

ร้อยโทหญิง ณฐนาคา จันทร์งาม : กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์และภาพลักษณ์ของ
 สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก (ช่อง 5) (PUBLIC RELATIONS STRATEGIES AND
 IMAGES OF THE ROYAL THAI ARMY RADIO AND TELEVISION (CHANNEL 5)),
 อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก : รศ.อุบลวรรณ เปรมศรีรัตน์, 197 หน้า

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษานโยบายและกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์และภาพลักษณ์ของ
 สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก (ช่อง 5) การวิจัยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ส่วนแรกเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ
 ทำการศึกษาข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้องและทำการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกกับผู้เชี่ยวชาญในการดำเนินงาน
 ประชาสัมพันธ์ ส่วนที่สอง เป็นการวิจัยเชิงปริมาณด้วยวิธีการสำรวจ จากการใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล
 จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ในเขตกรุงเทพมหานคร ประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรม SPSS และ
 Microsoft Excel

ผลการวิจัยพบว่า

1. นโยบายการประชาสัมพันธ์ของสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก (ช่อง 5) คือ การมุ่งมั่นที่จะ
 สร้างสรรค์งาน ให้มีคุณภาพและมีคุณประโยชน์ต่อสังคมมากที่สุด มีจุดยืนหลักในการเน้นมอบคุณค่าให้แก่
 สาธารณชนโดยไม่แสวงหากำไรเป็นหลัก ซึ่งเน้นนโยบาย 4 ด้านคือ (1)รณรงค์ส่งเสริมสถาบันพระมหากษัตริย์
 (2)ต่อต้านยาเสพติด (3)อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และ(4)ให้การช่วยเหลือประชาชน กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ คือ
 1)Strategy of partner เป็นการประชาสัมพันธ์แบบองค์กรพันธมิตร เป็นการดึงองค์กรที่มีศักยภาพมาร่วม
 งานกัน เพื่อให้กิจกรรมน่าเชื่อถือ และดึงดูดประชาชนให้เกิดความสนใจมากยิ่งขึ้น 2)กลยุทธ์การจัดกิจกรรม
 เพื่อสังคม เน้นเรื่องของการรับผิดชอบต่อสังคม ช่วยเหลือสังคม 3)กลยุทธ์การใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์
 ได้แก่ โทรทัศน์วิทยุ หนังสือพิมพ์ เว็บไซต์ เป็นต้น

2. ผลการวิจัยในส่วนของภาพลักษณ์โดยภาพรวมของช่อง 5 เป็นเชิงบวก เป็นสถานีโทรทัศน์ที่มี
 ชื่อเสียงได้รับการยอมรับจากประชาชนในฐานะสื่อมวลชนทางสังคม มีภาพลักษณ์ที่ดีในสายตาของประชาชน
 มีจุดเด่นด้านสังคมและด้านกิจกรรมเพื่อสังคมมากที่สุดองค์กรหนึ่ง

5184863628 : MAJOR PUBLIC RELATIONS

KEYWORDS : POLICY / STRATEGY / IMAGE / CHANNEL 5

LT.NACHAYADA CHANNGAM : PUBLIC RELATIONS STRATEGIES
AND IMAGES OF ROYAL THAI ARMY RADIO AND TELEVISION
(CHANNEL 5).

THESIS ADVISOR : ASSOC. PROF. UBOLWAN PREMSRIRAT, 197 pp.

The purposes of this research were to study the policies, public relations strategies and images of the Thai army radio and television channel 5. The research was divided into two parts. The first part was qualitative research which document study and in-depth interview were used to collect the data. The second part was quantitative research which questionnaires were used to collect the data from 400 samples of the people in Bangkok metropolitan area. SPSS program was used for data processing.

The results of this research were as follows:

1. The results of this research were as follows that the public relation policy of channel 5 was Strong determination to create highest-quality and value works for society with major standpoint, not mainly making profit, as providing worthiness to the public emphasizing on four policy facets 1)Royal family sustaining campaign 2)Anti narcotic 3)Environment preservation and 4)Human aid. Public relation strategies were 1)Strategy of Partner which was a kind of public relation done by allied organization cooperation to make concerned activities reliable and more attractive for people 2)Strategy of Activity which provided social work activities focusing on social responsibility and aid 3)Strategy of Media which referred to the medias used for public relation such as television, radio, newspaper, and websites.

2. The results showed that the overall image of the television channel 5 was positive. It was also renowned and accepted as mass media for society. Its image was good from people's point of views. In addition, it was one of the most prominent organizations in social works and activities.