

บทที่ 4

การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษานี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method) แบบ Exploratory Research โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ในสภาพแวดล้อมการแข่งขันของอุตสาหกรรมโทรทัศน์ยุคดิจิทัล และเพื่อเสนอรูปแบบการปรับภาพลักษณ์ (Rebranding) ของสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์เชิงลึกจากกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จำนวน 5 กลุ่ม ได้แก่ ผู้ชม บุคลากร ผู้บริหาร ผู้ผลิตรายการ และผู้สนับสนุน นำไปสู่การวิเคราะห์สถานการณ์ (SWOT Analysis) การวิเคราะห์ตามองค์ประกอบของตราสินค้าหรือภาพลักษณ์องค์กร ABVP และการระบุตัวตนของ ททบ.5 ก่อนที่จะดำเนินการเก็บข้อมูลแบบสอบถามจากผู้ชมจำนวน 400 คน เพื่อยืนยันผลการศึกษานี้ โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์

- 1.1 การศึกษาสถานการณ์แวดล้อม การวิเคราะห์ SWOT
 - 1.1.1 การสัมภาษณ์เชิงลึกสถานการณ์แวดล้อมภายในและภายนอก
 - 1.1.2 การวิเคราะห์สถานการณ์ (SWOT Analysis)
- 1.2 การศึกษาองค์ประกอบภาพลักษณ์ของ ททบ.5
 - 1.1.3 การสัมภาษณ์เชิงลึกองค์ประกอบภาพลักษณ์ของ ททบ.5
 - 1.1.4 การวิเคราะห์องค์ประกอบภาพลักษณ์ของ ททบ.5
- 1.3 การกำหนดการปรับภาพลักษณ์ของ ททบ.5
 - 1.1.1.5 การระบุตัวตนของ ททบ.5
 - 1.1.6 การสัมภาษณ์เชิงลึกการปรับภาพลักษณ์ของ ททบ.5
 - 1.1.7 คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้ชมต่อ ททบ.5

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ผลการสนทนากลุ่ม (Focus Group)

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์

1. การศึกษาสถานการณ์แวดล้อม การวิเคราะห์ SWOT

1.1 การสัมภาษณ์เชิงลึกสถานการณ์แวดล้อมภายในและภายนอก

การสัมภาษณ์เชิงลึกส่วนนี้ มุ่งเน้นศึกษาสถานการณ์แวดล้อมปัจจุบันของสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกขององค์กร ททบ.5 โดยได้ดำเนินการสัมภาษณ์กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จำนวน 5 กลุ่ม ได้แก่ ผู้ชม บุคลากร ผู้บริหาร ททบ.5 ผู้ผลิตรายการ และผู้สนับสนุน โดยสามารถสรุปได้ดังตาราง

ตารางที่ 24 แจกแจงสถานการณ์ ททบ.5 (SWOT Analysis)

คนที่	กลุ่ม	จุดแข็ง S	จุดอ่อน W	โอกาส O	อุปสรรค T
1	ผู้ชม	ข่าวสารบ้านเมืองมีความรวดเร็ว และชัดเจน	มีรายการบันเทิงค่อนข้างน้อย	เนื่องจากสถานการณ์ความไม่สงบภายในประเทศ จึงทำให้ประชาชนมีความสนใจในข่าวสารบ้านเมือง	ในช่วงเวลาปกติประชาชนจะให้ความสนใจในข่าวสารบ้านเมืองน้อยและหันไปเสพรายการในช่องบันเทิง
2	ผู้ชม	ข่าวสารเนื้อหาสาระ และข่าวการเมือง	ไม่มีความหลากหลายในการนำเสนอสื่อ	เนื่องจากปัจจุบันทางช่องจะเน้นไปที่สาระเป็นสำคัญดังนั้นหากสามารถดึงความบันเทิงเข้ามาผสมผสานได้จะทำให้มีความน่าสนใจมากขึ้น	คนไทยไม่ชอบเรื่องซีเรียสทำงานก็เครียดอยู่แล้ว
3	ผู้ชม	เป็นช่องที่เน้นข่าวสาร สาระ	ดูเป็นทางการเกินไป ไม่มีความบันเทิงเท่าที่ควร	เนื่องจากเป็นช่องทหาร สามารถสร้างความแตกต่างด้วยการดึงดารที่เป็นทหาร เช่น หมอก้อง หรือผู้พันเบิร์ดมาช่วยสร้างความน่าสนใจ	ผู้ชมยังมองว่าเป็นช่องที่ดูล้ำสมัย ดูไม่โมเดิร์น ตามรสนิยมของคนรุ่นใหม่

ตารางที่ 24 (ต่อ)

คนที่	กลุ่ม	จุดแข็ง S	จุดอ่อน W	โอกาส O	อุปสรรค T
4	ผู้ชม	เป็นช่องทางที่มีความเป็นกลางชัดเจน ไม่ฝักใฝ่ฝ่ายใด	ไม่มีรายการบันเทิงเป็นของตัวเอง	เป็นช่องที่มีความแตกต่างจากสถานีโทรทัศน์ในช่องต่างๆ หากมีการดึงดูดโดยผสมผสานจุดแข็ง เข้ากับการนำเสนอที่มีความน่าสนใจ	นโยบายของผู้บริหารมีการเปลี่ยนแปลงไปตามยุคตามสมัย ทำให้ผู้ได้ บังคับบัญชาต้องดำเนินตาม ไม่สามารถตัดสินใจได้เอง
5	ผู้ชม	เป็นช่องที่ดูมีสาระ	รายการบันเทิงมีน้อย	เป็นช่องที่มีความแตกต่าง	คนไทยชอบความบันเทิงละคร หนังสือการ์ตูน และแอนิเมชัน
1	บุคลากร	1. เป็นฟรีทีวี 2. มีความเป็นกลาง	1.การบริหารแบบข้าราชการ 2. การปรับตัวที่ช้ากว่าช่องอื่น	เนื่องจากเป็นช่องที่ฉายมานาน หากมีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลง ในทางที่ดีขึ้นจะได้รับผลตอบรับอย่างดีจากผู้ติดตามมาเป็นระยะเวลานาน	การปรับภาพลักษณ์ ไม่ใช่แค่การเปลี่ยนโลโก้ แต่มีความจำเป็นในการที่จะต้องเปลี่ยนวัฒนธรรมองค์กรทั้งหมด ทั้งผู้บริหารและบุคลากรในการวางแผนร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ

ตารางที่ 24 (ต่อ)

คนที่	กลุ่ม	จุดแข็ง S	จุดอ่อน W	โอกาส O	อุปสรรค T
2	บุคลากร	1. การดำเนินงานโดยกองทัพบก มีความมั่นคง และชัดเจน 2. อำนาจต่อรองจากการได้รับบริการเป็นโครงข่าย 3. สามารถเพิ่มผังรายการให้เกิดความหลากหลายมากกว่าการร้องหาผลกำไรอย่างเดียว	1. ผู้บริหารมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาตามนโยบาย 2. ไม่สามารถสร้างคน ผลิตรายการโทรทัศน์ออกมาให้ได้รับความนิยมนได้	1. การบริหารงานในปัจจุบันโดย คสช. 2. ความล้มเหลวในการประกอบการที่วิดิจิตอล	1. การเปลี่ยนแปลงผู้บริหารทุก 2 ปี 2. วัฒนธรรมองค์กร
3	บุคลากร	การบริหารงานโดยกองทัพบก ทำให้ได้รับความเชื่อถือในความมั่นคง ปลอดภัย อบอุ่น ไม่มีการหวังผลกำไร	1. การเปลี่ยนแปลงผู้บริหาร ทำให้ไม่มีความชัดเจนในนโยบาย และไม่มีอย่างต่อเนื่อง 2. สมรรถนะของบุคลากรทั้งด้าน Knowledge Skill และ Attiblute	1.เทคโนโลยีและเครือข่ายการทำงานที่มีความหลากหลาย 2.เด็กรุ่นใหม่เข้ามาแทนที่บุคลากรที่ปลดเกษียณไปสร้างสรรค์งานด้วยความคิดสร้างสรรค์	1. การเปลี่ยนแปลงตัวผู้บริหาร 2. บุคลากรที่รับเข้ามาทำงานมีความรู้ความสามารถไม่ตรงกับสายงานที่ต้องการ

ตารางที่ 24 (ต่อ)

คนที่	กลุ่ม	จุดแข็ง S	จุดอ่อน W	โอกาส O	อุปสรรค T
4	บุคลากร	Content รายการข่าว มี ความชัดเจน เที่ยงตรง เชื่อถือได้	1. ประเภทของ รายการ ทำให้ไม่ สามารถแข่งขันใน เชิงธุรกิจได้ 2. การบริหารงาน ในระบบราชการที่ ค่อนข้างช้าและไม่ ทันสมัย	ผลตอบรับจากการทำ Marketing ในปัจจุบัน ทำให้ได้ผลตอบรับ มากขึ้น และหากทำ การ Rebranding ในช่วงเวลานี้ก็ถือเป็น โอกาสดี เนื่องจาก กำลังได้รับความ สนใจ	ธรรมชาติของคน ไทย ชอบดู รายการบันเทิง เป็นหลัก
5	บุคลากร	1. การส่ง สัญญาณได้ ครอบคลุม 177 ประเทศ 2. บุคลากรที่มี ความรู้ ความ สามารถ 3. การซื้อ อุปกรณ์จาก ต่างประเทศ โดยไม่เสียภาษี 4. ความพร้อม ในด้าน เทคโนโลยีใน การทำงานด้าน ต่างๆ	1.การเปลี่ยนแปลง นโยบายบ่อยมาก 2.ขาดการบริหาร จัดการทรัพยากรที่ ดี 3.Process ในการ ทำงานมีความ ล่าช้า	ด้วยเทคโนโลยี ปัจจุบันมีความก้าว หน้าสอดคล้องกับ เทคโนโลยีของ ททบ. 5 ทำให้ สามารถส่งผ่านข้อมูล ข่าวสารเข้าถึงผู้ชมได้ อย่างสะดวกสบาย	1. การนำเสนอ ข่าวได้ไม่เต็มที่ เนื่องจากต้องดู กฎหมาย และ ความเหมาะสม 2. การแข่งขันกับ ทีวี ดิจิตอลที่มี ความรุนแรงสูง

ตารางที่ 24 (ต่อ)

คนที่	กลุ่ม	จุดแข็ง S	จุดอ่อน W	โอกาส O	อุปสรรค T
6	บุคลากร	1.ช่อง 5 ออกอากาศทั่วโลก Thai TVGlobal Network 2.เป็นช่องโทรทัศน์แห่งการเฉพาะกิจ 3.เป็นศูนย์กลางความช่วยเหลือในทุกด้านเป็นบริการสาธารณะ	ความล่าช้าเนื่องจากข้อจำกัดของนโยบายรัฐ	1. ผู้บริหารเล็งเห็นความสำคัญของการปรับภาพลักษณ์ และมีความพร้อมในการผลิตรายการด้วยตนเอง 2. การแข่งขันที่สูงขึ้นทำให้เล็งเห็นถึงข้อได้เปรียบที่มีอยู่	1. การเปลี่ยนผู้บริหารทำให้นโยบายขาดความต่อเนื่อง 2. การแข่งขันทางธุรกิจ เนื่องจากการเข้ามาของทีวีดิจิตอล
1	ผู้บริหาร ททบ.5	1. มีความเป็นมา 2. มีฐานผู้ชมเดิม 3.ข่าวที่ถูกต้องเชื่อถือได้	1. ทำบันเทิงได้ 30% ข่าว 70% 2. กรอบข้อจำกัดเนื่องจากการเป็นสถานีโทรทัศน์ของภาครัฐ 3. การทำการตลาด	1. การเข้าสู่ระบบดิจิตอล มุ่งสู่การพัฒนา เนื้อหา เพื่อทำการรองรับ	1. คนดูส่วนใหญ่ชอบรายการบันเทิง 2. ข้อจำกัดจากทางภาครัฐ ทำให้ทำการตลาดได้น้อย
2	ผู้บริหาร ททบ.5	1. เราไม่มีคู่แข่ง และไม่คิดจะแข่งกับใคร 2.การหมุนเวียนบุคลากรจากกองทัพและภาคพลเรือน	1. การทำอะไรได้อย่างไม่เป็นอิสระเสรี	1. การเปลี่ยนจากอนาล็อกไปเป็นดิจิตอล สอดคล้องกับสถานีที่มีความครอบคลุมไปทั่วประเทศ	มองว่าไม่มี

ตารางที่ 24 (ต่อ)

คนที่	กลุ่ม	จุดแข็ง S	จุดอ่อน W	โอกาส O	อุปสรรค T
		3. การใช้งบประมาณของตนเองโดยไม่พึ่งพางบประมาณแผ่นดิน			
3	ผู้บริหาร ททบ.5	1. การเข้าถึงข้อมูลและแหล่งข่าวที่ได้ความมั่นคงมากกว่าช่องอื่น 2. อุปกรณ์เครื่องมือที่มีความพร้อมได้รับการสนับสนุนจากกองทัพบก	1. ผู้บริหารเราเปลี่ยนบ่อยมาก ความต่อเนื่องไม่เคยมี 2. เมื่อเป็นโทรทัศน์เพื่อความมั่นคง จึงได้รับการซื้อเวลาที่เข้ามาจ่ายน้อยลง	1. ประชาชนตื่นตัวกับสภาพบ้านเมือง 2. การปรับตัวและการนำเสนอข่าวที่น่าสนใจเพิ่มขึ้น	1. ถูกจำกัดในเรื่องเนื้อหาที่นำเสนอ
4	ผู้บริหาร ททบ.5	เป็นที่วิสาขารณะเพื่อความมั่นคง นำเสนอข่าวอย่างตรงไปตรงมา	เรื่องระบบอุปถัมภ์ภายในองค์กร	เนื่องจากมีการปรับปรุงการบริหารภายในองค์กร และพยายามรับบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถเข้าทำงานเพื่อปรับวิสัยทัศน์การทำงานขององค์กรให้เป็นไปตามสภาพสังคมในปัจจุบัน	วัฒนธรรมองค์กรต้องปรับปรุงและพัฒนาให้มีความเสมอภาค สร้างความกลมกลืนภายในองค์กร เพื่อทำการพัฒนาต่อไป

ตารางที่ 24 (ต่อ)

คนที่	กลุ่ม	จุดแข็ง S	จุดอ่อน W	โอกาส O	อุปสรรค T
5	ผู้บริหาร ททบ.5	1. การเป็น 6 ช่องหลัก 2. การนำเสนอ ข่าวที่เป็นความ จริงเชื่อถือได้ 3. มีโครงสร้าง ต่างๆทั่ว ประเทศ	1. ผู้บริหารเปลี่ยน บ่อยมาก	1. ผู้ชมรู้จักเราเป็น อย่างดี และรู้ว่าเรา เป็นอย่างไร	1. ไม่มีช่องใน การผลิตรายการ บันเทิงของตัวเอง
6	ผู้บริหาร ททบ.5	1. เป็นช่องที่ ทหารเข้ามา ดูแลทางภาพ รวม 2. การฝึกปรือ พัฒนาศักยภาพ ของเจ้าหน้าที่ ของกรมสื่อ สารให้มีความรู้ ความสามารถ มากยิ่งขึ้น 3. การมีเครือ ข่าย TGN	1. บุคลากร เจ้าหน้าที่ ไม่มี ความรู้ความเข้าใจ ในการเปลี่ยน แปลงของสถานี 2. ไม่มี เนื้อหา บันเทิงเป็นของ ตนเอง	1. การเข้าสู่ยุคทีวี ดิจิทัล	1. การเข้ามาของ ธุรกิจ ทีวีดิจิทัล
1	ผู้ผลิต รายการ	ความมั่นคง ความน่าเชื่อถือ	การติดอยู่กับ ระบบทหาร ความ คล่องตัวจึงมีน้อย กว่าช่องอื่น ขาด ความฉับไว	เทคโนโลยีสมัยใหม่ มีความสอดคล้องกับ โครงข่ายที่ทางช่อง 5 มีอยู่ก่อนแล้วจึงทำให้ สามารถเข้าถึง ผู้บริโภคได้อย่าง ทั่วถึง	1. ขาดบุคลากรที่ มีความคิดสร้าง สรรค์ 2. ระบบการทำ งานที่ต้องอยู่ใน กรอบ ทำให้ไม่ สามารถแข่งขัน กับคู่แข่งได้

ตารางที่ 24 (ต่อ)

คนที่	กลุ่ม	จุดแข็ง S	จุดอ่อน W	โอกาส O	อุปสรรค T
2	ผู้ผลิต รายการ	1. มีหน่วยงาน ให้การสนับสนุน เยอะ 2. ระบบความ มั่นคงปลอดภัย และ พันธมิตร ที่ แข็งแกร่ง 3. เครือข่าย TGN Thai TV Global Network	1. ระบบราชการ มี นโยบายที่เปลี่ยน แปลงบ่อย	1. เทคโนโลยีที่ได้รับ การพัฒนาสอดคล้อง กับความครอบคลุม ในการออกอากาศ ผ่าน TGN Thai TVGlobal Network	1. ความเปลี่ยนแปลง ในระบบ การบริหารที่ไม่มี ความชัดเจน ที่ มากพอ
3	ผู้ผลิต รายการ	1. การออก อากาศที่ครอบคลุม กว้างขวาง	1. ผังรายการต่างๆ ไม่มีความน่าสนใจ	1. การปรับผังรายการ โดยทำให้มีความ เหมาะสม และ สอดคล้องความรู้เข้า กับความบันเทิง เพื่อให้ มีความน่าสนใจ หาก ทำได้ น่าจะดีมาก เนื่องจากยังไม่เคยมีใคร ทำมาก่อน	1. ผู้บริหาร ไม่ เห็นด้วย ไม่ สนับสนุน
4	ผู้ผลิต รายการ	1. มีช่อง เครือข่ายใน การส่งสัญญาณ ทั่วประเทศ	1. ไม่มี เนื้อหาที่ น่าสนใจ ในการ ดึงดูดผู้ชม	ผลตอบรับจากการทำ การตลาด ในปัจจุบัน ทำให้ได้ผลตอบรับ มากขึ้น และหากทำ การปรับภาพลักษณ์ ในช่วงเวลานี้ก็ถือเป็น โอกาสดี เนื่องจาก กำลังได้รับความ สนใจ	1. ผู้บริหารไม่มี ความต่อเนื่อง ไม่เข้าใจธุรกิจ 2. ไม่มี เนื้อหา บันเทิงเป็นของ ตัวเอง

ตารางที่ 24 (ต่อ)

คนที่	กลุ่ม	จุดแข็ง S	จุดอ่อน W	โอกาส O	อุปสรรค T
5	ผู้ผลิตรายการ	1. มีกองทัพบกเข้ามาช่วยในการดูแล	1. เปลี่ยนผู้บริหารบ่อย 2. นโยบายไม่ต่อเนื่อง	หากมีการปรับเปลี่ยนและพัฒนาการบริหารปรับให้เข้ากับรสนิยมของผู้ชม ด้วยศักยภาพของช่อง 5 แล้วสามารถขึ้นเป็นเบอร์ 1 ได้ไม่ยาก	1. ความซับซ้อนของระบบ และนโยบายการบริหาร 2. ขอบเขตที่ถูกจำกัดไว้สำหรับการกำกับดูแล
6	ผู้ผลิตรายการ	1. ภาพลักษณ์ความซื่อสัตย์ซื่อตรง เป็นที่เชื่อถือของประชาชน	1. มีความขำแยเห็นแก่ผลประโยชน์	1. ผู้ชมยังให้ความเชื่อถือ และหากมีเนื้อหา ที่มีความน่าสนใจ ก็น่าจะกลับมาให้การสนับสนุน	ปัญหาระดับผู้บริหาร และระบบการปกครองแบบราชการ
1	ผู้สนับสนุน	1. เนื้อหา แนวสังคม 2. สื่อที่ไม่ได้หวังในเชิงธุรกิจการขาย	1. เนื้อหาไม่ดึงดูดในการดำเนินชีวิตและความบันเทิง	1. มีเครือข่าย TGN มีเครือข่ายมากกว่าช่องอื่น ควรจะมีการพัฒนาเนื้อหาเพื่อคนหมู่มากให้สอดคล้องกับระบบเครือข่ายที่มีอยู่	1. การปรับตัวเองให้เป็นแนวธุรกิจที่ก้าวได้ทันกับการเคลื่อนไหวของ (Market Movement)
2	ผู้สนับสนุน	1. มีการสนับสนุนเนื้อหาช่องอื่นหลายเรื่อง 2. มีเครือข่ายการออกอากาศไปได้มากกว่า 177 ประเทศทั่วโลก 3. ข่าวสารมีความรวดเร็วทันต่อสถานการณ์	1. การจัดระบบไม่ชัดเจน ทำให้ผู้ผลิตไม่กล้าทุ่ม 2. ไม่มีความชัดเจน 3. การเล่าข่าวที่ดูเป็นทางการน่าเบื่อ	1. หากจะทำการปรับภาพลักษณ์จริงๆ มีโอกาสอยู่มากเนื่องจากได้รับการสนับสนุน จากหลายทาง	1. ที่มาของคณะกรรมการช่อง 5 เป็นทหารทั้งหมด 2. ไม่มีการคิดและคำนึงถึงระบบการตลาด (Marketing Concept)

ตารางที่ 24 (ต่อ)

คนที่	กลุ่ม	จุดแข็ง S	จุดอ่อน W	โอกาส O	อุปสรรค T
3	ผู้สนับสนุน	1. การมีระบบสัญญาณเป็นของตัวเอง	1. ระบบข้าราชการที่ไม่ใช่ระบบเปิด มีข้อจำกัดแบบแผนขั้นตอนเยอะแยะมากมาย	1. ความมีศักยภาพขององค์กร หากมีการปรับเปลี่ยนวิสัยทัศน์และศึกษามุมมองของผู้ชม จะสามารถที่จะตอบสนองและกลับขึ้นมาแข่งขันในวงการโทรทัศน์ได้อย่างเต็มที่	1. ระบบที่เยอะเกินไป เป็นข้อกำหนดที่ทำให้ยากในการปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์เปลี่ยนแปลงอะไรลำบาก
4	ผู้สนับสนุน	1. เซ็นเซอร์อ่อนดี ลูกค้าสามารถโฆษณาได้มาก (Hard Sale) ได้ง่าย 2. การทำโฆษณาแฝง (Tie in) ได้	1. ระบบข้าราชการที่ไม่ใช่ระบบเปิด มีข้อจำกัดแบบแผน ขั้นตอนเยอะแยะมากมาย	1. คนยังมีความคุ้นเคยอยู่กับช่องฟรีทีวี มากกว่า ทีวีดิจิทัล 2. หากทำเนื้อหาใหม่มีความน่าสนใจ จะได้รับความนิยม วกกว่าช่องใหม่ๆ	1. ขั้นตอนการทำงานขับเคลื่อนได้ช้า 2. โคนดิ่ง บริษัทที่เป็นผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ไปช่องทีวีดิจิทัลใหม่ๆ

1.2 การวิเคราะห์สถานการณ์ (SWOT Analysis)

การสัมภาษณ์เชิงลึก สามารถจำแนกในประเด็นสถานการณ์แวดล้อมภายในและภายนอกตามกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้ง 5 กลุ่ม ได้แก่ ผู้ชม บุคลากร ผู้บริหาร ผู้ผลิตรายการ และผู้สนับสนุน สำหรับหัวข้อนี้เป็นการนำผลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาทำการวิเคราะห์สถานการณ์ หรือ SWOT Analysis โดยสามารถนำเสนอได้ ดังตาราง

ตารางที่ 25 การวิเคราะห์สถานการณ์ ททบ.5 (SWOT Analysis)

S (จุดแข็ง)	W (จุดอ่อน)
<ol style="list-style-type: none"> 1. ข่าวสารบ้านเมืองมีความรวดเร็วและชัดเจน 2. มีความเป็นกลางเชื่อถือได้ ไม่ฝักใฝ่ฝ่ายใด 3. มีโครงข่ายการส่งสัญญาณเป็นของตัวเอง และผู้ให้บริการด้านโครงข่าย 4. มีการส่งสัญญาณครอบคลุมกว่า 177 ประเทศทั่วโลก (Thai Global Network) 5. เป็นผู้นำโทรทัศน์เฉพาะกิจ และบริการสาธารณะ 6. การเข้าถึงข่าวสารด้านการเมือง และภาครัฐ 7. ภาพลักษณ์ความซื่อสัตย์ เป็นที่น่าเชื่อถือ 8. เป็นสื่อที่ไม่ได้หวังผลกำไรทางธุรกิจ 9. มีฐานผู้ชมที่ชัดเจนเป็นของตนเอง 	<ol style="list-style-type: none"> 1. มีรายการบันเทิงน้อย 2. ไม่มีความหลากหลายในการนำเสนอ 3. ไม่มีเนื้อหา Content บันเทิงเป็นของตัวเอง 4. การบริหารงานรูปแบบราชการ (ปรับตัวได้ช้า) 5. เปลี่ยนแปลงผู้บริหารบ่อย ไม่มีความต่อเนื่องของนโยบาย 6. ระบบอุปถัมภ์ภายในองค์กร 7. รูปแบบการนำเสนอข่าวที่เป็นทางการดูไม่น่าสนใจ 8. ไม่มีการวางทิศทาง (Positioning) ที่ชัดเจนของผังรายการ
O (โอกาส)	T (อุปสรรค)
<ol style="list-style-type: none"> 1. ประชาชนให้ความสนใจในข่าวสารข้อมูลมากขึ้น (เนื่องจากสถานการณ์ความไม่สงบ) 2. ปัจจุบันประชาชนให้ความสนใจในดารานักแสดง ที่เป็นทหารมากขึ้น (เช่น ผู้พันเบิร์ด หมอก้อง) 3. ความล้มเหลวในการประกอบการธุรกิจทีวีดิจิทัล 4. เทคโนโลยีในปัจจุบันที่มีความก้าวหน้าสอดคล้องกับจุดแข็งทางด้านโครงข่ายการส่งสัญญาณ 5. รัฐบาลทหารของ คสช. ในปัจจุบัน 	<ol style="list-style-type: none"> 1. นโยบายของภาครัฐที่ไม่เอื้ออำนวยต่อการปรับปรุงและพัฒนาให้ทันสมัย 2. ผู้ผลิตรายการไม่กล้าลงทุน เพราะข้อจำกัดบางประการ 3. ความสนใจของผู้ชมในปัจจุบัน เน้นไปที่ความบันเทิง (เนื่องจากความเครียดในการทำงาน) 4. การแข่งขันที่รุนแรงในธุรกิจทีวีดิจิทัล

จากตารางที่ 24 สามารถจำแนกรายละเอียดเพิ่มเติมของการวิเคราะห์สถานการณ์ (SWOT Analysis) โดยแบ่งเป็น จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ได้ดังนี้

(1) ด้านจุดแข็ง (Strengths: S)

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้ชม สามารถสรุปด้าน S (จุดแข็ง) ของสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ในมุมมองของผู้ชม ได้ดังต่อไปนี้ จะเป็นในส่วนของ การนำเสนอข่าวสารบ้านเมืองได้อย่างมีความรวดเร็ว และชัดเจน ตรงประเด็น มุ่งเน้นเนื้อหาสาระความรู้ที่เป็นประโยชน์ มุ่งเน้นในเรื่องของข่าวสารบ้านเมือง เป็นสำคัญ จะเห็นได้ว่าในมุมมองของผู้ชมจะรู้สึกได้ถึงจุดแข็งของสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ในด้านของข่าวสาร สาระความรู้ และมาตรฐานการคัดกรองข่าวได้อย่างเป็นกลาง มีความน่าเชื่อถือ ทำให้ผู้ชมสามารถรับชมข่าวสาร สาระความรู้ได้ด้วยความไว้วางใจ ไม่มีความกังวล เรื่องของความโน้มเอียง เพื่อผลประโยชน์ทางธุรกิจใดๆ โดยสามารถสรุปสาระสำคัญจากการสัมภาษณ์ผู้ชม ทั้งหมด 5 ท่าน เช่น พบว่า ททบ. 5 มีจุดแข็งด้านความรวดเร็ว ชัดเจนและตรงประเด็นด้านการข่าวเป็นที่น่าเชื่อถือ นำเสนออย่างเป็นกลางและนำเสนอสาระประโยชน์อย่างเต็มที่

กลุ่มที่ 2 กลุ่มบุคลากร สามารถสรุปด้าน S (จุดแข็ง) ของสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ในมุมมองของบุคลากร ได้ดังต่อไปนี้ จะเป็นในส่วนของ การที่เป็นฟรีทีวี ที่ทำการนำเสนอข่าวสาร และเนื้อหาสาระความรู้ อย่างเป็นกลาง ไม่มีการมุ่งหวังผลกำไรทางธุรกิจ ข่าวสารที่ทางสถานีนำมาเสนอมีความชัดเจน ตรงประเด็น และเชื่อถือได้ รู้สึกได้ถึงความจริงใจ ในการรับชมข่าวสาร รวมทั้งในด้านการเทคโนโลยีการกระจายสัญญาณ ที่มีความครอบคลุมด้วยเครือข่ายการส่งสัญญาณของ TGN หรือ Thai TV Global Network ซึ่งมีความครอบคลุมในการกระจายสัญญาณทั่วประเทศและกว่า 177 ประเทศทั่วโลก จึงทำให้เป็นแม่ข่ายในการส่งสัญญาณที่มีศักยภาพสูง อันดับต้นๆ ในประเทศไทย โดยสรุปสาระสำคัญ จากการสัมภาษณ์บุคลากรทั้งหมด 6 ท่าน เช่น การนำเสนอข่าวสารอย่างเป็นกลาง มีฐานผู้ชมเฉพาะเป็นของตนเอง บริการประชาชนโดยไม่มุ่งเน้นการสร้างผลกำไร มีความจริงใจน่าเชื่อถือ เทียบตรง มีเครือข่ายสัญญาณครอบคลุมมากกว่า 177 ประเทศ และมีความพร้อมด้านเทคโนโลยี

กลุ่มที่ 3 กลุ่มผู้บริหารสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 โดยสามารถสรุปด้าน S (จุดแข็ง) ของสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ในมุมมองของผู้บริหารสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ได้ดังต่อไปนี้ ในด้านของเนื้อหาข่าวที่นำเสนอมีความถูกต้องสามารถเชื่อถือได้ การนำเสนอข่าวที่มีความตรงไปตรงมา ในด้านของข้อได้เปรียบจะเห็นเป็นสถานีฟรีทีวี ที่มีประวัติความเป็นมาเปิดให้บริการมาแล้วเป็นระยะเวลานาน และการที่มีงบประมาณเป็นของตนเองโดยไม่ต้องพึ่งพางบประมาณแผ่นดิน รวมทั้งความสามารถในการเข้าถึงข้อมูลทางด้านการเมือง และข่าวในพระราชสำนัก เนื่องจากการได้รับการกำกับดูแลจากกองทัพบก รวมไปถึงเครือข่ายการส่งสัญญาณที่มีความครอบคลุมทั่วประเทศ และกว่า 177 ประเทศทั่วโลก โดยสรุปสาระสำคัญจากการสัมภาษณ์ผู้บริหารสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ทั้งหมด 6 ท่าน เช่น การเป็นองค์กรที่มีประวัติความเป็นมายาวนาน มีความชัดเจนในการนำเสนอข่าวสารและเป็นไปอย่างถูกต้อง เทียบตรง สามารถบริหารจัดการงบประมาณของตนเองได้อย่างมีประสิทธิภาพ

กลุ่มที่ 4 ผู้ผลิตรายการ โดยสามารถสรุปด้าน S (จุดแข็ง) ของสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 ในมุมมองของผู้ผลิตรายการ ได้ดังต่อไปนี้ ในด้านของเนื้อหา พบว่า ข่าวสารที่น่าเสนอมุ่งเน้นที่ความมั่นคงของสถาบันชาติ และพระมหากษัตริย์ ในด้านของภาพลักษณ์ให้ความรู้สึกถึงความซื่อสัตย์ ซื่อตรง มีความน่าเชื่อถือ ส่งผลให้ผู้ชมรู้สึกไว้วางใจในการรับชมเนื้อหาของทางสถานี ในด้านเทคโนโลยี และอุปกรณ์การดำเนินงานมีเครือข่ายการกระจายสัญญาณที่มีศักยภาพสูงครอบคลุมทั่วประเทศ และกว่า 177 ประเทศทั่วโลก จึงทำให้สามารถเข้าถึงผู้ชมได้อย่างกว้างขวาง หลากหลาย ไม่ว่าจะอยู่ในเมืองหรือพื้นที่ห่างไกล โดยสามารถสรุปสาระสำคัญจากการสัมภาษณ์ ผู้ผลิตรายการทั้งหมด 6 ท่าน เช่น ความสามารถในการนำเสนอข่าวด้านความมั่นคงของสถาบันที่น่าเชื่อถือ เครือข่ายที่ครอบคลุมหลายประเทศ มีความซื่อตรง น่าเชื่อถือ

กลุ่มที่ 5 ผู้สนับสนุน โดยสามารถสรุปด้าน S (จุดแข็ง) ของสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 ในมุมมองของผู้สนับสนุน ได้ดังต่อไปนี้ ในด้านของเนื้อหา มีการเซ็นเซอร์ที่อ่อน ทำให้สามารถโฆษณาแบบแฝงในเนื้อหาได้ง่าย ทำให้เจ้าของผลิตภัณฑ์มีความสนใจในการมาซื้อโฆษณาเพื่อขายสินค้า ในด้านภาพลักษณ์ เป็นสื่อที่ไม่ได้หวังผลกำไรเชิงพาณิชย์ ทำให้การนำเสนอข้อมูลข่าวสารเป็นไปอย่างตรงไปตรงมา เชื่อถือได้และมีความเป็นกลาง และในส่วนของ การกระจายสัญญาณ มีระบบส่งสัญญาณเป็นของตนเอง และมีความครอบคลุมทั่วประเทศ และกว่า 177 ประเทศทั่วโลก ทำให้เข้าถึงผู้ชมได้อย่างทั่วถึง และหลากหลาย โดยสามารถสรุปสาระสำคัญ จากการสัมภาษณ์ผู้สนับสนุนทั้ง 4 ท่าน ได้ เช่น ภาพลักษณ์องค์กรที่มีความซื่อตรง มีเครือข่ายสัญญาณที่ครอบคลุม

จากข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ ททบ.5 สามารถสรุปได้ว่า จุดแข็งในด้านเนื้อหา (Content) ที่นำเสนอข่าวสารบ้านเมืองมีความรวดเร็ว ชัดเจน และเหมาะสม มีความเป็นกลาง น่าเชื่อถือ และปราศจากการฝักใฝ่ฝ่ายใด เป็นช่องโทรทัศน์เฉพาะกิจและบริการสาธารณะ ในด้านเทคโนโลยีและการกระจายสัญญาณมีโครงข่ายการส่งสัญญาณเป็นของตัวเองและมีสถานีโทรทัศน์ความนิยม Thai TV Global Network (TGN) ซึ่งมีความครอบคลุมทั่วประเทศ และกว่า 177 ประเทศทั่วโลก ซึ่งเป็นเจ้าของช่องสัญญาณที่ปล่อยให้ทางช่องสถานีอื่นๆ เช่า เพื่อทำการแพร่ภาพ ด้านการเงินมีงบประมาณของตนเอง ไม่จำเป็นต้องพึ่งพางบประมาณแผ่นดิน ด้านการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารสามารถเข้าถึงข่าวสารด้านการเมือง และภาครัฐ ได้โดยง่ายและสะดวก โดยได้รับการสนับสนุนจากทางหน่วยงานต้นสังกัด ด้านภาพลักษณ์ให้ความรู้สึกความซื่อสัตย์ มีความน่าเชื่อถือและเป็นสื่อที่ไม่ได้หวังผลกำไรทางธุรกิจ นอกจากนี้มีฐานผู้ชมเป็นของตนเองจำนวนมาก ทำให้มีกลุ่มผู้ชมคอยติดตามการดำเนินงาน การออกอากาศของสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 จำนวนมาก

(2) ด้านจุดอ่อน (Weakness: W)

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้ชม โดยสามารถสรุปด้าน W (จุดอ่อน) ของสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 ในมุมมองของผู้ชม ได้ดังต่อไปนี้ ด้านเนื้อหา มีรายการบันเทิงน้อยมาก ไม่มีความหลากหลายในการนำเสนอสื่อ และไม่สามารถผลิตเนื้อหารายการบันเทิงได้ด้วยตนเอง ในด้านการนำเสนอ พบว่า

มีความเป็นทางการมากเกินไป ฟังเข้าใจยาก ให้ความรู้สึกน่าเบื่อ แม้จะมีข้อมูลที่มีความสำคัญ แต่ไม่สามารถสร้างความสนใจให้ผู้ชมเปิดใจในการรับชมได้อย่างมีประสิทธิภาพ แต่ทำให้ผู้ชมสนใจเปิดรับสื่อที่เป็นข่าวสารของ ททบ.5 เฉพาะในช่วงสถานการณ์ที่ไม่ปกติ หรือจำเป็นต้องรับรู้ข่าวสารจริงๆ เท่านั้น ไม่เป็นที่นิยมในสถานการณ์ปกติ โดยสามารถสรุปสาระสำคัญจากการสัมภาษณ์ผู้ชมทั้ง 5 จาก จุดอ่อนด้านเนื้อหารายการบันเทิงที่มีน้อยส่งผลให้ไม่ตอบโจทย์กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เนื่องจากไม่สามารถผลิตเนื้อหาได้ด้วยตนเอง ในขณะที่ด้านการนำเสนอข่าวสาร ยังไม่มีความหลากหลายและนำเสนอเป็นทางการเพียงอย่างเดียว

กลุ่มที่ 2 กลุ่มบุคลากร โดยสามารถสรุปด้าน W (จุดอ่อน) ของสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ในมุมมองของบุคลากร ได้ดังต่อไปนี้ ด้านระบบการบริหาร เป็นรูปแบบการบริหารแบบระบบราชการ มีรายละเอียดขั้นตอนที่เยอะทำให้ปรับตัวได้ช้า การเปลี่ยนแปลงผู้บริหารที่บ่อยทำให้นโยบายไม่มีความต่อเนื่อง กระบวนการทำงานล่าช้า และข้อจำกัดในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารของนโยบายภาครัฐที่มีข้อกำหนดในเรื่องการนำเสนอเนื้อหา ประเภทข่าว ร้อยละ 70 และบันเทิงได้เพียงร้อยละ 30 ในด้านของเนื้อหา พบว่า มีความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจได้ต่ำ ไม่เป็นที่สนใจของผู้ชม ทำให้ถูกมองว่าเป็นช่องที่นำเสนอเพียงข่าวสาร โดยสามารถสรุปสาระสำคัญจากการสัมภาษณ์บุคลากรทั้ง 6 ท่าน เช่น การบริหารงานที่ล่าช้า จากขั้นตอนต่างๆ ที่เป็นระบบราชการ ขาดความต่อเนื่องของการบริหารงาน การเปลี่ยนแปลงผู้บริหารบ่อยครั้งทำให้ขาดความต่อเนื่อง ประเภทรายการมีข้อจำกัดทำให้ไม่สามารถจับกลุ่มผู้ชมได้หลากหลาย

กลุ่มที่ 3 กลุ่มผู้บริหารสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 โดยสามารถสรุปด้าน W (จุดอ่อน) ของสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ในมุมมองของผู้บริหารสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ได้ดังต่อไปนี้ ในด้านของระบบการบริหาร พบว่า มีการเปลี่ยนแปลงผู้บริหารบ่อยมาก ทำให้ขาดความต่อเนื่องในระดับนโยบาย ระบบอุปถัมภ์ภายในองค์กร ทำให้พนักงานขาดแรงจูงใจในการทำงาน เนื่องจากรู้สึกที่ไม่ยุติธรรม การบริหารจัดการที่ไม่เป็นอิสระ ทำให้ขาดความคล่องตัวและดึงศักยภาพทางการแข่งขันของบุคลากรออกมาได้ไม่เต็มที่ กรอบข้อจำกัดของนโยบายภาครัฐ ทำให้ความสามารถทางการแข่งขันลดลงต้องทำอะไรในกรอบและตามกฎหมาย ในด้านของเนื้อหาพบว่าไม่สามารถที่จะผลิตเนื้อหาในด้านบันเทิงของตนเองได้ ทำให้ต้องพึ่งพาบริษัทผลิตรายการข้างนอกเป็นหลัก โดยสามารถสรุปสาระสำคัญจากการสัมภาษณ์ผู้บริหารสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ทั้ง 6 ท่าน เช่น ข้อจำกัดการทำงานและการดำเนินกลยุทธ์การตลาด เนื่องจากเป็นสถานีของรัฐส่งผลต่อการบริหารจัดการ

กลุ่มที่ 4 ผู้ผลิตรายการ โดยสรุปด้าน W (จุดอ่อน) ของสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ในมุมมองของผู้ผลิตรายการ สามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้ ในด้านระบบการบริหารเป็นระบบราชการในรูปแบบของทหาร ทำให้มีความคล่องตัวน้อย ขาดความฉับไว ปรับตัวได้ยาก เปลี่ยนผู้บริหารบ่อยนโยบายไม่มีความต่อเนื่อง ทำให้ผู้ผลิตรายการรู้สึกถึงความไม่แน่นอนและไม่กล้าที่จะลงทุนทำรายการ

ที่ดีมีคุณภาพมาลงในสถานี่มีความซ้ำแย้งเห็นแก่ผลประโยชน์กันภายในองค์กร ด้านเนื้อหาของผังรายการไม่มีความน่าสนใจ ไม่สามารถดึงดูดผู้ชมได้ และผังรายการไม่มีความน่าสนใจ ทำให้ผู้ชมหนีไปรับชมรายการจากทางช่องอื่น โดยสามารถสรุปประเด็นสำคัญจากการสัมภาษณ์ผู้ผลิตรายการ ทั้ง 6 ท่าน เช่น ขาดความคล่องตัวในการบริหารจัดการ ไม่รวดเร็วตามกระแสการเปลี่ยนแปลงของโลก การเปลี่ยนแปลงนโยบายบ่อยครั้งส่งผลต่อความต่อเนื่องในการทำงาน ผังรายการขาดความน่าสนใจเพราะ เนื้อหาไม่ดึงดูดและไม่ตอบโจทย์

กลุ่มที่ 5 ผู้สนับสนุน โดยสรุปด้าน W (จุดอ่อน) ของสถานี่วิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ในมุมมองของผู้สนับสนุน สามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้ ในด้านของระบบการบริหารเป็นรูปแบบการบริหารแบบราชการ มีขั้นตอนและข้อจำกัดจำนวนมากปรับตัวได้ยากไม่มีความคล่องตัว เอาแน่เอานอนไม่ได้ไม่มีจุดยืนเป็นของตนเอง ด้านของเนื้อหาไม่เป็นที่น่าสนใจ ในการดึงดูดผู้ชมทั้งเนื้อหา รายการ ในด้านการดำเนินชีวิต และเนื้อหาในด้านบันเทิง ส่วนในการนำเสนอข่าวความเป็นทางการมากเกินไปดูแล้วให้ความรู้สึกน่าเบื่อและไม่น่าสนใจ ส่งผลให้ผู้ชมหนีไปรับชมรายการจากสถานี่โทรทัศน์ ในช่องคู่แข่ง ที่มีการเล่าข่าวได้น่าสนใจและมีเนื้อหาบันเทิงในการตอบสนองผู้ชม โดยสามารถสรุปประเด็นสำคัญจากการสัมภาษณ์ผู้สนับสนุนทั้ง 4 ท่าน เช่น ขาดเนื้อหาที่น่าสนใจ และไม่ตรงตามการดำเนินชีวิตในปัจจุบันและอนาคตของกลุ่มผู้ชม มีการนำเสนอข่าวสารที่เป็นทางการมากเกินไป ขั้นตอนการทำงานที่สลับซับซ้อนส่งผลต่อการขาดความคล่องตัว

จากข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ ททบ.5 สามารถสรุปได้ว่าด้านจุดอ่อน ได้แก่ ด้านเนื้อหาที่มีรายการตอบสนองในด้านของความบันเทิงน้อย ไม่มีความหลากหลายในการนำเสนอเนื้อหาและไม่มีหน่วยงานในการผลิตเนื้อหาด้านความบันเทิงเป็นของตนเอง ด้านโครงสร้างรูปแบบการบริหารงานเป็นลักษณะของข้าราชการ (ปรับตัวได้ช้า) มีการเปลี่ยนแปลงผู้บริหารค่อนข้างบ่อย ส่งผลให้ขาดความต่อเนื่องในระดับของนโยบาย ระบบอุปถัมภ์ภายในองค์กรทำให้เกิดการรับบุคลากรที่อาจจะไม่มีความรู้ความสามารถ รวมทั้งยังส่งผลต่อแรงจูงใจในการทำงานของบุคลากรเดิมภายในองค์กร รูปแบบการนำเสนอข่าวที่เป็นทางการ ดูไม่น่าสนใจ ไม่เข้ากับการดำเนินชีวิตของคนรุ่นใหม่ ทำให้กลุ่มผู้ชมหันไปสนใจและรับชมสื่อข่าวสารและสาระความรู้จากสถานี่อื่นที่นำเสนอได้เหมาะสม และเข้ากับคนรุ่นใหม่ได้ดีกว่า และไม่มีการวางทิศทางของผังรายการที่ชัดเจน ทำให้บริษัทผู้ผลิตรายการไม่กล้าลงทุน และส่งผลให้ประสิทธิภาพของงานที่ผลิตออกมาดูไม่มีคุณภาพเท่าที่ควร

(3) ด้านโอกาส (Opportunities: O)

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้ชม โดยสรุปด้าน O (โอกาส) ของสถานี่วิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ในมุมมองของผู้ชม สามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้ ในด้านของเนื้อหา พบว่า ปัจจุบันประชาชนหันมาสนใจในข้อมูลข่าวสารมากขึ้น และข้อมูลข่าวสารในปัจจุบันมีปริมาณมากขึ้นเรื่อยๆ จนความน่าเชื่อถือกลับมีน้อยลง ดังนั้น หากมีการคัดกรองข่าวสารที่ดี และสามารถนำเสนอข่าวในลักษณะที่ประชาชน

เชื่อถือ มีความไว้วางใจจะทำให้เป็นโอกาสของทางสถานีได้ไม่ยาก รวมทั้งหากสามารถนำข้อมูลข่าวสารที่มีอยู่ในจำนวนมากมานำเสนอในรูปแบบที่มีความน่าสนใจ และใส่ความบันเทิงเข้าไปในเนื้อหาข่าว ให้มีทั้งความบันเทิงและสาระความรู้ควบคู่กัน จะทำให้ได้รับความนิยมนจากคนดูเป็นอย่างมาก รวมทั้งการที่ปัจจุบันมีศิลปินดาราคือที่เป็นทหารมากขึ้น อาจจะขอความร่วมมือมาช่วยสร้างความบันเทิงให้กับทางสถานีได้โดยไม่ยากเย็น โดยสามารถสรุปประเด็นสำคัญจากการสัมภาษณ์ผู้ชมทั้ง 5 ท่าน คือประชาชนมีการตื่นตัวและมีความสนใจในข่าวเพิ่มขึ้นซึ่งเป็นโอกาสที่ดีของ ททบ.5 หากมีการปรับเปลี่ยนรายการ และวิธีการนำเสนอ จะทำให้สามารถคว้าโอกาสได้อย่างเหมาะสม นอกจากนี้ยังเกิดช่องทางการสื่อสารจำนวนมากเป็นโอกาสให้ ททบ.5 นำเสนอข่าวสารที่เป็นจุดแข็งของตนเองได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

กลุ่มที่ 2 กลุ่มบุคลากร โดยสรุปด้าน O (โอกาส) ของสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ในมุมมองของบุคลากร สามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้ โอกาสสำหรับสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ในด้านของรัฐบาล ปัจจุบันที่นำโดยรัฐบาลทหารและคณะรักษาความสงบแห่งชาติ ทำให้สามารถได้รับการสนับสนุนในด้านต่างๆ ได้โดยง่าย ด้านของเทคโนโลยี พบว่าเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่มีความทันสมัย มีความสอดคล้องและทำให้สามารถกระจายการส่งสัญญาณได้อย่างทั่วถึงและเต็มศักยภาพ ทั้งมีผู้ชมดั้งเดิมจำนวนมากคอยติดตาม และผลตอบรับจากการปรับภาพลักษณ์และการตลาด (Rebranding & Marketing) ในปัจจุบัน โดยสามารถสรุปประเด็นสำคัญ จากการสัมภาษณ์บุคลากรทั้ง 6 ท่าน เช่น ผู้ชมจำนวนมากยังให้ความเชื่อถือต่อการนำเสนอของ ททบ.5 และการที่รัฐบาลเป็นคสช. ทำให้ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐมากยิ่งขึ้น และการเปลี่ยนแปลงของประชาชนเป็นโอกาสให้ ททบ.5 มองเห็นการปรับภาพลักษณ์ในปัจจุบันและอนาคต

กลุ่มที่ 3 กลุ่มผู้บริหารสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 โดยสามารถสรุปด้าน O (โอกาส) ของสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ในมุมมองของผู้บริหารสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 สามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้ การเปลี่ยนผ่านจากระบบอนาล็อกเป็นทีวีดิจิตอล ทำให้สามารถนำเสนอเนื้อหา ข้อมูลข่าวสาร สาระความรู้ได้อย่างชัดเจน ง่ายไว และตรงประเด็น ในด้านของผู้ชมประชาชน มีการปรับตัวสนใจข่าวสารบ้านเมืองมากขึ้นเพื่อให้เข้ากับสถานการณ์ความไม่สงบภายในบ้านเมือง และการที่ทางสถานีเป็นที่รู้จักของผู้ชม เนื่องจากการออกอากาศมาเป็นระยะเวลาอันยาวนานก่อนที่จะมีช่องทีวีดิจิตอลในปัจจุบัน ดังนั้น จึงสามารถสรุปประเด็นสำคัญในการสัมภาษณ์ผู้บริหารสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ทั้ง 6 ท่าน เช่น การพัฒนาของระบบดิจิตอลผลักดันให้ ททบ.5 มีโอกาสในการพัฒนาเนื้อหาใหม่ๆ ให้ชัดเจน ตอบสนองได้อย่างเหมาะสม นอกจากนี้ ประชาชนยังตื่นตัวมากขึ้นทำให้เกิดช่องทางการพัฒนาที่เพิ่มขึ้น

กลุ่มที่ 4 ผู้ผลิตรายการ โดยสามารถสรุปในด้าน O (โอกาส) ของสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ในมุมมองของผู้ผลิตรายการ ได้ดังต่อไปนี้ โดยทางผู้ผลิตรายการมองว่าช่อง 5 มีโอกาสในเรื่องของการปรับเปลี่ยนและพัฒนาการบริหารองค์กรให้เข้ากับรสนิยมของผู้ชมในปัจจุบันและยังคง

เป็นสถานีโทรทัศน์ที่ได้รับความเชื่อถือจากผู้ชมมาเป็นระยะเวลายาวนาน หากในอนาคตมีการปรับผังรายการจะทำให้สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้ชมได้อย่างหลากหลายมากขึ้น รวมทั้งเทคโนโลยีในปัจจุบันมีการพัฒนาสอดคล้องกับเครือข่ายการส่งสัญญาณทำให้เข้าถึงกลุ่มผู้ชมได้อย่างทั่วถึง หากมีการปรับผังรายการให้ทันสมัยเหมาะสมเข้ากับรสนิยมของผู้ชมได้ จะเป็นโอกาสของทางสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 เป็นอย่างมาก จึงสามารถสรุปประเด็นสำคัญ จากการสัมภาษณ์ผู้ผลิตรายการทั้ง 6 ท่าน เช่น การพัฒนาของเทคโนโลยีทำให้ ททบ.5 สามารถพัฒนาการนำเสนอรายการ กระบวนการการส่งสัญญาณไปยังกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงการพัฒนารายการที่ตอบ โจทย์การพัฒนาของเทคโนโลยี

กลุ่มที่ 5 ผู้สนับสนุน โดยสามารถสรุปในด้าน O (โอกาส) ของสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ในมุมมองของผู้สนับสนุน ได้ดังต่อไปนี้ โดยโอกาสของทาง ททบ.5 จะมีในส่วนของเครือข่ายการกระจายสัญญาณที่มีความครอบคลุมสอดคล้องกับเทคโนโลยีที่มีการพัฒนาในปัจจุบัน ได้รับการสนับสนุนจากหลายหน่วยงานทางภาครัฐบาลโอกาสในการปรับตัวเข้าแข่งขันกับสถานีโทรทัศน์ใหม่ๆ ในสงครามการทำธุรกิจทีวีดิจิทัล และการที่ผู้ชมยังคงคุ้นเคย และให้การยอมรับกับทางสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 มากกว่า สถานีวิทยุโทรทัศน์ในช่องอื่นๆ ทำให้สามารถที่จะสร้างกระแสตอบรับและความนิยมจากคนดูได้ไม่ยาก หากมีการนำเสนอเนื้อหาที่มีความน่าสนใจ โดยสามารถสรุปประเด็นสำคัญจากการสัมภาษณ์ผู้สนับสนุนทั้ง 4 ท่าน เช่น การพัฒนาด้านเครือข่ายสัญญาณสนับสนุนให้ช่อง 5 เกิดการพัฒนาด้านการทำงานการสื่อสาร นอกจากนี้ รัฐบาลและหน่วยงานราชการในปัจจุบันได้ให้การสนับสนุน ททบ.5 ในการดำเนินงานอย่างเต็มประสิทธิภาพเป็นโอกาสให้เกิดการพัฒนาและการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญต่อการแข่งขันในยุคดิจิทัล

จากข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ ททบ.5 สามารถสรุปได้ว่า ด้านโอกาสเนื่องจากปัจจุบันประชาชนให้ความสนใจในข่าวสารข้อมูลมากขึ้น จากสถานการณ์ความไม่สงบส่งผลให้การนำเสนอข่าวได้รับความสนใจ รวมทั้งในปัจจุบันประชาชนให้ความสนใจในตัวดารานักแสดงที่เป็นทหารมากขึ้น (เช่น ผู้พันเบิร์ด และหมอก้อย) ในด้านของการแข่งขันนั้น จะเห็นได้ว่ามีเรื่องของความล้มเหลวในการประกอบการธุรกิจทีวีดิจิทัล ส่งผลให้มีช่องว่างทางการตลาดในการปรับตัวสำหรับทางสถานี ในส่วนของเทคโนโลยี จะเห็นได้ว่าการที่ในปัจจุบันเทคโนโลยีมีความก้าวหน้า สอดคล้องกับทางด้านจุดแข็งของสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ในด้านโครงข่ายการส่งสัญญาณทำให้สามารถที่จะเข้าถึงได้ครอบคลุมในทุกพื้นที่ และการที่ปัจจุบันเป็นรัฐบาลทหารของ คสช. จึงมีโอกาสดำเนินการสนับสนุนในด้านต่างๆ

(4) อุปสรรค (Threats: T)

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้ชม โดยสามารถสรุปในด้าน T (อุปสรรค) ของสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ในมุมมองของผู้ชม ได้ดังต่อไปนี้ สำหรับอุปสรรคในการแข่งขันของทาง ททบ.5 จะเป็นในส่วนของเนื้อหาเป็นสำคัญ โดยมีประเด็นสำคัญดังต่อไปนี้ ในช่วงเวลาปกติประชาชนจะให้ความสนใจกับข่าวสารบ้านเมืองน้อย ในขณะที่สัดส่วนการออกอากาศของทางสถานีเป็นข่าวถึงร้อยละ 70

และบันทึกเพียงแค้อยู่ละ 30 ทำให้สิ่งที่น่าสนใจไม่ตรงใจผู้ชมเท่าที่ควร โดยมีเหตุผลมาจากคนไทยไม่ชอบเรื่องซีเรียส เพราะปกติในการทำงานค่อนข้างมีความเครียดอยู่แล้ว รูปแบบการนำเสนอข่าวสารยังมีความล้าสมัย เนื่องจากข้อจำกัดจากนโยบายภาครัฐ ทำให้แม้จะมีเนื้อหาที่ดี แต่กลับดูไม่มีความน่าสนใจในสายตาผู้ชมเท่าที่ควร จึงสามารถสรุปประเด็นสำคัญจากการสัมภาษณ์ผู้ชมทั้ง 5 ท่าน เช่น ความสนใจของประชาชนในปัจจุบัน สนใจ เนื้อหาด้านบันเทิง ซึ่ง ททบ.5 มีรายการดังกล่าวจำนวนน้อย จึงเป็นอุปสรรคที่ต้องเร่งปรับปรุง และคนไทยต้องการการรับรู้เรื่องราวที่ไม่หนักเกินไป ดังนั้นจึงเป็นอุปสรรคของ ททบ.5

กลุ่มที่ 2 กลุ่มบุคลากร โดยสรุปในด้าน T (อุปสรรค) ของสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ในมุมมองของบุคลากร ได้ดังต่อไปนี้ สำหรับอุปสรรคในการแข่งขันของทาง ททบ.5 ในด้านของรูปแบบการบริหารจัดการ จะมีอุปสรรคสำหรับการแข่งขันทางธุรกิจในเรื่องการเปลี่ยนแปลงผู้บริหารทุก 2 ปี และวัฒนธรรมองค์กร ความรู้ความสามารถของบุคลากรไม่ตรงกับหน้าที่รับผิดชอบ และการกำกับดูแลของทางราชการมีข้อจำกัดเยอะ มีความยุ่งยากในการทำงาน ด้านเนื้อหาคนไทยชอบดูเนื้อหาประเภทที่เป็นความบันเทิงมากกว่าข่าวสารข้อมูล และในการปรับภาพลักษณ์ ต้องมีความตั้งใจและจริงจัง ไม่เปลี่ยนไปเปลี่ยนมา จึงสามารถสรุปประเด็นสำคัญจากการสัมภาษณ์บุคลากรทั้ง 6 ท่าน เช่น นโยบายภาครัฐและวัฒนธรรมการทำงานของราชการส่งผลให้เป็นอุปสรรคต่อ ททบ.5 ในการดำเนินงานและการปรับปรุงให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล ด้านผู้ชมมีการเปลี่ยนแปลงไปของพฤติกรรมโดยมีความต้องการด้านความบันเทิงมากขึ้น ไม่สอดคล้องกับรายการที่ ททบ.5 นำเสนอ

กลุ่มที่ 3 กลุ่มผู้บริหารสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 โดยสรุปในด้าน T (อุปสรรค) ของสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ในมุมมองของผู้บริหารสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 มองว่าอุปสรรคสำคัญ ได้แก่ วัฒนธรรมองค์กรที่มีความล้าสมัยที่เกิดจากนโยบายการบริหารของทางภาครัฐ เนื่องจากทำให้เกิดข้อจำกัดในการบริหารจัดการหลายด้าน ไม่ว่าจะเป็นการนำเสนอเนื้อหาได้ไม่ตรงตามความต้องการของผู้ชม และการแข่งขันกันอย่างรุนแรงในตลาดธุรกิจทีวีดิจิทัล เนื่องจากองค์กรมีข้อจำกัดมาก ทำให้ปรับตัวให้แข่งขันในธุรกิจได้ลำบาก สามารถสรุปประเด็นสำคัญจากการสัมภาษณ์ผู้บริหารสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ทั้ง 6 ท่าน คือ ผู้ชมปัจจุบันเปลี่ยนพฤติกรรมไปสู่ความชอบด้านความบันเทิง ขณะที่ ททบ.5 มีอุปสรรคจากนโยบายภาครัฐทำให้ไม่สามารถตอบสนองเนื้อหาด้านบันเทิงได้ ในขณะนี้ ทั้งนี้ นโยบายรัฐที่เปลี่ยนแปลงส่งผลต่อการปรับตัวที่ยากลำบากให้กับ ททบ.5

กลุ่มที่ 4 ผู้ผลิตรายการ โดยสรุปในด้าน T (อุปสรรค) ของสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ในมุมมองของผู้ผลิตรายการ โดยทาง ททบ.5 จะมีปัญหาและอุปสรรคเกี่ยวกับระบบการบริหารจัดการที่เป็นรูปแบบของราชการ ขอบเขตในการบริหารที่ถูกกำกับดูแลโดยหน่วยงานทางภาครัฐ ซึ่งมีข้อจำกัดมากแข่งขันได้ยาก ไม่มีความชัดเจนในนโยบาย ทำให้ผู้ผลิตรายการไม่กล้าที่จะลงทุนในการทำ

เนื้อหาดีๆ มีคุณภาพเสนอทางสถานี ในด้านของเนื้อหา ไม่สามารถที่จะผลิตประเภทบันเทิงเป็นของตนเองได้ทำให้ต้องพึ่งพาการผลิต เนื้อหาประเภทบันเทิงจากบริษัทผลิตรายการโทรทัศน์ภายนอก โดยสามารถสรุปประเด็นสำคัญ จากการสัมภาษณ์ผู้ผลิตรายการทั้ง 6 ท่าน เช่น นโยบายและกรอบการทำงานจากภาครัฐส่งผลให้ ททบ.5 ไม่สามารถดำเนินการนอกกรอบ เพื่อมุ่งการแข่งขันได้เต็มประสิทธิภาพ โดยเฉพาะการผลิตรายการใหม่ๆ ที่สอดคล้องต่อพฤติกรรมของผู้ชม

กลุ่มที่ 5 ผู้สนับสนุน โดยสรุปในด้าน T (อุปสรรค) ของสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ในมุมมองของผู้สนับสนุน โดยมีประเด็นดังต่อไปนี้ ระบบการบริหารจัดการที่เยอะเก็นไป ทำให้เปลี่ยนแปลงและปรับตัวให้แข่งขันในตลาดทางธุรกิจทีวีดิจิทัลได้ยาก โคนดิ่ง ประเภทบริษัทผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ เนื่องจากการเปิดตัวของช่องทีวีดิจิทัล การไม่มีทิศทางของรายการ ทำให้ไม่สามารถตอบสนองความต้องการทางการตลาดและการนำเสนอที่ไม่ตรงใจของผู้ชม โดยสามารถสรุปประเด็นสำคัญจากการสัมภาษณ์ผู้สนับสนุน ทั้ง 4 ท่าน คือ นโยบายภาครัฐจำกัดขอบเขตของ ททบ.5 ทำให้ไม่สามารถเปลี่ยนแปลงรูปแบบหรือวิธีการทำงานที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดและความสนใจของผู้ชมได้เต็มที่

จากข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ ททบ.5 ทางด้านอุปสรรค สามารถสรุปได้ว่า ในส่วนของการนำเสนอเนื้อหา พบว่าอุปสรรคสำคัญของทางสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 คือ ความล่าช้าในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารของทางสถานี เนื่องมาจากข้อจำกัดด้านนโยบายภาครัฐ ซึ่งไม่สอดคล้องกับการดำเนินชีวิต (Life Style) และรสนิยมที่มีการเปลี่ยนแปลงไปของผู้ชม จึงทำให้ถูกมองในลักษณะที่น่าเบื่อ โบราณ หรือดูแล้วมีสาระมากเกินไป ทำให้เครื่องเครียด ทั้งนี้ในด้านของกฎหมายข้อบังคับ พบว่าเนื่องจากข้อจำกัดทางนโยบายทางภาครัฐทำให้การปรับปรุงเปลี่ยนแปลงหรือนำเสนอข้อมูลให้มีความน่าสนใจเหมือนสถานีอื่นทำได้ค่อนข้างยาก ทั้งนี้ในส่วนของบริษัทที่ผลิตรายการส่งให้ทางช่องก็ไม่กล้าลงทุนทำ เนื้อหารายการดีๆ มานำเสนอ เนื่องจากความไม่ชัดเจนของนโยบายการบริหาร ทำให้ผู้ผลิตรายการรู้สึกไม่มั่นใจ และไม่สามารถตอบสนองได้อย่างเต็มที่ ทั้งนี้ในด้านของสังคมจะเห็นได้ว่าความสนใจของผู้ชมในปัจจุบัน เน้นไปที่เนื้อหาด้านความบันเทิง (เนื่องจากความเครียดในการทำงาน) และสุดท้ายคือ ด้านคู่แข่งในการนำเสนอเนื้อหาที่มีการแข่งขันรุนแรงในธุรกิจทีวีดิจิทัล

2. การศึกษาองค์ประกอบภาพลักษณ์ของ ททบ.5

2.1 การสัมภาษณ์เชิงลึกองค์ประกอบภาพลักษณ์ของ ททบ.5

การสัมภาษณ์เชิงลึกองค์ประกอบภาพลักษณ์ของ ททบ.5 ได้ทำการทบทวนแนวคิดและทฤษฎี และการสัมภาษณ์เชิงลึกในประเด็นก่อนหน้า นำไปสู่การกำหนดภาพลักษณ์ที่จะต้องครอบคลุม 4 องค์ประกอบสำคัญ ได้แก่ คุณลักษณะของตราสินค้า (Attribute) ที่นำไปสู่การทำให้เกิดการจดจำ

คุณประโยชน์ (Benefit) คุณค่า (Value) ที่ทำให้เกิดความภูมิใจ ใฝ่ใจ และ บุคลิกภาพของตราสินค้า (Personality) คือตราสินค้าที่ทำให้ผู้ใช้เกิดบุคลิกภาพสอดคล้องไปกับตราสินค้า

ตารางที่ 26 ภาพลักษณ์ของ ททบ.5

1. คุณลักษณะของ ตราสินค้า (Attribute) ที่นำไปสู่การทำให้ เกิดการจดจำ	2. คุณประโยชน์ (Benefit)	3. คุณค่า (Value) ที่ทำให้เกิดความภูมิใจ ใฝ่ใจ	4. บุคลิกภาพของตรา สินค้า (Personality) คือตราสินค้าที่ทำให้ ผู้ใช้เกิดบุคลิกภาพ สอดคล้องไปกับตรา สินค้า
เป็นช่องข่าวสารที่มี ความน่าเชื่อถือ รวดเร็วและชัดเจน	เป็นแหล่งในการ เปิดรับข้อมูล ที่มี ความรวดเร็ว ทัน ต่อสถานการณ์	เป็นช่องข่าวสารที่ได้รับ ความไว้วางใจ และมีสาร คดีในการให้ความรู้	บุคลิกเหมือนผู้สูงอายุ 40-50 ปี ที่ดูมีความ น่าเชื่อถือ ได้รับความ ไว้วางใจ
เป็นช่องที่มีสาระ เข้มข้น มีหลักการ แต่ดูไม่น่าสนใจ	มีข่าวสารสาระ และข่าวสาร บ้านเมือง เป็น จำนวนมาก	ทำให้ผู้เปิดรับสื่อรู้เท่าทัน สถานการณ์ และมีความ ได้เปรียบในการใช้ชีวิต ในปัจจุบัน	เป็นบุคลิกของวัยผู้ใหญ่ คนทำงานหัวโบราณ มี เนื้อหาสาระเยอะ แต่ดู ไม่น่าสนใจเท่าที่ควร
เป็นช่องทหาร เน้น เนื้อหาสาระ ความรู้ หนักๆ	ข่าวสาร สาระ ความรู้	ทำให้ผู้ชมได้รับความรู้ ข่าวสาร สาระ ที่รวดเร็ว ชัดเจน และทันต่อ สถานการณ์	เป็นลักษณะของคนไทย ที่ดูสูงอายุ ให้ความรู้ และสาระที่มีเนื้อหา หนักๆ
เป็นช่องทางการ มี ความเป็นเอกลักษณ์ เป็นทางการ ไม่ ฝักใฝ่ฝ่ายใด	ทำให้ผู้ชมทันต่อ สถานการณ์และ รับรู้ความ เปลี่ยนแปลง ภายในประเทศ	ได้รับข่าวสารที่มีความ เที่ยงตรง ไม่ฝักใฝ่ฝ่ายใด	ดูเป็นบุคลิกภาพใน รูปแบบของทหาร มุ่งเน้น เนื้อหาสาระ ดูมี ความเป็นกลาง น่าเชื่อถือ และมุ่งเน้น ความมั่นคง ภายในประเทศ
มุ่งเน้นไปที่สาระ ความรู้	มีสาระดี	มีความแตกต่าง โดดเด่น	เป็นผู้ใหญ่ อายุ ประมาณ 30 ปี ขึ้นไป

ตารางที่ 26 (ต่อ)

1. คุณลักษณะของ ตราสินค้า (Attribute) ที่นำไปสู่การทำให้ เกิดการจดจำ	2. คุณประโยชน์ (Benefit)	3. คุณค่า (Value) ที่ทำให้เกิดความภูมิใจ ไว้ใจ	4. บุคลิกภาพของตรา สินค้า (Personality) คือตราสินค้าที่ทำให้ ผู้ใช้เกิดบุคลิกภาพ สอดคล้องไปกับตรา สินค้า
เป็นช่อง สถานี โทรทัศน์ ที่อยู่ ภายใต้การดูแลของ ทหาร	มีข่าวสารข้อมูล ที่ เยอะ และรวดเร็ว ทันต่อสถานการณ์ เป็นกลาง	ความเป็นกลางในการ นำเสนอข้อมูลข่าวสาร	อายุการเปิดให้บริการ อาจจะมากถึง 50 กว่าปี หากแต่ประสบการณ์ เทียบเท่า คนอายุเพียง 20-30 ปี อายุอาจจะมาก แต่ยังไม่ประสบความสำเร็จ เมื่อเทียบกับ ระยะเวลาในการก่อตั้ง
สถานีโทรทัศน์เพื่อ ความมั่นคง	ข่าวสารที่เป็นกลาง ชัดเจน มีความ มั่นคง และทันต่อ สถานการณ์	ไม่มีการนำเสนอที่เป็น ผลประโยชน์แฝงทาง ธุรกิจ โดยหวังผลกำไร	มีบุคลิกที่มั่นคง มีความ สุขุม นุ่มนวล เป็นกลาง มีลักษณะของการผ่อน คลาย (Compromise) ที่ดี
ช่องทีวีสาธารณะ เพื่อความมั่นคง เน้น ข้อมูลข่าวสารที่เป็น สาระความรู้เป็น หลัก	การได้รับข้อมูลที่มี ความเที่ยงตรง ชัดเจนและเชื่อถือ ได้ ทำให้รู้เท่าทัน สถานการณ์ และ วางแผนรับมือได้ ทันทั่วทั้ง	ข้อมูลข่าวสารที่มี ความชัดเจนเที่ยงตรง และเชื่อถือได้	เป็นช่องทีวีสาธารณะ บุคลิกภาพดูเป็นผู้ใหญ่ มีความน่าเชื่อถือ และมี ความมั่นคงชัดเจน
เป็นช่องโทรทัศน์ที่ แสดงถึงความมั่นคง ปลอดภัย และ เชื่อถือได้	ได้รับข่าวสารที่ เที่ยงตรง เป็นกลาง ไม่มีการเข้าข้างฝ่าย ใด	การเป็นสถานีโทรทัศน์ที่ ได้รับความเชื่อถือ จาก ผู้ชม ในด้านของความ มั่นคงเป็นกลาง	เป็นข้าราชการคนหนึ่ง มีการทำงานที่มีความ ยึดหยุ่น อะลุ่มอล่วย ใกล้ชิดเคียงกับรัฐวิสาหกิจ ที่มีความเป็นข้าราชการ

ตารางที่ 26 (ต่อ)

1. คุณลักษณะของ ตราสินค้า (Attribute) ที่นำไปสู่การทำให้ เกิดการจดจำ	2. คุณประโยชน์ (Benefit)	3. คุณค่า (Value) ที่ทำให้เกิดความภูมิใจ ไว้ใจ	4. บุคลิกภาพของตรา สินค้า (Personality) คือตราสินค้าที่ทำให้ ผู้ใช้เกิดบุคลิกภาพ สอดคล้องไปกับตรา สินค้า
			และเอกชน โดยถ้ามอง ในมุมมองของเอกชน จะ เป็นเอกชนที่ดูไม่ทัน สมัย เหมือนอาจารย์ใน มหาวิทยาลัยที่มีอายุ ดู ไม่ทันสมัย และตาม โลกไม่คอยทัน
ช่องที่อัดแน่นด้วย ความรู้ และสาระ มุ่งเน้นความ น่าเชื่อถือ และมี ประโยชน์	การพัฒนาความรู้ ความสามารถให้ ทันต่อเหตุการณ์ และมีความ น่าเชื่อถือ	ความน่าเชื่อถือของข่าว สารข้อมูล เนื้อหา ที่ดูมี ความสำคัญและไม่ กระทบกับความมั่นคง ของชาติ	เปรียบเสมือนคนวัน กลางคน ดูเป็นคนที่มี ความน่าเชื่อถือ แล้วอยู่ ในวัยกลางคน
ช่องข่าวที่ดูมีความ น่าเชื่อถือ เป็นกลาง แต่มีการนำเสนอ ข่าวที่ซ้า และดูไม่ น่าสนใจ	การสร้างสรรค์ สาระความรู้ให้กับ ผู้ชม อย่าง เหมาะสม รู้เท่าทัน และเชื่อถือได้	ข่าวสารที่มีความมั่นคง น่าเชื่อถือ ให้ความรู้สึก ปลอดภัย	มีความมั่นคง น่าเชื่อถือ และให้ความรู้สึก ปลอดภัย เข้ากับทุกคน ชั้น ได้ดี และมีความ ล้ำสมัย เชื่องช้าในการ นำเสนอ ดูเป็น ข้าราชการที่ไม่ทันสมัย
เพื่อให้การสื่อสาร สร้างความมั่นใจ กองทัพของ ประชาชน ทหาร กิจการวิทย์	การนำเสนอข่าว เพื่อให้เกิดการ สื่อสารและการ รับรู้	สร้างความมั่นใจ และการ สื่อสารเพื่อประชาชน	บุคลิกของช่อง5 เป็น บุคลิกของข้าราชการ โดยแม้จะมีการแต่งตัว ใหม่ให้ทันสมัย เปลี่ยนแปลงเสื้อผ้า

ตารางที่ 26 (ต่อ)

1. คุณลักษณะของ ตราสินค้า (Attribute) ที่นำไปสู่การทำให้ เกิดการจดจำ	2. คุณประโยชน์ (Benefit)	3. คุณค่า (Value) ที่ทำให้เกิดความภูมิใจ ไว้ใจ	4. บุคลิกภาพของตรา สินค้า (Personality) คือตราสินค้าที่ทำให้ ผู้ใช้เกิดบุคลิกภาพ สอดคล้องไปกับตรา สินค้า
			แต่ก็ยังเป็นคนเดิม ที่ น่าเชื่อถือ และไว้ใจได้
ทีวีสาธารณะเพื่อ ความมั่นคง	นำเสนอข่าวสาร ข้อมูลอย่าง เที่ยงตรง และมี ความน่าเชื่อถือ	ข้อมูลที่ได้รับมีความ แม่นยำและชัดเจน	บุคลิกแบบข้าราชการที่ มีความจริงจังและจะพูด ทุกอย่างที่ได้รับการ ยืนยันแล้วมีความ แม่นยำและน่าเชื่อถือได้ 100%
ช่องโทรทัศน์วิทยุ เพื่อเรียนรู้และ ดำเนินงานเกี่ยวกับ การแพร่ภาพสื่อ ต่างๆ มีความมั่นคง และเผยแพร่ข่าวสาร ที่ถูกต้อง	นำเสนอความถูก ต้องในเรื่องของ สร้างความรู้ ความถูกต้องให้กับ ประชาชน เสนอ ข่าวสารทาง ราชการ ส่วนเรื่อง สาระบันเทิงต่างๆ ก็ออกด้วย แต่ที่เรา จะทำรายการต่างๆ ให้	การสร้างความรู้ที่ ถูกต้องให้กับประชาชน	เป็นช่องฟรีทีวีที่มีความ น่าเชื่อถือและมีความ มั่นคงเป็นกลาง นำเสนอข่าวได้อย่างมี ประสิทธิ- ภาพ
ช่องยังดูเหมือนเดิม ไม่มีการพัฒนา เหมือนคนอายุ เยอะๆ	ช่องข่าวที่เน้น สาระความรู้	ความแม่นยำ และเชื่อถือ ได้ของข่าวที่นำเสนอ	เป็นผู้ชาย อายุเยอะ มีแต่ วิชาการ ไม่ค่อยร่าเริง ไม่แจ่มใส มีความสุขุม

ตารางที่ 26 (ต่อ)

1. คุณลักษณะของ ตราสินค้า (Attribute) ที่นำไปสู่การทำให้เกิด การจดจำ	2. คุณประโยชน์ (Benefit)	3. คุณค่า (Value) ที่ทำให้เกิดความภูมิใจ ไว้ใจ	4. บุคลิกภาพของตรา สินค้า (Personality) คือตราสินค้าที่ทำให้ ผู้ใช้เกิดบุคลิกภาพ สอดคล้องไปกับตรา สินค้า
ทีวีที่นำเสนอข่าวสาร ความมั่นคง	การให้ข้อมูล ข่าวสารความรู้ ที่ เชื่อถือได้และมี ความมั่นคง	ให้ความรู้ความเข้าใจกับ ประชาชน ในด้านความ มั่นคงทั้ง 6 ด้าน 1. ด้าน ความมั่นคง 2. ด้านการ เมือง 3. ด้านเศรษฐกิจ 4. ด้านสังคม 5. ด้าน การอาหาร 6.ด้าน วิทยาศาสตร์ และ เทคโนโลยี	ทหารที่อาศัยต่อชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์ โดยมุ่งเน้นในเรื่องของ ชาติ และกึ่ง พระมหากษัตริย์
ตอบลำบาก เพราะว่า ในการเดินทิศทาง ช่อง 5 มันเปลี่ยนไป ในทุกๆปี	การนำเสนอข่าว และสาระ	ข่าวสารเพื่อความมั่นคง และเชื่อถือได้	คนอ้วน คนใหญ่ แข็งแรง แต่บางครั้งก็ อ้วนเกินไป เหมือนกับ คนที่อ้วนมากๆ เขาไม่ แข็งแรง ยิ่งอ้วน
โดยเปลี่ยนไปตาม วิสัยทัศน์ของผู้ บริหารในแต่ละยุค แต่ละสมัยแต่ก็ควร ไปในทิศทางเดียวกัน			ใหญ่ยิ่งอ่อนแอ จึงควร ต้องกำจัดไขมันใน ลักษณะของช่อง 5
ช่องทีวีในการ นำเสนองานด้าน ความมั่นคงและ ข่าวสาร	ข่าวสารสาระ ความรู้ ที่เข้มข้น	นำเสนอข่าวที่มีความ แม่นยำเชื่อถือได้ และเป็น กลาง	ช่องที่มีอายุยาวนานมา เกือบ 58 ปี บุคลิกเป็น ทหารที่คอยนำเสนอ ข่าวสาร และสาระ ความรู้ให้แก่ประชาชน

ตารางที่ 26 (ต่อ)

1. คุณลักษณะของ ตราสินค้า (Attribute) ที่นำไปสู่การทำให้เกิด การจดจำ	2. คุณประโยชน์ (Benefit)	3. คุณค่า (Value) ที่ทำให้เกิดความภูมิใจ ไว้ใจ	4. บุคลิกภาพของตรา สินค้า (Personality) คือตราสินค้าที่ทำให้ ผู้ใช้เกิดบุคลิกภาพ สอดคล้องไปกับตรา สินค้า
คู่มือที่น่าเชื่อถือ และเชิงซ้ำและขาด ความคล่องตัว ทุก อย่างต้องอยู่ในกรอบ ขาดความคิด สร้างสรรค์	ข่าวสารที่มีความ เที่ยงตรง เป็น กลาง น่าเชื่อถือ	ความน่าเชื่อถือ มั่นคง ไว้ใจได้	เป็นผู้ใหญ่ใจดี มีความ อบอุ่น น่าเชื่อถือและ ไว้ใจได้
ช่องโทรทัศน์ที่มี ความมั่นคงปลอดภัย	มีการคัดกรอง ข่าวสาร ทำให้ ได้รับข่าวสารที่มี ความเป็นจริง ค่อนข้างชัดเจน มั่นคง	ช่องโทรทัศน์ที่มีความ ปลอดภัย มั่นคง น่าเชื่อถือ	เหมือนข้าราชการผู้ใหญ่ มีระเบียบวินัยค่อนข้าง สูง
การนำเสนอข่าวสาร หรือ เนื้อหา ที่มีอยู่ใน กรอบ ทำให้ดูดีดๆ ชัดๆ	มีเนื้อหาข่าวสาร และสาระใน ปริมาณมาก	ได้รับข่าวสารที่ผ่านการ คัดกรอง มีความเที่ยงตรง เป็นกลาง เชื่อถือได้	เป็นช่องที่มีบุคลิก กลางๆ ไม่ช้า ไม่เร็ว และมองว่าเป็นช่อง ทหาร
ช่อง 5 เป็นช่องที่ไม่มี เจ้าของอย่างแท้จริง เป็นองค์กรกึ่งธุรกิจที่ มีระบบราชการมา ครอบ ซึ่งทำให้ระบบ ธุรกิจเคลื่อนที่ได้ไม่ เต็มตัว	ข่าวสารที่มีความ ชัดเจนเที่ยงตรง และเป็นกลาง	ความน่าเชื่อถือของข่าวที่ นำเสนอ	เป็นภาพของข้าราชการ ที่ค่อนข้างเต็มรูปแบบ

ตารางที่ 26 (ต่อ)

1. คุณลักษณะของ ตราสินค้า (Attribute) ที่นำไปสู่การทำให้เกิด การจดจำ	2. คุณประโยชน์ (Benefit)	3. คุณค่า (Value) ที่ทำให้เกิดความภูมิใจ ไว้ใจ	4. บุคลิกภาพของตรา สินค้า (Personality) คือตราสินค้าที่ทำให้ ผู้ใช้เกิดบุคลิกภาพ สอดคล้องไปกับตรา สินค้า
เป็นช่องบันทึงที่มี สาระ	การนำเสนอ ข้อมูล ที่เป็น สาระ บันทึง เกี่ยวกับกิจกรรม ความมั่นคง ของ ทางภาครัฐ	ทำให้ผู้ชมได้รับรู้ และ เข้าใจในข้อมูลที่ได้รับ มี ความน่าเชื่อถือ	บุคลิกภาพเป็นแบบช่อง ทหาร ทำอะไรก็ต้องคิด ให้รอบคอบ
ช่องโทรทัศน์ซึ่ง นำเสนอาน สาธารณะ เพื่อความ มั่นคง ประเภทสังคม	ข่าวสารข้อมูล เพื่อความมั่นคง ของสถาบัน	การรักษาความมั่นคง และคัดกรองสื่อเพื่อ ผลประโยชน์ของสังคม ในภาพรวม	เป็นผู้ชายวัยทำงาน สถานะทางสังคมมี ความมั่นคง ดูเป็น ข้าราชการใจดี เป็น สุภาพบุรุษ มีความ จริงใจ เปิดเผย ตรงไปตรงมา
เป็นช่องข่าวที่ดูจริงจัง มุ่งเน้นสาระ และ ข้าราชการ	การนำเสนอข่าว ที่เชื่อถือได้	การแพร่กระจายข่าวในวง กว้างที่มีการคัดกรอง และ มีความน่าเชื่อถือ	เป็นผู้ชายที่มีบุคลิกภาค เท่ และค่อนข้างมาก เข้ม จึงข้ง เป็นลักษณะ ว่าไม่ได้เป็นผู้ชายขี้เล่น
เป็นช่องทหาร ทำ อะไรอยู่ในกรอบ และตามกฎหมาย	การนำเสนอข่าว ที่ถูกต้องและ ทันทั่วถึง	ข่าวที่นำเสนอมีการคัด กรอง ทั้งข่าวภายในและ ข่าวภายนอกประเทศ	ดูเป็นช่องทหาร ดูไม่ ทันสมัย ทำอะไรต้องอยู่ ในกรอบ

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกพบองค์ประกอบภาพลักษณ์ที่สำคัญ 4 ประการ ได้แก่ คุณลักษณะของตราสินค้า คุณประโยชน์ คุณค่าและบุคลิกภาพของตราสินค้า โดยประเด็นหลักๆ ที่พบ เช่น ด้านคุณลักษณะของตราสินค้า มีความน่าเชื่อถือ รวดเร็ว มีความมุ่งมั่น เป็นกลาง มั่นคง ด้านคุณประโยชน์ มีภาพลักษณ์การนำเสนอข่าวสาร สารที่เป็นกลาง ด้านคุณค่า พบว่านำเสนอคุณค่าที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมและเป็นกลาง สนับสนุนความมั่นคงของประเทศ ด้านบุคลิกภาพ มีความเป็นกลาง เป็นชายชาติทหาร มีความมั่นคง ซึ่งนำไปสู่การวิเคราะห์องค์ประกอบของภาพลักษณ์

2.2 การวิเคราะห์องค์ประกอบภาพลักษณ์ (AVBP) ของ ททบ. 5

การวิเคราะห์องค์ประกอบภาพลักษณ์ของ ททบ.5 ได้วิเคราะห์ตามองค์ประกอบสำคัญที่ได้จากการทบทวนแนวคิดและทฤษฎี ประกอบไปด้วย 4 องค์ประกอบ คือ คุณลักษณะของตราสินค้า (Attribute) คุณประโยชน์ (Benefit) คุณค่า (Value) และบุคลิกภาพของตราสินค้า (Personality) หรือ ABVP

ตารางที่ 27 การวิเคราะห์ องค์ประกอบภาพลักษณ์ (ABVP)

คุณลักษณะของตราสินค้า (Attribute)	คุณประโยชน์ (Benefit)
1. เป็นช่องข่าวที่มีความน่าเชื่อถือ รวดเร็วและชัดเจน	1. ข่าวสารข้อมูลที่รวดเร็วทันต่อสถานการณ์
2. เป็นช่องที่มีสาระเข้มข้น มีหลักการ	2. ข่าวสาร สาระ ความรู้มีสาระประโยชน์
3. เป็นช่องทหาร มีความเป็นเอกลักษณ์ ไม่ฝักใฝ่ฝ่ายใด	3. ข่าวสารมีความเป็นกลาง ชัดเจน
4. เป็นช่องที่วิสาธารณะเพื่อความมั่นคง	4. ข่าวสาร สาระความรู้เชื่อถือได้
5. ทิศทางช่อง 5 เปลี่ยนไปในทุกปี	
6. การนำเสนอข่าวสารและเนื้อหาอยู่ในกรอบ	
7. ช่องที่ดูจริงจัง มุ่งมั่น	

ตารางที่ 27 (ต่อ)

คุณค่า (Value)	บุคลิกภาพของตราสินค้า (Personality)
1. สร้างความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง	1. บุคลิกเหมือนผู้สูงอายุ มีความน่าเชื่อถือ
2. สร้างความได้เปรียบในการใช้ชีวิตปัจจุบัน	ได้รับความไว้วางใจ ให้ความรู้ที่ปลอดภัย
3. ข่าวสารที่เป็นกลางผ่านการคัดกรอง มีความน่าเชื่อถือ	2. บุคลิกวัยผู้ใหญ่ คนทำงานมี เนื้อหาสาระจำนวนมาก
4. สร้างความมั่นใจในการสื่อสารแก่ประชาชน	3. บุคลิกภาพแบบทหาร มีความเป็นกลาง น่าเชื่อถือ มุ่งเน้นความมั่นคงภายในประเทศ
5. การรักษาความมั่นคงของสถาบันชาติ และพระมหากษัตริย์	4. เป็นนักวิชาการ ที่นำเสนอข้อมูลที่อัดแน่นไปด้วยคุณประโยชน์
	5. เป็นผู้ชายวัยทำงาน สถานะภาพทางสังคมมีความมั่นคง
	6. เป็นสุภาพบุรุษ เปิดเผยตรงไปตรงมา

จากตารางที่ 27 สามารถจำแนกรายละเอียดเพิ่มเติมขององค์ประกอบภาพลักษณ์ (ABVP) ได้ดังนี้

(1) คุณลักษณะ (ATTRIBUTE: A)

กลุ่มที่ 1 ผู้ชม โดยสรุปในส่วนของ คุณลักษณะ (ATTRIBUTE: A) ของสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ในมุมมองของผู้ชม พบว่า สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 มีคุณลักษณะเป็นช่องที่ได้รับการกำกับดูแลโดยทหาร และสถานีข่าวที่มีความน่าเชื่อถือ นำเสนอข่าวได้อย่างรวดเร็วและชัดเจน มุ่งเน้นสาระความรู้ที่มีความเข้มข้น และเป็นกลาง อย่างมีหลักการ แต่มีการนำเสนอที่ไม่ค่อยน่าสนใจ เนื่องจากการนำเสนอที่มีความจริงจังและใช้ศัพท์ที่ดูเป็นทางการมาก จึงทำให้ผู้ชมรู้สึกว่าเป็นเรื่องที่หนักและเข้าใจยาก จึงทำให้เป็นช่องสถานีที่ไม่ค่อยมีความน่าสนใจในการนำเสนอ โดยสามารถสรุปประเด็นสำคัญในการสัมภาษณ์ผู้ชมทั้ง 5 ท่าน คือ ททบ.5 มีคุณลักษณะที่โดดเด่นด้านข่าวสาร ความน่าเชื่อถือ ความรวดเร็วของการนำเสนอข่าว ตรงประเด็น เป็นกลาง และมีแต่สาระความรู้

กลุ่มที่ 2 บุคลากร โดยสรุปในส่วนของ คุณลักษณะ (ATTRIBUTE: A) ของสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ในมุมมองของบุคลากร สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 มีคุณลักษณะเป็นช่องสถานีโทรทัศน์ที่เป็นทีวีสาธารณะ อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของทหาร เป็นสถานีโทรทัศน์เพื่อความมั่นคง ให้ความรู้ที่ปลอดภัย และเชื่อถือได้ และเป็นกลาง แต่นำเสนอข่าวค่อนข้างซ้ำมีการนำเสนอที่ดูไม่มีความน่าสนใจ โดยสามารถสรุปประเด็นสำคัญจากการสัมภาษณ์บุคลากรทั้ง 6 ท่าน

คือ คุณลักษณะการเป็นช่องโทรทัศน์ของทหาร นำเสนอประเด็นด้านความมั่นคงปลอดภัย และมีความน่าเชื่อถือในการนำเสนอ

กลุ่มที่ 3 ผู้บริหาร สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 โดยสรุปในส่วนของ คุณลักษณะ (ATTRIBUTE: A) ในมุมมองของผู้บริหารสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 พบว่ามีคุณลักษณะเป็นช่องทีวีสาธารณะที่นำเสนอข่าวเพื่อความมั่นคง สร้างความมั่นใจให้ประชาชน สร้างความสัมพันธ์ระหว่างกองทัพกับประชาชน ที่มีการเผยแพร่ข่าวสาร โดยคำนึงถึงความถูกต้องชัดเจนเชื่อถือได้ แต่มีทิศทางการบริหารที่ไม่แน่นอน เนื่องจากมีการเปลี่ยนแปลงนโยบายตามผู้บริหาร โดยสามารถสรุปประเด็นสำคัญจากการสัมภาษณ์ผู้บริหารสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ทั้ง 6 ท่าน คือคุณลักษณะสำคัญในเรื่องของการที่เป็นสถานีโทรทัศน์ที่มีความมุ่งมั่นในการให้การสื่อสารเพื่อสร้างความมั่นคงกองทัพของประชาชน การนำเสนอข่าวสารที่ถูกต้องครบถ้วน และมั่นคงเป็นกลาง

กลุ่มที่ 4 ผู้ผลิตรายการ โดยสรุปในส่วนของ คุณลักษณะ (ATTRIBUTE: A) ของสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ในมุมมองของผู้ผลิตรายการ สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 มีคุณลักษณะเป็นช่องโทรทัศน์เพื่อความมั่นคงของสถาบันชาติและพระมหากษัตริย์ และมุ่งมั่นปลอดภัยนำเสนอข่าวที่เป็นสาธารณะ เพื่อความมั่นคงทางด้านสังคม แต่มีการนำเสนอเนื้อหาอยู่ภายในกรอบการกำกับดูแลของทางภาครัฐ ขาดความคิดสร้างสรรค์ และไม่มีเจ้าของที่แท้จริงขาดจุดยืนที่แน่นอน โดยสามารถสรุปประเด็นสำคัญจากการสัมภาษณ์ผู้ผลิตรายการทั้ง 6 ท่าน คือ คุณลักษณะด้านความน่าเชื่อถือ มุ่งเน้นความปลอดภัยของสถาบันชาติและพระมหากษัตริย์

กลุ่มที่ 5 ผู้สนับสนุน โดยสรุปในส่วนของ คุณลักษณะ (ATTRIBUTE: A) ในมุมมองของผู้สนับสนุนสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 มีคุณลักษณะเป็นช่องทหารที่ทำอะไรอย่างมีระเบียบและเป็นไปตามกฎเกณฑ์ คุณไม่มีตัวตนนโยบายไม่มีความแน่นอนเนื่องจากเปลี่ยนแปลงผู้บริหารบ่อย ไม่มีจุดยืนเป็นของตนเอง และเป็นสถานีโทรทัศน์ที่คุณจริงจัง มุ่งสาระ มีรูปแบบเหมือนข้าราชการอายุเยอะ ดังนั้นสามารถสรุปประเด็นสำคัญในการสัมภาษณ์ ผู้สนับสนุนทั้ง 4 ท่าน คือ คุณลักษณะด้านความจริงจังของการนำเสนอข่าว สาระและระบบข้าราชการ ปฏิบัติตามกรอบตามกฎเกณฑ์ แต่คุณไม่มีตัวตน ไม่มีจุดยืนที่โดดเด่นเพียงพอ

สามารถสรุปคุณลักษณะ (ATTRIBUTE: A) ของสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ในด้านบวกพบว่าจะมีคุณลักษณะในเรื่องของเป็นช่องข่าวสารข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือ รวดเร็วและชัดเจน มีสาระเข้มข้น นำเสนอข่าวสารเพื่อความมั่นคง นำเสนอเนื้อหาต่างๆ อยู่ในกรอบ และขอบเขตของการกำกับดูแล คุณมีความมุ่งมั่น จริงจัง ในขณะที่ด้านลบจะมีคุณลักษณะในด้านของ เป็นช่องที่คุณไม่มีความน่าสนใจ เอาแน่เอาอนไม่ได้เปลี่ยนรูปแบบ ของช่องตามนโยบายของผู้บริหาร เนื่องจากเป็นข้าราชการทหารในด้านการนำเสนอเนื้อหา ให้ความรู้ลึกซึ้งชัด เนื่องจากกรอบข้อบังคับของหน่วยงานที่กำกับดูแล และด้วยความที่เป็นสถานีโทรทัศน์ของทางภาครัฐ ภายใต้การกำกับดูแลของกองทัพทำให้มีข้อจำกัดในการนำเสนอเนื้อหาอยู่จำนวนมาก ส่งผลให้เกิดความรู้สึกลึกซึ้ง

(2) คุณประโยชน์ (BENEFIT: B)

กลุ่มที่ 1 ผู้ชม โดยสรุปในด้านของคุณประโยชน์ (BENEFIT: B) ของสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ในมุมมองของผู้ชม สามารถสรุปคุณประโยชน์ที่ได้รับ คือเป็นแหล่งข้อมูลที่มีความรวดเร็วและทันต่อสถานการณ์ มีเนื้อหา ประเภทข่าวสารสาระ และข่าวบ้านเมืองเป็นจำนวนมาก และทำให้ผู้ชมทันต่อสถานการณ์ สามารถรับรู้ความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นภายในประเทศ โดยจะเห็นได้ว่าคุณประโยชน์ส่วนใหญ่จะมุ่งเน้นไปที่ข่าวสารสาระความรู้ และการรายงานข่าวที่ทันทั่วทั้งทำให้พร้อมรับมือกับความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น โดยจะสามารถสรุปประเด็นสำคัญจากการสัมภาษณ์ผู้ชมทั้ง 5 ท่าน คือ เป็นแหล่งของข้อมูลข่าวสารที่มีความรวดเร็ว ทันต่อเหตุการณ์ ข่าวสารสาระ และข่าวสารบ้านเมือง เป็นจำนวนมาก นำเสนออย่างชัดเจน และเป็นประโยชน์ทันต่อเหตุการณ์

กลุ่มที่ 2 บุคลากร โดยในด้าน คุณประโยชน์ (BENEFIT: B) ของสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ในมุมมองของบุคลากร สามารถสรุปคุณประโยชน์ที่ได้รับ คือการได้รับข่าวสารจำนวนมากและมีความรวดเร็วเป็นกลาง ในการนำเสนอข้อมูล ได้อย่างน่าเชื่อถือ ชัดเจนและตรงประเด็น นำเสนอข่าวได้รวดเร็วฉับไว และการสร้างสรรค์สาระความรู้ อย่างมีความเหมาะสม และรู้เท่าทัน จะเห็นได้ว่าบุคลากรส่วนใหญ่จะรู้สึกถึงคุณประโยชน์ของทาง ททบ.5 ในแง่ของการนำเสนอข่าวที่น่าเชื่อถือ เหมาะสม และเป็นกลาง เนื่องจากมีความแตกต่างจากช่องสถานีอื่นที่มีในเรื่องของผลประโยชน์ทางธุรกิจแอบแฝง โดยสามารถสรุปประเด็นสำคัญจากการสัมภาษณ์บุคลากรทั้ง 6 ท่าน คือ การนำเสนอข่าวสารข้อมูลจำนวนมากและรวดเร็วอย่างเป็นกลาง ทันต่อเหตุการณ์ มีความชัดเจนเที่ยงตรงเชื่อถือได้

กลุ่มที่ 3 ผู้บริหารสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 โดยสรุปด้าน คุณประโยชน์ (BENEFIT: B) ในมุมมองของผู้บริหารสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 คือ การนำเสนอข่าวสารให้เกิดสาระความรู้ที่ถูกต้องและมีความชัดเจนกับประชาชน ให้ข้อมูลที่ผ่านการคัดกรองมีความน่าเชื่อถือ และความเข้มข้นของสาระความรู้ที่นำเสนอ โดยจะเห็นว่าในมุมมองผู้บริหารเล็งเห็นถึงคุณประโยชน์ในเรื่องของการคัดกรองข้อมูลข่าวสาร และคุณภาพของข้อมูลข่าวสารที่นำเสนอซึ่งมีประโยชน์กับประชาชนเป็นสำคัญ โดยสามารถสรุปประเด็นสำคัญจากการสัมภาษณ์ผู้บริหารสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ทั้ง 6 ท่าน คือ การนำเสนอคุณประโยชน์สำคัญในเรื่องของการนำเสนอข่าวให้เกิดการรับรู้ข่าวสาร และการสื่อสารข้อมูลที่มีความถูกต้อง ชัดเจนให้กับประชาชนสามารถเชื่อถือได้ และมีความมั่นคง

กลุ่มที่ 4 ผู้ผลิตรายการ โดยสามารถสรุปในด้าน คุณประโยชน์ (BENEFIT: B) ของสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ในมุมมองของผู้ผลิตรายการ คือการนำเสนอข่าวสารที่มีการคัดกรองข้อมูล มีความเที่ยงตรงชัดเจน เป็นกลางเชื่อถือได้ ปริมาณของเนื้อหาสาระที่มีปริมาณมาก มีข้อมูลสาระบันเทิงเกี่ยวกับกิจกรรมของทางภาครัฐ และข่าวสารความมั่นคงของสถาบัน โดยจะเล็งเห็นได้ว่าผู้ผลิตรายการส่วนใหญ่มองว่าคุณประโยชน์ของ ททบ.5 จะเป็นในเรื่องของข่าวสารเนื้อหาสาระ

การคัดกรองที่มีความเป็นกลาง และข้อมูลความมั่นคงด้านสถาบัน เกี่ยวกับทางภาครัฐต่างๆ โดยสามารถสรุปประเด็นสำคัญจากการสัมภาษณ์ผู้ผลิตรายการทั้ง 6 ท่าน คือ ความเที่ยงตรง เป็นกลาง น่าเชื่อถือ นำเสนอข่าวสารที่ชัดเจน

กลุ่มที่ 5 ผู้สนับสนุน โดยสามารถสรุปในด้าน คุณประโยชน์ (BENEFIT: B) ของสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ในมุมมองของผู้สนับสนุน คือการนำเสนอข่าวที่มีความน่าเชื่อถือ มีความถูกต้องและทันทั่วถึงที่ มุ่งเน้นสาระความรู้ โดยจะเห็นได้ว่าผู้สนับสนุนส่วนใหญ่ถึงเห็นคุณประโยชน์สำคัญในด้านของการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่มีความแตกต่างชัดเจน และมีการคัดกรองที่มีความถูกต้องแม่นยำสามารถเชื่อถือได้ โดยสามารถสรุปประเด็นสำคัญจากการสัมภาษณ์ผู้สนับสนุนทั้ง 4 ท่าน คือ สาระและประโยชน์ที่สำคัญของ ททบ.5 คือการนำเสนอข่าวสารที่น่าเชื่อถือได้ ทันต่อเหตุการณ์ มีสาระความรู้

สามารถสรุปคุณประโยชน์ (BENEFIT: B) ของสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ได้ว่าการนำเสนอเนื้อหาประเภทข่าวสารข้อมูลที่มีความรวดเร็ว ฉับไว ทันต่อสถานการณ์ เพื่อให้ประชาชนสามารถรู้เท่าทันสถานการณ์ และวางแผนการใช้ชีวิตในด้านของข่าวสาร สาระ และความรู้ มีความเข้มข้น อัดแน่นด้วยข้อมูลเนื้อหาสาระที่มีประโยชน์ ผ่านการคัดกรองมาแล้วเป็นอย่างดีว่ามีความเหมาะสมกับผู้ชม ในด้านความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสารมีความเป็นกลาง ชัดเจน ไม่ฝักใฝ่ฝ่ายใด โดยที่ผู้ชมสามารถเชื่อถือได้ว่าเป็นข้อมูลที่ถูกต้องตรงตามข้อเท็จจริงนั่นเอง

(3) คุณค่า (VALUE: V)

กลุ่มที่ 1 ผู้ชม โดยสามารถสรุปในด้าน คุณค่า (VALUE: V) ของสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ในมุมมองของผู้ชม คือ ทำให้ผู้ชมรู้เท่าทันสถานการณ์ และมีความได้เปรียบในการใช้ชีวิตปัจจุบันเป็นสถานีข่าวที่ได้รับความไว้วางใจ และนำเสนอสารคดีเกี่ยวกับสาระความรู้ มีความเป็นกลางในการนำเสนอข่าว และมีความรวดเร็วทันต่อสถานการณ์ และมีความแตกต่างโดดเด่นในการนำเสนอเนื้อหาโดยส่วนใหญ่ คุณค่าของ ททบ.5 สำหรับผู้ชมจะเป็นในด้านของการนำเสนอข่าวสารเนื้อหาสาระได้อย่างเป็นกลางมีเนื้อหาที่ค่อนข้างมาก และสร้างความได้เปรียบในการใช้ชีวิตให้กับผู้ชม โดยสามารถสรุปประเด็นสำคัญจากการสัมภาษณ์ผู้ชมทั้ง 5 ท่าน คือ คุณค่าของการเป็นผู้สื่อข่าวหรือช่องข่าวที่ได้รับความไว้วางใจจากคนทุกกลุ่ม นำเสนอสารคดีที่ให้ความรู้ ทันต่อเหตุการณ์และเป็นประโยชน์ต่อการดำรงชีวิต

กลุ่มที่ 2 บุคลากร โดยสรุปในด้าน คุณค่า (VALUE: V) ของสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ในมุมมองของบุคลากร คือความเป็นกลางในการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร สามารถเชื่อถือได้ และมีความสำคัญ การไม่มีผลประโยชน์ทางธุรกิจแอบแฝงในการนำเสนอข้อมูล และการนำเสนอข่าวที่ทำให้ผู้ชมรู้สึกไว้วางใจในการรับชม โดยจะเห็นได้ว่าในมุมมองของบุคลากรจะเห็นคุณค่าของ ททบ.5 ในลักษณะของการนำเสนอข้อมูลที่มีความเป็นกลางไม่มีผลประโยชน์แอบแฝง ความน่าเชื่อถือขององค์กร และเนื้อหา ที่นำเสนอมีความสำคัญ ไม่กระทบต่อความมั่นคงของสถาบันชาติ

และพระมหากษัตริย์ โดยสามารถสรุปประเด็นสำคัญจากการสัมภาษณ์บุคลากรทั้ง 6 ท่านได้ คือ การนำเสนออย่างเป็นกลาง ไม่แอบแฝงผลประโยชน์ทางธุรกิจ นำเสนออย่างเที่ยงตรง เชื่อถือได้ ไม่กระทบต่อความมั่นคงของชาติ

กลุ่มที่ 3 ผู้บริหารสถานีวิทยุโทรทัศน้กองทัพบกช่อง 5 โดยสรุปในด้าน คุณค่า (VALUE: V) ในมุมมองของผู้บริหารสถานีวิทยุโทรทัศน้กองทัพบกช่อง 5 คือ การสร้างความมั่นใจ และทำการกระจายข้อมูลข่าวสารเพื่อผลประโยชน์ของประชาชน สร้างการรับรู้ที่ถูกต้อง ให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความมั่นคงในด้านต่างๆ รวมทั้งการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่มีความเป็นกลาง แม่นยำ และเชื่อถือได้ โดยจะเห็นได้ว่าในมุมมองของผู้บริหารสถานีวิทยุโทรทัศน้กองทัพบกช่อง 5 คุณค่าของ ททบ.5 จะเป็นในส่วนของ การสร้างความรู้ความเข้าใจให้กับประชาชนโดยคำนึงถึงความมั่นคงในด้านต่างๆ เป็นสำคัญ รวมทั้งความเป็นกลางในการนำเสนอข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือและได้รับความไว้วางใจ โดยสามารถสรุปประเด็นสำคัญจากการสัมภาษณ์ผู้บริหารทั้ง 6 ท่าน คือ นำเสนอคุณค่าเรื่องความมั่นใจและการสื่อสารเพื่อประชาชน สร้างการรับรู้ที่ดีและถูกต้องให้กับประชาชน มีความถูกต้องแม่นยำและชัดเจน

กลุ่มที่ 4 ผู้ผลิตรายการ โดยสามารถสรุปในด้าน คุณค่า (VALUE: V) ของสถานีวิทยุโทรทัศน้กองทัพบกช่อง 5 ในมุมมองของผู้ผลิตรายการ คือความน่าเชื่อถือในการนำเสนอข่าว การรักษาความมั่นคงของสถาบันชาติและพระมหากษัตริย์ สามารถไว้วางใจได้ การคัดกรองข่าวสารที่มีความเที่ยงตรงเป็นกลาง การสร้างความรู้ความเข้าใจให้แก่ผู้ชม และการคัดกรองสื่อโดยคำนึงถึงผลประโยชน์ของสังคมในภาพรวม โดยจะเห็นได้ว่าผู้ผลิตรายการส่วนใหญ่จะมองคุณค่าของ ททบ.5 ในแง่ของการนำเสนอข่าวที่มีความชัดเจนเป็นกลาง การรักษาความมั่นคงของสถาบันชาติและพระมหากษัตริย์ รวมทั้งมาตรฐานการคัดกรองสื่อที่มีประสิทธิภาพโดยคำนึงถึงผลประโยชน์ของสังคมในภาพรวม เป็นสำคัญ โดยสามารถสรุปประเด็นสำคัญจากการสัมภาษณ์ผู้ผลิตรายการทั้ง 6 ท่าน คือความน่าเชื่อถือ ความมั่นคง และไว้วางใจได้ในทุกสถานการณ์ เป็นกลาง และเที่ยงตรง รวมถึงการคัดกรองสื่อเพื่อผลประโยชน์ของสังคมในภาพรวม

กลุ่มที่ 5 ผู้สนับสนุน สามารถสรุปด้าน คุณค่า (VALUE: V) ของสถานีวิทยุโทรทัศน้กองทัพบกช่อง 5 ในมุมมองของผู้สนับสนุน คือคุณภาพการคัดกรองข้อมูลข่าวสารทั้งภายในและภายนอกประเทศที่มีความน่าเชื่อถือ และระบบการกระจายสัญญาณมีความครอบคลุมในทุกพื้นที่ โดยข่าวที่นำเสนอจะต้องมีความแม่นยำและสามารถเชื่อถือได้ รวมทั้งภาพลักษณ์ในการรักษาความมั่นคง และนำเสนอข้อมูลที่เป็นประโยชน์กับประชาชนในด้านความมั่นคง โดยจะเห็นได้ว่าในมุมมองของผู้สนับสนุน จะเล็งเห็นคุณค่าของ ททบ.5 ในด้านการคัดกรองข้อมูลข่าวสาร และการนำเสนอข่าวโดยคำนึงถึงความมั่นคงของประเทศชาติเป็นสำคัญ โดยสามารถสรุปประเด็นสำคัญจากการสัมภาษณ์ผู้สนับสนุนทั้ง 4 ท่าน คือมีการคัดกรองข่าวสารก่อนส่งมอบจึงมีความน่าเชื่อถือสูง นำเสนอข้อมูลที่เป็นประโยชน์กับประชาชนในด้านของความมั่นคงโดยเฉพาะ

สามารถสรุปคุณค่า (VALUE: V) ของสถานีวิทยุโทรทัศนีกองทัพบกช่อง 5 ได้ว่า การสร้างความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องให้กับประชาชน ในการเปิดรับข่าวสารข้อมูล เนื่องจากปัจจุบัน มีสื่อในการนำเสนอข้อมูลเป็นจำนวนมาก อาจจะมีการนำเสนอเพื่อหวังผลประโยชน์หรือไม่ประสงค์ดี โดยเมื่อได้รับข่าวสารข้อมูลที่มีความชัดเจน เป็นกลางเชื่อถือได้ จะส่งผลให้สามารถสร้างความได้เปรียบในการดำเนินชีวิตโดยการวางแผนการใช้ชีวิตได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยสมบูรณ์ นำเสนอข่าวสารที่มีความเป็นกลางและได้รับการคัดกรอง ในเรื่องของความถูกต้องและเหมาะสมของข้อมูลข่าวสาร ส่งผลให้เกิดความน่าเชื่อถือ ทั้งนี้ยังสามารถสร้างความมั่นใจในการเปิดรับสื่อให้กับประชาชน และสุดท้าย เพื่อเป็นการรักษาความมั่นคงของสถาบันชาติ และพระมหากษัตริย์ ในประเทศไทย

(4) บุคลิกภาพ (PERSONALITY: P)

กลุ่มที่ 1 ผู้ชม สามารถสรุปด้าน บุคลิกภาพ (PERSONALITY: P) ของสถานีวิทยุโทรทัศนีกองทัพบกช่อง 5 ในมุมมองของผู้ชมได้ว่า เป็นสถานีโทรทัศน์ที่มีบุคลิกภาพเป็นทหารที่ดูค่อนข้างมีอายุ เป็นกลาง มีความน่าเชื่อถือไว้ใจได้ คุณมีความรู้แต่เข้ากับคนไม่เก่ง โดยจะเห็นได้ว่าผู้ชมส่วนใหญ่มอง ททบ.5 ในลักษณะของสถานีโทรทัศน์ที่ดูเคร่งเครียด เคร่งขรึม ดูมีอายุ เป็นคนแก่ ที่มีความตรงไปตรงมา คุณมีความรู้และเจ้าระเบียบเข้ากับคนได้ยาก โดยสามารถสรุปประเด็นสำคัญจากการสัมภาษณ์ผู้ชมทั้ง 5 ท่าน คือ บุคลิกแบบวัยกลางคนมีความน่าเชื่อถือและไว้ใจได้ เป็นคนมีสาระ คอยให้ความรู้และนำเสนอสาระจำนวนมากมุ่งเน้นความมั่นคงของประเทศ

กลุ่มที่ 2 บุคลากร สามารถสรุปด้าน บุคลิกภาพ (PERSONALITY: P) ของสถานีวิทยุโทรทัศนีกองทัพบกช่อง 5 ในมุมมองของบุคลากรได้ว่า เป็นบุคลิกภาพของข้าราชการ ที่ดูสูงอายุ มีความสุขุม น่าเชื่อถือ เป็นกลาง ให้ความรู้ลึกซึ้งตลอดภัยเมื่ออยู่ใกล้ ปรับตัวไม่เก่ง เจ้าระเบียบ และคงแก่เรียน โดยจะเห็นได้ว่าบุคลากรส่วนใหญ่มอง ททบ.5 ว่ามีบุคลิกภาพเหมือนข้าราชการที่ดูเป็นผู้นำ มีอายุ มีความรู้มาก และเจ้าระเบียบ ตามยุคสมัยไม่ค่อยทันสมัย มีความเป็นกลาง และน่าเชื่อถือ โดยสามารถสรุปประเด็นสำคัญจากการสัมภาษณ์บุคลากรทั้ง 6 ท่าน คือ ดูมีอายุและก้าวไม่ทันความเปลี่ยนแปลงของยุคสมัยใหม่ บุคลิกคล้ายนักวิชาการ มีความสุขุม นุ่มนวล และเป็นกลาง ปฏิบัติงานตามกรอบอย่างมั่นคงและชัดเจน

กลุ่มที่ 3 ผู้บริหารสถานีวิทยุโทรทัศนีกองทัพบกช่อง 5 โดยสามารถสรุปในด้าน บุคลิกภาพ (PERSONALITY: P) ในมุมมองของผู้บริหารสถานีวิทยุโทรทัศนีกองทัพบกช่อง 5 ได้ว่า เป็นบุคลิกของข้าราชการทหาร ที่มีความภักดีต่อสถาบันชาติและพระมหากษัตริย์ มีความน่าเชื่อถือไว้ใจได้ มีความเป็นกลางและมั่นคง มีความจริงใจ คอยให้สาระความรู้แก่ประชาชน โดยผู้บริหารของสถานีวิทยุโทรทัศนีกองทัพบกช่อง 5 ส่วนใหญ่มองว่าบุคลิกภาพของ ททบ.5 เป็นลักษณะของข้าราชการทหารที่มีความซื่อสัตย์ภักดีต่อสถาบันชาติ และพระมหากษัตริย์ มีความน่าเชื่อถือ มั่นคง และเป็นกลาง โดยสามารถสรุปประเด็นสำคัญจากการสัมภาษณ์ผู้บริหารสถานีวิทยุโทรทัศนีกองทัพบกช่อง

5 ทั้ง 6 ท่าน คือ มีบุคลิกลักษณะสำคัญในลักษณะของบุคลิกของข้าราชการ น่าเชื่อถือ และไว้ใจได้ ลักษณะสำคัญแบบทหารที่ทำได้ต่อชาติและกษัตริย์ มีความจริงใจ คำพูดเชื่อถือได้

กลุ่มที่ 4 ผู้ผลิตรายการ โดยสามารถสรุปด้าน PERSONALITY: P (บุคลิกภาพ) ของสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ในมุมมองของผู้ผลิตรายการได้ว่า เป็นบุคลิกที่มีลักษณะของ ข้าราชการทหารชั้นผู้ใหญ่ มีระเบียบวินัยสูง ทำงานแบบกลางๆ ไม่ช้าหรือเร็วเกินไป มีความรอบคอบ สถานะทางสังคมมีความมั่นคง เป็นสุภาพบุรุษเปิดเผยจริงใจ มีความอบอุ่นไว้ใจได้ โดยจะเห็นได้ว่าผู้ผลิตรายการส่วนใหญ่ มองบุคลิกภาพของทาง ททบ. 5 ในลักษณะของการเป็นข้าราชการทหารที่ค่อนข้างมีอายุ เจ้าระเบียบ มีความรอบคอบ มั่นคง และไว้ใจได้เป็นสุภาพบุรุษ โดยสามารถสรุปประเด็นสำคัญจากการสัมภาษณ์ผู้ผลิตรายการทั้ง 6 ท่าน คือ ลักษณะของการเป็นผู้ใหญ่ใจดี มีความอบอุ่น น่าเชื่อถือ และไว้ใจได้ มีระเบียบวินัยค่อนข้างสูง มีบุคลิกภาพแบบข้าราชการชั้นผู้ใหญ่ เจ้าระเบียบ สถานะทางสังคมมีความมั่นคง เป็นสุภาพบุรุษมีความจริงใจ เปิดเผยตรงไปตรงมา

กลุ่มที่ 5 ผู้สนับสนุน โดยสามารถสรุปในด้าน บุคลิกภาพ (PERSONALITY: P) ของสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ในมุมมองของผู้สนับสนุนเกี่ยวกับบุคลิกภาพของ ททบ.5 ได้ว่า คุณเป็นบุคลิกของทหาร ผู้ชายมาดเท่ มีความเคร่งขรึม ไม่ทันสมัย ทำอะไรอยู่ในกรอบและกฎเกณฑ์ โดยจะเห็นได้ว่าผู้สนับสนุนส่วนใหญ่มอง ททบ.5 ในบุคลิกที่คุณเป็นทหาร อยู่ในกฎเกณฑ์ เป็นระเบียบเคร่งขรึม โดยสามารถสรุปประเด็นสำคัญจากการสัมภาษณ์ผู้สนับสนุนทั้ง 4 ท่าน คือ มีบุคลิกลักษณะสำคัญในลักษณะของการเป็นผู้ชายมีบุคลิกมาดเท่ เคร่งขรึม ปฏิบัติตามกรอบ มีความเป็นวิชาการ

สามารถสรุปบุคลิกภาพ (PERSONALITY: P) ของสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ได้ว่า บุคลิกเหมือนผู้สูงอายุ เป็นคนทำงาน มีลักษณะเหมือนทหาร ที่มีความน่าเชื่อถือ และได้รับความไว้วางใจเป็นอย่างมาก ให้ความรู้สึกปลอดภัยในการคบค้าสมาคม รูปแบบรายการเนื้อหาสาระมากเป็นนักวิชาการ เจ้าระเบียบ มีความเป็นกลาง น่าเชื่อถือ มุ่งเน้นความมั่นคงภายในประเทศ เป็นนัก วิชาการที่นำเสนอข้อมูลที่เต็มไปด้วยคุณประโยชน์ นอกจากนี้คุณมีความมั่นคง เป็นสุภาพบุรุษ มีความเปิดเผยตรงไปตรงมา

3. การปรับภาพลักษณ์ของ ททบ.5

3.1 การระบุดัตตนของ ททบ.5

จากข้อมูลเบื้องต้น จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ของสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 พบว่า มีคุณลักษณะที่โดดเด่นในด้านการข่าว ซึ่งมีการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่รวดเร็ว ชัดเจนและมีความน่าเชื่อถือที่สุดช่องหนึ่งของโทรทัศน์ในประเทศไทย สำหรับรายการต่างๆ ที่นำเสนอล้วนมีสาระประโยชน์ มีเนื้อหาที่สร้างคุณประโยชน์ให้กับผู้ชมอย่างเข้มข้น ทั้งด้านการศึกษา ความรู้ใหม่ ข้อมูลข่าวสารด้านความมั่นคงที่นำเสนออย่างรวดเร็ว จับใจ การนำเสนอข้อมูลข่าวสารหรือรายการต่างๆ สำหรับสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 มุ่งเน้นการเป็นโทรทัศน์สาธารณะ

เพื่อความมั่นคง ซึ่งถ่ายทอดเรื่องราวที่ดีของสังคมไทย การบริหารราชการแผ่นดิน การสร้างความรัก ความสามัคคีของหมู่มวลชนชาวไทย ซึ่ง ททบ.5 นั้นอยู่ภายใต้การควบคุมของกองทัพบก ทำให้การนำเสนอข้อมูลข่าวสาร รูปแบบและคุณลักษณะต่างๆ ที่นำเสนอออกมามีคุณลักษณะเสมือนทหาร โดยไม่มีท่าทีที่แสดงให้เห็นถึงการฝักใฝ่ฝ่ายใด หรือสนับสนุนกลุ่มการเมือง กลุ่มผู้นำทางความคิดต่าง ซึ่งเป็นคุณลักษณะที่ดีของทหาร ที่เป็นที่ยิ่งของประชาชนไม่เข้าร่วมกับกลุ่มใดทั้งสิ้น การนำเสนอ ข้อมูลข่าวสารหรือรายการต่างๆ จึงมีความจริงจังแบบทหาร มุ่งมั่นเพื่อดำเนินงานให้เสร็จตามเป้าหมาย ที่วางไว้เสมือนปฏิบัติการกิจที่ได้รับมอบหมายให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล การดำเนิน รายการต่างๆ ของช่อง 5 จึงมีลักษณะของเนื้อหารายการที่ถูกกำหนดไว้ในกรอบและดำเนินการตาม กรอบที่วางไว้ได้อย่างเหมาะสม ซึ่งทั้งหมดเป็นคุณลักษณะเฉพาะตัวของสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5

คุณประโยชน์ของสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ซึ่งมีลักษณะเสมือนทหารที่มีความ เข้มแข็ง และมีข้อดีด้านการนำเสนอข่าวสารที่รวดเร็ว ทันต่อเหตุการณ์ มีสาระประโยชน์ ความรู้ และ ทำหน้าที่นำเสนอข่าวสารอย่างเป็นกลางซึ่งเป็นสิ่งที่ทหารปฏิบัติเป็นปกติ คือการไม่ฝักใฝ่ฝ่ายใด และไม่สร้างให้เกิดความแตกแยก ทั้งนี้การนำเสนอข่าวของสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 เป็นไป ในรูปแบบเพื่อความมั่นคงของประเทศและสังคมการนำเสนอข่าวจึงผ่านการตรวจสอบความถูกต้อง อย่างเหมาะสม จึงเป็นข่าวสารและสาระที่เชื่อถือได้ เพราะผ่านการกลั่นกรองเป็นอย่างดี

ลักษณะของคุณค่าของสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ที่ควรจะเป็นคือการสร้างความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้องให้กับสังคม ซึ่งเป็นสิ่งที่สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ดำเนินการมาโดย ตลอดเพื่อสร้างความมั่นคงให้กับสังคมและประเทศไทย การนำเสนอข่าวสารและสาระของสถานี วิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 จะต้องมีการนำเสนอรายการที่สนับสนุนให้เกิดความได้เปรียบใน การดำเนินชีวิตในปัจจุบัน เช่น สาระความรู้ที่เหมาะสมต่อการดำเนินชีวิต การนำเสนอรายการที่ กระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลงชีวิตไปสู่สิ่งที่ดีกว่าและทำให้สามารถดำรงชีวิตได้อย่างมีความ ได้เปรียบ การนำเสนอรายการทางกีฬา การถ่ายทอดสดทางกีฬาเพื่อสร้างความรักในการเล่นกีฬาให้กับ ประชาชนและเยาวชนกระตุ้นให้เกิดการออกกำลังกายซึ่งจะยกระดับคุณภาพชีวิตของผู้ชม เป็นต้น

บุคลิกภาพของสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ที่ควรจะเป็นในมุมมองของกลุ่มตัวอย่าง ของการศึกษาครั้งนี้ สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ควรที่จะต้องเป็นเสมือนผู้สูงอายุ ซึ่งควร ต้องแสดงให้เห็นความเป็นนักวิชาการรุ่นใหม่ที่มีข้อมูลที่เป็นประโยชน์ แต่ใช้วิธีการถ่ายทอดแบบ บันเทิง มีความสนุกสนานหรืออารมณ์ขันซึ่งต้องมีความน่าเชื่อถือแบบผู้ใหญ่ เพื่อสร้างความไว้วางใจ ในการรับชม รับฟังข่าวสารและสาระเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในการดำเนินชีวิตประจำวัน โดยต้อง ยึดมั่นและคงความเป็นทหารที่มีความเป็นกลาง ไม่ฝักใฝ่ฝ่ายใด นอกเหนือจากผลประโยชน์ของชาติ พระมหากษัตริย์ และประชาชน

3.2 การสัมภาษณ์เชิงลึกการปรับภาพลักษณ์ของททบ.5

การสัมภาษณ์เชิงลึกการปรับภาพลักษณ์ของ ททบ.5 ได้ดำเนินการเพื่อที่หาแนวทางหรือประเด็นสำคัญที่ควรจะต้องดำเนินการเพื่อการปรับภาพลักษณ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล โดยสามารถสรุปประเด็นได้ดังต่อไปนี้

ผลการสัมภาษณ์สามารถสรุปสาระสำคัญได้ดังนี้ กลุ่มผู้ชม พบว่า ควรมีการปรับเพิ่มรายการต่างๆ ให้หลากหลาย เช่น เกมโชว์ รายการที่เหมาะสมกับทุกวัยและเหตุการณ์ทันสมัยในยุคปัจจุบัน โดยเฉพาะรายการข่าวเป็นเอกลักษณ์ที่สำคัญของ ททบ.5 รวมถึงการใช้ดาราคือเป็นทหารเป็นตัวแทนในการปรับภาพลักษณ์

กลุ่มบุคลากร พบว่า ททบ.5 ควรปรับการบริหารจัดการ โครงสร้างและอำนาจการบริหารให้ชัดเจน รวมทั้งผังรายการและต้องปรับให้สอดคล้องกับยุคดิจิทัล การสื่อสารช่องทางที่มีประสิทธิภาพ เพื่อให้เกิดการพัฒนารายการที่หลากหลายและสร้างเอกลักษณ์เฉพาะตัวของ ททบ.5 ให้มีความชัดเจน และสามารถแข่งขันด้านธุรกิจได้อย่างเหมาะสมเมื่อต้องแข่งกับคู่แข่ง เช่น ช่อง 3 และ 7 ทั้งนี้ ททบ. 5 ต้องยึดหลักความมั่นคงเพื่อผลประโยชน์ของประชาชน รวมถึงความเป็นกลางในการนำเสนอ ข่าวสารต่อสังคม โดยต้องทำให้เกิดขึ้นอย่างชัดเจน ททบ.5 ควรที่จะต้องประยุกต์การตลาดเข้ามาใช้ และสนับสนุนให้เกิดการตอบสนองความต้องการของสังคม โดยเริ่มต้นทำเนื้อหารายการ (Content) ด้วยตนเองเพื่อง่ายต่อการจัดการ ควบคุมและการหวังผล นอกจากนี้ควรพิจารณาหลักการที่ต้องสร้าง สาระให้เกิดขึ้นร้อยละ 70 และบันเทิง 30 ตามจุดยืนของ ททบ. 5 ซึ่งควรนำเสนอเป็นสาระความรู้ ผสมความบันเทิงให้ชัดเจนอย่างมีจุดยืน ซึ่งช่อง 5 ควรเพิ่มการทำกิจกรรมเพื่อตอบสนองสังคมเพื่อ ปรับภาพลักษณ์และเข้าถึงประชาชนหรือสังคมมากยิ่งขึ้น และควรทำวิจัยเพื่อหาแนวทางในการปรับ ภาพลักษณ์ที่เหมาะสม อีกส่วนหนึ่งสำคัญ คือโซเชียลมีเดีย ต้องพัฒนา Facebook และการสื่อสารใน รูปแบบต่างๆ (Applications) อย่างจริงจัง เพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว ทัวถึง มีประสิทธิภาพ

กลุ่มผู้บริหาร พบว่า การปรับภาพลักษณ์ของ ททบ.5 ต้องยึดหลักการช่วยเหลือสังคมแบบ ที่เคยได้ปฏิบัติมา ในอนาคตต้องทำละครด้วยตนเองหรือส่วนหนึ่งร่วมกับผู้ผลิต และปรับภาพลักษณ์ ให้สอดคล้องกับ AEC ทั้งนี้ ททบ.5 ต้องมีภาพลักษณ์ทหารเรื่องของระเบียบวินัยเพื่อให้เกิดความ รับผิดชอบต่อสังคมและสร้างความภูมิใจ นอกเหนือจากนี้ต้องกำหนดภาพลักษณ์ถึงความมั่นคงเป็น สำคัญ โดยเฉพาะต้องวิเคราะห์ความต้องการของผู้ชมเพื่อกำหนดเป้าหมายการปรับภาพลักษณ์ให้ เหมาะสม แนวคิด ข่าวสารสาระความรู้ 70 และความบันเทิง 30 แต่คงไม่สามารถตอบสนองได้ จึง จำเป็นที่จะต้องมีการปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์ใหม่ที่จะเกิดขึ้น ผู้บริหารได้แนะนำให้แบ่งจัดสรรเวลา การนำเสนอให้เหมาะสมเพื่อตอบโจทยความต้องการของประชาชน ด้านวัฒนธรรมการทำงานก็ควร เพิ่มจิตสำนึกเพื่อนำไปสู่การยกระดับการดำเนินงานเพื่อประชาชน เพื่อให้เกิดการสร้างอัตลักษณ์ ของตนเอง โดยรวมไปถึงการนำเสนอเนื้อหารายการต่างๆ ให้สอดคล้องกับอัตลักษณ์ของ ททบ.5

กลุ่มผู้ผลิตรายการ ได้นำเสนอไว้ว่า ททบ.5 ต้องปรับให้เป็นช่องดิจิทัลที่ทันสมัยอย่างแท้จริง ไม่ใช่แค่เป็นช่องดิจิทัล และภาพที่นำเสนอออกไปทั้งหมดต้องทันสมัยจริงๆ ทันต่อเหตุการณ์ที่ประชาชนกำลังสนใจ โดยจัดทำโครงการนำร่อง (Road Map) รวมไปถึงวัฒนธรรมแบบพี่น้อง ททบ.5 ต้องการแสดงความคิดเห็น กล้าที่จะตำหนิและต้องยอมรับได้เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่ดีอย่างแท้จริง นอกจากนี้กลุ่มผู้ผลิตรายการสนับสนุนให้มีการปรับภาพลักษณ์โดยยึดหลักประชาชนเป็นศูนย์กลาง พิจารณาความต้องการของประชาชนโดยออกไปพบประชาชนและสร้างกิจกรรมที่ประชาชนสนใจและทำเนือหารายการให้เข้ากับความต้องการของประชาชน โดยเฉพาะรายการประเภทวาไรตี้ ซึ่งจะช่วยให้ดูสปรอนเซอร์มาสนับสนุนรายการต่างๆ ของ ททบ.5

กลุ่มผู้สนับสนุน ได้นำเสนอว่า ททบ.5 มีศักยภาพที่ดีแต่ต้องปรับวิธีการดำเนินชีวิตที่เหมาะสมกับสังคม การสร้างความหลากหลายที่ตอบใจทัศนส่วนใหญ่ในสังคม โดยเฉพาะเนือหารายการที่มีเนือหาความบันเทิง เพราะทางการตลาดกำลังต้องการ ทั้งนี้เนือหารายการใหม่ๆ อาจใช้วิธีการประกวดแข่งขันโดยมุ่งไปที่กลุ่มคนรุ่นใหม่ในการผลิตเนือคิดและรายการเพื่อนำมาใช้ใน ททบ.5 ทั้งนี้การปรับภาพลักษณ์ ของ ททบ.5 ต้องชัดเจนและดูเนือทางของช่องอื่นๆ เป็นตัวอย่าง การปรับภาพลักษณ์ควรทำในระดับบุคลากรทุกคนและจะต้องปรับให้สอดคล้องกับภาพลักษณ์ใหม่เช่นกัน ทั้งนี้อย่าลืมให้สาระที่มีคุณค่ากับสังคม

3.3 คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้ชมต่อ ททบ.5

การศึกษาพบว่า ททบ.5 มีความเป็นสุภาพบุรุษลักษณะแบบชายชาติทหารที่มุ่งมั่นทำงานอย่างเนือกลางและตรงไปตรงมา เพื่อประโยชน์สุขของส่วนรวม นอกจากความเป็นกลาง มั่นคง ชายชาติทหาร ยังพบว่าเป็นผู้มีความรู้ความสามารถและน่าเชื่อถือเมือได้นำเสนอเรื่องต่างๆ กับสังคม ทั้งหมดเป็นจุดเด่นที่สำคัญและมีคุณค่าของ ททบ. 5 แต่ทั้งนี้ควรเพิ่มเติมเนือหาความบันเทิงและการนำเสนอในรูปแบบใหม่เพื่อให้เกิดการถ่ายทอดความรู้และสาระประโยชน์ได้อย่างสนุกสนานตามความต้องการของประชาชนหรือสังคม รวมไปถึงการสร้างสรรค์ภาพลักษณ์ผ่านการจัดกิจกรรม เช่น การแข่งขันกีฬา กิจกรรมบันเทิงร่วมกับประชาชน เพื่อให้เกิดภาพลักษณ์ใหม่ ผ่านการสร้างทัศนคติที่มีคุณค่ากับประชาชน

ตัวตนของช่อง 5 จึงเป็นการผสมผสานบุคลิกลักษณะ 2 สำคัญ คือ ชายชาติทหารที่มีความเนือกลาง มั่นคง มุ่งสร้างประโยชน์ส่วนรวมผ่านองค์ความรู้และความน่าเชื่อถือ ความสุขุมและรอบคอบผสมกับความสนุกสนาน อารมณ์ขันเพื่อถ่ายทอดเรื่องราวสาระที่มีความเข้มข้นและดึงดูดใจให้สามารถเข้าถึงและเป็นที่น่าสนใจของผู้ชมได้โดยง่ายเสมือนบุคลิกภาพของผู้พันเบิร์ด พันโท วันชนะ สวัสดิ์ ผสมผสานกับหมอก้อง พันตรีนายแพทย์ สรวินธุ์ สุบุญ

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม

การศึกษาส่วนนี้ได้ดำเนินการศึกษาเชิงปริมาณ (Qualitative Research) โดยได้สร้างเครื่องมือแบบสอบถามจากการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และการพัฒนาเครื่องมือเพื่อนำไปสู่การสร้างเครื่องมือแบบสอบถามที่สมบูรณ์ และดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ผู้เปิดรับสื่อโทรทัศน์ จำนวน 400 ตัวอย่าง นอกจากนี้ผู้วิจัยได้ทำการทบทวนแนวคิดและทฤษฎีเพื่อประกอบการสร้างแบบสอบถาม ซึ่งสามารถนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล โดยแบ่งเป็น 4 ส่วนดังนี้

- 2.1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม
- 2.2 ปัจจัยการรับรู้ภาพลักษณ์ของสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5
- 2.3 คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้ชมต่อสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5
- 2.4 วัฒนธรรมองค์กรของสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 28 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
หญิง	209	52.3
ชาย	191	47.8
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 28 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 209 คน คิดเป็นร้อยละ 52.3 รองลงมาเป็นเพศชาย จำนวน 191 คน คิดเป็นร้อยละ 47.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 29 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
21-30 ปี	178	44.5
31-40 ปี	139	34.8
41-50 ปี	52	13.0
51-60 ปี	24	6.0
60 ปีขึ้นไป	7	1.8
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 29 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุ 21-30 ปี จำนวน 178 คน คิดเป็นร้อยละ 44.5 รองลงมา ได้แก่ 31-40 ปี จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 34.8 อันดับสาม ได้แก่ อายุ 41-50 ปี จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.0 อันดับสี่ ได้แก่ 51-60 ปี จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0 และอันดับสุดท้าย ได้แก่ อายุ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 30 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	117	29.3
ปริญญาตรี	217	54.3
ปริญญาโท	59	14.8
ปริญญาเอก	7	1.8
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 30 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 217 คน คิดเป็นร้อยละ 54.3 รองลงมา ได้แก่ ต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 29.3 อันดับสาม ได้แก่ ระดับการศึกษาปริญญาโท จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 14.8 และอันดับสุดท้าย ได้แก่ ระดับการศึกษาปริญญาเอก จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 31 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	45	11.3
พนักงานบริษัทเอกชน	95	23.8
นักเรียน/ นักศึกษา	138	34.5
รับจ้าง/ ค้าขาย	70	17.5
เจ้าของกิจการ/ ธุรกิจส่วนตัว	33	9.8
ว่างงาน	13	3.3
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 31 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ประกอบอาชีพนักเรียน/ นักศึกษา จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 34.5 รองลงมา ได้แก่ พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 23.8 อันดับสาม ได้แก่ รับจ้าง/ ค้าขาย จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 17.5 อันดับสี่ ได้แก่ ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.3 อันดับห้า ได้แก่ เจ้าของกิจการ/ ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 9.8 และอันดับสุดท้าย ได้แก่ ว่างาน จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 32 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ส่วนบุคคลเฉลี่ยต่อเดือน

รายได้ส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าหรือเทียบเท่า 15,000 บาท	143	35.8
15,001-30,000 บาท	138	34.5
30,001-45,000 บาท	77	19.3
45,001-60,000 บาท	23	5.8
60,001 บาทขึ้นไป	19	4.8
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 32 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ส่วนบุคคลเฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเทียบเท่า 15,000 บาท จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 35.8 รองลงมา ได้แก่ 15,001-30,000 บาท จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 34.5 อันดับสาม ได้แก่ 30,001-45,000 บาท จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 19.3 อันดับสี่ ได้แก่ 45,001-60,000 บาท จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.8 และอันดับสุดท้าย ได้แก่ มากกว่า 60,001 บาทขึ้นไป จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 33 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอันดับช่องที่ขอบอันดับ 1

ช่องที่ขอบเป็นอันดับ 1	จำนวน	ร้อยละ
ช่อง One	49	12.3
GTH Channel	1	0.3
ช่อง 3	133	33.3
GMM Channel	12	3.0

ตารางที่ 33 (ต่อ)

ช่องที่ชอบเป็นอันดับ 1	จำนวน	ร้อยละ
ช่อง 5	58	14.5
ช่อง NBT	2	0.5
ช่อง 7	43	10.8
ช่อง 8	14	3.5
ช่อง 9 อสมท.	15	3.8
Nation Channel	1	0.3
True4U	7	1.8
Fox	2	0.5
HBO	2	0.5
Workpoint	30	7.5
Mono Channel	6	1.5
M Channel	1	0.3
Thairath TV	4	1.0
Bang Channel	1	0.3
Boomerrang	2	0.5
Thai PBS	6	1.5
Amarin TV	5	1.3
สบายดีทีวี	1	0.3
TV Korea	1	0.3
Voice TV	1	0.3
Bright TV	1	0.3
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 33 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีช่องที่ชอบเป็นอันดับ 1 ได้แก่ช่อง 3 จำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 รองลงมาได้แก่ ช่อง 5 จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.5 อันดับสาม ได้แก่ ช่อง One จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.3 อันดับสี่ได้แก่ ช่อง 7 จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.8 อันดับห้าได้แก่ ช่อง Workpoint จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5 อันดับหกได้แก่ ช่อง 9 อสมท. จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.8 อันดับเจ็ดได้แก่ ช่อง 8 จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5 อันดับแปดได้แก่ GMM Channel จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0 อันดับเก้าได้แก่ ช่อง True4U จำนวน

7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8 อันดับสิบได้แก่ Mono Channel และ ThaiPBS จำนวน 6 คนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 1.5 อันดับสิบเอ็ดได้แก่ Amarin TV จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3 อันดับสิบสองได้แก่ Thairath TV จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 อันดับสิบสามได้แก่ HBO Fox ช่อง NBT และ Boomerrang จำนวน 2 คนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 0.5 และอันดับสุดท้ายช่อง GTH Channel, Nation Channel, M Channel, Bang Channel, PSI, สบายดีทีวี, Discovery Channel, TV Korea, Voice TV และ Bright TV จำนวน 1 คนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 0.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 34 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเคยรับชมสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5

ท่านเคยรับชม ททบ. 5 หรือไม่	จำนวน	ร้อยละ
เคย	400	100.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 34 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยรับชมสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 โดยผู้ที่เคยรับชมมีจำนวน 400 คน คิดเป็นร้อยละ 100.0

ตารางที่ 35 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายการที่ชื่นชอบมากที่สุด

รายการที่ชื่นชอบมากที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
ตลาดสดสนามเป้า	8	2.0
ข่าว	22	5.5
ของดีเมืองไทย	1	0.3
อร่อยช่อง 5	1	0.3
คนอวดผี	4	1.0
บันเทิง 5 หน้า	1	0.3
ห้ายกล้อ	1	0.3
ละคร	19	4.8
ฟ้าห่มดิน	1	0.3
ไม่แสดงความคิดเห็น	342	85.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 35 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่แสดงความคิดเห็นจำนวน 342 คน คิดเป็นร้อยละ 85.5 รองลงมาได้แก่ ชาว จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5 อันดับสาม ได้แก่ ละคร จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.8 อันดับสี่ได้แก่ ตลาดสดสนามเป้า จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0 อันดับหกได้แก่ คนอวดผี จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 และอันดับสุดท้ายได้แก่ ของดีเมืองไทย, อร์อยซ์ 5, บันเทิง 5 หน้า, ห้ายกมือ และฟ้าห่มดิน จำนวน 1 คนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 0.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 36 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายการที่ชื่นชอบน้อยที่สุด

รายการที่ชื่นชอบน้อยที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
ตลาดสดสนามเป้า	4	1.0
ชาว	26	6.5
คนอวดผี	2	0.5
ละคร	12	3.0
บันทึกพงไพร	1	0.3
ไม่แสดงความคิดเห็น	355	88.8
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 36 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่แสดงความคิดเห็นจำนวน 355 คน คิดเป็นร้อยละ 88.8 รองลงมาได้แก่ ชาว จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 อันดับสาม ได้แก่ ละคร จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0 อันดับสี่ได้แก่ ตลาดสดสนามเป้า จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 อันดับหกได้แก่ คนอวดผี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5 และอันดับสุดท้ายได้แก่ บันทึกพงไพร จำนวน 1 คนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 0.3 ตามลำดับ

2. การรับรู้ภาพลักษณ์ของสถานีวิทย์โทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5

ตารางที่ 37 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ปัจจัยทางด้านภาพลักษณ์

การปรับภาพลักษณ์ ททบ.5	\bar{X} n = 400	S.D.
1. เป็นช่องทหาร	3.97	.934
2. เป็นช่องที่ดูจริงจัง มุ่งมั่น	3.92	.774
3. เป็นช่องที่มีสาระเข้มข้น มีหลักการ	3.93	.761
4. เป็นช่องข่าวที่น่าเชื่อถือ รวดเร็วและชัดเจน	3.88	.750
5. เป็นช่องที่ไม่น่าติดตามชม	3.58	1.001
ภาพรวมด้านคุณลักษณะตราสินค้า	3.86	.607
1. ข่าวสารข้อมูลที่รวดเร็วทันต่อสถานการณ์	3.92	.820
2. ข่าว สารระ ความรู้ มีประโยชน์	3.88	.794
3. ข่าวสารมีความชัดเจน	3.90	.796
4. ข่าวสารเป็นกลาง	3.93	.776
ภาพรวมด้านคุณประโยชน์	3.91	.620
1. ผู้ชมมีความเชื่อมั่นกับข่าวสารข้อมูลที่มีความเที่ยงตรง มีการคัดกรองและเชื่อถือได้	3.98	.739
2. รายการของช่องสร้างความรู้ความเข้าใจและผู้ชมสามารถนำไปสู่การประยุกต์ใช้และปฏิบัติได้จริง	3.86	.737
3. สามารถนำเสนอความมั่นคงของสถาบัน ชาติ และพระมหากษัตริย์	4.02	.759
ภาพรวมด้านคุณค่า	3.95	.587
1. เป็นนักวิชาการที่เต็มไปด้วยสาระประโยชน์อย่างมีคุณค่า	4.11	.718
2. เป็นผู้ชายวัยทำงานมีสถานะภาพทางสังคมที่มั่นคง	3.89	.759
3. เป็นสุภาพบุรุษที่ทำหน้าที่อย่างตรงไปตรงมา	3.86	.764
4. บุคลิกดูอบอุ่นและทำให้รู้สึกปลอดภัยในการดำเนินชีวิต	3.87	.765
5. บุคลิกดูน่าเชื่อถือและน่าไว้วางใจ	3.86	.762
6. เป็นผู้สูงอายุที่ต้องปรับตัวเพราะยังไม่ทันสมัย	3.70	.896
ภาพรวมด้านบุคลิกภาพตราสินค้า	3.88	.519
ภาพรวมภาพลักษณ์	3.89	.453

จากตารางที่ 37 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ปัจจัยเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ทั้ง 4 ด้าน จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ตัวอย่าง พบว่าในภาพรวมเกี่ยวกับภาพลักษณ์ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.89$, S.D. = .453) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่

ภาพรวมด้านคุณค่ามีระดับการรับรู้อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.95$, S.D. = .587) ประเด็นที่มีระดับการรับรู้สูงสุด ได้แก่ สามารถนำเสนอความมั่นคงของสถาบันชาติ และพระมหากษัตริย์ มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.02$, S.D. = .759) รองลงมา ได้แก่ ผู้ชมมีความเชื่อมั่นกับข่าวสารข้อมูลที่มีความเที่ยงตรง มีการคัดกรอง และเชื่อถือได้ ($\bar{X} = 3.98$, S.D. = .739) และอันดับสุดท้ายรายการของช่องสร้างความรู้ความเข้าใจและผู้ชมสามารถนำไปสู่การประยุกต์ใช้และปฏิบัติได้จริง ($\bar{X} = 3.86$, S.D. = .737) ตามลำดับ

รองลงมาเป็นภาพรวมด้านคุณประโยชน์ มีระดับการรับรู้อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.91$, S.D. = .620) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้เป็นอันดับหนึ่ง ได้แก่ ข่าวสารเป็นกลาง มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 3.93$, S.D. = .776) รองลงมา ได้แก่ ข่าวสารข้อมูลที่รวดเร็ว ทันต่อสถานการณ์ ($\bar{X} = 3.92$, S.D. = .820) อันดับสาม ได้แก่ ข่าวสารมีความชัดเจน ($\bar{X} = 3.90$, S.D. = .796) และอันดับสุดท้าย ข่าว สาระ ความรู้ มีประโยชน์ ($\bar{X} = 3.88$, S.D. = .794) ตามลำดับ

อันดับสามเป็นภาพรวมด้านบุคลิกภาพตราสินค้า มีระดับการรับรู้อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.88$, S.D. = .519) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่กลุ่มตัวอย่างมีระดับการรับรู้เป็นอันดับหนึ่งเป็นอันดับหนึ่ง ได้แก่ เป็นนักวิชาการที่เต็มไปด้วยสาระประโยชน์อย่างมีคุณค่า มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.11$, S.D. = .718) รองลงมา ได้แก่ เป็นผู้ชายวัยทำงานมีสถานะภาพทางสังคมที่มั่นคง ($\bar{X} = 3.89$, S.D. = .759) อันดับสาม ได้แก่ บุคลิกดูอบอุ่นและทำให้รู้สึกปลอดภัยในการดำเนินชีวิต ($\bar{X} = 3.87$, S.D. = .765) อันดับสี่ ได้แก่ เป็นสุภาพบุรุษที่ทำหน้าที่อย่างตรงไปตรงมา ($\bar{X} = 3.86$, S.D. = .764) อันดับห้า ได้แก่ บุคลิกดูน่าเชื่อถือและน่าไว้วางใจ ($\bar{X} = 3.86$, S.D. = .762) และอันดับสุดท้าย เป็นผู้สูงอายุที่ต้องปรับตัว เพราะยังไม่ทันสมัย ($\bar{X} = 3.70$, S.D. = .896) ตามลำดับ

และอันดับสุดท้ายเป็นภาพรวมด้านคุณลักษณะตราสินค้า มีระดับการรับรู้อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.86$, S.D. = .607) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้เป็นอันดับหนึ่ง ได้แก่ เป็นช่องทหาร มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 3.97$, S.D. = .934) รองลงมา ได้แก่ เป็นช่องที่มีสาระเข้มข้น มีหลักการ ($\bar{X} = 3.93$, S.D. = .761) อันดับสาม ได้แก่ เป็นช่องที่ดูจริงจัง มุ่งมั่น ($\bar{X} = 3.92$, S.D. = .774) อันดับสี่ ได้แก่ เป็นช่องข่าวที่น่าเชื่อถือ รวดเร็วและชัดเจน ($\bar{X} = 3.88$, S.D. = .750) และอันดับสุดท้ายเป็นช่องที่ไม่น่าติดตามชม ($\bar{X} = 3.58$, S.D. = 1.001) ตามลำดับ

3. คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้ชมต่อ สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5

ตารางที่ 38 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ด้านคุณลักษณะที่พึงประสงค์ต่อสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5

คุณลักษณะที่พึงประสงค์	\bar{X} n = 400	S.D.
1. เป็นสถานีวิทยุโทรทัศน์ของมวลชนและช่วยเหลือสังคม	4.27	.632
2. เป็นสถานีวิทยุโทรทัศน์ที่มีความเหมาะสมสำหรับทุกเพศ ทุกวัย มีความหลากหลายเพียงพอ	4.30	.652
3. เป็นสถานีวิทยุโทรทัศน์ผู้นำด้านข่าวสารทั้งในและต่างประเทศ	4.12	.658
4. เป็นสถานีวิทยุโทรทัศน์ผู้นำหยิบยกประเด็นที่เป็นปัจจุบันเข้ามาถ่ายทอดสด	4.22	.645
5. เป็นสถานีวิทยุโทรทัศน์ที่ปรับตัวตามทันสถานการณ์ของสังคมโลกเสมอ	4.10	.672
6. เป็นสถานีวิทยุโทรทัศน์ที่เป็นเวทีให้นักศึกษา ด้านนิเทศศาสตร์ มีส่วนร่วมในกิจกรรมของรายการ เช่น เป็นพิธีกร	4.33	.665
7. เป็นสถานีวิทยุโทรทัศน์ที่มีช่องทางการสื่อสารเข้าถึงคนรุ่นใหม่ เช่น โซเชียลมีเดีย	4.35	.707
8. เปลี่ยนโลโก้ใหม่ให้ทันสมัยและทำให้ผู้ชมจดจำได้ง่าย	4.38	.719
9. ปรับภาพลักษณ์บุคลากร เช่น ผู้ประกาศข่าวให้ดูทันสมัยและเท่	4.31	.751
10. เปลี่ยนวิธีการนำเสนอ การสื่อสารเรื่องที่มีเนื้อหาสาระที่เคร่งเครียดให้เข้าใจง่ายโดยการสอดแทรกความบันเทิง	4.45	.667
11. ถ่ายทอดภาพลักษณ์และบุคลิกภาพความสนุกสนาน ผ่านละครและรายการเกมโชว์เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มผู้ชมมากขึ้น	4.38	.684
12. ทำละครที่มุ่งเน้นเสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีของคนในครอบครัวและสังคม (ทำละครสร้างสรรค์สังคม)	4.43	.675
13. ทำเกมโชว์ ที่ให้ความรู้และความบันเทิงควบคู่กันไป	4.39	.717
14. ทำเกี่ยวกับชีวิตของทหารเป็นเรียลลิตี้โชว์ ให้ดูสนุกสนาน	4.08	.775
ภาพรวมคุณลักษณะที่พึงประสงค์	4.29	.375

จากตาราง แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ในปัจจัยเกี่ยวกับคุณลักษณะที่พึงประสงค์ จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ตัวอย่าง พบว่า ในภาพรวมด้านคุณลักษณะที่พึงประสงค์อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.29$, S.D. = .375) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นเป็นอันดับหนึ่ง ได้แก่ เปลี่ยนวิธีการนำเสนอ การสื่อสารเรื่องที่มีเนื้อหาสาระที่เคร่งเครียดให้เข้าใจง่ายโดยการสอดแทรกความบันเทิงมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.45$, S.D. = .675) รองลงมา ได้แก่ ทำละครที่มุ่งเน้นเสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีของคนในครอบครัวและสังคม (ทำละครสร้างสรรค์สังคม) ($\bar{X} = 4.43$, S.D. = .667) อันดับสาม ได้แก่ ทำเกมโชว์ ที่ให้ความรู้และความบันเทิงควบคู่กันไป ($\bar{X} = 4.39$, S.D. = .717) อันดับสี่ ได้แก่ ถ่ายทอดภาพลักษณ์และบุคลิกภาพความสนุกสนาน ผ่านละครและรายการเกมโชว์เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มผู้ชมมากขึ้น ($\bar{X} = 4.38$, S.D. = .684) อันดับห้า ได้แก่ เปลี่ยนโลโก้ใหม่ให้ทันสมัยและทำให้ผู้ชมจดจำได้ง่าย ($\bar{X} = 4.38$, S.D. = .719) อันดับหก ได้แก่ เป็นสถานีโทรทัศน์ที่มีช่องทางการสื่อสารเข้าถึงคนรุ่นใหม่ เช่น โซเชียลมีเดีย ($\bar{X} = 4.35$, S.D. = .707) อันดับเจ็ด ได้แก่ เป็นสถานีโทรทัศน์ที่เป็นเวทีให้นักศึกษาด้านนิเทศศาสตร์ มีส่วนร่วมในกิจกรรมของรายการ เช่น เป็นพิธีกร ($\bar{X} = 4.33$, S.D. = .665) อันดับแปด ได้แก่ ปรับภาพลักษณ์บุคลากร เช่น ผู้ประกาศข่าวให้ดูทันสมัยและเท่ ($\bar{X} = 4.31$, S.D. = .751) อันดับเก้า ได้แก่ เป็นสถานีโทรทัศน์ที่มีความเหมาะสมสำหรับทุกเพศ ทุกวัย มีความหลากหลายเพียงพอ ($\bar{X} = 4.30$, S.D. = .652) อันดับสิบ ได้แก่ เป็นสถานีโทรทัศน์ของมวลชนและช่วยเหลือสังคม ($\bar{X} = 4.27$, S.D. = .632) อันดับสิบเอ็ด ได้แก่ เป็นสถานีโทรทัศน์ผู้นำหยิบยกประเด็นที่เป็นปัจจุบันเข้ามาถ่ายทอดสด ($\bar{X} = 4.22$, S.D. = .645) อันดับสิบสอง ได้แก่ เป็นสถานีโทรทัศน์ผู้นำด้านข่าวสารทั้งในและต่างประเทศ ($\bar{X} = 4.12$, S.D. = .658) อันดับสิบสาม ได้แก่ เป็นสถานีโทรทัศน์ที่ปรับตัวตามทันสถานการณ์ของสังคมโลกเสมอ ($\bar{X} = 4.10$, S.D. = .672) และอันดับสุดท้าย ทำเกี่ยวกับชีวิตของทหารเป็นเรียลลิตี้โชว์ ให้ดูสนุกสนาน ($\bar{X} = 4.08$, S.D. = .775)

4. วัฒนธรรมองค์กรของสถานีวิทยุโทรทัศน้กองทัพบกช่อง 5

ตารางที่ 39 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) วัฒนธรรมองค์กรของสถานีวิทยุโทรทัศน้กองทัพบกช่อง 5

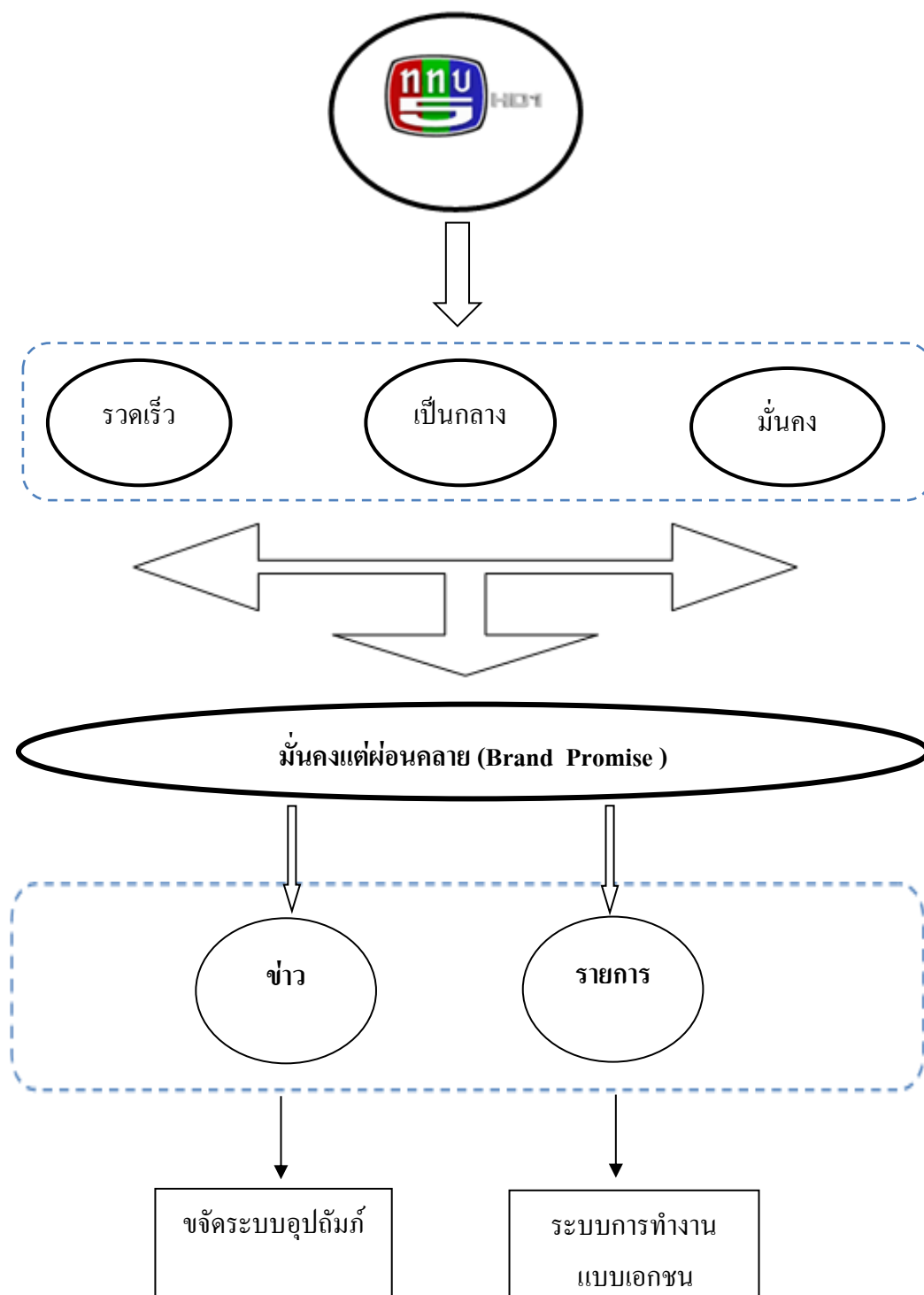
วัฒนธรรมองค์กรของสถานีวิทยุโทรทัศน้กองทัพบกช่อง 5	\bar{X} n = 400	S.D.
1. ช่อง 5 มีรูปแบบการทำงานแบบราชการ	4.09	.799
2. ช่อง 5 มีความเข้มงวดในกฎระเบียบ	4.08	.775
3. ช่อง 5 มีลักษณะการทำงานคล้ายทหาร ส่งผลให้รายการต่างๆ มุ่งเน้นไปด้านความมั่นคงของประเทศ	4.27	.768
4. ช่อง 5 มีลักษณะเป็นผู้นำในการเสนอรายการสถาบัน ชาติ และพระมหากษัตริย์	4.09	.762
5. ผู้บริหารเปลี่ยนแปลงบ่อย ไม่เป็นไปตามวาระที่กำหนดมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงผังรายการ	3.99	.757
6. ผู้บริหารยึดติดกับตำแหน่งมีระบบอาวุโสตามลำดับยศ	3.92	.764
7. บุคลากรส่วนใหญ่มาจากระบบอุปถัมภ์	3.88	.771
8. บุคลากรทำหน้าที่อย่างโปร่งใส ซื่อสัตย์	3.83	.778
9. การแสดงออกของบุคลากรมีภาพลักษณ์การแต่งกายและการแสดงออกเป็นระเบียบวินัย	3.92	.782
10. การนำเสนอข่าวและรายการ ตรงไปตรงมา ไม่มีการใส่ความคิดเห็น	3.87	.855
ภาพรวมด้านวัฒนธรรมองค์กร	3.99	.481

จากตารางที่ 39 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ในปัจจัยเกี่ยวกับวัฒนธรรมองค์กรของสถานีวิทยุโทรทัศน้กองทัพบกช่อง 5 จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ตัวอย่าง พบว่า ในภาพรวมด้านวัฒนธรรมองค์กรมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.99$, S.D. = .481) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นเป็นอันดับหนึ่ง ได้แก่ ช่อง 5 มีลักษณะเป็นผู้นำในการเสนอรายการสถาบัน ชาติ และพระมหากษัตริย์ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.27$, S.D. = .799) รองลงมา ได้แก่ ช่อง 5 มีรูปแบบการทำงานแบบราชการ ($\bar{X} = 4.09$, S.D. = .762) อันดับสาม ได้แก่ ช่อง 5 มีลักษณะการทำงานคล้ายทหาร ส่งผลให้รายการต่างๆ มุ่งเน้นไปด้านความมั่นคงของประเทศ ($\bar{X} = 4.09$, S.D. = .768) อันดับสี่ ได้แก่ ช่อง 5 มีความเข้มงวดในกฎระเบียบ ($\bar{X} = 4.08$, S.D. = .775) อันดับห้า ได้แก่ ผู้บริหารเปลี่ยนแปลงบ่อย ไม่เป็นไปตามวาระที่กำหนดมีผลต่อการ

เปลี่ยนแปลงผังรายการ ($\bar{X} = 3.99$, S.D. = .757) อันดับหกได้แก่ ผู้บริหารยึดติดกับตำแหน่งมีระบบอาวุโสตามลำดับยศ ($\bar{X} = 3.92$, S.D. = .764) อันดับเจ็ดได้แก่ การแสดงออกของบุคลากรมีภาพลักษณ์ การแต่งกายและการแสดงออกเป็นระเบียบวินัย ($\bar{X} = 3.92$, S.D. = .782) อันดับแปดได้แก่ บุคลากรส่วนใหญ่มาจากระบบอุปถัมภ์ ($\bar{X} = 3.88$, S.D. = .771) อันดับเก้าได้แก่ การนำเสนอข่าวและรายการตรงไปตรงมา ไม่มีการใส่ความคิดเห็น ($\bar{X} = 3.87$, S.D. = .855) และสุดท้าย บุคลากรทำหน้าที่อย่างโปร่งใส ซื่อสัตย์ ($\bar{X} = 3.83$, S.D. = .778) ตามลำดับ

ทั้งนี้ได้นำรายละเอียดส่วนดังกล่าวไปสร้างเป็นเครื่องมือแบบสอบถามเพื่อยืนยันผลด้วยการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ผู้วิจัยพบว่าการรับรู้ภาพลักษณ์ที่ สถาบันวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ควรจะเป็นมากที่สุด ด้านคุณลักษณะตราสินค้า คือเป็นช่องทหาร ด้านคุณประโยชน์คือข่าวสารข้อมูลที่เป็นกลางรวดเร็วทันต่อสถานการณ์ ด้านคุณค่า คือสามารถนำเสนอความมั่นคงของสถาบันชาติ และพระมหากษัตริย์ ด้านบุคลิกภาพตราสินค้า คือ เป็นนักวิชาการที่เต็มไปด้วยสาระประโยชน์อย่างมีคุณค่า ด้านวัฒนธรรมองค์กร คือช่อง 5 มีลักษณะการทำงานคล้าย ทหารมุ่งเน้นไปด้านความมั่นคงของประเทศและคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้ชมที่มีต่อสถาบันวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 คือเปลี่ยนวิธีการนำเสนอ การสื่อสารเรื่องที่มีเนื้อหาสาระที่เคร่งเครียดให้เข้าใจง่าย โดยการสอดแทรกความบันเทิง รองลงมาคือ ทำละครที่มุ่งเน้นเสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีของคนในครอบครัวและสังคม (ทำละครสร้างสรรค์สังคม) รองลงมาคือ ทำเกมโชว์ ที่ให้ความรู้และความบันเทิงควบคู่กันไป ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ที่ยังคงต้องมีการวิจัยที่เหมาะสม มีสาระ ความรู้ แต่สอดแทรกความบันเทิงเข้าไป จากการที่ผู้วิจัยค้นพบถึงจุดเด่นจากภาพลักษณ์ของ ททบ.5 จำนวน 3 ประการ ได้แก่ 1. รวดเร็ว 2. เป็นกลาง 3. มั่นคง

จากจุดเด่นและจุดยืนที่ ททบ.5 ต้องมีการนำมาประยุกต์ใช้เพื่อปรับภาพลักษณ์ คือ รวดเร็ว เป็นกลางและมั่นคง นำมาใช้กับกิจกรรมหลักของสถาบันวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ซึ่งมี 2 กิจกรรมหลัก คือประเภทข่าวและประเภทรายการ โดยให้ทั้ง 2 กิจกรรมที่นำเสนอออกสู่สายตาประชาชนที่เป็นผู้ชมของ ททบ.5 ได้รับข้อมูลข่าวสารที่แสดงถึงความรวดเร็ว ถูกต้อง แม่นยำ มีความเป็นกลาง ไม่ฝักใฝ่ฝ่ายใดและมั่นคงของสถาบันชาติและพระมหากษัตริย์ ซึ่งต้องผสมผสานความบันเทิงและผ่อนคลายผ่านเนื้อหารายการและข่าวให้มีความน่าสนใจในการติดตามรับชมและเข้าใจง่าย รวมทั้งข้อมูลจากการวิจัยพบว่า ททบ.5 ควรมีการปรับปรุงโครงสร้างองค์กรให้สอดคล้องกับภาพลักษณ์ใหม่ที่จะเกิดขึ้น โดยต้องยึดหลักระบบคุณธรรมในเรื่องการคัดสรรบุคลากรเข้าทำงานและการบริหารงานขององค์กรในการดำเนินงาน เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลขององค์กรอย่างแท้จริง ทั้งนี้ต้องปรับโครงสร้างการบริหารและการดำเนินงาน โดยใช้หลักการแบบองค์กรเอกชน เพื่อให้เกิดความคล่องตัวมากยิ่งขึ้นและสอดคล้องกับจุดเด่นขององค์กร ซึ่งแสดงตามภาพประกอบที่ 9 รูปแบบการปรับภาพลักษณ์ของสถาบันวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5



ภาพประกอบที่ 10 รูปแบบการปรับภาพลักษณ์ของสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5

ตอนที่ 3 การสนทนากลุ่ม (Focus Group)

1. ผลการสนทนากลุ่ม (Focus Group)

ผู้วิจัยจึงได้นำรูปแบบการปรับภาพลักษณ์ที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกและผลการวิจัยเชิงปริมาณมาทำการสนทนากลุ่ม หรือ (Focus Group) กับผู้บริหารและผู้ผลิตรายการของ ททบ.5 เพื่อยืนยันผลการศึกษาดังกล่าว และนำไปสู่การกำหนดรูปแบบแนวทางการปรับภาพลักษณ์ (Rebranding) ของสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ที่จะนำไปใช้ในการบริหารงาน

เริ่มต้นจากการกล่าวเปิดการสนทนากลุ่มโดยผู้วิจัย โดยผลการวิจัยที่ได้รับพบว่าลักษณะของตราสินค้า ที่ผู้ชมรู้สึกเกี่ยวกับ ททบ.5 จะเป็นในลักษณะของภาพลักษณ์ที่ดูเป็นทหาร โดยการสนทนากลุ่มครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อหาแนวทางในการนำเสนอรายการให้ผู้ชมมีความรื่นรมย์ และได้รับความสนใจจากผู้สนับสนุนรายการเพิ่มมากขึ้น (ในด้านของคุณลักษณะตราสินค้า ในมุมมองของผู้ชมมีความเป็นทหารอยู่สูง หากแต่จะเป็นทหารในลักษณะใด โดยแยกออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ 1. ประเภทข่าว และ 2. ประเภทรายการ) โดยมีการพูดถึง Role Model ในมุมมองของผู้ชมอยู่ 2 ท่าน คือ 1. ผู้พันเบิร์ด ซึ่งมีลักษณะเคร่งขรึมเป็นทางการดูโปร่งใสตรงไปตรงมา และ 2. หมอก้อง ซึ่งมีลักษณะดูเป็นกันเอง แต่ดูจริงจังกับการทำงานและเข้าถึงได้ง่าย โดยในประเด็นเรื่องข่าวสามารถแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ 1. คือส่วนของเนื้อหา (Content) 2. คือผู้ดำเนินรายการ 3. คือรูปแบบนำเสนอ โดยต้องกำหนดให้มีความสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาภาพลักษณ์ให้นำไปสู่การเป็นที่ยอมรับ สามารถเพิ่มจำนวนผู้ชม และเพิ่มความสามารถในการแข่งขันให้เหมาะสมกับปัจจุบัน ในกิจกรรมของข่าวและรายการ จึงขอเริ่มทำการสนทนากลุ่ม (Focus Group) ตามประเด็นดังต่อไปนี้

“ประเด็นในเรื่องของข่าว จะสามารถทำอย่างไรให้ผู้ชมเกิดความสนใจ และมีความแตกต่างจากสถานีโทรทัศน์ช่องอื่น” สามารถสรุปประเด็นสำคัญได้ดังต่อไปนี้

“การทำการสนทนากลุ่มครั้งนี้ทางผู้วิจัยมีความประสงค์อยากทราบถึงความรู้สึกของผู้ชมในมุมมองที่มีต่อสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ดังนั้น ในฐานะของผู้ผลิตรายการในกลุ่มที่เป็น Gen Z และ Gen Y น้อยๆ เขาเรียนมาในสายอาชีพนี้โดยตรงมีมุมมองว่าข่าวและเนื้อหา (Content) ของสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 เป็นอย่างไร และควรที่จะปรับเปลี่ยนไปในทิศทางใดที่จะสามารถทำให้คนที่อยู่ในรุ่นเดียวกันกับน้อยๆ กลับมาให้ความสนใจได้”

มุมมองในเรื่องของข่าว ควรจะเป็นข่าวที่มีความเจาะลึกสามารถนำเสนอให้ผู้ชมได้ทราบถึงเบื้องลึกเบื้องหลัง ไม่ทำการแบ่งแยกว่าประเด็นใดเป็นข่าวของทหาร ประเด็นใดเป็นข่าวของตำรวจ โดยมองว่าพิธีกรควรนำเสนอให้มีความน่าสนใจและยินยิบรับฟัง ในส่วนของตัวพิธีกรผู้นำเสนอข่าว ควรที่จะมีคาแรคเตอร์เป็นของตัวเองทำการบ้านในสคริปข่าวที่ตนได้รับมอบหมายและนำเสนอให้เกิดความน่าสนใจไม่ใช่รูปแบบของการอ่านข่าวให้ผู้ชมฟังเพียงอย่างเดียว

อีกมุมมองหนึ่งมองว่าโดยบุคลิกภาพแล้วทาง ททบ.5 จะดูเป็นช่องของทหารดังนั้นเราควรมองหาแนวทางในการปรับปรุงเนื้อหาในส่วนของข่าวทหารให้มีความน่าสนใจโดยในปัจจุบันมองว่าทางช่องนำเสนอในส่วนของทหารทำอะไรเป็นสำคัญ ซึ่งไม่สามารถเข้าถึงประชาชนได้ทุกคน จำเป็นต้องมีการความบันเทิงเข้ามาสอดแทรกเข้าไปในสถานการณ์ต่างๆ โดยการนำเสนอข่าวทหารให้มีความน่าสนใจนั้น จะต้องมีความต่อเนื่องจึงดูเป็นเรื่องที่ไม่สามารถหาได้ทั่วไปในทุกช่องจุดขายของ ททบ.5 คือช่องทหารหากแต่จะเป็นทหารในรูปแบบใดที่ผู้ชมจะให้ความสนใจและทำการติดตาม

เรื่องการสื่อสารควรจัดทำในรูปแบบของการสื่อสารโต้ตอบกัน (Two way Communication) เป็นทั้งผู้ส่งสารและรับฟังผลสะท้อนกลับ (Feedback) จากผู้ชม ไม่อยากให้มองว่าเป็นเพียงงานทางวิชาการ หรือการทำเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ (CSR) หากแต่ควรมองถึงในด้านของความบันเทิง เช่น Reality ชีวิตของทหารใหม่ การท่องเที่ยวในรูปแบบของทหารเป็นอย่างไร ปรับเปลี่ยนรูปแบบการนำเสนอให้มีความทันสมัยมากขึ้น ทั้งนี้ในเรื่องของเนื้อหา ของข่าวทหารไม่อยากให้นำเสนอในรูปแบบที่เป็นภาพรวม อยากให้นำเสนอในมิติต่างๆ เช่น แรงแบบดาลใจในการเป็นทหาร ทั้งนี้ควรทำการสำรวจความต้องการของผู้ชม ให้คำนึงถึงผู้ชมเป็นสำคัญ ในการปรับภาพลักษณ์ (Rebranding) กรอบใหญ่ของเราคือการสร้างความน่าสนใจในกลุ่มผู้ชมให้มากขึ้นและพัฒนา เนื้อหา (Content) ของรายการให้มีความสอดคล้องโดยภาพลักษณ์ของเราเป็นที่วิสาธารณะเพื่อความมั่นคง ไม่อยากให้มองในรูปของการแข่งขัน ซึ่งจุดยืนของแต่ละสถานีมีความแตกต่างกัน อีกมุมมอง พบว่า ช่องทหารยังต้องคงบุคลิกลักษณะการนำเสนอข่าวรูปแบบปัจจุบัน เพื่อเป็นเอกลักษณ์และเป็นจุดที่ใช้ในการสร้างความแตกต่าง ในขณะที่การนำเสนอดิฉันว่าใช้ในเรื่องของกราฟิกเข้ามามีส่วนร่วมที่จะนำเสนอด้วย เพื่อให้เกิดความชัดเจนและช่วยให้ผู้ประกาศข่าวสามารถขมวดประเด็นไปพร้อมกับภาพกราฟิกได้อย่างชัดเจน เพื่อเป็นการสร้างอรรถรสในการรับชมมากยิ่งขึ้น

การทำหน้าที่ของทหาร เราทำการมอบของ แต่เราไม่เคยลงเฝ้าถึงความรู้สึกของผู้รับชมเลยว่าผู้รับชมรู้สึกอย่างไร ผลลัพธ์หรือสิ่งที่ตามมาหลังจากที่เขาได้รับของแล้วมันเป็นอย่างไรรายการให้ทางข่าวของเรามีคาแร็กเตอร์ ประเด็นคือ ข่าวทหารแล้วใครที่มีความเหมาะสมจะไปเฝ้าลึกลับข่าวทหาร คาแร็กเตอร์แบบไหนหรือจะเป็นตัวทหารเลยที่วิ่งเข้าไป อย่างผู้ประกาศของเราเหมือนกันถ้าจะมาอ่านข่าวเลือกใคร ในส่วนของ เนื้อหาข่าวจำกัดมันมีอยู่แล้ว ทีนี้เราแยกเป็น 2 ประเด็น ข่าวกับรายการ ในประเด็นเรื่องข่าวช่อง 5 ในการนำเสนอข่าวมีกรอบและปัจจัยหลายอย่างผสมผสานกันในการปรับภาพลักษณ์ จะต้องทำการสมดุลสัดส่วนระหว่างทหารกับงานเชิงธุรกิจได้เพื่อดึงดูดผู้ชมอยากให้ระบุเนื้อหาที่เป็นเอกลักษณ์ ในเชิงนโยบาย บางคนรับได้ แต่อยากเห็นอะไรที่แตกต่างจากทหาร ไม่เชิงนโยบายในการประชาสัมพันธ์ อยากให้ข่าวที่ใกล้ชิดกับประชาชนมากขึ้น ทุกวันนี้มันเหมือนเสนอแค่เปลือก เพราะฉะนั้นเร่งด่วน คือระบบเนื้อหา และก็คนที่จะมาแนะนำสภาพลักษณ์ขององค์กร”

จะมีการแยกเป็น 2 ประเด็น 1) การสร้างภาพลักษณ์หรือเอกลักษณ์ ตอนนี้อยู่ที่ช่อง 5 มีเอกลักษณ์อยู่แล้วเพียงแต่เราจะทำเอกลักษณ์ของเราให้โดดเด่นมากขึ้น ชัดเจนกว่าเดิม ข่าวนั้นช่อง 5 ไม่เหมือนกับที่อื่น มีคนยังดูเราอยู่ เนื่องจากเป็นข่าวที่มีความเรียบง่าย น่าเชื่อถือ เราสร้างเอกลักษณ์ตรงนี้ให้มันคงมากยิ่งขึ้น พิธีกรอ่าน เช่น ข่าวในพระราชสำนักดูแล้วเหมาะสม ให้รักษาภาพลักษณ์ตรงนี้เอาไว้ 2) ในเรื่องของการนำเสนอข่าวเนื้อหาเหมือนกัน การนำเสนอจึงเป็นสิ่งสำคัญ วิธีการนำเสนออันนี้ต้องฝึกให้พิธีกรของช่องมีความสามารถ ในการนำเสนอที่มีความน่าสนใจ ดึงดูดได้มากกว่าเดิม ข่าวของช่อง 5 ถ้าอยากให้เห็นคนดูมาก ข่าวต้องมีความใกล้ชิดประชาชนมีความเข้าถึงและเกี่ยวข้องกับประชาชนมากขึ้น

“ประเด็นในเรื่องของข่าวนั้นควรจะทำเป็นแบบสตู๊ป เจาะลึก และเพิ่มเวลา” สามารถสรุปประเด็นสำคัญในด้านข่าวและรายการ ดังนี้

ควรจะต้องแบ่งประเภทของเนื้อหารายการเป็นลักษณะของ สิ่งที่ต้องรู้ สิ่งที่ต้องรู้ สิ่งที่ยากรู้และความบันเทิง โดยมุ่งเน้นไปที่ความสดใหม่ มีตัวแทนที่เป็นสัญลักษณ์ ที่เป็นซีรีย์ทหาร ด้านคุณประโยชน์ จากการวิจัยพบว่า การนำเสนอข้อมูลข่าวสารของทาง ททบ.5 มีความรวดเร็ว ทันต่อสถานการณ์ เป็นกลางและตรงประเด็น เราจะสามารถนำข้อดีในจุดนี้มาใช้พัฒนาปรับปรุงภาพลักษณ์องค์กรอย่างไร เราควรที่จะประชาสัมพันธ์ อัตลักษณ์ของเรา เกี่ยวกับความเป็นกลาง อย่างเช่น ในกรณีของอุทยานราชภักดิ์ เราต้องกล้านำเสนอความจริงให้มากขึ้น และสร้างความรู้ความเข้าใจกับผู้ชม แต่ในภาพความเป็นจริงขณะนี้ ททบ.5 ถูกใช้เป็นที่เครื่องมือของกองทัพในการประกาศข่าว ดังนั้นทางสถานีควรที่จะหาให้ได้ว่าเป็นกลาง เป็นกลางอย่างไร ใช้อะไรไว้ดี ดังนั้นเราต้องโฟกัสความเป็นกลาง เช่น พิธีกรไม่ใส่ความคิดเห็นส่วนตัวเข้าไปในการนำเสนอข่าว ความเป็นกลางของเนื้อหา เราต้องเอาตัวเองเป็นหลักกว่าเราอยากดูรายการอะไร แล้วกำหนดเนื้อหาเข้าไปให้ถูกใจผู้ชม 3 ช่องทาง คือ ประชาสัมพันธ์ในทุกทาง เนื่องจากเป็นข้อดีของทางสถานีอยู่แล้ว แต่ต้องประชาสัมพันธ์ให้เกิดการรับรู้ สองคือกล้านำเสนอเรื่องจริง ช่อง 5 มีข้อดี คือ การมีแหล่งข่าวที่ดี มีพันธมิตรที่ดี จึงสามารถได้ข่าวที่ถูกต้องแม่นยำ ดังนั้นทางสถานีจึงมีความน่าเชื่อถือ ข้อดีคือสามารถทำรายการที่น่าเชื่อถือและมีคนดู โดยทางสถานีต้องเพิ่มความน่าสนใจของรายการให้มากขึ้น โดยสรุปคือทาง ททบ.5 ยังมีจุดด้อยในเรื่องของการประชาสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมาย การบูรณาการหลายๆ อย่างจะช่วยให้เกิดการรับรู้มากขึ้นและการตอบรับที่ดี และจะต้องนำสื่อออนไลน์เข้ามามีบทบาทในการนำเสนอมากขึ้น

“ประเด็นผู้ชมมีความรับรู้ข่าวช่อง 5 สามารถนำเสนอข่าวของชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์ ได้อย่างมีคุณค่า และเราสามารถนำสิ่งเหล่านี้ มาปรับปรุงภาพลักษณ์ได้อย่างไรในทิวทัศน์ดิจิทัล” สามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้

“ส่วนของข่าว เราต้องสร้างภาพลักษณ์ทางสถานีควรที่จะต้องเพิ่มการมีปฏิสัมพันธ์กับสังคม (CSR) มากขึ้นเพื่อให้ประชาชนได้เกิดการรับรู้ และจะต้องมีความเกี่ยวข้องกับประชาชน ต้องคิด

เรื่องราว และดำเนินการอย่างมีกลยุทธ์ มีความต่อเนื่องและสม่ำเสมอ นำสื่อออนไลน์ให้เข้ามามีบทบาทมากขึ้น และควรแก้ไขว่าตอนนี้เราควรประชาสัมพันธ์ให้กองทัพ หรือประชาสัมพันธ์ให้ทางสถานี เพราะคนดูน่าจะคิดว่าทหารมีภาพลักษณ์ที่ดีขึ้น แต่ไม่ได้ดูช่อง 5 เลย เพราะภาพลักษณ์ของสถานีคือทหารทำให้ทุกอย่างดูเป็นทหาร”

“การนำเสนอความมั่นคงของสถาบันชาติและพระมหากษัตริย์ได้อย่างมีคุณค่าและในส่วนของผังรายการของช่อง 5” สามารถสรุปประเด็นสำคัญได้ดังต่อไปนี้

ที่ประชุมได้สรุปประเด็นนำเสนอข่าวเกี่ยวกับชาติ ศาสนา และพระมหากษัตริย์ได้อย่างมีคุณค่า และเราสามารถนำสิ่งเหล่านี้มาปรับปรุงภาพลักษณ์ได้อย่างไรในทีวีดิจิทัล โดยได้แสดงทัศนะร่วมกันสามารถสรุปได้ 2 ประเด็น คือ ถ้าเป็นรูปแบบของความมั่นคง ชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์ ควรจะต้องทำการพัฒนาเนื้อหา (Content) ที่จะนำเสนอในรูปแบบของละครน้ำดี สอดแทรกสาระบันเทิงเข้าไป และมีดาราดังมาเพื่อมาเป็นส่วนร่วมเพื่อสร้างสรรค์ให้เกิดความน่าสนใจ และทั้งนี้ควรที่จะต้องมีการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องเพื่อให้เข้าถึงในทุกกลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้น

“ประเด็นเกี่ยวกับ ผู้ชมที่มีการรับรู้ในด้านบุคลิกภาพ มองว่าช่อง 5 เป็นเหมือนนักวิชาการที่เต็มไปด้วยสาระประโยชน์ที่มีคุณค่าและก็มีความมั่นคงในหน้าที่การงาน บุคลิกภาพแบบนี้เหมาะสมในยุคทีวีดิจิทัลหรือไม่ และถ้าจะพัฒนาภาพลักษณ์โดยใช้ประโยชน์ โดยประเด็นนี้จะทำอย่างไร”

ประเด็นดังกล่าวสามารถสรุปได้ว่า ควรเพิ่มเติมในส่วนของการสร้างความบันเทิงภายในครอบครัว ทั้งนี้จึงควรที่จะปรับลดความเป็นวิชาการลงให้เกิดความสมดุลและมีความเหมาะสม โดยทำการพิจารณาจากพฤติกรรมของผู้บริโภคเป็นสำคัญ สำหรับการผลิตรายการจะต้องคำนึงถึงสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการจะรับชม โดยทางสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 จะต้องให้ความมีส่วนร่วมกับภาคสังคมและประชาชนมากกว่านี้และมีความเป็นมิตรกับสังคมสามารถเข้าถึงได้ง่าย คุณาสนใจโดยอาศัยความคิดสร้างสรรค์ผสมผสานกับเนื้อหาสาระที่มีความเข้มข้นให้เกิดความลงตัว

“ประเด็นลักษณะที่พึงประสงค์ ผู้ชมรายการช่อง 5 มีความเห็นว่า ควรปรับเปลี่ยนวิธีการนำเสนอ การสื่อสารเรื่องที่มีเนื้อหาสาระควรสอดแทรกให้มีความบันเทิง สามารถพัฒนาอย่างไร”

สามารถสรุปประเด็นสำคัญได้ คือ ควรที่จะทำการปรับลดข่าวทางด้านทหารลง ควรเข้าถึงความยากลำบากของประชาชนมากขึ้น ต้องยอมรับในข้อจำกัดของสถานี และต้องเปลี่ยนวิธีการนำเสนอจากแข็งให้อ่อนลงก็จะดึงดูดกลุ่มเป้าหมายให้มากขึ้น เราควรลงทุนเพื่อให้เกิดความน่าสนใจตั้งแต่การคิด กำหนดเนื้อหารายการขึ้นมา แบ่งหน้าที่การทำงาน คิดรูปแบบการนำเสนอเราควรมีเกมโชว์ที่ดี เพื่อจะได้มีคนดูมากขึ้น เราต้องลงทุนทำเอง เพื่อเป็นเอกลักษณ์ของตัวเอง ควรทำรายการให้ผู้ชมมีส่วนร่วม ทั้งนี้ควรที่จะทำควบคู่กันทั้งในส่วนของออนไลน์และออฟไลน์ (Social medias) เนื่องจากเป็นสื่อที่ใช้ต้นทุนต่ำที่สุดในเวลานี้ ทั้งยังสร้างให้เกิดการสื่อสารทั้งทางผู้ผลิตเนื้อหารายการและผู้รับชมเนื้อหารายการ โดยในปัจจุบันการส่งต่อข้อมูลข่าวสารเป็นไปมากกว่า Two way Communication ในการใช้สื่อออนไลน์สำหรับการทำประชาสัมพันธ์ทางการตลาด (Public relations Marketing) มีความ

เหมาะสมเป็นอย่างมาก เนื่องจากเป็นสื่อที่ใช้บในการลงทุนน้อยและผลตอบแทนดีเกินคาด สำหรับประเด็นที่ว่าการทำงานกิจกรรมกับข่าวให้มีความน่าสนใจ ควรที่จะปรับจากการอ่านข่าว เป็นรูปแบบการมาเล่าข่าวมากกว่า ควรสร้างการมีส่วนร่วมในการที่จะตอบรับในสิ่งที่ทางสถานีนำเสนอ สามารถที่จะจูงใจให้เขาอย่างที่จะมาร่วมกิจกรรมกับทางสถานีควรให้มีการส่งคลิปมาร่วมกับผู้สื่อข่าว เช่น อากาศหนาวทำให้เกิดแม่คะนิง อันนี้ก็คือกิจกรรมรูปแบบหนึ่งแล้วเราก็มีของรางวัลที่เป็นของที่ระลึกช่อง 5 เช่น เสื้อยืดช่อง 5 หมวกช่อง 5 คนดูก็ยอมรับในความเป็นข่าว เช่น ชายแบรนเนอร์ ชายโลโก้ทางเบรณสินค้าจะได้รับการรับรู้ แล้วช่องก็ได้ประโยชน์ คือ หนึ่งมีพันธมิตรทางธุรกิจ สองทางสถานีลงทุนจะสามารถประหยัดต้นทุนลงไปได้ สามผู้ชมและทางสถานีมีกิจกรรมร่วมกัน ในการทำเพื่อสังคมหรือการทำงานนั้นวัตถุประสงค์ คือ กลุ่มเป้าหมายที่ตามมาในส่วนที่เป็นกิจกรรมก็คือ มีการโหวตมีปฏิสัมพันธ์ มีการจัดแคมเปญและก็มีสิ่งจูงใจโดยการที่ส่งกิจกรรมเข้ามาร่วมกับช่อง

“ประเด็นวัฒนธรรมองค์กรจะต้องสร้างให้องค์กรมีลักษณะอย่างไรที่จะแข่งขันกับองค์กรอื่นๆ ในยุคทีวีดิจิทัล”

ประเด็นนี้ในที่ประชุมได้ทำการสรุปว่า ควรทำการปรับลดบุคลากรลงหรือปรับภาพลักษณ์ไปเลย แล้วจึงจัดตั้งระบบใหม่ขึ้นมา โดยทำการยกเลิกกระบวนการอุปถัมภ์เปลี่ยนมาใช้ระบบคุณธรรมแทน และทำการสนับสนุนผู้ที่มีใจรักและมุ่งมั่นที่จะทำงาน เพื่อส่วนรวมร่วมกันพัฒนาองค์กรให้เติบโตปรับตัวให้มีความเหมาะสมกับยุคสมัย มีการเพิ่มคนรุ่นใหม่เข้ามาในองค์กรเพื่อให้เกิดแนวคิดใหม่ๆ ในการพัฒนาองค์กรในอนาคต ให้ผลตอบแทนที่มีความคุ้มค่าต่อการทำงานของบุคลากร ทั้งนี้ควรที่จะต้องปรับโครงสร้างองค์กรให้มีความเป็นระบบและมีหลักการเช่นเดียวกับ บริษัทเอกชน และมีการวางแผนนโยบายที่ชัดเจนสามารถปฏิบัติได้จริง บุคลากรปรับให้มีความชำนาญที่เหมาะสมกับการทำงาน คือ ในเรื่องของความชำนาญด้านประเภทของรายการ ด้านเครื่องมือให้เหมาะสมกัน ให้มีความทันสมัยปรับปรุงให้เข้ากับกลุ่มเป้าหมาย เพราะเครื่องมือมันเปลี่ยนต้องมีคนชำนาญด้วย ถ้าทำออกมาแล้วคนไม่ดูก็ไม่มีความหมาย ต้องควบคู่กันไปทั้ง 3 อย่าง บุคลากร ความชำนาญ และเครื่องมือ ในด้านคุณสมบัติของเจ้าหน้าที่ทุกคนมีเท่ากันหมด แต่พอเฉพาะด้านสาขาความรู้ที่พิเศษ อันนี้ต้องมีการวัดผล ถ้าไม่มีวัดผลก็จะออกมาล้มเหลว การทำงานก็ไม่เกิดประโยชน์อะไรทั้งสิ้น แต่บางคนทำได้มากกว่านั้น ก็มีความพิเศษออกไปอีก หมายความว่าองค์กรมีกำไรจากคนที่สามารถทำงานได้ ในเรื่องของรายการที่ทางสถานีจะปรับผังของรายการมาใหม่ สิ่งแรกคือให้มีความกล้าที่จะตัดสินใจที่จะผลิตรายการด้วยตนเอง อย่างที่สองคือการศึกษาศึกษาและวิเคราะห์ในการนำเสนอรายการต่างให้มีการศึกษาหาข้อมูลที่แท้จริงมากกว่านี้ รายการที่เคยจัดทำมานั้นไม่ได้ต้องแท้ จำเป็นต้องมีบุคลากรในด้านนี้เพื่อที่จะหาและรวบรวมข้อมูลที่แท้จริงอย่างต่อเนื่อง คู่แข่งในเวลานี้ไม่ได้มีเพียงสถานีโทรทัศน์ 21 ช่อง หากแต่มีคู่แข่งเป็นสื่อดาวเทียม โซเชียลมีเดียทุกประเภท แต่ข้อมูลที่ไดมานั้นมีน้อยเกินไปโดย 1) บุคลากรต้องมีความมั่นใจ และความสามารถพอที่จะผลิตรายการเองได้ดี ซึ่งขณะนี้ทางช่อง 5 ยังไม่มีและต่อไปหากจะทำการปรับภาพลักษณ์ก็จะไม่สามารถทำได้ 2) บุคลากร

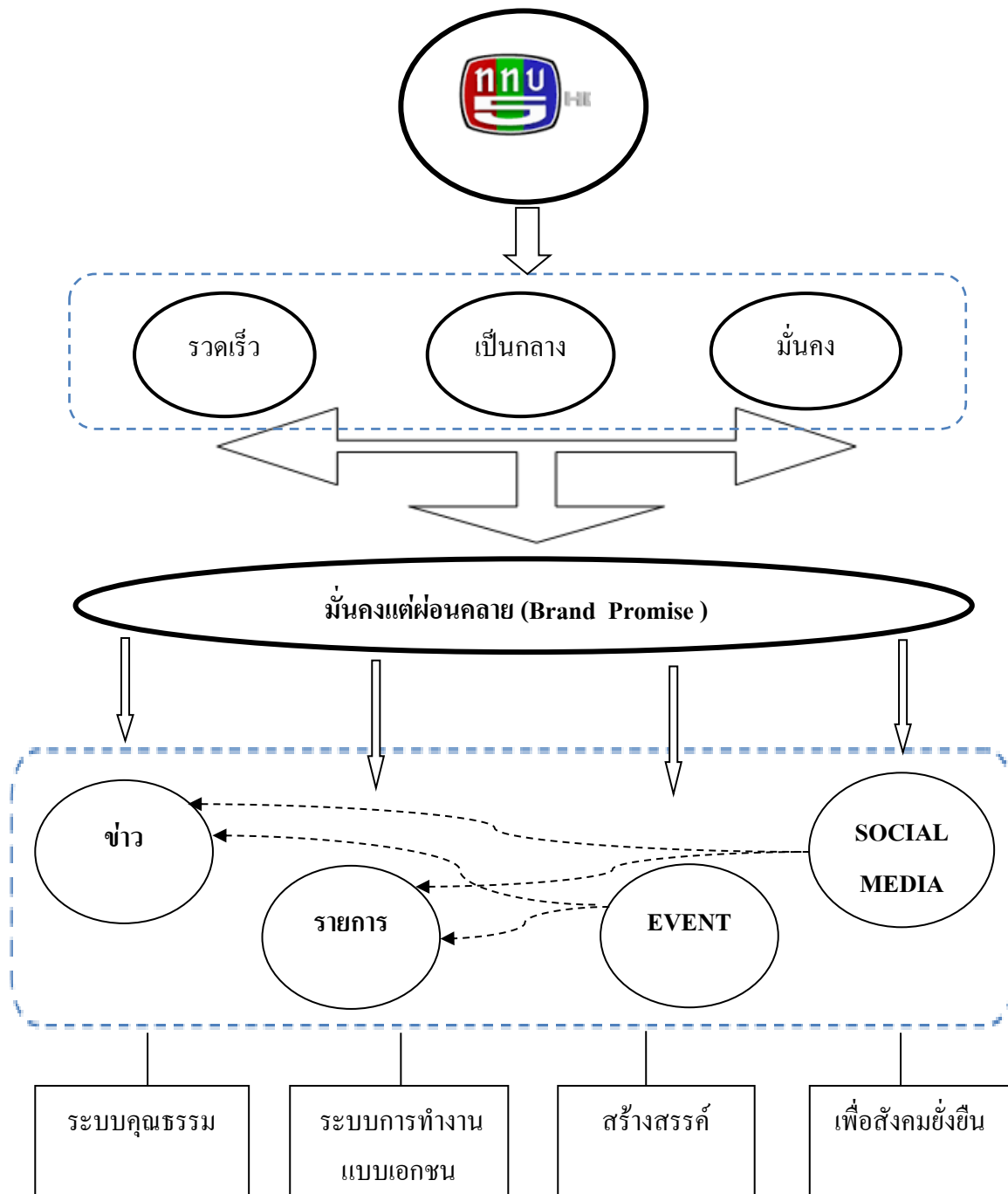
ที่จะต้องทำหน้าที่ในการวิเคราะห์เพื่อที่จะสร้างให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดี หาข้อมูลที่ดีเพื่อที่จะสามารถตอบสนองความต้องการได้อย่างถูกต้องและมีความเหมาะสม

“ประเด็นบุคลิกภาพของช่อง 5” สามารถสรุปประเด็นสำคัญได้ดังต่อไปนี้

จากการสรุปประเด็นในเรื่องของบุคลิกภาพองค์กรพบว่าควรที่จะมีบุคคลที่แสดงถึงในส่วน
ของภาพลักษณ์องค์กรที่จับต้องได้เป็นในลักษณะของหมอกุ้ง ที่มีความเคร่งขรึมมั่นคงและเด็ด
เดี่ยวซึ่งมีความเหมาะสมกับสโลแกนของสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 คือ ททบ.5 นำคุณค่าสู่
สังคมไทย เท่ากับ “เป็นกลาง สร้างสรรค์ มั่นคง เทียงตรง แม่นยำ” โดยสโลแกนใหม่ของช่อง 5 คือ
มีความเป็นกลางในการนำเสนอข่าวสารข้อมูล มีความสร้างสรรค์ คือ ทำรายการที่มีความมั่นคง
แข็งแรง คุณเครียดโดยสอดแทรกความผ่อนคลายในรูปแบบของรายการและเนื้อหา เทียงตรง คือ ผู้ชม
ยืนยันว่าช่อง 5 มีความเที่ยงตรงชัดเจนนำเสนอข่าวได้ตรงประเด็น และแม่นยำ คือทางสถานีมีความ
แม่นยำถูกต้องในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารเชื่อถือได้มีการคัดกรองข้อมูลก่อนนำเสนอเพื่อความ
ถูกต้องในการรับรู้ของประชาชน ทำเพื่อสังคม

จากการศึกษาสนทนากลุ่ม (Focus Group) ทำให้เกิดการอภิปรายถึงคุณลักษณะหรือภาพลักษณ์
ที่สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ควรที่จะทำเพื่อให้เกิดความสอดคล้องกับการเข้าสู่โลกโทรทัศน์
ดิจิทัล โดยพบว่าองค์กรต้องมีความรวดเร็วคล่องตัวในการทำงาน มีความเป็นกลางของข้อมูลต่อ
เหตุผลสถานการณ์ต่างๆ ของบ้านเมือง และมีการแสดงถึงการทำงานที่มั่นคง ต่อสถาบันชาติ และ
พระมหากษัตริย์ ผสมผสานความผ่อนคลาย ซึ่งนำไปใช้กับ 2 กิจกรรมหลัก ได้แก่ด้านข่าวจำเป็น
ต้องสร้างคุณลักษณะหรือบุคลิกภาพที่ชัดเจนของทีมงานข่าว เพื่อให้เกิดการจดจำและเป็นภาพลักษณ์
แห่งการเป็นมืออาชีพนำเสนอเนื้อหาของข่าวอย่างตรงไปตรงมาและเพื่อสังคม สำหรับด้านรายการ
ควรนำเสนอรายการที่น่าสนใจให้ความรู้และขับเคลื่อนสังคม โดยการสอดแทรกความบันเทิงไปใน
รายการต่างๆ เพื่อให้มีทั้งสาระและความบันเทิงควบคู่กันให้เป็นที่น่าสนใจและชวนติดตาม โดยผู้
เชี่ยวชาญส่วนใหญ่ได้ลงความเห็นในทิศทางที่สอดคล้องกันถึงภาพลักษณ์ที่ควรจะเป็น โดยได้ใช้
บุคคลเป็นตัวแทนสื่อถึงภาพลักษณ์ คือ หมอกุ้งในมุมมองของความเป็นกันเอง และมีความบันเทิง
ขณะที่จะเป็นหมอกุ้งที่มีบุคลิกภาพเคร่งขรึมผสมผสานด้วยเช่นกัน โดยทั้งหมดดำเนินการเพื่อสร้าง
คุณประโยชน์ต่อสังคมและสร้างความยั่งยืนให้กับองค์กร ซึ่งในอดีตนั้น ททบ.5 มุ่งเน้นรายการและ
ข่าวเป็นหลัก หลังจากการสนทนากลุ่มทำให้ ททบ.5 ได้ เพิ่มอีก 2 กิจกรรม คือ Event สิ่งใหม่ที่ค้นพบ
คือการมุ่งเน้นไปที่การสร้างกิจกรรมร่วมกับประชาชน เพื่อให้เกิดความใกล้ชิดและถ่ายทอดภาพ
ลักษณ์ใหม่ไปยังกลุ่มเป้าหมายโดยผสมผสานกับการใช้ Social Medias ซึ่งเป็นสื่อใหม่ (New Media)
เป็นช่องทางการสื่อสารที่นำเสนอเนื้อหาของสาร ไม่ว่าจะป็นข่าว ข้อมูลบันเทิง หรือโฆษณาไปสู่
ผู้บริโภค เป็นสื่อที่เอื้อให้ผู้ส่งสารและผู้รับสารทำหน้าที่ส่งสารและรับสารได้พร้อมกันเป็นการสื่อ
สารสองทาง ซึ่งทั้ง 4 กิจกรรมเมื่อนำมาใช้ร่วมกันในการบริหารองค์กรและนำมาสนับสนุนไปสู่การ
เปลี่ยนแปลงโครงสร้างขององค์กร โดยยึดหลักระบบคุณธรรม ที่โปร่งใสตรวจสอบได้ รวมทั้งระบบ

การทำงานแบบเอกชน ที่มุ่งเน้นสร้างคุณค่าความสำเร็จ การบริหารจัดการที่รวดเร็วตอบสนองความต้องการของประชาชนและสังคม นำไปสู่การสร้างสรรค์สิ่งที่ดีและเป็นคุณค่าเพื่อพาสังคมไปสู่ความยั่งยืน ซึ่งแสดงในภาพประกอบที่ 10



ภาพประกอบที่ 11 ตัวแบบการปรับภาพลักษณ์ของสถานีวิทยุโทรทัศน้กองทัพบกช่อง 5 หลังสนทนากลุ่ม (FOCUS GROUP)