

สภาพการดำเนินงานและสมรรถนะของการจัดการสถานีโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล

Operating Situation and Management Competency of Television Station in Digital Age

ทัศนลักษณ์ ปัตตพงศ์ภัชและ พิศมัย จารุจิตติพันธ์

บทคัดย่อ

บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของผลงานวิจัยเรื่องแนวทางการจัดการสถานีโทรทัศน์ประเภทฟรีทีวีในยุคที่ดิจิทัลของประเทศไทยซึ่งมีวัตถุประสงค์สำคัญเพื่อวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยนำเข้าและกระบวนการกับผลลัพธ์ของการจัดการ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วยผู้บริหาร ผู้ปฏิบัติงานและผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดการสถานีโทรทัศน์ รวมทั้งสิ้นจำนวน 399 คน รวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ เทคนิควิธีการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่การอธิบาย การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรโดยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ และการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และปัจจัยกีดกัน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า t , ค่า F และค่า R^2 ผลการวิจัยพบว่า สภาพแวดล้อมภายในทุกด้านได้แก่โครงสร้างองค์กร วัฒนธรรมองค์กร เทคโนโลยี พัฒนาบุคลากร และการผลิตเนื้อหารายการ มีความเหมาะสมในระดับมาก สภาพแวดล้อมภายนอกทั้งในด้านนโยบายและกฎหมายทั่วไป หลักเกณฑ์และวิธีการสำหรับการให้บริการ ส่วนหนึ่งก่อให้เกิดโอกาสในขณะที่ส่วนหนึ่งก่อให้เกิดปัจจัยกีดกันในการจัดการของสถานีโทรทัศน์และพบว่าการประกอบการของสถานีโทรทัศน์มีการแข่งขันกันสูงมาก การให้ความสำคัญกับผู้รับบริการเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อผลลัพธ์ด้านการจัดการในทุกด้านอย่างมีนัยยะสำคัญทางสถิติยกเว้นด้านความสามารถในการพัฒนาการเรียนรู้ของบุคคลในสังคมและความสำเร็จขององค์กรที่มีอย่างต่อเนื่อง

คำสำคัญ : สมรรถนะ, การจัดการ, สถานีโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล

Abstract

This article is a part of the research about the Approach to Free Television Station Management in the Digital Age in Thailand. The aims were to analyze (1) The internal and external environment to Free Television in Digital Age in Thailand (2) The correlation between the inputs and process with the results of the management and (3) the approach for FTSM in DA. 399 sample opinions were collected by questionnaires and interview forms. The data was analyzed by multiple regression analysis, and SWOT Analysis. Descriptive statistics and, t , F and R^2 were used to analyze data. It was found that the internal environment of the organization's structure and corporate culture are suitable with appropriate level including technology, human resource development and content production. The external environment including policy and law, rules and procedures for services in some issues caused opportunities and threats for the management of the television stations. The television station operation faced high competition. Focusing on

the service receivers has affected the outcome of the management in every aspect except the ability to develop individual learning in the society and continuous organization success.

Keywords: competency, management, television station, digital age

ความนำ

ความก้าวหน้าและความทันสมัยของเทคโนโลยีได้ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในแวดวงของระบบต่าง ๆ ในสังคมรวมทั้งการสื่อสารซึ่งส่งผลการเปลี่ยนแปลงอย่างมากจนกระทั่งเรียกได้ว่าเป็น การปฏิวัติดิจิทัล (digital revolution) เนื่องจากทำให้การให้ข้อมูลข่าวสารและระบบการสื่อสารเชื่อมต่อถูกเปลี่ยนไปเป็นภาษาและรูปลักษณะอย่างใหม่ เช่น คอมพิวเตอร์ดาวเทียมสื่อสาร อินเทอร์เน็ต โยแก้วน้าแสง เคเบิลทีวี โครงข่ายโทรศัพท์ เป็นต้น และเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดสิ่งที่เรียกว่า สื่อใหม่ (new media) อันหมายถึงระบบการสื่อสารที่มีการเชื่อมต่อทางอิเล็กทรอนิกส์ของเครือข่ายที่รวดเร็วไร้พรมแดนนำมาซึ่งกระบวนการทัศน์ใหม่ในความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับข้อมูลข่าวสารหรือโลกรอบตัว ที่ว่า “ข้อมูลข่าวสารคืออำนาจ” (Barney & Peteraf, 1986) วิชาการและวิชาชีพในการบริหารงานสื่อสารมวลชนแตกต่างไปจากศาสตร์สาขาบริหารธุรกิจซึ่งมุ่งเน้นการขายผลผลิต การบริหารรัฐกิจที่มุ่งเน้นการให้บริการ ในขณะที่สาขาการบริหารสื่อมวลชนมุ่งเน้นการขายความคิดและวัฒนธรรมจึงเป็นอาชีพที่ได้รับการคุ้มครองเนื่องจากส่งผลกระทบโดยตรงต่อระบบความคิดของผู้คนในสังคม ความถูกต้อง ความทันเหตุการณ์ และความเป็นกลางเป็นเป้าหมายของวิชาชีพนี้จึงแตกต่างไปจากหลักการบริหารงานด้านอื่น ๆ การพิจารณาสมรรถนะของสถานีโทรทัศน์จึงมีความแตกต่างจากสมรรถนะขององค์กรอื่นซึ่งโดยทั่วไปสมรรถนะจะเน้นความสำคัญถึงองค์ประกอบต่าง ๆ ขององค์กรที่จะเป็นปัจจัยทำให้องค์กรมีขีดความสามารถสูง โดยแต่ละองค์กรมุ่งที่จะพัฒนาทรัพยากรและความสามารถของ

องค์กร บนพื้นฐานที่เรียกว่าสมรรถนะ ในฐานะที่สถานีโทรทัศน์เป็นองค์กรสื่อสารมวลชนซึ่งมีบทบาทหน้าที่สำคัญที่ต้องรับผิดชอบต่อสังคมจึงต้องมุ่งการพัฒนาสมรรถนะขององค์กรที่ครอบคลุมด้านความสามารถในการพัฒนาสังคม การพัฒนาการเรียนรู้ของบุคคลในสังคม ตลอดจนการชี้แนะ ป้องกัน และแก้ไขปัญหาในสังคม

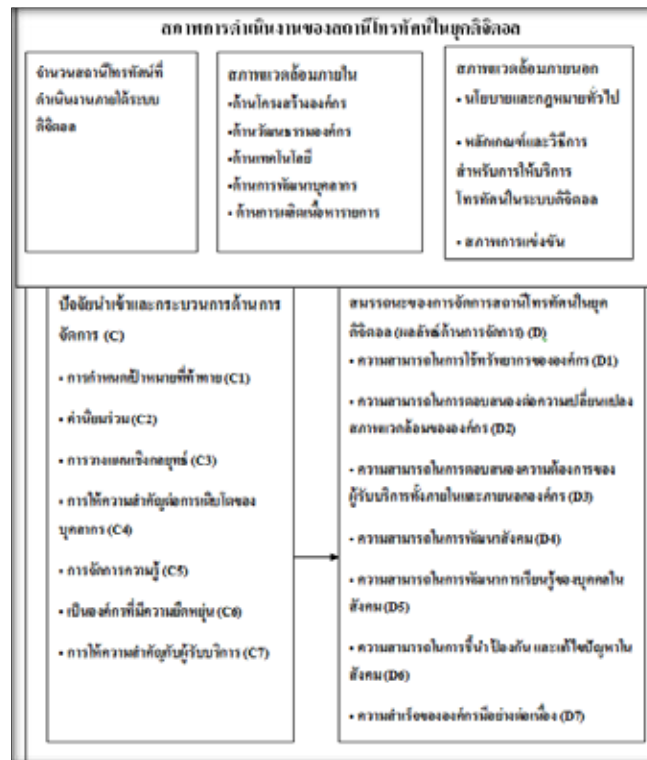
ในกรณีของประเทศไทยคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการ โทรคมนาคมแห่งชาติหรือ กสทช. โดยจัดทำแผนแม่บทฉบับที่ 1 โดยกำหนดไว้ในแผนแม่บทของ กสทช. ของการเปลี่ยนผ่านจากโทรทัศน์ระบบอนาล็อกเป็นโทรทัศน์ดิจิทัลภายในระยะเวลา 4 ปี นับตั้งแต่ปี 2555-2559 เริ่มต้นจากการเปิดใช้คลื่นดิจิทัลก่อน จากนั้นจึงยุติการให้บริการระบบอนาล็อกเพื่อเปลี่ยนผ่านระบบทั้งหมดสู่ระบบดิจิทัลทุกภาคส่วน (กสทช, 2555, หน้า 1-2) และ แม้ว่าการส่งสัญญาณวิทยุโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลจะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อสังคมในหลายด้านแต่การเปลี่ยนแปลงระบบดังกล่าวจะส่งผลกระทบเชิงลบต่อผู้รับสัญญาณในด้านการมีค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นสำหรับการเปลี่ยนแปลงเครื่องโทรทัศน์เป็นระบบดิจิทัลและส่งผลต่อผู้ส่งสัญญาณคือสถานีโทรทัศน์ คือ สถานีโทรทัศน์ ผู้ผลิตรายการและผู้ประกอบการ ในแง่ของการเพิ่มเงินลงทุนเพื่อปรับเปลี่ยนอุปกรณ์สำหรับการแพร่ภาพโทรทัศน์ไปสู่ระบบดิจิทัล อาทิ อุปกรณ์เครื่องส่งและการแพร่ อุปกรณ์ถ่ายทำรายการและตัดต่อบันทึกเสียงเพื่อการออกอากาศ ในแง่ของการผลิตรายการ สถานีโทรทัศน์ ผู้ผลิตรายการค่าใช้จ่ายและปัญหาอุปสรรคอื่นเนื่องจากความพร้อมของบุคลากรตลอดจนการบริหารงานในด้าน

ต่าง ๆ การศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการสภาพการดำเนินงาน และสมรรถนะของการจัดการสถานีโทรทัศนในยุคดิจิทัล จะให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการพัฒนาสมรรถนะและ แนวทางการจัดการโทรทัศนในยุคดิจิทัลของประเทศ ไทย

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์สภาพการดำเนินงานของ สถานีโทรทัศนในยุคดิจิทัล
2. เพื่อวิเคราะห์สมรรถนะและปัจจัยที่ส่งผลต่อ สมรรถนะของการจัดการสถานีโทรทัศนในยุคดิจิทัล

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

ปัจจัยนำเข้าและกระบวนการด้านการจัดการ ขององค์กร ด้านการกำหนดเป้าหมายที่ท้าทาย การมี ค่านิยมร่วม การวางแผนเชิงกลยุทธ์ การให้ความสำคัญ ต่อการเติบโตของบุคลากร การจัดการความรู้ การเป็น องค์กรที่มีความยืดหยุ่น และการให้ความสำคัญกับ ผู้รับบริการมีผลต่อสมรรถนะของการจัดการ สถานีโทรทัศนในยุคดิจิทัล

แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีสำคัญที่ใช้ในการกำหนด กรอบแนวคิดในการวิจัยได้แก่ทฤษฎีเกี่ยวกับการบริหาร จัดสภาพแวดล้อมขององค์กร (พิศมัย จารุจิตติพันธ์, 2551, หน้า 34-38) การจัดการความรู้ (จิราณี พานิช, 2550, หน้า 125) แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสมรรถนะ องค์กร และองค์กรสมรรถนะสูง (Edward, 2005) และ เกณฑ์คุณภาพมาตรฐานสำหรับการดำเนินงานของ

Malcolm Baldrige (สำนักงาน ก.พ.ร, 2550, หน้า 1-17)
ทฤษฎีระบบการบริหารงานเชิงกลยุทธ์

วิธีดำเนินการวิจัย

ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ
ผู้บริหารและปฏิบัติงานของสถานีโทรทัศน์ประเภทฟรี
ทีวีและผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อสารมวลชน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้
ในการวิจัยมีจำนวน 399 คน การสุ่มตัวอย่างใช้เทคนิค
วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิอย่างมีสัดส่วน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล คือ
แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์เชิงโครงสร้าง
แบบสอบถามมีลักษณะแบบวัดประมาณค่าผลการ
ตรวจสอบคุณภาพด้านความตรงของแบบสอบถามโดย
ผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่าน ได้ค่า IOC เท่ากับ 0.78 ผลการ
ตรวจสอบคุณภาพด้านความน่าเชื่อถือได้ของ
แบบสอบถามได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค
เท่ากับ 0.98

การเก็บรวบรวมข้อมูล

เก็บด้วยตนเอง

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

เทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูลของแต่ละ
วัตถุประสงค์มีดังนี้ วิเคราะห์สภาพการดำเนินงานโดย
วิธีการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นและการ
วิเคราะห์เนื้อหา จากข้อมูลเอกสารและความคิดเห็นของ
ผู้เชี่ยวชาญ วิเคราะห์สมรรถนะของปัจจัยนำเข้า/
กระบวนการและผลลัพธ์โดยการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยของ

ความคิดเห็นและวิเคราะห์ปัจจัยนำเข้าและกระบวนการที่
ส่งผลต่อสมรรถนะของการจัดการสถานีโทรทัศน์ในยุค
ดิจิทัลโดยวิธีการการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุแบบ
ขั้นตอน

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยที่สำคัญประกอบด้วย

1. สภาพการดำเนินงานของสถานีโทรทัศน์ใน
ยุคดิจิทัล

1.1 จำนวนสถานีโทรทัศน์ที่ดำเนินงานภายใต้
ระบบดิจิทัล

จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า (คณะกรรมการ
กิจการกระจายเสียง กิจการ โทรทัศน์ และกิจการ
โทรคมนาคมแห่งชาติ-กสทช) ได้จัดสรรให้มีการเปิด
โครงข่ายถึง 48 ช่อง ขณะนี้ได้เปิดให้มีการประมูลแล้ว
24 ช่อง โดยแยกตามประเภทบริการออกดังนี้

ประเภทบริการสาธารณะ มีจำนวน 12 ช่อง
เปิดประมูลและดำเนินการแล้วมีจำนวน 3 ช่อง ได้แก่
ช่อง 1 – ททบ 5 ช่อง 2-NBT ช่อง3 TPBS อยู่ระหว่างการ
ดำเนินการจำนวน 9ช่อง ได้แก่ช่อง 4-12

ประเภทบริการธุรกิจมีจำนวนรวม 24 ช่อง
เปิดประมูลและดำเนินการเสร็จสิ้นแล้วประกอบด้วย
กลุ่มที่ 1: ช่องเด็ก เยาวชน และครอบครัว มีจำนวน 3
ช่อง ได้แก่ ช่อง 13- ช่อง 3 Family ช่อง 14- MCOT ช่อง
15- LOCA กลุ่มที่ 2 :ช่องข่าวสารและสาระ มีจำนวน 7
ช่อง ได้แก่ ช่อง 16- TNN 24 ช่อง 17- ไทยทีวี ช่อง 18-
new TV ช่อง 19- Spring news ช่อง 20- Bright TV ช่อง
21- Voice TV ช่อง 22 – Nation กลุ่มที่ 3: ช่องรายการ
ทั่วไป(SD) มีจำนวน 7 ช่องได้แก่ ช่อง 23- Work point
ช่อง 24- true 4U ช่อง 25 GMM ช่อง 26 – Now ช่อง 27-
8 ช่อง 28- 3SD ช่อง 29- MONO 29 กลุ่มที่ 4 ช่องรายการ
ทั่วไป (HD) มีจำนวน 7 ช่องได้แก่ ช่อง 30 – MCOT HD
ช่อง 31- ONE ช่อง 32- ไทยรัฐ TV ช่อง 33- 3HD ช่อง
34- Amarin TV ช่อง 35- 7 HD ช่อง 36- PPTV

ประเภทบริการชุมชน มีจำนวน 12 ช่อง (ยังไม่ได้เปิดการให้บริการ) จากข้อมูลดังกล่าวพบว่าการดำเนินงานของสถานีโทรทัศน์ฟรีทีวีภายใต้ระบบเดิมจำนวน 6 ช่องได้เพิ่มเป็นจำนวน 11 ช่องภายใต้ระบบดิจิทัลโดยช่อง 3 ได้เปิดบริการรวมทั้งหมด 3 ช่อง ช่อง 5 ช่อง 9 และช่อง 11 ได้เปิดบริการสถานีละ 2 ในขณะที่ช่อง 7 และ TPBS ยังคงเปิดบริการสถานีละ 1 ช่อง

1.2 สภาพแวดล้อมภายในของการจัดการสถานีโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล

จากการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมภายในของการจัดการสถานีโทรทัศน์สรุปได้ว่าสภาพแวดล้อมภายในของสถานีโทรทัศน์ประเภทฟรีทีวีในยุคดิจิทัลมีความเหมาะสมในระดับมากทั้งในภาพรวมและในทุกด้าน ได้แก่ด้านโครงสร้างองค์กร วัฒนธรรมองค์กร การพัฒนาบุคคล เทคโนโลยี และด้านการผลิตเนื้อหารายการ ดังข้อมูลในตาราง 1

ตาราง 1

สภาพแวดล้อมภายในของสถานีโทรทัศน์ประเภทฟรีทีวีในยุคดิจิทัล

สภาพแวดล้อมภายใน	ค่าเฉลี่ย *	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับความคิดเห็น
โครงสร้างองค์กร	3.94	0.23	มาก
วัฒนธรรมองค์กร	4.08	0.19	มาก
การพัฒนาบุคคล	4.19	0.18	มาก
เทคโนโลยี	4.02	0.68	มาก
การผลิตเนื้อหารายการ	4.06	0.13	มาก

* 4.51-5.00: มากที่สุด, 3.51-4.50: มาก, 2.51-3.50: ปานกลาง, 1.51-2.50: น้อย, 1.00-1.50: น้อยที่สุด

1.3 สภาพแวดล้อมภายนอกของการจัดการสถานีโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเอกสารและข้อมูลความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อสารมวลชนเกี่ยวกับนโยบายและกฎหมายทั่วไป หลักเกณฑ์และวิธีการสำหรับการให้บริการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลและสภาพการแข่งขันสรุปว่าเนื้อหาและความคิดเห็นมีลักษณะที่เป็นทั้งเชิงบวกและเชิงลบ

ผลในเชิงบวก นโยบายกฎหมายทั่วไป หลักเกณฑ์และวิธีการสำหรับการให้บริการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล บางส่วนได้ก่อให้เกิดโอกาส (opportunity) ต่อผู้ประกอบการและสังคม หลายประการได้แก่ (1) การเปลี่ยนแปลงระบบรับส่ง

สัญญาณโทรทัศน์ไปสู่ระบบดิจิทัลได้มีการปรับปรุงประสิทธิภาพการใช้คลื่นความถี่วิทยุสามารถรองรับช่องรายการที่มากขึ้นและทำให้คุณภาพในการรับสัญญาณดีขึ้น (2) เทคโนโลยีดิจิทัลสามารถนำมาช่วยลดขั้นตอนในการทำงานและลดการดูแลรักษาควบคุมที่ต้องใช้แรงงานคน ทำให้ต้นทุนการผลิตรายการลดต่ำลงหลายเท่าตัว (3) มีการเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการรายใหม่เข้าสู่การประมูล (4) การแข่งขันระหว่างผู้ประกอบการเพื่อแย่งกลุ่มผู้บริโภคทำให้การผลิตรายการมีคุณภาพมากขึ้น (5) ทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือกในการรับข้อมูลข่าวสารและความบันเทิงที่มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น (6) มีการจ้างงานเพิ่มขึ้นในอุตสาหกรรมโทรทัศน์ (7) กฎหมายที่เป็นข้อดี คือ การ

ห้ามควรรวมกิจการในโทรทัศน์ประเภทเดียวกัน เช่น ผู้ประกอบการที่ได้รับใบอนุญาตทำโทรทัศน์ทีวีดิจิทัลประเภทช่องข่าวแล้ว ไม่ควรไปถือหุ้นในช่องข่าวอื่น ๆ ได้อีก ในจำนวนสัดส่วนที่กำหนด ซึ่งช่วยป้องกัน ไม่ให้เกิดการผูกขาดในการทำรายการข่าวโดยนายทุน หรือผู้ประกอบการรายใหญ่ผูกขาดในช่องข่าวและ ป้องกันไม่ให้เกิดการครอบงำสื่อ

ผลในเชิงลบ นโยบายกฎหมายทั่วไปหลักเกณฑ์และ วิธีการสำหรับการให้บริการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล บางส่วนได้ก่อให้เกิดปัจจัยกดดัน (threats) ซึ่งเป็น ปัญหาและอุปสรรคต่อผู้ประกอบการและสังคมหลาย ประการ สรุปได้ว่า (1) ผู้ประกอบการต้องนำเงินทุนไป ใช้ในการขอใบอนุญาตการประกอบกิจการโทรทัศน์ และใช้ในการผลิตรายการใหม่ซึ่งทำให้ต้นทุนในการ ประกอบการโดยรวมในระบบดิจิทัลเพิ่มสูงขึ้น (2) การเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าประมูล เพื่อดำเนินการกิจการสถานีโทรทัศน์และทำให้มี สถานีโทรทัศน์ภายใต้ระบบดิจิทัลในภาพรวมมีจำนวน มากถึง 24 ช่อง ซึ่งเป็นจำนวนที่มากเกินไป ทำให้เกิดการแย่งชิงบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ และประสบการณ์ด้านกิจการ โทรทัศน์ เนื่องจาก บุคลากรกลุ่มนี้ยังมีจำนวนไม่เพียงพอต่อการขยายตัวที่ มีเพิ่มขึ้นของจำนวนสถานี (3) จากผลในข้อ 2 ทำให้ สถานีโทรทัศน์บางแห่งจำเป็นต้องจ่ายค่าตอบแทนแก่ บุคลากรกลุ่มดังกล่าวในอัตราที่สูงขึ้น เพื่อจูงใจให้ บุคลากรยังคงทำงานกับตน จึงทำให้ต้นทุนในการ ประกอบการไม่ลดลงเท่าที่ควรจะเป็น (4) สถานี โทรทัศน์ไม่สามารถผลิตรายการเพิ่มขึ้นได้ทันกับ จำนวนเวลาและจำนวนช่องที่มากขึ้น ซึ่งส่งผลให้ มุ่งเน้นที่จะผลิตรายการที่มีต้นทุนต่ำหรือผลิตรายการที่ ไม่มีคุณภาพ รวมทั้งนำรายการเดิมมาออกรายการซ้ำทำ ให้ผู้บริโภคและสังคมไม่ได้รับบริการที่มีคุณภาพ เท่าที่ควร (5) การเพิ่มจำนวนสถานีไม่สามารถเพิ่ม จำนวนคนดูได้มากนักเนื่องจากผู้บริโภคสื่อเดิมส่วน

หนึ่งสามารถเข้าถึงการบริการของสถานีโทรทัศน์ ประเภทเคเบิลได้อยู่แล้ว ผู้บริโภคส่วนหนึ่งไม่เข้าใจ และไม่สนใจที่เข้าถึงการบริการของสถานีโทรทัศน์ใน ระบบดิจิทัล ผู้บริโภคส่วนหนึ่งเข้าใจสถานีโทรทัศน์ ในระบบดิจิทัลแต่ไม่สามารถเข้าถึงบริการได้ คุณลักษณะที่ดีในระดับมากทุกด้านย่อย

2. สมรรถนะและปัจจัยที่ส่งผลต่อสมรรถนะ ของการจัดการสถานีโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล

2.1 ปัจจัยนำเข้า/กระบวนการด้านการจัดการ และผลลัพธ์ด้านการจัดการ จากการวิเคราะห์ลักษณะ ปัจจัยนำเข้าและกระบวนการและสมรรถนะของการ จัดการ (ผลลัพธ์ด้านการจัดการ) จากข้อมูลความ คิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างสรุปได้ว่าด้านปัจจัยนำเข้าและ กระบวนการในด้านการจัดการสถานีโทรทัศน์ มีการ กำหนดเป้าหมายที่ท้าทาย ด้านการมีค่านิยมร่วม ด้าน การวางแผนเชิงกลยุทธ์ ด้านการให้ความสำคัญต่อการ เติบโตของบุคลากร ด้านการจัดการความรู้ ด้านการ เป็นองค์กรที่มีความยืดหยุ่นและด้านการให้ ความสำคัญกับผู้รับบริการ เมื่อพิจารณาโดยเรียง ตามลำดับความมากน้อยในแต่ละด้านพบว่า สถานีโทรทัศน์มีคุณลักษณะที่ดีในการให้ ความสำคัญกับผู้รับบริการสูงเป็นลำดับแรกในขณะที่ ด้านการกำหนดเป้าหมายที่ท้าทายอยู่ในลำดับสุดท้าย

การอภิปรายผล

จากผลการวิจัยซึ่งพบว่าปัจจัยด้านความสำคัญ กับผู้รับบริการ (C7) การเป็นองค์กรที่มีความยืดหยุ่น (C6) และ การจัดการความรู้ (C5) เป็นปัจจัยที่ส่งผล อย่างมีนัยยะสำคัญทางสถิติต่อสมรรถนะของการ จัดการสถานีโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล (ผลลัพธ์ด้านการ จัดการ) ทั้งโดยรวมและแยกรายด้านเกือบทุกด้าน ยกเว้นด้าน ความสามารถในการพัฒนาการเรียนรู้ของ บุคคลในสังคม (D5) และ ความสำเร็จขององค์กรที่มี อย่างต่อเนื่อง (D7) ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าปัจจัยทั้งสาม

ด้านเป็นปัจจัยนำเข้าและกระบวนการที่มีความสำคัญในการบริหารองค์กรด้านสื่อสารมวลชนในขณะที่ปัจจัยนำเข้าและกระบวนการด้านอื่น ๆ ที่มีความสำคัญต่อการบริหารจัดการโดยทั่วไปและการที่ปัจจัยดังกล่าวไม่มีผลต่อความสามารถในการพัฒนาการเรียนรู้ของบุคคลในสังคม (D5) และความสำเร็จขององค์กรที่มีอย่างต่อเนื่อง (D7) น่าจะเป็นเพราะการพัฒนาการเรียนรู้ของบุคคลในสังคมไม่สามารถเกิดขึ้นได้จากบทบาทโดยการเรียนรู้จากสื่อโทรทัศน์เพียงอย่างเดียว และความสำเร็จขององค์กรที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องไม่สามารถเกิดขึ้นได้จากกระบวนการบริหารภายในองค์กรเพียงอย่างเดียว

จิตตานันท์ ทองพลับ (2558) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์องค์ประกอบการจัดการการสื่อสารของเครือข่ายสังคมประเภทความรู้ การวิเคราะห์องค์ประกอบการจัดการการสื่อสารของเครือข่ายสังคมประเภทความรู้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบแนวคิดและเครื่องมือสำหรับการออกแบบสื่อเครือข่ายสังคมประเภทความรู้โดยแนวทางการศึกษาเป็นการวิจัยเชิงวรรณกรรมด้วยการทบทวนวรรณกรรมมาเก็บข้อมูลด้วยการสังเกตเชิงคุณภาพและแบบสอบถามเพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบเสนอแนวคิดในการออกแบบสื่อเครือข่ายสังคมประเภทความรู้เพื่อกระบวนการเรียนรู้และพัฒนาที่ยั่งยืนโดยนำข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์ส่วนประกอบกำหนดเลือกข้อมูลวิเคราะห์ส่วนประกอบของข้อมูลจัดทำตารางเปรียบเทียบข้อมูลประมวลสรุปส่วนประกอบ วิเคราะห์คุณสมบัติอื่น ๆ สร้างข้อสรุปผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมส่วนใหญ่ของผู้ใช้เครือข่ายสังคมเป็นวัยรุ่น ส่วนเครือข่ายเพื่อกิจกรรมส่วนบุคคลได้แก่ เพื่อติดต่อสื่อสารกับเพื่อน เพื่อติดตามบุคคลที่มีชื่อเสียง สินค้าแบรนด์ต่าง ๆ เพื่อความบันเทิง เล่นเกมออนไลน์ โหลดเพลงเพื่อเผยแพร่ตัวตนถึงขั้นหลงใหลในสังคมมากกว่า

การศึกษาหาความรู้และข้อมูลบนอินเทอร์เน็ตก็มีมหาศาลสร้างความยุ่งยากสับสนขาดการคัดกรองคุณภาพ ทั้งนี้อีกด้านหนึ่งอินเทอร์เน็ตเอื้อต่อบรรยากาศความเป็นประชาธิปไตยที่ทุกคนทุกเสียงมีความเท่าเทียมกันในการแสดงความคิดเห็น ทำให้เกิดการเรียนรู้ที่หลากหลายมากขึ้น หากมีการจัดการการสื่อสารที่ได้นำมาประยุกต์ใช้กับเทคโนโลยีสารสนเทศให้เหมาะสมกับวัตถุประสงค์ในการสร้างเครือข่ายทางสังคม (social network) เพื่อการเรียนรู้ สร้างสรรค์สิ่งใหม่ ช่วยเหลือเกื้อกูลแลกเปลี่ยนความคิดเห็น จัดระเบียบสมาชิกที่อยู่กระจัดกระจายให้เคลื่อนไหวเป็นกลุ่มในทิศทางเดียวกันเพื่อเป้าหมายร่วม สร้างความสุขในการอยู่ร่วมกันเป็นทุนทางสังคมสร้างความมั่นคงที่ยั่งยืน ไม่ได้ใช้อินเทอร์เน็ตเป็นเพียงแหล่งข้อมูลเพียงอย่างเดียวเท่านั้นจากผลการศึกษาผู้ศึกษามีความเห็นว่าการออกแบบสื่อเครือข่ายสังคมประเภทความรู้ประกอบด้วยองค์ประกอบแนวคิดในการจัดการการสื่อสารเครือข่ายสังคมประเภทความรู้ได้แก่

1. การดำเนินกิจกรรมที่มีวัตถุประสงค์ชัดเจนร่วมกัน
2. เครื่องมือที่เหมาะสมกับกิจกรรมและพฤติกรรมที่ช่วยในการประสานงานกิจกรรมร่วมกัน
3. ข้อต่อรองรับการปรับบทบาทอัตลักษณ์ระหว่างกันที่สมาชิกยอมรับและตกลงเข้าร่วม
4. การจัดการเครือข่ายสังคมรักษาความสัมพันธ์ให้เหนียวแน่นอย่างต่อเนื่องและองค์ประกอบเครื่องมือการจัดการการสื่อสารเครือข่ายสังคมประเภทความรู้สำหรับประยุกต์ใช้กับเครื่องมือสังคม

ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาครั้งต่อไปอาจมีการเพิ่มการศึกษาในเชิงคุณภาพ

2. ควรนำผลการวิจัยและข้อความคิดเห็น
ของผู้บริหารมาทำการวิเคราะห์และสังเคราะห์เพิ่มเติม

เอกสารอ้างอิง

- กสทช. (2555). กระบวนการเปลี่ยนผ่านไปสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัลของประเทศไทย. ค้นจาก
<https://broadcast.nbtc.go.th/data/document/tv/file/executivesummary1.pdf>
- จิตตานันท์ ทองทัพบ. (2558). การวิเคราะห์องค์ประกอบการจัดการสื่อสารของเครือข่ายสังคมประเภทความรู้.
ค้นจาก <http://ทีวีดิจิทัล.ไทย>
- พิศมัย จารุจิตติพันธ์. (2551). การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก Ireland.). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทร
วิโรฒ.
- วิจารณ์ พานิช. (2550). การจัดการความรู้. กรุงเทพฯ: สถาบันส่งเสริมการจัดการความรู้เพื่อสังคม.
- Barney, J. B. (1994). Strategic factor markets: Expectations, luck and business strategy, *Management science*,
32(10), pp. 1231–1241.
- Edward, W. (2005). *Designing high performance organization*. Retrieved from [http://unpan1.un.org](http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/UN/UNPAN001316.pdf)
[/intradoc/groups/public/documents/UN/UNPAN001316.pdf](http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/UN/UNPAN001316.pdf).
- Malcolm, B., & Aidan, W. (2008). *Setting strategic direction: a top down or bottom up process*.
Business Strategy Series, 5-11.

