

## รายการอ้างอิง

### หนังสือภาษาไทย

กิตติมา กมลพันธุ์ . การประชาสัมพันธ์ของเครือข่ายอินเทอร์เน็ตไทย . วิทยานิพนธ์ปริญญา  
มหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2538.

คัคณางค์ แจ่มใจ . สถานภาพและแนวโน้มการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้เพื่อการศึกษา .  
วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2532 .

จิตตราภรณ์ สิทธิวรเศรษฐ์ . “การประชาสัมพันธ์หน่วยงานรัฐบาล” เอกสารประกอบคำ  
บรรยายวิชาการประชาสัมพันธ์หน่วยงานรัฐบาล. คณะนิเทศศาสตร์  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

\_\_\_\_\_ . ยุทธวิธีการประชาสัมพันธ์ . จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2534.

จุมพล พูลภัทรผลชีวิน . “เทคนิคการวิจัยแบบ EDFR” วิธีวิทยาการวิจัยปีที่ 1 . ฉบับที่ 2  
พฤษภาคม - สิงหาคม 2529.

ชม ภูมิภาค . หลักการประชาสัมพันธ์ . กรุงเทพมหานคร : โอเดียนสโตร์, 2526.

ชาคริต จุลกะเสวี . “กระบวนการวางแผนงานประชาสัมพันธ์” ใน การวางแผนงานประชา  
สัมพันธ์ . หน้า 149-160. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช : โรงพิมพ์ นวกรณ  
จำกัด , 2530.

ดวงพร คำบุญวัฒน์ และวาสนา จันทร์สว่าง . สื่อสารการประชาสัมพันธ์ . กรุงเทพมหานคร  
: ที พี พรินท์ , 2536.

- เตรียม ดันติเวชกุล, พันตำรวจเอก (พิเศษ) . แนวโน้มการประชาสัมพันธ์ของกรมตำรวจ  
ภายในช่วงปีพ.ศ. 2532 - 2542 . วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ จุฬาลงกรณ์  
มหาวิทยาลัย, 2532.
- ทองศักดิ์ นิเวศน์รังสรรค์ . การศึกษาเปรียบเทียบสถานภาพหน่วยงานประชาสัมพันธ์ของรัฐ  
และเอกชน . วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ , 2535.
- ทิปวิท พงศ์ไพบุลย์ . พัฒนาการของบริษัทยุติธรรมงานผลิตภัณฑ์โทรทัศน์ . วิทยานิพนธ์  
ปริญญาโทบริหารธุรกิจ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2533.
- ชนวดี บุญลือ . หลักการวางแผนงานประชาสัมพันธ์ , เอกสารการสอนวิชาการวางแผนงาน  
ประชาสัมพันธ์ . กรุงเทพมหานคร . มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2530.
- บุญเลิศ ศุกคิดก . “การประชาสัมพันธ์” เอกสารการฝึกอบรมเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ส่วนภูมิภาค  
รุ่นที่ 1 . คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ,  
3-9 พฤศจิกายน 2523. (อัดสำเนา)
- บุษบา สุธีธร . กระบวนการวางแผนประชาสัมพันธ์ . กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยสุโขทัย  
ธรรมมาธิราช , 2530 .
- ประจวบ อินอ้อด . ศัพท์านุกรมสื่อสารมวลชน . กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ มหาวิทยาลัย  
ธรรมศาสตร์ , 2520.
- \_\_\_\_\_ . เขาประชาสัมพันธ์กันอย่างไร . กรุงเทพมหานคร : ศูนย์การพิมพ์พลชัย,  
2532.
- ประสานจิตต์ ลิ้มโกคา . หลักการประชาสัมพันธ์ . คณะทรัพยากรธรรมชาติ มหาวิทยาลัย  
สงขลานครินทร์ , 2526.
- พรทิพย์ วรกิจโกคาทร . การวิจัยเพื่อการประชาสัมพันธ์ . มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ , 2531.

มานิต รัตนสุวรรณ . โฆษณาเพื่อการประชาสัมพันธ์ . ในโลกของการประชาสัมพันธ์ .  
กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ พิมพ์นคร , 2527.

เมตตา กฤตวิทย์ , พัชนี เชษฐรรยา และ ถิรนนท์ อนวัชศิริ . แนวคิดหลักนิเทศศาสตร์ .  
กรุงเทพมหานคร : ชมรมวิจัยและพัฒนานิเทศศาสตร์ , 2530.

ยุบล เบญจรงค์กิจ . “เทคนิคการวางแผนและประเมินผลงานประชาสัมพันธ์” เอกสาร  
ประกอบ การสัมมนาเทคนิคการวางแผนและประเมินผลงานประชาสัมพันธ์ .  
คณะ นิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2531.

รวิวรรณ มณีชัย . แนวโน้มการประชาสัมพันธ์ การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย  
( 2535 - 2545 ) . วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ,  
2536 .

ระเด่น ทักขณา . การประชาสัมพันธ์ . พิมพ์ครั้งที่ 1.กรุงเทพมหานคร:สำนักพิมพ์ ว่างอักษร,  
2537.

วาสนา จันทร์สว่าง . การประชาสัมพันธ์ในงานสาธารณสุข . กรุงเทพมหานคร : ภาพพิมพ์ ,  
2533.

วิจิตร อวาทกุล . เทคนิคการประชาสัมพันธ์ . กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ โอเอส , 2534.

วิเชียร เกตุสิงห์ . หลักการสร้างและวิเคราะห์เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย . กรุงเทพมหานคร :  
สำนักพิมพ์เรื่องอักษร , 2527.

วิรัช ลภีรัตนกุล . การประชาสัมพันธ์ฉบับสมบูรณ์ . ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศ  
ศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2529.

\_\_\_\_\_ . “การประชาสัมพันธ์กับการพัฒนาประเทศ” เอกสารประกอบการสัมมนาการ  
ประชาสัมพันธ์เพื่อการพัฒนาประเทศ กรมประชาสัมพันธ์ , 2531.

- สมควร กวียะ. แนวคิดเกี่ยวกับการวางแผนประชาสัมพันธ์. เอกสารการสอนชุดวิชาการวางแผนงานประชาสัมพันธ์ หน่วยที่ 1-6. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- สมชาย แก้ววิบูลย์พันธ์, เรือเอก. สถานภาพและแนวโน้มการประชาสัมพันธ์กองทัพเรือ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2536.
- สะอาด ต้นศุภผล. การประชาสัมพันธ์. พระนคร : มงคลการพิมพ์, 2513.
- สุชา จันทร์เอม. จิตวิทยาทั่วไป. กรุงเทพมหานคร : ไทยวัฒนาพานิช, 2517.
- สุพิน ปัญญาภักดิ์. “การวางแผนงานประชาสัมพันธ์ของรัฐวิสาหกิจ” ใน การวางแผนงานประชาสัมพันธ์. หน้า 259-323, 2526.
- สุเทพ เตชะชีพ. คุณสมบัติและภาระหน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2532.
- เสรี วงษ์มณฑา. “การประชาสัมพันธ์ทำไม” บทความทางวิชาการ การสัมมนาว่าด้วยนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ, 17 - 18 ธันวาคม 2517.
- อรอุบล ภูบัวเผื่อน. การศึกษาการวางแผนการประชาสัมพันธ์ และสถานภาพการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานธุรกิจในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2533.
- อรุณ ภาณุพงษ์. การจัดทำแผนประชาสัมพันธ์ของรัฐบาล. คำบรรยายในการสัมมนาผู้แทนกระทรวง ทบวง กรม, 10 กันยายน 2530.
- อำนาจ สุขสุเดช. การสร้างภาพพจน์ของบริษัทยักษ์ใหญ่ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2534.

**ภาษาอังกฤษ**

Barnhart , Clarence L. and Robert K. Bernhart The World Book Dictionary . USA :  
Doubleday & Company . Inc , 1978 .

Berney , Edward L. Public Relations . University Of Oklahoma Press , 1952 .

Cutlip , Scott M . and Allen H. Center . Effective Public Relations . 5th ed . N.J. :  
Prentic Hall , 1978 .

G & C Merriam Co . Webster' New Collegiate Dictionary . Massachusetts , 1981 .

Morris , William . The American Heritage Dictionary . New York : American Heritage  
Publishing Co . Inc , 1969 .

Robinson , Claude and , Walter Barlow Public Relations Journal , (September 1959): 22 .

Rokeach , Milton . Beliefs , attitudes , and Values : a Theory of Organization and  
Change . San Francisco , Jossey - Bass Inc , 1970.

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาคผนวก ก

**ประวัติและสภาพการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5**

งานประชาสัมพันธ์ สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 มีการดำเนินการในการบริหารสถานี โดยมีผู้อำนวยการ แต่งตั้งบุคคลที่มีประสบการณ์ ขึ้นตรงต่อคณะกรรมการบริหารวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก โดยมีผู้บัญชาการทหารบกเป็นประธาน มีหน้าที่กำหนดนโยบายและบริหารงาน ให้สอดคล้องกับนโยบาย ความมุ่งหมายของกองทัพบก และรัฐบาล

การดำเนินงานของ สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 มีการตั้งมั่นที่จะพัฒนาความก้าวหน้า ความรู้ ความเข้าใจ ไปสู่ประชาชน โดยมีโครงการจะขยายพื้นที่ในการแพร่ภาพออกอากาศรายการต่างๆ ให้ครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศ มีการจัดแบ่งขยายเครือข่ายออกไปตามจังหวัดต่างๆในปัจจุบันทั้งหมด 36 จังหวัด และในอนาคตอันใกล้นี้ จะมีเครือข่ายเพิ่มขึ้นอีก 24 สถานี งานประชาสัมพันธ์ของสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 ส่วนใหญ่จัดอยู่ในประเภทงานโฆษกสถานีฯ พิธีกร โดยการประกาศทางโทรทัศน์ ในรูปแบบการประชาสัมพันธ์ หรือโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้าอื่นๆ นับตั้งแต่เริ่มแรกในการดำเนินงานมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2501 เป็นต้นมา งานประชาสัมพันธ์ได้ทำหน้าที่ดังกล่าว โดยรับคำสั่งและขึ้นตรงต่อ สำนักงานเลขานุการ สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 และในช่วงหลังการก่อตั้งมาระยะหนึ่ง แผนกประชาสัมพันธ์เริ่มมีหน้าที่ความรับผิดชอบที่ชัดเจนดังนี้

1. ดูแลต้อนรับผู้เข้าเยี่ยมชมกิจการสถานี ตั้งแต่ขั้นตอนการตัดสินใจ จนไปถึงการผลิตสื่อเพื่อบรรยายงาน

2. ส่งข่าวสถานีตามสำนักพิมพ์ โดยรับข้อมูลโดยตรงจากฝ่ายรายการ

3. ติดตามความเคลื่อนไหวจากรายการต่างๆ เพื่อเผยแพร่

4. เข้าร่วมประชุมโครงการต่างๆ ที่งานประชาสัมพันธ์เกี่ยวข้องเกือบทุก

โครงการที่มี

5. รับผิดชอบผู้ประกาศรายการ ในส่วนข้อมูล และการฝึกอบรม
6. ผลิตงานโปรโมชันให้รายการต่างๆ รวมทั้งฝ่ายผลิตให้กับหน่วยงานอื่นๆ ของกองทัพบก
7. ดัดเก็บข่าวทางสื่อสิ่งพิมพ์ที่เกี่ยวข้องกับ สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 และสถานีโทรทัศน์ทั่วไป
8. จัดทำบอร์ดประชาสัมพันธ์ทั้งภายใน-ภายนอก
9. ช่วยงานผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ทุกขั้นตอน รวมทั้งการบรรยายการถ่ายทอดงานต่างๆทางโทรทัศน์ด้วย
10. งานเบ็ดเตล็ดทั่วไป แล้วแต่ฝ่ายต่างๆจะขอความร่วมมือ

#### การประชาสัมพันธ์ภายใน ททบ.5

#### ภารกิจของงานติดต่อสอบถาม

- รับผิดชอบการต้อนรับโทรศัพท์ด้านหน้า ตลอดเวลาราชการ
- รับเอกสารที่ส่งมาถึง ททบ.5 โดยแยกเป็นหมวดหมู่ และโทรแจ้งกรณีเร่งด่วน
- ต้อนรับผู้มาติดต่อหรือบันทึกเทปรายการ
- บันทึกข้อมูลสำคัญเรื่องเกี่ยวกับ ททบ.5 เช่น การเข้าชมกิจการ การบันทึกเทป เพื่อแจ้งข่าวในแผนก รวบรวมข้อมูลให้แผนกประชาสัมพันธ์



### งานประเมินข่าว ททบ.5

- อ่าน ตัด วิเคราะห์ ทำรายงานเสนอผู้บังคับบัญชา ทุกวัน
- รับผิดชอบการซื้อ-จ่าย ค่าเช่าหนังสือที่แผนกฯ โดยประสานงานกับเจ้าหน้าที่ธุรการเพื่อช่วยดำเนินการ
- คัดเลือกเรื่องเกี่ยวกับ ททบ.5 ทั้งหมด รวมทั้งสรุปในแต่ละเดือน แบ่งแนวข่าว ออกเป็น 4 ประเภท คือ 1. รายการ 2. เทคนิค 3. ข่าว 4. ทัวไป เรียงลำดับ วัน เดือน ปี
- ประเมินผลภาพลักษณ์ ททบ.5 ที่ผ่านทางสื่อมวลชน ในแต่ละสัปดาห์ เดือน ปี โดยนำเสนอผู้บริหาร เพื่อหารือพิจารณา ในรูปแบบตาราง กราฟ และคำอธิบายสรุป
- เสนอแนวคิดเห็นในประเด็นข่าวต่างๆ ถึงหัวหน้าฝ่าย เพื่อพิจารณา
- ต้องรับรู้ว่าทางสื่อมวลชนอย่างรวดเร็ว

### งานสื่อมวลชน

- รวบรวมรายชื่อสื่อมวลชนทุกแขนง ทุกรายการ ให้ถูกต้อง
- ติดต่อ ประสานงานสื่อมวลชน ทั้งโทรศัพท์ โทรสาร จดหมาย ด้วยตนเอง รวมทั้งดูแลต้อนรับ เมื่อพบปะกับสื่อมวลชน
- จัดเตรียมเอกสาร ข่าวแจก ผังรายการ รายการเปลี่ยนแปลง รายการพิเศษ เพื่อส่งสื่อมวลชนอย่างรวดเร็วทันเวลา
- ดูแลจัดของไปมอบสื่อมวลชนในโอกาสต่างๆ เช่น วันครบรอบปีใหม่

วันครบรอบสถาปนา โดยเป็นผู้กำหนดวัน เวลา ไร่ล่วงหน้า และร่างหนังสือแจ้งหัวหน้าฝ่าย

- กำหนดหมายสัมภาษณ์ ผู้อำนวยการ ททบ.5 ประสานงานด้านกำหนดวัน เวลา สถานที่ เรื่องที่สัมภาษณ์ การบันทึกภาพนิ่ง ฯลฯ

#### การเขียนข่าว-ผลิตข่าว

- ประสานแหล่งข้อมูล เจ้าหน้าที่ตัดข่าว รวมทั้งเจ้าหน้าที่บันทึกภาพนิ่ง เพื่อทราบกิจกรรมที่สำคัญ หรือความเคลื่อนไหวการเปลี่ยนแปลงใน ททบ.5 และนำเสนอเป็นข่าวภายใน ภายนอก โดยผ่านการพิจารณาจาก หัวหน้าแผนกประชาสัมพันธ์

- การเรียบเรียงภาพกิจกรรมต่างๆ ของ ททบ.5 นำมาเขียนเป็นข่าวแจกในนิตยสาร ททบ.5 ที่วิบูลย์ ทุกเดือน รวมทั้งเขียนบทด้อยแถลง ลงบท ททบ.

- หาวิธีการเสนอความเคลื่อนไหว หรือคำสั่งสำคัญของ ททบ.5 ให้เจ้าหน้าที่ภายในทราบ เพื่อเป็นแนวทางกำหนดรูปแบบของการจัดบอร์ดประชาสัมพันธ์

- ติดตามการเปลี่ยนแปลงใหม่ของททบ.5 ตลอดเวลา เพื่อสรุปเป็นข้อมูล และแจ้งให้เจ้าหน้าที่ภายในทราบ

#### การจัดบอร์ดประชาสัมพันธ์

- นำข่าวแจกจากผู้จัดรายการมาเสนอที่บอร์ด เพื่อการประชาสัมพันธ์

- ปิดประกาศเรื่องนำไว้ใน ททบ.5

- แสดงภาพกิจกรรมของ ททบ.5 พร้อมคำบรรยาย

- จัดทำโปรเจกต์คิดที่บอร์ดในโอกาสต่างๆ
- ลงรายละเอียดบอร์ดปฏิบัติงานในแผนก
- เขียนบอร์ดรายการบันทึกเทป การใช้ห้องส่งสำคัญๆ

#### ภาพนิ่ง

- บันทึกภาพกิจกรรมสำคัญของ ททบ.5 เช่น การเยี่ยมชมกิจการ บุคคลสำคัญมาบันทึกเทป การประชุม การแถลงข่าว
- ถ่ายอัดขยายภาพ เพื่อเก็บเป็นประวัตินำไปเผยแพร่
- ปรนนิบัติบำรุงเครื่องมือถ่ายภาพ
- เก็บข้อมูลกิจกรรมที่ไปบันทึกภาพแต่ครั้ง ในหัวข้อ ชื่องาน สถานที่ ระยะเวลาที่จัด หน่วยงานที่รับผิดชอบ บุคคลสำคัญที่มาร่วมงาน และกิจกรรม

#### อื่นๆ

#### การฝึกงานนักศึกษา

- ประสานงานภายใน ภายนอก เรื่องการฝึกงานของนิสิต นักศึกษาสถาบันต่างๆ
- ทำเอกสาร จดหมายต้อนรับ บันทึกข้อความแจ้งใน ททบ.5
- ชี้แจงกฎระเบียบ ดูแลการฝึกงานนักศึกษา รวมทั้งการทำตารางกำหนดระยะเวลาการฝึกงาน

- สรุปการประเมินผลการฝึกงานของนักศึกษา

- ทำสรุปรายงานรวมการฝึกงานของนักศึกษาประจำปี ทุกๆ ปี ในหัวข้อ จำนวน นักศึกษา สาขาวิชาที่เรียน สำนักงานที่ฝึก สถาบันที่เข้าฝึกอบรม และ เวลาการฝึกงาน รวมทั้งมีข้อเสนอแนะสำหรับการฝึกงานในครั้งต่อไป

#### กิจกรรมพิเศษ

- การจัดกิจกรรมนันทนาการให้เจ้าหน้าที่ภายใน เพื่อสร้างความสามัคคีและความ บันเทิง
- การจัดกิจกรรมเกี่ยวกับบุคคลภายนอก เช่น งานแถลงข่าว การฝึกอบรมพิเศษ โดยประสานงาน และมีส่วนเกี่ยวข้องกับกิจกรรม
- ร่วมเป็นแกนนำในการแข่งขันกีฬาที่วิศภ
- รับผิดชอบงานกิจกรรมอื่นๆที่หัวหน้าฝ่ายสั่งการ

#### โทษก-พิธีกร

- จัดไว้ดำเนินรายการถ่ายทอดสด ทาง ททบ.5 หรือ โทรทัศน์รวมการเฉพาะกิจ แห่งประเทศไทย
- จัดไว้เพื่อกิจกรรมพิเศษ เช่น งานเลี้ยงสังสรรค์ ททบ.5
- ช่วยงานพิธีกรภายนอกตามแต่ได้รับมอบหมาย

## ธุรการทั่วไป

- การพิมพ์เอกสารรายการในแผนกประชาสัมพันธ์
- เบิก-เก็บวัสดุในสำนักงาน
- ดูแล รับ-แจก นิตยสาร ททบ.5 ที่วิบูลย์
- จัดแบ่งแฟ้มเอกสารเป็นหมวดหมู่
- ติดตามเรื่องโครงการ แผนงาน ที่กำลังดำเนินการอยู่ เพื่อรับรู้ ติดตาม

## ความถี่หน้า

### การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์

- พิจารณาความเหมาะสมในการจัดทำสื่อ เพื่อการประชาสัมพันธ์แต่ละครั้ง เช่น แผ่นพับ โปสเตอร์ วิทยุทัศน์ สไลด์ ฯลฯ ทั้งนี้ต้องประสานงานกับแผนกผลิตรายการ หัวหน้าแผนกประชาสัมพันธ์ รวมถึงหน่วยงานภายนอก

- ติดต่อประสานงานในรายละเอียด และหาข้อมูลตั้งแต่ก่อนอนุมัติ จนกระทั่ง จัดทำให้แล้วเสร็จ โดยติดตามเรื่องให้ครบวงจร

- วางแผนการผลิตสื่อในช่วงปี และกำกับดูแลติดตามงานโดยตลอด

### การจัดทำของที่ระลึก

- เพื่อจำหน่ายให้แก่เจ้าหน้าที่ภายใน ททบ.5

### นอก

- เพื่อแลกเปลี่ยนในโอกาส ผู้บริหารททบ.5 ไปดูงาน พบปะสังสรรค์ภายนอก
- เพื่อแจกในโอกาสบุคคลเข้าเยี่ยมชมกิจการ

### การประชุม

- เป็นผู้แทนแผนกเข้าร่วมประชุมภายใน ททบ.5
- เป็นผู้แทน ททบ.5 เข้าร่วมประชุมกับหน่วยงานภายนอก
- สรุปทำสมุดบันทึกการประชุมประจำแผนก ( ประสานกับธุรการ )

### ศูนย์ข้อมูล

- เก็บรวบรวมภาพข่าว-ภาพกิจกรรม ททบ.5
- รวบรวม เอกสาร ประวัติ และผู้บริหาร ททบ.5

- เก็บสิ่งพิมพ์ของแผนก

- รวบรวมข้อมูลผังรายการ รายการเปลี่ยนแปลง

### การนำชมกิจการ ททบ.5

- ประสานงานการชมกิจการทั้งกับหน่วยงานที่ติดต่อ และภายใน ททบ.5
- ทำหนังสือบันทึกข้อความ แจ้งภายใน ททบ.5

- จัดทำกำหนดการนำชมกิจการ และประสานงาน ยืนยันการชมกิจการ
- ดูแลต้อนรับ และนำชมกิจการ ททบ.5 จนเสร็จสิ้นงาน
- พิจารณาการวางแผนให้เหมาะสมกับกลุ่มผู้เยี่ยมชม
- จัดทำการประเมินผลการชมกิจการ โดยการใช้แบบสอบถาม

### แผนการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ ททบ.5 ประจำปี พ.ศ. 2539

แผนการประชาสัมพันธ์เชิงรุก ททบ.5 ปี พ.ศ. 2539

#### ความเป็นมา

การแข่งขันธุรกิจวงการโทรทัศน์ไทยมีการตื่นตัวมากขึ้นทุกขณะ แต่เดิมฟรีทีวีมีการตลาดแบบ “ตลาดผู้ชาย” ปัจจุบันแนวโน้มทางตลาดกลายเป็น “ตลาดผู้ชม” กล่าวคือ ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ทั้งช่อง 3, 5, 7, 9 และ 11 ต้องปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ด้านการตลาดขนานใหญ่ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง “การส่งเสริมการขาย” ในส่วนทางการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ และแนวการประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมกับสถานการณ์ขณะนี้คือ “การประชาสัมพันธ์เชิงรุก” ผู้ประกอบการจะต้องเดินเข้าหากลุ่มผู้บริโภค พนักงาน สื่อมวลชน และประชาชน

#### วัตถุประสงค์

1. เสริมสร้างความสัมพันธ์อันดี ระหว่าง ททบ.5 กับสื่อมวลชน อย่างสม่ำเสมอ หรือความร่วมมือในการเผยแพร่ข่าวสาร
2. สื่อสัมพันธ์แบบ 2 ทาง ระหว่าง ททบ.5 กับผู้ชม หรือความรู้สึกที่ดี และการสังเกตปฏิบัติวิชาตอบกลับ

3. เชื่อมความสัมพันธ์และสร้างทัศนคติที่ดี ในหมู่เจ้าหน้าที่ ททบ.5 เพื่อเอกภาพในการประชาสัมพันธ์

#### **แผนปฏิบัติการ**

แผนปฏิบัติการนี้จะประกอบด้วย 5 แผนย่อย คือ

#### **1. แผนปฏิบัติการ “ สั้งสรรค้สื่อมวลชน ”**

#### **กิจกรรม**

จัดสังสรรค้กลุ่มย่อยสื่อมวลชนและผู้บริหาร ททบ.5 ( รวม 15-20 คน ) เดือนละครั้ง หรือตามโอกาสเหมาะสม เพื่อสนทนาแลกเปลี่ยนข้อมูล และสร้างความสัมพันธ์อันดีต่อกัน โดยเลือกสถานที่ และผู้ร่วมสังสรรค้ตามสถานการณ์

#### **2. แผนปฏิบัติการ “ เยี่ยมเขียนสื่อมวลชน ”**

#### **กิจกรรม**

การจัดกลุ่มประชาสัมพันธ์ไปเยี่ยมเขียนสื่อมวลชน ตามสำนักพิมพ์ หรือสถานีวิหุ เพื่อสร้างความคุ้นเคยในการประสานงานร่วมกัน โดยนำของที่ระลึก หรือกระเช้าผลไม้ไปมอบให้ และบางครั้งนำข่าวฝากไปแจกจ่ายตามโอกาสด้วย

#### **3. แผนปฏิบัติการ “ ระคมทีมข่าวประชาสัมพันธ์ ”**

#### **กิจกรรม**

การจัดชุดทีมข่าวประชาสัมพันธ์ 2 ทีมๆละ 2 คน เพื่อติดตามความเคลื่อนไหวใน ททบ.5 และรายการเด่นๆที่ออกอากาศทาง ททบ.5 แล้วนำมาเผยแพร่



#### 4. แผนปฏิบัติการ “ประชาสัมพันธ์สัญจร”

##### **กิจกรรม**

- ประชุมผู้ที่เกี่ยวข้องใน ททบ.5 เพื่อแจ้งนโยบายและกำหนดกิจกรรม รวมทั้งสถานที่ ในการไปเยี่ยมชมพื้นที่ต่างๆ
- กำหนด วัน เวลา สถานที่การสัญจรเยี่ยมชม รวมทั้งกิจกรรมที่จะเกิดขึ้นจากการปรากฏตัวของดารว การจับรางวัล การแจกนิศยสาร ททบ.5 ที่วิวันเทิง หรือ การแจกแบบสอบถาม
- การประเมินผลที่ได้รับ และสรุปส่งผู้บริหาร

#### 5. แผนปฏิบัติการ “สืบสานสัมพันธ์ภายใน ททบ.”

##### **กิจกรรม**

- จัดงานสังสรรค์เจ้าหน้าที่กลุ่มย่อยทุกๆ 1 เดือน
- จัดงานสังสรรค์รวมเจ้าหน้าที่ทั้งหมด ทุกๆ 3 เดือน โดยในระหว่างสังสรรค์จะมีการร่วมกิจกรรมต่างๆ เพื่อความสนุกสนานและกระชับความสัมพันธ์ ตลอดจนสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างเจ้าหน้าที่ ททบ.5 เช่น การเล่นเกม การจัดผู้แทนแต่ละฝ่าย แสดงการละเล่น หรือการแข่งขันกีฬา เป็นต้น

นอกจากนี้ แผนการประชาสัมพันธ์ปี พ.ศ. 2539 ยังประกอบไปด้วย แผนการประชาสัมพันธ์อีก 4 แผน ดังต่อไปนี้

## 1. แผนการประชาสัมพันธ์ภายใน ปี 2539

### วัตถุประสงค์

- สร้างความรักและผูกพัน ความศรัทธา ต่อ ททบ.5 ในหมู่เจ้าหน้าที่ทุกคน
- สร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างเจ้าหน้าที่ ททบ.5
- สร้างบรรยากาศที่ดีในการทำงาน

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

เจ้าหน้าที่ ททบ.5 มีเอกภาพ มีความสามัคคี และศรัทธา ใน ททบ.5

### กลุ่มเป้าหมาย

เจ้าหน้าที่ ททบ.5 ทุกคน ทั้งใน กรุงเทพมหานคร และส่วนภูมิภาค (รวมทั้งผู้บริหารทุกระดับ)

### กิจกรรมและสื่อ

- งานเลี้ยงสังสรรค์กลุ่มย่อยทุก 2 เดือน พร้อมกิจกรรมนันทนาการ
- จัดบอร์ดเผยแพร่กิจกรรมภายใน และความเคลื่อนไหวสำคัญของ ททบ.5
- จัดทำวารสารภายใน “สื่อข่าว ททบ.” ให้ต่อเนื่อง และสื่อให้ทุกคนใน ททบ.5 ได้มีส่วนร่วมด้วย
- กิจกรรมอื่นๆ ร่วมกัน เช่น ฝึกอบรมโครงการเสริมความรู้ระยะสั้น

## ผู้เกี่ยวข้อง

- แผนกประชาสัมพันธ์
- ศูนย์ฝึกอบรม
- ผู้บริหารระดับสูง และระดับกลาง
- เจ้าหน้าที่ทุกฝ่าย

ระยะเวลา ตลอดปี 2539 และ ต่อเนื่องทุกปี

งบประมาณ 200,000 บาท ( ค่าจัดเลี้ยง ของรางวัล อุปกรณ์แต่งบอร์ด )

## การประเมินผล

- ประชุมเพื่ออภิปรายกลุ่มย่อยถึงผลการดำเนินงาน
- แบบสอบถามสำรวจความคิดเห็น

## 2. แผนการประชาสัมพันธ์รายการ ปี 2539

### วัตถุประสงค์

- เผยแพร่ข่าวสารรายการต่างๆทาง ททบ.5 ให้ประชาชนรับทราบ และสนใจติดตามชมรายการ
- เพื่อความเป็นเอกภาพในการประชาสัมพันธ์ระหว่าง ททบ.5 และผู้จัดรายการ

### ผลที่คาดว่าจะได้รับ

รายการต่างๆทาง ททบ.5 เป็นที่รู้จักและนิยมมากขึ้น โดยการเผยแพร่ข่าวสารประชาสัมพันธ์ ททบ.5 ร่วมกับผู้จัดรายการ

### กลุ่มเป้าหมาย

- ผู้ชมรายการทาง ททบ.5
- สื่อมวลชน
- ผู้มาติดต่องานที่ ททบ.5

### กิจกรรมและสื่อ

- ประชุมและประสานงานระหว่างททบ.5 และผู้จัดรายการ เพื่อรับทราบข้อมูลระหว่างกัน และร่วมกิจกรรมสำคัญกับผู้จัดรายการ เช่น แดงข่าวการเปิดตัวรายการใหม่
- สปอดโปรโมทรายการ ททบ.5 โดยเฉพาะรายการใหม่ รายการเด่นที่น่าสนใจ รายการเปลี่ยนแปลง รายการถ่ายทอดสด รวมทั้งรายงานข่าวที่สำคัญๆ รวมถึงการใช้อักษรวิ่งทาง ททบ.5 เพื่อประชาสัมพันธ์รายการเด่น
- การเสนอเอกสาร สรุปรายการเด่นในรอบสัปดาห์ ส่งหนังสือพิมพ์และวิทยุในรูปแบบข่าวแจก โดยแผนกประชาสัมพันธ์ ททบ.5 ประสานข้อมูลจากฝ่ายรายการ
- จัด “ผู้ชมรายการคัง ช่อง 5” โดยแบ่งพื้นที่ให้ผู้จัดรายการ (เฉพาะรายใหญ่ๆ เช่น แกรมมี่ รัชฟิล์ม อาร์เอส เจเอสแอล และมีบอร์ควมสำหรับรายการย่อย) นำโปสเตอร์ โมเดล เอกสาร ต่างๆ มาจัดแสดงในส่วนต้อนรับทาง ททบ.5

## ผู้เกี่ยวข้อง

- ฝ่ายรายการ
- ผู้จัดการรายการ
- ฝ่ายข่าว
- ประชาสัมพันธ์
- สื่อมวลชน ( วิทยุและหนังสือพิมพ์ )

ระยะเวลา ต่อเนื่องตลอดปี 2539

งบประมาณ 300,000 บาท

## การประเมินผล

- ตัด สรุปข่าว หนังสือพิมพ์ เกี่ยวกับการโปรโมทรายการ
- ประชุมผู้ปฏิบัติงานในส่วนที่เกี่ยวข้อง เพื่อรวบรวมข้อมูลไว้พัฒนางานปี

ต่อไป

3. การประชาสัมพันธ์ผู้มาเยี่ยมชมกิจการและนักศึกษาฝึกงาน

## วัตถุประสงค์

- เพื่อเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับ ททบ.5 ที่ถูกต้อง ทันสมัย ให้แก่ผู้มาเยี่ยมชมกิจการ และนักศึกษาฝึกงาน

- เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่าง ททบ.5 และผู้มาเยี่ยมชมกิจการ รวมถึงนักศึกษาฝึกงาน

### ผลที่คาดว่าจะได้รับ

- กิจกรรมและสื่อ
- ผู้มาเยี่ยมชมกิจการและนักศึกษาฝึกงาน มีทัศนคติที่ดีต่อ ททบ.5
  - จัดทำเอกสารสรุปย่อประวัติการทำงาน ตลอดจนภารกิจที่สำคัญของ ททบ.5 และรายชื่อ-ภาพ คณะผู้บริหารที่ทันสมัย เป็นข้อมูลใหม่ล่าสุด ( โดยแผนกบุคคลและศูนย์ฝึกอบรมดำเนินการ ) โดยนำแจกพร้อมกับหนังสือรายงานประจำปีของ ททบ. 5
  - จัดทำของที่ระลึกเพื่อแจกจ่ายให้ผู้มาเยี่ยมชมกิจการ และนักศึกษา ตามความเหมาะสม เพื่อสร้างความประทับใจแก่ ททบ.5
  - ร่วมกับศูนย์ฝึกอบรมฝ่ายแผนฯ เพื่อจัดงานปฐมนิเทศ พิธีมอบวุฒิบัตร และของที่ระลึกให้นักศึกษาฝึกงาน กรณีที่สิ้นสุดการฝึกงานแล้ว โดยจัดเป็นรุ่น ทุก 3-6 เดือน
  - ปรับปรุงห้องบรรยายสรุปภารกิจ ททบ.5 ให้ทันสมัยและมีประสิทธิภาพ ( ทั้งในส่วนอาคารรับรอง 1 ปัจจุบัน และห้องประชุมในอาคารรับรองใหม่ของ ททบ.5 โดยนำเสนอไว้ในแผนจัดซื้ออุปกรณ์ห้องประชุมสำหรับอาคารใหม่ )
  - จัดทำวีดีโอเทป ประวัติ ททบ.5 ชุดใหม่ โดยประสานผู้จัดรายการใหญ่ เช่น กันตนา

### กลุ่มเป้าหมาย

- ผู้มาเยี่ยมชมกิจการ
- นักศึกษาฝึกงาน

**ผู้เกี่ยวข้อง**

- ศูนย์ฝึกอบรม ฝ่ายแผนและพัฒนา
- ประชาสัมพันธ์
- ฝ่ายจัดรายการ

**งบประมาณ** 200,000 บาท ( งบจัดทำของที่ระลึก งบจัดงานพิธี งบประสานงาน )

**ระยะเวลา** ต่อเนื่องตลอดปี 2539

**การประเมินผล**

- แบบสอบถามกลุ่มเป้าหมาย หลังสิ้นสุดการเยี่ยมชมกิจการหรือฝึกงาน
- 4. แผนการประชาสัมพันธ์ชุมชน ( การประชาสัมพันธ์สัญจร ) ปี 2539

**วัตถุประสงค์**

- เพื่อกระจายกลุ่มเป้าหมายผู้ชม ททบ.5 ในส่วนภูมิภาค
- เพื่อเก็บข้อมูลเรื่องความชัดเจนของสัญญาณภาพ และคุณภาพรายการของ

ททบ.5

### ผลที่คาดว่าจะได้รับ

- กลุ่มผู้ชม ททบ.5 ในส่วนภูมิภาค มีปริมาณเพิ่มขึ้น และมีทัศนคติที่ดีต่อ ททบ.5 รวมทั้งททบ.5 ได้รับข้อมูลด้านเทคนิคและรายการ เพื่อนำมาปรับปรุงประสิทธิภาพ ผลงานต่อไป

### กิจกรรมและสื่อ

- การประชุมและประสานงานกลุ่มผู้เกี่ยวข้องในการจัดกิจกรรม คือ ฝ่ายรายการ ผู้จัดรายการ ฝ่ายเทคนิคและประชาสัมพันธ์ ทั้งนี้ในแต่ละครั้งจะเวียนผู้จัดรายการที่มาสนับสนุนทุกครั้ง เพื่อวางแผนกำหนดกิจกรรม ผู้รับผิดชอบ วัน เวลา สถานที่ (ซึ่งจะได้ผลัดเปลี่ยนสถานที่ไปตามภูมิภาค ที่ ททบ.5 มีเครือข่าย )

- การจัดสปอตโปรโมทให้ผู้ชม แบบ วัน เวลา สถานที่ ในการจัดกิจกรรม ประชาสัมพันธ์สัญจร

- การจัดเตรียมของที่ระลึก แบบสอบถาม แผ่นพับ แจกจ่ายผู้ชมที่มาร่วมงาน

- การจัดทำข่าวแจกทางวิทยุ หนังสือพิมพ์ และนิตยสาร

- การจัดกิจกรรม และการแสดงในพื้นที่ร่วมกับผู้จัดรายการ และเจ้าหน้าที่

ททบ.5 ส่วนภูมิภาค

### กลุ่มเป้าหมาย

- ผู้ชมและสื่อมวลชนในส่วนภูมิภาค

- ผู้จัดรายการ



## ผู้เกี่ยวข้อง

- แผนกประชาสัมพันธ์
- ฝ่ายเทคนิค
- ผู้จัดการรายการ
- ฝ่ายจัดรายการ
- หน่วยราชการในพื้นที่

**งบประมาณ** 300,000 บาท ( งบของรางวัล แผ่นพับ และค่าประสานงาน )

**ระยะเวลา** ตลอดปี 2539 และต่อเนื่องตลอดทุกปี

## การประเมินผล

- แบบสอบถามสำรวจความคิดเห็นประชาชนส่วนภูมิภาค

แผนการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ ททบ.5 ประจำปี 2540

### 1. กิจกรรมสัมพันธ์ภายใน ททบ.5

1.1 เดือน พฤษภาคม - มิถุนายน ประกวดภาพถ่ายขวัญใจ ททบ.5 ( เข้าหน้าที่ในดวงใจ ) 1 ครั้ง

1.2 เดือน มีนาคม กรกฎาคม ตุลาคม ธันวาคม จัดงานพบปะสังสรรค์ และร่วมประกวดแฟนซี ( 3 เดือน ต่อ 1 ครั้ง รวม 4 ครั้ง )

- 1.3 เดือน มกราคม เมษายน กรกฎาคม พฤศจิกายน เยี่ยมเยือนเครือข่าย ททบ.5 ต่างจังหวัด หรือทำบุญ ช่วยผู้ยากไร้ โดยให้เจ้าหน้าที่ ททบ.5 ฝ้ายต่างๆ ผลัดเวียนส่งตัวแทนไป ครั้งละ 40-50 คน ( 3 เดือน ต่อ 1 ครั้ง รวม 4 ครั้ง )

งบประมาณ 300,000 บาท

## 2. สนับสนุนกิจกรรมสาธารณกุศล

- 2.1 มอบทุนสนับสนุนการเรียน ในนาม ททบ.5 แก่โรงเรียนที่ยากไร้
- 2.2 ลงโฆษณาในวารสารของหน่วยงานราชการต่างๆ เพื่อสนับสนุนกิจกรรมการกุศล
- 2.3 ช่วยเหลือกรณีมีอุบัติเหตุต่างๆ ในนาม ททบ. 5

งบประมาณ 300,000 บาท

## 3. กิจกรรมสัมพันธ์ภายนอก

- 3.1 เดือน กุมภาพันธ์ พฤษภาคม กันยายน ธันวาคม ส่งสรรค์สื่อมวลชนสัมพันธ์ ( 3 เดือน ต่อ 1 ครั้ง รวม 4 ครั้ง )
- 3.2 เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ ร่วมโครงการสาธารณประโยชน์ภายนอก และส่งสรรค์หน่วยงาน
- 3.3 อวยพรสื่อมวลชน ในโอกาสครบรอบ ปี วันเกิด
- 3.4 การแข่งขันกีฬา ทวีศัพ

งบประมาณ 500,000 บาท

รวมงบประมาณในการดำเนินการทั้งสิ้น 1,100,000 บาท

ปฏิทินงาน ประชาสัมพันธ์ ปี พ.ศ. 2540

มกราคม

- แจกของขวัญสื่อมวลชน
- เชิญสื่อมวลชน ร่วมงานวันสถาปนา ททบ.5
- เตรียมงาน ทวีทัศน์

กุมภาพันธ์

- กีฬา ทวีทัศน์
- วางแผนเขียนเขียนเครือข่าย ครั้งที่ 1
- เตรียมเอกสาร และสิ่งของตกแต่งห้องประชาสัมพันธ์ อาคารใหม่

มีนาคม

- เตรียมการเปิดอาคารใหม่ ททบ.5
- เขียนเขียนเครือข่าย ครั้งที่ 1
- เตรียมกิจกรรมประชาสัมพันธ์ภายใน ครั้งที่ 1
- จัดซื้อจัดหาอุปกรณ์ ตามแผนงบประมาณปี 40

เมษายน

- เปิดอาคารใหม่ ททบ.5
- เตรียมจัดทำแผ่นพับ ททบ.5
- จัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ภายใน ครั้งที่ 1

พฤษภาคม	<ul style="list-style-type: none"> <li>- จัดทำแผนพับ ททบ. 5</li> <li>- เตรียมผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ ( วีดิทัศน์ ไปสเตอร์ )</li> <li>- เชื่อมเขียนสื่อมวลชน ครั้งที่ 1</li> </ul>
มิถุนายน	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ทบทวนการจัดซื้อจัดหาอุปกรณ์ตามแผนงบประมาณ</li> <li>- วางแผนเชื่อมเขียนสื่อมวลชน ครั้งที่ 2</li> </ul>
กรกฎาคม	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เชื่อมเขียนสื่อมวลชน ครั้งที่ 2</li> <li>- จัดแผนเชื่อมเขียนสื่อมวลชน</li> </ul>
สิงหาคม	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เชื่อมเขียนสื่อมวลชน ครั้งที่ 3</li> <li>- เตรียมจัดทำของที่ระลึกแจกสื่อมวลชน</li> <li>- เตรียมกิจกรรมสื่อมวลชนภายใน ครั้งที่ 2</li> </ul>
กันยายน	<ul style="list-style-type: none"> <li>- จัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ ครั้งที่ 2</li> <li>- เตรียมจัดทำปฏิทิน ททบ.5 ปี 2541</li> <li>- ร่างแผนงานประชาสัมพันธ์ ปี 2541</li> </ul>
ตุลาคม	<ul style="list-style-type: none"> <li>- จัดของที่ระลึกของสื่อมวลชน</li> <li>- ดำเนินการทำปฏิทิน ททบ.5 ปี 2541</li> <li>- เตรียมเชื่อมเขียนเครือข่ายสื่อมวลชน ครั้งที่ 3</li> </ul>

พฤศจิกายน

- เตรียมงาน ร่วมใจก้าวไปกับ ททบ.5 ปี 2541

- เชื่อมเขียนเครือข่าย ครั้งที่ 3

---

ธันวาคม

- งานขึ้นปีใหม่ ททบ.5

- สรุปผลงานในรอบปี แจกสื่อมวลชน

---



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาคผนวก ข

แบบสัมภาษณ์รอบที่ 1

1. ท่านทราบความเคลื่อนไหวอะไรเกี่ยวกับสถานีวิทยุโทรทัศนีกองทัพบก  
ช่อง 5 บ้าง และท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ของ สถานีวิทยุโทรทัศนีกองทัพบก ช่อง 5 ในปัจจุบัน
2. ท่านคิดว่าบทบาทงานประชาสัมพันธ์ ของ สถานีวิทยุโทรทัศนีกองทัพบก  
ช่อง 5 ตามความคิดเห็นของท่านควรจะเป็นอย่างไร
3. ท่านคาดว่า ในอนาคต งานประชาสัมพันธ์ของสถานีวิทยุโทรทัศนีกองทัพบก  
ช่อง 5 จะเป็นอย่างไร จะมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น หรือลดน้อยลงเพียงใด
4. ท่านมีข้อเสนอแนะอย่างไรบ้างเกี่ยวกับงานประชาสัมพันธ์ของ สถานีวิทยุ  
โทรทัศนีกองทัพบก ช่อง 5 ที่ควรจะทำในรอบ 10 ปีนี้

( การสัมภาษณ์ครั้งนี้ อาจจะมีคำถามเพิ่มเติม เพื่อให้ได้คำตอบครอบคลุมประเด็นที่ต้องการ )

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## เครื่องมือรอบที่ 2

### คำชี้แจงแบบสอบถาม

แบบสอบถามฉบับนี้เป็นแบบสอบถามสำหรับการวิจัยเรื่อง “แนวโน้มการประชาสัมพันธ์สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 ในทศวรรษหน้า (พ.ศ. 2539-2549)” โดย ได้รับข้อมูลมาจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิด้านการประชาสัมพันธ์ อันประกอบด้วยนักวิชาการและนักประชาสัมพันธ์ไปแล้วในรอบแรก แบบสอบถามฉบับนี้แบ่งได้เป็น 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 เป็นข้อความที่ประกอบด้วยความคิดเห็นของท่านในเรื่องบทบาท และสภาพงานประชาสัมพันธ์ของสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 ในปัจจุบัน และบทบาทงานประชาสัมพันธ์ของสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 ตามความคิดเห็นในอุดมการณ์ของท่าน ซึ่งอาจเป็นแนวโน้มในอนาคตที่พึงประสงค์และไม่ประสงค์

ส่วนที่ 2 เป็นข้อความที่ประกอบด้วยความคิดเห็นของท่าน อันเกี่ยวกับบทบาทและสภาพงานประชาสัมพันธ์ของสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 ในอนาคต พร้อมทั้งข้อเสนอแนะสำหรับงานประชาสัมพันธ์ของสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5

ขอให้ท่านกรุณาพิจารณาว่า ในแต่ละข้อ ท่านเห็นด้วยหรือไม่ มากน้อยเพียงใด และท่านมีความคิดเห็นว่า จะมีโอกาสเป็นไปได้มากน้อยเพียงใด รวมไปถึงว่าเป็นแนวโน้มที่พึงประสงค์หรือไม่ประสงค์ในอนาคต

เกณฑ์ 5 เกณฑ์สำหรับการพิจารณาว่าแนวโน้มนั้นจะมีโอกาสเกิดขึ้นได้มากน้อยเพียงใด

5 หมายถึง แนวโน้มนั้นมีโอกาสที่จะเกิดขึ้นได้มากที่สุด

4 หมายถึง แนวโน้มนั้นมีโอกาสที่จะเกิดขึ้นได้มาก

- 3 หมายถึง แนวโน้มนั้นมีโอกาสที่จะเกิดขึ้นได้ปานกลาง
- 2 หมายถึง แนวโน้มนั้นมีโอกาสที่จะเกิดขึ้นได้น้อย
- 1 หมายถึง แนวโน้มนั้นมีโอกาสที่จะเกิดขึ้นได้น้อยที่สุด

สำหรับการพิจารณาว่า แนวโน้มในอนาคตจะพึงประสงค์หรือไม่ประสงค์นั้น  
พิจารณาได้ดังนี้

อนาคตที่พึงประสงค์ หมายถึง สิ่งที่ท่านคาดว่าจะเกิดขึ้นในอนาคต และเป็นสิ่ง  
ที่ต้องการให้เกิดขึ้นในอนาคต

อนาคตที่ไม่ประสงค์ หมายถึง สิ่งที่ท่านคาดว่าจะเกิดขึ้นในอนาคต แต่เป็นสิ่งที่  
ไม่ต้องการให้เกิดขึ้นในอนาคต

สำหรับเกณฑ์ที่ใช้ในการพิจารณาการเห็นด้วยมากหรือน้อยเพียงใด มีดังนี้

- 5 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด
- 4 หมายถึง เห็นด้วยมาก
- 3 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง
- 2 หมายถึง เห็นด้วยน้อย
- 1 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด



## ตัวอย่าง

แนวโน้มการประชาสัมพันธ์ของ ททบ.5 ( พ.ศ.2539-2549 )	โอกาสที่จะเกิดขึ้นได้					อนาคต	
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	พึงประสงค์	ไม่ประสงค์
	5	4	3	2	1	1	0
1. คาดว่าททบ.5 จะเปลี่ยนการ บริหารเป็นแบบเอกชน			✓			✓	

จากตัวอย่างข้างต้นหมายความว่า การประชาสัมพันธ์ของ ททบ.5 นั้นมีแนวโน้มว่าจะมีการเปลี่ยนแปลงการบริหารงานมาเป็นแบบเอกชน มีโอกาสที่จะเกิดขึ้นได้ปานกลาง และท่านเห็นว่าเหตุการณ์เช่นนี้เป็นสิ่งที่ดีที่ควรเกิดขึ้น(พึงประสงค์)

ในการนี้ผู้วิจัยใคร่ขอความกรุณาจากท่าน ชี้แจงเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ท่านมีความคิดเห็นตามอัตราการจัดไว้ข้างต้น ขอกราบขอบพระคุณทุกท่านที่กรุณาให้ความร่วมมือในการเก็บข้อมูลเป็นอย่างดี

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
กันตชาติ เกษมสันต์ ณ อยุธยา  
ผู้วิจัย

## แบบสอบถามรอบที่ 2

ชื่อ \_\_\_\_\_ นามสกุล \_\_\_\_\_  
 ที่ทำงาน \_\_\_\_\_ โทร \_\_\_\_\_  
 ตำแหน่ง \_\_\_\_\_

การเห็นด้วย

ลำดับ	แนวโน้มการประชาสัมพันธ์ ของ ททบ.5 ( พ.ศ.2539-2549 )	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
		5	4	3	2	1

1. ความคิดเห็นเกี่ยวกับบทบาทของงานด้านประชาสัมพันธ์ ของ ททบ.5 ในปัจจุบัน

1.1 เป็นองค์กรที่มีบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถด้านการประชาสัมพันธ์

1.2 เป็นองค์กรที่มีรูปแบบเป็นระบบราชการ

1.3 เป็นองค์กรที่ให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์เพิ่มมากขึ้น

1.4 การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆน้อยเกินไป

1.5 เป็นการประชาสัมพันธ์บุคคลมากกว่าการประชาสัมพันธ์องค์กร

1.6 ผู้บริหารให้การสนับสนุนงานประชาสัมพันธ์อย่างเต็มที่

1.7 งานประชาสัมพันธ์ยังไม่ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายเพียงพอ

1.8 ไม่ค่อยมีการท~  
สำคัญๆตามสถานที่ต่างๆ

1.9 การใช้อินเทอร์เน็ตในการประชาสัมพันธ์ยังไม่มีประสิทธิภาพ

1.10 เป็นการประชาสัมพันธ์เชิงรับมากกว่าเชิงรุก

ลำดับ	แนวโน้มการประชาสัมพันธ์ของ ททบ.5 ( พ.ศ.2539-2549 )	โอกาสที่จะเกิดขึ้นได้					อนาคต	
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	พึงประสงค์	ไม่ประสงค์
		5	4	3	2	1	1	0

**2 บทบาทงานประชาสัมพันธ์ของ  
ททบ.5 ตามความคิดในอุดม  
การณ์ของท่าน**

2.1 ควรทำการประชาสัมพันธ์เชิง  
รุก

2.2 ใช้สื่อหลายๆสื่อในการประชาสัมพันธ์ เช่น วิทยุ แผ่นพับ  
โปสเตอร์ ฯลฯ

2.3 ประชาสัมพันธ์ข้อมูลต่างๆให้  
มากขึ้นและบ่อยขึ้น

2.4 ประชาสัมพันธ์อย่างมีอิสระไม่  
ติดกับระบบราชการ

2.5 ควรแก้ภาพลักษณ์จากโทรทัศน์  
ของทหารให้เป็นโทรทัศน์ของ  
ประชาชน

2.6 มีการจัดทำสปอตประชาสัมพันธ์ รายการต่างๆอยู่เสมอ

2.7 มีการทำโปรโมชันร่วมกับงาน  
นิทรรศการที่สำคัญต่างๆ

2.8 ให้ความสำคัญกับรายการที่มี  
คุณภาพสร้างสรรค์สังคมและ  
ถูกใจประชาชนมานำเสนอ

2.9 ประชาสัมพันธ์ผลงานมากกว่า  
ตัวบุคคล

ลำดับ	แนวโน้มการประชาสัมพันธ์ของ ททบ.5 ( พ.ศ.2539-2549 )	โอกาสที่จะเกิดขึ้นได้					อนาคต	
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	พึงประสงค์	ไม่ประสงค์
		5	4	3	2	1	1	0
2.10	ให้ข้อมูลเกี่ยวกับ ททบ.5 ที่ทันสมัยอยู่เสมอทางอินเทอร์เน็ต							
2.11	ทำการสำรวจทัศนคติจากประชาชนอยู่เสมอ							
2.12	มีการวางแผนล่วงหน้าและทำการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง							
2.13	ควรประชาสัมพันธ์ให้ครอบคลุมเป้าหมายให้มากขึ้น							
2.14	ผู้บริหารมีบทบาทในการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง							
2.15	ควรทำการประชาสัมพันธ์ในเชิงธุรกิจ							
2.16	มีงบประมาณสนับสนุนงานประชาสัมพันธ์อย่างเต็มที่							
2.17	มีอุปกรณ์ในการประชาสัมพันธ์ที่ทันสมัยพร้อมเสมอ							
2.18	แบ่งหน้าที่บุคลากรในประชาสัมพันธ์อย่างชัดเจนตามความสามารถ							

ลำดับ	แนวโน้มการประชาสัมพันธ์ของ ททบ.5 ( พ.ศ.2539-2549 )	โอกาสที่จะเกิดขึ้นได้					อนาคต	
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	พึงประสงค์	ไม่ประสงค์
		5	4	3	2	1	1	0

8. **ความคิดเห็นเกี่ยวกับบทบาท  
และสภาพงานประชาสัมพันธ์  
ของททบ.5 ในอนาคต**
- 3.1 มีบทบาทในการทำประชา  
สัมพันธ์เชิงรุกมากขึ้น
- 3.2 ประชาสัมพันธ์ได้ครอบคลุม  
กลุ่มเป้าหมายมากขึ้น
- 3.3 มีการใช้เทคโนโลยีใหม่ๆที่ทันสมัย  
มากขึ้น
- 3.4 มีการประชาสัมพันธ์แบบไป  
เรื่อยๆตามระบบราชการ
- 3.5 ผู้บริหารให้ความสำคัญกับการ  
ประชาสัมพันธ์มากขึ้น
- 3.6 มีการประชาสัมพันธ์ที่รวดเร็ว  
ขึ้น

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ลำดับ	แนวโน้มนโยบายประชาสัมพันธ์ของ ททบ.5 ( พ.ศ.2539-2549 )	โอกาสที่จะเกิดขึ้นได้					อนาคต	
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	พึงประสงค์	ไม่ประสงค์
		5	4	3	2	1	1	0

4. ข้อเสนอแนะในงานประชาสัมพันธ์ของ ททบ.5
- 4.1 ควรมีสื่อประเภทเอกสาร แผ่นพับ ฯลฯ แจกตามแหล่งชุมชนสถานที่และบุคคลสำคัญต่างๆ
- 4.2 ควรทำโปรโมชันร่วมกับงานนิทรรศการที่สำคัญต่างๆ
- 4.3 ควรทำการประชาสัมพันธ์ล่วงหน้าและเพิ่มความถี่มากขึ้น
- 4.4 ควรเลือกเฟ้นรายการที่ตีพิมพ์ภาพและสอดคล้องกับความต้องการของประชาชนมานำเสนอให้มากขึ้น
- 4.5 ควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์เพื่อสังคมให้มากขึ้น
- 4.6 ควรมีการวางแผนประชาสัมพันธ์ที่ชัดเจนไว้ล่วงหน้าในระยะยาว
- 4.7 ควรทำการประชาสัมพันธ์เชิงรุก
- 4.8 ควรส่งเสริมจุดขายของ ททบ.5
- 4.9 ผู้บริหารควรเปิดตัวและมีส่วนร่วมในงานต่างๆมากขึ้น

ลำดับ	แนวโน้มการประชาสัมพันธ์ของ ททบ.5 ( พ.ศ.2539-2549 )	โอกาสที่จะเกิดขึ้นได้					อนาคต	
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	พึงประสงค์	ไม่ประสงค์
		5	4	3	2	1	1	0
4.10	ผู้บริหารควรจะได้ไปดูงานต่างประเทศเพื่อเพิ่มวิสัยทัศน์							
4.11	ผู้ปฏิบัติงานควรจะได้ไปดูงานต่างประเทศเพื่อเพิ่มวิสัยทัศน์							
4.12	ควรใช้สื่อหลายประเภทในการประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น เช่น วิทยุ ไปสเตอร์ แผ่นพับ ฯลฯ							
4.13	ควรประชาสัมพันธ์รายการต่างๆให้ทันสมัยและบ่อยครั้งอยู่เสมอ							
4.14	ควรนำเครื่องมืออันทันสมัยต่างๆที่มีอยู่มาใช้ให้เกิดประโยชน์มากขึ้นอย่างคุ้มค่าที่สุด							
4.15	ควรเสนอข่าวประชาสัมพันธ์ให้รวดเร็ว ฉับไวยิ่งขึ้น							
4.16	ควรรหานักประชาสัมพันธ์มืออาชีพเข้ามาช่วย							
4.17	ควรกำหนดให้ผู้จัดรายการทำโปรโมทรายการของตนมาให้เราใช้ในการประชาสัมพันธ์ด้วย							

ลำดับ	แนวโน้มนโยบายประชาสัมพันธ์ของ ททบ.5 ( พ.ศ.2539-2549 )	โอกาสที่จะเกิดขึ้นได้					อนาคต	
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	พึงประสงค์	ไม่ประสงค์
		5	4	3	2	1	1	0
4.18	ควรให้อิสระในการทำประชาสัมพันธ์มากยิ่งขึ้นไม่ควรอิงระบบราชการเพราะทำให้ขาดความคล่องตัว							
4.19	ควรเปลี่ยนภาพลักษณ์จากโทรทัศน์เพื่อทหารมาเป็นสื่อประชาชน							
4.20	ควรใช้สื่อใหม่ๆ เช่น อินเทอร์เน็ตให้มีประสิทธิภาพมากที่สุด							
4.21	ควรทำประชาสัมพันธ์ในเชิงธุรกิจ							
4.22	ควรมีสปอตประชาสัมพันธ์เป็นช่วงๆตลอด 24 ชั่วโมง ออกทางอินเทอร์เน็ต							
4.23	ควรแบ่งหน้าที่บุคลากรในประชาสัมพันธ์ตามสายงานและความสามารถให้ชัดเจน							



## รายชื่อผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิ

คุณ กรวรรณ จีรังศ์สรรพสุข

ผู้จัดการส่วนอาวุโสประชาสัมพันธ์ บริษัทปิโตรเคมีแห่งชาติ

อาจารย์ ชาริณี รอดสน

อาจารย์ 7 มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

คุณ ชีดา เขียวกุลไพบุลย์

หัวหน้าแผนกสื่อมวลชนสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

คุณ ชีรารัตน์ พันทวี

สื่อมวลชนสัมพันธ์ กลุ่มชินวัตร

คุณ ผดุงศักดิ์ ขจรอำไพสุข

ผู้อำนวยการส่วนผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ ฝ่ายประชาสัมพันธ์ องค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย

อาจารย์ พรทิพย์ ท้วมเรืองรมย์

หัวหน้าภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

คุณ พรศรี หงษ์ไพบุลย์

ผู้จัดการสำนักประชาสัมพันธ์กิจการพิเศษและสังคม บริษัทเจริญโภคภัณฑ์อาหารสัตว์ จำกัด

คุณ พัชณิยา พุฒมี

ผู้อำนวยการฝ่ายส่งเสริมการตลาด โรงแรมอันดามันคลับ เมียนมาร์

อาจารย์ ราชันย์ ชูเซ็น

กณบดี คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

คุณ ฤดีมาศ ปางพุดพิงศ์  
 วิทยาการ ระดับ 7 การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย

อาจารย์ ถักษณา ตตะเวทิน  
 คณบดี คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

อาจารย์ ถักษณีย์ คงลาภ  
 หัวหน้าภาค คณะโฆษณา มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

คุณ วิไล เกียงประจักษ์  
 ผู้จัดการฝ่ายประชาสัมพันธ์ กลุ่มชินวัตร

คุณ ศุภกรีย์ สุภาววิกุล  
 ผู้อำนวยการสำนักสื่อสารการตลาด บริษัท PCIC จำกัด(PAN COSMETICS)

ดร. สมเกียรติ อ่อนวิมล  
 ผู้บริหารบริษัทเอเชียวิชั่น จำกัด

คุณ สมหมาย โยคาพจร  
 ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายประชาสัมพันธ์ โรงแรม แกรนด์ ไฮแอท เอราวัณ

คุณ สมยศ สิงห์คำ  
 ผู้อำนวยการศูนย์ประชาสัมพันธ์วัฒนธรรม สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ

คุณ สิริพงษ์ อรุณไพโรจน์  
 หัวหน้าหน่วยประชาสัมพันธ์ คณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

คุณ ฐนัทิ อิศวพรชัย  
 ผู้อำนวยการสำนักประชาสัมพันธ์ บริษัทการบินไทย จำกัด(มหาชน)

รองศาสตราจารย์ สุณีย์ สันฑุเคชะ  
 อาจารย์ประจำคณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รศ.ดร. สุรพล วิรุฬห์รักษ์  
 อธิการบดีฝ่ายแผนและพัฒนา สำนักงานอธิการบดี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

คุณ สุคนธา หงษ์ทอง  
 ผู้จัดการสำนักประชาสัมพันธ์ เครือเจริญโภคภัณฑ์

คุณ อรุณ งามดี  
 ที่ปรึกษา บริษัทยุคอมกรุ๊ป

มล. อัคราพร ณ สงขลา  
 ผู้จัดการกองสังกัดสำนักผู้จัดการใหญ่อาวุโส ฝ่ายการพาณิชย์ บริษัทการบินไทย จำกัด(มหาชน)

คุณ เอวิธ สายสว่าง  
 ผู้อำนวยการฝ่ายประชาสัมพันธ์ โรงแรมฮอติเคย์อินน์ คราวน์พลาซ่า

สถาบันวิทยบริการ  
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## ประวัติผู้เขียน

นายกันตชาติ เกษมสันต์ ณ อยุธยา เกิดวันที่ 10 พฤศจิกายน พ.ศ. 2512 ที่ จังหวัดกรุงเทพมหานคร สำเร็จการศึกษาศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาดุริยางคศิลป์ไทย จาก คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในปีการศึกษา 2534 จากนั้นได้เข้าทำงานที่บริษัท A-TIME MEDIA เป็นผู้บรรยายสารคดีสั้น ต่อมาทำงานเป็นผู้สื่อข่าว EM. NEWS และบรรยาย สารคดี NATIONAL GEOGRAPHIC ของบริษัท แปซิฟิกอินเตอร์คอมมิวนิเคชั่น จำกัด ปัจจุบัน ทำงานที่สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 เริ่มจากตำแหน่งผู้กำกับเวที ผู้ประกาศ โฆษก บรรยายงานถ่ายทอด และลงเสียงสปอต สารคดีต่าง ๆ จบจบปีการศึกษา 2538 เข้าศึกษาต่อใน หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขานิเทศศาสตรพัฒนาการ (ภาคนอกเวลาราชการ) ควบคู่ไป กับการทำงานที่ สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย