



แนวโน้มนการประชาสัมพันธ์ของสถานีวิทยุโทรทัศน่กองทัพบกช่อง 5

ใน ทศวรรษหน้า (2539-2549)

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันการประชาสัมพันธ์ได้เข้าไปมีบทบาทในทุกหน่วยงาน ทุกองค์กร ไม่ว่าจะเป็นรัฐบาล เอกชน หรือรัฐวิสาหกิจ ส่วนแล้วแต่ให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์เป็นอย่างมาก เนื่องจากทุกองค์กรมีความต้องการจะเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับองค์กรของตน ให้ประชาชนได้รับรู้ ตลอดจนเกิดภาพลักษณ์ความสัมพันธั ทศนคติ ความเข้าใจอันดีระหว่างองค์กรของตนและประชาชนทั่วไป

สถานีวิทยุโทรทัศน่กองทัพบกช่อง 5 มีการดำเนินงานในการบริหารสถานีฯ โดยมีผู้อำนวยการสถานีวิทยุโทรทัศน่กองทัพบกช่อง 5 แต่งตั้งบุคคลที่มีประสบการณ์ ขึ้นตรงต่อคณะกรรมการบริหารวิทยุโทรทัศน่กองทัพบก โดยมีผู้บัญชาการทหารบกเป็นประธาน มีหน้าที่กำหนดนโยบายและการบริหารงาน ให้สอดคล้องกับนโยบาย ความมุ่งหมายของกองทัพบกและรัฐบาล

สถานีวิทยุโทรทัศน่กองทัพบกช่อง 5 มีโครงการขยายพื้นที่ในการส่งสัญญาณ แพร่ภาพ ออกอากาศ รายการต่าง ๆ ให้ครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศ ด้วยความมุ่งมั่นพัฒนา ความก้าวหน้าให้ทันโลก ทันเหตุการณ์ พัฒนาความรู้ ความเข้าใจ ไปสู่ประชาชน โดยได้ดำเนินการ จัดแบ่ง ขยายเครือข่ายออกไปตามจังหวัดต่าง ๆ ซึ่งในปัจจุบันสถานีวิทยุโทรทัศน่กองทัพบกช่อง 5 มีเครือข่ายทั้งหมด 36 จังหวัด และกำลังดำเนินการขยายเครือข่ายออกไปอีก 24 สถานี ในอนาคตอันใกล้นี้

สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 เป็นหน่วยงานหนึ่งของกองทัพบก ทำหน้าที่สนับสนุนงานด้านการประชาสัมพันธ์ให้กับกองทัพเสมอมา ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2501 ทั้งนี้เพื่อเป็นการเผยแพร่ข่าวสารข้อมูลความสัมพันธ์ ภารกิจของกองทัพให้ประชาชนทั่วไปได้รับทราบความเคลื่อนไหว รวมถึงการสร้างสัมพันธ์ภาพอันดีระหว่างประชาชนกับกองทัพ ให้ประชาชนได้มองเห็นภาพลักษณ์ เกิดความเข้าใจอันดีกับกองทัพ ดังนั้นในการนำเสนอเผยแพร่รายการ ข่าวสาร ฯลฯ ที่ออกอากาศทางสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ประชาชนจึงได้รับชม รับทราบเรื่องราว ข่าวสาร กิจกรรมต่าง ๆ ของวงการทหาร เป็นหลัก จนกระทั่งทำให้ประชาชนทั่วไปเกิดภาพลักษณ์ที่ติดลบ ขึ้นในจิตใจว่า สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 เป็นสถานีโทรทัศน์ที่มีการดำเนินกิจการโดยทหาร เพื่อทหาร ทำให้เกิดความรู้สึกนึกคิดของประชาชนว่า รายการต่าง ๆ ที่ออกอากาศทางสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 นั้น เป็นเรื่องที่ไม่น่าสนใจ ค่อนข้างไกลตัว กล่าวคือคิดว่ารายการต่าง ๆ นั้น ไม่ค่อยมีส่วนเกี่ยวข้องกับประชาชน เพราะเป็นการนำเสนอเรื่องราวต่าง ๆ ของทหารเป็นส่วนใหญ่ จนกระทั่งเกิดความคิดที่ว่า สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ไม่ใช่สถานีโทรทัศน์ที่ก่อตั้งขึ้นเพื่อประชาชน

นอกจากนี้ในอดีต สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ได้ดำเนินงานในระบบราชการมาอย่างต่อเนื่อง ตามนโยบาย ที่ได้รับมอบหมายจากผู้บังคับบัญชา โดยมีผู้บัญชาการทหารบก เป็นประธานคณะกรรมการบริหารวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก มีผู้อำนวยการสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 เป็นผู้บริหาร แต่ในปัจจุบัน ในยุคโลกาภิวัตน์ โลกมีการพัฒนาเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นมากมาย ทั้งทางด้าน เศรษฐกิจ สังคม และการเมือง โดยเฉพาะการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีทางการสื่อสาร ที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง สถานีโทรทัศน์ช่องใหม่ ๆ ได้เกิดขึ้นมากมายหลายสถานี ไม่ว่าจะเป็นโทรทัศน์ที่คิดค่าบริการ หรือ โทรทัศน์ที่ไม่คิดค่าบริการ จึงทำให้มีการแข่งขันสูง ดังนั้นจึงจำเป็นที่สถานีโทรทัศน์ทุกแห่ง ต้องปรับปรุงคุณภาพของตัวเองในทุก ๆ ด้าน ทั้งด้านการบริหาร เทคนิค รายการ ข่าวสาร ฯลฯ รวมไปถึงการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงที่กำลังดำเนินอยู่ รวมถึงการประชาสัมพันธ์ จะช่วยประสานสร้างความสัมพันธ์และความเข้าใจอันดีให้เกิดขึ้น ระหว่างองค์กรและประชาชน ซึ่งสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ก็อยู่ในสภาพที่ต้องการทิศทาง ต้องการข้อมูลเพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจ ในการกำหนดนโยบาย วางแผน ปรับปรุง ปรับเปลี่ยนตัวเองให้สอดคล้องกับสภาพการณ์ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต รวมทั้ง ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5

จะได้เกิดความรู้ ความเข้าใจ ความตื่นตัว และสามารถปรับตัวให้สอดคล้องต้องกัน กับแนวโน้มใหม่ที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในอนาคต ต่อไป

การดำเนินงานทางด้านประชาสัมพันธ์ กล่าวได้ว่า เป็นงานที่ต้องอาศัยความร่วมมือในหลายๆด้าน ดังนั้นจึงต้องมีการกำหนดนโยบายที่แน่ชัด มีการวางแผนทั้งทางด้าน กำลังคน งบประมาณ และเครื่องมือที่ใช้สำหรับการสื่อสาร อันก้าวไกลตามสภาพแวดล้อมของเทคโนโลยีที่ทันสมัย ตลอดจนข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการให้บริการ ทั้งนี้เพื่อให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์เป็นไปอย่าง ฉับไว สม่าเสมอ และต่อเนื่อง ซึ่งจะมีผลต่อการสร้างความเชื่อมั่น ความร่วมมือ รวมไปถึง ภาพลักษณ์ที่ดีที่เกิดขึ้นในความคิดของประชาชน

การวิจัยเรื่อง แนวโน้มการประชาสัมพันธ์สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ในทศวรรษหน้า (พ.ศ. 2539-2549) ใช้เทคนิคการวิจัยอนาคตแบบ EDFR (Ethnographic Delphi Future Research) เพื่อวิเคราะห์ถึงแนวโน้มในอนาคตของรูปแบบและทิศทาง ของการดำเนินงานการประชาสัมพันธ์ ของสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5

วัตถุประสงค์

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาแนวโน้ม และบทบาท งานประชาสัมพันธ์ ของ สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 ในช่วงปีพ.ศ. 2539-2549 ตามทัศนะของผู้เชี่ยวชาญ และผู้ทรงคุณวุฒิ

ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาบทบาท นโยบาย ตลอดจนข้อเสนอแนะในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ของสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 ภายในช่วงปี พ.ศ. 2539-2549 เนื่องจากภายในระยะเวลาดังกล่าว เป็นระยะเวลาที่มนุษย์สามารถคาดการณ์ได้ โดยไม่เกินความเป็นจริง (Possible) ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้กำหนดขอบเขตของการวิจัยเอาไว้ดังนี้ คือ

1. ประชากรกลุ่มเป้าหมาย แบ่งออกเป็น

- นักประชาสัมพันธ์ ของหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งของภาครัฐบาล เอกชน และ รัฐวิสาหกิจ ที่มีประสบการณ์การทำงาน อันมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับกันทั่วไป

- นักวิชาการ จากสถาบันการศึกษาที่มีชื่อเสียงต่าง ๆ อันเป็นที่รู้จักและยอมรับ

2. สถานที่เก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ หน่วยงานราชการ องค์การรัฐวิสาหกิจ หน่วยงานเอกชน รวมถึง สถาบันการศึกษาต่าง ๆ ในเขตกรุงเทพมหานคร

3. กรอบที่ใช้ในการสัมภาษณ์และสร้างแบบสอบถาม มีดังนี้

3.1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับบทบาทงานประชาสัมพันธ์ สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ในปัจจุบัน

3.2 บทบาทงานประชาสัมพันธ์ สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ตามความคิดในอุดมการณ์ของผู้เชี่ยวชาญ และผู้ทรงวุฒิ

3.3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับบทบาท และสภาพงานประชาสัมพันธ์ของสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 ในอนาคต

3.4 ข้อเสนอแนะต่าง ๆ ในงานประชาสัมพันธ์ สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5

นิยามศัพท์

งานประชาสัมพันธ์ หมายถึง งานในส่วนประชาสัมพันธ์ของสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 ที่รับผิดชอบในการดำเนินกิจกรรมด้านต่างๆตามนโยบายที่ได้รับมอบหมาย อาทิ การสร้างภาพลักษณ์ การเสริมสร้างความเข้าใจอันดีต่อกันระหว่างกองทัพบกและประชาชน

แนวโน้ม หมายถึง การเปลี่ยนแปลงที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในอนาคต ตามความ
คาดการณ์ของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ และผู้ทรงคุณวุฒิ

ผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิ หมายถึง ผู้ที่อยู่ในตำแหน่งหน้าที่รับผิดชอบ
หรือมีประสบการณ์ทางด้านประชาสัมพันธ์ รวมถึงนักวิชาการที่มีชื่อเสียง ที่ได้ทำงานและมี
ประสบการณ์ เกี่ยวข้องกับวงการสื่อมวลชน

ภาพลักษณ์ หมายถึง ภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจ ซึ่งบุคคลมีความรู้สึกนึกคิด
ต่อ สถาบันวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เป็นข้อมูลให้ผู้ที่เกี่ยวข้องกับงานประชาสัมพันธ์ สถาบันวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก
อาจใช้ประกอบการตัดสินใจกำหนดนโยบาย วางแผนและปรับปรุง งานประชาสัมพันธ์สถานี
วิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 ให้มีประสิทธิภาพมากที่สุด
2. เป็นข้อมูลให้ผู้ที่เกี่ยวข้องกับสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 ได้ทราบ
ว่า ภายในปี พ.ศ. 2549 งานประชาสัมพันธ์ สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 จะมีแนว
โน้มไปในทิศทางใด เพื่อจะได้วางแผนประชาสัมพันธ์ให้ถูกต้อง เหมาะสม สอดคล้อง รั้งกับแนว
โน้มที่ดีที่คาดว่าจะเกิดขึ้น และจะได้หาแนวทางในการป้องกัน แก้ไข ในส่วนของแนวโน้มที่ไม่ดี
ที่คาดว่าจะอาจจะเกิดขึ้น เช่นกัน
3. เป็นข้อมูลในการส่งเสริมให้คณะผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ สถาบันวิทยุโทร
ทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 มีความเข้าใจในบทบาท โครงสร้างและการดำเนินงานของสถานีวิทยุ
โทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 ในอนาคต อันจะก่อให้เกิดความตื่นตัวและการปรับตัว เพื่อรับกับแนว
โน้มใหม่ที่คาดว่าจะเกิดขึ้นต่อไป
4. เป็นแนวทางสำหรับผู้ที่สนใจ ศึกษา ค้นคว้า เกี่ยวกับการทำนาย แนว
โน้มของงานประชาสัมพันธ์หน่วยงานอื่นๆต่อไป