

## สารบัญ

บทคัดย่อภาษาไทย .....	I
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ .....	III
กิตติกรรมประกาศ .....	V
สารบัญ .....	VI
สารบัญตาราง .....	IX
สารบัญภาพ .....	XI
บทที่	หน้า
1 บทนำ .....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา .....	1
คำถามการวิจัย .....	10
วัตถุประสงค์ของการวิจัย .....	10
ขั้นตอนการวิจัย .....	10
ขอบเขตของการวิจัย .....	11
นิยามศัพท์ .....	11
ประโยชน์ที่จะได้รับ .....	16
กรอบแนวคิด .....	17
2 แนวคิด ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	18
ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานีโทรทัศน์ภาคพื้นดินและการเปลี่ยน ระบบเป็นดิจิทัล .....	18
ตอนที่ 2 ผลการศึกษาการปรับภาพลักษณ์ของสถานีโทรทัศน์ .....	31
ตอนที่ 3 แนวคิดและทฤษฎีภาพลักษณ์ตราสินค้า .....	56
ตอนที่ 4 แนวคิดและทฤษฎีการปรับภาพลักษณ์ .....	63
ตอนที่ 5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับวัฒนธรรมองค์กร .....	67
ตอนที่ 6 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย .....	70
ตอนที่ 7 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการวิเคราะห์สถานการณ์ .....	91

## สารบัญ

บทที่		หน้า
3	ระเบียบวิธีวิจัย.....	102
	ขั้นตอนการวิจัย .....	103
	ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	103
	ขั้นตอนที่ 2 กำหนดวิธีวิจัยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย .....	103
	ขั้นตอนที่ 3 การวิจัยเชิงคุณภาพ .....	104
	ขั้นตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา .....	105
	ขั้นตอนที่ 5 นำข้อมูลจากการสัมภาษณ์และร่างแบบสอบถาม .....	105
	ขั้นตอนที่ 6 และ 7 ทดสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือด้วยค่า IOC .....	106
	ขั้นตอนที่ 8 และ 9 การวิจัยเชิงปริมาณ .....	108
	ขั้นตอนที่ 10 สนทนากลุ่ม (Focus Group) กำหนดแนวทางการปรับ ภาพลักษณ์ (Rebranding) ของสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ....	110
	ขั้นตอนที่ 11 สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผลการวิจัย .....	111
	ขั้นตอนที่ 12 นำเสนองานวิจัยต่อคณะกรรมการ .....	111
	ขั้นตอนที่ 13 เผยแพร่ผลการศึกษา .....	111
4	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล .....	112
	ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ .....	113
	1. การศึกษาสถานการณ์แวดล้อม การวิเคราะห์ SWOT .....	113
	2. การศึกษาองค์ประกอบภาพลักษณ์ของ ททบ.5 .....	131
	3. การปรับภาพลักษณ์ของ ททบ.5 .....	146
	ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม .....	150
	1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม .....	150
	2. การรับรู้ภาพลักษณ์ของสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 .....	156
	3. คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้ชมต่อสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 .....	158
	4. วัฒนธรรมองค์กรของสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 .....	160
	ตอนที่ 3 การสนทนากลุ่ม (Focus Group) .....	163
	1. ผลการสนทนากลุ่ม (Focus Group) .....	163

## สารบัญ

บทที่	หน้า
5	สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ..... 170
1.	สรุปผลการวิจัย ..... 170
2.	อภิปรายผลการวิจัย..... 172
3.	ข้อเสนอแนะการวิจัย..... 174
บรรณานุกรม .....	176
ภาคผนวก .....	188
ภาคผนวก ก	หนังสือขอความอนุเคราะห์ .....
ภาคผนวก ข	รายชื่อผู้เชี่ยวชาญ .....
ภาคผนวก ค	แบบสอบถาม.....
ภาคผนวก ง	ภาพประกอบการวิจัย .....
ภาคผนวก จ	การเผยแพร่วิจัย.....
ประวัติผู้วิจัย .....	241

## สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	เรตติ้งทีวีดิจิตอลประจำเดือนกันยายน พ.ศ. 2557.....	8
2	TV Rating กุมภาพันธ์ พ.ศ.2558 และการพัฒนาการของทีวีไทย พ.ศ.2557-2558	9
3	โครงข่ายให้บริการครอบคลุมครัวเรือน .....	23
4	สรุปเปรียบเทียบการปรับตัวของสื่อสาธารณะในต่างประเทศ .....	54
5	แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับองค์ประกอบของการสร้างตราสินค้า .....	62
6	องค์ประกอบของการปรับภาพลักษณ์หรือตราสินค้า .....	66
7	องค์ประกอบของวัฒนธรรมองค์กร .....	69
8	สถานภาพ เจ้าหน้าที่ ททบ.5 บรรจุนิจ ณ วันที่ 31 พฤษภาคม พ.ศ.2558 .....	75
9	ผู้ผลิตรายการของ ททบ.5 พ.ศ.2558 .....	75
10	โครงสร้างรายได้ของสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 .....	83
11	แผนการติดตั้งสถานีหลัก ปีที่ 1 ครอบคลุมจำนวนครัวเรือนไม่น้อยกว่า ร้อยละ 50 .....	86
12	แผนการติดตั้งสถานีเสริม ปีที่ 1 ครอบคลุมจำนวนครัวเรือนไม่น้อยกว่า ร้อยละ 50 .....	86
13	แผนการติดตั้งสถานีหลัก ปีที่ 2 ครอบคลุมจำนวนครัวเรือนไม่น้อยกว่า ร้อยละ 80 .....	86
14	แผนการติดตั้งสถานีเสริม ปีที่ 2 ครอบคลุมจำนวนครัวเรือนไม่น้อยกว่า ร้อยละ 80 .....	88
15	แผนการติดตั้งสถานีเสริม ปีที่ 3 ครอบคลุมจำนวนครัวเรือนไม่น้อยกว่า ร้อยละ 90 .....	88
16	ฐานะการเงินในอนาคต 5 ปี (พ.ศ.2556 – 2560) จากผู้เช่าบริการโครงข่าย 8 รายต่อปี .....	90
17	รายได้ของสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ตั้งแต่ปี พ.ศ.2551 เป็นต้นไป ...	91
18	องค์ประกอบปัจจัยภายในองค์กรของ McKinsey 7S Model .....	96
19	ตัวอย่างปัจจัยในการวิเคราะห์ 7S of McKinsey Model .....	97
20	องค์ประกอบปัจจัยภายนอกองค์กร .....	98
21	การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไป .....	99

## สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
22	รายชื่อผู้เชี่ยวชาญ .....	107
23	ผลการทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) .....	107
24	การแจกแจงสถานการณ์ ททบ.5 (SWOT) .....	113
25	การวิเคราะห์สถานการณ์ ททบ.5 (SWOT) .....	123
26	ภาพลักษณ์ของ ททบ.5 .....	132
27	การวิเคราะห์ภาพลักษณ์ ททบ.5 (ABVP).....	139
28	จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ .....	150
29	จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ .....	122
30	จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับ การศึกษา .....	151
31	จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ .....	151
32	จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ ส่วนบุคคลเฉลี่ยต่อเดือน .....	152
33	จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอันดับ ช่องที่ชมอันดับ 1 .....	152
34	จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเคย รับชมสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 .....	154
35	จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายการ ที่ชื่นชอบมากที่สุด .....	154
36	จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายการ ที่ชื่นชอบน้อยที่สุด .....	155
37	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ปัจจัยทางด้านภาพลักษณ์ ....	156
38	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ด้านคุณลักษณะที่พึง ประสงค์ต่อสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 .....	158
39	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ทัศนธรรมองค์กร ของสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 .....	160

## สารบัญภาพ

ภาพประกอบที่	หน้า
1 โครงสร้างโทรทัศนอนาล็อก 6 ช่อง .....	2
2 โครงสร้างสถานีโทรทัศนระบบดิจิทัล 48 ช่อง .....	4
3 แสดงสัดส่วนการใช้จ่ายโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ปี 2555 .....	6
4 กรอบแนวคิดการวิจัย .....	17
5 การส่งสัญญาณโทรทัศนแบบภาคพื้นดินระบบอนาล็อกและระบบดิจิทัล .....	20
6 ลักษณะและประเภทของกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน .....	22
7 โครงสร้างของสถานีวิทยุโทรทัศนกองทัพบกช่อง 5 .....	74
8 กรอบแนวคิดการวิจัยและตัวแปร .....	101
9 ขั้นตอนในการวิจัยแบบผสมผสาน .....	102
10 รูปแบบการปรับภาพลักษณ์ของสถานีวิทยุโทรทัศนกองทัพบกช่อง 5 .....	162
11 ตัวแบบการปรับภาพลักษณ์ของสถานีวิทยุโทรทัศนกองทัพบกช่อง 5 หลังสนทนากลุ่ม (FOCUS GROUP) .....	169