

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง แนวโน้มการประชาสัมพันธ์ สถาบันวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 ในอนาคต (พ.ศ. 2539-2549) มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาแนวโน้ม บทบาท งานประชาสัมพันธ์ ของ สถาบันวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 ภายในระยะเวลา 10ปีข้างหน้า โดยศึกษาจากความ เห็น ทักษะ ของผู้เชี่ยวชาญ และผู้ทรงคุณวุฒิด้านการประชาสัมพันธ์ ที่มีประสบการณ์ การปฏิบัติ งาน นักวิชาการ ด้านการประชาสัมพันธ์ และนักวิชาการที่มีชื่อเสียง ซึ่ง มีประสบการณ์ การ ทำงานร่วมกับสื่อมวลชน จากหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาค รัฐบาล เอกชน และรัฐวิสาหกิจ รวมไปถึงผู้บริหารระดับสูง ซึ่งผู้วิจัยได้อาศัยทฤษฎี EDFR (Ethnographic Delphi Future Research) โดยผู้วิจัยได้คัดเลือกผู้เชี่ยวชาญ และผู้ทรงคุณวุฒิอันเป็นที่รู้จัก มีชื่อเสียง และเป็นที่ยอมรับกันทั่วไป แบบจำเพาะเจาะจง (Purposive sampling)เป็นกลุ่มตัวอย่างให้ จำนวน 25 คน และผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลด้วยเครื่องมือ 2 ชุดคือ

1. แบบสัมภาษณ์ ซึ่งคำถามในแบบสัมภาษณ์นี้เป็นลักษณะปลายเปิด เพื่อ ต้องการให้ผู้เชี่ยวชาญ และผู้ทรงคุณวุฒิ มีโอกาสแสดงความคิดเห็นได้อย่างเสรี เกี่ยวกับการ คาดการณ์แนวโน้ม บทบาทงานประชาสัมพันธ์ของสถาบันวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 ในช่วง ระยะเวลา 10 ปี คือ พ.ศ. 2539-2549

2. แบบสอบถาม ผู้วิจัยได้นำคำตอบจากการให้สัมภาษณ์ของผู้เชี่ยวชาญและผู้ ทรงคุณวุฒิ มาจัดทำเป็นแบบสอบถาม แบบมาตราส่วนประเมินค่า 5 ระดับ จำนวน 57 ข้อ และเมื่อได้คำตอบจาก แบบสอบถามในรอบที่ 2 นี้แล้ว ผู้วิจัยได้นำมาคำนวณหาค่ามัธยฐาน ฐานนิยม กวอไทล์ พิสัยระหว่างควอไทล์ ค่าความแตกต่างระหว่างค่ามัธยฐานและฐานนิยม เพื่อหาความคิดเห็นที่สอดคล้องกันของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ และผู้ทรงคุณวุฒิ

สำหรับผลการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยจะรายงานทุกแนวโน้มของความเป็นไปได้ เนื่องจาก ผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิ มีความคิดเห็นที่สอดคล้องกัน กล่าวคือ เป็นแนวโน้มที่มีความแตกต่างระหว่าง ค่ามัธยฐานและฐานนิยมไม่เกิน 1 และมีความแตกต่างระหว่างควอไทล์ที่ 3 กับควอไทล์ที่ 1 มีค่าไม่เกิน 1.50 ซึ่งผลการวิจัยที่ได้ มีสาระสำคัญดังนี้

1. ความคิดเห็นเกี่ยวกับบทบาทงานประชาสัมพันธ์ สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 ในปัจจุบัน

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิ มีความคิดเห็นที่สอดคล้องกัน และมีความเห็นด้วยอยู่ในระดับมาก และเห็นด้วยในระดับปานกลาง

ในส่วนที่กลุ่มผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิ มีความเห็นด้วยอยู่ในระดับมากนั้น คือ สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 เป็นองค์กรที่มีรูปแบบการดำเนินงานในระบบราชการ ยังไม่ค่อยมีการทำโปรโมชันร่วมกับงานนิทรรศการที่สำคัญๆ ตามสถานที่ต่างๆ งานประชาสัมพันธ์ของสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 ยังไม่ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายเพียงพอ เป็นองค์กรที่ให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์เพิ่มมากขึ้น การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ ยังน้อยเกินไป เป็นองค์กรที่มีการประชาสัมพันธ์ในลักษณะเชิงรับมากกว่า เชิงรุก

สำหรับในส่วนที่กลุ่มผู้เชี่ยวชาญ และผู้ทรงคุณวุฒิ มีความเห็นด้วยอยู่ในระดับปานกลางนั้น คือ การประชาสัมพันธ์ของสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 เป็นการประชาสัมพันธ์บุคคลมากกว่า การประชาสัมพันธ์องค์กร การใช้อินเทอร์เน็ตในการประชาสัมพันธ์ยังไม่มีประสิทธิภาพ เป็นองค์กรที่มีบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถทางด้านการประชาสัมพันธ์ และ คณะผู้บริหารสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 ให้การสนับสนุนงานประชาสัมพันธ์อย่างเต็มที่

2. ความคิดเห็นเกี่ยวกับบทบาทงานประชาสัมพันธ์ของสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 ตามความคิดในอุดมการณ์ของผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิ

จากผลการวิจัยที่ได้ พบว่า กลุ่มผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิ มีความคิดเห็นที่สอดคล้องกัน มีแนวโน้มที่คาดว่าจะเกิดขึ้นได้มากที่สุด รวมถึงแนวโน้มที่เกิดขึ้นได้มาก และแนวโน้มที่เกิดขึ้นได้ปานกลาง โดยมีความพึงประสงค์ให้เกิดขึ้นด้วย

สำหรับส่วนที่กลุ่มผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิ มีความเห็นที่สอดคล้องกัน มีแนวโน้มที่คาดว่าจะเกิดขึ้นได้มากที่สุด และมีความพึงประสงค์ให้เกิดขึ้น คือ สถาบันวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 ควรมีการวางแผนประชาสัมพันธ์ล่วงหน้า และทำการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง

ส่วนความคิดเห็นที่กลุ่มผู้เชี่ยวชาญ และผู้ทรงคุณวุฒิ มีความสอดคล้องกัน มีแนวโน้มว่าจะเกิดขึ้นได้มาก และมีความพึงประสงค์จะให้เกิดขึ้น คือ สถาบันวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 ควรมีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลต่างๆ ให้มากขึ้นและบ่อยขึ้นกว่าปัจจุบัน ควรมีการทำการประชาสัมพันธ์เชิงรุก ควรทำการประชาสัมพันธ์ให้ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น ควรมีการวางแผนการประชาสัมพันธ์ล่วงหน้า และทำการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง ควรมีการใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์ให้หลากหลายยิ่งขึ้น อาทิ วิทยุ แผ่นพับ ไปสเดอร์ ฯลฯ ควรแบ่งหน้าที่บุคลากรในประชาสัมพันธ์อย่างชัดเจน ตามความสามารถ หมั่นทำการสำรวจประชามติจากประชาชนอยู่เสมอ ควรมีการจัดทำสปอตประชาสัมพันธ์รายการต่างๆ อย่างสม่ำเสมอ ควรให้ความสำคัญกับรายการที่มีคุณภาพ สร้างสรรค์สังคม และถูกใจประชาชนมา นำเสนอให้มากขึ้น ควรมีอุปกรณ์ที่ทันสมัย พร้อมเสมอ ควรให้ข้อมูลเกี่ยวกับสถาบันวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 ที่ทันสมัยอยู่เสมอ ทางอินเตอร์เน็ต คณะผู้บริหารควรมีบทบาทในการทำประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง ควรให้งบประมาณสนับสนุนการทำประชาสัมพันธ์อย่างเต็มที่ ควรมีการทำโปรโมชันร่วมกับงานนิทรรศการที่สำคัญๆ ต่างๆ

สำหรับความคิดเห็นที่สอดคล้องกัน มีการเห็นด้วยอยู่ในระดับปานกลาง และมีแนวโน้มพึงประสงค์จะให้เกิดขึ้นของผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิ คือ สถาบันวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 ควรทำการประชาสัมพันธ์ในเชิงธุรกิจ

8. ความคิดเห็นเกี่ยวกับบทบาทและสภาพงานประชาสัมพันธ์ของสถาบันวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 ในอนาคต

จากผลการวิจัยพบว่า กลุ่มผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิ มีความคิดเห็นที่สอดคล้องกัน มีแนวโน้มที่จะเกิดขึ้นได้มาก และเป็นแนวโน้มที่พึงประสงค์ คือ สถาบันวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 จะมีการใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ ที่ทันสมัยมากขึ้น จะมีบทบาทในการทำ

ประชาสัมพันธ์เชิงรุกมากขึ้น จะมีการประชาสัมพันธ์ที่ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้น จะมีการประชาสัมพันธ์ที่รวดเร็วยิ่งขึ้น คณะผู้บริหารจะให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์มากขึ้น

4. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับงานประชาสัมพันธ์ สถาบันวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก

ช่อง 5

จากผลการวิจัยพบว่า กลุ่มผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิ มีความคิดเห็นที่สอดคล้องกัน มีโอกาสจะเกิดขึ้นได้มาก และโอกาสจะเกิดขึ้นได้ปานกลาง โดยมีแนวโน้มที่พึงประสงค์จะเกิดขึ้น ดังนี้

ในส่วนที่กลุ่มผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิ มีความเห็นที่สอดคล้องกัน มีโอกาสจะเกิดขึ้นได้มาก และมีความพึงประสงค์ให้เกิดขึ้น คือ สถาบันวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 ควรนำเครื่องมืออันทันสมัยต่างๆที่มีอยู่ มาใช้ให้เกิดประโยชน์มากขึ้น อย่างคุ้มค่าที่สุด ควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์เพื่อสังคมให้มากขึ้น ควรเลือกเฟ้นรายการที่ดี มีคุณภาพ และสอดคล้องกับความต้องการของประชาชนมาเสนอให้มากขึ้น ควรเสนอข่าวประชาสัมพันธ์ให้รวดเร็ว ดัชนีไวยิ่งขึ้น ควรมีการกำหนดให้ผู้จัดรายการ ทำโปรโมทรายการของตนมาให้ใช้ในการออกอากาศประชาสัมพันธ์ด้วย ควรทำการประชาสัมพันธ์รายการต่างๆให้ทันสมัย และบ่อยครั้งอยู่เสมอ ควรใช้สื่อประชาสัมพันธ์ให้หลากหลายประเภทมากขึ้น เช่น วิทยุ แผ่นพับ ไปสเตอร์ หนังสือพิมพ์ ฯลฯ ควรแบ่งหน้าที่ ความรับผิดชอบ แก่บุคลากรในประชาสัมพันธ์ตามสายงาน และความสามารถให้ชัดเจน คณะผู้บริหารควรจะได้ไปดูงานต่างประเทศ เพื่อเป็นการเพิ่มวิสัยทัศน์ ควรมีการโปรโมทจุดขายของสถาบันวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 ให้ชัดเจน ควรมีการวางแผนประชาสัมพันธ์ที่ชัดเจนไว้ล่วงหน้าในระยะยาว ควรทำการประชาสัมพันธ์เชิงรุกเพิ่มมากขึ้น ควรทำการประชาสัมพันธ์ล่วงหน้าและเพิ่มความถี่มากยิ่งขึ้น ควรจัดหานักประชาสัมพันธ์มืออาชีพ เข้ามาช่วยดำเนินงาน ควรเปลี่ยนภาพลักษณ์จากโทรทัศน์เพื่อทหาร โดยทหารมาเป็นโทรทัศน์เพื่อประชาชน โดยประชาชน ควรใช้สื่อใหม่ๆ เช่น อินเทอร์เน็ต ให้เกิดประโยชน์และมีประสิทธิภาพมากที่สุด ควรจัดทำสื่อประเภทเอกสาร แผ่นพับ ฯลฯ แจกตามแหล่งชุมชน สถานที่ และบุคคลสำคัญต่างๆ คณะผู้บริหารควรเปิดตัวและมีส่วนร่วมในงานต่างๆมากขึ้น ควรทำการประชาสัมพันธ์ในเชิงธุรกิจ

สำหรับส่วนที่กลุ่มผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิ มีความเห็นที่สอดคล้อง มีแนวโน้มจะเกิดขึ้นได้ปานกลาง และมีความพึงประสงค์ให้เกิดขึ้น คือ สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 ควรมีการจัดทำสปอตประชาสัมพันธ์ ออกทางอินเทอร์เน็ตเป็นช่วงๆตลอด 24 ชั่วโมง และ ผู้ปฏิบัติงานควรจะได้ไปดูงานต่างประเทศ เพื่อเป็นการเพิ่มวิสัยทัศน์

อภิปรายผลการวิจัย

การอภิปรายผลการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจะอภิปรายเฉพาะ แนวโน้มที่มีความเป็นไปได้มากที่สุด และเป็นไปได้มากเท่านั้น โดยผู้วิจัยจะแบ่งหัวข้อการอภิปรายออกเป็น 4 หัวข้อ ดังนี้

1. ความคิดเห็นเกี่ยวกับบทบาทการประชาสัมพันธ์ สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 ในปัจจุบัน
2. ความคิดเห็นเกี่ยวกับบทบาทงานประชาสัมพันธ์ สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 ตามความคิดในอุดมการณ์ของผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิ
3. ความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวโน้ม บทบาท และสภาพงานประชาสัมพันธ์ของ สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 ในอนาคต
4. ข้อเสนอแนะต่างๆ เกี่ยวกับงานประชาสัมพันธ์ สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5

โดยแต่ละหัวข้อมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ความคิดเห็นเกี่ยวกับบทบาทการประชาสัมพันธ์ สถาบันวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 ในปัจจุบัน

จากผลการวิจัยที่ได้นี้ จะเห็นได้ว่า ผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิมีความคิดเห็นที่สอดคล้องกันในระดับมาก ซึ่งแบ่งออกได้เป็น 2 ลักษณะคือ

1. สภาพที่ดียอยู่แล้ว
2. สภาพที่ควรได้รับการปรับปรุง

สำหรับสภาพที่ดียอยู่แล้วนั้น ได้แก่ สถาบันวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 เป็นองค์กร ที่ให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์เพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้เพราะ การประชาสัมพันธ์เป็นสิ่งที่สำคัญมากส่วนหนึ่งในทุกองค์กรก็ว่าได้ ดังคำจำกัดความที่ว่า

“การประชาสัมพันธ์” เป็นกระบวนการสื่อสารของสถาบันกับประชาชน หรือสังคม เพื่อเป็นการพัฒนา สร้างเสริม พัฒนา ข้าราชการ ภาพลักษณ์ สัมพันธภาพอันดี ให้ได้รับการสนับสนุน รักใคร่ นับถือ นิยม ยกย่อง เลื่อมใส ศรัทธา เช่นเดียวกับมนุษยสัมพันธ์ของบุคคล หรือการปฏิบัติการทางจิตวิทยา (ร.ศ. วิจิตร อาวะกุล : เทคนิคการประชาสัมพันธ์ หน้า 1)

ด้วยเหตุผลที่ว่า สถาบันวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 ก็เป็นหน่วยงานหนึ่ง ที่มีความต้องการสื่อสารกับประชาชน และทำประโยชน์ให้กับสังคม ดังคำขวัญที่ว่า “ ททบ.5 นำคุณค่าสู่สังคมไทย ” เป็นองค์กรที่ต้องการพัฒนา พัฒนา ข้าราชการ ภาพลักษณ์ ฯลฯ ให้ประชาชนหรือผู้ชม มีความเข้าใจอันดีเกี่ยวกับองค์กร เพื่อส่งผลลำดับต่อมาก็คือ ประชาชนจะหันมานิยมและสนใจชมรายการ และข่าวสารต่างๆจากสื่อของเรา คือ สถาบันวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 มากขึ้น

ส่วนสภาพที่ควรได้รับการปรับปรุง ได้แก่ สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 เป็นองค์กรที่มีรูปแบบการดำเนินงานในระบบราชการ ไม่ค่อยมีการทำโปรโมชันร่วมกับงาน นิทรรศการที่สำคัญๆตามสถานที่ต่างๆ งานประชาสัมพันธ์ยังไม่ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายเพียงพอ มีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆน้อยเกินไป มีลักษณะการประชาสัมพันธ์เชิงรับมากกว่าเชิงรุก

จากทัศนะ ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิ เกี่ยวกับบทบาทและ สภาพการประชาสัมพันธ์ของสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 ในปัจจุบันนั้น เมื่อผู้วิจัยแยกประเด็นมาอภิปรายแล้ว จะเห็นได้ว่า

ข้อ 1.2 สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 เป็นองค์กรที่มีรูปแบบการดำเนินงานในระบบราชการนั้น ในส่วนนี้ผู้วิจัยมีความเห็นว่า เป็นส่วนที่ควรได้รับการปรับปรุงเป็นอย่างยิ่ง เพราะ นโยบายและระเบียบการประชาสัมพันธ์ จะประสบผลสำเร็จมากหรือน้อย ส่วนหนึ่งขึ้นอยู่กับ นโยบายหรือระเบียบ ซึ่งในหน่วยราชการหรือรัฐวิสาหกิจ จะเห็นว่าการประชาสัมพันธ์ขาดความคล่องตัวมาก เพราะมีระเบียบรัดกุม (ระเด่น ทักษณา 2531 : 57)

นอกจากนี้ การจัดองค์ประกอบและแผนงานประชาสัมพันธ์ ต้องมีความคล่องตัว มีเอกภาพ และอิสระ ต้องปลอดจากการควบคุมหลายระดับชั้น และหากเป็นไปได้ หน่วยงานประชาสัมพันธ์ ควรอยู่ใกล้ชิดกับระดับผู้บริหาร ผู้คุมนโยบาย เพื่อจะได้รับคำสั่ง และเสนอแผนงานได้อย่างรวดเร็ว และทำให้หน่วยประชาสัมพันธ์ได้รับการยอมรับจากฝ่ายอื่นๆ อันจะเป็นผลให้ได้รับความร่วมมือด้วยดี (สุพิน ปัญญาภัก 2526 : 28)

และจากการที่ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ และผู้ทรงคุณวุฒิ อาจารย์ ลักษณ์ กงลาภ ได้กล่าวว่า เนื่องจากการดำเนินงานในระบบราชการ ทำให้บทบาทการประชาสัมพันธ์ของ สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 หรือการนำเสนอข่าวบางข่าวนั้น ค่อนข้างจะไม่ค่อยมี “ถูกเล่น” เหมือนกับการประชาสัมพันธ์ในหน่วยงานราชการ ไม่ค่อยชวนติดตามเหมือนกับช่องอื่นๆ หรือเนื้อหาสาระจะเป็นไปในแนวราชการทุกอย่าง แม้กระทั่งหน้าปกวารสาร หรือนิตยสารที่ออกรายเดือน ฯลฯ บางครั้งดูรายเรียบไป กล่าวคือ ถ้าทำการประชาสัมพันธ์แล้ว สามารถเพิ่มเติมความคิดสร้างสรรค์เข้าไปได้ จะทำให้น่าสนใจยิ่งขึ้น การประชาสัมพันธ์ไม่น่าจำกัดในลักษณะของระบบราชการ (ลักษณ์ กงลาภ, สัมภาษณ์, 16 มกราคม 2540.)

ในประเด็นนี้ จะเห็นได้ว่า สถาบันวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 มีการดำเนินการในระบบนี้มานานแล้ว ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2501 และมีการปรับตัวขึ้นมาตามลำดับ โดยจะเห็นได้จาก ในช่วงแรกๆ นั้น สถาบันวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 มีการบริหารงานแบบราชการ แต่ก็มีเอกชนเข้ามามีส่วนร่วมในลักษณะของเจ้าหน้าที่ลูกจ้างชั่วคราว หรือลูกจ้างประจำ และอีกส่วนหนึ่งคือผู้จัดรายการที่เป็นบุคคลภายนอกซึ่งมิใช่ทหาร ดังนั้นรูปแบบของรายการน่าจะได้รับการผสมผสานมาตั้งแต่แรก และต่อมาภายหลัง ผู้บริหาร สถาบันวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 ได้เล็งเห็นว่า การดำเนินงานในรูปแบบราชการ ไม่สามารถใช้งานได้ดีในยุคปัจจุบัน จึงได้ปรับเปลี่ยนพัฒนาเรื่อยมา จนกระทั่ง ล่าสุด ได้ทำการจัดตั้งบริษัท ททบ.5 จำกัดขึ้น ซึ่งถือได้ว่าเป็นการขยายตัว โดยหาหน่วยงานมาหน่วยงานหนึ่ง มีบริษัทย่อยๆ ในเครือสัก 8-9 บริษัท ทำหน้าที่ต่างๆ เพื่อจะมาทำหน้าที่รองรับงานใน สถาบันวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 ทำให้ระบบราชการอ่อนตัวลง ทำให้สามารถแข่งขันกันในวงการธุรกิจได้ (วิทยุทัศน์ , สัมภาษณ์ , 24 มีนาคม 2540)

ข้อที่ 1.8 ในประเด็นที่ว่า สถาบันวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 ไม่ค่อยมีการทำไปรโมชันร่วมกับงานนิทรรศการที่สำคัญๆ ตามที่ต่างๆ นั้น ถือว่าเป็นจุดที่ต้องปรับปรุง เพราะ การจัดทำไปรโมชัน หรือการจัดกิจกรรมอยู่อย่างสม่ำเสมอ จัดได้ว่าเป็นส่วนที่สำคัญในการประชาสัมพันธ์เช่นกัน อาจออกมาในรูปแบบของ “ การประชาสัมพันธ์เพื่อการป้องกัน ” อันหมายถึง การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่เผยแพร่ความรู้ ความเข้าใจ และกิจกรรมต่างๆ และยังหมายถึงการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ เพื่อส่งเสริมให้ประชาชนกลุ่มต่างๆ มีทัศนคติที่ดี ให้การสนับสนุนการดำเนินงานของสถาบัน โดยการจัดกิจกรรมต่างๆอย่างต่อเนื่อง หลากๆ ประเภท อย่างสม่ำเสมอ (บุญบา สุธีธร : 2530)

อีกประการหนึ่ง การจัดทำไปรโมชันร่วมกับนิทรรศการสำคัญๆ ตามที่ต่างๆ นั้น ถือได้ว่าเป็นส่วนช่วยในการติดต่อสื่อสารข้อมูลจากองค์กร สถาบัน ไปสู่ประชาชน และขณะเดียวกัน ยังเป็นการสื่อสาร ถ่ายทอดความคิดเห็นจากประชาชน กลับมาสู่องค์กรได้อีกด้วย ซึ่งสอดคล้องกับการที่ วิรัช ลภีรัตนกุล กล่าวไว้ว่า “ การประชาสัมพันธ์ ” คือ การติดต่อสื่อสาร หรือการสื่อความหมายทางด้านความคิดเห็น และข่าวสารจากหน่วยงาน หรือองค์กร สถาบัน ไปสู่กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งรับฟังความคิดเห็น หรือ ประชามติที่ประชาชนมีต่อ หน่วยงาน หรือสถาบัน ด้วยความพยายามอย่างจริงจัง โดยมุ่งหวังจะสร้างผลประโยชน์ ร่วมกันทั้ง 2 ฝ่าย คือองค์กรสถาบัน และกลุ่มประชาชน อีกทั้งยังเป็นการช่วยให้สถาบัน สามารถปรับตนเอง ให้

สอดคล้อง กลมกลืนกับสังคมได้ ดังนั้นวัตถุประสงค์สำคัญของการประชาสัมพันธ์ คือ การสร้างสรรคความเข้าใจอันดีกับประชาชน ตลอดจนการเสริมสร้างภาพพจน์ที่ดี แก่หน่วยงาน หรือองค์กร สถาบัน (วิรัช ลภีรัตนกุล 2530: 1)

จากการสัมภาษณ์ ทวีพันธ์ คงคราญ สถาบันวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 ถือได้ว่าเป็นสื่อมวลชนอยู่แล้ว ดังนั้นการที่สถาบันวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 ซึ่งเป็นสื่อเอง จะส่งข้อมูลข่าวสารต่างๆ จึงมีขั้นตอนมากมาย จนกระทั่งประชาชนไม่ทราบว่า สถาบันวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 ได้เข้าไปมีส่วนร่วมอย่างไรบ้าง ซึ่งในความจริงแล้ว สถาบันวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 ได้ร่วมกับหลายหน่วยงานในการที่จะทำโปรโมชัน ในการทำกิจกรรมเพื่อสังคมมากมาย เช่น โครงการเหนือจรดใต้ต่อต้านยาบ้า โครงการประกวดบทกลอนเฉลิมพระเกียรติ อันเป็นโครงการเพื่อฉลองปีกาญจนาภิเษก การจัดการแข่งขันฟุตบอลไทย-เอเชีย ลานฟุตบอลกระชับมิตรที่ผ่านมาเมื่อปีพ.ศ. 2539 โครงการส่งเสริมความสามารถของเยาวชน (Little Angles Club) ฯลฯ จึงถือได้ว่างานส่วนนี้ สถาบันวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 ได้มีการกระทำอย่างต่อเนื่อง แต่อาจจะขาดการจัดลำดับการนำเสนอ หรือขาดการเน้นย้ำให้ประชาชนได้รับทราบว่า สถาบันวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 ได้ทำอะไรมาบ้าง (ทวีพันธ์ คงคราญ , สัมภาษณ์ , 24 มีนาคม 2540)

ข้อ 1.7 ในประเด็นที่ว่า งานประชาสัมพันธ์ ของสถาบันวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 ยังไม่ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายเพียงพอ นั้น ในความเป็นจริงแล้วกลุ่มเป้าหมายมีความสำคัญมาก เพราะการกำหนดกลุ่มเป้าหมายของแผนการประชาสัมพันธ์ จะเป็นประโยชน์ต่อการวางแผนประชาสัมพันธ์ด้วย ดังนี้ คือ

- ทำให้ผู้วางแผนรู้จักผู้รับสารของตนดีขึ้นว่า เป็นกลุ่มใด มีความสัมพันธ์อย่างไรกับองค์กร มีทัศนคติ ความคิดเห็นเช่นไรต่อองค์กร มีการรับฟังข่าวสารจากช่องทางสื่อสารใด
- ทำให้ผู้วางแผน ประเมินผลการดำเนินงานประชาสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมายได้ถูกต้อง เมื่อได้ดำเนินกิจกรรมตามแผนไปแล้วระยะหนึ่ง ซึ่งโดยปกติผู้วางแผนงานประชาสัมพันธ์ มักกำหนดกลุ่มเป้าหมายตามความสัมพันธ์กับองค์กรเป็น 2 ประเภทคือ

1. กลุ่มเป้าหมายภายในองค์กร ได้แก่กลุ่มที่มีความสัมพันธ์ ผูกพันใกล้ชิดกับองค์กร มีผลประโยชน์ร่วมกับองค์กร และเปรียบเสมือนตัวจักรสำคัญที่อาจผลักดันให้กิจการรุดหน้าต่อไป เช่น กลุ่มผู้บริหาร กลุ่มพนักงาน

2. กลุ่มเป้าหมายภายนอกองค์กร ได้แก่ กลุ่มที่ไม่ได้ทำงานให้กับองค์กร แต่มีความสำคัญต่อการดำเนินกิจการขององค์กร อาจจะเป็นโดยตรงหรือโดยอ้อม ซึ่งองค์กรจำเป็นต้องสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นระหว่างกลุ่มดังกล่าว เพื่อให้กลุ่มนั้นให้การสนับสนุนการดำเนินกิจการขององค์กรต่อไป เช่น กลุ่มประชาชน

การศึกษากลุ่มเป้าหมาย จะช่วยให้ผู้วางแผนงานประชาสัมพันธ์ ตัดสินใจในการกำหนดประเภทของสื่อ และชนิดของสื่อที่จะใช้ได้อย่างถูกต้องเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายได้มากยิ่งขึ้น (บุษบา สุธีธร , 2530)

ในประเด็นเดียวกันนี้ ทวีพันธ์ คงคราญ กล่าวว่าการกำหนดกลุ่มเป้าหมาย และจุดขายที่แท้จริง ของ สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 เอง ก่อนข้างจะมีข้อจำกัด เนื่องจากรูปแบบการบริหารงานของ สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 มีการปรับเปลี่ยนผู้บริหาร มาตามระยะเวลาที่ไม่แน่นอนว่า ผู้บริหารจะต้องเปลี่ยนทุก 3 ปี หรือทุกปี มีผลให้ นโยบายขาดความต่อเนื่อง ขาดความชัดเจน และอีกประการหนึ่ง สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 ยังต้องปรับเปลี่ยนไปตามกระแสสังคมด้วย จึงได้ทำการไปรโมทในลักษณะให้ประชาชนทั่วไปได้รับทราบ แต่เมื่อมาถึงยุคปัจจุบัน กลุ่มเป้าหมายของ สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 เริ่มชัดเจนยิ่งขึ้น กล่าวคือ ประชาชนกลุ่มหลัก ได้แก่กลุ่มผู้ชมที่เป็นปัญญาชนชั้นมาระดับกลาง ถึงระดับสูง ซึ่งอาศัยจากการสังเกตจาก นโยบายของ พลเอก เป้ง มาตรฐาน ผู้บัญชาการ สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 ที่ปรับเปลี่ยนแนวข่าวของ สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 มาเน้นเรื่องราวทางเศรษฐกิจ จากนั้นจึงเริ่มมีการลงโฆษณาในหนังสือพิมพ์ และสื่อต่างๆที่กลุ่มเป้าหมายให้ความสนใจ (ทวีพันธ์ คงคราญ , สัมภาษณ์ , 24 มีนาคม 2540)

ข้อที่ 1.4 สำหรับประเด็นที่ว่า สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 มีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆน้อยเกินไปนั้น จากการที่ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์ สุกรีย์ สุภาวริกุล ได้กล่าวว่า นอกจากสื่อของสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 แล้ว ควรมีการประชาสัมพันธ์ ข่าวคราว ออกมาให้ประชาชนทั่วไปได้รับทราบสม่ำเสมอ จากสื่อของหน่วยงานอื่นด้วย โดย

เฉพาะวิทยุ หรือหนังสือพิมพ์ต่างๆ ซึ่งวิทยุถือได้ว่า มีบทบาทมาก สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 ก็มีสถานีในเครือกองทัพบกเป็นของตัวเอง แต่ยังไม่เป็นที่นิยมมากนัก ทำให้ไม่ค่อยมีข่าวคราวอะไรออกมา นอกจากนี้ สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 ควรจะมีจดหมายข่าว หรือสิ่งพิมพ์ต่างๆออกมาด้วย เช่น คอลัมภ์ในหน้าบันเทิงทีวี อาจจะต้องมีการประชาสัมพันธ์บ้าง (ศุภกริชย์ สุภาวรีกุล , สัมภาษณ์ , 13 มกราคม 2540 .)

และจากการสัมภาษณ์ สมหมาย โยคาพจร ได้กล่าวไว้ว่า การประชาสัมพันธ์ของ สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 ในปัจจุบัน ยังน้อยไป ควรจะต้องเพิ่มเติมการใช้สื่อต่างๆสื่อ หรือมีการทำโปรโมชันร่วมกับสถานีที่ต่างๆให้มากขึ้น (สมหมาย โยคาพจร , สัมภาษณ์ , 10 มกราคม 2540)

จากประเด็นนี้ จะเห็นได้ว่า ปัจจุบันสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 มีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อของตัวเองเป็นหลัก และมีการประชาสัมพันธ์ผ่านทาง หนังสือพิมพ์ วิทยุในเครือกองทัพบก ผ่านทางสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ เช่น แผ่นพับ หนังสือแจกประจำปี ไปสเตอร์ของที่ระลึก สื่อบุคคล แต่อาจจะยังไม่แพร่หลายนัก เพราะ สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 มีข้อจำกัดที่เป็นสื่อมวลชน ฉะนั้นจึงเป็นการยากที่จะประชาสัมพันธ์ตัวเอง เพราะสื่อมวลชนควรจะต้องทำเพื่อสังคม หรือทำเพื่อส่วนรวม แต่อย่างไรก็ตามผู้จัดรายการต่างๆที่นำรายการมาออกอากาศทาง สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 ก็ได้มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์รายการของตน ทางหนังสือพิมพ์ และสื่ออื่นๆอยู่แล้ว ดังจะเห็นได้จากข่าวทางหน้าหนังสือพิมพ์ในแต่ละวัน ฯลฯ (ทวีพันธ์ คงคราญ , สัมภาษณ์ , 24 มีนาคม 2540)

ข้อที่ 1.10 ประเด็นที่ว่า สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 มีการประชาสัมพันธ์เชิงรับมากกว่า เชิงรุกนั้น รศ.ดร. สุรพล วิรุฬห์รักษ์ ได้กล่าวว่า มุมมองการประชาสัมพันธ์ในช่อง 5 ไม่ใช่เรื่องเล็กน้อย ผู้ที่จะทำงานประชาสัมพันธ์ ต้องเข้าไปนั่งอยู่ในคณะกรรมการบริหาร แล้วดูทิศทางว่า ควรจะดำเนินการอย่างไร และจะต้องมองว่า สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 เป็นสถาบัน ไม่ใช่สถานีที่ใหญ่โต รายการใดที่สถานีโทรทัศน์ช่องอื่นไม่ทำ สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 ควรทำ เช่น งานบริจาค ก็ควรทำต่อไป เพราะว่าเป็นงานประชาสัมพันธ์ ไม่ใช่งาน “รับ” อย่างเดียว มันต้อง “รุก” ด้วย (รศ.ดร. สุรพล วิรุฬห์รักษ์ , สัมภาษณ์ , 31 ธันวาคม 2539)

และ พรทิพย์ ท้วมเริงรัมย์ ได้กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์ต้องทำในเชิงรุก ไม่ใช่ลักษณะการทำงานไปเรื่อยๆ สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 ควรให้ข่าวสารผ่านสื่อต่างๆมากขึ้น ไม่ใช่เพียงแค่สื่อโทรทัศน์ของตัวเอง การที่มีรายการ หรือ ละครที่มีคุณภาพ ต้องเผยแพร่ออกไป (พรทิพย์ ท้วมเริงรัมย์ , สัมภาษณ์ , 15 มกราคม 2540)

สำหรับในประเด็นเดียวกันนี้ เมื่อพิจารณาแล้วจะเห็นได้ว่า สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 ยังไม่สามารถทำการประชาสัมพันธ์เชิงรุกได้เต็มที่ ด้วยปัจจัยหลายๆประการ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องบุคลากร เรื่องนโยบายเดิมที่มีอยู่แล้ว ความพร้อมในการให้ข่าวสารกับสื่อมวลชน เพราะการทำประชาสัมพันธ์ในเชิงรุก ต้องก้าวเข้าไปหาปัญหา ก้าวเข้าไปสู่กลุ่มเป้าหมายต่างๆ การที่บุคลากรระดับหัวหน้าฝ่าย พันโท พันเอก หรือที่เรียกกันว่านายทหารสัญญาบัตรเหล่านั้นจะก้าวเข้าไปสู่กลุ่มเป้าหมายด้วยตนเอง ภาพลักษณ์จะออกมาไม่ค่อยดี จึงต้องมีการหาบุคลากรที่เหมาะสม และต่อมารูปแบบของการบริหารงานโทรทัศน์ทั่วไป เริ่มเป็นแนวเอกชนมากขึ้น การประชาสัมพันธ์ของ สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 เริ่มเป็นแนวรุกมากขึ้น ผู้บริหารสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 จะให้ข่าวก่อนที่จะเกิดปัญหา และเมื่อเกิดปัญหาจะตอบได้ข่าวอย่างรวดเร็ว ในกรณีที่ประชาชน เขียนจดหมายชมเชยผ่านสื่อมวลชน หรือแสดงความคิดเห็นมา ก็ให้ประชาสัมพันธ์รีบตอบกลับอย่างรวดเร็ว แล้วรายงานให้ผู้บริหารทราบ และทางผู้บริหารยังมีการจัดพบสื่อมวลชน แลกข่าวต่างๆ (ทวีพันธ์ คงคราญ , สัมภาษณ์ , 24 มีนาคม 2540.)

ดังนั้น จากข้อมูลดังกล่าวมาข้างต้น สรุปได้ว่า การที่ผู้สื่อข่าวและผู้ทรงคุณวุฒิให้ทัศนะต่างๆเกี่ยวกับบทบาท และสภาพการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ของ สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 ในปัจจุบันนั้น ล้วนสอดคล้องกับนโยบาย และการดำเนินงานที่ ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 กำลังกระทำอยู่ทั้งสิ้น เพียงแต่ยังไม่ค่อยปรากฏออกมาเป็นรูปธรรมที่ชัดเจน ซึ่งอาจเนื่องมาจาก สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 เพิ่งเริ่มมีการปรับตัว ปรับเปลี่ยนการดำเนินงาน และการบริหารอย่างจริงจัง ในระยะ 2-3 ปีที่ผ่านมา จึงทำให้สิ่งที่กล่าวมา กำลังอยู่ระหว่างการดำเนินงาน

2. ความคิดเห็นเกี่ยวกับบทบาทงานประชาสัมพันธ์ สถาบันวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 ตามความคิดในอุดมการณ์ของผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิ

จากผลการวิจัยที่ได้ ผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิ มีความเห็นที่สอดคล้องกันว่า สถาบันวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 ควรมีการวางแผนประชาสัมพันธ์ล่วงหน้า และทำการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง ควรมีการประชาสัมพันธ์ต่างๆ ให้มากขึ้นและบ่อยขึ้นกว่าปัจจุบัน ควรมีการทำประชาสัมพันธ์เชิงรุก ควรมีการทำประชาสัมพันธ์ให้ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้น ควรมีการใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์ให้หลากหลายยิ่งขึ้น ควรมีการแบ่งหน้าที่บุคลากรอย่างชัดเจนตามความสามารถ ควรทำการสำรวจทัศนคติจากประชาชนอยู่เสมอ ควรให้ความสำคัญกับรายการที่มีคุณภาพ สร้างสรรค์สังคมและถูกใจประชาชนมานำเสนอให้มากขึ้น ควรมีอุปกรณ์ที่ทันสมัยพร้อมเสมอ ควรให้ข้อมูลเกี่ยวกับ สถาบันวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 ที่ทันสมัยอยู่เสมอ ทางอินเทอร์เน็ต คณะผู้บริหารควรมีบทบาทในการทำประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง ควรมีงบประมาณสนับสนุนงานประชาสัมพันธ์อย่างเต็มที่ ควรมีการทำโปรโมชันร่วมกับงานนิทรรศการที่สำคัญต่างๆ

จากตารางที่ 2 การที่ผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิ มีความเห็นที่สอดคล้องกันเกี่ยวกับ บทบาทงานประชาสัมพันธ์ของ สถาบันวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 ตามความคิดในอุดมการณ์ข้างต้นนั้น สามารถแบ่งเป็นประเด็นได้ดังนี้

ข้อที่ 2.12 สถาบันวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 ควรมีการวางแผนการประชาสัมพันธ์ล่วงหน้า และทำการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง

ข้อที่ 2.3 สถาบันวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 ควรมีการประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น และบ่อยขึ้นกว่าปัจจุบัน

ข้อที่ 2.11 สถาบันวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 ควรทำการสำรวจประชามติอยู่เสมอ

ทั้ง 3 ประเด็นนี้ มีความสอดคล้องกับนโยบายของผู้บริหาร สถาบันวิทยุโทรทัศน์ กงทัพบก ช่อง 5 อยู่แล้ว ดังจะเห็นได้จากว่าสถาบันวิทยุโทรทัศน์ กงทัพบก ช่อง 5 ได้ทำการ ประชาสัมพันธ์ โดยอาศัยทฤษฎีในการวางแผนประชาสัมพันธ์ (ทวีนนท์ คงคราญ , สัมภาษณ์ , 24 มีนาคม 2540 .) ทฤษฎีดังกล่าว ได้แก่

R = Research

A = Action

C = Communication

E = Evaluation

ในส่วนของ R (Research) นั้น ทางสถาบันวิทยุโทรทัศน์ กงทัพบก ช่อง 5 ดำเนินการในขั้นตอนนี้ คือ ได้มีการรวบรวมข้อมูลอยู่ตลอด ทั้งที่เป็นประวัติของสถาบันวิทยุโทรทัศน์ กงทัพบก ช่อง 5 การดำเนินงานของสถาบันวิทยุโทรทัศน์ กงทัพบก ช่อง 5 ที่ผ่านมา ตลอดจนปัญหาข้อขัดข้องต่างๆ

A (Action) ในเรื่องของการปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ ส่วนนี้ค่อนข้างจะเป็น อุปสรรคของ สถาบันวิทยุโทรทัศน์ กงทัพบก ช่อง 5 กล่าวคือ แผนการประชาสัมพันธ์ของ สถาบันวิทยุโทรทัศน์ กงทัพบก ช่อง 5 จะทำตามแผนงบประมาณของ สถาบันวิทยุโทรทัศน์ กงทัพบก ช่อง 5 ซึ่งจะมีการวางแผนปีละครั้ง ทางสถาบันวิทยุโทรทัศน์ กงทัพบก ช่อง 5 ไม่มี Master Plan ที่ชัดเจนเนื่องจากผู้บริหารมีการเปลี่ยนแปลงที่ไม่แน่นอน แผนจึงออกมาปีต่อปี จึงทำให้ขาด ความต่อเนื่องที่ชัดเจน

เรื่อง C (Communication) การสื่อสารของสถาบันวิทยุโทรทัศน์ กงทัพบก ช่อง 5 ค่อนข้างจะมีข้อจำกัดมาก อาจเป็นเพราะ ลักษณะการทำงานของบุคลากรใน ททบ.5 จะมี บางส่วนอยู่เวร บางส่วนทำงานประจำตั้งแต่ 9.00-17.00 น. โอกาสที่จะมาอยู่รวมตัวกันมีน้อย ดังนั้น ททบ.5 จึงแก้ปัญหาด้วยการใช้เสียงตามสาย ภายในตึกใหม่ที่จะให้บุคลากรทำงานเป็นสัดส่วน ซึ่งถือได้ว่าเป็นการแก้ปัญหาประชาสัมพันธ์ภายใน ส่วนการประชาสัมพันธ์ภายนอก ยังมี

ข้อจำกัดในเรื่องของการตั้งงบประมาณ ซึ่งแต่เดิมงบที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์มีน้อยมาก แต่ปัจจุบันนี้ผู้บริหารได้ให้โอกาส แผนกประชาสัมพันธ์ตั้งงบประมาณได้สูงขึ้น แต่ทั้งนี้ถ้าตั้งงบประมาณให้สูงขึ้นกว่างบเดิมมากนักก็คงจะไม่เหมาะสม จึงค่อยๆพัฒนาตามลำดับไปเรื่อยๆ

ส่วน E (Evaluation) ในการประชาสัมพันธ์ สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 ให้ความสำคัญ มีการประเมินผล มีการสำรวจทัศนคติ มีแบบสอบถาม ตามผู้มาเยี่ยมชมกิจการ แบบสอบถามที่สุ่มประชาชนทั่วไป รวมทั้งว่าจ้างบริษัทภายนอก เช่น สวन्दูสิตโพลให้มาสำรวจความคิดเห็นภาพรวมของหน่วยงาน ในแง่ของภาพลักษณ์ ในแง่ของการดำเนินงาน และปัจจุบันนี้ สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 ได้มีการตั้งแผนกสำรวจและวิเคราะห์ประเมินผล ที่บุคลากรของ สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 จะเป็นผู้ทำเองด้วยส่วนหนึ่ง เนื่องจากจะสามารถนำมาตรวจสอบข้อมูลกันได้ (ทวีพันธ์ คงคราญ , สัมภาษณ์ , 24 มีนาคม 2540 .)

จากทฤษฎีการวางแผนประชาสัมพันธ์ของ สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 ข้างต้น จะเห็นได้ว่า สอดคล้องกับทฤษฎีการวางแผนประชาสัมพันธ์ของ สุพิน ปัญญาภักดิ์ ที่ว่า กระบวนการของการประชาสัมพันธ์ มี 4 ขั้นตอน คือ เริ่มจากการเก็บข้อมูลหรือวิเคราะห์วิจัย (Research) การวางแผน (Planning) การปฏิบัติการ (Communication Action) จนถึงการประเมินผล (Evaluation) (สุพิน ปัญญาภักดิ์ , 2525)

รวมถึงยังสอดคล้องกับ ประจวบ อินฮ็อค ที่อธิบายความหมายของการประชาสัมพันธ์ (Public Relations) ว่า คือ กิจกรรมที่ปฏิบัติต่อเนื่องตามแผนที่ได้วางไว้ เพื่อสร้างเสริมความเชื่อถือ ศรัทธา ในบุคคลและสถาบัน ซึ่งประกอบด้วยกระบวนการ 4 ประการ คือ

1. การค้นคว้าหาข้อมูล (Fact Finding)
2. การวางแผน (Planning)
3. การสื่อสาร (Communication)
4. การติดตามประเมินผล (Evaluations) (ประจวบ อินฮ็อค 2520 : 30)

และการดำเนินงานของ สถาบันวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 ในขณะนี้ยังคงคล้อยกับ แนวคิดทางด้านการประชาสัมพันธ์ของ สมาคมการประชาสัมพันธ์ระหว่างประเทศ (The International Public Relations Association) ซึ่งเป็นสมาคมของนักประชาสัมพันธ์นานาชาติ ที่ว่า การประชาสัมพันธ์ คือภาระหน้าที่ของฝ่ายบริหาร ซึ่งต้องอาศัยการวางแผนที่ดี มีการกระทำอย่างต่อเนื่อง สม่ำเสมอ เพื่อสร้างสรรค์ และธำรงรักษา ความเข้าใจอันดี จากกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง โดยองค์กรจะต้องใช้วิถีวัดประเมินประชาภคิ แล้วนำมาใช้เป็นแนวทางในการพิจารณา กำหนดเป็นแผนงานและนโยบายขององค์กร เพื่อให้สอดคล้องกับความคิดเห็นและความต้องการของประชาชน พร้อมทั้งใช้วิธี เผยแพร่ กระจายสารสู่ประชาชน เพื่อให้เกิดความร่วมมือ และบรรลุถึงผลประโยชน์ร่วมกันของทั้ง 2 ฝ่าย (อ้างถึงใน วิรัช ฤทธิรัตนกุล 2529: 6)

ข้อที่ 2.6 ประเด็นที่ว่า สถาบันวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 ควรมีการจัดทำ สปอตประชาสัมพันธ์รายการต่างๆอยู่เสมอ

ข้อที่ 2.8 สถาบันวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 ควรให้ความสำคัญกับรายการที่มีคุณภาพ สร้างสรรค์สังคม และถูกใจประชาชนมานาน่าเสนอให้มากขึ้น

ใน 2 ประเด็นนี้ สอดคล้องกับทัศนะของผู้เชี่ยวชาญ และผู้ทรงคุณวุฒิ ดังเช่น รศ.ดร. สุรพล วิรุฬห์รักษ์ ได้แสดงทัศนะไว้ว่า ภาพการประชาสัมพันธ์ของสถาบันวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 ที่ประกาศออกมาอย่างชัดเจนนั้น ไม่ค่อยเห็น และไม่น่าจะเห็น สถาบันวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 ไม่จำเป็นต้องโอ้อวดตัวเองมากกว่า เป็นสถานีที่ดีเด่น เพราะสิ่งเหล่านี้ ต้องให้ผู้อื่นวิจารณ์และติชม จึงจะมีน้ำหนัก ดังนั้นถ้า สถาบันวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 ดำเนินการมาดี ปฏิบัติหน้าที่ได้ดีตั้งแต่แรก และมีการพัฒนาขึ้น เช่น ข่าวราชสำนัก ข่าวการเมือง ข่าวกีฬา หรือแม้แต่รายการพุทธประณีป ที่ผลิตออกมาๆได้เนื้อหาสาระดี ถือเป็นวิสัยทัศน์ที่ดี และถ้าในส่วนรายการ ข่าวสารต่างๆ ภารกิจของสถาบันวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 ดี ตรงกับความ ต้องการของประชาชน ก็จะเป็นที่ยอมรับของประชาชน โดยไม่ต้องโอ้อวด ดังนั้น สิ่งที่ควรกระทำก็คือ ควรกระตุ้นให้ประชาชนหันมาชมรายการของ สถาบันวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 เพราะนี่คือจุดอ่อน ที่สถาบันวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 มีจุดขาย แต่ไม่นำเสนอ (รศ.ดร. สุรพล วิรุฬห์รักษ์ , สัมภาษณ์ , 31 ธันวาคม 2539.)

ข้อที่ 2.10 สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 ควรให้ข้อมูลเกี่ยวกับ สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 ที่ทันสมัยอยู่เสมอ ทาง INTERNET นั้น ดร.สมเกียรติ อ่อนวิมล ได้กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์ของสถานีโทรทัศน์ทุกช่อง มีการดำเนินงานเหมือนกัน คือ การบอกหน้าที่หลัก มีผังรายการให้รู้ได้อย่างถูกต้อง มีการส่งข่าวทางหนังสือพิมพ์ต่างๆ ดังนั้น การที่จะประชาสัมพันธ์ให้แปลกใหม่ น่าสนใจ คือการนำเสนอทาง HOME PAGE INTERNET การนำเสนอทาง INTERNET นี้ มีประชาชนบางกลุ่มที่มี และดู INTERNET ได้ แต่ก็ทำให้ประชาชนทั่วไปและสื่อมวลชน สนใจ ต้องการทราบข้อมูลเหล่านี้ สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 ควรตลอดเวลา บุคลากร นำเสนอข้อมูลใหม่ๆตลอด 24 ชั่วโมง เพื่อประชาชนและสื่อมวลชนที่มี INTERNET อยู่แล้ว จะได้ใช้เป็นข้อมูลในการประชาสัมพันธ์ต่อไป ซึ่งถือเป็นการประชาสัมพันธ์แนวใหม่ (ดร.สมเกียรติ อ่อนวิมล , สัมภาษณ์ , 31 ธันวาคม 2539.)

ในเรื่องเดียวกันนี้ ทวีพันธ์ คงคราญ กล่าวว่า สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 ได้ดำเนินการอยู่แล้ว โดยมีเนื้อหาอยู่ 2 ส่วนใหญ่ๆ คือ

1. เนื้อหาเพื่อการประชาสัมพันธ์ ททบ.5
2. เนื้อหาที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม

เนื้อหาที่เป็นการประชาสัมพันธ์ สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 จะมีเนื้อหาที่น้อยกว่าการประชาสัมพันธ์สังคม เพราะทางสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 ถือว่า ถ้าสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 ซึ่งเป็นสื่อมวลชน ทำการประชาสัมพันธ์ตัวเอง อาจจะไม่เหมาะสม เพราะสื่อมวลชนต้องทำในสิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อส่วนรวม เช่น ผังรายการ โครงการเกี่ยวกับพระราชดำริ ทุกโครงการ เพื่อเป็นข้อมูลให้กับสังคม หรือว่าเรื่องราวที่น่าสนใจประจำสัปดาห์สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 นำเสนอที่ต่อเนื่อง(ทวีพันธ์ คงคราญ , สัมภาษณ์ , 24 มีนาคม 2540.)

และสิ่งสำคัญอีกประการหนึ่งที่ขาดเสียไม่ได้ก็คือ ในเรื่องของการสำรวจประชามติ ที่ได้กล่าวมาแล้ว เพราะในการประชาสัมพันธ์นั้น การสำรวจวิจัยประชามติ จะมีส่วนที่ทำให้องค์กร หรือสถาบัน ดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ การสำรวจวิจัยประชามติ จะทำให้ทราบถึงความรู้สึกนึกคิดของประชาชน จะต้องทราบว่า ประชาชนต้องการอะไร ไม่ต้องการ

อะไร ชอบหรือไม่ชอบในสิ่งไหน ตลอดจนทำที่ต่างๆที่ประชาชนมีต่อองค์กรหนึ่งๆ ซึ่งทราบได้จากการสำรวจวิจัยประชามติ เพื่อองค์กร สถาบัน จะได้ตอบสนองสิ่งต่างๆได้สอดคล้องกับความรู้สึกนึกคิด และความต้องการของประชาชน (วิรัช ฤทธิรัตนกุล , 2529 : 145)

นอกจากนี้ ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิ ยังสอดคล้องกับ หลักประชาสัมพันธ์ 4 ประการด้วย คือ

1. การประชาสัมพันธ์ต้องกระทำอย่างต่อเนื่อง หยุดไม่ได้ และพยายามโดยไม่มีที่สิ้นสุด เพราะตัวแปรที่สำคัญคือ ความรู้สึกนึกคิด หรือความคิดเห็นของประชาชน ซึ่งเรียกว่า ประชาคมติ (Public Opinion) เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา จึงจำเป็นที่จะต้องรักษาความคิดเห็นที่สนับสนุนหน่วยงานให้คงที่ตลอดไป

2. การประชาสัมพันธ์ ต้องกระทำอย่างมีแผน เป็นระบบ เป็นขั้นตอน มีการศึกษา รวบรวมข้อมูล ที่เกี่ยวกับกลุ่มของประชาชนที่เกี่ยวข้องกับหน่วยงานให้มากที่สุด โดยการทำงานนั้นต้องมีเอกภาพ และสอดคล้องกันทุกขั้นตอน

3. การประชาสัมพันธ์ ต้องโน้มน้าวทัศนคติ หรือความคิดเห็นของประชาชน ให้สนับสนุนกิจการของหน่วยงาน

4. การประชาสัมพันธ์ ต้องสร้างความสัมพันธ์ระหว่าง หน่วยงานกับประชาชน ให้เกิดความเข้าใจกัน และไม่ขัดแย้งกัน กล่าวคือ ต้องเข้าใจความต้องการของชุมชนว่าต้องการอะไร มีทัศนคติอย่างไรบ้าง โดยเข้าไปปรับใช้การปรับปรุง หรือการดำเนินงานของหน่วยงาน ให้สอดคล้องกับความต้องการนั้น (สุพิน ปัญญามาก 2526 : 27-28)

กล่าวโดยสรุปได้ว่า จากการศึกษาที่ผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิ ได้แสดงความคิดเห็นตามอุดมการณ์มาข้างต้นนั้น สอดคล้องกับส่วนที่ สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 กำลังดำเนินการอยู่ในบางส่วนเช่น ควรมีการประชาสัมพันธ์ราชการให้มากขึ้น และบ่อยขึ้น ทำการสำรวจประชามติ นำเสนอข้อมูลประชาสัมพันธ์ทาง INTERNET ฯลฯ และความคิดเห็นส่วนอื่นที่เป็นประโยชน์แก่ สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 เช่น การให้ความสำคัญในการนำเสนอข้อมูลทาง INTERNET ให้มากขึ้น สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 ควรให้ความสำคัญ

กับการปฏิบัติงาน หรือเลือกสรรสิ่งที่จะนำเสนอทางโทรทัศน์ ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องการผลิตรายการ หรือข้อมูลข่าวสารต่างๆ และINTERNET ให้ดี มีประสิทธิภาพ เมื่อนั้น ประชาชน ผู้ชม จะมีการตอบสนอง ดิชม สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 เองว่า ดีแล้วหรือยัง ซึ่งจะเป็นสิ่งที่มีคุณค่า นำเชื่อถือ มีน้ำหนัก กว่าการใช้ของตัวเอง

ดังนั้นจะเห็นได้ว่า สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 กำลังพัฒนา ปรับเปลี่ยนการบริหาร รวมไปถึงการประชาสัมพันธ์ ให้สอดคล้องกับความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ และผู้ทรงคุณวุฒิอยู่แล้ว ทั้งนี้เพื่อให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์บรรลุวัตถุประสงค์ และเกิดประโยชน์มากที่สุด

3. ความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวโน้มบทบาท และสภาพงานประชาสัมพันธ์ของ สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 ในอนาคต

จากผลการวิจัยที่ว่า ผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิ มีความคิดเห็นที่สอดคล้องกันว่า สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 ในอนาคตนั้นจะมีการใช้เทคโนโลยีใหม่ๆที่ทันสมัยมากขึ้น จะมีบทบาทในการประชาสัมพันธ์เชิงรุกมากขึ้น จะมีการประชาสัมพันธ์ได้ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น จะมีการประชาสัมพันธ์ที่รวดเร็วขึ้น และคณะผู้บริหารจะให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์มากขึ้น นั้น สามารถแยกประเด็นได้ดังนี้

ข้อที่ 3.1 สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 จะมีการประชาสัมพันธ์เชิงรุกมากขึ้น

ข้อที่ 3.2 สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 จะทำการประชาสัมพันธ์ได้ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายยิ่งขึ้น

ข้อที่ 3.6 สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 จะมีการประชาสัมพันธ์ที่รวดเร็วยิ่งขึ้น

ที่กล่าวมาข้างต้นทั้ง 3 ประเด็นนี้ มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ของ สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 ก็

1. ต้องการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับหน่วยงาน สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 จึงต้องเป็นผู้ประสานงานขอความร่วมมือกับสื่อมวลชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ ข่าวสาร ของสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 พร้อมทั้งมีการสร้างกิจกรรมสื่อมวลชนสัมพันธ์ต่อเนื่อง เช่น วันเกิดหน่วยงาน จัดแถลงข่าว จัดสัมมนา จัดสังสรรค์ ให้ความร่วมมือ สนับสนุนทุกอย่าง

2. สร้างสายสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมายของ สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 คือผู้ชมหลากหลายกลุ่มที่ ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 คิดว่าเป็นกลุ่มเป้าหมายหลัก ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มนักเรียนและกลุ่มครอบครัว ในส่วนของกลุ่มครอบครัว เช่น รายการ Little Angles อันเป็นรายการเด็กที่ตั้งใจและคาดหวังว่าจะสามารถนำเด็กเข้าร่วมกิจกรรมได้ แล้วผู้ใหญ่ก็จะตามเข้ามา

3. เน้นการประชาสัมพันธ์เชิงรุก เข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมสังคม (ทวีพันธ์ คงคราญ , สัมภาษณ์ , 24 มีนาคม 2540)

ข้อที่ 3.3 ในเรื่องและผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิคาดว่า สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 จะมีการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยมากขึ้นนั้น สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 เล็งเห็นถึงความจำเป็นในส่วนนี้ไม่น้อยกว่าส่วนอื่น เพราะในยุคปัจจุบันมีการแข่งขันกันในเรื่องการเผยแพร่และรับรู้ข่าวสารเป็นอย่างมาก ซึ่ง สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 ในฐานะที่เป็นสื่อกลางในการเผยแพร่ข่าวสารต่างๆอยู่แล้ว บ่อมต้องอาศัยเครื่องมือ และเทคโนโลยีที่ก้าวล้ำไปข้างหน้าอย่างไม่หยุดยั้ง ให้ทันโลก ทันเหตุการณ์อยู่เสมอ และ สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 ยังนำเครื่องมือเหล่านี้มาใช้สำหรับการประชาสัมพันธ์องค์กรได้อีกด้วย ดังจะเห็นได้จากการที่ สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 ได้ใช้งบประมาณจำนวนมหาศาล ในการซื้อ รถถ่ายทอดสดผ่านดาวเทียม (SNG) หรือแม้กระทั่ง เป็นสถานีโทรทัศน์แห่งแรกที่ซื้อ เฮลิคอปเตอร์ติดกล้อง ฯลฯ ไว้ใช้ในการถ่ายทำ ผลิตรายการ และส่งข้อมูลข่าวสารต่างๆ ซึ่งจะสอดคล้องกับหลักการที่ว่า การประชาสัมพันธ์จะต้องมีเครื่องมือที่จำเป็นต่อการดำเนินงาน เช่น เครื่องขยายเสียง เครื่องฉายภาพยนตร์ กล้องถ่ายรูป เครื่องฉายสไลด์ หรือแม้แต่วีดีโอ ก็ควรมีไว้เพื่อช่วยเสริม เพราะการประชาสัมพันธ์ที่ดีต้องมีลักษณะ ที่ให้เห็นและได้ยินพร้อมกัน เครื่องมือเหล่านี้ราคาสูง ดังนั้นจึงมีการกล่าวว่า การประชาสัมพันธ์เป็นการลงทุนแต่ไม่เห็นผลกำไรเลย แต่ก็ยังเป็นสิ่งจำเป็นที่จะต้องซื้อเครื่องมือไว้ให้พร้อม (สุพิน ปัญญามาก 2526 : 28)

ข้อที่ 3.5 ประเด็นที่ผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิคาดว่า ผู้บริหารของ สถาบัน วิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 จะให้ความสำคัญกับงานประชาสัมพันธ์มากขึ้นนั้น มีโอกาสเป็นไปได้มากเพราะ จะสังเกตจากข่าวสารที่ได้รับทางสื่อต่างๆ ได้ว่า ผู้บริหาร สถาบันวิทยุโทรทัศน์ กองทัพบก ช่อง 5 ในยุคนี้ มีความรู้ความสามารถในเรื่องการประชาสัมพันธ์ จึงได้มีการปรับเปลี่ยนการบริหารงานและการดำเนินงานไว้หลายประการดังกล่าวมาแล้ว ซึ่งสอดคล้องกับที่ ระเด่น ทักขณา กล่าวไว้ว่า ความสำเร็จของการประชาสัมพันธ์ยังขึ้นอยู่กับผู้บริหารครึ่งหนึ่ง และผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ครึ่งหนึ่ง ซึ่งในส่วนของผู้บริหารคือ

1. นโยบายและระเบียบ การประชาสัมพันธ์จะประสบผลสำเร็จมากหรือน้อย ขึ้นอยู่กับ นโยบายหรือระเบียบ ซึ่งในหน่วยงานราชการหรือรัฐวิสาหกิจ จะเห็นว่าการประชาสัมพันธ์ขาดความคล่องตัวมาก เพราะมีระเบียบรัดกุม
2. ความรู้เรื่องประชาสัมพันธ์ การประชาสัมพันธ์จะได้ผลก็ต่อเมื่อ ผู้บริหารทำตัวเป็นนักประชาสัมพันธ์ มีความรู้ ความเข้าใจในการประชาสัมพันธ์ดีพอ และให้ความสำคัญ ต้องจัดหน่วยงานให้เป็นที่แน่นอน และมีงบประมาณเพียงพอ
3. ความร่วมมือของฝ่ายงานต่างๆ โดยปรกติฝ่ายประชาสัมพันธ์มักจะไม่ค่อยมีข่าวของตัวเองไปเผยแพร่ จึงต้องอาศัยผลงานของฝ่ายต่างๆ ฝ่ายบริหารจะต้องสั่งงานและทำความเข้าใจ ให้ฝ่ายงานอื่นให้ความร่วมมือกับฝ่ายประชาสัมพันธ์ เพื่อผลสำเร็จของงานประชาสัมพันธ์
4. ผู้บริหารเปิดตัวหรือปิดตัว ผู้บริหารต้องเป็นนักประชาสัมพันธ์ด้วย มีการวางตัวน่าศรัทธา หาโอกาสจังหวะเหมาะสม พบปะสื่อมวลชน หรือจัดแถลงข่าวตามหัวข้อที่เห็นสมควร จะทำให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน (ระเด่น ทักขณา 2531 : 57)

นอกจากนี้ งานวิจัย ของ รศ.ดร. ศิริชัย ศิริกายะ เรื่องยุทธศาสตร์ด้านรายการ ของ สถาบันวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 ได้ผลสรุปมาว่า สถาบันวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 จะต้องมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบของรายการให้ทันสมัย อย่างเช่นรายการจะมี Interactive ในการที่ทำให้ผู้ชมมีส่วนร่วม สถาบันวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 ก็จะต้องมีการปรับปรุงในเรื่องเทคโนโลยี การออกอากาศ การกระจายภาพ ส่งสัญญาณภาพ ให้เข้ากับสถานการณ์

เช่นการเปลี่ยนเป็นระบบ Digital ทั้งหมด กล่าวคือ ทาง สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 โดยรวมใช้รูปแบบการนำเสนอรายการที่ทันสมัย เพราะฉะนั้นการประชาสัมพันธ์ก็ต้องเปลี่ยนไปตามในส่วนนั้น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง รศ.ดร. ศิริชัย ศิริกาจะได้นั้นว่า สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 ต้องมีการประชาสัมพันธ์เชิงโฆษณา จะต้องทำการตลาด ซึ่งในเรื่องของการตลาดย่อมจะต้องมีเรื่องของความทันสมัยอยู่แล้ว นั่นหมายความว่า สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 จะมีการทำประชาสัมพันธ์เชิงรุกนั่นเอง คือเอาใจกลุ่มเป้าหมายเป็นหลัก และการที่เครื่องมือของสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 ทันสมัย ก็จะทำให้การออกอากาศครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น และรวดเร็วขึ้นด้วย (ทวีพันธ์ คงคราญ , สัมภาษณ์ , 24 มีนาคม 2540)

4. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับงานประชาสัมพันธ์ของ สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5

ผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิ ได้ให้ข้อเสนอแนะที่สอดคล้องกันไว้ว่า สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 ควรนำเครื่องมืออันทันสมัยต่างๆที่มีอยู่มาใช้ให้เกิดประโยชน์มากขึ้น อย่างคุ้มค่าที่สุด ควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์เพื่อสังคมให้มากขึ้น ควรเลือกเฟ้นรายการที่ดี มีคุณภาพ และสอดคล้องกับความต้องการของประชาชนมาเสนอให้มากขึ้น ควรเสนอข่าวประชาสัมพันธ์ให้รวดเร็ว ฉับไวยิ่งขึ้น ควรมีการกำหนดให้ผู้จัดรายการทำโปรโมทรายการของตนมาให้ใช้ในการออกอากาศประชาสัมพันธ์ด้วย ควรทำการประชาสัมพันธ์ต่างๆให้ทันสมัยและบ่อยครั้งอยู่เสมอ ควรใช้สื่อให้หลากหลายประเภทมากขึ้นในการทำประชาสัมพันธ์ เช่น วิทยุ ไปสเตอร์ แผ่นพับ หนังสือพิมพ์ ควรแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบของบุคลากรในประชาสัมพันธ์ตามสายงานและความสามารถให้ชัดเจน คณะผู้บริหารควรจะได้ไปดูงานต่างประเทศเพื่อเป็นการเพิ่มวิสัยทัศน์ ควรมีการส่งเสริมจุดขายของ ททบ.5 ให้ชัดเจน ควรมีการวางแผนประชาสัมพันธ์ที่ชัดเจนล่วงหน้าในระยะยาว ควรทำการประชาสัมพันธ์เชิงรุกเพิ่มมากขึ้น ควรทำการประชาสัมพันธ์ล่วงหน้าและเพิ่มความถี่มากยิ่งขึ้น ควรจัดหานักประชาสัมพันธ์มืออาชีพเข้ามาช่วยดำเนินงาน ควรเปลี่ยนภาพลักษณ์จากโทรทัศน์เพื่อทหาร มาเป็นโทรทัศน์เพื่อประชาชน ควรใช้สื่อใหม่ๆ เช่น อินเทอร์เน็ตให้เกิดประโยชน์ และมีประสิทธิภาพมากที่สุด ควรจัดทำสื่อประเภท เอกสาร แผ่นพับ ฯลฯ แจกตามแหล่งชุมชน สถานที่ และบุคคลสำคัญต่างๆ คณะผู้บริหารควรเปิดตัวและมีส่วนร่วมในงานต่างๆมากขึ้น ควรทำการประชาสัมพันธ์ในเชิงธุรกิจ

จากการที่ ผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิ ได้มีข้อเสนอแนะตามผลการวิจัยข้างต้น นี้ จะเห็นได้ว่าสอดคล้องกับนโยบายและการดำเนินงานที่ทาง ผู้อำนวยการ และผู้บริหาร สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 กำลังทำอยู่ ดังเห็นได้จากกรณีที่ พลเอก เป้ง มาลากุล ณ อยุธยา ได้กล่าวไว้ว่า สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 จะมีการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญ หลังจากพยายามมองหาแนวทางที่จะทำให้ สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 มีความคล่องตัวในการบริหารงานมากกว่าในอดีต โดยแนวทางที่ พลเอก เป้งจะมาใช้คือ การตั้งบริษัทโฮลดิ้ง ภายใต้ชื่อบริษัท ททบ. 5 จำกัด ซึ่งถือหุ้น 100 % โดย สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 และภายใต้โครงสร้างการบริหารงานบริษัทโฮลดิ้งนี้ จะนำระบบธุรกิจเข้ามาใช้เต็มรูปแบบ บริษัท ททบ. 5 จำกัด จะจัดตั้งบริษัทลูกขึ้นมา อีก 9 บริษัท ซึ่งจะมีทั้งธุรกิจในสายเดิมของ ททบ. และธุรกิจในสายใหม่ที่เป็นแนวโน้มจะเกิดขึ้น คือ บริษัทที่ดำเนินธุรกิจด้านการตลาด ธุรกิจการผลิตรายการ ธุรกิจสิ่งพิมพ์ ธุรกิจวิทยุ ธุรกิจอินเทอร์เน็ต ธุรกิจดาวเทียม ธุรกิจผลิตอุปกรณ์ทีวี และธุรกิจผลิตแผ่นดีวีดี (Digital Video Disc) บริษัทลูกเหล่านี้จะมาทำหน้าที่ทำธุรกิจ ซึ่งจะมาเสริมกับงานของ สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 เป็นการดำเนินงานสู่บริษัทลูกที่มีความคล่องตัวมากกว่า เพราะโดยสถานภาพ บริษัทลูกเหล่านี้คือบริษัทที่ทำงานแบบเอกชน ไม่ต้องขึ้นอยู่กับกฎเกณฑ์ ระเบียบปฏิบัติราชการ ดังนั้นเหตุผลที่สำคัญที่สุดของการเปลี่ยนแปลงในครั้งนี้ก็คือ ต้องการให้ สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 หลุดพ้นจากระบบราชการเข้าสู่การทำธุรกิจที่แท้จริง เพราะความล่าช้าในระบบราชการจะมีผลให้ สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 หดอยู่กับที่ ในขณะที่แนวโน้มสื่อทางด้านนี้จะมีการพัฒนาขึ้นเรื่อยๆ คู่แข่งก็จะเพิ่มมากขึ้น และจะมีความพร้อมที่จะเตรียมตัวเพื่อพัฒนาสู่ตลาดใหม่ๆที่เกี่ยวข้อง

พลเอก เป้ง เชื่อว่า การเปลี่ยนแปลงครั้งนี้เป็นการวางพื้นฐานสำหรับอนาคตกับสิ่งที่จะเกิดขึ้นในวงการทีวีอีก 5-6 ปี จึงมีความคิดว่า ทำอย่างไรที่จะทำให้สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 ดำเนินการรับ ส่ง ข้อมูลข่าวสารได้เร็วกว่า และมีประสิทธิภาพที่เหนือกว่า เพราะปัญหาของ สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 ก็คือ ขาดความคล่องตัว จึงต้องทำให้เกิดความคล่องตัว สกัดสิ่งที่ติดขัดออกไป ในขณะที่ สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 เอง ก็ไม่ได้สูญเสียภาพการเป็นหน่วยงานของภาครัฐ (17-23 กุมภาพันธ์ 2540 . เป้ง ผู้พลิกโฉมทีวีราชการ . หนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ : หน้า 2 .)

นโยบายของผู้อำนวยการ สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 ในยุคนี้ก็เริ่มเห็นการเปลี่ยนแปลงซึ่งสอดคล้องกับความเห็นของผู้เชี่ยวชาญ และผู้ทรงคุณวุฒิ มาตั้งแต่เดือนมกราคม ปีพ.ศ. 2539 แล้วที่ สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 มีการออกอากาศ 24 ชั่วโมงอย่างถาวร เป็นช่องแรก วันที่ 4 มีนาคม สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 ปรับผังรายการในช่วงเวลา 18.45-20.00 น. ด้วยการนำละครมาเสนอแทนรายการข่าวในช่วง 18.45 น. และนำรายการข่าวไปเสนอในช่วง 20.00 น. แทน เพื่อเพิ่มเรตติ้ง ขณะเดียวกัน เป็นสถานีโทรทัศน์แห่งแรกที่นำรายการไปออกอากาศที่สหรัฐอเมริกาและยุโรป และในปี พ.ศ. 2540 มีแผนที่จะขยายไปยังออสเตรเลีย และได้ผลิตรายการป้อนให้กับ CNN รวมถึงการเป็นโทรทัศน์ช่องแรกที่เข้าสู่ INTERNET พลเอกเป้ง เชื่อว่า ในอนาคต โทรทัศน์ คอมพิวเตอร์ และโทรศัพท์ จะเข้ามาอยู่ในระบบเดียวกัน สื่อโทรทัศน์ จะมีการพัฒนาและมีบทบาทสำคัญ ดังนั้นแนวทางในการปรับตัวของสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 ในปัจจุบันนี้ ก็เพื่อพัฒนาคน และเครื่องมือ เตรียมพร้อมสำหรับสิ่งที่กำลังจะเกิดขึ้น ซึ่งเชื่อว่าสิ่งเหล่านี้จะเกิดขึ้นในอีก 5 ปี ข้างหน้า (17-23 กุมภาพันธ์ 2540 . เป้ง ผู้พลิกโฉมทีวีราชการ . หนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ : หน้า 2 .)

นอกจากนี้ผู้อำนวยการ สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 ยังได้กล่าวไว้อีกว่า ในอนาคตธุรกิจฟรีทีวี จะเริ่มมีบทบาท ต่อชีวิตประจำวันของผู้บริโภคเพิ่มมากขึ้น เพราะฉะนั้นใครที่ผลิตรายการไม่ดี สัญญาณไม่ครอบคลุมทุกพื้นที่ ภาพไม่คมชัด ก็จะหมดศรัทธาไป ดังนั้นทุกสถานีจึงต้องมีการพัฒนาตัวเอง ต้องใช้บุคลากรที่มีความรู้ อุปกรณ์เครื่องมือทุกชนิดต้องมีคุณภาพ ให้ทันกับเทคโนโลยีที่สมัยใหม่ และในเวลาเดียวกันจะต้องมีทุนเพื่อดำเนินการในด้านอื่นๆด้วย (17-18 กุมภาพันธ์ 2540 . ช่อง 5 คว้าทุนเปิด “ บริษัท ททบ.5 ฯ ” . หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ : หน้า 33 .)

และในประเด็นที่ว่า สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 ควรนำเครื่องมืออันทันสมัยต่างๆ ที่มีอยู่ มาใช้ให้เกิดประโยชน์อย่างคุ้มค่าที่สุดนั้น พลเอก เป้ง ได้กล่าวไว้ว่า ปัจจุบันโลกของธุรกิจเป็นการต่อสู้กันโดย เทคโนโลยี ดังนั้น สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 จะต้องปรับตัวนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในกิจการ ในปี 2540 และเปิด ทางให้เอกชนเข้าไปร่วมลงทุน พัฒนาศักยภาพการแข่งขันในอนาคต ด้านเทคโนโลยีที่ สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 เน้นมากได้เริ่มเป็นรูปเป็นร่าง นอกจากจะมีรถ SNG และเสลิกอปเตอร์ติดกล้องโทรทัศน์แล้ว ได้เตรียมแผนหาอุปกรณ์ที่ทันสมัยระบบ Digital เพื่อติดตั้งในห้องส่ง และอาคารสำนักงานใหม่ทดแทนระบบอนาล็อกที่ล้าสมัย และทาง สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5

ยังได้ให้ความสำคัญในส่วนราชการด้วย โดยได้ประกาศขยายช่วงไพรม์ไทม์ เป็น 18.00-22.00 น. เพื่อเสนอสารคดี ราชการสาระ และละครที่มีคุณภาพตรงกลุ่มเป้าหมาย ทั้งกลุ่มเยาวชนและแม่บ้าน ขณะเดียวกัน ช่วงข่าว นอกจากจะร่วมมือกับกลุ่ม CNN แล้ว ในปีนี้ยังได้เร่งรัดขอความร่วมมือ แลกเปลี่ยนข่าวกับสถานีโทรทัศน์ต่างประเทศมากขึ้น อาทิ ประเทศออสเตรเลีย จีน และฮ่องกง เป็นต้น (25 มกราคม 2540 . พล.อ. เป้ง มาลากุล ณ อยุธยา กำหนดวิสัยทัศน์ช่อง 5 ปี 40 ถึงยุคไอที .หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ : หน้า 8 .)

สำหรับประเด็นที่ว่า ควรให้นักประชาสัมพันธ์มืออาชีพเข้ามาช่วยดำเนินงาน และควรแบ่งหน้าที่ ความรับผิดชอบของบุคลากรในประชาสัมพันธ์ตามสายงานและความสามารถ ให้ชัดเจนนั้น เอิร์ช สายสว่าง ได้กล่าวว่า ต้องจ้างนักประชาสัมพันธ์มืออาชีพ ประวัติ นักประชาสัมพันธ์ผู้นั้นต้องเก่ง และเห็นผลเวลาทำงาน ถ้าได้นักประชาสัมพันธ์มืออาชีพที่มีความสามารถแล้ว องค์กรนั้นจะเจริญ จะต้องแบ่งหน้าที่ของบุคลากรให้ชัดเจน และควรรวบรวมจัดตั้งเป็น ทีมเวิร์ค (เอิร์ช สายสว่าง , สัมภาษณ์ , 28 ธันวาคม 2539)

ดังนั้นจะเห็นได้ว่า จากข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิ เกี่ยวกับงานประชาสัมพันธ์ของ สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 นั้น สอดคล้องกับการดำเนินงานของสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 ที่ได้พัฒนา สร้างสรรค์ ปรับปรุง ปรับเปลี่ยนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ รวมไปถึงการดำเนินงาน กิจกรรมในทุกๆด้านของ สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 ให้ก้าวไกล ทันสมัย ล้ำหน้า สร้างสรรค์สังคมอย่างเต็มประสิทธิภาพอยู่เสมอ และให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากที่สุด โดยอาศัย ทักษะ ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิที่มีประสบการณ์การทำงาน และความชำนาญในเรื่องการประชาสัมพันธ์ รวมไปถึงสาขาวิชาที่เกี่ยวข้อง ผสมกับวิสัยทัศน์ของคณะผู้บริหาร สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 เพื่อนำข้อเสนอแนะที่ได้มานั้น มาประมวลและกำหนดแนวทางการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ให้สอดคล้อง เป็นไปตามข้อเสนอแนะ ทั้งนี้เพื่อให้การประชาสัมพันธ์เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ รวมถึงเกิดสัมพันธภาพที่ดีกับประชาชน

สรุปได้ว่า การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ขององค์กร หรือสถาบันต่างๆ จะสามารถดำเนินไปได้อย่างมีประสิทธิภาพหรือไม่นั้น ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายด้านด้วยกัน ปัจจัยที่สำคัญยิ่งประการหนึ่งนั่นคือ บุคลากร หรือนักประชาสัมพันธ์ นั้นเอง ทั้งนี้เพราะการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานสถาบันใด จะประสบความสำเร็จหรือไม่ มากน้อยเพียงใด ขึ้นอยู่กับ

ความรู้ ความสามารถของนักประชาสัมพันธ์ หรือผู้ที่ทำงานประชาสัมพันธ์ให้แก่องค์กร จึงจำเป็นต้องมี นักประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพ รวมทั้งมีผู้บริหารที่มีความรู้ ความสามารถ ทัศนคติที่กว้างไกล และเป็นนักประชาสัมพันธ์ด้วย เพื่อสร้างสรรค์ความรู้ ความเข้าใจ ที่ถูกต้องแก่ประชาชน ตลอดจน เพื่อสัมพันธ์ภาพอันดีระหว่างองค์กรกับกลุ่ม ประชาชนที่เกี่ยวข้อง

ข้อเสนอแนะ

จากการวิจัยเรื่อง แนวโน้มการประชาสัมพันธ์ของสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 ในครั้งนี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ 2 ประการดังนี้คือ

1. ข้อเสนอแนะซึ่งประมวลจากความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิซึ่งถือเป็นวิสัยทัศน์อันจะทำให้งานประชาสัมพันธ์ของสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 พัฒนาไปในทางที่เจริญก้าวหน้าขึ้น

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ข้อเสนอแนะซึ่งประมวลจากความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิซึ่งถือเป็นวิสัยทัศน์อันจะทำให้งานประชาสัมพันธ์ของ สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 พัฒนาไปในทางที่เจริญก้าวหน้าขึ้น

1.1 การดำเนินกิจการเพื่อการประชาสัมพันธ์ของสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 ควรมีการดำเนินงานที่เป็นอิสระ ไม่ยึดติดกับระบบระเบียบราชการมากเกินไป ควรจะมีการยืดหยุ่นได้ สร้างสรรค์ได้ เพราะจากการวิจัยในครั้งนี้ ผู้เชี่ยวชาญทุกท่านมีความเห็นที่สอดคล้องกันว่า การประชาสัมพันธ์ของ สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 ที่ใช้ระบบราชการมาดำเนินงานนั้น ทำให้ขาดความคล่องตัว ภาพที่ออกมาทางสื่อต่าง ๆ นั้น จะดูเหมือนอยู่ในกรอบมากเกินไป ไม่สามารถสร้างสรรค์ภาพ และเสียง ที่ดึงดูดใจประชาชน ให้สนใจติดตามรายการ จาก สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 ได้

1.2 บทบาทงานประชาสัมพันธ์ของ สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 ควรทำการประชาสัมพันธ์ในเชิงรุก และสามารถใช้ความคิดสร้างสรรค์ได้มากขึ้น เพื่อเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่ สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5

1.3 ควรมีนโยบายที่แน่ชัด และต่อเนื่อง เพื่อความสะดวกในการวางแผนงานประชาสัมพันธ์ในระยะยาว

1.4 ควรมีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายอย่างชัดเจน เพื่อสะดวกในการวางแผนการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ และนำเสนอรายการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.5 ก่อนที่สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 จะมีการปรับเปลี่ยนนโยบาย การดำเนินงาน การผลิตรายการ ข่าวสาร ความบันเทิงต่าง ๆ มาแนะนำเสนอ ควรมีการสำรวจทัศนคติจากประชาชนกลุ่มเป้าหมายเสียก่อน เพื่อจะสามารถเลือกสรรค์รายการ ข่าวสาร รูปแบบการนำเสนอที่ดี มีคุณภาพ สอดคล้องกับความต้องการของประชาชน ทั้งนี้ เพื่อให้ประชาชนเกิดทัศนคติ ภาพลักษณ์ ที่ดี ชื่นชม และติดตามรับชมรายการ จาก สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 มากขึ้น

1.6 สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 ควรจัดตั้งงบประมาณ ในการจัดหาอุปกรณ์ เครื่องมือ สำหรับการประชาสัมพันธ์ให้เพียงพอ และเหมาะสมกับยุคสมัยของความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีทางการสื่อสาร พร้อมทั้งเพิ่มอัตราบรรจุ บุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ ในด้านการประชาสัมพันธ์ การผลิตสื่อ รายการ และสเปคตต่างๆ ให้ครบวงจร อย่างเป็นเอกเทศ ภายในแผนกประชาสัมพันธ์เอง เช่น เจ้าหน้าที่เขียนบท เจ้าหน้าที่กล้องโทรทัศน์ เจ้าหน้าที่ตัดต่อ เจ้าหน้าที่บันทึกเสียง เจ้าหน้าที่สร้างสรรค์การผลิต ฯลฯ ทั้งนี้ เพื่อความสะดวก รวดเร็ว ความเป็นอิสระในการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ ได้ทันกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้น และเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพให้กับหน่วยงานประชาสัมพันธ์ด้วย

1.7 นอกจากการประชาสัมพันธ์ทาง สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 ซึ่งเป็นสื่อของตัวเองแล้ว ควรใช้สื่ออื่นร่วมประชาสัมพันธ์ด้วย เช่น วิทยุในเครือกองทัพบก หรือคลื่นวิทยุที่ประชาชนทั่วไปนิยมฟังกันแพร่หลาย อาทิ GREEN WAVE , RADIO NO PLOBLEM , RADIO VOTE , จส.100 เป็นต้น

1.8 ควรกำหนดให้ผู้จัดรายการต่างๆ จัดส่ง เทปไปรษณีย์รายการของตน ทุกตอน ควบคู่กับการส่งเทปรายการที่จะออกอากาศ ทุกครั้ง เพื่อทาง สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 จะได้ใช้เป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์รายการต่างๆที่ออกอากาศทาง สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 ได้อย่างทั่วถึง ซึ่งการที่ให้ทางผู้จัดรายการจัดทำเทปไปรษณีย์มาเองนั้น มีประโยชน์คือ ผู้จัดรายการย่อมทราบดีว่า ช่วงใดของรายการที่เป็นจุดขาย เป็นจุดที่ต้องการให้ประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ออกไป เพื่อเป็นการกระตุ้นให้ผู้ชมอยากติดตามรายการนั้นๆมากขึ้น

1.9 ควรมีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารที่ชัดเจน แก่บุคลากรภายใน สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 อยู่เสมอ เพราะในบางครั้ง บุคลากรเหล่านี้อาจเป็นสื่อบุคคลช่วยในการประชาสัมพันธ์ และให้ข้อมูลแก่ใจข่าวสารที่ทำให้เกิดความเสื่อมเสียแก่ ททบ.5 ได้

1.10 ควรดำเนินการประชาสัมพันธ์ทาง INTERNET โดยการให้ข้อมูลที่ทันสมัย ตลอดเวลา ทั้งด้าน ประวัติ ความเป็นมา ของสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 สิ่งที ททบ.5 กำลังดำเนินการอยู่ ข้อมูล ข่าวสาร เหตุการณ์ รายการที่น่าสนใจ รายการที่ ททบ.5 ผลิตรายการเอง ข่าวสารประชาสัมพันธ์ ที่เป็นประโยชน์แก่สังคม ฯลฯ เพราะสื่อมวลชนและประชาชนที่มี INTERNET อยู่แล้ว จะได้ใช้เป็นข้อมูลในการประชาสัมพันธ์ให้กับ ททบ.5 ได้อย่างสะดวก รวดเร็ว ไม่พลาดข้อมูลข่าวสาร ได้รายละเอียดครบถ้วน ทันสมัย อยู่เสมอ

1.11 ควรเร่งจัดตั้งบริษัท ททบ.5 จำกัด ให้เป็นรูปธรรมโดยเร็วที่สุด และให้เอกชนเข้ามาร่วมดำเนินงานด้วย เพื่อสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 จะได้มีการพัฒนาอย่างเต็มประสิทธิภาพ เกิดสิ่งสร้างสรรค์ แปลกๆใหม่ๆ สอดคล้องกับความต้องการของประชาชน และเป็นส่วนหนึ่งที่ช่วยแก้ไขภาพลักษณ์ที่ประชาชนมีต่อ ททบ.5 ว่าเป็นโทรทัศน์ของทหาร เพื่อทหาร

1.12 ควรนำเสนอรายการประเภทต่างๆในปริมาณที่ใกล้เคียงกัน โดยไม่นำเสนอเรื่องราวข่าวสาร เกี่ยวกับวงการทหารมากเกินไป เพราะจะทำให้เกิดช่องว่างระหว่างประชาชนทั่วไปกับทหาร จนอาจเกิดภาพลักษณ์ที่ติดลบในใจประชาชนว่า สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 เป็นสถานีที่นำเสนอรายการโทรทัศน์สำหรับทหาร ไม่ใช่สำหรับประชาชน

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรจะมีการวิเคราะห์ ศึกษา ความสำเร็จและความล้มเหลวของงานประชาสัมพันธ์ ของ สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 ที่ผ่านมา เพื่อจะได้นำมาเป็นข้อมูลพื้นฐาน สำหรับการปรับปรุง หรือแก้ไข งานประชาสัมพันธ์ของ สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 ต่อไป

2.2 ควรมีการศึกษาศักยภาพ รวมไปถึงแนวโน้มของเทคโนโลยีทางการสื่อสาร ของยุคโลกาภิวัตน์ ที่จะเข้ามามีบทบาทความสำคัญกับ สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 เพื่อที่จะได้สามารถก้าวล้ำ นำหน้า ทันสมัย ในการวางแผนกำหนดสื่อ และการใช้เทคโนโลยี ทางการสื่อสารได้ถูกต้อง แม่นยำยิ่งขึ้น

2.3 ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้คัดเลือกกลุ่มเป้าหมาย เป็นผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิ ซึ่งล้วนแล้วแต่เป็นบุคคลภายนอก การแสดงความคิดเห็นต่างๆจึงค่อนข้างสะท้อนสภาพ การประชาสัมพันธ์ของ สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 และภาพรวมของสถานีฯ อาทิ รายการ คุณภาพของรายการ ข่าวสารต่างๆ ว่ามีสภาพเป็นอย่างไร และคาดว่าจะมีแนวโน้มไป ในทิศทางใด โดยมีได้คำนึงถึงปัจจัยป้อนและปัจจัยที่สนับสนุนมากนัก ดังนั้นผู้วิจัยจึงเห็นควร ให้ ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 ทำการวิจัยลักษณะเดียวกันนี้ แต่เน้นกลุ่มเป้าหมายเป็นบุคลากรของ สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 เป็นหลัก และทำการศึกษานโยบาย แผนงาน โครงการ กิจกรรม งบประมาณ วัสดุอุปกรณ์ บุคลากร ผลการปฏิบัติงานที่ผ่านมา ควบคู่ไปกับการศึกษาแนวโน้มที่จะเกิดขึ้นในอนาคต หากผลการวิจัยมีความสอดคล้องกับผล การวิจัยนี้ ข้อมเป็นข้อยืนยันสำหรับแนวโน้มงานประชาสัมพันธ์ สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 ได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น