

ความพึงพอใจของผู้ชมรายการ “ถึงลูกถึงคน” ในเขตกรุงเทพมหานคร
ทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท

สารนิพนธ์

ของ

นาง รัชฎา โคลิน ตรีปส์

เสนอตอบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ

พฤษภาคม 2548

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

58.8343

329 ๔

9

ความพึงพอใจของผู้ชมรายการ “ถึงลูกถึงคน” ในเขตกรุงเทพมหานคร
ทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท

บทคัดย่อ

ของ

นาง รัชฎา โคลิน คริปส์

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ
พฤษภาคม 2548

h / / r

รัชฎา โคลิน คริปส์ (2548) ความพึงพอใจของผู้ชมรายการ“ถึงลูกถึงคน”ในเขตกรุงเทพมหานคร
ทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. สารนิพนธ์ บช.ม. (การจัดการ) กรุงเทพฯ
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ดร. ไพบุลย์ อาชารุ่งโรจน์

การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ชมรายการ “ถึงลูกถึงคน” ใน
เขตกรุงเทพมหานครทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ใน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านรูปแบบเนื้อหา ด้าน
วิธีการนำเสนอ ด้านผู้ดำเนินรายการ และด้านการมีส่วนร่วมของผู้ชม

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและเป็นผู้
ที่เคยชมรายการ“ถึงลูกถึงคน”ทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสี ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. (Modernine Television)
จำนวน 420 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล
ได้แก่ การหาค่าเฉลี่ยและร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติที่ใช้ในการทดสอบ
สมมติฐาน คือ การวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างอิสระ 2 กลุ่มโดยใช้
t-test และใช้สถิติวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไปโดยการ
ใช้การวิเคราะห์แปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ในกรณีพบค่าความแตกต่าง จะทำการ
ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยใช้วิธี Fisher's Least Significant Difference (LSD)

ผลการวิจัยปรากฏดังนี้

1 ลักษณะทั่วไปทางประชากรศาสตร์ ของผู้ชมรายการ “ถึงลูกถึงคน” ในเขต
กรุงเทพมหานครทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 20-39 ปี
การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-30,000
บาท สถานภาพสมรส โสด

2 ความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการ “ถึงลูกถึงคน” ในเขตกรุงเทพมหานครทาง
สถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. โดยรวมอยู่ในระดับพอใจมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้ชม
มีความพอใจระดับพอใจมากทุกด้าน ยกเว้นด้านวิธีการนำเสนอผู้ชมมีความพอใจระดับพอใจปาน
กลาง

3 ผู้ชมที่มีเพศและสถานภาพต่างกันมีความพึงพอใจต่อการชมรายการ “ถึงลูกถึงคน”
ในเขตกรุงเทพมหานครทางสถานีโทรทัศน์ ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. โดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน ที่
ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

4 ผู้ชมที่มีอายุและรายได้เฉลี่ยต่างกันมีความพึงพอใจต่อการชมรายการ “ถึงลูกถึงคน”
ในเขตกรุงเทพมหานครทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. โดย รวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญ
ทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีความพึงพอใจแตกต่างกันในทุกด้านอย่าง
มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับต่ำกว่า 0.05

5 ผู้ชมที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจต่อการชมรายการ “ถึงลูกถึงคน” ในเขตกรุงเทพมหานครทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับต่ำกว่า 0.05 ยกเว้นด้านวิธีการนำเสนอมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

6 ผู้ชมที่มีอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจต่อการชมรายการ “ถึงลูกถึงคน” ในเขตกรุงเทพมหานครทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. โดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีความพึงพอใจแตกต่างกันในทุกด้านอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

**AUDIENCES' SATISFACTION OF "TUNGLUKE TUNGKON PROGRAM" ON
CHANNEL 9 MCOT IN BANGKOK METROPOLITAN AREA**

AN ABSTRACT

BY

MRS RATCHADA COLIN CRISP

Presented in partial fulfillment of the requirements
for the Master of Business Administration degree in Management
at Srinakharinwirot University

May 2005

Ratchada Colin Crisp (2005) *Audiences' Satisfaction of "Tungluke Tungkon Program" On Channel 9 MCOT in Bangkok Metropolitan area* Master's Project, M B A (Management) Bangkok Graduate School, Srinakharinwirot University
Project Advisor Dr Paiboon Archarungroj

The purpose of this research was to study and compare the audiences' satisfaction of "Tungluke Tungkon Program" On Channel 9 MCOT in Bangkok Metropolitan area in 4 aspects which are Format of Content, Ways to Presentation, Master of ceremonies and Audiences' Participation

The sample groups for this research were 420 people who are living in Bangkok Metropolitan area and have watched the "Tungluke Tungkon Program" on Channel 9 MCOT (Modernine Television)

The method of data collecting was questionnaire Statistics used for data analysis are frequency, percentage, mean, and standard deviation One – Way ANOVA and t-test were used to compare the Audiences' Satisfaction of "Tungluke Tungkon Program" in term of demographic factors Least Significant Difference (LSD) was used to examine the different when significant difference was found using One – Way ANOVA

The research results are as follows

1 Most of audiences who watched "Tungluke Tungkon Program" On Channel 9 MCOT in Bangkok Metropolitan area were female, aged 20-39 years, having bachelor's degree graduates, were company employees, having average income of 10,001-30,000 Baht per month and single

2 The overall of Audiences' Satisfaction of "Tungluke Tungkon Program" On Channel 9 MCOT in Bangkok Metropolitan area were at highly satisfied level For each aspects the audiences were highly satisfied in all aspects except in the aspect of Ways to Presentation which they were moderately satisfied

3 There were no statistical significant differences in overall and all aspects at statistical level 0.05 for the Audiences' Satisfaction of "Tungluke Tungkon Program" On Channel 9 MCOT in Bangkok Metropolitan area with different sex and marital status

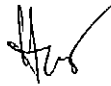
4 There were statistical significant differences in overall at statistical level 0.01 For each aspect, there were statistical significant differences in all aspects at level below 0.05 for the Audiences' Satisfaction of "Tungluke Tungkon Program" On Channel 9 MCOT in Bangkok Metropolitan area with different age and average income per month

5 There were statistical significant differences in overall at statistical level 0.01. For each aspect, there were statistical significant differences in all aspects at level below 0.05 except in the aspect of Ways to Presentation which they were no statistical significant difference for the Audiences' Satisfaction of "Tungluke Tungkon Program" On Channel 9 MCOT In Bangkok Metropolitan area with different education.

6 There were statistical significant differences in overall and all aspects at statistical level 0.01 for the Audiences' Satisfaction of "Tungluke Tungkon Program" On Channel 9 MCOT in Bangkok Metropolitan area with different occupation.

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ประธานคณะกรรมการการบริหารหลักสูตร และคณะกรรมการสอบ
ได้พิจารณาสารนิพนธ์ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒได้

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์



(อาจารย์ ดร ไพบุลย์ อาชารุ่งโรจน์)

ประธานคณะกรรมการการบริหารหลักสูตร



(รองศาสตราจารย์ ศิริวรรณ เสรีรัตน์)

คณะกรรมการสอบ



ประธาน

(อาจารย์ ดร ไพบุลย์ อาชารุ่งโรจน์)



กรรมการสอบสารนิพนธ์

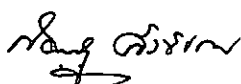
(รองศาสตราจารย์ ดร สุภาพรณ สิริแพทยพิสุทธ์)



กรรมการสอบสารนิพนธ์

(อาจารย์ สิตฐากร ชุทรัพย์)

อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ



คณบดีคณะสังคมศาสตร์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร กิตติมา สังข์เกษม)

วันที่ 14 เดือน พฤษภาคม พ ศ 2548

ประกาศคุณูปการ

สารนิพนธ์นี้สำเร็จได้ด้วยดีเป็นเพราะผู้วิจัยได้รับความกรุณาอย่างยิ่งจาก ดร. ไพบุลย์ อาชารุ่งโรจน์ อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ท่านได้เสียสละเวลาอันมีค่าเพื่อให้คำปรึกษาแนะนำในการจัดทำงานวิจัยในครั้งนี้ทุกขั้นตอน ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณรองศาสตราจารย์ ดร. สุภาพรรณ สิริแพทย์พิสุทธ์ อาจารย์สิฏฐาการ ชูทรัพย์ และ อาจารย์ ล้ำสัน เลิศกุลประหยัด ที่ได้กรุณาให้ความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถาม นอกจากนี้ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ทุกท่านที่ให้ความรู้แก่ผู้วิจัยในการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ

ผู้วิจัยขอขอบคุณเจ้าหน้าที่คณะสังคมศาสตร์ทุกท่านที่ช่วยประสานงานและอำนวยความสะดวกในทุกประการตลอดระยะเวลาที่ศึกษาอยู่ในสถานศึกษาแห่งนี้

ผู้วิจัยขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามเป็นอย่างดีทำให้งานวิจัยชิ้นนี้สำเร็จลุล่วงได้

ผู้วิจัยขอขอบคุณ คุณอาจารย์ ธานีรณานนท์ คุณเอี่ยมพร กิจตระกูลรัตน์ ตลอดจนเพื่อน ๆ พี่ ๆ และน้อง ๆ X-MBA รุ่น 4 การจัดการทุกคนที่คอยช่วยเหลือและเป็นกำลังใจตลอดระยะเวลาที่ศึกษาอยู่ในสถานศึกษาแห่งนี้

ผู้วิจัยขอขอบคุณ คุณอรุณี วังวิไล ที่คอยเป็นที่ปรึกษาและให้กำลังใจตลอดมา

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยขอโน้มรำลึกถึงพระคุณของบิดามารดา และพระคุณของอาจารย์ทุกท่านที่ได้สั่งสอนอบรมผู้วิจัยจากแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ตลอดจนญาติและครอบครัวที่ได้ให้กำลังใจตลอดระยะเวลาที่ศึกษาอยู่ในสถานศึกษาแห่งนี้ด้วยดีตลอดมา หากรายงานฉบับนี้มีข้อผิดพลาดประการใดผู้วิจัยต้องขออภัยมา ณ ที่นี้ด้วย

รัชฎา โคลิน คริปส์

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ	1
ภูมิหลัง	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย	2
ความสำคัญของการวิจัย	2
ขอบเขตของการวิจัย	3
เนื้อหาการวิจัย	3
ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย	3
ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา	3
นิยามศัพท์เฉพาะ	4
กรอบแนวคิดในการวิจัย	6
สมมติฐานในการวิจัย	7
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	8
ทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อ	8
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรม的开รับข่าวสาร	9
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ	10
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ	14
แนวคิดการวิเคราะห์ผู้รับสารตามลักษณะประชากร	18
รูปแบบรายการโทรทัศน์	20
แนวคิดเรื่องรายการสนทนา (Talk Show)	20
ก่อกำเนิดรายการ “ถึงลูกถึงคน”	22
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	23
3 วิธีการดำเนินงานวิจัย	28
การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง	28
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	29
การเก็บรวบรวมข้อมูล	31
การจัดทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล	31
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	32

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	36
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	36
การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล	36
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	37
5 สรุปผล อภิปรายและข้อเสนอแนะ	76
ความมุ่งหมายของการวิจัย	76
ความสำคัญของการวิจัย	76
ขอบเขตของการวิจัย	77
เนื้อหาการวิจัย	77
ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย	77
สมมติฐานในการวิจัย	77
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	78
การเก็บรวบรวมข้อมูล	78
การจัดทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล	79
การจัดทำข้อมูล	79
การวิเคราะห์ข้อมูล	79
ผลการศึกษาค้นคว้า	80
อภิปรายผล	82
ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย	88
ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป	89
 บรรณานุกรม	 91
ภาคผนวก	94
ภาคผนวก ก	95
แบบสอบถามเพื่อการวิจัย	96
ภาคผนวก ข	101
รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม	102
หนังสือเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ	103
ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์	104

บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 จำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไป ด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ ของผู้ชมรายการ “ถึงลูกถึงคน” ในเขตกรุงเทพมหานคร ทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท	37
2 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจของผู้ชม ที่มีต่อรายการ “ถึงลูกถึงคน” ในเขตกรุงเทพมหานคร ทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท โดยรวมและรายด้าน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านรูปแบบเนื้อหา ด้านวิธีการนำเสนอ ด้านผู้ดำเนินรายการ และด้านการมีส่วนร่วมของผู้ชม	39
3 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจของผู้ชม ที่มีต่อรายการ “ถึงลูกถึงคน” ในเขตกรุงเทพมหานคร ทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท ด้านรูปแบบเนื้อหา	40
4 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจของผู้ชม ที่มีต่อรายการ “ถึงลูกถึงคน” ในเขตกรุงเทพมหานคร ทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท ด้านวิธีการนำเสนอ	41
5 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจของผู้ชม ที่มีต่อรายการ “ถึงลูกถึงคน” ในเขตกรุงเทพมหานคร ทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท ด้านผู้ดำเนินรายการ	42
6 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจของผู้ชม ที่มีต่อรายการ “ถึงลูกถึงคน” ในเขตกรุงเทพมหานคร ทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท ด้านการมีส่วนร่วมของผู้ชม	43
7 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจของผู้ชม ที่มีต่อรายการ “ถึงลูกถึงคน” ในเขตกรุงเทพมหานคร ทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท โดยรวมและรายด้าน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านรูปแบบเนื้อหา ด้านวิธีการนำเสนอ ด้านผู้ดำเนินรายการ และด้านการมีส่วนร่วมของผู้ชม จำแนกตามเพศ	44
8 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจของผู้ชม ที่มีต่อรายการ “ถึงลูกถึงคน” ในเขตกรุงเทพมหานคร ทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท โดยรวมและรายด้าน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านรูปแบบเนื้อหา ด้านวิธีการนำเสนอ ด้านผู้ดำเนินรายการ และด้านการมีส่วนร่วมของผู้ชม จำแนกตามอายุ	45

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
25	ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการ “ถึงลูกถึงคน” โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามอาชีพ	60
26	ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการ “ถึงลูกถึงคน” โดยรวมของผู้ชม เป็นรายคู่ ด้วยวิธี LSD โดยจำแนกตามอาชีพ	61
27	ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการ “ถึงลูกถึงคน” ด้านรูปแบบเนื้อหา ของผู้ชม เป็นรายคู่ ด้วยวิธี LSD โดยจำแนกตามอาชีพ	62
28	ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการ “ถึงลูกถึงคน” ด้านวิธีการนำเสนอ ของผู้ชม เป็นรายคู่ ด้วยวิธี LSD โดยจำแนกตามอาชีพ	63
29	ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการ “ถึงลูกถึงคน” ด้านผู้ดำเนินรายการ ของผู้ชม เป็นรายคู่ ด้วยวิธี LSD โดยจำแนกตามอาชีพ	64
30	ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการ “ถึงลูกถึงคน” ด้านการมีส่วนร่วมของผู้ชม ของผู้ชม เป็นรายคู่ ด้วยวิธี LSD โดยจำแนกตามอาชีพ	65
31	ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการ “ถึงลูกถึงคน” โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	67
32	ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการ “ถึงลูกถึงคน” โดยรวมของผู้ชม เป็นรายคู่ ด้วยวิธี LSD โดยจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	68
33	ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการ “ถึงลูกถึงคน” ด้านรูปแบบเนื้อหา ของผู้ชม เป็นรายคู่ ด้วยวิธี LSD โดยจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	69
34	ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการ “ถึงลูกถึงคน” ด้านวิธีการนำเสนอ ของผู้ชม เป็นรายคู่ ด้วยวิธี LSD โดยจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	70

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
35	ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการ "ถึงลูกถึงคน" ด้านผู้ดำเนินรายการ ของผู้ชม เป็นรายคู่ ด้วยวิธี LSD โดยจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	71
36	ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการ "ถึงลูกถึงคน" ด้านการมีส่วนร่วมของผู้ชม ของผู้ชม เป็นรายคู่ ด้วยวิธี LSD โดยจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	72
37	ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการ "ถึงลูกถึงคน" โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามสถานภาพสมรส	73
38	สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน	74

บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 กรอบแนวคิดในการวิจัย	6
2 แสดงแบบจำลองของทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อ	9
3 ภาพทฤษฎีลำดับชั้นความต้องการของมาสโลว์	13
4 แสดงแนวคิดเรื่องการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ	15

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

ในยุคปัจจุบันเป็นยุคที่ข้อมูลข่าวสารเป็นปัจจัยในการดำรงชีวิต ดังนั้นข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ จึงมีบทบาทสำคัญต่อการดำรงชีวิตของประชาชนในยุคโลกาภิวัตน์เป็นอย่างยิ่ง โดยการนำเสนอข่าวสารและความบันเทิงนั้นมีหลายช่องทางด้วยกัน ทั้ง โทรทัศน์ วิทยุ อินเทอร์เน็ต ซึ่งสื่อโทรทัศน์ถือได้ว่าเป็นสื่อใกล้ตัวคนไทยทุกระดับ ทั้งเพื่อความรู้และความบันเทิง และจากข้อมูลการสำรวจเกี่ยวกับสื่อมวลชนด้านโทรทัศน์ พ.ศ. 2546 ของสำนักงานสถิติแห่งชาติ สำนักงานรัฐมนตรี (www.nso.go.th) มีจำนวนประชากรที่มีอายุ 6 ปี ขึ้นไปทั่วประเทศไทย 57,948,500 คน พบว่าจากประชากรกลุ่มดังกล่าวมีการชมโทรทัศน์ 54,739,800 คน คิดเป็นเปอร์เซ็นต์ = 94.47 % ซึ่งนับว่าเป็นตัวเลขที่สูงมากทีเดียว ดังนั้นการนำเสนอรายการทั้งข้อมูลข่าวสารและความบันเทิงทางสื่อโทรทัศน์จึงมีการเข้าถึงประชาชนได้เป็นอย่างมาก และมีความได้เปรียบกว่าสื่อชนิดอื่น ๆ ในหลายด้าน เช่น การชมภาพและเสียงไปพร้อม ๆ กัน ความหลากหลายของรายการที่นำเสนอโดยมีรายการทั้งสาระและบันเทิงให้เลือกมากมายตามความชอบของผู้ชมและไม่ต้องเสียค่าบริการในการชมรายการต่าง ๆ

โดยปัจจุบันนี้การแข่งขันระหว่างทีวีช่องต่าง ๆ มีความรุนแรงมากขึ้น โดยแต่ละช่องต่างต้องการขึ้นมาเป็นผู้นำในตลาด ดังนั้นจึงทำให้มีการพัฒนาและปรับปรุงรายการต่าง ๆ ของทางสถานีให้มีความน่าสนใจและจัดผังรายการต่าง ๆ ให้มีความเหมาะสมมากยิ่งขึ้น เพื่อเพิ่มจำนวนผู้ชมและเพิ่มการโฆษณาทางทีวีช่องของตนให้มากขึ้น

จากการพัฒนาปรับปรุงรายการต่าง ๆ นี้เองทำให้มีรายการรูปแบบใหม่เกิดขึ้น คือ รายการ “ถึงลูกถึงคน” โดยเริ่มออกอากาศครั้งแรก เมื่อวันที่ 3 มิถุนายน 2546 โดยออกอากาศทุกวันจันทร์ ถึง วันศุกร์ เวลา 23.00 น. ถึง 00.30 น. ทางช่อง 9 อ.ส.ม.ท. และมีพิธีกรดำเนินรายการคือ คุณ สรยุทธ สุทัศนจินดา ซึ่งรายการ “ถึงลูกถึงคน” เป็นรายการสด รูปแบบรายการเป็นรายการวิเคราะห์ข่าวแบบสนทนาโดยมีเนื้อหาเกี่ยวกับข่าวสารปัจจุบัน ทั้งในด้าน ศิลธรรม วัฒนธรรม สังคม การเมืองการปกครอง เศรษฐกิจ กีฬา และอื่น ๆ ที่อยู่ในความสนใจของประชาชน โดยพิธีกรจะเป็นผู้ซักถามผู้ร่วมรายการทั้งฝ่ายที่เห็นด้วยและไม่เห็นด้วยกับประเด็นที่นำเสนอในวันนั้นเพื่อให้ผู้ชมเป็นผู้ตัดสินใจเองว่าจะเชื่อในฝ่ายไหน และมีการให้ผู้ชมมีสิทธิร่วมแสดงความคิดเห็นเข้าไปในรายการได้ทันทีระหว่างที่มีการออกอากาศ คำถามที่ตามมาก็คือ ผู้ชมเมื่อดูรายการแล้วมีความพึงพอใจต่อรายการ “ถึงลูกถึงคน” ในด้านรูปแบบเนื้อหา วิธีการนำเสนอ ผู้ดำเนินรายการ และการมีส่วนร่วมของผู้ชม อย่างไร

ซึ่งในช่วงการริเริ่มรายการ “ถึงลูกถึงคน” ในช่วงแรกต้องประสบกับปัญหาและอุปสรรคหลายด้าน เพราะเป็นรายการใหม่ที่ต้องแข่งขันกับรายการอื่น ๆ ที่มีความนิยมสูงอยู่แล้ว อุปสรรค

ประการแรก คือ ทำอย่างไรจะฟันฝ่าอุปสรรคเข้าไปแข่งขันกับรายการวิเคราะห์ข่าวที่มีอยู่แล้ว
 ประการที่ 2 เป็นการนำรูปแบบการวิเคราะห์ข่าวในรูปแบบการสนทนาและมีการให้ประชาชน
 สามารถร่วมแสดงความคิดเห็นต่อทางรายการได้ในทันทีในลักษณะแบบ Interactive Television
 Fully และเป็นรูปแบบการออกอากาศสด ซึ่งเป็นการทำรายการในลักษณะใหม่ที่ยังไม่เคยมีรายการ
 ใดทำมาก่อน เสี่ยงต่อการยอมรับของประชาชน ซึ่งหลังจากมีการแพร่ภาพออกอากาศไปแล้วเกิด
 กระแสตอบรับต่อรายการถึงลูกถึงคนเป็นอย่างมาก จึงทำให้เกิดปัญหาการลอกเลียนแบบรูปแบบ
 รายการ โดยใช้พิธีกรที่มีความสามารถในการดำเนินรายการ อีกทั้งยังมีการวิพากษ์วิจารณ์ตัวพิธีกร
 ของรายการ “ถึงลูกถึงคน” คือคุณ สรยุทธ สุทัศนจินดาในแง่ลบมากขึ้นอีกด้วยซึ่งปัจจัยเหล่านี้
 อาจจะส่งผลกระทบต่อจำนวนผู้ชมรายการ “ถึงลูกถึงคน” และอาจส่งผลกระทบต่อโฆษณาใน
 รายการ “ถึงลูกถึงคน” อีกด้วย

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาความพึงพอใจของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร ต่อ
 การชมรายการ “ถึงลูกถึงคน” เนื่องจากเป็นรายการที่กำลังอยู่ในกระแสสังคมและมีผู้สนใจรายการนี้
 อย่างมากมาย ว่าผู้ชมรายการ “ถึงลูกถึงคน” มีความพึงพอใจในด้าน รูปแบบเนื้อหา วิธีการนำเสนอ
 ผู้ดำเนินรายการ การมีส่วนร่วมของผู้ชม อย่างไร เพื่อที่ทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสี ช่อง 9
 อ.ส.ม.ท. (Modernine Television) และ ผู้ผลิตรายการถึงลูกถึงคน จะได้นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษา
 ในครั้งนี้มาปรับปรุงรายการ เพื่อให้รายการ “ถึงลูกถึงคน” สามารถครองความนิยมอันดับ 1 ใน
 รูปแบบรายการวิเคราะห์ข่าวในรูปแบบการสนทนา ของประชาชนตลอดไป

ความมุ่งหมายของการวิจัย

- 1 เพื่อศึกษาความพึงพอใจรายการ “ถึงลูกถึงคน” ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร
- 2 เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจ ของผู้ชมที่มีต่อรายการ “ถึงลูกถึงคน” ของผู้ชมในเขต
 กรุงเทพมหานคร จำแนกตามประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ย
 ต่อเดือน สถานภาพสมรส

ความสำคัญของการวิจัย

- 1 ผลจากการศึกษาครั้งนี้ ทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสี ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. (Modernine
 Television) และ ผู้ผลิตรายการ “ถึงลูกถึงคน” สามารถนำผลการวิจัยมาใช้ในการวางแผนในการปรับ
 ปรุงรายการและเป็นแนวทางในการปรับปรุงรายการ ได้แก่ รูปแบบเนื้อหา วิธีการนำเสนอ ผู้ดำเนิน
 รายการ การมีส่วนร่วมของผู้ชม เพื่อให้รายการสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ชมได้เป็น
 อย่างดีเพื่อให้ผู้ชมเกิดความพึงพอใจสูงสุด และสามารถรักษาความเป็นรายการยอดนิยมและครอง
 ใจผู้ชมได้ตลอดไป อีกทั้งโทรทัศน์ช่องอื่น ๆ สามารถนำผลวิจัยไปใช้ปรับปรุงรายการของตนในด้าน
 ดังกล่าวให้มีความเหมาะสมมากยิ่งขึ้น

2 ผลการวิจัยเป็นการเพิ่มพูนวิทยาการด้านการวิจัย ในงานด้านรายการโทรทัศน์ให้กว้างขวางมากยิ่งขึ้น

3 ผลการวิจัยสามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลอ้างอิงหรือเป็นแนวทางในการจัดทำรายการวิเคราะห์ข่าวแบบสนทนาและสามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้ไปประยุกต์ใช้กับรายการอื่น ๆ ที่มีรูปแบบที่คล้ายคลึงกันในโอกาสต่อไปด้วย

ขอบเขตของการวิจัย

เนื้อหาของการวิจัย

ในการศึกษาโครงการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยทำการศึกษาความพึงพอใจในด้าน รูปแบบเนื้อหา วิธีการนำเสนอ ผู้ดำเนินรายการ การมีส่วนร่วมของผู้ชม ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการ“ถึงลูกถึงคน” ทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสี ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. (Modernine Television)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร และเป็นผู้ที่เคยชมรายการ“ถึงลูกถึงคน”ทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสี ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. (Modernine Television)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและเป็นผู้ที่เคยชมรายการ“ถึงลูกถึงคน”ทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสี ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. (Modernine Television) ในกรณีนี้ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนจึงคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่าง จากสูตร (กัลยา วานิชย์บัญชา 2538 : 74) ได้กลุ่มตัวอย่าง 385 คน และผู้วิจัยขอกำหนดกลุ่มตัวอย่างเป็น 420 คน โดยการเก็บข้อมูลแบบสอบถามด้วยวิธีเลือกตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sample)

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

1 ตัวแปรอิสระ คือ

1.1 ตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่

1.1.1 เพศ

1.1.1.1 ชาย

1.1.1.2 หญิง

- 1 1 2 อายุ
 - 1 1 2 1 ต่ำกว่า 20 ปี
 - 1 1 2 2 20-39 ปี
 - 1 1 2 3 40 ปีขึ้นไป
- 1 1 3 ระดับการศึกษา
 - 1 1 3 1 ต่ำกว่าปริญญาตรี
 - 1 1 3 2 ปริญญาตรี
 - 1 1 3 3 สูงกว่าปริญญาตรี
- 1 1 4 อาชีพ
 - 1 1 4 1 นักเรียน / นักศึกษา
 - 1 1 4 2 พนักงานบริษัทเอกชน
 - 1 1 4 3 พนักงานรัฐวิสาหกิจ
 - 1 1 4 4 ประกอบธุรกิจส่วนตัว
 - 1 1 4 5 ข้าราชการ
- 1 1 5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
 - 1 1 5 1 ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท
 - 1 1 5 2 10,001-30,000 บาท
 - 1 1 5 3 สูงกว่า 30,000 บาท
- 1 1 6 สถานภาพสมรส
 - 1 1 6 1 โสด
 - 1 1 6 2 สมรส
 - 1 1 6 3 หย่า / แยกกันอยู่ / หม้าย

2 ตัวแปรตาม ได้แก่ ความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการ “ถึงลูกถึงคน” ทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสี ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ในด้านรูปแบบเนื้อหา วิธีการนำเสนอ ผู้ดำเนินรายการมีส่วนร่วมของผู้ชม

นิยามศัพท์เฉพาะ

1 รายการ “ถึงลูกถึงคน” หมายถึง รายการวิเคราะห์ข่าวแบบสนทนา ซึ่งมีเนื้อหาที่เกี่ยวกับข่าวสารปัจจุบัน ทั้งในด้าน ศีลธรรม วัฒนธรรม สังคม การเมืองการปกครอง เศรษฐกิจ กีฬา และอื่น ๆ โดยรายการจะนำเสนอประเด็นที่อยู่ในความสนใจของประชาชนในขณะนั้น ซึ่งลักษณะรายการเป็นแบบ Interactive Television Fully โดยออกอากาศทุกวัน จันทร์ ถึง วันศุกร์ เวลา 23 00 น ถึง 00 30 น ทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสี ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. (Modernine Television) และมีพิธีกรดำเนินรายการคือ คุณ สรยุทธ สุทัศนจินดา

2 ผู้ชม หมายถึง ประชาชนผู้รับชมรายการ “ถึงลูกถึงคน” ทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสี ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. (Modernine Television) ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร

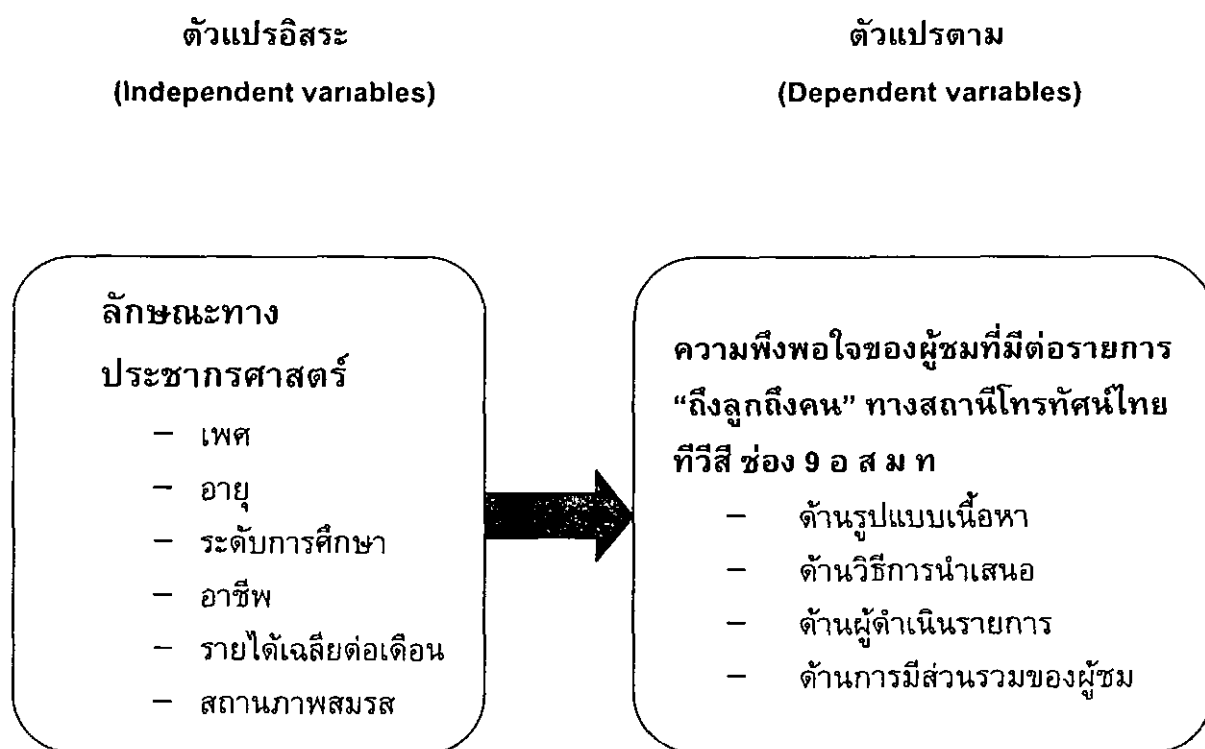
3 ความพึงพอใจของผู้ชมรายการ “ถึงลูกถึงคน” ด้านรูปแบบเนื้อหา หมายถึง ความรู้สึกที่ดี ที่ประทับใจต่อรายการ “ถึงลูกถึงคน” ในเรื่องความน่าสนใจของประเด็นที่นำเสนอในรายการ, ความหลากหลายของเนื้อหาที่น่าสนใจในรายการ, ความทันสมัยและทันต่อเหตุการณ์ของเนื้อหารายการ, การสะท้อนสถานการณ์ปัจจุบันของเนื้อหารายการ, การให้ประโยชน์ด้านข้อมูลเจาะลึกของเนื้อหารายการ, การให้ประโยชน์ด้านนำเสนอเนื้อหารายการไปคุยกับเพื่อนร่วมงานและการให้ประโยชน์ด้านนำเสนอเนื้อหาของรายการไปเป็นข้อมูลเพื่อใช้ในการตัดสินใจในชีวิตประจำวัน

4 ความพึงพอใจของผู้ชมรายการ “ถึงลูกถึงคน” ด้านวิธีการนำเสนอ หมายถึง ความรู้สึกที่ดี ที่ประทับใจต่อรายการ “ถึงลูกถึงคน” ในเรื่อง ความทันสมัยของรูปแบบการออกอากาศสด, ระบบแสง สี เสียง, ความสวยงามของการออกแบบฉากในรายการ, ขนาดของตัวอักษรของข้อความของผู้ชมที่ร่วมแสดงความคิดเห็นทางจอโทรทัศน์ในระหว่างออกอากาศ, ความหลากหลายของช่องทางในการรับชมรายการหลายช่องทาง เช่น ทางโทรทัศน์ ทางวิทยุ และอินเทอร์เน็ต, และความเหมาะสมของ วัน ,เวลาและระยะเวลาในการออกอากาศ

5 ความพึงพอใจของผู้ชมรายการ “ถึงลูกถึงคน” ด้านผู้ดำเนินรายการ หมายถึง ความรู้สึกที่ดี ที่ประทับใจต่อรายการ “ถึงลูกถึงคน” ในเรื่อง บุคลิกภาพของพิธีกร, ภาพลักษณ์ของพิธีกร, การแต่งกายของพิธีกร, การใช้ภาษาได้ถูกต้องตามหลักการใช้ภาษาไทยของพิธีกร, การใช้น้ำเสียงและวิธีการพูดของพิธีกร, การแสดงกิริยาของพิธีกร, การควบคุมอารมณ์ของพิธีกร, การตั้งคำถามของพิธีกรต่อผู้ร่วมรายการได้ตรงประเด็น, การควบคุมสถานการณ์ในรายการของพิธีกร ตลอดจนความรู้ของพิธีกรในประเด็นที่น่าสนใจในรายการและมีความเชื่อมั่นของพิธีกร

6 ความพึงพอใจของผู้ชมรายการ “ถึงลูกถึงคน” ด้านการมีส่วนร่วมของผู้ชม หมายถึง ความรู้สึกที่ดี ที่ประทับใจต่อรายการ “ถึงลูกถึงคน” ในเรื่อง ความหลากหลายของช่องทางในการร่วมแสดงความคิดเห็นของผู้ชมรายการ เช่นทางโทรศัพท์, การส่ง SMS และทางอินเทอร์เน็ต การให้ความสำคัญต่อการมีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็นของผู้ชม ความน่าสนใจของประเด็นที่นำมาเสนอให้ผู้ชมร่วมแสดงความคิดเห็น(Vote)ทางอินเทอร์เน็ต การแสดงข้อความของผู้ชมที่ร่วมแสดงความคิดเห็นทางจอโทรทัศน์ในระหว่างออกอากาศ ,การคัดกรองข้อความของผู้ชมที่ร่วมแสดงความคิดเห็นทางจอโทรทัศน์ในระหว่างออกอากาศ จำนวนหมายเลขโทรศัพท์ในการร่วมแสดงความคิดเห็น (02-201-6061-3) ความสร้างสรรค์และเป็นประโยชน์ต่อสังคมของความคิดเห็นของผู้ชมที่มีร่วมแสดงในรายการ

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมุติฐานในการวิจัย

- 1 ผู้ชมที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจต่อการชมรายการ “ถึงลูกถึงคน” โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
- 2 ผู้ชมที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจต่อการชมรายการ “ถึงลูกถึงคน” โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
- 3 ผู้ชมที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจต่อการชมรายการ “ถึงลูกถึงคน” โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
- 4 ผู้ชมที่มีอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจต่อการชมรายการ “ถึงลูกถึงคน” โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
- 5 ผู้ชมที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีความพึงพอใจต่อการชมรายการ “ถึงลูกถึงคน” โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
- 6 ผู้ชมที่มีสถานภาพสมรสต่างกันมีความพึงพอใจต่อการชมรายการ “ถึงลูกถึงคน” โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และได้นำเสนอตามหัวข้อต่อไปนี้

- 1 ทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อ
- 2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรม的开รับข่าวสาร
- ๕ 3 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ
- 4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ
- 5 แนวคิดการวิเคราะห์ผู้รับสารตามลักษณะประชากร
- ๙ 6 รูปแบบรายการโทรทัศน์
- 7 แนวคิดเรื่องรายการสนทนา (Talk Show)
- 8 ก่อกำเนิดรายการ “ถึงลูกถึงคน”
- 9 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. ทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อ

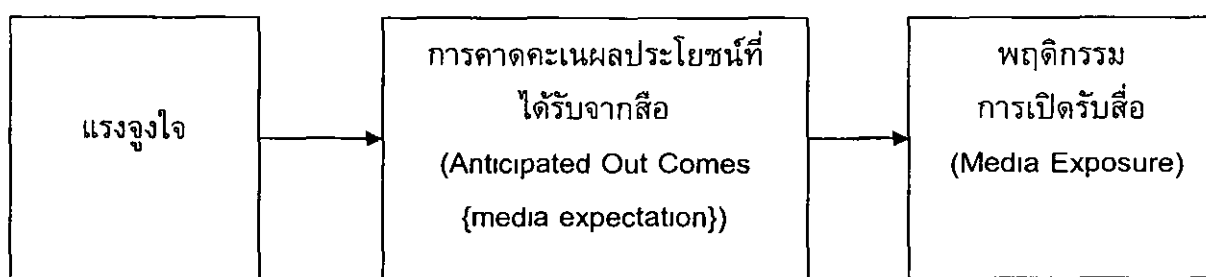
แนวทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อ เป็นทฤษฎีที่พัฒนามาจากแนวทฤษฎีพฤติกรรมและแรงจูงใจ (Action/Motivation Perspective) แนวทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อเน้นใช้แนวทางการอธิบายพฤติกรรมผู้รับสาร ด้วยหลักการเดียวกันกับแนวทฤษฎีพฤติกรรมและแรงจูงใจ และยังเป็นหลักการที่พัฒนามาจากแนวทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจด้วย คือเน้นการใช้สื่อที่ว่าเป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นอย่างมีเป้าหมายและเหตุผลตามหลักการที่อัลเฟรด ชูทซ์ (Alfred Achutz 1972) ว่าพฤติกรรมของมนุษย์ล้วนแต่เป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นโดยตั้งใจ เนื่องจากก่อนมนุษย์จะลงมือทำอะไร จะต้องวาดภาพไว้ในใจก่อนแล้วว่านี้คือสิ่งที่ตนต้องการกระทำ นักวิชาการสื่อสารได้นำแนวทฤษฎีมาใช้กับพฤติกรรม的开รับสารของมนุษย์โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในสถานการณ์ที่การใช้สื่อมีลักษณะเกิดขึ้นอย่างมีเป้าหมาย และผู้รับสารสามารถอธิบายทางเลือกของเขาได้

แนวทฤษฎีพฤติกรรมและแรงจูงใจมีพื้นฐานหลักอยู่ 3 ประการ คือ

พฤติกรรมของมนุษย์นั้นเป็นอิสระไม่เพียงแต่ที่จะเลือกพฤติกรรมต่างๆเท่านั้น หากแต่ยังมีอิสระที่จะให้ความหมายส่วนตัวกับพฤติกรรมและประสบการณ์ต่าง ๆ ได้ กล่าวคือ ไม่จำเป็นต้องมีความคิดเห็นเหมือนกับคนอื่น ๆ แม้ว่าจะมีแรงจูงใจบางอย่างอยู่ภายใต้มนุษย์แต่เราควรศึกษาเฉพาะพฤติกรรมที่ผู้รับสารสามารถอธิบายความหมาย และวัตถุประสงค์ที่แสดงพฤติกรรมนั้นออกมา

ทฤษฎีนี้มีสิ่งสำคัญคือเรื่องของอนาคต อนาคตเป็นสิ่งที่ผู้รับสามารถมองเห็น นั่นคือ ผู้รับสามารถคาดการณ์ได้ว่าหากพฤติกรรมเช่นนี้เกิดขึ้นจะมีสิ่งใดเกิดขึ้นตามบ้างในอนาคต ด้วยเหตุนี้คำว่า ทฤษฎีความคาดหวัง (Expected Theory) จึงถูกนำมาใช้กับแนวทฤษฎีนี้ เมื่อได้นำเอามาใช้ศึกษาเกี่ยวกับผู้รับสาร และ พฤติกรรมการสื่อสาร

แมคไกว์ และ กูร์วิท (1974) ได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทฤษฎีนี้ว่า ในการนำแนวทฤษฎีนี้มาประยุกต์ใช้กับการศึกษาผู้รับสารนั้น พฤติกรรมการเปิดรับสื่อถูกมองว่าเป็นพฤติกรรมอิสระ ซึ่งผู้รับสารแสวงหาเพื่อที่จะได้มาซึ่งผลประโยชน์ฉับพลัน (Immediate benefit) หรือผลประโยชน์ที่ตามมาในอนาคต (Delayed benefits) ซึ่งล้วนแต่เป็นผลประโยชน์ที่ผู้รับสารมองเห็นและต้องการ



ภาพประกอบ 2 แสดงแบบจำลองของทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อ

2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร

พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร

การเปิดรับข่าวสารและการสื่อสารเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับกิจกรรมต่าง ๆ ในชีวิตของมนุษย์ มนุษย์เป็นสัตว์สังคมมีความจำเป็นต้องติดต่อสื่อสารแลกเปลี่ยนความรู้ ความคิดเห็น ความต้องการของตนรวมทั้งเป็นการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ความเข้าใจซึ่งกันและกัน

ความต้องการสื่อสารจากมนุษย์นั้น เนื่องมาจากความไม่แน่ใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งมากเท่าใดก็就会有ความต้องการข่าวสารมากขึ้นเท่านั้น โดยการแสวงหาข่าวสารเพื่อตอบสนองความต้องการพื้นฐานสี่ประการของมนุษย์ คือต้องการความรู้ในเหตุการณ์ ต้องการคำแนะนำในการปฏิบัติให้ถูกต้อง และต้องการข่าวสารนั้นเพื่อเสริมสร้างความมั่นคงให้ตนเอง (Atkin 1973)

โดยผู้รับข่าวสารมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อและข่าวสาร ตามแบบเฉพาะของแต่ละแตกต่างกันไปแรงผลักดันที่ทำให้บุคคลหนึ่งได้มีการเลือกรับสื่อนั้น เกิดจากปัจจัยพื้นฐานหลายประการดังนี้ (ชวรัตน์ ชิด 2523)

1 ความเหงา เป็นเหตุผลทางจิตวิทยาที่ว่าคนเราไม่ชอบที่จะอยู่ตามลำพังเนื่องจากเกิดความรู้สึกสับสนวิตกกังวล หวาดกลัว และการเมินเฉยจากสังคม จึงชอบหรือพยายามที่จะรวมกลุ่มเพื่อสังสรรค์กับบุคคลได้โดยตรง สิ่งที่ดีที่สุดคือการได้อยู่กับสื่อต่าง ๆ ที่ใช้ในการสื่อสาร

2 ความอยากรู้อยากเห็นในสิ่งต่าง ๆ ซึ่งเป็นคุณสมบัติพื้นฐานของมนุษย์ ดังนั้น สื่อมวลชนจึงถือเอาความอยากรู้อยากเห็นเป็นหลักสำคัญอย่างหนึ่งในการเสนอข่าว ปกติมนุษย์จะอยากรู้อยากเห็นโดยเริ่มจากสิ่งที่อยู่ใกล้ตัวเองที่สุดไปจนถึงสิ่งที่อยู่ห่างตัวเองมากที่สุดตามลำดับ ทั้งนี้ไม่ใช่เพราะว่าสิ่งเหล่านี้จะมีผลกระทบต่อตนเองทั้งทางตรงและทางอ้อมเท่านั้น แต่เป็นความอยากรู้อยากเห็นในสิ่งที่เกิดขึ้นในแง่ต่าง เช่น สาเหตุของเหตุการณ์ ผู้ที่เกี่ยวข้องกับของเหตุการณ์นั้น รวมทั้งผลกระทบซึ่งอาจจะเกิดขึ้นกับตนเองหรือผู้อื่นด้วย

3 ประโยชน์ใช้สอยของตนเอง (Self-Aggrandizement) โดยพื้นฐานมนุษย์เป็นผู้เห็นแก่ตัว ในฐานะที่เป็น ผู้รับข่าวสารจึงต้องการแสวงหาข่าวสารและใช้ข่าวสารบางอย่างที่จะใช้ประโยชน์แก่ตนเอง เพื่อช่วยให้ความคิดของตนบรรลุผล เพื่อให้ข่าวสารที่ได้มาเสริมสร้างบารมี เพื่อให้ได้ข่าวสารที่จะช่วยให้ตนเองได้รับความสะดวกสบายรวมทั้งให้ได้ข่าวสารที่ทำให้ตนเองเกิดความสนุกสนานบันเทิง

4 ลักษณะเฉพาะของสื่อมวลชน โดยทั่วไป นอกจากองค์ประกอบเกี่ยวกับ อายุ เพศ การศึกษา สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม หรือองค์ประกอบอื่นที่ไม่สามารถเห็นเด่นชัด เช่น ทักษะ ทักษะ ความหวัง ความกลัว ฯลฯ จะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้สื่อและสื่อมวลชน แต่ละอย่างก็มีลักษณะเฉพาะที่ผู้รับข่าวสารแต่ละคน แสวงหา และที่ได้ประโยชน์ไม่เหมือนกัน ลักษณะเฉพาะของสื่อแต่ละอย่างจึงมีส่วนทำให้ผู้รับข่าวสารแต่ละคนยอมหันเข้าหาลักษณะเฉพาะบางอย่างจากสื่อที่จะสนองความต้องการ และทำให้ตนเองเกิดความพึงพอใจ

3 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ

ความพึงพอใจ หมายถึง การที่สมาชิกในระบบมีความรู้สึกในทางที่ชอบ หรือไม่ชอบต่อสังคมนั้น สมาชิกที่มีความรู้สึกทางบวก หรือชอบ คือ ความพึงพอใจ ส่วนที่มีความรู้สึกในทางลบ หรือไม่ชอบ คือ ผู้ที่ไม่พึงพอใจ

มีนักทฤษฎีหลายท่านได้กล่าวถึงทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ ซึ่งมีความคิดเห็นแตกต่างกันดังนี้

ครอมมิก (Cromick 1947 173) ความพึงพอใจ หมายถึง สภาพความต้องการที่ได้รับการตอบสนอง

มอร์ส (Morse 1955 27) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึงทุกสิ่งทุกอย่างที่สามารถลดความตึงเครียดของบุคคลให้น้อยลงได้ ถ้าความตึงเครียดมีมาก ก็จะทำให้เกิดความไม่พึงพอใจซึ่งความตึงเครียดนี้มีผลมาจากความต้องการของมนุษย์ หากมนุษย์มีความต้องการมากก็จะเกิดปฏิกิริยาเรียกร้อง แต่ถ้าเมื่อใดความต้องการได้รับการตอบสนองก็จะทำให้เกิดความพึงพอใจ

อีเลีย (DElia 1972 173) ได้ให้ความหมายของพึงพอใจว่าเป็นความรู้สึกของบุคคลในด้านความพึงพอใจ หรือสภาพจิตใจของบุคคลว่าชอบมากน้อยแค่ไหน

วอลแมน (Wolman 1975 : 283) ความพึงพอใจ หมายถึง สภาพความรู้สึกของบุคคลที่มีความสุข ความอึดอ้อมใจ เมื่อความต้องการหรือแรงจูงใจของจนได้รับการตอบสนอง

ดิเรก ฤกษ์สาหร่าย (2527 : 36) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึงทัศนคติในทางบวกของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่งซึ่งจะเปลี่ยนแปลงไปเป็นความพึงพอใจการปฏิบัติต่อสิ่งนั้น

วอลแมน (Wolman, 1973) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจว่า ความพึงพอใจหมายถึง ความรู้สึก มีความสุขเมื่อคนเราได้รับผลสำเร็จตามจุดหมายหมาย ความต้องการ หรือแรงจูงใจ

เชลลี่ (Shelly, 1975) ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกสองแบบของมนุษย์ คือ ความรู้สึกทางบวกและความรู้สึกทางลบ ความรู้สึกในทางบวกเป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นแล้วจะทำให้เกิดความสุข ความสุขนี้เป็นความรู้สึกที่แตกต่างจากความรู้สึกทางบวกอื่น ๆ กล่าวคือเป็นความรู้สึกที่มีระบบย้อนกลับ ความสุขสามารถทำให้เกิดความรู้สึกทางบวกเพิ่มขึ้นได้อีก ดังนั้นจะเห็นได้ว่าความสุขเป็นความรู้สึกที่สลับซับซ้อน และความสุขจะมีผลต่อบุคคลมากกว่าความรู้สึกทางบวกอื่น ๆ

โพเวลล์ (Powell 1983 : 17-18) ความพึงพอใจ คือ ความสุข จะเกิดขึ้นหากความต้องการของบุคคลได้รับการตอบสนองจนเกิดความสมดุล เมื่อบุคคลสามารถปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมได้ดี ดังนั้น ความพึงพอใจคือสภาพอารมณ์ ความรู้สึกด้านบวกของบุคคล

หลุยส์ จำปาเทศ (2533 : 8) ความพึงพอใจ หมายถึง ความต้องการ (Need) ได้บรรลุเป้าหมาย พฤติกรรมที่แสดงออกมาก็จะมีความสุข สังเกตได้จากสายตา คำพูดและการแสดงออก

สงวน สุทธิเลิศอรุณ (อ้างในประนิตดา จ่างแก้ว 2533 : 26) กล่าวว่า เมื่อบุคคลมีความต้องการเกิดขึ้น ความต้องการนั้น จะส่งผลให้เกิดแรงขับซึ่งหมายถึงความต้องการนั้นเริ่มมีทิศทางและผลักดันให้ร่างกายมีปฏิบัติการอย่างใดอย่างหนึ่งเพื่อนำไปสู่เป้าหมายนั้นและเมื่อความต้องการนำไปสู่ความปรารถนาบุคคลก็จะเกิดความพึงพอใจ

อัมพร เจริญชัย (2536 : 25) สื่อที่สนองความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ เป็นการลดความเครียดทางด้านร่างกายและจิตใจ หรืออาจเป็นสภาพของความรู้สึกของบุคคลที่มีความสุข ความสดชื่นอึดอ้อมใจ ตลอดจนสร้างทัศนคติทางบวกต่อบุคคล ต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งจะเปลี่ยนแปลงไปตามความพอใจต่อสิ่งนั้น

วรรณ จันทรวงษ์ (2537 : 17) ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นเมื่อได้รับผลสำเร็จตามความมุ่งหมายหรือเป็นความรู้สึกขั้นสุดท้าย (End-state in feeling) ที่ได้รับผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์

พิชาย รัตนดิลก ณ ภูเก็ต (2537 : 149-150) ความพึงพอใจ หมายถึง ปฏิกริยาตอบสนองความรู้สึกต่อสิ่งเร้า โดยที่แสดงผลออกมาในลักษณะของผลลัพธ์สุดท้ายของกระบวนการประเมินซึ่งบ่งบอกของผลการประเมินในลักษณะด้านบวก หรือด้านลบหรือไม่มีปฏิกริยาสิ่งเร้านั้น

จรัส มาศวรรณ (2538 5) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจ โดยสรุปว่าเป็นความรู้สึกที่ตอบสนองประทับใจหรือทัศนคติที่ของบุคคลที่มีต่อสิ่งนั้น ๆ ซึ่งถ้ามีความพึงพอใจต่อสิ่งใดแล้วก็จะมีผลให้อุทิศร่างกาย แรงใจและสติปัญญาที่จะทำในสิ่งนั้น ๆ

ศิริวรรณ และคณะ (2539 365) การจงใจเป็นสิ่งเร้า และความพยายามที่จะตอบสนองความต้องการหรือเป้าหมาย ส่วนความพึงพอใจ หมายถึงความพอใจเมื่อความต้องการได้รับการตอบสนอง ดังนั้นการจงใจจึงเป็นสิ่งเร้าเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ คือ ความพึงพอใจซึ่งเป็นผลลัพธ์ ซึ่งเมื่อเกิดแรงจูงใจขึ้น แล้วสามารถตอบสนองแรงจูงใจนั้น ผลลัพธ์ก็คือ ความพึงพอใจ

ธัญวรัตน์ กฤษณะรัตน์ (2542 10) ให้ความหมายของความพึงพอใจว่าเป็นความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ในลักษณะการประเมินค่าว่าเป็นไปในทิศทางบวก ลบ หรือไม่มีทิศทาง

จุมพล สัตยาภรณ์ (2542 9) กล่าวไว้ว่า ความพึงพอใจเป็นองค์ประกอบด้านความรู้สึกด้านทัศนคติซึ่งไม่จำเป็นต้องแสดงหรืออธิบายเชิงเหตุผลเสมอไปก็ได้แต่เป็นเพียงปฏิกิริยาด้านความรู้สึกต่อสิ่งเร้า โดยบ่งบอกทิศทางว่าเป็นไปลักษณะทิศทางบวก ทิศทางลบ หรือไม่มีปฏิกิริยาต่อสิ่งเร้านั้น

สาธิตา สุวงศ์เดชา (2542 5) ความพึงพอใจเป็นความรู้สึก หรือทัศนคติทางบวกของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดซึ่งจะเกิดขึ้น ก็ต่อเมื่อสิ่งนั้นสามารถตอบสนองความต้องการแก่บุคคลนั้น แต่ทั้งนี้ความพึงพอใจของบุคคลย่อมแตกต่างกันขึ้นกับค่านิยมและประสบการณ์ที่ได้รับ

ธนาภรณ์ เมทนีสุดดี (2543 14) ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึก ความชอบ ความพอใจ และความต้องการของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ความรู้สึกพึงพอใจจะเกิดขึ้น เมื่อบุคคลได้รับในสิ่งที่ต้องการ

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ

ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's Hierarchy of Needs Theory)

มาสโลว์ (Maslow 2000 80-81) เป็นนักจิตวิทยา ได้สร้างทฤษฎีการจูงใจของมนุษย์ ได้กล่าวไว้ว่า ความต้องการของมนุษย์แบ่งออกเป็น 5 ระดับ เรียงตามความสำคัญ จากความต้องการต่ำสุดไปจนถึงความต้องการของมนุษย์สูงสุด โดยบุคคลจะพยายามตอบสนองความต้องการระดับต่ำกว่าก่อนที่ความต้องการระดับสูงกว่าจะเกิดขึ้น เมื่อความต้องการได้รับการตอบสนองจนเกิดความพอใจขึ้นมา ความต้องการใหม่และระดับสูงกว่าจะเกิดขึ้น และบุคคลจะถูกจูงใจให้ทำการตอบสนองเมื่อความต้องการนี้ได้รับการตอบสนองแล้ว ความต้องการใหม่จะเกิดขึ้น ถ้าความต้องการระดับล่างที่ได้รับการตอบสนองจนพอใจแล้วเกิดกลับมาไม่พอใจอีกครั้ง บุคคลก็จะหันมาตอบสนองความต้องการในระดับดังกล่าวอีก ซึ่งได้ลำดับความต้องการของมนุษย์จากระดับต่ำไประดับสูงได้ 5 ชั้น (Hierarchy of Needs) ดังนี้

ระดับที่ 1 Physiological needs ความต้องการพื้นฐานเพื่อการอยู่รอดของชีวิต ได้แก่ ความต้องการอาหาร น้ำ อากาศ ที่อยู่อาศัย ยารักษาโรค และความต้องการทางเพศ

ระดับที่ 2 Safety needs ความต้องการทางด้านความมั่นคงและปลอดภัย ส่วนมากเกี่ยวกับความปลอดภัยของร่างกาย

ระดับที่ 3 Social needs ความต้องการทางด้านสังคม เป็นความต้องการด้านความรัก ความพอใจ การมีส่วนร่วมและการยอมรับ

ระดับที่ 4 Egoistic needs ความต้องการที่สะท้อนให้เห็นความต้องการของบุคคล เกี่ยวกับการยอมรับตนเองและความต้องการชื่อเสียงเกียรติศักดิ์ บารมี ฐานะ เป็นที่ยอมรับนับถือจากคนอื่น

ระดับที่ 5 Self-actualization ความต้องการที่จะประสบความสำเร็จในชีวิต เป็นความต้องการขั้นสูงสุดของมนุษย์ คือ อยากให้เกิดความสำเร็จในทุกสิ่งทุกอย่างตามความต้องการของตน



Maslow's Hierarchy of Needs

ภาพประกอบ 3 ภาพทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์

4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ

แนวทางการศึกษาในเรื่องการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อมวลชน (The Uses and Gratifications Approach) เป็นการเน้นความสำคัญของกลุ่มผู้รับสารในฐานะผู้กระทำการสื่อสาร คือผู้รับสารเป็นผู้เลือกใช้สื่อประเภทต่าง ๆ และเลือกรับเนื้อหาข่าวสารเพื่อสนองความต้องการของตนเอง

สมมุติฐานเบื้องต้นของแนวทางการศึกษาเรื่องการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจไว้ดังนี้

- 1 ผู้รับสารจะเป็นผู้กระทำการแสวงหาข่าวสารจากสื่อมวลชน เพื่อสนองความพึงพอใจ
- 2 ผู้รับสารจะเป็นผู้เลือกสื่อทั้งหมดที่มีอยู่
- 3 ผู้รับสารจะตระหนักว่าสื่อเหล่านั้นจะสนองความต้องการความสนใจและมีความเกี่ยวข้อง

มากเพียงพอ

4 ผู้รับสารจะใช้สื่อใด ๆ โดยไม่รวมถึงการตัดสินใจจากพฤติกรรมการบริโภคสื่อตามความเคยชินเดิม

นอกจากนี้ยังมีสมมุติฐานเบื้องต้นในการศึกษาเรื่องการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่สรุปมีดังนี้

- 1 ผู้รับสารเป็นผู้แสวงหาข่าวสาร กระตือรือร้น
- 2 การใช้สื่อส่วนใหญ่มีเป้าหมายโดยตรง
- 3 สื่อแต่ละชนิดจะมีการแข่งขันกันในการตอบสนองความพึงพอใจ
- 4 ผู้รับสารได้เชื่อมโยงความต้องการของตนกับการเลือกใช้สื่อ
- 5 การบริโภคสื่อทำให้สามารถตอบสนองความพึงพอใจได้หลากหลาย
- 6 เนื้อหาของสื่อเพียงอย่างเดียวไม่สามารถใช้ทำนายรูปแบบของความพึงพอใจได้อย่าง

แม่นยำ

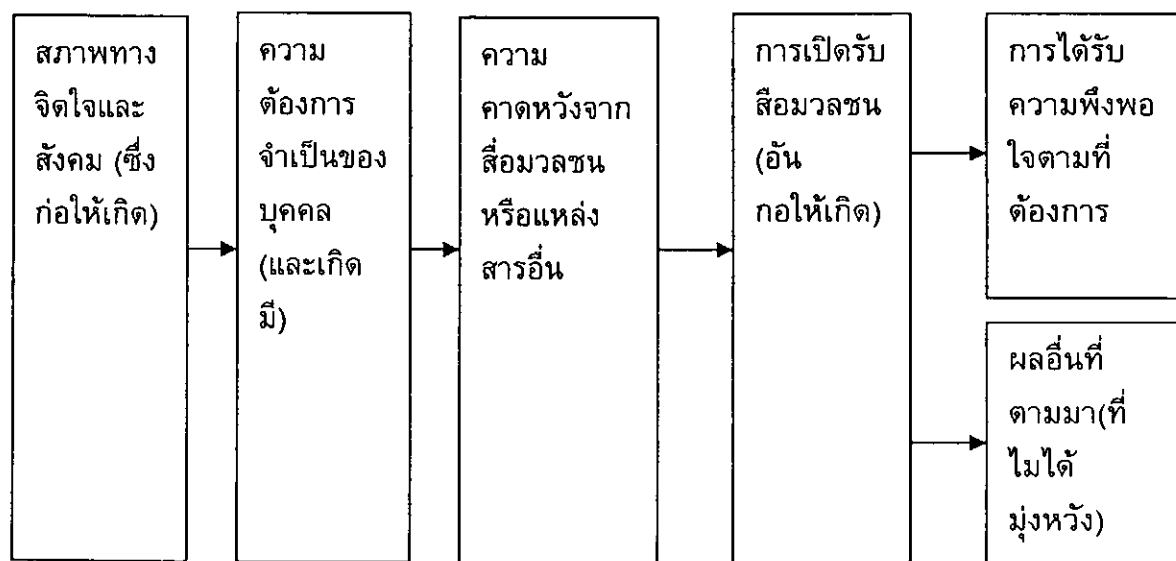
7 คุณลักษณะของสื่อจะเป็นตัวกำหนดระดับความต้องการที่ได้รับการตอบสนอง ในเวลาต่าง ๆ กัน

8 ความพึงพอใจที่ได้รับนั้น มีจุดเริ่มต้นมาจากเนื้อหาของสื่อ การเปิดรับหรือไม่เปิดรับสื่อ/สถานการณ์ทางสังคมซึ่งการเปิดรับสื่อเกิดขึ้น

สำหรับคำว่า ความพึงพอใจนั้น ใน Longman Dictionary of Contemporary English อธิบายว่า หมายถึง ภาวะที่มีความพอใจ หรือภาวะที่ได้รับการตอบสนองความพอใจ คนเรามีเหตุผลในการเลือกใช้สื่อหรือเปิดรับสื่อมวลชนแตกต่างกันไป และเหตุผลนั้นทำให้คนเลือกที่จะใช้สื่อมวลชนต่างประเภทกัน คำว่าเหตุผลนั้นหมายถึง อะไรบางอย่างที่สื่อมวลชนนั้น ๆ สามารถตอบสนองและสร้างความพอใจให้แก่บุคคลนั้นได้ซึ่งก็เป็นเรื่องเฉพาะบุคคลและนี่คือสิ่งที่เรียกว่าความพึงพอใจ

“แนวทางการศึกษาการใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจคือ การศึกษาผู้รับสารเกี่ยวกับ (1) สภาวะทางสังคมและจิตใจซึ่งก่อให้เกิด (2) ความต้องการ และความจำเป็นของบุคคล และเกิดมี (3) ความคาดหวังจากสื่อมวลชน หรือแหล่งข่าวสารอื่น ๆ แล้วนำไปสู่ (4) การเปิดรับสื่อมวลชนในรูปแบบต่าง ๆ กัน อันก่อให้เกิดผลคือ (5) การได้รับความพึงพอใจตามที่ต้องการ และ (6) ผลอื่น ๆ ที่ตามมาซึ่งอาจจะไม่ใช่ผลที่ตั้งเจตนาไว้ก็ได้”

องค์ประกอบต่าง ๆ เกี่ยวกับแนวคิดในเรื่องการใช้ประโยชน์ และการได้รับความพึงพอใจตามที่กล่าวมาอาจจะแสดงให้เห็นในรูปจำลองได้ดังนี้



ภาพประกอบ 4 แสดงแนวคิดเรื่องการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ
ที่มา ดร. พีระ จิรโสภณ หลักการและทฤษฎีการสื่อสาร หน่วยที่ 11 635

แบบจำลองการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจนี้ เป็นแบบจำลองซึ่งได้กำหนดขึ้นมาเพื่ออธิบายถึงกระบวนการรับสารในการสื่อสารมวลชน และเพื่ออธิบายถึงการใช้สื่อมวลชนโดยปัจเจกบุคคล หรือกลุ่มบุคคล ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการเลือกบริโภคสื่อมวลชนนั้นขึ้นอยู่กับความต้องการ หรือแรงจูงใจของผู้รับสารเอง บุคคลแต่ละคนย่อมมีวัตถุประสงค์มีความตั้งใจ ซึ่งมีความต้องการในการใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชนเพื่อสนองความพึงพอใจของตนเองด้วยเหตุผลต่าง ๆ กัน เหตุผลในการใช้สื่อมวลชน หรือเหตุผลในการติดตามข่าวสารว่ามีอยู่ 6 ประการดังนี้

1 เพื่อต้องการรู้เหตุการณ์ (Surveillance) โดยการสังเกตการณ์และติดตามความเคลื่อนไหวต่าง ๆ จากสื่อมวลชนเพื่อให้ทันเหตุการณ์ ทันสมัยและรู้ว่าอะไรเป็นสิ่งสำคัญพอที่ควรจะเรียนรู้

2 เพื่อใช้ข้อมูลข่าวสารช่วยในการตัดสินใจ (Decision) โดยเฉพาะการตัดสินใจในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน โดยการรับข่าวสารจากสื่อมวลชนทำให้บุคคลสามารถกำหนดความเห็นของตนต่อสภาวะ หรือเหตุการณ์รอบ ๆ ตัว

3 เพื่อได้ข้อมูลประกอบการสนทนาในชีวิตประจำวัน (Discussion) โดยการรับข่าวสารจากสื่อมวลชนทำให้บุคคลมีข้อมูลนำไปใช้พูดคุยกับผู้อื่น

4 เพื่อต้องการมีส่วนร่วม (Participating) ในเหตุการณ์และความเป็นไปต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นรอบตัว

5 เพื่อเสริมสร้างความคิดเห็นหรือสนับสนุนการตัดสินใจที่ได้กระทำไปแล้ว (Relaxing and Entertainment)

6 เพื่อความบันเทิง ความเพลิดเพลิน และผ่อนคลายอารมณ์

7 ตัวแปรความต้องการที่ผู้รับสารต้องการจากสื่อมวลชนกับการใช้สื่อมวลชนโดยผู้รับสาร ดังนี้

1 ความต้องการสารสนเทศ

1 1 เพื่อทราบถึงเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับตนเอง สภาพปัจจุบันที่อยู่รอบตัว และสภาพปัจจุบันของสังคม และโลก

1 2 เพื่อแสวงหาข้อแนะนำในการปฏิบัติ หรือความคิดเห็น และในการตัดสินใจ

1 3 สนองความอยากรู้อยากเห็น และความสนใจทั่ว ๆ ไป

1 4 เพื่อเป็นการเรียนรู้ เป็นการศึกษาด้วยตนเอง

1 5 เพื่อสร้างความรู้สึกรู้สึกที่มั่นคง โดยใช้ความรู้ที่ได้มาจากสื่อมวลชน

2 ความต้องการสร้างความมีเอกลักษณ์ให้แก่บุคคล

2 1 เพื่อหาแรงเสริมแก่ค่านิยมส่วนบุคคล

2 2 เพื่อหาแบบอย่างทางพฤติกรรม

2 3 แสดงออกร่วมกับค่านิยมของคนอื่น (ในสื่อมวลชน)

2 4 เพื่อความเข้าใจตนเอง

3 ความต้องการรวมตัว และปฏิสัมพันธ์ทางสังคม

3 1 เพื่อเข้าไปในสภาพแวดล้อมของผู้อื่น

3 2 แสดงออกร่วมกับผู้อื่น และเกิดความรู้สึกในลักษณะที่เป็นเจ้าของ

3 3 เพื่อนำไปใช้ในการสนทนา และปฏิสัมพันธ์ทางสังคม

3 4 เพื่อใช้แทนเพื่อน

3 5 เพื่อช่วยในการดำเนินตามบทบาททางสังคม

3 6 เพื่อสร้างสายสัมพันธ์กับครอบครัว เพื่อน และ สังคม

4 ความต้องการความบันเทิง

- 4 1 เพื่อหลีกเลี่ยง หรือหลีกเลี่ยงจากปัญหาต่าง
- 4 2 เพื่อผ่อนคลาย
- 4 3 เพื่อได้วัฒนธรรมที่เป็นของแท้ ได้ความสนุกสนานทางสุนทรียะ
- 4 4 เพื่อใช้เวลาให้หมดไป
- 4 5 เพื่อปลดปล่อยอารมณ์
- 4 6 เพื่อการกระตุ้นทางเพศ

สรุปถึงเหตุผลในการใช้สื่อมวลชนของบุคคลว่าสามารถจัดเป็น 4 กลุ่มด้วยกันคือ

1 เพื่อการรับรู้ (Cognition) หมายถึง การที่ประชาชนผู้รับสารต้องการข่าวสารเพื่อสนองความต้องการข่าวสารเพื่อสนองความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ในด้านความอยากรู้อยากเห็น และความต้องการได้รับการยอมรับว่าตนเองเป็นส่วนหนึ่งของสังคม ดังนั้นจึงจำเป็นต้องเข้าใจส่วนประกอบของสังคม โดยการรับรู้ข่าวสารผ่านสื่อมวลชนในรูปแบบหลักคือ ข่าว ความรู้และความบันเทิง

2 เพื่อความหลากหลาย (Diversions) ทั้งนี้เพื่อตอบสนองความต้องการในรูปแบบที่แตกต่างกันเช่น

การกระตุ้นอารมณ์ (Stimulation) เป็นการเปิดรับสื่อเพื่อแสวงหาความเร้าใจ ความสนุกสนาน ความตื่นเต้น เพื่อลดความเบื่อหน่ายในชีวิต

การพักผ่อน (Relaxation) เป็นการเปิดรับสื่อเพื่อผ่อนคลายความเครียดหรือลดความเร้าในชีวิตประจำวันลง

การปลดปล่อยอารมณ์ (Emotion Release)

3 เพื่อประโยชน์ทางสังคม (Social Utility) หมายถึง ความจำเป็นของบุคคลที่ต้องการเป็นส่วนหนึ่งของสังคม ดังนั้นการเปิดรับสื่ออาจแสดงถึงการยอมรับของคนในสังคมและความผูกพันต่อผู้อื่น ซึ่งอาจแสดงออกได้ดังนี้

การใช้ภาษาร่วมสมัย (Conversation Currency) ผู้รับสารอาจเปิดรับสื่อเพื่อต้องการความทันสมัย โดยการแสดงออกถึงการใช้ภาษา เช่น คำพูด ความเข้าใจในต่อคำนิยมใหม่ ๆ เพื่อแสดงความเป็นกลุ่มเดียวกัน โดยสื่อมวลชนจะเป็นตัวเชื่อมโยงความเป็นกลุ่มเหล่านั้น การใช้ภาษาร่วมสมัยมักปรากฏได้ชัดเจนในกลุ่มวัยรุ่นกับการโฆษณา เป็นต้น

สื่อมวลชนร่วมสมัย (Parasocial Relationship) ในสังคมที่ก้าวหน้ามากขึ้นปัจเจกชนกลับรู้สึกโดดเดี่ยว เนื่องจากเวลาที่มีอยู่จำกัดถูกนำไปใช้เพื่อการแข่งขันและการประกอบอาชีพ มนุษย์เป็นสัตว์สังคมที่ต้องการ สังคม แต่การสมาคมกับมนุษย์ด้วยกันนั้นถูกจำกัดลงด้วยสังคมที่ก้าวหน้าแบบอุตสาหกรรม มนุษย์จึงมักมีสื่อมวลชนเป็นเพื่อนแทนหรืออย่างน้อยก็อาศัยสื่อมวลชนในการแสวงหาเพื่อน ดังเช่นที่พบเห็นในปัจจุบันคนส่วนใหญ่หันมาอาศัยสิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์เป็นเพื่อนมากกว่าการคบหาสมาคมกับผู้อื่น

4 การผลจากสังคม (Withdrawal) เป็นการเปิดรับสื่อหรือเข้าหาสื่อเพื่อหลีกเลี่ยงจากงานประจำ ตัวอย่างเช่น การเร่ร่อนทำงานให้เสร็จเพื่อจะได้ไปชมโทรทัศน์ เป็นต้น

กล่าวโดยสรุปได้ว่า บุคคลจะเกิดพฤติกรรมการรับข่าวสารก็เพื่อสนองความพึงพอใจส่วนบุคคล โดยบุคคลจะเป็นผู้กำหนดว่าตนต้องการอะไรจากสื่อมวลชน ซึ่งจะพิจารณาจากความพึงพอใจ และประโยชน์ที่ได้รับจากสื่อสาร

5 แนวคิดการวิเคราะห์ผู้รับสารตามลักษณะประชากร

เนื่องจากการวิจัยชิ้นนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาถึงผู้รับสารเป็นสำคัญ และได้วิเคราะห์ถึงปัจจัยด้านลักษณะประชากรศาสตร์ด้วย (Demographic Characteristics of Audiences) ซึ่งงานวิจัยชิ้นนี้ได้กำหนดตัวแปรทางประชากรศาสตร์ที่จะศึกษา ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สถานภาพสมรส

การวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้รับสาร เกิดขึ้นเมื่อผู้ส่งสารต้องการที่จะรู้จักและเข้าใจผู้รับสารที่เป็นเป้าหมายของตน โดยลักษณะด้านประชากรศาสตร์จะบอกผู้รับสารเป็นใคร อายุเท่าไร เพศอะไร มีฐานะอย่างไร ในขณะที่ลักษณะทางด้านจิตวิทยาจะบอกว่าใครนั้นมีความรู้สึกนึกคิดอย่างไร มีรสนิยมและความต้องการอย่างไร โดยมีสมมุติฐานว่ามวลชนผู้รับสารที่อยู่ในกลุ่มลักษณะทางประชากรศาสตร์อย่างเดียวกันจะมีลักษณะทางจิตวิทยาลักษณะคล้ายคลึงกัน และคนที่มีความแตกต่างทางประชากรศาสตร์ต่างกันจะมีลักษณะทางจิตวิทยาต่างกัน (ปรมะ สตะเวทิน, การสื่อสารมวลชน 105) โดยวิเคราะห์จากปัจจัย ดังนี้

1 อายุ อายุเป็นปัจจัยที่ทำให้คนแตกต่างกัน ด้านความคิด พฤติกรรม โดยทั่วไปคนอายุน้อยมักมีความคิดเสรีนิยม ยึดถืออุดมการณ์ ใจร้อน มองโลกในแง่ดีกว่าคนอายุมาก ในขณะที่คนอายุมากมีความคิดอนุรักษนิยม ยึดถือการปฏิบัติ ระมัดระวัง มองโลกในแง่ร้ายกว่าคนอายุน้อย สาเหตุที่เป็นเช่นนี้ เนื่องจากคนที่มีอายุ มีประสบการณ์ชีวิต ผ่านปัญหาต่าง ๆ ตลอดจนมีความผูกพันที่ยาวนานและมีผลประโยชน์ในสังคมมากกว่าคนที่อายุน้อย

ลักษณะการใช้สื่อมวลชนของเด็กและวัยรุ่นก็แตกต่างกัน เด็กจะใช้สื่อเพื่อความบันเทิง เด็กวัยรุ่นมักนิยมฟังเพลงตามสมัยนิยมมากกว่าดูโทรทัศน์ ส่วนผู้ใหญ่ การเปิดรับโทรทัศน์ วิทยุ และหนังสือพิมพ์ มีมากพอ ๆ กัน แต่อายุ 40 ปีขึ้นไป ปริมาณการอ่านหนังสือพิมพ์จะลดลง แต่การดูโทรทัศน์จะเพิ่มขึ้น เนื่องจากมีเวลาว่างมากขึ้น (ยุบล เบญจรงค์กิจ 2534, น 55) ซึ่งคนที่อายุมาก มักจะใช้สื่อมวลชนเพื่อแสวงหาข่าวสารหนัก ๆ มากกว่าเพื่อความบันเทิง

2 เพศ ความแตกต่างทางเพศ ทำให้บุคคลมีพฤติกรรมของการติดต่อสื่อสารต่างกัน คือ เพศหญิงมีแนวโน้ม มีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารมากกว่าเพศชาย ในขณะที่เพศชายไม่ได้มีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารเพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่มีความต้องการที่จะสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นจากการรับและส่งข่าวสารนั้นด้วย (Will, Goldhabers and Yates 1980, p 87)

จากการวิจัยทางจิตวิทยาหลายเรื่องแสดงให้เห็นว่า ผู้หญิงและผู้ชายมีความแตกต่างกันอย่างมากในเรื่องความคิด ค่านิยม และทัศนคติ ทั้งนี้เพราะวัฒนธรรมและสังคมได้กำหนดบทบาท และกิจกรรมของหญิงชายไว้แตกต่างกัน ผู้หญิงจึงมักเป็นคนที่จิตใจอ่อนไหว หรือเจ้าอารมณ์ โอนอ่อนผ่อนตาม และเป็นแม่บ้านแม่เรือนและมักจะถูกชักจูงได้ง่ายกว่าผู้ชาย (ประมะสตะเวทิน, 2540, น 106)

ด้านพฤติกรรมการเปิดรับสื่อนั้น เพศหญิงใช้เวลาในการดูโทรทัศน์ และฟังวิทยุมากกว่าเพศชาย โดยนิยมดูรายการละคร ในขณะที่เพศชายนิยมการอ่านหนังสือพิมพ์มากกว่า ถ้าหากดูโทรทัศน์ เพศชายจะนิยมดูรายการข่าวและกีฬา และเด็กวัยรุ่นชายจะสนใจภาพยนตร์สงครามและจารกรรมมากที่สุด ในขณะที่วัยรุ่นหญิงสนใจภาพยนตร์วิทยาศาสตร์ก้าวหน้ามากที่สุด

3 การศึกษา การศึกษามีอิทธิพลต่อผู้รับสาร ดังนั้นคนที่ได้รับการศึกษาในระดับที่แตกต่างกันย่อมจะมีความรู้สึกนึกคิด อุดมการณ์และความต้องการที่ต่างกันไป คนที่มีการศึกษาสูงหรือมีความรู้ดีจะได้เปรียบในการที่จะเป็นผู้รับสารที่ดีกว่าเพราะความรู้กว้างขวาง เข้าใจมากกว่า ไม่เชื่ออะไรง่าย ๆ โดยทั่วไป คนที่มีการศึกษาสูงจะใช้สื่อมวลชนมากกว่าที่มีการศึกษาดำและคนที่มีการศึกษาสูงมักจะใช้สื่อประเภทสิ่งพิมพ์มากกว่าสื่อชนิดอื่น

4 สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ จากการวิจัยพบว่า สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจซึ่งประกอบด้วย อาชีพ รายได้ เชื้อชาติ และภูมิหลังทางครอบครัว มีอิทธิพลต่อปฏิกิริยาของผู้รับสารที่มีต่อผู้ส่งสารและสาร เพราะคนที่มีสถานะทางสังคมและเศรษฐกิจที่ต่างกันจะมีวัฒนธรรม ประสบการณ์ ทัศนคติ ค่านิยมและเป้าหมายที่ต่างกัน

พีระ จิระโสภณ (2531 : 440) ได้กล่าวถึงตัวแปรที่สำคัญที่ช่วยให้เข้าใจและสามารถคาดคะเนพฤติกรรมการรับสารของผู้รับสารได้ล่วงหน้า ว่าได้แก่

เพศ ผู้หญิงมักจะถูกโน้มน้าวได้ง่ายกว่าผู้ชาย และมักเผยแพร่ความคิดที่ได้รับการจูงใจนั้นให้ผู้อื่นต่อไปอีกด้วย ผู้หญิงโดยทั่วไปมักมีลักษณะชอบความสวยงาม มีความนุ่มนวล และอารมณ์อ่อนไหว

อายุ โดยทั่วไปหนุ่มสาวมักมีความคิดเสรีนิยม ส่วนคนสูงอายุมักมีความคิดอนุรักษนิยมมากกว่า และชักจูงได้ยากกว่า กลุ่มคนอายุต่างกันมีความสนใจในเรื่องต่าง ๆ ไม่เหมือนกัน เด็กวัยรุ่นสนใจความสนุกสนาน คนวัยผู้ใหญ่สนใจสร้างฐานะ เป็นต้น

การศึกษา คนที่มีการศึกษาสูงโดยทั่วไปสนใจข่าวสารบ้านเมืองมากกว่าความบันเทิง

สถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจ โดยดูจากอาชีพ รายได้ พื้นฐานครอบครัว และสถานะในสังคม เป็นต้น เช่นคนมีฐานะดี คนโสด คนในเมือง คนชนบท ข้าราชการ พ่อค้า ฯลฯ แต่ละคนมีวิถีชีวิตแตกต่างกัน มองโลกไม่เหมือนกัน ผู้ส่งสารจำเป็นต้องวิเคราะห์ และศึกษาธรรมชาติของผู้รับสารแต่ละกลุ่มให้เข้าใจ เพื่อช่วยให้การสื่อสารราบรื่น และสัมฤทธิ์ผล

6 รูปแบบรายการโทรทัศน์

จากข้อมูลของสำนักการศึกษา กรุงเทพมหานคร (www.bmaeducation.in.th) ได้แบ่งรูปแบบการนำเสนอรายการโทรทัศน์ ออกเป็น 13 รูปแบบ โดยสามารถเลือกใช้ให้เหมาะสมกับเรื่องและผู้รับสาร ซึ่งขึ้นอยู่กับความคิดสร้างสรรค์ของผู้ผลิตรายการ ได้แก่

- 1 รายการพูดหรือบรรยายคนเดียว อาจมีภาพอื่นประกอบ ส่วนใหญ่ใช้ภาพใกล้เฉพาะช่วงศีรษะ เรียกว่า Head talk
- 2 รายการสนทนา เป็นการสนทนาระหว่างคน 2 คนขึ้นไปสนทนากัน
- 3 รายการอภิปราย คล้ายกับสนทนา ผู้ดำเนินรายการอาจตั้งประเด็นปัญหาแล้วให้ผู้ร่วมรายการอภิปราย หรือให้ผู้ชมทางบ้านโทรศัพท์เข้าร่วมแสดงความคิดเห็นได้
- 4 รายการสัมภาษณ์ เป็นการเชิญวิทยากรมาร่วมรายการแล้วซักถามประเด็นที่ต้องการทราบ คล้ายๆ กับรูปแบบการสนทนา
- 5 รายการเกมหรือการตอบปัญหา เป็นการเล่นเกมและตอบปัญหา
- 6 รายการสารคดี เป็นรายการที่เสนอเรื่องราวตรงไปตรงมา
- 7 รายการละคร เป็นรายการแสดงเป็นเรื่องราว มุ่งเน้นความบันเทิง อาจมีสาระหรือไม่ก็มีก็ได้
- 8 รายการสาระละคร (Docudrama) รายการสารคดีแต่เสนอในรูปละคร
- 9 รายการสาธิต (Demonstration) หรือทดลอง เช่น สาธิตการทำอาหาร การขับรถ ฯลฯ
- 10 รายการเพลง หรือรายการดนตรี บันเทิง (Musical, Entertainment)
- 11 รายการนิตยสารทางอากาศ (Magazine) เป็นรายการรวมหลายเรื่อง หลายรสในรายการเดียวกัน เช่นเดียวกับนิตยสาร
- 12 รายการสด หรือรายการถ่ายทอดสด (Live Program) เป็นรายการที่จัดสดๆ จะเป็นรายการข่าว สาธิต สัมภาษณ์ หรือรายการประเภทใดก็ได้ที่รายงานสดๆ มายังผู้รับสารทันที
- 13 รายการประเภทอื่นๆ ที่ผู้ผลิตคิดขึ้นเองเพื่อความเหมาะสมกับเนื้อหาสาระและผู้รับสาร อาจเป็นรายการผสมผสานระหว่าง 12 รายการนั้นก็ได้

7 แนวคิดเรื่องรายการสนทนา (Talk Show)

วสัน อติศัพท์ (2533 : 154) รายการสนทนา (Talk Show) เป็นรายการที่มีผู้ร่วมรายการตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป ร่วมสนทนาในประเด็นใดที่เป็นที่น่าสนใจในขณะนั้น โดยมีผู้ดำเนินการเป็นผู้นำการสนทนา เชื่อมโยงประเด็นควบคุมการสนทนาให้เป็นไปได้ด้วยดี รายการนี้จะต่างกับรายการสัมภาษณ์ตรงนี้ รายการสัมภาษณ์เน้นการถามและตอบมากกว่า ในขณะที่รายการนี้จะเน้นการแสดงความคิดเห็น อาจจะเห็นด้วยหรือต่างทัศนะกันออกมา หรือเป็นการร่วมกันวิเคราะห์เหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่ง เช่นการเลือกตั้ง สถานการณ์ของโลก หรือแม้แต่เรื่องวิชาการโดยตรง

เป็นรายการที่ทำให้ผู้ชมได้รับความคิดเห็นที่หลากหลายบางครั้งรายการประเภทนี้จัดให้มีผู้ชมเข้าร่วมรายการด้วย และอาจเปิดโอกาสให้เขาซักถามปัญหาต่าง ๆ หรือร่วมแสดงความคิดเห็นด้วย

การเตรียมรายการ มีลักษณะเช่นเดียวกับรายการสัมภาษณ์ ที่จะต้องเลือกหัวเรื่องที่เป็นที่น่าสนใจเหมาะสมกับรายการสนทนา การศึกษาและวิจัยหัวเรื่องอย่างดี การเลือกผู้ดำเนินรายการ และผู้ร่วมสนทนาซึ่งควรจัดให้มีความหลากหลายทางความคิด ไม่ใช่โน้มเอียงไปทางใดทางหนึ่งจนเกินไป ผู้ดำเนินการจะต้องรอบรู้ในเรื่องนั้นอย่างดีที่จะเป็นผู้นำการสนทนา

ทรงศักดิ์ แพ่งนคร (2534 : 28) รายการประเภท "Talk Show" นั้นเป็นรายการอีกรูปแบบหนึ่งที่มีความนิยมอย่างสูงในปัจจุบัน ถึงแม้ว่าในทุกวันนี้ รายการประเภทนี้จะไม่ถือว่าเป็นรายการที่แปลกใหม่อะไรนักเพราะนับตั้งแต่วันแรกที่ปรากฏรายการรูปแบบนี้ขึ้นในประเทศไทยเมื่อวันที่ 15 กค 2531 คือ รายการ "คืนนี้ที่ช่อง 9" จนถึงวันนี้ก็ปรากฏรายการรูปแบบประเภท "Talk Show" ขึ้นมาอีกมากมายหลายรายการ แต่ละรายการก็พยายามคิดค้นวิธีการที่จะผลิตรายการให้น่าสนใจมากที่สุด ซึ่งการจะประสบความสำเร็จได้เพียงไรนั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยต่าง ๆ หลายประการ คือ

1 พิธีกร พิธีกรในรายการ "Talk Show" นั้นถือเป็นหัวใจของรายการเลยทีเดียว เพราะภาพของรายการจะเป็นเช่นไรนั้น พิธีกรเป็นส่วนสำคัญอย่างมากในการสร้างขึ้นมา ถ้ารายการใด ๆ ก็ตามมีการเตรียมการที่ดีพร้อมทุกอย่าง แต่ในการอัดรายการพิธีกรไม่มีความสามารถในการควบคุมรายการให้ราบรื่นเหมาะสมและมีรสชาติ รายการนั้น ๆ ก็จะต้องคุณค่าไปถนัดใจคนที่มาเป็นพิธีกรได้นั้นต้องมีบุคลิกที่สามารถดึงดูดใจของผู้ชม และมีความเป็นตัวของตัวเอง ภาพพจน์ของพิธีกรต่อสาธารณชนนั้นเป็นสิ่งสำคัญ ดังนั้นพิธีกรจะต้องพัฒนาตัวเองให้เป็นผู้มีความรู้กว้างขวางในเรื่องต่าง ๆ ให้มากที่สุด ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการบันเทิง, วิทยาศาสตร์, การแพทย์ เป็นต้น

2 แกรับเชิญในรายการ นอกจากพิธีกรจะมีส่วนสำคัญในความน่าสนใจของรายการแล้ว สิ่งที่จะเป็นตัวดึงดูดความสนใจของผู้ชมที่สำคัญประการหนึ่งคือ ความน่าสนใจของแกรับเชิญ ถ้าแกรับเชิญเป็นผู้ที่ประชาชนให้ความสนใจหรือมีข่าวคราวปรากฏอยู่ในช่วงเวลานั้น ก็แน่นอนว่าจะดึงดูดให้ผู้ชมติดตามชมรายการในสัปดาห์นั้น แต่ทั้งนี้ก็ต้องมีการประชาสัมพันธ์ในสื่อต่าง ๆ ให้ผู้ชมได้รับรู้อย่างเพียงพอด้วย

3 ความหลากหลายของรายการ รายการประเภท "Talk Show" นั้นใช้ว่าจะมีการสนทนาพูดคุยกับแกรับเชิญเพียงอย่างเดียวแล้วจะทำให้รายการนั้นอยู่ในความสนใจของผู้ชมได้ส่วนประกอบต่าง ๆ ของรายการที่มอบสาระและความบันเทิงต่อผู้ชม ถ้าเป็นสิ่งที่สำคัญมากในการดึงดูดความสนใจต่อผู้ชม ดังจะเห็นได้ว่ารายการ "Talk Show" ในทุกวันนี้พยายามคิดค้นรูปแบบการแสดง (Show) ต่าง ๆ ในรายการ เพื่อเสริมให้รายการน่าสนใจมากยิ่งขึ้น เช่น การแสดงแปลก ๆ มายากล การร้องเพลง เป็นต้น

4 ทีมงานผลิตรายการ ในการผลิตรายการโทรทัศน์ไม่ว่าจะเป็นรายการใด ๆ นั้น ถ้าทีมงานมีคุณภาพและมีการประสานงานเป็นอย่างดีแล้ว คุณภาพของรายการย่อมดีสมดังที่ตั้งใจไว้ แต่ถ้าการประสานงานของทีมงานการผลิตไม่ดี ก็คงจะเป็นดังคำพูดของเจ้าหน้าที่ของห้องบันทึกเสียง “Mouse Music” ที่บอกว่า “รายการหลาย ๆ รายการที่เขาเข้ามาทำแสงและเสียงให้ จะต้องดีกว่านี้ออย่างแน่นอน ถ้าไม่ได้มีการบันทึกเทปที่ห้องส่งของสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 แต่ไปบันทึกที่ห้องส่งของบริษัทเอกชน เพราะในห้องส่งของสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 นั้น การประสานงานและจับต้องเครื่องมือแทบจะทำได้ไม่เลย”

5 เวลาที่ออกอากาศ เวลาที่ออกอากาศนั้น ก็เป็นปัจจัยสำคัญในความสำเร็จของรายการโทรทัศน์ด้วยเช่นกัน ถ้ารายการดีแต่ต้องไปอยู่ในช่วงที่ไม่ตรงกับกลุ่มเป้าหมายหรือเด็กจนเกินไปก็จะมีผลต่อจำนวนผู้ชม ซึ่งจะต้องลดลงอย่างน่าเสียดาย และส่งผลต่อความสำเร็จของรายการอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ เพราะฉะนั้น เวลาในการออกอากาศจึงมีส่วนสำคัญในความสำเร็จของรายการและเป็นปัจจัยที่ไม่อาจถูกมองข้ามได้เลย

ปัจจัยต่าง ๆ ที่กล่าวมานี้ เป็นสิ่งสำคัญในความสำเร็จของรายการ “Talk Show” แต่ก็ใช่ว่าจะมีแต่เพียงปัจจัยเหล่านี้เท่านั้น หากพิจารณากันให้ลึกและใช้เวลาติดตามแนวโน้มของรายการ “Talk Show” และต่อไปในอนาคต จะต้องมียปัจจัยอื่น ๆ ที่จะมีผลต่อความสำเร็จของรายการ “Talk Show” และในอนาคตนั้นรายการ “Talk Show” จะต้องเป็นทางเลือกหนึ่งที่นำเสนอใจมากกว่านี้ อย่างแน่นอน

8 ก่อกำเนิดรายการ “ถึงลูกถึงคน”

ปัจจุบันนี้การแข่งขันระหว่างทีวีช่องต่าง ๆ มีความรุนแรงมากขึ้นก่อให้เกิดการปรับรูปแบบของสถานีอีกทั้งการปรับเปลี่ยนผังรายการต่าง ๆ เพื่อมุ่งหวังที่จะได้รับความนิยมจากประชาชนมากขึ้นและสามารถทำรายได้ที่สูงขึ้นกว่าเดิม

สำหรับสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ภายหลังการเข้ารับตำแหน่ง ผู้อำนวยการ อ.ส.ม.ท. ของ นาย มิ่งขวัญ แสงสุวรรณ เมื่อ วันที่ 17 กรกฎาคม พ.ศ. 2545 ก็ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ โดยมีการเปลี่ยนชื่อเป็น Modernine Television หรือ โทรทัศน์แห่งความทันสมัย เมื่อวันที่ 6 พฤศจิกายน พ.ศ. 2545 โดยมีการเปลี่ยนโลโก้เป็น รูปตราสีม่วง ซึ่งการปรับโฉมดังกล่าวจะแบ่ง 5 ขั้นตอน คือ

ขั้นตอนที่ 1 เริ่มปรับเดือน พฤศจิกายน พ.ศ. 2546 เน้นการปรับข่าวและสาระ โดยจะมีการปรับรายการวันจันทร์-ศุกร์ ก่อน โดยรายการข่าว ช่วงเช้าเริ่มที่ 6 00-7 00 น. ข่าวเที่ยง 12 00-13 00 น. ข่าวเย็น 17 00-17 30 น. ข่าวภาคค่ำ 19 00-21 00 น. ข่าวภาคดึก 22 30-23 00 น. นอกจากนี้ยังมีข่าวต้นชั่วโมง 5 นาที จันทร์-ศุกร์ จะนำเสนอข่าวสดจากทุกมุมโลก และข่าว News Bar แถบตัวอักษรข่าวสำคัญด้านล่างจอโทรทัศน์ มีข่าวเบรกกิ้งนิวส์ เมื่อเกิดเหตุการณ์ข่าวสำคัญทั้งนี้รายการข่าวที่โดดเด่น คือ ช่วงข่าวภาคค่ำ ที่เพิ่มช่วงแมกกาซีนออนทีวี

ขั้นตอนที่ 2 เริ่มปรับเดือน เมษายน พ.ศ. 2546 เน้นการเพิ่มความหลากหลาย โดยเน้นการปรับรายการในวันเสาร์-อาทิตย์ โดยจะเพิ่มรายการข่าวเข้าไปอีก โดยเฉพาะในช่วงเช้า อีก 1-2 ชั่วโมง และมีการเพิ่มเนื้อหาความบันเทิงทั้งเกมส์โชว์ ทอล์กโชว์ และละครจากผู้ผลิตชั้นนำ

ขั้นตอนที่ 3 เริ่มปรับเดือน กันยายน 2546 โดยเน้นการสร้างความแตกต่าง โดยจะเป็นการปรับโฉมเต็มรูปแบบ ด้านรายการข่าวและสารคดี โดยมีการปรับรายการข่าวภาคกลางวัน โดยจะเน้นข่าวด้านเศรษฐกิจ อุตสาหกรรม อสังหาริมทรัพย์ ตลาดเงิน ตลาดทุน ตลาดหุ้น ธุรกิจต่างๆ นอกจากนี้ยังมีการปรับรายการที่ไม่ได้รับความนิยมออกไป เพื่อให้มีการผลิตรายการที่มีคุณภาพเข้ามาแทนที่

ขั้นตอนที่ 4 เริ่มปรับเดือน เมษายน พ.ศ. 2547 เน้นความบันเทิงบนสาระ (Edutainment) โดยจะตัดเกมส์โชว์ออกแล้วใส่รายการที่มีความรู้ เข้ามาแทนที่ เช่น รายการสารคดี จอโลก รายการคนคุยขาว รายการบันทึกโลก รายการแดนสนธยา เป็นต้น

ขั้นตอนที่ 5 เริ่มปรับ ในเดือน กันยายน 2547 ซึ่งจะเน้นเรื่อง สังคมของการเรียนรู้ รายการ “ถึงลูกถึงคน” ได้ถือกำเนิดจากการปรับรายการในขั้นตอนที่ 2 ของ Modernine Television โดยได้เริ่มออกอากาศครั้งแรก เมื่อวันที่ 3 มิถุนายน 2546 โดยออกอากาศทุกวัน จันทร์ ถึง วันศุกร์ เวลา 23 00 น. ถึง 00 30 น. และมีพิธีกรดำเนินรายการคือ คุณ สรยุทธ สุทัศนจินดา ซึ่งรายการ “ถึงลูกถึงคน” เป็นรายการสด รูปแบบรายการเป็นรายการวิเคราะห์ข่าวแบบสนทนา ซึ่งรายการจะนำเสนอประเด็นร้อนที่เป็นเรื่องที่อยู่ในความสนใจของประชาชน โดยลักษณะรายการเป็นแบบ Interactive Television Fully ซึ่งรายการ ถึงลูกถึงคนเป็นรายการแรกที่น่ารูปแบบดังกล่าวมานำเสนอ

9 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

9.1 งานวิจัยภายในประเทศ

ชูศักดิ์ รองสวัสดิ์ (2537) ศึกษา เรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบเนื้อหาการมองต่างมุม กับทัศนคติ ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ของผู้ชมรายการมองต่างมุม ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11” พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เข้าร่วมรายการมองต่างมุมจะมีพฤติกรรมเจาะจงในการแสวงหาข่าวสาร และการใช้สื่อตามความพอใจและความต้องการ ทั้งนี้เพื่อตอบสนองความต้องการในการรับรู้เหตุการณ์ ความเคลื่อนไหวของข่าวสารต่าง ๆ รวมทั้งต้องการข้อมูลข่าวสารเพื่อนำไปใช้ในการเสริมความคิด และตัดสินใจในข้อมูลข่าวสารที่สนใจนั้น ๆ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพอใจจากการใช้สื่อ (Uses and Gratification) สำหรับทัศนคติต่อรายการมองต่างมุมพบว่า คุณลักษณะของประชากรกลุ่มตัวอย่างไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรายการมองต่างมุม ยกเว้น เพศและอาชีพ ซึ่งปรากฏว่ากลุ่มเพศชายมีมากกว่าเพศหญิง และสนใจเข้าร่วมรายการเพราะชอบเนื้อหา ต้องการมีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็น และชอบรูปแบบรายการ ส่วนอาชีพของกลุ่มตัวอย่างข้าราชการมีจำนวนร้อยละ 37 รองลงมาคืออาชีพรับจ้างใน

จำนวนนี้ร้อยละ 60 จะติดตาม และเปิดชมรายการทุกครั้งที่มีโอกาส กลุ่มตัวอย่างเกินกว่าครึ่งมีทัศนคติความโน้มเอียงทางบวกในแง่ของการเป็นรายการส่งเสริม และสร้างสำนึกความเป็นประชาธิปไตย และเห็นด้วยว่าเป็นรายการที่ส่งเสริมการยอมรับความคิดที่แตกต่างกันรวมทั้งให้ข้อมูลที่มันสมัยต่อเหตุการณ์และช่วยเปิดโลกทัศน์ของผู้ชมได้ดี ในด้านความน่าเชื่อถือต่อรายการมองต่างมุมพบว่า คุณลักษณะด้านประชากรไม่มีความสัมพันธ์กับความน่าเชื่อถือที่มีต่อรายการมองต่างมุม ส่วนความพึงพอใจในรายการพบว่า ความพึงพอใจในรูปแบบรายการ การนำเสนอ เนื้อหาของรายการ และผู้ดำเนินรายการ ไม่มีความสัมพันธ์กับการเข้าชมรายการ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่พึงพอใจในเนื้อหา และรูปแบบรายการ และเห็นว่าเหมาะสมดีแล้ว นอกจากนั้นกลุ่มตัวอย่างเกินกว่าครึ่งใช้ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากรายการ โดยนำไปใช้พัฒนาความคิดในชีวิตประจำวัน นำไปใช้พูดคุยกับเพื่อนที่ทำงาน และใช้เป็นแหล่งข้อมูลเพิ่มเติมในเรื่องที่สนใจ

สุภาภรณ์ พรหมติราช (2541) ศึกษา เรื่อง “ความพึงพอใจของผู้ชมรายการสุขภาพกับการดูแลตนเอง” พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง อายุระหว่าง 26-35 ปี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนประมาณ 5,001-10,000 บาท และจบการศึกษาระดับปริญญาตรี ในเรื่องการรับชมรายการสุขภาพทางโทรทัศน์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างรับชม 1-3 วันต่อสัปดาห์ และชมเฉพาะบางช่วงที่น่าสนใจหรือชมสลับกับรายการอื่น ส่วนใหญ่เปิดรับชมทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 7 และช่อง 9 ในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน รูปแบบที่รับชม นิยมรูปแบบสัมภาษณ์และสนทนา โดยมีสัดส่วนใกล้เคียงรูปแบบสารคดีสั้น การทดสอบสมมติฐานพบว่า รายได้ต่อเดือนเป็นคุณลักษณะทางประชากรเดียวที่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการเปิดรับชม และยังพบว่าระดับความตั้งใจชมมีความสัมพันธ์กับระดับความรู้ที่ได้รับจากรายการสุขภาพในด้านการส่งเสริมและการฟื้นฟูสุขภาพ รวมทั้งระดับความตั้งใจชมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการหมั่นตรวจสุขภาพประจำปีกับแพทย์อย่างน้อยปีละครั้ง

อนุชิต มุราธาภิพย (2542) ศึกษา เรื่อง “ทัศนคติ ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ของผู้ชมรายการตีสิบ ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสี ช่อง 3” พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เข้าชมรายการ ตีสิบ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 18-23 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพนักเรียนนักศึกษา และมีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท สำหรับพฤติกรรมในการชมรายการ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชมบ่อย ๆ (3 ครั้งต่อเดือน) และชมเป็นเวลานานมากกว่า 8 เดือนขึ้นไป โดยตั้งใจชมมากแต่เปลี่ยนช่องเมื่อมีโฆษณา และชอบช่วงเรียลทีวี่มากที่สุดและชอบเป็นอันดับหนึ่ง ส่วนทัศนคติต่อรายการ ตีสิบ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีทัศนคติทั่วไปต่อรายการ และทัศนคติในแต่ละช่วงดีมาก โดยช่วงเปิดรายการ กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติดีมากที่สุด รองลงมาคือช่วงเรียลทีวี่ ส่วนความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากการชมรายการ ตีสิบ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากการชมรายการอยู่ในระดับดีมาก และมีความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากการชมเพื่อให้ได้ความเพลิดเพลินและความบันเทิงมากที่สุด รองลงมาคือ เพื่อให้ได้รับข่าวสารที่ทันสมัย ทันเหตุการณ์ ทันโลก

อิศราวดี ชำนาญกิจ (2542) ศึกษา เรื่อง “ทัศนคติ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชมรายการโทรทัศน์ในเขตกรุงเทพมหานครต่อรายการด้านการเมืองที่เสนอทางสถานีโทรทัศน์” พบว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างเป็นนักเรียน นักศึกษา มีอายุระหว่าง 18-25 ปี เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง พึงความรู้อยู่ในระดับปริญญาตรีมากที่สุด มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ในส่วนการรับชมรายการด้านการเมืองทางโทรทัศน์ ส่วนใหญ่เปิดรับชมรายการโทรทัศน์มากกว่า 4 วันต่อสัปดาห์ ช่วงเวลาที่เปิดชมรายการโทรทัศน์ คือ 18 00-20 00 น และ 21 00-24 00 น ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่ผู้ชมจำนวนใกล้เคียงกัน ส่วนรายการที่สนใจนั้น ส่วนใหญ่สนใจติดตามชมรายการข่าว โดยเฉพาะข่าวประจำวันและวิเคราะห์ข่าว มีการรับชมรายการการเมืองค่อนข้างบ่อย แต่ไม่ทุกวัน รายการการเมืองที่กลุ่มตัวอย่างสามารถเอ่ยเป็นชื่อแรก คือ รายการข่าวช่อง 7 สี ซึ่งมีจำนวนมากที่สุดและสถานีโทรทัศน์ที่ติดตามชมรายการด้านการเมืองมากที่สุด คือ ช่อง ITV การศึกษาทัศนคติทางการเมืองพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อการเมืองในแง่บวก โดยภาพรวมมีความเข้าใจการเมืองค่อนข้างสูง

การศึกษาความพึงพอใจที่ได้รับจากการเปิดชมรายการด้านการเมืองโทรทัศน์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อข้อมูลข่าวสารที่ได้รับเกิดการเรียนรู้ มีความรู้ทางการเมืองที่ใหม่ ทันสมัยและมีผลกระทบกับวิถีของตนโดยตรง กลุ่มตัวอย่างสามารถทบทวนความรู้ทางการเมืองได้รับประโยชน์จากข้อมูลที่มีความถูกต้อง เชื่อถือได้ และสามารถนำไปใช้ประโยชน์ นอกจากนี้ยังได้เรียนรู้ เรื่องการเมืองที่เข้าใจง่าย ไม่เครียด ให้ความเพลิดเพลินสนุกสนานเป็นการใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์

จิตินัน บุญภาพ (2542) ศึกษาเรื่อง “วิสัยทัศน์โทรทัศน์ไทยหลังปี ค.ศ. 2000” พบว่า ภาพรวมของรายการโทรทัศน์ในอนาคตน่าจะมีการเปลี่ยนแปลงที่ดีเกิดขึ้น คือรายการโทรทัศน์ประเภทสาระจะเพิ่มจำนวนขึ้นในระดับหนึ่งตามความต้องการของคนดู ผู้ชมในอนาคตที่ต้องการสารประโยชน์จากรายการโทรทัศน์มากขึ้น รายการที่มีกำหนดกลุ่มผู้ชมเป้าหมายที่ชัดเจน (Segmentation)

ศกุน สายบุญลี (2543) ศึกษาเรื่อง “ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ที่ได้รับจากการชมโทรทัศน์รายการสารคดีพัฒนาชุมชน” พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุตั้งแต่ 16 ปี จนถึง 71 ปี เกือบครึ่งมีการศึกษาระดับประถมศึกษา สองในสามมีรายได้ต่ำกว่า 6,000 บาท และมีอาชีพรับจ้าง รองลงมาหนึ่งในสามเป็นเกษตรกร มากกว่าครึ่งไม่มีอาชีพเสริม แต่งงานแล้วและมีสถานภาพทางสังคม ด้านความพึงพอใจต่อการรับชมรายการสารคดีพัฒนาชุมชน ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจด้านเทคนิคอยู่ในเกณฑ์พอใจมากเกี่ยวกับการถ่ายทำคมชัด ภาพสวยงาม การเปิดรายการมีเสียงดนตรีประกอบ และความต่อเนื่องของภาพ มีความพึงพอใจในด้านการดำเนินรายการอยู่ในเกณฑ์สูงมากในสามเรื่อง คือ เรื่องที่นำมาเสนอได้น่าสนใจ การใช้ภาษาในรายการเข้าใจง่าย และผู้ดำเนินรายการพูดจาคล่องแคล่ว

รัตนพร ไม้ตราวัฒนา (2544) ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมการรับชมรายการซูรัก ซูรสทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 3 เพื่อการนำไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวัน” พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 18-24 ปี มีสถานภาพสมรส โสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี โดยมีอาชีพนักเรียน/นักศึกษามากที่สุด ด้านพฤติกรรมการรับชมรายการซูรัก ซูรส พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการรับชมในระดับปานกลาง กล่าวคือ โดยส่วนใหญ่มีความถี่ในการรับชมประมาณ 2 ครั้งต่อเดือน (รับชมบ้างเป็นบางครั้ง) สำหรับผู้ที่มีความถี่ในการรับชมน้อยมากก็เนื่องมาจากเหตุผลหลัก คือ ช่วงเวลาที่ออกอากาศไม่สะดวกแก่การรับชม สำหรับความตั้งใจชมพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับชมเฉพาะช่วงที่น่าสนใจ มีระยะเวลาในการเปิดชมรายการประมาณ 30 นาที และมีลักษณะการรับชมรายการโดยรับชมตามลำพังมากที่สุด

ชิตมา ปิยะศิริศิลป์ (2544) “ศึกษาพฤติกรรม การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจของผู้ชมรายการสายตรงไอทีวี” พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจด้านเนื้อหารายการ ในเรื่องข่าวที่เสนออยู่ในความสนใจ ท้นต่อเหตุการณ์มากที่สุด โดยมีความพึงพอใจระดับมาก ส่วนความพึงพอใจด้านการดำเนินรายการ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในด้านผู้ดำเนินรายการใช้คำถ่มตรงประเด็นมากที่สุด โดยมีความพึงพอใจในระดับมาก ส่วนการการใช้ประโยชน์จากข่าวสาร กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้รับประโยชน์มากที่สุดด้านการทราบข่าวสารความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ในสังคม โดยมีการใช้ประโยชน์ระดับมาก ลักษณะทางประชากรศาสตร์ในเรื่อง เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ และสถานภาพสมรส ไม่มีผลกับความพึงพอใจด้านเนื้อหารายการ และไม่มีผลกับความพึงพอใจโดยรวม พฤติกรรมการรับชมที่เกี่ยวข้องกับ เหตุผลที่รับชม ผู้ที่ร่วมชมด้วย สถานที่ที่เปิดรับชม การแสดงปฏิกริยา และวิธีแสดงปฏิกริยา ไม่มีผลต่อความพึงพอใจด้านเนื้อหารายการ ในขณะที่พฤติกรรมด้านความถี่ในการรับชม ระยะเวลาในการรับชม และพฤติกรรมการชม มีผลต่อความพึงพอใจด้านเนื้อหารายการ

9.2 งานวิจัยต่างประเทศ

พาล์มกรีนและเรย์เบิร์น (Palmgreen and Rayburn 1979 155-188) ได้วิจัยเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจในการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ โดยการศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจในการชมโทรทัศน์ด้านการศึกษาในรัฐเคนตักกี ด้วยการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 526 คน โดยวัดค่าความคาดหวังจากการดูโทรทัศน์ว่า รายการโทรทัศน์จะช่วยผ่อนคลายความเครียด ช่วยให้เรียนรู้สิ่งต่าง ๆ ช่วยในการเป็นสื่อสัมพันธ์ ช่วยให้ลิ้มปัญหาต่าง ๆ ช่วยฆ่าเวลา เป็นเพื่อนแก้เหงา และเพื่อความบันเทิง

เวนเนอร์ (Wenner 1986) ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับความคาดหวังหรือความพึงพอใจที่ได้รับ (Gratification obtained) จากการชมรายการโทรทัศน์ โดยการวัดค่าการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจในด้านการความต้องการเฝ้าสังเกต เพื่อติดตามข่าวสาร (Surveillance) ด้านความบันเทิง/พักผ่อนหย่อนใจ (Entertainment Diversion) การใช้ประโยชน์ระหว่างบุคคล (Interpersonal

Utility) ปฏิสัมพันธ์ทางสังคมโดยอ้อม (Parasocial Interaction) รวม 12 รายการ (Statements) เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ สุ่มตัวอย่างผู้ชมโทรทัศน์จากเมืองไอโอวา รัฐไอโอวา จำนวน 306 คน พบว่าความพึงพอใจที่ได้รับจากการชมโทรทัศน์มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังในเรื่องเดียวกันและไม่มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังในเรื่องต่างกัน

ชรัมม์และไวท์ (Schramm and White 1949) ซึ่งศึกษาการเปิดรับสารของผู้รับสารและสังคมอเมริกันพบว่าผู้ที่มีรายได้สูงมักจะเป็นผู้นิยมเปิดรับสิ่งพิมพ์และนิยมเนื้อหาที่ค่อนข้างหนัก ไม่ค่อยสนใจเนื้อหาด้านความบันเทิง

แมคเนลลีและคณะ (McNelly and others 1968) ซึ่งศึกษาเรื่อง "Cosmopolitan media usage in the Diffusion of international affairs news" พบว่าคนมีฐานะดีและการศึกษาสูงเป็นกลุ่มที่ได้รับข่าวสารที่มีเนื้อหาสาระจากสื่อมวลชนมากที่สุด

กรีนเบิร์กและคุมาดา (Greenberg and Kumata 1968) ซึ่งศึกษาเรื่อง "National sample predictors of mass media use" พบว่าผู้รับสารที่มีรายได้สูง และมีการศึกษาสูง จะอ่านหนังสือพิมพ์มาก

จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องซึ่งผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าและได้นำมาอ้างอิงในการวิจัยครั้งนี้ มุ่งเน้นศึกษาถึงปัจจัยทางด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ที่มีผลกระทบต่อ ความพึงพอใจรายการ "ถึงลูกถึงคน" ว่าจะส่งผลต่อการเปิดรับชมรายการ "ถึงลูกถึงคน" อย่างไร โดยอาศัยทฤษฎีแนวความคิดรวมทั้งผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาประกอบในการวิจัยครั้งนี้ด้วย

บทที่ 3

วิธีการดำเนินงานวิจัย

การวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ชมรายการ“ถึงลูกถึงคน” ในเขตกรุงเทพมหานครทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. โดยมีสาระสำคัญในการดำเนินการตามลำดับสาระดังนี้

1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล
5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและเป็นผู้ที่เคยชมรายการ“ถึงลูกถึงคน”ทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสี ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. (Modernine Television)

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน จึงกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรในการคำนวณ (กัลยา วานิชย์บัญชา 2538 : 74) ดังนี้

$$n = \frac{Z^2 1-\alpha/2 pq}{E^2}$$

เมื่อ	n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
	p	แทน	สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยกำหนดไว้
	q	แทน	สัดส่วน 1-p

ในกรณีไม่ทราบค่า p แต่เนื่องจาก pq จะมีค่าสูงสุดเมื่อ $p = 0.5$ และ $0 \leq p, q \leq 1$

$Z^2_{1-\alpha/2}$ แทน ระดับความเชื่อมั่นที่กำหนดไว้

Z มีค่าเท่ากับ 1.96 ที่ระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95

E แทน สัดส่วนความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้

กำหนดให้ E มีค่าเป็น 0.05

$$\begin{aligned} \text{ดังนั้น } n &= (1.96^2)(.5)(.5)/(0.05^2) \\ &= 384.16 \text{ คนหรือ } 385 \text{ คน} \end{aligned}$$

จากการคำนวณได้กลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยครั้งนี้ 385 คน และผู้วิจัยขอกำหนดกลุ่มตัวอย่างเป็น 420 คน

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ผู้ศึกษาวิจัยจะสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ทฤษฎีความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) โดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างโดยใช้ความสะดวก (Convenience Sampling) จากผู้ชมที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและเป็นผู้ที่เคยชมรายการ“ถึงลูกถึงคน”ทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสี ช่อง 9 อสมท (Modernine Television) จนครบตัวอย่างตามที่ต้องการ คือ 420 คน

2 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อวัดความพึงพอใจของผู้ชมรายการ“ถึงลูกถึงคน”ทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อสมท ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ จำนวน 6 ข้อ ประกอบด้วยคำถามเกี่ยวกับ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สถานภาพสมรส เป็นคำถามที่มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choice Question)

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการ “ถึงลูกถึงคน” โดยแบบสอบถามเป็นในรูปมาตราลิเคิร์ต (Likert Scale) จัดเป็นการวัดข้อมูลประเภทสเกลอันตรภาคชั้น (Interval Scale) โดยมีคำตอบให้เลือก 5 คำตอบ คือ พอใจอย่างยิ่ง พอใจมาก พอใจปานกลาง ไม่พอใจ ไม่พอใจอย่างยิ่ง ซึ่งประกอบด้วยคำถามจำนวน 33 ข้อโดยสามารถจำแนกเป็นคำถามความพึงพอใจ ด้านรูปแบบเนื้อหา จำนวน 7 ข้อ ด้านวิธีการนำเสนอ จำนวน 8 ข้อ ด้านผู้ดำเนินรายการ จำนวน 11 ข้อ ด้านการมีส่วนร่วมของผู้ชม จำนวน 7 ข้อ

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ

ดำเนินการสร้างดังนี้

1 ศึกษาตำรา เอกสาร บทความ ทฤษฎีหลักการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ และลักษณะทางประชากรศาสตร์ เพื่อกำหนดขอบเขตของการวิจัย และการสร้างเครื่องมือในการวิจัย ให้ครอบคลุมตามความมุ่งหมายการวิจัย

2 ศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถาม จากเอกสาร สัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดขอบเขตและเนื้อหาแบบทดสอบ จะได้มีความชัดเจนตามความมุ่งหมายการวิจัยยิ่งขึ้น

3 นำข้อมูลที่ได้มาสร้างแบบสอบถาม โดยสร้างแบบสอบถามทั้งหมด 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลด้านลักษณะประชากรศาสตร์ จำนวน 6 ข้อ เป็นลักษณะคำถามแบบปลายปิด โดยเป็นคำถามที่มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choice Question)

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการ “ถึงลูกถึงคน” โดยแบบสอบถามเป็นในรูปมาตรลิเคิร์ต (Likert Scale) จัดเป็นการวัดข้อมูลประเภทสเกลอันดับ (Interval Scale) โดยมีคำตอบให้เลือก 5 คำตอบ คือ พอใจอย่างยิ่ง พอใจมาก พอใจปานกลาง ไม่พอใจ ไม่พอใจอย่างยิ่ง ซึ่งประกอบด้วยคำถามจำนวน 33 ข้อ โดยสามารถจำแนกเป็นคำถามความพึงพอใจ ด้านรูปแบบเนื้อหา จำนวน 7 ข้อ ด้านวิธีการนำเสนอ จำนวน 8 ข้อ ด้านผู้ดำเนินรายการ จำนวน 11 ข้อ ด้านการมีส่วนร่วมของผู้ชม จำนวน 7 ข้อ โดยกำหนดระดับคะแนนดังต่อไปนี้

ระดับความพึงพอใจ

คะแนน

ผู้ชมมีความพึงพอใจต่อรายการ“ถึงลูกถึงคน” ระดับ พอใจอย่างยิ่ง	5
ผู้ชมมีความพึงพอใจต่อรายการ“ถึงลูกถึงคน” ระดับ พอใจมาก	4
ผู้ชมมีความพึงพอใจต่อรายการ“ถึงลูกถึงคน” ระดับ พอใจปานกลาง	3
ผู้ชมมีความพึงพอใจต่อรายการ“ถึงลูกถึงคน” ระดับ ไม่พอใจ	2
ผู้ชมมีความพึงพอใจต่อรายการ“ถึงลูกถึงคน” ระดับ ไม่พอใจอย่างยิ่ง	1

4 นำแบบสอบถามฉบับร่างที่ได้ ไปขอคำแนะนำจากประธานและกรรมการควบคุมสารนิพนธ์พิจารณา ตรวจสอบ และเสนอแนะเพิ่มเติม

5 ทำการหาคุณภาพของเครื่องมือ

วิธีการหาคุณภาพของเครื่องมือ

1 นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Validity) จากนั้นนำมาปรึกษากับอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ เพื่อปรับปรุงให้ความชัดเจนก่อนนำไปทดลองใช้

2 นำแบบสอบถามที่ได้รับการปรับปรุงแก้ไขเสร็จแล้ว นำไปทดลองใช้ (Try Out) กับที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 50 คน เพื่อนำไปหาความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น (Coefficient) ของครอนบัค (Cronbach) (พวงรัตน์ ทวีรัตน์ 2538 125-126) และปรับปรุงแบบสอบถามเพื่อใช้ในงานวิจัย ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.9541

3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

1 ข้อมูลจากเอกสาร ศึกษาจากตำรา เอกสาร บทความ ทฤษฎีหลักการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2 ผู้วิจัยจะดำเนินการแจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่าง โดยมีการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองเพื่อจะสามารถชี้แจงข้อสงสัยของผู้ตอบแบบสอบถามได้ โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 420 ตัวอย่าง

3 เมื่อผู้วิจัยรวบรวมแบบสอบถามได้ทั้งหมดแล้ว ทำการตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถาม เพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลตามขั้นตอนต่อไป

4 การจัดทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่รวบรวมได้มาดำเนินการดังนี้

1 การตรวจสอบข้อมูล (Editing) ผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถาม และแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก

2 การลงรหัส (Coding) นำแบบสอบถาม ที่ถูกต้องเรียบร้อยแล้ว มาลงรหัสตามที่ได้กำหนดไว้ล่วงหน้า

3 การประมวลผลข้อมูล ข้อมูลที่ลงรหัสแล้วได้นำมาบันทึกเข้า file โดยใช้ไมโครคอมพิวเตอร์เพื่อทำการประมวลผล ซึ่งใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูป SPSS ในการคำนวณค่าสถิติ โดยกำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4 นำข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ ความพึงพอใจ ของผู้ตอบแบบสอบถามมาคิดเป็นค่าร้อยละ ค่าคะแนนเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ในรูปตารางประกอบความเรียงเกี่ยวกับ ความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการถึงลูกถึงคน ทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท

5 นำข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ ความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการถึงลูกถึงคน ทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท มาคิดเป็นด้วยสถิติเชิงอนุมาน โดยใช้ t-test เปรียบเทียบ

ค่าเฉลี่ย 2 กลุ่ม ในเรื่อง เพศ ทดสอบสมมติฐาน 2,3,4,5,6 ใช้การวิเคราะห์แปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) เปรียบเทียบความแตกต่างที่มากกว่า 2 กลุ่ม

6 เกณฑ์การแปลความหมายของคะแนน ของระดับความสำคัญของความพึงพอใจของผู้ชมรายการ“ถึงลูกถึงคน”ในเขตกรุงเทพมหานคร ทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท ผู้วิจัยกำหนดเกณฑ์ความหมายของคะแนนเฉลี่ยของคำตอบ โดยอาศัยขอบเขตของคะแนน 1,2,3,4 และ 5 แล้วแปลความหมายตามเกณฑ์ที่กำหนดโดย Best John W (1981 179-187) ดังต่อไปนี้

- ค่าเฉลี่ย 1 00-1 49 หมายถึง ผู้ชมมีความพึงพอใจต่อรายการ “ถึงลูกถึงคน” ระดับไม่พอใจอย่างยิ่ง
- ค่าเฉลี่ย 1 50-2 49 หมายถึง ผู้ชมมีความพึงพอใจต่อรายการ “ถึงลูกถึงคน” ระดับไม่พอใจ
- ค่าเฉลี่ย 2 50-3 49 หมายถึง ผู้ชมมีความพึงพอใจต่อรายการ “ถึงลูกถึงคน” ระดับพอใจปานกลาง
- ค่าเฉลี่ย 3 50-4 49 หมายถึง ผู้ชมมีความพึงพอใจต่อรายการ “ถึงลูกถึงคน” ระดับพอใจมาก
- ค่าเฉลี่ย 4 50-5 00 หมายถึง ผู้ชมมีความพึงพอใจต่อรายการ “ถึงลูกถึงคน” ระดับพอใจอย่างยิ่ง

5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่

1.1 ค่าร้อยละ (Percentage) ใช้สูตรดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด 2538 :101)

$$P = \frac{f}{n} \times 100$$

เมื่อ	P แทน	ค่าคะแนนเฉลี่ย
	f แทน	ผลรวมของคะแนนทั้งหมด
	n แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

1 2 ค่าเฉลี่ยเลขคณิตโดยใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตน์ 2541 40)

$$\bar{x} = \frac{\sum x}{n}$$

เมื่อ $\bar{x}$ แทน ค่าคะแนนเฉลี่ย
 $\sum x$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมด
 n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

1 3 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตน์ 2541 65)

$$s = \sqrt{\frac{n \sum x^2 - (\sum x)^2}{n(n-1)}}$$

เมื่อ s แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนของกลุ่มตัวอย่าง
 $\sum x^2$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง
 $(\sum x)^2$ แทน ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง
 n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

2 สถิติที่ใช้หาคุณภาพของแบบสอบถาม

หาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้วิธีสัมประสิทธิ์แอลฟา (α -Coefficient) ของครอนบัค (Cronbach) (กัลยา วาณิชยปัญญา 2546 449) โดยมีสูตรดังนี้

$$\alpha = \frac{k \text{ covariance / variance}}{1 + (k - 1) \text{ covariance / variance}}$$

เมื่อ α แทน ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ
 k แทน จำนวนคำถาม
 covariance แทน ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนร่วมระหว่างคำถามต่าง ๆ
 variance แทน ค่าเฉลี่ยของค่าความแปรปรวนของคำถาม

ค่าแอลฟาที่ได้จะแสดงถึงระดับของความคงที่ของแบบสอบถาม โดยจะมีค่าระหว่าง $0 \leq \alpha \leq 1$ ค่าที่ใกล้เคียง 1 มาก แสดงว่ามีความเชื่อมั่นสูง

3 สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน

3.1 การทดสอบสมมติฐานข้อ 1 ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม โดยใช้สูตร **t-test** แบบ **Independent** (กัลยา วาณิชย์บัญชา 2544 :135)

$$t = \frac{\bar{x}_1 - \bar{x}_2}{\sqrt{\frac{s_1^2}{n_1} + \frac{s_2^2}{n_2}}}$$

เมื่อ	t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t-Distribution
	$\bar{x}_1$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
	$\bar{x}_2$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 2
	s_1^2	แทน	ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
	s_2^2	แทน	ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 2
	n_1	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
	n_2	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 2
	df	แทน	ชั้นแห่งความเป็นอิสระ ($n_1 + n_2 - 2$)

3.2 การทดสอบสมมติฐานข้อ 2 3 4 5 และข้อ 6 ในความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม ใช้วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance)

$$F = \frac{MS_b}{MS_w}$$

เมื่อ F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน F-Distribution
MS _b	แทน	ค่าความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม
MS _w	แทน	ค่าความแปรปรวนภายในกลุ่ม
df	แทน	ชั้นแห่งความเป็นอิสระ ได้แก่ ระหว่างกลุ่ม (k-1) ภายในกลุ่ม (n-k)

และถ้าผลการทดสอบมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติแล้ว ต้องทำการทดสอบเป็นรายคู่ต่อไป เพื่อดูว่ามีคู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน โดยใช้วิธี Fisher's Least Significant Difference (LSD) (กัลยา วานิชย์บัญชา 2545 332-333)

$$LSD = t_{1-\alpha/2, n-k} \sqrt{MSE \left[\frac{1}{n_i} + \frac{1}{n_j} \right]}$$

เมื่อ $t_{1-\alpha/2, n-k}$	แทน	ค่าที่ใช้พิจารณาในการแจกแจงแบบ t-test ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และชั้นแห่งความเป็นอิสระภายในกลุ่ม
MSE	แทน	ค่าความแปรปรวนภายในกลุ่ม (MS_w)
n_i	แทน	จำนวนข้อมูลของกลุ่ม i
n_j	แทน	จำนวนข้อมูลของกลุ่ม j

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลของงานศึกษาค้นคว้าเรื่องความพึงพอใจของผู้ชมรายการ“ถึงลูกถึงคน” ในเขตกรุงเทพมหานครทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ในการวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูล ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ และอักษรย่อในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังต่อไปนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

$\bar{X}$	แทน	ค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean)
S D	แทน	ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
n	แทน	จำนวนตัวอย่างของผู้ชมรายการ“ถึงลูกถึงคน”
t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t-distribution
F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน F-distribution
P	แทน	ความน่าจะเป็นสำหรับบอกนัยสำคัญทางสถิติ (Probability)
df	แทน	ระดับชั้นของความเป็นอิสระ (Degree of Freedom)
SS	แทน	ผลบวกกำลังสองของคะแนน (Sum of Square)
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยของผลบวกกำลังสองของคะแนน (Mean Square)
*	แทน	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
**	แทน	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01
H ₀	แทน	สมมติฐานหลัก (Null Hypothesis)
H ₁	แทน	สมมติฐานรอง (Alternative Hypothesis)

การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้เสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งเป็น

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ ของผู้ชมรายการ“ถึงลูกถึงคน” ในเขตกรุงเทพมหานครทางสถานีโทรทัศน์ ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. โดยจำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สถานภาพสมรส

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการ “ถึงลูกถึงคน” ในเขตกรุงเทพมหานครทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ใน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านรูปแบบเนื้อหา ด้านวิธีการนำเสนอ ด้านผู้ดำเนินรายการ และด้านการมีส่วนร่วมของผู้ชม

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ชมรายการ“ถึงลูกถึงคน” ในเขตกรุงเทพมหานครทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. โดยจำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สถานภาพสมรส โดยวิเคราะห์ความถี่และร้อยละ ดังปรากฏในตาราง 1

ตาราง 1 จำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ ของผู้ชมรายการ “ถึงลูกถึงคน” ในเขตกรุงเทพมหานครทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.

	ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1	เพศ		
	ชาย	156	37.1
	หญิง	264	62.9
	รวม	420	100.0
2	อายุ		
	ต่ำกว่า 20 ปี	34	8.1
	20-39 ปี	287	68.3
	40 ปี ขึ้นไป	99	23.6
	รวม	420	100.0
3	ระดับการศึกษา		
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	112	26.7
	ปริญญาตรี	239	56.9
	สูงกว่าปริญญาตรี	69	16.4
	รวม	420	100.0
4	อาชีพ		
	นักเรียน / นักศึกษา	65	15.5
	พนักงานบริษัทเอกชน	178	42.4
	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	48	11.4
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	35	8.3
	ข้าราชการ	84	20.0
	อื่น ๆ	10	2.4*
	รวม	420	100.0

ตาราง 1 (ต่อ)

	ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
5	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	114	27.1
	10,001-30,000 บาท	194	46.2
	สูงกว่า 30,000 บาท	112	26.7
	รวม	420	100.0
6	สถานภาพสมรส		
	โสด	247	58.8
	สมรส	137	32.6
	หย่า / แยกกันอยู่ / หม้าย	36	8.6
	รวม	420	100.0

* ไม่นำมาใช้ประเมินทางสถิติเนื่องจากจำนวนผู้ชมรายการ“ถึงลูกถึงคน” ที่มีอาชีพ อื่น ๆ มีจำนวนน้อย

จากตาราง 1 แสดงลักษณะทั่วไปทางประชากรศาสตร์ของผู้ชมรายการ“ถึงลูกถึงคน”ในเขตกรุงเทพมหานครทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 420 คน โดยสามารถจำแนกตามตัวแปร ได้ดังนี้

เพศ ผู้ชมรายการ“ถึงลูกถึงคน” ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย

อายุ ผู้ชมรายการ“ถึงลูกถึงคน” ส่วนใหญ่อายุ 20-39 ปี รองลงมาคือ อายุ 40 ปีขึ้นไป และอายุต่ำกว่า 20 ปี ตามลำดับ

ระดับการศึกษา ผู้ชมรายการ“ถึงลูกถึงคน” ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี รองลงมาคือระดับต่ำกว่าปริญญาตรี และระดับสูงกว่าปริญญาตรี ตามลำดับ

อาชีพ ผู้ชมรายการ“ถึงลูกถึงคน” ส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน รองลงมาคือข้าราชการ นักเรียน/นักศึกษา พนักงานรัฐวิสาหกิจ ประกอบธุรกิจส่วนตัว และอาชีพอื่น ๆ ตามลำดับ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ผู้ชมรายการ“ถึงลูกถึงคน” ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-30,000 บาท รองลงมาคือรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท และรายได้สูงกว่า 30,000 บาท ตามลำดับ

สถานภาพสมรส ผู้ชมรายการ“ถึงลูกถึงคน” ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส โสด รองลงมาคือสมรส และหย่า/แยกกันอยู่/หม้าย ตามลำดับ

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการ “ถึงลูกถึงคน” ในเขตกรุงเทพมหานครทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ใน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านรูปแบบเนื้อหา ด้านวิธีการนำเสนอ ด้านผู้ดำเนินรายการ และด้านการมีส่วนร่วมของผู้ชม แยกเป็นโดยรวมและรายด้าน โดยใช้ค่าเฉลี่ยและความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังปรากฏในตาราง 2

ตาราง 2 ค่าเฉลี่ยและความเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการ “ถึงลูกถึงคน” ในเขตกรุงเทพมหานครทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. โดยรวมและรายด้าน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านรูปแบบเนื้อหา ด้านวิธีการนำเสนอ ด้านผู้ดำเนินรายการ และด้านการมีส่วนร่วมของผู้ชม

ความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการ“ถึงลูกถึงคน” ในเขตกรุงเทพมหานครทางสถานีโทรทัศน์ช่อง9 อ. ส.ม.ท.	— X	S D	ระดับความ พึงพอใจ
ด้านรูปแบบเนื้อหา	3.92	0.48	มาก
ด้านวิธีการนำเสนอ	3.41	0.49	ปานกลาง
ด้านผู้ดำเนินรายการ	3.87	0.61	มาก
ด้านการมีส่วนร่วมของผู้ชม	3.54	0.55	มาก
รวม	3.68	0.43	มาก

จากตาราง 2 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการ “ถึงลูกถึงคน” ในเขตกรุงเทพมหานครทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. พบว่า ความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับพอใจมาก โดยมีความพึงพอใจต่อด้านรูปแบบเนื้อหา มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาเป็น ด้านผู้ดำเนินรายการ ด้านการมีส่วนร่วมของผู้ชม และด้านวิธีการนำเสนอ ตามลำดับ

ตาราง 3 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการ “ถึงลูกถึงคน” ในเขตกรุงเทพมหานครทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ด้านรูปแบบเนื้อหา

ด้านรูปแบบเนื้อหา	$\bar{X}$	S D	ระดับความพึงพอใจ
ความน่าสนใจของเนื้อหาที่นำเสนอในรายการ	3.89	0.65	มาก
ความหลากหลายของเนื้อหาที่นำเสนอในรายการ	3.82	0.64	มาก
ความทันสมัยและทันต่อเหตุการณ์ของเนื้อหา			
รายการ	4.30	0.66	มาก
การสะท้อนสถานการณ์ปัจจุบันของเนื้อหา			
รายการ	4.13	0.69	มาก
การให้ประโยชน์ด้านข้อมูลเจาะลึกของเนื้อหา			
รายการ	3.99	0.72	มาก
การให้ประโยชน์ด้านนำเนื้อหารายการไปคุยกับ			
เพื่อนร่วมงาน	3.70	0.68	มาก
การให้ประโยชน์ด้านนำเนื้อหาของรายการไปเป็น			
ข้อมูลเพื่อใช้ในการตัดสินใจในชีวิตประจำวัน	3.60	0.72	มาก
รวม	3.92	0.48	มาก

จากตาราง 3 ผลการวิเคราะห์แสดงว่าความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการ “ถึงลูกถึงคน” ในเขตกรุงเทพมหานครทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ในด้านรูปแบบเนื้อหาโดยรวมอยู่ในระดับพอใจมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าผู้ชมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับพอใจมากทุกข้อ โดยมีความพึงพอใจต่อความทันสมัยและทันต่อเหตุการณ์ของเนื้อหารายการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด

ตาราง 4 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการ “ถึงลูกถึงคน” ในเขตกรุงเทพมหานครทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ด้านวิธีการนำเสนอ

ด้านวิธีการนำเสนอ	$\bar{X}$	S D	ระดับความพึงพอใจ
ความทันสมัยของรูปแบบการออกอากาศสด	3.80	0.73	มาก
ระบบแสง สี เสียง	3.39	0.66	ปานกลาง
ความสวยงามของการออกแบบฉากในรายการ	3.19	0.63	ปานกลาง
ขนาดของตัวอักษรของข้อความของผู้ชมที่ร่วมแสดงความคิดเห็นทางจอโทรทัศน์ในระหว่างออกอากาศ	3.22	0.73	ปานกลาง
ความหลากหลายของช่องทางในการรับชมรายการ หลายช่องทาง เช่น ทางโทรทัศน์ ทางวิทยุ และอินเทอร์เน็ต	3.50	0.75	มาก
ความเหมาะสมของวันในการออกอากาศ	3.51	0.83	มาก
ความเหมาะสมของเวลาในการออกอากาศ	3.22	0.85	ปานกลาง
ระยะเวลาในการออกอากาศ	3.46	0.76	ปานกลาง
รวม	3.41	0.49	ปานกลาง

จากตาราง 4 ผลการวิเคราะห์แสดงว่าความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการ “ถึงลูกถึงคน” ในเขตกรุงเทพมหานครทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ในด้านวิธีการนำเสนอโดยรวมอยู่ในระดับพอใจปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าผู้ชมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับพอใจปานกลาง ยกเว้นความทันสมัยของรูปแบบการออกอากาศสด ความหลากหลายของช่องทางในการรับชมรายการหลายช่องทาง เช่น ทางโทรทัศน์ ทางวิทยุ และอินเทอร์เน็ต ความเหมาะสมของวันในการออกอากาศ ผู้ชมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับพอใจมาก โดยมีความพึงพอใจความทันสมัยของรูปแบบการออกอากาศสด มีค่าเฉลี่ยสูงสุด

ตาราง 5 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการ “ถึงลูกถึงคน” ในเขตกรุงเทพมหานครทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ด้านผู้ดำเนินรายการ

ด้านผู้ดำเนินรายการ	$\bar{X}$	S D	ระดับความพึงพอใจ
บุคลิกภาพของพิธีกร	3.90	0.77	มาก
ภาพลักษณ์ของพิธีกร	3.95	0.75	มาก
การแต่งกายของพิธีกร	3.99	0.69	มาก
การใช้ภาษาได้ถูกต้องตามหลักการใช้ ภาษาไทยของพิธีกร	3.73	0.80	มาก
การใช้น้ำเสียงและวิธีการพูดของพิธีกร	3.82	0.81	มาก
การแสดงกิริยาของพิธีกร	3.64	0.87	มาก
การควบคุมอารมณ์ของพิธีกร	3.67	0.83	มาก
การตั้งคำถามของพิธีกรต่อผู้ร่วมรายการได้ ตรงประเด็น	4.00	0.83	มาก
การควบคุมสถานการณ์ในรายการของพิธีกร	3.94	0.76	มาก
ความรู้ของพิธีกรในประเด็นที่น่าสนใจใน รายการ	3.91	0.72	มาก
ความเชื่อมั่นของพิธีกร	4.05	0.78	มาก
รวม	3.87	0.61	มาก

จากตาราง 5 ผลการวิเคราะห์แสดงว่าความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการ “ถึงลูกถึงคน” ในเขตกรุงเทพมหานครทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ในด้านผู้ดำเนินรายการโดยรวมอยู่ในระดับพอใจมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าผู้ชมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับพอใจมากทุกข้อ โดยมีความพึงพอใจต่อความเชื่อมั่นของพิธีกรมีค่าเฉลี่ยสูงสุด

ตาราง 6 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการ “ถึงลูกถึงคน” ในเขตกรุงเทพมหานครทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อสมท ด้านการมีส่วนร่วมของผู้ชม

ด้านการมีส่วนร่วมของผู้ชม	$\bar{X}$	S D	ระดับความพึงพอใจ
ความหลากหลายของช่องทางในการร่วมแสดงความคิดเห็นของผู้ชมรายการ เช่นทางโทรศัพท์, การส่ง SMS และทางอินเทอร์เน็ต	3.60	0.80	มาก
การให้ความสำคัญต่อการมีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็นของผู้ชม	3.60	0.76	มาก
ความน่าสนใจของประเด็นที่นำมาเสนอให้ผู้ชมร่วมแสดงความคิดเห็น(Vote)ในระหว่างออกอากาศ (ทางSMSและทางอินเทอร์เน็ต)	3.58	0.76	มาก
การแสดงข้อความของผู้ชมที่ร่วมแสดงความคิดเห็นทางจอโทรทัศน์ในระหว่างออกอากาศ	3.59	0.75	มาก
การคัดกรองข้อความของผู้ชมที่ร่วมแสดงความคิดเห็น เพื่อแสดงทางจอโทรทัศน์ในระหว่างออกอากาศ	3.42	0.75	ปานกลาง
จำนวนหมายเลขโทรศัพท์ในการร่วมแสดงความคิดเห็น (02-201-6061-3)	3.22	0.74	ปานกลาง
ความสร้างสรรค์และเป็นประโยชน์ต่อสังคมของความคิดเห็นของผู้ชมที่มีร่วมแสดงในรายการ	3.77	0.77	มาก
รวม	3.54	0.55	มาก

จากตาราง 6 ผลการวิเคราะห์แสดงว่าความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการ “ถึงลูกถึงคน” ในเขตกรุงเทพมหานครทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อสมท ในด้านการมีส่วนร่วมของผู้ชมโดยรวมอยู่ในระดับพอใจมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าผู้ชมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับพอใจมาก ยกเว้นการคัดกรองข้อความของผู้ชมที่ร่วมแสดงความคิดเห็นเพื่อแสดงทางจอโทรทัศน์ในระหว่างออกอากาศ จำนวนหมายเลขโทรศัพท์ในการร่วมแสดงความคิดเห็น (02-201-6061-3)ผู้ชมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับพ่พอใจปานกลาง โดยมีความพึงพอใจ ความสร้างสรรค์และเป็นประโยชน์ต่อสังคมของความคิดเห็นของผู้ชมที่มีร่วมแสดงในรายการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด

ตาราง 7 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการ “ถึงลูกถึงคน” ในเขตกรุงเทพมหานครทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. โดยรวมและรายด้าน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านรูปแบบเนื้อหา ด้านวิธีการนำเสนอ ด้านผู้ดำเนินรายการ และด้านการมีส่วนร่วมของผู้ชม จำแนกตามเพศ

ความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการ “ถึงลูกถึงคน”	ชาย		ระดับความพึงพอใจ	หญิง		ระดับความพึงพอใจ
	— X	S D		— X	S D	
ด้านรูปแบบเนื้อหา	3.90	0.51	มาก	3.93	0.47	มาก
ด้านวิธีการนำเสนอ	3.42	0.53	ปานกลาง	3.40	0.48	ปานกลาง
ด้านผู้ดำเนินรายการ	3.82	0.64	มาก	3.90	0.59	มาก
ด้านการมีส่วนร่วมของผู้ชม	3.47	0.59	ปานกลาง	3.58	0.53	มาก
รวม	3.65	0.47	มาก	3.71	0.42	มาก

จากตาราง 7 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้ชมทั้งเพศชายและเพศหญิงที่มีต่อรายการ “ถึงลูกถึงคน” ในเขตกรุงเทพมหานครทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. พบว่าความพึงพอใจรวมอยู่ในระดับพอใจมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า เพศชายมีความพึงพอใจด้านรูปแบบเนื้อหาและด้านผู้ดำเนินรายการอยู่ในระดับพอใจมาก และมีความพึงพอใจด้านวิธีการนำเสนอและด้านการมีส่วนร่วมของผู้ชมอยู่ในระดับพอใจปานกลาง ส่วนเพศหญิง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับพอใจมากทุกด้านยกเว้นด้านวิธีการนำเสนอมีความพอใจ อยู่ในระดับพอใจปานกลาง

ตาราง 8 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการ “ถึงลูกถึงคน” ในเขตกรุงเทพมหานครทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. โดยรวมและรายด้าน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านรูปแบบเนื้อหา ด้านวิธีการนำเสนอ ด้านผู้ดำเนินรายการ และด้านการมีส่วนร่วมของผู้ชม จำแนกตามอายุ

ความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการ “ถึงลูกถึงคน”	ต่ำกว่า 20 ปี		ระดับความพึงพอใจ	20-39 ปี		ระดับความพึงพอใจ	40 ปีขึ้นไป		ระดับความพึงพอใจ
	- X	SD		- X	SD		- X	SD	
ด้านรูปแบบเนื้อหา	4.10	0.37	มาก	3.93	0.51	มาก	3.83	0.44	มาก
ด้านวิธีการนำเสนอ	3.72	0.48	มาก	3.36	0.50	ปานกลาง	3.44	0.46	ปานกลาง
ด้านผู้ดำเนินรายการ	4.02	0.51	มาก	3.90	0.63	มาก	3.74	0.54	มาก
ด้านการมีส่วนร่วมของผู้ชม	3.88	0.52	มาก	3.52	0.56	มาก	3.48	0.51	ปานกลาง
รวม	3.93	0.36	มาก	3.68	0.45	มาก	3.62	0.38	มาก

จากตาราง 8 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้ชมที่มีอายุแตกต่างกันที่มีต่อรายการ “ถึงลูกถึงคน” ในเขตกรุงเทพมหานครทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. พบว่าความพึงพอใจรวมอยู่ในระดับพอใจมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้ชมที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปีมีความพึงพอใจระดับพอใจมากทุกด้าน ผู้ชมที่มีอายุ 20-39 ปี มีความพึงพอใจระดับพอใจมากทุกด้านยกเว้นด้านด้านวิธีการนำเสนอมีความพึงพอใจระดับพอใจปานกลาง ส่วนผู้ชมที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจด้านรูปแบบเนื้อหาและด้านผู้ดำเนินรายการอยู่ในระดับพอใจมาก และมีความพึงพอใจด้านวิธีการนำเสนอและด้านการมีส่วนร่วมของผู้ชมอยู่ในระดับพอใจปานกลาง

ตาราง 9 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการ “ถึงลูกถึงคน” ในเขตกรุงเทพมหานครทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. โดยรวมและรายด้าน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านรูปแบบเนื้อหา ด้านวิธีการนำเสนอ ด้านผู้ดำเนินรายการ และด้านการมีส่วนร่วมของผู้ชม จำแนกตามระดับการศึกษา

	ต่ำกว่า ปริญญาตรี		ระดับ ความ พึง พอใจ	ปริญญาตรี		ระดับ ความ พึง พอใจ	สูงกว่า ปริญญาตรี		ระดับ ความ พึง พอใจ
	- X	S D		- X	S D		- X	S D	
ความพึงพอใจของ ผู้ชมที่มีต่อรายการ “ถึงลูกถึงคน”									
ด้านรูปแบบเนื้อหา	3 98	0 50	มาก	3 92	0 49	มาก	3 81	0 41	มาก
ด้านวิธีการนำเสนอ	3 54	0 57	มาก	3 37	0 44	ปาน	3 37	0 51	ปาน
						กลาง			กลาง
ด้านผู้ดำเนิน รายการ	3 96	0 60	มาก	3 88	0 60	มาก	3 71	0 62	มาก
ด้านการมีส่วนร่วม ของผู้ชม	3 73	0 60	มาก	3 49	0 51	ปาน กลาง	3 40	0 56	ปาน กลาง
รวม	3 80	0 47	มาก	3 67	0 42	มาก	3 56	0 40	มาก

จากตาราง 9 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้ชมที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันที่มีต่อรายการ “ถึงลูกถึงคน” ในเขตกรุงเทพมหานครทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. พบว่าความพึงพอใจรวมอยู่ในระดับพอใจมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้ชมที่มีระดับการศึกษากว่าปริญญาตรีมีความพึงพอใจในระดับพอใจมากในทุกด้าน ผู้ชมที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจด้านรูปแบบเนื้อหาและด้านผู้ดำเนินรายการอยู่ในระดับพอใจมาก และมีความพึงพอใจด้านวิธีการนำเสนอและด้านการมีส่วนร่วมของผู้ชม อยู่ในระดับพอใจปานกลาง

ตาราง 10 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการ "ถึงลูกถึงคน" ในเขตกรุงเทพมหานครทางสถานีโทรทัศน์
ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. โดยรวมและรายด้าน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านรูปแบบเนื้อหา ด้านวิธีการนำเสนอ ด้านผู้ดำเนินรายการ และด้านการมีส่วนร่วมของผู้ชม จำแนก
ตามอาชีพ

	นักเรียน/นักศึกษา	ระดับความพึงพอใจ		พนักงานบริษัทเอกชน		ระดับความพึงพอใจ		พนักงานรัฐวิสาหกิจ		ระดับความพึงพอใจ		ประกอบธุรกิจส่วนตัว		ระดับความพึงพอใจ		ข้าราชการ		ระดับความพึงพอใจ
		-	SD	-	SD	-		-	SD	-		-	SD	-		-	SD	
ความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการ "ถึงลูกถึงคน"	4 08 3 62	0 43 0 54	มาก มาก	3 96 3 37	0 47 0 49	มาก ปานกลาง		3 69 3 30	0 44 0 46	มาก ปานกลาง		3 89 3 36	0 48 0 48	มาก ปานกลาง		3 85 3 44	0 54 0 47	มาก ปานกลาง
ด้านวิธีการนำเสนอ	4 12	0 57	มาก	3 94	0 57	มาก		3 55	0 64	มาก		3 85	0 55	มาก		3 76	0 65	มาก
ด้านผู้ดำเนินรายการ	3 87	0 55	มาก	3 52	0 49	มาก		3 27	0 59	ปานกลาง		3 46	0 53	ปานกลาง		3 48	0 57	ปานกลาง
ด้านการมีส่วนร่วมของผู้ชม	3 92	0 41	มาก	3 69	0 40	มาก		3 46	0 43	ปานกลาง		3 64	0 44	มาก		3 63	0 46	มาก

จากตาราง 10 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้ชมที่มีอาชีพแตกต่างกันที่มีต่อรายการ “ถึงลูกถึงคน” ในเขตกรุงเทพมหานครทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. พบว่าความพึงพอใจรวมอยู่ในระดับพอใจมาก ยกเว้นผู้ชมที่มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจมีความพึงพอใจระดับพอใจปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้ชมที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจในระดับพอใจมากในทุกด้าน ผู้ชมที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมีความพึงพอใจในระดับพอใจมากในทุกด้าน ยกเว้นด้านวิธีการนำเสนอมีความพึงพอใจระดับพอใจปานกลาง ส่วนผู้ชมที่มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจประกอบธุรกิจส่วนตัว และข้าราชการ มีความพึงพอใจด้านรูปแบบเนื้อหาและด้านผู้ดำเนินรายการอยู่ในระดับพอใจมากและมีความพึงพอใจด้านวิธีการนำเสนอและด้านการมีส่วนร่วมของผู้ชม อยู่ในระดับพอใจปานกลาง

ตาราง 11 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการ “ถึงลูกถึงคน” ในเขตกรุงเทพมหานครทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. โดยรวมและรายด้าน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านรูปแบบเนื้อหา ด้านวิธีการนำเสนอ ด้านผู้ดำเนินรายการ และด้านการมีส่วนร่วมของผู้ชม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

	ต่ำกว่า หรือ เท่ากับ 10,000 บาท		ระดับความพึงพอใจ	10,001- 30,000 บาท		ระดับความพึงพอใจ	สูงกว่า 30,000 บาท		ระดับความพึงพอใจ
	- X	S D		- X	S D		- X	S D	
ความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการ “ถึงลูกถึงคน”									
ด้านรูปแบบเนื้อหา	4.02	0.46	มาก	3.87	0.53	มาก	3.90	0.42	มาก
ด้านวิธีการนำเสนอ	3.51	0.52	มาก	3.39	0.47	ปานกลาง	3.34	0.50	ปานกลาง
ด้านผู้ดำเนินรายการ	4.01	0.56	มาก	3.84	0.64	มาก	3.79	0.57	มาก
ด้านการมีส่วนร่วมของผู้ชม	3.72	0.54	มาก	3.49	0.58	ปานกลาง	3.45	0.48	ปานกลาง
รวม	3.81	0.41	มาก	3.65	0.46	มาก	3.62	0.38	มาก

จากตาราง 11 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้ชมที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันที่มีต่อรายการ “ถึงลูกถึงคน” ในเขตกรุงเทพมหานครทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อสมท พบว่าความพึงพอใจรวมอยู่ในระดับพอใจมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้ชมที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า หรือเท่ากับ 10,000 บาท มีความพึงพอใจในระดับพอใจมากในทุกด้าน ส่วนผู้ชมที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-30,000 บาท และสูงกว่า 30,000 บาท มีความพึงพอใจด้านรูปแบบเนื้อหาและด้านผู้ดำเนินรายการ อยู่ในระดับพอใจมาก และมีความพึงพอใจด้านวิธีการนำเสนอและด้านการมีส่วนร่วมของผู้ชม อยู่ในระดับพอใจปานกลาง

ตาราง 12 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการ “ถึงลูกถึงคน” ในเขตกรุงเทพมหานครทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อสมท โดยรวมและรายด้าน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านรูปแบบเนื้อหา ด้านวิธีการนำเสนอ ด้านผู้ดำเนินรายการ และด้านการมีส่วนร่วมของผู้ชม จำแนกตามสถานภาพสมรส

ความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการ “ถึงลูกถึงคน”	โสด		ระดับความพึงพอใจ	สมรส		ระดับความพึงพอใจ	หย่า/แยกกันอยู่/หม้าย		ระดับความพึงพอใจ
	— X	S D		— X	S D		— X	S D	
ด้านรูปแบบเนื้อหา	3 92	0 49	มาก	3 91	0 49	มาก	3 96	0 46	มาก
ด้านวิธีการนำเสนอ	3 42	0 49	ปานกลาง	3 41	0 48	ปานกลาง	3 35	0 56	ปานกลาง
	3 88	0 63	มาก	3 87	0 58	มาก	3 85	0 62	มาก
ด้านการมีส่วนร่วมของผู้ชม	3 55	0 57	มาก	3 57	0 53	มาก	3 32	0 54	ปานกลาง
รวม	3 69	0 44	มาก	3 69	0 42	มาก	3 62	0 46	มาก

จากตาราง 12 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้ชมที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันที่มีต่อรายการ “ถึงลูกถึงคน” ในเขตกรุงเทพมหานครทางสถานีโทรทัศน์ของ 9 อสมท พบว่าความพึงพอใจรวมอยู่ในระดับพอใจมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้ชมที่มีสถานภาพสมรส โสดและสมรส มีความพึงพอใจในระดับพอใจมากในทุกด้านยกเว้นด้านวิธีการนำเสนอมีความพึงพอใจในระดับพอใจปานกลาง ส่วนผู้ชมที่มีสถานภาพสมรส มีความพึงพอใจด้านรูปแบบเนื้อหาและด้านผู้ดำเนินรายการ อยู่ในระดับพอใจมาก และมีความพึงพอใจด้านวิธีการนำเสนอและด้านการมีส่วนร่วมของผู้ชม อยู่ในระดับพอใจปานกลาง

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

การทดสอบสมมติฐานผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับ ดังต่อไปนี้

การทดสอบสมมติฐาน ข้อที่ 1 ผู้ชมที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจต่อการชมรายการ “ถึงลูกถึงคน” โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

H_0 ผู้ชมที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจต่อการชมรายการ “ถึงลูกถึงคน” โดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

H_1 ผู้ชมที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจต่อการชมรายการ “ถึงลูกถึงคน” โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบค่าโดยใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มเป็นอิสระกัน (Independent t-test) ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ 2-tailed Prob (p) มีค่าน้อยกว่า 05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง 13

ตาราง 13 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการ “ถึงลูกถึงคน” โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามเพศ

ความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการ“ถึงลูกถึงคน”	ชาย		หญิง		t	p
	– X	SD	– X	SD		
ด้านรูปแบบเนื้อหา	3 90	0 51	3 93	0 47	-0 673	0 502
ด้านวิธีการนำเสนอ	3 42	0 53	3 40	0 48	0 285	0 776
ด้านผู้ดำเนินรายการ	3 82	0 64	3 90	0 59	-0 139	0 166
ด้านการมีส่วนร่วมของผู้ชม	3 47	0 59	3 58	0 53	-0 196	0 058
รวม	3 65	0 47	3 71	0 42	-1 216	0 225

จากตาราง 13 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบผู้ชมที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจต่อการชมรายการ “ถึงลูกถึงคน”ในเขตกรุงเทพมหานครทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อสมท โดยรวมไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0 05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ชมที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกันทุกด้าน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0 05

การทดสอบสมมติฐาน ข้อที่ 2 ผู้ชมที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจต่อการชมรายการ “ถึงลูกถึงคน” โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

H₀ ผู้ชมที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจต่อการชมรายการ “ถึงลูกถึงคน” โดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

H₁ ผู้ชมที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจต่อการชมรายการ “ถึงลูกถึงคน” โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance One Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ผลการทดสอบสมมติฐานเป็นดังนี้

ตาราง 14 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการ “ถึงลูกถึงคน” โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามอายุ

ความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการ “ถึงลูกถึงคน”	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	p
ด้านรูปแบบเนื้อหา	ระหว่างกลุ่ม	2	1.89	0.95	4.086	0.017*
	ภายในกลุ่ม	417	96.42	0.23		
	รวม	419	98.31			
ด้านวิธีการนำเสนอ	ระหว่างกลุ่ม	2	3.96	1.98	8.366	0.000**
	ภายในกลุ่ม	417	98.59	0.24		
	รวม	419	102.54			
ด้านผู้ดำเนินรายการ	ระหว่างกลุ่ม	2	2.73	1.37	3.737	0.025*
	ภายในกลุ่ม	417	152.40	0.37		
	รวม	419	155.13			
ด้านการมีส่วนร่วมของผู้ชม	ระหว่างกลุ่ม	2	4.35	2.17	7.293	0.001**
	ภายในกลุ่ม	417	124.25	0.30		
	รวม	419	128.59			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	2	2.44	1.22	6.646	0.001**
	ภายในกลุ่ม	417	76.65	0.18		
	รวม	419	79.09			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 14 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบผู้ชมที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจต่อการชมรายการ “ถึงลูกถึงคน”ในเขตกรุงเทพมหานครทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. โดยรวม พบว่าผู้ชมที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการชมรายการ “ถึงลูกถึงคน” แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ชมที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจแตกต่างกันทุกด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับต่ำกว่า 0.05

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์นำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) ใช้วิธีทดสอบแบบการหาค่าความแตกต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ตามลำดับ ดังต่อไปนี้

ตาราง 15 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการ “ถึงลูกถึงคน” โดยรวมของผู้ชม เป็นรายคู่ ด้วยวิธี LSD โดยจำแนกตามอายุ

อายุ	ด้านความพึงพอใจ โดยรวม ✓	ต่ำกว่า 20 ปี	20-39 ปี	40 ปีขึ้นไป
	$\bar{X}$	3.93	3.68	3.62
ต่ำกว่า 20 ปี	3.93		0.25** (0.001)	0.31** (0.000)
20-39 ปี	3.68			0.06 (0.265)
40 ปีขึ้นไป	3.62			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 15 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ชมที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจต่อการชมรายการ “ถึงลูกถึงคน” ในเขตกรุงเทพมหานครทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ด้านความพึงพอใจโดยรวม มากกว่า ผู้ชมที่มีอายุ 20-39 ปี และผู้ชมที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตาราง 16 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการ “ถึงลูกถึงคน” ด้านรูปแบบเนื้อหา ของผู้ชมเป็นรายคู่ ด้วยวิธี LSD โดยจำแนกตามอายุ

อายุ	ด้านรูปแบบ เนื้อหา ✓	ต่ำกว่า 20 ปี	20-39 ปี	40 ปีขึ้นไป
	$\bar{X}$	4.10	3.93	3.83
ต่ำกว่า 20 ปี	4.10		1.17 (0.055)	0.27** (0.005)
20-39 ปี	3.93			0.10 (0.078)
40 ปีขึ้นไป	3.83			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 16 ผลการวิเคราะห์พบว่าผู้ชมที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจต่อการชมรายการ “ถึงลูกถึงคน” ในเขตกรุงเทพมหานครทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อสมท ด้านรูปแบบเนื้อหา มากกว่า ผู้ชมที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตาราง 17 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการ “ถึงลูกถึงคน” ด้านวิธีการนำเสนอ ของผู้ชมเป็นรายกลุ่ม ด้วยวิธี LSD โดยจำแนกตามอายุ

อายุ	ด้านวิธีการนำเสนอ	ต่ำกว่า 20 ปี	20-39 ปี	40 ปีขึ้นไป
	$\bar{X}$	3.72	3.36	3.44
ต่ำกว่า 20 ปี	3.72		3.57** (0.000)	0.28** (0.004)
20-39 ปี	3.36			-0.728 (0.200)
40 ปีขึ้นไป	3.44			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 17 ผลการวิเคราะห์พบว่าผู้ชมที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจต่อการชมรายการ “ถึงลูกถึงคน” ในเขตกรุงเทพมหานครทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อสมท ด้านวิธีการนำเสนอ มากกว่า ผู้ชมที่มีอายุ 20-39 ปี และผู้ชมที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตาราง 18 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการ “ถึงลูกถึงคน” ด้านผู้ดำเนินรายการ ของผู้ชมเป็นรายกลุ่ม ด้วยวิธี LSD โดยจำแนกตามอายุ

อายุ	ด้านผู้ดำเนินรายการ	ต่ำกว่า 20 ปี	20-39 ปี	40 ปีขึ้นไป
	$\bar{X}$	4.02	3.90	3.74
ต่ำกว่า 20 ปี	4.02		0.12 (0.258)	0.28* (0.019)
20-39 ปี	3.90			0.16* (0.024)
40 ปีขึ้นไป	3.74			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 18 ผลการวิเคราะห์พบว่าผู้ชมที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี และ ผู้ชมที่มีอายุ 20-39 ปี มีความพึงพอใจต่อการชมรายการ “ถึงลูกถึงคน”ในเขตกรุงเทพมหานครทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ ส ม ท ด้านผู้ดำเนินรายการ มากกว่า ผู้ชมที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0 05

ตาราง 19 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการ “ถึงลูกถึงคน” ด้านการมีส่วนร่วมของผู้ชม ของผู้ชมเป็นรายคู่ ด้วยวิธี LSD โดยจำแนกตามอายุ

อายุ	ด้านการมี ส่วนร่วมของผู้ชม	ต่ำกว่า 20 ปี	20-39 ปี	40 ปีขึ้นไป
	$\bar{X}$	3 88	3 52	3 48
ต่ำกว่า 20 ปี	3 88		0 36** (0 000)	0 40** (0 000)
20-39 ปี	3 52			0 04 (0 559)
40 ปีขึ้นไป	3 48			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0 01

จากตาราง 19 ผลการวิเคราะห์พบว่าผู้ชมที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจต่อการชมรายการ “ถึงลูกถึงคน”ในเขตกรุงเทพมหานครทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ ส ม ท ด้านการมีส่วนร่วมของผู้ชม มากกว่า ผู้ชมที่มีอายุ 20-39 ปี และผู้ชมที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0 01

การทดสอบสมมติฐาน ข้อที่ 3 ผู้ชมที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจต่อการชมรายการ “ถึงลูกถึงคน” โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

H_0 ผู้ชมที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจต่อการชมรายการ “ถึงลูกถึงคน” โดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

H_1 ผู้ชมที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจต่อการชมรายการ “ถึงลูกถึงคน” โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance One Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ผลการทดสอบสมมติฐานเป็นดังนี้

ตาราง 20 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการ “ถึงลูกถึงคน” โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามระดับการศึกษา

ความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการ “ถึงลูกถึงคน”	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	p
ด้านรูปแบบเนื้อหา	ระหว่างกลุ่ม	2	1 26	0 63	2 709	0 068
	ภายในกลุ่ม	417	97 05	0 23		
	รวม	419	98 31			
ด้านวิธีการนำเสนอ	ระหว่างกลุ่ม	2	2 77	1 38	5 788	0 003**
	ภายในกลุ่ม	417	99 78	0 24		
	รวม	419	102 54			
ด้านผู้ดำเนินรายการ	ระหว่างกลุ่ม	2	2 66	1 33	3 635	0 027*
	ภายในกลุ่ม	417	152 48	0 37		
	รวม	419	155 13			
ด้านการมีส่วนร่วมของผู้ชม	ระหว่างกลุ่ม	2	6 06	3 03	10 313	0 000**
	ภายในกลุ่ม	417	122 53	0 29		
	รวม	419	128 59			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	2	2 75	1 37	7 506	0 001**
	ภายในกลุ่ม	417	76 34	0 18		
	รวม	419	79 09			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0 05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0 01

จากตาราง 20 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบผู้ชมที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจต่อการชมรายการ “ถึงลูกถึงคน” ในเขตกรุงเทพมหานครทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. โดยรวม พบว่าผู้ชมที่มีการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการชมรายการ “ถึงลูกถึงคน” แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าผู้ชมที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจแตกต่างกันทุกด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับต่ำกว่า 0.05 ยกเว้นด้านรูปแบบเนื้อหา มีความพึงพอใจไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์นำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) ใช้วิธีทดสอบแบบการหาค่าความแตกต่างน้อยที่สุด (Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ตามลำดับ ดังต่อไปนี้

ตาราง 21 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการ “ถึงลูกถึงคน” โดยรวมของผู้ชม เป็นรายคู่ ด้วยวิธี LSD โดยจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	ด้านความ พึงพอใจ โดยรวม	ต่ำกว่า ปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี
	$\bar{X}$	3.80	3.67	3.56
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.80		0.14** (0.005)	0.24** (0.000)
ปริญญาตรี	3.67			0.10 (0.076)
สูงกว่าปริญญาตรี	3.56			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 21 ผลการวิเคราะห์พบว่าผู้ชมที่มีระดับการศึกษาด้านต่ำกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจต่อการชมรายการ “ถึงลูกถึงคน”ในเขตกรุงเทพมหานครทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ด้านความพึงพอใจโดยรวม มากกว่า ผู้ชมที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีและ สูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตาราง 22 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการ “ถึงลูกถึงคน”
ด้านวิธีการนำเสนอ ของผู้ชมเป็นรายคู่ ด้วยวิธี LSD โดยจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	ด้านวิธีการ นำเสนอ	ต่ำกว่า ปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี
	$\bar{X}$	3 54	3 37	3 32
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3 54		1 17** (0 003)	0 22** (0 004)
ปริญญาตรี	3 37			0 05 (0 442)
สูงกว่าปริญญาตรี	3 32			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0 01

จากตาราง 22 ผลการวิเคราะห์พบว่าผู้ชมที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจต่อการชมรายการ “ถึงลูกถึงคน”ในเขตกรุงเทพมหานครทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ด้านวิธีการนำเสนอ มากกว่า ผู้ชมที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีและ สูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0 01

ตาราง 23 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการ “ถึงลูกถึงคน”
ด้านผู้ดำเนินรายการ ของผู้ชมเป็นรายคู่ ด้วยวิธี LSD โดยจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	ด้านผู้ดำเนิน รายการ	ต่ำกว่า ปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี
	$\bar{X}$	3 96	3 88	3 71
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3 96		0 86 (0 218)	0 25** (0 007)
ปริญญาตรี	3 88			0 16* (0 048)
สูงกว่าปริญญาตรี	3 71			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0 05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0 01

จากตาราง 23 ผลการวิเคราะห์พบว่าผู้ชมที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจต่อการชมรายการ “ถึงลูกถึงคน” ในเขตกรุงเทพมหานครทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อสมท ด้านผู้ดำเนินรายการ มากกว่า ผู้ชมที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และผู้ชมที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้ชมที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 24 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการ “ถึงลูกถึงคน” ด้านการมีส่วนร่วมของผู้ชม ของผู้ชมเป็นรายคู่ ด้วยวิธี LSD โดยจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	ด้านการมีส่วนร่วมของผู้ชม	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
	$\bar{X}$	3.73	3.49	3.40
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.73		0.24** (0.000)	0.33** (0.000)
ปริญญาตรี	3.49			0.09 (0.209)
สูงกว่าปริญญาตรี	3.40			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 24 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ชมที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจต่อการชมรายการ “ถึงลูกถึงคน” ในเขตกรุงเทพมหานครทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อสมท ด้านการมีส่วนร่วมของผู้ชม มากกว่า ผู้ชมที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีและ สูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

การทดสอบสมมติฐาน ข้อที่ 4 ผู้ชมที่มีอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจต่อการชมรายการ “ถึงลูกถึงคน” โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

H_0 ผู้ชมที่มีอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจต่อการชมรายการ “ถึงลูกถึงคน” โดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

H_1 ผู้ชมที่มีอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจต่อการชมรายการ “ถึงลูกถึงคน” โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance One Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ผลการทดสอบสมมติฐานเป็นดังนี้

ตาราง 25 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการ “ถึงลูกถึงคน” โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามอาชีพ

ความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการ “ถึงลูกถึงคน”	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	p
ด้านรูปแบบเนื้อหา	ระหว่างกลุ่ม	4	4.83	1.21	5.310	0.001**
	ภายในกลุ่ม	405	92.12	0.23		
	รวม	409	96.95			
ด้านวิธีการนำเสนอ	ระหว่างกลุ่ม	4	3.92	0.98	4.099	0.004**
	ภายในกลุ่ม	405	96.89	0.24		
	รวม	409	100.81			
ด้านผู้ดำเนินรายการ	ระหว่างกลุ่ม	4	10.61	2.65	7.565	0.000**
	ภายในกลุ่ม	405	141.97	0.35		
	รวม	409	152.58			
ด้านการมีส่วนร่วมของผู้ชม	ระหว่างกลุ่ม	4	11.13	2.78	9.820	0.000**
	ภายในกลุ่ม	405	114.73	0.28		
	รวม	409	125.86			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	4	6.49	1.62	9.153	0.000**
	ภายในกลุ่ม	405	71.81	0.18		
	รวม	409	78.30			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 25 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบผู้ชมที่มีอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจต่อการชมรายการ “ถึงลูกถึงคน” ในเขตกรุงเทพมหานครทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อสมท โดยรวม ผู้ชมที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการชมรายการ “ถึงลูกถึงคน” แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าผู้ชมที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจแตกต่างกันทุกด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์นำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) ใช้วิธีทดสอบแบบการหาค่าความแตกต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 05 ตามลำดับ ดังต่อไปนี้

ตาราง 26 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการ “ถึงลูกถึงคน” โดยรวมของผู้ชม เป็นรายคู่ ด้วยวิธี LSD โดยจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	ด้าน ความ พึงพอใจ โดยรวม	นักเรียน / นักศึกษา	พนักงาน บริษัทเอกชน	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	ประกอบ ธุรกิจ ส่วนตัว	ข้าราชการ
	$\bar{X}$	3 92	3 69	3 46	3 64	3 63
นักเรียน / นักศึกษา	3 92		0 23** (0 000)	0 47** (0 000)	0 28** (0 002)	0 29** (0 000)
พนักงาน บริษัทเอกชน	3 69			0 24** (0 001)	0 05 (0 506)	0 06 (0 280)
พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	3 46				-0 19* (0 047)	-0 18* (0 020)
ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว	3 64					0 01 (0 921)
ข้าราชการ	3 63					

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0 05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0 01

จากตาราง 26 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ชมที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมีความพึงพอใจมากกว่าผู้ชมที่มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และผู้ชมที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษามีความพึงพอใจมากกว่าผู้ชมที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ผู้ชมที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว ผู้ชมที่มีอาชีพข้าราชการและผู้ชมที่มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนผู้ชมที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัวและผู้ชมที่มีอาชีพข้าราชการ มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้ชมที่มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 27 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการ “ถึงลูกถึงคน”
ด้านรูปแบบเนื้อหา ของผู้ชม เป็นรายคู่ ด้วยวิธี LSD โดยจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	ด้านรูปแบบเนื้อหา	นักเรียน / นักศึกษา	พนักงานบริษัทเอกชน	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	ข้าราชการ
	$\bar{X}$	4.08	3.96	3.69	3.89	3.85
นักเรียน / นักศึกษา	4.08		0.13 (0.064)	0.39** (0.000)	0.19 (0.059)	0.23** (0.003)
พนักงานบริษัทเอกชน	3.96			0.26** (0.001)	0.06 (0.488)	0.10 (0.104)
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.69				-0.20 (0.059)	-0.16 (0.067)
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	3.89					0.04 (0.663)
ข้าราชการ	3.85					

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 27 ผลการวิเคราะห์พบว่าผู้ชมที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจต่อการชมรายการ “ถึงลูกถึงคน” ในเขตกรุงเทพมหานครทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อสมท ด้านรูปแบบเนื้อหา มากกว่า ผู้ชมที่มีอาชีพข้าราชการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และผู้ชมที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนและนักเรียน/นักศึกษามีความพึงพอใจมากกว่าผู้ชมที่มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตาราง 28 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการ “ถึงลูกถึงคน” ด้านวิธีการนำเสนอ ของผู้ชม เป็นรายคู่ ด้วยวิธี LSD โดยจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	ด้าน วิธีการ นำเสนอ	นักเรียน / นักศึกษา	พนักงาน บริษัทเอกชน	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	ประกอบ ธุรกิจ ส่วนตัว	ข้าราชการ
	$\bar{X}$	3.62	3.37	3.30	3.36	3.44
นักเรียน / นักศึกษา	3.62		0.25** (0.000)	0.32** (0.001)	0.25* (0.013)	0.18* (0.030)
พนักงาน บริษัทเอกชน	3.37			0.06 (0.428)	0.00 (0.992)	-0.08 (0.227)
พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	3.30				-0.06 (0.568)	-0.14 (0.111)
ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว	3.36					-0.08 (0.422)
ข้าราชการ	3.44					

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 28 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ชมที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจต่อการชมรายการ “ถึงลูกถึงคน” ในเขตกรุงเทพมหานครทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ด้านวิธีการนำเสนอ มากกว่า ผู้ชมที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และผู้ชมที่มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ ผู้ชมที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้ชมที่มีอาชีพข้าราชการ และผู้ชมที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 29 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการ “ถึงลูกถึงคน” ด้านผู้ดำเนินรายการ ของผู้ชม เป็นรายกลุ่ม ด้วยวิธี LSD โดยจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	ด้านผู้ ดำเนิน รายการ	นักเรียน / นักศึกษา	พนักงาน บริษัทเอกชน	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	ประกอบ ธุรกิจ ส่วนตัว	ข้าราชการ
	$\bar{X}$	4.12	3.94	3.55	3.85	3.76
นักเรียน / นักศึกษา	4.12		0.18* (0.039)	0.56** (0.000)	0.27* (0.032)	0.36** (0.000)
พนักงาน บริษัทเอกชน	3.94			0.38** (0.000)	0.89 (0.417)	0.18* (0.021)
พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	3.55				-0.29* (0.026)	-0.20 (0.061)
ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว	3.85					0.09 (0.436)
ข้าราชการ	3.76					

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 29 ผลการวิเคราะห์พบว่าผู้ชมที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจต่อการชมรายการ “ถึงลูกถึงคน”ในเขตกรุงเทพมหานครทางสถานีโทรทัศน์ช่อง9 อ.ส.ม.ท ด้านผู้ดำเนินรายการ มากกว่า ผู้ชมที่มีอาชีพข้าราชการ และ ผู้ชมที่มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนผู้ชมที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีความพึงพอใจมากกว่าผู้ชมที่มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ผู้ชมที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษามีความพึงพอใจมากกว่าผู้ชมที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนและผู้ชมที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผู้ชมที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมีความพึงพอใจมากกว่าผู้ชมที่มีอาชีพข้าราชการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนผู้ชมที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัวมีความพึงพอใจมากกว่าผู้ชมที่มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 30 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการ “ถึงลูกถึงคน”
ด้านการมีส่วนร่วมของผู้ชม ของผู้ชม เป็นรายคู่ ด้วยวิธี LSD โดยจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	ด้านการมีส่วนร่วม ของผู้ชม	นักเรียน / นักศึกษา	พนักงาน บริษัทเอกชน	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	ประกอบ ธุรกิจ ส่วนตัว	ข้าราชการ
	$\bar{X}$	3.87	3.52	3.27	3.46	3.48
นักเรียน / นักศึกษา	3.87		0.35** (0.000)	0.60** (0.000)	0.41** (0.000)	0.39** (0.000)
พนักงาน บริษัทเอกชน	3.52			0.25** (0.005)	0.06 (0.567)	0.03 (0.623)
พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	3.27				-0.19 (0.108)	-0.21* (0.028)
ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว	3.46					-0.22 (0.839)
ข้าราชการ	3.48					

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 30 ผลการวิเคราะห์พบว่าผู้ชมที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมีความพึงพอใจความพึงพอใจต่อการชมรายการ “ถึงลูกถึงคน” ในเขตกรุงเทพมหานครทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อสมท ด้านการมีส่วนร่วมของผู้ชม มากกว่าผู้ชมที่มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และผู้ชมที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจมากกว่าผู้ชมที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ผู้ชมที่มีอาชีพข้าราชการ ผู้ชมที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัวและผู้ชมที่มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนผู้ชมที่มีอาชีพข้าราชการมีความพึงพอใจมากกว่า ผู้ชมที่มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การทดสอบสมมติฐาน ข้อที่ 5 ผู้ชมที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีความพึงพอใจต่อการชมรายการ “ถึงลูกถึงคน” โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

H_0 ผู้ชมที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีความพึงพอใจต่อการชมรายการ “ถึงลูกถึงคน” โดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

H_1 ผู้ชมที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีความพึงพอใจต่อการชมรายการ “ถึงลูกถึงคน” โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance One Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ผลการทดสอบสมมติฐานเป็นดังนี้

ตาราง 31 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการ “ถึงลูกถึงคน” โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการ “ถึงลูกถึงคน”	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	p
ด้านรูปแบบเนื้อหา	ระหว่างกลุ่ม	2	1 61	0 81	3 472	0 032*
	ภายในกลุ่ม	417	96 70	0 23		
	รวม	419	98 31			
ด้านวิธีการนำเสนอ	ระหว่างกลุ่ม	2	1 88	0 94	3 890	0 021*
	ภายในกลุ่ม	417	100 67	0 24		
	รวม	419	102 54			
ด้านผู้ดำเนินรายการ	ระหว่างกลุ่ม	2	3 30	1 65	4 529	0 011*
	ภายในกลุ่ม	417	151 84	0 36		
	รวม	419	155 13			
ด้านการมีส่วนร่วมของผู้ชม	ระหว่างกลุ่ม	2	5 17	2 58	8 732	0 000**
	ภายในกลุ่ม	417	123 42	0 30		
	รวม	419	128 59			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	2	2 75	1 38	7 513	0 001**
	ภายในกลุ่ม	417	76 34	0 18		
	รวม	419	79 09			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 01

จากตาราง 31 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบผู้ชมที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีความพึงพอใจต่อการชมรายการ “ถึงลูกถึงคน” ในเขตกรุงเทพมหานครทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. โดยรวม พบว่า ผู้ชมที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการชมรายการ “ถึงลูกถึงคน” แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0 01 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าผู้ชมที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีความพึงพอใจแตกต่างกันทุกด้านอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับต่ำกว่า 0 05

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์นำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) ใช้วิธีทดสอบแบบการหาค่าความแตกต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 05 ตามลำดับ ดังต่อไปนี้

ตาราง 32 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการ “ถึงลูกถึงคน” โดยรวมของผู้ชม เป็นรายคู่ ด้วยวิธี LSD โดยจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ด้านความ พึงพอใจ โดยรวม	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	10,001-30,000 บาท	สูงกว่า 30,000 บาท
	$\bar{X}$	3 82	3 65	3 62
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	3 82		0 17** (0 001)	0 20** (0 001)
10,001-30,000 บาท	3 65			0 03 (0 582)
สูงกว่า 30,000 บาท	3 62			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 01

จากตาราง 32 ผลการวิเคราะห์พบว่าผู้ชมที่มีผู้ชมที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาทมีความพึงพอใจต่อการชมรายการ “ถึงลูกถึงคน”ในเขตกรุงเทพมหานครทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท ด้านความพึงพอใจโดยรวม มากกว่า ผู้ชมที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-30,000 บาท และผู้ชมที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนสูงกว่า 30,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0 01

ตาราง 33 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการ “ถึงลูกถึงคน”
 ด้านรูปแบบเนื้อหา ของผู้ชม เป็นรายคู่ ด้วยวิธี LSD โดยจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ด้านรูปแบบ เนื้อหา	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	10,001-30,000 บาท	สูงกว่า 30,000 บาท
	$\bar{X}$	4 02	3 87	3 90
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	4 02		0 15** (0 010)	0 12 (0 063)
10,001-30,000 บาท	3 87			-0 03 (0 632)
สูงกว่า 30,000 บาท	3 90			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 01

จากตาราง 33 ผลการวิเคราะห์พบว่าผู้ชมที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาทมีความพึงพอใจต่อการชมรายการ “ถึงลูกถึงคน” ในเขตกรุงเทพมหานครทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ด้านรูปแบบเนื้อหามากกว่า ผู้ชมที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-30,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0 01

ตาราง 34 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการ “ถึงลูกถึงคน”
ด้านวิธีการนำเสนอ ของผู้ชม เป็นรายคู่ ด้วยวิธี LSD โดยจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ด้านวิธีการ นำเสนอ	ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 10,000 บาท	10,001-30,000 บาท	สูงกว่า 30,000 บาท
	$\bar{X}$	3 51	3 39	3 34
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	3 51		0 12* (0 032)	0 18** (0 008)
10,001-30,000 บาท	3 39			0 05 (0 387)
สูงกว่า 30,000 บาท	3 34			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 01

จากตาราง 34 ผลการวิเคราะห์พบว่าผู้ชมที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาทมีความพึงพอใจต่อการชมรายการ “ถึงลูกถึงคน” ในเขตกรุงเทพมหานครทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ด้านวิธีการนำเสนอ มากกว่า ผู้ชมที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนสูงกว่า 30,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0 01 และผู้ชมที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาทมีความพึงพอใจมากกว่า ผู้ชมที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-30,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0 05

ตาราง 35 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการ “ถึงลูกถึงคน”
ด้านผู้ดำเนินรายการ ของผู้ชม เป็นรายคู่ ด้วยวิธี LSD โดยจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ด้านผู้ดำเนิน รายการ	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	10,001-30,000 บาท	สูงกว่า 30,000 บาท
	$\bar{X}$	4 01	3 84	3 79
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	4 01		0 18* (0 014)	0 23** (0 005)
10,001-30,000 บาท	3 84			0 05 (0 488)
สูงกว่า 30,000 บาท	3 79			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 01

จากตาราง 35 ผลการวิเคราะห์พบว่าผู้ชมที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาทมีความพึงพอใจต่อการชมรายการ “ถึงลูกถึงคน” ในเขตกรุงเทพมหานครทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ด้านผู้ดำเนินรายการ มากกว่า ผู้ชมที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนสูงกว่า 30,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0 01 และ ผู้ชมที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีความพึงพอใจมากกว่าผู้ชมที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-30,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0 05

ตาราง 36 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการ “ถึงลูกถึงคน”
ด้านการมีส่วนร่วมของผู้ชม ของผู้ชมเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD โดยจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ด้านการมีส่วนร่วมของผู้ชม	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	10,001-30,000 บาท	สูงกว่า 30,000 บาท
	$\bar{X}$	3 72	3 49	3 45
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	3 72		0 23** (0 000)	0 27** (0 000)
10,001-30,000 บาท	3 49			0 04 (0 546)
สูงกว่า 30,000 บาท	3 45			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 01

จากตาราง 36 ผลการวิเคราะห์พบว่าผู้ชมที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาทมีความพึงพอใจต่อการชมรายการ “ถึงลูกถึงคน” ในเขตกรุงเทพมหานครทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ด้านการมีส่วนร่วมของผู้ชม มากกว่า ผู้ชมที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-30,000 บาท และผู้ชมที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนสูงกว่า 30,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

การทดสอบสมมติฐาน ข้อที่ 6 ผู้ชมที่มีสถานภาพสมรสต่างกันมีความพึงพอใจต่อการชมรายการ “ถึงลูกถึงคน” โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

H_0 ผู้ชมที่มีสถานภาพสมรสต่างกันมีความพึงพอใจต่อการชมรายการ “ถึงลูกถึงคน” โดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

H_1 ผู้ชมที่มีสถานภาพสมรสต่างกันมีความพึงพอใจต่อการชมรายการ “ถึงลูกถึงคน” โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance One Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ผลการทดสอบสมมติฐานเป็นดังนี้

ตาราง 37 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการ “ถึงลูกถึงคน” โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามสถานภาพสมรส

ความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการ “ถึงลูกถึงคน”	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	p
ด้านรูปแบบเนื้อหา	ระหว่างกลุ่ม	2	0 06	0 03	0 121	0 886
	ภายในกลุ่ม	417	98 25	0 24		
	รวม	419	98 31			
ด้านวิธีการนำเสนอ	ระหว่างกลุ่ม	2	0 15	0 08	0 310	0 734
	ภายในกลุ่ม	417	102 39	0 25		
	รวม	419	102 54			
ด้านผู้ดำเนินรายการ	ระหว่างกลุ่ม	2	0 03	0 01	0 33	0 967
	ภายในกลุ่ม	417	155 11	0 37		
	รวม	419	155 13			
ด้านการมีส่วนร่วมของผู้ชม	ระหว่างกลุ่ม	2	1 79	0 89	2 941	0 054
	ภายในกลุ่ม	417	126 80	0 30		
	รวม	419	128 59			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	2	0 16	0 08	0 418	0 659
	ภายในกลุ่ม	417	78 93	0 19		
	รวม	419	79 09			

จากตาราง 37 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบผู้ชมที่มีสถานภาพสมรสต่างกันมีความพึงพอใจต่อการชมรายการ “ถึงลูกถึงคน” ในเขตกรุงเทพมหานครทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. โดยรวม ผู้ชมที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการชมรายการ “ถึงลูกถึงคน” ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0 05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าผู้ชมที่มีสถานภาพสมรสต่างกันมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกันทุกด้านที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0 05

ตาราง 38 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ความสอดคล้องกับสมมติฐาน
1 ผู้ชมที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจต่อการชมรายการ “ถึงลูกถึงคน” โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน	
• ด้านรูปแบบเนื้อหา	ไม่สอดคล้อง
• ด้านวิธีการนำเสนอ	ไม่สอดคล้อง
• ด้านผู้ดำเนินรายการ	ไม่สอดคล้อง
• ด้านการมีส่วนร่วมของผู้ชม	ไม่สอดคล้อง
• โดยรวม	ไม่สอดคล้อง
2 ผู้ชมที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจต่อการชมรายการ “ถึงลูกถึงคน” โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน	
• ด้านรูปแบบเนื้อหา	สอดคล้อง
• ด้านวิธีการนำเสนอ	สอดคล้อง
• ด้านผู้ดำเนินรายการ	สอดคล้อง
• ด้านการมีส่วนร่วมของผู้ชม	สอดคล้อง
• โดยรวม	สอดคล้อง
3 ผู้ชมที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจต่อการชม รายการ “ถึงลูกถึงคน” โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน	
• ด้านรูปแบบเนื้อหา	ไม่สอดคล้อง
• ด้านวิธีการนำเสนอ	สอดคล้อง
• ด้านผู้ดำเนินรายการ	สอดคล้อง
• ด้านการมีส่วนร่วมของผู้ชม	สอดคล้อง
• โดยรวม	สอดคล้อง

ตาราง 38 (ต่อ)

สมมติฐาน	ความสอดคล้องกับสมมติฐาน
4 ผู้ชมที่มีอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจต่อการชมรายการ “ถึงลูกถึงคน” โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน	
• ด้านรูปแบบเนื้อหา	สอดคล้อง
• ด้านวิธีการนำเสนอ	สอดคล้อง
• ด้านผู้ดำเนินรายการ	สอดคล้อง
• ด้านการมีส่วนร่วมของผู้ชม	สอดคล้อง
• โดยรวม	สอดคล้อง
5 ผู้ชมที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีความพึงพอใจต่อการชมรายการ “ถึงลูกถึงคน” โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน	
• ด้านรูปแบบเนื้อหา	สอดคล้อง
• ด้านวิธีการนำเสนอ	สอดคล้อง
• ด้านผู้ดำเนินรายการ	สอดคล้อง
• ด้านการมีส่วนร่วมของผู้ชม	สอดคล้อง
• โดยรวม	สอดคล้อง
6 ผู้ชมที่มีสถานภาพสมรสต่างกันมีความพึงพอใจต่อการชมรายการ “ถึงลูกถึงคน” โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน	
• ด้านรูปแบบเนื้อหา	ไม่สอดคล้อง
• ด้านวิธีการนำเสนอ	ไม่สอดคล้อง
• ด้านผู้ดำเนินรายการ	ไม่สอดคล้อง
• ด้านการมีส่วนร่วมของผู้ชม	ไม่สอดคล้อง
• โดยรวม	ไม่สอดคล้อง

ขอบเขตของการวิจัย

เนื้อหาของการวิจัย

ในการศึกษาโครงการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยทำการศึกษาความพึงพอใจในด้าน รูปแบบเนื้อหา วิธีการนำเสนอ ผู้ดำเนินรายการ การมีส่วนร่วมของผู้ชม ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการ“ถึงลูกถึงคน” ทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสี ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. (Modernine Television)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร และเป็นผู้ที่เคยชมรายการ “ถึงลูกถึงคน” ทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสี ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. (Modernine Television)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและเป็นผู้ที่เคยชมรายการ“ถึงลูกถึงคน”ทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสี ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. (Modernine Television) ในกรณีนี้ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนจึงคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่าง จากสูตร (กัลยา วาณิชย์บัญชา 2538 : 74) ได้กลุ่มตัวอย่าง 385 คน และผู้วิจัยขอกำหนดกลุ่มตัวอย่างเป็น 420 คน โดยการเก็บข้อมูลแบบสอบถามด้วยวิธีเลือกตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sample)

สมมุติฐานในการวิจัย

- 1 ผู้ชมที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจต่อการชมรายการ “ถึงลูกถึงคน” โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
- 2 ผู้ชมที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจต่อการชมรายการ “ถึงลูกถึงคน” โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
- 3 ผู้ชมที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจต่อการชมรายการ “ถึงลูกถึงคน” โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
- 4 ผู้ชมที่มีอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจต่อการชมรายการ “ถึงลูกถึงคน” โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
- 5 ผู้ชมที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีความพึงพอใจต่อการชมรายการ “ถึงลูกถึงคน” โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
- 6 ผู้ชมที่มีสถานภาพสมรสต่างกันมีความพึงพอใจต่อการชมรายการ “ถึงลูกถึงคน” โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อวัดความพึงพอใจของผู้ชมรายการ “ถึงลูกถึงคน” ทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ จำนวน 6 ข้อ ประกอบด้วยคำถามเกี่ยวกับ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สถานภาพสมรส เป็นคำถามที่มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choice Question)

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการ “ถึงลูกถึงคน” โดยแบบสอบถามเป็นในรูปมาตราลิเคิร์ต (Likert Scale) จัดเป็นการวัดข้อมูลประเภทสเกลอันตรภาคชั้น (Interval Scale) โดยมีคำตอบให้เลือก 5 คำตอบ คือ พอใจอย่างยิ่ง พอใจมาก พอใจปานกลาง ไม่พอใจ ไม่พอใจอย่างยิ่ง ซึ่งประกอบด้วยคำถามจำนวน 33 ข้อ โดยสามารถจำแนกเป็นคำถามความพึงพอใจ ด้านรูปแบบเนื้อหา จำนวน 7 ข้อ ด้านวิธีการนำเสนอ จำนวน 8 ข้อ ด้านผู้ดำเนินรายการ จำนวน 11 ข้อ ด้านการมีส่วนร่วมของผู้ชม จำนวน 7 ข้อ และนำไปทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น (Coefficient) ของครอนบัค (Cronbach) ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.9541

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1 ผู้วิจัยได้นำเก็บรวบรวมข้อมูลเบื้องต้น จากกลุ่มที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างโดยการแจกแบบสอบถามจำนวน 50 ชุด เพื่อให้ได้ข้อมูลสำหรับนำมาปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องของแบบสอบถามเพื่อให้มีความถูกต้องและมีความชัดเจนยิ่งขึ้น

2 ผู้วิจัยจะดำเนินการแจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่าง โดยมีการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองเพื่อจะสามารถชี้แจงข้อสงสัยของผู้ตอบแบบสอบถามได้ โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 420 ตัวอย่าง

3 เมื่อผู้วิจัยรวบรวมแบบสอบถามได้ทั้งหมดแล้ว ทำการตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ ของแบบสอบถาม เพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลตามขั้นตอนต่อไป

การจัดทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

การจัดทำข้อมูล

1 ผู้วิจัยได้ทดสอบแบบสอบถาม โดยนำไปทดลองใช้ (Try Out) กับที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 50 คน เพื่อให้ได้ข้อมูลสำหรับนำมาปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องของแบบสอบถามเพื่อให้มีความถูกต้องและมีความชัดเจนยิ่งขึ้น และนำไปทดสอบความเชื่อมั่น(Reliability) โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น (Coefficient) ของครอนบัค (Cronbach) ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.9541

2 นำแบบสอบถามที่ได้รับทั้งหมด จำนวน 420 ชุด มาตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ และนำไปวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสถิติสำเร็จรูป SPSS for Windows Version 11.5

การวิเคราะห์ข้อมูล

1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สถานภาพสมรส โดยการคำนวณหาค่าความถี่และร้อยละ

2 การวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการ “ถึงลูกถึงคน” ในเขตกรุงเทพมหานครทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ใน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านรูปแบบเนื้อหา ด้านวิธีการนำเสนอ ด้านผู้ดำเนินรายการ และด้านการมีส่วนร่วมของผู้ชม โดยการใช้ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน

3 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานที่ตั้งไว้ตามตัวแปรอิสระ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สถานภาพสมรส โดยใช้สถิติวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างอิสระ 2 กลุ่มโดยการใช้ T-Test และใช้สถิติวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไปโดยการใช้การวิเคราะห์แปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ในกรณีพบว่าผลการทดสอบมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติแล้ว จะทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยใช้วิธี Fisher's Least Significant Difference (LSD)

ผลการศึกษาค้นคว้า

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับ ความพึงพอใจของผู้ชมรายการ“ถึงลูกถึงคน” ในเขตกรุงเทพมหานครทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ใน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านรูปแบบเนื้อหา ด้านวิธีการนำเสนอ ด้านผู้ดำเนินรายการ และด้านการมีส่วนร่วมของผู้ชม สรุปได้ดังนี้

1 ลักษณะทั่วไปทางประชากรศาสตร์ของผู้ชมรายการ “ถึงลูกถึงคน” ในเขตกรุงเทพมหานครทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 420 คน พบว่า พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 20-39 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-30,000 บาท สถานภาพสมรส โสด

2 ความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการ “ถึงลูกถึงคน” ในเขตกรุงเทพมหานครทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. โดยรวมอยู่ในระดับพอใจมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

2.1 ด้านรูปแบบเนื้อหา ความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการ “ถึงลูกถึงคน” ในเขตกรุงเทพมหานครทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ด้านรูปแบบเนื้อหา โดยรวมอยู่ในระดับพอใจมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าผู้ชมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับพอใจมากทุกข้อ

2.2 ด้านวิธีการนำเสนอ ความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการ “ถึงลูกถึงคน” ในเขตกรุงเทพมหานครทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ด้านวิธีการนำเสนอ โดยรวมอยู่ในระดับพอใจปานกลางเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าผู้ชมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับพอใจปานกลาง ยกเว้นความทันสมัยของรูปแบบการออกอากาศสด ความหลากหลายของช่องทางในการรับชมรายการหลายช่องทาง เช่น ทางโทรทัศน์ ทางวิทยุ และอินเทอร์เน็ต ความเหมาะสมของวันในการออกอากาศ ผู้ชมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับพอใจมาก

2.3 ด้านผู้ดำเนินรายการ ความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการ “ถึงลูกถึงคน” ในเขตกรุงเทพมหานครทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ด้านผู้ดำเนินรายการ โดยรวมอยู่ในระดับพอใจมากเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าผู้ชมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับพอใจมากทุกข้อ

2.4 ด้านการมีส่วนร่วมของผู้ชม ความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการ “ถึงลูกถึงคน” ในเขตกรุงเทพมหานครทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ด้านการมีส่วนร่วมของผู้ชม โดยรวมอยู่ในระดับพอใจมากเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าผู้ชมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับพอใจมาก ยกเว้นการคัดกรองข้อความของผู้ชมที่ร่วมแสดงความคิดเห็นเพื่อแสดงทางจอโทรทัศน์ในระหว่างออกอากาศ จำนวนหมายเลขโทรศัพท์ในการร่วมแสดงความคิดเห็น (02-201-6061-3)ผู้ชมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับพอใจปานกลาง

3 การเปรียบเทียบความแตกต่าง ระหว่างความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการ “ถึงลูกถึงคน” ในเขตกรุงเทพมหานครทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ใน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านรูปแบบเนื้อหา ด้านวิธีการนำเสนอ ด้านผู้ดำเนินรายการ และด้านการมีส่วนร่วมของผู้ชม จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สถานภาพสมรส

3.1 การทดสอบสมมติฐาน ข้อที่ 1 ผู้ชมที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจต่อการชมรายการ “ถึงลูกถึงคน” โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

ผู้ชมทั้งเพศหญิงและเพศชาย มีความพึงพอใจต่อการชมรายการ “ถึงลูกถึงคน” ในเขตกรุงเทพมหานครทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. โดยรวม ไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีความพึงพอใจไม่แตกต่างกันในทุกด้าน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

3.2 การทดสอบสมมติฐาน ข้อที่ 2 ผู้ชมที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจต่อการชมรายการ “ถึงลูกถึงคน” โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

ผู้ชมที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจต่อการชมรายการ “ถึงลูกถึงคน” ในเขตกรุงเทพมหานครทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. โดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ชมที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจแตกต่างกันทุกด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับต่ำกว่า 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

3.3 การทดสอบสมมติฐาน ข้อที่ 3 ผู้ชมที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจต่อการชมรายการ “ถึงลูกถึงคน” โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

ผู้ชมที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจต่อการชมรายการ “ถึงลูกถึงคน” ในเขตกรุงเทพมหานครทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. โดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ชมที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจแตกต่างกันทุกด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับต่ำกว่า 0.05 ยกเว้นด้านรูปแบบเนื้อหา มีความพึงพอใจไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

3.4 การทดสอบสมมติฐาน ข้อที่ 4 ผู้ชมที่มีอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจต่อการชมรายการ “ถึงลูกถึงคน” โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

ผู้ชมที่มีอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจต่อการชมรายการ “ถึงลูกถึงคน” ในเขตกรุงเทพมหานครทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. โดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีความพึงพอใจแตกต่างกันในทุกด้านอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

3.5 การทดสอบสมมติฐาน ข้อที่ 5 ผู้ชมที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีความพึงพอใจต่อการชมรายการ “ถึงลูกถึงคน” โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

ผู้ชมที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีความพึงพอใจต่อการชมรายการ “ถึงลูกถึงคน” ในเขตกรุงเทพมหานครทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. โดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าผู้ชมที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีความพึงพอใจแตกต่างกันทุกด้านอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับต่ำกว่า 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

36 การทดสอบสมมติฐาน ข้อที่ 6 ผู้ชมที่มีสถานภาพสมรสต่างกันมีความพึงพอใจต่อการชมรายการ “ถึงลูกถึงคน” โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

ผู้ชมที่มีสถานภาพสมรสต่างกันมีความพึงพอใจต่อการชมรายการ “ถึงลูกถึงคน” ในเขตกรุงเทพมหานครทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. โดยรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีความพึงพอใจไม่แตกต่างกันในทุกด้าน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

อภิปรายผล

จากการวิเคราะห์ ความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการ “ถึงลูกถึงคน” ในเขตกรุงเทพมหานครทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. สามารถสรุปประเด็นสำคัญมาอภิปรายผลได้ดังนี้

1 ลักษณะทั่วไปทางประชากรศาสตร์ ของผู้ชมรายการ “ถึงลูกถึงคน” ในเขตกรุงเทพมหานครทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 20-39 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-30,000 บาท สถานภาพสมรส โสด ซึ่งเป็นกลุ่มคนวัยทำงาน ต้องการสร้างหลักฐานที่มั่นคง ต้องปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมในการทำงาน ต้องมีการแข่งขันกับบุคคลอื่น และต้องมีความรู้ในงานที่ได้รับมอบหมายเป็นอย่างดี นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างวัยนี้อาจมีความต้องการติดตามสถานการณ์ของข่าวสารอยู่ตลอดเวลาเพื่อนำข้อมูลข่าวสารไปใช้ประโยชน์ในการคุยกับเพื่อนร่วมงานและใช้ประโยชน์ในการตัดสินใจในชีวิตประจำวันด้วย ดังนั้นการเปิดรับชมสื่อของผู้ชมในวัยนี้จึงเน้นที่ข้อมูลเจาะลึกของเนื้อหารายการ ความทันสมัยและทันต่อเหตุการณ์ น่าสนใจและหลากหลายของเนื้อหารายการ ซึ่งสอดคล้องกับ แมคไกว์ และ กูร์วิท (1974) ที่ได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับ พฤติกรรมการเปิดรับสื่อว่าเป็นพฤติกรรมอิสระ ซึ่งผู้รับสารแสวงหาเพื่อที่จะได้มาซึ่งผลประโยชน์ฉับพลัน (Immediate benefit) หรือผลประโยชน์ที่ตามมาในอนาคต (Delayed benefits) ซึ่งล้วนแต่เป็นผลประโยชน์ที่ผู้รับสารมองเห็นและต้องการ เมื่อพิจารณาถึงด้านการศึกษาและรายได้พบว่า กลุ่มตัวอย่างกว่าครึ่งหนึ่งจบการศึกษาระดับปริญญาตรีและเกือบครึ่งหนึ่งมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-30,000 บาท ซึ่งสอดคล้องกับ งานวิจัยของ Schramm and White (1949) ซึ่งศึกษาการเปิดรับสารของผู้รับสารและสังคมอเมริกันพบว่าผู้ที่มีรายได้สูงมักจะเป็นผู้นิยมเปิดรับสิ่งพิมพ์และนิยมนำเนื้อหาที่ค่อนข้างหนัก ไม่ค่อยสนใจเนื้อหาด้านความบันเทิง McNelly and others (1968) พบว่าคนมีฐานะดีและการศึกษาสูงเป็นกลุ่มที่ได้รับข่าวสารที่มีเนื้อหาสาระจากสื่อมวลชนมากที่สุด และสอดคล้องกับ งานวิจัยของ Greenberg and Kumata (1968) ซึ่งได้รับผลทำนองเดียวกัน คือผู้รับสารที่มีรายได้สูง และมีการศึกษาสูง จะอ่านหนังสือพิมพ์มาก ซึ่งผลที่ได้จากการวิจัยในลักษณะนี้ สามารถอธิบายได้ว่า ผู้ที่มีรายได้สูงมักจะเป็นคนมีการศึกษาสูงและมีตำแหน่งหน้าที่การงานที่ดี จึงมักถูกผลักดันให้

จำเป็นต้องเรียนรู้ หาข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ให้ทันต่อเหตุการณ์อยู่เสมอ (ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ 2534, น 55)

2 การศึกษาความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการ “ถึงลูกถึงคน” ในเขตกรุงเทพมหานครทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ใน 4 ด้าน พบว่า ผู้ชมมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับพอใจมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านผู้ชมมีความพึงพอใจมากในทุกด้าน ยกเว้นด้านวิธีการนำเสนอ ผู้ชมมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับพอใจปานกลาง โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยระดับความความพึงพอใจต่อรายการ “ถึงลูกถึงคน” เรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ด้านรูปแบบเนื้อหา มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาเป็น ด้านผู้ดำเนินรายการ ด้านการมีส่วนร่วมของผู้ชม และด้านวิธีการนำเสนอ ตามลำดับ

โดยผู้ชมมีความพึงพอใจสูงสุดในแต่ละด้านดังนี้ ด้านรูปแบบเนื้อหา ผู้ชมมีความพึงพอใจความทันสมัยและทันต่อเหตุการณ์ของเนื้อหารายการ ด้านวิธีการนำเสนอ ผู้ชมมีความพึงพอใจความทันสมัยของรูปแบบการออกอากาศสด ด้านผู้ดำเนินรายการ ความพึงพอใจต่อความเชื่อมั่นของพิธีกร และด้านการมีส่วนร่วมของผู้ชม ผู้ชมมีความพึงพอใจความสร้างสรรค์และเป็นประโยชน์ต่อสังคมของความคิดเห็นของผู้ชมที่มีร่วมแสดงในรายการ

จากผลการวิจัยในครั้งนี้ทำให้ทราบว่าผู้ชมมีความพึงพอใจต่อรายการ “ถึงลูกถึงคน” ในระดับพึงพอใจมาก แสดงถึงความนิยมของรายการยังอยู่ในเกณฑ์ที่ดี ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากรายการ “ถึงลูกถึงคน” เป็นรายการรูปแบบใหม่ ที่นำเสนอในลักษณะวิเคราะห์ข่าวแบบสนทนาโดยมีเนื้อหาที่หลากหลายเกี่ยวกับข่าวสารปัจจุบัน ทั้งในด้าน ศิลธรรม วัฒนธรรม สังคม การเมืองการปกครอง เศรษฐกิจ กีฬา และอื่น ๆ ที่อยู่ในความสนใจของประชาชน โดยนำเสนอประเด็นที่มีความทันสมัยและทันต่อเหตุการณ์ที่กำลังอยู่ในความสนใจของประชาชน ประกอบกับรายการ “ถึงลูกถึงคน” มีผู้ดำเนินรายการคือ คุณ สรยุทธ สุทัศนจินดา ซึ่งเป็นผู้ดำเนินรายการที่มีความสามารถและมีประสบการณ์สูง ซึ่งความสามารถเหล่านี้เกิดจากประสบการณ์ในการทำงานของคุณ สรยุทธ สุทัศนจินดาที่เป็นผู้ประกาศข่าวในเชิงวิเคราะห์และเป็นผู้อยู่เบื้องหลังในแวดวงการข่าวมาหลายปี และปัจจุบันเทคโนโลยีมีความทันสมัย ทำให้การสื่อสารเป็นไปอย่างรวดเร็ว ฉับไว ทำให้ผู้ชมสามารถร่วมแสดงความคิดเห็นต่อทางรายการได้ในทันทีในลักษณะแบบ Interactive Television Fully เพราะรายการ “ถึงลูกถึงคน” ออกอากาศสด และมีหลากหลายช่องทางในการร่วมแสดงความคิดเห็นของผู้ชมรายการ เช่นทางโทรศัพท์, การส่ง SMS และทางอินเทอร์เน็ตทำให้ผู้ชมมีความสะดวก อีกทั้งทางรายการมีการคัดเลือกข้อความแสดงทางจอโทรทัศน์ในระหว่างออกอากาศอีกด้วย ซึ่งองค์ประกอบเหล่านี้นำมาซึ่งความสำเร็จของรายการและผู้ชมมีความพึงพอใจในระดับพอใจมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของจิตินัน บุญภาพ (2542) ศึกษาเรื่อง “วิสัยทัศน์โทรทัศน์ไทยหลังปี ค.ศ. 2000” พบว่า รูปแบบรายการโทรทัศน์ใหม่ ๆ ซึ่งจะกลายมาเป็นรายการที่ได้รับความนิยมอย่างสูงในอนาคต คือ รายการประเภททอล์กโชว์ (Talk Show) เชิงสาระ ที่มีแขกรับเชิญมาพูดคุยเจาะลึกในประเด็นต่าง ๆ เช่น ประเด็นปัญหาครอบครัว สังคม การเมือง และประเด็นที่กำลังได้รับความสนใจอยู่ในช่วงเวลานั้น ๆ (Talk of the Town) โดยเปิดโอกาสให้ผู้ชมที่เข้ามาชมรายการและผู้ชมที่

อยู่ทางบ้านได้มีโอกาสแสดงความคิดเห็นร่วมในรายการด้วย โดยมีแนวโน้มที่รายการลักษณะนี้จะผลิตออกมาในรูปของรายการสด เพราะต้องมีการแข่งขันนำเสนอให้ทันต่อเวลาและ สถานการณ์ และรายการวิทยุโทรทัศน์ประเภทสองทาง (Interactive Program) จะเกิดขึ้นในรูปแบบของรายการสดที่มีการโต้ตอบกันระหว่างผู้ชมทางบ้านกับทางรายการ เช่นการเสนอแนะความคิดเห็นผ่าน โทรศัพท์หรืออินเทอร์เน็ต เป็นต้นและสอดคล้องกับงานวิจัยของ ทรงศักดิ์ แฝงนคร (2534 : 28) ที่กล่าวว่าปัจจัยต่าง ๆ ที่ทำให้รายการประเภท "Talk Show" ประสบความสำเร็จ ได้แก่ พิธีกร แยก รับเชิญในรายการ ความหลากหลายของรายการ ทีมงานผลิตรายการ เวลาที่ออกอากาศ

3 การเปรียบเทียบความแตกต่าง ระหว่างความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการ "ถึงลูกถึงคน" ในเขตกรุงเทพมหานครทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ใน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านรูปแบบเนื้อหา ด้านวิธีการนำเสนอ ด้านผู้ดำเนินรายการและ ด้านการมีส่วนร่วมของผู้ชม จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และสถานภาพสมรส ตามสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ปรากฏ ดังนี้

3.1 ผู้ชมที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจต่อการชมรายการ "ถึงลูกถึงคน" โดยรวม ไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่ามีความพึงพอใจไม่แตกต่างกันในทุกด้าน ทั้งนี้อาจมีสาเหตุมาจากโลกในยุคปัจจุบันต้องอาศัยข้อมูลข่าวสาร เพื่อเป็นพื้นฐานหนึ่งในการดำรงชีวิต โดยเฉพาะรายการที่เกี่ยวกับข่าวสาร ซึ่งเป็นข้อมูลหลักที่สำคัญในการทำงานการพูดคุยกับเพื่อนร่วมงาน โดยเป็นการใช้สื่อเพื่อสนองตอบต่อความต้องการของตนเอง อีกทั้งเนื้อหาสาระในรายการ "ถึงลูกถึงคน" นั้นสามารถสนองตอบต่อความต้องการของทั้ง 2 เพศ จึงทำให้เพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อนุชิต มุราธาภิพย์ (2542) ที่ ศึกษาเรื่อง "ทัศนคติ ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ของผู้ชมรายการตีสิบ ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสี ช่อง 3" พบว่า ผู้ชมที่มีเพศที่แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากการชมรายการตีสิบ ไม่แตกต่างกัน

3.2 ผู้ชมที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจต่อการชมรายการ "ถึงลูกถึงคน" โดยรวมแตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่ามีความพึงพอใจแตกต่างกันในทุกด้าน โดยที่ผู้มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจมากกว่าผู้ชมที่มีอายุ 20-39 ปีและ 40 ปีขึ้นไป ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้ชมที่มีอายุน้อยจะมองโลกในแง่ดีมากกว่าผู้ที่มีอายุมาก มีแนวคิดเชิงเสรีนิยม และมีอิสระทางความคิด มีความเป็นตัวของตัวเองสูงและมีความเชื่อมั่นในตนเองสูง โดยที่เมื่อรับชมรายการแล้วเมื่อเห็นวาสอดคล้องกับแนวคิดของตนก็จะรู้สึกพึงพอใจโดยที่ไม่สนใจถึงความคิดของผู้อื่นและไม่ได้นำแนวคิดของผู้อื่น ๆ หรือผู้ปกครองมาร่วมในการพิจารณาด้วย ในขณะที่ผู้ที่มีอายุมากกว่าจะมีความคิดเชิงอนุรักษ์นิยม และมีประสบการณ์มากกว่าทำให้ไม่เชื่ออะไรง่าย ๆ และมีการปรึกษาร่วมกับผู้อื่นทำให้มีการนำความคิดของผู้อื่นมาร่วมไตร่ตรองอีกทั้งผู้ที่มีอายุมากกว่ายังมีเรื่องของผลประโยชน์ต่าง ๆ เข้ามาเกี่ยวข้องซึ่งเหล่านี้นำผลถึงความพึงพอใจที่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเรื่องลักษณะประชากรศาสตร์ด้านอายุของ ปรมะ สตะเวทิน, (2531 : 105) ที่กล่าวว่า โดยทั่วไปคนอายุน้อยมักมีความคิดเสรีนิยม ยึดถืออุดมการณ์ ใจร้อน มองโลกในแง่ดีว่าคนอายุมาก ในขณะที่คนอายุมากมี

ความคิดอนุรักษ์นิยม ยึดถือการปฏิบัติ ระมัดระวัง มองโลกในแง่ร้ายกว่าคนอายุน้อย สาเหตุที่เป็นเช่นนี้ เนื่องจากคนที่มีอายุ มีประสบการณ์ชีวิต ผ่านปัญหาต่าง ๆ ตลอดจนมีความผูกพันที่ยาวนาน และมีผลประโยชน์ในสังคมมากกว่าคนที่มีอายุน้อย

3.3 ผู้ชมที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจต่อการชมรายการ “ถึงลูกถึงคน” โดยรวมแตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่ามีความพึงพอใจแตกต่างกันในทุกด้าน โดยที่ผู้ชมที่มีระดับการศึกษาดำกว่าปริญญาตรีมีความพึงพอใจมากกว่าผู้ชมที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อนุชิต มุราธาภิพย์ (2542) ที่ ศึกษา เรื่อง “ทัศนคติ ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ของผู้ชมรายการดีสิบ ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสี ช่อง 3” พบว่า ผู้ชมที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันจะมีความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากการชมรายการดีสิบ แตกต่างกัน โดยผู้ชมที่มีระดับการศึกษาน้อยจะมีความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากการชมรายการมากกว่าผู้ชมที่มีระดับการศึกษาสูงกว่า ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากผู้ชมที่มีระดับการศึกษาดำกว่าปริญญาตรี อาจรับข้อมูลมาและเชื่อถือในข้อมูลในรายการโดยง่ายโดยที่ยังไม่พิจารณาถึงผลรอบด้าน ขณะที่ผู้มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรีนั้นจะรับข้อมูลมาและจะพิจารณาอย่างถี่ถ้วนและรอบด้านมากกว่า อีกทั้งมีการรับสื่อจากหลาย ๆ ทาง เช่น ทางวิทยุ หนังสือพิมพ์และอินเทอร์เน็ตทำให้มีการกลั่นกรองข้อมูลข่าวสาร และผู้ที่มีการศึกษาสูงมักสนใจได้ยากกว่าผู้ที่มีการศึกษาดำ ผู้ที่มีการศึกษาสูงโดยทั่วไปมักจะเชื่อในสิ่งที่มีเหตุผล มีข้อมูลและข้อเท็จจริงประกอบซึ่งสาเหตุต่าง ๆ เหล่านี้ส่งผลให้ความพึงพอใจน้อยกว่ากลุ่มผู้ชมที่มีระดับการศึกษาดำกว่าปริญญาตรี ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเรื่องลักษณะประชากรศาสตร์ด้านการศึกษาของ ประมะ สตะเวทิน, (2531 : 105) ที่กล่าวว่า iva การศึกษามีอิทธิพลต่อผู้รับสาร ดังนั้นคนที่ได้รับการศึกษาในระดับที่แตกต่างกันย่อมจะมีความรู้สึกนึกคิด อุดมการณ์และความต้องการที่ต่างกันไป คนที่มีการศึกษาสูง หรือมีความรู้ดี จะได้เปรียบในการที่จะเป็นผู้รับสารที่ดีกว่าเพราะความรู้กว้างขวาง เข้าใจมากกว่า ไม่เชื่ออะไรง่าย ๆ โดยทั่วไป คนที่มีการศึกษาสูงจะใช้สื่อมวลชนมากกว่าที่มีการศึกษาดำ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ McNelly and others (1968) ที่กล่าวว่าคนมีฐานะดีและการศึกษาสูงเป็นกลุ่มที่ได้รับข่าวสารที่มีเนื้อหาสาระจากสื่อมวลชนมากที่สุด ส่วนด้านรูปแบบเนื้อหาความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากเนื้อหาในรายการมีความครอบคลุมและตอบสนองความพึงพอใจของบุคคลได้ทุกระดับการศึกษา ตั้งแต่ ระดับการศึกษาดำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่มจึงมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

3.4 ผู้ชมที่มีอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจต่อการชมรายการ “ถึงลูกถึงคน” โดยรวมแตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่ามีความพึงพอใจแตกต่างกันในทุกด้าน โดยที่อาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจสูงกว่าอาชีพพนักงานเอกชน พนักงานรัฐวิสาหกิจ ประกอบธุรกิจส่วนตัว และข้าราชการ ในทุกด้าน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อนุชิต มุราธาภิพย์ (2542) ที่ ศึกษา เรื่อง “ทัศนคติ ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ของผู้ชมรายการดีสิบ ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสี ช่อง 3” พบว่า ผู้ชมที่มีอาชีพแตกต่างกันจะมีความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากการชมรายการดีสิบ แตกต่างกัน ทั้งนี้เนื่องมาจากนักเรียน/นักศึกษา เป็นผู้ที่ใช้เวลาในการรับชม

รายการในแต่ละวันได้มากกว่าอาชีพอื่น ๆ เพราะไม่ต้องมีภารกิจที่ต้องรับผิดชอบมากนัก ขณะที่ผู้ที่มีอาชีพอื่น ๆ นั้น อาจมีเวลาน้อยกว่าและต้องมีการกิจอื่นที่ต้องรับผิดชอบ ทำให้ผู้ชมที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจสูงกว่าอาชีพอื่น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเรื่องลักษณะประชากรศาสตร์ด้านการศึกษาของ ประมะ สตะเวทิน, (2531 : 105) ที่กล่าวไว้ว่า สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ ซึ่งประกอบด้วย อาชีพ รายได้ เชื้อชาติ และภูมิหลังทางครอบครัว มีอิทธิพลต่อปฏิกิริยาของผู้รับสารที่มีต่อผู้ส่งสารและสาร เพราะคนที่มีสถานะทางสังคมและเศรษฐกิจที่ต่างกันจะมีวัฒนธรรมประสบการณ์ ทักษะคิด ค่านิยมและเป้าหมายที่ต่างกัน

3.5 ผู้ชมที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีความพึงพอใจต่อการชมรายการ “ถึงลูกถึงคน” โดยรวมแตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่ามีความพึงพอใจแตกต่างกันในทุกด้าน โดยที่ผู้ชมที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีความพึงพอใจมากกว่าผู้ชมที่มีรายได้ 10,001-30,000 บาท และสูงกว่า 30,000 บาท และผู้ชมที่มีรายได้ 10,001-30,000 บาทมีความพึงพอใจใกล้เคียงกับผู้ชมที่มีรายได้สูงกว่า 30,000 บาท ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อนุชิต มุราชาติพิทย์ (2542) ที่ ศึกษา เรื่อง “ทัศนคติ ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ของผู้ชมรายการดีสิบ ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสี ช่อง 3” พบว่า ผู้ชมที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันจะมีความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากการชมรายการดีสิบ แตกต่างกัน โดยผู้ชมที่มีรายได้ต่ำมีความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากการชมรายการมากกว่าผู้ชมที่มีรายได้สูงกว่า ทั้งนี้อาจมีสาเหตุมาจากผู้ชมที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทมีความคาดหวังต่อรายการต่ำกว่าผู้ที่มีรายได้สูงกว่า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อิศราวดี ชำนาญกิจ (2542) ศึกษา เรื่อง “ทัศนคติ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชมรายการโทรทัศน์ในเขตกรุงเทพมหานคร ต่อรายการด้านการเมืองที่เสนอทางสถานีโทรทัศน์” พบว่าผู้ชมที่มีรายได้สูงจะมีความคาดหวังการใช้ประโยชน์จากรายการในระดับสูงกว่าผู้ชมที่มีรายได้ต่ำ ซึ่งส่วนใหญ่ผู้ที่มีรายได้สูงจะมีความรู้สูงและมีตำแหน่งหน้าที่การงานที่ดี ทำให้คาดหวังว่าจะได้รับข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อตนเองและอาจตั้งเป้าหมายในการชมรายการเพื่อสาระและข้อมูลเชิงลึก และเมื่อรู้สึกว่าได้ข้อมูลเท่าที่ตนคาดหวังก็ทำให้เกิดความพึงพอใจที่ต่ำกว่าผู้ชมที่มีรายได้ต่ำ หรืออาจเป็นเพราะ ผู้ที่มีรายได้สูง มีการเปลี่ยนแปลงไปในเรื่องของความคิดเห็นตามสถานการณ์และข่าวสารซึ่งจะติดตามแล้วแต่โอกาสหรือสถานการณ์หรือเฉพาะบางเรื่องที่สำคัญและสนใจจริง ๆ

36 ผู้ชมที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการชมรายการ “ถึงลูกถึงคน” โดยรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่ามีความพึงพอใจไม่แตกต่างกันในทุกด้าน ทั้งนี้อาจมาสาเหตุมาจากกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้เป็นกลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นเมืองใหญ่และมีความรีบเร่งในเรื่องต่างๆ รวมทั้งเรื่องของการรับข้อมูลข่าวสาร ที่ต้องการความรวดเร็วและแม่นยำ ทำให้ความต้องการในการรับข่าวสารของผู้คนในเมืองใหญ่นั้นจะไม่มี ความเกี่ยวข้องกับสถานภาพสมรส กล่าวคือแม้ผู้ชมที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน ก็มีความพึงพอใจในการชมรายการ “ถึงลูกถึงคน” ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ รัตนพร ไม้ตราวัฒนา (2544) ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมการรับชมรายการซูรัก ซูรสทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 3 เพื่อการนำไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวัน” พบว่า สถานภาพสมรส ไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่คาดว่าจะได้รับจากการรับชมรายการซูรัก ซูรส

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

จากการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการ “ถึงลูกถึงคน” ในเขตกรุงเทพมหานครทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. โดยรวมอยู่ในระดับพอใจมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

1 ด้านวิธีการนำเสนอ ความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการ “ถึงลูกถึงคน” ในเขตกรุงเทพมหานครทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. โดยรวมอยู่ในระดับพอใจปานกลาง ซึ่งรายการ “ถึงลูกถึงคน” ควรปรับปรุงระบบแสง สี เสียง การออกแบบฉากให้มีความทันสมัยและสวยงาม นอกจากนี้ควรปรับปรุง ขนาดของตัวอักษรของข้อความของผู้ชมที่ร่วมแสดงความคิดเห็นทางจอโทรทัศน์ในระหว่างออกอากาศ ให้มีขนาดใหญ่กว่าที่เป็นอยู่ อีกทั้งควรพิจารณาปรับปรุงตารางการออกอากาศในเวลาที่เหมาะสมกว่าปัจจุบันที่ออกอากาศอยู่เนื่องจากเป็นรายการที่ตึกเกินไปสำหรับผู้ชมจำนวนมาก และควรปรับปรุงระยะเวลาในการออกอากาศให้มีความเหมาะสมพอดีไม่น้อยเกินไปเพื่อให้รายการกระชับและผู้ชมไม่รู้สึกเบื่อ

2 ด้านการมีส่วนร่วมของผู้ชม ความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการ “ถึงลูกถึงคน” ในเขตกรุงเทพมหานครทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. โดยรวมอยู่ในระดับพอใจมาก แต่รายการ “ถึงลูกถึงคน” ควรเพิ่มการระมัดระวังในการคัดกรองข้อความของผู้ชมที่ร่วมแสดงความคิดเห็นเพื่อแสดงทางจอโทรทัศน์ในระหว่างออกอากาศ เพื่อไม่ให้มีข้อความที่ไม่เหมาะสมปรากฏอยู่ในรายการ และควรเพิ่มจำนวนหมายเลขโทรศัพท์ในการร่วมแสดงความคิดเห็น ให้มีมากกว่าปัจจุบัน (02-201-6061-3) เพื่อให้ผู้ชมสามารถร่วมแสดงความคิดเห็นได้อย่างสะดวกมากขึ้น

3 ด้านผู้ดำเนินรายการ ความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการ “ถึงลูกถึงคน” ในเขตกรุงเทพมหานครทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. โดยรวมอยู่ในระดับพอใจมาก แต่ผู้ดำเนินรายการควรปรับปรุงในเรื่องของการแสดงกิริยาให้มีความนุ่มนวลมากกว่านี้ และผู้ดำเนินรายการควรปรับปรุงในเรื่องของควบคุมอารมณ์ให้สุขุมมากกว่านี้เพื่อลดความขัดแย้งและการกระทบกระทั่งกันในรายการ

4 ด้านรูปแบบเนื้อหา ความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการ “ถึงลูกถึงคน” ในเขตกรุงเทพมหานครทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. อยู่ในระดับพอใจมาก อย่างไรก็ตามทางรายการ “ถึงลูกถึงคน” ก็ควรจะต้องปรับปรุงในส่วนของการให้ประโยชน์ของเนื้อหาของรายการเพื่อผู้ชมสามารถนำไปเป็นข้อมูลเพื่อใช้ในการตัดสินใจในชีวิตประจำวันได้ และในส่วนของความน่าสนใจ ความหลากหลาย ความทันสมัยและทันต่อเหตุการณ์ของเนื้อหาหรายการนั้นทางรายการคงต้องมีการพัฒนาอยู่ตลอดเวลา เพื่อให้รายการ “ถึงลูกถึงคน” นั้นเป็นรายการที่อยู่ในความสนใจของผู้ชมต่อไป

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1 ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบรายการ “ถึงลูกถึงคน” กับรายการอื่นที่มีลักษณะใกล้เคียงกัน เพื่อทราบถึงความแตกต่างระหว่างรายการ “ถึงลูกถึงคน” กับรายการอื่น และทราบถึงความต้องการของผู้ชม เพื่อนำผลการวิจัยมาปรับปรุงและพัฒนารายการ “ถึงลูกถึงคน” ให้สามารถแข่งขันกับรายการอื่น ๆ ได้อีกด้วย

2 การวิจัยครั้งนี้มีข้อจำกัดในด้านระยะเวลาและงบประมาณ โดยสามารถทำการวิจัยเฉพาะผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 420 ตัวอย่างเท่านั้น หากมีงบประมาณและระยะเวลามากกว่านี้ ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบความนิยมในการรับชมรายการ “ถึงลูกถึงคน” ระหว่างกรุงเทพมหานครกับจังหวัดหรือภูมิภาคต่างๆ ทั่วประเทศว่าจะมีความแตกต่างกันอย่างไร เพื่อนำผลการศึกษามาปรับปรุงและพัฒนารายการ “ถึงลูกถึงคน” ในอนาคตต่อไปได้อีกด้วย

3 ควรมีการศึกษาเรื่องความต้องการข้อมูล ข่าวสารแบบต่างๆ ของผู้ชม ว่าผู้ชมต้องการให้รายการวิเคราะห์ข่าวแบบสนทนาหรือรายการข่าวประเภทอื่น ๆ มีการนำเสนอเนื้อหารายการแบบใดบ้าง เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการนำเสนอครั้งต่อไป

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายและข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษา ความพึงพอใจของผู้ชมรายการ “ถึงลูกถึงคน” ในเขตกรุงเทพมหานครทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ด้านรูปแบบเนื้อหา ด้านวิธีการนำเสนอ ด้านผู้ดำเนินรายการ และด้านการมีส่วนร่วมของผู้ชม เพื่อที่ทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสี ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. (Modernine Television) และ ผู้ผลิตรายการถึงลูกถึงคน จะได้นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้ มาปรับปรุงรายการ เพื่อให้รายการ “ถึงลูกถึงคน” สามารถรองความนิยมอันดับ 1 ในรูปแบบรายการวิเคราะห์ข่าวในรูปการสนทนา ของประชาชนตลอดไป

ความมุ่งหมายของการวิจัย

- 1 เพื่อศึกษาความพึงพอใจรายการ “ถึงลูกถึงคน” ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร
- 2 เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจ ของผู้ชมที่มีต่อรายการ “ถึงลูกถึงคน” ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สถานภาพสมรส

ความสำคัญของการวิจัย

ผลจากการวิจัยในครั้งนี้จะสามารถนำไปสู่ประโยชน์ดังนี้

- 1 ผลจากการศึกษาครั้งนี้ ทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสี ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. (Modernine Television) และ ผู้ผลิตรายการ “ถึงลูกถึงคน” สามารถนำผลการวิจัยมาใช้ในการวางแผนในการปรับผังรายการและเป็นแนวทางในการปรับปรุงรายการ ได้แก่ รูปแบบเนื้อหา วิธีการนำเสนอ ผู้ดำเนินรายการ การมีส่วนร่วมของผู้ชม เพื่อให้รายการสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ชมได้เป็นอย่างดีเพื่อให้ผู้ชมเกิดความพึงพอใจสูงสุด และสามารถรักษาความเป็นรายการยอดนิยมและครองใจผู้ชมได้ตลอดไป อีกทั้งโทรทัศน์ช่องอื่น ๆ สามารถนำผลวิจัยไปใช้ปรับปรุงรายการของตนในด้านดังกล่าวให้มีความเหมาะสมมากยิ่งขึ้น
- 2 ผลการวิจัยเป็นการเพิ่มพูนวิทยาการด้านการวิจัย ในงานด้านรายการโทรทัศน์ให้กว้างขวางมากยิ่งขึ้น
- 3 ผลการวิจัยสามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลอ้างอิงหรือเป็นแนวทางในการจัดทำรายการวิเคราะห์ข่าวแบบสนทนาและสามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้ไปประยุกต์ใช้กับรายการอื่น ๆ ที่มีรูปแบบที่คล้ายคลึงกันในโอกาสต่อไปด้วย

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กัลยา วานิชย์บัญชา (2538) *การวิเคราะห์สถิติเพื่อธุรกิจ · สถิติเพื่อการตัดสินใจทางธุรกิจ* พิมพ์ครั้งที่ 1 กรุงเทพฯ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- _____ (2544) *การวิเคราะห์สถิติ สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย* โรงพิมพ์แห่ง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- _____ (2545) *การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล* พิมพ์ครั้งที่ 5 กรุงเทพฯ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- _____ (2546) *การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล (ฉบับปรับปรุงใหม่)* พิมพ์ครั้งที่ 6 กรุงเทพฯ บริษัท ธรรมสาร จำกัด
- ชูศักดิ์ รองสวัสดิ์ (2537) *ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบเนื้อหารายการมองต่างมุม กับทัศนคติ ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ของผู้ชมรายการมองต่างมุม ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11* วิทยานิพนธ์ วส ม (การสื่อสารมวลชน) กรุงเทพฯ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ถ่ายเอกสาร
- ชูศรี วงศ์รัตนะ (2541) *เทคนิคเพื่อการใช้สถิติเพื่อการวิจัย* พิมพ์ครั้งที่ 7 กรุงเทพฯ เทพเนรมิตการพิมพ์
- ดิเรก ฤกษ์สาหร่าย (2527) *การส่งเสริมเกษตร/หลักและวิธีการ* กรุงเทพฯ ไทยวัฒนาพานิช
- จิตินัน บุญภาพ (2542) *วิสัยทัศน์โทรทัศน์ไทยหลังปี คศ 2000* วิทยานิพนธ์ วส ม (การสื่อสารมวลชน) กรุงเทพฯ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ถ่ายเอกสาร
- ทรงศักดิ์ แฝงนคร (2534) *รายการ "Talk Show" ในโทรทัศน์* วิทยานิพนธ์ วส ม (การสื่อสารมวลชน) กรุงเทพฯ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ถ่ายเอกสาร
- จิตติมา ปิยะศิริศิลป์ (2544) *ศึกษาพฤติกรรม การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจของผู้ชมรายการสายตรงไอทีวี* วิทยานิพนธ์ วส ม (การสื่อสารมวลชน) กรุงเทพฯ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ถ่ายเอกสาร
- บุญชม ศรีสะอาด (2538) *วิธีทางสถิติสำหรับการวิจัย* กรุงเทพฯ สุวีริยาสาส์น
- ปรมะ สตะเวทิน (2531) *การสื่อสารมวลชนกระบวนการและทฤษฎี* กรุงเทพฯ สำนักพิมพ์ภาพพิมพ์
- พีระ จิรโสภณ (2529) *"ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน," ในหลักและทฤษฎีการสื่อสาร.* นนทบุรี สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมิราช
- ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ (2534) *การวิเคราะห์ผู้รับสาร* กรุงเทพฯ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

- รัตนพร ไม้ตราวัฒนา (2544) *พฤติกรรมการรับชมรายการซูรัก ซูรสทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 3 เพื่อการนำไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวัน* วิทยานิพนธ์ วส ม (การสื่อสารมวลชน) กรุงเทพฯ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ถ่ายเอกสาร
- วสันต์ อติศัพท์ (2533) *การผลิตเทปโทรทัศน์เพื่อการศึกษาและฝึกอบรม* กรุงเทพฯ สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์
- ศิริวรรณ และคณะ (2539) *การบริหารการตลาดยุคใหม่* กรุงเทพฯ วีระฟิล์มและไซเท็กซ์
- ศกุน สายบุญลี (2543) *ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ที่ได้รับจากการชมโทรทัศน์ รายการสารคดีพัฒนาชุมชน* วิทยานิพนธ์ วส ม (การสื่อสารมวลชน) กรุงเทพฯ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ถ่ายเอกสาร
- สุภาภรณ์ พรหมดีราช (2541) *ความพึงพอใจของผู้ชมรายการสุขภาพกับการดูแลตนเอง* วิทยานิพนธ์ วส ม / (การสื่อสารมวลชน) กรุงเทพฯ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ถ่ายเอกสาร
- อนุชิต มุราธาทิพย์ (2542) *ทัศนคติ ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ของผู้ชมรายการดีสิบ ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสี ช่อง 3* วิทยานิพนธ์ วส ม (การสื่อสารมวลชน) กรุงเทพฯ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ถ่ายเอกสาร
- อิศราวดี ชำนาญกิจ (2542) *ทัศนคติ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชมรายการโทรทัศน์ในเขตกรุงเทพมหานครต่อรายการด้านการเมืองที่เสนอทาง สถานีโทรทัศน์* วิทยานิพนธ์ วส ม / (การสื่อสารมวลชน) กรุงเทพฯ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ถ่ายเอกสาร
- Cormick, C A (1947) *Leadership. New York* Harmonds Worth
- Elia, D and G M Partrick (1972) *"The Determinants of Job Satisfaction Among Beginning Librarians,"* Library Quarterly 49(7) 173
- Greenberg, B S and H Kumata (1968) *National sample predictors of mass media use* Journalism Quarterly 45 (1) 641-646
- Lawrence A Wenner (1986) *"Model Specification and Theoretical Development." in Gratifications Sought and Obtained Research A Comparison of Discrepancy and Transactional Approach* Communication Monographs 53
- McNelly, J T, R Bush, and M E Bishop (1968) *"Cosmopolitan media usage in the Diffusion of international affairs news"* Journalism Quarterly 45, 349-358
- Palmgreen P ,and J D Rayburn (1979) *"Use and gratifications and exposure to public television - a discrepancy approach."* Communication Research 6 155-188
- Schramm, W and D White (1949) *age, education, economic status* factors in newspaper reading Journalism Quarterly 26 149-162

Shelly, Manynard W (1975) ***Responding to Social Chang Pennsylvania Dowden***
Hautchiaon Press, Inc ,

Wolman, Thomas (1973) ***Education and Organization Leadership in Elementary***
School Eaglewood Cliffs, New Jersey Prentice-Hall

Willo, O A , Goldhabers,G M and Yates, M P (1980) ***Organization Communication***
Research Time for Reflection In Dan Nimmo(ed) *Communication Yearbook 4*"
New Jersy International Communication Association

แหล่งข้อมูล www.nso.go.th เว็บไซต์สำนักงานสถิติแห่งชาติ 3 สิงหาคม,2547

แหล่งข้อมูล www.bmaeducation.in.th เว็บไซต์สำนักการศึกษากรุงเทพมหานคร 31 สิงหาคม,2547

แหล่งข้อมูล www.mcot.net/tltk เว็บไซต์รายการถึงลูกถึงคน 29 กรกฎาคม,2547

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย

เลขที่แบบสอบถาม

--	--	--

แบบสอบถาม

เรื่อง ความพึงพอใจของผู้ชมรายการ“ถึงลูกถึงคน” ในเขตกรุงเทพมหานครทางสถานีโทรทัศน์
ช่อง 9 อ ส ม ท

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้จัดทำเพื่อประกอบการทำสารนิพนธ์ของนิสิตปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอก การจัดการ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ชมรายการ “ถึงลูกถึงคน”ทางสถานีโทรทัศน์ ช่อง 9 อ ส ม ท ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยวัดความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการ “ถึงลูกถึงคน” ในด้านรูปแบบเนื้อหา วิธีการนำเสนอ ผู้ดำเนินรายการ การมีส่วนร่วมของผู้ชม เพื่อทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ ส ม ท และผู้ผลิตรายการ“ถึงลูกถึงคน”สามารถนำข้อมูลไปใช้ในการวางแผนเพื่อจัดผังรายการและปรับปรุงรายการ ให้ตอบสนองตามความต้องการของผู้ชมให้มากที่สุด เพื่อเป็นรายการที่อยู่ในความนิยมของประชาชนตลอดไป ดังนั้นผู้วิจัยใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการช่วยตอบแบบสอบถาม โดยผู้ตอบแบบสอบถามจะไม่มีผลกระทบจากการตอบแบบสอบถามแต่ประการใด

- โดยแบบสอบถามจะประกอบด้วย 2 ส่วน ดังนี้
- ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
 - ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการ “ถึงลูกถึงคน”ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร

แบบสอบถาม

เรื่อง ความพึงพอใจของผู้ชมรายการ “ถึงลูกถึงคน” ในเขตกรุงเทพมหานครทางสถานีโทรทัศน์
ช่อง 9 อ.ส.ม.ท

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ตามความเป็นจริงมากที่สุด

1 เพศ

☐

ชาย

☐

หญิง

2 อายุ

☐

ต่ำกว่า 20 ปี

☐

20-39 ปี

☐

40 ปีขึ้นไป

3 ระดับการศึกษา

☐

ต่ำกว่าปริญญาตรี

☐

ปริญญาตรี

☐

สูงกว่าปริญญาตรี

4 อาชีพ

☐

นักเรียน / นักศึกษา

☐

พนักงานบริษัทเอกชน

☐

พนักงานรัฐวิสาหกิจ

☐

ประกอบธุรกิจส่วนตัว

☐

ข้าราชการ

☐

อื่น ๆ

5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

☐

ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท

☐

10,001-30,000 บาท

☐

สูงกว่า 30,000 บาท

6 สถานภาพสมรส

☐

โสด

☐

สมรส

☐

หย่า / แยกกันอยู่ / หม้าย

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการ “ถึงลูกถึงคน”ของผู้ชม
ในเขตกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง โปรดเติมคำลงในช่องว่าง หรือทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ เพียงข้อเดียวที่
ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

/	ระดับความพึงพอใจ				
	พอใจ อย่าง ยิ่ง	พอใจ มาก	พอใจ ปาน กลาง	ไม่ พอใจ	ไม่ พอใจ อย่าง ยิ่ง
1 <u>ความน่าสนใจของเนื้อหา</u> ที่นำเสนอในรายการ					
2 <u>ความหลากหลายของเนื้อหา</u> ที่นำเสนอในรายการ					
3 <u>ความทันสมัยและทันต่อเหตุการณ์ของเนื้อหา</u> รายการ					
4 <u>การสะท้อนสถานการณ์ปัจจุบันของเนื้อหา</u> รายการ					
5 <u>การให้ประโยชน์ด้านข้อมูลเจาะลึกของเนื้อหา</u> รายการ					
6 <u>การให้ประโยชน์ด้านนำเนื้อหา</u> รายการไปคุยกับเพื่อนร่วมงาน					
7 <u>การให้ประโยชน์ด้านนำเนื้อหา</u> ของรายการไปเป็นข้อมูลเพื่อใช้ในการตัดสินใจในชีวิตประจำวัน					

ความพึงพอใจต่อรายการ “ถึงลูกถึงคน” ด้านวิธีการนำเสนอ	ระดับความพึงพอใจ				
	พอใจ อย่างยิ่ง	พอใจ มาก	พอใจ ปาน กลาง	ไม่ พอใจ	ไม่ พอใจ อย่าง ยิ่ง
8 ความทันสมัยของรูปแบบการ ออกอากาศสด					
9 ระบบแสง สี เสียง					
10 ความสวยงามของการออกแบบฉาก ในรายการ					
11 ขนาดของตัวอักษรของข้อความของ ผู้ชมที่ร่วมแสดงความคิดเห็นทาง จอโทรทัศน์ในระหว่างออกอากาศ					
12 ความหลากหลายของช่องทางในการ รับชมรายการหลายช่องทาง เช่น ทาง โทรทัศน์ ทางวิทยุ และอินเทอร์เน็ต					
13 ความเหมาะสมของวันในการ ออกอากาศ					
14 ความเหมาะสมของเวลาในการ ออกอากาศ					
15 ระยะเวลาในการออกอากาศ					

ความพึงพอใจต่อรายการ “ถึงลูกถึงคน” ด้านผู้ดำเนินรายการ	ระดับความพึงพอใจ				
	พอใจ อย่างยิ่ง	พอใจ มาก	พอใจ ปาน กลาง	ไม่ พอใจ	ไม่ พอใจ อย่าง ยิ่ง
16 บุคลิกภาพของพิธีกร					
17 ภาพลักษณ์ของพิธีกร					
18 การแต่งกายของพิธีกร					
19 การใช้ภาษาได้ถูกต้องตามหลักการใช้ ภาษาไทยของพิธีกร					
20 การใช้น้ำเสียงและวิธีการพูดของ พิธีกร					
21 การแสดงกิริยาของพิธีกร					
22 การควบคุมอารมณ์ของพิธีกร					
23 การตั้งคำถามของพิธีกรต่อผู้ร่วม รายการได้ตรงประเด็น					
24 การควบคุมสถานการณ์ในรายการ ของพิธีกร					
25 <u>ความรู้</u> ของพิธีกรในประเด็นที่น่าสนใจ ในรายการ					
26 ความเชื่อมั่นของพิธีกร					

ความพึงพอใจต่อรายการ “ถึงลูกถึงคน” ด้านการมีส่วนร่วมของผู้ชม	ระดับความพึงพอใจ				
	พอใจ อย่างยิ่ง	พอใจ มาก	พอใจ ปาน กลาง	ไม่ พอใจ	ไม่ พอใจ อย่าง ยิ่ง
27 ความหลากหลายของช่องทางในการ ร่วมแสดงความคิดเห็นของผู้ชม รายการ เช่นทางโทรศัพท์, การส่ง SMS และทางอินเทอร์เน็ต					
28 การให้ความสำคัญต่อการมีส่วนร่วม แสดงความคิดเห็นของผู้ชม					
29 ความน่าสนใจของประเด็นที่นำมา เสนอให้ผู้ชมร่วมแสดงความคิดเห็น (Vote)ในระหว่างออกอากาศ (ทาง SMSและทางอินเทอร์เน็ต)					
30 การแสดงข้อความของผู้ชมที่ร่วม แสดงความคิดเห็นทางจอโทรทัศน์ใน ระหว่างออกอากาศ					
31 การคัดกรองข้อความของผู้ชมที่ร่วม แสดงความคิดเห็นเพื่อแสดงทาง จอโทรทัศน์ในระหว่างออกอากาศ					
32 จำนวนหมายเลขโทรศัพท์ในการร่วม แสดงความคิดเห็น (02-201-6061-3)					
33 ความสร้างสรรค์และเป็นประโยชน์ต่อ สังคมของความคิดเห็นของผู้ชมที่มี ร่วมแสดงในรายการ					

ภาคผนวก ข

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญ และหนังสือเรียนเชิญผู้เชี่ยวชาญเพื่อตรวจสอบเครื่องมือ

รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม

รายชื่อ	ตำแหน่งและสถานที่ทำงาน
1 รองศาสตราจารย์ ดร. สุภาพรณ สิริแพทย์พิสุทธ์	อาจารย์ประจำ ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
2 อาจารย์ สิทธิฐาน ชูทรัพย์	อาจารย์ประจำ ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
3 อาจารย์ ลำสัน เลิศกุลประหยัด	อาจารย์ประจำ ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ



บันทึกข้อความ

104

ส่วนราชการ บัณฑิตวิทยาลัย มศว โทร 5731, 5618

ที่ ศธ 0519 12/516

วันที่ 17 มกราคม 2548

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ

เรียน คณะบดีคณะสังคมศาสตร์

เนื่องด้วย นางรัชฎา โคลิน คริปส์ นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำสารนิพนธ์ เรื่อง “ความพึงพอใจของผู้ชมรายการ “ถึงลูกถึงคน” ในเขตกรุงเทพมหานคร ทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.” โดยมี อาจารย์ไพฑูรย์ อาชารุ่งโรจน์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัยขอเรียนเชิญ รองศาสตราจารย์สุภาพรณศิริแพทย์พิสุทธิ อาจารย์ถิฏฐากร ชูทรัพย์ และ อาจารย์ถ้ำสัน เลิศกุลประหยค์ เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความพึงพอใจของผู้ชมรายการ “ถึงลูกถึงคน” ในเขตกรุงเทพมหานคร ทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้ข้าราชการในสังกัดเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบให้ นางรัชฎา โคลิน คริปส์ และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์เพ็ญศิริ จีระเดชากุล)

คณะบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ชื่อ ชื่อสกุล	นางรัชฎา โคลิน คริปส์
วันเดือนปีเกิด	23 มิถุนายน 2513
สถานที่เกิด	อำเภอตากลี จังหวัดนครสวรรค์
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	98/86 หมู่บ้านหลักสี่วิลล่า แขวงทุ่งสองห้อง เขตหลักสี่ กรุงเทพฯ 10210
ตำแหน่งหน้าที่การงานปัจจุบัน	ผู้ช่วยผู้จัดการ แผนกการเงิน
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	บริษัท เคพีเอ็มจี ภูมิไชย โฮลดิ้งส์ จำกัด 195 อาคารเอ็มไพร์ทาวเวอร์ ชั้น 48 ถนนสาทรใต้ แขวงยานนาวา เขตสาทร กรุงเทพฯ 10120

ประวัติการศึกษา

พ ศ 2531	มัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนตากลีประชาสรรค์ จังหวัดนครสวรรค์
พ ศ 2536	บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการบัญชี มหาวิทยาลัยรามคำแหง
พ ศ 2548	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร