้ายบอกทางไม่ชัดเจน

2. ท่านพึงพอใจต่อบทบาทหน้าที่ของ สทป. ในโครงการใดมากที่สุด เพราะเหตุใด

กลุ่มตัวอย่างพึงพอใจต่อโครงการของ สทป. ดังต่อไปนี้ 1) กิจกรรมนิทรรศการที่แสดงโครงการต่าง ๆ 2) โครงการพลังงานไร้สาย ซึ่งมีการติดตั้งสถานีชาร์จแบตเตอรี่ไร้สายให้กับพายุทอโพรแกรมต่าง ๆ เช่น ยูเอวี หรืออากาศยาน 3) โครงการสร้างจรวดโดยฝีมือของนักวิจัยไทยที่มีส่วนร่วม ซึ่งทำให้เรามั่นใจว่าคนไทยก็สามารถทำงานวิจัยทางด้านเทคโนโลยีด้านป้องกันประเทศได้ไม่น้อยหน้าไปกว่าต่างประเทศ

4) โครงการศึกษาความเป็นไปได้ที่จะทำโครงการฐานปล่อยดาวเทียมประเทศไทย ซึ่งเป็นโครงการที่น่าสนใจ และแสดงให้เห็นว่าประเทศไทยมีศักยภาพ และทาง สทป. มีความรู้ทางด้านนี้ ถ้าทำโครงการ เช่นนี้อย่างต่อเนื่องจะเกิดประโยชน์

3. ท่านคิดว่างานวิจัยและพัฒนาหรือโครงการของ สทป. มีประโยชน์ต่อสังคมหรือไม่ อย่างไร

กลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นว่า งานวิจัยและพัฒนาของ สทป. เช่น การค้นคว้าพัฒนาเรื่องอาวุธ เรื่องระบบป้องกัน เกี่ยวกับความปลอดภัยของประเทศต่าง ๆ ล้วนมีประโยชน์ทั้งสิ้น อย่างไรก็ตาม กลุ่มตัวอย่างต้องการให้พัฒนาผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ให้มากขึ้นกว่านี้ เช่น โครงการถ่ายโอนพลังงาน ไร้สายสามารถนำไปประยุกต์กับอย่างอื่นได้ เช่น รถไฟฟ้า นอกเหนือจากการชาร์จเจอร์ไวไฟเท่านั้น และนอกจากนี้ อยากให้ทาง สทป. เพิ่มโครงการให้ความรู้แก่ทางสถาบันอื่น ๆ เกี่ยวกับวิชาการมากขึ้น เช่น ความร่วมมือกับมหาวิทยาลัย เพื่อจะได้นำความรู้ไปต่อยอดและมาช่วยพัฒนา

4. ท่านคิดว่างานวิจัยและพัฒนาหรือโครงการของ สทป. คำนึงถึงงบประมาณที่ใช้หรือไม่ อย่างไร

กลุ่มตัวอย่างให้สัมภาษณ์ว่าโครงการของ สทป. มีความคุ้มค่าอย่างมาก เพราะถือเป็นการ สร้างนวัตกรรม และลดการนำเข้าจากต่างประเทศ อย่างไรก็ดี กลุ่มตัวอย่างมีความกังวลเรื่องงบประมาณ ของ สทป. เพราะในการวิจัยแต่ละครั้งได้รับงบประมาณที่จำกัด ในฐานะคนทำงานต้องการงบประมาณ ที่มากกว่าที่ทาง สทป. ให้ เพื่อสร้างงานที่ดีกว่า แต่กลุ่มตัวอย่างก็แสดงความเข้าใจทาง สทป. เป็นอย่างดี เรื่องข้อจำกัดด้านงบประมาณ นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างยังอยากให้รัฐบาลสนับสนุน สทป. มากกว่านี้ เพื่อให้ ประเทศไทยมีเครื่องมือที่ทันสมัยเทียบเคียงกับประเทศที่พัฒนาแล้ว อีกทั้ง ยังอยากให้มีการส่งเสริม บุคลากร เพื่อให้องค์กรมีเจ้าหน้าที่ที่มีความสามารถรองรับงานในอนาคต

5. โดยรวมท่านพึงพอใจการทำงานของ สทป. หรือไม่ อย่างไร

กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในการทำงานของ สทป. โดยรวม เพราะว่าจากเดิมนักวิจัยส่วนมาก ไม่มีโอกาสได้ใกล้ชิดกับงานวิจัยทางทหาร เพราะฉะนั้น การที่มี สทป. เข้ามา นั่นไม่ใช่เฉพาะงานวิจัย ด้านทหาร แต่ก็เป็นงานวิจัยหลายๆอย่าง ซึ่ง สทป. มีกระบวนการในการเชื่อมต่อของส่วนทางทหารเอง ซึ่งเป็น ผู้ใช้ และทางนักวิจัยซึ่งเป็นคนที่ทำโครงการวิจัยได้อย่างครบวงจร หากไม่มี สทป. เข้ามาดูแล กลุ่มตัวอย่าง คิดว่างานวิจัยร่วมกับทางความมั่นคง หรือทางทหารคงเกิดขึ้นได้ยาก เนื่องจากจะไม่มีคนประสานงานที่ดี และเข้าใจ เพราะ สทป. ไม่ได้ดูแลทางด้านเทคนิคอย่างเดียว หรือไม่ได้ดูแลเรื่องการประสานงานอย่างเดียว แต่เป็นการประสานงานทางด้านเทคนิค ซึ่งต้องใช้บุคลากรที่มีประสบการณ์และมีคุณภาพ เพราะฉะนั้น โดยรวมกลุ่มตัวอย่างพึงพอใจกับการทำงานของ สทป. อย่างมาก

อย่างไรก็ตาม กลุ่มตัวอย่างยังอยากให้ สทป. สามารถที่จะให้โครงการวิจัยหรือว่าให้งบประมาณมากขึ้นเพื่อที่จะขยายขนาดของงานวิจัยให้พัฒนามากขึ้น ทั้งทางด้านปริมาณและคุณภาพ อีกทั้ง สทป. ควรแสดงบทบาทจุดยืนของตนเองว่ามีความสำคัญต่อประเทศในด้านเกี่ยวกับความมั่นคงให้กับรัฐบาล รัฐบาลอาจจะสนับสนุนงบประมาณให้ สทป. เยอะขึ้นเพื่อพัฒนาทางด้านนวัตกรรมให้ทันสมัยมากขึ้น และอยากจะเน้นให้ทาง สทป. ประชาสัมพันธ์หน่วยงานให้เยอะกว่านี้ให้เป็นที่รู้จักของคนทั่วไป เพราะยังมี คนที่ยังไม่รู้จัก สทป. กลุ่มตัวอย่างมีการเสนอแนะกิจกรรมประชาสัมพันธ์หน่วยงาน เช่น จัดงานกิจกรรม วันเด็ก เป็นต้น

บทที่ 6

ผลการวิเคราะห์เนื้อหาสื่อดิจิทัลของสถาบันเทคโนโลยีป้องกันประเทศ หรือ สทป.

สถาบันเทคโนโลยีป้องกันประเทศ หรือ สทป. สร้างช่องทางการสื่อสารออนไลน์กับประชาชนทั่วไปผ่านทางช่องทางโซเชียลมีเดีย 4 ประเภท ดังนี้

1. เฟซบุ๊ก (Facebook) : ชื่อบัญชี “Defence Technology Institute”
2. ทวิตเตอร์ (Twitter) : ชื่อบัญชี “@dtithailand”
3. อินสตาแกรม (Instagram) : ชื่อบัญชี “dtithailand”
4. ยูทูบ (YouTube) : ชื่อบัญชี “Defence Technology Institute”

ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลจากทั้ง 4 ช่องทาง นำมาวิเคราะห์การค้นหา/การเข้าถึง ข้อมูลทั่วไปของผู้ติดตาม การเผยแพร่ข่าวสาร และการมีปฏิสัมพันธ์ของผู้ติดตามโดยใช้กรอบปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 เป็นหลัก กล่าวคือ เก็บข้อมูลตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2562 – 30 กันยายน พ.ศ. 2563

ภาพรวมผู้ติดตาม สทป. ในสื่อโซเชียลมีเดียต่าง ๆ

ในภาพรวมของทั้ง 4 ช่องทางข้างต้น สทป. เลือกใช้เฟซบุ๊กเป็นช่องทางการสื่อสารหลักในการสื่อสาร ส่วนทวิตเตอร์ใช้เป็นการเชื่อมต่อกับเฟซบุ๊ก มีลิงก์เพื่อดูข้อมูลเพิ่มเติมในเฟซบุ๊ก ส่วนอินสตาแกรมมีการลงภาพบ้างในบางโอกาส และยูทูบสำหรับลงวิดีโอในช่องในบางโอกาส

ตารางที่ 33 แสดงภาพรวมจำนวนผู้ติดตาม สทป. ในสื่อโซเชียลต่าง ๆ

รายการ	ร้อยละของ ผู้ติดตาม Facebook	ร้อยละของ ผู้ติดตาม Twitter	ร้อยละของ ผู้ติดตาม Instagram	ร้อยละของ ผู้ติดตาม YouTube
จำนวน (คน)	25,613	180	229	9,150

โดยมีรายละเอียดการเข้าถึงสื่อโซเชียลมีเดีย ข้อมูลทั่วไปของผู้ติดตาม การเผยแพร่และการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้ติดตามของ สทป. ดังต่อไปนี้

เฟซบุ๊ก (Facebook)

สถาบันเทคโนโลยีป้องกันประเทศ หรือ สทป. ใช้เฟซบุ๊ก (Facebook) ภายใต้ชื่อ “Defence Technology Institute” โดยใช้เป็นโซเชียลมีเดียช่องทางหลักขององค์กร



รูปที่ 6 แสดงหน้าเฟซบุ๊ก (Facebook) ของ สทป.

การเข้าถึงโซเชียลมีเดียเฟซบุ๊ก (Facebook) ของ สทป.

ผู้วิจัยได้ค้นหาชื่อโซเชียลมีเดียของ สทป. ผลของการค้นหาเป็นดังนี้



รูปที่ 7 แสดงการค้นหาเฟซบุ๊กของ สทป.

เมื่อพิมพ์คำว่า “Defence Technology Institute” ตามที่ สทป. ประชาสัมพันธ์ ปรากฏเฟซบุ๊กของ สทป. เป็นอันดับแรก และสามารถค้นหาได้ง่าย

ข้อมูลทั่วไปของผู้ติดตามเฟซบุ๊ก (Facebook) ของ สทป.

ยอดผู้ติดตามเฟซบุ๊กของ สทป. ในเดือนกันยายน พ.ศ. 2563 มีผู้ติดตามอยู่ทั้งสิ้น 25,613 คน เพิ่มขึ้น 2,487 คนเมื่อเทียบกับเดือนตุลาคม ปี 2562 ที่มีผู้ติดตาม 23,126 คน

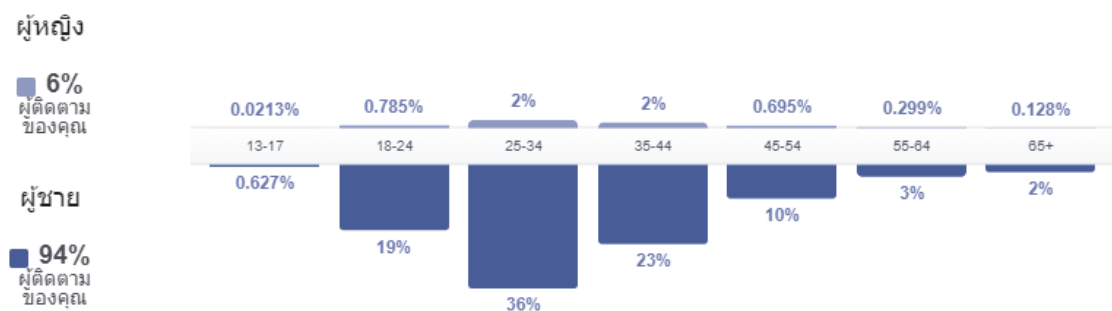
✓ 25,613 คนติดตามเพจนี้

รูปที่ 8 แสดงจำนวนผู้ติดตามเฟซบุ๊กของ สทป.

ผู้ติดตามเพศหญิงแบ่งตามช่วงอายุได้ดังนี้ อายุ 13-17 ปี คิดเป็นร้อยละ 0.0213 อายุ 18-24 ปี คิดเป็นร้อยละ 0.785 อายุ 25-34 ปี คิดเป็นร้อยละ 2 อายุ 35-44 ปี คิดเป็นร้อยละ 2 อายุ 45-54 ปี คิดเป็นร้อยละ 0.695 อายุ 55-64 ปี คิดเป็นร้อยละ 0.299 และอายุมากกว่า 65 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 0.128

ผู้ติดตามเพศชายแบ่งตามช่วงอายุได้ดังนี้ อายุ 13-17 ปี คิดเป็นร้อยละ 0.627 อายุ 18-24 ปี คิดเป็นร้อยละ 19 อายุ 25-34 ปี คิดเป็นร้อยละ 36 อายุ 35-44 ปี คิดเป็นร้อยละ 23 อายุ 45-54 ปี คิดเป็นร้อยละ 10 อายุ 55-64 ปี คิดเป็นร้อยละ 3 และอายุมากกว่า 65 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 2

ผู้คนที่ติดตามเพจของคุณ จำนวนนี้เป็นค่าประมาณ



รูปที่ 9 แสดงร้อยละของผู้ติดตามเฟซบุ๊กของ สทป. แบ่งตามเพศและช่วงอายุ

ผู้ติดตามเฟซบุ๊กของ สทป. แบ่งออกตามประเทศที่อยู่ จัดลำดับ 1-10 เรียงตามลำดับและจำนวนได้ดังนี้ ประเทศไทย จำนวน 22,341 คน เมียนมา จำนวน 145 คน เวียดนาม จำนวน 97 คน ลาว จำนวน 89 คน อินเดีย จำนวน 75 คน มาเลเซีย จำนวน 73 คน สหรัฐอเมริกา จำนวน 72 คน ญี่ปุ่น จำนวน 58 คน เกาหลีใต้ จำนวน 49 คน และกัมพูชา จำนวน 46 คน

ประเทศ	ผู้ติดตามขอ...
ไทย	22,341
เมียนมา	145
เวียดนาม	97
ลาว	89
อินเดีย	75
มาเลเซีย	73
สหรัฐอเมริกา	72
ญี่ปุ่น	58
เกาหลีใต้	49
กัมพูชา	46

รูปที่ 10 แสดงประเทศที่อยู่ของผู้ติดตามเฟซบุ๊ก สทป. โดยเรียงลำดับ 1-10

ผู้ติดตามเฟซบุ๊กของ สทป. แบ่งออกตามอำเภอ/ จังหวัดที่อยู่ จัดลำดับ 1–10 เรียงตามลำดับและจำนวนได้ดังนี้ กรุงเทพมหานคร จำนวน 7,984 คน จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 680 คน จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 666 คน จังหวัดชลบุรี จำนวน 594 คน จังหวัดนนทบุรี จำนวน 527 คน จังหวัดนครราชสีมา จำนวน 517 คน จังหวัดระยอง จำนวน 347 คน จังหวัดปทุมธานี จำนวน 339 คน จังหวัดสงขลา จำนวน 276 คน และจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 252 คน

เมือง	ผู้ติดตามขอ...
กรุงเทพมหานคร	7,984
เทศบาลนครเชียงใหม่...	680
Surat, Surat Thani	666
เทศบาลเมืองชลบุรี	594
เทศบาลนครนนทบุรี	527
เทศบาลนครราชสีมา...	517
เทศบาลนครระยอง	347
เทศบาลเมืองปทุมธานี	339
เทศบาลนครสงขลา	276
เทศบาลนครอุบลราช...	252

รูปที่ 11 แสดงอำเภอ/ จังหวัด ของผู้ติดตามเฟซบุ๊กของ สทป.

การเผยแพร่ข่าวสาร และการมีปฏิสัมพันธ์ของผู้ติดตามเฟซบุ๊ก (Facebook) ของ สทป.

เฟซบุ๊กของ สทป. มีการเผยแพร่ข่าวสารและมีปฏิสัมพันธ์กับผู้ติดตามเฟซบุ๊กอย่างต่อเนื่อง โดยปีที่ผ่านมาจำนวนโพสต์ทั้งสิ้น 88 ครั้ง มีการปฏิสัมพันธ์กับข้อความจำนวน 10,264 ครั้ง แบ่งปันข้อความจำนวน 847 ครั้ง และมีการแสดงความคิดเห็นจำนวน 381 ครั้ง

ตารางที่ 34 แสดงภาพรวมการใช้เฟซบุ๊กในการประชาสัมพันธ์ของ สทป.

เดือน	จำนวนโพสต์	จำนวน การมีปฏิสัมพันธ์	จำนวน การแบ่งปันข้อความ	จำนวน การแสดงความคิดเห็น
ต.ค.62	4	274	33	1
พ.ย.62	18	2,746	202	121
ธ.ค.62	4	554	25	8
ม.ค.63	6	1,069	101	90
ก.พ.63	7	869	25	18

มี.ค.63	11	499	35	1
เม.ย.63	3	156	9	5
พ.ค.63	5	238	18	2
มิ.ย.63	4	173	30	5
ก.ค.63	11	1,166	151	41
ส.ค.63	8	1,493	162	70
ก.ย.63	7	1,027	56	19
รวม	88	10,264	847	381

ข้อความที่ได้รับความนิยมมากที่สุดของแต่ละเดือนแสดงรายละเอียดตามตารางที่ด้านล่าง โดยข้อความที่ได้รับความนิยมสูงสุด คือ สทป. ทำการยิงทดสอบจรวดขนาด 122 มม. (ไม่นำวิถี) ภายใต้โครงการวิจัยและพัฒนาระบบจรวดสมรรถนะสูงแบบ DTI-2 มีผู้เข้าถึงข้อความจำนวน 538 คน มีการแบ่งปันข้อความ 71 ครั้ง และมีการแสดงความคิดเห็น จำนวน 52 ครั้ง

ตารางที่ 35 แสดงลำดับข้อความที่ได้รับความนิยมในเฟซบุ๊กของ สทป.

เดือน	ข้อความ	จำนวนผู้เข้าถึงข้อความ	จำนวนการแบ่งปันข้อความ	จำนวนการแสดงความคิดเห็น
ต.ค.-62	โครงการค่ายส่งเสริมทักษะทางวิทยาการคำนวณและวิทยาศาสตร์ เพื่อพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อสังคม Minesweeper Robot Camp	90	8	1
ต.ค.-62	กิจกรรมสัมมนาเชิงปฏิบัติการผู้บริหารพบปะเจ้าหน้าที่ ครั้งที่ 2/2562	36	1	0
ต.ค.-62	น้อมรำลึกในพระมหากรุณาธิคุณในหลวงรัชกาลที่ 9	56	15	0
ต.ค.-62	Defense and Security 2019	92	9	0
พ.ย.-62	พิธีเปิดงาน Defense and Security	92	9	0
พ.ย.-62	Thailand CANSAT-ROCKET Competition 2019	44	2	0
พ.ย.-62	สถาบันเทคโนโลยีป้องกันประเทศ (สทป.) ได้รับเชิญจากศูนย์การทหารปืนใหญ่ (ศป.) ให้เข้าร่วมการสาธิตอำนาจการยิง เหล่า ป. ประจำปี 62	493	65	31

พ.ย.-62	งาน Defense and Security 2019	23	0	0
พ.ย.-62	งาน Defense and Security 2019	118	7	8
พ.ย.-62	International Cansat Conference 2019	43	1	0
พ.ย.-62	ประชาสัมพันธ์เชิญชวนร่วมงาน Defense and Security	66	0	0
พ.ย.-62	ขอเชิญชวนเข้าร่วมงาน Defense and Security 2019	303	14	8
พ.ย.-62	กระทรวงกลาโหมพร้อมที่จะสนับสนุนและ ส่งเสริมอุตสาหกรรมป้องกันประเทศ ที่บูทของ กระทรวงกลาโหม	62	3	0
พ.ย.-62	ยานเกราะ DTI Black Widow Spider เข้าร่วม สาธิตในพิธีเปิดงาน Defense and Security 2019	269	16	15
พ.ย.-62	ยานเกราะ DTI Black Widow Spider เข้าร่วม สาธิตในพิธีเปิดงาน Defense and Security 2019	542	34	52
พ.ย.62	การถ่ายทอดสดพิธีเปิด Defense and Security 2019	73	13	1
พ.ย.-62	DTI 8x8 Black Widow Spider ที่พิธีเปิด Defense and Security 2019 Grand Opening	212	4	2
พ.ย.-62	ประมวลภาพ DTI ร่วมงาน Defense and Security 2019	222	23	1
พ.ย.-62	บุคคลผู้เข้าร่วมเยี่ยมชมบูทของสถาบัน เทคโนโลยีป้องกันประเทศใน Defense and Security 2019	131	8	2
พ.ย.-62	ประมวลภาพ นิทรรศการในงาน Defense & Security 2019 งานแสดงยุทธโศปกรณ์ เทคโนโลยีด้านการทหารและความปลอดภัย 2562	69	1	1
พ.ย.-62	คลิปประมวลภาพ นิทรรศการในงาน Defense & Security 2019 งานแสดงยุทธโศปกรณ์	97	6	0

	เทคโนโลยีด้านการทหารและความปลอดภัย 2562			
พ.ย.-62	สัมภาษณ์พิเศษ Thailand CANSAT-ROCKET Competition 2019	27	1	0
ธ.ค.-62	การจัดอบรมการใช้อากาศยานไร้คนขับสำหรับ งานแผนที่ 3 มิติ เพื่อเฝ้าระวัง และป้องกันไฟ ป่าในพื้นที่โครงการพัฒนาออยดุง	64	0	0
ธ.ค.-62	บรรยายพิเศษในหัวข้อ “อุตสาหกรรมป้องกันประเทศ”	65	0	0
ธ.ค.-62	กิจกรรม knowledge sharing หัวข้อ “ระบบการควบคุมคุณภาพ”	59	2	6
ธ.ค.-62	การเผยแพร่ DTI กับ เทคโนโลยียุทธโศปกรณ์ สู่การพัฒนาเทคโนโลยีของประเทศ	366	23	2
ม.ค.-63	การอนุมัติการจำหน่าย F-35B เวอร์ชัน Short Take-Off and Vertical Landing (STOVL) หรือแบบขึ้น-ลงทางดิ่งและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง ด้วยขั้นตอน Foreign Military Sale จำนวน 12 ลำ	279	34	29
ม.ค.-63	ประกาศรายชื่อผู้มีสิทธิ์สอบคัดเลือก การ ฝึกอบรมหลักสูตรนักบินระบบอากาศยาน ไร้คนขับ	44	3	2
ม.ค.-63	วิทัศน์แนะนำสถาบันเทคโนโลยีป้องกัน ประเทศ 2020	119	14	1
ม.ค.63	การบรรยายพิเศษ หัวข้อ “การวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีป้องกันประเทศ”	82	3	0
ม.ค.63	บริษัท MAN Energy Solutions ของเยอรมนี ได้รับสัญญาจัดหาเครื่องยนต์ให้กับเรือตรวจ การณ์ของกองทัพเรือไทย จำนวน 2 ลำ	394	26	56
ม.ค.63	โครงการเรือเนกประสงค์เพื่อความมั่นคง ทางทะเล ตามความต้องการของ นสร.กร.	151	10	13
ก.พ.63	พลอากาศเอก ดร.ปรีชา ประดับมุข ผู้อำนวยการสถาบันเทคโนโลยีป้องกันประเทศ	79	2	0

	ได้รับรางวัลบุคคลดีเด่นชุมชนนายเรืออากาศ ประจำปี 2563			
ก.พ.63	ค่ายวิทยาศาสตร์จรวดประดิษฐ์ ครั้งที่ 9 (ภาคใต้)	28	3	0
ก.พ.63	สทป.ร่วมแสดงความเสียใจกับผู้เสียชีวิต #savekorat	58	0	0
ก.พ.63	สถาบันเทคโนโลยีป้องกันประเทศ (สทป.) ขอส่งกำลังใจให้ชาวโคราช	42	1	0
ก.พ.63	การประชุมหารือ และนำผลงานวิจัยของ โครงการ EOD Robots มาสาธิต ณ สทป.ทอ. วันที่ 12 ก.พ.63	105	11	1
ก.พ.63	กองทัพเรืออินโดนีเซียส่งคำขอจัดหา เฮลิคอปเตอร์โจมตีเพิ่มเติมจำนวน 8 ลำ มูลค่า 375 ล้านดอลลาร์สหรัฐ	153	7	13
ก.พ.63	งานสัมมนาวิชาการกองทัพอากาศประจำปี 2563 (RTAF Symposium 2020)	104	1	4
มี.ค.63	บรรยายพิเศษเรื่อง “อุตสาหกรรมป้องกัน ประเทศ เพื่อความมั่นคง”	47	1	0
มี.ค.63	5 วิธีป้องกันตัวเองให้ห่างไกล Covid-19	33	4	0
มี.ค.63	“Mini UAS T-Eagle Eye III สู่การรับรอง มาตรฐาน กมย.ทบ.”	70	2	0
มี.ค.63	live สด พิธีเปิด ค่ายวิทยาศาสตร์จรวด ประดิษฐ์ครั้งที่ 9	29	2	0
มี.ค.63	ประมวลภาพพิธีเปิดกิจกรรมค่ายวิทยาศาสตร์ จรวดประดิษฐ์ ครั้งที่ 9	39	1	0
มี.ค.63	การเผยแพร่ พิธีเปิดกิจกรรมค่ายวิทยาศาสตร์ จรวดประดิษฐ์ ครั้งที่ 9	35	2	0
มี.ค.63	ประมวลภาพพิธีปิดค่ายวิทยาศาสตร์จรวด ประดิษฐ์ ครั้งที่ 9	36	2	0
มี.ค.63	คลิปบรรยายภาพพิธีปิดค่ายวิทยาศาสตร์จรวด ประดิษฐ์ ครั้งที่ 9	35	1	0

มี.ค.63	การเผยแพร่กิจกรรมค่ายวิทยาศาสตร์จรวดประดิษฐ์ ครั้งที่ 9	17	2	0
มี.ค.63	สทป. ตอบสนองนโยบายของรัฐบาลและสร้างความมั่นใจให้เจ้าหน้าที่ที่มาปฏิบัติงาน โดยการป้องกันโรคไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)	119	16	1
มี.ค.63	สถาบันเทคโนโลยีป้องกันประเทศ หรือ สทป. ร่วมกับ โรงพยาบาลวิชัยยุทธ จัดทำขั้นตอนการคัดกรองโรคไวรัสโคโรนา 2019	39	2	0
เม.ษ.63	สถาบันเทคโนโลยีป้องกันประเทศ (DTI) ขอส่งกำลังใจให้บุคลากรทางการแพทย์และคนไทย	43	3	0
เม.ษ.63	วันคล้ายวันพระราชสมภพ สมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้า กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี	62	2	4
เม.ษ.63	สทป. ร่วมกับผู้บริหารและตัวแทนนักศึกษา โครงการเทคโนโลยีป้องกันประเทศสำหรับผู้บริหารยุคใหม่ศตวรรษที่ 21 มอบเงินบริจาค และสิ่งของให้แก่มูลนิธิโรงพยาบาลภูมิพล	51	4	1
พ.ค.63	โครงการจำหน่ายสินค้าและพืชผลทางการเกษตรของกลุ่มเกษตรกร จ.นนทบุรี ที่ได้รับผลกระทบจาก Covid 19	37	6	2
พ.ค.63	ประมวลภาพ"โครงการจำหน่ายพืชผลทางการเกษตรเพื่อช่วยเหลือเกษตรกรที่ได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019	44	1	0
พ.ค.63	โครงการวิจัยและพัฒนาหุ่นยนต์เก็บกู้วัตถุระเบิด	93	11	0
พ.ค.63	คลิปบรรยากาศโครงการช่วงเหลือเกษตรกรและกำลังพล ที่ได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019	41	0	0
พ.ค.63	"ตู้ปันสุข" ปันน้ำใจช่วยคนไทย	23	0	0
มี.ย.63	สถาบันเทคโนโลยีป้องกันประเทศ หรือ สทป. จัดพิธีลงนามบันทึกข้อตกลงความร่วมมือในการ	98	26	1

	พัฒนาระบบบริหารโครงการต่อเรือตรวจการณ์ ไกลฝั่ง			
มิ.ย.63	วันเฉลิมพระชนมพรรษา สมเด็จพระนางเจ้า สุทิดา พัชรสุธาพิมลลักษณ พระบรมราชินี	27	0	2
มิ.ย.63	โครงการจำหน่ายสินค้าและพืชผลทางการ เกษตรของกลุ่มเกษตรกรและกำลังพล ที่ได้รับ ผลกระทบจาก Covid 19 ครั้งที่ 2	26	4	2
มิ.ย.63	คลิปบรรยายภาคโครงการจำหน่ายสินค้าและ พืชผลทางการเกษตรของกลุ่มเกษตรกรและ กำลังพล ที่ได้รับผลกระทบจาก Covid 19 ครั้งที่ 2	22	0	0
ก.ค.63	พิธีส่งมอบต้นแบบหุ่นยนต์เก็บกู้วัตถุระเบิด ประเภทหุ่นยนต์ตรวจการณ์ขนาดพกพา หรือ “หนูนา” ภายใต้โครงการวิจัยและพัฒนา หุ่นยนต์เก็บกู้วัตถุระเบิดให้กับกรมสรรพาวุธ ทหารอากาศ (สพ.ทอ.)	84	15	1
ก.ค.63	ศูนย์ฝึกอบรมอากาศยานไร้คนขับ สถาบัน เทคโนโลยีป้องกันประเทศ การตรวจรับรอง (On-Site Inspection) จากสำนักงานการบิน พลเรือนแห่งประเทศไทย	75	5	0
ก.ค.63	ผู้อำนวยการสถาบันเทคโนโลยีป้องกันประเทศ และผู้อำนวยการศูนย์การอุตสาหกรรมป้องกัน ประเทศและพลังงานทหาร ร่วมลงนามบันทึก ข้อตกลงว่าด้วยการร่วมพัฒนาระบบต่อต้าน อากาศยานไร้คนขับ (Counter Unmanned Aircraft Systems)	96	6	0
ก.ค.63	คณะผู้บริหารและเจ้าหน้าที่โครงการ ปฏิบัติ ภารกิจในการบินสาธิตระบบอากาศยาน ไร้คนขับ ณ เรือนจำกลางนครปฐม	77	1	0
ก.ค.63	สพป. ส่งมอบต้นแบบยานเกราะล้อยาง 8x8 (ลำเลียงพล และที่บังคับการ) ให้กับกองทัพบก	360	74	22

ก.ค.63	ณ ศูนย์การทหารราบ ค่ายธนะรัชต์ อ.ปราณบุรี จ.ประจวบคีรีขันธ์ เมื่อวันที่ 9 ก.ค.63	25	3	0
ก.ค.63	สทป. ดำเนินโครงการนำร่องเพื่อพัฒนา อุตสาหกรรมป้องกันประเทศก้าวเข้าสู่ อุตสาหกรรมเป้าหมายที่ 11 (S-Curve 11)	164	25	3
ก.ค.63	สทป.) จัดพิธีถวายสัตย์ปฏิญาณเพื่อเป็น ข้าราชการที่ดีและพลังของแผ่นดิน เนื่องใน โอกาสวันเฉลิมพระชนมพรรษาพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว	61	7	1
ก.ค.63	วันเฉลิมพระชนมพรรษา พระบาทสมเด็จพระ ปรเมนทรรามาธิบดีศรีสินทรมหาวชิราลงกรณ	35	2	1
ก.ค.63	วันเฉลิมพระชนมพรรษา พระบาทสมเด็จพระ ปรเมนทรรามาธิบดีศรีสินทรมหาวชิราลงกรณ	78	4	6
ก.ค.63	สทป.แสดงศักยภาพความพร้อมจัดตั้งศูนย์ ฝึกอบรมระบบอากาศยานไร้คนขับ ตาม มาตรฐานสากลแห่งแรกของประเทศ และภูมิภาคอาเซียน	111	10	6
ส.ค.63	พิธีเปิดงาน "มหกรรมงานวิจัยแห่งชาติ 2563" (Thailand Research Expo 2020)	147	10	0
ส.ค.63	การรักษาชั่วโมงบิน (Keep Current) PPL,CPL ของนักบินและการแบ่งปันความรู้แชร์ ประสบการณ์สองอย่างที่ไปด้วยกันได้เป็นอย่างดี	52	1	0
ส.ค.63	สทป. จัดพิธีวางกระดูกงูเรือต้นแบบ อุตสาหกรรมเรือเนกประสงค์เพื่อความมั่นคง ทางทะเลขึ้น	169	13	2
ส.ค.63	วันเฉลิมพระชนมพรรษา สมเด็จพระนางเจ้า สิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ พระบรมราชชนนี พันปีหลวง	48	2	3
ส.ค.63	เรียนรู้วิธีการบังคับโดรนที่ศูนย์ฝึกอบรมระบบ อากาศยานไร้คนขับของสถาบันเทคโนโลยี ป้องกันประเทศ ตอบโจทย์อุตสาหกรรมป้องกัน	67	5	1

	ประเทศที่ไม่เพียงต้องเร่งพัฒนาด้านเทคโนโลยี แต่ยังต้องผลิตบุคลากรที่มีมาตรฐานสากล			
ส.ค.63	จับตา อนาคตไทย สทป. เตรียมส่งออก โดรน ลดการพึ่งพาต่างชาติ ยกระดับอุตสาหกรรม ป้องกันประเทศ	194	19	3
ส.ค.63	สทป. ทำการยิงทดสอบจรวดขนาด 122 มม. (ไม่นำวิถี) ภายใต้โครงการวิจัยและพัฒนาระบบ จรวดสมรรถนะสูงแบบ DTI-2	538	71	52
ส.ค.63	ภาพเคลื่อนไหว สถาบันเทคโนโลยีป้องกัน ประเทศ (สทป.) ทำการยิงทดสอบจรวดขนาด 122 มม. (ไม่นำวิถี)	278	41	9
ก.ย.63	สถาบันเทคโนโลยีป้องกันประเทศ คือหน่วยงาน วิจัยและพัฒนาต้นแบบยุทธโธปกรณ์ เพื่อคนไทย	468	39	18
ก.ย.63	ผอ.สทป. ได้รับโล่เชิดชูเกียรติศิษย์เก่าดีเด่นของ วิทยาลัยการทัพอากาศ ประจำปี 2563	97	2	0
ก.ย.63	กระบวนการวิจัยและพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์ เทคโนโลยีป้องกันประเทศ การบริการและองค์ ความรู้ทางเทคโนโลยีป้องกันประเทศ	94	3	1
ก.ย.63	พิธีมอบใบรับรองสถาบันฝึกอบรมด้านการบิน ให้กับศูนย์ฝึกอบรมระบบอากาศยานไร้คนขับ สถาบันเทคโนโลยีป้องกันประเทศ	77	4	0
ก.ย.63	ศูนย์ฝึกอบรมระบบอากาศยานไร้คนขับ สถาบันเทคโนโลยีป้องกันประเทศ ผ่านการ รับรองจากสถาบันฝึกอบรมด้านการบิน Approved Training Organization (ATO) ตามประกาศข้อบังคับของสำนักงานการบิน พลเรือนแห่งประเทศไทย (CAAT)	136	2	0
ก.ย.63	การเผยแพร่ข่าว สทป. จัดพิธีรับมอบใบรับรอง สถาบันฝึกอบรมด้านการบิน ของศูนย์ฝึกอบรม	47	1	0

	ระบบอากาศยานไร้คนขับ สถาบันเทคโนโลยี ป้องกันประเทศ			
ก.ย.63	การเผยแพร่ข่าว สทป. จัดพิธีรับมอบใบรับรอง สถาบันฝึกอบรมด้านการบิน ของศูนย์ฝึกอบรม ระบบอากาศยานไร้คนขับ สถาบันเทคโนโลยี ป้องกันประเทศ	108	5	0

การรีวิว (Reviews) ในเฟซบุ๊ก

ในเฟซบุ๊กของ สทป. มีการรีวิวหน่วยงาน โดยการให้คะแนนเรียงลำดับตั้งแต่ 1 – 5 คะแนน
มีผู้ให้คะแนนทั้งสิ้น 131 คน เฉลี่ยคะแนนทั้งหมด 4.8 จาก 5 คะแนน

★ **4.8 จาก 5 คะแนน** ⓘ
จากความคิดเห็นของ 131 คน

รูปที่ 12 แสดงการรีวิว สทป. ในเฟซบุ๊ก

ทวิตเตอร์ (Twitter)

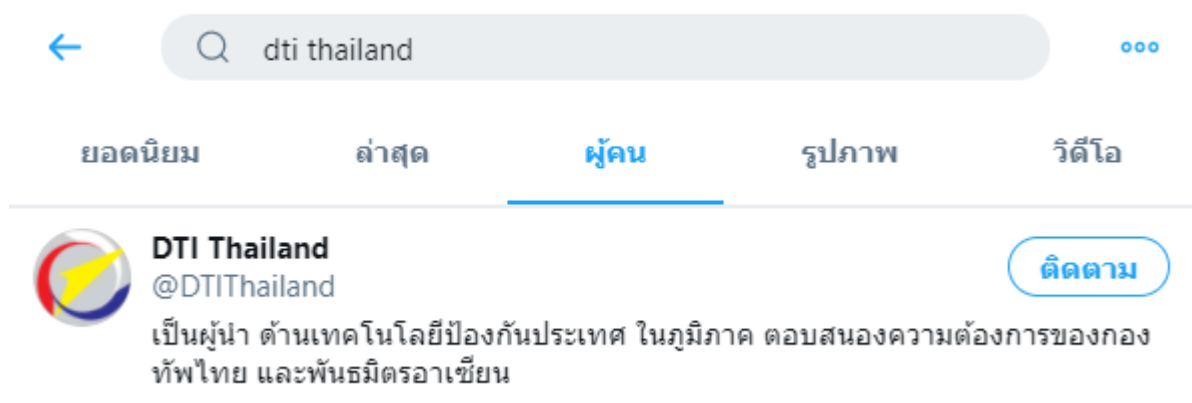
สถาบันเทคโนโลยีป้องกันประเทศ หรือ สทป. ใช้ทวิตเตอร์ (Twitter) ภายใต้ชื่อ “@dtithailand” โดย สทป. ไม่ได้ใช้เป็นช่องทางหลักในการสื่อสาร แต่ใช้วิธีการเชื่อมต่อกับเฟซบุ๊ก มีลิงก์เว็บไซต์ให้ผู้ที่สนใจคลิกเพื่อดูรายละเอียด ซึ่งแต่ละข้อความจะเชื่อมโยงไปยังเฟซบุ๊กของ สทป.



รูปที่ 13 แสดงหน้าทวิตเตอร์ (Twitter) ของ สทป.

การเข้าถึงโซเชียลมีเดียทวิตเตอร์ (Twitter) ของ สทป.

ผู้วิจัยได้ค้นหาชื่อโซเชียลมีเดียของ สทป. ผลของการค้นหาเป็นดังนี้

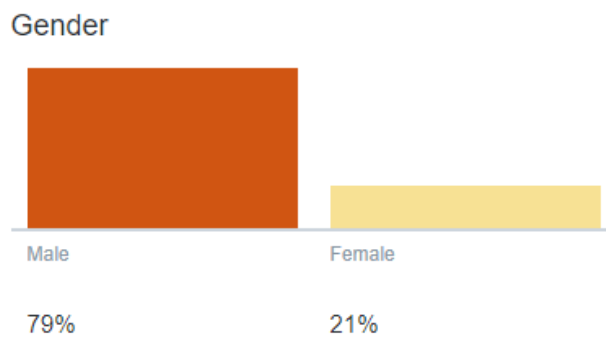


รูปที่ 14 แสดงหน้าการค้นหาทวิตเตอร์ (Twitter) ของ สทป.

เมื่อพิมพ์คำว่า “dtithailand” ตามที่ สทป. ประชาสัมพันธ์ ปรากฏทวีเตอร์ของ สทป. เป็นอันดับแรก และสามารถค้นหาได้ง่าย

ข้อมูลทั่วไปของผู้ติดตามทวีเตอร์ (Twitter) ของ สทป.

จากเดือนตุลาคม พ.ศ.2562 จนถึงเดือนกันยายน พ.ศ. 2563 ทวีเตอร์ของ สทป. มีผู้ติดตามอยู่ทั้งสิ้น 180 คน โดยแบ่งเป็นชาย ร้อยละ 79 หญิง ร้อยละ 21



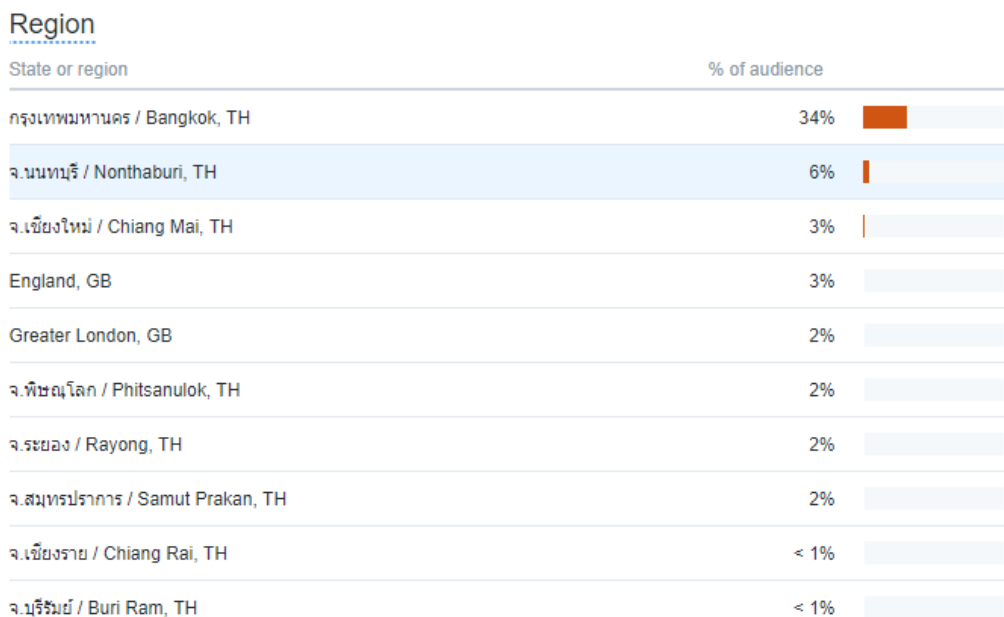
รูปที่ 15 แสดงสัดส่วนของผู้ติดตามทวีเตอร์ของ สทป.

ผู้ติดตามทวีเตอร์ของ สทป. แบ่งออกตามประเทศที่อยู่และสัดส่วนร้อยละได้ดังนี้ ประเทศไทย ร้อยละ 90 สหราชอาณาจักร ร้อยละ 3 รัสเซีย ร้อยละ 2 ส่วนประเทศสหรัฐอเมริกา กัมพูชา ญี่ปุ่น ฟิลิปปินส์ สวีเดน ออสเตรเลีย และสาธารณรัฐประชาชนจีน มีผู้ติดตามน้อยกว่าร้อยละ 1

Country	
Country name	% of audience
Thailand	90%
United Kingdom	3%
Russia	2%
United States	< 1%
Cambodia	< 1%
India	< 1%
Philippines	< 1%
Australia	< 1%
Malaysia	< 1%
China	< 1%

รูปที่ 16 แสดงสัดส่วนของผู้ติดตามทวีเตอร์ของ สทป. ตามประเทศ

ผู้ติดตามทวิตเตอร์ของ สทป. แบ่งออกตามจังหวัดที่อยู่ จัดลำดับ 1–10 เรียงตามลำดับและสัดส่วน ร้อยละได้ดังนี้ กรุงเทพมหานคร ร้อยละ 34 จังหวัดนนทบุรี ร้อยละ 6 จังหวัดเชียงใหม่ ร้อยละ 3 England ร้อยละ 3 Greater London ร้อยละ 2 จังหวัดพิษณุโลก ระยอง สมุทรปราการ ร้อยละ 2 จังหวัดเชียงรายและบุรีรัมย์ น้อยกว่าร้อยละ 1



รูปที่ 17 แสดงสัดส่วนร้อยละผู้ติดตามทวิตเตอร์ของ สทป. ตามจังหวัด

การเผยแพร่ข่าวสาร และการมีปฏิสัมพันธ์ของผู้ติดตามทวิตเตอร์ (Twitter) ของ สทป.

ทวิตเตอร์ของ สทป. มีการเผยแพร่ข่าวสารและมีปฏิสัมพันธ์กับผู้ติดตามทวิตเตอร์อย่างต่อเนื่อง โดยปีที่ผ่านมาจำนวนโพสต์ทั้งสิ้น 2 ครั้ง มีการคลิกเพื่อแบ่งปันข้อความ จำนวน 6 ครั้ง มีการคลิกเพื่อแบ่งปันข้อความในรูปแบบของการแสดงความคิดเห็นร่วมด้วย จำนวน 4 ครั้ง มีการคลิกเพื่อเก็บข้อความไว้จำนวน 17 ครั้ง

ตารางที่ 36 แสดงภาพรวมการใช้ทวิตเตอร์ในการประชาสัมพันธ์ของ สทป.

เดือน	จำนวนโพสต์	จำนวนการเก็บ ข้อความ	จำนวนการแบ่งปัน ข้อความ	จำนวนการแบ่งปัน ข้อความพร้อมแสดง ความคิดเห็น
พ.ย.-62	1	9	3	3
ต.ค.-62	1	8	3	1
รวม	2	17	6	4

ข้อความที่ได้รับความนิยมมากที่สุดของแต่ละเดือนแสดงรายละเอียดตามตารางที่ด้านล่าง โดยข้อความที่ได้รับความนิยมสูงสุด คือ ยานเกราะ DTI Black Widow Spider เข้าร่วมสาธิตในพิธีเปิดงาน

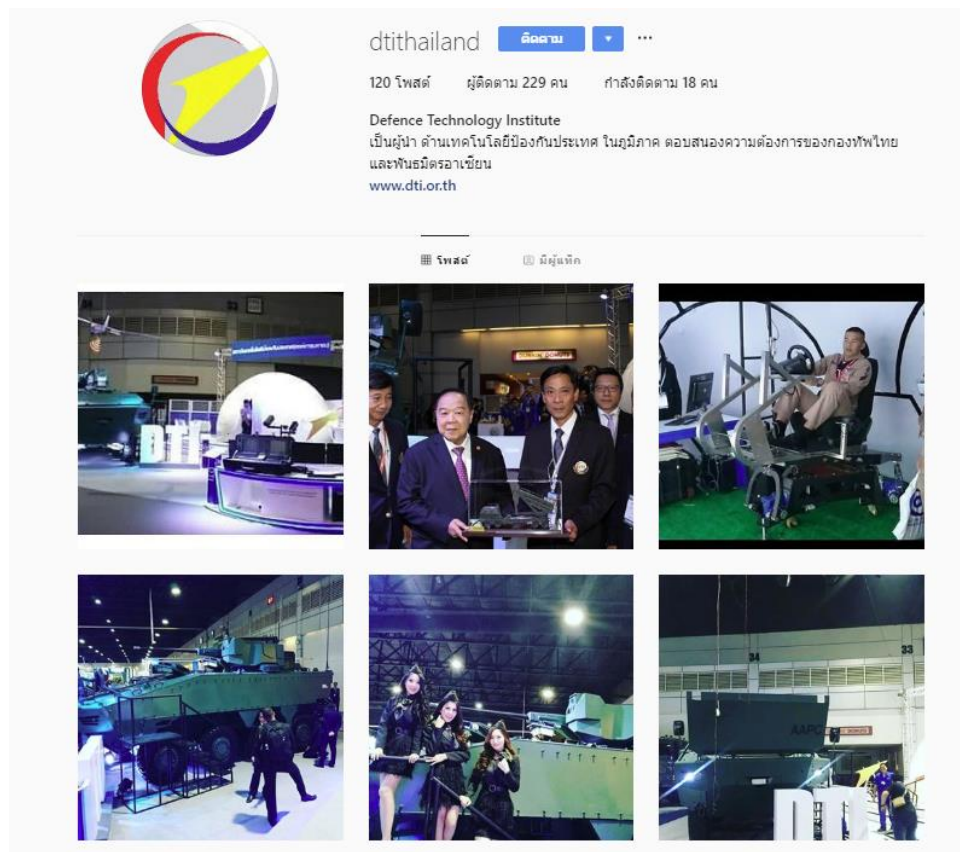
Defense and Security 2019 เข้านี้ ให้กับรัฐมนตรีว่าการกระทรวงกลาโหมอาเซียนและประเทศคู่เจรจา
 ชมที่ทะเลสาบเมืองทองธานีเข้านี้ มีผู้จัดเก็บข้อความ จำนวน 9 คน

ตารางที่ 37 แสดงลำดับข้อความที่ได้รับความสนใจ

เดือน	ข้อความ	จำนวนผู้เก็บข้อความ
พ.ย.-62	ยานเกราะ DTI Black Widow Spider เข้าร่วมสาธิตในพิธี เปิดงาน Defense and Security 2019 เข้านี้ ให้กับ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงกลาโหมอาเซียน และประเทศคู่ เจรจาชมที่ทะเลสาบเมืองทองธานีเข้านี้	9
ต.ค.-62	เชิญชวนผู้เข้าร่วมงาน Defense and Security 2019 ทุก ท่านสัมผัสกับเทคโนโลยีและนวัตกรรมด้านอุตสาหกรรม ป้องกันประเทศจากฝีมือคนไทยที่พร้อมสนับสนุนภารกิจของ หน่วยงานกองทัพ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	8

อินสตาแกรม (Instagram)

สถาบันเทคโนโลยีป้องกันประเทศ หรือ สทป. ใช้อินสตาแกรม (Instagram) ภายใต้ชื่อ “dtithailand” โดย สทป. ไม่ได้ใช้เป็นช่องทางหลักในการสื่อสาร



รูปที่ 18 แสดงหน้าอินสตาแกรม (Instagram) ของ สทป.

การเข้าถึงโซเชียลมีเดียอินสตาแกรม (Instagram) ของ สทป.

ผู้วิจัยได้ค้นหาโซเชียลมีเดียของ สทป. ผลของการค้นหาเป็นดังนี้



รูปที่ 19 แสดงการค้นหาอินสตาแกรมของ สทป.

เมื่อพิมพ์คำว่า “dtithailand” ตามที่ สทป. ประชาสัมพันธ์ ปรากฏอินสตาแกรมของ สทป. เป็นอันดับแรก และสามารถค้นหาได้ง่าย

ข้อมูลทั่วไปของผู้ติดตามอินสตาแกรม (Instagram) ของ สทป.

จนถึงเดือนกันยายน พ.ศ. 2563 อินสตาแกรมของ สทป. มีผู้ติดตามอยู่ทั้งสิ้น 229 คน ทั้งนี้เนื่องจากจำนวนผู้ติดตามมีจำนวนน้อย จึงไม่สามารถวิเคราะห์สัดส่วนของประชากรได้

การเผยแพร่ข่าวสาร และการมีปฏิสัมพันธ์ของผู้ติดตามอินสตาแกรม (Instagram) ของ สทป.

อินสตาแกรมของ สทป. ไม่ใช่สื่อหลักในการสื่อสาร นับตั้งแต่เริ่มต้นบัญชีจนถึงปัจจุบันมีการลงข้อความประชาสัมพันธ์เพียง 120 ข้อความเท่านั้น ข้อความที่ได้รับความนิยมสูงสุด 3 อันดับแรก โดยเรียงตามลำดับมีดังนี้

ตารางที่ 38 แสดงลำดับความนิยมของข้อความในอินสตาแกรม

ลำดับ	เรื่อง	จำนวนผู้ถูกใจ
1	สทป. ร่วมกับกองทัพเรือ จัดการฝึกการอบรมการจัดทำแผนที่สถานการณ์แบบสามมิติ	48
2	Defense and Security 2017	34
3	ยานเกราะ Armored Personnel Carrier (APC)	32



รูปที่ 20 แสดงเรื่องที่ได้รับคามนิยมเป็นอันดับ 1 ในอินสตาแกรมของ สทป.

อันดับที่ 1 เรื่อง สทป. ร่วมกับกองทัพเรือ จัดการฝึกการอบรมการจัดทำแผนที่สถานการณ์แบบสามมิติ โดยมีผู้กดถูกใจจำนวน 48 คน



รูปที่ 21 แสดงเรื่องที่มีความนิยมเป็นอันดับ 2 ในอินสตาแกรมของ สทป.

อันดับที่ 2 เรื่อง สทป. นำเสนอผลงานวิจัยทั้งที่ส่งมอบให้กับหน่วยผู้ใช้แล้วและอยู่ในระหว่างการพัฒนา โดยมีผู้กดถูกใจจำนวน 34 คน



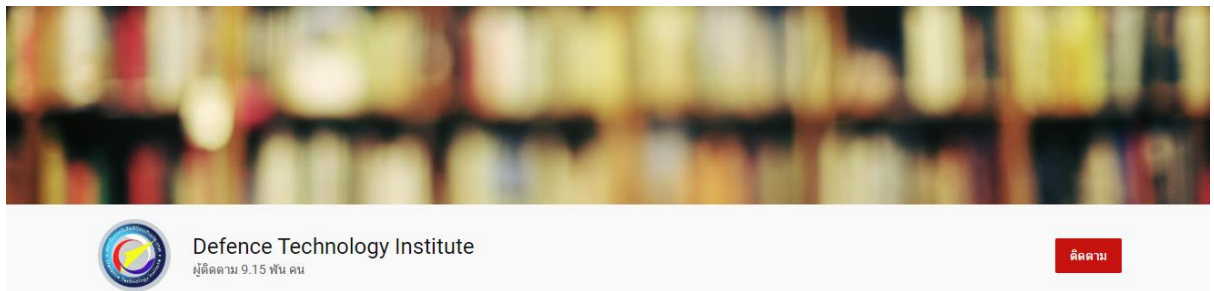
รูปที่ 22 แสดงเรื่องที่มีความนิยมเป็นอันดับ 3 ในอินสตาแกรมของ สทป.

อันดับที่ 3 เรื่อง ยานเกราะ Armored Personnel Carrier (APC) ของสถาบันเทคโนโลยีป้องกันประเทศ ในงาน Defense And Security 2017 โดยมีผู้กดถูกใจจำนวน 32 คน

ยูทูบ (YouTube)

สถาบันเทคโนโลยีป้องกันประเทศ หรือ สทป. ยูทูบ (YouTube)

ภายใต้ชื่อ “Defence Technology Institute”



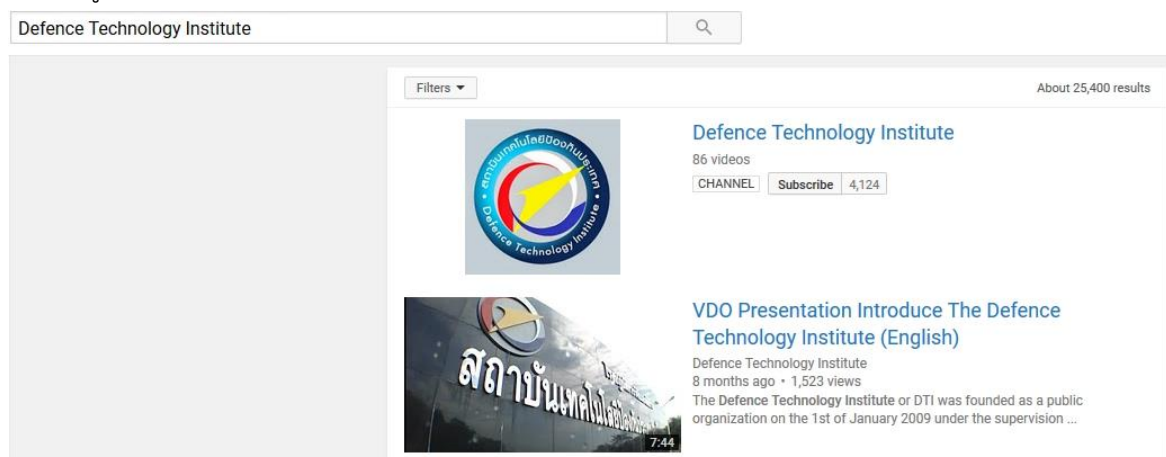
รูปที่ 23 แสดงหน้ายูทูบ (YouTube) ของ สทป.



รูปที่ 24 แสดงตัวอย่างวิดีโอบนยูทูบ (YouTube) ของ สทป.

การเข้าถึงโซเชียลมีเดียยูทูบ (YouTube) ของ สทป.

ผู้วิจัยได้ค้นหาชื่อโซเชียลมีเดียของ สทป. ผลของการค้นหาเป็นดังนี้



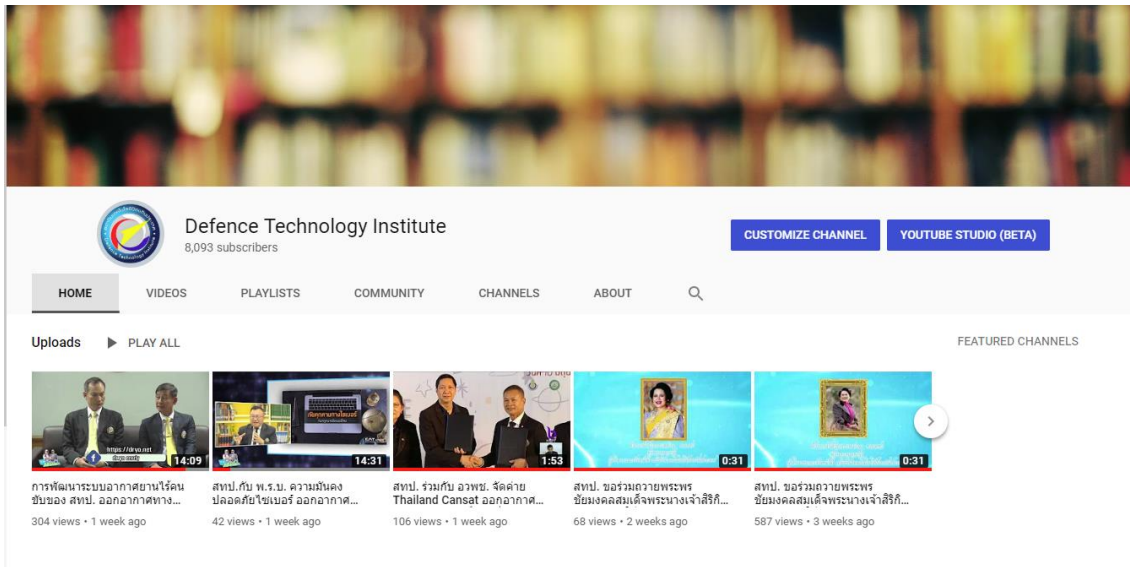
รูปที่ 25 แสดงการค้นหายูทูบของ สทป.

เมื่อพิมพ์คำว่า “Defence Technology Institute” ตามที่ สทป. ประชาสัมพันธ์ ปรากฏยูทูบของ สทป. เป็นอันดับแรก และสามารถค้นหาได้ง่าย

การนำเสนอโซเซียลมีเดียยูทูป (YouTube) ของ สทป.

หน้า Home

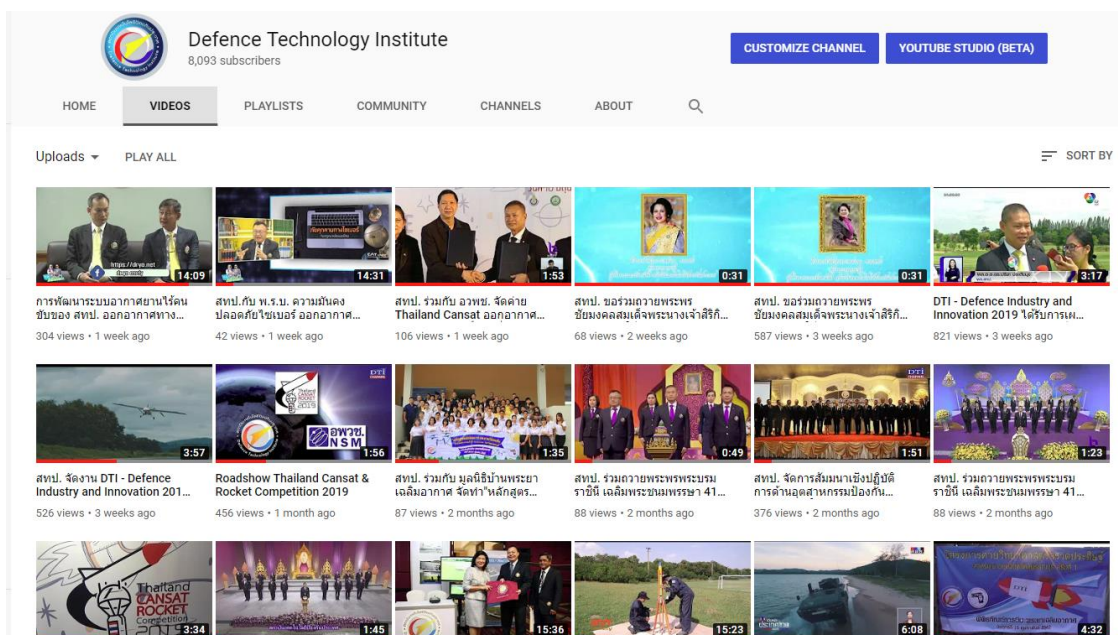
หน้า Home คือ หน้าแรกสำหรับผู้เข้าชมจะได้เห็น ทางสทป. จัดเรียงหน้า Home ในรูปแบบเรียงตามกิจกรรมที่ สทป. ได้ทำ เช่น การอัปโหลดวิดีโอ การกดถูกใจวิดีโอ เป็นต้น



รูปที่ 26 แสดงกิจกรรมที่ สทป. ได้ทำในยูทูป

หน้า Videos

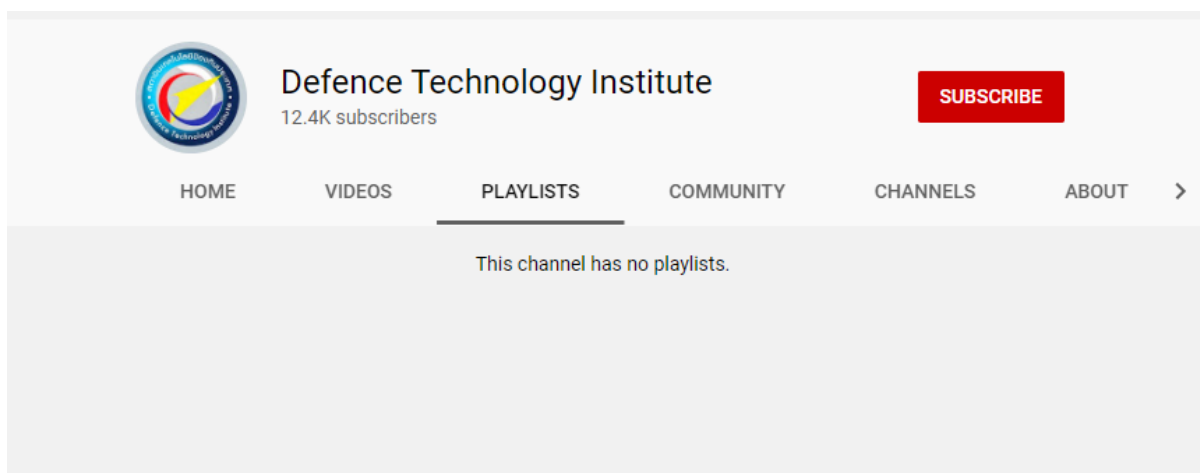
หน้า Videos คือ หน้าแสดงวิดีโอทั้งหมดที่ สทป. อัปโหลด ปัจจุบัน สทป. มีวิดีโอที่อัปโหลดทั้งสิ้น 245 วิดีโอ



รูปที่ 27 แสดงหน้าวิดีโอทั้งหมดของ สทป.

หน้า Playlists

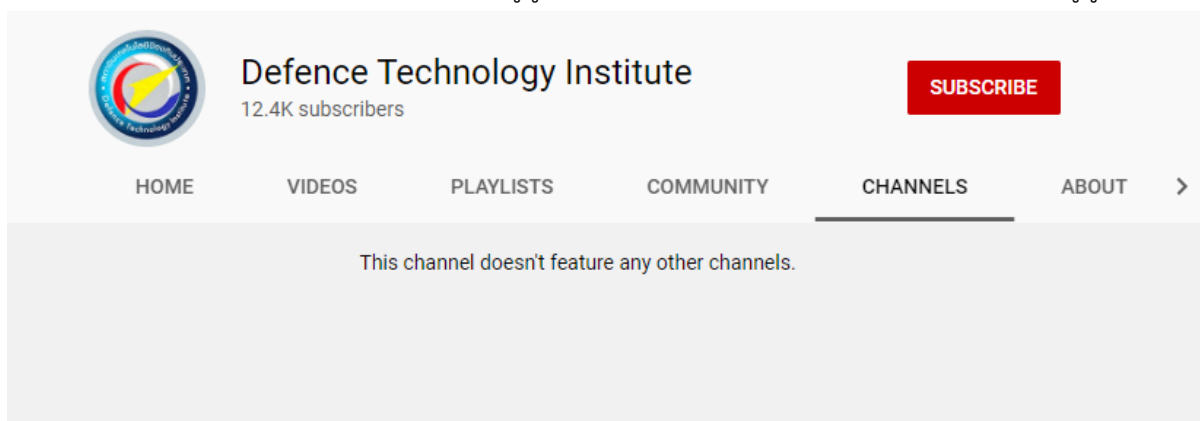
หน้า Playlists คือ หน้า que แสดงหมวดหมู่วิดีโอที่ทาง สทป. ต้องการจัดหมวดหมู่ หรือต้องการจัดลำดับการชม ทั้งนี้ สทป. ไม่ได้จัด Playlist ไດ ๆ ไว้ในช่องของตน



รูปที่ 28 แสดงหน้า Playlists ยูทูบของ สทป.

หน้า Channels

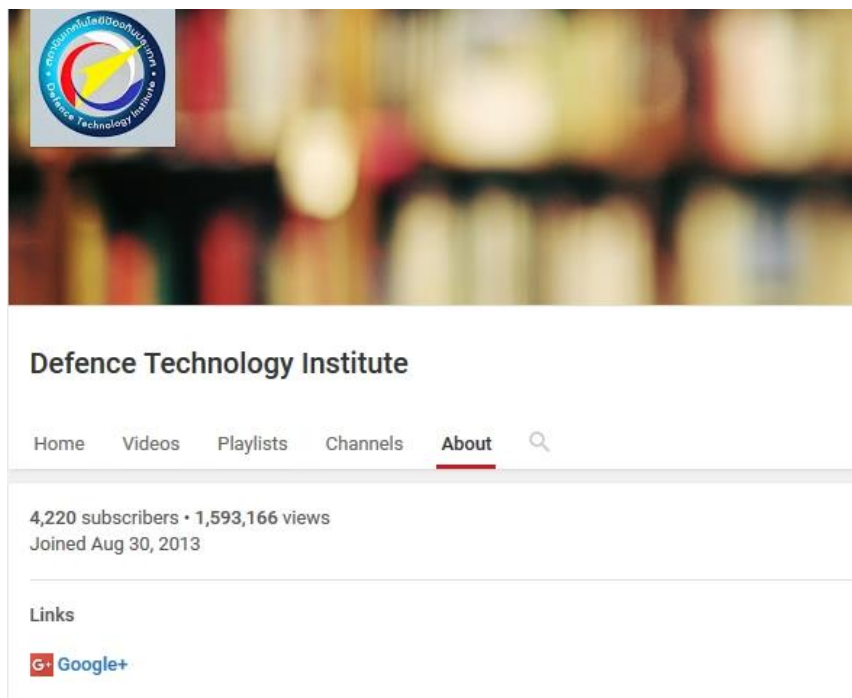
หน้า Channels คือ หน้า que แสดงช่องยูทูบอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ สทป. ไม่ได้ติดตามช่องยูทูบใด ๆ



รูปที่ 29 แสดงหน้า Channels ของยูทูบ สทป.

หน้า About

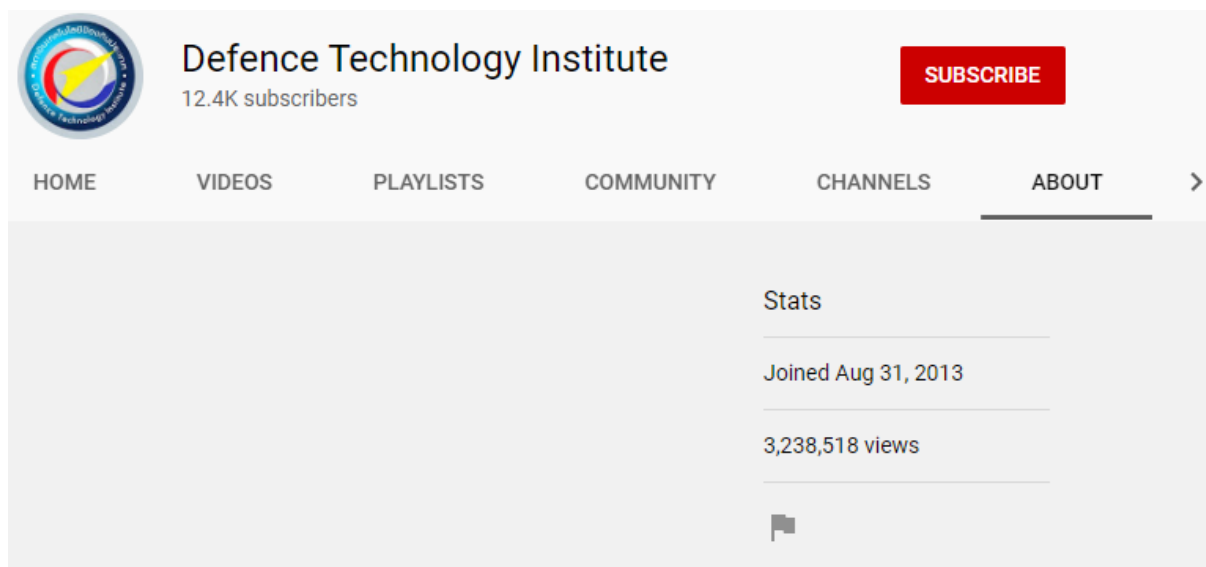
หน้า About คือ หน้าที่แสดงรายละเอียดของช่องยูทูปและหน่วยงาน ทั้งนี้ไม่ปรากฏข้อมูลของ สทป. ในหน้านี้



รูปที่ 30 แสดงข้อมูลของ สทป. ในหน้า About

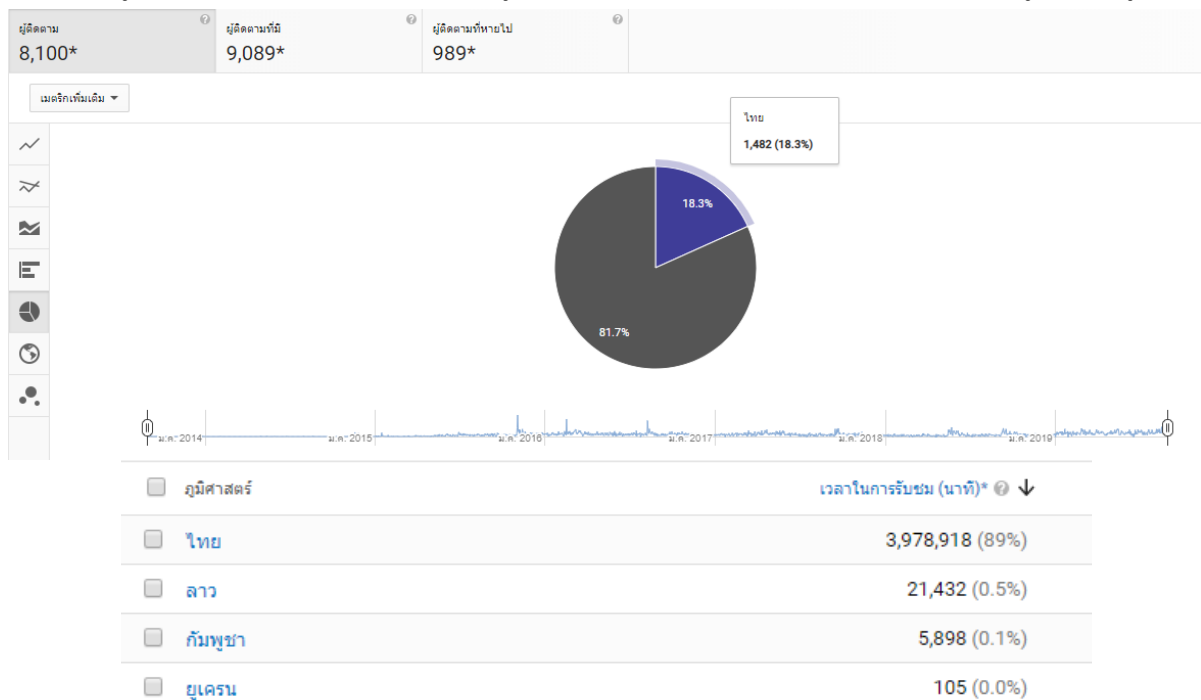
ข้อมูลทั่วไปของผู้ติดตามยูทูป (YouTube) ของ สทป.

ยูทูปของ สทป. มีผู้ติดตามโดยประมาณ 12,400 คน (12.4K) และมีจำนวนคนชมวิดีโอทุกวิดีโอรวมกันทั้งสิ้น 3,238,518 ครั้ง



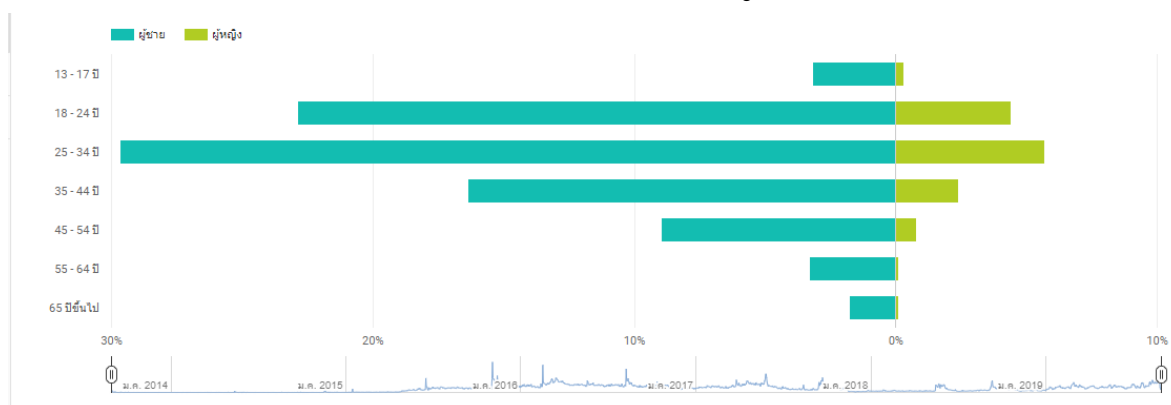
รูปที่ 31 แสดงจำนวนผู้ติดตามและจำนวนครั้งที่ชม

ผู้ติดตามของ สทป. แบ่งออกตามจำนวนผู้ติดตามในประเทศและต่างประเทศ คือ ประเทศไทย จำนวน 1,482 คน คิดเป็นร้อยละ 18.3 และผู้ติดตามในต่างประเทศรวมกันจำนวน 6,618 คน คิดเป็นร้อยละ 81.7 แบ่งผู้ติดตามออกตามจำนวนประเทศที่ผู้รับชมมากไปน้อย ได้แก่ ประเทศไทย ลาว กัมพูชา และยูเครน



รูปที่ 32 แสดงสถิติผู้ติดตามยูทูปของ สทป.

การวิเคราะห์ผู้ติดตามของยูทูป สทป. สรุปได้ดังนี้ ผู้ติดตาม อายุ 13 – 17 ปี คิดเป็นร้อยละ 3.4 แบ่งเป็นเพศชาย ร้อยละ 3.2 และเพศหญิง ร้อยละ 0.2 อายุ 18 – 24 ปี คิดเป็นร้อยละ 27.4 แบ่งเป็นเพศชาย ร้อยละ 23 และเพศหญิง ร้อยละ 4.4 อายุ 25 – 34 ปี คิดเป็นร้อยละ 35.7 แบ่งเป็นเพศชาย ร้อยละ 30 และเพศหญิง ร้อยละ 5.7 อายุ 35 – 44 ปี คิดเป็นร้อยละ 18.4 แบ่งเป็นเพศชาย ร้อยละ 16 และเพศหญิง ร้อยละ 2.4 อายุ 45 – 54 ปี คิดเป็นร้อยละ 9.8 แบ่งเป็นเพศชาย ร้อยละ 9.0 และเพศหญิง ร้อยละ 0.8 อายุ 55 – 64 ปี คิดเป็นร้อยละ 3.3 แบ่งเป็นเพศชาย ร้อยละ 3.3 และเพศหญิง ร้อยละ 0.1 และอายุมากกว่า 65 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 1.9 แบ่งเป็นเพศชาย ร้อยละ 1.8 และเพศหญิง ร้อยละ 0.1



รูปที่ 33 แสดงสัดส่วนข้อมูลผู้ติดตามยูทูป สทป. แบ่งตามอายุและเพศ

ตารางที่ 39 แสดงภาพรวมการใช้ยูทูปในการประชาสัมพันธ์ของ สทป.

เดือน	จำนวนโพสต์	จำนวนการชมวิดีโอ	จำนวนการถูกใจวิดีโอ	จำนวนการไม่ถูกใจวิดีโอ
ต.ค.-62	4	2,062	34	2
พ.ย.-62	3	5,258	152	3
ธ.ค.-62	2	47,270	726	26
ม.ค.-63	2	13,733	397	6
ก.พ.-63	2	4,220	149	1
มี.ค.-63	3	882	31	0
พ.ค.-63	5	846	21	2
มิ.ย.63	2	701	28	0
ก.ค.63	2	1,353	66	2
ส.ค.63	7	38,375	1,089	24
ก.ย.63	3	840	56	0
รวม	35	115,540	2,749	66

วิดีโอที่ได้รับความนิยม 10 อันดับแรกของ สทป.

วิดีโอที่ สทป. อัปโหลด และได้รับความนิยมสูงสุด 10 อันดับ ได้แก่

1. “DTI กับ เทคโนโลยียุทธโธปกรณ์ สู่การพัฒนาเทคโนโลยีของประเทศ” ออกอากาศทางไทยรัฐทีวี
2. ภาพเคลื่อนไหว สถาบันเทคโนโลยีป้องกันประเทศ (สทป.) ทำการยิงทดสอบจรวดขนาด 122 มม. (ไม่นำวิถี)
3. DTI กับ อุตสาหกรรมป้องกันประเทศสู่ S-Curve | ในรายการ EEC FOCUS เผยแพร่ ออกอากาศทางช่อง TNN ช่อง 16
4. วิดีทัศน์แนะนำสถาบันเทคโนโลยีป้องกันประเทศ 2020
5. สทป. ร่วมกับ นสร.กร. วิจัยและพัฒนาสร้างต้นแบบอุตสาหกรรมเรือเนกประสงค์ เพื่อความมั่นคงทางทะเล
6. DTI กับ โครงการนำร่องเพื่อพัฒนาสู่ S-Curve 11 | รายการฟ้าวันใหม่ วันที่ 7 ส.ค. 63
7. จับตา อนาคตไทย สทป. เตรียมส่งออก โดรน ลดการพึ่งพาต่างชาติ ยกระดับอุตสาหกรรมป้องกันประเทศ ทางช่อง TNN
8. สทป. ร่วมจัดนิทรรศการในงาน Defense and Security 2019

9. สทป. เข้าร่วมการประชุมสัมมนาทางวิชาการกองทัพอากาศ ประจำปี 2563 (RTAF Symposium 2020)
10. สทป. ร่วมจัดพิธีวางกระดูกงูเรือต้นแบบอุตสาหกรรมเรืออเนกประสงค์เพื่อความมั่นคงทางทะเล

บทที่ 7

การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง “สำรวจการรับรู้ ทักษะคติ และภาพลักษณ์ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่อ สทป. และความพึงพอใจของผู้รับบริการและผู้ถือผลประโยชน์ร่วมที่มีต่อ สทป.” มีผลการอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ โดยแบ่งเป็นหัวข้อดังนี้

7.1 การอภิปรายผล

7.1.1 การอภิปรายผลการสำรวจการรับรู้ ทักษะคติและภาพลักษณ์ ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ที่มีต่อสถาบันเทคโนโลยีป้องกันประเทศ หรือ สทป.

การอภิปรายผลการสำรวจการรับรู้ ทักษะคติและภาพลักษณ์ ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่มีต่อสถาบันเทคโนโลยีป้องกันประเทศ หรือ สทป. แบ่งออกเป็นหัวข้อ 1) การอภิปรายผลการสำรวจจากแบบสอบถาม และ 2) การอภิปรายผลการสำรวจจากแบบสัมภาษณ์ โดยมีรายละเอียดดังนี้

7.1.1.1 การอภิปรายผลการสำรวจจากแบบสอบถาม

การอภิปรายผลจากการสำรวจจากแบบสอบถามเป็นการอภิปรายผลจากการวิจัยเชิงปริมาณ ผลการอภิปรายมีรายละเอียดตามหัวข้อ ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์สรุปได้ว่า จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 192 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 40-49 ปี กลุ่มตัวอย่างมาจากกองทัพบก ยศร้อยตรี รองลงมาเป็น กลุ่มตัวอย่างที่มาจากเอกชน ไม่ระบุยศ และกองทัพอากาศ ยศเรืออากาศเอก ตารางที่ 40 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

เพศ	→ ชาย
อายุ	→ 40-49 ปี
ชั้นยศ และหน่วยงานที่สังกัด	กองทัพบก → ร้อยตรี
	เอกชน → ไม่ระบุ
	กองทัพอากาศ → เรืออากาศเอก

ส่วนที่ 2 การรับรู้เกี่ยวกับ สทป.

จากการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รู้จัก สทป. และรู้จักต้นสังกัดของ สทป. ซึ่งคือ กระทรวงกลาโหม โดยกลุ่มตัวอย่างรู้จัก สทป. จากสื่อออนไลน์ของ สทป. และเข้าใจว่า สทป. มีหน้าที่ ประสานความร่วมมือด้านเทคโนโลยีป้องกันประเทศและอุตสาหกรรมป้องกันประเทศกับหน่วยงานของรัฐ สถาบันการศึกษาและภาคเอกชนทั้งในประเทศและต่างประเทศนอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างเห็นว่า สทป. ควรใช้สื่อออนไลน์เพื่อให้เกิดการรับรู้ สทป. โดยเน้นการใช้เฟซบุ๊กเป็นหลัก

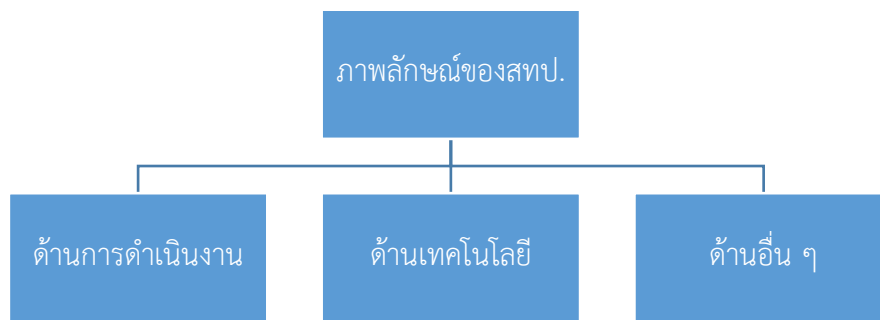
ทั้งนี้ จากผลการสำรวจ สทป. ควรประชาสัมพันธ์เรื่อง พระราชบัญญัติเทคโนโลยีป้องกันประเทศ พ.ศ.2562 และหน้าที่และพันธกิจของ สทป. ให้เป็นที่รู้จักในวงกว้างอย่างรวดเร็ว

ตารางที่ 41 แสดงผลการวิเคราะห์การรับรู้เกี่ยวกับ สทป.

การเคยได้ยินชื่อหรือรู้จัก สทป.	→ ร้อยละ 91.67
การรู้จักต้นสังกัดของ สทป.	→ ร้อยละ 85.79 รับรู้ว่าต้นสังกัด คือ กระทรวงกลาโหม
สื่อที่ทำให้เกิดการรับรู้ สทป.	→ ร้อยละ 57.81 รับรู้จากสื่อออนไลน์ของ สทป.
วิสัยทัศน์ของ สทป.	→ ร้อยละ 94.32 รับรู้ว่าวิสัยทัศน์ของ สทป. คือ เป็นผู้นำด้านเทคโนโลยีป้องกันประเทศในภูมิภาค ตอบสนองความต้องการของ กองทัพไทย และพันธมิตรอาเซียน
การรับรู้หน้าที่หลักของ สทป.	→ ร้อยละ 97.16 รับรู้ว่าหน้าที่หลักของ สทป. คือ ประสานความร่วมมือด้านเทคโนโลยีป้องกันประเทศและอุตสาหกรรมป้องกันประเทศกับหน่วยงานของรัฐ สถาบันการศึกษาและเอกชนทั้งในประเทศและต่างประเทศ
การรับรู้เกี่ยวกับพระราชบัญญัติเทคโนโลยีป้องกันประเทศ	→ ร้อยละ 78.41 รับทราบว่า สทป. มีพระราชบัญญัติเทคโนโลยีป้องกันประเทศ แต่ไม่ทราบรายละเอียด
ความคิดเห็นต่อสื่อที่ส่งผลต่อการรับรู้ของ สทป.	→ ร้อยละ 20.23 คิดว่าสื่อออนไลน์ของ สทป. ส่งผลต่อการรับรู้ของ สทป. มากที่สุด

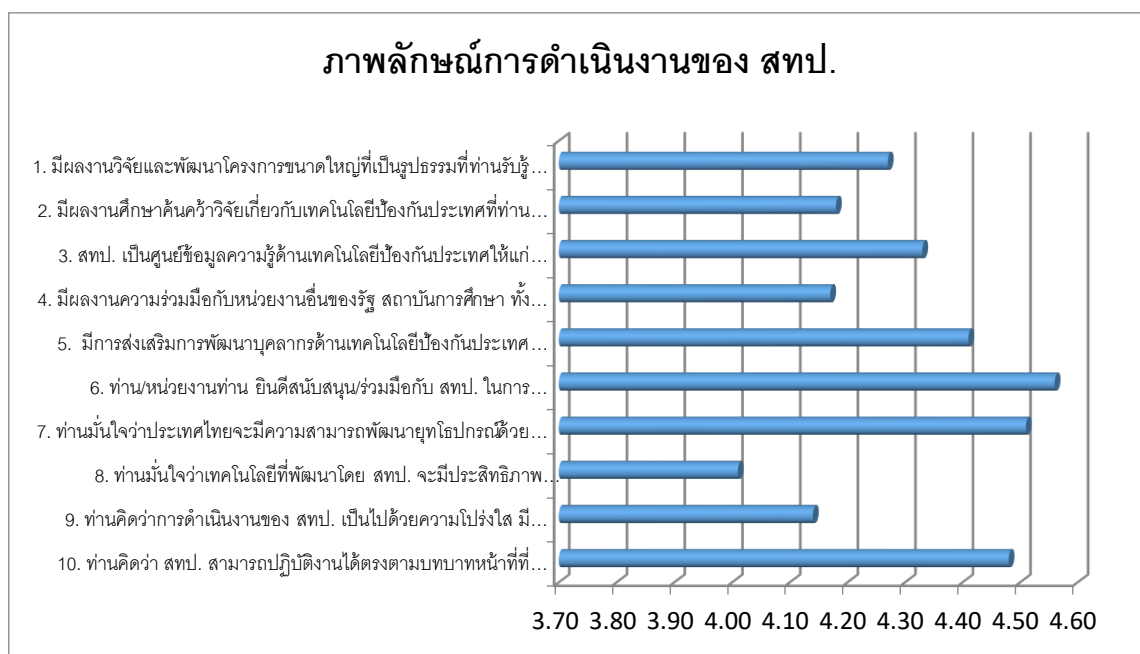
ส่วนที่ 3 ข้อมูลภาพลักษณ์ของสถาบันเทคโนโลยีป้องกันประเทศ (สทป.)

ในการตอบคำถามปลายเปิด ถ้ากล่าวถึง “สถาบันเทคโนโลยีป้องกันประเทศ : สทป. ท่านนึกถึงอะไร” กลุ่มตัวอย่างนึกถึง สทป. ในด้านการดำเนินงาน ด้านเทคโนโลยี และด้านอื่น ๆ ซึ่งภาพลักษณ์ในการดำเนินงานและเทคโนโลยีนับว่าเป็นภาพลักษณ์ที่ดี โดยเฉพาะเมื่อเทียบกับปีก่อน ผู้ตอบแบบสอบถามมองว่า สทป. มีความโปร่งใสในการบริหารงบประมาณมากขึ้น อย่างไรก็ตาม ปัญหาสำคัญที่ สทป. จะต้องแก้ไข คือ การประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับฐานะใหม่ ตามพระราชบัญญัติเทคโนโลยีป้องกันประเทศ พ.ศ. 2562 และบทบาทของ สทป. ที่เพิ่มขึ้นมาจากพระราชบัญญัติเทคโนโลยีป้องกันประเทศนี้

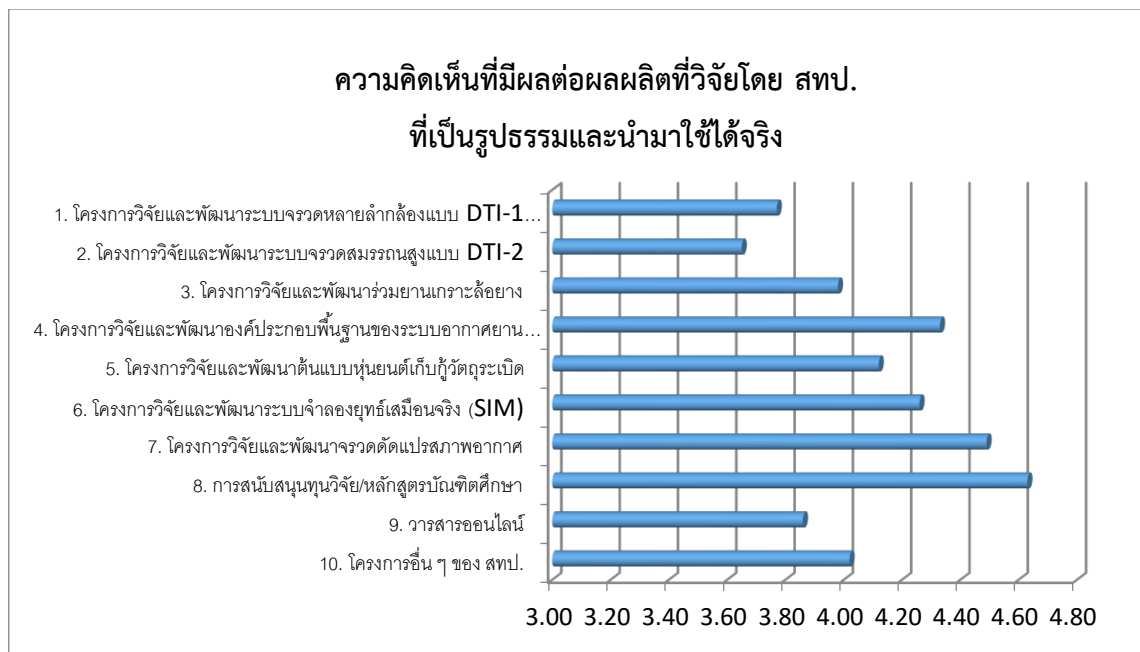


รูปที่ 34 ภาพแสดงสรุปผลการศึกษาภาพลักษณ์ของ สทป.

ในการตอบคำถามแบบเลือกตอบพบว่า ในด้านภาพลักษณ์ของการดำเนินงานของ สทป. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มองว่า การวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีป้องกันประเทศโดยคนไทย เป็นความจำเป็นของกองทัพและประเทศชาติ และผลงานการวิจัยและพัฒนาจรวดดัดแปรสภาพอากาศจำเป็นและมีประโยชน์ในการใช้งานจริง เป็นผลงานที่ส่งผลถึงภาพลักษณ์ของหน่วยงานมากที่สุด



รูปที่ 35 ภาพแสดงสรุปผลการศึกษาภาพลักษณ์การดำเนินงานของ สทป.



รูปที่ 36 ภาพสรุปผลการศึกษาความคิดเห็นที่มีต่อผลผลิตที่วิจัยโดย สทป. ที่เป็นรูปธรรมและนำมาใช้ได้จริง

7.1.1.2 การอภิปรายผลการสำรวจจากแบบสัมภาษณ์

การอภิปรายผลจากการสำรวจจากแบบสัมภาษณ์เป็นการอภิปรายผลจากการวิจัยเชิงคุณภาพ ผลการอภิปรายมีรายละเอียดตามหัวข้อ ดังต่อไปนี้

1. ท่านคิดว่าการนำเสนอหน้าที่หลักของสถาบันเทคโนโลยีป้องกันประเทศ ในปัจจุบัน มีความเหมาะสม และมีคำแนะนำอย่างไรบ้าง

กลุ่มตัวอย่างคิดว่า การนำเสนอหน้าที่หลักของ สทป. มีความเหมาะสม เพราะว่าได้นำเสนอในเรื่องของงานที่ สทป. กำลังทำอยู่และเป็นประโยชน์แก่หน่วยงานที่ได้รับการอบรมเป็นอย่างมาก

อย่างไรก็ตาม กลุ่มตัวอย่างต้องการให้ สทป. ได้มีโอกาสทำกิจกรรมร่วมกับทางกองทัพ และหน่วยงานให้บ่อยยิ่งขึ้น ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของการให้ความรู้ องค์กรความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี รวมทั้งการแนะนำองค์กรในสถานศึกษาต่าง ๆ อาทิเช่น โรงเรียนเสนาธิการทหารบก วทบ. วทร. วทอ. วิทยาลัยเหล่าทัพต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งต้องการให้ สทป. ไปที่ โรงเรียนนายสิบทหารบก โรงเรียนนายร้อย จปร. โรงเรียนนายร้อยสามเหล่า รวมถึง โรงเรียนช่างฝีมือทหาร เพราะโรงเรียนเหล่านี้เป็นจุดเริ่มต้นของบุคลากรทางทหาร ได้รับทราบตั้งแต่ต้นว่า สทป. ทำอะไร ซึ่ง สทป. จะได้ประโยชน์ในระหว่างที่ไปทำกิจกรรมเหล่านี้ คือ สทป. สามารถคัดเลือกคนเก่งของกองทัพได้ สทป. ควรทำความรู้จักกับคนเหล่านี้ และคัดเลือกคนเก่งให้มาทำงานกับสทป.

2. ท่านคิดว่าในภาพรวม ภาพลักษณ์การดำเนินงานขององค์กรเป็นเช่นไร

ในมุมมองของกลุ่มตัวอย่าง ภาพรวม และภาพลักษณ์การดำเนินงานของ สทป. ได้รับการยอมรับมากขึ้นกว่าเมื่อสองสามปีที่ผ่านมา อย่างไรก็ตาม สทป. ดำเนินงานในเรื่องเกี่ยวกับอาวุธ หน่วยงานหลัก ๆ ของกลาโหม แบ่งออกเป็น สามส่วนหลัก ๆ กองทัพบก กองทัพเรือ กองทัพอากาศ ตอนนี้อยู่ในเกณฑ์เสมอตัวยังไม่โดดเด่นอะไรมาก อาจจะต้องใช้เวลาในการพัฒนาสักระยะหนึ่ง ภาพลักษณ์ของ สทป. ไม่จำเป็นต้องทำโครงการขนาดใหญ่ เช่น การสร้างจรวด หรือว่า การทำอะไรใหญ่โตมากมายใช้เงินสูง ๆ แต่ สทป. ต้องสร้างนวัตกรรมของตนเองขึ้นมา เพราะสิ่งพวกนี้จะเป็นที่ประจักษ์ ไม่จำเป็นว่าหน่วยงานทหารจะต้องรู้ต้องสามารถนำไปใช้ในวงการทหาร อาจจะสามารถนำไปใช้ในองค์การพลเรือน เช่น กรมป่าไม้ หรือกรมประมง เป็นต้น โดยสรุป กลุ่มตัวอย่างต้องการให้ สทป.

1) มุ่งเน้นทางด้านนวัตกรรม ต้องมองเทคโนโลยีเพื่ออนาคต

2) การบำรุงรักษายุทธโศปกรณ์ของกองทัพ เพราะว่าหน่วยงานต่าง ๆ ในกองทัพต่างมียุทธโศปกรณ์ที่ใช้มาอย่างยาวนาน ดังนั้น สทป. ต้องคำนึงถึงการบำรุงรักษายุทธโศปกรณ์เหล่านี้ด้วย โดยมีคำถามสำคัญคือ จะทำอย่างไรให้สามารถบำรุงรักษาและใช้งานอาวุธเหล่านี้ได้

3. ท่านคิดว่า การดำเนินงานร่วมกันระหว่างหน่วยงานของท่านกับ สทป. มีผลงานที่น่าพึงพอใจหรือไม่

กลุ่มตัวอย่างให้ข้อมูลว่า หน่วยงานของกลุ่มตัวอย่างมีการเปิดหลักสูตรต่าง ๆ และมีการเชิญ สทป. มาเกือบทุกหลักสูตร ซึ่งประสบความสำเร็จเป็นอย่างมาก ทั้งนี้ได้ให้ความคิดเห็นเพิ่มเติมดังนี้

1. ในบางหน่วยงาน นักเรียน นักศึกษา และผู้เข้าอบรมที่ได้รับการอบรมครั้งแรกยังไม่รู้จักกับ สทป. จึงอยากให้ สทป. เพิ่มการแนะนำหน่วยงานในส่วนแรกของการบรรยายมากขึ้น

2. อยากให้เพิ่มหลักสูตรการฝึก เพราะในกลุ่มผู้ให้ข้อมูลมีหลักสูตรที่หลากหลาย นอกจากการเรียนในตำราแล้ว จะมีการออกฝึกภาคสนาม โดย สทป. มีโครงการในเรื่องของ UAV ตรงนี้อาจจะเป็นประโยชน์ในการฝึกกับนักเรียนได้

4. ในฐานะที่ท่านสังกัดในหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ท่านคิดว่าความสัมพันธ์ของ สทป. และหน่วยงานของท่านเป็นเช่นไร

กลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นว่าความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานและ สทป. เป็นไปได้ด้วยดี สทป. เป็นผู้ให้ความรู้คำแนะนำ มาบรรยายเกี่ยวกับงานที่ทำอยู่ในปัจจุบันเสมอ นักเรียนก็เริ่มรู้จัก สทป. มากขึ้น แต่อย่างไรก็ตามก็ยังอยากให้ สทป. เข้ามาในหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาทั้งของกองทัพ และในภาคเอกชนมากขึ้นกว่านี้

5. ท่านคิดว่าการพัฒนาความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สทป. ต้องดำเนินการเช่นไร

กลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นว่า ต้องการให้ สทป. เข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดความต้องการ หรือให้ความรู้ นำนวัตกรรมที่ สทป. คิดมานำเสนอ และเชิญ สทป. มาบรรยายให้กับนายทหารนักเรียน หรือผู้รับการอบรม ปีละ 4-5 รุ่น คิดว่าน่าจะมีกลุ่มของคนที่ได้รับประโยชน์จาก สทป. มาก

นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างยังแสดงความชื่นชม สทป. ที่มีความตั้งใจเข้ามาอบรมให้ความรู้ กับทางโรงเรียน โดยไม่ต้องร้องขอ ซึ่งในแต่ละปี จะมีหนังสือจาก สทป. ว่ายินดีที่จะให้ความรู้ โดยไม่คิดค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ซึ่งเป็นสิ่งที่ สทป. มีความตั้งใจ และการมาแต่ละครั้ง สทป. ก็นำสิ่งของนวัตกรรม และความรู้ต่าง ๆ ที่ สทป. ได้ทำการวิจัยและใช้ประโยชน์ได้จริงมาจัดแสดงและแนะนำผู้เรียนด้วย จึงต้องการ ให้ สทป. รักษาการปฏิบัติที่ดีนี้ไว้

7.1.2 การอภิปรายผลการสำรวจความพึงพอใจของผู้รับบริการและผู้ถือผลประโยชน์ร่วมที่มีต่อสถาบันเทคโนโลยีป้องกันประเทศ หรือ สทป.

การอภิปรายผลการสำรวจความพึงพอใจของผู้รับบริการและผู้ถือผลประโยชน์ร่วมที่มีต่อสถาบันเทคโนโลยีป้องกันประเทศ หรือ สทป. แบ่งออกเป็นหัวข้อ 1) การอภิปรายผลการสำรวจจากแบบสอบถาม และ 2) การอภิปรายผลการสำรวจจากแบบสัมภาษณ์ โดยมีรายละเอียดดังนี้

7.1.2.1 การอภิปรายผลการสำรวจจากแบบสอบถาม

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์

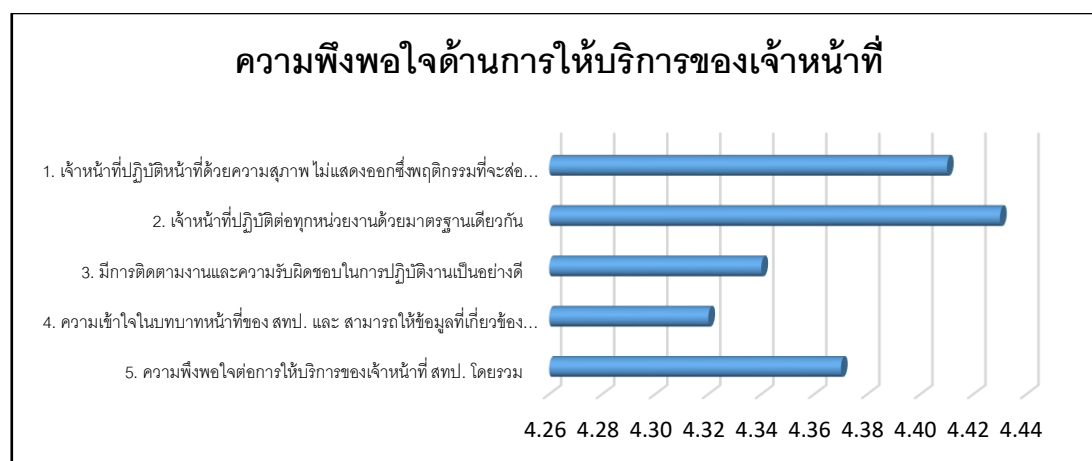
ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์สรุปได้ว่า จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 222 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จากหน่วยงานสังกัดกองทัพบก ผู้ตอบแบบสอบถามโดยมากทำงานในสังกัดมาแล้ว 6 - 10 ปี และมีการติดต่อกับ สทป. บ้าง แต่ไม่ได้ติดต่อเป็นประจำ ไม่มีผู้ตอบแบบสอบถามคนใดไม่เคยติดต่อกับ สทป. เลยในรอบปีที่ผ่านมา

ตารางที่ 42 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

เพศ	ชาย
หน่วยงานที่สังกัด	กองทัพบก
ระยะเวลาที่ทำงานในสังกัด	6 – 10 ปี
การติดต่อกับ สทป. ในรอบปีที่ผ่านมา	เคยติดต่อบ้าง แต่ไม่ได้ติดต่อเป็นประจำ

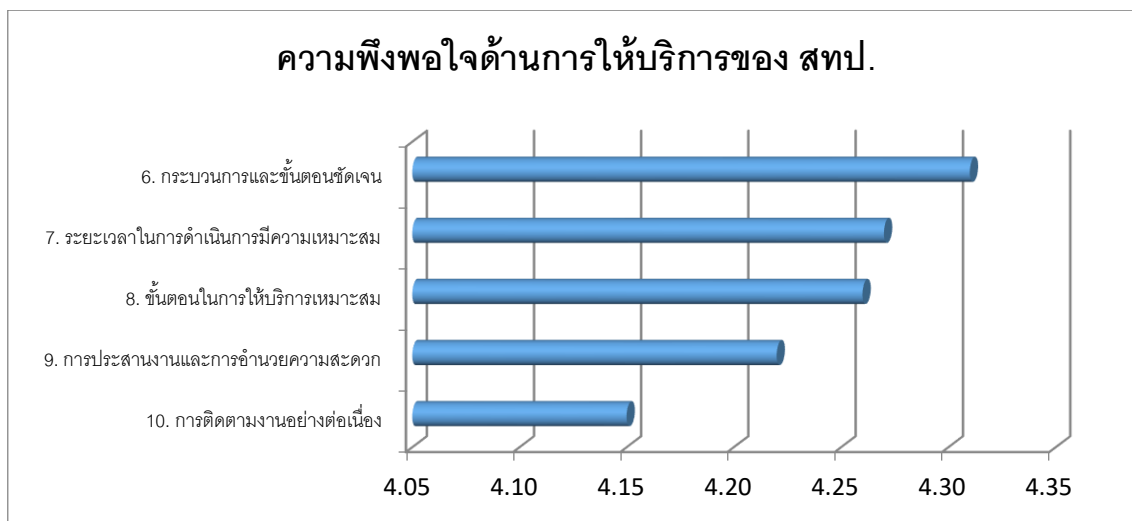
ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของ สทป.

จากการศึกษาความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของ สทป. ประกอบด้วย ความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ คือ ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ ด้านการให้บริการของ สทป. ด้านความสะดวก ด้านการใช้ประโยชน์หรือผลที่ได้รับจากการใช้บริการ และด้านบทบาทหน้าที่ของ สทป. ซึ่งสามารถอภิปรายได้ดังนี้



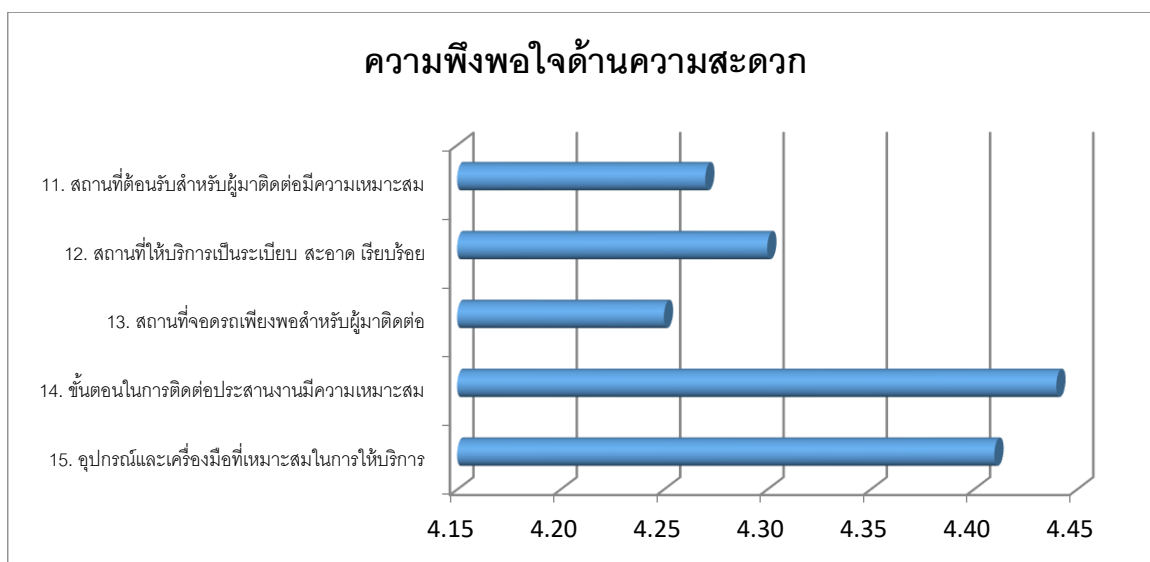
รูปที่ 37 ภาพสรุปผลการศึกษาความพึงพอใจด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่

ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ ในภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจกับการให้บริการของเจ้าหน้าที่ สทป. โดยทุกข้อสอบถามมีคะแนนเกินร้อยละ 80 ทั้งหมด โดยเฉพาะในภาพรวม ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่ สทป. ถึงร้อยละ 84.72



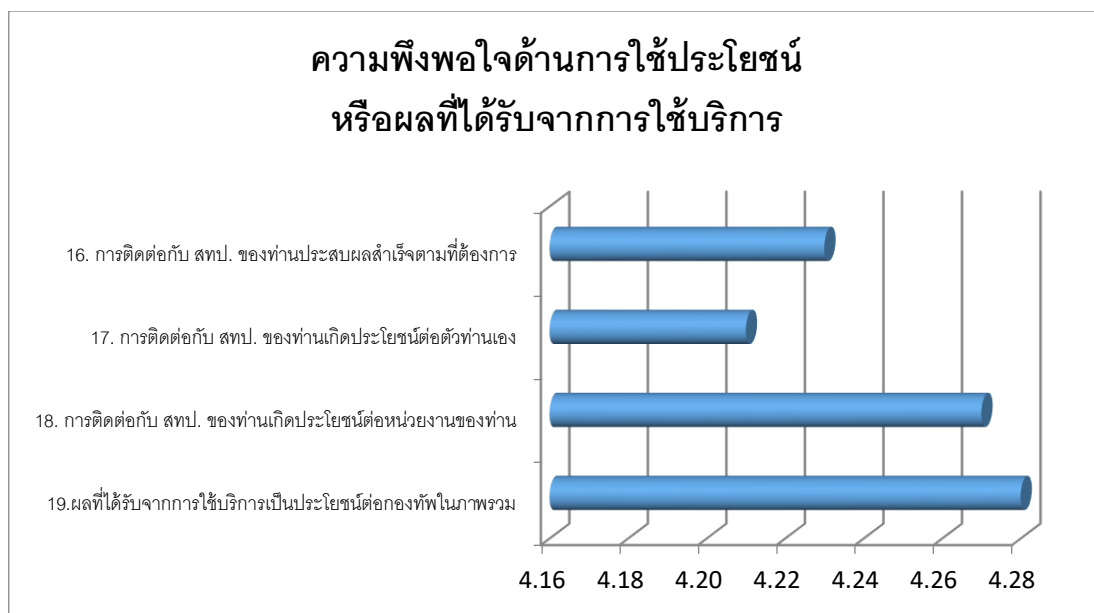
รูปที่ 38 ภาพสรุปผลการศึกษาความพึงพอใจด้านการให้บริการของ สทป.

ด้านการให้บริการของ สทป. ในภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจกับการให้บริการของเจ้าหน้าที่ สทป. โดยทุกข้อสอบถามมีคะแนนเกินร้อยละ 80 ทั้งหมด โดยเฉพาะกระบวนการและขั้นตอนการติดต่อที่ชัดเจน ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่ สทป. ถึงร้อยละ 84.72



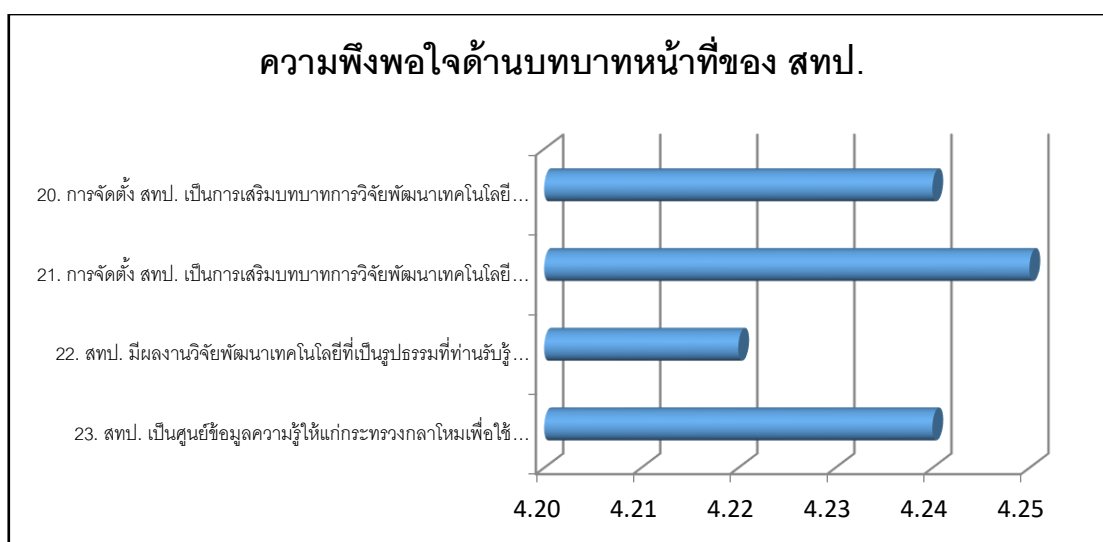
รูปที่ 39 ภาพสรุปผลการศึกษาความพึงพอใจด้านความสะดวก

ด้านความสะดวก ในภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจด้านความสะดวกในการติดต่อกับ สทป. โดยทุกข้อสอบถามมีคะแนนเกินร้อยละ 80 ทั้งหมด โดยเฉพาะด้านที่จอดรถที่มีการพัฒนาขึ้นอย่างเห็นได้ชัดจากปีก่อน ๆ



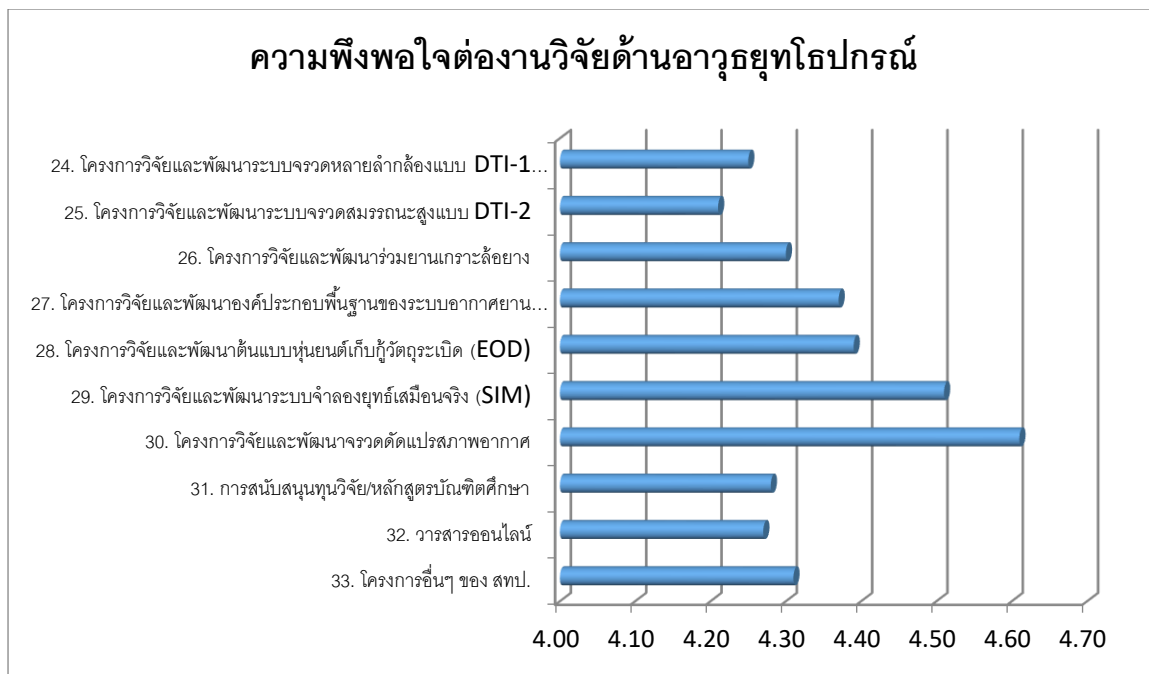
รูปที่ 40 ภาพสรุปผลการศึกษาความพึงพอใจด้านการใช้ประโยชน์หรือผลที่ได้รับจากการใช้บริการ

ด้านการใช้ประโยชน์หรือผลที่ได้รับจากการใช้บริการ ในภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจด้านการให้บริการของ สทป. โดยทุกข้อสอบถามมีคะแนนเกินร้อยละ 80 ทั้งหมด โดยเฉพาะด้านประโยชน์ต่อกองทัพที่มีการพัฒนาขึ้นอย่างเห็นได้ชัดจากปีก่อน ๆ



รูปที่ 41 ภาพสรุปผลการศึกษาความพึงพอใจด้านบทบาทหน้าที่ของ สทป.

ความพึงพอใจด้านบทบาทหน้าที่ของ สทป. ในภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจด้านการให้บริการของ สทป. โดยทุกข้อสอบถามมีคะแนนเกินร้อยละ 80 ทั้งหมด โดยเฉพาะด้าน สทป. มีผลงานวิจัยพัฒนาเทคโนโลยีที่เป็นรูปธรรมที่ท่านรับรู้และยอมรับ และสามารถบริหารงานตามพระราชบัญญัติเทคโนโลยีป้องกันประเทศ พ.ศ. 2562 ได้เป็นอย่างดีและตรงตามพันธกิจตามพระราชบัญญัติเทคโนโลยีป้องกันประเทศ มีการพัฒนาขึ้นอย่างเห็นได้ชัดจากปีก่อน ๆ

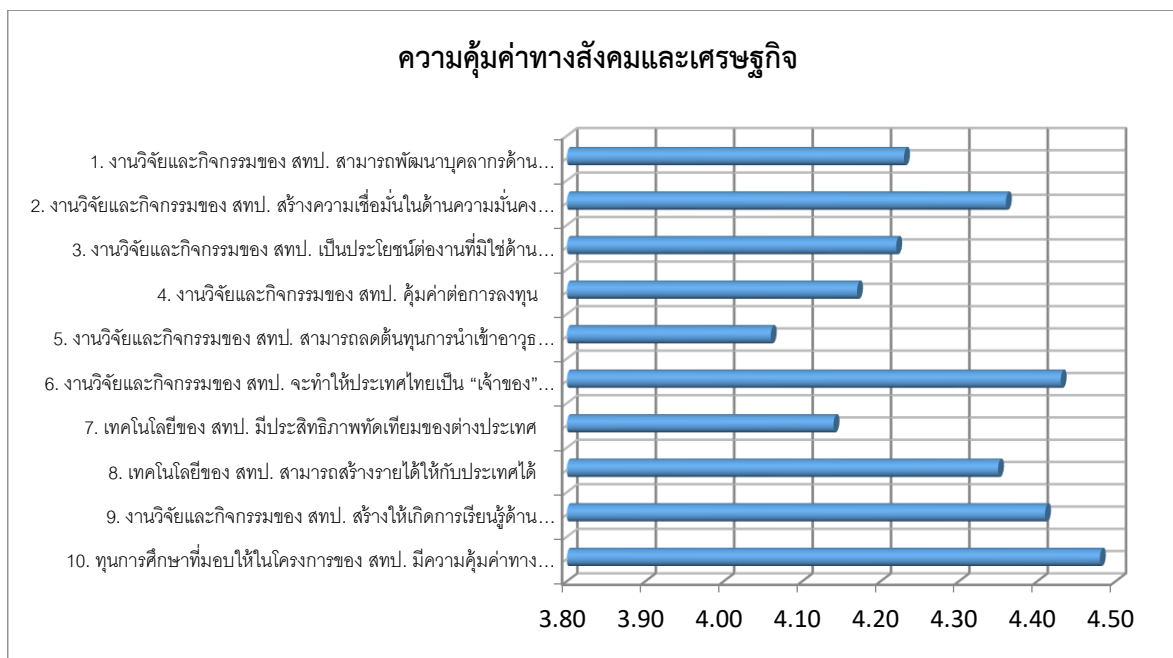


รูปที่ 42 ภาพสรุปผลการศึกษาพึงพอใจด้านงานวิจัยด้านอาวุธยุทโธปกรณ์

ความพึงพอใจต่องานวิจัยด้านอาวุธยุทโธปกรณ์ ในภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจด้านความคุ้มค่าทางด้านอาวุธยุทโธปกรณ์ โดยทุกข้อสอบถามมีคะแนนเกินร้อยละ 80 ทั้งหมด โดยเฉพาะด้านการพัฒนา ยานเกราะล้อยางและหุ่นยนต์เก็บกู้วัตถุระเบิด

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นในด้านความคุ้มค่าทางสังคมและด้านเศรษฐกิจของ สทป.

จากการศึกษาความคิดเห็นในด้านความคุ้มค่าทางสังคมและเศรษฐกิจของ สทป. สามารถอธิบายได้ดังนี้



รูปที่ 43 ภาพสรุปผลการศึกษาความคุ้มค่าทางสังคมและเศรษฐกิจ

ความคุ้มค่าทางสังคมและเศรษฐกิจ ในภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจด้านความคุ้มค่าทางสังคมและเศรษฐกิจ โดยทุกข้อสอบถามมีคะแนนเกินร้อยละ 80 ทั้งหมด โดยเฉพาะด้านทุนการศึกษาที่มอบให้ในโครงการของ สทป. มีความคุ้มค่าทางเศรษฐกิจและสังคม และช่วยแก้ปัญหาด้านบุคลากรด้านเทคโนโลยีป้องกันประเทศของประเทศไทยได้

7.1.2.2 การอธิบายผลการสำรวจจากแบบสัมภาษณ์

การอธิบายผลจากการสำรวจจากแบบสัมภาษณ์เป็นการอธิบายผลจากการวิจัยเชิงคุณภาพ ผลการอธิบายมีรายละเอียดตามหัวข้อ ดังต่อไปนี้

1. ท่านคิดว่าการให้บริการของเจ้าหน้าที่ สทป. ควรมีข้อปรับปรุงหรือไม่ อย่างไร

กลุ่มตัวอย่างให้สัมภาษณ์ว่า ได้รับทุนและทำงานร่วมกับสทป. ซึ่งเจ้าหน้าที่ของ สทป. ให้บริการครบถ้วนตั้งแต่เริ่มมีการเสนอข้อเสนอโครงการ อธิบายโจทย์ปัญหาให้กับนักวิจัย จนกระทั่งนักวิจัยท่านไหนได้รับทุน มีการชี้แจงรายละเอียดเกี่ยวกับการปฏิบัติ การวิจัย เพื่อให้สอดคล้องกับทางวัตถุประสงค์ของ สทป. รวมถึงกระบวนการวิจัยต่าง ๆ อีกทั้งยังคอยติดตามจนโครงการสำเร็จจุลวง หลังจากนั้นยังมีการเชิญนักวิจัย

ไปให้ข้อมูลรายละเอียดหรือแสดงผลงานที่สำเร็จแล้ว รวมถึงยังติดต่อกับนักวิจัยเมื่อมีกิจกรรมของ สทป. ให้นักวิจัยได้มีความใกล้ชิดกับ สทป. อยู่ตลอดเวลา การให้บริการของเจ้าหน้าที่ สทป. จึงยังไม่มีข้อปรับปรุง นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างบางรายได้มีโอกาสได้เข้าสัมภาษณ์ผู้อำนวยการสถาบันเทคโนโลยีป้องกันประเทศ ซึ่งได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดีจากการติดต่อประสานงานผ่านเลขา

อย่างไรก็ตาม กลุ่มตัวอย่างได้กล่าวถึง ข้อปรับปรุงในด้านสถานที่ของ สทป. ที่มีป้ายบอกทาง ไม่ชัดเจน

2. ท่านพึงพอใจต่อบทบาทหน้าที่ของ สทป. ในโครงการใดมากที่สุด เพราะเหตุใด

กลุ่มตัวอย่างพึงพอใจต่อโครงการของ สทป. ดังต่อไปนี้ 1) กิจกรรมนิทรรศการที่แสดงโครงการต่าง ๆ 2) โครงการพลังงานไร้สาย ซึ่งมีการติดตั้งสถานีชาร์จแบตเตอรี่ไร้สายให้กับพวกยุทโธปกรณ์ต่าง ๆ เช่น ยูเอวี หรืออากาศยาน 3) โครงการสร้างจรวดโดยฝีมือของนักวิจัยไทยที่มีส่วนร่วม ซึ่งทำให้เรามั่นใจว่าคนไทยก็สามารถทำงานวิจัยทางด้านเทคโนโลยีด้านป้องกันประเทศได้ไม่น้อยหน้าไปกว่าต่างประเทศ 4) โครงการศึกษาความเป็นไปได้ที่จะทำโครงการฐานปล่อยดาวเทียมประเทศไทย ซึ่งเป็นโครงการที่น่าสนใจ และแสดงให้เห็นว่าประเทศไทยมีศักยภาพ และทาง สทป. มีความรู้ทางด้านนี้ ถ้าทำโครงการ เช่นนี้อย่างต่อเนื่องจะเกิดประโยชน์

3. ท่านคิดว่างานวิจัยและพัฒนาหรือโครงการของ สทป. มีประโยชน์ต่อสังคมหรือไม่ อย่างไร

กลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นว่า งานวิจัยและพัฒนาของ สทป. เช่น การค้นคว้าพัฒนาเรื่องอาวุธ เรื่องระบบป้องกัน เกี่ยวกับความปลอดภัยของประเทศต่าง ๆ ล้วนมีประโยชน์ทั้งสิ้น อย่างไรก็ตาม กลุ่มตัวอย่างต้องการให้พัฒนาผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ให้มากขึ้นกว่านี้ เช่น โครงการถ่ายโอนพลังงาน ไร้สายสามารถนำไปประยุกต์กับอย่างอื่นได้ เช่น รถไฟฟ้า นอกเหนือจากการชาร์จยูเอวีเพียงเท่านั้น และนอกจากนี้ อยากให้ทาง สทป. เพิ่มโครงการให้ความรู้แก่ทางสถาบันอื่น ๆ เกี่ยวกับวิชาการมากขึ้น เช่น ความร่วมมือกับมหาวิทยาลัย เพื่อจะได้นำความรู้ไปต่อยอดและมาช่วยพัฒนา

4. ท่านคิดว่างานวิจัยและพัฒนาหรือโครงการของ สทป. คุ่มค่ากับงบประมาณที่ใช้หรือไม่ อย่างไร

กลุ่มตัวอย่างให้สัมภาษณ์ว่าโครงการของ สทป. มีความคุ้มค่าอย่างมาก เพราะถือเป็นการสร้างนวัตกรรม และลดการนำเข้าจากต่างประเทศ อย่างไรก็ตาม กลุ่มตัวอย่างมีความกังวลเรื่องงบประมาณของ สทป. เพราะในการวิจัยแต่ละครั้งได้รับงบประมาณที่จำกัด ในฐานะคนทำงานต้องการงบประมาณที่มากกว่าที่ทาง สทป. ให้ เพื่อสร้างงานที่ดีกว่า แต่กลุ่มตัวอย่างก็แสดงความเข้าใจทาง สทป. เป็นอย่างดี เรื่องข้อจำกัดด้านงบประมาณ นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างยังอยากให้รัฐบาลสนับสนุน สทป. มากกว่านี้ เพื่อให้ประเทศไทยมีเครื่องมือที่ทันสมัยเทียบเคียงกับประเทศที่พัฒนาแล้ว อีกทั้ง ยังอยากให้มีการส่งเสริมบุคลากร เพื่อให้องค์กรมีเจ้าหน้าที่ที่มีความสามารถรองรับงานในอนาคต

5. โดยรวมท่านพึงพอใจการทำงานของ สทป. หรือไม่ อย่างไร

กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในการทำงานของ สทป. โดยรวม เพราะว่าจากเดิมนักวิจัยส่วนมากไม่มีโอกาสได้ใกล้ชิดกับงานวิจัยทางทหาร เพราะฉะนั้น การที่มี สทป. เข้ามานั้น ไม่ใช่เฉพาะงานวิจัย

ด้านทหาร แต่ก็เป็งานวิจัยหลายอย่าง ซึ่ง สทป. มีกระบวนการในการเชื่อมต่อของส่วนทางทหารเอง ซึ่งเป็นผู้ใช้ และทางนักวิจัยซึ่งเป็นคนที่ทำโครงการวิจัยได้อย่างครบวงจร หากไม่มี สทป. เข้ามาดูแล กลุ่มตัวอย่างคิดว่างานวิจัยร่วมกับทางความมั่นคง หรือทางทหารคงเกิดขึ้นได้ยาก เนื่องจากจะไม่มีคนประสานงานที่ดีและเข้าใจ เพราะ สทป. ไม่ได้ดูแลทางด้านเทคนิคอย่างเดียว หรือไม่ได้ดูแลเรื่องการประสานงานอย่างเดียว แต่เป็นการประสานงานทางด้านเทคนิค ซึ่งต้องใช้บุคลากรที่มีประสบการณ์และมีคุณภาพ เพราะฉะนั้นโดยรวมกลุ่มตัวอย่างพึงพอใจกับการทำงานของ สทป. อย่างมาก

อย่างไรก็ตาม กลุ่มตัวอย่างยังอยากให้ สทป. สามารถที่จะให้โครงการวิจัยหรือว่าให้งบประมาณมากขึ้นเพื่อที่จะขยายขนาดของงานวิจัยให้พัฒนามากขึ้น ทั้งทางด้านปริมาณและคุณภาพ อีกทั้ง สทป. ควรแสดงบทบาทจุดยืนของตนเองว่ามีความสำคัญต่อประเทศในด้านเกี่ยวกับความมั่นคงให้กับรัฐบาล รัฐบาลอาจจะสนับสนุนงบประมาณให้ สทป. เยอะขึ้นเพื่อพัฒนาทางด้านนวัตกรรมให้ทันสมัยมากขึ้น และอยากจะเน้นให้ทาง สทป. ประชาสัมพันธ์หน่วยงานให้เยอะกว่านี้ให้เป็นที่ยุ้จักของคนทั่วไป เพราะยังมีคนที่ยังไม่รู้จักร สทป. กลุ่มตัวอย่างมีการเสนอแนะกิจกรรมประชาสัมพันธ์หน่วยงาน เช่น จัดงานกิจกรรมวันเด็ก เป็นต้น

7.1.3 ผลการวิเคราะห์เนื้อหาสื่อดิจิทัลของสถาบันเทคโนโลยีป้องกันประเทศ หรือ สทป.

ผลการวิเคราะห์เนื้อหาสื่อดิจิทัลของ สทป. ประกอบไปด้วยโซเชียลมีเดีย 4 ช่องทาง ได้แก่ เฟซบุ๊ก (Facebook) ทวิตเตอร์ (Twitter) อินสตาแกรม (Instagram) ยูทูบ (YouTube) โดยจำนวนผู้ติดตามที่ติดตามเฟซบุ๊ก (Facebook) มีจำนวนมากที่สุด

การเข้าถึงสื่อโซเชียลมีเดีย

การเข้าถึงสื่อโซเชียลมีเดีย ผู้ใช้สามารถเข้าถึงได้ผ่านการค้นหาชื่อบัญชี ดังต่อไปนี้

1. เฟซบุ๊ก (Facebook) : ชื่อบัญชี “Defence Technology Institute”
2. ทวิตเตอร์ (Twitter) : ชื่อบัญชี “@dtithailand”
3. อินสตาแกรม (Instagram) : ชื่อบัญชี “dtithailand”
4. ยูทูบ (YouTube) : ชื่อบัญชี “Defence Technology Institute”

อย่างไรก็ตาม หากผู้ใช้ไม่สามารถจดจำได้ หรือไม่มีสื่อประชาสัมพันธ์ของทาง สทป. ขณะค้นหาจะทำให้ค้นหาเจอยาก เนื่องจากใช้ชื่อที่แตกต่างกัน

เฟซบุ๊ก (Facebook)

เฟซบุ๊ก (Facebook) เป็นสื่อโซเชียลมีเดียที่ สทป. ใช้ในการสื่อสารกับประชาชนทั่วไปมากที่สุด โดยผู้ติดตามส่วนใหญ่เป็นผู้ชาย อายุ 25-34 ปี อาศัยอยู่ที่กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย

สทป. เผยแพร่ข่าวสารผ่านทางเฟซบุ๊ก (Facebook) ตลอดทั้งปีจำนวน 88 ครั้ง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 7.3 ต่อเดือน ข้อความที่คนสนใจมากที่สุดเป็นข้อความ สทป. ทำการยิงทดสอบจรวดขนาด 122 มม. (ไม่นำวิถี) ภายใต้โครงการวิจัยและพัฒนาระบบจรวดสมรรถนะสูงแบบ DTI-2 มีผู้เข้าถึงข้อความจำนวน 538 คน มีการแบ่งปันข้อความ 71 ครั้ง และมีการแสดงความคิดเห็น จำนวน 52 ครั้ง

ในการแสดงความคิดเห็นต่อหน่วยงานใน รีวิว (Reviews) ของเฟซบุ๊ก (Facebook) มีการให้คะแนนหน่วยงาน จำนวน 4.8/5 คะแนน และมีผู้ติดตามแสดงความคิดเห็นต่อ สทป. ในด้านต่าง ๆ ความเห็นส่วนใหญ่ คือ ความเห็นในแง่บวก ชื่นชมหน่วยงาน และเห็นด้วยกับการที่ประเทศไทยวิจัยและพัฒนาอาวุธ

ทวิตเตอร์ (Twitter)

ทวิตเตอร์ (Twitter) เป็นสื่อโซเชียลมีเดียที่ สทป. ใช้ในการสื่อสารกับประชาชนทั่วไปรองลงมาจาก เฟซบุ๊ก (Facebook) โดยผู้ติดตามส่วนใหญ่เป็นผู้ชาย อาศัยอยู่ที่กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย สทป. เผยแพร่ข่าวสารผ่านทางทวิตเตอร์ (Twitter) ตลอดทั้งปีจำนวน 2 ครั้ง ข้อความที่คนสนใจมากที่สุด เป็นข้อความวิดีโอ DTI Black Widow Spider โดยมีคนเข้าถึงข้อความ 9 ครั้ง ทั้งนี้การสื่อสารทางทวิตเตอร์ (Twitter) ของทาง สทป. เป็นระบบเชื่อมโยงไปยังเฟซบุ๊ก (Facebook) ซึ่งเป็นโซเชียลมีเดียหลักของ สทป.

อินสตาแกรม (Instagram)

อินสตาแกรม (Instagram) เป็นสื่อโซเชียลมีเดียที่ สทป. ไม่ได้สื่อสารเท่าที่ควร มีผู้ติดตามน้อย และไม่ได้ลงภาพ ข้อความที่คนสนใจมากที่สุด คือ ข้อความ สทป. ร่วมกับกองทัพเรือ จัดการฝึกการอบรมการจัดทำแผนที่สถานการณ์แบบสามมิติ

ทั้งนี้ อินสตาแกรม (Instagram) เป็นโซเชียลมีเดียที่ สทป. ไม่ได้เผยแพร่ข่าวสารลงไปเท่าที่ควร

ยูทูบ (YouTube)

ยูทูบ (YouTube) เป็นสื่อโซเชียลมีเดียที่ สทป. ใช้ในการสื่อสารกับประชาชนทั่วไปผ่านทางวิดีโอ ผู้ติดตามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 25-34 ปี อาศัยอยู่ที่ประเทศไทย

ข้อมูล ณ วันที่ 30 กันยายน 2563 สทป. เผยแพร่ข่าวสารผ่านทางยูทูบ (YouTube) ตลอดทั้งปีจำนวน 35 ครั้ง จำนวนการชมวิดีโออยู่ที่ 115,540 ครั้ง วิดีโอที่คนสนใจมากที่สุดเป็น “DTI กับ เทคโนโลยี ยุทธโศภรณ์ สู่การพัฒนาเทคโนโลยีของประเทศ” ออกอากาศทางไทยรัฐทีวี

ทั้งนี้ ในหน้าแรกของยูทูบ (YouTube) ของสทป. ยังไม่ได้รับการจัดเรียงตามหมวดหมู่ และมีการเพิ่ม Playlist ที่ไม่ควรอยู่ในช่องของหน่วยงาน

7.2 การอภิปรายผลเมื่อเทียบกับปี 2562

ทางผู้วิจัยได้นำผลการสำรวจมาเปรียบเทียบกับปีก่อนหน้า ได้ผลการวิจัยดังนี้

7.2.1 การอภิปรายเปรียบเทียบผลการสำรวจการรับรู้ ทักษะและภาพลักษณ์ ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่มีต่อสถาบันเทคโนโลยีป้องกันประเทศ หรือ สทป. ปี 2562 และ ปี 2563

	ปี 2562	ปี 2563
การเคยได้ยินชื่อหรือรู้จัก สทป.	ร้อยละ 95.47	ร้อยละ 91.67
การรู้จักต้นสังกัดของ สทป.	ร้อยละ 77.88 เข้าใจว่าต้นสังกัดคือ กระทรวงกลาโหม	ร้อยละ 85.79 เข้าใจว่าต้นสังกัดคือ กระทรวงกลาโหม
สื่อที่ทำให้เกิดการรับรู้ สทป.	สื่อออนไลน์ของ สทป.	สื่อออนไลน์ของ สทป.
การรับรู้หน้าที่หลักของ สทป.	รับรู้ว่ามีหน้าที่หลักของ สทป. คือ ศึกษา ค้นคว้า วิจัย และพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยีป้องกันประเทศ และดำเนินการอื่นที่เกี่ยวข้องหรือต่อเนื่อง เพื่อนำไปสู่ยุทธศาสตร์ป้องกันประเทศ	รับรู้ว่ามีหน้าที่หลักของ สทป. คือ ประสานความร่วมมือด้านเทคโนโลยีป้องกันประเทศและอุตสาหกรรมป้องกันประเทศกับหน่วยงานของรัฐ สถาบันการศึกษา และภาคเอกชนทั้งในประเทศ และต่างประเทศ
การรับทราบเกี่ยวกับพระราชบัญญัติเทคโนโลยีป้องกันประเทศของ สทป.	รับทราบแต่ไม่รู้รายละเอียด	รับทราบแต่ไม่รู้รายละเอียด
ความคิดเห็นต่อสื่อที่ส่งผลต่อการรับรู้ของ สทป.	สื่อออนไลน์ของ สทป. ส่งผลต่อการรับรู้ของ สทป. มากที่สุด	สื่อออนไลน์ของ สทป. ส่งผลต่อการรับรู้ของ สทป. มากที่สุด
ภาพลักษณ์การดำเนินงานของ สทป.	ร้อยละ 86.2 คิดว่าภาพลักษณ์การดำเนินงานของ สทป. ในภาพรวมดี	ร้อยละ 86.12 คิดว่าภาพลักษณ์การดำเนินงานของ สทป. ในภาพรวมดี
ความคิดเห็นที่มีต่อผลผลิตที่วิจัยโดย สทป. ที่เป็นรูปธรรมและนำมาใช้ได้จริง	ร้อยละ 84.2 คิดว่าผลผลิตของ สทป. เป็นรูปธรรมและนำมาใช้ได้จริง	ร้อยละ 82.22 คิดว่าผลผลิตของ สทป. เป็นรูปธรรมและนำมาใช้ได้จริง
ความคิดเห็นที่มีผลต่อการดำเนินงานของ สทป.	ร้อยละ 83 คิดว่า สทป. มีผลการดำเนินงานที่ดี	ร้อยละ 83.12 คิดว่า สทป. มีผลการดำเนินงานที่ดี

ตารางที่ 43 เปรียบเทียบผลการสำรวจการรับรู้ ทักษะคิดและภาพลักษณ์ ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่มีต่อสถาบันเทคโนโลยีป้องกันประเทศ หรือ สทป. ปี 2562 และ ปี 2563

7.2.2 การอภิปรายผลเปรียบเทียบการสำรวจความพึงพอใจของผู้รับบริการและผู้ถือผลประโยชน์ร่วมที่มีต่อสถาบันเทคโนโลยีป้องกันประเทศ หรือ สทป. ปี 2562 และ ปี 2563

ภาพรวมความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของ สทป.	ปี 2562 ค่าเฉลี่ย $\bar{x}$	ปี 2563 ค่าเฉลี่ย $\bar{x}$
ภาพรวมความพึงพอใจภาพรวมด้านการให้บริการ ของเจ้าหน้าที่	4.236	4.374
ภาพรวมความพึงพอใจด้านการให้บริการของ สทป.	4.24	4.242
ภาพรวมความพึงพอใจด้านความสะดวก	4.274	4.334
ภาพรวมความพึงพอใจด้านการใช้ประโยชน์หรือ ผลที่ได้รับจากการใช้บริการ	4.281	4.247
ภาพรวมความพึงพอใจด้านบทบาทหน้าที่ของ สทป.	4.272	4.237
ภาพรวมความพึงพอใจต่องานวิจัยด้านอาวุธ ยุทโธปกรณ์	4.278	4.350
ภาพรวมความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของ สทป.	4.248 (ร้อยละ 84.96)	4.2975 (ร้อยละ 85.95)

ตารางที่ 44 เปรียบเทียบการสำรวจความพึงพอใจของผู้รับบริการและผู้ถือผลประโยชน์ร่วมที่มีต่อสถาบันเทคโนโลยีป้องกันประเทศ หรือ สทป. ปี 2562 และ ปี 2563

7.2.3 การอภิปรายผลเปรียบเทียบการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของผู้เข้าเยี่ยมชมสื่อดิจิทัลของ สทป.

ทั้ง 4 ประเภท ได้แก่ เฟซบุ๊ก (Facebook) ทวิตเตอร์ (Twitter) อินสตาแกรม (Instagram) และยูทูบ (YouTube) ปี 2562 และ ปี 2563

	จำนวน (คน) ปี 2562	จำนวน (คน) ปี 2563	การอภิปรายผล
ผู้ติดตาม Facebook	23,126	25,613	เพิ่มขึ้น ร้อยละ 10.75
ผู้ติดตาม Twitter	180	180	เท่าเดิม
ผู้ติดตาม Instagram	229	229	เท่าเดิม

ผู้ติดตาม YouTube	8,092	12,400	เพิ่มขึ้น ร้อยละ 53.24
ภาพรวมโซเชียลมีเดีย	31,627	38,422	เพิ่มขึ้น ร้อยละ 21.48

ตารางที่ 45 ผลเปรียบเทียบการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของผู้เข้าเยี่ยมชมสื่อดิจิทัลของ สทป. ทั้ง 4 ประเภท ได้แก่ เฟซบุ๊ก (Facebook) ทวิตเตอร์ (Twitter) อิน스타그램 (Instagram) และยูทูบ (YouTube) ปี 2562 และ ปี 2563

7.3 ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการรับรู้ สทป.

1. เพิ่มการรับรู้ สทป. และพัฒนาการรับรู้ที่เหมาะสมอย่างต่อเนื่อง

เนื่องจากการเปลี่ยนฐานะขององค์กรและเพิ่มเติมบทบาทหน้าที่ตามพระราชบัญญัติเทคโนโลยีป้องกันประเทศ พ.ศ. 2562 จากการศึกษาพบว่าผู้คนส่วนใหญ่รับทราบว่ามีพระราชบัญญัติเทคโนโลยีป้องกันประเทศฉบับนี้เกิดขึ้น แต่ยังไม่เข้าใจเนื้อหา ไม่เข้าใจว่า สทป. มีการเปลี่ยนแปลงอย่างไรภายใต้พระราชบัญญัติเทคโนโลยีป้องกันประเทศนี้ จุดนี้จึงเป็นจุดสำคัญที่ สทป. จะต้องเร่งประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนรับรู้เกี่ยวกับพระราชบัญญัติเทคโนโลยีป้องกันประเทศ รวมถึงความแตกต่างระหว่างพระราชกฤษฎีกาเดิม กับพระราชบัญญัติเทคโนโลยีป้องกันประเทศ

2. การสร้างความน่าเชื่อถือด้านการพัฒนาอาวุธยุทโธปกรณ์

สืบเนื่องจากพระราชบัญญัติเทคโนโลยีป้องกันประเทศ พ.ศ. 2562 สทป. เป็นหน่วยงานกลางด้านการพัฒนาอุตสาหกรรมป้องกันประเทศ ยิ่งไปกว่านั้น อุตสาหกรรมป้องกันประเทศยังเป็นอุตสาหกรรมที่อยู่ในแผนพัฒนาชาติ 20 ปี และเป็น New S-Curve ด้านเศรษฐกิจของรัฐบาล การที่จะประสบความสำเร็จตามความคาดหวังดังกล่าวข้างต้นนั้น สทป. จะต้องมีความมาตรฐานที่ดีสำหรับกระบวนการทำงาน และกระบวนการค้นคว้า วิจัยและจัดสร้างอาวุธยุทโธปกรณ์ต่าง ๆ การทำงานให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากลทั้งมาตรฐาน ISO มาตรฐาน CODEX หรือมาตรฐานด้านความปลอดภัยทางอุตสาหกรรมอื่น ๆ ตลอดจนมาตรฐานการดำเนินงานและควบคุมโครงการ เช่น มาตรฐาน Project Management Professional (PMP) ก็เป็นสิ่งที่ สทป. ควรพิจารณาส่งบุคลากรเข้าอบรมหรือทดสอบให้ผ่านมาตรฐานเหล่านี้

3. พัฒนาเนื้อหาข่าวและบทความภาษาอังกฤษและภาษาต่างชาติอื่น ๆ

จากการศึกษาสื่อต่าง ๆ ทั้งหมดของ สทป. พบว่ามีการประชาสัมพันธ์เป็นภาษาอื่น ๆ นอกเหนือจากภาษาไทยน้อยมาก เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และวิสัยทัศน์ขององค์กรที่ต้องการเป็นผู้นำด้านอุตสาหกรรมป้องกันประเทศในภูมิภาค สทป. จำเป็นต้องพัฒนาสื่อภาษาอังกฤษเพื่อประชาสัมพันธ์หน่วยงานและผลผลิตต่าง ๆ ของ สทป. ให้เป็นที่รู้จักในระดับนานาชาติ

4. การพัฒนาสื่อออนไลน์

ในเบื้องต้น สทป. ได้พัฒนาวารสารออนไลน์ ซึ่งประสบความสำเร็จอย่างมากในด้านการสร้างการรับรู้ให้กับประชาชนทั่วไป รวมถึงประสบความสำเร็จในแง่การประชาสัมพันธ์งานต่าง ๆ ของ สทป. แต่ในภาพรวม

การพัฒนาสื่อออนไลน์ของ สทป. ยังไม่มีทิศทางที่แน่นอน โดยเฉพาะการสร้างเนื้อหาออนไลน์สำหรับสื่อสังคมออนไลน์นั้นมีน้อยมาก และไม่สม่ำเสมอ ทั้ง ๆ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มองว่าสื่อที่สำคัญที่สุดในการสร้างการรับรู้ที่ดีของ สทป. คือ สื่อสังคมออนไลน์ สทป. ควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาสื่อออนไลน์มากกว่าที่เป็นอยู่อย่างมีระบบ

ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความพึงพอใจที่มีต่อ สทป.

1. มีความล่าช้าในการจัดซื้อจัดจ้าง บางครั้งเจ้าหน้าที่ในแผนกข้อมูลไม่ตรงกัน เบิกจ่ายล่าช้ามาก มีผู้ให้สัมภาษณ์ร้อยละ 60 อยากให้ปรับปรุงจุดนี้มากที่สุด

จากการศึกษาด้านความพึงพอใจต่อการทำงานร่วมกับ สทป. พบว่าผู้ตอบคำถามทั้งจากแบบสอบถามและการสัมภาษณ์ ส่วนใหญ่มีปัญหาเกี่ยวกับการเบิกจ่ายเงินและการจัดซื้อจัดจ้างของ สทป. ที่ใช้ระยะเวลาดำเนินการนาน หากสามารถปรับปรุงให้การจัดซื้อจัดจ้างและการเบิกจ่ายงบประมาณทำได้ อย่างมีประสิทธิภาพมากกว่านี้น่าจะแก้ปัญหาคำนี้ได้

2. พัฒนาและสร้างความเข้าใจด้านระยะเวลาในการดำเนินการและติดตามงานต่าง ๆ

จากการศึกษาด้านความพึงพอใจด้านการให้บริการของ สทป. “ระยะเวลาในการดำเนินการมีความเหมาะสม” และ “การติดตามงานอย่างต่อเนื่อง” มีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อยที่สุดเมื่อเทียบกับความพึงพอใจด้านการให้บริการในหัวข้ออื่น ๆ

สทป. จึงควรพัฒนาด้านระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินงานและการติดตามอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ อาจเกิดจากประเด็นระยะเวลาที่ใช้เวลานานไปจริง ๆ หรือ การสื่อสารกับผู้ให้บริการที่ต้องสร้างความเข้าใจ และตกลงเรื่องระยะเวลาก่อนล่วงหน้า

ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับโซเชียลมีเดีย

1. ปรับปรุงชื่อให้ค้นหาได้ง่ายมากยิ่งขึ้น

ชื่อโซเชียลมีเดียทั้งเฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ อินสตาแกรม และยูทูบมีความแตกต่างกันทำให้ค้นหาได้ยากขึ้น หากไม่ได้มีข้อมูล ทำให้ประชาชนทั่วไปเข้าไม่ถึง ทั้งนี้สามารถปรับปรุงได้ด้วยการตกลงชื่อย่อกลางเพียงชื่อเดียว และติดต่อให้โซเชียลมีเดียอื่น ๆ เปลี่ยนให้หรือในโซเชียลมีเดียบางประเภทสามารถเปลี่ยนได้เอง

2. เขียนข้อความลงในเว็บไซต์กลางของ สทป. ก่อนแล้วจึงแบ่งปันข้อความลงในโซเชียลมีเดีย

ในปัจจุบันโซเชียลมีเดียของ สทป. เป็นการเขียนข้อความลงในโซเชียลมีเดียโดยตรง แต่หาก สทป. ต้องการประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ของตนเองไปพร้อมๆ กัน สทป. สามารถเขียนลงในเว็บไซต์กลางก่อน แล้วจึงนำเอารูปไปแบ่งปันพร้อมเขียนข้อความ การทำเช่นนี้จะช่วยดึงดูดให้ผู้ติดตามเข้าสู่เว็บไซต์มากยิ่งขึ้น

3. ลงโฆษณาผ่านทางโซเชียลมีเดีย

กรณีข้อความสำคัญที่ต้องการให้ผู้ชมเข้าถึงมากขึ้น สทป. สามารถลงโฆษณา โดยเลือกกลุ่มผู้ติดตามให้เจาะจงกับข้อความที่ต้องการประชาสัมพันธ์ได้

4. หยิบยกประเด็นที่คนกำลังให้ความสนใจมาทำเป็นข่าวประชาสัมพันธ์

ข้อความประชาสัมพันธ์ของ สทป. ในปัจจุบันส่วนใหญ่เป็นข่าวที่ทาง สทป. ต้องการประชาสัมพันธ์เท่านั้น และค่อนข้างล้าสมัย สทป. สามารถพัฒนาข้อความต่าง ๆ ให้ดีขึ้นได้ ด้วยการหยิบเอาเรื่องที่เป็นประเด็นที่คนสนใจในช่วงเวลานั้นๆ มาเขียนในมุมมองของ สทป. เพื่อให้มีความทันสมัยและน่าสนใจมากยิ่งขึ้น เช่น กรณีที่มีข่าวเกาหลีเหนือซ้อมยิง สทป. สามารถขยายเอาประเด็นนี้มาเขียน อาจเขียนเกี่ยวกับอาวุธที่เกาหลีเหนือใช้ เป็นต้น

นอกจากจะทำให้ สทป. มีข่าวที่ทันสมัยแล้ว หากเรื่องนั้นอยู่ในกระแส มีแนวโน้มที่คนจะค้นหาเจอได้ง่ายขึ้น และเข้าถึงสื่อของ สทป. ได้มากขึ้น

1. เพิ่มจำนวนข้อความเผยแพร่และความถี่

จากการศึกษาพบว่า ความถี่ของการลงข้อความของโซเชียลมีเดียของ สทป. มีไม่มาก สทป. ควรพิจารณาการสร้างคลังสื่อทางโซเชียลมีเดียอย่างจริงจัง ซึ่งจะช่วยในการประชาสัมพันธ์หน่วยงานและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีอีกด้วย

2. เผยแพร่ข้อมูลในโซเชียลมีเดียทุกประเภทให้เท่า ๆ กัน หรือตัดโซเชียลมีเดียบางประเภททิ้งไป

จากการศึกษาโซเชียลมีเดีย บางประเภทมีจำนวนข้อความน้อยมาก ทั้ง ๆ ที่สามารถนำข้อมูลที่ลงเผยแพร่ในสื่ออื่นมาใส่ได้เช่นกัน สทป. ควรเผยแพร่ข้อมูลในโซเชียลมีเดียทุกประเภทให้เท่ากัน หากไม่มีเจ้าหน้าที่เพียงพอ ควรตัดโซเชียลมีเดียที่มีผู้ติดตามน้อยทิ้ง เช่น อินสตาแกรม และทวิตเตอร์ เป็นต้น

10. จัดระเบียบหน้ายูทูป สทป.

จากการศึกษาหน้าแรกในยูทูปของ สทป. ยังสร้างความสับสนให้ผู้เยี่ยมชม สทป. สามารถจัดหน้าแรกของยูทูปใหม่ และสร้างเพลย์ลิสต์ (Playlist) ใหม่ โดยการลบวิดีโอที่ไม่เกี่ยวข้องทิ้งและจัดหมวดหมู่ให้วิดีโอเพื่อให้ค้นหาได้ง่ายยิ่งขึ้น และสร้างความน่าสนใจให้แก่ยูทูป

รายการอ้างอิง

หนังสือและบทความในหนังสือ

- กาญจนมาศ ชานาญกิจ. (2555). “ทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและการสื่อสารแบบปากต่อปาก: กรณีศึกษาองค์การบริหารส่วนตำบลหลักช้างอำเภอช้างกลาง จังหวัดนครศรีธรรมราช”. วารสารการจัดการภาครัฐและเอกชน ปีที่ 19 ฉบับที่ 1 มกราคม-มิถุนายน 2555:1-35.
- ฉัตยาพร เสมอใจ. (2547). การจัดการและการตลาดบริการ. กรุงเทพฯ: บริษัท ซีเอ็ดดูเคชั่น จำกัด (มหาชน).
- ชูชัย สมบัติไกร. (2556). พฤติกรรมผู้บริโภค. (พิมพ์ครั้งที่ 3) กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ณัฐพัชร ล้อประดิษฐ์. (2549). คู่มือการสำรวจความพึงพอใจลูกค้า. (พิมพ์ครั้งที่ 2) กรุงเทพฯ: บริษัทประชุมทอง พรินติ้ง กรุป จำกัด.
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ (2548). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ บริษัท วี. อินเทอร์เน็ต จำกัด
- ปราณี รามสูต. (2542). จิตวิทยาทั่วไป. (พิมพ์ครั้งที่ 1) กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.
- พัทธนี เขยจรรยา เมตตา วิวัฒนานุกูล และ ถิรนนท์ อนุวัชศิริวงศ์. (2541). แนวคิดหลักนิเทศศาสตร์. (พิมพ์ครั้งที่ 5) กรุงเทพฯ: บริษัทเวิลด์การพิมพ์ (1998) จำกัด.
- รุ่งรัตน์ ชัยสำเริง. (2558). การสื่อสารองค์กร แนวคิดการสร้างชื่อเสียงอย่างยั่งยืน. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วรารณณ์ ฉัตรชาติ. (2558). เอกสารประกอบการสอนวิชาเครื่องมือเพื่อการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ เรื่องการสื่อสารแบบบอกต่อ (Word of Mouth). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- วรารณณ์ ฉัตรชาติ. (2559). การวางแผนและบริหารงานประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- วิรัช ลภีรัตนกุล. (2549). การประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วุฒิ สุขเจริญ. (2555). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: จี.พี. ไฮเบอร์พริ้นท์.
- ศิริรัตน์ เสรีรัตน์. (2550). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: บริษัท ธีระฟิล์ม และไซเท็กซ์.
- ศุภร เสรีรัตน์. (2544). พฤติกรรมผู้บริโภค. พิมพ์ครั้งที่ 3, กรุงเทพฯ: บริษัท เอ.อาร์. บิซิเนส เพรส จำกัด.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: บริษัท ธีระฟิล์ม และไซเท็กซ์ จำกัด.
- อรรพรรณ ปิณฑโนโวาท. (2542). การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อัจฉรา ทองศรี. (2549). การศึกษารูปที่แบบ เนื้อหา และการใช้ประโยชน์จากการสื่อสารแบบบอกต่อ (Word-of-mouth Communication) เกี่ยวกับภาพยนตร์ในห้องเฉลิมไทยของ www.pantip.com. รายงานโครงการเฉพาะบุคคลวารสารศาสตร์มหาบัณฑิต (การบริหารสื่อสารมวลชน) คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อัศน์อุไร เตชะสวัสดิ์. (2547). พฤติกรรมผู้บริโภค. พิมพ์ครั้งที่ 1, นนทบุรี: บริษัท ซี.วี. แอล. การพิมพ์.

วิทยานิพนธ์

กษมรัตน์ มะลูลิ้ม. (2557) ปัจจัยสื่อสังคมออนไลน์ ความสัมพันธ์กับลูกค้า คุณภาพความสัมพันธ์ และการรับรู้ถึงคุณภาพของสินค้าที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านเบเกอรี่คาเฟ่ของผู้บริโภคชาวมุสลิมในเขตกรุงเทพมหานคร. (การค้นคว้าอิสระ). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, คณะบริหารธุรกิจ.

จักรกริช ปิยะ. (2557) การศึกษาการใช้สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) เพื่อการบริหารงานก่อสร้างกรณีศึกษา ห้างหุ้นส่วนจำกัด เทคโนโลยีเตอร์ (2001) อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยสุรนารี, คณะวิศวกรรมศาสตร์.

ณัฐวุฒิ โสภณเสถียร. (2546) การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ และภาพลักษณ์ของกองบัญชาการทหารสูงสุดในสายตาของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะนิเทศศาสตร์.

ดิลกา ชนะกอก. (2555) คุณภาพการบริการและความเกี่ยวพันที่มีผลต่อการรับรู้คุณค่าและความพึงพอใจของผู้บริโภค : กรณีศึกษาบูติกโฮเทลในจังหวัดเชียงใหม่. (การค้นคว้าอิสระ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี.

นนทรัฐ ไร่เจริญ. (2557) การศึกษาการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network) เพื่องานข่าว: กรณีศึกษาแผนกข่าวภาษาลาว สำนักข่าววิทูเอเซียเสรี สำนักงานประเทศไทย. (สารนิพนธ์). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, คณะศึกษาศาสตร์.

นุชจรินทร์ ขอบดำรงธรรม. (2553) อิทธิพลของสื่อโฆษณาในเครือข่ายสังคมออนไลน์ ที่มีผลต่อกระบวนการตอบสนองของผู้บริโภค. (เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, คณะสังคมศาสตร์.

ปิยะ พนาเวชกิจกุล. (2558). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการศูนย์บริการข้อมูลทางโทรศัพท์ (Call Center) ของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทยของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร. (การค้นคว้าอิสระ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี.

พรหมพจน์ สุขทัศน์. (2555). ภาพลักษณ์ของกองทัพบกด้านภารกิจการป้องกันประเทศ. (โครงการวิชาชีพ). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะนิเทศศาสตร์.

- พรเพ็ญ ฉายทองดี. (2550). การรับรู้และความพึงพอใจของลูกค้าผู้ใช้บริการศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จของการไฟฟ้านครหลวงเขตธนบุรี. (รายงานโครงการเฉพาะบุคคล). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน.
- เพ็ญรัชณี ฟองกษิร. (2557). ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการสื่อสารการตลาดและบริการของตัวแทนประกันชีวิต. (โครงการวิชาชีพ). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะนิเทศศาสตร์.
- ภาริสรา ศิวาพานิช. (2557). พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ทักษะคิดต่อการสื่อสารและการรับรู้ภาพลักษณ์บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน). (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน.
- วนิษา แก้วสุข. (2557). การศึกษาการสื่อสารเครือข่ายสังคมออนไลน์กับการบริโภค: กรณีศึกษา มูลนิธิเพื่อสุนัขยกรไ้ ปี 2557. (การค้นคว้าอิสระ). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, คณะนิเทศศาสตร์.
- วรรัตน์ แพทย์รังสี. (2549). การรับรู้ และความพึงพอใจของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อการใช้บริการเคาน์เตอร์เซอร์วิสในร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่น. (รายงานโครงการเฉพาะบุคคล). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน.
- วิภาวรรณ ทองเพชร. (2546). ภาพลักษณ์กองทัพอากาศในสายตาของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะนิเทศศาสตร์.
- สุนิสา ขจรเลิศศักดิ์. (2550). การรับรู้ พฤติกรรมการใช้บริการ และความพึงพอใจในของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดีแทค ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อการใช้บริการสำนักงานบริการลูกค้าดีแทค. (รายงานโครงการเฉพาะบุคคล). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน.

ภาคผนวก

1. ข้อมูลหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับสถาบันเทคโนโลยีป้องกันประเทศ

1) การสำรวจการรับรู้ ทศนคติ และภาพลักษณ์ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่มีต่อ สทป.

ในการวิจัยการสำรวจการรับรู้ ทศนคติ และภาพลักษณ์ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่มีต่อ สทป. มีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและรายละเอียดของหน่วยงานดังนี้

โรงเรียนเสนาธิการทหารบก

ปรัชญา

เป็นองค์การหลักแห่งการเรียนรู้ของกองทัพบกในการผลิตนายทหารฝ่ายเสนาธิการ ผู้บังคับบัญชา และมหาบัณฑิตด้านความมั่นคงที่เปี่ยมด้วยความรอบรู้ทางทหาร มีลักษณะผู้นำ มีจริยธรรมและมีวิสัยทัศน์

วิสัยทัศน์

เป็นหนึ่งในสถาบันการศึกษาทางทหารที่มีความเป็นเลิศในทางวิชาการทหาร และความมั่นคงในระดับชาติและภูมิภาค โดยมุ่งสร้างความรอบรู้ควบคู่จริยธรรมในการเป็นทหารอาชีพ

พันธกิจ

2. ให้การฝึก และศึกษาแก่นายทหารสัญญาบัตรของกองทัพบก ให้สามารถปฏิบัติหน้าที่ ผู้บังคับบัญชา และฝ่ายอำนวยการในระดับกองพลขึ้นไป ตลอดจนวิทยาการขั้นสูงระดับบัณฑิตศึกษา และหลักสูตรอื่น ๆ ตามที่กองทัพบกมอบหมาย
3. ศึกษา ค้นคว้า วิจัย และพัฒนาวิชาการความมั่นคงด้านการทหาร ฝ่ายอำนวยการ ยุทธวิธี ผู้นำ และสาขาที่เกี่ยวข้อง
4. พัฒนาสถาบัน และบุคลากรของสถาบันให้มีจริยธรรมคุณภาพและศักยภาพที่ทันต่อความเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์โลก
5. ให้บริการและความร่วมมือด้านวิชาการความมั่นคงทางทหาร ทั้งในระดับชาติและนานาชาติ และกิจกรรมทางสังคมอื่น ๆ
6. ดำรงรักษาแบบธรรมเนียมทหาร ขนบธรรมเนียมประเพณี และศิลปวัฒนธรรมไทย

วัตถุประสงค์

1. เพื่อผลิตผู้บังคับบัญชาและฝ่ายอำนวยการระดับกองพลขึ้นไป ที่มีความรู้ ความสามารถ พร้อมทั้งมีคุณธรรม จริยธรรม และมีวิสัยทัศน์ที่กว้างไกล
2. เพื่อผลิตมหาบัณฑิตทางด้านความมั่นคง และจัดการเรียนการสอนตามหลักสูตรที่กองทัพบกมอบหมาย
3. เพื่อพัฒนาให้เป็นสถาบันการศึกษาหลัก ด้านฝ่ายอำนวยการ ยุทธวิธี ผู้นำ และสาขาที่เกี่ยวข้อง

4. เพื่อร่วมมือ สนับสนุน วิจัย และพัฒนาด้านความมั่นคงทางทหารอย่างต่อเนื่อง
5. เพื่อพัฒนาเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้
6. เพื่อเพิ่มพูนความรู้ ความเข้าใจ ด้านความมั่นคงทางทหารแก่สังคม และดำเนินกิจกรรมอื่น ๆ ทางสังคม
7. เพื่อสนับสนุน ส่งเสริม อนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมอันดีงามของไทย
8. เพื่อดำรงรักษาไว้ซึ่งขนบธรรมเนียมประเพณี และแบบธรรมเนียมทหาร

โรงเรียนเสนาธิการทหารเรือ

โรงเรียนเสนาธิการทหารเรือ ชื่อย่อ รร.สธ.ทร. เดิมชื่อ โรงเรียนนายทหารเรือ เป็นสถาบันการศึกษาชั้นสูงของกองทัพเรือ ขึ้นอยู่กับสถาบันวิชาการทหารเรือชั้นสูง และอยู่ในระดับเดียวกับสถาบันวิชาการทหารบกชั้นสูงของกองทัพบก และสถาบันวิชาการทหารอากาศชั้นสูงของกองทัพอากาศ

โรงเรียนนายทหารเรือ จัดตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 5 มกราคม พ.ศ. 2467 ขึ้นต่อกรมยุทธศึกษาทหารเรือ มีนายทหารเข้าศึกษาในโรงเรียน นับเป็น นทน.รร.สธ.ทร. รุ่นที่ 1 เมื่อวันที่ 1 มิถุนายน พ.ศ. 2468 นายทหารเรือที่เข้าศึกษาต้องมียศไม่สูงกว่านาวาตรี และไม่ต่ำกว่าเรือเอก เพื่อให้นายทหารได้รู้จักกิจการของทหารเรืออย่างกว้างขวาง สามารถปฏิบัติการและติดต่อกับต่างประเทศในเวลาปกติ และรู้จักปฏิบัติการตามหน้าที่ในเวลาเกิดสงคราม

ใน พ.ศ. 2526 โรงเรียนนายทหารเรือ ได้ดำริที่จะย้ายไปยังสถานที่แห่งใหม่ ณ ตำบลศาลายา อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม และเปลี่ยนชื่อเป็น สถาบันวิชาการทหารเรือชั้นสูง การก่อสร้างอาคารสถาบันวิชาการทหารเรือชั้นสูง ได้แล้วเสร็จและทำพิธีเปิดอย่างเป็นทางการเมื่อวันที่ 1 มิถุนายน พ.ศ. 2536

โรงเรียนเสนาธิการทหารเรือ มีหน้าที่อำนวยความสะดวกและศึกษาวิชาเสนาธิการกิจ และวิชาการอื่น ๆ อันจำเป็นสำหรับผู้บังคับบัญชาและฝ่ายอำนวยความสะดวก

โรงเรียนเสนาธิการทหารอากาศ (รร.สธ.ทอ.)

วิสัยทัศน์

วิสัยทัศน์ของโรงเรียนเสนาธิการทหารอากาศนั้น สื่อความหมายถึง บทบาทของความเป็นผู้นำในภูมิภาค, บทบาทในการปฏิบัติการกิจร่วมผสม, การทำหน้าที่ผู้บังคับบัญชาและทำหน้าที่ฝ่ายเสนาธิการในกองทัพอากาศ, การเป็นที่ยอมรับทั้งจากภายในและภายนอก, บทบาทในการช่วยขับเคลื่อน และผลักดันให้กองทัพอากาศมีความเป็นเลิศ ความเป็นผู้นำภายใต้การเปลี่ยนแปลง และความท้าทาย

วิทยาลัยเสนาธิการทหาร

วิสัยทัศน์

วิทยาลัยเสนาธิการทหารเป็นองค์กรชั้นนำในระดับอาเซียน มุ่งสู่ความเป็นเลิศในด้านการผลิตผู้นำด้านยุทธศาสตร์ และการปฏิบัติกรรร่วม/ผสม

ปรัชญา

ปรัชญาการศึกษา ของวิทยาลัยเสนาธิการทหาร มีพื้นฐานจากคำขวัญ ของวิทยาลัยที่ว่า “จิตมั่นสามทัพพ้อง มั่นแนมทัพเดียว” โดยให้ผู้เข้ารับการศึกษามีแนวความคิด ดังนี้

1. ยึดถือวัตถุประสงค์ของส่วนรวมโดยคำนึงถึงประโยชน์ของกองทัพในการป้องกันประเทศเป็นส่วนรวม ยิ่งกว่าที่จะรักษาผลประโยชน์เฉพาะเหล่าทัพตน
2. หลักการและวิธีการสำคัญกว่ารายละเอียด ให้รู้จักคิด มีความเข้าใจ และรู้จักแก้ปัญหา
3. มีเสรีในการแสดงความคิดเห็น

วิทยาลัยการทัพบก (วทบ.)

ปรัชญาการศึกษา

"แสงสว่าง เสมอด้วยปัญญา ไม่มี"

ปณิธาน

เตรียมบุคลากรของกองทัพ ให้เป็นผู้นำในระดับยุทธศาสตร์ และผู้บริหารที่มีวิสัยทัศน์ มีจริยธรรม มีอุดมการณ์ที่ยึดมั่น ต่อสถาบันชาติ ศาสนา และพระมหากษัตริย์

เอกลักษณ์ของสถาบัน

การวางแผนยุทธศาสตร์ การวางแผนการทัพ/การยุทธ์หลัก และการอำนวยการยุทธ์

อัตลักษณ์

นักคิด นักบริหาร และผู้นำทางยุทธศาสตร์ มีคุณธรรม จริยธรรม ยึดมั่นในหลักการประชาธิปไตย มีอุดมการณ์รักชาติ ศาสนา และพระมหากษัตริย์

วิสัยทัศน์

สร้างภูมิปัญญายุทธศาสตร์ ผลิตนักคิด นักบริหาร ที่มีคุณภาพสู่กองทัพ

วิทยาลัยการทัพเรือ (วทร.)

ภารกิจ

วิทยาลัยการทัพเรือ มีหน้าที่ อำนวยการฝึกและศึกษาวิชาการทางยุทธศาสตร์ ยุทธวิธี การบริหารระดับสูง และ วิชาอื่น ๆ อันจำเป็นสำหรับผู้บังคับบัญชา และฝ่ายอำนวยการระดับสูง โดยเพิ่มพูนความรู้ความสามารถ และประสบการณ์แก่นายทหาร เพื่อทำหน้าที่ผู้บังคับบัญชาในระดับผู้บังคับการกองเรือหรือเทียบเท่าขึ้นไป หรือฝ่ายอำนวยการระดับสูงของกองทัพเรือ โดยกำหนดคุณสมบัติของผู้เข้ารับการศึกษา รายงานผลการสำรวจการรับรู้ และความพึงพอใจฯ ที่มีต่อ สทป. ประจำปีงบประมาณ 2563

เป็นนายทหารชั้นยศนาวาเอกหรือเทียบเท่าขึ้นไป อายุไม่เกิน 54 ปี มีสุขภาพแข็งแรงและเป็นผู้ได้รับความไว้วางใจถึงขั้น

“ลับที่สุด” สำหรับนักธุรกิจภาคเอกชนจากองค์กรเอกชนที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจ ซึ่งจัดตั้งขึ้นโดยถูกต้องตามพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งสถาบันเทคโนโลยีป้องกันประเทศ (องค์การมหาชน) มีสัญชาติไทย สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไปมีอายุระหว่าง 35-50 ปี มีสุขภาพสมบูรณ์ แข็งแรง โดยผ่านการตรวจสอบสุขภาพจากสถานพยาบาลของทางราชการ

วิทยาลัยการทัพอากาศ (วทอ.)

วิสัยทัศน์

“สถาบันการศึกษาทางทหารชั้นนำในอาเซียน (Leading Military Education Institute in ASEAN)”

ภารกิจ

วิทยาลัยการทัพอากาศ มีหน้าที่ให้การศึกษา และฝึกอบรมนายทหารสัญญาบัตรของกองทัพอากาศ ในระดับยุทธศาสตร์ ยุทธการ การบริหารจัดการ และการอำนวยการระดับสูง โดยมีผู้บัญชาการวิทยาลัยการทัพอากาศเป็นผู้รับผิดชอบ

พันธกิจ

วิทยาลัยการทัพอากาศกำหนดพันธกิจไว้ ดังนี้

1. จัดการศึกษาและฝึกอบรมตามหลักสูตรการทัพอากาศ ให้แก่ผู้เข้ารับการศึกษาคือเป็นนายทหารสัญญาบัตรของกองทัพอากาศ กองทัพอากาศมิตรประเทศ และจากหน่วยงานภายนอกกองทัพอากาศ
2. กำกับดูแลให้ผู้เข้ารับการศึกษามีความเป็นทหารอาชีพที่มีคุณธรรม จริยธรรม และสำเร็จการศึกษา โดยมีคุณลักษณะที่พึงประสงค์
3. ควบคุมกิจกรรมในหลักสูตรการทัพอากาศโดยให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วม และการทำงานเป็นทีม
4. สร้างเสริม และพัฒนากระบวนการคิดในระดับยุทธศาสตร์ให้แก่ผู้เข้ารับการศึกษาคือ
5. พัฒนาสื่อการเรียนการสอน อาคารสถานที่ และบุคลากรทางการศึกษา ให้พร้อมสนับสนุนการจัดการศึกษาอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร (วปอ.)

วิสัยทัศน์

วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักรเป็นสถาบันหลักในการสร้างคน สร้างความมั่นคงสร้างชาติ

สำนักงานปลัดกระทรวงกลาโหม (สป.กท)

วิสัยทัศน์

เป็นองค์กรนำในงานด้านนโยบายและยุทธศาสตร์ การพัฒนากองทัพไปสู่การพึ่งพาตนเองและการพัฒนาความร่วมมือด้านความมั่นคงกับต่างประเทศ

พันธกิจ

1. งานนโยบายและยุทธศาสตร์ของกระทรวงกลาโหม
2. การเสริมสร้างความร่วมมือด้านความมั่นคงกับต่างประเทศในระดับกระทรวงกลาโหม
3. การสนับสนุนการพิทักษ์รักษาและเทิดทูนสถาบันพระมหากษัตริย์
4. การสนับสนุนการแก้ไขปัญหาของชาติ
5. งานเทคโนโลยีสารสนเทศ การสื่อสาร และกิจการอวกาศเพื่อความมั่นคงของกระทรวงกลาโหม
6. งานด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีป้องกันประเทศ
7. งานอุตสาหกรรมป้องกันประเทศและพลังงานทหาร
8. การสนับสนุนกิจการสงเคราะห์ทหารผ่านศึก
9. งานราชการประจำทั่วไปของกระทรวงกลาโหม

สำนักนโยบายและแผนกลาโหม (สนผ.กท)

วิสัยทัศน์

ดำเนินการพัฒนาระบบสารสนเทศของสำนักนโยบายและแผนกลาโหมให้สอดคล้องกับพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสาร พ.ศ. 2540 เพื่อเผยแพร่ข้อมูลต่าง ๆ ของสำนักนโยบายและแผนกลาโหมให้ส่วนราชการอื่น ๆ องค์กรอิสระ และประชาชนที่ต้องการทราบข้อมูลได้รับทราบและนำไปใช้ประโยชน์ รวมทั้งนำระบบสารสนเทศของสำนักนโยบายและแผนกลาโหม มาสนับสนุนการปฏิบัติงานตามภารกิจของสำนักนโยบายและแผนกลาโหมให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างรวดเร็วทันเวลาและเกิดประสิทธิภาพต่อไป

วัตถุประสงค์ของหน่วยงาน

มีหน้าที่พิจารณา เสนอความเห็น อำนวยความสะดวก ประสานงาน และดำเนินการเกี่ยวกับนโยบายและยุทธศาสตร์ด้านการป้องกันประเทศ นโยบายและแผนด้านการทหาร การกำลังพล การข่าว การส่งกำลังบำรุง การระดมสรรพกำลัง การจัดทำและปรับปรุงแก้ไขอัตราของส่วนราชการในกระทรวงกลาโหม การฝึกศึกษาอบรม การต่างประเทศ กิจการของสภากลาโหม การรักษาความปลอดภัยและการปฏิบัติงานอื่นตามที่ได้รับมอบหมาย

ศูนย์การอุตสาหกรรมป้องกันประเทศและพลังงานทหาร (ศอพท.)

วิสัยทัศน์

ศูนย์การอุตสาหกรรมป้องกันประเทศและพลังงานทหารบริหารจัดการงานด้านอุตสาหกรรมป้องกันประเทศ และพลังงานทหารอย่างทันสมัย มีประสิทธิภาพ และมุ่งสู่การพึ่งพาตนเองอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์ของหน่วยงาน

มีหน้าที่ส่งเสริม และดำเนินการเกี่ยวกับงานด้านอุตสาหกรรมป้องกันประเทศและพลังงานทหาร วางแผน อำนาจการ ประสานงาน พิจารณาเสนอความเห็นให้เป็นไปตามนโยบายของกระทรวงกลาโหม และปฏิบัติงานอื่นตามที่ได้รับมอบหมาย มีผู้อำนวยการศูนย์การอุตสาหกรรมป้องกันประเทศและพลังงานทหาร เป็นผู้บังคับบัญชารับผิดชอบ

กรมการอุตสาหกรรม ศูนย์การอุตสาหกรรมป้องกันประเทศและพลังงานทหาร (อท.ศอพท.)

วิสัยทัศน์

ศูนย์การอุตสาหกรรมป้องกันประเทศและพลังงานทหารบริหารจัดการงานด้านอุตสาหกรรมป้องกันประเทศ และพลังงานทหารอย่างทันสมัย มีประสิทธิภาพ และมุ่งสู่การพึ่งพาตนเองอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์ของหน่วยงาน

มีหน้าที่ส่งเสริม และดำเนินการเกี่ยวกับงานด้านอุตสาหกรรมป้องกันประเทศและพลังงานทหาร วางแผน อำนาจการ ประสานงาน พิจารณาเสนอความเห็น ให้เป็นไปตามนโยบายของกระทรวงกลาโหมและปฏิบัติงานอื่นตามที่ได้รับมอบหมาย มีผู้อำนวยการศูนย์การอุตสาหกรรมป้องกันประเทศและพลังงานทหาร เป็นผู้บังคับบัญชารับผิดชอบ

ศูนย์อำนวยการสร้างอาวุธ ศูนย์การอุตสาหกรรมป้องกันประเทศและพลังงานทหาร (ศอว.ศอพท.)

วิสัยทัศน์

ศูนย์การอุตสาหกรรมป้องกันประเทศและพลังงานทหารบริหารจัดการงานด้านอุตสาหกรรมป้องกันประเทศและพลังงานทหารอย่างทันสมัย มีประสิทธิภาพ และมุ่งสู่การพึ่งพาตนเองอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์ของหน่วยงาน

มีหน้าที่ส่งเสริม และดำเนินการเกี่ยวกับงานด้านอุตสาหกรรมป้องกันประเทศและพลังงานทหาร วางแผน อำนาจการ ประสานงาน พิจารณาเสนอความเห็นให้เป็นไปตามนโยบายของกระทรวงกลาโหม และปฏิบัติงานอื่นตามที่ได้รับมอบหมาย มีผู้อำนวยการศูนย์การอุตสาหกรรมป้องกันประเทศ และพลังงานทหารเป็นผู้บังคับบัญชารับผิดชอบ

โรงงานวัดสระเบ็ดทหาร กรมการอุตสาหกรรม ศูนย์การอุตสาหกรรมป้องกันประเทศและพลังงานทหาร (รพท.อท.ศอพท.)

ภารกิจ

มีหน้าที่ดำเนินการผลิตวัดสระเบ็ดและกระสุน วิจัยและพัฒนา เพื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่ผลิตได้ ให้แก่ ส่วนราชการกระทรวงกลาโหม ส่วนราชการอื่น และเอกชน ทั้งภายในและภายนอกประเทศ ตามที่ กระทรวงกลาโหมกำหนด มีผู้อำนวยการโรงงานวัดสระเบ็ดทหาร เป็นผู้บังคับบัญชารับผิดชอบ ใช้อัตรา เฉพาะกิจ และอัตราลูกจ้างประจำ

กรมวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีกลาโหม (วท.กท.)

วิสัยทัศน์

เป็นศูนย์กลางการบริหาร จัดการการวิจัยและพัฒนาด้านวิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยีป้องกันประเทศ เพื่อการทหาร และความมั่นคง

พันธกิจ

บริหารจัดการ และดำเนินการระบบงานวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี เพื่อการทหาร ความมั่นคง สร้าง เครือข่าย และขยายผลงานวิจัยไปสู่การใช้งานให้มีประสิทธิภาพเพื่อให้เป็นที่ยอมรับ (การวิจัยและพัฒนา การพัฒนากำลังพล การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน การถ่ายทอดองค์ความรู้ และการสร้างมาตรฐานทาง การทหาร)

สำนักงานวิจัยและการพัฒนาการทางทหารกองทัพบก (สวพ.ทบ.)

วิสัยทัศน์

สวพ.ทบ. มุ่งมั่น พัฒนางานวิจัยสู่การสร้างนวัตกรรมให้ได้มาตรฐาน ภายในปี พ.ศ. 2565

ภารกิจ

วางแผน อำนวยการ ประสานงาน ควบคุม กำกับ การ และดำเนินการเกี่ยวกับการวิจัยและการพัฒนาการ ทางทหาร ทั้งในด้านหลักการและด้านยุทธวิธีปรกรณ์ ตามที่กองทัพบกกำหนด ตลอดจนดำเนินการกำหนด และ รับรองมาตรฐานยุทธวิธีปรกรณ์ภายในกองทัพบก

ศูนย์วิจัยพัฒนาวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีการบินและอวกาศ กองทัพอากาศ (ศวอ.ทอ.)

วิสัยทัศน์

เป็นหน่วยงานคุณภาพ มีมาตรฐานสากล มุ่งสู่ความเป็นเลิศด้านการวิจัยและพัฒนากองทัพไทย

แนวทางปฏิบัติ

1. วิจัยและพัฒนาด้านอาวุธ โดยมุ่งเน้นการวิจัยและพัฒนาอาวุธที่ใช้ระบบนำวิถีเข้าหาเป้าหมายเป็นอันดับแรกวิจัยและพัฒนาอาวุธอื่นเป็นอันดับรอง
2. วิจัยและพัฒนาอากาศยานและยึดอายุการใช้งานโดยมุ่งเน้นการวิจัยและพัฒนาด้านโครงสร้างของอากาศยานและยึดอายุการใช้งานของอากาศยานเป็นอันดับแรก วิจัยและพัฒนาอาวุธอื่นเป็นอันดับรอง
3. วิจัยและพัฒนาด้านสื่อสารอิเล็กทรอนิกส์โดยมุ่งเน้นการวิจัยและพัฒนาด้านระบบควบคุมอัตโนมัติเพื่อให้ได้ บริษัท UAV ต้นแบบเป็นอันดับแรก วิจัยและพัฒนาอาวุธอื่นเป็นอันดับรอง
4. วิจัยและพัฒนาด้านวิทยาศาสตร์ โดยมุ่งเน้นการวิจัยและพัฒนาด้านการป้องกันและลดอันตรายจาก นขค.เป็นอันดับแรก วิจัยและพัฒนาอาวุธอื่นเป็นอันดับรอง
5. สรรหาและพัฒนาบุคลากรทางการวิจัยในด้านต่าง ๆ และสนับสนุนให้เกิดนักวิจัยอย่างแท้จริง
6. สร้างองค์ความรู้ ติดตามเทคโนโลยีและผลงานวิจัยและพัฒนาทั้งในและนอกประเทศเพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการวิจัยในแต่ละด้านของ ศวอ.ทอ.
7. ส่งเสริมและเผยแพร่กิจการงานวิจัยของ ศวอ.ทอ. รวมทั้งกระตุ้นให้ นขต.ทอ. เห็นความสำคัญของงานวิจัยและพัฒนาและนำการวิจัยและพัฒนาไปแก้ไขปัญหาของหน่วยงาน
8. ปรับโครงสร้างของ ศวอ.ทอ. ให้มีความเหมาะสม
9. พัฒนาห้องปฏิบัติการทางการวิจัย

ภารกิจ

ศวอ.ทอ.มีหน้าที่ วางแผนปฏิบัติ ประสานงานและดำเนินการเกี่ยวกับการวิจัยและพัฒนาวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีการบินและอวกาศ กองทัพอากาศ กิจการด้านนิวเคลียร์ ชีวะ เคมีการพัสดุวิทยาศาสตร์ กับการมีหน้าที่จัดการความรู้ควบคุม ประเมินผล และตรวจตรากิจการในสายวิทยาศาสตร์ มีผู้อำนวยการศูนย์วิจัยพัฒนาวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีการบินและอวกาศกองทัพอากาศ เป็นผู้บังคับบัญชารับผิดชอบ

กองทัพบก (ทบ.)

วิสัยทัศน์

เป็นกองทัพบกที่มีศักยภาพ ทันสมัย เป็นที่เชื่อมั่นของประชาชนและเป็นหนึ่งในกองทัพบกชั้นนำของภูมิภาค

ภารกิจ

พระราชบัญญัติจัดระเบียบราชการกระทรวงกลาโหม พ.ศ. 2503 มาตรา 14 กำหนดอำนาจและหน้าที่กระทรวงกลาโหมและหน้าที่ของกองทัพบกไว้ว่า "กองทัพบกมีหน้าที่เตรียมกำลังทางบก และป้องกันราชอาณาจักร มีผู้บัญชาการทหารบกเป็นผู้บังคับบัญชารับผิดชอบ

กองทัพเรือ (ทร.)

กองทัพเรือมีหน้าที่เตรียมกำลังกองทัพเรือ การป้องกันราชอาณาจักร และดำเนินการเกี่ยวกับการใช้กำลังกองทัพเรือตามอำนาจหน้าที่ของกระทรวงกลาโหมตามพระราชบัญญัติจัดระเบียบราชการกระทรวงกลาโหม พ.ศ. 2551 ตลอดจนหน้าที่อื่น ๆ ที่ได้รับมอบหมายจากรัฐบาล

จากหน้าที่ดังกล่าวทำให้กองทัพเรือมีภารกิจ คือ

5. การปกป้องเขตทุนสถาบันพระมหากษัตริย์
6. การรักษาสิทธิและอธิปไตยของชาติทางทะเล
7. การคุ้มครองและรักษาผลประโยชน์ของชาติทางทะเล
8. การดำรงการคมนาคมทางทะเลให้ได้อย่างต่อเนื่อง
9. การช่วยเหลือและสนับสนุนการป้องกันอธิปไตยทางบก
10. การสนับสนุนการรักษาความมั่นคงและความสงบเรียบร้อยภายในประเทศ
11. การสนับสนุนการพัฒนาประเทศและช่วยเหลือประชาชน

บทบาทของกองทัพเรือในปัจจุบัน คือ

1. การปฏิบัติการทางทหาร (Military Role) คือ การปฏิบัติการทางเรือเพื่อป้องกันประเทศในรูปแบบที่ต่าง ๆ ตามสถานการณ์ที่กระทบต่ออำนาจอธิปไตยและเอกราชของประเทศ ซึ่งจำเป็นต้องใช้กำลังทางเรือที่เข้มแข็ง ปฏิบัติการด้วยความเฉียบพลัน รุนแรง และเด็ดขาด
2. การรักษาพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งสถาบันเทคโนโลยีป้องกันประเทศ (องค์การมหาชน) และช่วยเหลือ (Constabulary Role) คือ การรักษาผลประโยชน์ของชาติทางทะเล การรักษาความสงบเรียบร้อยภายในประเทศ การรักษาพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งสถาบันเทคโนโลยีป้องกันประเทศ (องค์การมหาชน) ตามที่รัฐบาลมอบอำนาจให้ทหารเรือเป็นเจ้าหน้าที่รวม 28 ฉบับ รวมถึงการให้ความช่วยเหลือประชาชนและการพัฒนาประเทศ
3. การสนับสนุนกิจการระหว่างประเทศ (Diplomatic Role) คือ การสนับสนุนการดำเนินนโยบายและความสัมพันธ์ระหว่างประเทศของรัฐบาล และใช้หรือแสดงกำลังเพื่อสนับสนุนการเจรจาต่อรอง เมื่อมีความขัดแย้งทางด้านผลประโยชน์ของชาติหรือเหตุการณ์วิกฤติที่กระทบต่อผลประโยชน์ของชาติโดยตรง

กองทัพอากาศ (ทอ.)

วิสัยทัศน์

กองทัพอากาศชั้นนำในภูมิภาค

ภารกิจ

ภารกิจตามพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งสถาบันเทคโนโลยีป้องกันประเทศ (องค์การมหาชน)

กองทัพอากาศมีหน้าที่เตรียมกำลังกองทัพอากาศ และป้องกันราชอาณาจักร พร้อมการพัฒนาประเทศ และแก้ไขปัญหาเมื่อเกิดความขัดแย้งในระดับต่าง ๆ โดยดำรงระดับความพร้อมของขีดความสามารถอยู่ตลอดเวลา ด้วยการเสริมสร้างศักยภาพกำลังทางอากาศให้มีคุณภาพ และครอบครองเทคโนโลยีที่ทันสมัย รวมถึงการมีความสัมพันธ์ที่ดีกับมิตรประเทศและดำรงความเข้มข้นในความรับผิดชอบต่อการกิจตามพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งสถาบันเทคโนโลยีป้องกันประเทศ (องค์การมหาชน) โดยเฉพาะในการรักษาผลประโยชน์แห่งชาติ และการพัฒนาประเทศตามแนวคิดทางยุทธศาสตร์

ภารกิจตามที่ได้รับมอบหมาย

ให้มีความพร้อมปฏิบัติการทั้งในส่วนของยุทธโศภรณ์ที่ทันสมัย สามารถไปปฏิบัติงานร่วมกับต่างประเทศได้ พร้อมกำลังพลในรูปที่ของหน่วยบิน/ หน่วยชุดปฏิบัติการ/ เจ้าหน้าที่ที่มีความเชี่ยวชาญประเภทต่าง ๆ เพื่อปฏิบัติการกิจที่ได้รับมอบหมายร่วมกับกำลังของต่างประเทศ ซึ่งมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นอย่างเป็นลำดับ ได้แก่ การรักษาสันติภาพ การช่วยเหลือมนุษยธรรม และการบรรเทาภัยพิบัติ

พันธกิจ

กองทัพอากาศต้องเตรียมความพร้อมเพื่อปฏิบัติการกิจภายใต้ การจัดโครงสร้างกำลังรบและส่วนสนับสนุนที่เหมาะสมภายใต้การบริหารจัดการ การฝึกอบรม การพัฒนากำลังพล และการจัดหาอาวุธ ยุทธโศภรณ์ ให้สามารถที่จะวางกำลังหน่วยปฏิบัติการในระดับต่าง ๆ ได้อย่างเต็มความสามารถ โดยในยามปกติจัดฐานที่ตั้งเป็นฐานบินปฏิบัติการหลัก ฐานบินปฏิบัติการหน้า ฐานบินปฏิบัติการพิเศษ ฐานบินปฏิบัติการสำรอง และสนามบินเฉพาะกิจ รวมถึงการประกอบกำลังที่มีหน่วยตัดสินใจ โดยมิศูนย์ปฏิบัติการในแต่ละระดับ สามารถบัญชาการและควบคุมตามที่ได้รับมอบอำนาจ เพื่ออำนวยความสะดวกในการใช้กำลังทางอากาศทั้งในประเทศและนอกประเทศ

โรงเรียนนายเรือ (รร.นร.)

วิสัยทัศน์ กองทัพเรือ 2567

" เป็นหน่วยงานความมั่นคงทางทะเล ที่มีบทบาทนำในภูมิภาค และเป็นเลิศในการบริหารจัดการ"

วิสัยทัศน์ ภารกิจและปรัชญา โรงเรียนนายเรือ

" โรงเรียนนายเรือ จะเป็นสถาบันผลิตนายทหารเรือ ที่เป็นเลิศในภูมิภาคอาเซียน"

ภารกิจ โรงเรียนนายเรือ

"โรงเรียนนายเรือเป็นสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาของกองทัพเรือ มีหน้าที่ให้การศึกษา ฝึกและอบรมนักเรียนนายเรือด้านวิทยาการ วิชาทหาร จริยศึกษาและพลศึกษา เพื่อให้มีความรู้ความสามารถ และประสบการณ์ เหมาะสมที่จะเป็นนายทหารสัญญาบัตร ของกองทัพเรือ สามารถปฏิบัติหน้าที่นายทหารสัญญาบัตรชั้นผู้น้อยในระยะแรกได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีความเป็นผู้นำ มีคุณธรรมประจำใจ มีความสำนึก

ในหน้าที่และความรับผิดชอบ สืบทอดแบบธรรมเนียมประเพณีของทหารเรือ เทิดทูน และยึดมั่นใน ชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์ และการปกครองระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์เป็นประมุข"

ปรัชญา โรงเรียนนายเรือ

" แหล่งผลิตนายทหารเรือ อันเป็นรากแก้วของกองทัพเรือ "

ปณิธาน โรงเรียนนายเรือ

"ให้การศึกษาและฝึกอบรมนักเรียนนายเรือ เพื่อให้เป็นนายทหารสัญญาบัตรที่มีความรู้ ความสามารถ ความคิดริเริ่ม มีความเป็นผู้นำ เพียบพร้อมด้วยคุณธรรม จริยธรรม สำหรับปฏิบัติราชการใน กองทัพเรือ รวมทั้งมีความจงรักภักดีต่อชาติ ศาสนา และพระมหากษัตริย์ "

วัตถุประสงค์ โรงเรียนนายเรือ

"ให้ความรู้ด้านวิชาการระดับปริญญาตรีแก่นักเรียนนายเรือในทางวิทยาศาสตร์ และ วิศวกรรมศาสตร์สาขาต่าง ๆตามความต้องการของกองทัพเรือให้ความรู้และประสบการณ์ ในการเดินเรือและ พื้นฐานวิชาชีพทหารเรือเพียงพอที่จะศึกษาต่อด้านวิชาชีพทหารเรือชั้นสูงตามพรรค-เหล่าต่าง ๆ ต่อไปพัฒนา ร่างกายและจิตใจให้นักเรียนนายเรือมีความเป็นผู้นำ มีสุขภาพแข็งแรง มีสุขภาพจิตที่สมบูรณ์มีปฎิภาณ ไหวพริบดี มีความรับผิดชอบต่อหน้าที่ มีความคิดริเริ่ม มีทักษะในการคิด การวิเคราะห์และการแก้ปัญหา มีคุณธรรม จริยธรรม มีความซื่อสัตย์สุจริต จงรักภักดีต่อชาติ ศาสนา และพระมหากษัตริย์ "

โรงเรียนนายเรืออากาศนวมินทกษัตริยาธิราช (ร.ร.นรอ.)

วิสัยทัศน์

"เป็นสถาบันหลักที่ผลิตผู้นำและแหล่งองค์ความรู้ด้านการบินแห่งชาติ"

ภารกิจ

ร.ร.นรอ.มีหน้าที่วางแผนการปฏิบัติ อำนวยการ ประสานงาน กำกับ และดำเนินการเกี่ยวกับการ การศึกษา การฝึกอบรม และการประเมินผลแก่นักเรียนนายเรืออากาศ (นรอ.) รวมทั้งสนับสนุนการผลิตบุคลากร ด้านการบิน โดยมีผู้บัญชาการโรงเรียนนายเรืออากาศนวมินทกษัตริยาธิราช (ผบ.ร.ร.นรอ.) เป็นผู้บังคับบัญชา รับผิดชอบ เพื่อให้ภารกิจในการผลิต นายทหารสัญญาบัตรของกองทัพอากาศ (ทอ.) บรรลุผลโดยสมบูรณ์ ร.ร.นรอ. จึงดำเนินการจัดการศึกษาภายใต้ปรัชญาที่ว่า “ผลิตนายทหารสัญญาบัตรของกองทัพอากาศ (ทอ.) ผู้เพียบพร้อมด้วยความรู้ความสามารถด้านวิชาการ วิชาทหาร คุณลักษณะผู้นำทหาร และคุณธรรม จริยธรรม พร้อมทั้งสามารถพัฒนาตนเองให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงได้” และวิสัยทัศน์ที่ว่า “สถาบันหลักในการผลิตผู้นำ และแหล่งองค์ความรู้ด้านการบินของชาติ”

โรงเรียนเตรียมทหาร (ร.ตท.)

วิสัยทัศน์

เป็นสถาบันการศึกษาหลักในการผลิตนักเรียนเตรียมทหาร ให้มีความเป็นผู้นำและเป็นเลิศทางวิชาการ ในระดับมัธยมศึกษาของประเทศและอาเซียน

ประเด็นยุทธศาสตร์

1. การพิทักษ์รักษาและเทิดทูนสถาบันพระมหากษัตริย์
2. การจัดการศึกษาและพัฒนาคุณลักษณะอันพึงประสงค์ นตท.
3. การสร้างความร่วมมือทางการศึกษากับต่างประเทศ
4. การบริหารจัดการและพัฒนาองค์กร

ปณิธาน

ผลิตนักเรียนเตรียมทหาร ให้มีความสามัคคี เป็นผู้นำ มีความอดทนทั้งร่างกายและจิตใจ มีวินัย ยึดมั่น ในระบบเกียรติศักดิ์ และมีความรู้ความสามารถ พร้อมด้วยคุณธรรมจริยธรรม เพื่อศึกษาต่อใน รร.จปร. รร.นร. รร.นนท. และ รร.นรต. ได้อย่างมีคุณภาพ

อัตลักษณ์

สุภาพบุรุษผู้นำ มีความรู้คู่คุณธรรม ยึดมั่นระบบเกียรติศักดิ์ จงรักภักดีต่อสถาบันชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์พร้อมศึกษาต่อ รร.จปร. รร.นร. รร.นนท. และ รร.นรต.

เอกลักษณ์

สถาบันที่หล่อหลอมนักเรียนเตรียมทหารให้เป็นสุภาพบุรุษผู้นำ มีความรู้คู่คุณธรรม ยึดมั่นระบบ เกียรติศักดิ์ จงรักภักดีต่อสถาบันชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์ พร้อมศึกษาต่อ รร.จปร. รร.นร. รร.นนท. และ รร.นรต.

กรมการสื่อสารและเทคโนโลยีสารสนเทศทหารเรือ (สสท.ทร.)

วิสัยทัศน์

ระบบสื่อสารและสารสนเทศของกองทัพเรือมีขีดความสามารถรองรับสงครามที่ใช้เครือข่ายเป็น ศูนย์กลาง

พันธกิจ

1. เป็นฝ่ายอำนวยการด้านการสื่อสารและเทคโนโลยีสารสนเทศให้แก่กองทัพเรือ
2. ดำรงความพร้อมและให้บริการด้านการสื่อสารและเทคโนโลยีสารสนเทศ
3. เป็นหน่วยเทคนิคให้กับกองทัพเรือ จัดหา ซ่อมบำรุง อุปกรณ์และเครื่องมือด้านการสื่อสารและ เทคโนโลยีสารสนเทศ

4. เป็น หน.สายวิทยาการ ผลิตและพัฒนากำลังพล เพื่อสนับสนุนหน่วยอื่น ๆ

เป้าประสงค์

1. ระบบควบคุมบังคับบัญชา มีขีดความสามารถสำหรับสงครามที่ใช้เครือข่ายเป็นศูนย์กลาง (NCW)
2. ศปก.ทร. และ ศปก.ทรภ. เชื่อมโยงข้อมูลและแสดงภาพสถานการณ์ที่สนใจทันต่อเหตุการณ์
3. ระบบสื่อสาร มีความน่าเชื่อถือ ปลอดภัย และรวดเร็ว
4. ระบบสารสนเทศสนับสนุนงานยุทธการปลอดภัยจากการโจมตีผ่านเครือข่าย

สำนักงานวิจัยและพัฒนาการทางทหารกองทัพเรือ (สวพท.)

ถือกำเนิดขึ้นตามพระราชกฤษฎีกาแบ่งส่วนราชการและกำหนดหน้าที่ของส่วนราชการ กองทัพเรือ กองบัญชาการทหารสูงสุด กระทรวงกลาโหม ฉบับที่ 3 ลง 23 ธันวาคม พ.ศ. 2531 ซึ่งบัดนี้ได้รับการยกเลิกไปแล้ว และเป็นหน่วยขึ้นตรงของกองทัพเรือหน่วยที่ 29 ตามพระราชกฤษฎีกาแบ่งส่วนราชการและกำหนดหน้าที่ของส่วนราชการกองทัพเรือ กองบัญชาการทหารสูงสุด กระทรวงกลาโหม พ.ศ. 2532 ลง 24 สิงหาคม พ.ศ. 2532 สำนักงานวิจัยและพัฒนาการทางทหารกองทัพเรือ มีชื่อย่อว่า "สวพ.ทร." ตามอนุมัติกระทรวงกลาโหม เมื่อ 23 มีนาคม พ.ศ. 2533

ภารกิจ

มีหน้าที่ วางแผน อำนวยการ ประสานงาน กำกับและดำเนินการเกี่ยวกับการวิจัยและพัฒนาการทางทหารของกองทัพเรือ ทั้งในด้านหลักการและด้านยุทธโศปกรณ์ ตลอดจนรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ และประเมินค่าผลการวิจัยและพัฒนาการทางทหาร เพื่อนำไปใช้หรือนำไปสู่การผลิต มีผู้อำนวยการสำนักงานวิจัยและพัฒนาการทางทหารกองทัพเรือเป็นผู้บังคับบัญชารับผิดชอบ

2) การสำรวจความพึงพอใจของผู้รับบริการและผู้ถือผลประโยชน์ร่วมที่มีต่อสถาบันเทคโนโลยีป้องกันประเทศ หรือ สทป.

การสำรวจความพึงพอใจของผู้รับบริการและผู้ถือผลประโยชน์ร่วมที่มีต่อสถาบันเทคโนโลยีป้องกันประเทศ หรือ สทป. แบ่งการวิจัยเป็น 2 ส่วน คือ การวิจัยเชิงปริมาณ และการวิจัยเชิงคุณภาพ

กลุ่มประชากรในการสำรวจ ผู้วิจัยได้ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบคัดเลือก กล่าวคือ มีการคัดแยกกลุ่มที่เคยรับบริการและไม่เคยรับบริการจาก สทป. และให้น้ำหนักกับคำตอบที่มาจากกลุ่มที่เคยรับบริการจาก สทป. มากกว่าเพื่อคัดกรองคำตอบที่มี “อคติ” ออกจากกลุ่มข้อมูล โดยกลุ่มประชากรในการสำรวจ คัดเลือกจากหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนดังต่อไปนี้

สำนักงานตำรวจแห่งชาติ

วิสัยทัศน์

เป็นองค์กรบังคับใช้พระราชกฤษฎีกาจัดตั้งสถาบันเทคโนโลยีป้องกันประเทศ (องค์การมหาชน) ที่ประชาชนเชื่อมั่นศรัทธา

ค่านิยม

สมรรถนะ (Competency) สุจริตเป็นธรรม (Overall Fairness) ประชาชนเป็นศูนย์กลาง (People Oriented) บริการด้วยใจ (Service Mind) : COPS

วัฒนธรรมองค์กร

ยึดมั่นในระเบียบวินัย บำบัดทุกข์บำรุงสุขให้กับประชาชน และมีการทำงานเป็นทีม

ผลสัมฤทธิ์หน่วยงาน

ประชาชนมีความเชื่อมั่นในการปฏิบัติหน้าที่ของตำรวจ สังคมและประเทศชาติมีความมั่นคง และสนับสนุนการพัฒนาประเทศ

พันธกิจ

1. ถวายความปลอดภัยพระมหากษัตริย์และพระบรมวงศานุวงศ์
2. บังคับใช้พระราชกฤษฎีกาจัดตั้งสถาบันเทคโนโลยีป้องกันประเทศ (องค์การมหาชน) และอำนาจความยุติธรรมทางอาญา
3. รักษาความสงบเรียบร้อย และความมั่นคงของราชอาณาจักร

กรมสอบสวนคดีพิเศษ

วิสัยทัศน์

“เป็นองค์กรหลักในการบังคับใช้พระราชกฤษฎีกาจัดตั้งสถาบันเทคโนโลยีป้องกันประเทศ (องค์การมหาชน) กับอาชญากรรมพิเศษตามมาตรฐานสากล” โดยกำหนดความหมายของวิสัยทัศน์ ดังนี้

การบังคับใช้พระราชกฤษฎีกาจัดตั้งสถาบันเทคโนโลยีป้องกันประเทศ (องค์การมหาชน) หมายถึง การใช้อำนาจการสืบสวนสอบสวนตามที่กำหนดไว้ตามประมวลพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งสถาบันเทคโนโลยีป้องกันประเทศ (องค์การมหาชน) วิธีพิจารณาความอาญา และพระราชบัญญัติการสอบสวนคดีพิเศษ พ.ศ. 2547 และแก้ไขเพิ่มเติม

อาชญากรรมพิเศษ หมายถึง อาชญากรรมซึ่งมีลักษณะแตกต่างจากอาชญากรรมพื้นฐาน เป็นอาชญากรรมที่มีความสำคัญและจำเป็นต้องได้รับความสนใจเป็นกรณีพิเศษ โดยมีความละเอียดและซับซ้อน ยุ่งยาก และร้ายแรง อาทิ อาชญากรรมทางเศรษฐกิจ (White Collar Crime) องค์การอาชญากรรม (Organization Crime) อาชญากรรมข้ามชาติ (Transnational Crime)

มาตรฐานสากล หมายถึง หลักเกณฑ์มาตรฐานที่เป็นไปตามเกณฑ์ตัวชี้วัดหลักนิติธรรมขององค์การสหประชาชาติ (The United Nations Rule of Law Indicators) ประกอบด้วย หลักประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน หลักความเที่ยงตรง เป็นกลาง ความรับผิดชอบและความโปร่งใส หลักการคุ้มครองบุคคลที่มีความเสี่ยงต่อการถูกละเมิด และหลักศักยภาพ โดยมีการประเมินด้วยตัวชี้วัด (KPIs) จำนวน 7 ตัว ได้แก่

- 1) การบรรลุเป้าหมายและผลผลิต
- 2) ความเชื่อมั่นจากสังคม
- 3) การทำงานที่ยึดถือเป้าหมายและความรับผิดชอบร่วมกัน
- 4) ความโปร่งใส
- 5) ความพร้อมด้านอุปกรณ์ เครื่องมือ
- 6) ความพร้อมด้านทรัพยากรบุคคล
- 7) ประสิทธิภาพในการบริหารงาน

ทั้งนี้ การดำเนินการตามมาตรฐานดังกล่าว อยู่บนหลักพื้นฐานของมาตรา 29 (ว่าด้วยการรับโทษทางอาญา) และมาตรา 68 (ว่าด้วยสิทธิของบุคคลในกระบวนการยุติธรรม) ตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย

พันธกิจ

ป้องกัน ปราบปราม สืบสวน สอบสวนและดำเนินคดีพิเศษอย่างมีประสิทธิภาพด้วยความเป็นธรรม

โรงเรียนนายร้อยตำรวจ

ปรัชญา (Philosophy) โรงเรียนนายร้อยตำรวจเป็นสถาบันอุดมศึกษาเฉพาะทางด้านวิชาชีพตำรวจ มีวัตถุประสงค์เพื่อผลิตบุคลากรในวิชาชีพตำรวจ ตามความต้องการของสำนักงานตำรวจแห่งชาติ ให้การศึกษา ส่งเสริมวิชาการและวิชาชีพชั้นสูง ทำการสอน การวิจัย การฝึกอบรม และให้บริการทางวิชาการแก่สังคม โดยเน้นทักษะความเชี่ยวชาญด้านการบังคับใช้พระราชกฤษฎีกาจัดตั้งสถาบันเทคโนโลยีป้องกันประเทศ (องค์การมหาชน) และวิชาชีพตำรวจเป็นสำคัญ

วิสัยทัศน์

เป็นสถาบันหลักของประเทศในการผลิตบุคลากรในวิชาชีพตำรวจที่มีความเป็นเลิศด้านการบังคับใช้พระราชกฤษฎีกาจัดตั้งสถาบันเทคโนโลยีป้องกันประเทศ (องค์การมหาชน) และวิชาชีพตำรวจและมุ่งสู่สากล

พันธกิจ

ผลิตบุคลากรในวิชาชีพตำรวจตามความต้องการของสำนักงานตำรวจแห่งชาติ

1. ปลูกฝังคุณธรรม และจรรยาบรรณในวิชาชีพผู้บังคับใช้พระราชกฤษฎีกาจัดตั้งสถาบันเทคโนโลยีป้องกันประเทศ (องค์การมหาชน)
2. สร้างองค์ความรู้และงานวิจัย ด้านวิชาชีพตำรวจและการบังคับใช้พระราชกฤษฎีกาจัดตั้งสถาบันเทคโนโลยีป้องกันประเทศ (องค์การมหาชน)
3. บริการทางวิชาการแก่สังคม
4. ทำนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรมที่มุ่งความเป็นไทย
5. พัฒนาองค์กรและบุคลากรเพื่อก้าวไปสู่ความเป็นสากล
6. การพัฒนาความร่วมมือทางวิชาการกับสถาบันการศึกษาภายนอก

สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.)

วิสัยทัศน์

สวทช. เป็นพันธมิตรร่วมทางที่ดี สู่สังคมฐานความรู้ด้วยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

พันธกิจ สวทช.

“สวทช. มุ่งสร้างเสริมการวิจัย พัฒนา ออกแบบ และวิศวกรรม (RDDE) จนสามารถถ่ายทอดไปสู่การใช้ประโยชน์ (TT) พร้อมส่งเสริมด้านการพัฒนากำลังคน (HRD) และโครงสร้างพื้นฐาน (INFRA) ด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีที่จำเป็น เพื่อสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันและพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน โดยจัดให้มีระบบบริหารจัดการภายในที่มีประสิทธิภาพเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานทุกส่วน”

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ปรัชญา

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เป็นสถาบันที่มีปณิธานมุ่งมั่นในการสั่งสม เสาะแสวงหา และพัฒนาความรู้ให้เกิดความเจริญงอกงามทางภูมิปัญญาที่เพียบพร้อมด้วยวิชาการ จริยธรรม และคุณธรรม ตลอดจนเป็นผู้ชี้นำทิศทางการพัฒนาที่ดีของสังคม เพื่อความคงอยู่ความเจริญ และความเป็นอารยะของชาติ

วิสัยทัศน์

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ สร้างสรรค์ศาสตร์แห่งแผ่นดิน สู่สากลเพื่อพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน

พันธกิจ

1. สร้างคนที่มีปัญญา รู้เหตุรู้ผล อยู่ในคุณธรรม และมีจิตสำนึกเพื่อส่วนรวม
2. สะสมภูมิปัญญา สร้างและพัฒนาองค์ความรู้ที่หลากหลาย ตลอดจนสร้างผลงานที่มีมาตรฐานสามารถแข่งขันได้
3. ร่วมพัฒนากับชุมชน และรับผิดชอบต่อสังคม
4. สืบสานทำนุบำรุงศิลปะ วัฒนธรรม และดำรงอัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัย
5. บริหารทรัพยากรมหาวิทยาลัยอย่างมีประสิทธิภาพ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีมหานคร

"มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีมหานคร" (มทม.) หรือ "Mahanakorn University of Technology" (MUT) ได้รับอนุมัติจากทบวงมหาวิทยาลัยให้จัดตั้งขึ้นในนามของ "วิทยาลัยมหานคร" เมื่อวันที่ 27 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2533

วัตถุประสงค์

1. เพื่อเป็นสถาบันอุดมศึกษาที่มุ่งสร้างความเป็นเลิศทางวิชาการ มุ่งผลิตบัณฑิตให้มีศักยภาพ ประสิทธิภาพเพียงพอที่จะพึ่งตนเองได้ พร้อมทั้งมีจริยธรรมและจรรยาบรรณ รู้จักสร้างสรรค์สิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม
2. เพื่อพัฒนาความรู้ทางด้านวิชาชีพขั้นสูง โดยมุ่งสนับสนุนการวิจัยและแสวงหาความรู้ใหม่
3. เพื่อให้บริการทางด้านวิชาการแก่ชุมชนโดยการเผยแพร่ความรู้แก่ชุมชน ให้บริการด้านการฝึกอบรม และให้คำแนะนำแก่ชุมชน และองค์กรต่าง ๆ เพื่อเป็นการช่วยพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของประเทศ
4. เพื่อแบ่งเบาภาระของรัฐบาลในการจัดการอุดมศึกษาให้สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ปรัชญา

“การศึกษา วิจัย ด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีเป็นรากฐานที่ดีของการพัฒนาประเทศ”

ปณิธาน

“มุ่งมั่นให้การศึกษาและวิจัยเพื่อผลิตทรัพยากรมนุษย์ที่มีความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ควบคู่จริยธรรม และรักษาไว้ซึ่งศิลปวัฒนธรรมอันดีของประเทศ”

วิสัยทัศน์

“เป็นสถาบันอุดมศึกษาด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี 1 ใน 10 ของภูมิภาคอาเซียน”

พันธกิจ

ตามพระราชบัญญัติสถาบันที่กำหนดไว้ 4 ด้าน คือ

1. การจัดการเรียนการสอน
2. การวิจัย
3. บริการวิชาการ
4. ทะนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรม

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ปณิธาน

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่เป็นมหาวิทยาลัยแห่งแรกในส่วนภูมิภาคจัดตั้งขึ้นตามนโยบายของรัฐ และเจตนารมณ์ของประชาชนในภาคเหนือให้เป็นศูนย์กลางทางวิชาการและวิชาชีพชั้นสูง เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ท้องถิ่นและประเทศชาติโดยส่วนรวม

มหาวิทยาลัยแห่งนี้เป็นแหล่งสะสม ค้นคว้า วิจัย และถ่ายทอดความรู้ ตามหลักแห่งเสรีภาพทางวิชาการ โดยยึดมั่นในสัจธรรมและคุณธรรม เพื่อความเป็นเลิศทางวิชาการ การประยุกต์ เผยแพร่ และการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม

บัณฑิตแห่งมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พึงฝึกฝนในการฝึกฝนตน เป็นผู้รู้จริง คิดเป็น ปฏิบัติได้ สามารถครองตน ครองคน ครองงาน ด้วยมโนธรรมและจิตสำนึกต่อสังคม

วิสัยทัศน์

มหาวิทยาลัยชั้นนำ รับผิดชอบต่อสังคม และสร้างการพัฒนาสู่ความเป็นเลิศที่ยั่งยืน (A world-class university committed to social engagement and sustainable development)

พันธกิจ

1. ให้การศึกษา ส่งเสริมวิชาการและวิชาชีพชั้นสูง
2. ทำการวิจัยเพื่อความเป็นเลิศทางวิชาการและเกิดประโยชน์แก่สังคมเป็นส่วนรวม
3. บริการทางวิชาการแก่สังคม
4. ทำนุบำรุงและส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม และอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

วัตถุประสงค์

1. เพื่อผลิตบัณฑิตที่มีคุณธรรม จริยธรรม มีจิตสาธารณะ มีความรู้ความสามารถและทักษะในระดับมาตรฐานสากล รู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงของสังคมอย่างมีเหตุผล และสนับสนุนให้ผู้ด้อยโอกาส ผู้พิการและผู้ที่มีความสามารถพิเศษ ได้รับสิทธิและโอกาสทางการศึกษาเพื่อผลิตผลงานวิจัยที่สร้างองค์ความรู้ใหม่ และนวัตกรรมที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริงในการพัฒนาชุมชนท้องถิ่น ประเทศชาติ และสากล รวมทั้งสร้างมูลค่าเพิ่มและเป็นประโยชน์ในเชิงพาณิชย์

2. เพื่อร่วมพัฒนาชุมชนและสังคมให้เข้มแข็งพร้อมรับกระแสการเปลี่ยนแปลงทั้งภายในและภายนอกประเทศ และยกระดับการให้บริการทางวิชาการและการสาธารณสุขเพื่อก้าวสู่การเป็นศูนย์กลางการให้บริการสุขภาพของภูมิภาคอย่างสมบูรณ์
3. เพื่อทำนุบำรุงศาสนา ศิลปวัฒนธรรม ประเพณีไทยและท้องถิ่นล้านนาโดยการต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่นและอนุรักษ์ฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน
4. เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งและยกระดับคุณภาพทางวิชาการและงานวิจัยร่วมกับสถาบันวิชาการต่างประเทศในภูมิภาคอาเซียน เอเชียและนานาชาติ
5. เพื่อพัฒนาระบบบริหารจัดการ ในด้านทรัพยากรบุคคล การเงินและทรัพย์สินให้มีประสิทธิภาพ มีความคล่องตัว โปร่งใส และสามารถตรวจสอบได้ตามหลักธรรมาภิบาล และสามารถพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืนตามแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

ปรัชญา

"พัฒนาคน พัฒนาศาสตร์และเทคโนโลยี"

ปณิธาน

มุ่งมั่นที่จะพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ที่มีความเป็นเลิศทางวิชาการด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี และวิชาการขั้นสูงที่เกี่ยวข้องให้มีความรู้คู่คุณธรรม เพื่อเป็นผู้พัฒนาและสร้างเทคโนโลยีที่เหมาะสม อันก่อให้เกิดการพัฒนาเศรษฐกิจสังคมและสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน

วิสัยทัศน์

มหาวิทยาลัยชั้นนำด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม เป็นที่ยอมรับในระดับนานาชาติ

พันธกิจ

ผลิตบัณฑิตที่พึงประสงค์ วิจัยและพัฒนา บริการวิชาการแก่สังคม ทำนุบำรุงศิลปและวัฒนธรรม

อัตลักษณ์

"บัณฑิตที่คิดเป็น ทำเป็น"

คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล

วิสัยทัศน์

วิจัยและการศึกษาด้านวิศวกรรมระดับโลก

พันธกิจ

มุ่งสร้างสรรค์งานวิจัย นวัตกรรม และวิชาการด้านวิศวกรรมเชิงบูรณาการระดับโลก เพื่อผลิตบัณฑิตให้มีทักษะแห่งโลกยุคใหม่และสามารถพัฒนางานด้านวิศวกรรมและเทคโนโลยีขั้นสูงที่ตอบสนองสังคมโลก

คณะวิศวกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วิสัยทัศน์

1. คณะวิศวกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เป็นสถาบันสร้างวิศวกรและนวัตกรรมที่เป็นเลิศสำหรับสังคมโลก
2. สร้างสรรค์บัณฑิตที่มีคุณธรรม ปัญญา ทักษะการทำงานร่วมกัน และการทำปรับตัว ผ่านหลักสูตรที่ได้รับการรับรอง และงานวิจัยและนวัตกรรมระดับโลก

พันธกิจ

สร้างวิศวกรที่มีความรู้ มีทักษะตามมาตรฐานในระดับนานาชาติ และเหมาะสมกับสังคมไทยและสังคมโลก เสริมสร้างนิสิตให้เป็นวิศวกรและบัณฑิตที่สามารถครองตนอย่างมีคุณธรรม และเป็นผู้นำในสังคมไทยและสังคมโลก บุกเบิกองค์ความรู้ใหม่ ด้านวิศวกรรมและบูรณาการองค์ความรู้เพื่อประโยชน์ของสังคมไทยและสังคมโลก ถ่ายโอนองค์ความรู้สู่สังคมไทยเพื่อการพึ่งพาตนเองอย่างยั่งยืนในประชาคมโลก

สถาบันเทคโนโลยีนานาชาติสิรินธร มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

วิสัยทัศน์

มุ่งไปสู่การเป็นสถาบันเทคโนโลยีนานาชาติชั้นนำ ในด้านการเรียน การสอน และการวิจัย

พันธกิจ

ผลิตวิศวกรและนักเทคโนโลยีที่มีความสามารถสูงทางเทคโนโลยีอุตสาหกรรม และสามารถใช้ภาษาอังกฤษในการปฏิบัติงานการวิจัยและพัฒนาในด้านวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการเรียนการสอน และอุตสาหกรรมที่ทันสมัย

ด้วยความมุ่งมั่นในวิสัยทัศน์และพันธกิจของสถาบันฯจึงทำให้สถาบันเทคโนโลยีนานาชาติสิรินธรได้เติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องทั้งด้านจำนวนนักศึกษาและคณาจารย์ จำนวนสาขาวิชาที่เปิดสอน จำนวนงานวิจัยและบทความวิชาการ จนมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับกันทั้งในระดับชาติและนานาชาติ

คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

วิสัยทัศน์

สู่ความเป็นเลิศด้านวิชาการระดับอาเซียน มีคุณภาพการศึกษาระดับสากลและสร้างสรรค์งานวิจัยด้านวิศวกรรมแบบบูรณาการเพื่อพัฒนาสังคมอย่างยั่งยืน

พันธกิจ

1. ผลิตวิศวกรที่มีฐานวิจัยเป็นแนวคิด
2. สร้างงานวิจัยร่วมกับทั่วโลก
3. ถ่ายทอดเทคโนโลยีสู่ชุมชน
4. ส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมไทยให้สอดคล้องกับทั่วโลก ภายใต้การทำงานที่มีความสุข

คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร

วิสัยทัศน์

เป็นคณะวิชาชั้นนำโดยผลิตบัณฑิตที่มีความเป็นเลิศทางวิชาการ ควบคู่คุณธรรม และเป็นองค์กรแบบ Smart Faculty

พันธกิจ

1. ส่งเสริม พัฒนาการเรียนการสอนที่มีคุณภาพและผลิตบัณฑิตที่มีความสามารถ ควบคู่กับคุณธรรม และจริยธรรม
2. ส่งเสริม พัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร เพื่อรองรับการบริหารจัดการในทุกภาค ส่วนของคณะฯ
3. ส่งเสริม สนับสนุน ดำเนินการ กำกับดูแล ติดตามและประเมินผลแผนงานโครงการต่าง ๆ ของ คณะฯ ให้บรรลุตามเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้
4. ส่งเสริม สนับสนุน การให้บริการวิชาการตลอดจนการแสวงหาความร่วมมือทางด้านวิชาการทั้งใน และต่างประเทศ
5. ส่งเสริมและผลักดันให้บุคลากรผลิตงานวิจัยและสร้างนวัตกรรม เพื่อให้เกิดความเชี่ยวชาญเฉพาะ ด้าน
6. ทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรมด้วยองค์ความรู้ทางด้าน ICT

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วว.)

วิสัยทัศน์

วว. เป็นองค์กรชั้นนำระดับอาเซียนในด้านวิจัย พัฒนา และบริการด้านวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีและ นวัตกรรม

พันธกิจ

1. พัฒนาขีดความสามารถด้านงานวิจัยและพัฒนา
2. พัฒนาขีดความสามารถด้านการบริการงานวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี
3. พัฒนาขีดความสามารถด้านการถ่ายทอดเทคโนโลยีและการผลักดันการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรม ไปใช้ในเชิงพาณิชย์และเชิงสังคม
4. พัฒนาขีดความสามารถด้านการสร้างสรรค์งานนวัตกรรม
5. พัฒนาขีดความสามารถด้านโครงสร้างพื้นฐานและการบริหารจัดการขององค์กร

สำนักงานคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก

“เป็นองค์การต้นแบบในการขับเคลื่อนการพัฒนาเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออกอย่างบูรณาการยกระดับเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมให้สำเร็จอย่างยั่งยืน เพื่อให้ประเทศไทยเป็นประเทศพัฒนา ”

พัฒนา EEC ให้เป็นพื้นที่ต้นแบบที่มีการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบ มีพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งสถาบันเทคโนโลยีป้องกันประเทศ (องค์การมหาชน) องค์การดำเนินการ และมีภารกิจชัดเจน ของการพัฒนาเชิงพื้นที่อื่น ๆ ในอนาคต ให้มีความสำคัญกับการส่งเสริมและนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ประโยชน์ในการสร้างรายได้ และสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับสังคม

ดำเนินการเชิงรุกแบบบูรณาการอย่างเบ็ดเสร็จ ครบวงจร ภายใต้กรอบเวลา โดยความร่วมมืออย่างใกล้ชิดระหว่าง ภาครัฐ-เอกชน-ประชาชน ทั้งในส่วนกลาง ส่วนภูมิภาค และส่วนท้องถิ่น โดยคำนึงถึงประโยชน์ของประเทศ และประชาชนในพื้นที่เป็นสำคัญ

ร่วมผลักดันแผนภาพรวม เพื่อการพัฒนาเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออกให้บรรลุตามเป้าหมายของประเทศ จัดทำโครงสร้างพื้นฐานและระบบสาธารณูปโภคที่มีประสิทธิภาพ มีความต่อเนื่อง ประชาชนสามารถเข้าถึงได้โดยสะดวกและเชื่อมโยงกันอย่างเป็นระบบโดยสมบูรณ์ กำหนดการใช้ประโยชน์ในที่ดินอย่างเหมาะสมกับสภาพ และศักยภาพของพื้นที่โดยสอดคล้องกับหลักการพัฒนาอย่างยั่งยืน

พัฒนาเมืองให้มีความทันสมัยระดับนานาชาติที่เหมาะสมต่อการอยู่อาศัยอย่างสะดวก ปลอดภัย เข้าถึงได้โดยถ้วนหน้า และส่งเสริมการประกอบกิจการอย่างมีประสิทธิภาพ

บริษัท ทีเอ โรบ็อต จำกัด

TARA เป็นการผนึกกำลังรวมกลุ่มผู้ประกอบการที่มีความชำนาญด้านระบบอัตโนมัติและหุ่นยนต์ โดยมีเป้าหมายในการทำงานร่วมกัน เพื่อมุ่งนำระบบอัตโนมัติและหุ่นยนต์ให้เข้ามามีบทบาทสำคัญในการพัฒนา และเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานในอุตสาหกรรมด้านต่าง ๆ โดยมีเป้าหมายสำคัญเพื่อช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจของไทยให้ก้าวสู่ Thailand 4.0

บริษัท สมบูรณ์แอดวานซ์เทคโนโลยี จำกัด (มหาชน)

วิสัยทัศน์

มุ่งมั่นสร้างการเติบโตอย่างยั่งยืนในอุตสาหกรรมยานยนต์ด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัย ผ่านความร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจ

พันธกิจ

สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผู้ถือหุ้นร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจ เพื่อยกระดับเทคโนโลยีที่ทันสมัย และขยายฐานการตลาด

ตอบสนองความคาดหวังของลูกค้า ด้วยการมีเทคโนโลยีที่ทันสมัยและร่วมออกแบบ และพัฒนาผลิตภัณฑ์ยกระดับความสามารถด้านการผลิตและการบริหารองค์กร ด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศที่เป็นเลิศมีความโปร่งใสและความยุติธรรมต่อลูกค้า ตลอดห่วงโซ่อุปทาน มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เสริมสร้าง คนสมบูรณ์ ให้เป็นคนดีและคนเก่ง ผ่านศูนย์การเรียนรู้ของสมบูรณ์

บริษัท เสรีสรรพกิจ จำกัด

มีประสบการณ์กว่า 40 ปี ในการดำเนินธุรกิจเพื่อสิ่งแวดล้อมและการบริหารจัดการ เพื่อความสะดวกสบาย ให้กับองค์กรธุรกิจต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน ทางเราเลือกสรรเทคโนโลยีชั้นนำจากหลากหลายประเทศเพื่อให้บริการธุรกิจทั้งภาคอุตสาหกรรม, การเดินเรือ, การประมง, การต่อเรือเดินสมุทร, ระบบบริหารจัดการน้ำและสิ่งแวดล้อม, ระบบผลิตน้ำทะเลเป็นน้ำจืด และระบบป้องกันตนเอง เป็นต้น

บริษัท เนแรก อาร์มส อินดัสตรี จำกัด

บริษัท เนแรก อาร์มส อินดัสตรี จำกัด เลขที่ หมู่ 13 ถนน-ตำบล เขาขลุ้ง อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี 70110

รายละเอียดโรงงาน ผลิตกระสุนปืน รวมทั้งเครื่องกระสุนปืน

บริษัท พรธิพาร์ท จำกัด

เป็นหุ้นส่วนทางยุทธศาสตร์ของธุรกิจที่เกี่ยวข้องที่มีความโปร่งใส และการมีส่วนร่วมบนโลกสีเขียวใบนี้เพื่อให้เกิดความยั่งยืนและมั่นคง

1. เราให้คำมั่นว่าเราจะให้บริการที่ดีที่สุดเพื่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มต่อธุรกิจของลูกค้าทุกราย
2. เราให้คำมั่นว่าเราจะผลิตและส่งมอบสินค้าที่ได้มาตรฐานตามข้อกำหนดและตรงต่อเวลา
3. เราให้คำมั่นว่าเราจะนำพาเรือธงลำนี้พร้อมพนักงานทุกคนสู่เป้าหมายแห่งความมั่นคงในธุรกิจ
4. เราให้คำมั่นว่าเราจะจัดสรรผลประโยชน์ที่ได้รับกับผู้ถือผลประโยชน์ร่วมพนักงาน และแบ่งปันสู่สังคมและสิ่งแวดล้อม

บริษัท สยามสเปเชียลแอมโมนิชั่น จำกัด

ประกอบกิจการทำเสื้อเกราะป้องกันกระสุน หมวกป้องกันกระสุน โล่ป้องกันกระสุน แผ่นเกราะป้องกันกระสุน ชุดป้องกันสะเก็ดระเบิด อยู่ที่อำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ ทำเสื้อเกราะป้องกันกระสุน หมวกป้องกันกระสุน โล่ป้องกันกระสุน แผ่นเกราะป้องกันกระสุน ชุดป้องกันสะเก็ดระเบิด

บริษัท โพลีเมอร์ฟอร์ม จำกัด

เป็นบริษัทผลิตชิ้นส่วนพลาสติก และยางสังเคราะห์

บริษัท ชัยเสรี เมืงทอลแอนดร์บเบอร์ จำกัด

ก่อตั้งขึ้นเมื่อ พ.ศ. 2511 เป็นผู้ผลิตชิ้นส่วนยางติดเหล็ก ข้อต่อสายพาน ล้อกดสายพานสำหรับ
กองทัพอากาศและกองทัพบกในประเทศต่าง ๆ รวมถึงให้บริการซ่อมรถทหาร ชุดเกราะให้รถทหารและผลิตรถเกราะ
ฝีมือคนไทย สินค้าของชัยเสรีส่งออกไป 37 ประเทศทั่วโลก

วิสัยทัศน์

ผลิตสินค้าคุณภาพทางทหารอุตสาหกรรมการป้องกันประเทศ เพื่อความมั่นคงของประเทศไทย
อาวุธยุทโธปกรณ์เป็นสิ่งสำคัญ

บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)

วิสัยทัศน์

Thai Premier Multinational Energy Company : บริษัทพลังงานไทยข้ามชาติชั้นนำ

พันธกิจที่ยิ่งใหญ่ของ ปตท. ที่มีต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) นั้นมีมากกว่าเพียงแค่การสร้าง
ผลงานและผลกำไร เหนืออื่นใดคือการธุรกิจทั่วไป หากแต่เราจำเป็นต้องคำนึงถึงประโยชน์ของประชาชนและ
ประเทศชาติเป็นสำคัญ ด้วยเราต้องทำหน้าที่ในการสร้างความมั่นคงทางพลังงาน ทั้งในการแสวงหา
ผลิตคิดค้นจำหน่าย พร้อมทั้งกระตุ้นเตือนใจให้คนตระหนักถึงสิทธิและหน้าที่ในการใช้พลังงานและรักษา
ทรัพยากรธรรมชาติไว้อย่างมีดุลยภาพ เพื่อโลกในวันนี้และโลกในอนาคต เพราะเราเชื่อว่าเมื่อเรามีความ
มั่นคงทางพลังงานได้อย่างยั่งยืน ก็จะสามารถสร้างความมั่งคั่งทางเศรษฐกิจให้เติบโตต่อเนื่องและยั่งยืนได้
เช่นเดียวกัน ในฐานะองค์กรพลังงานของชาติ เราจึงต้องสร้างรายได้ของแผ่นดินให้มากขึ้น พอ ๆ กับการสร้าง
รอยยิ้มให้แก่คนในสังคมไทย ให้ได้อยู่ดีมีสุขบนโลกที่สวยงามนี้อย่างยั่งยืน

พันธกิจ

ดำเนินธุรกิจด้านพลังงานและปิโตรเคมีอย่างครบวงจรในฐานะเป็นบริษัทพลังงานแห่งชาติ
โดยมีพันธกิจในการดูแลผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างสมดุล ดังนี้

บริษัท ไทยรุ่งยูเนี่ยนคาร์ จำกัด (มหาชน)

วิสัยทัศน์

เป็นยี่ห้อนวัตกรรมไทยเป็นผู้พัฒนา ออกแบบ และผลิตผลิตภัณฑ์ครบวงจร ที่มีตราสินค้า (Brand)
เป็นของตนเอง สร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับลูกค้า ทั้งด้านคุณภาพและบริการในระดับสากล

พันธกิจ

1. เป็นผู้นำในการออกแบบ พัฒนา ผลิตนวัตกรรมยานยนต์ใหม่ รถอเนกประสงค์ รถใช้งานเฉพาะ
ด้านชิ้นส่วน แม่พิมพ์-จิ๊กซอว์ และอุปกรณ์รถยนต์
2. สร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับลูกค้าในด้านคุณภาพ ราคา การส่งมอบและบริการในระดับสากล

3. มุ่งมั่นพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ การบริการ อย่างต่อเนื่อง ด้วยกระบวนการผลิต การจัดการที่ยืดหยุ่น รวดเร็ว ด้วยวิศวกรรม เทคโนโลยีที่ทันสมัยและมีประสิทธิภาพ
4. สร้าง Brand เป็นของตนเองให้มีภาพลักษณ์ เป็นที่เชื่อถือของลูกค้า
5. สร้างและขยายเครือข่ายการขายและการตลาดให้ครอบคลุมทั้งภายใน และต่างประเทศ
6. มุ่งมั่นพัฒนาและธำรงรักษาทรัพยากรมนุษย์ ให้มีศักยภาพที่สามารถแข่งขันได้ในระดับสากล มีความสุขและความภาคภูมิใจในการทำงานกับองค์กร
7. สร้างความมั่นคงให้องค์กรอย่างต่อเนื่องด้วยการสร้างผลกำไรและผลตอบแทนที่ดีในระยะยาว สำหรับผู้ถือหุ้น คู่ค้า และพนักงาน

บริษัท บริษัทการอุตสาหกรรม จำกัด

ผลิตรถยนต์หุ้มเกราะ กันกระสุน ศูนย์บริการซ่อมรถยนต์ครบวงจร

บริษัท ไทยอามส์ จำกัด

ผลิตและจำหน่ายกระสุนและวัตถุระเบิด เช่น ปืนกล ลูกม่ ซึ่งใช้ยิงด้วยกระสุนปลอม หรือปืนชนิดอื่น

บริษัท อุตสาหกรรมการบิน จำกัด

วิสัยทัศน์

เป็นศูนย์ซ่อมอากาศยานที่เตรียมความพร้อมให้กับกำลังทางอากาศยานอย่างมีคุณภาพและใช้ศักยภาพที่เหลือสนับสนุนกิจการด้านการบินของประเทศไทย

พันธกิจ

มุ่งมั่นในการพัฒนาระบบ การส่งกำลังบำรุง การซ่อมบำรุง การผลิตและดัดแปลง และการบริการ

ยุทธศาสตร์ การซ่อมบำรุง

1. ขยายขีดความสามารถการซ่อมลำตัวอากาศยาน (Airframe) และอื่น ๆ เพิ่มเติมในอนาคต เช่น ใช้ Composite Material ซ่อมลำตัว เครื่องบิน Diamond
2. การปรับปรุง T-56 QEC ของเครื่องยนต์ C-130
3. ขยายขีดความสามารถการซ่อมเครื่องยนต์ (Engine) เพิ่มเติมเช่น เครื่องยนต์ F-100 ของ F-16 เฉพาะบาง Module
4. การขยายศูนย์ซ่อมบำรุงอากาศยานสำรอง (Hangar) ที่ดอนเมือง
5. การปรับผังโครงสร้างองค์กร/ การปรับอัตรา/ การปรับ Competency ของพนักงาน
6. การจัดทำมาตรฐานคุณภาพการซ่อมบำรุงในระบบต่าง ๆ เช่น ISO, EASA ฯลฯ

ยุทธศาสตร์ การผลิตและดัดแปลง

1. ความร่วมมือการสร้างอากาศยานแบบ บ.ทอ.6 กับ กรมช่างอากาศ
2. ความร่วมมือการสร้างอากาศยานแบบไร้คนขับ UAV กับ ศูนย์วิจัยพัฒนาวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีการบินและอวกาศกองทัพอากาศ
3. ความร่วมมือกับบริษัท PT DIRGANTARA INDONESIA ผลิตเครื่องบินอเนกประสงค์ และผลิตชิ้นส่วนอะไหล่ในประเทศไทย

บริษัท ฟินิกซ์ นิว เทคโนโลยี จำกัด

รายละเอียดของบริษัทผลิต และจำหน่ายอุปกรณ์ป้องกันภัย เช่น ผลิตยางกันกระสุน ยางกันตะปูเรือ ตู้เซฟความปลอดภัยสูง ผ้าตัด (ปกปิด)

บริษัท เอวิเอ แชนคอม จำกัด

ให้บริการพัฒนาออกแบบ ประกอบ ติดตั้ง ซ่อมบำรุงรักษา ระบบสื่อสารโทรคมนาคม ข่ายปลั๊ก คอมพิวเตอร์ อุปกรณ์ต่อพ่วง ซอฟต์แวร์ และอุปกรณ์สื่อสารโทรคมนาคม

บริษัท กษมา เฮลิคอปเตอร์ จำกัด

บริษัทผู้ออกแบบและพัฒนาเฮลิคอปเตอร์ ก่อตั้งขึ้นใน พ.ศ. 2551 เริ่มต้นจากการพัฒนาและสร้างเฮลิคอปเตอร์ต้นแบบในงานประกวด 3D Masters ที่ประเทศอังกฤษ ภายในงานดังกล่าว ผลงานต้นแบบนี้สร้างความประทับใจให้แก่ผู้เข้าชมงานเป็นจำนวนมาก ต่อมาหลังจากกลับจากงานประกวดเพียง 60 วัน บริษัทฯ ร่วมกับ Ultimate Heli ตัดสินใจสร้างเฮลิคอปเตอร์ซึ่งมีชื่อว่า SRIMOK 90N ซึ่งออกสู่ตลาดใน พ.ศ. 2552 และได้ผลิตเฮลิคอปเตอร์รุ่นอื่น ๆ ตามมา

บริษัท เมก้าฟอร์ช อินเตอร์ จำกัด

เป็นผู้ลงทุนดำเนินงาน สนามยิงปืนเลเซอร์ แห่งประเทศไทย ขายชุดฝึกซ้อมยิงปืน ชนิดต่าง ๆ ให้กับหน่วยงานราชการและเปิดบริการในรูปแบบ Shop ศูนย์การค้าจังซีลอน จ.ภูเก็ต เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างชาติ

บริษัท ช.ทวี ดอลลาเซียน จำกัด

เป็นผู้นำในการออกแบบ สร้างสรรค์ ผลิต ผสานเทคโนโลยีระดับโลก เข้ากับการจัดการอย่างมืออาชีพ ด้วยองค์ความรู้ที่เป็นเอกลักษณ์ เพื่อมุ่งสู่ความเป็นเลิศ สร้างความเชื่อมั่น ความพึงพอใจต่อลูกค้า ด้วยจิตวิญญาณที่รับผิดชอบต่อสังคม และสิ่งแวดล้อม โดยมีเป้าหมายจะนำ สินค้า คุณภาพ ภายใต้ Brand CHO

สู่ระดับสากล ด้วยความภาคภูมิใจและสร้างสุข แก่ผู้ร่วมงาน เพื่อสร้างเสริมอำนาจการแข่งขันสู่การเป็นผู้นำด้านนวัตกรรมเทคโนโลยีให้กับประเทศไทย

บริษัท มาร์ชัน จำกัด

ดำเนินธุรกิจต่อเรือและซ่อมเรือให้กับหน่วยงานราชการ รวมทั้งส่งออกไปต่างประเทศ สำนักงานตั้งอยู่ที่ จ.สมุทรปราการ ซึ่งสะดวกกับลูกค้าชาวต่างชาติที่สามารถเดินทางจากสนามบินสุวรรณภูมิ โดยใช้เวลาเพียง 30 นาที

บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจต่อเรือและส่งมอบให้แก่ลูกค้ามากกว่า 260 ลำ ซึ่งรวมถึงเรือรบ เรือเฟอร์รี เรือน้ำมัน และเรือเนกประสงค์อื่น ๆ นอกจากทำการต่อเรือแล้ว ทางบริษัทฯ ยังรับให้คำปรึกษาด้านการออกแบบ การต่อเรือ และการซ่อมบำรุงเพื่อให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าที่หลากหลาย

บริษัท มหานครธนภัณฑ์ จำกัด

ประกอบกิจการประเภทการผลิตเครื่องมือที่ใช้งานด้วยมือและเครื่องโลหะทั่วไปซึ่งมิได้จัดประเภทไว้ในที่อื่น สถานะปัจจุบันยังดำเนินกิจการอยู่

บริษัท ช.ไพศาล จำกัด

ประกอบธุรกิจเสื่อเกราะป้องกันกระสุน, หมวกสนาม, แผ่นเกราะ, แผ่นเกราะแข็ง, หมวกสนาม ส่งออกแผ่นเกราะ

บริษัท อีพ อินดัสตรี จำกัด (อีพ อินดัสทรี)

ประกอบธุรกิจผลิตและซ่อมถังอัดแรงดันทุกชนิด ถังหุงต้ม ถังก๊าซสำหรับรถยนต์ ออกแบบติดตั้งอุปกรณ์ถังก๊าซทุกชนิด เครื่องจักรอุปกรณ์ถังอัดแรงดัน

บริษัท เทเลโกลบอล จำกัด

ประกอบธุรกิจให้บริการโทรคมนาคม พร้อมอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องทุกประเภท

บริษัท ล็อกซเล่ย์ จำกัด (มหาชน)

ประเภทธุรกิจ : ธุรกิจหลักของบริษัทฯ แบ่งเป็น 5 สายธุรกิจ คือ 1) สายธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ เป็นผู้ให้บริการครบวงจรสำหรับงานเทคโนโลยีสารสนเทศและระบบคอมพิวเตอร์ 2) สายธุรกิจบริการอาหารและการจัดจำหน่าย เป็นผู้จัดจำหน่าย ตัวแทนจำหน่าย สินค้าอุปโภคบริโภค สินค้าเคมีอุตสาหกรรม ธุรกิจร้านอาหาร และธุรกิจ HoReCa 3) สายธุรกิจพลังงาน เป็นผู้ให้บริการครบวงจรเกี่ยวกับระบบควบคุมการทำงานของสถานีไฟฟ้า ก่อสร้างและปรับปรุงสถานีไฟฟ้า งานก่อสร้างสายส่งไฟฟ้าแรงสูง ธุรกิจเกี่ยวกับรายงานผลการสำรวจการรับรู้ และความพึงพอใจฯ ที่มีต่อ สทป. ประจำปีงบประมาณ 2563

พลังงานทางเลือกและธุรกิจน้ำประปา 4) สายธุรกิจเน็ตเวิร์ค โซลูชันส์ เป็นผู้จัดทำหน่วยผลิตภัณฑ์และให้บริการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ก่อสร้าง ระบบสื่อสารโทรทัศน์และวิทยุ ระบบเครือข่ายความปลอดภัยอัจฉริยะ 5) สายธุรกิจบริการ เป็นผู้ให้บริการงานรักษาความปลอดภัยครบวงจร และการบริหารจัดการงานสนามบิน งานพัฒนาอสังหาริมทรัพย์

บริษัท กมลรัตน์ คอมเมอร์เชียล จำกัด

จำหน่ายอาวุธปืนและยุทธโศปกรณ์

บริษัท พี.วี.เอ็กซ์โพลชีฟ (ไทยแลนด์) จำกัด

ประเภทธุรกิจ โรงงานผลิตวัตถุระเบิด ดอกไม้ไฟ

บริษัท อัสพรณ เอ็กโพลชีฟ จำกัด

นำเข้าและผลิตดินระเบิด ชนวนระเบิด

บริษัท รอยัล แอมมูนิชั่น จำกัด

ประกอบธุรกิจการผลิตอาวุธหนัก อาวุธปืนรวมถึงอาวุธอื่น ๆ ซึ่งมีได้จัดประเภทไว้ในที่อื่น - ผู้ผลิต

บริษัท อู่กรุงเทพ จำกัด

วิสัยทัศน์

เป็นอู่เรือที่มีศักยภาพในการบริหารจัดการระดับสากล เต็มโตและเป็นกลไกสำคัญในอุตสาหกรรมป้องกันประเทศและพาณิชย์นาวีของไทย สามารถพึ่งพาตนเองอย่างยั่งยืน

พันธกิจ

1. ให้บริการต่อเรือ ซ่อมเรือ ซ่อมบำรุงยุทธโศปกรณ์ และจัดสิ่งพัสดุให้แก่กองทัพเรือ
2. ให้บริการต่อเรือ ซ่อมเรือของหน่วยราชการ รัฐวิสาหกิจ และเอกชน
3. ขยายกิจการโดยการสร้างอู่เรือแห่งใหม่บริเวณชายทะเล
4. ขยายกิจการในอุตสาหกรรมป้องกันประเทศ การต่อเรือเฉพาะทาง และการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ เพื่อความมั่นคงทางการเงินในระยะยาว
5. บริหารจัดการเพื่อบู่มุ่งสู่การเป็นองค์กรแห่งความเป็นเลิศ
6. ดำเนินกิจการตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่และมีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม รวมถึงการป้องกันและปราบปรามการทุจริตและประพฤติมิชอบอย่างเคร่งครัด

บริษัท ณีติพล จำกัด

ประกอบธุรกิจ ให้เช่าอาคาร รับเหมาก่อสร้าง

บริษัท บุลเลท มาสเตอร์ จำกัด

บริษัทบุลเลท มาสเตอร์ จำกัด จดทะเบียนก่อตั้งบริษัทเมื่อวันที่ 21 สิงหาคม พ.ศ. 2534 และได้รับอนุญาตจากกระทรวงกลาโหม ให้ตั้งโรงงานผลิตอาวุธสำหรับราชการทหารและตำรวจตามใบอนุญาตแบบบอ.2 ที่ 1/ 2537 ลงวันที่ 27 เมษายน พ.ศ. 2537 โดยคำสั่งคณะปฏิรูปการปกครองแผ่นดินฉบับที่ 77 มีสถานที่ตั้งโรงงานผลิตอาวุธ ณ เลขที่ 228 หมู่ที่ 7 ถนนเลียบคลองชลประทาน ตำบลหนองสาหร่าย อำเภอนมทวน จังหวัดกาญจนบุรี เนื้อที่ 25 ไร่ โดยมี ดร.ณัฐพจน์ โสติถิวันวงศ์ เป็นกรรมการผู้จัดการฯ ซึ่งก่อตั้งโดยเอกชนที่มีผู้ถือหุ้นเป็นคนไทยทั้งหมด การก่อตั้งบริษัทเกิดขึ้นเนื่องจากการศึกษาเกี่ยวกับโรงงานผลิตกระสุนปืนในประเทศพบว่าโรงงานผลิตอาวุธประเภทกระสุนปืนขนาดเล็ก เช่น กระสุนขนาด 38 นิ้ว 45 นิ้ว และ 9 มิลลิเมตร ยังไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ได้อย่างเพียงพอ จึงได้จัดตั้งโรงงานผลิตโดยใช้มาตรฐานสากลในการผลิต อีกทั้งยังเป็นการตอบสนองนโยบายของรัฐที่จะส่งเสริมให้เอกชนได้มีส่วนร่วมในการประกอบอุตสาหกรรมป้องกันประเทศเพื่อพึ่งพาตนเอง อีกทั้งสามารถเปลี่ยนแปลงโรงงานผลิตอาวุธเพื่อช่วยเหลือและสนับสนุนรัฐในยามเกิดภาวะไม่ปกติ และหากในสภาวะปกติสามารถผลิตเพื่อจำหน่ายให้แก่ส่วนราชการตามมาตรา 7 และบุคคลอื่นตามที่กำหนดไว้ในกฎกระทรวง

บริษัท ชูเปอร์-วี เอทีวี จำกัด

ประกอบกิจการผลิตและ จำหน่ายยานพาหนะ เครื่องจักรกล - ผู้ผลิต

บริษัท เอ็กซ์เซ็นส์ อินฟอร์เมชั่น เซอร์วิส จำกัด

ประกอบธุรกิจจำหน่ายและติดตั้งอุปกรณ์ติดตามยานพาหนะ

บริษัท ดิจิตอล รีเสิร์ช แอนด์ คอนซัลติ้ง จำกัด

เป็นบริษัทที่ดำเนินการเกี่ยวกับอุปกรณ์สื่อสาร โทรคมนาคม รวมทั้งอุปกรณ์ดูแลความปลอดภัย และความมั่นคง ต้องการรับสมัครบุคลากรเพื่อเข้าร่วมงาน

บริษัท ท็อป เอ็นจิเนียริง คอร์ปอเรชั่น จำกัด

วิสัยทัศน์

เราเชื่อมั่นว่า เครื่องอากาศยานไร้คนขับ (Unmanned Aerial Vehicle-UAV) จะเป็นทางออกของวิธีแก้ปัญหาที่มีประสิทธิภาพสูงสุดสำหรับอนาคตของภารกิจการบินที่ต้องทดแทนนักบินระดับมืออาชีพ

เช่น การบินสำรวจพื้นที่อันตราย การบินตรวจการณ์รักษาความปลอดภัย การสำรวจทางวิทยาศาสตร์ การบินค้นหาและกู้ภัย เป็นต้น

พันธกิจ

มุ่งสู่การเป็นผู้ผลิตเครื่องบินไร้คนขับ UAV ที่ดีที่สุด มุ่งพัฒนาใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยและวัสดุที่ดี ในราคาที่เหมาะสมที่สุดให้กับลูกค้าของเรา

เป้าประสงค์

ประสบความสำเร็จการออกแบบและผลิตเครื่องบินไร้คนขับ UAV ที่มีคุณสมบัติมาตรฐานอุตสาหกรรม ด้วยการออกแบบขั้นสูง เช่น ครีบแพนหางคู่แนวตั้งขนาดใหญ่ เครื่องยนต์ใบพัดขึ้นลงทางดิ่ง 4 ชุด และเครื่องยนต์ใบพัดขับเคลื่อนท้ายเครื่อง และใช้วัสดุที่ทันสมัยเช่นคาร์บอนไฟเบอร์ มีวัตถุประสงค์หลักที่จะออกแบบเพื่อให้เหมาะสมกับความต้องการของภารกิจที่ได้รับ ด้วยความเป็นมืออาชีพ

2. แบบสำรวจ “การรับรู้ ทศนคติ และภาพลักษณ์” ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่มีต่อสถาบันเทคโนโลยีป้องกันประเทศ หรือ สทป. ปีงบประมาณ 2563

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไป

โปรดให้ข้อมูล หรือทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ☐ ที่ตรงกับข้อมูลท่าน

1. เพศ ☐ 1) ชาย ☐ 2) หญิง
2. อายุปี 3. ชั้นยศ
4. ชื่อหน่วยงานสังกัดของท่าน.....
5. ระยะเวลาในการทำงานในหน่วยงานนี้.....ปี

ส่วนที่ 2 : การรับรู้เกี่ยวกับ สทป.

โปรดให้ข้อมูล หรือทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ☐ ที่ตรงกับข้อมูลท่าน

1. ท่านเคยได้ยินชื่อหรือรู้จักสถาบันเทคโนโลยีป้องกันประเทศ หรือ สทป. มาก่อนหรือไม่
☐ 1) เคย ☐ 2) ไม่เคย (หากไม่เคย ไม่ต้องทำแบบสอบถามต่อ)
2. สถาบันเทคโนโลยีป้องกันประเทศ เป็นหน่วยงานที่สังกัดหน่วยงานใดต่อไปนี้
☐ 1) กระทรวงศึกษาธิการ ☐ 2) กระทรวงกลาโหม
☐ 3) กระทรวงการอุดมศึกษา ☐ 4) กระทรวงมหาดไทย
☐ 5) สังกัดสำนักนายกรัฐมนตรี ☐ 6) องค์กรอิสระไม่ขึ้นกับหน่วยงานใด
3. หากเคยได้ยินชื่อ สทป. ท่านได้ยินหรือรู้จักจากสื่อใด (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
☐ 1) การบรรยายของ สทป. ☐ 2) การร่วมโครงการ/กิจกรรม/อบรมกับ สทป.
☐ 3) เอกสารสิ่งพิมพ์ สทป. ☐ 4) วิทยุ/โทรทัศน์
☐ 5) หนังสือพิมพ์/วารสาร/นิตยสาร ☐ 6) สื่อออนไลน์ของ สทป.
☐ 7) ข่าวอินเทอร์เน็ต ☐ 8) ผู้บังคับบัญชา
☐ 9) เพื่อน/เพื่อนร่วมงาน ☐ 10) อื่น ๆ (โปรดระบุ).....
4. ท่านคิดว่าวิสัยทัศน์ของสถาบันเทคโนโลยีป้องกันประเทศ คือข้อใดต่อไปนี้
☐ เป็นผู้นำการบริหารจัดการงานด้านอุตสาหกรรมป้องกันประเทศและพลังงานทหารอย่างทันสมัย มีประสิทธิภาพ และมุ่งสู่การพึ่งพาตนเองอย่างยั่งยืน
☐ เป็นผู้นำสถาบันการศึกษาทางทหารที่มีความเป็นเลิศในทางวิชาการทหารและความมั่นคงในระดับชาติและภูมิภาค โดยมุ่งสร้างความรอบรู้ควบคู่จริยธรรมในการเป็นทหารอาชีพ
☐ เป็นผู้นำด้านเทคโนโลยีป้องกันประเทศในภูมิภาค ตอบสนองความต้องการของกองทัพไทย และพันธมิตรอาเซียน

- ☐ เป็นผู้ดำเนินการบริหารจัดการการวิจัยและพัฒนาด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีป้องกันประเทศ
เพื่อการทหารและความมั่นคงภายในประเทศ

5. ท่านคิดว่าหน้าที่หลักของสถาบันเทคโนโลยีป้องกันประเทศ คือข้อใดต่อไปนี้

หน้าที่	ใช่	ไม่ใช่
1. ศึกษา ค้นคว้า วิจัย และพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยีป้องกันประเทศ และดำเนินการอื่นที่เกี่ยวข้องหรือต่อเนื่อง เพื่อนำไปสู่อุตสาหกรรมป้องกันประเทศ		
2. ผลิตบัณฑิตที่มีความรู้ในการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีป้องกันประเทศโดยตรง		
3. เป็นศูนย์ข้อมูลความรู้ด้านเทคโนโลยีป้องกันประเทศให้แก่ต่างประเทศและวางแผนการพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีป้องกันประเทศ		
4. ประสานความร่วมมือด้านเทคโนโลยีป้องกันประเทศและอุตสาหกรรมป้องกันประเทศ กับหน่วยงานของรัฐ สถาบันการศึกษา และภาคเอกชน ทั้งในประเทศและต่างประเทศ		
5. ส่งเสริม สนับสนุนการอบรม วิจัยและพัฒนาบุคลากรด้านเทคโนโลยีป้องกันประเทศ		

6. ท่านรับทราบเกี่ยวกับพระราชบัญญัติเทคโนโลยีป้องกันประเทศ พ.ศ. 2562 ใช่หรือไม่

- ☐ รับทราบและรู้รายละเอียด ☐ รับทราบแต่ไม่รู้รายละเอียด ☐ ไม่เคยทราบ

7. ตามพระราชบัญญัติเทคโนโลยีป้องกันประเทศ พ.ศ. 2562 กำหนดให้ กรณีที่เป็นยุทธโศปกรณ์ที่ใช้ในการสงคราม การผลิตและจำหน่าย สถาบันอาจร่วมกับเอกชนหรือนิติบุคคลอื่นก่อตั้งนิติบุคคลเพื่อผลิตและขายได้ ท่านคิดว่า สทป.มีขีดความสามารถในการขายยุทธโศปกรณ์มากน้อยเพียงใด

- ☐ มากที่สุด ☐ มาก ☐ ปานกลาง
☐ น้อย ☐ น้อยที่สุด ☐ ไม่แสดงความเห็น

8. สื่อใดที่ท่านเห็นว่ามีจำเป็นต่อการรับรู้ข่าวสารการดำเนินงานหรือโครงการกิจกรรมของ สทป.

จำนวน 5 อันดับ เรียงลำดับจาก **1 หมายถึง จำเป็นมากที่สุดไปถึง 5 หมายถึง น้อยที่สุด**

- ☐ 1) การบรรยายของ สทป. ☐ 2) การร่วมโครงการ/กิจกรรม/อบรมกับ สทป.
☐ 3) เอกสารสิ่งพิมพ์ สทป. ☐ 4) วิทยุ/โทรทัศน์/หนังสือพิมพ์
☐ 5) หนังสือพิมพ์/วารสาร/นิตยสาร ☐ 6) สื่อออนไลน์ของ สทป.
☐ 7) อินเทอร์เน็ต ☐ 8) ผู้บังคับบัญชา
☐ 9) เพื่อน/เพื่อนร่วมงาน ☐ 10) อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

9. ในกรณีที่ท่านรู้จักสื่อสังคมออนไลน์ของ สทป. มีสื่ออะไรบ้างที่ท่านติดตาม

- ☐ 1) เฟสบุ๊ก (Facebook) dtithailand ☐ 2) ทวิตเตอร์ (Twitter) @DTIThailand
☐ 3) อินสตาแกรม (Instagram) dtithailand ☐ 4) ยูทูบ (YouTube)
☐ 5) วารสารออนไลน์ (E-Magazine) ☐ 6) อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

10. ท่านคิดว่า สทป. มีการประชาสัมพันธ์เพื่อให้สังคมรับรู้บทบาท หน้าที่ พันธกิจ ตลอดจนผลงานขององค์กร ในปีงบประมาณ 2563 ในระดับใด

☐ ดีที่สุด☐ ดีมาก☐ ปานกลาง☐ น้อย☐ น้อยที่สุด☐ ไม่แสดงความเห็น

ส่วนที่ 3 : ภาพลักษณ์ของ สทป.

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความเห็นที่ท่านมีต่อภาพลักษณ์การดำเนินการของ สทป.

1. บทบาทและหน้าที่ของ สทป.

ภาพลักษณ์การดำเนินงานขององค์กร	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. มีผลงานวิจัยและพัฒนาโครงการที่เป็นรูปธรรมที่ท่านรับรู้และยอมรับ					
2. มีผลงานศึกษาค้นคว้าวิจัยเกี่ยวกับเทคโนโลยีป้องกันประเทศที่ท่านรับรู้และยอมรับ					
3. สทป. เป็นศูนย์ข้อมูลความรู้ด้านเทคโนโลยีป้องกันประเทศให้แก่กระทรวงกลาโหมเพื่อกำหนดนโยบายและแผนการพัฒนาวินยาศาสตร์และเทคโนโลยีป้องกันประเทศ					
4. มีผลงานความร่วมมือกับหน่วยงานอื่นของรัฐ สถาบันการศึกษา ทั้งในประเทศและต่างประเทศ					
5. มีการส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพด้านเทคโนโลยีป้องกันประเทศอย่างเป็นรูปธรรม					
6. ท่าน/หน่วยงานท่าน ยินดีสนับสนุน/ร่วมมือกับ สทป. ในการพัฒนาการวิจัยยุทธโปกรณ์ป้องกันประเทศเพื่อชาติ					
7. ท่านมั่นใจว่าประเทศไทยจะมีความสามารถพัฒนายุทธโปกรณ์ด้วยการพึ่งพาตนเองได้ในอนาคต					
8. ท่านมั่นใจว่าเทคโนโลยีที่พัฒนาโดย สทป. จะมีประสิทธิภาพทัดเทียมกับต่างประเทศ					
9. ท่านคิดว่าการดำเนินงานของ สทป. เป็นไปด้วยความโปร่งใส มีความสุจริตด้านคุณธรรมจริยธรรม					
10. ท่านคิดว่า สทป. สามารถปฏิบัติงานได้ตรงตามบทบาทหน้าที่ที่ระบุไว้ในพระราชบัญญัติเทคโนโลยีป้องกันประเทศ พ.ศ. 2562					

2. ท่านคิดว่าผลผลิตที่วิจัยโดย สทป. ที่กล่าวถึงต่อไปนี้มีผลงานที่เป็นรูปธรรมและนำมาใช้ได้จริงในระดับใด

ความคิดเห็นที่มีต่อผลการดำเนินงานของ สทป.	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. โครงการวิจัยและพัฒนาาระบบจรวดหลายลำกล้องแบบ DTI-1 และ DTI-1G					
2. โครงการวิจัยและพัฒนาาระบบจรวดสมรรถนะสูงแบบ DTI-2					
3. โครงการวิจัยและพัฒนาาร่วมยานเกราะล้อยาง					
4. โครงการวิจัยและพัฒนาองค์ประกอบพื้นฐานของระบบอากาศยานไร้คนขับ (UAV)					
5. โครงการวิจัยและพัฒนาต้นแบบหุ่นยนต์เก็บกู้วัตถุระเบิด (EOD)					
6. โครงการวิจัยและพัฒนาาระบบจำลองยุทธเสมือนจริง (SIM)					
7. โครงการวิจัยและพัฒนาจรวดดัดแปรสภาพอากาศ					
8. การสนับสนุนทุนวิจัย/หลักสูตรบัณฑิตศึกษา					
9. วารสารออนไลน์					
10. โครงการอื่น ๆ ของ สทป.					

3. ผลการดำเนินงานในปีงบประมาณ 2563

ความคิดเห็นที่มีต่อผลการดำเนินงานของ สทป.	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. การดำเนินงานในภาพรวมของ สทป. ในปีงบประมาณ 2563 สร้างภาพลักษณ์ที่ดีกับ สทป.					
2. อาคารและยุทธโศปกรณ์ของ สทป. เป็นที่รับรู้และยอมรับมากขึ้นในปีงบประมาณ 2563					
3. การดำเนินงานของ สทป. ในปีงบประมาณ 2563 สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การจัดตั้ง แผนงาน อำนาจหน้าที่หรืองานที่ได้รับมอบหมายจากรัฐบาล					
4. ท่านคิดว่า สทป. สนับสนุนการพัฒนาบุคลากรทั้งในภาควิชาการ อุตสาหกรรมและภาคเอกชนอย่างต่อเนื่อง					
5. จากภารกิจหลักของ สทป. ที่ท่านรับรู้ผ่านสื่อต่าง ๆ ทำให้ท่านเชื่อมั่นในผลงานของ สทป.					

ส่วนที่ 4 : ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการรับรู้ ทักษะ และภาพลักษณ์ของ สทป.

.....

.....

.....

.....

😊😊😊😊 ขอขอบพระคุณที่สละเวลาตอบแบบสอบถาม 😊😊😊😊

3. แบบสำรวจ “ความพึงพอใจ” ของผู้รับบริการและผู้ถือผลประโยชน์ร่วมที่มีต่อสถาบันเทคโนโลยี
ป้องกันประเทศ หรือ สทป. ปีงบประมาณ 2563

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไป

โปรดให้ข้อมูล หรือทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ☐ ที่ตรงกับข้อมูลท่าน

1. เพศ ☐ 1) ชาย ☐ 2) หญิง
2. หน่วยงานต้นสังกัดของท่าน.....
3. ระยะเวลาที่ท่านทำงานในหน่วยงานนี้.....ปี
4. ในการทำงานของท่านจะต้องติดต่อหรือประสานงานกับ สทป. มากน้อยเพียงใด
☐ 1) ติดต่อเป็นประจำ ☐ 2) ติดต่อบ้าง ☐ 3) ไม่เคยติดต่อกับ สทป.

ส่วนที่ 2 : ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของ สทป.

โปรดให้ระดับความคิดเห็นที่ท่านมีต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของ สทป. ในด้านต่าง ๆ ดังนี้ ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ ด้านการให้บริการของ สทป. ด้านความสะดวก ด้านการใช้ประโยชน์หรือผลที่ได้รับจากการใช้บริการและด้านบทบาทหน้าที่ของ สทป. โดย 5 หมายถึง **มากที่สุด** และ 1 หมายถึง **น้อยที่สุด** ตามลำดับ และ N/A หมายถึง **ไม่สามารถประเมินได้**

ประเด็นความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ					
	5	4	3	2	1	N/A
ความพึงพอใจด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่						
1. เจ้าหน้าที่ปฏิบัติหน้าที่ด้วยความสุภาพ ไม่แสดงออกซึ่งพฤติกรรมที่จะสื่อไปในทางที่ไม่ให้เกียรติผู้อื่น						
2. เจ้าหน้าที่ปฏิบัติต่อทุกหน่วยงานด้วยมาตรฐานเดียวกัน						
3. มีการติดตามงานและความรับผิดชอบในการปฏิบัติงานเป็นอย่างดี						
4. ความเข้าใจในบทบาทหน้าที่ของ สทป. และ สามารถให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องอย่างครบถ้วนและถูกต้อง						
5. ความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่ สทป. โดยรวม						
ความพึงพอใจด้านการให้บริการของ สทป.						
6. กระบวนการและขั้นตอนชัดเจน						
7. ระยะเวลาในการดำเนินการมีความเหมาะสม						
ประเด็นความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ					
	5	4	3	2	1	N/A
8. ขั้นตอนในการให้บริการเหมาะสม						

9. การประสานงานและการอำนวยความสะดวก						
10. การติดตามงานอย่างต่อเนื่อง						
ความพึงพอใจด้านความสะดวก						
11. สถานที่ต้อนรับสำหรับผู้มาติดต่อมีความเหมาะสม						
12. สถานที่ให้บริการเป็นระเบียบ สะอาด เรียบร้อย						
13. สถานที่จอดรถเพียงพอสำหรับผู้มาติดต่อ						
14. ขั้นตอนในการติดต่อประสานงานมีความเหมาะสม						
15. อุปกรณ์และเครื่องมือที่เหมาะสมในการให้บริการ						
ความพึงพอใจด้านการใช้ประโยชน์หรือผลที่ได้รับจากการใช้บริการ						
16. การติดต่อกับ สทป. ของท่านประสบผลสำเร็จตามที่ต้องการ						
17. การติดต่อกับ สทป. ของท่านเกิดประโยชน์ต่อหน่วยงานของท่าน						
18. ผลที่ได้รับจากการใช้บริการเป็นประโยชน์ต่อกองทัพในภาพรวม						
19. ผลที่ได้รับจากการใช้บริการเป็นประโยชน์ต่อสังคมและชุมชน						
ความพึงพอใจด้านบทบาทหน้าที่ของ สทป.						
20. การจัดตั้ง สทป. เป็นการเสริมบทบาทการวิจัยพัฒนาเทคโนโลยีของกองทัพ						
21. สทป. มีผลงานวิจัยพัฒนาเทคโนโลยีที่เป็นรูปธรรมที่ท่านรับรู้และยอมรับ						
22. สทป. เป็นศูนย์ข้อมูลความรู้ให้แก่กระทรวงกลาโหม						
23. สทป. สนับสนุนและพัฒนาบุคลากรทั้งในภาควิชาการ ภาคอุตสาหกรรมและภาคเอกชนอย่างต่อเนื่อง						
ความพึงพอใจต่องานวิจัยด้านอาวุธยุทโธปกรณ์/โครงการของ สทป.						
24. โครงการวิจัยและพัฒนากระสวยอวกาศลำกล้องแบบ DTI-1 และ DTI-1G						
25. โครงการวิจัยและพัฒนากระสวยอวกาศสมรรถนะสูงแบบ DTI-2						
26. โครงการวิจัยและพัฒนาเครื่องยนต์จรวด						
27. โครงการวิจัยและพัฒนาองค์ประกอบพื้นฐานของระบบอากาศยานไร้คนขับ (UAV)						
28. โครงการวิจัยและพัฒนาต้นแบบหุ่นยนต์เก็บกู้วัตถุระเบิด (EOD)						
29. โครงการวิจัยและพัฒนากระสวยอวกาศเสมือนจริง (SIM)						
30. โครงการวิจัยและพัฒนาจรวดดัดแปรสภาพอากาศ						
31. การสนับสนุนทุนวิจัย/หลักสูตรบัณฑิตศึกษา						
32. วารสารออนไลน์						
33. โครงการอื่น ๆ ของ สทป.						

ส่วนที่ 3 : ความคิดเห็นในด้านความคุ้มค่าทางสังคมและเศรษฐกิจของ สทป.

โปรดให้ระดับความคิดเห็นที่ท่านเห็นว่า งานวิจัยและพัฒนา/โครงการ กิจกรรมของ สทป. ที่ท่านมีส่วนเกี่ยวข้องนั้นมีคุณค่าต่อสังคม หรือต่อเศรษฐกิจในระดับใด (5 หมายถึง **มากที่สุด** และ 1 หมายถึง **น้อยที่สุด** ตามลำดับ)

ความคุ้มค่า	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. งานวิจัยและกิจกรรมของ สทป. สามารถพัฒนาบุคลากรด้านเทคโนโลยีป้องกันประเทศได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน					
2. งานวิจัยและกิจกรรมของ สทป. สร้างความเชื่อมั่นในด้านความมั่นคงและความปลอดภัยของประเทศ					
3. งานวิจัยและกิจกรรมของ สทป. เป็นประโยชน์ต่องานที่มีใช้ด้านการทหารและเสริมสร้างความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นของประชาชน					
4. งานวิจัยและกิจกรรมของ สทป. คุ้มค่าต่อการลงทุน					
5. งานวิจัยและกิจกรรมของ สทป. สามารถลดต้นทุนการนำเข้าอาวุธยุทโธปกรณ์ด้านการรบจากต่างประเทศ					
6. งานวิจัยและกิจกรรมของ สทป. จะทำให้ประเทศไทยเป็น “เจ้าของ” เทคโนโลยีป้องกันประเทศ และอาจขายเทคโนโลยีให้กับประเทศอื่นได้อีกด้วย					
7. เทคโนโลยีของ สทป. มีประสิทธิภาพทัดเทียมของต่างประเทศ					
8. เทคโนโลยีของ สทป. สามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศได้					
9. งานวิจัยและกิจกรรมของ สทป. สร้างให้เกิดการเรียนรู้ด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีขั้นสูงในระดับมหาวิทยาลัยของไทยและสามารถนำไปต่อยอดได้					
10. ทุนการศึกษาที่มอบให้ในโครงการของ สทป. มีความคุ้มค่าทางเศรษฐกิจและสังคม และช่วยแก้ปัญหาด้านบุคลากรด้านเทคโนโลยีป้องกันประเทศของประเทศไทยได้					

ส่วนที่ 4 : ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะด้านการให้บริการ

.....

.....

.....

.....

.....

2. ข้อเสนอแนะด้านการวิจัยหรือประเภทงานวิจัย

.....

.....

.....

.....

.....

3. ข้อเสนอแนะด้านบทบาท หน้าที่ และการดำเนินการ

.....

.....

.....

.....

.....

4. ข้อเสนอแนะด้านอื่น ๆ

.....

.....

.....

.....

.....