



พฤติกรรมการเปิดรับ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชมในเขต
กรุงเทพมหานคร ที่มีต่อรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ”

โดย

นางสาววรรณศิริ ศิริวรรณ

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
วารสารศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการบริหารสื่อสารมวลชน
คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ปีการศึกษา 2559
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

พฤติกรรมกาเปิดรับ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชมในเขต
กรุงเทพมหานคร ที่มีต่อรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ”

โดย

นางสาววรรณศิริ ศิริวรรณ



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต
สาขาวิชาการบริหารสื่อสารมวลชน
คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ปีการศึกษา 2559
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์



EXPOSURE BEHAVIORS, USES AND GRATIFICATIONS OF BANGKOK
VIEWERS TOWARDS THE “RETURNING HAPPINESS
TO THE NATION” TV PROGRAM

BY

MISS WANNASIRI SIRIVARNA



A THESIS STUDY SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF
THE REQUIREMENTS FOR THE DEGREE OF MASTER OF ARTS
PROGRAM IN MANAGEMENT COMMUNICATION
FACULTY OF JOURNALISM AND MASS COMMUNICATION
THAMMASAT UNIVERSITY
ACADEMIC YEAR 2016
COPYRIGHT OF THAMMASAT UNIVERSITY

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน

วิทยานิพนธ์

ของ

นางสาววรรณศิริ ศิริวรรณ

เรื่อง

พฤติกรรมการเปิดรับ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร
ที่มีต่อรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ”

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติ ให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
วารสารศาสตรมหาบัณฑิต (การบริหารสื่อสารมวลชน)

เมื่อ วันที่ 28 ตุลาคม พ.ศ. 2559

ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

.....
(รองศาสตราจารย์อรนุช เลิศจรรยารักษ์)

กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

.....
(รองศาสตราจารย์ ดร.พรจิต สมบัติพานิช)

กรรมการสอบวิทยานิพนธ์

.....
(รองศาสตราจารย์จำเริญลักษณ์ ธนะวังน้อย)

กรรมการสอบวิทยานิพนธ์

.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิตระพี ทรัพย์แสนดี)

คณบดี

.....
(รองศาสตราจารย์พรทิพย์ สัมปัตตะวนิช)

หัวข้อวิทยานิพนธ์	พฤติกรรมการเปิดรับ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ”
ชื่อผู้เขียน	นางสาววรรณศิริ ศิริวรรณ
ชื่อปริญญา	วารสารศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชา/คณะ/มหาวิทยาลัย	การบริหารสื่อสารมวลชน วารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์	รองศาสตราจารย์ ดร. พรจิต สมบัติพานิช
ปีการศึกษา	2559

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมการเปิดรับ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจ ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาลักษณะของประชากรศาสตร์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” (2) เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการรับชมของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” (3) เพื่อศึกษาการใช้ประโยชน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” (4) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ”

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) มีรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ โดยเลือกศึกษาเฉพาะประชาชนที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไป ในเขตกรุงเทพมหานครที่เปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” การวิจัยใช้แบบสอบถามชนิดให้กลุ่มตัวอย่างกรอกคำตอบเอง (Self-administered questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ผู้วิจัยได้ใช้เวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเป็นเวลา 2 เดือน ตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์-มีนาคม พ.ศ. 2559 โดยศึกษาเฉพาะรายการที่ พล.อ.ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี ดำเนินรายการเท่านั้น

ผลการวิจัยสรุปว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ คือ เพศชาย อยู่ในช่วงอายุ 25-39 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/ห้างร้าน/ธนาคาร และมีรายได้อยู่ที่ระหว่าง 15,001-30,000 บาท โดยพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ คือ ชมบ้าง (2 ครั้ง/เดือน)

ด้านการใช้ประโยชน์จากรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” กลุ่มตัวอย่างมีการใช้ประโยชน์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนใหญ่ใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารเพื่อการอ้างอิง รองลงมาคือ ใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารเพื่อนำข้อมูลไปใช้ในการสนทนากับผู้อื่นในสังคมและการใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารเพื่อการดำรงเอกลักษณ์บุคคล ตามลำดับ

ด้านความพึงพอใจจากการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” แบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ด้านเนื้อหารายการ กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจเนื้อหารายการโดยรวมในระดับมาก โดยส่วนใหญ่มีความพึงพอใจที่รายการนำเสนอประเด็นที่อยู่ในความสนใจ ทันเหตุการณ์ รองลงมา มีความพึงพอใจที่รายการมีการยกตัวอย่างให้เข้าใจง่าย และมีความพึงพอใจที่รายการนำเสนอเนื้อหาเจาะลึกนโยบายต่าง ๆ ของรัฐบาล

ด้านองค์ประกอบของรายการ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจที่รายการใช้รูปแบบการนำเสนอโดยให้ พล.อ. ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี สื่อสารโดยตรงกับประชาชนผ่านทางโทรทัศน์ ในระดับมาก รองลงมา มีความพึงพอใจเพลงรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างยังมีความพึงพอใจที่รายการมีคำบรรยายไทย/อังกฤษ มีภาษามือให้ผู้พิการ ตามลำดับ

ด้านผู้ดำเนินรายการ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีความพึงพอใจผู้จัดและดำเนินรายการ โดยรวมค่าเฉลี่ย อยู่ในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจผู้ดำเนินรายการ พล.อ.ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี ที่เป็นคนมีบุคลิก คำพูดน่าเชื่อถือ ในระดับมาก รองลงมา มีความพึงพอใจ พล.อ.ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี ที่สามารถอธิบายและสรุปเนื้อหาได้ตรงประเด็น และมีความพึงพอใจ พล.อ.ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี ที่มีความรู้ในเนื้อหาที่สื่อสารดี ตามลำดับ

ส่วนผลการทดสอบสมมติฐานสมมติฐานที่ 1 พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ คือ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ที่แตกต่างกัน ทำให้มีพฤติกรรมความบ่อยครั้งในการรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” แตกต่างกันโดยผู้ที่มีอายุระหว่าง 25-29 ปี และระหว่าง 40-49 ปี มีพฤติกรรมความบ่อยครั้งในการรับชมรายการมากกว่าผู้ที่มีอายุระหว่าง 18-24 ปี นั่นคือ ผู้มีอายุมาก จะมีพฤติกรรมความบ่อยครั้งในการรับชมมากกว่าผู้มีอายุน้อย ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับ การศึกษาปริญญาตรี และอาชีวศึกษา อนุปริญญา มีพฤติกรรมความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ มากกว่าผู้ที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา กล่าวคือ ผู้มีการศึกษาระดับสูงมีพฤติกรรมความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” มากกว่าผู้ที่มีการศึกษาต่ำกว่า นอกจากนี้ ผู้ที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ห้างร้าน ธนาคาร /ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ /ผู้ประกอบการธุรกิจส่วนตัว ค้าขาย มีพฤติกรรมความบ่อยครั้งในการรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” มากกว่า นิสิต นักศึกษา ส่วนผู้ที่มีรายได้สูง จะมีพฤติกรรมความบ่อยครั้งในการรับชมรายการมากกว่า ผู้ที่มี

รายได้ต่ำยกเว้นลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านเพศ กล่าวคือ เพศแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมความบ่อยครั้งในการรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 พบว่าพฤติกรรมความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการใช้ประโยชน์ที่ได้รับจากรายการโดยรวม สรุปว่า หากมีความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” มาก ก็จะมีการใช้ประโยชน์จากรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” โดยรวมมาก

สมมติฐานที่ 3 พบว่า พฤติกรรมความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อรายการโดยรวม อย่างไรก็ตาม ผลการทดสอบสมมติฐาน ยังพบเพิ่มเติมว่า พฤติกรรมความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านองค์ประกอบรายการ นั่นหมายความว่า หากผู้ชมมีพฤติกรรมความบ่อยครั้งในการรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ เท่ากับมีความพึงพอใจเชิงบวกต่อรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” ในด้านองค์ประกอบรายการ

คำสำคัญ: ความพึงพอใจ, การเปิดรับ, การใช้ประโยชน์, รายการโทรทัศน์, รายการสนทนา, ความน่าเชื่อถือ, ผู้ส่งสาร, ผู้รับสาร

Thesis Title	EXPOSURE, USES AND GRATIFICATIONS OF BANGKOK VIEWERS TOWARDS THE “RETURNING HAPPINESS TO THE NATION” TV PROGRAM
Author	Miss Wannasiri Sirivarna
Degree	Master of Arts
Department/Faculty/University	Mass Communication Administration Journalism and Mass Communication Thammasat University
Thesis Advisor	Assistant Professor Pornchit Sombutphanich, Ph.D.
Academic Year	2016

ABSTRACT

This research aims to study (1) the population characteristics of the audiences in Bangkok towards the “Returning Happiness to the Nation” TV Program, (2) the audiences’ behaviors towards the show, (3) how viewers in Bangkok manage to make use from watching the show, and (4) Bangkok viewers’ satisfaction towards the program.

This research was conducted through a quantitative research format which studies the Bangkok viewers age 18 and onwards who watches the “Returning Happiness to the Nation” TV show. Self-administered questionnaires were used as a tool to collect information from 400 people focus group. The researcher has spent almost 2 months gathering the information from the focus group since February to March of 2016 on TV programs that were hosted only by prime minister Prayuth Chan-ocha.

The study has concluded that the main audience group are men age ranged from 25-39 years old, have graduated a bachelor degree, are working in private companies/department stores/banks, and earns between 15,001-30,000 baht in salary where they would, at times, tuned into the “Returning Happiness to the Nation” twice a month.

The study revealed that the TV show has been moderately useful to the focus group where most people make use of the show's content for citations, followed by using the information to engage in a conversation with others to maintain one's individual identity.

The viewer's satisfaction towards the TV show has been divided into 3 aspects, which are the show's content where most of the viewers in the focus groups are highly satisfied with the presentation of the show with up-to-dated issues being discussed and clear examples being used in the show has helped viewers better visualize and understand the issues. Viewers are also grateful that the TV show also presented an in-depth explanation on various government policies.

Regarding the TV show's elements, the majority of the focus group was moderately satisfied that prime minister Prayuth Chan-ocha is directly communicating with the people, followed by their satisfaction in the show's "Returning Happiness to the People" song. Apart from this, the focus group was satisfied that the show provided Thai/English subtitles and sign language.

The majority of the focus group is highly satisfied with the host of the TV show being prime minister Prayuth Chan-ocha, who appears trustworthy, straight to the point, and well-rounded on the topics he discussed and good communication method.

The first hypothesis shows that the differences in age groups, academic achievements, occupation, and salaries tends to result in differing behaviors towards the "Returning Happiness to the Nation" TV program. Those in the age groups between 25-29 years old and 40 to 49 years old watches the show more than those in the age group between 18 to 24 years old, meaning the older population group would watch the show more often than the younger population group. Those who have bachelor degrees, vocational educational degrees, and diplomas tends to watch the TV show more often than those who only graduated from high school, meaning that those with high education watches the show more often than those with lower educational degrees. Furthermore, those who work in private companies, department stores, banks, government agencies, state enterprises, entrepreneurs, and self-employed would watch the show more often than university students, while

those who earn higher salary would watch the show more often than those who earn less.

There is an exception to the results in the comparisons mentioned above regarding to gender differences, as there are not much difference to whether which gender watches the “Returning Happiness to the Nation” TV show more often than who’s.

The second hypothesis found that the behavior of frequently watching the “Returning Happiness to the Nation” TV program would generate more beneficial use from the show, meaning that the more one watches it, the more advantage they could gain from the show.

The third hypothesis found that there is no relation between frequent behavior of watching the show and the viewer’s satisfaction on the show. Nevertheless, the tested hypothesis revealed that the frequent behavior of watching the show is relative to the satisfaction of other elements of the TV show. This means that there is positive reception towards the components of show.

Keywords: Gratifications, Exposure, Uses, TV Program, Talk Program, Credibility, Sender, Audience

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยเล่มนี้สำเร็จและผ่านพ้นไปได้ด้วยดี จากความช่วยเหลือและความกรุณาจากหลายฝ่าย ขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.พรจิต สมบัติพานิช อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่ให้คำปรึกษา คำแนะนำ สละเวลา ให้คำชี้แนะ ติดตาม ตรวจสอบปรับปรุง แก้ไขข้อบกพร่องที่เกิดขึ้นอย่างดีมาโดยตลอด จนงานวิจัยสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

ขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์อรนุช เลิศจรรยารักษ์ รองศาสตราจารย์จำเริญลักษณ์ ธนะวังน้อย และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิตระพี ทริพย์แสนดี ประธานและกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ อาจารย์ทั้งสามท่านได้ให้ความเมตตา กรุณา ชี้แนะแนวทางการแก้ไข ปรับปรุง อธิบายสิ่งต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ในการวิจัยครั้งนี้

นอกจากนี้ต้องขอขอบพระคุณ โครงการบัณฑิตศึกษา คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ คุณวรรณกร ม่วงมีคา (พี่กบ) ผู้ปฏิบัติงานบริหารชำนาญงานหัวหน้าหมวดบัณฑิตศึกษารวมทั้งบุคลากร เจ้าหน้าที่โครงการทุกท่านที่ได้ช่วยชี้แนะ และอำนวยความสะดวก ติดต่อประสานงานขั้นตอนต่าง ๆ ในการทำวิจัยครั้งนี้เป็นอย่างดี ตั้งแต่เริ่มต้นจนจบ

ขอขอบพระคุณเพื่อน ๆ ของผู้วิจัยทุกท่าน ที่คอยให้กำลังใจเสมอมา เพื่อน ๆ MCA 8 และ MCA 14 โดยเฉพาะอย่างยิ่ง แป้ง เหมือนตะวัน และ ย้อย วรางคณา ทีมสามทหารเสือ สำหรับมิตรภาพที่ยาวนานกว่า 10 ปี บุคคลทั้งคู่เปรียบเสมือนคนในครอบครัวที่ดูแลกันมาโดยตลอด จนความสำเร็จครั้งนี้เกิดขึ้นได้

สุดท้ายข้าพเจ้าขอกราบพระคุณ คุณพ่อ และคุณแม่ ที่ได้ให้ทั้งความรัก กำลังใจ แรงผลักดัน และให้โอกาสอันมีค่าสูงสุดในชีวิต โดยเฉพาะโอกาสทางการศึกษา รวมถึงน้องสาวคนเดียวที่ให้ความช่วยเหลือ สนับสนุนทุกด้าน และเป็นกำลังหลักสำคัญที่ทำให้งานวิจัยชิ้นนี้ลุล่วงไปได้ด้วยดี แม้ว่าในวันนี้ความสำเร็จที่เกิดขึ้น จะไม่ทันเวลากับการที่พ่อจะได้มาร่วมยินดีในครอบครัว แต่ก็เชื่อว่าพ่อยังคงมองเห็นไกล ๆ และภาคภูมิใจกับลูกสาวคนนี้เสมอ

นางสาววรรณศิริ ศิริวรรณ

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	(1)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	(4)
กิตติกรรมประกาศ	(7)
สารบัญ	(8)
สารบัญตาราง	(11)
สารบัญภาพ	(14)
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 ปัญหานำวิจัย	4
1.3 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	4
1.4 สมมติฐานการวิจัย	4
1.5 ขอบเขตการวิจัย	5
1.6 นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง	5
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	6
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
2.1 ทฤษฎีทางประชากรศาสตร์ (Demographic Analysis of Audience)	7
2.2 ทฤษฎีการเปิดรับสื่อ (Media Exposure)	9
2.3 ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (The Uses and Gratification Theory)	13

	(9)
2.4 แนวคิดรายการประเภทพูดคุยกับผู้ฟังโดยตรง (The Straight Talk)	16
2.5 แนวคิดความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสาร (Source Credibility)	20
2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	23
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	34
3.1 รูปแบบการวิจัย	34
3.2 ประชากรและการสุ่มตัวอย่าง	34
3.3 จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	35
3.4 การเลือกตัวอย่าง	35
3.5 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย	38
3.6 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	38
3.7 การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	39
3.8 การเก็บรวบรวมข้อมูล	40
3.9 กำหนดการวัดค่าตัวแปรในการวิจัย	40
3.10 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	44
3.11 การวิเคราะห์ข้อมูล	46
บทที่ 4 ผลการวิจัยและการอภิปรายผล	47
4.1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์	47
4.2 พฤติกรรมความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ”	51
4.3 การใช้ประโยชน์จากรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ”	52
4.4 ความพึงพอใจที่มีต่อรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ”	57
4.5 การทดสอบสมมติฐาน	62
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ	78
5.1 สรุปผลการศึกษา	79
5.1.1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งประกอบไปด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ และอาชีพ	79

	(10)
5.1.2 พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ”	79
5.1.3 การใช้ประโยชน์จากรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ”	79
5.1.4 ความพึงพอใจที่มีต่อรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ”	80
5.1.5 ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย	80
5.2 อภิปรายผลการศึกษาวิจัย	85
5.2.1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์	85
5.2.2 พฤติกรรมการเปิดรับรายการคืนความสุขให้คนในชาติ	86
5.2.3 การใช้ประโยชน์จากรายการคืนความสุขจากคนในชาติ	87
5.2.4 ความพึงพอใจที่มีต่อรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ”	88
5.2.5 การทดสอบสมมติฐาน	93
5.3 ข้อเสนอแนะการวิจัย	98
5.4 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป	99
รายการอ้างอิง	100
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	107
ภาคผนวก ข อธิบายรูปแบบรายการคืนความสุขให้คนในชาติ	113
ภาคผนวก ค ตัวอย่างรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ”	119
ประวัติผู้เขียน	127

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
3.1	แสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่างของประชากรในแต่ละเขต 37
4.1	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ 47
4.2	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ 48
4.3	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา 48
4.4	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ 49
4.5	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ 50
4.6	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความบ่อยครั้งในการชมรายการ 51
4.7	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการใช้ประโยชน์จากรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” โดยรวม 52
4.8	จำนวน ร้อยละค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของการใช้ประโยชน์จาก รายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” ของกลุ่มตัวอย่างด้านการใช้ข่าวสาร ด้านข้อมูลเพื่อการอ้างอิง 53
4.9	จำนวน ร้อยละค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของการใช้ประโยชน์จาก รายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” ของกลุ่มตัวอย่างด้านการใช้ข่าวสาร เพื่อเชื่อมโยงระหว่างข้อมูลเกี่ยวกับสังคม 54
4.10	จำนวน ร้อยละค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของการใช้ประโยชน์จาก รายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” ของกลุ่มตัวอย่างด้านการใช้ข่าวสาร เพื่อการดำรงเอกลักษณ์ของบุคคล 55
4.11	จำนวน ร้อยละค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการใช้ประโยชน์จาก รายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” ของกลุ่มตัวอย่างด้านการใช้ข่าวสาร เพื่อการลดหรือผ่อนคลายความตึงเครียด 56
4.12	จำนวน ร้อยละค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความพึงพอใจที่มีต่อ รายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” ในภาพรวมของกลุ่มตัวอย่าง 57
4.13	จำนวน ร้อยละค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความพึงพอใจที่มีต่อ รายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” ของกลุ่มตัวอย่างด้านเนื้อหารายการ 58
4.14	จำนวน ร้อยละค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความพึงพอใจที่มีต่อ รายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ “ ของกลุ่มตัวอย่างด้านองค์ประกอบรายการ 59

4.15	จำนวน ร้อยละค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความพึงพอใจที่มีต่อ รายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” ของกลุ่มตัวอย่างด้านผู้ดำเนินรายการ	61
4.16	ผลการทดสอบ ความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” โดยรวม จำแนกตามเพศ	63
4.17	ผลการทดสอบ ความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” โดยรวม จำแนกตามอายุ	64
4.18	การเปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของ ความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” โดยรวม จำแนกตามอายุ	65
4.19	ผลการทดสอบ ความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” โดยรวม จำแนกตามระดับการศึกษา	66
4.20	การเปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของ ความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” โดยรวม จำแนกตามระดับการศึกษา	67
4.21	ผลการทดสอบ ความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” โดยรวม จำแนกตามอาชีพ	68
4.22	การเปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของ ความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” โดยรวม จำแนกตามอาชีพ	69
4.23	ผลการทดสอบ ความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” โดยรวม จำแนกตามรายได้	70
4.24	การเปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของ ความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” โดยรวม จำแนกตามรายได้	71
4.25	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” กับการใช้ประโยชน์จากรายการโดยรวม	72
4.26	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืน ความสุขให้คนในชาติ” กับการใช้ประโยชน์จากรายการด้านการใช้ข่าวสารข้อมูล เพื่อการอ้างอิง	73
4.27	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” กับการใช้ประโยชน์จากรายการด้านการใช้ข่าวสาร	74

	เพื่อเชื่อมโยงระหว่างข้อมูลเกี่ยวกับสังคม	
4.28	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” กับการใช้ประโยชน์จากรายการด้านการใช้ข่าวสาร เพื่อการดำรงเอกลักษณ์ของบุคคล	75
4.29	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” กับการใช้ประโยชน์จากรายการด้านการใช้ข่าวสาร เพื่อลดหรือผ่อนคลายความตึงเครียด	76
4.30	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” กับการพึงพอใจที่มีต่อรายการโดยรวม	77
5.1	สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย	81



สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 แบบจำลองการสื่อสารของ แคทซ์ และคณะ	14
3.1 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรในการวิจัย	46



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

หลังรัฐประหาร วันที่ 22 พฤษภาคม พ.ศ. 2557 คณะรักษาความสงบแห่งชาติ พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา หัวหน้าคณะรักษาความสงบแห่งชาติ (คสช.) ได้เข้ามาบริหารประเทศในฐานะ นายกรัฐมนตรี และเพื่อประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ แก่ประชาชนอย่างกว้างขวาง ทางรัฐบาลจึงได้จัดรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” ทางสถานีโทรทัศน์รวมการเฉพาะกิจแห่งประเทศไทยขึ้น โดยเริ่มออกอากาศครั้งแรก คืนวันศุกร์ที่ 30 พฤษภาคม 2557 เวลา 21.00น. แล้วใช้ชื่อรายการในครั้งแรกว่า “แถลงการณ์” “คืนความสุขให้คนในชาติ” โดยนายกรัฐมนตรีเป็นผู้ยื่นแถลงชี้แจงสาเหตุการเข้าควบคุมการบริหารประเทศ และ กำหนดแผนที่การดำเนินการ (Roadmap) จากนั้นรายการได้ออกอากาศ ต่อเนื่องสัปดาห์ละ 1 ครั้ง ในทุกวันศุกร์ เวลา 20.15-21.00 น. และเปลี่ยนชื่อรายการใหม่เป็น “คืนความสุขให้คนในชาติ”

รูปแบบรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” เป็นรูปแบบรายการพูดคนเดียว (Straight Talk Program Format) หรือเรียกว่า รูปแบบรายการพูดหรือบรรยายคนเดียว (Monologue Program Format)

โดยการจัดรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” ในช่วง 4 เดือนแรก นับตั้งแต่คืนวันศุกร์ที่ 30 พฤษภาคม พ.ศ. 2557 จนถึงวันศุกร์ที่ 12 กันยายน พ.ศ. 2557 นายกรัฐมนตรีเป็นผู้สื่อสารโดยตรงกับประชาชนโดยใช้สถานที่ กองบัญชาการกองทัพไทย บันทึกลงเทปรายการล่วงหน้า แล้วจึงนำเทปบันทึกภาพนั้นไปออกอากาศอีกครั้งในคืนวันศุกร์ ซึ่งการจัดรายการในช่วง 4 เดือนแรกนี้ นายกรัฐมนตรีได้สวมชุดทหารจัดรายการ แต่หลังจากวันศุกร์ที่ 12 กันยายน พ.ศ. 2557 นายกรัฐมนตรี ได้เปลี่ยนเครื่องแต่งกายเป็นครั้งแรก โดยสวมเนคไท ใส่สูท รวมทั้งยังเปลี่ยนสถานที่บันทึกเทปล่วงหน้าจากกองบัญชาการกองทัพไทยมาเป็นทำเนียบรัฐบาล ส่วนฉากหลังของรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” ได้ใช้รูปแบบจอภาพอยู่ด้านหลังโดยภาพจะเปลี่ยนไปตามประเด็นที่พูด เช่น สถานการณ์ของบ้านเมือง วันพ่อแห่งชาติ วันแม่แห่งชาติ วันเด็กแห่งชาติ วันปีใหม่ ภาพทะเลไทย หรือกิจกรรมต่าง ๆ ที่รัฐบาลจัดขึ้น เช่น Bike For Dad ส่วนเนื้อหารายการโดยรวมเน้นประเด็นการบริหารงานในภาพรวมของรัฐบาลในรอบสัปดาห์ รวมทั้งแผนงานที่รัฐบาลและ คสช.กำลังจะทำในอนาคต

การออกอากาศแต่ละเทปในช่วงนั้น แม้ว่าจะจัดช่วงเวลาออกอากาศไว้ประมาณ 20.15-21.00 น. แต่เนื่องจากความยาวของเนื้อหารายการแต่ละครั้งแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับปริมาณของเนื้อหาที่นำเสนอ ดังนั้นในแต่ละครั้งจึงใช้เวลาออกอากาศอยู่ที่ระหว่าง 30 นาที จนถึง 90 นาที

นับตั้งแต่เริ่มออกอากาศครั้งแรกในเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2557 จนถึงเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2559 รายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” ได้ออกอากาศมาเป็นระยะเวลา 2 ปี ด้วยเหตุผลด้านความนิยมในรายการที่ลดลงต่อเนื่องเมื่อเทียบกับช่วงเริ่มออกอากาศครั้งแรก พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรีจึงได้สั่งให้มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบรายการอีกครั้ง โดยเริ่มในวันศุกร์ที่ 15 เมษายน พ.ศ. 2559 โดยเปลี่ยนชื่อรายการใหม่เป็น “คืนความสุขให้คนในชาติเฉพาะกิจ” มีความยาวประมาณ 50 นาที จากรูปแบบรายการเดิมที่เป็นรายการพูดคนเดียว นายกรัฐมนตรี ยืนพูดที่โพเดียม เปลี่ยนมาเป็นรายการสัมภาษณ์แล้วมีการนั่งสนทนา โดยมี พันเอกหญิงทักษดา สังขจันทร์ ผู้ช่วยโฆษกประจำสำนักนายกรัฐมนตรี เป็นผู้ดำเนินรายการ ซึ่งช่วงหนึ่งของรายการ จะเป็นการตอบคำถามเรื่องที่ประชาชนได้ส่งเรื่องร้องเรียนมาถึงนายกฯ โดยตรง และเป็นเรื่องที่นายกฯ เป็นผู้เลือกนำมาตอบในรายการด้วยตัวเอง

ในการดำเนินรายการระยะแรกนายกรัฐมนตรียังสวมชุดทหารดำเนินรายการ อาจเป็นการสื่อความหมายให้เห็นถึงความต้องการให้บ้านเมืองเกิดความสงบ อย่างไรก็ตามช่วงก่อนนายกรัฐมนตรีจะเกษียณอายุราชการไม่กี่สัปดาห์ ในการดำเนินรายการนายกฯ ได้เปลี่ยนการแต่งกายมาเป็นชุดสูทแบบสากล พร้อมกับเปลี่ยนการดำเนินรายการมาเป็นแบบรายการพูดคนเดียวอีกครั้ง แล้วเปลี่ยนชื่อรายการกลับมาเป็น “คืนความสุขให้คนในชาติ” แล้วนายกฯ กลับมายืนจัดรายการบนโพเดียมในห้องโถงทำเนียบรัฐบาล เพื่อสร้างบรรยากาศให้รู้สึกผ่อนคลายมากขึ้น ฉากด้านหลังนั้นได้เปลี่ยนแปลงจากในห้องทำเนียบมาเป็นการยืนหน้าภาพประกอบ ซึ่งรูปภาพจะเปลี่ยนไปทุกสัปดาห์ตามแต่โอกาสสำคัญหรือหากมีประเด็นที่ต้องการสื่อสาร เช่น รายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” ที่ออกอากาศคืนวันที่ 15 ม.ค. 59 ช่วงที่ดอกนางพญาเสือโคร่งกำลังออกดอกทั่วไทยฉากหลังจึงใช้รูปทุ่งดอกนางพญาเสือโคร่ง หรือจากกรณีที่เกิดเหตุระเบิดที่ศาลท้าวมหาพรหม ราชประสงค์ ในวันที่ 17 ส.ค. 58 ฉากหลังรายการจึงถูกเปลี่ยนเป็นสัญลักษณ์ข้อความ “Our home Our Country Stronger Together” มีความหมายว่า “เราจะเติบโตและแข็งแกร่งไปด้วยกัน เพราะที่นี้คือ บ้านของเรา ประเทศไทยของเรา” เพื่อเรียกขวัญกำลังใจและสร้างพลังให้คนไทยร่วมใจกันฝ่าฟันเหตุการณ์ร้ายไปด้วยกันให้ได้

นอกจากนี้การออกอากาศรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” ยังเป็นครั้งแรกที่มีการใช้ช่องทางโทรทัศน์รวมการเฉพาะกิจแห่งประเทศไทย (ทรท.) ถ่ายทอดรายการประชาสัมพันธ์การทำงานของรัฐบาลทุกสัปดาห์ ผ่านสถานีโทรทัศน์ทั้ง 24 ช่องออกอากาศพร้อมกันทั่วประเทศ ซึ่งแตกต่างจากในอดีตที่ผ่านมา ที่ภารกิจหลักของโทรทัศน์รวมการเฉพาะกิจแห่งประเทศไทย คือ การ

ร่วมมือถ่ายทอด รายการสำคัญระดับชาติ พระราชพิธี พิธีสำคัญทางศาสนา พิธีสำคัญทางทหาร กิจกรรมสำคัญของภาครัฐบาลในกรณีพิเศษ งานสำคัญระหว่างประเทศ รวมทั้งการแข่งขันกีฬานัดสำคัญ ซึ่งอาจจะถ่ายทอดออกอากาศทุกสถานี หรือถ่ายทอดบางสถานีเท่านั้น และหากเปรียบเทียบ การถ่ายทอดรายการประชาสัมพันธ์ผลงานของรัฐบาลในสมัยที่ผ่านมา รัฐบาลจะใช้ช่องทางผ่านทาง สถานีโทรทัศน์แห่งประเทศไทยช่อง 11 ซึ่งเป็นสถานีโทรทัศน์ของรัฐเท่านั้น จากนโยบายการประชาสัมพันธ์ผลงานรัฐบาลผ่านสื่อของพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา สะท้อนให้เห็นว่า การสื่อสารผ่านรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” นั้นมีโอกาที่จะเข้าถึงผู้ชมทุกกลุ่มทั่วประเทศมากกว่า เพราะการสื่อสารผ่านช่องทางที่หลากหลายประกอบกับไม่มีอุปสรรคด้านคู่แข่งทางธุรกิจ และการดำเนินการออกอากาศ ยังใช้ช่วงเวลาเป็นช่วงเวลา 20.15-21.00 น. ที่ผู้ชมมากที่สุด ทำให้มีโอกาสเข้าถึงผู้รับสารได้มากขึ้น

อย่างไรก็ตาม รูปแบบของการสื่อสารในรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” ถือเป็น การสื่อสารทางเดียว มุ่งให้ข้อมูลข่าวสาร และสร้างความรู้ความเข้าใจ ส่วนเนื้อหารายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” มีลักษณะเนื้อหาที่ครอบคลุมกับความสนใจของประชาชนหลากหลาย กลุ่ม สามารถแบ่งเป็นประเด็นได้ดังนี้ 1) สถานการณ์ความเคลื่อนไหวในบ้านเมืองรอบสัปดาห์ 2) ภารกิจของนายกรัฐมนตรีและรัฐบาลรวมถึงคณะรักษาความสงบเรียบร้อยของชาติ 3) การดำเนินงานตามนโยบายทางการเมืองของรัฐบาล 4) ท่าทีของนายกรัฐมนตรีและนโยบายของรัฐบาลที่มีต่อ ประเด็นปัญหาสังคม เศรษฐกิจ และความมั่นคงทั้งที่เกิดขึ้นเฉพาหน้าและการแก้ไขในระยะยาว เช่น การทุจริตคอร์รัปชัน ความขัดแย้งในสามจังหวัดภาคใต้ ปัญหาเศรษฐกิจ ราคาพืชผลทางการเกษตร ภัยธรรมชาติ การจัดระเบียบสังคม 5) สถานการณ์การเมืองที่เกี่ยวข้องกับการเลือกตั้งและการเน้นย้ำ การควบคุมความสงบในชาติ 6) เนื้อหาที่เจาะจงไปถึงบุคคล หรือกลุ่มบุคคลเช่น สื่อมวลชน 7) การจัดกิจกรรมเพื่อเทิดทูนสถาบันพระมหากษัตริย์ 8) การขอความร่วมมือในด้านต่าง ๆ เพื่อให้ ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วม ทั้งด้านสถาบัน เศรษฐกิจ สังคม การเมือง ให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วม เช่น การลงประชามติ การช่วยกันดูแลเฝ้าระวังเหตุการณ์ความไม่สงบ

ซึ่งการเลือกประเด็นหรือเนื้อหาที่นำมาพูดในรายการนั้นขึ้นกับสถานการณ์และบริบท ในสังคมในช่วงสัปดาห์นั้นเป็นหลักแต่กล่าวได้ว่าส่วนใหญ่เนื้อหาที่นำเสนอในรายการจะมาจาก นายกรัฐมนตรีที่จะเข้าถึงประสบการณ์และภารกิจต่าง ๆ เช่น การเยือนต่างประเทศ การแจ้งให้ทราบ ถึงแนวทางการช่วยเหลือแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในประเทศ ในด้านต่าง ๆ รวมถึงผลงานของรัฐบาลในแต่ละ ละครทรวง

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาว่า ในช่วงเปลี่ยนผ่านจากระบอบรัฐประหารของ คณะ คสช. เพื่อมาสู่การเลือกตั้งในระบอบประชาธิปไตย ผู้ชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” ใน เขตกรุงเทพมหานครซึ่งถือเป็นเมืองหลวง เป็นศูนย์กลางของประเทศในหลายด้านพฤติกรรม

เปิดรับ การใช้ประโยชน์และมีความพึงพอใจต่อรายการ “คืนความสุขของคนในชาติ” ซึ่งออกอากาศผ่านทางโทรทัศน์รวมการเฉพาะกิจแห่งประเทศไทยอย่างไร สิ่งเหล่านี้สามารถสะท้อนความคิดเห็นของผู้ชมรายการ ทั้งยังเป็นประโยชน์สำหรับการศึกษาวิจัยต่อยอดในอนาคต รวมทั้งเป็นแนวทางให้รายการอื่น ๆ ที่มีประเภทรายการใกล้เคียงกัน สามารถนำไปปรับใช้ให้เกิดประโยชน์ได้ต่อไป

1.2 ปัญหำนำวิจัย

1. คุณลักษณะด้านประชากรศาสตร์ของผู้ชมในกรุงเทพมหานครรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” มีลักษณะอย่างไร
2. พฤติกรรมในการรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร มีลักษณะอย่างไร
3. การใช้ประโยชน์ในการรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” มีลักษณะอย่างไร
4. ความพึงพอใจในการรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” มีลักษณะอย่างไร

1.3 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครที่เปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ”
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการรับชมของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ”
3. เพื่อศึกษาการใช้ประโยชน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ”
4. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ”

1.4 สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 : คุณลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ของผู้ชมในกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน ทำให้มีพฤติกรรมความบ่อยครั้งในการรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 : พฤติกรรมความบ่อยครั้งในการรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ”

สมมติฐานที่ 3 : พฤติกรรมความบ่อยครั้งในการรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ”

1.5 ขอบเขตการวิจัย

การทำวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เลือกศึกษาเฉพาะประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่เปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” การวิจัยใช้แบบสอบถามชนิดให้กลุ่มตัวอย่างกรอกคำตอบเอง (Self-administered questionnaire) เป็นเครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูล โดยทำการศึกษากลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน เลือกเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุตั้งแต่ 18 ขึ้นไป และอาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร การวิจัยนี้มุ่งศึกษาพฤติกรรมความบ่อยครั้งในการเปิดรับชม การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” ในระยะเวลา 3 เดือน ตั้งแต่เดือน กุมภาพันธ์-มีนาคม พ.ศ. 2559 โดยศึกษาเฉพาะรายการที่พล.อ. ประยุทธ์ จันทร์โอชา ดำเนินรายการเท่านั้น

1.6 นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง

รายการคืนความสุขให้คนในชาติ หมายถึง รายการโทรทัศน์ของคณะรักษาความสงบเรียบร้อยแห่งชาติ คสช. ที่ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์รวมการเฉพาะกิจแห่งประเทศไทย ทุกวันศุกร์ เวลา 20.15-21.00 น. รูปแบบรายการเป็นรายการพูดคุยกับผู้ฟังโดยตรง ดำเนินรายการโดย พล.อ.ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี ในเนื้อหาการนำเสนอรายละเอียดของนโยบายเกี่ยวกับการดำเนินงาน การแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ของประเทศ และผลงานในด้านต่าง ๆ ของรัฐบาลและคณะรักษาความสงบเรียบร้อยแห่งชาติในด้านต่าง ๆ ในที่นี้จะศึกษารายการที่จัดขึ้นตั้งแต่เดือน กุมภาพันธ์-มีนาคม พ.ศ. 2559

ผู้ชม หมายถึง ประชาชนผู้รับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร และมีอายุ 18 ปีขึ้นไป

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ หมายถึง เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ของประชาชนในที่นี้หมายถึง เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ของผู้ชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ”

พฤติกรรมกรเปิดรับ หมายถึง พฤติกรรมในการเปิดรับสื่อ ในที่นี้หมายถึง ความบ่อยครั้งในการรับชมรายการรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ”

การใช้ประโยชน์ หมายถึง การที่ผู้ชมสามารถนำเอาเนื้อหา สารระ จากการชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” ไปใช้ให้เกิดประโยชน์ในด้านต่าง ๆ ทั้งต่อตนเองและผู้อื่น ในที่นี้หมายถึง ผู้ชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” ได้จากรายการใช้ประโยชน์ในด้านการใช้ข่าวสารในการอ้างอิง ด้านการนำไปใช้ในการสนทนากับผู้อื่น ด้านการดำรงเอกลักษณ์บุคคลและด้านลดความตึงเครียด

ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกของผู้ชมที่มีต่อรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” ว่ามีความชอบ ไม่ชอบต่อรายการอย่างไร ซึ่งเป็นความคิดเห็นของแต่ละบุคคล อันเนื่องมาจากการมีประสบการณ์ต่างกัน ในที่นี้หมายถึง ผู้ชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” มีความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ คือ ด้านเนื้อหา ด้านองค์ประกอบรายการ เทคนิคพิเศษในรายการ เวลาในการออกอากาศ ความถี่ในการออกอากาศ ระยะเวลาที่ออกอากาศ เพลงประกอบรายการและด้านการจัดและดำเนินรายการ (คุณสมบัติของผู้ดำเนินรายการ)

1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้เข้าใจลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” เพื่อนำไปวางแผนเนื้อหารายการให้เข้ากับกลุ่มเป้าหมายโดยรวม
2. ทำให้ทราบถึงรับรู้พฤติกรรมกรรับชม การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” เพื่อนำไปปรับปรุงรายการต่อไป
3. ผลการวิจัยจะสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางให้ผู้ผลิตรายการอื่นที่ใกล้เคียง สามารถนำข้อมูลไปศึกษาเพื่อวางแผนการสร้างสรรค์รายการ ให้เหมาะสม

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่อง “พฤติกรรม การเปิดรับ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชม ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” มีแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

- 2.1 ทฤษฎีทางประชากรศาสตร์ (Demographic Analysis of Audience Theory)
- 2.2 ทฤษฎีการเปิดรับสื่อ (Media Exposure Theory)
- 2.3 ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (The Uses and Gratification Theory)
- 2.4 แนวคิดเกี่ยวกับรายการโทรทัศน์ประเภทพูดคุยกับผู้ชมโดยตรง (Straight Talk Program)
- 2.5 แนวคิดเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสาร (Source Credibility)
- 2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ทฤษฎีทางประชากรศาสตร์ (Demographic Analysis of Audience)

ลักษณะทางประชากรศาสตร์เป็นแนวทางหนึ่งของทฤษฎีเกี่ยวกับผู้รับสาร เนื่องจากในกระบวนการสื่อสารของมนุษย์นั้น มีองค์ประกอบที่มนุษย์เกี่ยวข้องอยู่ 2 ฝ่าย คือ ผู้ส่งสารฝ่ายหนึ่ง และผู้รับสารอีกฝ่ายหนึ่ง ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารมีความเกี่ยวข้องซึ่งกันและกัน การสื่อสารจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อผู้ส่งสารส่งสารออกไปแล้วมีผู้รับสาร

ปรมะ สตะเวทิน (2546, น. 111-118) กล่าวว่า ผู้รับสารแต่ละคนจะมีคุณลักษณะเฉพาะตัว ได้แก่ อายุ เพศ บุคลิกภาพ สติปัญญา ทักษะ รวมถึงประสบการณ์ เป็นต้น คุณสมบัติเหล่านี้เป็นสิ่งที่มามีอิทธิพลต่อผู้รับสารในการสื่อสาร ดังนั้นวิธีการที่ดีที่สุดในการวิเคราะห์ผู้รับสารที่ประกอบไปด้วยคนจำนวนมากมาย ก็คือ การจำแนกผู้รับสารออกเป็นกลุ่ม ๆ ตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ (Demographic characteristic) ซึ่งมีปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้

1. เพศ ความแตกต่างของเพศหญิงและเพศชาย มีผลในเรื่องความคิด ค่านิยมและทัศนคติ ทั้งนี้เพราะวัฒนธรรมและสังคมกำหนดบทบาทและกิจกรรมของคนสองเพศไว้ต่างกัน เพศหญิงมักจะเป็นคนที่มีจิตใจอ่อนไหวโน้มแน้วได้ง่ายกว่าเพศชาย และผู้ชายก็มักจะมีเหตุผลมากกว่าผู้หญิง ขณะที่ผู้หญิงจะมีเวลาเปิดรับสื่อมากกว่าผู้ชาย เนื่องจากผู้หญิงจะมีเวลาอยู่บ้านมากกว่า

ไม่ต้องใช้เวลาในการทำงานเหมือนเพศชาย นอกจากนี้ เพศชายมักฟังข่าวสารที่มีเนื้อหาหนัก ๆ และ ยังต้องการสร้างความสัมพันธ์ให้เกิดขึ้น จากการรับข่าวสารมากกว่าเพศหญิง

2. อายุเป็นอีกปัจจัย คนมีอายุน้อย ยังไม่ผ่านประสบการณ์ในชีวิตมาก ดังนั้นยังมองโลก ในแง่ดี และสามารถยอมรับสิ่งใหม่ ๆ โน้มน้าวใจได้ง่ายกว่าคนอายุมากที่ผ่านชีวิตมายาวนาน มองโลก ในแง่ร้ายกว่า มีอุดมการณ์ที่ยึดถือ ค่อนข้างเปลี่ยนแปลงยาก นอกจากนี้ คนที่มีอายุมาก มักจะเปิดรับ สิ่งที่มีเนื้อหาข่าวสารหนักกว่าคนที่มีอายุน้อย เช่น ข่าวสาร บ้านเมือง เศรษฐกิจ สังคม ในขณะที่คนที่ มีอายุน้อยมักจะเสพสื่อเพื่อความบันเทิงมากกว่า

3. การศึกษา เป็นปัจจัยที่ทำให้ผู้รับสารมีความรู้สึกรู้คิด ทักษะคิด อุดมการณ์ ความต้องการที่แตกต่างกัน ส่งผลให้ผู้รับสารที่ระดับการศึกษา แขนงวิชาที่ต่างกัน ย่อมมีพฤติกรรมการ เปิดรับสื่อต่างกันไปด้วย คนที่มีการศึกษาสูง มีความรู้ จะสามารถเข้าใจสารได้ดี มีเหตุผล และ มักจะเปิดรับสื่อเพื่อหาความรู้เพิ่มเติมอยู่เสมอ เพื่อเพิ่มพูนความรู้และนำไปใช้ประโยชน์ เช่น เหตุการณ์บ้านเมือง ข่าวสารที่เกี่ยวกับการประกอบอาชีพ ดังนั้นคนที่มีการศึกษาสูงมักจะเปิดรับ สื่อมวลชนมากกว่าบุคคลที่มีการศึกษาต่ำ

โรบินสัน, คลีน, และ ทิชเชเนอร์ (Robinson, Kline, & Tichenor, 1972, อ้างถึงใน เจนิสตาร์ รักซ์ลิริโซภา, 2553) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการใช้ข้อมูลจากสื่อ พบว่า ระดับการศึกษาของผู้รับ สารมีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อและระดับความรู้ทางด้านข้อมูลข่าวสารต่างกันไป กลุ่มที่มีความรู้สูง เป็นกลุ่มที่มีความรู้ด้านข้อมูลสารคดี และจะเพิ่มพูนความรู้ของตนให้มากขึ้นโดยการใช้สื่อมวลชน

4. สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ ในที่นี้หมายถึง อาชีพ รายได้ เชื้อชาติ และภูมิหลัง ครอบครัว ผู้มีรายได้สูงมักมีโอกาสในการเข้าถึงสื่อมีรวมทั้งมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อมวลชน ได้ดีกว่าผู้มีรายได้ต่ำ และยังมักใช้สื่อมวลชนเพื่อแสวงหาข่าวสารหนัก ๆ เช่น การเมือง ปัญหาสังคม เศรษฐกิจ นอกจากนี้ เนื่องจากคนมีรายได้สูงมักประกอบอาชีพที่ต้องสื่อสารกับบุคคลอื่นในสังคม จึงมักเปิดรับสื่อมากกว่า ดังนั้น คนมีอาชีพต่างกัน จะมีแนวความคิด อุดมการณ์ ค่านิยมต่อสิ่งต่าง ๆ ความต้องการในข่าวสารความรู้ที่แตกต่างกันไป

การวิจัยโดยใช้แนวคิดทางประชากรศาสตร์ มักจะต้องวิเคราะห์จากตัวแปรรายได้ ของ บุคคลอยู่เสมอ และมักจะวิเคราะห์ควบคู่ไปกับตัวแปรการศึกษา เนื่องจากเป็นตัวแปรที่มีบทบาท โดดเด่นเคียงกัน และมีความสัมพันธ์ระหว่างกันสูงมาก กล่าวคือ ผู้ที่มีรายได้สูงจะมีการศึกษาสูง และมี ตำแหน่ง อาชีพการงานที่ดี และมักจะถูกผลักดันให้จำเป็นต้องเรียนรู้หาข้อมูลข่าวสารให้ทัน เหตุการณ์อยู่เสมอ (สารเดช ศุภสุคนธ์, 2556)

2.2 ทฤษฎีการเปิดรับสื่อ (Media Exposure)

ในสังคมมีความสลับซับซ้อนและประกอบด้วยคนจำนวนมาก การสื่อสารก็ยิ่งเป็นสิ่งที่มีความสำคัญมากขึ้นตามไปด้วย เพราะการสื่อสารจะทำให้คนในสังคมคลายความสับสน เกิดความเข้าใจ (ยุพดี ฐิติกุลเจริญ, 2537, น. 3) ดังนั้น ข่าวสารจึงเป็นสิ่งสำคัญที่คนในสังคมใช้ประกอบการตัดสินใจในกิจกรรมต่าง ๆ นอกจากนั้นข่าวสารยังทำให้ผู้ที่เปิดรับมีความทันสมัยและสามารถปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ปัจจุบันได้ ดังที่ อัทคิน (Atkin, 1973, p. 208, อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ, 2541) ได้กล่าวว่า บุคคลที่เปิดรับข่าวสารมาก ย่อมมีหูตากว้างไกล ทำให้มีความรู้และเข้าใจในสภาพแวดล้อมทันเหตุการณ์กว่าบุคคลที่เปิดรับข่าวสารน้อย

อย่างไรก็ตาม บุคคลจะไม่รับข่าวสารทุกอย่างที่ผ่านมามาทั้งหมด แต่จะเลือกรับรู้เพียงบางส่วนที่มีประโยชน์ต่อตน นั่นเป็นเหตุผลทำให้ข่าวสารต่าง ๆ ที่ผ่านเข้ามาสู่บุคคลจากหลากหลายช่องทาง มักจะถูกคัดเลือกเฉพาะข่าวสารที่ผู้รับสารสนใจและคิดว่ามีประโยชน์ต่อตนซึ่งทำให้เกิดความสำเร็จในการสื่อสาร (กิติมา สุรสนธิ, 2533, น. 46-47)

แคลปเปอร์ (Klapper, 1960, pp. 19-25, อ้างถึงใน กาญจนา วรรณฉาย, 2548) กล่าวไว้ว่า กระบวนการเลือกรับข่าวสารของมนุษย์ มี 3 ขั้นตอนตามลำดับ คือ

1. การเลือกเปิดรับ (Selective Exposure) เป็นขั้นแรกในการเลือกช่องทางการสื่อสารบุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสารที่ตรงกับความคิดเห็นและความเชื่อที่มีอยู่ก่อนแล้ว และจะพยายามหลีกเลี่ยงข่าวสารที่ขัดแย้งกับความคิดเห็น ความเชื่อ เพื่อความสบายใจ

2. การเลือกรับรู้และตีความหมาย (Selective Perception and Interpretation) เมื่อเปิดรับข้อมูลข่าวสารแล้ว เราจะไม่ได้รับรู้ข่าวสารทั้งหมดตามเจตนาของผู้ส่งสารเสมอไป แต่มักจะเลือกรับรู้และตีความหมายสารแตกต่างกันไปตามทัศนคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความสนใจรวมไปถึงความต้องการ ความคาดหวัง แรงจูงใจ สภาวะทางร่างกาย หรือสภาวะทางอารมณ์และจิตใจของตัวเองเท่านั้น นั่นทำให้ข่าวสารบางส่วนถูกตัดทิ้งไป

3. การเลือกจดจำ (Selective Retention) เมื่อผ่านการเลือกรับรู้และตีความในสารแล้ว มนุษย์จะเลือกจดจำเฉพาะส่วนที่ตรงกับความสนใจ และความต้องการของตนเอง โดยมักลืมในเรื่องที่ขัดแย้งกับความคิดของตนเอง นอกจากนี้ส่วนที่คนเราเลือกจดจำ มักมีเนื้อหาที่สนับสนุนความรู้สึกรักนึกคิดที่มีอยู่เดิมให้มีความมั่นคงมากยิ่งขึ้น และเปลี่ยนแปลงได้ยาก

ฮันท์ และ รูเบน (Hunt & Ruben, 1993, p. 65, อ้างถึงใน ประมะ สตะเวทิน, 2539, น. 122-124) ได้กล่าวถึง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับข่าวสารของบุคคลไว้ดังนี้

1. ความต้องการ (Need) เป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดในกระบวนการเลือกของมนุษย์ คือ ความต้องการของมนุษย์ทั้งทางกายและใจ มนุษย์จะเลือกตอบสนองความต้องการของตน เพื่อให้ได้ข่าวสารที่ต้องการและเพื่อการยอมรับในสังคม

2. ทักษะคิดและค่านิยม (Attitude and Values) ทักษะคิด คือ ความชอบและมีใจโน้มเอียง (Preference and Predisposition) ต่อเรื่องต่าง ๆ ส่วนค่านิยม คือ หลักพื้นฐานที่เรายึดถือว่าควรหรือไม่ควรทำอะไร ในการมีปฏิสัมพันธ์กับสิ่งที่อยู่รอบตัวทักษะคิดและค่านิยมจึงมีอิทธิพลต่อการเลือกรับข่าวสาร การเลือกตีความหมายและการเลือกจดจำ

3. เป้าหมาย (Goal) มนุษย์ทุกคนมีเป้าหมายในการดำเนินชีวิตทั้งเรื่องอาชีพ การเข้าสังคม กิจกรรมต่าง ๆ สิ่งเหล่านี้มีผลต่อการเลือกรับข่าวสาร การเลือกตีความหมาย และการเลือกจดจำทั้งสิ้น

4. ความสามารถ (Capability) ความสามารถเรื่องใดเรื่องหนึ่ง รวมทั้งความสามารถด้านภาษามีอิทธิพลในการที่จะเลือกรับข่าวสาร เลือกตีความหมาย รวมทั้งมีผลต่อการเลือกเก็บเนื้อหาของข่าวสารนั้นไว้

5. การใช้ประโยชน์ (Utility) โดยธรรมชาติของมนุษย์จะให้ความสนใจและพยายามเข้าใจ และจดจำข่าวสารที่เราสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้

6. สไตล์ในการสื่อสาร (Communication Style) หมายถึง สิ่งที่เราชอบหรือไม่ชอบในการสื่อสาร เช่นสื่อบางประเภท ดังนั้นบางคนชอบฟังวิทยุ บางคนชอบดูโทรทัศน์ บางคนชอบอ่านหนังสือพิมพ์ สิ่งเหล่านี้ล้วนมีอิทธิพลต่อการเลือกรับข่าวสารของเรา

7. สถานะ (Context) หมายถึง สถานที่ บุคคลและเวลาที่อยู่ในสถานการณ์ การสื่อสารอธิบายได้ว่า การที่เราเกิดความรู้สึกว่าคนอื่นจะมองเราอย่างไร คนอื่นคาดหวังอะไรจากเราสถานะเหล่านี้มีอิทธิพลต่อการเลือกรับสารทั้งสิ้น

8. ประสบการณ์และนิสัย (Experience and Habit) ผลจากประสบการณ์ในการรับข่าวสารของเรา จะถูกพัฒนาเป็นความชอบ หรือเป็นนิสัย เราจึงเลือกใช้สื่อชนิดใดชนิดหนึ่ง สนใจเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ตีความหมายอย่างใดอย่างหนึ่ง และเลือกจดจำเรื่องใดเรื่องหนึ่งตามแต่ประสบการณ์และนิสัยต่างกันในแต่ละบุคคล

ชแรมม์ (Scharmm, 1973, pp. 121-122, อ้างถึงใน เพชร เพ็ชรสวัสดิ์, 2548) กล่าวเพิ่มเติมถึงองค์ประกอบอื่น ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกรับข่าวสารของบุคคล ดังนี้

1. ประสบการณ์ ทำให้ผู้รับส่งสารแสวงหาข่าวสารที่แตกต่างกัน
2. การประเมินสารประโยชน์ของข่าวสารที่ผู้รับสารแสวงหาเพื่อตอบสนอง เป้าหมายอย่างหนึ่งอย่างใดของตัวเอง
3. ภูมิหลังที่แตกต่างกัน จะทำให้บุคคลมีความสนใจแตกต่างกัน

4. การศึกษาและสภาพแวดล้อม ทำให้บุคคลมีความแตกต่างในพฤติกรรมการเลือกรับข่าวสาร

5. ความสามารถในการรับสาร กล่าวคือ สภาพร่างกายและจิตใจ จะทำให้พฤติกรรมการเปิดรับสารแตกต่างกัน

6. บุคลิกภาพ มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมของผู้รับสาร

7. อารมณ์ สภาพทางอารมณ์ของผู้รับสารทำให้เข้าใจหรืออาจเป็นอุปสรรคต่อความหมายของข่าวสารได้

8. ทัศนคติ จะเป็นตัวกำหนดท่าทีของการรับและตอบสนองต่อข่าวสารที่ได้พบจากการเปิดรับข่าวสารนั้น

ส่วน ขวัญเรือน กิตติวัฒน์ (2531, น. 23-26) มีความเห็นว่า ปัจจัยที่ทำให้บุคคลมีการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกัน คือ

1. ปัจจัยด้านบุคลิกภาพและจิตวิทยาส่วนบุคคล มาจากลักษณะการอบรมเลี้ยงดู การดำเนินชีวิตในสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกัน ส่งผลกระทบต่อระดับสติปัญญา ความคิด ทัศนคติ และกระบวนการของการรับรู้

2. ปัจจัยด้านสภาพความสัมพันธ์ทางสังคม กล่าวคือ คนเรามักจะยึดติดกับกลุ่มที่ตนสังกัดอยู่เป็นกลุ่มอ้างอิง (Reference Group) ดังนั้น พฤติกรรมที่ปรากฏออกมามักจะคล้ายคลึงตามกลุ่มรวมทั้งความคิด ทัศนคติและพฤติกรรม เพื่อให้เป็นที่ยอมรับของกลุ่มนั่นเอง

3. ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมนอกระบบการสื่อสาร นั่นคือ เพศ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ ทำให้เกิดความคล้อยคลึงของการเปิดรับข่าวสาร รวมถึงการตอบสนองต่อเนื้อหาดังกล่าว ไม่แตกต่างกันด้วยอีกด้วย

สุรพงษ์ โสธนะเสถียร (2533, น. 40-44) ได้กล่าวถึงวัตถุประสงค์ของการเลือกเปิดรับข่าวสารไว้ 4 ประการ คือ

1. เพื่อการรับรู้ (Cognition) คือ ผู้รับสารต้องการข้อมูลข่าวสาร (Information) เพื่อสนองต่อความต้องการและความอยากรู้

2. เพื่อความหลากหลาย (Diversions) คือ การเปิดรับสื่อเป็นไปเพื่อการแสวงหาความตื่นเต้น สนุกสนานและการพักผ่อน

3. เพื่ออรรถประโยชน์ทางสังคม (Social Utility) หมายถึง การต้องการมีส่วนร่วมหรือเป็นส่วนหนึ่งของสังคม

4. การผลละสังขม (Withdrawal) เป็นการเปิดรับหรือเข้าหาสื่อ เพื่อหลีกเลี่ยงงานประจำหรือหลีกเลี่ยงคนรอบข้าง

แม็คคอมบ์ และ เบคเกอร์ (McCombs & Becker, 1979, pp. 51-52, อ้างถึงใน คณิศร กู้เกียรติพันธ์, 2552, น. 16) มองว่า บุคคลมีการเปิดรับสื่อ เพื่อตอบสนองความต้องการ 4 ประการ คือ

1. เพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับเหตุการณ์ (Surveillance) โดยบุคคลสามารถติดตามความเคลื่อนไหวต่าง ๆ รอบตัวจากการเปิดรับข่าวสาร
2. เพื่อการตัดสินใจ (Decision) ทำให้บุคคลสามารถกำหนดความเห็นต่าง ๆ รอบตัวเพื่อการตัดสินใจ โดยเฉพาะในเรื่องที่เกี่ยวกับชีวิตประจำวัน
3. เพื่อพูดคุยสนทนา (Discussion) สามารถนำข้อมูลข่าวสารที่ได้ไปใช้พูดคุยกับผู้อื่นได้
4. เพื่อการมีส่วนร่วม (Participation) เพื่อรับรู้และมีส่วนร่วมในเหตุการณ์ความเป็นไปต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคมรอบ ๆ ตัว

นอกจากนี้ พีระ จิระโสภณ (2531, น. 450-452) ยังได้กล่าวถึงปัจจัยในการวิเคราะห์สื่อของการสื่อสารมวลชนในแง่ของการเปิดรับว่า มักจะพิจารณาสิ่งต่าง ๆ ต่อไปนี้ด้วย ได้แก่

1. ด้านความสะดวกในการเข้าถึง (Availability) โดยการพิจารณาว่าสื่อใดที่ผู้รับสารกลุ่มเป้าหมายสามารถเข้าถึงง่ายที่สุด กลุ่มผู้รับสารบางกลุ่มจะเข้าถึงสื่อบางประเภทง่ายกว่าสื่อประเภทอื่นนอกจากนี้สื่อบางอย่าง เช่น วิทยุและโทรทัศน์ดูแล้วมักจะเข้าใจและรับรู้ได้ง่ายกว่าสื่อหนังสือพิมพ์ (โดยเฉพาะผู้มีการศึกษาต่ำ)

2. ด้านการครอบคลุมของสื่อ (Coverage) หมายถึง ความสามารถหรือประสิทธิภาพของสื่อที่จะไปถึงผู้รับ ทั้งนี้ได้พิจารณาในแง่การครอบคลุมพื้นที่หรือบริเวณที่ผู้รับสารอาศัยอยู่

3. ด้านประสิทธิผลของสื่อ (Effectiveness) หรือผลที่เกิดจากการใช้สื่อ นั้น อาจพิจารณาได้ในหัวข้อต่อไปนี้

- การเรียกความสนใจ สื่อบางชนิดเรียกความสนใจจากผู้รับสารได้มากกว่าสื่อชนิดอื่น ๆ เช่น สื่อโทรทัศน์ที่มีทั้งภาพและเสียงย่อมเรียกความสนใจได้ดีกว่าสื่อวิทยุหรือสื่อสิ่งพิมพ์

- การให้ความเข้าใจ วิทยุอาจจะเหมาะสมในการประกาศหรือให้ข่าว แต่หนังสือพิมพ์และสิ่งพิมพ์เหมาะที่จะให้ข้อมูลรายละเอียด สำหรับโทรทัศน์นั้นได้เปรียบในแง่การสาธิต

- การชักจูงใจ การให้ข่าวสารโดยมีสื่อบุคคลเข้ามาเกี่ยวข้องในการส่งสาร ย่อมมีผลในการชักจูงให้ปฏิบัติดีว่าการให้ข่าวสารโดยไม่มีแหล่งข่าวสารหรือตัวบุคคลมาถ่ายทอดข่าวสาร วิทยุโทรทัศน์สามารถใช้น้ำเสียงของบุคคลผู้ส่งสารโน้มน้าวใจได้ผลดี โดยเฉพาะโทรทัศน์นั้น กิริยาท่าทาง สีหน้าของผู้ส่งสาร ช่วยเสริมการสื่อสารให้มีผลในการโน้มน้าวใจได้ดียิ่งขึ้น

- การสร้างความจดจำ การได้เห็นทั้งภาพและฟังเสียงมีส่วนช่วยในการจดจำได้ดีกว่าการเห็นหรือฟังอย่างเดียว อย่างไรก็ตาม การเห็นอาจช่วยสร้างความจดจำได้ดีกว่าการฟังอย่าง

เดียว การฟังและดูจากสื่อวิทยุหรือโทรทัศน์มีข้อเสียเปรียบที่ผ่านหูผ่านตาไปแล้ว ไม่สามารถนำมา ทบทวนซ้ำเหมือนการอ่านสื่อสิ่งพิมพ์

4. ความน่าเชื่อถือ (Media credibility) จากการวิจัยในหลายกรณี ยังไม่มีผลสรุปที่ชัดเจนว่าสื่อชนิดใดผู้รับสารให้ความเชื่อถือมากที่สุด แต่โดยทั่วไปสื่อโทรทัศน์มักจะได้รับ ความน่าเชื่อถือ ค่อนข้างสูงกว่าสื่ออื่นในด้านการงานข่าว

สำหรับตัวชี้ที่ใช้วัดพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ (Media Exposure) แม็คคลอยด์ กล่าวว่า ส่วนใหญ่ใช้กัน 2 อย่าง คือ (McLeod & O Keefe, 1972, p. 123, อ้างถึงใน เกณฑ์สิทธิ์ กันธจันทร์, 2555, น. 12)

1. วัดจากเวลาที่ใช้กับสื่อ (Time spent with the media)

2. วัดจากความถี่ของการใช้สื่อ แยกตามประเภทของเนื้อหารายการที่แตกต่างกัน

โดยแม็คคลอยด์ (McLeod) กล่าวว่า การวัดเรื่องเวลาใช้สื่อ มีข้อเสียที่ว่าคำตอบขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น ความสนใจของผู้ฟัง เวลาว่างที่คนมีอยู่และการมีสื่อที่ใกล้ตัว (Availability of Medium)

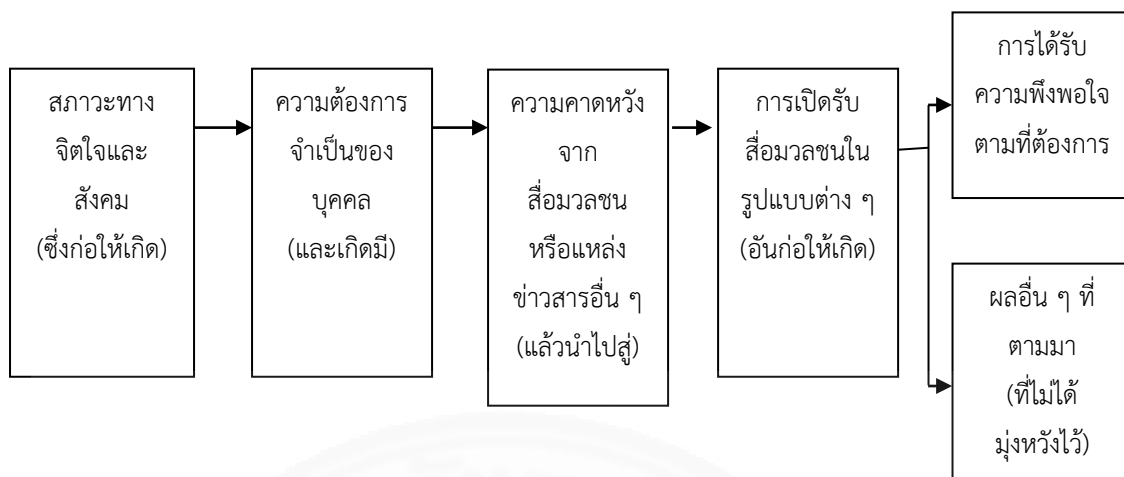
ดังนั้น คำตอบเกี่ยวกับเวลาที่ใช้สื่อ จึงไม่สามารถแปลผลทางจิตวิทยาได้อย่างชัดเจน

2.3 ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (The Uses and Gratification Theory)

แมคคอม และ เบคเกอร์ (McCombs & Becker, 1979, pp. 50-52, อ้างถึงใน คณิศร กู้เกียรติพันธ์, 2552) อธิบายว่า เหตุผลในการเปิดรับสื่อมวลชนที่แตกต่างกันไป ทำให้คนเลือกที่จะใช้ สื่อมวลชนต่างประเภทกัน คำว่าเหตุผลนั้น หมายถึง อะไรบางอย่างที่สื่อมวลชนนั้น ๆ สามารถ ตอบสนองและสร้างความพึงพอใจให้แก่บุคคลนั้นได้ ซึ่งก็เป็นเรื่องเฉพาะบุคคล และนี่คือ สิ่งที่เรียกว่า ความพึงพอใจ

ปรมะ สตะเวทิน (2546, น. 113) อธิบายถึงแนวคิดและทฤษฎีการใช้ประโยชน์และ ความพึงพอใจนี้ว่า ให้ความสำคัญกับผู้รับสารนาระเป็นผู้กระทำการสื่อสาร ผู้รับสารจะเป็นผู้เลือกใช้ สื่อประเภทต่าง ๆ และเลือกรับเนื้อหาของข่าวสารเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของตนเอง

แคทซ์ และคณะ (Katz et al., 1974, p. 20, อ้างถึงใน พิระ จิรโสภณ, 2529, น. 634-635) ได้ให้คำอธิบายเรื่องของการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ กล่าวคือ (1) สภาวะทางสังคมและ จิตใจเป็นจุดเริ่มต้นของ (2) ความต้องการที่จำเป็นต่าง ๆ ซึ่งทำให้เกิด (3) ความคาดหวังจาก สื่อมวลชนจนนำไปสู่ (4) การเปิดรับสื่อมวลชนในรูปแบบต่าง ๆ กัน ทำให้เกิด (5) การได้รับความพึง พอใจตามที่ต้องการและ (6) ผลที่ตามมาอื่น ๆ ซึ่งอาจจะไม่ใช่ผลที่ตั้งเจตนาไว้ก็ได้ ดังแสดงให้เห็นใน รูปแบบจำลอง ดังนี้



ภาพที่ 2.1 แบบจำลองการสื่อสารของ แคทซ์ และคณะ

จากแบบจำลองตามแนวคิด เรื่องการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ แคทซ์และคณะ อธิบายว่าสภาวะทางสังคมและจิตใจที่แตกต่างกัน ทำให้มนุษย์มีความต้องการที่แตกต่างกัน และแต่ละคนคาดคะเนว่า สื่อแต่ละประเภทจะสนองความต้องการได้แตกต่างกันออกไปด้วย ซึ่งลักษณะดังกล่าวทำให้เกิดความพึงพอใจที่ได้รับจากการใช้สื่อแตกต่างกัน และยังทำให้เกิดผลอื่น ๆ ที่ไม่ได้มุ่งหวังตามมาอีกด้วย

ส่วน คิปแพค และ เมอร์เรย์ (Kippax & Murray, 1980, pp. 335-359, อ้างถึงใน คณิศร กุ้เกียรติพันธ์, 2552, น. 15) ได้ศึกษาเรื่องการใช้สื่อและความพึงพอใจ รวมถึงการรับรู้ในคุณประโยชน์ของสื่อโดยหาความสัมพันธ์ของความต้องการในการใช้สื่อมวลชนกับความพึงพอใจและการใช้สื่อกับการรับรู้ในคุณประโยชน์ของสื่อ ดังนี้ คือ

1. ปัจจัยด้านตัวบุคคล เช่น เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ เป็นตัวกำหนดการใช้สื่อและการรับรู้ในคุณประโยชน์ของสื่อ โดยเฉพาะปัจจัยที่เกี่ยวกับอายุ ปรากฏว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมากจะเลือกใช้สื่อเพราะคำนึงถึงความสำคัญของสื่อมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุน้อย และกลุ่มที่มีอายุน้อยจะใช้สื่อเพื่อความบันเทิง แต่กลุ่มที่มีอายุมากจะใช้สื่อเพราะสนใจที่จะรับรู้เรื่องราวเกี่ยวกับสังคม เป็นต้น
2. คนที่มีระดับการศึกษาสูงจะเลือกใช้สื่อมากกว่าคนที่มีการศึกษาต่ำ
3. จากประเภทของสื่อ โทรทัศน์จะถูกเลือกใช้เป็นอันดับหนึ่งเพราะกลุ่มเป้าหมายเห็นว่าเป็นสื่อที่มีประโยชน์ โดยให้ข้อมูลต่าง ๆ ที่เขาสนใจเกี่ยวกับโลกและเหตุการณ์ภายในประเทศ รวมทั้งให้ความบันเทิงได้อีกด้วย
4. กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่มีการเลือกใช้สื่ออย่างมีจุดมุ่งหมาย และเข้าใจถึงคุณประโยชน์ของสื่อที่มีต่อผู้ใช้

โรเซนเกรท (Rosengren, 1974, pp. 269-285, อ้างถึงใน นิลาวัณย์ พาณิชย์รุ่งเรือง, 2540, น. 25) ยังได้กล่าวถึงความสัมพันธ์ระหว่าง “ประโยชน์” (Uses) กับคำว่า “ความพึงพอใจ (Gratifications)” ว่าเป็นลักษณะหนึ่งของผลที่เกิดจากการใช้สื่อ โดยประโยชน์สามารถนำไปสู่ความพึงพอใจได้ ขณะเดียวกัน ความพึงพอใจก็อาจจะได้รับจากประโยชน์ ทั้งสองคำมีความสัมพันธ์กัน นักวิจัยจึงอาจศึกษาเฉพาะตัวใดตัวหนึ่ง โดยมีเป้าหมายถึง ทั้งสองตัวก็ได้

นอกจากนี้ เวนเนอร์ (Wenner, 1985, pp. 171-193, อ้างถึงใน นิลาวัณย์ พาณิชย์รุ่งเรือง, 2540, น. 26-27) ยังวิจัยเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ โดยแบ่งเป็น 4 กลุ่ม คือ

1. Orientational Gratifications หมายถึง การใช้ข่าวสารทางด้านข้อมูลเพื่อการอ้างอิงและเพื่อเป็นแรงเสริมในความสัมพันธ์ระหว่างปัจเจกบุคคลกับสังคม รูปแบบ ได้แก่ การติดตามข่าวสาร การได้มาซึ่งข้อมูลเพื่อช่วยในการตัดสินใจ (Decisional Utility) หรือเพื่อช่วยในการลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง (Vote Guidance)

2. Social Gratifications การใช้ข่าวสารเพื่อเชื่อมโยงระหว่างข้อมูลเกี่ยวกับสังคม เช่น การนำข้อมูลไปใช้ในการสนทนากับผู้อื่น ใช้เป็นข้อมูลเพื่อชักจูง เป็นต้น

3. Para-Social Gratifications หมายถึง กระบวนการใช้ประโยชน์ข่าวสาร เพื่อดำรงเอกลักษณ์ของบุคคล หรือเพื่อการอ้างอิงผ่านตัวบุคคลที่เกี่ยวข้องกับสื่อ หรือปรากฏในเนื้อหาของสื่อ เช่น การยึดถือ หรือความชื่นชมผู้อ่านข่าวเป็นแบบอย่างในทางพฤติกรรม เป็นต้น

4. Para-Orientational Gratifications หมายถึง กระบวนการใช้ข่าวสาร เพื่อประโยชน์ในการลด หรือผ่อนคลายความตึงเครียดทางอารมณ์ หรือเพื่อปกป้องตนเอง เช่น เป็นการใช้เวลาให้หมดไป เพื่อความเพลิดเพลินสนุกสนาน เพื่อหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่พึงพอใจอย่างอื่น เป็นต้น

แมคคอมบี้ และ เบคเกอร์ (McCombs & Becker, 1979, pp. 51-52, อ้างถึงใน คณิศร กุ้เกียรติพันธ์, 2552) ได้อธิบายถึงการใช้สื่อมวลชน เพื่อสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจ โดยเน้นด้านการดำรงชีวิตในสังคมดังต่อไปนี้

1. ต้องการรู้เหตุการณ์ (Surveillance) ด้วยการติดตามความเคลื่อนไหวต่าง ๆ จากสื่อมวลชน เพื่อให้รู้ถึงเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับตนเอง สภาพปัจจุบันที่อยู่รอบตัว

2. ต้องการข่าวสารเพื่อช่วยในการตัดสินใจ (Decision) โดยเฉพาะการตัดสินใจในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน โดยการเปิดรับสื่อมวลชน ทำให้บุคคลสามารถกำหนดความคิดเห็นของตนต่อสภาพหรือเหตุการณ์รอบตัว

3. ต้องการข้อมูลเพื่อประกอบการสนทนาในชีวิตประจำวัน (Discussions) โดยการเปิดรับสื่อมวลชน ทำให้บุคคลมีข้อมูลที่จะนำไปใช้ในการสนทนากับผู้อื่น

4. ต้องการการมีส่วนร่วม (Participating) ในเหตุการณ์และความเป็นไปต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นรอบตัว

5. ต้องการข่าวสารเพื่อเสริมความคิดเห็นหรือการสนับสนุนการตัดสินใจที่ได้กระทำไปแล้ว (Reinforcement)

6. ต้องการความบันเทิง (Relaxing and Entertainment) เพื่อความเพลิดเพลินและผ่อนคลายอารมณ์

สำหรับการวิจัยครั้งนี้ได้ใช้ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจเป็นกรอบในการศึกษาถึงประโยชน์จากการเปิดรับชมรายการคืนความสุขให้คนในชาติ

2.4 แนวคิดรายการประเภทพูดคุยกับผู้ฟังโดยตรง (The Straight Talk)

“Straight Talk” ก็คือ การพูดคุยกับผู้ฟังโดยตรง (คือ รายการที่มีผู้พูดเพียงคนเดียวพูดให้ผู้ฟังฟังโดยตรงนั่นเองไม่ใช่เป็นการพูดคุยกับคนอื่นให้ผู้ฟังฟัง) แต่การพูดคุยนั้นในการจัดทำรายการทางวิทยุกระจายเสียงนั้น จำเป็นต้องมีบท (Script) Straight Talk Program จึงมีใช้ลักษณะการอ่านบท แต่เป็นการพูดตามบทที่ได้เตรียมมา ให้เป็นธรรมชาติ ซึ่งจะน่าฟังและดึงดูดความสนใจได้มากกว่า ทั้งนี้ต้องขึ้นอยู่กับลักษณะการพูดของผู้พูด (Speaker) ด้วย ยิ่งพูดเป็นธรรมชาติมากเท่าใดยิ่งได้รับความสนใจมากขึ้นเท่านั้น (นภากาศ อัจฉริยะกุล และ อีรารักษ์ โพธิ์สุวรรณ, 2546, น. 316-322)

จุมพล รอดคำดี (2525, น. 65) กล่าวว่า รายการพูดคุยกับผู้ฟังโดยตรง (Straight Talk) เป็นวิธีการสื่อสารกับผู้ฟังอย่างตรงไปตรงมาที่สุด ประหยัดเวลา และค่าใช้จ่ายมากที่สุดเนื้อหาความยืดหยุ่นมากที่สุด ถ้าผู้พูดไม่พอใจข้อความตอนไหน ก็สามารถตัด ต่อ แต่ง ได้ทันที แม้กระทั่งเวลาที่ออกอากาศ ส่วนการพูดนั้นไม่ว่าจะเป็นลีลาการพูด น้ำเสียง หรือสำนวนการพูดก็เป็นลักษณะเฉพาะตัวของคนพูดเอง

รายการ Straight Talk นี้จำเป็นต้องอาศัยข้อมูลหลาย ๆ ด้าน ถ้ามีการเรียบเรียงลำดับเรื่องเหล่านั้นเป็นอย่างดี รายการประเภทนี้ก็จะได้รับความไว้วางใจและเป็นที่น่าเชื่อถืออย่างมาก ถ้าผู้พูดเป็นนักวิเคราะห์ที่ดี มีความเที่ยงธรรม หรือถ้าไม่ใช่ นักวิเคราะห์ แต่ก็ควรจะเป็นบุคคลที่มีความเชี่ยวชาญในเรื่องนั้น ๆ โดยเฉพาะ อย่างไรก็ตาม นอกจากการเป็นผู้จัดที่มีความรู้หรือเป็นนักวิเคราะห์ที่ดีแล้ว จะต้องเป็นผู้ที่มีลีลาการพูดที่น่าเชื่อถือนั่นเองด้วย

อย่างไรก็ตาม เมื่อมีการนำรูปแบบรายการ Straight Talk มาใช้ในรายการวิทยุโทรทัศน์ ซึ่งเป็นสื่อสารมวลชนทั้งภาพและเสียง จึงจำเป็นต้องมีคุณสมบัติบางประการที่เหมาะสมกับการจัดรายการทางโทรทัศน์เพิ่มขึ้นมาด้วย

คุณสมบัติของผู้ดำเนินรายการทางรายการโทรทัศน์

ผู้ดำเนินรายการ หรือพิธีกร (Master of Ceremonies) คือ องค์ประกอบสำคัญที่ทำหน้าที่เชื่อมระหว่างเนื้อหารายการและผู้ชมผู้ดำเนินรายการจึงเป็นงานที่ต้องใช้ความสามารถ และคุณสมบัติหลายประการ Hilliard (1978, อ้างถึงใน อาทิตยา ทรัพย์สินวิวัฒน์, 2554, น. 19-20) ได้สรุปคุณสมบัติโดยรวมของผู้ดำเนินรายการโทรทัศน์ ดังนี้

1. มีทักษะในการสื่อสาร คือ สามารถสื่อสารได้อย่างถูกต้องและชัดเจน โดยใช้ทักษะในการพูด ฟัง อ่าน และเขียน ได้ถูกต้องตามหลักภาษาและอักขระวิธี
2. บุคลิกดี แต่งกายดี สุขภาพร่างกายดี ซึ่งเป็นคุณลักษณะเฉพาะของแต่ละบุคคล พิธีกรที่มีบุคลิกและการแต่งกายดี เป็นสิ่งที่จำเป็นประการหนึ่งที่จะช่วยให้รายการน่าประทับใจยิ่งขึ้น
3. มีความรู้ในด้านต่าง ๆ คือ นอกจากพิธีกรจะต้องมีความรู้ทั่วไปแล้ว ยังต้องมีความรู้ในเรื่องที่จะสัมภาษณ์ และข้อมูลเกี่ยวกับแขกรับเชิญที่จะมาให้สัมภาษณ์ในรายการเป็นอย่างดี
4. มีความมั่นใจในตนเอง นับเป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้รายการดำเนินไปได้ด้วยดี ถ้าพิธีกรขาดความมั่นใจในตนเองแล้ว อาจจะแสดงออกมาทางการพูด น้ำเสียง ท่าทาง ทำให้เกิดความประหม่า ดังนั้น ผู้ที่จะมาเป็นพิธีกรควรมีความมั่นใจว่าตนมีความสามารถในการดำเนินรายการก็จะช่วยทำให้โอกาสผิดพลาดต่าง ๆ ลดน้อยลง
5. ความตั้งใจจริงและความรับผิดชอบ คุณภาพและคุณค่าของบรรยากาศในรายการจะขึ้นอยู่กับความมุ่งมั่นตั้งใจของพิธีกรว่าจะมีความพยายามเต็มที่ หรือมีการเตรียมความพร้อมเพียงใด พิธีกรที่ดีจึงมีความมุ่งมั่นและรับผิดชอบต่อรายการสำเร็จได้ด้วยความราบรื่น
6. มีไหวพริบ แก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี การดำเนินรายการอาจมีปัญหาหรืออุปสรรคซึ่งเป็นเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิดเกิดขึ้น พิธีกรจึงต้องเป็นผู้ที่สามารถใช้ปฏิภาณไหวพริบในการตัดสินใจแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้อย่างสุขุมรอบคอบ
7. มารยาทดี สุภาพ ให้เกียรติ พิธีกรควรแสดงออกด้วยกิริยาวาจาที่สุภาพ อ่อนน้อมรักษามารยาทและให้เกียรติแขกรับเชิญและผู้ชมที่บ้าน
8. ยิ้มแย้มแจ่มใส เป็นกันเอง หน้าที่ของพิธีกรประการหนึ่งคือ สร้างบรรยากาศความเป็นกันเองในรายการ เพื่อให้เกิดความรู้สึกเหมือนพูดคุยกันมากกว่าเป็นการสัมภาษณ์ ซึ่งพิธีกรต้องยิ้มแย้มแจ่มใส เป็นมิตร และควบคุมอารมณ์ได้ดี
9. มีอารมณ์ขันที่สุภาพ พิธีกรประเภทรายการสนทนา หากเป็นผู้ที่มีอารมณ์ขัน จะช่วยทำให้การดำเนินรายการมีชีวิตชีวามากยิ่งขึ้น แต่อารมณ์ขันนั้นต้องมีความสุภาพ ควรหลีกเลี่ยงการใช้ถ้อยคำ สำนวนสร้างอารมณ์ที่อาจไม่สุภาพ
10. น้ำเสียงดี มีลีลาในการพูด พิธีกรควรมีน้ำเสียงดี ไม่แหบหรือแหลมจนเกินไป สร้างเอกลักษณ์ในการพูดอย่างมีจังหวะจะโคน พูดไม่เร็วหรือช้าเกินไป

อุฬาร เนื่องจาง (2527, น. 76-77) ยังกล่าวเพิ่มเติมถึงลักษณะการทำหน้าที่ผู้ดำเนินรายการที่ดี ว่าควรจะต้องประกอบด้วย บุคลิกลักษณะส่วนตัว

1. พุดจาชัดเจนถูกต้องตามอักขรวิธีและสุภาพ
2. ควบคุมรายการให้ดำเนินไปตามเป้าหมาย
3. การพุดเชื่อมรายการต้องกลมกลืนด้วยเนื้อหาสาระ
4. ต้องทำตัวเป็นที่เลื่องที่ติของผู้ร่วมงาน
5. มีความรู้ ความเข้าใจในเรื่องราวที่จะซักถามผู้ร่วมรายการพอสมควร
6. ต้องแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี
7. มีความรู้เกี่ยวกับอุปกรณ์ในห้องส่งเป็นอย่างดี
8. นำสารประโยชน์มาพุดสอดแทรกในรายการบ้าง
9. การแต่งกายต้องสุภาพเหมาะสมกับลักษณะของรายการ
10. มีความสำนึกในหน้าที่ของสื่อสารมวลชนที่รับผิดชอบต่อสังคมและประเทศชาติ
11. ไม่ทำงานเพื่อเอาเด่นแต่เพียงคนเดียว

นอกจากนี้ ในรายการโทรทัศน์ที่มีรูปแบบพุดโตตรงกับผู้ชม (Straight Talk) ยังต้องให้ความสำคัญกับการนำเสนอการพุดเป็นอย่างมาก ดังนั้นผู้ดำเนินรายการจึงต้องมีการเตรียมพร้อมสำหรับการนำเสนอการพุดก่อนที่จะมีการสื่อสารทางรายการโทรทัศน์ การพุดผ่านรายการโทรทัศน์ คือ การพุดในที่สาธารณะหรือพุดต่อหน้าชุมชน เพราะสิ่งที่พุดออกมานั้นจะส่งไปยังผู้ชมที่บ้านได้พร้อมกันเป็นจำนวนมหาศาล ซึ่งผู้พุดต้องมีความรับผิดชอบต่อนเนื้อหาที่จะนำเสนอเป็นอย่างมากและต้องมีความสามารถในการพุดตามแบบต่าง ๆ จึงได้มีการแบ่งประเภทของการพุด แบ่งตามวิธีการพุดได้ดังนี้ (อาทิตยา ทรัพย์สินวิวัฒน์, 2554, น. 25-27)

1. การพุดอย่างท่องจำ (Memorize Speech, Reciting from Memory) การพุดลักษณะนี้ ผู้พุดได้เตรียมตัวโดยการท่องเนื้อหาที่จะใช้พุดมาอย่างดี เนื้อหาจะครอบคลุมครบถ้วนในกำหนดเวลา แต่อย่างไรก็ตาม อย่าพยายามนึกถึงคำทุกคำที่จะพุด เพราะจะทำให้ผู้พุดเกิดอาการสร้างสมาธิให้กับตนเอง ด้วยการจ้องหรือจดจ่อกับบางสิ่งเพื่อไม่ให้ตนเองสะดุดซึ่งจะทำให้ขาดการสื่อสารกับบุคคลที่สนทนาด้วย

ข้อดี เมื่อมีเวลาเตรียมพุดทำให้ผู้พุดมั่นใจ ได้เนื้อหาตรงตามเป้าหมาย ภาษาที่ใช้มีการเรียบเรียงและกลั่นกรอง

ข้อด้อย การนำเสนอการพุดจะไม่เป็นธรรมชาติ ผู้พุดไม่สามารถรับเนื้อหาให้สอดคล้องกับผู้ฟังหรือสถานการณ์ได้ และถ้ามีเนื้อหาส่วนใดที่เกิดการสะดุดขึ้นมา ก็จะทำให้การพุดตะกุกตะกักไม่ต่อเนื่อง

2. การพูดกะทันหัน (Impromptu Speech) คือ การพูดที่ผู้พูดไม่ได้เตรียมพร้อมมาก่อนล่วงหน้า มักจะมีเวลาสั้น ๆ ในการเตรียมตัว การพูดในลักษณะนี้ได้เป็นอย่างดีนั้นขึ้นอยู่กับประสบการณ์และความสามารถเฉพาะตัวของผู้พูด

ข้อดี การพูดจะเป็นธรรมชาติและแสดงให้เห็นถึงความสามารถของผู้พูด สามารถนำเหตุการณ์ในขณะนั้นไปพูดได้ ซึ่งจะช่วยสร้างชีวิตชีวาให้กับเรื่องที่พูดได้

ข้อด้อย เนื่องจากไม่มีเวลาในการเตรียมตัวล่วงหน้า ดังนั้นการเลือกใช้คำหรือการเรียบเรียงลำดับเนื้อหาในการพูดอาจจะยังไม่ดี ไม่ครอบคลุมประเด็น พูดออกนอกเรื่องหรือพูดสรุปจบไม่ได้เสียที

3. การพูดแบบอ่านจากร่างหรือต้นฉบับ (Reading from a Manuscript) เป็นการพูดแบบอ่านจากต้นฉบับที่ได้เขียนไว้เรียบร้อยแล้ว มักใช้ในโอกาสที่เป็นพิธีการหรือในโอกาสพิเศษต่าง ๆ เช่น การกล่าวกราบบังคมทูล การกล่าวรายงาน การกล่าวเปิดงาน การแถลงการณ์การปราศรัย โดยไม่ต้องการให้เกิดข้อผิดพลาดขึ้น ลักษณะดังกล่าวจะพบในรายการโทรทัศน์ประเภทรายงานข่าว ซึ่งผู้ประกาศข่าวจะอ่านข่าวจากต้นฉบับ ซึ่งอาจจะเห็นต้นฉบับก่อนล่วงหน้าสักพักหรืออาจจะเป็นข่าวใหม่ที่เพิ่งเข้ามา ดังนั้นถ้าเป็นไปได้ ผู้พูดควรอ่านต้นฉบับก่อน เพื่อตรวจดูการแบ่งวรรคตอนหรือฝึกอ่านคำเฉพาะต่าง ๆ นอกจากนี้การอ่านข่าว ผู้อ่านข่าวต้องมองกล้องเป็นระยะ เหมือนกับการสบตากับผู้พูด เป็นการสื่อสารกับผู้ชม การกวาดสายตาได้กว้างและจดจำข้อความในข่าวได้อย่างรวดเร็วจึงเป็นคุณสมบัติที่ผู้ประกาศข่าวพึงมี นอกจากนี้ น้ำเสียงต้องมีความเชื่อถือ ออกเสียงภาษาไทยได้อย่างถูกต้อง ชัดเจน

ข้อดี สามารถพูดได้อย่างมั่นใจ ไม่ต้องกังวลจะลืมเนื้อหา เพราะมีต้นฉบับให้อ่าน และสามารถที่จะใช้คำพูดที่สละสลวย ถูกต้อง และเป็นไปตามเวลากำหนด

ข้อด้อย เป็นการพูดที่ไม่เป็นธรรมชาติ (เป็นการอ่านมากกว่า) ซึ่งจะทำให้เกิดความน่าเบื่อ ดังนั้นผู้ที่สามารถอ่านได้อย่างเป็นธรรมชาติเหมือนกับการพูด ย่อมทำให้การอ่านนี้ไม่น่าเบื่อ และได้เนื้อหาอย่างครบถ้วน เพราะผู้พูดหรือผู้อ่านไม่ต้องคอยนึก และเนื้อหาที่ต้องการนำเสนอก็มี การพิมพ์เป็นเอกสารไว้แล้ว

4. การพูดตามความเข้าใจหรือพูดตามโครงร่าง (Extemporaneous Speech) เป็นการพูดที่ผู้พูดมีความรู้หรือความชำนาญดีแล้ว ในการเตรียมตัวพูดก็จะมีประเด็นในการพูด (Speaking Outline) ไว้สำหรับหัวข้อใหญ่ ช้อย่อยและคำพูดที่อ้างอิงหรือมีความสำคัญเท่านั้น การพูดลักษณะนี้จะเป็นธรรมชาติ สามารถสื่อความหมายของวัจนภาษาและอวัจนภาษาได้อย่างกลมกลืน และช่วยให้การพูดมีสัมฤทธิ์ผลมากที่สุด ลักษณะการพูดดังกล่าวมักพบในรายการสนทนา รายการสัมภาษณ์ เป็นต้น

ข้อดี เป็นการพูดที่มีการเตรียมตัวล่วงหน้าและสามารถนำมาพูดได้อย่างเป็นธรรมชาติ ผู้พูดสามารถปรับหรือยืดหยุ่นเนื้อหาให้เข้ากับสถานการณ์หรือผู้ฟังได้ ช่วยสร้างบรรยากาศความเป็นกันเองและผู้ฟังสามารถที่จะมีส่วนร่วมได้

ข้อด้อย ถ้าผู้พูดยังไม่ชำนาญ จะเกิดความประหม่า อาจทำให้หลงลืมเนื้อหาหรือประเด็นสำคัญของหัวข้อที่จัดไว้ได้ และความที่มีอิสระในการพูดแต่ละประเด็น อาจทำให้พูดในเรื่องใดเรื่องหนึ่งมากเกินไปจนกินเวลา หรือทำให้ประเด็นรอง ๆ หรือเนื้อหาปลีกย่อยถูกหลงลืม หรือต้องถูกตัดออกได้

2.5 แนวคิดความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสาร (Source Credibility)

ผู้ส่งสารเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในกระบวนการสื่อสาร ในฐานะของการเป็นผู้ถ่ายทอดข่าวสารไปยังผู้รับสาร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการให้เกิดการรับรู้จนถึงขั้นเกิดการเปลี่ยนแปลงในระดับใดระดับหนึ่ง ซึ่งผู้ที่มีความน่าเชื่อถือสูง จะมีความสามารถในการชักจูงใจมากกว่าผู้ที่มีความน่าเชื่อถือต่ำ ดังนั้น การสื่อสารจะประสบความสำเร็จมากน้อยเพียงใด ล้วนเริ่มต้นจากบรรยากาศความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารเป็นสำคัญ

โอคีฟ (O'keefe, 1990, pp. 132-133, อ้างถึงใน จุฬารัตน์ สุกระสุยานนท์, 2554, น. 16) กล่าวว่า ความน่าไว้วางใจ มีความหมายเช่นเดียวกับบุคลิกภาพ (Character) และ ความปลอดภัย (Safety) โดยผู้รับสารจะให้ความเชื่อถือและไว้วางใจต่อผู้ส่งสารที่มีบุคลิกภาพดี มีศีลธรรม แมคครอสกี และ ดาเลย์ (McCroskey & Daley, 1987, อ้างถึงใน รัชดา ธนุศิลป์, 2552, น. 29) เห็นว่า ความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสาร หมายถึง การรับรู้ของผู้รับสารเกี่ยวกับภาพลักษณ์ (Image) ของผู้ส่งสารนั้น ๆ และสรุปว่า มีคุณสมบัติอย่างน้อยที่สุด 5 ประการ ที่ช่วยให้ผู้ส่งสารมีความน่าเชื่อถือ ได้แก่

1. ความสามารถ (Competence) ได้แก่ ความรู้ความสามารถในข้อมูลหรือเรื่องที่จะสื่อสารและการส่งสาร รวมทั้งความสามารถในการจัดการควบคุมสถานการณ์ในการสื่อสาร
2. คุณลักษณะหรือบุคลิกลักษณะ (Character) ผู้ส่งสารจำเป็นต้องมีบุคลิกลักษณะที่แสดงถึงความเฉลียวฉลาด มีไหวพริบที่ดี ตัดสินใจกระทำในสิ่งที่ถูกต้องเหมาะสม แสดงออกถึงความอบอุ่นน่าไว้วางใจ
3. ความสุขุมเยือกเย็น (Composure) และความคล่องแคล่วในการสื่อความ ไม่มีอาการแสดงความตื่นเต้น หวาดกลัว หรือไม่สามารถควบคุมอารมณ์ ความรู้สึกได้
4. เป็นคนที่สังคมยอมรับหรือเป็นที่รู้จักทางสังคม (Socialibility) การเป็นคนที่มีชื่อเสียงหรือเป็นที่ยอมรับของสังคมโดยทั่วไปนั้น จะทำให้ได้รับความรู้สึกที่ดี ผู้รับสารจะให้ความนิยม

เชื่อถือส่วนใหญ่มักเป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นก่อนที่จะมีการสื่อสารเกิดขึ้น (Prior Attitudes) เป็นความรู้สึกที่ผู้รับสนใจที่จะรับข่าวสารจากผู้ส่งสารที่เขาชื่นชอบอยู่ก่อนแล้ว

5. การเป็นคนเปิดเผย (Extroversion) จะช่วยสร้างความไว้วางใจให้เกิดขึ้นแก่ผู้รับสาร การให้ข้อมูลและการไม่ปิดบังข้อมูลของผู้ส่งสารจะทำให้ผู้รับสารรู้สึกสนิทสนมเป็นกันเองทราบและเข้าใจวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสารได้ง่ายยิ่งขึ้น

โดย โอคีฟ (O'keefe, 1990, pp. 132-133, อ้างถึงใน จุฑารัตน์ กระสุยานนท์, 2554, น. 16) ได้อธิบายว่า ความสามารถมีความหมายเช่นเดียวกับความชำนาญ (Expertise) ความรู้เฉพาะทาง (Authoritativeness) และคุณวุฒิ (Qualification) ซึ่งหมายถึง การประเมินอย่างคร่าว ๆ ของผู้รับสารว่าผู้ส่งสารอยู่ในฐานะที่ทราบความจริงและทราบว่าสิ่งใดถูกต้อง โอคีฟ (O'keefe, 1990, pp. 134-140) ได้กล่าวอีกว่า ความน่าไว้วางใจ มีความหมายเช่นเดียวกับคำว่า บุคลิกภาพ (Character) และความปลอดภัย (Safety) โดยผู้รับสารจะให้ความเชื่อถือและไว้วางใจต่อผู้ส่งสารที่มีบุคลิกดี มีศีลธรรมสูง

ขณะที่ เดวิตโต (Devito, 2003, p. 402, อ้างถึงใน จุฑารัตน์ กระสุยานนท์, 2554) อธิบายว่าความสามารถเป็นเรื่องของความรู้และความชำนาญที่ผู้รับสารคิดว่าผู้ส่งสารมี และยิ่งคิดว่ามีความรู้ ความชำนาญมากเท่าไร ก็จะเป็นไปได้ว่าผู้รับสารจะเชื่อผู้ส่งสารเท่านั้น และเป็นไปได้อีกว่าผู้ที่มีความรู้ความสามารถเฉพาะในบางประเด็นจะถูกประเมินว่ามีความรู้ความสามารถในเรื่องอื่น ๆ ด้วย

โฮฟแลนด์, जानิส, และ เคลลี (Hovland, Janis, & Kelly, 1953, อ้างถึงใน รัชดา ธนุศิลป์, 2552, น. 27) กล่าวว่า ความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารขึ้นกับปัจจัย 2 ประการ คือ ความสามารถหรือความเป็นผู้ชำนาญ (Competence of expertness) และความน่าไว้วางใจ (Trustworthiness)

ความสามารถหรือความเป็นผู้ชำนาญ (Competence of expertness) เป็นสิ่งที่ประเมินจากคุณสมบัติที่ผู้ส่งสารมีในเรื่องของความรู้เกี่ยวกับสิ่งที่เขาอ้างถึงหรือกำลังพูดอยู่ ส่วนความน่าไว้วางใจ (Trustworthiness) หมายถึง ระดับความเชื่อมั่นของผู้รับสารที่ประเมินเจตนาของผู้ส่งสารในการที่จะส่งข้อมูลข่าวสารไปยังผู้รับสาร ว่าไม่ได้แฝงความผลประโยชน์ส่วนตนหรือมีสิ่งซ่อนเร้น กล่าวคือ ความรู้สึกมั่นใจว่าพฤติกรรมของคนอื่นที่มีต่อเรานั้นจะเป็นไปในทางบวก ปัจจัยทั้งสองประการนี้ ผู้รับสารต้องมองเห็นว่ามีอยู่ในตัวผู้ส่งสาร ความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารนี้ ไม่ใช่สิ่งที่ผู้ส่งสารจะประกาศให้ทุกคนทราบและได้รับการยอมรับ ความน่าเชื่อถือไม่ได้มีลักษณะโดด ๆ เหมือนอย่างอายุ เพศ แต่ต้องเป็นสิ่งที่ผู้รับสารมองเห็น รับรู้ และเชื่อเช่นนั้น ซึ่งความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารจะแตกต่างกันไปตามหัวข้อของสารและแตกต่างกันในแต่ละสถานการณ์ (อรวรรณ ปิลันธน์โอวาท, 2546, น. 120)

นอกจากนี้ ปรเม สตะเวทิน (2546, น. 65-67) กล่าวเพิ่มเติมในประเด็นความสามารถหรือความเป็นผู้ชำนาญว่า หากผู้ส่งสารมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องที่ทำการสื่อสารดีด้วย โอกาสที่การสื่อสารจะประสบความสำเร็จก็จะมีมาก ในทางตรงกันข้ามหากผู้ส่งสารไม่มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องที่จะทำการสื่อสารดีพอ ประสิทธิภาพของการสื่อสารก็จะลดลง

เบตติงกัส (Bettinghaus, 1980, อ้างถึงใน รัชดา ธนูศิลป์, 2552, น. 28) กล่าวว่า ปัจจัยที่ผลต่อความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารมี 3 ประการ คือ

1. ความปลอดภัยหรือความน่าไว้วางใจของผู้ส่งสาร ได้แก่ ลักษณะของผู้ส่งสารที่มีความเป็นมิตร ไม่เห็นแก่ตัว มีความยุติธรรม มีความจริงใจ มีจริยธรรม ให้อภัย
2. คุณลักษณะของผู้ส่งสาร ได้แก่ ความประทับใจของผู้รับสารที่มีต่อความสามารถของผู้ส่งสาร เช่น การมีประสบการณ์ การมีอำนาจ ความฉลาด ความเชี่ยวชาญของผู้ส่งสาร
3. บุคลิกภาพของผู้ส่งสาร ได้แก่ ความเป็นกันเองกับผู้รับสาร ความคล่องตัวของผู้ส่งสาร ความกระตือรือร้น

เลเมอร์ส และ เมอร์ส (Lemert & Mert, 1966, อ้างถึงใน อรรพรรณ ปิรันชนโอบาท, 2546) กล่าวถึงข้อสรุปในการวิจัยด้านความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารว่า มีปัจจัย 3 ประการที่ผู้รับสารมักจะใช้ในการตัดสินใจความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสาร ได้แก่

1. ปัจจัยที่สร้างความอบอุ่นและไว้วางใจได้ของผู้ส่งสาร (Safety factor) ผู้ส่งสารที่จะมีคุณลักษณะด้านนี้ได้ต้องมีคุณสมบัติต่อไปนี้ ใจดีเข้ากับคนอื่นได้ง่าย ความเป็นเพื่อน ไม่ขัดคอใคร น่าคบ สุขภาพ ไม่เห็นแก่ตัว ยุติธรรม รู้จักให้อภัย เอื้อเฟื้อ ร่าเริง มีศีลธรรม อุดม
2. ปัจจัยที่เป็นคุณสมบัติของผู้ส่งสาร (Qualification factor) ปัจจัยนี้จะเน้นความรู้ ความชำนาญ ประสบการณ์ของผู้ส่งสาร คุณสมบัติเหล่านี้ ได้แก่ มีประสบการณ์ด้านใดด้านหนึ่งได้รับการฝึกฝนที่ดี มีความชำนาญ มีอำนาจในหน้าที่ มีความสามารถ มีเชี่ยวชาญ
3. ปัจจัยด้านพลวัตของผู้ส่งสาร (Dynamism factor) ปัจจัยนี้จะแสดงออกถึงความคล่องแคล่ว กระตือรือร้น ความไม่เฉื่อยชาของผู้ส่งสาร ได้แก่ มีพลัง เข้มแข็ง รู้จักเอาใจเขามาใส่ใจเรา ตรงไปตรงมา กล้า กระตือรือร้น รวดเร็ว คล่องแคล่ว

ในการสื่อสารทางการเมืองนั้น ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารจะมีผลต่อการยอมรับของผู้รับสารด้วย ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารมาจากการค้นพบในการวิจัยเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของผู้รับสารในการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ (Persuasive communication) ซึ่งการวิจัยส่วนใหญ่พบว่า ผู้ที่มีความน่าเชื่อถือสูงจะมีความสามารถในการชักจูงใจมากกว่าผู้ที่มีความน่าเชื่อถือต่ำ เพราะฉะนั้นจะเห็นได้ว่าการสื่อสารจะประสบความสำเร็จมากน้อยเพียงไร ล้วนเริ่มต้นมาจากบรรยากาศแห่งความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารเป็นสำคัญ เพราะฉะนั้นจะต้องทำให้ผู้รับสารเกิดความมั่นใจในตัวผู้ส่งสาร

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ซิบ จิตนิยม (2534) ศึกษาเรื่อง “ความต้องการข่าวสาร การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจของกลุ่มประชาชนผู้ใช้บริการเคเบิลทีวี” พบว่า ระดับความพอใจต่อประเภท และคุณภาพของรายการมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการรับชมรายการ กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีความพอใจสูงต่อประเภท และคุณภาพของรายการ จะให้เวลาในการรับชมรายการมากกว่ากลุ่มที่มีความพอใจในระดับที่ต่ำ

พัชรินทร์ เสวตสุทธิพันธ์ (2536) ได้ทำการสำรวจ “ทัศนคติและพฤติกรรมการเลือกรับชมรายการข่าวโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล” พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 25-29 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า อาชีพรับราชการ และมีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 12,500 บาท และยังพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความสนใจข่าวสารจากรายการข่าวโทรทัศน์และมีความต้องการข่าวสารจากรายการข่าวโทรทัศน์เป็นประจำทุกวัน รวมทั้งมีความจำเป็นต้องใช้ข่าวสารจากรายการข่าวโทรทัศน์ในชีวิตประจำวัน โดยข่าวสารที่จำเป็นต้องใช้ 5 อันดับแรกคือ ข่าวการเมือง ข่าวสังคม ข่าวเศรษฐกิจ ข่าวต่างประเทศ และข่าวกีฬา กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุสาเหตุในการเลือกรับชมรายการข่าวโทรทัศน์ว่า เพื่อติดตามข่าวสาร รองลงมาคือ เพื่อผ่อนคลายอารมณ์ และเพื่อนำไปสนทนากับผู้อื่น โดยได้นำข่าวสารจากรายการข่าวโทรทัศน์ไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันมากที่สุด รองลงมาคือ เพื่อเพิ่มพูนความรู้ และเพื่อนำไปเป็นหัวข้อสนทนากับบุคคลอื่น กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความเชื่อถือข่าวโทรทัศน์ แต่มีความเห็นว่าควรปรับปรุงการเสนอข่าวโทรทัศน์ให้ดีขึ้น ทั้งด้านเนื้อหาของข่าว ประเภทและปริมาณของข่าว วิธีการนำเสนอ ตลอดจนการอ่านข่าวของผู้ประกาศให้ถูกต้อง ชัดเจน ตามอักขระภาษาไทย สำหรับเหตุผลของการเลือกรับชมรายการข่าวโทรทัศน์จากช่องต่าง ๆ ส่วนใหญ่เลือกชมเพราะการนำเสนอดี รองลงมาคือ เนื้อหาของข่าวดี โดยเห็นว่า สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 เสนอข่าวในประเทศได้ดีที่สุด รองลงมาคือ สถานีวิทยุไทยทีวีสีช่อง 9 อ.ส.ม.ท.

ปัทมาวดี หล่อวิจิตร (2539) ศึกษาเรื่อง “ทัศนคติ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจ ‘รายการสนทนา 45 นาที ปัญหาบ้านเมือง’ ของผู้ชม” พบว่า การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากร และพฤติกรรมการเปิดรับชม กับทัศนคติ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจของผู้ชมรายการสนทนา 45 นาที ปัญหาบ้านเมือง ผลการวิจัยมีดังต่อไปนี้ 1. ระดับการศึกษาและอาชีพ มีความสัมพันธ์กับทัศนคติเกี่ยวกับรายการสนทนา 45 นาที ปัญหาบ้านเมือง 2. ระดับการศึกษาและรายได้ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจเกี่ยวกับรายการสนทนา 45 นาที ปัญหาบ้านเมือง 3. พฤติกรรมการเปิดรับชม มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในด้านรูปแบบเนื้อหาและระยะเวลาการออกอากาศ

วิทยา เกียวกุล (2538) วิจัยเรื่อง “การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในการเปิดรับรายการโทรทัศน์ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร” ผลการวิจัยพบว่า ประชาชนที่มีเพศ การศึกษา อาชีพ และรายได้แตกต่างกัน ขณะที่ประชาชนที่มีอายุต่างกัน มีการเปิดรับรายการข่าวโทรทัศน์ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน และการเปิดรับชมรายการข่าวโทรทัศน์ มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ

พสุ ชัยเวฬุ (2541) ศึกษาถึง “การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในการเปิดรับชมข่าวสารการเมืองทางโทรทัศน์ของนิสิตนักศึกษา” โดยกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา ได้แก่ ประชากรชาวกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไป ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารการเมืองจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด โดยเปิดรับเป็นประจำทุกวันในช่วงเวลา 17.00-22.00 น. รูปแบบรายการที่เปิดรับส่วนใหญ่เป็นรายการข่าว โดยเฉพาะรายการของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี นอกจากนี้ นิสิตนักศึกษามีความคาดหวังจากการเปิดรับข่าวสารการเมืองทางโทรทัศน์ในระดับปานกลางถึงมาก และส่วนใหญ่ใช้ประโยชน์เพื่อติดตามความเคลื่อนไหวของเหตุการณ์การเมือง และต้องการเป็นคนทันต่อเหตุการณ์เพื่อทราบความคิดเห็นของนักการเมือง นักวิชาการ สื่อมวลชน และประชาชนทั่วไป เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในการศึกษา และเพื่อนำไปใช้สนทนากับผู้อื่น

อนุชิต มุรธาทิพย์ (2542) ศึกษาเรื่อง “ทัศนคติ ความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์ของผู้ชมรายการ ตีสิบ ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 อ.ส.ม.ท.” ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากการชมรายการอยู่ในระดับมาก และมีความพึงพอใจและใช้ประโยชน์จากการชมรายการเพื่อให้ได้ความเพลิดเพลินและความบันเทิงมากที่สุด รองลงมาคือเพื่อให้ได้รับข่าวสารที่ทันสมัย ทันเหตุการณ์ ทันโลก โดยเพศที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมในการชมรายการไม่แตกต่างกัน แต่กลุ่มตัวอย่างที่มี อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมในการชมรายการแตกต่างกัน และพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันจะมีระยะเวลาในการชมรายการไม่แตกต่างกัน นอกจากนี้ เพศที่แตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจต่อรายการไม่แตกต่างกัน แต่กลุ่มตัวอย่างที่มี อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจแตกต่างกัน

อิศราวดี ชำนาญกิจ (2542) ศึกษาเรื่อง “ทัศนคติ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชมรายการโทรทัศน์ในเขตกรุงเทพมหานครต่อรายการด้านการเมืองที่เสนอทางสถานีโทรทัศน์” พบว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างคือนักเรียน นักศึกษา มีอายุระหว่าง 18-25 ปี เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง ทัศนคติอยู่ในระดับปริญญาตรีมากที่สุด มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ในส่วนการรับชมรายการด้านการเมืองทางโทรทัศน์ ส่วนใหญ่เปิดชมรายการโทรทัศน์มากกว่า 4 วันต่อสัปดาห์ ช่วงเวลาที่เปิดชมรายการโทรทัศน์ คือ 18.00-20.00 น. และ 21.00-24.00 น. ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่ผู้ชมจำนวนใกล้เคียงกัน ส่วนรายการที่สนใจนั้น ส่วนใหญ่สนใจติดตามชมรายการข่าว

โดยเฉพาะข่าวประจำวันและวิเคราะห์ข่าว มีการรับชมรายการการเมืองค่อนข้างบ่อยแต่ไม่ทุกวัน รายการการเมืองที่กลุ่มตัวอย่างสามารถเฝ้าเป็นชื่อแรก คือ รายการข่าวช่อง 7 สี ซึ่งมีจำนวนมากที่สุด และสถานีโทรทัศน์ที่ติดตามชมรายการด้านการเมืองมากที่สุด คือ ITV การศึกษาทัศนคติทางการเมืองพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อการเมืองในแง่บวก โดยภาพรวมมีความเข้าใจการเมืองค่อนข้างสูง การศึกษาความพึงพอใจที่ได้รับจากการเปิดชมรายการด้านการเมืองโทรทัศน์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อข้อมูลข่าวสารที่ได้รับเกิดการเรียนรู้ มีความรู้ทางการเมืองที่ใหม่ทันสมัยและมีผลกระทบกับวิถีของตนโดยตรง กลุ่มตัวอย่างสามารถทบทวนความรู้ทางการเมืองได้รับประโยชน์จากข้อมูลที่มีความถูกต้อง เชื่อถือได้ และสามารถนำไปใช้ประโยชน์ นอกจากนี้ยังได้เรียนรู้เรื่องการเมืองที่เข้าใจง่าย ไม่เครียด ให้ความเพลิดเพลินสนุกสนานเป็นการใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์

ศรีศรีรินทร์ อากาศ (2543) ศึกษาเรื่อง “การเปิดรับสาร การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจ รายการ “ถอดรหัส” ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร” ผลการวิจัยพบว่า การเปิดรับรายการ “ถอดรหัส” มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจ ต่อรายการ ความพึงพอใจมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ จากรายการลักษณะทางประชากรด้านการศึกษา และรายได้ มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับรายการลักษณะทางประชากรด้านการศึกษา และรายได้ มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อรายการ

ริติมา ปิยะศิริศิลป์ (2544) ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรม การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจของผู้ชมรายการสายตรงไอทีวี” พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจด้านเนื้อหารายการ ในเรื่องข่าวที่เสนออยู่ในความสนใจ ทนต่อเหตุการณ์มากที่สุด โดยมีความพึงพอใจระดับมาก ส่วนความพึงพอใจด้านการดำเนินรายการ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในด้านผู้ดำเนินรายการใช้คำถามได้ตรงประเด็นมากที่สุด โดยมีความพึงพอใจในระดับมาก ส่วนด้านการใช้ประโยชน์จากข่าวสาร กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้รับประโยชน์มากที่สุดในด้านการทราบข่าวสารความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ในสังคม โดยมีการใช้ประโยชน์ระดับมาก ลักษณะประชากรศาสตร์ในเรื่อง เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ และสถานภาพสมรส ไม่มีผลกับความพึงพอใจด้านเนื้อหารายการ และไม่มีผลกับความพึงพอใจโดยรวม ในขณะที่พฤติกรรมด้านความถี่ในการรับชม ระยะเวลาในการรับชม และพฤติกรรมการรับชม มีผลกับความพึงพอใจด้านเนื้อหารายการ

ญาณิศภาค กาญจนวิศิษฐ์ (2547) วิจัยเรื่อง กระบวนการสร้างความหมายและบทบาทวาทกรรมรายการนายกฯ ทักษิณ คุยกับประชาชน เป็นการศึกษาเพื่อค้นหาความหมายของวาทกรรมที่ปรากฏอยู่ในรายการนายกฯ ทักษิณ คุยกับประชาชน โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อวิเคราะห์เนื้อหาของวาทกรรมรายการนายกฯ ทักษิณ คุยกับประชาชน ผลการวิจัยสรุปได้ว่า ความหมายจากรายการนายกฯ ทักษิณ คุยกับประชาชนมี 5 ประเภท คือ การให้ข้อมูลอธิบายการสร้างความพัฒนาต่อประเทศ การชี้แจงแก้ต่าง การเล่าปัญหา การอบรมแนะนำ และการวิวาทะฝ่าย

ตรงข้าม โดยพบว่าทำให้ความหมายที่เกิดขึ้นได้ส่งผลต่อการสร้างอัตลักษณ์เชิงบวกของนายกฯ ทักษิณ โดยปฏิบัติการทางวาทกรรมประกอบด้วย กระบวนการผลิต ได้แก่ ผู้นำเสนอตัวบท ที่ใช้ตัวนายกฯ พูดด้วยตัวเอง การคัดเลือกประเด็นโดยมีที่มาจากเกณฑ์ด้านเนื้อหา เกณฑ์จากตัวบุคคล และเกณฑ์ด้านบริบท รูปแบบการสื่อสารที่เลือกใช้วิธีการนำเสนอแบบเล่าคนเดียว และกลุ่มเป้าหมายมุ่งเน้นการเข้าถึงประชาชนจำนวนมาก

นันทิดา โอฐกรรม (2547) ศึกษาเรื่อง “การเปิดรับข่าวสาร การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจรายการข่าวเช้าทางโทรทัศน์ของประชาชน ในเขตกรุงเทพมหานคร” ผลการวิจัยพบว่า ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร เปิดรับรายการข่าวภาคเช้าทางโทรทัศน์ในระดับสูง โดยชมรายการข่าวภาคเช้าทางโทรทัศน์เป็นประจำทุกวัน นอกจากนี้ยังได้นำเนื้อหาสาระจากรายการไปใช้ประโยชน์ในระดับสูง และมีความพึงพอใจต่อรายการในระดับสูงเช่นกัน ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า 1. การเปิดรับรายการข่าวภาคเช้าทางโทรทัศน์มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อรายการ 2. การใช้ประโยชน์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อรายการ 3. ลักษณะประชากรทางด้านเพศ อายุ อาชีพ และระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับรายการ 4. ลักษณะประชากรทางด้านเพศ อายุ อาชีพ และระดับการศึกษา และรายได้ มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากรายการ 5. ลักษณะประชากรทางด้านเพศ อายุ อาชีพ และระดับการศึกษา และรายได้ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อรายการ

อภิสิทธิ์ แซ่พู่ (2547) วิจัยเรื่อง “ทัศนคติของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการ นายกฯ ทักษิณคุยกับประชาชน” ซึ่งเป็นรายการที่เป็นเครื่องมือของรัฐบาลในการประชาสัมพันธ์ ทำหน้าที่ชี้แจง ให้ข้อมูลข่าวสารแก่ประชาชน รวมถึงเปิดโอกาสให้ประชาชนแสดงความคิดเห็นนั้น พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติโน้มเอียงไปในทางบวกต่อรายการ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผู้ชมรายการที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มีอาชีพรับราชการและเป็นพนักงานของรัฐ มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และมีรายได้อยู่ในช่วง 10,000-20,000 บาท/เดือน โดยผลวิจัยพบว่าปัจจัยด้านประชากรศาสตร์แตกต่างกันส่งผลต่อการมีทัศนคติที่แตกต่างกันด้วย

เพชร เพ็ชรสวัสดิ์ (2548) ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมการเปิดรับ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจของประชาชน ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อรายการข่าวภาคดึกทางสถานีโทรทัศน์ทั้ง 5 ช่อง (3, 5, 7, 9 และไอทีวี)” ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงและเพศชายใกล้เคียงกัน ซึ่งส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด มีอายุในช่วงต่าง ๆ เท่ากัน ส่วนใหญ่จะมีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพเป็นลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน ผลการวิจัยในส่วนของพฤติกรรม การเปิดรับรายการข่าวภาคดึก พบว่า สถานีโทรทัศน์ไอทีวี ได้รับความนิยมมากที่สุด และเปิดรับชม 3-4 วัน/สัปดาห์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ติดตามชมข่าวโดยตั้งใจดูเฉพาะหัวข้อข่าวที่น่าสนใจ และให้เหตุผลเพื่อติดตามข่าวสารประจำวัน สถานที่ในการรับชมข่าวภาคดึก ส่วนใหญ่จะชมที่บ้าน

ผลการวิจัยในส่วนของการใช้ประโยชน์จากข่าวสารที่ได้รับจากการชมรายการข่าวภาคดึกทางสื่อโทรทัศน์นั้น กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้เหตุผลว่าเพื่อทราบข่าวสาร และความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคมมากที่สุด รองลงมาเพื่อเพิ่มพูนความรู้ ส่วนการใช้ประโยชน์น้อยที่สุดในกลุ่มนี้คือ เพื่อให้เกิดความบันเทิงและเพลิดเพลิน แต่การใช้ประโยชน์จากข่าวสารโดยรวม อยู่ในระดับนำไปใช้ประโยชน์ได้มาก

อรุณี แดงพันธ์ (2548) การศึกษาวิจัยเรื่อง “การสำรวจความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ของผู้ฟังกรุงเทพมหานครและปริมณฑลจากรายการของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย เครือข่าย 2 (เอ.เอ็ม. 819 กิโลเฮิร์ต) “มีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาถึงลักษณะทางประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการเปิดรับฟัง ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ของกลุ่มผู้ฟังรายการของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย เครือข่าย 2 (เอ.เอ็ม. 819 กิโลเฮิร์ต) โดยศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้และอาชีพกับความพึงพอใจที่มีต่อรายการและการใช้ประโยชน์จากรายการของกลุ่มผู้ฟัง

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 46-60 ปี จบการศึกษาในระดับประถมศึกษา เป็นผู้เกษียณอายุงาน พ่อบ้านแม่บ้าน และเจ้าของกิจการ โดยมีรายได้ระหว่าง 5,000-10,000 บาทต่อเดือน

ส่วนพฤติกรรมในการเปิดรับฟังรายการโดยทั่วไปนั้นพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับฟังรายการทุกวัน วันละ 1-2 ชั่วโมง ช่วงเวลาที่รับฟังรายการมากที่สุดคือ เวลา 20.31-23.00 น. ทั้งในวันจันทร์-ศุกร์ และวันเสาร์-อาทิตย์ ส่วนใหญ่รับฟังรายการคนเดียวในขณะที่อยู่บ้าน โดยฟังกลับไปมา กับคลื่นอื่น และมีเหตุผลในการเลือกรับฟังคือ เปิดรับฟังเอง

ในด้านความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อรายการของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย เครือข่าย 2 (เอ.เอ็ม. 819 กิโลเฮิร์ต) นั้น พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจรายการประเภทต่าง ๆ ในระดับปานกลาง

โถมฉาย พูใจ (2550) ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมการเปิดรับ ความพึงพอใจ และทัศนคติของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการคนค้นคน” ผลการวิจัยพบว่าด้านความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์ ซึ่งได้แก่ เพศและระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ มีเพียงอายุ อาชีพ และรายได้ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการด้านความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์ ซึ่งได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ และรายได้ ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อรายการ ยกเว้นระดับการศึกษาที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อรายการด้านความสัมพันธ์ระหว่าง พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการกับความพึงพอใจพบว่า พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ คือ ความถี่ในการรับชม และระยะเวลาในการเปิดรับชมของ

ประชาชนนั้น มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ชมรายการ กล่าวคือ ประชาชนที่มีความถี่และระยะเวลาในการเปิดรับชมรายการมาก ก็จะมี ความพึงพอใจมากขึ้นไปด้วย

คุณศร กู้เกียรติพันธ์ (2552) วิจัยเรื่อง “การศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชมรายการคุยคุ้ยข่าว ในเขตกรุงเทพมหานคร” มีวัตถุประสงค์เพื่อทราบลักษณะทางประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการรับชมรายการ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจของผู้ชมรายการคุยคุ้ยข่าวในเขตกรุงเทพมหานคร รวมทั้งความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ชมกับพฤติกรรมการรับชมรายการคุยคุ้ยข่าว ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ชมกับการใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจของผู้ชมรายการคุยคุ้ยข่าว พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คือ เป็นเพศหญิง อยู่ในช่วงอายุ 24-31 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรีมากที่สุด มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/ห้างร้าน/ธนาคาร และมีรายได้ระหว่าง 5,001-10,000 บาท ส่วนพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการคุยคุ้ยข่าวของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คือ ชมรายการคุยคุ้ยข่าว ชมบ้าง (3-4 ครั้ง/สัปดาห์) โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชมรายการช่วงเวลาวัน จันทร์-ศุกร์ เวลา 21.30-22.00 น. และใช้ระยะเวลาในการเปิดรับชมรายการคุยคุ้ยข่าว (วันจันทร์-ศุกร์) ประมาณ 20 นาที เหตุผลสำคัญที่เลือกชมรายการคือ เพื่อต้องการติดตามข่าวสารประจำวัน การใช้ประโยชน์จากการชมรายการคุยคุ้ยข่าว กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้ประโยชน์จากรายการเพื่อติดตามข่าวสารประจำวัน รองลงมาคือ ทราบความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ภายในสังคม และทราบข้อเท็จจริงของเหตุการณ์ และปัญหาในสังคมมากขึ้น ส่วนความพึงพอใจจากการชมรายการคุยคุ้ยข่าว แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ ด้านเนื้อหารายการ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจเรื่องข่าวที่เสนออยู่ในความสนใจทันต่อเหตุการณ์ ส่วนด้านการดำเนินรายการ กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในเรื่องความเป็นกันเองของผู้ดำเนินรายการ และเห็นว่าผู้ดำเนินรายการมีบุคลิกน่าเชื่อถือ ภาษาที่ใช้เข้าใจง่าย โดยไม่ต้องตีความและลีลาในการดำเนินรายการ

จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการรับชมส่วนใหญ่ไม่แตกต่างกัน มีเพียงสองเรื่องที่มีความแตกต่างกันคือ ความถี่ในการเปิดรับชม และบุคคลที่รับชมรายการด้วย สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ อาชีพ และรายได้แตกต่างกัน ส่วนใหญ่จะมีพฤติกรรมการรับชมรายการแตกต่างกัน และ กลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน จะมีการใช้ประโยชน์จากรายการคุยคุ้ยข่าวแตกต่างกันเกือบทุกข้อ โดยเฉพาะผู้ชมที่มีการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกัน จะมีการใช้ประโยชน์แตกต่างกันมากที่สุด ส่วนผู้ชมที่มี เพศและอายุแตกต่างกัน จะมีการใช้ประโยชน์จากรายการคุยคุ้ยข่าวแตกต่างกัน และผลการวิจัยพบว่า ผู้ชมที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจต่อ

รายการคู้ยข้าวแตกต่างกัน ส่วนพฤติกรรมมารับชม พบว่า พฤติกรรมมารับชมรายการคู้ยข้าวแตกต่างกัน จะมีการใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจต่อรายการคู้ยข้าวแตกต่างกัน

สินีนากู สีสรรค์ (2552) ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมกาเปิดรับชมด้วยคามพึงพอใจของผู้ชมในกรุงเทพมหานคร” โดยมีวัตถุประสงค์การวิจัย 1. เพื่อศึกษาลักษณะประชากรของผู้ชมในกรุงเทพมหานครต่อคามพึงพอใจที่รับชมละครโทรทัศน์หลังข่าว 2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมกาเปิดรับและความสนใจของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อละครโทรทัศน์หลังข่าว 3. เพื่อศึกษาเนื้อหาและวิธีการนำเสนอ ในละครโทรทัศน์หลังข่าวผลวิจัยพบว่า ประชากรผู้รับชมละครโทรทัศน์หลังข่าวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงที่ชื่นชอบละครแนวรักโรแมนติก และตลกเบาสมอง โดยเลือกรับชมละครจากสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสี ช่อง 3 เพราะสนใจความสามารถในการแสดงของนักแสดงนำจากละคร มีความสนใจเครื่องแต่งกายของนักแสดงเพราะเครื่อง แต่งกายมีความเหมาะสมกับบทบาทที่ได้รับ และสนใจเพลงประกอบละคร เพราะเนื้อหาของเพลงจดจำได้ง่าย และเนื้อหาของเพลงเป็นที่พอใจผู้ชมในช่วงนั้น

จุฑารัตน์ กระสุยานนท์ (2554) การวิจัยเรื่อง “คามพึงพอใจของผู้ชมรายการในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อผู้ดำเนินรายการอาหารทางโทรทัศน์” กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ที่รับชมรายการอาหารทางโทรทัศน์ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร อายุ 20 ปีขึ้นไป โดยสุ่มตัวอย่างทั้งสิ้นจำนวน 400 คน ซึ่งผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีระดับพฤติกรรมกา รับชมรายการอาหารทางโทรทัศน์ในระดับน้อย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อความบันเทิงมากที่สุด โดยลักษณะการรับชมรายการอาหารทางโทรทัศน์จะรับชมกับครอบครัวมากที่สุด และมีพฤติกรรมกา รับชมรายการอาหารทางโทรทัศน์แบบเป็นช่วง ๆ ไม่ต่อเนื่องตลอดรายการมากที่สุด

1. กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยต่อคุณลักษณะที่มีความน่าเชื่อถือของผู้ดำเนินรายการอาหารทางโทรทัศน์ในระดับมาก โดยกลุ่มตัวอย่างให้คุณลักษณะของผู้ดำเนินรายการอาหารทางโทรทัศน์ที่มีความน่าเชื่อถือมากที่สุดว่า “ผู้ดำเนินรายการอาหารทางโทรทัศน์มีความรู้ในด้านอาหารเป็นอย่างดี” และ “ผู้ดำเนินรายการอาหารทางโทรทัศน์มีชีวิตชีวาไม่น่าเบื่อ” รองลงมาคือ “ผู้ดำเนินรายการอาหารทางโทรทัศน์มีความชำนาญในการทำอาหารเป็นอย่างดี”

2. กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อผู้ดำเนินรายการอาหารทางโทรทัศน์รายการอาหารทางโทรทัศน์โดยรวมในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจในคุณลักษณะที่ว่า “พูดจาชัดเจน” “มีการแต่งกายที่สะอาดเรียบร้อย” และ “มีความกระฉับกระเฉงในการดำเนินรายการ” มากที่สุด รองลงมาคือ “สามารถให้รายละเอียดในเรื่องอาหารได้อย่างถูกต้อง”

3. ลักษณะทางประชากร ได้แก่ อายุและอาชีพของผู้ชมรายการอาหารทางโทรทัศน์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกาเปิดรับชมรายการอาหารทางโทรทัศน์ อีกทั้งลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศและอาชีพของผู้ชมรายการอาหารทางโทรทัศน์มีความสัมพันธ์กับการให้คุณลักษณะที่มี

ความน่าเชื่อถือของผู้ดำเนินรายการอาหารทางโทรทัศน์ และลักษณะทางประชากร ได้แก่ อาชีพ ระดับการศึกษาและรายได้ของผู้ชมรายการอาหารทางโทรทัศน์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อผู้ดำเนินรายการอาหารทางโทรทัศน์

4. พฤติกรรมการเปิดรับของผู้ชมรายการอาหารทางโทรทัศน์ไม่มีความสัมพันธ์กับความน่าเชื่อถือที่มีต่อผู้ดำเนินรายการอาหารทางโทรทัศน์ และความพึงพอใจที่มีต่อผู้ดำเนินรายการอาหารทางโทรทัศน์

5. ความน่าเชื่อถือที่มีต่อผู้ดำเนินรายการอาหารทางโทรทัศน์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อผู้ดำเนินรายการอาหารทางโทรทัศน์ในเชิงบวก

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 26-33 ปี มีรายได้ต่อเดือน จำนวน 10,001-20,000 บาท มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท/ห้างร้านเอกชนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับชมรายการข่าวทางสถานีโทรทัศน์สี กองทัพบกช่อง 7 โดยรับชมบ่อย (5-6 วัน/สัปดาห์) ส่วนใหญ่รับชมรายการข่าวทางสถานีโทรทัศน์สี กองทัพบกช่อง 7 ในช่วงเวลาเย็น (14.01-18.00 น.) รองลงมาคือ ช่วงเวลาค่ำ (18.01-22.00 น.) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความเห็นต่อเหตุผลด้านบุคคลในการเปิดรับชมอยู่ในระดับมาก มีเหตุผลด้านองค์ประกอบในเชิงคุณภาพของรายการข่าวอยู่ในระดับมากกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อประเภทรายการข่าวอยู่ในระดับชอบปานกลาง มีความพึงพอใจต่อศิลปะการผลิตรายการอยู่ในระดับชอบมาก มีความพึงพอใจต่อวิธีการนำเสนออยู่ในระดับชอบปานกลาง และมีความพึงพอใจต่อผู้ประกาศข่าวอยู่ในระดับชอบมาก

จากผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ได้แก่ เพศ, อายุ, ระดับการศึกษา, อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกัน จะมีเหตุผลด้านบุคคลในการรับชมรายการข่าวภาคค่ำทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 แตกต่างกัน กลุ่มตัวอย่างมีเหตุผลในการรับชมรายการข่าวภาคค่ำกับพฤติกรรมการรับชมรายการข่าวภาคค่ำ ทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 กับประเภทข่าวต่าง ๆ มีความสัมพันธ์กันและพบว่า พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการข่าวภาคค่ำมีความสัมพันธ์กับ ความพึงพอใจในรายการข่าวภาคค่ำทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7

เกณธ์สิทธิ์ กัณธจันทร์ (2555) การทำวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมการเปิดรับชมและความพึงพอใจที่มีต่อข่าวภาคค่ำช่วงที่ 1 ทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร” การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ 3 ประการ คือ 1. เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่เลือกรับชมรายการข่าวภาคค่ำทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการข่าวภาคค่ำทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร และ 3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจต่อการรับชมรายการข่าวภาคค่ำทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 26-33 ปี มีรายได้ต่อเดือน จำนวน 10,001-20,000 บาท มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และส่วนใหญ่ส่วนประกอบอาชีพพนักงานบริษัท/ห้างร้านเอกชน

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับชมรายการข่าวทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 โดยรับชมบ่อย (5-6 วัน/สัปดาห์) ส่วนใหญ่รับชมรายการข่าวทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ในช่วงเวลาเย็น (14.01-18.00 น.) รองลงมาคือ ช่วงเวลาค่ำ (18.01-22.00 น.)

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความเห็นต่อเหตุผลด้านบุคคลในการเปิดรับชมอยู่ในระดับมาก มีเหตุผลด้านองค์ประกอบในเชิงคุณภาพของรายการข่าวอยู่ในระดับมาก

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อประเภทของรายการข่าวอยู่ในระดับชอบปานกลาง มีความพึงพอใจต่อศิลปะการผลิตรายการอยู่ในอยู่ในระดับชอบมาก มีความพึงพอใจต่อวิธีการนำเสนออยู่ในระดับชอบปานกลางและมีความพึงพอใจต่อผู้ประกาศข่าวอยู่ในระดับชอบมาก

จากผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกัน จะมีเหตุผลด้านบุคคลในการรับชมจากรายการข่าวภาคค่ำทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

กลุ่มตัวอย่างมีเหตุผลในการรับชมรายการข่าวภาคค่ำกับพฤติกรรมการรับชมรายการข่าวภาคค่ำ ทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 กับประเภทข่าวต่าง ๆ มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในรายการข่าวภาคค่ำของสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 กับพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการข่าวภาคค่ำ มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

สุภวัฒน์ สงวนนาม (2557) วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกรับชมรายการข่าวของสถานีโทรทัศน์ของ ผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร โดยศึกษาคุณลักษณะทางประชากรของผู้ชมรายการข่าวของสถานีโทรทัศน์ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครพฤติกรรมการเลือกรับชมรายการข่าวของสถานีโทรทัศน์ของประชากร ปัจจัยที่สำคัญในการเลือกรับชมรายการข่าวในประเด็นเนื้อหาของข่าวและพิธีกรหรือผู้ประกาศข่าวในรายการข่าวของสถานีโทรทัศน์ และความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเลือกรับชมรายการข่าวของสถานีโทรทัศน์โดยจำแนกตามข้อมูลพื้นฐานของประชากร โดยผลการวิจัย พบว่ากลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุอยู่ระหว่าง 26-35 ปี มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระหว่าง 15,001-20,000 บาท โดยเปิดรับชมรายการข่าวทุกวัน และชมรายการข่าวเป็นการใช้เวลาให้เป็นประโยชน์ โดยนำเรื่องที่ตรงกับความสนใจของตนเอง เป็นหัวข้อสนทนาในสังคม นอกจากนี้ ประเด็น

เนื้อหาของข่าวที่ผู้ชมให้ความสำคัญมากที่สุดคือ มีความทันสมัย หรือมีความสด ทันต่อเหตุการณ์ของข่าวที่น่าเสนอ ส่วนประเด็นของพิธีกรหรือผู้ดำเนินรายการ ที่ผู้ชมให้ความสำคัญมากที่สุด คือ พิธีกรหรือผู้ดำเนินรายการที่สามารถทำให้รายการ ดำเนินไปด้วยความน่าสนใจ

เอกสารอื่น ๆ

อริสรา กำธรเจริญ (2545) วิจัยเรื่อง “คุณสมบัติของผู้ดำเนินรายการตอบปัญหาวิชาการทางโทรทัศน์” ผลการวิจัยพบว่า คุณสมบัติที่ดีของผู้ดำเนินรายการตอบปัญหาวิชาการประกอบด้วยปัจจัย 5 ประการ คือ 1. ปัจจัยด้านความเชื่อและทัศนคติ ผู้ดำเนินรายการต้องเป็นมีความจริงใจ มีความยุติธรรม เป็นตัวของตัวเอง มีทัศนคติที่ดีต่องาน ตลอดจนต้องเป็นผู้ที่มีบุคลิกน่าเชื่อถือ 2. ปัจจัยด้านบุคลิกภาพ ผู้ดำเนินรายการ ต้องมีความคล่องแคล่ว กระตือรือร้นใช้อารมณ์ขันได้อย่างเหมาะสม มีมนุษยสัมพันธ์ดี มีรูปร่างหน้าตาดี 3. ปัจจัยด้านความรู้ ผู้ดำเนินรายการจำเป็นต้องมีพื้นฐานการศึกษาดี รวมทั้งต้องเป็นผู้ที่มีไหวพริบปฏิภาณ สามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้เป็นอย่างดี 4. ปัจจัยด้านทักษะการสื่อสาร ผู้ดำเนินรายการต้องเป็นผู้ที่พูดจาชัดเจน ถูกต้องตามอักขรวิธี มีน้ำเสียงน่าฟัง รู้จักการใช้ระดับเสียงที่แตกต่างกัน 5. ปัจจัยด้านความเข้าใจต่อระบบสังคมและวัฒนธรรม เพื่อให้การแสดงออกของผู้ดำเนินรายการสอดคล้องกับค่านิยมของคนในสังคม

อิทธิเดช สุพงษ์ (2553) ศึกษาเรื่อง การสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ นายกรัฐมนตรี ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารทางการเมือง พบว่า นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ เป็นผู้ส่งสารทางการเมืองที่มีความสมบูรณ์แบบทั้งฐานะครอบครัว การศึกษา บุคลิกภาพ หน้าตา แต่ยังมีจุดอ่อนคือ ขาดประสบการณ์ในการบริหาร ขาดความเด็ดขาด มีความเชื่อมั่นในตนเองสูง ทีมงานด้านสื่อสารขาดความชำนาญ โดยในภาพรวมยังไม่สามารถครองใจคน โดยเฉพาะประชาชนในระดับรากหญ้า ซึ่งเป็นคนส่วนใหญ่ของประเทศได้ ดังนั้น การสื่อสารของนายอภิสิทธิ์ฯ จึงได้นำเสนอสาร “ประชาชนต้องมาก่อน” ที่เปรียบเสมือน Key Message หลัก โดยยึดประชาชนเป็นจุดขาย ผ่านนโยบายและโครงการต่าง ๆ ของรัฐบาล โดยอาศัยยุทธศาสตร์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ด้วยการใช้เครื่องมือสื่อสารในหลากหลายรูปแบบ แต่ยังคงขาดการวางแผนและบริหารการใช้สื่อที่มีประสิทธิภาพ จึงทำให้สื่อถูกนำไปใช้เพื่อการตอบโต้ทางการเมือง เพื่อค้นหาความหมายของวาทกรรมที่ปรากฏอยู่ในรายการนายกฯ ทักษิณ คู่กับประชาชน ศึกษากระบวนการสร้างวาทกรรม และวิเคราะห์บทบาทของปฏิบัติการทางวาทกรรมในรายการดังกล่าว โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อวิเคราะห์เนื้อหาของวาทกรรมรายการนายกฯ ทักษิณ คู่กับประชาชน รวมทั้งใช้วิธีการสัมภาษณ์เจาะลึกผู้ผลิตรายการโดยนำแนวคิดเรื่องการวิเคราะห์วาทกรรม, สัญญาวิทยา, การสร้างความชอบธรรมทางการเมือง, โน้มน้าวใจ, แนวคิดเรื่องภาพลักษณ์ และแนวคิดเรื่องอุดมการณ์ มาเป็นกรอบในการวิเคราะห์ ผลการวิจัยสรุปได้ว่า ความหมายจากรายการนายกฯ ทักษิณ คู่กับประชาชนมี 5 ประเภท คือ การให้ข้อมูลอธิบายการสร้างพัฒนาต่อประเทศ การชี้แจงแก้ต่าง การเล่าปัญหา

การอบรมแนะนำ และการวิวาทะฝ่ายตรงข้าม โดยพบว่าการให้ความหมายที่เกิดขึ้นได้ส่งผลต่อการสร้างอัตลักษณ์เชิงบวกของนายกฯ ทักษิณ รวมทั้งส่งผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างผู้สร้างวาทกรรมต่อประชาชนและฝ่ายตรงข้ามผู้ถูกอ้างอิงเพื่อนำไปสู่การสร้าง ความชอบธรรมต่ออำนาจการปกครอง โดยปฏิบัติการทางวาทกรรมประกอบด้วย กระบวนการผลิต ได้แก่ ผู้นำเสนอตัวบท ที่ใช้ตัวนายกฯ พูดด้วยตัวเอง การคัดเลือกประเด็นโดยมีที่มาจากเกณฑ์ด้านเนื้อหา เกณฑ์จากตัวบุคคล และเกณฑ์ด้านบริบท รูปแบบการสื่อสารที่เลือกใช้วิธีการนำเสนอแบบเล่าคนเดียว และกลุ่มเป้าหมาย มุ่งเน้นการเข้าถึงประชาชนจำนวนมาก เน้นที่กลุ่มประชาชนระดับกลางไปจนถึงระดับรากหญ้าประชาชนในภูมิภาค ส่วนกระบวนการบริโภค ได้แก่ การแพร่กระจายของวาทกรรม ได้เลือกใช้ช่องทางวิทยุในช่วงเวลาที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย และลักษณะการนำเสนอที่ไม่ทางการ

พรหมธิดา ทิพยานนท์ (2553) ศึกษาเรื่องรูปแบบการบริหารการจัดการรายการ “รัฐบาลยิ่งลักษณ์พบประชาชน” ผู้วิจัยใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ผลการศึกษาพบว่า รายการ “รัฐบาลยิ่งลักษณ์พบประชาชน” จัดทำขึ้นเพื่อใช้เป็นโอกาสประชาสัมพันธ์ผลงานของรัฐบาลเพื่อให้เกิดความเชื่อมั่น ไว้วางใจรัฐบาลในการบริหารประเทศ รวมถึงสร้างความนิยม สำหรับขั้นตอนการทำงาน มีการตั้งทีมงานขึ้นมาเพื่อช่วยในการวางแผนบริหารจัดการ ให้ออกมามีประสิทธิภาพมากที่สุด โดยรูปแบบรายการที่นายกรัฐมนตรีสื่อสารโดยตรงคนเดียว จำเป็นต้องมีความน่าเชื่อถือ ด้วยบทบาทสถานะผู้นำของประเทศ โดยลักษณะเด่นในการนำเสนอข้อมูลคือ การสร้างความน่าเชื่อถือด้วยการอ้างหลักฐาน ข้อมูลชัดเจน อีกทั้งยังปรับข้อมูลให้เป็นภาษาที่ประชาชนทั่วไปเข้าใจง่าย มีลักษณะการใช้ภาษาแบบกึ่งทางการ เพื่อให้ดูน่าเชื่อถือแต่ไม่เคร่งเครียดจนเกินไป และเนื่องจากนางสาวยิ่งลักษณ์ ยังขาดทักษะการสื่อสารที่น่าเชื่อถือ ไม่ชำนาญวาทกรรมทางการเมือง น้ำเสียงจึงราบเรียบและมีพูดผิดพลาดในบางครั้ง

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การเปิดรับ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดระเบียบวิธีวิจัยตามหัวข้อต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. รูปแบบการวิจัย
2. ประชากรและการสุ่มตัวอย่าง
3. ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย
4. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
5. การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
6. การเก็บรวบรวมข้อมูล
7. กำหนดการวัดค่าตัวแปรในการวิจัย
8. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล
9. การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 รูปแบบการวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ในรูปแบบของการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยมีแบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล

3.2 ประชากรและการสุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไป ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร และเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” โดยการกำหนดกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย ผู้วิจัยใช้สูตรคำนวณของ ทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane) ในการหาขนาดกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยกำหนดระดับความเชื่อมั่นเท่ากับร้อยละ 95 และกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างยอมรับได้ไม่น้อยกว่าร้อยละ 5 หรือที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

3.3 จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ศึกษาครั้งนี้ คือ ประชากรในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุ 18 ปี ขึ้นไปและอาศัยอยู่ในพื้นที่เขตปกครอง 50 เขต ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 4,073,779 คน (สำนักสถิติแห่งชาติ, 2559) นำมาคำนวณหาจำนวนกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

สูตรการหาจำนวนกลุ่มตัวอย่างของ Yamane

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

เมื่อ n = จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

N = จำนวนประชากรในที่นี้ คือ ประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

e = ค่าความคลาดเคลื่อนระหว่างค่าเฉลี่ยของตัวอย่าง และค่าเฉลี่ยของประชากร

การศึกษานี้ประชากรที่ต้องการศึกษามีจำนวน 4,073,779 คน โดยผู้วิจัยกำหนดระดับความเชื่อมั่นเท่ากับร้อยละ 95 และกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างยอมรับได้ไม่น้อยกว่าร้อยละ 5 หรือที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังนี้

$$\begin{aligned} n &= \frac{4,073,779}{1.4,073,779(0.05)^2} \\ &= 399.92 \end{aligned}$$

ดังนั้น การศึกษานี้ผู้ศึกษาจึงกำหนดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน

3.4 การเลือกตัวอย่าง

ในการเลือกกลุ่มตัวอย่างชาวกรุงเทพมหานครที่เป็นตัวแทนในการศึกษานี้ ผู้วิจัยจะเลือกกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยใช้การสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบผสมผสาน (Multi-Stage Sampling) โดยใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบความน่าจะเป็น (Probability Sampling) และไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) โดยใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบกลุ่ม (Cluster Sampling) เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่มีคุณสมบัติที่ต้องการ

ขั้นตอนที่ 1 การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบกลุ่ม (Cluster Sampling) โดยการแบ่งกลุ่มตัวอย่างเป็นกลุ่มและคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างเพื่อการวิจัยในอัตราส่วน 20% ในการกำหนดกลุ่มตัวอย่างการวิจัย โดยมีรายละเอียดดังนี้

กรุงเทพมหานคร ประกอบไปด้วยเขตการปกครองรวม 50 เขต ได้แก่

- | | | |
|-------------------|-------------------------|-------------------|
| 1. เขตพระนคร | 2. เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย | 3. เขตปทุมวัน |
| 4. เขตสัมพันธวงศ์ | 5. เขตบางรัก | 6. เขตยานนาวา |
| 7. เขตสาทร | 8. เขตบางคอแหลม | 9. เขตดุสิต |
| 10. เขตบางซื่อ | 11. เขตพญาไท | 12. เขตราชเทวี |
| 13. เขตห้วยขวาง | 14. เขตพระโขนง | 15. เขตประเวศ |
| 16. เขตคลองเตย | 17. เขตบางเขน | 18. เขตดอนเมือง |
| 19. เขตจตุจักร | 20. เขตบางกะปิ | 21. เขตลาดพร้าว |
| 22. เขตบึงกุ่ม | 23. เขตหนองจอก | 24. เขตมีนบุรี |
| 25. เขตลาดกระบัง | 26. เขตธนบุรี | 27. เขตคลองสาน |
| 28. เขตบางกอกน้อย | 29. เขตบางพลัด | 30. เขตบางกอกใหญ่ |
| 31. เขตภาษีเจริญ | 32. เขตบางขุนเทียน | 33. เขตจอมทอง |
| 34. เขตตลิ่งชัน | 35. เขตราชบุรีบูรณะ | 36. เขตหนองแขม |
| 37. เขตดินแดง | 38. เขตสวนหลวง | 39. เขตคันนายาว |
| 40. เขตสะพานสูง | 41. เขตวังทองหลาง | 42. เขตสายไหม |
| 43. เขตหลักสี่ | 44. เขตคลองสามวา | 45. เขตวัฒนา |
| 46. เขตบางแค | 47. เขตบางนา | 48. เขตทวีวัฒนา |
| 49. เขตทุ่งครุ | 50. เขตบางบอน | |

(ที่มา : กระทรวงมหาดไทย, 2559)

ขั้นตอนที่ 2 การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง สุ่มแบบง่าย (Simple Random Sampling) ผู้วิจัยใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างการสุ่มแบบง่าย โดยการจับสลากเพื่อเลือกเขตที่จะทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างและทำการหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างในเขตโดยวิธีแบ่งตามสัดส่วน (Proportion) ของประชากรในแต่ละเขต ผู้วิจัยได้สุ่มคัดเลือกเขตปกครองตามที่กำหนดอัตราส่วน 20% ให้ได้เขตกลุ่มตัวอย่าง 10 เขต จากทั้งหมด 50 เขตโดยกลุ่มตัวอย่างจากจำนวนกลุ่มประชากรในแต่ละเขตใช้วิธีกำหนดอัตราส่วน (Quota Sampling) โดยใช้สูตรโดยจำนวนกลุ่มตัวอย่างดังแสดงในตารางที่ 3.1

$$\frac{\text{จำนวนประชากรในแต่ละเขต}}{\text{จำนวนประชากรที่เลือกกรม}} \times 100$$

ตารางที่ 3.1

แสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่างของประชากรในแต่ละเขต

ลำดับ	เขต	จำนวนประชากรที่ อายุ 18 ปีขึ้นไป	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
1.	เขตพระนคร	44,866	5.53	22
2.	เขตปทุมวัน	43,347	5.34	21
3.	เขตดินแดง	104,120	12.82	51
4.	เขตหลักสี่	88,685	10.92	44
5.	เขตวังทองหลาง	91,173	11.23	45
6.	เขตวัฒนา	72,152	8.89	36
7.	เขตบางนา	78,532	9.67	38
8.	เขตบางกอกน้อย	98,720	12.16	49
9.	เขตมีนบุรี	107,717	13.27	53
10.	เขตบางบอน	82,692	10.18	41
	รวม	812,004	100.00	400

หมายเหตุ. จาก สำนักงานสถิติแห่งชาติ (เดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2559)

ขั้นตอนที่ 4 การสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลตามเขตที่กำหนดทั้ง 10 เขต บริเวณแหล่งชุมชน เช่น ห้างสรรพสินค้า สถานที่ทำงาน สถานศึกษา สถานที่ราชการ วัด ตลาดสด ร้านสะดวกซื้อ เนื่องจากสถานที่ดังกล่าวประกอบด้วยบุคคลหลากหลายสถานภาพและอาชีพ จำนวน 400 ตัวอย่าง โดยจะสอบถามกลุ่มตัวอย่างที่ได้รับการเลือก (Screening Test) ก่อนการเก็บข้อมูล ว่ากลุ่มตัวอย่างเคยรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” หรือไม่ และจะเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เคยรับชมรายการนี้มาก่อนเท่านั้น

3.5 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

จากสมมติฐานที่ผู้วิจัยได้กำหนดไว้ 3 ข้อ มีดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมความบ่อยครั้งในการรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” แตกต่างกัน

- ตัวแปรต้น ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ, อายุ, การศึกษา, อาชีพและรายได้

- ตัวแปรตาม พฤติกรรมการรับชมรายการคืนความสุขให้คนในชาติ

สมมติฐานที่ 2: พฤติกรรมความบ่อยครั้งในการรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ”

- ตัวแปรต้น พฤติกรรมการรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” ได้แก่ ความบ่อยครั้ง (ความถี่)

- ตัวแปรตาม การใช้ประโยชน์จากรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ”

สมมติฐานที่ 3: พฤติกรรมความบ่อยครั้งในการรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ”

- ตัวแปรต้น พฤติกรรมการรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” ได้แก่ ความบ่อยครั้ง (ความถี่)

- ตัวแปรตาม ความพึงพอใจต่อรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ”

3.6 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือในการเก็บรวบรวมในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถามชนิดให้กลุ่มตัวอย่างกรอกคำตอบเอง (Self-Administered Questionnaire) ซึ่งประกอบด้วยคำถามปลายปิด (Closed-Ended Question) และคำถามปลายเปิด (Open-Ended Question) แบ่งออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ เป็นคำถามปลายปิดแบบเลือกตอบ (Check List) จำนวน 4 ข้อ โดยตัวแปรเพศและอาชีพ เป็นการวัดในระดับนามบัญญัติ (Nominal Scale) ส่วนตัวแปรระดับการศึกษา รายได้ อายุ เป็นการวัดในระดับอันดับ (Ordinal Scale) รวมข้อคำถามในส่วนที่ 1 นี้ทั้งสิ้น 5 ข้อ

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” ซึ่งประกอบด้วยข้อคำถามในการวัดความถี่ในการชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” ใน 1 เดือน

เป็นคำถามปลายปิดแบบเลือกตอบ (Check List) จำนวน 1 ข้อ เป็นการวัดในระดับอันดับ (Ordinal Scale)

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์หลังจากการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” เป็นคำถามปลายปิดแบบประเมินค่า (Rating Scale) ประกอบด้วยข้อคำถามเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์หลังการชมรายการคืนความสุขให้คนในชาติ

ส่วนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจที่มีต่อรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” เป็นคำถามปลายปิดแบบประเมินค่า (Rating Scale) ประกอบด้วยข้อคำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจที่มีต่อรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ”

ส่วนที่ 5 สอบถามข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงและพัฒนา ลักษณะเป็นคำถามปลายเปิด

3.7 การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้ ได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย ผู้วิจัยจะมีการทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อถือได้ (Reliability) ของแบบสอบถามก่อนการเก็บข้อมูลจริงดังต่อไปนี้

1. การทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามให้อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ เป็นผู้พิจารณาตรวจสอบในด้านความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) การใช้ภาษา และความเที่ยงตรงทางด้านโครงสร้าง (Construct Validity) ตลอดจนความครบถ้วนของประเด็นคำถาม เพื่อปรับปรุงให้ถูกต้องสมบูรณ์ตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้มากที่สุด จากนั้นนำแบบสอบถามไปทำการทดสอบก่อนนำไปใช้จริง (Pre-test) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 25 คน แล้วนำมาหาค่าความเชื่อถือได้ของแบบสอบถามต่อไป

2. การทดสอบความเชื่อถือได้ (Reliability) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถาม 25 ชุดไปทดสอบก่อนก่อนนำไปใช้จริง เพื่อความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม ซึ่งในการทดสอบหาค่าความน่าเชื่อถือ นั้น จะเลือกคำนวณเฉพาะส่วนของแบบสอบถามที่สามารถนำมาตีเป็นคะแนนได้โดยใช้วิธีสัมประสิทธิ์แบบอัลฟา (Alpha-Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach)

$$\alpha = \frac{n [1 - \sum si^2]}{n - 1}$$

เมื่อ α = ค่าสัมประสิทธิ์ของความน่าเชื่อถือของเครื่องมือที่ใช้ในการวัด

$\sum si$ = ผลรวมของความแปรปรวนของคะแนนที่วัดได้ในแต่ละข้อ

n = จำนวนข้อคำถามหรือจำนวนรายการทั้งหมดที่ใช้วัด

คำถามเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” ได้ค่าอัลฟาเท่ากับ 0.756

คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” ได้ค่าอัลฟาเท่ากับ 0.974

ในการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามนั้น ค่าความเชื่อมั่นจะต้องมีค่าไม่ต่ำกว่า 0.70 จะถือว่าข้อคำถามนั้นเชื่อถือได้ ดังนั้นในส่วนของการทดสอบความน่าเชื่อถือของแบบสอบถามนี้มีค่าอัลฟามากกว่า 0.70 จึงถือได้ว่ามีความน่าเชื่อถือ และสามารถนำไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างได้จริง

3.8 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ออกทำการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งด้วยตนเองและโดยอาศัยผู้ช่วยในบริเวณ โดยใช้วิธีการแจกแบบสอบถามชนิดให้กลุ่มตัวอย่างกรอกคำตอบเอง (Self-Administered) ในช่วงเดือน กุมภาพันธ์-มีนาคม พ.ศ.2559 โดยได้แจกแบบสอบถามเกินจากจำนวนที่ได้กำหนดไว้ 400 ชุด เพื่อสามารถนำมาตัดแบบสอบถามที่จะนำมาวิเคราะห์ข้อมูล จำนวน 400 ชุด

3.9 กำหนดการวัดค่าตัวแปรในการวิจัย

การวัดตัวแปรปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์

ผู้วิจัยจะแบ่งข้อมูลเป็นกลุ่ม ๆ ในตัวแปรที่ประกอบเป็นปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ ดังต่อไปนี้

1. เพศของกลุ่มตัวอย่าง แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่
 - กลุ่มที่ 1 เพศชาย
 - กลุ่มที่ 2 เพศหญิง
2. อายุของกลุ่มตัวอย่าง แบ่งออกเป็น 5 กลุ่ม ได้แก่
 - 18-24 ปี
 - 25-39 ปี
 - 40-49 ปี
 - 50-59 ปี
 - 60 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง แบ่งออกเป็น 5 กลุ่ม ได้แก่

กลุ่มที่ 1 ประถมศึกษา

กลุ่มที่ 2 มัธยมศึกษา

กลุ่มที่ 3 อาชีวศึกษา/อนุปริญญา

กลุ่มที่ 4 ปริญญาตรี

กลุ่มที่ 5 สูงกว่าปริญญาตรี

4. อาชีพของกลุ่มตัวอย่าง แบ่งออกเป็น 5 กลุ่ม ได้แก่

กลุ่มที่ 1 นิสิต/นักศึกษา

กลุ่มที่ 2 ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ

กลุ่มที่ 3 พนักงานบริษัทเอกชน/ห้างร้าน/ธนาคาร

กลุ่มที่ 4 ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย

กลุ่มที่ 5 อื่น ๆ โปรดระบุ

5. รายได้ต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มที่ 1 ต่ำกว่า 5,000 บาท

กลุ่มที่ 2 5,001-15,000 บาท

กลุ่มที่ 3 15,001-30,000 บาท

กลุ่มที่ 4 30,001-50,000 บาท

กลุ่มที่ 5 50,001 บาทขึ้นไป

การวัดพฤติกรรมการรับชมรายการ

ผู้วิจัยจะวัดความถี่ในการชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” ใน 1 เดือน โดยมีข้อต่าง ๆ ในการเลือกคำตอบดังต่อไปนี้

- | | |
|--------------------------------------|-------------|
| - ชมทุกวัน (4 ครั้ง/เดือน) | ให้ 5 คะแนน |
| - ชมบ่อย (3 ครั้ง/เดือน) | ให้ 4 คะแนน |
| - ชมบ้าง (2 ครั้ง/เดือน) | ให้ 3 คะแนน |
| - นาน ๆ ครั้ง (1 ครั้ง/เดือน) | ให้ 2 คะแนน |
| - น้อยครั้ง (น้อยกว่า 1 ครั้ง/เดือน) | ให้ 1 คะแนน |

ซึ่งในการวัดแบบสอบถามส่วนนี้ เป็นการวิเคราะห์ตัวแปรต่าง ๆ เพื่อศึกษาปริมาณมาก-น้อยของคำตอบ ผู้วิจัยใช้หลักเกณฑ์ในการวัดแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยใช้มาตราวัด 5 ระดับของ ไลเคิร์ท สเกล (Likert Scale)

หลังจากให้คะแนนทั้งหมดเรียบร้อยแล้ว จึงนำมาสรุปผลรวมคะแนนและนำมาคำนวณเป็นค่าเฉลี่ย เพื่อใช้ในการแปลความหมาย โดยแบ่งค่าเฉลี่ยออกเป็น 5 ระดับ คือ มีความบ่อยครั้งใน

การรับชมมากที่สุด มีความบ่อยครั้งในการรับชมมาก มีความบ่อยครั้งในการรับชมปานกลาง มีความบ่อยครั้งในการรับชมน้อย มีความบ่อยครั้งในการรับชมน้อยที่สุด โดยแต่ละระดับมีการคำนวณขอบเขตค่าเฉลี่ยในแต่ละระดับ

ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้ตั้งเกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ยที่มีเกณฑ์การให้คะแนนเป็น 5 ระดับ ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21-5.00 หมายถึง มากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.41-4.20 หมายถึง มาก

ค่าเฉลี่ย 2.61-3.40 หมายถึง ปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.81-2.60 หมายถึง น้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00-1.80 หมายถึง น้อยที่สุด

การวัดการใช้ประโยชน์จากรายการคืนความสุขให้คนในชาติ

เป็นการประเมินความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อข้อความอันแสดงถึงเหตุผลในการใช้ประโยชน์จากรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ”

- เพื่อใช้ประโยชน์ในการตัดสินใจเรื่องที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน
- เพื่อติดตามความเคลื่อนไหวและทราบถึงเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคม
- เพื่อการมีส่วนร่วมในเหตุการณ์และความเป็นไปต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นรอบตัว
- เพื่อเสริมความคิดเห็น ย้ำความมั่นใจ หรือสนับสนุนการตัดสินใจที่ได้ทำไปแล้ว
- เพื่อความเพลิดเพลินและผ่อนคลายอารมณ์
- เพื่อเบนความสนใจไปจากสภาพในชีวิตจริง
- เพื่อมีความสัมพันธ์กับสมาชิกอื่น ๆ ในสังคม
- เพื่อแสวงหาเอกลักษณ์ส่วนบุคคล โดยการสำรวจความเป็นจริงที่เกี่ยวข้องโดยตรง

กับเนื้อหาของรายการ

โดยให้กลุ่มตัวอย่างเลือกข้อความที่แสดงถึงการใช้ประโยชน์ โดยมีทางเลือกให้ตอบ 5 ข้อดังนี้

- มากที่สุด ได้ 5 คะแนน
- มาก ได้ 4 คะแนน
- ปานกลาง ได้ 3 คะแนน
- น้อย ได้ 2 คะแนน
- น้อยที่สุด ได้ 1 คะแนน

ผู้วิจัยได้ใช้ค่าเฉลี่ยในการบรรยายลักษณะใช้ประโยชน์ ตามตัวแปรข้างต้นโดยผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์ของใช้ประโยชน์ไว้ดังนี้

- ค่าเฉลี่ย 1.00-1.80 คะแนน ถือว่ามีการใช้ประโยชน์น้อยที่สุด
- ค่าเฉลี่ย 1.81-2.60 คะแนน ถือว่ามีการใช้ประโยชน์น้อย
- ค่าเฉลี่ย 2.61-3.40 คะแนน ถือว่ามีการใช้ประโยชน์ปานกลาง
- ค่าเฉลี่ย 3.41-4.20 คะแนน ถือว่ามีการใช้ประโยชน์มาก
- ค่าเฉลี่ย 4.21-5.00 คะแนน ถือว่ามีการใช้ประโยชน์มากที่สุด

การวัดความพึงพอใจที่มีต่อรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” เป็นการประเมินความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อข้อความอันแสดงถึงความพึงพอใจที่มีต่อรายการรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” แบ่งความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ

ด้านเนื้อหา

- เนื้อหาและประเด็นที่เสนออยู่ในความสนใจทันเหตุการณ์
- เนื้อหาที่น่าสนใจมีความหลากหลาย
- เนื้อหารายการมีการยกตัวอย่างให้เข้าใจง่าย
- เนื้อหาถูกต้อง เทียบตรงเชื่อถือได้
- เนื้อหาไม่มีความกระชับ ไม่เยิ่นเย้อ

ด้านองค์ประกอบรายการ

- รูปแบบรายการแบบพุดคุยโดยตรงในรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” น่าสนใจ
- องค์ประกอบและเทคนิคพิเศษในรายการ เช่น กราฟิก ฉาก ภาพประกอบเนื้อหา น่าสนใจ
- เพลงประกอบรายการ เหมาะสม เป็นเอกลักษณ์ สร้างการจดจำ
- เวลาในการออกอากาศของรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” ออกอากาศทุกวันศุกร์ 20.15-21.00 น.
- ความถี่หรือจำนวนครั้งการออกอากาศของรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” มีความเหมาะสม

- ระยะเวลาการออกอากาศในแต่ละวันมีความเหมาะสม (45 นาที)

ด้านผู้ดำเนินรายการ

- ผู้ดำเนินรายการมีบุคลิกน่าเชื่อถือ
- ผู้ดำเนินรายการมีความรู้ในเนื้อหาที่สื่อสารเป็นอย่างดี
- ผู้ดำเนินรายการสรุป อธิบายเนื้อหาได้ตรงประเด็น
- ความเป็นกันเองของผู้ดำเนินรายการ

- ลีลาการดำเนินรายการ
 - ภาษาที่ใช้เข้าใจง่ายโดยไม่ต้องตีความ
 - ผู้ดำเนินรายการพูดจาชัดเจน ชัดถ้อยชัดคำ
- โดยให้กลุ่มตัวอย่างเลือกข้อความที่แสดงความพึงพอใจ โดยมีทางเลือกให้ตอบ 5 ข้อ

ดังนี้

- มากที่สุด ได้ 5 คะแนน
- มาก ได้ 4 คะแนน
- ปานกลาง ได้ 3 คะแนน
- น้อย ได้ 2 คะแนน
- น้อยที่สุด ได้ 1 คะแนน

ผู้วิจัยได้ใช้ค่าเฉลี่ยในการบรรยายลักษณะความพึงพอใจตามตัวแปรข้างต้น โดยผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์ของความพึงพอใจที่มีต่อรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” ไว้ดังนี้

- ค่าเฉลี่ย 1.00-1.80 คะแนน ถือว่ามีความพึงพอใจน้อยที่สุด
- ค่าเฉลี่ย 1.81-2.60 คะแนน ถือว่ามีความพึงพอใจน้อย
- ค่าเฉลี่ย 2.61-3.40 คะแนน ถือว่ามีความพึงพอใจปานกลาง
- ค่าเฉลี่ย 3.41-4.20 คะแนน ถือว่ามีความพึงพอใจมาก
- ค่าเฉลี่ย 4.21-5.00 คะแนน ถือว่ามีความพึงพอใจมากที่สุด

3.10 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้สถิติเชิงพรรณนา เพื่ออธิบายข้อมูลคุณลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง, พฤติกรรมการรับชมรายการ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่มีต่อรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” โดยสถิติที่ใช้วิเคราะห์ ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้ในการทดสอบสมมติฐานดังต่อไปนี้

สมมติฐานที่ 1 : ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมความบ่อยครั้งในการรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” แตกต่างกัน

1.1 ผู้ชมที่มีเพศแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” แตกต่างกัน

1.2 ผู้ชมที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” แตกต่างกัน

1.3 ผู้ชมที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” แตกต่างกัน

1.4 ผู้ชมที่มีอาชีพแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” แตกต่างกัน

1.5 ผู้ชมที่มีรายได้แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” แตกต่าง

ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว F-Test (One Way ANOVA) ซึ่งถ้าพบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 1 คู่ จะใช้การเปรียบเทียบพหุคูณ (Multiple Comparison) วิธีผลต่างนัยสำคัญ (Least significant Difference : LSD)

สมมติฐานที่ 2 : พฤติกรรมความบ่อยครั้งในการรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ”

2.1 ผู้ชมที่มีความบ่อยครั้งในการรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากรายการด้านข้อมูลข่าวสารเพื่อการอ้างอิง

2.2 ผู้ชมที่มีความบ่อยครั้งในการรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากรายการด้านข้อมูลข่าวสารเพื่อการเชื่อมโยงระหว่างข้อมูลเกี่ยวกับสังคม

2.3 ผู้ชมที่มีความบ่อยครั้งในการรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากรายการด้านข้อมูลข่าวสารเพื่อดำรงเอกลักษณ์บุคคล

2.4 ผู้ชมที่มีความบ่อยครั้งในการรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากรายการด้านข้อมูลข่าวสารเพื่อการลดหรือผ่อนคลายความตึงเครียด

จากสมมติฐานใช้วิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์ด้วยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson Correlation)

สมมติฐานที่ 3 : พฤติกรรมความบ่อยครั้งในการรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” มีความสัมพันธ์กับการความพึงพอใจต่อรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ”

3.1 ผู้ชมที่มีพฤติกรรมการความบ่อยครั้งในการรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านเนื้อหารายการ

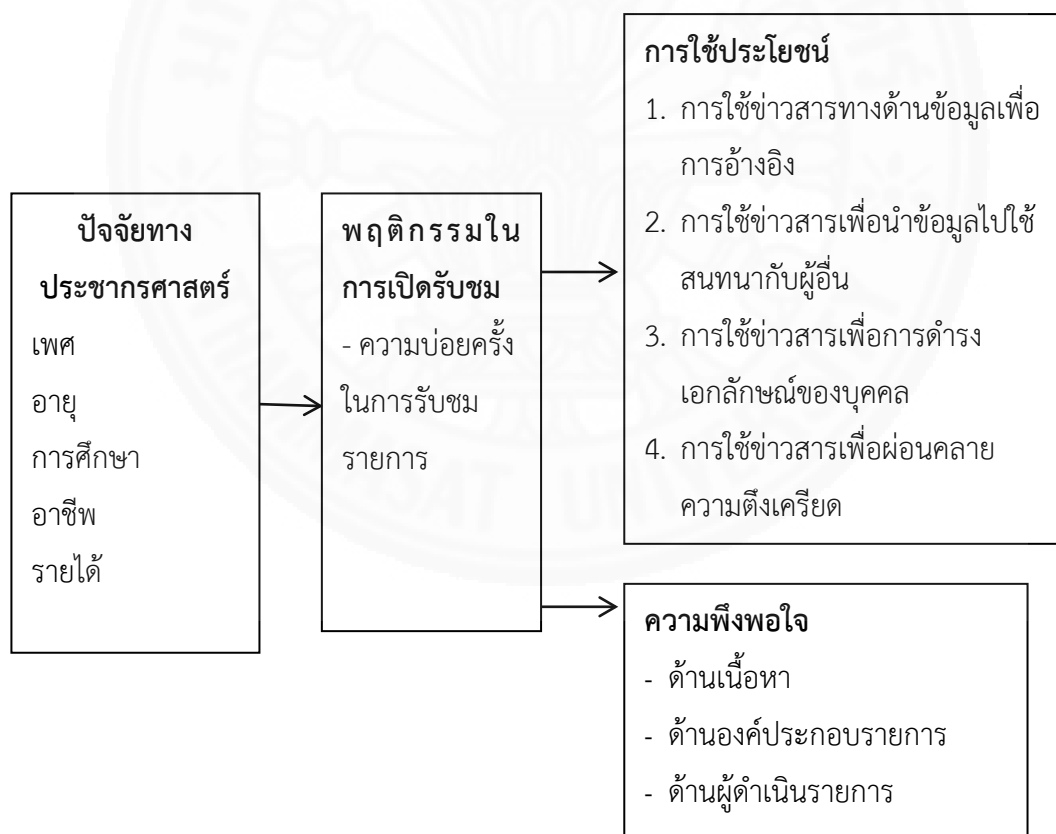
3.2 ผู้ชมที่มีพฤติกรรมการความบ่อยครั้งในการรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านองค์ประกอบรายการ

3.3 ผู้ชมที่มีพฤติกรรมความบ่อยครั้งในการรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านผู้ดำเนินรายการ

จากสมมติฐานใช้วิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์ด้วยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson Correlation)

3.11 การวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากที่ได้เก็บรวบรวมแบบสอบถามครบถ้วนแล้ว ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมและตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล ทำการลงรหัส (Coding) และนำไปประมวลผลข้อมูลเพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ จากนั้นนำผลที่ได้จากการวิเคราะห์มาแปลความหมาย และนำเสนอผลการวิจัยต่อไป



ภาพที่ 3.1 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรในการวิจัย

บทที่ 4

ผลการวิจัยและการอภิปรายผล

การศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” ศึกษาเฉพาะประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไป ที่เคยรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” ผ่านทางโทรทัศน์ ผู้ศึกษาได้ใช้การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) รูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ผลการวิจัยสามารถนำเสนอแบ่งออกเป็น 5 ด้าน ดังนี้

- 4.1 คุณลักษณะทางประชากรศาสตร์
- 4.2 พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ”
- 4.3 การใช้ประโยชน์จากรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ”
- 4.4 ความพึงพอใจที่มีต่อรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ”
- 4.5 การทดสอบสมมติฐาน

4.1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์

ผู้ศึกษาได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่เป็นลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ และรายได้ โดยนำเสนอข้อมูลเป็นจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างตามตารางที่ 4.1-4.5 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.1

จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	228	57.0
หญิง	172	43.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 228 คน คิดเป็นร้อยละ 57.0 และเป็นเพศหญิง จำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 43.0

ตารางที่ 4.2

จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
25-39 ปี	192	48.0
18-24 ปี	131	32.8
40-49 ปี	74	18.5
50-59 ปี	3	0.7
60 ปี ขึ้นไป	0	0.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 25-39 ปี จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 48.0 รองลงมา อายุระหว่าง 18-24 ปี จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 32.8 อายุระหว่าง 40-49 ปี จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 18.5 อายุระหว่าง 50-59 ปี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.7 และไม่มีกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3

จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ปริญญาตรี	291.0	72.8
อาชีวศึกษา/อนุปริญญา	62.0	15.5
มัธยมศึกษา	37.0	9.2
สูงกว่าปริญญาตรี	10.0	2.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 291 คน คิดเป็นร้อยละ 72.8 รองลงมา อาชีวศึกษา/อนุปริญญา จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.5

มัธยมศึกษา จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.2 และสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4

จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
พนักงานบริษัทเอกชน/ห้างร้าน/ธนาคาร	202	50.5
นิสิต/นักศึกษา	91	22.8
ข้าราชการ/พนักงานของรัฐวิสาหกิจ	65	16.3
ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	37	9.2
อื่น ๆ	5	1.2
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/ห้างร้าน/ธนาคาร จำนวน 202 คน คิดเป็นร้อยละ 50.5 รองลงมา นิสิต/นักศึกษา จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 22.8 ข้าราชการ/พนักงานของรัฐวิสาหกิจ จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 16.3 ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.2 และอาชีพและอาชีพอื่น ๆ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.2 ประกอบด้วย อาชีพรับจ้าง/งานบริการ แม่บ้าน อาชีพอิสระ

ตารางที่ 4.5

จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้

รายได้	จำนวน (คน)	ร้อยละ
15,001-30,000 บาท	263	65.8
ต่ำกว่า 5,000 บาท	89	22.2
5,001-15,000 บาท	35	8.8
30,001-50,000 บาท	13	3.2
50,001 บาทขึ้นไป	0	0.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รายได้ระหว่าง 15,001-30,000 บาท จำนวน 263 คน คิดเป็นร้อยละ 65.8 รองลงมา รายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 22.2 รายได้ระหว่าง 5,001-15,000 บาท จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.8 รายได้ระหว่าง 30,001-50,000 บาท จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.2 และไม่มีกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 50,001 บาทขึ้นไปตามลำดับ

4.2 พฤติกรรมความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ”

ผู้ศึกษาได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” ของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ท่านชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” บ่อยครั้งเพียงใดโดยนำเสนอข้อมูลเป็นจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างตามตารางที่ 4.6 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.6

จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความบ่อยครั้งในการชมรายการ

รายการ	ความบ่อยครั้ง					รวม	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย
	ชมทุกวัน (4 ครั้ง/ เดือน)	ชมบ่อย (3ครั้ง/ สัปดาห์)	ชมบ้าง (2 ครั้ง/ เดือน)	ชมนาน ๆ ครั้ง (1 ครั้ง/ เดือน)	ชมน้อย ครั้ง (<1 ครั้ง/ เดือน)				
รายการคืน ความสุขให้คน ในชาติ	89 (22.2)	67 (16.8)	150 (37.5)	68 (17.0)	26 (6.5)	400 (100.0)	3.31	1.180	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.6 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.31 โดยเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” บ้าง (2 ครั้ง/เดือน) จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 37.5 รองลงมา ชมทุกวัน (4 ครั้ง/เดือน) จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 22.2 ชมนาน ๆ ครั้ง (1 ครั้ง/เดือน) จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.0 ชมบ่อย (3 ครั้ง/สัปดาห์) จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 16.8 และ ชมน้อยครั้ง (น้อยกว่า 1 ครั้ง/เดือน) จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 ตามลำดับ

4.3 การใช้ประโยชน์จากรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ”

ผู้ศึกษาได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์จากรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” ได้แก่ ด้านการใช้ข่าวสารด้านข้อมูลเพื่อการอ้างอิง ด้านการนำข่าวสารไปใช้สนทนากับผู้อื่นในสังคม ด้านการใช้ข่าวสารเพื่อการดำรงเอกลักษณ์ของบุคคล และด้านการใช้ข่าวสารเพื่อการลดหรือผ่อนคลายความตึงเครียด โดยนำเสนอข้อมูลเป็นจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างตามตารางที่ 4.7-4.11 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.7

จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการใช้ประโยชน์จากรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติโดยรวม”

การใช้ประโยชน์จากรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ”	ระดับการใช้ประโยชน์					รวม	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
ด้านการใช้ข่าวสารด้านข้อมูลเพื่อการอ้างอิง	39 (9.8)	215 (53.8)	126 (31.4)	19 (4.8)	1 (0.2)	400 (100.0)	3.61	0.657	มาก
ด้านการใช้ข่าวสารเพื่อเชื่อมโยงระหว่างข้อมูลเกี่ยวกับสังคม	29 (7.2)	200 (50.0)	104 (26.0)	64 (16.0)	3 (0.8)	400 (100.0)	3.37	0.658	ปานกลาง
ด้านการใช้ข่าวสารเพื่อการดำรงเอกลักษณ์ของบุคคล	22 (5.6)	196 (49.0)	109 (27.2)	69 (17.2)	4 (1.0)	400 (100.0)	3.30	0.660	ปานกลาง
ด้านการใช้ข่าวสารเพื่อการลดหรือผ่อนคลายความตึงเครียด	3 (0.8)	89 (22.2)	14 (3.5)	291 (72.7)	3 (0.8)	400 (100.0)	2.85	0.657	ปานกลาง
รวม							3.28	0.658	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.7 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการใช้ประโยชน์จากรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.28โดยมีการใช้ประโยชน์ในด้านการใช้ข่าวสารด้านข้อมูลเพื่อการอ้างอิงในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 รองลงมา ด้านการใช้ข่าวสารเพื่อเชื่อมโยงระหว่างข้อมูลเกี่ยวกับสังคม ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.37 และ ด้านการใช้

ข่าวสารเพื่อการดำรงเอกลักษณ์ของบุคคล ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.30 และ ด้านการใช้ข่าวสารเพื่อการลดหรือผ่อนคลายความตึงเครียด ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.85ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8

จำนวน ร้อยละค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของการใช้ประโยชน์จากรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” ของกลุ่มตัวอย่าง ด้านการใช้ข่าวสารด้านข้อมูลเพื่อการอ้างอิง

การใช้ข่าวสารด้านข้อมูลเพื่อการอ้างอิง	ระดับการใช้ประโยชน์					รวม	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
การชมรายการทำให้ทราบความเคลื่อนไหวและทราบถึงเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคม	36 (9.0)	198 (49.5)	148 (37.0)	17 (4.3)	1 (0.2)	400 (100.0)	3.63	0.718	มาก
เนื้อหารายการสามารถนำมาใช้ประโยชน์ที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน	21 (5.2)	216 (54.0)	144 (36.0)	19 (4.8)	0 (0.0)	400 (100.0)	3.60	0.665	มาก
รวม							3.61	0.657	มาก

จากตารางที่ 4.8 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการใช้ประโยชน์จากรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” ด้านการใช้ข่าวสารด้านข้อมูลเพื่อการอ้างอิง โดยรวมมีการใช้ประโยชน์ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 โดยมีการใช้ประโยชน์เกี่ยวกับ การชมรายการทำให้ทราบความเคลื่อนไหวและทราบถึงเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคม ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 รองลงมา เนื้อหารายการสามารถนำมาใช้ประโยชน์ที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันมีการใช้ประโยชน์ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9

จำนวน ร้อยละค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของการใช้ประโยชน์จากรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” ของกลุ่มตัวอย่าง ด้านการใช้ข่าวสารเพื่อเชื่อมโยงระหว่างข้อมูลเกี่ยวกับสังคม

การใช้ข่าวสารเพื่อ เชื่อมโยงระหว่างข้อมูล เกี่ยวกับสังคม	ระดับการใช้ประโยชน์					รวม	ค่าเฉลี่ย	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน	ความหมาย
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด				
การชมรายการทำให้ได้รับ ความรู้ในเหตุการณ์และ ความเป็นไปต่าง ๆ ที่ เกิดขึ้นรอบตัวเพื่อไปบอก เล่ากับคนอื่น	42 (10.5)	176 (44.0)	155 (38.7)	24 (6.0)	3 (0.8)	400 (100.0)	3.58	0.788	มาก
การชมรายการทำให้ได้รับ ข้อมูลเพื่อไปใช้สนทนากับ สมาชิกอื่น ๆ	8 (2.0)	120 (30.0)	203 (50.7)	67 (16.8)	2 (0.5)	400 (100.0)	3.16	0.737	ปานกลาง
รวม							3.37	0.658	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.9 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการใช้ประโยชน์จากรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” ด้านการใช้ข่าวสารเพื่อเชื่อมโยงระหว่างข้อมูลเกี่ยวกับสังคม โดยรวมมีการใช้ประโยชน์ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.37 โดยมีการใช้ประโยชน์เกี่ยวกับ การชมรายการทำให้ได้รับความรู้ในเหตุการณ์และความเป็นไปต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นรอบตัวเพื่อไปบอกเล่ากับคนอื่นในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 รองลงมา การชมรายการทำให้ได้รับข้อมูลเพื่อไปใช้สนทนากับสมาชิกอื่น ๆ มีการใช้ประโยชน์ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.16 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10

จำนวน ร้อยละค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของการใช้ประโยชน์จากรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” ของกลุ่มตัวอย่าง ด้านการใช้ข่าวสารเพื่อการดำรงเอกลักษณ์ของบุคคล

การใช้ข่าวสารเพื่อการดำรงเอกลักษณ์ของบุคคล	ระดับการใช้ประโยชน์					รวม	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
การชมรายการช่วยเสริมความคิดเห็น ย้ำความมั่นใจหรือสนับสนุนการตัดสินใจที่ได้ทำไปแล้ว	23 (5.8)	170 (42.5)	164 (41.0)	42 (10.5)	1 (0.2)	400 (100.0)	3.43	0.766	มาก
การชมรายการช่วยเสริมสร้างเอกลักษณ์ส่วนบุคคล	9 (2.3)	120 (30.0)	204 (51.0)	62 (15.5)	5 (1.2)	400 (100.0)	3.16	0.754	ปานกลาง
รวม							3.30	0.660	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.10 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการใช้ประโยชน์จากรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” ด้านการใช้ข่าวสารเพื่อการดำรงเอกลักษณ์ของบุคคล โดยรวมมีการใช้ประโยชน์ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.30 โดยมีการใช้ประโยชน์เกี่ยวกับ การชมรายการช่วยเสริมความคิดเห็น ย้ำความมั่นใจหรือสนับสนุนการตัดสินใจที่ได้ทำไปแล้ว ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43 รองลงมา การชมรายการช่วยเสริมสร้างเอกลักษณ์ส่วนบุคคล ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.17

ตารางที่ 4.11

จำนวน ร้อยละค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของการใช้ประโยชน์จากรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” ของกลุ่มตัวอย่าง ด้านการใช้ข่าวสารเพื่อการลดหรือผ่อนคลายความตึงเครียด

การใช้ข่าวสารเพื่อการลดหรือผ่อนคลายความตึงเครียด	ระดับการใช้ประโยชน์					รวม	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
การชมรายการทำให้ได้รับความเพลิดเพลินและผ่อนคลายอารมณ์	11 (2.7)	95 (23.8)	204 (51.0)	87 (21.7)	3 (0.8)	400 (100.0)	3.06	0.770	ปานกลาง
การชมรายการทำให้ใช้เวลาว่างได้เป็นประโยชน์ในการเปิดรับข้อมูล และเพลงประจำรายการยังช่วยทำให้เกิดความเพลิดเพลิน	3 (0.8)	89 (22.2)	87 (21.8)	207 (51.8)	14 (3.4)	400 (100.0)	2.65	0.889	ปานกลาง
รวม							2.85	0.657	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.11 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการใช้ประโยชน์จากรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” ด้านการใช้ข่าวสารเพื่อการลดหรือผ่อนคลายความตึงเครียดโดยรวมมีการใช้ประโยชน์ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.85โดยมีการใช้ประโยชน์เกี่ยวกับ การชมรายการทำให้ได้รับความเพลิดเพลินและผ่อนคลายอารมณ์ ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.06 และ การชมรายการทำให้ใช้เวลาว่างได้เป็นประโยชน์ในการเปิดรับข้อมูล และเพลงประจำรายการยังช่วยทำให้เกิดความเพลิดเพลินในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.65 ตามลำดับ

4.4 ความพึงพอใจที่มีต่อรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ”

ผู้ศึกษาได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจที่มีต่อรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” ได้แก่ ด้านเนื้อหารายการ ด้านองค์ประกอบรายการ และด้านผู้ดำเนินรายการ โดยนำเสนอข้อมูลเป็นจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง ตามตารางที่ 4.12-4.15ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.12

จำนวน ร้อยละค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความพึงพอใจที่มีต่อรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” ในภาพรวมของกลุ่มตัวอย่าง

ความพึงพอใจที่มีต่อรายการ	ระดับความพึงพอใจ					รวม	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
ด้านเนื้อหารายการ	40 (10.0)	173 (43.2)	155 (38.8)	28 (7.0)	4 (1.0)	400 (100.0)	3.53	0.663	มาก
ด้านผู้ดำเนินรายการ	53 (13.2)	175 (43.8)	146 (36.5)	26 (6.5)	0 (0.0)	400 (100.0)	3.51	0.646	มาก
ด้านองค์ประกอบรายการ	20 (5.0)	191 (47.8)	155 (38.8)	32 (8.0)	2 (0.4)	400 (100.0)	3.39	0.583	ปานกลาง
รวม							3.47	0.631	มาก

จากตารางที่ 4.12พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจที่มีต่อรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ”โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47 โดยมีความพึงพอใจด้านเนื้อหารายการในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53 รองลงมา ด้านผู้จัดและดำเนินรายการ อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 และ ด้านรูปแบบรายการ อยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.39 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.13

จำนวน ร้อยละค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความพึงพอใจที่มีต่อรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” ของกลุ่มตัวอย่างด้านเนื้อหารายการ

ประเด็นเนื้อหารายการ	ระดับความพึงพอใจ					รวม	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
มีเนื้อหารายการประเด็นที่นำเสนออยู่ในความสนใจ ทันเหตุการณ์	29 (7.2)	196 (49.0)	159 (39.8)	16 (4.0)	0 (0.0)	400 (100.0)	3.60	0.683	มาก
รายการมีการยกตัวอย่างให้เข้าใจง่าย	44 (11.0)	177 (44.2)	150 (37.5)	25 (6.3)	4 (1.0)	400 (100.0)	3.58	0.806	มาก
รายการนี้ได้นำเสนอเนื้อหาเจาะลึกนโยบายด้านต่าง ๆ ของรัฐบาล	42 (10.5)	170 (42.5)	157 (39.3)	30 (7.5)	1 (0.2)	400 (100.0)	3.56	0.790	มาก
รายการมีข้อมูลเป็นจริงน่าเชื่อถือ	47 (11.8)	139 (34.7)	175 (43.8)	38 (9.5)	1 (0.2)	400 (100.0)	3.48	0.832	มาก
รายการเป็นการเล่าเรื่องทำให้สามารถสร้างความสัมพันธ์กับผู้ชมได้	35 (8.8)	143 (35.8)	185 (46.2)	31 (7.8)	6 (1.4)	400 (100.0)	3.43	0.816	มาก
รวม							3.53	0.663	มาก

จากตารางที่ 4.13พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจที่มีต่อรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” ด้านเนื้อหารายการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53 โดยมีความพึงพอใจเกี่ยวกับ มีเนื้อหารายการประเด็นที่นำเสนอ อยู่ในความสนใจ ทันเหตุการณ์ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 รองลงมา รายการมีการยกตัวอย่างให้เข้าใจง่าย อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 รายการนี้ได้นำเสนอเนื้อหาเจาะลึกนโยบายด้านต่าง ๆ ของรัฐบาลอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56 รายการมีข้อมูลเป็นจริงน่าเชื่อถืออยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48 และรายการเป็นการเล่าเรื่องทำให้สามารถสร้างความสัมพันธ์กับผู้ชมได้อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.14

จำนวน ร้อยละค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความพึงพอใจที่มีต่อรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” ของกลุ่มตัวอย่างด้านองค์ประกอบรายการ

ประเด็นองค์ประกอบรายการ	ระดับความพึงพอใจ					รวม	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
รายการนำเสนอท่านนายกรัฐมนตรีสื่อสารโดยตรงกับประชาชน	63 (15.75)	132 (33.00)	179 (44.75)	23 (5.75)	3 (0.75)	400 (100.0)	3.57	0.849	มาก
รายการมีเพลงประจำรายการ (เพลงคืนความสุขให้คนในชาติ)	42 (10.50)	167 (41.75)	154 (38.50)	33 (8.25)	4 (1.00)	400 (100.0)	3.52	0.828	มาก
รายการสามารถมีคำบรรยายภาษาไทย/ภาษาอังกฤษสื่อสารให้ผู้พิการเข้าใจได้	37 (9.25)	160 (40.00)	170 (42.50)	28 (7.00)	5 (1.25)	400 (100.0)	3.49	0.807	มาก
รายการนำเสนอเรื่องราวที่กระชับไม่เยิ่นเย้อ	36 (9.00)	121 (30.25)	205 (51.25)	37 (9.25)	1 (0.25)	400 (100.0)	3.38	0.786	ปานกลาง
ความถี่หรือจำนวนครั้งในการออกอากาศรายการ (1 วัน/สัปดาห์)	24 (6.00)	128 (32.00)	208 (52.00)	36 (9.00)	4 (1.00)	400 (100.0)	3.33	0.763	ปานกลาง
รายการมีการใช้ฉากประกอบที่เหมาะสม	19 (4.75)	136 (34.00)	199 (49.75)	43 (10.75)	3 (0.75)	400 (100.0)	3.31	0.756	ปานกลาง
ระยะเวลาการออกอากาศรายการในแต่ละครั้งมีความยาว 20-45 นาที	17 (4.25)	130 (32.50)	214 (53.50)	36 (9.00)	3 (0.75)	400 (100.0)	3.30	0.723	ปานกลาง
รายการนี้มีการใช้เทคนิคพิเศษในรายการ เช่น กราฟิกภาพประกอบ	19 (4.75)	131 (32.75)	200 (50.00)	50 (12.50)	0 (0.00)	400 (100.0)	3.30	0.745	ปานกลาง
ช่วงเวลาในการออกอากาศรายการทุกวันศุกร์ เวลา 20.15-21.00 น.	13 (3.25)	127 (31.75)	223 (55.75)	35 (8.75)	2 (0.50)	400 (100.0)	3.29	0.689	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม							3.39	0.583	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.14 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจที่มีต่อรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” ด้านองค์ประกอบรายการ โดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.39 โดยมีความพึงพอใจเกี่ยวกับ รายการนำเสนอท่านนายกรัฐมนตรีสื่อสารโดยตรงกับประชาชนอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 รองลงมา รายการมีเพลงประจำรายการ (เพลงคืนความสุขให้คนในชาติ) มีความพึงพอใจในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.52 รายการสามารถมีคำบรรยายภาษาไทย/ภาษาอังกฤษสื่อสารให้ผู้พิการเข้าใจได้ มีความพึงพอใจในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.49 รายการนำเสนอเรื่องราวที่กระชับไม่เยิ่นเย้อ มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.38 ความถี่หรือจำนวนครั้งในการออกอากาศรายการ (1 วัน/สัปดาห์) มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 รายการมีการใช้ฉากประกอบที่เหมาะสมมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.31 ระยะเวลาการออกอากาศรายการในแต่ละครั้งมีความยาว 20-45 นาทีมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.30 รายการนี้มีการใช้เทคนิคพิเศษในรายการ เช่น กราฟิกภาพประกอบมีความพึงพอใจในระดับปานกลางมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.30 และช่วงเวลาในการออกอากาศรายการ ทุกวันศุกร์เวลา 20.15 น. -21.00 น. มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.29 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.15

จำนวน ร้อยละค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความพึงพอใจที่มีต่อรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” ของกลุ่มตัวอย่างด้านผู้ดำเนินรายการ

ประเด็นผู้ดำเนินรายการ	ระดับความพึงพอใจ					รวม	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
พล.อ.ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี เป็นผู้ดำเนินรายการที่มีคำพูดน่าเชื่อถือ	68 (17.0)	136 (34.0)	156 (39.0)	39 (9.8)	1 (0.2)	400 (100.0)	3.58	0.892	มาก
พล.อ.ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี สามารถอธิบายและสรุปเนื้อหาได้ตรงประเด็น	45 (11.2)	156 (39.0)	182 (45.5)	15 (3.8)	2 (0.5)	400 (100.0)	3.57	0.760	มาก
พล.อ.ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรีมีความรู้ในเนื้อหาที่สื่อสารดี มีทักษะ	31 (7.8)	184 (46.0)	160 (40.0)	24 (6.0)	1 (0.2)	400 (100.0)	3.55	0.734	มาก
พล.อ.ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรีใช้คำพูดภาษาที่เข้าใจง่ายไม่ต้องตีความ	57 (14.2)	126 (31.5)	196 (49.0)	19 (4.8)	2 (0.5)	400 (100.0)	3.54	0.812	มาก
พล.อ.ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรีมีท่าทาง บุคลิก กริยาเหมาะสม	39 (9.8)	150 (37.5)	184 (46.0)	26 (6.5)	1 (0.2)	400 (100.0)	3.50	0.769	มาก
พล.อ.ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรีมีความเป็นกันเองในการนำเสนอรายการ	39 (9.8)	131 (32.7)	206 (51.5)	22 (5.5)	2 (0.5)	400 (100.0)	3.46	0.765	มาก
พล.อ.ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรีมีลีลาการจัดรายการที่น่าสนใจเป็นเอกลักษณ์	23 (5.8)	122 (30.5)	226 (56.5)	29 (7.2)	0 (0.00)	400 (100.0)	3.35	0.699	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม							3.51	0.646	มาก

จากตารางที่ 4.15พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจที่มีต่อรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” ด้านการผู้ดำเนินรายการ โดยรวมมีความพึงพอใจในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51โดยมีความพึงพอใจเกี่ยวกับ นายกรัฐมนตรีเป็นผู้จัดรายการที่มีบุคลิกน่าเชื่อถือ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58รองลงมา นายกรัฐมนตรีสามารถอธิบายและสรุปเนื้อหาได้ตรงประเด็น มีความพึงพอใจในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57นายกรัฐมนตรีมีความรู้ในเนื้อหาที่สื่อสารเป็นอย่างดี มีทักษะ มีความพึงพอใจในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.55 นายกรัฐมนตรีการใช้คำพูดภาษาที่เข้าใจง่าย ไม่ต้องตีความ มีความพึงพอใจในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54นายกรัฐมนตรีมี ท่าทาง บุคลิก กริยาเหมาะสม มีความพึงพอใจในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50นายกรัฐมนตรีมีความเป็นกันเองในการนำเสนอรายการมีความพึงพอใจในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.46และนายกรัฐมนตรีมีลีลาการจัดรายการที่น่าสนใจ เป็นเอกลักษณ์ มีความพึงพอใจในระดับปานกลางมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.35ตามลำดับ

4.5 การทดสอบสมมติฐาน

การทดสอบสมมติฐานใช้ระดับนัยสำคัญ 0.05 และ 0.01

ในการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” ได้กำหนดสมมติฐานไว้ 3 ข้อ ดังนี้

สมมติฐานการวิจัยที่ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” แตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัยที่ 1.1 ลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” โดยรวม แตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัยที่ 1.1.1 เพศที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” โดยรวม แตกต่างกัน

โดยมีสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_0 : เพศที่แตกต่างกัน มีความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” โดยรวม ไม่แตกต่างกัน

H_1 : เพศที่แตกต่างกัน มีความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” โดยรวม แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.16

ผลการทดสอบ ความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” โดยรวม จำแนกตามเพศ

เพศ	n	\bar{x}	S.D.	t	P-Value
ชาย	228	3.34	1.322	0.513	0.608
หญิง	172	3.28	0.963		
รวม	400				

**P<0.01, *P<0.05

จากตารางที่ 4.16พบว่าค่าt เท่ากับ 0.513 และค่า P-Value เท่ากับ 0.608 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานว่าง (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่ 1.1.1 สรุปว่า เพศที่แตกต่างกัน มีความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” โดยรวม ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัยที่ 1.1.2 อายุที่แตกต่างกัน มีความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” โดยรวม แตกต่างกัน

โดยมีสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_0 : อายุที่แตกต่างกัน มีความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” โดยรวม ไม่แตกต่างกัน

H_1 : อายุที่แตกต่างกัน มีความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” โดยรวม แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.17

ผลการทดสอบ ความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” โดยรวม จำแนกตามอายุ

อายุ	n	\bar{x}	S.D.	F	P-Value
25-39 ปี	192	3.58	1.056	11.811	0.000*
18-24 ปี	131	2.85	1.400		
40-49 ปี	74	3.41	0.757		
50-59 ปี	3	4.33	0.577		
รวม	400				

**P<0.01, *P<0.05

จากตารางที่ 4.17 พบว่าค่า F เท่ากับ 11.811 และค่า P-Value เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังนั้น จึงปฏิเสธสมมติฐานว่าง (H_0) และยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ 1.1.2 สรุปว่า อายุที่แตกต่างกัน มีความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” โดยรวม แตกต่างกัน

สำหรับการทดสอบเพื่อให้ทราบค่าความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย มีความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” โดยรวม จำแนกตามอายุ เป็นรายค่อนั้น ผู้ศึกษาได้ใช้การทดสอบผลต่างนัยสำคัญ (LSD) ในการเปรียบเทียบพหุคูณ (Multiple Comparison) ได้ผล ดังนี้

ตารางที่ 4.18

การเปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” โดยรวม จำแนกตามอายุ

อายุ	\bar{x}	18-24 ปี	25-39 ปี	40-49 ปี	50-59 ปี	60 ปีขึ้นไป
		2.85	3.58	3.41	4.33	0.00
18-24 ปี	2.85	-	-0.731 (0.000) *	-0.558 (0.001) *	-1.486 (0.026) *	-
25-39 ปี	3.58		-	0.173 (0.267)	-0.755 (0.254)	-
40-49 ปี	3.41			-	-0.928 (0.166)	-
50-59 ปี	4.33				-	-
60 ปีขึ้นไป	0.00					-

**P<0.01, *P<0.05

จากตารางที่ 4.18 พบว่าการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” โดยรวม จำแนกตามอายุสามารถสรุปได้ดังนี้

ผู้ที่มีอายุระหว่าง 25-39 ปี มีความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” มากกว่าผู้ที่มีอายุระหว่าง 18-24 ปี

ผู้ที่มีอายุ 40-49 ปี มีความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” มากกว่าผู้ที่มีอายุระหว่าง 18-24 ปี

สำหรับตัวแปรอายุคู่อื่น ๆ นั้นไม่มีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานการวิจัยที่ 1.1.3 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” โดยรวม แตกต่างกัน

โดยมีสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_0 : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” โดยรวม ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” โดยรวม แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.19

ผลการทดสอบ ความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” โดยรวม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	n	\bar{x}	S.D.	F	P-Value
ปริญญาตรี	291	3.49	1.167	11.565	0.000**
อาชีวศึกษา/อนุปริญญา	62	2.95	0.982		
มัธยมศึกษา	37	2.46	1.145		
สูงกว่าปริญญาตรี	10	3.60	1.075		
รวม	400				

** $P < 0.01$, * $P < 0.05$

จากตารางที่ 4.19พบว่าค่า F เท่ากับ 11.565 และค่า P-Value เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังนั้น จึงปฏิเสธสมมติฐานว่าง (H_0) และยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ 1.1.3 สรุปว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” โดยรวม แตกต่างกัน

สำหรับการทดสอบเพื่อให้ทราบค่าความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย มีความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” โดยรวม จำแนกตามระดับการศึกษา เป็นรายคู่ นั้น ผู้ศึกษาได้ใช้การทดสอบผลต่างนัยสำคัญ (LSD) ในการเปรียบเทียบพหุคูณ (Multiple Comparison) ได้ผลดังนี้

ตารางที่ 4.20

การเปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” โดยรวม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	\bar{x}	มัธยมศึกษา	อาชีวศึกษา/ อนุปริญญา	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
		2.46	2.95	3.49	3.60
มัธยมศึกษา	2.46	-	-0.492 (0.038) *	-1.029 (0.000) *	-1.141 (0.005) *
อาชีวศึกษา/อนุปริญญา	2.95		-	-0.536 (0.001) *	-0.648 (0.095)
ปริญญาตรี	3.49			-	-0.112 (0.759)
สูงกว่าปริญญาตรี	3.60				-

**P<0.01, *P<0.05

จากตารางที่ 4.20 พบว่าการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” โดยรวม จำแนกตามระดับการศึกษา สามารถสรุปได้ดังนี้

ผู้ที่มีระดับการศึกษาอาชีวศึกษา/อนุปริญญา มีความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” มากกว่า ผู้ที่มีระดับศึกษามัธยมศึกษา

ผู้ที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” มากกว่า ผู้ที่มีระดับศึกษามัธยมศึกษา

ผู้ที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมีความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” มากกว่า ผู้ที่มีระดับศึกษามัธยมศึกษา

ผู้ที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีมีความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” มากกว่า ผู้ที่มีระดับการศึกษาอาชีวศึกษา/อนุปริญญา

สำหรับตัวแปรระดับการศึกษาอื่น ๆ นั้นไม่มีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานการวิจัยที่ 1.1.4 อาชีพที่แตกต่างกัน มีความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” โดยรวม แตกต่างกัน

โดยมีสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_0 : อาชีพที่แตกต่างกัน มีความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” โดยรวม ไม่แตกต่างกัน

H_1 : อาชีพที่แตกต่างกัน มีความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” โดยรวม แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.21

ผลการทดสอบ ความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” โดยรวม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	n	\bar{x}	S.D.	F	P-Value
พนักงานบริษัทเอกชน/ห้างร้าน/ ธนาคาร	202	3.70	1.047	50.363	0.000*
นิสิต/นักศึกษา	91	2.07	0.757		
ข้าราชการ/พนักงานของรัฐวิสาหกิจ	65	3.55	0.969		
ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	37	3.86	0.976		
อื่น ๆ ได้แก่ รับจ้าง/งานบริการ แม่บ้าน และ อาชีพอิสระ	5	3.00	0.707		
รวม	400				

**P<0.01, *P<0.05

จากตารางที่ 4.21พบว่า ค่า F เท่ากับ 50.363 และค่า P-Value เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังนั้น จึงปฏิเสธสมมติฐานว่าง (H_0) และยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ 1.1.4 สรุปว่า อาชีพที่แตกต่างกัน มีความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” โดยรวม แตกต่างกัน

สำหรับการทดสอบเพื่อให้ทราบค่าความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย มีความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” โดยรวม จำแนกตามอาชีพ เป็นรายคูนั้น ผู้ศึกษา

ได้ใช้การทดสอบผลต่างนัยสำคัญ (LSD) ในการเปรียบเทียบพหุคูณ (Multiple Comparison) ได้ผล ดังนี้

ตารางที่ 4.22

การเปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” โดยรวม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	\bar{x}	นิสิต/ นักศึกษา	ข้าราชการ/ พนักงาน ของ รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน/ ห้างร้าน/ ธนาคาร	ประกอบ ธุรกิจ ส่วนตัว/ ค้าขาย	อื่น ๆ ได้แก่ รับจ้าง/งาน บริการ แม่บ้าน และ อาชีพอิสระ
		2.07	3.55	3.70	3.86	3.00
นิสิต/นักศึกษา	2.07	-	-1.488 (0.000) *	-1.637 (0.000) *	-1.799 (0.000) *	-0.934 (0.036) *
ข้าราชการ/พนักงาน ของรัฐวิสาหกิจ	3.55		-	-0.149 (0.281)	-0.311 (0.119)	0.554 (0.217)
พนักงาน บริษัทเอกชน/ห้าง ร้าน/ธนาคาร	3.70			-	-0.162 (0.349)	0.703 (0.109)
ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว/ค้าขาย	3.86				-	0.865 (0.061)
อื่น ๆ ได้แก่ รับจ้าง/ งานบริการ แม่บ้าน และ อาชีพอิสระ	3.00					-

**P<0.01, *P<0.05

จากตารางที่ 4.22 พบว่าการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” โดยรวม จำแนกตามอาชีพ สามารถสรุปได้ดังนี้

ผู้ที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานของรัฐวิสาหกิจ มีความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” มากกว่า ผู้ที่มีอาชีพนิสิต/นักศึกษา

ผู้ที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/ห้างร้าน/ธนาคาร มีความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” มากกว่า ผู้ที่มีอาชีพนิสิต/นักศึกษา

ผู้ที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย มีความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” มากกว่า ผู้ที่มีอาชีพนิสิต/นักศึกษา

ผู้ที่มีอาชีพอื่น ๆ ได้แก่ รับจ้าง/งานบริการ แม่บ้าน และ อาชีพอิสระ มีมีความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” มากกว่า ผู้ที่มีอาชีพนิสิต/นักศึกษา

สำหรับตัวแปรอาชีพคู่อื่น ๆ นั้นไม่มีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานการวิจัยที่ 1.1.5 รายได้ที่แตกต่างกัน มีความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” โดยรวม แตกต่างกัน

โดยมีสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_0 : รายได้ที่แตกต่างกัน มีความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” โดยรวม ไม่แตกต่างกัน

H_1 : รายได้ที่แตกต่างกัน มีความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” โดยรวม แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.23

ผลการทดสอบ ความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” โดยรวม จำแนกตามรายได้

รายได้	n	\bar{x}	S.D.	F	P-Value
ต่ำกว่า 5,000 บาท	89	2.03	0.730	74.828	0.000*
5,001-15,000 บาท	35	3.14	0.879		
15,001-30,000 บาท	263	3.77	1.028		
30,001-50,000 บาท	13	3.31	0.630		
50,001 บาทขึ้นไป	0	0.00	0.000		
รวม	400				

**P<0.01, *P<0.05

จากตารางที่ 4.23 พบว่าค่า F เท่ากับ 74.828 และค่า P-Value เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังนั้น จึงปฏิเสธสมมติฐานว่าง (H_0) และยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ 1.1.5 สรุปว่า รายได้ที่แตกต่างกัน มีความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” โดยรวม แตกต่างกัน

สำหรับการทดสอบเพื่อให้ทราบค่าความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย มีความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” โดยรวม จำแนกตามรายได้ เป็นรายคุนั้น ผู้ศึกษาได้ใช้การทดสอบผลต่างนัยสำคัญ (LSD) ในการเปรียบเทียบพหุคูณ (Multiple Comparison) ได้ผลดังนี้

ตารางที่ 4.24

การเปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” โดยรวม จำแนกตามรายได้

รายได้	\bar{x}	ต่ำกว่า	5,001-	15,001-	30,001-	50,001
		5,000	15,000	30,000	50,000	บาทขึ้นไป
		บาท	บาท	บาท	บาท	
		2.03	3.14	3.77	3.31	0.00
ต่ำกว่า 5,000 บาท	2.03	-	-1.109 (0.000) **	-1.734 (0.000) **	-1.274 (0.000) **	-
5,001-15,000 บาท	3.14		-	-0.625 (0.000) **	-0.165 (0.592)	-
15,001-30,000 บาท	3.77			-	0.460 (0.088)	-
30,001-50,000 บาท	3.31				-	-
50,001 บาทขึ้นไป	0.00					-

**P<0.01, *P<0.05

จากตารางที่ 4.24 พบว่าการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” โดยรวม จำแนกตามรายได้ สามารถสรุปได้ดังนี้

ผู้ที่มีรายได้ระหว่าง 5,001-15,000 บาท, 15,001-30,000 บาท และ 30,001-50,000 บาท มีความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” มากกว่า ผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท

ผู้ที่มีรายได้ระหว่าง 15,001-30,000 บาท มีความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” มากกว่า ผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท

ผู้ที่มีรายได้ระหว่าง 30,001-50,000 บาท มีความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” มากกว่า ผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท

ผู้ที่มีรายได้ระหว่าง 15,001-30,000 บาท มีความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” มากกว่า ผู้ที่มีรายได้ระหว่าง 5,001-15,000 บาท

สำหรับตัวแปรรายได้คู่อื่น ๆ นั้นไม่มีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานการวิจัยที่ 2 พฤติกรรมความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากรายการโดยรวม

สมมติฐานการวิจัยที่ 2.1 ความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากรายการโดยรวม

โดยมีสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_0 : ความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” ไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากรายการโดยรวม

H_1 : ความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากรายการโดยรวม

ตารางที่ 4.25

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” กับการใช้ประโยชน์จากรายการโดยรวม

การใช้ประโยชน์จากรายการโดยรวม (n = 400)	ความบ่อยครั้งในการชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ”	
	r	P-Value
	0.413	0.000**

**P<0.01, *P<0.05

จากตารางที่ 4.25 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” กับการใช้ประโยชน์จากรายการโดยรวม มีค่าเท่ากับ 0.413 และค่า P-Value เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 และ 0.05 ดังนั้น จึงปฏิเสธสมมติฐานว่าง (H_0) และยอมรับสมมติฐานที่ 2.1 สรุปว่า ความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการใช้ประโยชน์จากรายการโดยรวมมาก

เนื่องจากความสัมพันธ์ดังกล่าวมีค่าเป็นบวก จึงอาจกล่าวได้ว่ามีความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” มากก็จะมีการใช้ประโยชน์จากรายการโดยรวมมาก

สมมติฐานการวิจัยที่ 2.1.1 ความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากรายการด้านการใช้ข่าวสารด้านข้อมูลเพื่อการอ้างอิง ยอมรับสมมติฐานการวิจัย ($R = 0.352, P < 0.01$)

โดยมีสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_0 : ความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” ไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากรายการด้านการใช้ข่าวสารด้านข้อมูลเพื่อการอ้างอิง

H_1 : ความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากรายการด้านการใช้ข่าวสารด้านข้อมูลเพื่อการอ้างอิง

ตารางที่ 4.26

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” กับการใช้ประโยชน์จากรายการด้านการใช้ข่าวสารข้อมูลเพื่อการอ้างอิง

การใช้ประโยชน์จากรายการด้านการใช้ ข่าวสารข้อมูลเพื่อการอ้างอิง (n = 400)	ความบ่อยครั้งในการชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ”	
	r	P-Value
	0.352	0.000**

** $P < 0.01$, * $P < 0.05$

จากตารางที่ 4.26 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” กับการใช้ประโยชน์จากรายการด้านการใช้ข่าวสารข้อมูลเพื่อการอ้างอิง

มีค่าเท่ากับ 0.352 และค่า P-Value เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 และ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานว่าง (H_0) และยอมรับสมมติฐานที่ 2.1.1 สรุปว่า ความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการใช้ประโยชน์จากรายการด้านการใช้ข่าวสารข้อมูลเพื่อการอ้างอิงมาก

เนื่องจากความสัมพันธ์ดังกล่าวมีค่าเป็นบวก จึงอาจกล่าวได้ว่ามีความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” มากก็จะมีการใช้ประโยชน์จากรายการด้านการใช้ข่าวสารข้อมูลเพื่อการอ้างอิงมาก

สมมติฐานการวิจัยที่ 2.1.2 ความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากรายการด้านการใช้ข่าวสารเพื่อเชื่อมโยงระหว่างข้อมูลเกี่ยวกับสังคม ($R = 0.340, P < 0.01$)

โดยมีสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_0 : ความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” ไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากรายการด้านการใช้ข่าวสารเพื่อเชื่อมโยงระหว่างข้อมูลเกี่ยวกับสังคม

H_1 : ความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากรายการด้านการใช้ข่าวสารเพื่อเชื่อมโยงระหว่างข้อมูลเกี่ยวกับสังคม

ตารางที่ 4.27

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” กับการใช้ประโยชน์จากรายการด้านการใช้ข่าวสารเพื่อเชื่อมโยงระหว่างข้อมูลเกี่ยวกับสังคม

การใช้ประโยชน์จากรายการด้านการใช้ ข่าวสารข้อมูลเพื่อเชื่อมโยงระหว่างข้อมูล เกี่ยวกับสังคม (n = 400)	ความบ่อยครั้งในการชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ”	
	r	P-Value
	0.340	0.000**

** $P < 0.01$, * $P < 0.05$

จากตารางที่ 4.27 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” กับการใช้ประโยชน์จากรายการด้านการใช้ข่าวสารเพื่อเชื่อมโยงระหว่างข้อมูลเกี่ยวกับสังคม

มีค่าเท่ากับ 0.340 และค่า P-Value เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 และ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานว่าง (H_0) และยอมรับสมมติฐานที่ 2.1.2 สรุปว่า ความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการใช้ประโยชน์จากรายการด้านการใช้ข่าวสารเพื่อเชื่อมโยงระหว่างข้อมูลเกี่ยวกับสังคมปานกลาง

เนื่องจากความสัมพันธ์ดังกล่าวมีค่าเป็นบวก จึงอาจกล่าวได้ว่ามีความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” มากก็จะมีการใช้ประโยชน์จากรายการด้านการใช้ข่าวสารเพื่อเชื่อมโยงระหว่างข้อมูลเกี่ยวกับสังคมมาก

สมมติฐานการวิจัยที่ 2.1.3 ความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากรายการด้านการใช้ข่าวสารด้านข้อมูลเพื่อดำเนินการ ใช้ข่าวสารเพื่อการดำรงเอกลักษณ์ของบุคคล ($R = 0.350, P < 0.01$)

โดยมีสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_0 : ความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” ไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากรายการด้านการใช้ข่าวสารเพื่อการดำรงเอกลักษณ์ของบุคคล

H_1 : ความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากรายการด้านการใช้ข่าวสารเพื่อการดำรงเอกลักษณ์ของบุคคล

ตารางที่ 4.28

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” กับการใช้ประโยชน์จากรายการด้านการใช้ข่าวสารเพื่อการดำรงเอกลักษณ์ของบุคคล

การใช้ประโยชน์จากรายการด้านการใช้ข่าวสารข้อมูลเพื่อการดำรงเอกลักษณ์ของบุคคล (n = 400)	ความบ่อยครั้งในการชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ”	
	r	P-Value
	0.350	0.000**

** $P < 0.01$, * $P < 0.05$

จากตารางที่ 4.28 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” กับการใช้ประโยชน์จากรายการด้านการใช้ข่าวสารเพื่อการดำรงเอกลักษณ์ของบุคคล

มีค่าเท่ากับ 0.350 และค่า P-Value เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 และ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานว่าง (H_0) และยอมรับสมมติฐานที่ 2.1.3 สรุปว่า ความบ่อยครั้งในการเปิดรับชม

รายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการใช้ประโยชน์จากรายการด้านการดำรงเอกลักษณ์ของบุคคลมาก

เนื่องจากความสัมพันธ์ดังกล่าวมีค่าเป็นบวก จึงอาจกล่าวได้ว่ามีความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” มากก็จะมีการใช้ประโยชน์จากรายการด้านการใช้ข่าวสารเพื่อการดำรงเอกลักษณ์ของบุคคลมาก

สมมติฐานการวิจัยที่ 2.1.4 ความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากรายการด้านการใช้ข่าวสารด้านข้อมูลเพื่อการลดหรือผ่อนคลายความตึงเครียด ($R = 0.385, P < 0.01$)

โดยมีสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_0 : ความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” ไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากรายการด้านการใช้ข่าวสารเพื่อการลดหรือผ่อนคลายความตึงเครียด

H_1 : ความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากรายการด้านการใช้ข่าวสารเพื่อการลดหรือผ่อนคลายความตึงเครียด

ตารางที่ 4.29

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” กับการใช้ประโยชน์จากรายการด้านการใช้ข่าวสารเพื่อการลดหรือผ่อนคลายความตึงเครียด

การใช้ประโยชน์จากรายการด้านการใช้ ข่าวสารข้อมูลเพื่อการลดหรือผ่อนคลาย ความตึงเครียด (n = 400)	ความบ่อยครั้งในการชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ”	
	r	P-Value
	0.385	0.000**

** $P < 0.01$, * $P < 0.05$

จากตารางที่ 4.29 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” กับการใช้ประโยชน์จากรายการด้านการใช้ข่าวสารการใช้ข่าวสารเพื่อการลดหรือผ่อนคลายความตึงเครียด

มีค่าเท่ากับ 0.385 และค่า P-Value เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 และ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานว่าง (H_0) และยอมรับสมมติฐานที่ 2.1.4 สรุปว่า ความบ่อยครั้งในการเปิดรับชม

รายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการใช้ประโยชน์จากรายการด้านการใช้ข่าวสารเพื่อการลดหรือผ่อนคลายความตึงเครียดมาก

เนื่องจากความสัมพันธ์ดังกล่าวมีค่าเป็นบวก จึงอาจกล่าวได้ว่ามีความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” มากก็จะมีการใช้ประโยชน์จากรายการด้านการใช้ข่าวสารเพื่อการลดหรือผ่อนคลายความตึงเครียดมาก

สมมติฐานการวิจัยที่ 3 พฤติกรรมความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อรายการโดยรวม

สมมติฐานการวิจัยที่ 3.1 ความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อรายการโดยรวม

โดยมีสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_0 : ความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อรายการโดยรวม

H_1 : ความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อรายการโดยรวม

ตารางที่ 4.30

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” กับความพึงพอใจที่มีต่อรายการโดยรวม

ความพึงพอใจที่มีต่อรายการโดยรวม (n = 400)	ความบ่อยครั้งในการชมรายการคืนความสุขให้คนในชาติ	
	r	P-Value
	0.053	0.290

**P<0.01, *P<0.05

จากตารางที่ 4.30 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” กับความพึงพอใจที่มีต่อรายการโดยรวม มีค่าเท่ากับ 0.053 และค่า P-Value เท่ากับ 0.290 ซึ่งมากกว่า 0.05 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานว่าง (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานที่ 3.1 สรุปว่า ความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อรายการโดยรวม

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับการใช้อุปกรณ์และความพึงพอใจที่มีต่อรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครที่เปิดรับชม “รายการคืนความสุขให้คนในชาติ”
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการรับชมของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ”
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ”
4. เพื่อศึกษาการใช้อุปกรณ์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ”

โดยตั้งสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

สมมติฐานการวิจัยที่ 1 ลักษณะประชากรที่แตกต่างกัน มีความบ่อยครั้งในการเปิดรับชม “รายการคืนความสุขให้คนในชาติ” แตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัยที่ 2 พฤติกรรมความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” มีความสัมพันธ์กับการใช้อุปกรณ์จากรายการ

สมมติฐานการวิจัยที่ 3 พฤติกรรมความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อรายการ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) รูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ลักษณะการสุ่มตัวอย่างแบบผสม (Multi-Stage Sampling) ในการศึกษาถึงพฤติกรรมการเปิดรับการใช้อุปกรณ์และความพึงพอใจที่มีต่อรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ทั้งนี้ผู้ศึกษาเป็นผู้แจกและเก็บแบบสอบถามด้วยตนเอง จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 400 คน

5.1 สรุปผลการศึกษา

5.1.1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งประกอบไปด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ และอาชีพ

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 228 คน คิดเป็นร้อยละ 57 ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 25-39 ปี จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 48 กลุ่มตัวอย่างมีระดับการศึกษาสูงสุดปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 72.8 มีรายได้ระหว่าง 15,001-30,000 บาทจำนวน 236 คน คิดเป็นร้อยละ 65.8 ส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/ห้างร้าน/ธนาคาร 202 คน คิดเป็นร้อยละ 50.5

5.1.2 พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ”

จากการศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” ภาพรวมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.31 อยู่ในระดับปานกลาง โดยเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” ในระดับชมบ้าง (2 ครั้ง/เดือน) จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 37.5 รองลงมา ชมทุกวัน (4 ครั้ง/เดือน) จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 22.2 และ ชมนาน ๆ ครั้ง (1 ครั้ง/เดือน) จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17 ชมบ่อย (3 ครั้ง/เดือน) จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 16.8 และชมน้อยครั้ง (น้อยกว่า 1 ครั้ง/เดือน) จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 ตามลำดับ

5.1.3 การใช้ประโยชน์จากรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ”

จากการศึกษาการใช้ประโยชน์จากรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” ของกลุ่มตัวอย่างมีการใช้ประโยชน์จากรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” โดยรวมด้านการใช้ข่าวสาร ข้อมูลเพื่อการอ้างอิง ด้านการใช้ข่าวสารเพื่อนำข้อมูลไปใช้สนทนากับผู้อื่นในสังคมด้านการใช้ข่าวสารเพื่อการดำรงเอกลักษณ์ของบุคคล และด้านการใช้ข่าวสารเพื่อการลดหรือผ่อนคลายความตึงเครียด โดยการใช้ประโยชน์จากรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” โดยรวมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.28 อยู่ในระดับปานกลาง การใช้ประโยชน์ในด้านการใช้ข่าวสารข้อมูลเพื่อการอ้างอิง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 (มาก) รองลงมา คือ ด้านการใช้ข่าวสารเพื่อนำข้อมูลไปใช้สนทนากับผู้อื่นในสังคม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.37 (ปานกลาง) ด้านการใช้ข่าวสารเพื่อการดำรงเอกลักษณ์ของบุคคล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.30 (ปานกลาง) และด้านการใช้ข่าวสารเพื่อการลดหรือผ่อนคลายความตึงเครียด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.85 (ปานกลาง)

โดยพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการใช้ประโยชน์จากรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” เพื่อให้ทราบความเคลื่อนไหวและทราบถึงเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 (มาก) รองลงมา เนื้อหารายการสามารถนำมาใช้ประโยชน์ที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน มีค่าเฉลี่ย

เท่ากับ 3.60 (มาก) และ รับชมรายการเพื่อให้ได้รับความรู้ในเหตุการณ์และความเป็นไปต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นรอบตัวเพื่อไปบอกเล่ากับคนอื่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 (มาก) ตามลำดับ

5.1.4 ความพึงพอใจที่มีต่อรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ”

จากการศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” ของกลุ่มตัวอย่างมีระดับความพึงพอใจรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47 โดยมีระดับความพึงพอใจสูงสุดในด้านเนื้อหารายการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53 (มาก) รองลงมา คือ ด้านผู้ดำเนินรายการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 (มาก) และด้านองค์ประกอบรายการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.39 (ปานกลาง)

ด้านเนื้อหารายการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจเนื้อหารายการเพราะประเด็นที่น่าสนใจอยู่ในความสนใจ ทันเหตุการณ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 (มาก) รองลงมา พึงพอใจรายการเพราะมีการยกตัวอย่างให้เข้าใจง่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 (มาก) และมีความพึงพอใจเพราะรายการได้นำเสนอเนื้อหาเจาะลึกนโยบายด้านต่าง ๆ ของรัฐบาล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56 (มาก) ตามลำดับ

ด้านองค์ประกอบรายการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจที่รูปแบบรายการนำเสนอนายกรัฐมนตรีสื่อสารโดยตรงกับประชาชน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 (มาก) รองลงมา ชอบเพลงประจำรายการ (เพลงคืนความสุขให้คนในชาติ) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53 (มาก) และชอบที่มีคำบรรยายภาษาอังกฤษสื่อสารให้ชาวต่างชาติ และมีภาษามือสื่อสารให้ผู้พิการเข้าใจได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.49 (มาก) ตามลำดับ

ด้านการผู้ดำเนินรายการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจที่นายกรัฐมนตรีเป็นผู้จัดรายการที่มีบุคลิกน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 (มาก) รองลงมา พึงพอใจที่ท่านนายกรัฐมนตรีสามารถอธิบายและสรุปเนื้อหาได้ตรงประเด็น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 (มาก) และพึงพอใจที่นายกรัฐมนตรีมีความรู้ในเนื้อหาที่สื่อสารเป็นอย่างดีมีทักษะ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.55 (มาก) ตามลำดับ

5.1.5 ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

ในการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่มีต่อรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร สรุปผลการทดสอบสมมติฐานได้ดังตารางที่ 5.1

ตารางที่ 5.1

สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย
สมมติฐานการวิจัยที่ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน มีความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” แตกต่างกัน	
สมมติฐานการวิจัยที่ 1.1 ลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน มีความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” โดยรวม แตกต่างกัน สมมติฐานการวิจัยที่ 1.1.1 เพศที่แตกต่างกัน มีความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” โดยรวม แตกต่างกัน	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
สมมติฐานการวิจัยที่ 1.1.2 อายุที่แตกต่างกัน มีความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” โดยรวม แตกต่างกัน	ยอมรับสมมติฐานการวิจัย (F =16.714, P<0.01)
สมมติฐานการวิจัยที่ 1.1.3 ระดับการศึกษาสูงสุดที่แตกต่างกัน มีความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” โดยรวม แตกต่างกัน	ยอมรับสมมติฐานการวิจัย (F =11.565, P<0.01)
สมมติฐานการวิจัยที่ 1.1.4 อาชีพที่แตกต่างกัน มีความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” โดยรวม แตกต่างกัน	ยอมรับสมมติฐานการวิจัย (F =65.553, P<0.01)
สมมติฐานการวิจัยที่ 1.1.5 รายได้ที่แตกต่างกัน มีความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” โดยรวม แตกต่างกัน	ยอมรับสมมติฐานการวิจัย (F =74.828, P<0.01)

ตารางที่ 5.1

สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย (ต่อ)

สมมติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย
<p>สมมติฐานการวิจัยที่ 2 พฤติกรรมความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากรายการ</p> <p>สมมติฐานการวิจัยที่ 2.1 ความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากรายการโดยรวม</p>	<p>ยอมรับสมมติฐานการวิจัย (R =0.413, P<0.01)</p>
<p>สมมติฐานการวิจัยที่ 2.1.1 ความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากรายการด้านการใช้ข่าวสารด้านข้อมูลเพื่อการอ้างอิง</p>	<p>ยอมรับสมมติฐานการวิจัย (R =0.352, P<0.01)</p>
<p>สมมติฐานการวิจัยที่ 2.1.2 ความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากรายการด้านการใช้ข่าวสารเพื่อเชื่อมโยงระหว่างข้อมูลเกี่ยวกับสังคม</p>	<p>ยอมรับสมมติฐานการวิจัย (R =0.340, P<0.01)</p>
<p>สมมติฐานการวิจัยที่ 2.1.3 ความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากรายการด้านการใช้ข่าวสารเพื่อการดำรงเอกลักษณ์ของบุคคล</p>	<p>ยอมรับสมมติฐานการวิจัย (R =0.350, P<0.01)</p>
<p>สมมติฐานการวิจัยที่ 2.1.4 ความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากรายการด้านการใช้ข่าวสารเพื่อการลดหรือผ่อนคลายความตึงเครียด</p>	<p>ยอมรับสมมติฐานการวิจัย (R =0.385, P<0.01)</p>

ตารางที่ 5.1

สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย (ต่อ)

สมมติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย
สมมติฐานการวิจัยที่ 3 พฤติกรรมความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อรายการ	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
สมมติฐานการวิจัยที่ 3.1 ความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อรายการโดยรวม	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
สมมติฐานการวิจัยที่ 3.1.1 ความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อรายการด้านเนื้อหารายการ	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
สมมติฐานการวิจัยที่ 3.1.2 ความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อรายการด้านองค์ประกอบรายการ	ยอมรับสมมติฐานการวิจัย (R =0.149, P<0.01)
สมมติฐานการวิจัยที่ 3.1.3 ความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อรายการด้านผู้ดำเนินรายการ	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ผู้ชมรายการที่มีคุณลักษณะด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” แตกต่างกัน จากสมมติฐานพบว่า

1.1 กลุ่มตัวอย่างที่มีคุณลักษณะด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ ที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” โดยรวม ไม่แตกต่างกัน

1.2 กลุ่มตัวอย่างที่มีคุณลักษณะด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ ที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” โดยรวม แตกต่างกัน

ผู้ที่มีอายุระหว่าง 25-39 ปี มีพฤติกรรมความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” มากกว่าผู้ที่มีอายุระหว่าง 18-24 ปี

ผู้ที่มีอายุระหว่าง 40-49 ปี มีพฤติกรรมความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” มากกว่าผู้ที่มีอายุระหว่าง 18-24 ปี

1.3 กลุ่มตัวอย่างที่มีคุณลักษณะด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” โดยรวม แตกต่างกัน

ผู้ที่มีระดับการศึกษาอาชีวศึกษา/อนุปริญญา มีพฤติกรรมความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” มากกว่า ผู้ที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษา

ผู้ที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีพฤติกรรมความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” มากกว่า ผู้ที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษา

ผู้ที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีพฤติกรรมความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” มากกว่า ผู้ที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษา

ผู้ที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีพฤติกรรมความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” มากกว่า ผู้ที่มีระดับการศึกษาอาชีวศึกษา/อนุปริญญา

1.4 กลุ่มตัวอย่างที่มีคุณลักษณะด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ อาชีพที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” โดยรวม แตกต่างกัน

ผู้ที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานของรัฐวิสาหกิจ มีพฤติกรรมความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” มากกว่า ผู้ที่มีอาชีพนิสิต/นักศึกษา

ผู้ที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/ห้างร้าน/ธนาคาร มีพฤติกรรมความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” มากกว่า ผู้ที่มีอาชีพนิสิต/นักศึกษา

ผู้ที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย มีพฤติกรรมความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” มากกว่า ผู้ที่มีอาชีพนิสิต/นักศึกษา

ผู้ที่มีอาชีพอื่น ๆ ได้แก่ รับจ้าง/งานบริการ/แม่บ้าน/อาชีพอิสระ มีพฤติกรรมความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” มากกว่า ผู้ที่มีอาชีพนิสิต/นักศึกษา

1.5 กลุ่มตัวอย่างที่มีคุณลักษณะด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ รายได้ที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” โดยรวม แตกต่างกัน

ผู้ที่มีรายได้ระหว่าง 5,001-15,000 บาท, 15,001-30,000 บาท และ 30,001-50,000 บาท มีพฤติกรรมความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” มากกว่า ผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท

ผู้ที่มีรายได้ระหว่าง 15,001-30,000 บาท มีพฤติกรรมความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” มากกว่า ผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท

ผู้ที่มีรายได้ระหว่าง 30,001-50,000 บาท มีพฤติกรรมความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” มากกว่า ผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท

ผู้ที่มีรายได้ระหว่าง 15,001-30,000 บาท มีพฤติกรรมความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” มากกว่า ผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,001-15,000 บาท

สมมติฐานที่ 2 พฤติกรรมความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากรายการโดยรวม

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า พฤติกรรมความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สรุปว่า พฤติกรรมความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการใช้ประโยชน์จากรายการโดยรวม กล่าวคือ ถ้ากลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” มาก ก็จะมีการใช้ประโยชน์จากรายการโดยรวมมาก

สมมติฐานที่ 3 พฤติกรรมความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อรายการโดยรวม

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า พฤติกรรมความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” ได้มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” โดยรวม กล่าวคือ พฤติกรรมความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” มากหรือน้อย ก็ไม่มีผลกับความพึงพอใจที่มีต่อรายการโดยรวม

5.2 อภิปรายผลการศึกษาวิจัย

5.2.1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 25-39 ปี มีระดับการศึกษาสูงสุดปริญญาตรี มีรายได้ระหว่าง 15,001-30,000 บาท ส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/ห้างร้าน/ธนาคาร

ผลการศึกษาดัชนีแปรผันเพศ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ซึ่งพบว่า เพศชายเปิดรับข่าวสารข้อมูลจากรายการคืนความสุขให้คนในชาติมากกว่าเพศหญิง สอดคล้องกับ ประมะ สตะเวทิน, 2546, น. 111-118) ที่กล่าวว่า เพศหญิงกับเพศชายจะมีความแตกต่างกันในเรื่องของความคิด ค่านิยม เพราะสังคมได้กำหนดบทบาทของทั้งสองเพศไว้แตกต่างกัน โดยเพศหญิง

มักนิยมดูรายการประเภทละคร ต่างจากเพศชายที่มักดูรายการประเภทข่าวสารและกีฬา (ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2534, น. 69)

ผลการศึกษาด้านอายุ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 25-39 ปี เป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้เกิดการเปิดรับสื่อแตกต่างกันไปตามแต่ช่วงวัย เป็นสิ่งที่บ่งบอกประสบการณ์ และหล่อหลอมอุดมการณ์ทางความคิด วัยกลางคน วัยสูงอายุจะถึงถึงความปลอดภัยในชีวิตมากกว่า วัยรุ่นที่มีความคิดอิสระเสรี ยังผ่านประสบการณ์มาไม่มาก นั้นทำให้คนที่มีอายุมากมักจะแสวงหา ข่าวสารข้อมูลหนัก ๆ เช่นข่าวเศรษฐกิจ สังคม การเมือง มากกว่าข่าวสารเพื่อความบันเทิง

ส่วนการศึกษา รายได้ก็ยังคงเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารอย่างหนึ่ง จากผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่จบปริญญาตรีเปิดรับข่าวสารจากรายการคืนความสุขให้คนในชาติมาก สอดคล้องกับ ชรามม์ (Schramm, 1973, pp. 121-122, อ้างถึงใน เพชร เพ็ชรสวัสดิ์, 2548) ว่า ระดับการศึกษาของผู้รับสารที่ต่างกัน จะทำให้มีความแตกต่างกันในเรื่องพฤติกรรมการ เลือกรับสื่อและเนื้อหาข่าวสารตามไปด้วย นอกจากนี้ แมคเนลลี และคณะ (McNelly et al., 1968, อ้างถึงใน ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2542, น. 50) ยังกล่าวว่า คนที่มีฐานะดีและมีการศึกษาสูง จะเป็นกลุ่ม ที่ได้รับข่าวสารที่มีเนื้อหาสาระจากสื่อมวลชนมากอีกทั้งรายได้หรือสถานภาพทางเศรษฐกิจ ก็ยังสามารถบ่งบอกถึงความเชื่อมโยงกับในการเปิดรับสื่อกับระดับการศึกษาและอาชีพได้อีกทางหนึ่งด้วย เนื่องจากผู้ที่มีรายได้สูงนั้นมักมีการศึกษาสูงมักมีอาชีพและตำแหน่งหน้าที่การงานดี จึงมักถูกผลักดัน ให้มีความจำเป็นที่จะต้องเรียนรู้หาข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ให้ทันต่อเหตุการณ์อยู่เสมอ

5.2.2 พฤติกรรมการเปิดรับรายการคืนความสุขให้คนในชาติ

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” อยู่ในระดับปานกลาง คือ เปิดชมบ้าง (2 ครั้ง/เดือน)

ชรามม์ (Schramm, 1973, pp. 121-122, อ้างถึงใน เพชร เพ็ชรสวัสดิ์, 2548) ได้ชี้ให้เห็นว่า การเลือกรับข่าวสารของบุคคล ยังมีองค์ประกอบอื่น ๆ อีกหลายอย่าง ทั้งประสบการณ์ ซึ่งเป็นปัจจัยที่ทำให้ผู้รับส่งสารแสวงหาข่าวสารที่แตกต่างกันการประเมินสารประโยชน์ของข่าวสารที่ ผู้รับสารแสวงหาเพื่อตอบสนองเป้าหมายของตัวเองอย่างใดอย่างหนึ่งภูมิหลังที่แตกต่างกัน ซึ่งทำให้ บุคคลมีความสนใจแตกต่างกันการศึกษาและสภาพแวดล้อม ความสามารถในการรับสาร ซึ่งเกี่ยวกับ สภาพร่างกายและจิตใจที่ทำให้พฤติกรรมการเปิดรับสารแตกต่างกันบุคลิกภาพ ทำให้มีผลต่อ การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ การโน้มน้าวใจ และพฤติกรรมของผู้รับสาร,อารมณ์ สภาพทางอารมณ์ของ ผู้รับสาร จะทำให้เข้าใจความหมายของข่าวสารหรืออาจเป็นอุปสรรคต่อความเข้าใจความหมายของ ข่าวสารได้,ทัศนคติจะเป็นตัวกำหนดท่าทีของการรับและตอบสนองสิ่งเร้า หรือข่าวสารที่ได้พบ เกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารนั้น

นอกจากนี้ แม็คคลอยด์ และ โอคีฟ (McLeod & O'keefe, 1972, p. 123, อ้างถึงใน เกณฑ์สิทธิ์ กัณฐจันทร์, 2555) กล่าวว่า ตัวที่ใช้วัดพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ (Media Exposure) ส่วนใหญ่ใช้กัน 2 อย่าง คือ วัดจากเวลาที่ใช้กับสื่อ และวัดจากความถี่ของการใช้สื่อ โดยการวัดในลักษณะนี้ มีข้อเสียที่ว่า ค่าตอบอาจขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น ความสนใจของผู้ฟัง เวลาว่างที่คนมีอยู่ และการมีสื่อที่ใกล้ตัว ดังนั้น ค่าตอบที่ได้จึงมักไม่สามารถแปลความหมายทางจิตวิทยาและมักจะไม่ให้ผลที่ชัดเจน

5.2.3 การใช้ประโยชน์จากรายการคืนความสุขจากคนในชาติ

กลุ่มตัวอย่างมีการใช้ประโยชน์จากรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีการใช้ประโยชน์จากข่าวสารข้อมูลเพื่อการอ้างอิงระดับมาก กล่าวคือ การชมรายการทำให้กลุ่มตัวอย่างสามารถทราบความเคลื่อนไหวและทราบถึงเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคม กลุ่มตัวอย่างสามารถนำข้อมูลข่าวสารจากรายการมาใช้ประโยชน์ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน และกลุ่มตัวอย่างยังสามารถนำข่าวสารข้อมูลที่ได้นำไปบอกเล่ากับคนอื่น ๆ ได้อีกด้วย สอดคล้องกับ แคทซ์ และคณะ (Katz et al., 1974, p. 20, อ้างถึงใน พิระ จิโรสภณ, 2529, น. 634-635) ที่กล่าวว่า การใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชนของผู้รับสาร มีจุดเริ่มต้นจากสภาวะจิตใจและสภาพสังคม ที่ทำให้เกิดความคาดหวังจากสื่อมวลชน ซึ่งนำไปสู่รูปแบบของการรับข่าวสารจากสื่อมวลชน แล้วเกิดผลตามมา ซึ่งนอกจากจะสนองความต้องการแล้ว อาจมีผลอื่น ๆ ตามมาแบบไม่ตั้งใจอีกด้วย

เวนเนอร์ (Wenner, 1985, pp. 171-193, อ้างถึงใน คณิศร กุ้เกียรติพันธ์, 2552) ที่ได้กล่าวถึง การใช้ข่าวสารเพื่ออ้างอิงในรูปแบบการติดตามข่าวสารเพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลในการช่วยตัดสินใจ นอกจากนี้ เวนเนอร์ ยังกล่าวถึงการใช้ประโยชน์จากข่าวสารเพื่อเป็นกลไกเชื่อมโยงข้อมูลกับสังคม ในที่นี้กลุ่มตัวอย่างอาจนำข่าวสารข้อมูลที่ได้รับจากรายการไปบอกเล่าหรือพูดคุยกับผู้อื่น

ผลการวิจัยยังได้คำตอบสอดคล้องกับ แม็คคอมบ์ และ เบคเกอร์ (McComb & Becker, 1979, pp. 51-52, อ้างถึงใน คณิศร กุ้เกียรติพันธ์, 2552) ที่อธิบายถึงการใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชน โดยเน้นด้านการดำรงชีวิตในสังคม เนื่องจากความต้องการรู้เหตุการณ์ (Surveillance) การเปิดรับชมรายการ ทำให้รู้ถึงเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นกับตนเองและสิ่งที่เกิดขึ้นรอบตัว นอกจากนี้ ข่าวสารเหล่านั้นยังสามารถนำพาช่วยในการตัดสินใจ (Decision) หรือกำหนดแนวทางความคิดเห็นในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันได้อีกด้วย สอดคล้องกับงานวิจัยของ คณิศร กุ้เกียรติพันธ์ (2552) ที่ศึกษา “พฤติกรรมการเปิดรับ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชมรายการคุยคุ้ยข่าว ในเขตกรุงเทพมหานคร” โดยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้ประโยชน์จากรายการเพื่อติดตามข่าวสารทราบความเคลื่อนไหวในสังคม รวมถึงข้อเท็จจริงต่าง ๆ มากขึ้น และยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของ อรุณี แดงพันธ์ (2548) ที่วิจัยเรื่อง “การสำรวจความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ของผู้ฟังกรุงเทพมหานคร

และปริมาณพลจากรายการของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย เครือข่าย 2 (เอ. เอ็ม. 819 กิโลเฮิร์ต)” โดยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการใช้ประโยชน์จากรายการในระดับมาก ในประเด็นที่เป็นความรู้เกี่ยวกับกฎหมายในชีวิตประจำวัน

5.2.4 ความพึงพอใจที่มีต่อรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ”

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” โดยรวมในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจด้านเนื้อหารายการ ด้านผู้ดำเนินรายการ และด้านองค์ประกอบรายการ ตามลำดับ

5.2.4.1 ความพึงพอใจต่อรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” ด้านเนื้อหา รายการ

พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจด้านเนื้อหาในระดับมาก โดยเรียงลำดับ 3 หัวข้อที่มีระดับความพึงพอใจจากมากไปน้อยได้ดังนี้ มีเนื้อหารายการประเด็นที่น่าเสนออยู่ในความสนใจทันเหตุการณ์ มีการยกตัวอย่างให้เห็นภาพ เข้าใจง่าย และรายการนำเสนอเนื้อหาเจาะลึกนโยบายด้านต่าง ๆ ของรัฐบาล

เนื่องจากเนื้อหารายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” มีลักษณะเนื้อหาที่ครอบคลุมกับความสนใจของประชาชนหลากหลายกลุ่ม นอกเหนือจากการทราบความเคลื่อนไหวในบ้านเมืองรอบสัปดาห์ นโยบายของรัฐบาลที่มีต่อประเด็นปัญหาสังคม เศรษฐกิจ และความมั่นคงทั้งที่เกิดขึ้น กิจกรรมต่าง ๆ จากภาครัฐที่ส่งผลต่อการเข้ามามีส่วนร่วมของประชาชนซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นสถานการณ์และบริบทในสังคมในช่วงสัปดาห์นั้นเป็นหลักรวมทั้งเนื้อหารายการยังตอบสนองการตัดสินใจในชีวิตประจำวัน

สอดคล้องกับ แม็คคอล์ม และ เบคเกอร์ (McComb & Becker, 1979, pp. 51-52, อ้างถึงใน คณิศร กุ้เกียรติพันธ์, 2552) ที่อธิบายถึงการใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชน โดยเน้นด้านการดำรงชีวิตในสังคม เนื่องจากความต้องการรู้เหตุการณ์ (Surveillance) การเปิดรับชมรายการ ทำให้รู้ถึงเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นกับตนเองและสิ่งที่เกิดขึ้นรอบตัว นอกจากนี้ ข่าวสารเหล่านั้นยังสามารถนำพาช่วยในการตัดสินใจ (Decision) หรือกำหนดแนวทางความคิดเห็นในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันได้อีกด้วย

สอดคล้องกับธิดิมา ปิยะศิริศิลป์ (2544) วิจัยเรื่อง “พฤติกรรม การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจของผู้ชมรายการสายตรงไอทีทีวี” พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจด้านเนื้อหารายการ ในเรื่องข่าวที่เสนออยู่ในความสนใจ ทันต่อเหตุการณ์มากที่สุด โดยมีความพึงพอใจระดับมาก และยังสอดคล้องกับ สุภวัฒน์ สงวนนาม (2557) วิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกรับชมรายการช่างของสถานีโทรทัศน์ของ ผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่า ประเด็น

เนื้อหาของข่าวที่ผู้ชมให้ความสำคัญมากที่สุดคือ มีความทันสมัย หรือมีความสด ทันต่อเหตุการณ์ของข่าวที่นำเสนอ

5.2.4.2 ความพึงพอใจต่อรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” ด้านองค์ประกอบรายการ

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” ด้านองค์ประกอบรายการโดยรวมในระดับปานกลาง โดยมีพึงพอใจรายการนำเสนอรูปแบบที่นายกรัฐมนตรีสื่อสารโดยตรงกับประชาชนในระดับมาก รองลงมา คือ ความพึงพอใจในเพลงประจำรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” อยู่ในระดับมาก และความพึงพอใจที่รายการมีคำบรรยายภาษาอังกฤษสื่อสารให้คนต่างชาติ รวมทั้งมีภาษามือสื่อสารให้ผู้พิการเข้าใจได้ อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ผลวิจัยสามารถวิเคราะห์ได้ว่า องค์ประกอบรายการด้านรูปแบบที่ผู้ดำเนินรายการ พล.อ. ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี สื่อสารโดยตรงกับผู้ชม ทำให้ประชาชนพึงพอใจมากและอาจชอบในลักษณะการสื่อสารแบบตรงไปตรงมา ชัดเจน สามารถรับฟังข้อมูลข่าวสารจากผู้สื่อสาร ซึ่งมีความรู้และมีหน้าที่บริหารบ้านเมือง วางนโยบายโดยตรงสอดคล้องกับ นภาพกรณ์ อัจฉริยะกุล และ อีรารักษ์ โพธิสุวรรณ (2546) ที่กล่าวไว้ว่า รูปแบบรายการประเภทพูดคุยกับผู้ฟังโดยตรง (Straight Talk) เป็นวิธีการสื่อสารกับผู้ฟังอย่างตรงไปตรงมาที่สุด ด้วยลีลาการพูด น้ำเสียงหรือสำนวนการพูด ก็เป็นลักษณะเฉพาะตัวของผู้พูดเอง ซึ่งการพูดคุยกับผู้ฟังโดยตรงนั้น จำเป็นต้องมีบทพูด แต่การพูดนั้นต้องไม่ใช่ลักษณะการอ่านบท แต่ต้องเป็นการพูดตามบทที่ได้เตรียมมาให้เป็นธรรมชาติ ซึ่งจะน่าฟังและดึงดูดความสนใจได้มากกว่า ทั้งนี้ต้องขึ้นอยู่กับลักษณะของผู้พูดหรือผู้ส่งสารด้วย ยิ่งพูดเป็นธรรมชาติมากเท่าใด ยิ่งได้รับความสนใจมากเท่านั้น สอดคล้องกับการศึกษาของ อธิติเดช สุพงษ์ (2553, น. 4) กล่าวว่า รูปแบบการนำเสนอรายการสื่อสารที่รัฐบาลส่งไปยังประชาชนต้องอาศัยรูปแบบการนำเสนอที่สามารถลดช่องว่างความเป็นทางการ ให้เกิดความรู้สึกเป็นกันเองได้ ดังนั้น รูปแบบรายการประเภทพูดคุยกับผู้ฟังโดยตรง (Straight Talk) จำเป็นต้องอาศัยทักษะการพูดและการสื่อสารของผู้ส่งสารหรือผู้ดำเนินรายการเป็นหลัก นอกจากนี้ยังพบว่า องค์ประกอบด้านรูปแบบและการนำเสนอรายการในรูปแบบรายการประเภทพูดคุยกับผู้ฟังโดยตรง (Straight Talk) นี้ ยังสอดคล้องกับ ญาณิศภาค กาญจนวิศิษย์ (2547) ที่วิจัยเรื่อง “กระบวนการสร้างความหมาย และบทบาทวาทกรรมรายการ นายกทักษิณฯ คุยกับประชาชน” โดยมีการใช้วิธีการนำเสนอแบบเล่าคนเดียว มุ่งเน้นเข้าถึงประชาชนจำนวนมาก ผ่านช่องทางการสื่อสารมวลชน รวมทั้ง พรหมธิดา ทิพยานนท์ (2555) ที่ศึกษารูปแบบการบริหารจัดการรายการ “รัฐบาลยิ่งลักษณ์พบประชาชน” ยังกล่าวด้วยว่า รูปแบบรายการที่นายกรัฐมนตรีสื่อสารโดยตรงคนเดียวจำเป็นต้องมีความน่าเชื่อถือ ด้วย

บทบาท สถานะผู้นำของประเทศ โดยลักษณะเด่นในการนำเสนอข้อมูล คือ การสร้างความน่าเชื่อถือด้วยข้อมูลชัดเจนและยังปรับข้อมูลให้เป็นภาษาแบบกึ่งทางการเพื่อให้ประชาชนเข้าใจง่ายมากยิ่งขึ้น

การศึกษาความพึงพอใจต่อรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” ด้านองค์ประกอบรายการยังพบว่าความพึงพอใจในเพลงประจำรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” อยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับแนวคิดของ แมคคอมป์ และ เบคเกอร์ (McCombs & Becker, 1979, pp. 51-52, อ้างถึงใน คณิศร กุ้เกียรติพันธ์, 2552) ได้อธิบายถึงการใช้สื่อมวลชน เพื่อสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจ โดยเน้นด้านการดำรงชีวิตในสังคมต้องการความบันเทิง (Relaxing and Entertainment) เพื่อความเพลิดเพลินและผ่อนคลายอารมณ์ สอดคล้องกับ สินีนาฏ สีสรรค (2552) ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมการเปิดรับชมด้วยความพึงพอใจของผู้ชมในกรุงเทพมหานคร” ที่มีต่อละครโทรทัศน์หลังข่าว พบว่า นอกจากประชาชนจะสนใจเนื้อหาของละครแล้ว ยังสนใจเพลงประกอบละคร เพราะเนื้อหาของเพลงจดจำง่ายและ เนื้อหาของเพลงเป็นที่พึงพอใจของผู้ชมในช่วงนั้น

5.2.4.3 ความพึงพอใจต่อรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” ด้านผู้ดำเนินรายการ

สามารถเรียงลำดับ 3 หัวข้อที่มีระดับความพึงพอใจจากมากไปหาน้อย ได้ดังนี้ พล.อ. ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี เป็นผู้ดำเนินรายการที่มีความน่าเชื่อถือ รองลงมา พล.อ.ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี เป็นผู้ดำเนินรายการที่สามารถอธิบายและสรุปเนื้อหาได้ตรงประเด็น และพล.อ. ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี เป็นผู้ดำเนินรายการที่มีความรู้ในเนื้อหาที่สื่อสารดี มีทักษะ

จะเห็น ๆ ได้ว่าผลวิจัยที่ได้สอดคล้องกับนักวิชาการหลายท่านที่ได้สรุปแนวคิดความน่าเชื่อถือของแหล่งสาร เนื่องจากจุดเด่นของผู้ดำเนินรายการ พล.อ.ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี คือ เป็นคนมีความรู้ในเรื่องที่จะพูด จึงสามารถจัดรายการได้อย่างลื่นไหล สื่อสารออกมาแบบผู้ส่งสารที่เข้าใจในเนื้อหาสาร นอกจากนี้บุคลิกลักษณะเฉพาะตัวของนายกรัฐมนตรี ที่ดูตรงไปตรงมา โผงผาง ด้วยบุคลิกความเป็นผู้ใหญ่ ประกอบบุคลิกท่าทางของนายกรัฐมนตรี เป็นคนเปิดเผย (Extroversion) เป็นสิ่งหนึ่งที่จะสร้างความไว้วางใจต่อตัวผู้ส่งสารให้เกิดขึ้น เพราะแสดงให้เห็นถึงความตรงไปตรงมา เปิดเผย ชัดเจน ไม่ซ่อนเร้น เนื่องจากการที่ผู้รับสารเชื่อว่าได้รับข้อมูลที่เพียงพอและการไม่ปิดบังข้อมูลของผู้ส่งสารจะทำให้ผู้รับสารเกิดความรู้สึกสนิทสนมเป็นกันเองและรู้สึกไว้วางใจผู้ส่งสาร จึงทำให้เกิดความน่าเชื่อถือโดยปริยาย

โดย โอคีฟ (O’keefe, 1990, pp. 132-133, อ้างถึงใน จุฑารัตน์ สุกระสุยานนท์, 2554, น. 16) กล่าวว่า ความสามารถมีความหมายเช่นเดียวกับความชำนาญ (Expertise) ความรู้เฉพาะทาง (Authoritativeness) และคุณวุฒิ (Qualification) ซึ่งหมายถึง การประเมินอย่าง

คร่าว ๆ ของผู้รับสารว่าผู้ส่งสารอยู่ในสถานะที่ทราบความจริงและทราบว่าสิ่งใดถูกต้อง โอคีฟ (O'keefe, 1990, pp. 134-140, อ้างถึงใน จุฑารัตน์ สุกระสุยานนท์, 2554, น. 16) ได้กล่าวอีกว่า ความน่าไว้วางใจ มีความหมายเช่นเดียวกับคำว่า บุคลิกภาพ (Character) และความปลอดภัย (Safety) โดยผู้รับสารจะให้ความเชื่อถือและไว้วางใจต่อผู้ส่งสารที่มีบุคลิกดี มีศีลธรรมสูง

แนวคิดของโอคีฟ (O'keefe, 1990) เป็นไปในทิศทางเดียวกับ โฮฟแลนด์, जानิส, และ เคลลี (Hovland, Janis, & Kelly, 1953, อ้างถึงใน รัชดา ธนูศิลป์, 552) ว่าความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารขึ้นกับปัจจัย 2 ประการ คือ ความเป็นผู้ชำนาญ (Competence of expertness) และความน่าไว้วางใจ (Trustworthiness) โดยความเป็นผู้ชำนาญ (Competence of expertness) จะทำให้ผู้รับสารเชื่อในข้อมูลที่มีความถูกต้อง ส่วนความน่าไว้วางใจ (Trustworthiness) จะทำให้ผู้รับสารรู้สึกมั่นใจผู้ส่งสารว่าไม่มีความเคลือบแคลง มีเจตนาจริงใจที่จะพูดความจริงเพื่อประโยชน์ของผู้ฟังส่วนรวม ปัจจัยทั้งสองอย่างนี้ ต้องเป็นสิ่งที่ผู้รับสารมองเห็น รับรู้ละรับรู้ในตัวผู้สื่อสารพล.อ. ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรีได้แสดงถึงคุณสมบัติที่ โฮฟแลนด์ जानิส และ เคลลี (Hovland Janis and Kelly, 1953) ได้กล่าวมา อีกทั้งยังมีคุณสมบัติ 5 ประการ ที่นำไปสู่ความน่าเชื่อถือในฐานะผู้ส่งสารดังที่ แมครอสกี และ ดาเลย์ (McCroskey & Daley, 1987, อ้างถึงใน รัชดา ธนูศิลป์, 2552) ได้กล่าวว่า การจะสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่ผู้ส่งสารต้องมี 1. ความสามารถ (Competence) อันได้แก่ ความรู้ ความสามารถ ในข้อมูลข่าวสารหรือเรื่องที่จะสื่อสาร และการส่งสารของผู้ส่งสาร 2. คุณลักษณะหรือบุคลิกลักษณะ (Character or Apparent) ซึ่งผู้ดำเนินรายการหรือผู้ส่งสารจำเป็นจะต้องมีบุคลิกลักษณะที่ดีทั้งภายนอกและภายใน ผู้ส่งสารจะต้องแสดงถึงความเฉลียวฉลาด การเป็นผู้มีไหวพริบดี สามารถตัดสินใจกระทำในสิ่งต่าง ๆ ได้อย่างถูกต้องเหมาะสม แสดงออกต่อผู้รับสาร ทั้งลักษณะการให้ความอบอุ่น เป็นที่น่าไว้วางใจ ซึ่งจะทำให้ผู้รับสารมีความเลื่อมใสศรัทธาในตัวผู้ส่งสาร 3. ความสุขุม (Composure) และความแคล่วคล่องในการสื่อสาร โดยไม่มีอาการที่แสดงความตื่นเต็นหวาดกลัว 4. การเป็นคนที่ยืดหยุ่นให้การยอมรับหรือเป็นที่รู้จักทางสังคม (Sociability) ข้อนี้จะทำให้ได้รับความรู้สึกที่ดีจากผู้รับสาร ผู้รับสารจะให้ความนิยม เชื่อถือ ซึ่งคุณลักษณะนี้ พบได้ชัดเจนในผู้ดำเนินรายการ เนื่องจาก พล.อ.ประยุทธ์ จันทร์โอชา เคยเป็นผู้นำสูงสุดของกองทัพบกในฐานะผู้บัญชาการทหารบก ดูแลเรื่องความมั่นคงของประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงวิกฤตการณ์การเมืองก่อนที่จะมีการรัฐประหารเกิดขึ้น ในวันที่ 22 พฤษภาคม พ.ศ. 2557 โดย คณะ คสช. นับตั้งแต่ปี 2556 ในยุครัฐบาล ยิ่งลักษณ์ ชินวัตร เกิดการชุมนุมต่อต้านคัดค้าน พรบ. นิรโทษกรรม การทุจริตในโครงการรับจำนำข้าวของรัฐบาลยิ่งลักษณ์ ที่ทำให้เกิดความขัดแย้งอย่างรุนแรง มีกลุ่มการเมือง กปปส. ซึ่งเป็นกลุ่มชนชั้นกลางและคนในเมืองหลวง ออกมาขับไล่รัฐบาลยิ่งลักษณ์ ถึงขั้นยึดสถานที่ราชการ รัฐบาลยิ่งลักษณ์ในขณะนั้นไม่สามารถจัดการสถานการณ์วุ่นวายที่ จนเป็นเหตุให้ คณะ คสช. โดยพล.อ.ประยุทธ์ จันทร์โอชา หัวหน้า คสช. ในขณะนั้น ออกมายึดอำนาจ ซึ่งแม้ว่าประชาชนกลุ่ม

หนึ่งจะไม่เห็นด้วยกับการรัฐประหาร แต่ประชาชนอีกกลุ่มก็เชื่อว่า การเข้ามาของ คสช. ภายใต้การนำของ พล.อ.ประยุทธ์ จันทร์โอชาจะทำให้บ้านเมืองเกิดความสงบเรียบร้อย ไม่มีการชุมนุมเกิดขึ้น เชื่อมั่นในการปราบปรามการทุจริตคอร์รัปชัน รวมทั้งบทบาทในการช่วยเหลือประชาชนที่เดือดร้อนจากน้ำท่วมใหญ่ปี 2554 ในช่วงที่ดำรงตำแหน่งผู้บัญชาการทหารบก และภาพลักษณ์ของการเป็นทหารที่มีความจงรักภักดีต่อสถาบันพระมหากษัตริย์ ทั้งหมดนี้ล้วนเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เป็นที่รู้จัก และคนในสังคมยอมรับ ซึ่งมีผลต่อความนิยมและความน่าเชื่อถือต่อ พล.อ.ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี ในฐานะผู้ส่งสารหรือผู้ดำเนินรายการนั่นเอง นอกจากนี้ การเป็นคนเปิดเผย (Extroversion) เป็นสิ่งหนึ่งที่จะสร้างความไว้วางใจต่อตัวผู้ส่งสารให้เกิดขึ้นกับ แม้ว่าบุคลิกของผู้ดำเนินรายการ พล.อ.ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี จะมีบุคลิกดูโฉบเฉี่ยว แต่ก็สะท้อนให้เห็นถึงความชัดเจน ไม่ซ่อนเร้น คุณสมบัติการเป็นคนเปิดเผยนี้ จะทำให้ผู้รับสารเกิดความรู้สึกไว้วางใจผู้ส่งสาร ส่งผลให้การสื่อสารมีแนวโน้มประสบความสำเร็จได้ง่ายขึ้นด้วย

นอกจากนี้ผลวิจัยในเรื่องความพึงพอใจต่อรายการด้านผู้ดำเนินรายการ สอดคล้องกับ เบอร์โต เจ.บี เลเมอร์ส และเมอร์ส (Berto J.B. Lemert and Mert, อ้างถึงใน อรรวรรณ พิรันธน์โอภาส, 2546) ซึ่งวิเคราะห์ปัจจัย 3 ประการ ที่ผู้รับสารมักใช้ในการตัดสินความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสาร คือ

ปัจจัยในการสร้างความอบอุ่นและไว้วางใจได้ของผู้ส่งสาร (Safety Factor) โดยบุคลิกของผู้ดำเนินรายการ พล.อ. ประยุทธ์ จันทร์โอชา มีบุคลิกของความเป็นทหารที่ดูอดทน ซื่อสัตย์ ยุติธรรม ไม่คดโกง ไม่เห็นแก่ตัว เป็นผู้ใหญ่ที่มีความน่าไว้วางใจ ซึ่งภาพลักษณ์ของพลเอก ประยุทธ์ฯ ได้แสดงออกผ่านการสื่อสารทางนโยบายเสมอ โดยเฉพาะ การปราบคนโกง การต่อต้านการทุจริต คอร์รัปชัน

ปัจจัยด้านคุณสมบัติของผู้ส่งสาร (Qualification Factor) เป็นผู้มีประสบการณ์ด้านใดด้านหนึ่ง ได้รับการฝึกฝนจนชำนาญ มีอำนาจในหน้าที่ มีความสามารถ กล่าวคือในที่นี้ผู้ดำเนินรายการ คือ พล.อ.ประยุทธ์ จันทร์โอชา มีคุณสมบัติในแง่ประสบการณ์การเป็นผู้นำทางกองทัพ มีการฝึกฝน บ่มเพาะ ความรู้ความสามารถให้ดูแลความสงบ ความเรียบร้อยของบ้านเมือง และปกป้องสถาบันกษัตริย์ มีอำนาจหน้าที่ในการบริหารประเทศ นอกจากนี้ ผู้ดำเนินรายการ พล.อ.ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี

ปัจจัยด้านพลวัตของผู้ส่งสาร (Dynamism factor) กล่าวคือ บุคลิกที่คล่องแคล่ว กระตือรือร้น รวดเร็ว มีพลัง เข้มแข็ง ไม่เฉื่อยชา ซึ่งทั้งหมดนี้ล้วนเป็นคุณสมบัติซึ่งมีอยู่ในตัวของผู้ดำเนินรายการ พล.อ.ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี จนมีผลต่อการสร้างความน่าเชื่อถือให้กับตัวผู้ส่งสารนั่นเอง

นอกจากนี้ความพึงพอใจที่มีต่อผู้ดำเนินรายการ ในประเด็นผู้ดำเนินรายการมีความรู้ในเนื้อหาที่สื่อสาร ยังสอดคล้องกับ Hilliard (1978, อ้างถึงใน อาทิตยา ทรัพย์สินวิวัฒน์, 2554, น. 19) ได้สรุปคุณสมบัติของผู้ดำเนินรายการทางโทรทัศน์ นอกจากจะมีบุคลิกดี มีความมั่นใจในตัวเอง มีความเรียบร้อย มีบุคลิก มารยาทที่สุภาพ เป็นกันเอง มีลีลาในการพูดที่ดี การมีทักษะในการสื่อสารที่ดีแล้ว ยังต้องมีความรู้ในด้านต่าง ๆ โดยเฉพาะต้องมีความรู้ในเรื่องที่พูดเป็นอย่างดี สอดคล้องกับ ปรมะ สตะเวทิน (2546, น. 65-67) ที่กล่าวว่า ผู้ส่งสารต้องมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องที่สื่อสารดี โอกาสที่การสื่อสารจะประสบความสำเร็จจะมีมากขึ้น

สอดคล้องกับ จุฑารัตน์ สุกระสุยานนท์ (2554) ที่วิจัยเรื่อง “ความพึงพอใจของผู้ชมรายการในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อผู้ดำเนินรายการอาหารทางโทรทัศน์” โดยผลการวิจัยพบว่า ความน่าเชื่อถือที่มีต่อผู้ดำเนินรายการอาหารทางโทรทัศน์มีความสัมพันธ์ความพึงพอใจที่มีต่อผู้ดำเนินรายการอาหารทางโทรทัศน์ในเชิงบวก โดยกลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยต่อคุณลักษณะที่มีความน่าเชื่อถือของผู้ดำเนินรายการอาหารทางโทรทัศน์ในระดับมาก โดยกลุ่มตัวอย่างให้คุณลักษณะของผู้ดำเนินรายการอาหารทางโทรทัศน์ที่มีความน่าเชื่อถือมากที่สุดว่า “ผู้ดำเนินรายการอาหารทางโทรทัศน์มีความรู้ในด้านอาหารเป็นอย่างดี” และ “ผู้ดำเนินรายการอาหารทางโทรทัศน์มีชีวิตชีวาไม่น่าเบื่อ” รองลงมาคือ “ผู้ดำเนินรายการอาหารทางโทรทัศน์มีความชำนาญในการทำอาหารเป็นอย่างดี”

5.2.5 การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” ที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” ต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า อายุ การศึกษา รายได้ อาชีพ ที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” ต่างกันโดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 25-39 ปี, 40-49 ปี มีความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารความเป็นไปของบ้านเมืองกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 18-24 ปี ซึ่งในเรื่องตัวแปรด้านอายุกับการเปิดรับสื่อสอดคล้องกับ ปรมะ สตะเวทิน (2546, น. 113) ยังได้กล่าวเพิ่มเติมว่า โดยทั่วไปลักษณะการใช้สื่อมวลชนของเด็กและวัยรุ่นจะเป็นไปเพื่อความบันเทิง ต่างจากวัยผู้ใหญ่ที่มักใช้สื่อมวลชนเพื่อแสวงหาข่าวหนัก ๆ มากกว่าเพื่อความบันเทิง

ส่วนตัวแปรด้านการศึกษา กับพฤติกรรมความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีมีความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการมากกว่าระดับมัธยมศึกษา และระดับอาชีวศึกษา/อนุปริญญา รวมทั้งกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาสูงกว่า

ปริญญาดรามีความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการมากกว่าระดับมัธยมศึกษา ซึ่ง วิลเบอร์ ชรามม์ (Wilber Schramm) พบว่า “ระดับการศึกษาของผู้รับสารมีความสัมพันธ์ในการใช้สื่อ และระดับความรู้ทางด้านข้อมูลข่าวสารของบุคคล การศึกษาและสภาพแวดล้อม ทำให้มีความแตกต่างกันในพฤติกรรมการเลือกสื่อและเนื้อหาข่าวสาร กล่าวคือ กลุ่มคนที่มีความรู้สูงเป็นกลุ่มคนที่มีความรู้ ด้านข้อมูลข่าวสารดี และจะเพิ่มพูนความรู้ทางด้านนี้ของตนให้มากขึ้นโดยการใช้สื่อมวลชน” สอดคล้องกับแนวคิดของ พิระ จิระโสภณ (2535) และ โรบินสัน คลิน และทิชเชนเนอร์ (Robinson, Kline, & Tichenor, 1972, อ้างถึงใน เจริญสตาร์ รักษสิริโสภณ, 2553) ที่ได้กล่าวถึง ตัวแปรด้านการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อว่า คนที่มีการศึกษาโดยทั่วไปสนใจข่าวสารบ้านเมืองมากกว่าความบันเทิง และคนที่มีความรู้สูงมักจะเพิ่มพูนความรู้ของตัวเองให้มากขึ้นผ่านสื่อมวลชนสอดคล้องกับ ประมะ สตะเวทิน (2546, น. 111-118) ที่กล่าวว่า การศึกษาเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้รับสาร คนมีการศึกษาสูง ความรู้ดี มักเป็นคนที่มีความรอบรู้ดีในหลาย ๆ เรื่อง และมักใช้สื่อหาความรู้เพิ่มเติมทั้งเรื่องสถานการณ์บ้านเมืองและการประกอบอาชีพ

นอกจากนี้ ตัวแปรด้านอาชีพ ยังพบ กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/ห้างร้าน/ธนาคาร/ข้าราชการ/พนักงานของรัฐวิสาหกิจ รวมถึงกลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพ ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย มีความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” มากกว่า นิสิต/นักศึกษา

ส่วนการทดสอบสมมติฐานระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์ทางด้านรายได้ กับพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” โดยรวม พบว่า ผู้ที่มีรายได้ระหว่าง 5,000-15,000 บาท, 15,000-30,000 บาท และ 30,000-50,000 บาท มีความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” มากกว่าผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท

จากผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุอยู่ในวัยทำงานจะมีความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” มากกว่า กลุ่มตัวอย่างที่อายุน้อยกว่าและยังศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัย ขณะเดียวกันตัวแปรด้านรายได้ ก็มีผลต่อความบ่อยครั้ง ในการเปิดรับชมรายการ โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้สูง จะมีความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้น้อย จึงสามารถวิเคราะห์ได้ว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 25-39 ปี และ 40-49 ปี คือ อยู่ในช่วงวัยผู้ใหญ่ วัยทำงาน มีรายได้และการศึกษาสูงเป็นกลุ่มที่ต้องสร้างความมั่นคงให้กับตัวเองและครอบครัว รวมถึงต้องปรับตัวให้เข้ากับสังคม นโยบายต่าง ๆ ของภาครัฐ เปิดรับข่าวสารความเป็นไปของบ้านเมือง เพื่อนำข้อมูลข่าวสาร ไปตัดสินใจวางแผนชีวิต สร้างความมั่นคงให้กับตัวเองได้และใช้ในชีวิตประจำวันได้ต่างจากกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 18-24 ปี ซึ่งยังถือว่าเป็นกลุ่มวัยรุ่นตอนปลาย ยังศึกษาอยู่ กลุ่มที่ยังมีอาชีพเป็นนักศึกษามีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท/เดือน ซึ่งมีพฤติกรรมการเปิดรับรายการประเภทบันเทิงมากกว่ารายการที่มีเนื้อหาสาระหนัก ๆ

ผลการศึกษาครั้งนี้ ยังสอดคล้องกับ เพชร เพ็ชรสวัสดิ์ (2548) ที่กล่าวไว้ในงานวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมกรรมการเปิดรับ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจของประชาชน ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อรายการข่าวภาคดึกทางสถานีโทรทัศน์ทั้ง 5 ช่อง (3,5,7,9 และไอทีวี)” ว่าปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ที่แตกต่างกัน จะส่งผลให้พฤติกรรมกรรมการเปิดรับแตกต่างกัน

ผลทดสอบสมมติฐานลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านอายุและการศึกษา ยังสอดคล้องกับ โฉมฉาย พูใจ (2550) ที่ศึกษาเรื่องการเปิดรับและความพึงพอใจ ที่มีต่อรูปแบบและพิธีกรรายการ “คนค้นคน” พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ต่างกันของผู้ชมรายการ มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการเปิดรับชม โดยพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุสูงกว่าจะมีความถี่หรือความบ่อยครั้งในการรับชมมากกว่า ระดับการศึกษาที่สูงกว่ามีการเปิดรับชมมากกว่า

ส่วนลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านเพศ พบว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านเพศที่แตกต่างกัน พฤติกรรมการบ่อยครั้งในการรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” ไม่แตกต่างกัน อาจจะเป็นเพราะว่าเนื้อหารายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” มีลักษณะที่เพศชายและเพศหญิงสามารถเปิดรับชมได้ โดยไม่ได้มีเนื้อหาที่เฉพาะเจาะจงไปที่เพศใดเพศหนึ่ง สอดคล้องกับ แม็คคลอย และ โอคีฟ (Mcloed & O’keefe, 1972, อ้างถึงใน เกณฑ์สิทธิ์ กันธจันทร์, 2555, น. 12) ที่พบว่า การใช้เวลาเป็นตัวชี้วัดในพฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่อมักจะไม่ประสบผลสำเร็จ เนื่องจากตามหลักเกณฑ์การแบ่งกลุ่มทางพฤติกรรมศาสตร์ บุคคลมักจะมีพฤติกรรมเป็นไปตามกลุ่มที่ตนสังกัดมากกว่า กล่าวคือ เพศชายและเพศหญิงที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครเหมือนกัน จึงมีพฤติกรรมกรรมการเปิดรับรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” ไม่แตกต่างกัน

สอดคล้องกับ พัทรินทร์ เสวตสุทธิพันธ์ (2537) ซึ่งศึกษาเรื่อง “ทัศนคติและพฤติกรรม การรับชมรายการข่าวโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล” ที่พบว่า เพศที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมกรรมการเปิดรับชมทางโทรทัศน์ไม่แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานครั้งนี้ยังสอดคล้องกับ คณิศร กุ้เกียรติพันธ์ (2552) ที่พบว่า คุณลักษณะทางด้านเพศที่ต่างกัน จะมีพฤติกรรมในการเปิดรับชมข่าวไม่แตกต่างกัน และลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ ที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมในการเปิดรับชมข่าวโทรทัศน์ต่างกันและยังสอดคล้องกับ อนุชิต มุรธาทิพย์ (2542) ศึกษาเรื่อง “ทัศนคติ ความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์ของผู้ชมรายการตีสิบ ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 อ.ส.ม.ท.” กล่าวว่า เพศที่ต่างกันจะมีพฤติกรรมในการชมรายการไม่แตกต่างกัน แต่กลุ่มตัวอย่างที่มี อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมในการชมรายการแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า พฤติกรรมความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากรายการโดยรวมทุกด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และระดับ .05 โดย ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ และเนื่องจากความสัมพันธ์ดังกล่าวมีค่าเป็นบวก นั่นคือ มีความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการคืนความสุขให้คนในชาติมาก ก็จะมีการใช้ประโยชน์จากรายการโดยรวมมาก สอดคล้องกับ นันทิตา โอฐกรรม (2547) วิจัยเรื่อง การเปิดรับข่าวสาร การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจรายการข่าวภาคเช้าทางโทรทัศน์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครนอกจากจะพบว่า ประชาชนในกรุงเทพมหานครเปิดรับรายการข่าวภาคเช้าทางโทรทัศน์ในระดับสูงแล้ว กลุ่มตัวอย่างยังได้นำเนื้อหาสาระจากรายการไปใช้ประโยชน์ในระดับสูงอีกด้วย นอกจากนี้ยังพบว่า การเปิดรับรายการข่าวภาคเช้าทางโทรทัศน์มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์อีกด้วย สอดคล้องกับ ศรีศรีรินทร์ อาภากุล (2543) ที่วิจัยเรื่อง การเปิดรับสาร การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจรายการ “ถอดรหัส” ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร” โดยพบว่า การเปิดรับรายการ “ถอดรหัส” มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อรายการเช่นกัน

ผลการศึกษานี้ ยังสอดคล้องกับ เพชร เพ็ชรสวัสดิ์ (2548) ที่กล่าวไว้ในงานวิจัยเรื่อง “พฤติกรรม การเปิดรับ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจของประชาชน ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อรายการข่าวภาคเช้าทางสถานีโทรทัศน์ทั้ง 5 ช่อง (3, 5, 7, 9 และไอทีวี)” ว่า พฤติกรรม การเปิดรับที่แตกต่างกันส่งผลต่อการใช้ประโยชน์แตกต่างกันด้วย

สมมติฐานที่ 3

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า พฤติกรรมความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านเนื้อหารายการ ด้านผู้ดำเนินรายการและโดยรวม นั่นคือ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” กับความพึงพอใจที่มีต่อรายการโดยรวม มีค่าเท่ากับ 0.053 และค่า P-Value เท่ากับ 0.290 ซึ่งมากกว่า 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานว่าความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการจึงไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวม

อาจเป็นไปได้ว่า พฤติกรรม การเปิดรับสื่อของมนุษย์ ยังมีองค์ประกอบอื่น ๆ ดังที่ เบคเกอร์ (Becker, 1978, อ้างถึงใน ประมว สตะเวทิน, 2533, น. 38) กล่าวว่า องค์ประกอบในพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร คือ การแสวงหาข้อมูล (Information Seeking) เมื่อบุคคลจะแสวงหาข้อมูล หรือเมื่อต้องการให้มีความคล้ายคลึงกับบุคคลในเรื่องใด ๆ จึงจะมีการเปิดรับข่าวสารขึ้น นอกจากนี้ยังมีองค์ประกอบ การเปิดรับข้อมูล (Information Receptivity) ซึ่งบุคคลจะเปิดรับข่าวสารที่ตัวเองอยากรู้หรือสนใจ และองค์ประกอบ การเปิดรับประสบการณ์ (Experience Receptivity) บุคคลจะ

เปิดรับข่าวสารเพราะต้องการทำสิ่งใดหรือผ่อนคลายอารมณ์ นั้นหมายความว่า บุคคลย่อมมีเป้าหมาย และมูลเหตุในการเปิดรับข่าวสารแตกต่างกันออกไป ดังนั้น ความบ่อยครั้งในการรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” จึงอาจไม่ได้เป็นตัวแปรเดียวที่จะสามารถวัดความพึงพอใจของผู้ชมในการเปิดรับชม แต่อยู่ที่การเลือกเปิดรับข้อมูลข่าวสารตามความสนใจหรือความต้องการของตัวเองด้วย

เนื่องจากช่วงเวลาการออกอากาศคือ 20.15 น. ทุกวันศุกร์ กลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นวัยทำงานที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร อาจมีข้อจำกัดในการใช้สื่อโทรทัศน์ เนื่องจากอาจเป็นช่วงเวลาที่ยังเดินทางกลับไม่ถึงบ้าน สภาพการจราจรที่บีบคับให้ต้องเดินทางอยู่บนท้องถนน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความคิดเห็นว่า ความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” อาจไม่เพียงพอต่อการวัดความพึงพอใจในการรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” เพราะอาจขึ้นอยู่กับปัจจัยอื่น ๆ ดังที่กล่าวมา ดังที่ แม็คเคลอยด์ และ โอคีฟ (McLeod & O'keefe, 1972, p. 123, อ้างถึงใน เกณฑ์สิทธิ์ กัณธจันทร์, 2555, น. 12) กล่าวว่า ตัวที่ใช้วัดพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ (Media Exposure) ส่วนใหญ่ใช้กัน 2 อย่าง คือ วัดจากเวลาที่ใช้กับสื่อ และวัดจากความถี่ของการใช้สื่อ โดยการวัดในลักษณะนี้ มีข้อเสียที่ว่า ค่าตอบอาจขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น ความสนใจของผู้ฟัง เวลาว่างที่คนมีอยู่ และการมีสื่อที่ใกล้ตัว ดังนั้น ค่าตอบที่ได้ จึงมักไม่สามารถแปลความหมายทางจิตวิทยาและมักจะไม่ให้ผลที่ชัดเจน เมื่อนำไปสัมพันธ์กับตัวแปรอื่น สอดคล้องกับ พัชรินทร์ เศรษฐสุทธิพันธ์ (2537) ที่ศึกษาเรื่องการสำรวจทัศนคติและพฤติกรรมการเลือกรับชมรายการข่าวโทรทัศน์ของผู้ชม ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยพบว่า พฤติกรรมการรับชมรายการไม่เป็นประจำทุกวัน เนื่องจากเดินทางกลับถึงบ้านไม่ทันเวลาเสนอข่าว สอดคล้องกับพีระ จิระโสภณ (2531, น. 450-452) ที่ได้กล่าวถึงปัจจัยในการวิเคราะห์สื่อของการสื่อสารมวลชนในแง่ของการเปิดรับว่า ต้องพิจารณาสิ่งต่าง ๆ ในแง่ความสะดวกในการเข้าถึง (Availability) ว่าสื่อใดที่ผู้รับสารกลุ่มเป้าหมายสามารถเข้าถึงง่ายที่สุดในขณะนั้น รวมถึงด้านการครอบคลุมของสื่อ (Coverage) หมายถึง ความสามารถหรือประสิทธิภาพของสื่อที่จะไปถึงผู้รับ ในแง่การครอบคลุมพื้นที่หรือบริเวณที่ผู้รับสารอาศัยอยู่

ผลการทดสอบสมมติฐานนี้ยังสอดคล้องกับ จุฑารัตน์ สุกระสุยานนท์ (2554) ที่ศึกษาถึงความพึงพอใจของผู้ชมรายการในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อผู้ดำเนินรายการอาหารทางโทรทัศน์ พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับของผู้ชมรายการอาหารทางโทรทัศน์ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อผู้ดำเนินรายการอาหารทางโทรทัศน์แต่ไม่สอดคล้องกับ โฉมฉาย พูใจ (2550) ศึกษาเรื่องการเปิดรับและความพึงพอใจ ที่มีต่อรูปแบบและพิธีกรรายการ “คนค้นคน” พบว่า ความถี่ในการเปิดรับชม มีผลต่อความพึงพอใจต่อรายการ “คนค้นคน” ทั้งด้านรูปแบบ เนื้อหา และพิธีกร

อย่างไรก็ตาม ผลการทดสอบสมมติฐานนี้ ยังไม่สอดคล้องกับชิบ จิตนิยม (2534) ศึกษาเรื่อง “ความต้องการข่าวสาร การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจของกลุ่มประชากร

ผู้ใช้บริการเคเบิลทีวี” พบว่า ระดับความพอใจต่อประเภทและคุณภาพของรายการมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจสูงต่อประเภทและคุณภาพของรายการ จะใช้เวลาในการรับชมรายการมากกว่ากลุ่มที่พอใจตัว และยังคงสอดคล้องกับ ปัทมาวดี หล่อวิจิตร (2539) ที่ศึกษาเรื่อง “ทัศนคติ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในรายการ 45 นาที ปัญหาบ้านเมือง” โดยผลการวิจัย พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับชมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในด้านรูปแบบ และระยะเวลาออกอากาศ

5.3 ข้อเสนอแนะการวิจัย

1. ระยะเวลาออกอากาศ- ควรกำหนดช่วงเวลาในการออกอากาศใหม่ จากเดิมวันศุกร์ 20.15-21.00 น. โดยปรับเปลี่ยนไปอยู่วันเสาร์หรือวันอาทิตย์ในช่วงเช้า เป็นช่วงวันหยุดในช่วงเช้าที่สมาชิกทุกคนอยู่ที่บ้าน สามารถเปิดรับชมรายการได้ดีกว่า เพื่อขยายกลุ่มผู้ชมให้กว้างขึ้น เนื่องจากวันศุกร์ในช่วงเวลา 20.15-21.00 น. เป็นช่วงเวลาไพรม์ไทม์ หรือช่วงเวลาที่มีคนดูสูงในรอบวัน แต่พฤติกรรมของกลุ่มผู้ชมอาจเหน็ดเหนื่อยจากการทำงานมาทั้งสัปดาห์ และต้องการการผ่อนคลายจากการเปิดรับสื่อมากกว่า และอาจไม่พร้อมในการเปิดรับชมรายการเนื้อหาหนัก เช่นรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” อีกทั้งข้อจำกัดในเรื่องสภาพแวดล้อมการจราจรในช่วงวันศุกร์สุดสัปดาห์ รวมถึงการแสวงหากิจกรรมอื่น ๆ นอกบ้านหลังเลิกงาน เพื่อความผ่อนคลาย ซึ่งกลุ่มคนในเมืองอาจยังเผชิญสภาพการจราจรอยู่บนท้องถนน จึงอาจทำให้รายการไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้ชมในวงกว้างได้

2. เทคนิคพิเศษ ควรนำเทคนิคพิเศษอื่น ๆ มาใช้เพิ่มเติม เพื่อสื่อสารเรื่องที่เข้าใจยาก หรือซับซ้อนให้เข้าใจง่ายขึ้น โดยใช้ศิลปะการนำเสนอมาผสมผสานกับเทคนิคการผลิตรายการโทรทัศน์ รวมถึงใช้อินโฟกราฟิก เน้นสีและสัญลักษณ์ ในการอธิบายบนหน้าจอโทรทัศน์โดยเฉพาะ รวมทั้งนำกราฟิกนั้นมานำเสนอต่อช่องทางอื่น ๆ เช่น เว็บไซต์ของรายการ ในเฟซบุ๊ค หรือเครือข่ายสังคมออนไลน์

3. ช่วงเวลาในการออกอากาศรายการ ทุกวันศุกร์ 20.15-21.00 น. ควรกำหนดระยะเวลาในการออกอากาศแต่ละครั้งให้แน่นอนและไม่ยาวนานจนเกินไป รวมถึงประเด็นในรายการก็ไม่ควรจะมีมากเกินไป 3-4 ประเด็นในแต่ละสัปดาห์ เนื่องจากอาจทำให้ความสนใจของผู้ชมที่ติดตามรายการ ถูกเบนไปที่อื่นได้ง่าย แต่ควรทำให้สั้นกระชับ เพื่อการตั้งใจและจดจำ

4. ช่องทางในการรับชมรายการ ถือเป็นปัจจัยสำคัญ เนื่องจากวิถีการดำเนินชีวิตของคนส่วนใหญ่อยู่นอกที่พักอาศัย ดังนั้นข้อจำกัดในการรับชมรายการผ่านเครื่องรับโทรทัศน์อาจจะทำให้คนรับชมได้น้อยลง ดังนั้นผู้จัดรายการควรทำให้มีการรับชมรายการผ่านอุปกรณ์ต่าง ๆ ได้ง่ายและทั่วถึง ทั้งแง่ของการลงทุนอุปกรณ์ การทำให้เนื้อหาให้เข้ากับการรับชมรายการผ่านอุปกรณ์ออนไลน์

รวมทั้งทำแอปพลิเคชัน เพื่อใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เข้ามาช่วยในการสื่อสารของภาครัฐและประชาสัมพันธ์ให้ดีขึ้น

5.4 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยในครั้งนี้มุ่งศึกษาเฉพาะกลุ่มตัวอย่างในกรุงเทพมหานครเท่านั้น ในการวิจัยครั้งต่อไปจึงควรมุ่งศึกษากลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในภูมิภาคด้วย เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นภาพรวมของทั้งประเทศ และสามารถทำให้ทราบถึงลักษณะทางประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการรับชม การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการแกลรายภูมิภาคได้ชัดเจนขึ้น
2. การวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาเฉพาะสื่อโทรทัศน์ ในการศึกษารายการครั้งต่อไปจึงควรศึกษาจากสื่อมวลชนประเภทอื่น ๆ เพื่อให้เกิดการเปรียบเทียบในแต่ละสื่อ ซึ่งจะช่วยให้ทราบถึงกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน พฤติกรรมของผู้รับสารในยุคปัจจุบัน เป็นประโยชน์ต่อการนำไปปรับปรุงและพัฒนาต่อไป
3. การวิจัยครั้งต่อไปอาจศึกษาเพื่อการเปรียบเทียบทั้งการนำเสนอ กระบวนการสื่อสารอันครอบคลุมถึงผู้ส่งสาร เนื้อหาสาร ผู้รับสาร และกระบวนการตอบกลับ จากรายการโทรทัศน์ในรูปแบบเดียวกันนี้ ในช่วงเวลาของรัฐบาลต่างยุคต่างสมัยกัน เพื่อทราบถึงความแตกต่างและปัจจัยในการบริหารจัดการรายการโทรทัศน์ในแต่ละช่วงเวลา นอกจากนี้ยังอาจศึกษาเพื่อการเปรียบเทียบการสื่อสารของผู้บริหารการเมืองในแต่ละยุคสมัยด้วย
4. ควรมีการศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการรับชมรายการ รวมถึงแนวโน้มความนิยม ความคาดหวังของผู้ชมรายการในงานวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาปรับปรุงรายการให้มีคุณภาพ มีความน่าสนใจ และสอดคล้องกับความต้องการของผู้ชมมากขึ้น

รายการอ้างอิง

หนังสือ

- กาญจนา แก้วเทพ, และ สมสุข หินวิมาน (2553). *สายธารแห่งนักคิดทฤษฎี เศรษฐศาสตร์ การเมือง กับสื่อสารศึกษา*. กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2541). *สื่อสารมวลชน ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: เอ็ดดิสัน เพรส โปรดักส์
- กิติมา สุรสุนธิ. (2533). *ความรู้ทั่วไปทางการสื่อสาร*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน.
- กิติมา สุรสุนธิ. (2541). *ความรู้ทางการสื่อสาร*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน.
- ขวัญเรือน กิตติวัฒน์. (2531). *เอกสารการสอนชุดวิชา 15309 พฤติกรรมศาสตร์การสื่อสาร* (พิมพ์ครั้งที่ 2). นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- ขวัญเรือน กิตติวัฒน์. (2531). *พลศาสตร์ของการสื่อสาร*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- จุมพล รอดคำดี. (2525). *คู่มือการผลิตรายการวิทยุกระจายเสียง*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะนิเทศศาสตร์.
- ชัยยงค์ พรหมวงศ์, นิคม ทาแดง, และ ไพบูรณ์ คะเชนทรพรรค. (2547). *ประมวลสาระชุดวิชา เทคโนโลยีการจัดการสื่อสาร* (หน่วยที่ 1-7, พิมพ์ครั้งที่ 2). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- นภาพรณ อัจฉริยะกุล, และ อีรารักษ์ โพธิสุวรรณ. (2546) *เทคนิคการสื่อข่าวและการเขียนข่าว วิทยุกระจายเสียงเบื้องต้น*. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- ปรมะ สตะเวทิน. (2539). *การสื่อสารมวลชน: กระบวนการและทฤษฎี*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปรมะ สตะเวทิน. (2546). *หลักนิเทศศาสตร์* (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะนิเทศศาสตร์, ภาควิชาการประชาสัมพันธ์.
- พรทิพย์ วรกิจโกคาทร. (2529). *ความสำคัญของผู้รับสาร*. ใน *เอกสารการสอนชุดวิชาหลักและทฤษฎี การสื่อสาร* (หน่วยที่ 6). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- พีระ จิโรสภณ. (2529). *ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน*. ใน *เอกสารการสอนชุดวิชาหลักและทฤษฎี การสื่อสาร*. (หน่วยที่ 9-15, พิมพ์ครั้งที่ 2). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

- พีระ จิโรโสภณ. (2531). การวิเคราะห์องค์ประกอบในงานนิเทศศาสตร์. ใน *เอกสารการสอนชุดวิชา
ประสบการณ์วิชาชีพนิเทศศาสตร์* (หน่วยที่ 8-15). กรุงเทพฯ: บางกอกบล็อก.
- ยุบล เบญจรงค์กิจ. (2534). *การวิเคราะห์ผู้รับสาร*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,
คณะนิเทศศาสตร์.
- ยุบล เบญจรงค์กิจ. (2542). *การวิเคราะห์ผู้รับสาร*. กรุงเทพฯ: ที.พี.พี.รีน.
- ยุพดี ฐิติกุลเจริญ. (2537). *ทฤษฎีการสื่อสาร*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- สุกัญญา สมไพบูลย์ และ ปอรรชัม ยอดเนตร. (2550). *ออกทีวีให้ดูดี TV performance*. กรุงเทพฯ:
จรัญสนิทวงศ์การพิมพ์.
- สุรพงษ์ โสธนะเสถียร. (2533). *การสื่อสารกับสังคม*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อรรวรรณ ปิลันธน์โอวาท. (2546). *การสื่อสารเพื่อโน้มน้าวจิตใจ*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- อุฬาร เนื่องจำนง. (2527). *ศิลปะการผลิตรายการวิทยุ-โทรทัศน์*. กรุงเทพฯ: บพิธการพิมพ์.

วิทยานิพนธ์

- กาญจนา ครรภณาย. (2548). *ความคิดเห็นของนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครต่อบทบาทของ
รายการสนทนาข่าวทางโทรทัศน์กับการมีส่วนร่วมทางการเมือง*. (วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน,
สาขาสื่อสารมวลชน.
- เกณฑลสิทธิ์ กั้นจันทน์. (2555). *พฤติกรรมการเปิดรับและความพึงพอใจที่มีต่อข่าวค่ำช่วงที่ 1 ทาง
สถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 7 ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร*. (วิทยานิพนธ์
ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน,
สาขาการบริหารสื่อสารมวลชน.
- คณิศร กู้เกียรตินันท์. (2552). *พฤติกรรมการเปิดรับ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจของผู้ชม
รายการคุยคุ้ยข่าวในเขตกรุงเทพมหานคร*. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต).
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาสื่อสารมวลชน.
- จุฑารัตน์ สุกระสูยานนท์. (2554). *ความพึงพอใจของผู้ชมรายการในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อผู้
ดำเนินรายการอาหารทางโทรทัศน์*. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต).
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน.
- เจนิสตาร์ รักษสิริโสภา. (2553). *ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ของผู้ชมแต่ละระดับที่มีต่อ
รายการ ส่งเสริมวัฒนธรรมไทยทางสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย*. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต).
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสาร, สาขาบริหารงานวัฒนธรรม.

- โหมฉาย พูใจ. (2550). *พฤติกรรมกรเปิดรับ ความพึงพอใจ และทัศนคติของประชาชนในเขต กรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการคนค้นคน*. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาสื่อสารมวลชน.
- จิบ จิตนิยม. (2534). *ความต้องการข่าวสาร การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของกลุ่มประชาชน ผู้ใช้บริการเคเบิลทีวี: ศึกษาเฉพาะกรณีสมาชิกของบริษัท อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล บรอดคาสต์ติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (ไอบีซี)*. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาสื่อสารมวลชน.
- ญาณิศภาค กาญจนวิศิษฐ์. (2547). *กระบวนการสร้างความหมายและบทบาททวารกรรม “รายการนายกฯ ทักซิณคุยกับประชาชน*. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะนิเทศศาสตร์.
- ธิดิมา ปิยะศิริศิลป์. (2544). *ศึกษาพฤติกรรมกรใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจของผู้รับชม รายการสายตรงไอทีวี, กรุงเทพมหานคร*. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาสื่อสารมวลชน.
- นงนุช ศิริโรจน์. (2537). *การวิเคราะห์วิวัฒนาการทางบุคลิกภาพของผู้ประกาศข่าวโทรทัศน์*. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะนิเทศศาสตร์.
- นิลาวัลย์ พาณิชรุ่งเรือง. (2540). *ความน่าเชื่อถือและความพึงพอใจของประชาชนใน กรุงเทพมหานคร ที่มีต่อรายการข่าวภาคค่ำทางโทรทัศน์ทั้ง 5 ช่อง (3, 5, 7, 9 และ 11)*. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาสื่อสารมวลชน.
- นันทิดา โอลงกรณ์. (2547). *การเปิดรับข่าวสารและความพึงพอใจรายการข่าวภาคเช้าทางโทรทัศน์ ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร*. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะนิเทศศาสตร์.
- ปัทมาวดี หล่อวิจิตร. (2539) *ทัศนคติ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจรายการสนทนา 45 นาที ปัญหาบ้านเมืองของผู้ชม*. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะนิเทศศาสตร์.
- พลุ ชัยเวฬุ. (2541). *การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในการเปิดรับข่าวสารการเมืองทางโทรทัศน์ ของนิสิตนักศึกษา*. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะนิเทศศาสตร์.
- เพชร เพ็ชรสวัสดิ์ (2548). *พฤติกรรมกรเปิดรับ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจของประชาชน ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการข่าวภาคค่ำทางสถานีโทรทัศน์ทั้ง 5 ช่อง (3, 5, 7, 9 และไอทีวี)*. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาการบริหารสื่อสารมวลชน

- พัชรินทร์ เศวตสุทธิพันธ์. (2537). การสำรวจทัศนคติและพฤติกรรมการรับชมรายการข่าวโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน.
- มนกาจ สิงห์พันธ์. (2546). พฤติกรรมการเปิดรับ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านเว็ลด์ ไซด์ เว็บบ (www) ของนักศึกษามหาวิทยาลัยของรัฐในภาคใต้. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาการบริหารสื่อสารมวลชน
- รัชดา ธนศิลป์. (2552). กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อให้ได้รับการเลือกตั้งของนายกองค์การบริหารส่วนตำบลในจังหวัดสุรินทร์. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, คณะนิเทศศาสตร์, สาขานิเทศศาสตร์.
- วิยดา เกียวกุล (2538). การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการเปิดรับข่าวรายการโทรทัศน์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะนิเทศศาสตร์.
- ศรีศรีรินทร์ อาภากุล. (2543). การเปิดรับสาร การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจรายการ “ถอดรหัส” ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะนิเทศศาสตร์.
- สุธนา หรรวีจิตรพงษ์. (2550). ความคิดเห็นของผู้ใช้เว็บไซต์พันทิปดอทคอมที่มีต่อความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสารในเว็บบอร์ดของเว็บไซต์พันทิปดอทคอม: ศึกษากรณีห้องเฉลิมไทย. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน.
- สุภวัฒน์ สงวนนาม (2557). ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกรับชมรายการข่าวของสถานีโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเนชั่น, คณะบริหารธุรกิจ.
- อนุชิต มุรธาทิพย์. (2542). ทัศนคติ ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ของผู้ชมรายการ “ดีลิบ” ทางสถานีวิทยุไทยทีวีสีช่อง 3 อ.ส.ม.ท.. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน.
- อภิสิทธิ์ แซ่ฟู่. (2547). ทัศนคติของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการนายกทักษิณคุยกับประชาชน. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน.

- อรณลิน หอบุตร (2556). *การเปิดรับข่าวสาร ทักษะคิด และแนวโน้มพฤติกรรมทางการเมืองของประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีต่อนายกรัฐมนตรีหญิงคนแรกของประเทศไทย.* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาสื่อสารมวลชน
- อรุณี แดงพันธ์. (2548). *การสำรวจความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ของผู้ฟังกรุงเทพมหานครและปริมณฑลจากรายการของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย เครือข่าย 2 (เอ. เอ็ม. 819 กิโลเฮิร์ตซ์).* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน.
- อิศราวดี ขำนาญกิจ. (2542). *ทักษะคิด การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชมรายการโทรทัศน์ในเขตกรุงเทพมหานครต่อรายการด้านการเมืองที่เสนอทางสถานีโทรทัศน์.* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน.

เอกสารอื่น ๆ

- พรหมธิดา ทิพยานนท์. (2553). *รูปแบบการบริหารจัดการรายการ “รัฐบาลยิ่งลักษณ์พบประชาชน.* (รายงานโครงการเฉพาะบุคคลปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาการบริหารสื่อสารมวลชน.
- สารเดช ศุภรสุนทร. (2556). *ความคาดหวัง การเปิดรับ และความพึงพอใจต่อรายการเปิดปมสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร.* (รายงานโครงการเฉพาะบุคคลปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาการบริหารสื่อสารมวลชน.
- อริสร่า กำจรเจริญ (2545). *คุณสมบัติของผู้ดำเนินรายการตอบปัญหาวิชาการทางโทรทัศน์.* (รายงานโครงการเฉพาะบุคคลปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาการบริหารสื่อสารมวลชน.
- อิทธิเดช สุพงษ์. (2553). *การสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์ ของนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ นายกรัฐมนตรี.* (รายงานโครงการเฉพาะบุคคลปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาการจัดการสื่อสารองค์กร.
- อาทิตยา ทรัพย์สินวิวัฒน์. (2554). *กระบวนการคัดเลือกและคุณสมบัติพิธีกรรายการโทรทัศน์รูปแบบบันเทิง.* (รายงานโครงการเฉพาะบุคคลปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาการบริหารสื่อสารมวลชน.

อโณทัย ศิริโชติรัตน์ (2552). *การเปิดรับรายการข่าวสารทางโทรทัศน์กับความคิดเห็นเกี่ยวกับโครงการลดภาระค่าครองชีพและเพิ่มรายได้แก่ประชาชน สมัยรัฐบาลอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะของประชาชนในกรุงเทพมหานคร*. (รายงานโครงการเฉพาะบุคคลปริญญาโทบริหารบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาการบริหารสื่อสารมวลชน.

สื่ออิเล็กทรอนิกส์

รายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ”. (2559). สืบค้นจาก

<http://www.thaigov.go.th/index.php/th/program1>

รายการโทรทัศน์นายกรัฐมนตรี. (2559). สืบค้นจาก

https://www.youtube.com/channel/UCSbNMvh_0czHteUnSqlQNVA

สินินาฏ สีสรรค. (2552). *พฤติกรรมกรเปิดรับชมด้วยความพึงพอใจของผู้ชมในกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อละครโทรทัศน์หลังข่าว*. มหาวิทยาลัยรามคำแหง. สืบค้นจาก

http://doi.nrct.go.th//ListDoi/listDetail?Resolve_DOI=10.14457/RU.the.2009.174

Books

Atkin, C. K. (1973). *Anticipated communication and mass media information seeking to public opinion (Quarterly)*. New York: Free Press.

Beaman, J. (2000). *Interviewing for Radio*. London: Routledge.

Bettinghaus, E. P. (1980). *Persuasive Communication*. New York: Holt, Rinehart and Winston.

Griffin, E. A. (2000). *A First Look at Communication*. New York: McGraw-Hill.

Hoveland, C. I., Janis, K. L., & Kelly, H. H. (1953). *Communication and Persuasion*. New Haven: Yale University Press.

Hunt, T., & Ruben, B. D. (1993). *Mass communication*. New York: Harper Collins.

McCroskey, J., & Daley, J. A. (1987). *Personality and Interpersonal Communication*. Beverly Hill, CA: Sage.

- Katz E. et al. (1974). Utilization of mass communication by the individual In J.G. Blumer & Katz E (Eds.). *The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratification Research*. Beverly Hills, CA.
- Kippax, S., & Murray. J. P. (1980, July). Using the Mass Media Need Gratification and Perceived Utility. *Communication Research*, 7, 355-359.
- Klapper, J. T. (1960). *The process and effect of mass communication*. New York: Free Press.
- Mccomb, M. E., & Becker, L. B. (1979). *Using Mass Communication Theory: Perception in Mass Communication*. Englewood Cliffs. New Jersey: Prentice-Hall.
- Robinson, P. J. (1972). *Mass Communication and Information Infusion in Kline and Tichemor, Current perspective in Mass Communication Research*. London: Sage publications.
- Rosengren. (1974). *Philip Lawrence A. Palmgreen. Media Gratification Research*. United States of America.
- Wenner, L. A. (1985). The Nature of New Gratification. In *Current Perspectives In Media Gratification Research* (pp. 171-193). Edited by Kart Erkl Rosengren, Lawrence A. Wenner and Philip Palmgreen. Beverly Hills: Sage Publications.



ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

เรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของประชาชนในเขต
กรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ”

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ด้านหน้าตัวเลขที่ตรงกับข้อมูลของท่าน หรือเติมข้อความลงในช่องว่างที่ระบุ

1. เพศ

 1) ชาย

 2) หญิง

2. อายุ

 1) 18-24 ปี

 2) 25-39 ปี

 3) 40-49 ปี

 4) 50-59 ปี

 5) 60 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษาสูงสุด

 1.) ต่ำกว่าประถมศึกษา

 2.) ประถมศึกษา

 3.) มัธยมศึกษา

 4.) อาชีวศึกษา/อนุปริญญา

 5.) ปริญญาตรี

 6.) สูงกว่าปริญญาตรี

4. อาชีพ

 1) นิสิต/นักศึกษา

 2) ข้าราชการ/พนักงานของรัฐวิสาหกิจ

 3) พนักงานบริษัทเอกชน/ห้างร้าน/ธนาคาร

 4) ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย

 5) อื่น ๆ (โปรดระบุ)

5. รายได้

 1) ต่ำกว่า 5,000 บาท

 2) 5,001-15,000 บาท

 3) 15,001-30,000 บาท

 4) 30,001-50,000 บาท

 5) 50,001 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการคืนความสุขให้คนในชาติ

6. ท่านชมรายการคืนความสุขให้คนในชาติ บ่อยครั้งเพียงใด

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓

(5) ชมทุกวัน (4 ครั้ง/เดือน)	(4) ชมบ่อย (3 ครั้ง/สัปดาห์)	(3) ชมบ้าง (2 ครั้ง/เดือน)	(2) ชมนาน ๆ ครั้ง (1 ครั้ง/เดือน)	(1) ชมน้อยครั้ง (น้อยกว่า 1 ครั้ง/ เดือน)

ส่วนที่ 3 การใช้ประโยชน์จากรายการคืนความสุขให้คนในชาติ

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างให้ตรงตามความรู้สึกของท่านมากที่สุด

การใช้ประโยชน์จากรายการคืน ความสุขให้คนในชาติ	ระดับการใช้ประโยชน์				
	ใช้ ประโยชน์ มากที่สุด (5)	ใช้ ประโยชน์ มาก (4)	ใช้ ประโยชน์ ปานกลาง (3)	ใช้ ประโยชน์ น้อย (2)	ใช้ ประโยชน์ น้อยที่สุด (1)
การใช้ข่าวสารด้านข้อมูลเพื่อการอ้างอิง					
7. เนื้อหารายการสามารถนำมาใช้ประโยชน์ที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน					
8. การชมรายการทำให้ทราบความเคลื่อนไหวและทราบถึงเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคม					
การใช้ข่าวสารเพื่อเชื่อมโยงระหว่างข้อมูลเกี่ยวกับสังคม					
9. การชมรายการทำให้ได้รับความรู้ในเหตุการณ์และความเป็นไปต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นรอบตัวเพื่อไปบอกเล่ากับคนอื่น					
10. การชมรายการทำให้ได้รับข้อมูลเพื่อไปใช้สนทนากับสมาชิกอื่น ๆ					

การใช้ประโยชน์จากรายการคืน ความสุขให้คนในชาติ	ระดับการใช้ประโยชน์				
	ใช้ ประโยชน์ มากที่สุด (5)	ใช้ ประโยชน์ มาก (4)	ใช้ ประโยชน์ ปานกลาง (3)	ใช้ ประโยชน์ น้อย (2)	ใช้ ประโยชน์ น้อยที่สุด (1)
การใช้ข่าวสารเพื่อการดำรงเอกลักษณ์ของบุคคล					
11. การชมรายการช่วยเสริม ความคิดเห็น ย้ำความมั่นใจ หรือ สนับสนุนการตัดสินใจที่ได้ทำไป แล้ว					
12. การชมรายการช่วย เสริมสร้างเอกลักษณ์ส่วนบุคคล					
การใช้ข่าวสารเพื่อการลดหรือผ่อนคลายความตึงเครียด					
13. การชมรายการทำให้ได้รับ ความเพลิดเพลินและผ่อนคลาย อารมณ์					
14. การชมรายการเป็นการใช้ เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ และ เพลงประจำรายการช่วยให้ เพลิดเพลิน					

ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจที่มีต่อรายการคืนความสุขให้คนในชาติ

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ให้ตรงช่องตามระดับความพึงพอใจของท่าน

ความพึงพอใจต่อรายการ คืนความสุขให้คนในชาติ	ระดับความพึงพอใจ				
	พึงพอใจ มากที่สุด (5)	พึงพอใจ มาก (4)	พึงพอใจ ปานกลาง (3)	พึงพอใจ น้อย (2)	พึงพอใจ น้อยที่สุด (1)
ด้านเนื้อหารายการ					
15. เนื้อหารายการประเด็นที่น่าสนใจ เพราะอยู่ในความสนใจ ทันเหตุการณ์					
16. รายการมีการยกตัวอย่างให้เข้าใจง่าย					
17. รายการนี้ได้นำเสนอเนื้อหาเจาะลึก นโยบายด้านต่าง ๆ ของรัฐบาล					
18. รายการมีข้อมูลเป็นจริงน่าเชื่อถือ					
19. รายการเป็นการเล่าเรื่องทำให้ สามารถสร้างความสัมพันธ์กับผู้ชมได้					
ด้านองค์ประกอบรายการ					
20. รายการได้นำเสนอรูปแบบผู้ดำเนิน รายการ พล.อ.ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรีสื่อสารโดยตรง					
21. รายการนำเสนอเรื่องราวที่กระชับ ไม่ เยิ่นเย้อ					
22. รายการมีการใช้เทคนิคพิเศษใน รายการ เช่น กราฟิก ภาพประกอบ					
23. รายการมีการใช้ฉากประกอบ					
24. รายการมีคำบรรยาย ภาษาอังกฤษ สื่อสารให้ต่างชาติ/ผู้พิการเข้าใจได้					
25. รายการมีเพลงประจำรายการ (เพลง คืนความสุขให้คนในชาติ)					
26. ช่วงเวลาในการออกอากาศรายการ ทุกวันศุกร์ 20.15 น. -21.00 น. เหมาะสม					
27. ความถี่หรือจำนวนครั้งในการ					

ความพึงพอใจต่อรายการ คืนความสุขให้คนในชาติ	ระดับความพึงพอใจ				
	พึงพอใจ มากที่สุด (5)	พึงพอใจ มาก (4)	พึงพอใจ ปานกลาง (3)	พึงพอใจ น้อย (2)	พึงพอใจ น้อยที่สุด (1)
ออกอากาศรายการเหมาะสม (1 วัน/สัปดาห์)					
28. ระยะเวลาการออกอากาศรายการใน แต่ละครั้งมีความยาว (20-45 นาที)					
ด้านผู้ดำเนินรายการ					
29. พล.อ.ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรีเป็นผู้ดำเนินรายการที่มี บุคลิกน่าเชื่อถือ					
30. พล.อ.ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรีเป็นผู้ดำเนินรายการที่มี ความรู้ในเนื้อหาที่สื่อสารเป็นอย่างดี มีทักษะ					
31. พล.อ.ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรีเป็นผู้ดำเนินรายการที่มี ท่าทาง บุคลิกภาพที่เหมาะสม					
32. พล.อ.ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรีเป็นผู้ดำเนินรายการที่ใช้ ภาษาเข้าใจง่าย ไม่ต้องตีความ					
33. พล.อ.ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรีเป็นผู้ดำเนินรายการที่ สามารถอธิบายและสรุปเนื้อหาได้ตรง ประเด็น					
34. พล.อ.ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรีเป็นผู้ดำเนินรายการที่มี ความเป็นกันเองในการนำเสนอรายการ					
35. พล.อ.ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรีเป็นผู้ดำเนินรายการที่มี ลีลาการจัดรายการที่น่าสนใจ เป็น เอกลักษณ์					

36. ข้อเสนอแนะ



ครั้งที่	ออกอากาศ	เวลา	การแต่งกาย	ฉาก	การนำเสนอ
28.	6 ธ.ค. 2557	08.00 น.	ชุดขาว ข้าราชการ	ห้องโถงทำเนียบรัฐบาล	พูดคนเดียวโดยนั่งบนเก้าอี้
29.	12 ธ.ค. 2557	20.15 น.	สูทดำ	ห้องโถงทำเนียบรัฐบาล	พูดคนเดียวโดยนั่งบนเก้าอี้
30.	19 ธ.ค. 2557	20.15 น.	สูทดำ	ห้องโถงทำเนียบรัฐบาล	พูดคนเดียวโดยยืนบนโพเดียม
31.	26 ธ.ค. 2557	20.15 น.	สูทเทา	ห้องโถงทำเนียบรัฐบาล	พูดคนเดียวโดยยืนบนโพเดียม
32.	2 ม.ค. 2558	20.15 น.	ชุดไทย สีเหลือง	ห้องโถงทำเนียบรัฐบาล	พูดคนเดียวโดยยืนบนโพเดียม
33.	9 ม.ค. 2558	20.15 น.	สูทดำ	ห้องโถงทำเนียบรัฐบาล	พูดคนเดียวโดยยืนบนโพเดียม
34.	16 ม.ค. 2558	20.15 น.	สูทดำ	ห้องโถงทำเนียบรัฐบาล	พูดคนเดียวโดยยืนบนโพเดียม
35.	23 ม.ค. 2558	20.15 น.	สูทดำ	ห้องโถงทำเนียบรัฐบาล	พูดคนเดียวโดยยืนบนโพเดียม
36.	30 ม.ค. 2558	20.15 น.	สูทดำ	ห้องโถงทำเนียบรัฐบาล	พูดคนเดียวโดยยืนบนโพเดียม
37.	6 ก.พ. 2558	20.15 น.	สูทดำ	ห้องโถงทำเนียบรัฐบาล	พูดคนเดียวโดยยืนบนโพเดียม
38.	13 ก.พ. 2558	20.15 น.	สูทดำ	ห้องโถงทำเนียบรัฐบาล	พูดคนเดียวโดยยืนบนโพเดียม
39.	20 ก.พ. 2558	20.15 น.	สูทดำ	ห้องโถงทำเนียบรัฐบาล	พูดคนเดียวโดยยืนบนโพเดียม
40.	27 ก.พ. 2558	20.15 น.	ชุดไทย	ห้องโถงทำเนียบรัฐบาล	พูดคนเดียวโดยยืนบนโพเดียม
41.	6 มี.ค. 2558	20.15 น.	ชุดไทย	ห้องโถงทำเนียบรัฐบาล	พูดคนเดียวโดยยืนบนโพเดียม
42.	13 มี.ค. 2558	20.15 น.	สูทดำ	ห้องโถงทำเนียบรัฐบาล	พูดคนเดียวโดยยืนบนโพเดียม
43.	20 มี.ค. 2558	20.15 น.	ชุดไทย	ห้องโถงทำเนียบรัฐบาล	พูดคนเดียวโดยยืนบนโพเดียม
44.	27 ก.พ. 2558	20.15 น.	สูทน้ำเงิน	ภาพหลังภาพพระอาทิตย์ตก	พูดคนเดียวโดยยืนบนโพเดียม
45.	3 เม.ย. 2558	20.15 น.	สูทดำ	ภาพหลังเป็นภาพรถไฟฟ้า	พูดคนเดียวโดยยืนบนโพเดียม
46.	10 เม.ย. 2558	20.15 น.	ชุดไทย	ภาพหลังเป็นภาพตึกสูง ๆ	พูดคนเดียวโดยยืนบนโพเดียม
47.	17 เม.ย. 2558	20.15 น.	สูทดำ	ภาพหลังเป็นภาพประเพณี สงกรานต์	พูดคนเดียวโดยยืนบนโพเดียม
48.	24 เม.ย. 2558	20.20 น.	สูทดำ	ภาพหลังเป็นภาพธรรมชาติ ป่าสีเขียว	พูดคนเดียวโดยยืนบนโพเดียม
49.	1 พ.ค. 2558	20.15 น.	สูทดำ	ภาพหลังเป็นภาพน้ำตก	พูดคนเดียวโดยยืนบนโพเดียม
50.	8 พ.ค. 2558	20.15 น.	ชุดไทย	ภาพหลังเป็นภาพทะเล	พูดคนเดียวโดยยืนบนโพเดียม
51.	15 พ.ค. 2558	20.15 น.	สูทดำ	ภาพหลังเป็นภาพบ้านเมือง ตอนกลางคืน	พูดคนเดียวโดยยืนบนโพเดียม
52.	22 พ.ค. 2558	20.20 น.	สูทดำ	ภาพหลังเป็นภาพทุ่งหญ้า	พูดคนเดียวโดยยืนบนโพเดียม
53.	29 พ.ค. 2558	17.00 น.	สูทดำ	ภาพหลังเป็นภาพวัด	พูดคนเดียวโดยยืนบนโพเดียม
54.	5 มิ.ย. 2558	17.00 น.	สูทเทา	ภาพหลังเป็นภาพภูเขา	พูดคนเดียวโดยยืนบนโพเดียม
55.	12 มิ.ย. 2558	20.15 น.	ชุดไทย	ภาพหลังเป็นภาพแม่น้ำ เจ้าพระยา	พูดคนเดียวโดยยืนบนโพเดียม

ครั้งที่	ออกอากาศ	เวลา	การแต่งกาย	ฉาก	การนำเสนอ
56	19 มิ.ย. 2558	20.15 น.	ชุดไทย	ภาพหลังเป็นภาพปลา ในทะเล	พูดคนเดียวโดยยืนบนโพเดียม
57.	26 มิ.ย. 2558	20.15 น.	สูทดำ	ภาพหลังเป็นภาพ สะพานแขวน	พูดคนเดียวโดยยืนบนโพเดียม
58.	3 ก.ค. 2558	20.15 น.	สูทดำ	ภาพหลังเป็นภาพทะเลภูเก็ต	พูดคนเดียวโดยยืนบนโพเดียม
59.	10 ก.ค. 2558	20.15 น.	สูทดำ	ภาพหลังเป็นภาพวัดต่าง ๆ	พูดคนเดียวโดยยืนบนโพเดียม
60.	17 ก.ค. 2558	20.15 น.	สูทดำ	ภาพหลังเป็นภาพในทำเนียบ รัฐบาล	พูดคนเดียวโดยยืนบนโพเดียม
61.	24 ต.ค. 2558	20.15 น.	สูทน้ำตา	ภาพหลังเป็นภาพพระบรม รูปทรงม้า/งาน Bike for mom	พูดคนเดียวโดยยืนบนโพเดียม
62.	31 ก.ค. 2558	20.15 น.	ชุดไทย	ภาพหลังเป็นภาพพระบรม รูปทรงม้า/งาน Bike for mom	พูดคนเดียวโดยยืนบนโพเดียม
63.	7 ส.ค. 2558	20.15 น.	สูทดำ	ภาพหลังเป็นพื้นสีฟ้า/โลโก้ Bike for mom	พูดคนเดียวโดยยืนบนโพเดียม
64.	14 ส.ค. 2558	20.20 น.	สูทดำ	ภาพหลังเป็นฉายาลักษณ์ใน หลวงและพระราชินี/ โลโก้ Bike for mom	พูดคนเดียวโดยยืนบนโพเดียม
65.	21 ส.ค. 2558	20.15 น.	ชุดไทย	ภาพหลังเป็นภาพ อุทยานราชภักดิ์	พูดคนเดียวโดยยืนบนโพเดียม
66.	28 ส.ค. 2558	20.15 น.	สูทน้ำตา	ภาพหลังเป็นโลโก้ Our home Our country Stronger together	พูดคนเดียวโดยยืนบนโพเดียม
67.	4 ก.ย. 2558	20.15 น.	สูทดำ	ภาพหลังเป็นโลโก้ Our home Our country Stronger together	พูดคนเดียวโดยยืนบนโพเดียม
68.	11 ก.ย. 2558	20.15 น.	สูทดำ	ภาพหลังเป็นโลโก้ Our home Our country Stronger together	พูดคนเดียวโดยยืนบนโพเดียม
69.	18 ก.ย. 2558	20.15 น.	สูทดำ	ภาพหลังเป็นภาพสวนดอกไม้	พูดคนเดียวโดยยืนบนโพเดียม
70.	25 ก.ย. 2558	20.15 น.	สูทดำ	ภาพหลังเป็นภาพพระอาทิตย์	พูดคนเดียวโดยยืนบนโพเดียม
71.	2 ต.ค. 2558	20.15 น.	สูทดำ	จัดรายการเฉพาะกิจที่นคร นิวยอร์ก ประเทศ	พูดคนเดียวโดยนั่งบนเก้าอี้

ครั้งที่	ออกอากาศ	เวลา	การแต่งกาย	ฉาก	การนำเสนอ
				สหรัฐอเมริกาในการเข้าร่วม ประชุมสมัชชาสหประชาชาติ สมัยที่ 70	
72.	9 ต.ค. 2558	20.15 น.	สูทดำ	ภาพหลังเป็นภาพสวนดอกไม้	พูดคนเดียวโดยยืนบนโพเดียม
73.	16 ต.ค. 2558	20.15 น.	สูทดำ	ภาพหลังเป็นภาพป่า	พูดคนเดียวโดยยืนบนโพเดียม
74.	22 ต.ค. 2558	20.45 น.	สูทดำ	ภาพหลังเป็นภาพพระบรม รูปทรงม้า	พูดคนเดียวโดยยืนบนโพเดียม
75.	30 ต.ค. 2558	20.15 น.	สูทดำ	ภาพหลังเป็นภาพธงชาติไทย	พูดคนเดียวโดยยืนบนโพเดียม
76.	6 พ.ย. 2558	20.15 น.	ชุดไทย	ภาพหลังเป็นภาพโฆษณา ทำเนียบรัฐบาล	พูดคนเดียวโดยยืนบนโพเดียม
77.	12 พ.ย. 2558	20.15 น.	สูทดำ	ภาพหลังเป็นโลโก้ 1 ทศวรรษ แก้วกัลยาของแผ่นดิน 2558	พูดคนเดียวโดยยืนบนโพเดียม
78.	20 พ.ย. 2558	20.15 น.	สูทดำ	ภาพหลังเป็นห้องประชุม	พูดคนเดียวโดยนั่งบนเก้าอี้
79.	27 พ.ย. 2558	20.15 น.	สูทดำ	ภาพหลังพระบรมฉายาลักษณ์ ของในหลวง	พูดคนเดียวโดยนั่งบนเก้าอี้
80.	4 ธ.ค. 2558	20.15 น.	สูทดำ	ภาพหลังพระบรมฉายาลักษณ์ ของในหลวง	พูดคนเดียวโดยยืนบนโพเดียม
81.	12 ธ.ค. 2558	08.00 น.	สูทดำ	ภาพหลังภาพป่าสวนดอกไม้	พูดคนเดียวโดยยืนบนโพเดียม
82.	18 ธ.ค. 2558	20.15 น.	สูทดำ	ภาพหลังเป็นรูปพระสังฆราช	พูดคนเดียวโดยยืนบนโพเดียม
83.	25 ธ.ค. 2558	20.15 น.	สูทดำ	ภาพหลังเป็นภาพทะเล	พูดคนเดียวโดยยืนบนโพเดียม
84.	1 ม.ค. 2559	20.15 น.	สูทดำ	ภาพหลังเป็นภาพวัด	พูดคนเดียวโดยยืนบนโพเดียม
85.	8 ม.ค. 2559	20.15 น.	สูทดำ	ภาพหลังเป็นภาพวันเด็ก	พูดคนเดียวโดยยืนบนโพเดียม
86.	15 ม.ค. 2559	20.15 น.	สูทดำ	ภาพหลังเป็นภาพดอกไม้สี ชมพู	พูดคนเดียวโดยยืนบนโพเดียม
87.	22 ม.ค. 2559	20.15 น.	สูทดำ	ภาพหลังเป็นภาพอาคาร หอประชุมกองทัพบก	พูดคนเดียวโดยยืนบนโพเดียม
*88.	23 ม.ค. 2559	08.00 น.		*พินเอกหญิงทักษดา สังข จันทร์ผู้ช่วยโฆษกประจำ สำนักนายกรัฐมนตรีพูด ที่ทำเนียบ	พูดคนเดียวโดยยืนบนโพเดียม
89.	29 ม.ค. 2559	20.15 น.	สูทดำ	ภาพหลังเป็นภาพทหาร ผ่านศึก	พูดคนเดียวโดยยืนบนโพเดียม
90.	5 ก.พ. 2559	20.15 น.	สูทดำ	ภาพหลังเป็นภาพพิพิธภัณฑ์ ไม่มีค่า	พูดคนเดียวโดยยืนบนโพเดียม

ครั้งที่	ออกอากาศ	เวลา	การแต่งกาย	ฉาก	การนำเสนอ
91.	12 ก.พ. 2559	20.15 น.	สูทดำ	ภาพหลังเป็นภาพพระอาทิตย์ลับขอบฟ้า	พูดคนเดียวโดยยืนบนโพเดียม
92.	19 ก.พ. 2559	20.15 น.	สูทดำ	ภาพหลังเป็นภาพวัด	พูดคนเดียวโดยยืนบนโพเดียม
93.	4 มี.ค. 2559	20.15 น.	สูทดำ	ภาพหลังเป็นภาพแม่น้ำเจ้าพระยา	พูดคนเดียวโดยยืนบนโพเดียม
94.	11 มี.ค. 2559	20.15 น.	สูทดำ	ภาพหลังเป็นภาพภูเขา	พูดคนเดียวโดยยืนบนโพเดียม
95.	18 มี.ค. 2559	20.15 น.	สูทดำ	ภาพหลังเป็นพิธีถือน้ำพระสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ฮอร์ชฎากรพิพัฒน์ พระบรมมหาราชวัง	พูดคนเดียวโดยยืนบนโพเดียม
96.	25 มี.ค. 2559	20.15 น.	สูทดำ	ภาพหลังเป็นภาพพระตำหนักคอยตุ้ง จ. เชียงราย	พูดคนเดียวโดยยืนบนโพเดียม
97.	1 เม.ย. 2559	20.15 น.	ชุดไทย	ภาพหลังเป็นภาพโครงการพัฒนาความมั่นคงพื้นที่ ภูซัด ภูเมือง ภูสอยดาว อ.ชาติตระการ จ. พิษณุโลก	พูดคนเดียวโดยยืนบนโพเดียม
98.	8 เม.ย. 2559	20.15 น.	สูทดำ	ภาพหลังเป็นภาพโครงการตัวอย่างตามพระราชดำริน บ้านอิฐ จ. อ่างทอง	พูดคนเดียวโดยยืนบนโพเดียม
99.	15 เม.ย. 2559	20.15 น.	ชุดไทย	ห้องโถงที่ทำเนียบรัฐบาล	สัมภาษณ์โดยมีพิธีกรเป็นผู้สัมภาษณ์
100.	22 เม.ย. 2559	20.15 น.	สูทดำ	ห้องโถงที่ทำเนียบรัฐบาล	สัมภาษณ์โดยมีพิธีกรเป็นผู้สัมภาษณ์
101.	29 เม.ย. 2559	20.15 น.	สูทดำ	ห้องโถงที่ทำเนียบรัฐบาล	สัมภาษณ์โดยมีพิธีกรเป็นผู้สัมภาษณ์
102.	6 พ.ค. 2559	20.15 น.	สูทน้ำตาล	ห้องโถงที่ทำเนียบรัฐบาล	สัมภาษณ์โดยมีพิธีกรเป็นผู้สัมภาษณ์
103.	13 พ.ค. 2559	20.15 น.	สูทน้ำตาล	ห้องโถงที่ทำเนียบรัฐบาล	สัมภาษณ์โดยมีพิธีกรเป็นผู้สัมภาษณ์
104.	19 พ.ค. 2559	20.15 น.	สูทดำ	ห้องโถงที่ทำเนียบรัฐบาล	สัมภาษณ์โดยมีพิธีกรเป็นผู้สัมภาษณ์
105.	27 พ.ค. 2559	20.15 น.	สูทดำ	ภาพหลังเป็นภาพในหลวงเสด็จศูนย์ศึกษาพัฒนาห้วย	สัมภาษณ์โดยมีพิธีกรเป็นผู้สัมภาษณ์

ครั้งที่	ออกอากาศ	เวลา	การแต่งกาย	ฉาก	การนำเสนอ
				ทราย อันเนื่องมาจากพระราชดำริ ต.ห้วยทรายเหนือ จ. เพชรบุรี	
106.	3 มิ.ย. 2559	20.15 น.	ชุดไทย	ห้องโถงทำเนียบรัฐบาล	สัมภาษณ์บนโต๊ะโดยพิธีกร
107.	10 มิ.ย. 2559	20.15 น.	ชุดไทย	ห้องโถงทำเนียบรัฐบาล	พูดคนเดียวโดยยืนบนโพเดียม
108.	17 มิ.ย. 2559	20.15 น.	สูทเทา	ภาพหลังเป็นภาพทำเนียบรัฐบาล	พูดคนเดียวโดยยืนบนโพเดียม
109.	24 มิ.ย. 2559	20.15 น.	ชุดไทย	ภาพหลังเป็นภาพเสด็จพระราชดำเนินเยี่ยมราษฎรบ้านสุโษะปาแระ จ.นราธิวาส	พูดคนเดียวโดยยืนบนโพเดียม

ภาคผนวก ค

ตัวอย่างรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ”

พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี กล่าวในรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” ออกอากาศทางโทรทัศน์รวมการเฉพาะกิจแห่งประเทศไทย วันศุกร์ที่ 25 ธันวาคม 2558 เวลา 20.15 น.

สวัสดีครับ พ่อแม่พี่น้องชาวไทยที่รักทุกท่าน

ในสัปดาห์สุดท้ายของปี 2558 นี้ ผมขอร่วมแสดงความยินดีกับ “น้องแนน” นางสาว อนิพรณ์เฉลิมบุรณะวงศ์ มิสยูนิเวิร์สไทยแลนด์ 2015 ที่สามารถเข้ารอบ 10 คนสุดท้ายในเวทีการประกวด Miss Universe 2015 ณ ประเทศสหรัฐอเมริกา ที่ผ่านมาพร้อมทั้งได้รับ “รางวัลชุดประจำชาติยอดเยี่ยม” ชุดตุ๊กตุ๊ก ไทยแลนด์มาครองด้วย เป็นการสร้างความสุขและรอยยิ้ม สู่สังคมไทยต้อนรับปีใหม่ผมขอแสดงความยินดีด้วยใจจริง จากรัฐบาล จากประชาชนทุกคน

อีกเรื่องหนึ่งที่ผมอยากกล่าวถึงเป็นเรื่องดี ๆ มาจากสื่อสร้างสรรค์ที่นำเสนอข่าวของเด็กนักเรียนชาย 3 คน ได้แก่ ด.ช. วรณกร คำมีมูล (น้องบอส) ด.ช. ทวีชัย พุชนะ (น้องพีวส์) และ ด.ช. ทวีศักดิ์ พุชนะ (น้องฟิล์ม) ที่ชักชวนกันมาทำประโยชน์เพื่อสังคมเพราะเห็นว่าถนนที่ตนต้องเดินไปโรงเรียนทุกวันนั้นสกปรก ยาวชน 3 คนนี้จึงรวมเงินค่าขนมกันเพื่อซื้ออุปกรณ์ทำความสะอาดร่วมแรงร่วมใจช่วยกันล้างหญ้าและกวาดถนนจนสะอาด ได้ทำมากกว่า 2 เดือนแล้วสิ่งที่เด็กพบกับสังคมนั้น ลึกซึ้ง กินใจ พวกเขาบอกว่า “เห็นว่าเราเป็นคนไทยอยากทำความดีเพื่อถวายเป็นพระราชกุศลแด่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวในโอกาสเจริญพระชนมพรรษา 88 พรรษา และตั้งใจว่าจะทำความสะอาดถนนเส้นนี้ต่อไปเรื่อย ๆ โดยไม่หวังผลตอบแทน” เป็นอย่างไร ผู้ใหญ่คิดอย่างไรกันบ้าง ผมขอชื่นชมและเป็นกำลังใจให้กับทั้งเด็ก ๆ ผู้ปกครอง และครู อาจารย์ด้วยแล้วก็หวังว่าความดีจากจุดเล็กของเด็ก ๆ ทั้ง 3 คนนี้จะเป็แรงบันดาลใจให้กับผู้ใหญ่ และสังคมของเราให้ช่วยกันอยู่ร่วมกันอย่างมีน้ำใจ หันมาทำประโยชน์เพื่อส่วนรวมและมีความสุขกับการทำดี รมัดระวังอันตรายบนถนนด้วย

วันที่ 31 ธันวาคม 2558 นอกจากจะเป็นวันส่งท้ายปีเก่ายังเป็นวันที่ประเทศไทยและประเทศอื่น ๆ ในภูมิภาคของเราก้าวสู่การเป็นประชาคมอาเซียนอย่างเป็นทางการแต่ไม่ได้เป็นสิ่งที่น่าวิตก เพราะไม่ได้เป็นการเปลี่ยนแปลงอย่างพลิกฝ่ามือในวันเดียวเวลาเดียวหรือปีเดียว หากทุกภาคส่วนได้มีการสร้างความตระหนักรู้ เตรียมความพร้อม ที่มีมาอย่างต่อเนื่องบางอย่างก็สำเร็จไปแล้ว บางอย่างก็ยังไม่พร้อมอยู่ ไม่เป็นอะไรเราเริ่มต้นไปก่อน อะไรทำได้ทำก่อน อย่าไปกังวลว่าวันนี้ยังไม่พร้อมเราได้มีการเตรียมตัวพอสมควรในช่วง 2 ปีที่ผมเข้ามา ถ้าเราปรับตัวได้ไว้ดีมีภูมิคุ้มกัน แล้วก็

สร้างความเข้าใจกันได้ร่วมมือกันทุกอย่างก็จะเห็นการเปลี่ยนแปลง ในระดับมหภาคที่ผ่านมานั้นได้มีการจัดตั้งเขตการค้าเสรีอาเซียน หรืออาฟตา (AFTA) เมื่อปี 2535 มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องเรื่อยมาหลายอย่างต้องมีการปรับปรุงเพิ่มเติมตอนนี้อาเซียนมีความตกลงเปิดเสรีทางการค้ากับ 6 ประเทศแล้ว ได้แก่ จีน ญี่ปุ่น สาธารณรัฐเกาหลี อินเดีย ออสเตรเลีย และนิวซีแลนด์และกำลังพัฒนาไปสู่การจัดทำความตกลงหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจระดับภูมิภาคหรืออาร์เซป (RCEP) ซึ่งประกอบไปด้วยอาเซียน 10 ประเทศ จีน ญี่ปุ่น สาธารณรัฐเกาหลี อินเดีย ออสเตรเลีย และนิวซีแลนด์ มารวมด้วย ซึ่งถ้ามองค่า GDP รวมกันเป็นหนึ่งในสามของ GDP โลก และครอบคลุมประชากรครึ่งหนึ่งของโลก

ดังนั้นพี่น้องและทุกภาคส่วนควรใช้ความพร้อมของตนเอง ร่วมกันแสวงโอกาส ให้เกิดประโยชน์สูงสุดทั้งตนเอง องค์กร และประเทศชาติ ด้วยความรู้เท่าทันมีการพัฒนาตัวเองอยู่เสมอ ในส่วนของรัฐบาลเองนั้น ให้ความสำคัญอย่างมากในการเตรียม “กำลังคน-ทรัพยากรมนุษย์-แรงงานมีฝีมือ” เพื่อเข้าสู่ตลาดแข่งขัน ภายใต้วิสัยทัศน์ “คนไทยมีศักยภาพพร้อมอยู่ในประชาคมอาเซียนอย่างมีคุณภาพ” โดยมุ่งเน้นในเรื่องของการ “เสริมสร้างความเข้าใจ ใฝ่รู้ภาษามุ่งพัฒนาสัมพันธ์ รู้เท่าทันเทคโนโลยี สานสามัคคีอาเซียน” ด้วยการศึกษาซึ่งเราจะมีกระทรวงศึกษาธิการเป็นผู้ดำเนินการหลัก โดยบูรณาการกับทุกกระทรวง และทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้กำหนดยุทธศาสตร์ 6 ด้าน ดังนี้ (1) เสริมสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับประชาคมอาเซียนก่อน (2) ยกระดับคุณภาพและสร้างโอกาสทางการศึกษา (3) ผลิตกำลังคนให้มีทักษะสอดคล้องกับตลาดแรงงานอาเซียน (4) มีการพัฒนาการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (5) มีการพัฒนาเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องเพื่อรองรับการเคลื่อนย้าย/แลกเปลี่ยนและ (6) เสริมสร้างเครือข่ายระหว่างกันในระดับภูมิภาค

ทั้งนี้ จะมีการจัดตั้ง “ศูนย์อาเซียนศึกษา” จำนวน 447 ศูนย์ ทั่วประเทศเพื่อพัฒนาคุณภาพการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาสู่ความเป็นนานาชาติรองรับนักเรียนไทยและนักเรียนต่างชาติ ในประชาคมอาเซียนให้สอดคล้องกับโครงการพัฒนาประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการศึกษาในภูมิภาค และให้มีการเทียบเคียงกรอบคุณวุฒิแห่งชาติ สู่กรอบคุณวุฒิอ้างอิงอาเซียนก็ต้องดูว่าใครเกี่ยวข้องตรงไหน ทั้งโรงเรียน ข้าราชการ ประชาสังคม ประชาชนธุรกิจ และอะไรคือ วิกฤต อะไรคือ โอกาสในการก้าวเข้าไปสู่การเป็นประชาคมอาเซียน เรามีความรู้แค่ไหน อย่างไรเข้าใจอย่างถ่องแท้หรือไม่ ที่ผ่านมามาอาจจะเข้าใจว่าพูดภาษาอังกฤษได้อย่างเดียว ไม่ใช่หรือครับ มีตั้งหลายอย่างไม่ว่าจะเป็นความรู้และการยกระดับคุณภาพภาษาอังกฤษ

เรื่องของการพัฒนาฝีมือแรงงานการเตรียมรับการเคลื่อนย้ายแรงงานที่มีคุณภาพอะไรเหล่านี้มีตั้งหลายอาชีพที่เขากำลังเคลื่อนย้ายไปมาถ้าเราไม่เตรียมการให้พร้อมตรงนี้ “ผลิตคนใหม่ รักษาคนเก่าไว้ให้ได้” คนของเราที่มีความสามารถก็จะไปหาอาชีพทำงาน-ทำการในต่างประเทศบ้านเราก็จะขาดแคลนเข้าไปอีกรัฐบาลตั้งเป้าที่จะพัฒนาในเรื่องของทักษะภาษาอังกฤษในระยะแรกให้กับนักเรียน ครู ผู้บริหาร ประชาชนทั่วไปและให้สถานศึกษาจัดการเรียนการสอนที่เป็นภาษาอังกฤษ

ทั้งหมด หรือบางห้องบางชั้น หรือการเรียนการสอนสองภาษา ทั้งหมดเป็นเรื่องความสมัครใจของเด็ก แล้วก็ตั้งศูนย์ที่เสริมสร้างความเข้มแข็งในการจัดการเรียนการสอนภาษาอังกฤษด้วยให้กับผู้เรียน ทั้งระดับประถมศึกษาและมัธยมศึกษาในระดับเขตพื้นที่และภูมิภาคทั่วประเทศรวมทั้งโครงการการศึกษาทางไกลผ่านดาวเทียมและบรรจุเนื้อหาในโครงการลดเวลาเรียนเพิ่มเวลารู้ เป็นต้นสำหรับภาษาประเทศเพื่อนบ้านอื่น ๆ เช่น จีน ญี่ปุ่น หรือภาษาอาเซียน อื่น ๆ ด้วย ก็จะเร่งดำเนินการควบคู่กันไปให้สอดคล้องกับความจำเป็นและความต้องการขอความร่วมมือภาคธุรกิจเอกชน สถานประกอบการ ให้ช่วยด้วยเพื่อประโยชน์ของประชาชน ประโยชน์ของแรงงานสถานประกอบการธุรกิจที่มีหลายประเทศ ที่มีการใช้ภาษาแตกต่างกันเข้ามาลงทุน

ด้านการพัฒนาและยกระดับภาษาอังกฤษแก่กำลังคนอาชีวะจะมุ่งเน้นกลุ่มเป้าหมาย 4 กลุ่ม ได้แก่ (1) กลุ่มเรกนักรเรียนนักศึกษา โดยมีการพัฒนาหลักสูตร English Program (EP) และ Mini English Program (MEP) ในสถานศึกษา 147 แห่งเป็นภาษาอังกฤษ เพื่อใช้ในการทำงาน ศัพท์ทางเทคนิควิชาชีพในการปฏิบัติงานจริง เพื่อให้กำลังคนสามารถสื่อสาร รับฟังคำสั่งตลอดจนสามารถถ่ายทอดได้ (2) คือ ครู พัฒนาทั้งครูที่สอนภาษาอังกฤษให้มีความเป็นเลิศด้านทักษะภาษาอังกฤษโดยตรงและพัฒนาครูผู้สอนวิชาชีพให้สามารถสื่อสารและถ่ายทอดได้ (3) คือ ผู้บริหารนั้น มีการจัดทำโครงการอบรมหลักสูตรภาษาอังกฤษเร่งรัดพิเศษโดยสามารถลงทะเบียนเรียนผ่านสมาร์ตโฟนได้ และ (4) กำลังคนในสถานประกอบการโดยร่วมมือกับสถานประกอบการ สมาคมและชมรมภาคอาชีพนำร่องพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษแก่พนักงานที่กำลังจะเลื่อนเข้าสู่ตำแหน่งหัวหน้างานในอนาคตด้วยข้อสำคัญจะให้เร็วก็คือ ฟังให้รู้เรื่องให้มากที่สุดก่อนพูดโดยไม่ต้องกลัวใคร ค่อย ๆ พัฒนาไปผู้ฟังชาวต่างประเทศพยายามที่จะเข้าใจเราอยู่แล้วจะผิดจะถูกก็ดีกว่าไม่แสดงออก ไม่กล้าเราจะได้แสดงให้เห็นถึงการเป็นเจ้าภาพที่ดี เจ้าบ้านที่ดีในการที่เราจะเป็น “HUB” การท่องเที่ยว และการเป็นหัวหน้างานในสถานประกอบการ เพื่อเป็นการยกระดับรายได้ แต่ละวิชาชีพมีการรับการถ่ายทอดเทคโนโลยีจากโรงงานจากต่างประเทศได้โดยตรง

สำหรับมาตรการทางเศรษฐกิจนอกจากการสร้างเสถียรภาพด้วยการรักษาความสัมพันธ์ความร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้าน และประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนแล้วเรามีพันธมิตรเดิมอยู่แล้ว เราก็ต้องแสวงหาความร่วมมือใหม่ เปิดตลาดใหม่ที่มีความสำคัญมาก ได้แก่ 1) การขยายความร่วมมือเพื่อนบ้านและอาเซียนในสัปดาห์ที่ผ่านมาได้มีการประชุมคณะรัฐมนตรีร่วม ไทย-กัมพูชาที่เรามีความสัมพันธ์นานกว่า 65 ปี ซึ่งครบรอบ 65 ปีเมื่อวันที่ 19 ธันวาคมนี้เอง บนพื้นฐานของการพึ่งพาและผลประโยชน์ร่วมกัน อย่างเท่าเทียมได้บรรลุเห็นชอบร่วมกันในเรื่องต่าง ๆ หลายเรื่อง เช่นการผลักดันเป้าหมายขยายปริมาณมูลค่าการค้าและการลงทุนของสองประเทศเพิ่มขึ้นเป็น 3 เท่า ประมาณ 5,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในช่วง 5 ปีการเชื่อมโยงกับการพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษ ทั้งสองฝั่งการอำนวยความสะดวกด้านศุลกากร การคมนาคม การเพิ่มปริมาณการเดินทางเชื่อมโยงทางบก

และเส้นทางรถไฟเพื่อผลักดันให้ปริมาณการค้าสินค้าของสองประเทศเพิ่มมากขึ้นนอกจากนี้ได้หารือเกี่ยวกับเรื่องการท่องเที่ยว พลังงาน แรงงาน การเกษตรและสาธารณสุข การแพทย์ภายใต้แนวคิดและนโยบาย Thailand + 1 เพื่อดึงดูดนักลงทุนเข้ามาในประชาคมของเราเป็นตลาดขนาดใหญ่มีประชากรรวมกว่า 600 ล้านคน

2) เรื่องของการรักษาตลาดที่มีอยู่แล้วเดิม อาทิ การส่งเสริมการค้า การลงทุน การอำนวยความสะดวกการค้าการลงทุน การสร้างความร่วมมือทางเศรษฐกิจระหว่างไทย-จีน ที่ช่วยส่งเสริมและผลักดัน ด้านการค้าการลงทุนและความร่วมมือด้านเศรษฐกิจในด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องให้เกิดผลเป็นรูปธรรมเกิดประโยชน์สูงสุดแก่ทั้งสองประเทศ ได้มีการตั้งกลไกการประสานงานเพื่อแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ในด้านการค้าและการลงทุนมีการลงนามกรอบความร่วมมือเพื่อกระชับความร่วมมือ อาทิ (1) การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางรถไฟภายใต้กรอบยุทธศาสตร์การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านการคมนาคมขนส่งของไทย พ.ศ. 2558-2565 และ (2) การซื้อขายข้าว 1 ล้านตัน และยางพารา 2 แสนตัน (3) ส่งเสริมการท่องเที่ยว ตั้งเป้าหมายนักท่องเที่ยวจีน 10 ล้านคนในปีหน้าเป็นต้น

3) การเปิดตลาดใหม่ อาทิ ส่งเสริมความร่วมมือไทยกับประเทศต่าง ๆ ในหมู่เกาะแปซิฟิก ตะวันออกกลางแอฟริกา และประเทศอินเดีย รัสเซีย กลุ่มประเทศที่นับถือศาสนาอิสลามในเรื่องของความร่วมมือทางด้านการเกษตร ประมง สุขอนามัยและสุขอนามัยพืชการพัฒนาการเกษตรและสาขาอื่น ๆ ที่สองฝ่ายสนใจร่วมกันแลกเปลี่ยนประสบการณ์ซึ่งกันและกันโดยเฉพาะอย่างยิ่งความร่วมมือในการพัฒนาอย่างยั่งยืนของทรัพยากรประมงการป้องกัน ยับยั้ง และจัดการทำประมงที่ผิดกฎหมาย ขาดการรายงานและไร้การควบคุม ที่เรียกว่า IUU fishing มีการตรวจสอบย้อนกลับของการนำเข้า-ส่งออกวัตถุดิบการประมง การออกใบรับรองการจับสัตว์น้ำ การแลกเปลี่ยนข้อมูลที่เป็นที่ยืนยันความถูกต้องของเอกสารการวิจัยและพัฒนา การประเมินทรัพยากรประมง การบริหารจัดการทรัพยากรทางทะเลเป็นต้น

เรื่องประมงนี้ผมเป็นกังวลในเรื่องการตรวจสอบหรือการที่จะเข้ามาตรวจสอบความก้าวหน้าในต้นเดือน มกราคม ประมาณวันที่ 20 มกราคม 2559 ซึ่งจะมีคณะทำงานของ IUU เข้ามาช่วงนี้เราต้องยอมรับในความบกพร่องของเรา ที่มีมาอย่างยาวนานต่อเมื่อเราต้องกำหนดเป้าหมายให้ชัดเจนในเรื่องของกฎหมาย เรื่องการบริหารจัดการวิธีการ การลงโทษ การดูแลเหยื่อ การตรวจสอบการทำประมงทั้งหมด ทั้งระบบแล้วก็คิดว่าเขาต้องการให้รัฐบาลแก้ไขอะไรที่เร่งด่วนในระยะแรกมากที่สุดรัฐบาลทำให้ได้มากที่สุดก็เป็นการดี และทำเสริมในเรื่องที่มีความจำเป็นทุกอย่างต้องมีเวลาในการแก้ไข ถ้าเวลาน้อยก็แก้ไขได้บางเรื่องแต่เรื่องอื่นเราก็ต้องทำคู่ขนานไปด้วย เพียงแต่ผมอยากแสดงให้เห็นว่าเรามีความพยายามอย่างยิ่งยวดมีเจตนารมณ์ในการแก้ปัญหาอย่างแท้จริง

ในส่วนของการกระทำความผิดทางประมงนั้นผมไม่ยากให้มองเฉพาะในทะเลอย่างเดียว บนฝั่งเช่นเดียวกันเพราะว่าการค้าขายผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ทางการประมงก็มาขายบนฝั่งทั้งหมด โดยเฉพาะในประเทศไทย มีทั้งการรับซื้อจากท่าเรือ การแกะกุ้ง การคัดแยกปลาการนำสู่ภาคอุตสาหกรรม ซึ่งมีแรงงานจำนวนมากเหล่านี้จะต้องได้รับการแก้ไขทั้งหมด ผมได้สั่งการไปแล้วทั้งในส่วนของคุณัยบัญชาการแก้ไขปัญหาการทำการประมงผิดกฎหมาย (ศปมผ.) ในส่วนของหน่วยงานที่รับผิดชอบโดยตรง แล้วก็ให้ ศสช. ไปช่วยด้วยจะต้องสรุปสถานการณ์ให้รัฐมนตรีทราบทุกสัปดาห์ถึงความก้าวหน้าในการแก้ไขปัญหาทั้งทางบก และทางทะเลรวมถึงในส่วนที่ต้องดำเนินการในส่วนที่ทาง IUU ได้เข้มงวดเร่งรัดมา

ฝากถึงเรือประมงที่มีขนาดใหญ่กว่า 60 ตันกรอส ต้องปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด ในส่วนที่ต่ำกว่า 60 ตันกรอสก็ต้องแก้ไขในเรื่องของการจดทะเบียนเรือ การใช้เครื่องมือที่ถูกต้องในส่วนประมงขนาดเล็กของเพื่อนบ้านขอความร่วมมือแก้ไขในเรื่องของเครื่องมือการทำประมงอย่าให้มีความขัดแย้งกันอีกเลย สงสารคนจนอยู่แล้วเพียงแต่เราต้องมองภาพรวมของทรัพยากรเราในประเทศด้วย และการไปลงทุนไปจับสัตว์น้ำ ในน่านน้ำเสรี ในน่านน้ำในอาณาเขตของคนอื่นจะต้องเคารพกฎหมายเช่นนั้นในภาพรวมสินค้าประมงของเราจะไม่สามารถไปขายในประชาคมอื่น ๆ ได้ซึ่งเป็นผลเสียต่อมูลค่าของสินค้าประมงและรายได้ของประเทศเป็นจำนวนมาก

วันนี้เราต้องขยายการค้าการลงทุนในเรื่องของประมงนั้นไปยังประเทศในหมู่เกาะแปซิฟิกและหาแหล่งจับปลาในภาคอื่น ๆ ด้วย ทั้งหลาย ๆ อย่างรวมไปถึงการค้าการลงทุน เศรษฐกิจเราต้องมีทั้งตลาดบน ตลาดกลาง ตลาดล่างเพราะเรามีสินค้าทั้ง 3 ระดับ เช่น ข้าว เราก็มีข้าวหอมมะลิ ข้าวขาวข้าวไรซ์เบอร์รี่ ข้าวที่เป็นไปตามเอกลักษณ์ท้องถิ่นซึ่งวันนี้ราคาข้าวขาวลดลงมาก มีปัญหากับประชาชนได้ข่าวว่าโรงสีบางโรงสีถราราคาข้าวมาก กำลังให้คณะรักษาความสงบแห่งชาติ (คสช.) ไปตรวจสอบ ให้ได้ข้อเท็จจริงมา จะเอาเปรียบเขาไม่ได้และวันนี้ประชาชนที่เป็นชาวไร่ชาวนาน่าสงสารน่าเห็นใจต้องร่วมมือกับรัฐบาลอย่างมุ่งมั่นแต่ถ้าโรยอย่างเดียวไม่ได้มุ่งหวังให้ขาดทุนอยู่แล้ว แต่ต้องดูแลประชาชนร่วมกันด้วยเพราะเราเป็นประชารัฐ

ในส่วนของการขยายการผลิตแปรรูปให้ได้โดยเร็วไม่ว่าจะเป็นที่นอนยาง ยางปูพื้นสนามกีฬาอื่น ๆ ปูพื้นห้องน้ำคนชราหรือห้องอยู่อาศัยก็ได้ของผู้สูงอายุ เหล่านี้ต้องคิดใหม่ทำใหม่ทั้งหมดแต่อยากทำให้เร็ว เรามีการวิจัยพัฒนาเรื่องนี้มาหลายอย่างด้วยกันแต่นำมาสู่การผลิตไม่ได้วันนี้รัฐบาลนี้เรามีการวิจัยเรื่องยางมาประสานงานกับผู้ประกอบการไปแล้วก็ยังข่าวยู่ขอให้ฝ่ายเศรษฐกิจของรัฐบาลลงไปดูร่วมกับกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (วท.) สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) ว่าจะทำอย่างไรให้เร็วขึ้นในการใช้ยางภายในประเทศให้มากขึ้นถ้าเราอยู่ในเรื่องของ Rubber City อย่างเดียวคงไม่ทันการต้องทำวันนี้ทันทีแล้วเกิดผลใน 1 ปี 6 เดือน ที่เราเหลืออยู่เนี่ยเราอาจจะต้องเพิ่มเครื่องจักรเครื่องมือ เพิ่มเงินทุนในการผลิตสนับสนุน

เรื่องแรงงาน เรื่องความรู้ความทันสมัยให้กับเขาด้วยเพราะวันนี้เขามาร่วมมือกับเราแล้วเราสร้างผู้ประกอบการรุ่นใหม่ขึ้นมาจำนวนมากพอสมควรในการจัดกิจกรรมอยากเร่งกิจกรรมที่ศักยภาพ มีวัตถุประสงค์มาก ๆ นี้ไปแปรรูปให้ได้เพื่อจะเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ มีรายได้และลดปัญหาเชิงโครงสร้างของเรื่องข้าว เรื่องยางที่มีเป็นจำนวนมาก

เรื่องของการเพิ่มศักยภาพเศรษฐกิจภายในประเทศเราไม่ได้มีการพัฒนามาเป็นเวลานานอย่างเป็นระบบ เราต้องเพิ่มความเข้มแข็งสร้างความมั่นคง และก็มีขีดความสามารถแก้ไขรอบด้าน โดยยิ่งการสร้างสิ่งใหม่ ๆ มาแข่งขัน ทั้งนี้รัฐบาลมุ่งส่งเสริมและพัฒนาระบบเศรษฐกิจฐานรากเพื่อแก้ปัญหาความยากจน ลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม ทุกคนต้องเข้าใจสิ่งใดคือ ความเหลื่อมล้ำ สิ่งใดคือ ความเป็นธรรม สิ่งใดคือ ความยากจน สิ่งใดคือ ความแตกต่าง ช่องว่างเหล่านี้ พุดมากแล้วต้องนำไปสู่การปฏิบัติให้ได้ ข้าราชการก็ต้องปรับตัวรัฐบาลก็พยายามได้ให้แนวคิดนโยบายไปแล้วแต่ผู้ปฏิบัติส่วนใหญ่ก็เป็นข้าราชการ

วันนี้ร่วมมือกับทุกภาคเอกชนไปด้วยในลักษณะประชารัฐเพราะฉะนั้นต้องทำใหม่ คิดใหม่ ทำใหม่ อย่าทำแบบเดิมถ้าทำแบบเดิมก็แบบเหมือนเดิม ก็ไม่สำเร็จ ไม่แข็งแรง ไม่มีอนาคต ประชาชนก็ยังช่วยตัวเองไม่ได้เหมือนเดิม เหมือนเราเลี้ยงไม่ให้เขาโตวันนี้ต้องให้ประชาชนเขาโตเร็ว ๆ ไม่ใช่โอ้อวดดูแลกันไปตลอดวันหน้าเราจะโตไม่ทันเขาเราต้องสร้างการเติบโตจากภายใน ตั้งแต่เด็ก ชุมชน หมู่บ้าน ขึ้นมาอาทิเช่นวันนี้เรามีโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” (OTOP) ที่ตอบโจทย์ดังกล่าวได้ดี เนื่องจากเป็นการหยิบยกภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สั่งสม เรียนรู้ ถ่ายทอด มาแต่อดีต นำมาสร้างสรรค์ พัฒนาสู่สินค้าและบริการของชุมชน หมู่บ้าน เพื่อสร้างอาชีพ กระจายรายได้ เชื่อมโยง ที่เรียกว่าแมทซิง เป็นห่วงโซ่ ตั้งแต่ต้นทาง-กลางทาง-ปลายทาง

การส่งเสริมโครงการ OTOPI อาทิจาน OTOPI CITY 2015 ที่ผ่านมานั้น นับเป็นการดำเนินงานตามแนวพระราชดำริ สมเด็จพระนางเจ้าฯ พระบรมราชินีนาถที่ทรงมีพระดำริในเรื่องของการที่จะสร้างทำอะไรให้สินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์ของคนไทยในท้องถิ่นนั้น ไปสู่สากลจะเห็นได้ว่าท่านจะทรงเริ่มในเรื่องของ หม่อนไหม ผ้าไหม การแกะสลักการทำเครื่องเงิน เครื่องทอง ฯลฯ ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นแรงบันดาลใจให้กับรัฐบาลในการที่จะขับเคลื่อนโครงการ OTOPI ทรงเสริมแนวพระเสาวนีย์พระองค์ท่าน ให้ต่อเนื่องและยั่งยืนวันนี้โครงการส่งเสริมศูนย์ศิลปาชีพของ สมเด็จพระนางเจ้าฯ พระบรมราชินีนาถได้ทรงมุ่งเน้นในการฝึกอบรมอาชีพให้กับราษฎรในถิ่นทุรกันดารทรงริเริ่มมากกว่า 60 ปีแล้ว

ทั้งนี้กุญแจสู่ความสำเร็จ คือ กลไกการทำงานของ “ประชารัฐ” ทั้งการบูรณาการและประสานสอดคล้องกันของหน่วยงานรัฐ เอกชน ประชาชนทั้งแนวตั้ง-แนวนอน แม้กระทั่งสื่อที่สร้างสรรค์ ก็มีสวนช่วยสร้าง “สังคมแห่งการเรียนรู้” คือ นำเสนอ ขยายผล ต่อยอดสาระ องค์ความรู้

ความสำเร็จจากจุดหนึ่ง เป็นแรงบัลดาลใจในอีกจุดหนึ่ง ของประชาชน ของเกษตรกรของผู้ผลิต ผู้ประกอบการ ของประเทศ

สำหรับช่วงสิ้นปีนี้อากาศเปลี่ยนแปลงเข้าสู่ฤดูหนาว ขอให้ทุกคนรักษาสุขภาพและ โดยเฉพาะเทศกาลปีใหม่ การเดินทางสัญจรของพี่น้องประชาชนเพื่อไปท่องเที่ยว พักผ่อน กลับ ภูมิลำเนา นั้น ก็ขอให้ดูแลตัวเองในอันดับแรกด้วยการเตรียมร่างกายให้พร้อม พักผ่อนให้เพียงพอ สำหรับการเดินทางระยะไกลอย่าลืมตรวจสภาพยานพาหนะกันด้วย ทั้งนี้ทางรัฐบาลได้เตรียมอำนวยความสะดวกให้กับพี่น้องประชาชนตลอดเส้นทางของท่านจนถึงบ้าน ได้กลับไปกราบไหว้พ่อแม่พบปะญาติพี่น้องอย่างมีความสุข ทั้งจุดพักผ่อนริมทางเส้นทางลัด-ทางเบี่ยงป้ายเตือน สัญญาณไฟจราจร และการตรวจระดับแอลกอฮอล์สิ่งที่สำคัญที่สุดคือ “เมาแล้ว ไม่ขับ” อยากให้ทุกคนมีจิตสำนึกและช่วยกันสร้างกำลังใจให้กับเจ้าหน้าที่ด้วยวันนี้เขาปฏิบัติหน้าที่ ปฏิบัติงานในการดูแล อำนวยความสะดวก ในช่วงปีใหม่และการเสียสละความสุขของเขาที่จะต้องมา ตลอดเวลาที่ผ่านไปทั้งฝ่ายปกครอง พลเรือน ทหาร มุลนิธิต่าง ๆ เขาก็เสียสละเพื่อชาติมาทั้งสิ้นให้กำลังใจเขาบ้าง

ผมขอฝากข้อคิดเกี่ยวกับการมอบของขวัญว่าก็ให้เขาเป็นกำลังใจเล็กน้อยไม่ต้องมีมูลค่ามากมาย เป็นการแสดงน้ำใจต่อกันไม่ใช่ตำหนิต่อว่าอะไรเขาตลอดเวลา คนเราก็ต้องการกำลังใจเหมือนกันเขาก็มีปัญหามากมาย ท่านไม่เข้าใจหรอก ถ้าท่านต้องการแต่เพียงฝ่ายเดียว

ของขวัญวันนี้ผมอยากให้ท่านคิดว่า “ถ้าท่านอยากได้อะไรจากใคร ท่านก็ต้องให้เขาด้วย” เพราะฉะนั้นขอให้มอบของขวัญให้ซึ่งกันและกัน ประชาชน ข้าราชการ พลเรือน ตำรวจ ทหาร แล้วก็ทุกภาคส่วนที่เป็นคนไทยแล้วกัน มอบของขวัญให้กันมอบด้วยใจ มอบด้วยอะไรก็ได้แต่

(1) “ตนเอง” ก็คือ การสั่งสมความทางปัญญา นี้ให้กับตัวเอง มีสติในการรักษารับรู้ มีคุณธรรมจริยธรรม

(2) สำหรับของขวัญให้ “ครอบครัว” คือ การมอบเวลา ให้ความรัก ความเอาใจใส่ซึ่งกันและกัน ดูแลกันบ้าง ไกล่ชิดกัน บางทีก็ลืมไป

(3) ในเรื่องของ “มิตรสหาย ผู้ร่วมงาน คนรอบข้าง” ก็คือ การมอบความจริงใจ ให้เกียรติ และในเรื่องของมีความรู้รัก สามัคคี

(4) ในส่วนที่เราจะมอบให้”สังคม ส่วนรวม ประเทศชาติ” ก็คือ การมีน้ำใจการเสียสละผลประโยชน์ส่วนตัวการมีจิตสำนึกเป็นสาธารณะในส่วนที่เราจะมอบให้เพื่อประโยชน์คนส่วนใหญ่ทั้งนี้ถ้าเราให้เขาไปแล้วในส่วนที่เราจะมอบให้ สิ่งที่ท่าน “เรียกร้อง” จะกลับมาเอง ไม่ใช่ไม่เคยให้อะไรใครเขาเลย แล้วก็เรียกร้องกดดันทุกอย่างในส่วนที่เราจะมอบให้ ไม่ช่วยกัน ถือว่าทุกคนต้องทำตามหน้าที่บางทีก็กำลังใจด้วย

ผมไม่อยากให้ท่านใช้คำว่าประเทศให้อะไรกับท่าน รัฐบาล คสช. นี้ให้อะไรกับท่านบ้าง “ท่านคิดว่าวันนี้ ท่านได้ทำอะไรให้กับประเทศชาติ” และแผ่นดินที่ท่านอยู่อาศัย หากินมา มีรายได้

มาก รายได้น้อย อะไรก็แล้วแต่ก็เป็นทีที่เราเป็นอย่างเป็นทางการเป็นอิสระ เสรีภาพ มาโดยตลอดขอให้ท่านทำ
อะไรให้กับประเทศชาติ ลูกหลาน เพื่อแผ่คนอื่น ๆ ด้วยในฐานะคนไทย ที่ต้องมีความรักชาติ รัก
สถาบันอย่างแท้จริงขอให้พี่น้องประชาชนทุกคน มีความสุขกับครอบครัว พักผ่อนอย่างมีความสุขและ
พร้อมกันที่จะ “เดินหน้าประเทศไทย” ต่อกไปอีกในปีหน้า ร่วมกับ คสช. และรัฐบาลต่อไป ขอขอบคุณ
ครับ สวัสดีครับ



ประวัติผู้เขียน

ชื่อ	นางสาววรรณศิริ ศิริวรรณ
วันเดือนปีเกิด	26 เมษายน 2522
วุฒิการศึกษา	ปีการศึกษา: 2542: ศิลปศาสตรบัณฑิต (มานุษยวิทยา) คณะโบราณคดี มหาวิทยาลัยศิลปากร
ประสบการณ์ทำงาน	ผู้ประกาศข่าวหลัก (ข่าวเที่ยงและข่าวค่ำ) ช่อง 9 MCOT HD หมายเลข 30 นักจัดรายการวิทยุ FM. 96.5 รายการข่าวเด่นประเด็นร้อน ผู้ประกาศข่าวสถานีโทรทัศน์ช่อง New) tv ผู้ประกาศข่าวและผู้ดำเนินรายการช่องเนชั่นทีวี รายการข่าวชั้นรับอรุณ รายการเก็บตกจากเนชั่น สยามสารระพา หัวหน้าข่าวศิลปวัฒนธรรม กองบรรณาธิการข่าวเนชั่นทีวี ผู้สื่อข่าวศิลปวัฒนธรรม กองบรรณาธิการข่าวเนชั่นทีวี โปรดิวเซอร์ ส่วนผลิตรายการ สถานีวิทยุโทรทัศน์ แห่งประเทศไทย