

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจสมัครเข้ารับราชการทหารกองประจำการ ในเขตพื้นที่ กองทัพภาคที่ 2 ภาคอีสาน

พ.อ.กฤษณพันธ์ เกิดทองคำ

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจสมัครเข้ารับราชการทหารของกองประจำการ ในพื้นที่ ของกองทัพภาคที่ 2 (ภาคอีสาน) โดยศึกษา ความเกี่ยวข้องด้านประชากรศาสตร์ ในส่วนพื้นฐานส่วนบุคคล ศึกษาถึงความมั่งคั่งพื้นฐานส่วนบุคคลตามทฤษฎีความต้องการของมนุษย์ที่ รวมทั้งปัจจัยตามทฤษฎีการโน้มน้าวใจแบบลำดับขั้นเพื่อการประชาสัมพันธ์ มีผลต่อการตัดสินใจเข้ารับราชการทหาร โดยได้กำหนดขอบเขตการวิจัย โดยสำรวจเฉพาะทหารกองประจำการที่สมัครใจเข้ารับราชการในปี พ.ศ.2566-2567 ในส่วนของกองทัพภาคที่ 2 (ภาคอีสาน) ทุกจังหวัดในมีที่ตั้งหน่วยทหารของกองทัพบก โดยจำนวนของกลุ่มประชากรตัวอย่าง จำนวน 735 ราย

โดยการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าสถิติ ได้แก่ การวิเคราะห์ ค่าร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์หาสมมติฐานด้วยสถิติ t test และสถิติ One-Way ANOVA เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปร รวมถึงใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุ (Multiple regression analysis) เพื่อศึกษาว่าปัจจัยใดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจสมัครเข้ารับราชการทหารกองประจำการ

จากผลการศึกษา ด้านปัจจัยพื้นฐานของทหารกองประจำการที่สมัครใจเข้ารับราชการทหาร จะมีสถานโสด (95.8 %) ส่วนใหญ่ จบการศึกษา ระดับชั้น ม.6 / ปวช. และ ม.3 (37.1% และ 32.5%) อาชีพรับจ้างทั่วไป (48.4%) รายได้ก่อนเข้ารับราชการ อยู่ที่ 5,000 – 10,000 บาทต่อเดือน (32.5%) และไม่มีรายได้ประจำ (26.4 %) ด้านผู้ปกครอง ส่วนใหญ่มีอาชีพ รับจ้างทั่วไป และ เกษตรกร (39.6% และ 28%) มีระดับรายได้ ต่ำกว่า 25,000 บาทต่อเดือน (77.8%) ด้านความต้องการพื้นฐานของทหารกองประจำการ ส่วนใหญ่ สมัครใจด้วยตนเอง (52%) และ ความต้องการร่วมกันกับปกครอง (29.1%) มีความต้องการสอบเป็นนักเรียนนายสิบทหารบกจำนวน 52.4%

ด้านการรับรู้ จากสื่อของกองทัพบก ส่วนใหญ่ได้รับสื่อประชาสัมพันธ์จากกองทัพบก (66%) ช่องทางของสื่อส่วนใหญ่ที่ได้รับ คือ Facebook (70%) และ TikTok (33.9) ในส่วนการประชาสัมพันธ์เชิงรุกของกองทัพบก ที่จัดชุดประชาสัมพันธ์ลงพื้นที่ มีการรับรู้ จำนวน 20.34 %

ด้านระดับพฤติกรรมด้านความต้องการของมนุษย์ รวมทั้ง ระดับพฤติกรรมในการรับสื่อประชาสัมพันธ์ของกองทัพบก ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจสมัครเข้ารับราชการ มีระดับการตัดสินใจมากทุกปัจจัย โดย การมีพื้นฐานด้านการศึกษา ที่แตกต่างกัน จะส่งผลต่อการตัดสินใจที่ต่างกันไปด้วยอย่างมีนัยทางสถิติสำคัญที่ 0.5 และปัจจัยด้านความต้องการพื้นฐาน ด้านความรัก การยอมรับนับถือ และ การพัฒนาตนเองเพิ่มขึ้น จะส่งผลให้ระดับพฤติกรรมความต้องการพื้นฐาน และระดับการรับสื่อการที่มีผลต่อการตัดสินใจสมัครเข้ารับราชการมากขึ้นตามไปด้วย อย่างมีนัยทางสถิติสำคัญที่ 0.5

คำสำคัญ : ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ, สมัครทหารกองประจำการ, ความต้องการพื้นฐานของมนุษย์, การโน้มน้าวใจเพื่อการประชาสัมพันธ์

**Factors that affect the decision to voluntarily join Private class service
of Royal Thai Armed Force
In 2nd Army Area (Northeastern of Thailand)**

COL Krishnapan Kerdtongcome

Abstract

The objective of this research is to study the factors influencing the decision to apply for military service of private first class in the 2nd Army Area (Northeastern of Thailand). The study focuses on demographic factors related to personal background and basic human needs theory, as well as factors based on the hierarchical persuasion theory used in public relations affecting the decision to join the Army. The scope of the research was defined to survey only the enlisted soldiers who voluntarily joined the military in 2023-2024 in 2nd Army Area, where army units are stationed, with a sample population of 735 individuals. Data analysis included statistical measures such as percentage analysis, standard deviation, hypothesis testing using t-tests and One-Way ANOVA for comparing differences between variables, and multiple regression analysis to determine which factors influence the decision to enlist in the Army.

The study found that most voluntary enlistees were single (95.8%), with the majority having completed high school or vocational certificate (37.1% and 32.5%). Most had an occupation as general laborers (48.4%) with pre-enlistment income ranging from 5,000–10,000 THB per month (32.5%) or no regular income (26.4%). Parental occupations were mostly general laborers and farmers (39.6% and 28%) with incomes below 25,000 THB per month (77.8%). The primary reason for enlisting was self-determined (52%) and aligned with parental desire (29.1%), with 52.4% expressing interest in becoming Non-Commissioned officer of the Army.

Regarding media awareness from the Army, most received promotional materials from the army (66%), with the primary channels being Facebook (70%) and TikTok (33.9%). The Army's active public relations efforts were recognized by 20.34% of respondents.

The level of behavior concerning human needs and media reception significantly influenced the decision to enlist. Differences in educational background significantly affected enlistment decisions with a statistical significance of 0.5. Furthermore, factors related to basic human needs, such as love, acceptance, and self-improvement, were influential in increasing the level of behavior needs and media reception affecting the decision to enlist, also with statistical significance at 0.5.

Keywords : Factors influencing decision-making, enlisting in military service, basic human needs, hierarchical persuasion for public relations

1.บทนำ

โลกในยุคปัจจุบัน วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีต่างๆ มีวิวัฒนาการพัฒนาอย่างก้าวกระโดด เพื่อสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับมนุษย์ แต่ที่ผ่านมาจนถึงปัจจุบัน ยังคงปรากฏเหตุความขัดแย้งทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศอย่างต่อเนื่อง ส่งผลกระทบต่อ ด้านเศรษฐกิจ สังคม จิตวิทยา ชีวิตความเป็นอยู่ของทุกคน อย่างกว้างขวาง อาทิ ความขัดแย้งระหว่างรัสเซีย – ยูเครน สำหรับประเทศไทย ยังคงมีการเตรียมกำลังทางทหาร ให้พร้อมในการรักษาอธิปไตยอย่างสูงสุด โดยเฉพาะพื้นที่แนวชายแดน ซึ่งยังมีปัญหาความขัดแย้งเรื่องเส้นเขตแดนกับประเทศเพื่อนบ้าน กำลังทหารจึงยังมีความจำเป็นอย่างยิ่งต่อความมั่นคงของประเทศ

พระราชบัญญัติรับราชการทหาร พ.ศ. 2497 กำหนดให้ชายไทยต้องรับราชการทหาร โดยมีการตรวจเลือกหรือเกณฑ์ทหารทุกปี ซึ่งอาจทำให้เกิดปัญหาความไม่สมัครใจ ส่งผลให้ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานลดลง กระทรวงกลาโหมจึงเปลี่ยนแนวทางให้มีการสมัครใจตั้งแต่อายุ 18 ปี โดยไม่ต้องรอให้ครบ 21 ปี เพื่อสร้างกำลังพลที่มีประสิทธิภาพและความมุ่งมั่นในการฝึกอบรม ตั้งแต่ปี 2544 ได้มีการพัฒนาจากการเกณฑ์ทหารไปสู่วิธีการอาสาสมัครตามแนวทางของประเทศอื่นที่ประสบความสำเร็จ ในอนาคต กระทรวงกลาโหมมีนโยบายปรับปรุงการตรวจเลือกให้เป็นระบบสมัครใจโดยสมบูรณ์ และลดอัตราทหารกองประจำการโดยไม่กระทบความสามารถในการป้องกันประเทศ พร้อมทั้งสร้างแรงจูงใจให้ผู้สมัครและปรับปรุงระบบการฝึกให้ทันสมัย

กองทัพบกมีนโยบายสร้างแรงจูงใจในการลดการตรวจเลือกทหารกองเกินและส่งเสริมการสมัครเข้ารับราชการด้วยความสมัครใจ โดยมีวิธีการคัดเลือกทั้งรูปแบบสมัครใจในวันที่ตรวจเลือกและการสมัครออนไลน์ เพื่อเพิ่มความสะดวก ผู้สมัครออนไลน์สามารถเลือกหน่วยทหารที่จะประจำการได้โดยไม่จำกัดภูมิภาค มีสิทธิสมัครสอบในโควตานายสิบทหารบกถึง 80% และได้รับคะแนนพิเศษ 15% ในการสอบคัดเลือก นอกจากนี้ ผู้สมัครยังได้รับสิทธิสวัสดิการและค่าตอบแทนเช่นเดียวกับทหารปกติ รวมถึงการส่งเสริมการศึกษา การฝึกอาชีพ และพัฒนาสมรรถภาพร่างกาย เพื่อเตรียมความพร้อมในกองทัพและอาชีพอนาคต

ด้วยเหตุนี้ การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ สมัครเข้ารับราชการทหารกองประจำการ ในพื้นที่ ของ กองทัพภาคที่ 2 (ภาคอีสาน) จึงมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง เพื่อศึกษาถึง พื้นฐาน ความต้องการของมนุษย์ที่เกี่ยวข้องกับการสมัครใจเข้ารับราชการทหาร รวมทั้ง ปัจจัยอื่นๆที่สำคัญ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเกี่ยวข้อง เพื่อให้หน่วยงานต่างๆที่เกี่ยวข้อง ได้นำผลการวิจัย ไปประยุกต์ ใช้ให้เหมาะสมต่อการกำหนดนโยบาย ให้เป็นไปตามประสงค์ของชายไทยทุกคนที่ต้องเข้าสู่กระบวนการคัดเลือกทหารให้มากขึ้น เสริมสร้าง สนับสนุน ให้มีการสมัครใจเข้ารับราชการเป็นทหารกองประจำการให้มากที่สุด เกิดประสิทธิภาพสูงสุดต่อกองทัพบกและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่อไป

2.วัตถุประสงค์งานวิจัย

2.1 เพื่อศึกษาปัจจัยประชากรศาสตร์ของผู้สมัครเข้ารับราชการทหาร ที่มีผลต่อการตัดสินใจสมัครเข้ารับราชการทหารของทหารกองประจำการ ในพื้นที่กองทัพบกภาคที่ 2 (ภาคอีสาน)

2.2 เพื่อศึกษาปัจจัย ตามทฤษฎีความต้องการของมนุษย์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจสมัครเข้ารับราชการทหารในพื้นที่กองทัพบกภาคที่ 2 (ภาคอีสาน)

2.3 เพื่อศึกษาปัจจัย ตามทฤษฎี การโน้มน้าวใจตามลำดับขั้น เพื่อการประชาสัมพันธ์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจสมัครเข้ารับราชการทหาร ในพื้นที่กองทัพบกภาคที่ 2 (ภาคอีสาน)

3.ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

3.1 เพื่อเป็นแนวทางให้กองทัพบก นำปัจจัยสำคัญ ที่มีผลต่อการตัดสินใจสมัครเข้ารับราชการทหารมา กำหนดเป็นแนวทางหรือนโยบายในการพัฒนาในด้านต่างๆที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างแรงจูงใจ ในการสมัครเข้ารับราชการทหาร โดยสอดคล้องกับความต้องการของทหารกองประจำการในปัจจุบัน

3.2 เพื่อเป็นแนวทางให้กองทัพบกนำผลการวิจัยด้านการประชาสัมพันธ์ ไปเป็นกรอบแนวทางในการพัฒนา รูปแบบ แนวทางการจัดทำสื่อ เพื่อประชาสัมพันธ์ ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น เพื่อเสริมสร้างแรงจูงใจ ในการสมัครใจเข้ารับราชการทหารกองประจำการ

4.เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

4.1 แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1) ทฤษฎีความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์ (MASLOW'S HIERARCHY OF NEEDS) คือ แนวคิดทางจิตวิทยาที่เสนอว่า มนุษย์จะถูกกระตุ้นให้เติมเต็มความต้องการขั้นพื้นฐานในลำดับต้นก่อนที่จะมีพัฒนาความต้องการนี้ออกไปจากด้านล่างสู่ด้านบน ซึ่งคือความต้องการด้านต่างๆ ดังนี้ กายภาพ (PHYSIOLOGICAL) ,ความปลอดภัย ความมั่นคง (SAFETY, SECURITY) ,ความรัก หรือการเป็นเจ้าของ (LOVE, SENSE OF BELONGINGS) ,ความเคารพ (ESTEEM) ,การบรรลุความหมายหรือความสมบูรณ์ของชีวิต (SELF-ACTUALIZATION)

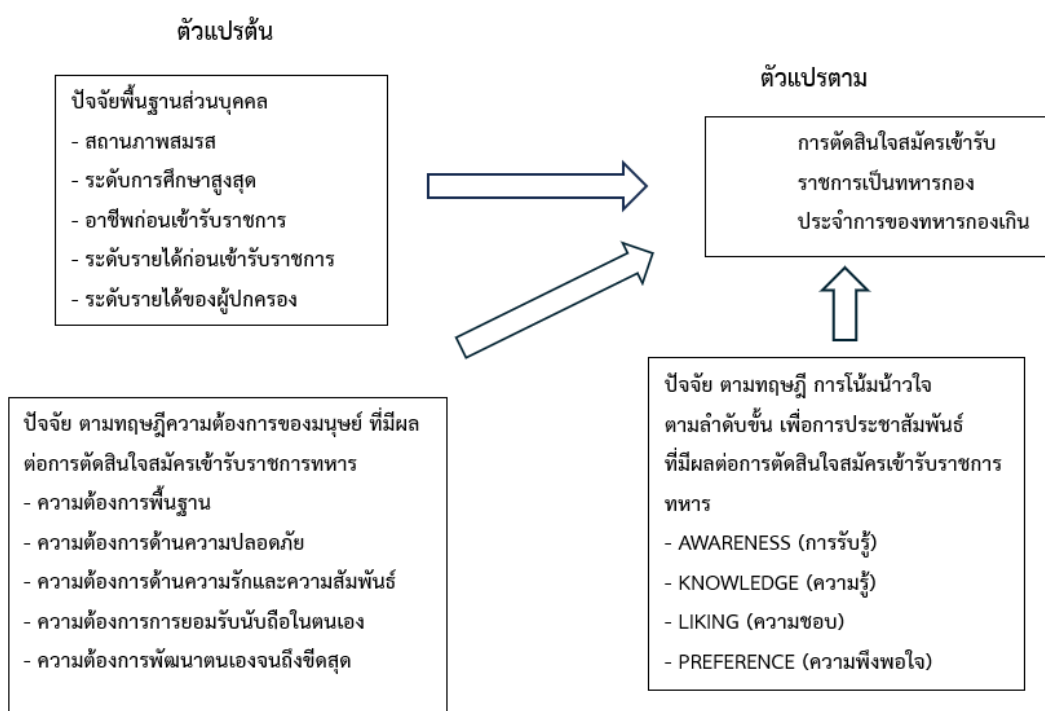
2) ทฤษฎีการโน้มน้าวใจตามลำดับขั้น (HIERARCHY OF EFFECTS MODEL) เป็นทฤษฎีสำคัญในการประชาสัมพันธ์ ซึ่งมุ่งเน้นการอธิบายกระบวนการที่กลุ่มเป้าหมายต้องผ่านก่อนที่จะทำตามสิ่งที่ได้รับการประชาสัมพันธ์หรือการสื่อสาร โดยทฤษฎีนี้มีการใช้ในแผนการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ โดยเฉพาะในการประชาสัมพันธ์ที่ต้องการให้กลุ่มเป้าหมายเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมตามวัตถุประสงค์ขององค์กรจนถึงการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในจิตใจของผู้รับสาร เริ่มจากการรับรู้ข้อมูลไปจนถึงการลงมือทำ ซึ่งประกอบไปด้วย 6 ขั้นตอน ได้แก่ AWARENESS (การรับรู้) ,KNOWLEDGE (การรับรู้ข้อมูล) ,LIKING (ความชื่นชอบ) ,PREFERENCE (ความพึงพอใจ) ,CONVICTION (ความเชื่อมั่น) ,ACTION (การกระทำ)

4.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พันเอก อภิเชษฐ ชุ่มวารี (2560) ศึกษา เรื่องการตัดสินใจของทหารกองเกินร้องขอ เข้ารับราชการเป็นทหารกองประจำการ ในพื้นที่กองทัพภาคที่ 3 พบว่า ปัจจัยจูงใจ คือ ด้านความมั่นคง, ความต้องการรายได้, สังคมให้การยอมรับคนที่สมัครเป็นทหาร มากกว่าคนหนีทหาร, ความก้าวหน้าในอาชีพต้องการได้สิทธิเข้าเป็นนักเรียนนายสิบ และการประชาสัมพันธ์โดยสื่อฝ่ายทหารปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยจูงใจที่มีความสัมพันธ์ต่อกัน คือ ด้านความก้าวหน้าในชีวิตความต้องการได้สิทธิเข้าเป็นนักเรียนนายสิบ โดยที่กลุ่มอายุ 21 - 23 ปีและกลุ่มการศึกษา ม.6 หรือ ปวช. มีความต้องการด้านนี้มากที่สุด และด้านความมั่นคง ความต้องการรายได้(เบี้ยเลี้ยง, เงินเดือน) กลุ่มทำอาชีพเกษตรกรรมและกลุ่มรายได้น้อยกว่า 5,000 บาทต่อเดือน มีความต้องการด้านนี้มากที่สุด

พันเอก ศตวรรษ อินทร์กง (2562) ศึกษา เรื่องปัจจัยที่มีผลกับการสมัครใจเข้ารับราชการ เป็นพลทหารกองประจำการ พบว่า ความต้องการที่เป็นแรงจูงใจ ในภาพรวม คือ รายได้ที่เพิ่มขึ้น, การมีคุณภาพชีวิตที่ดี, มีโอกาสในการศึกษาเพิ่มเติม, การเข้าเป็นนักเรียนนายสิบ หรือมีอาชีพที่มั่นคง ภายหลังปลดประจำการ และได้รับการยอมรับจากสังคม ในการเสียสละเข้าเป็นทหาร รับใช้ประเทศชาติ

เกียรติขจร บุญคำภา สานิต ศิริวิศิษฐ์กุล และวรรณวิภา ไตลังคะ, 2566 พบว่า การจูงใจในการตัดสินใจสมัครเข้ารับราชการเป็นทหารกอง ประจำการของหน่วยทหารแห่งหนึ่งในพื้นที่จังหวัดลพบุรี ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยทหารกองประจำการมีความเห็นว่าทหารเป็นสถาบันที่มีเกียรติและศักดิ์ศรี การเป็นทหารทำให้ได้รู้ถึงค่าของตัวเอง การเป็นทหารได้รับสิทธิและมีสวัสดิการที่ดี เช่น เครื่องแต่งกาย เครื่องใช้ประจำตัว การได้รับการรักษาพยาบาลฟรี การสมัครเป็นทหารช่วยเพิ่มความสามารถในการแข่งขันเข้าทำงานหลังปลดประจำการ และอาชีพทหารมีความมั่นคง



4.4 สมมุติฐานการวิจัย

- 1) ระดับพฤติกรรมด้านความต้องการของมนุษย์ มีผลต่อการตัดสินใจสมัครเข้ารับราชการทหารกองประจำการ
- 2) ระดับพฤติกรรมในการรับสื่อประชาสัมพันธ์ในการสมัครเข้ารับราชการทหาร มีผลต่อการตัดสินใจสมัครเข้ารับราชการทหารกองประจำการ

5.ระเบียบวิธีวิจัย

5.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ศึกษาในครั้งนี้ คือ ทหารกองประจำการ (เพศชาย) ที่เข้ารับราชการด้วยวิธีสมัครใจ รุ่น ปี พ.ศ.2566 - 2567 ในเขตพื้นที่ กองทัพภาคที่ 2 ซึ่งทราบจำนวนที่แน่ชัด ได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของทาโร ยามาเน่ (ดร.ธานินทร์ , 2567) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และที่ระดับความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ 5% หรือ 0.05 ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน อ้างอิงจากตารางสำเร็จรูปคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างของทาโร ยามาเน่ จากการสำรวจจริง มีผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 735 คน จึงใช้ค่า $n=735$

5.2 เครื่องมือวิจัยและการตรวจสอบคุณภาพ

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่แบบสอบถาม ได้ทำการทดสอบความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha) ซึ่งได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคเท่ากับ 0.882 จึงสรุปได้ว่าแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมีความเที่ยงตรงของข้อมูลเพราะมีค่ามากกว่า 0.6 ซึ่งสามารถยอมรับได้ในการทำวิจัยเชิงสำรวจ

5.3 วิธีการเก็บข้อมูล ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาวิจัย

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย เก็บข้อมูลจาก 2 ส่วนหลัก ได้แก่ ข้อมูลทุติยภูมิ ได้จากการเก็บรวบรวมและบันทึกจาก ทหารกองประจำการ ที่เข้ารับราชการด้วยวิธีสมัครใจ รุ่น ปี พ.ศ.2566 - 2567 ในเขตพื้นที่ กองทัพภาคที่ 2 หรือภาคอีสาน โดยตรงโดยใช้เครื่องมือเป็นแบบสอบถาม ข้อมูลปฐมภูมิ ได้จากการค้นคว้าข้อมูลที่รวบรวมจาก เอกสาร ผลงานวิจัย งานวิจัยและบทความวิชาการจากเว็บไซต์ต่างๆ วารสารวิชาการต่างๆ

5.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

1) วิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจสมัครเข้ารับราชการทหารกองประจำการในพื้นที่กองทัพภาคที่ 2 (ภาคอีสาน) โดยคำนวณค่าความถี่ และค่าร้อยละ สำหรับปัจจัยตามทฤษฎีความต้องการมนุษย์ และทฤษฎีการโน้มน้าวใจตามลำดับขั้น รวมถึงหาค่าเฉลี่ย (MEAN) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (STANDARD DEVIATION) 2) การวิเคราะห์เชิงอนุมาน (INFERENTIAL STATISTICS) ใช้การวิเคราะห์แบบถดถอย ตั้งระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยรวบรวมแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างและประมวลผลด้วยโปรแกรม SPSS FOR WINDOWS.

6.ผลการวิจัย

ด้านสถานภาพครอบครัวของผู้ตอบแบบสอบถามที่มากที่สุดคือ ผู้ที่อยู่ใน สถานะ โสด คิดเป็นร้อยละ 96.80 ด้านระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ตอบแบบสอบถามที่มากที่สุด ได้แก่ ระดับ ม.6/ปวช. คิดเป็นร้อยละ 36.80 ด้านอาชีพก่อนเข้ารับราชการของผู้ตอบแบบสอบถามที่มากที่สุด รับจ้างทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 49.50 ด้านระดับรายได้ของผู้ตอบแบบสอบถามต่อเดือนก่อนเข้ารับราชการของผู้ตอบแบบสอบถามที่มากที่สุด 5,000 - 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 30.50 ด้านอาชีพผู้ปกครองของผู้ตอบแบบสอบถาม (ผู้อุปการะหลักท่านเดียว) ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มากที่สุด ธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 40 ด้านระดับรายได้รวมของผู้ปกครอง (ทั้งบิดา มารดา หรือ ผู้อุปการะ) ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มากที่สุด คือ รายได้ต่ำกว่า 25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 79.00 ด้านการเคยเข้ารับราชการของคนในครอบครัวของผู้ตอบแบบสอบถามที่มากที่สุด ได้แก่ ไม่มีคนครอบครัวเคยเข้ารับราชการทหารมาก่อน จำนวน 260 คน คิดเป็นร้อยละ 65.00 ด้านเหตุผลสมัครใจเข้ารับราชการเป็นทหารกองประจำการของผู้ตอบแบบสอบถามที่มากที่สุด ได้แก่ สมัครใจด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 53.00 ด้านความต้องการสมัครสอบเป็นนักเรียนนายสิบทหารบกเพื่อประกอบอาชีพรับราชการของผู้ตอบแบบสอบถามที่มากที่สุด ได้แก่ สมัครใจด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 53.00

ปัจจัยความต้องการพื้นฐานในการสมัครเข้ารับราชการทหารกองประจำการ ภาพรวมปัจจัยความต้องการพื้นฐานมีเรียงระดับความคิดเห็นจากมากไปน้อยดังต่อไปนี้ ด้านความต้องการการยอมรับนับถือในตนเอง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 ความต้องการด้านความรักและความสัมพันธ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 ความต้องการด้านความปลอดภัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 ความต้องการพัฒนาตนเองจนถึงขีดสุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 และความต้องการพื้นฐาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 ตามลำดับ

ปัจจัยการสร้างการรับรู้ที่มีประสิทธิภาพในการสมัครเข้ารับราชการทหารกองประจำการ ภาพรวมปัจจัยการสร้างการรับรู้ที่มีประสิทธิภาพในการสมัครเข้ารับราชการทหารกองประจำการมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 หากเรียงลำดับระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เรียงจากมากไปน้อยดังต่อไปนี้ ด้านความเชื่อมั่น ด้านการเข้าถึงสื่อละการรับรู้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 ด้านความรู้ ความเข้าใจ ความน่าสนใจของสื่อ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 ด้านความพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 ด้านการตัดสินใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 และด้านความรู้สึที่มีต่อสื่อในปัจจุบัน ตามลำดับ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76

ผลการศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจผู้สมัครเข้ารับราชการทหารของกองประจำการ ในพื้นที่ ของกองทัพภาคที่ 2 (ภาคอีสาน) ในปัจจัยความต้องการพื้นฐาน และปัจจัยการสร้างการรับรู้ที่มีประสิทธิภาพ ที่มีลักษณะ ประชากรศาสตร์ ได้แก่ ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจในการสมัครเข้ารับราชการทหารของกองประจำการ ในพื้นที่ ของกองทัพภาคที่ 2 (ภาคอีสาน) แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 1 แสดงผลลัพธ์สัมประสิทธิ์ของความสัมพันธ์ต่อปัจจัยการสร้างการรับรู้ที่มีประสิทธิภาพในการสมัครเข้ารับราชการทหาร

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
		B	Std. Error	Beta	t
1	(Constant)	.205	.132		1.553
	ความต้องการพื้นฐาน	.138	.040	.149	3.421
	ด้านความปลอดภัย	.035	.051	.036	.680
	ด้านความรัก	.307	.056	.305	5.477
	การยอมรับนับถือ	.196	.055	.203	3.545
	พัฒนาตนเอง	.217	.048	.231	4.479

a. Dependent Variable: ปัจจัยสร้างการรับรู้

จากตารางที่ 1 แสดงความสัมพันธ์ต่อปัจจัยการสร้างการรับรู้ที่มีประสิทธิภาพในการสมัครเข้ารับราชการทหารโดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ พบว่า ความต้องการพื้นฐาน ด้านความรัก การยอมรับนับถือ และพัฒนาตนเอง ส่งผลต่อการสร้างการรับรู้ที่มีประสิทธิภาพในการสมัครเข้ารับราชการทหาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

$$Y = 0.205 + 0.138X_1 + 0.307X_2 + 0.196X_3 + 0.217X_4 + 0.035X_5$$

โดย	0.205	= ค่า Unstandardized Coefficients Beta constant
Y		= ระดับความต้องการพื้นฐานและระดับการรับสื่อการประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจสมัครเข้ารับราชการ
X ₁		= ด้านความต้องการพื้นฐาน
X ₂		= ด้านความรัก
X ₃		= การยอมรับนับถือ
X ₄		= พัฒนาตนเอง
X ₅		= ความปลอดภัย

จากสมการข้างต้น พบว่า เมื่อปัจจัยด้านความต้องการพื้นฐาน ด้านความรัก การยอมรับนับถือ และ การพัฒนาตนเองเพิ่มขึ้น จะส่งผลให้ระดับพฤติกรรมความต้องการพื้นฐานและระดับการรับสื่อการประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจสมัครเข้ารับราชการมากขึ้นตามไปด้วย

7.สรุปและอภิปรายผล

ระดับพฤติกรรมด้านความต้องการของมนุษย์ มีผลต่อการตัดสินใจสมัครเข้ารับราชการทหารกองประจำการในเขตพื้นที่กองทัพอากาศที่ 2 มีระดับการตัดสินใจมากทุกปัจจัย จากผลการวิจัยพบว่า การมีพื้นฐานด้านการศึกษา ที่แตกต่างกัน จะส่งผลต่อการตัดสินใจที่ต่างกันไปด้วย สำหรับปัจจัย ที่สำคัญในแต่ละด้าน ได้แก่ ด้านความต้องการพื้นฐาน การมีสิทธิการรักษาพยาบาลโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย มีสวัสดิการประกันชีวิตในระหว่างรับราชการ รวมทั้งมีรายได้ค่าตอบแทนในระหว่างการรับราชการ ด้านความปลอดภัย ได้ห่างไกลจากยาเสพติดในระหว่างรับราชการ การได้ฝึกฝนตนเองให้เข้มแข็งเพื่อดูแลตนเองในอนาคต ด้านความรักความสัมพันธ์ ได้รับความรักการยอมรับจากสมาชิกในครอบครัว ได้มีสังคมใหม่ รู้จักเพื่อนใหม่ๆ ได้รับความรักความผูกพันจากเพื่อน ด้านการพัฒนาตนเอง ได้รับโอกาสในการศึกษาต่อโรงเรียนนายสิบทหารบก การได้รับการยอมรับในการสมัครงานหลังปลดประจำการ การได้ศึกษาเพิ่มเติมจากการศึกษานอกระบบเพื่อเพิ่มคุณวุฒิการศึกษา

ระดับพฤติกรรมในการรับสื่อประชาสัมพันธ์ในการสมัครเข้ารับราชการทหาร มีผลต่อการตัดสินใจสมัครเข้ารับราชการทหารกองประจำการของทหารกองประจำการในเขตพื้นที่กองทัพอากาศที่ 2 มีระดับการตัดสินใจมากทุกปัจจัย จากผลการวิจัยพบว่า การมีพื้นฐานด้านการศึกษา ที่แตกต่างกัน จะมีผลต่อการตัดสินใจที่ต่างกันไปด้วย โดยปัจจัยที่สำคัญได้แก่ สื่อประชาสัมพันธ์ของกองทัพบกที่เพียงพอเหมาะสม มีช่องทางที่หลากหลาย โดยเฉพาะ สื่อ Facebook TikTok รวมทั้งการประชาสัมพันธ์รุกของกองทัพบกในชุมชนและสถานศึกษา ด้านเนื้อหาของสื่อในปัจจุบันมีความเหมาะสม ทั้งความน่าสนใจ เนื้อหาที่เข้าใจง่าย ทำให้ทหารกองประจำการมีความรู้ความเข้าใจเพียงพอในการตัดสินใจสมัครเข้ารับราชการทหาร ในส่วนด้านความชื่นชอบอยู่ในระดับมาก ทั้งการใช้ อินฟลูเอนเซอร์ การจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ตามสถานที่ต่างๆ สื่อของกองทัพบกให้ทหารกองประจำการพึงพอใจและเชื่อมั่นในกองทัพบก โดยเฉพาะการได้รับโอกาสในการสมัครสอบเข้าเป็นนักเรียนนายสิบทหารบก ที่เป็นสิทธิพิเศษเฉพาะของทหารกองประจำการ โดยสรุปสื่อต่างๆที่ได้รับมีผลต่อการตัดสินใจสมัครเข้ารับราชการของทหารกองประจำการ และ ทหารกองประจำการที่ได้รับสื่อมีการส่งต่อให้ผู้อื่น ให้ได้รับสื่อเช่นเดียวกัน

8.ข้อเสนอแนะ

8.1ข้อเสนอแนะจากการวิจัย จากการศึกษาหัวข้อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจสมัครเข้ารับราชการของทหารกองประจำการในเขตพื้นที่กองทัพอากาศที่ 2 ภาคอีสาน ผู้วิจัยมีข้อสรุปและเสนอแนะดังนี้

1).ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจสมัครเข้ารับราชการ ด้านพื้นฐานส่วนบุคคล ที่สำคัญ คือ ผู้ที่สมัครเข้ารับราชการ มี สถานะทางครอบครัว เป็นชายโสด ที่ประกอบอาชีพ รับจ้างทั่วไป หรือ อาชีพเกษตรกร เป็นผู้ที่ไม่มีรายได้ค่อนข้างน้อย หรือไม่มีรายได้ใดๆ มีระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน ได้แก่ ป.6 -ม.3/ปวช. หรือ ไม่เกิน ม.6 สอดคล้องกับด้านผู้ปกครองอุปการะเลี้ยงดูที่ส่วนใหญ่ มีอาชีพเกษตรกรและ รับจ้างทั่วไป มีระดับรายได้ค่อนข้างน้อย จึงสรุปได้ว่า ผู้ที่สมัครใจเป็นทหารกองประจำการนั้น ต้องการ มีรายได้เพิ่มเติม มีสิทธิ

สวัสดิการที่ดี รวมทั้งมีโอกาสได้พัฒนาตนเองให้เป็นผู้มีอาชีพ รายได้ที่ดี มั่นคง อาทิเป็นข้าราชการ จากการได้สมัครสอบเป็นนักเรียนนายสิบทหารบกในโควตาของทหารกองประจำการ ผู้วิจัยจึง ขอเสนอแนะให้กองทัพบกได้พิจารณา ด้านรายได้ สิทธิสวัสดิการ ให้มากขึ้น อาทิ ค่าตอบแทนเพิ่มเติมจากรายรับต่อเดือนปกติ สำหรับผู้ที่สมัครใจเข้ารับราชการ สิทธิสวัสดิการ เพิ่มเติม อาทิ ทุนการศึกษาต่อหลักสูตรทางพลเรือนต่างๆ การสร้างอาชีพที่มีรายได้ที่เหมาะสมมั่นคงรองรับหลังปลดประจำการ โดยร่วมกับองค์กร ภาครัฐ หรือเอกชนอื่นๆ สำหรับผู้ที่สมัครใจเข้ารับราชการ เพื่อเป็นการสร้างแรงจูงใจในการตัดสินใจสมัครเข้ารับราชการได้มากขึ้น

2).ผลการวิจัยพบว่า ระดับพฤติกรรมด้านความต้องการของมนุษย์รวมทั้ง ระดับพฤติกรรมในการรับสื่อประชาสัมพันธ์ในการสมัครเข้ารับราชการทหาร มีผลต่อการตัดสินใจสมัครเข้ารับราชการทหารกองประจำการในเขตพื้นที่กองทัพบกที่ 2 มีระดับการตัดสินใจมากทุกปัจจัย โดยมีข้อสังเกตของผลการวิจัยพบว่า การมีพื้นฐานด้านการศึกษา ที่แตกต่างกัน จะส่งผลต่อการตัดสินใจที่ต่างกันไปด้วยอย่างมีนัยสำคัญ รวมทั้งทราบว่า ยังมีทหารกองประจำการที่สมัครเข้ารับราชการ มีวุฒิการศึกษาระดับ ป.6 ซึ่งต่ำกว่า ระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานของไทย จำนวน 1 ใน 4 ของผู้สมัคร ซึ่งส่งผลกระทบต่อโอกาส ศึกษาต่อตามระเบียบของกองทัพบกในการสมัครสอบเป็นนักเรียนนายสิบของกองทัพบก ที่ต้องมีวุฒิการศึกษาในระดับ ม.6 หรือเทียบเท่าขึ้นไป แม้กองทัพบกจะส่งเสริมเพื่อศึกษาในระบบการศึกษานอกระบบเพื่อเพิ่มคุณวุฒิการศึกษาแล้วในห้วงรับราชการ แต่ไม่เพียงพอต่อการใช้สมัครสอบเป็นนักเรียนนายสิบทหารบกหรือเป็นข้าราชการอื่นๆ รวมทั้งการไปประกอบอาชีพทางพลเรือนต่อไป จึงควรเสนอเป็นปัญหาข้อขัดข้องให้กับกระทรวงศึกษาธิการ หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องรับทราบปัญหา เพื่อส่งเสริมให้ ประชาชนคนไทย มีระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานให้ทั่วไปถึงต่อไป

3).ด้านการรับรู้สื่อและประชาสัมพันธ์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจสมัครเข้ารับราชการของทหารกองประจำการ มีความสำคัญอย่างยิ่ง จากผลการวิจัยพบว่า สื่อสำคัญที่ต้องพัฒนาอย่างต่อเนื่องได้แก่ Facebook TikTok และ สื่อทางโทรทัศน์ วิทยุ ในส่วนการประชาสัมพันธ์เชิงรุกของกองทัพบกในชุมชนและสถานศึกษา ยังมีทหารกองประจำการที่สมัครใจรับราชการ รับรู้ เพียง 1 ใน 4 และที่สำคัญอย่างยิ่งคือยังมีทหารกองประจำการที่สมัครเข้ารับราชการ 1 ใน 3 ที่ไม่เคยได้รับ หรือพบเห็น สื่อในการประชาสัมพันธ์ใดๆจากกองทัพบก ที่เกี่ยวข้องในการเชิญชวนสมัครเข้ารับราชการทหาร ผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะให้กองทัพบก ส่งเสริมด้านการประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น อาทิ การใช้อินฟลูเอนเซอร์ ในการเชิญชวนสมัครเข้ารับราชการเป็นทหารกองประจำการ การจัดกิจกรรม EVENT ต่างๆ ตาม แหล่งชุมชน อาทิ ห้างสรรพสินค้า รวมทั้งการให้ทหารกองประจำการที่ประสบความสำเร็จจากการสมัครเข้าเป็นทหารกองประจำ ได้แก่ นักเรียนเตรียมทหาร นักเรียนนายร้อย ได้ออกประชาสัมพันธ์ตามสถานศึกษาชุมชน ต่างๆ ให้มากขึ้น เพื่อสร้างแรงจูงใจ สร้างความรู้ ความเข้าใจ ให้กับทหารกองเกินในการสมัครใจเข้ารับราชการเป็นทหารกองประจำการในส่วนของกองทัพบกในมากขึ้น ต่อไป

8.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

จากการศึกษาหัวข้อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจสมัครเข้ารับราชการของทหารกองประจำการในเขตพื้นที่กองทัพอากาศที่ 2 ภาคอีสาน ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป คือ ควรศึกษาปัจจัยเดียวกัน เพิ่มเติมในพื้นที่ ภาคอื่นๆ ได้แก่กองทัพอากาศที่ 1 3 และ 4 เนื่องจากปัจจัยพื้นฐานของแต่ละท้องถิ่น อาจมีความแตกต่างกัน และ ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจที่แตกต่างกัน ทั้งด้านความต้องการพื้นฐานและด้านระดับการรับรู้ เพื่อให้ผลการวิจัยครอบคลุมทั้งประเทศไทย เป็นข้อมูลและข้อเสนอแนะในการนำไปพัฒนา ของกองทัพอากาศได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

9.เอกสารอ้างอิง

เกียรติขจร บุญคำภา, สานิต ศิริวิศิษฐ์กุล, & วรณวิภา ไตลังคะ. (2566). การมุ่งใจในการตัดสินใจสมัครเข้ารับราชการเป็นทหารกองประจำการของหน่วยทหารแห่งหนึ่งในพื้นที่ จังหวัดลพบุรี. วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยเวสเทิร์น มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 9(3), 46–48.

พจน์ ใจชาญสุขกิจ. (2555). เมื่อโลกเปลี่ยน: ถึงจุดเปลี่ยนแห่งการสื่อสาร. COMMUNICATION CHANGE, 1(1), 64-75.

พันเอก อภิเชษฐ ชุ่มวารี. (2560). การตัดสินใจของทหารกองเกินร้องขอเข้ารับราชการเป็นทหารกองประจำการในพื้นที่กองทัพอากาศที่ 3. (เอกสารวิจัยส่วนบุคคล). วิทยาลัยกองทัพบก.

พันเอก ศตวรรษ อินทร์กง. (2562). ปัจจัยที่มีผลกับการสมัครใจเข้ารับราชการเป็นพลทหารกองประจำการ. (เอกสารวิจัยส่วนบุคคล). วิทยาลัยกองทัพบก.

สุชาดา โยธำจันทร์, & ลักษณา คล้ายแก้ว. (2565). แนวทางการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กเพื่อรับรู้ภาพลักษณ์ของกระทรวงกลาโหม. วารสารเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มทร.พระนคร, 7(2), 35–37.