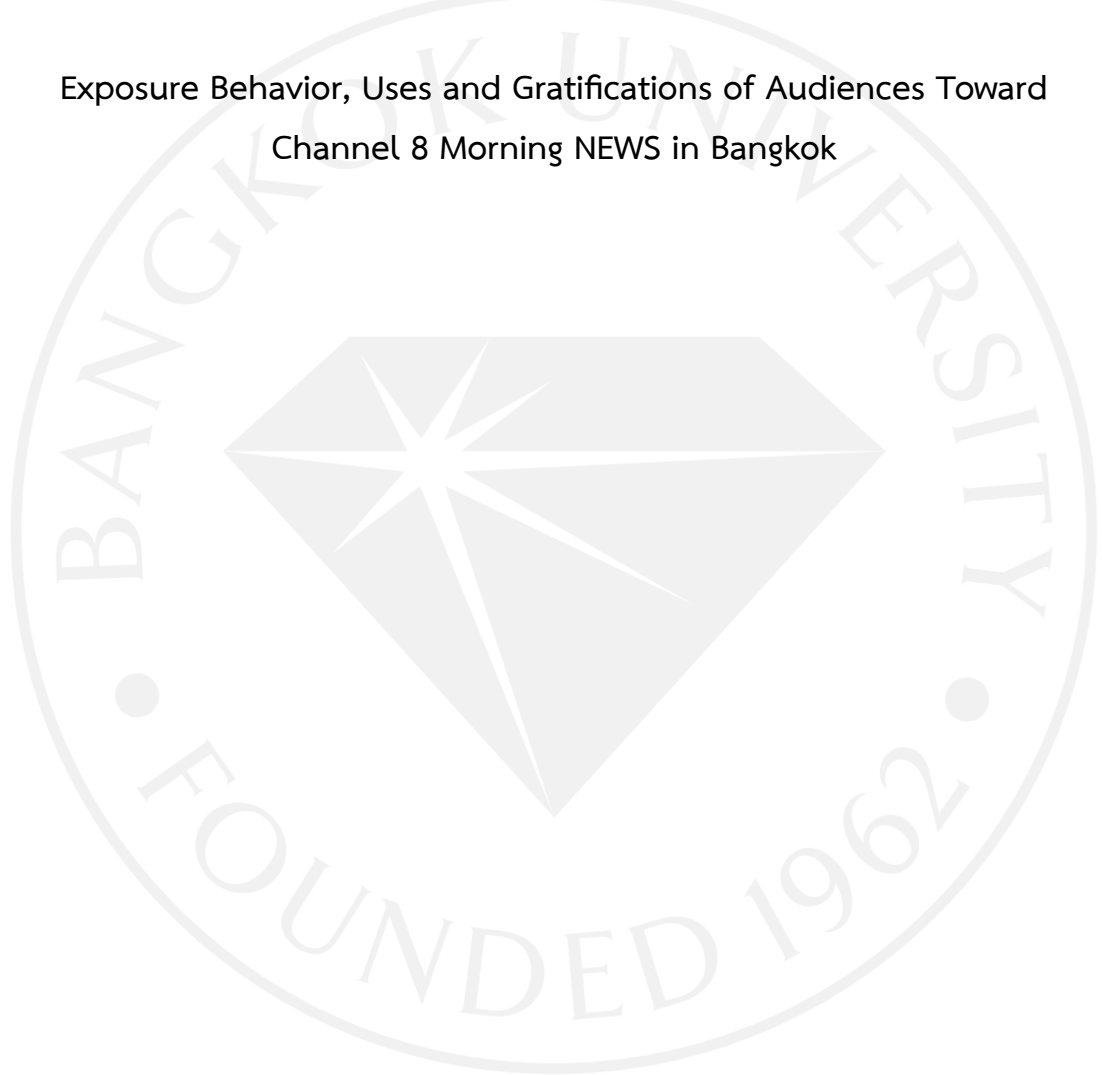


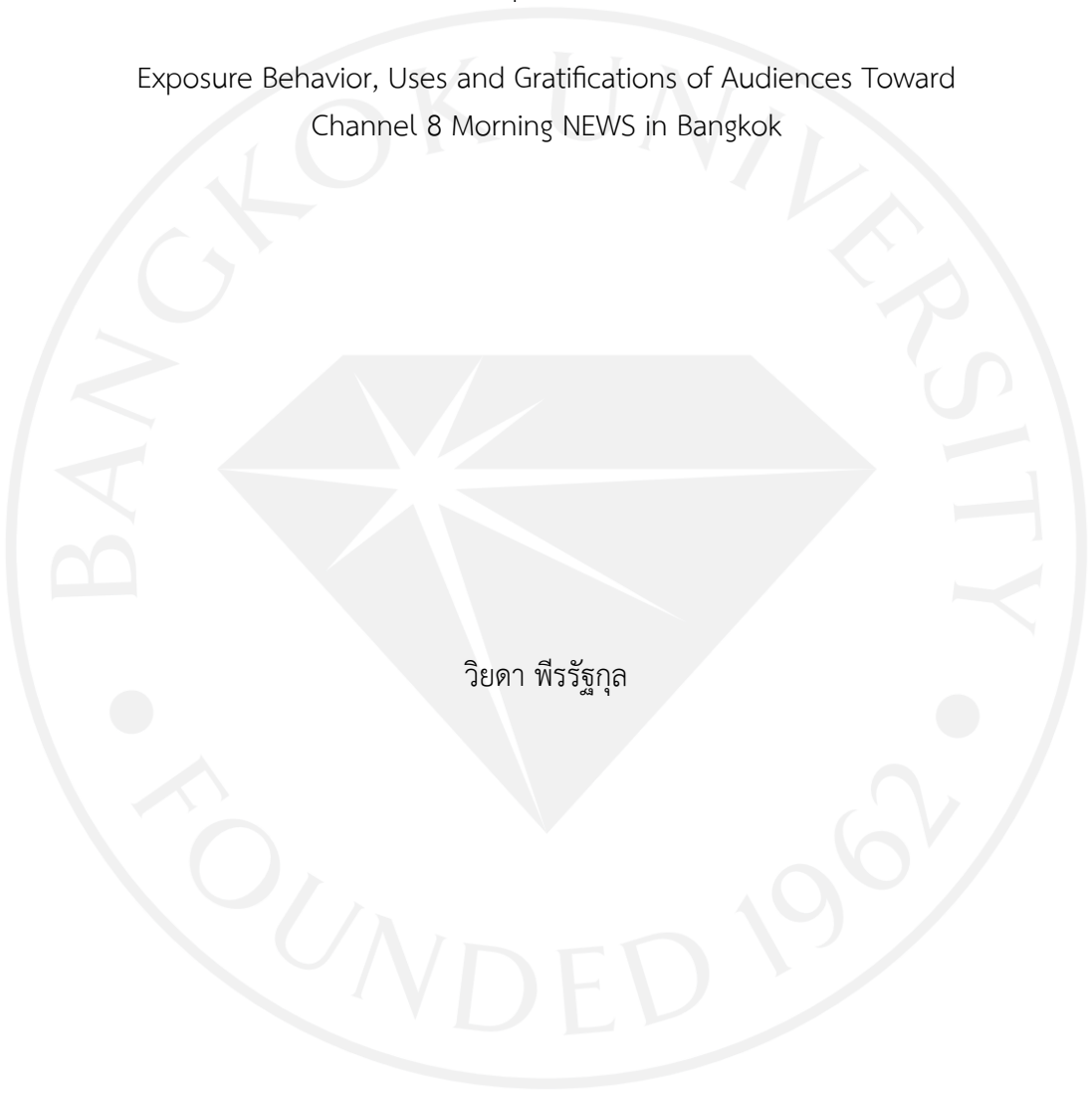
พฤติกรรมกาเปิดรับ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการคุย
ข่าวเช้าช่อง 8 ในเขตกรุงเทพมหานคร

Exposure Behavior, Uses and Gratifications of Audiences Toward
Channel 8 Morning NEWS in Bangkok



พฤติกรรมการเปิดรับ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8
ในเขตกรุงเทพมหานคร

Exposure Behavior, Uses and Gratifications of Audiences Toward
Channel 8 Morning NEWS in Bangkok



วิยดา พีรรัฐกุล

การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ปีการศึกษา 2562



© 2563

วิยดา พีรรัฐกุล
สงวนลิขสิทธิ์


บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์

เรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการคุยข่าวเช้า
ช่อง 8 ในกรุงเทพมหานคร


ผู้วิจัย วิยดา พิธีรัฐกุล

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา


(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.องอาจ สิงห์ลำพอง)

ผู้เชี่ยวชาญ


(รองศาสตราจารย์ ดร.พรพรหม ชมงาม)


(อาจารย์ วิรัตน์ รัตตากร)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

18 กรกฎาคม 2563

วทยา พีร์รัฐกุล. ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์, กรกฎาคม 2563,
บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
พฤติกรรมกรรมการเปิดรับ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8
ในเขตกรุงเทพมหานคร (71 หน้า)
อาจารย์ที่ปรึกษา: ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.องอาจ สิงห์ลำพอง

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาพฤติกรรมกรรมการเปิดรับ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 ในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการเปิดรับชม การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 ในเขตกรุงเทพมหานคร

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ในรูปแบบของการวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้เครื่องมือแบบสอบถามในการเก็บข้อมูล กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษาคือ ผู้ชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน ใช้วิธีสุ่มตามความสะดวก (Convenient Sampling) ทำการเก็บข้อมูลในช่วงเดือนเมษายน พ.ศ. 2563 และเก็บข้อมูลผ่านช่องทางออนไลน์ ทดสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือโดยวิธีวิเคราะห์สัมประสิทธิ์อัลฟา (Cronbach's Alpha Coefficient) ได้ค่าความเชื่อมั่น 0.894 สถิติที่ใช้ในงานวิจัยได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และ สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ได้แก่ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (F-test) และการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson Correlation)

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างของผู้ชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 จำนวน 400 คน พบว่าเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง ประกอบด้วยเพศชายจำนวน 245 คน คิดเป็นร้อยละ 61.25 เพศหญิงจำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 38.75 มีช่วงอายุ 40 - 49 ปี มากที่สุด จำนวน 202 คน คิดเป็นร้อยละ 50.5 มีระดับการศึกษาสูงสุดคือระดับปริญญาตรีมากที่สุด จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 35.75 มีอาชีพทำธุรกิจส่วนตัว/ค้าขายมากที่สุด จำนวน 203 คน คิดเป็นร้อยละ 50.75 มีรายได้ในช่วง 5,000 - 15,000 บาทมากที่สุด จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 36 มีความถี่ในการรับชมมากที่สุดคือรับชมทุกวัน จำนวน 299 คน คิดเป็นร้อยละ 75 ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า กลุ่มตัวอย่างของผู้ชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 ที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมกรรมการเปิดรับชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 ไม่แตกต่างกัน พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 สัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 และพฤติกรรมกรรมการเปิดรับชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 ในเขตกรุงเทพมหานคร สัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: รายการคุยข่าวเช้าช่อง 8, พฤติกรรมการเปิดรับ, การใช้ประโยชน์, ความพึงพอใจ

Peerarattakun, W. M.Com.Arts (Strategic Communications), July 2020, Graduate School, Bangkok University.

Exposure Behavior, Uses and Gratifications of Audiences Toward Channel 8 Morning NEWS in Bangkok. (71 pp.)

Advisor: Asst. Prof. Ong-art Singlumpong, Ph.D.

ABSTRACT

This research was the study of exposure behavior, uses and gratifications of audiences toward Channel 8 Morning NEWS in Bangkok. The objectives of this study were to study characteristics, exposure behavior, uses and gratifications of audiences toward Channel 8 Morning NEWS in Bangkok.

This research was quantitative research with survey research methodology by using the questionnaires to collect information. The sample population consisted of 400 audiences of Channel 8 Morning NEWS in Bangkok. Using convenient sampling and information collecting in April 2020 by online questionnaires. Invalidation testing, statistical used were 0.894 of Cronbach's Alpha Coefficient. The statistic of this research were frequency, percentage, the mean and standard deviation for descriptive statistics and T-test, F-test, and Pearson correlation for inferential statistics and hypothesis testing.

The result showed that 400 audiences of Channel 8 Morning NEWS in Bangkok were 245 male by 61.25% and 155 female by 38.75%, top of the age range was 40 - 49 by 50.5%, the education level was 143 bachelor degree by 35.75%, the career was 203 business owners by 50.75%, the income range were 5,000 - 15,000 baht by 36%, the watching frequency was every day by 75%. The hypothesis testing results found that the difference of audiences toward not different exposure behavior. The exposure behavior correlated with uses from Channel 8 Morning NEWS and the exposure behavior correlated with gratifications of Channel 8 Morning NEWS significantly at 0.05.

Keywords: Channel 8 Morning NEWS, Exposure behavior, Uses, Gratifications

กิตติกรรมประกาศ

ตลอดระยะเวลา 1 ปี ที่ผ่านมา ผู้วิจัยต้องขอขอบพระคุณทุกท่านที่เป็นส่วนหนึ่งที่ผลักดันให้การค้นคว้าอิสระฉบับนี้สำเร็จได้อย่างลุล่วง การค้นคว้าอิสระครั้งนี้จะสำเร็จไม่ได้หากปราศจากบุคคลสำคัญ ท่านอาจารย์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. งามอาจ สิงห์ลำพอง ผู้เป็นทั้งผู้บังคับบัญชาในสายอาชีพและที่ปรึกษาให้แก่ผู้วิจัย คอยตรวจทานเนื้อหาอย่างละเอียด ให้คำแนะนำต่างๆ ตลอดจนจนเป็นกำลังใจให้แก่ข้าพเจ้า ขอบพระคุณท่านอาจารย์ รองศาสตราจารย์ ดร. พรพรม ชมงาม ที่ช่วยเหลือในด้านต่างๆ ให้การค้นคว้าอิสระครั้งนี้สำเร็จได้เป็นอย่างดี

ขอบพระคุณรายการคูปองเข้าห้อง 8 และผู้ร่วมทำแบบสอบถามทุกท่านที่สละเวลาอันมีค่ามาให้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์มหาศาลแก่งานวิจัยครั้งนี้ รวมถึงขอขอบคุณเพื่อนๆ พี่ๆ น้องๆ ร่วมชั้นหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ทุกคนสำหรับกำลังใจและมิตรภาพที่มีค่ายิ่ง

เหนือสิ่งอื่นใด ขอขอบพระคุณกำลังใจสำคัญที่สุดจากครอบครัว บุพการีอันเป็นที่รักยิ่ง คุณพ่อชู แซ่โจ้ว และคุณแม่แม่ไซจู แซ่โจ้ว ผู้เป็นแบบอย่างที่ดีและแรงบันดาลใจด้านการศึกษาสูงสุดของผู้วิจัย

ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า การค้นคว้าอิสระครั้งนี้จะเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่สนใจในประเด็นต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ทั้งในด้านอุตสาหกรรมนิเทศศาสตร์และในด้านงานวิชาการต่อไป

วิยดา พิธีรัฐกุล

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญภาพ	ฎ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 คำถามการวิจัย	5
1.3 วัตถุประสงค์การวิจัย	5
1.4 สมมติฐานการวิจัย	5
1.5 ขอบเขตการวิจัย	6
1.6 คำนิยามศัพท์เฉพาะ	6
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	6
บทที่ 2 วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 ทฤษฎีลักษณะทางประชากรศาสตร์	8
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการนำเสนอข่าว	12
2.3 ทฤษฎีการเปิดรับสื่อ	17
2.4 ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ	19
2.5 ทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ	22
2.6 กรอบแนวคิดตามทฤษฎี	24
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	
3.1 รูปแบบการวิจัย	25
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	25
3.3 ประเภทของข้อมูล	26
3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	26
3.5 การตรวจสอบเครื่องมือ	26
3.6 การเก็บรวบรวมข้อมูล	27
3.7 การวิเคราะห์ข้อมูล	27
3.8 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	27

สารบัญ (ต่อ)

บทที่ 4 ผลการวิจัย	
4.1 การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา	30
4.1.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์	30
4.1.2 พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8	33
4.1.3 การใช้ประโยชน์จากรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8	33
4.1.4 ความพึงพอใจที่มีต่อรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8	35
4.2 การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน	40
4.3 การทดสอบสมมติฐาน	40
การทดสอบสมมติฐานที่ 1	40
การทดสอบสมมติฐานที่ 2	43
การทดสอบสมมติฐานที่ 3	46
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการศึกษา	49
5.2 ผลการทดสอบสมมติฐาน	53
5.3 อภิปรายผลการศึกษา	54
5.4 ข้อเสนอแนะการวิจัย	58
5.5 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป	59
บรรณานุกรม	60
ภาคผนวก	65
ประวัติผู้เขียน	71
เอกสารข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์	72

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1.1: ช่องดิจิทัลทีวีที่ยังดำเนินกิจการอยู่	1
ตารางที่ 1.2: กราฟแสดงเรตติ้งรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 มกราคม - มีนาคม 2563	4
ตารางที่ 4.1: จำนวนและร้อยละของผู้ชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 จำแนกตามเพศ	30
ตารางที่ 4.2: จำนวนและร้อยละของผู้ชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 จำแนกตามอายุ	31
ตารางที่ 4.3: จำนวนและร้อยละของผู้ชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 จำแนกตามระดับการศึกษา	31
ตารางที่ 4.4: จำนวนและร้อยละของผู้ชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 จำแนกตามอาชีพ	32
ตารางที่ 4.5: จำนวนและร้อยละของผู้ชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 จำแนกตามรายได้	32
ตารางที่ 4.6: จำนวนและร้อยละของผู้ชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 จำแนกตามพฤติกรรมเปิดรับ	33
ตารางที่ 4.7: การใช้ประโยชน์จากข่าวสารเพื่อรับทราบข่าวสาร ความรู้ ความเข้าใจในเหตุการณ์	34
ตารางที่ 4.8: การใช้ประโยชน์จากข่าวสารเพื่อความน่าเชื่อถือ ความมั่นใจและเพื่อให้สถานภาพเป็นที่ยอมรับ	34
ตารางที่ 4.9: การใช้ประโยชน์จากข่าวสารเพื่อการมีส่วนร่วมกับสังคม ครอบครัว และสิ่งแวดล้อมที่ดำรงอยู่	35
ตารางที่ 4.10: การใช้ประโยชน์จากข่าวสารเพื่อหลีกเลี่ยงจากสภาพความเป็นจริงชั่วขณะ ผ่อนคลายความเครียด	35
ตารางที่ 4.11: ความพึงพอใจที่มีต่อรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 ด้านเนื้อหารายการ	36
ตารางที่ 4.12: ความพึงพอใจที่มีต่อรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 ด้านองค์ประกอบรายการ	37
ตารางที่ 4.13: ความพึงพอใจที่มีต่อรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 ด้านผู้ดำเนินรายการ : สถาพร ริยะป่า	38
ตารางที่ 4.14: ความพึงพอใจที่มีต่อรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 ด้านผู้ดำเนินรายการ : วิดา พิรรัฐกุล	38
ตารางที่ 4.15: ความพึงพอใจที่มีต่อรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 ด้านผู้ดำเนินรายการ : บุญญิตา งามศัพท์ศิลป์	39
ตารางที่ 4.16: ความพึงพอใจที่มีต่อรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 ด้านผู้ดำเนินรายการ : ธีระ ธีญญอนันต์ผล	40
ตารางที่ 4.17: การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างเพศของผู้ชมกับพฤติกรรมการรับชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8	41
ตารางที่ 4.18: การทดสอบความแปรปรวนทางเดียวของพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 จำแนกตามอายุ	41
ตารางที่ 4.19: การทดสอบความแปรปรวนทางเดียวของพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 จำแนกตามระดับการศึกษา	42

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.20: การทดสอบความแปรปรวนทางเดียวของพฤติกรรมกาเปิดรับชม รายการคุษวเข้ชอง 8 จำแนกตามอาชีพ	42
ตารางที่ 4.21: การทดสอบความแปรปรวนทางเดียวของพฤติกรรมกาเปิดรับชม รายการคุษวเข้ชอง 8 จำแนกรายได้เฉพาะบุคคล	43
ตารางที่ 4.22: การทดสอบค่าสหสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกาเปิดรับกับการใช้ประโยชน์ จากข่วสารเพื่อรับทราบข่วสาร ความรู้ ความเข้าใจในเหตุการณ์	43
ตารางที่ 4.23: การทดสอบค่าสหสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกาเปิดรับกับการใช้ประโยชน์ จากข่วสารเพื่อความน่าเชื่อถือ ความมั่นใจ และเพื่อให้สถานภาพเป็นที่ยอมรับ	44
ตารางที่ 4.24: การทดสอบค่าสหสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกาเปิดรับกับการใช้ประโยชน์ จากข่วสารเพื่อการมีส่วนร่วมกับสังคม ครอบครัว และสิ่งแวดล้อมที่ดำรงอยู่	45
ตารางที่ 4.25: การทดสอบค่าสหสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกาเปิดรับกับการใช้ประโยชน์ จากข่วสารเพื่อหลีกเลี่ยงหนีจากสภาพความเป็นจริงชั่วขณะ	45
ตารางที่ 4.26: การทดสอบค่าสหสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกาเปิดรับกับความพึงพอใจ ด้านเนื้อหารายการ	46
ตารางที่ 4.27: การทดสอบค่าสหสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกาเปิดรับกับความพึงพอใจ ด้านองค์ประกอบรายการ	47
ตารางที่ 4.28: การทดสอบค่าสหสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกาเปิดรับกับความพึงพอใจ ด้านผู้ดำเนินรายการ	47
ตารางที่ 5.1: สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ชม ในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน ทำให้มีพฤติกรรมกาเปิดรับชม รายการคุษวเข้ชอง 8 แตกต่างกัน	53
ตารางที่ 5.2: สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 พฤติกรรมกาเปิดรับชมรายการ คุษวเข้ชอง 8 ในเขตกรุงเทพมหานครสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จาก รายการคุษวเข้ชอง 8	54
ตารางที่ 5.3: สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3 พฤติกรรมกาเปิดรับชมรายการ คุษวเข้ชอง 8 ในเขตกรุงเทพมหานคร สัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ชม รายการคุษวเข้ชอง 8	55

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1: รายการคีย์ข่าวเข้าช่อง 8	4
ภาพที่ 2.1: แบบจำลองของการใช้สื่อเพื่อการตอบสนองความพึงพอใจ	20
ภาพที่ 2.2: กรอบแนวคิดการวิจัย	24



บทที่ 1 บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

"สื่อโทรทัศน์" เป็นการสื่อสารมวลชนประเภทหนึ่งที่ได้รับคามนิยมจากประชาชนในสังคมไทยและทรงอิทธิพลมากที่สุดตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน เพราะสามารถเข้าถึงผู้ชมได้อย่างรวดเร็ว สมจริงทั่วทั้งประเทศไทย ทุกภูมิภาค ทุกครัวเรือน อีกทั้งยังเป็นสื่อที่มีคุณสมบัติในการสื่อสารได้ทั้งภาพและเสียงในคราวเดียวกัน (เหมือนตะวัน สุทธิวิจิตรธรรม, 2559) ด้วยเหตุนี้โทรทัศน์จึงเป็นสื่อที่ทำให้ผู้ชมได้ทราบข้อมูล ข่าวสาร เนื้อหาสาระ ความรู้ และความบันเทิงในรูปแบบต่างๆ จึงอาจกล่าวได้ว่า สื่อโทรทัศน์มีอิทธิพลต่อสังคมไทยในหลากหลายมิติ ไม่ว่าจะเป็นความคิด ความเชื่อ พฤติกรรม สังคม และวัฒนธรรม (พรชัย แผ่นชัยภูมิ, 2558)


นับเป็นเวลากว่า 6 ทศวรรษที่สื่อโทรทัศน์ได้ปรับเปลี่ยนพัฒนาอยู่หลายครั้ง ทั้งในมิติของความก้าวหน้าด้านวิวัฒนาการทางเทคโนโลยี และในมิติของวัตถุประสงค์ กระทั่งถึงการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญของวงการโทรทัศน์ก็คือการเปลี่ยนผ่านไปสู่ดิจิทัลทีวี (ประคุณ รุ่งธนวิชัย, 2560) ซึ่งในปัจจุบันได้มีจำนวนช่องดิจิทัลทีวีที่ยุติการออกอากาศไป 9 ช่อง คงเหลือจำนวนช่องดิจิทัลทีวีที่ยังดำเนินกิจการอยู่ ดังนี้

ตารางที่ 1.1: ช่องดิจิทัลทีวีที่ยังดำเนินกิจการอยู่

ผู้ได้รับใบอนุญาต	ประเภท	ชื่อช่องโทรทัศน์	โลโก้ช่อง	หมายเลขช่องโทรทัศน์
กองทัพบก	สาธารณะ	ททบ.5		1
กรมประชาสัมพันธ์	สาธารณะ	NBT		2
ส.ส.ท. (ไทยพีบีเอส)	สาธารณะ	Thai PBS		3
[สถานีวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา]	สาธารณะ	โทรทัศน์รัฐสภา		10
บริษัท ไทย นิวส์ เน็ตเวิร์ค (ทีเอ็นเอ็น) จำกัด	ข่าวสารและสาระ	TNN		16
บริษัท ดีเอ็น บรอดคาสท์ จำกัด	ข่าวสารและสาระ	NEW TV		18
บริษัท เอ็นบีซี เน็กซ์ วิชั่น จำกัด	ข่าวสารและสาระ	Nation TV		22
บริษัท ไทย นิวส์ เน็ตเวิร์ค (ทีเอ็นเอ็น) จำกัด	ทั่วไปแบบคมชัดปกติ	เวิร์คพอยท์ ทีวี		23
บริษัท ทรูโฟร์ยู สเตชั่น จำกัด	ทั่วไปแบบคมชัดปกติ	TRUE 4 U		24
บริษัท จีเอ็มเอ็ม แชนแนล จำกัด	ทั่วไปแบบคมชัดปกติ	GMM25		25
บริษัท อาร์.เอส.เทเลวิชั่น จำกัด	ทั่วไปแบบคมชัดปกติ	8		27
บริษัท โมโน บรอดคาสท์ จำกัด	ทั่วไปแบบคมชัดปกติ	MONO 29		29

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 1.1 (ต่อ): ช่องดิจิทัลทีวีที่ยังดำเนินการอยู่

ผู้ได้รับใบอนุญาต	ประเภท	ชื่อช่องโทรทัศน์	โลโก้ช่อง	หมายเลขช่องโทรทัศน์
บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน)	ทั่วไปแบบคมชัดสูง	MCOT HD		30
บริษัท วัน สามสิบเอ็ด จำกัด	ทั่วไปแบบคมชัดสูง	One 31		31
บริษัท ทริเพิลวีโปรดักส์ จำกัด	ทั่วไปแบบคมชัดสูง	ไทยรัฐทีวี		32
บริษัท บีอีซี-มัลติมีเดีย จำกัด	ทั่วไปแบบคมชัดสูง	3 HD		33
บริษัท อมรินทร์เทเลวิชั่น จำกัด	ทั่วไปแบบคมชัดสูง	Amarin TV		34
บริษัท กรุงเทพโทรทัศน์และวิทยุ จำกัด	ทั่วไปแบบคมชัดสูง	7 HD		35
บริษัท บางกอกมีเดียแอนด์โปรดักส์ จำกัด	ทั่วไปแบบคมชัดสูง	PPTV		36

ที่มา: สำนักงาน กสทช. (2560) *ช่องรายการในระบบดิจิทัล*. สืบค้นจาก www.broadcast.nbtc.go.th/TVDigital/TVDigitalChannels

ด้วยเหตุนี้เองผู้ประกอบการในวงการอุตสาหกรรมโทรทัศน์ จึงต้องประสบกับความเปลี่ยนแปลงที่ไม่เพียงแต่กระทบในด้านของคุณประโยชน์จากสื่อโทรทัศน์เท่านั้น หากแต่ยังต้องประสบกับความท้าทายในการแข่งขัน ทั้งในเชิงปริมาณกับจำนวนช่องรายการที่เพิ่มมากขึ้นจากเดิมหลายเท่าตัว ในเชิงพฤติกรรมการรับชมโทรทัศน์ของประชาชนที่เปลี่ยนไป กล่าวคือ ในอดีตโทรทัศน์คืออุปกรณ์รับชมข้อมูลข่าวสารและความบันเทิงประจำบ้านที่สมาชิกภายในครอบครัวจะมารับชมร่วมกันเพื่อสร้างปฏิสัมพันธ์อันดี หรือนำความรู้สึที่เกิดขึ้นไปร่วมแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับสังคมรอบข้างที่ดำรงอยู่ แม้ว่าพฤติกรรมดังกล่าวจะยังคงมีอยู่ในปัจจุบัน แต่ก็ถูกท้าทายด้วยการเข้ามาของกิจการคล้ายโทรทัศน์ต่างๆ หรือการเปลี่ยนแปลงของอุปกรณ์พกพา สมัยใหม่ อาทิ สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต และคอมพิวเตอร์พกพา ตลอดจนความท้าทายในเชิงคุณภาพของเนื้อหาที่นำเสนอต่อผู้ชมอีกด้วย (กสทช, 2560; กรมประชาสัมพันธ์, 2554)

การแข่งขันดังกล่าวทวีความรุนแรงขึ้นเรื่อยมานับตั้งแต่วันที่ 25 เมษายน พ.ศ. 2557 ที่เป็นวันเริ่มต้นแพร่กระจายสัญญาณภาพและเสียงของโทรทัศน์ระบบดิจิทัล จากเม็ดเงินประมูลตั้งต้นในขณะนั้นที่สูงถึง 50,862 ล้านบาท โดยมีอายุการถือครองใบอนุญาต 15 ปี ผลปรากฏว่ามีจำนวนหลายช่องที่ต้องประสบกับภาวะขาดทุนรวมทั้งสิ้นแล้วกว่า 10,000 ล้านบาท ในปัจจุบันจำนวนผู้ประกอบการช่องโทรทัศน์ระบบดิจิทัลที่ยังดำเนินการอยู่ก็ยังมีสัดส่วนขาดทุนมากกว่ากำไร หากแต่ท่ามกลางสภาวะการณ์การแข่งขันที่รุนแรงของโทรทัศน์ดิจิทัลนี้เอง รายการของสถานีโทรทัศน์ประเภทหนึ่งที่ได้รับนิยามประจำวันและเกิดการแข่งขันกันสูงก็คือ รายการข่าว

ในยุคปัจจุบันอันเป็นยุคแห่งข้อมูลข่าวสาร ประชาชนจำเป็นต้องรับรู้ข่าวสารและเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นในสังคม เพื่อให้รับรู้ความเคลื่อนไหวและนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อตนเองและสังคม

โดยสื่อที่ได้รับความนิยมและเข้าถึงประชาชนมากที่สุด คือ สื่อโทรทัศน์ ซึ่งสื่อโทรทัศน์ได้เปรียบสื่ออื่น เช่น หนังสือพิมพ์หรือวิทยุ เพราะสามารถลดข้อจำกัดของผู้รับสารในเรื่องการอ่านไม่ออกเขียนไม่ได้ ประกอบกับคุณลักษณะของโทรทัศน์ที่นำเสนอได้ทั้งภาพและเสียง ทำให้เกิดความน่าเชื่อถือ (จิตวิจิตรประพันธ์, 2556)

ด้วยเหตุนี้ข่าวโทรทัศน์จึงมีความสำคัญกับประชาชนในสังคมนั้นๆ เพราะเปรียบเสมือนกระจกสะท้อนความเป็นจริงที่เกิดขึ้นในสังคม ทำให้ประชาชนรู้ว่าเกิดอะไรขึ้นในสังคมที่พวกเขาอยู่ เพื่อหาทางแก้ไข ข่าวโทรทัศน์บางข่าวสะท้อนให้รัฐบาลเห็นความเดือดร้อนของประชาชนในแต่ละพื้นที่และเร่งแก้ปัญหา จึงอาจกล่าวได้ว่าข่าวโทรทัศน์ไม่ได้มีหน้าที่เพียงการเป็นสื่อมวลชนและนำเสนอข่าวเพียงอย่างเดียว แต่เป็นสื่อที่มีบทบาทในการพัฒนาสังคม ด้วยการนำเสนอข่าวที่เป็นประโยชน์หรือแนวทางในการพัฒนาชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชน อีกทั้งข่าวโทรทัศน์ยังสามารถสร้างประเด็นข่าวและกระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในสังคมได้ในเวลาอันรวดเร็ว ซึ่งปัจจุบันแต่ละรายการข่าวแม้แต่ในช่องโทรทัศน์เดียวกันต่างก็ได้พัฒนาสร้างความแตกต่างและจุดเด่นของตนเอง มีความหลากหลายทั้งในรูปแบบของการอ่านข่าว วิเคราะห์ข่าว ข่าวสั้น เพื่อตอบโจทย์ความต้องการที่แตกต่างของผู้ชม รวมถึงประเภทที่ได้รับความนิยมสูงจากผู้ชมก็คือ รายการรูปแบบคุยข่าว นอกจากรูปแบบของรายการข่าวแล้ว ช่วงเวลาการออกอากาศหรือช่วงเวลาในการรับชมของผู้ชมก็ถูกนำมา ร่วมออกแบบเป็นรูปแบบรายการเพื่อให้สอดคล้องกับการรับชมของผู้ชมด้วยเช่นกัน เช่น ข่าวเช้า ข่าวภาคเที่ยง ข่าวภาคค่ำ ข่าววันหยุดเสาร์อาทิตย์ เป็นต้น (พรชัย แผ่นชัยภูมิ, 2558)

การที่สื่อโทรทัศน์นั้นมีผลต่อการดำเนินชีวิตของผู้ชมในสังคมไทยสามารถสะท้อนให้เห็นได้จากการรับชมข่าวสารในช่วงเช้าที่เปรียบเสมือนเป็นส่วนหนึ่งในการเริ่มต้นชีวิตประจำวันของคนในสังคมไทย ถึงแม้โทรทัศน์จะเปลี่ยนผ่านจากยุคอะนาล็อกสู่ยุคดิจิทัล แต่รายการข่าวที่นำเสนอข่าวประจำวันช่วงเช้ากลับได้รับความนิยมจากผู้ชมมาอย่างต่อเนื่อง เป็นรูปแบบรายการยอดนิยมที่ทุกช่องโทรทัศน์ต้องมีบรรจุอยู่ในผังรายการ ประกอบกับการที่สำนักงาน กสทช. ได้กำหนดให้ช่องโทรทัศน์ดิจิทัลประเภท “ข่าวสารและสาระ” ถูกแยกออกมาอย่างชัดเจน โดยมีผู้ประกอบการร่วมประมูลและชนะการประมูลในปี พ.ศ. 2557 มากถึง 7 ช่อง ดังนั้นจึงสะท้อนให้เห็นว่า “ข่าว” นั้นมีความสำคัญทั้งในแง่ของผู้ชมและในแง่ของอุตสาหกรรมด้านโทรทัศน์ด้วย (กสทช., 2558) และถึงแม้ว่าในปัจจุบันจะเป็นยุคแห่งการหลอมรวมสื่อหลักและสื่อออนไลน์เข้าด้วยกัน ผู้ชมมีพฤติกรรมเปิดรับข่าวสารจากหลากหลายช่องทาง แต่ยังคงเชื่อถือการนำเสนอข่าวของสื่อมวลชนผ่านทางโทรทัศน์มากที่สุด (มานะ ตรีรยาภิวัฒน์ และ กนกกาญจน์ บัญชาบุษบง, 2559) เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านระยะเวลาการดำเนินกิจการของทางสถานีโทรทัศน์ ช่องโทรทัศน์ที่เคยให้บริการในรูปแบบอะนาล็อกและเปลี่ยนผ่านมาสู่ช่องโทรทัศน์ดิจิทัล หรือแยกตัวมาให้บริการช่องโทรทัศน์ดิจิทัล ย่อมได้เปรียบด้านความมีชื่อเสียงที่ได้สั่งสมมายาวนานกว่าช่องโทรทัศน์ดิจิทัลที่เพิ่งได้เริ่มออกอากาศพร้อมกันในปี พ.ศ. 2557 รวมถึงรายการข่าวประจำวันช่วงเช้าที่สังกัดช่องนั้นๆ ด้วย

รายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 เป็นรายการที่นำเสนอข่าวในรูปแบบรายการคุยข่าว ภายใต้หลักการนำเสนอเป็น ‘รายการข่าวที่เล่าง่าย คุยง่าย เข้าใจง่าย’ โดยปัจจุบันออกอากาศผ่านช่องทางหลักคือโทรทัศน์ดิจิทัลช่อง 8 หมายเลขช่องโทรทัศน์ 27 เวลา 06.00 - 09.00 น. วันจันทร์ - อาทิตย์ (อ้างอิงจากผังรายการโทรทัศน์ช่อง 8 เมื่อวันที่ 29 มี.ค. 2563) มีผู้ดำเนินรายการหลัก ได้แก่ สภาพร

ริยะป่า, วิยดา พิรุรัฐกุล, บุญญिता งามศัพท์ศิลป์ และ ชีระ ธัญญอนันต์ผล โดยมีวัตถุประสงค์ของรายการคือ นำเสนอประเด็นข่าวสารประจำวันยามเช้าผ่านการคุยข่าวด้วยความเข้าใจของผู้ดำเนินรายการเพื่อให้ง่ายต่อความเข้าใจของผู้ชม

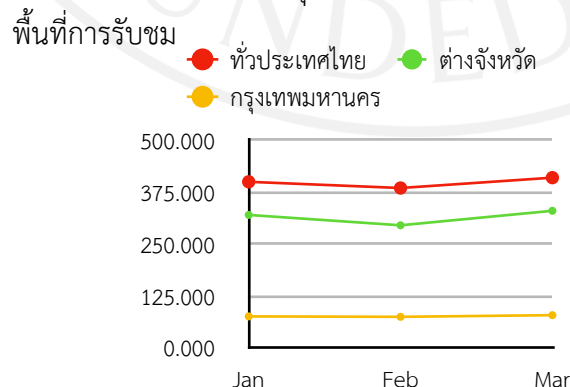
ภาพที่ 1.1: รายการคุยข่าวเช้าช่อง 8



ที่มา: รายการคุยข่าวเช้าช่อง 8. (ม.ป.ป.). สืบค้นจาก <https://www.youtube.com/newsthaich8>

รายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 นับว่าเป็นรายการข่าวที่ประสบความสำเร็จในการเป็นรายการประเภทคุยข่าวเช้าที่ได้รับความนิยมสูงสุดของรายการข่าวในสังกัดช่องโทรทัศน์ดิจิทัล และเมื่อพิจารณาข้อมูลอันดับเรตติ้งเฉพาะรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 ทุกพื้นที่ตั้งแต่เดือนมกราคม - มีนาคม 2563 จะพบว่า สัดส่วนของผู้ชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 นั้นอยู่ต่างจังหวัดมากกว่ากรุงเทพมหานคร ดังที่ปรากฏในตารางที่ 3

ตารางที่ 1.2: กราฟแสดงเรตติ้งรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 มกราคม - มีนาคม พ.ศ. 2563 แยกตามพื้นที่การรับชม



ที่มา: นิลเส็น (ประเทศไทย). (2563). กราฟแสดงเรตติ้งรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 มกราคม - มีนาคม 2563. สืบค้นจาก <https://tvdigitalwatch.com/top10-rating-9-3-63/>

จากข้อมูลทั้งหมดที่กล่าวมา ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษารายการคูปองเข้าช่อง 8 เพราะเป็นรายการประเภทคูปองเข้าที่มีอันดับเรตติ้งสูงสุดของช่องที่เป็นโทรทัศน์ดิจิทัลที่ไม่เคยให้บริการในรูปแบบของอะนาล็อกมาก่อน ผู้วิจัยจึงตั้งข้อสังเกตว่าการมีเรตติ้งอันดับสูงสุดของรายการคูปองเข้าจากช่องโทรทัศน์ดิจิทัลนั้นมีความเกี่ยวเนื่องมาจากทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมเป็นสำคัญ กล่าวคือ รายการคูปองเข้าช่อง 8 อาจมีปัจจัยบางประการที่ส่งผลให้ทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมเป็นไปในทางบวกอย่างต่อเนื่องเมื่อเปรียบเทียบกับรายการคูปองเข้าจากช่องโทรทัศน์ดิจิทัลอื่นๆ ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาในหัวข้อ “พฤติกรรมการเปิดรับ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการคูปองเข้าช่อง 8 ในเขตกรุงเทพมหานคร” เพื่อต้องการทราบบริบทความหลากหลายของผู้ชมที่มีต่อรายการคูปองเข้าช่อง 8 และเมื่อสัดส่วนของผู้ชมรายการคูปองเข้าช่อง 8 เป็นกลุ่มคนต่างจังหวัดมากกว่า ผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาเจาะจงไปยังผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งอาจมีทัศนคติและความพึงพอใจหรือข้อคิดเห็นที่แตกต่างจากผู้ชมกลุ่มใหญ่ อันจะเป็นประโยชน์ต่องานวิจัยครั้งนี้ให้ข้อมูลมีความครอบคลุมรอบด้านแก่ผู้ที่อยู่ในวงการนิเทศศาสตร์ วงการวิชาการ และอุตสาหกรรมสื่อต่อไป

1.2 คำถามการวิจัย

- 1.2.1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ชมรายการคูปองเข้าช่อง 8 ในเขตกรุงเทพมหานครเป็นอย่างไร
- 1.2.2 พฤติกรรมการรับชมรายการคูปองเข้าช่อง 8 ในเขตกรุงเทพมหานครเป็นอย่างไร
- 1.2.3 การใช้ประโยชน์ในการรับชมรายการคูปองเข้าช่อง 8 ในเขตกรุงเทพมหานครเป็นอย่างไร
- 1.2.4 ความพึงพอใจในการรับชมรายการคูปองเข้าช่อง 8 ในเขตกรุงเทพมหานครเป็นอย่างไร

1.3 วัตถุประสงค์การวิจัย

- 1.3.1 เพื่อศึกษาความแตกต่างของลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับชมของผู้ชมรายการคูปองเข้าช่อง 8 ในเขตกรุงเทพมหานคร
- 1.3.2 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับชมกับการใช้ประโยชน์ของผู้ชมรายการคูปองเข้าช่อง 8 ในเขตกรุงเทพมหานคร
- 1.3.3 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับชมกับความพึงพอใจของผู้ชมรายการคูปองเข้าช่อง 8 ในเขตกรุงเทพมหานคร

1.4 สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 : ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน ทำให้มีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการคูปองเข้าช่อง 8 แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 : พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการคูปองเข้าช่อง 8 ในเขตกรุงเทพมหานคร สัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากรายการคูปองเข้าช่อง 8

สมมติฐานที่ 3 : พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 ในเขตกรุงเทพมหานครสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8

1.5 ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ในรูปแบบเชิงสำรวจ (Survey Research) ผู้วิจัยใช้การวัดผลครั้งเดียวด้วยเครื่องมือแบบสอบถาม โดยผู้วิจัยเลือกศึกษาเฉพาะในเขตกรุงเทพมหานครที่เปิดรับชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 โดยให้กลุ่มตัวอย่างทำแบบสอบถามด้วยตนเอง (Self-Administered Questionnaire) จำนวน 400 ชุด และกลุ่มตัวอย่างกำหนดให้มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป ซึ่งการวิจัยในครั้งนี้มุ่งศึกษาพฤติกรรมความถี่ในการเปิดรับชม การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 ใช้ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลทั้งสิ้น 1 เดือน โดยผู้วิจัยกำหนดให้เป็นเดือนพฤษภาคม ปี พ.ศ. 2563

1.6 คำนิยามศัพท์เฉพาะ

รายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 หมายถึง รายการที่นำเสนอข่าวในรูปแบบรายการคุยข่าว ออกอากาศทางโทรทัศน์ดิจิทัลช่อง 8 หมายเลขช่องโทรทัศน์ 27 เวลา 06.00 - 09.00 น. วันจันทร์ - วันอาทิตย์ (อ้างอิงจากผังรายการโทรทัศน์ช่อง 8 เมื่อวันที่ 26 ก.ค. 2563)

ผู้ชม หมายถึง ผู้ที่รับชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 ในเขตกรุงเทพมหานคร และมีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไปเท่านั้น

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ หมายถึง เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษาและรายได้ของผู้ชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 ในเขตกรุงเทพมหานคร

การใช้ประโยชน์ หมายถึง การที่ผู้ชมได้นำเนื้อหาสาระจากการรับชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 ไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ในด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นต่อตนเองและต่อผู้อื่น ซึ่งทั้งนี้ในการใช้ประโยชน์ของข่าวสาร แบ่งออกเป็น ด้านการนำไปสนทนากับผู้อื่น ด้านการดำรงเอกลักษณ์บุคคล และด้านลดความตึงเครียด

ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกของผู้ชมที่มีต่อรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 โดยแบ่งออกเป็น ความรู้สึก ชอบและไม่ชอบ ซึ่งเป็นความรู้สึกส่วนบุคคลอันเกิดจากประสบการณ์ร่วมของผู้ชมที่แตกต่างกัน ทั้งนี้ความพึงพอใจนั้นแบ่งออกเป็นรายด้านต่างๆ อันได้แก่ ด้านเนื้อหา ด้านผู้ดำเนินรายการ ด้านองค์ประกอบรายการ ด้านเทคนิคพิเศษของรายการ ด้านเพลงประกอบรายการ ด้านเวลาในการออกอากาศ ด้านความถี่ในการออกอากาศและด้านระยะเวลาในการออกอากาศ

1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.7.1 เพื่อนำข้อมูลด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 ในเขตกรุงเทพมหานครไปประยุกต์ใช้ด้านการวางแผนเนื้อหาให้สอดคล้องกับผู้ชมกลุ่มเป้าหมาย

1.7.2 เพื่อนำข้อมูลด้านพฤติกรรมการรับชม การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 ในเขตกรุงเทพมหานครไปพัฒนาปรับปรุง และประยุกต์ใช้ในแง่ของการผลิตรายการ รวมถึงเนื้อหาสาระที่เกี่ยวข้อง

1.7.3 เพื่อให้ผลงานวิจัยครั้งนี้สามารถเป็นแนวทางให้กับผู้ประกอบการและผู้ที่เกี่ยวข้อง
ในอุตสาหกรรมการผลิตรายการข่าวโทรทัศน์สามารถนำไปวางแผน ประยุกต์และปรับใช้กับการ
สร้างสรรค์รายการต่อไป



บทที่ 2 วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 ในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษา ดังนี้

- 2.1 ทฤษฎีทางประชากรศาสตร์
- 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการนำเสนอข่าว
- 2.3 ทฤษฎีการเปิดรับสื่อ
- 2.4 ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ
- 2.5 ทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ
- 2.6 กรอบแนวคิดการวิจัย

2.1 ทฤษฎีลักษณะทางประชากรศาสตร์

ทฤษฎีลักษณะทางประชากรศาสตร์ (Demography) เป็นทฤษฎีที่ว่าด้วยลักษณะที่แตกต่างกันของประชากร ซึ่งมีรากฐานของคำศัพท์มาจากภาษากรีก ก็คือคำว่า “Demo” หรือในภาษาอังกฤษคือคำว่า “People” ที่แปลว่า ประชากร ผสมรวมกับคำว่า “Graphy” ซึ่งหมายถึง “Description” หมายถึง ลักษณะ เมื่อนำความหมายของคำศัพท์ทั้งสองคำมารวมกันก็จะแปลได้ว่า ศาสตร์ที่ว่าด้วยลักษณะของประชากรนั่นเอง (ชัยวัฒน์ ปัญญา และ ณรงค์ เทียนสงค์, 2521)

ทฤษฎีลักษณะทางประชากรศาสตร์ เป็นทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับหลักการอันเป็นเหตุเป็นผลของพฤติกรรมมนุษย์ซึ่งอาจจะเกิดขึ้นจากแรงบังคับจากภายนอกที่มากระตุ้นอันแตกต่างกัน และจะนำไปสู่การตัดสินใจที่คิดหรือกระทำการสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่แตกต่างกันไปด้วย ทฤษฎีลักษณะทางประชากรศาสตร์สามารถจำแนกและอธิบายถึงคุณสมบัติเฉพาะบุคคลของบุคคลนั้นๆ ซึ่งจะมีผลต่อการศึกษาในแขนงของการสื่อสารโดยเฉพาะในองค์ประกอบด้านผู้รับสาร ทั้งนี้ผู้รับสารนับเป็นหนึ่งในองค์ประกอบที่สำคัญของการสื่อสาร และสามารถเป็นเครื่องชี้วัดรูปแบบและความสำเร็จของการสื่อสารเหล่านั้นได้เป็นอย่างดี ผู้รับสารแต่ละบุคคลจะมีลักษณะที่ต่างกันไปในหลายปัจจัยหลายลักษณะ โดยเฉพาะลักษณะทางประชากรศาสตร์ได้ถูกนำไปศึกษากันในแวดวงวิชาการอย่างแพร่หลาย ซึ่งลักษณะทางประชากรศาสตร์ดังกล่าวนี้ได้แก่ อายุ เพศ การศึกษา และสถานทางเศรษฐกิจและสังคม โดยในทฤษฎีลักษณะทางประชากรศาสตร์นี้ว่าด้วยเรื่องของบุคคลหรือในงานวิจัยนี้คือผู้รับสารที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน ก็จะมีพฤติกรรมความสนใจในการรับสารแตกต่างกันไปด้วย (ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2542)

ด้วยหลักการของทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์นั้นเชื่อว่า บุคคลที่มีคุณสมบัติทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมที่ต่างกันไปตามประสบการณ์ของแต่ละบุคคล (ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2534) ทั้งนี้ปรมะ สตะเวทิน (2546) ได้ทำการศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์และพบว่า ในการสื่อสารกลุ่มใหญ่หรือการสื่อสารมวลชน ไม่สามารถวิเคราะห์ผู้รับสารเป็นปัจเจกรายบุคคลได้ เนื่องจากการวิจัยโดยเฉพาะการวิจัยเชิงปริมาณไม่อาจรู้จักผู้รับสารแต่ละคน ดังนั้น วิธีการที่

ดีที่สุดในการวิเคราะห์ผู้รับสารที่มีจำนวนมากคือ การจำแนกผู้รับสารออกเป็นกลุ่มตามคุณสมบัติทางประชากรศาสตร์ (Demographic Characteristics) อันประกอบด้วย

2.1.1 เพศ (Sex)

ลักษณะทางเพศ เป็นลักษณะทางประชากรที่แต่ละบุคคลได้รับมาแต่กำเนิด ในประชากรกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งจะประกอบด้วย ประชากรที่เป็นเพศชาย (Male) และประชากรที่เป็นเพศหญิง (Female) โดยในทุกกลุ่มนั้น โดยเพศหญิงและเพศชาย นอกจากจะมีความแตกต่างกันในลักษณะทางกายภาพแล้ว ในด้านความคิด ทักษะคิด ค่านิยมต่างๆ ก็มีความแตกต่างกันไปด้วยโดยสืบเนื่องมาจากกรอบของวัฒนธรรมและสังคมที่กำหนดบทบาทของเพศสภาพไว้ให้มีความแตกต่างกัน (พิมพ์เขศรีเจริญ, 2559)

จากการวิจัยทางจิตวิทยาต่างๆ แสดงให้เห็นว่า ผู้หญิงและผู้ชายมีความแตกต่างกันหลายด้าน ไม่ว่าจะเป็นด้านความคิด ค่านิยมและทักษะคิด ดังที่กล่าวไปข้างต้น เพศจะเป็นตัวกำหนดพัฒนาการต่างๆ ในแต่ละช่วงวัยทำให้มีความแตกต่างกันตามไปด้วย ความแตกต่างทางเพศนี้เองจะส่งผลต่อทักษะคิด อารมณ์ บุคลิกลักษณะ ความคิด จิตใจ จนนำไปสู่การมีพฤติกรรมของการติดต่อสื่อสารที่แตกต่างกัน และทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงไปตามระยะเวลาของการมีชีวิตอยู่ หรือตามวัยของบุคคลนั้นๆ โดยเพศหญิงจะมีจิตใจอ่อนไหวหรือเจ้าอารมณ์ (Emotional) และโอนอ่อนผ่อนตาม (Submissive) มีความเป็นแม่บ้านแม่เรือน (Home-Oriented) ซึ่งมักจะถูกชักจูงได้ง่ายกว่า ในขณะที่เพศชายมักใช้เหตุผลและจดจำข้อมูลต่างๆ ได้ดีกว่าและมากกว่าเพศหญิงหญิง (ประมะ สตะเวทิน, 2546) เช่นเดียวกับที่ Bennett & Cohen (1959) ได้ทำการวิจัยและพบว่า เพศชายมีความคิดที่หนักแน่นมากกว่าเพศหญิง และเพศหญิงก็จะมีความคิดที่เป็นไปในทางที่ละเอียดอ่อนและรอบคอบเพศชาย โดยลักษณะทั้งหมดเหล่านี้จะส่งผลต่อกระบวนการความรู้ด้านข่าวสารและการคิดวิเคราะห์ข้อมูลตลอดจนนำมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินชีวิตในลำดับต่อไป

นอกจากนี้จากการศึกษาวิจัยทางแขนงวงการสื่อสารมวลชนยังพบว่า เพศหญิงมีแนวโน้มและมีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารมากกว่าเพศชาย ในขณะที่เดียวกันเพศชายกลับไม่ได้มีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารเพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่มีความต้องการที่จะสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นแก่การรับและส่งข่าวสารนั้นด้วย (ประมะ สตะเวทิน, 2546)

บทบาททางเพศเหล่านี้ถูกหล่อหลอมภายในสังคมจนกลายเป็นความเคยชิน แม้ว่าในปัจจุบันนี้เรื่องของความเท่าเทียมระหว่างเพศได้ถูกยอมรับอย่างแพร่หลายทั่วโลก อย่างไรก็ตามในแง่ของการวิจัยด้านสื่อสารมวลชนมักพบว่า เพศหญิงมักมีพฤติกรรมชอบรับชมโทรทัศน์มากกว่าเพศชาย และเพศหญิงก็มักนิยมรับชมรายการประเภทบันเทิง ในขณะที่เพศชายชอบรับชมรายการประเภทข่าวสาร

ส่วนในด้านกิจกรรมต่างๆ โดยส่วนใหญ่แล้วพบว่า เพศหญิงมีเวลาอยู่บ้านมากกว่าเพศชายที่ส่วนใหญ่มักออกไปทำงานนอกบ้าน ส่งผลให้เพศหญิงใช้เวลาในการเปิดรับสื่อต่างๆ ได้มากกว่า อาทิ สามารถที่จะรับฟังรายการวิทยุหรือโทรทัศน์ได้มากกว่า แต่ก็จะใช้เพื่อความบันเทิงหรือความผ่อนคลาย ในขณะที่เพศชายซึ่งมีเวลาเปิดรับสื่อที่น้อยกว่าก็มักจะเลือกเปิดรับชมรายการที่มีเนื้อหาข่าวที่หนัก เช่น ข่าวสารด้านสังคม ด้านการเมือง ด้านเศรษฐกิจ หรือด้านกีฬา (ประมะ สตะเวทิน, 2546) สอดคล้องกับงานวิจัยของ อาสกา รัตนมุงเมฆา (2559) ที่ศึกษาเรื่อง “ทักษะคิด พฤติกรรมการเปิดรับ

และความพึงพอใจของผู้ชมละครซีรีส์ ช่อง GMM 25 ผ่านสื่อยูทูป” โดยในการวิจัยครั้งนี้ได้นำผลการศึกษางานวิจัยดังกล่าวที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 25-35 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี เป็นนักเรียนหรือนักศึกษา รายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท และโสด พฤติกรรมการเปิดรับชม ส่วนใหญ่รับชมละครซีรีส์ประเภท เมโลดราม่า เช่น คลับฟรายเดย์โดยใช้สมาร์ทโฟน และรับชมที่บ้านหรือ หอพัก ขณะรับชมจะตั้งใจดู ไม่ทำกิจกรรมอื่น ส่วนมากรับชม 2-3 วันต่อครั้ง มาประยุกต์เข้ากับการตั้งสมมติฐานการวิจัยในด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ และยังสอดคล้องกับ วศิน สันทรณ์ (2557) ที่ศึกษาเรื่อง “ลักษณะทางประชากร พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ และปัจจัยทางการตลาด ที่มีผลต่อการซื้ออะไหล่ ประดับยนต์ในสินค้าประเภทหลอดไฟหน้ารถยนต์” โดยในการวิจัยครั้งนี้ได้นำผลการศึกษางานวิจัยดังกล่าวที่พบว่า เพศชายจะให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มากกว่าเพศหญิง ซึ่งสินค้าประดับยนต์ประเภทหลอดไฟหน้ารถยนต์เป็นสินค้าที่จัดอยู่ในกลุ่มความสนใจของเพศชาย โดยมุ่งเน้นคุณภาพของสินค้า ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์รวมทั้งรูปลักษณ์ภายนอกของสินค้าและวัสดุ ในขณะที่บางกลุ่มอาจจะมองถึงความคุ้มค่าของสินค้าด้วย ในขณะที่อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้แตกต่างกันมีปัจจัยในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ประดับยนต์ชนิดหลอดไฟที่แตกต่างกันทุกปัจจัย ในด้านพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อ พบว่า ความถี่ในการอ่านนิตยสาร การหาข้อมูลในเว็บไซต์ความถี่ในการเข้าชมเว็บไซต์มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าประดับยนต์ประเภทหลอดไฟรถยนต์ของผู้บริโภค มาประยุกต์เข้ากับการตั้งสมมติฐานการวิจัยในด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ

2.1.2 อายุ (Age)

อายุ เป็นลักษณะประจำตัวของแต่ละบุคคลอันจะแสดงถึงวัยวุฒิของบุคคลผู้นั้น และเป็นเครื่องบ่งชี้ถึงความสามารถในการทำความเข้าใจต่อเนื้อหา ตลอดจนองค์ความรู้ต่างๆ ได้มากน้อยต่างกัน ซึ่งจะส่งผลให้มีประสบการณ์ในชีวิตที่ผ่านมาแตกต่างกันไปด้วย นอกจากนี้ยังเป็นเครื่องบ่งชี้ถึงความสนใจในประเด็นต่างๆ อันได้แก่ เรื่องการเมือง ความสนุกสนาน การเตรียมตัวสร้างอนาคต เป็นต้น นอกจากนี้ยังสามารถชี้ให้เห็นได้ถึงอารมณ์ที่แตกต่างกันออกไปในกลุ่มบุคคลที่มีช่วงอายุต่างกัน ทั้งนี้สืบเนื่องมาจากกระบวนการคิดและตัดสินใจที่ผ่านการกลั่นกรองจากประสบการณ์ของช่วงวัย ทำให้ส่งผลต่อกระบวนการคิดและการควบคุมทางอารมณ์ของแต่ละช่วงอายุของบุคคล

นอกจากนี้อายุยังเป็นตัวแปรที่ส่งผลต่อประสบการณ์ ความคิด ทศนคติ ความเชื่อ ความสนใจ ตลอดจนพฤติกรรมต่างๆ ของผู้รับสาร โดยคนที่มีอายุน้อยมักจะมีความคิดเสรีนิยม (Liberal) ยึดถืออุดมการณ์ (Idealistic) ใจร้อน (Impatient) และมองโลกในแง่ดี (Optimistic) มากกว่าคนที่มียุมาก ในขณะที่คนที่มีอายุมากจะมีความคิดอนุรักษนิยม (Conservative) ยึดถือการปฏิบัติ (Pragmatic) ระมัดระวัง (Cautious) และมองโลกในแง่ร้าย (Pessimistic) มากกว่าคนที่มียุน้อย เนื่องจากคนที่มีอายุมาก มีประสบการณ์ชีวิตซึ่งเคยผ่านปัญหาต่างๆ ตลอดจนมีความผูกพันที่ยาวนาน และมีผลประโยชน์ในสังคมมากกว่าคนที่มียุน้อย นอกจากนี้คนที่วัยต่างกันมักมีความต้องการในสิ่งต่างๆ แตกต่างกันไป เช่น คนวัยกลางคนและคนสูงอายุมักจะคิดถึงเรื่องความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน การรักษาพยาบาล การมีบ้านและที่ดินเป็นของตนเอง ในขณะที่วัยรุ่นหรือกลุ่มวัยรุ่นที่เริ่มเข้าสู่วัยทำงานจะให้สนใจเรื่องการศึกษา ความยุติธรรมและความเสมอภาคในสังคม ดังนั้นผู้รับสารที่

มีความแตกต่างกันทางช่วงอายุก็จะพฤติกรรมการแสดงออกที่แตกต่างกัน จากการศึกษาของ Tarrance (1962) พบว่า อายุที่เพิ่มขึ้นของบุคคลจะทำให้บุคคลมีความคิดที่รอบคอบเพิ่มมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จุติวดี จิตประพันธ์ (2559) ที่ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกรับชมรายการข่าวเช้าทางโทรทัศน์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร” โดยในการวิจัยครั้งนี้ได้นำผลการศึกษาของงานวิจัยดังกล่าวที่พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีอายุ 20-30 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี หรือเทียบเท่า ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 20,001- 30,000 บาท มีพฤติกรรมมารับชมรายการข่าวเช้ารายการเรื่องเล่าเช้านี้ ช่อง 3 มากที่สุด มีความถี่ในการชมบ่อยมาก (4-5ครั้ง/สัปดาห์) มาประยุกต์เข้ากับการตั้งสมมติฐานการวิจัยในด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์และพฤติกรรมมารับสื่อ

2.1.3 การศึกษา (Education)

การศึกษา เป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงความสามารถในการเลือกรับสาร ระดับการศึกษาจะทำให้คนมีความรู้ ความคิด ตลอดจนความเข้าใจในสิ่งต่างๆ กว้างขวางลึกซึ้งแตกต่างกัน ทำให้บุคคลสามารถแยกความเหมาะสมของเนื้อหา รูปแบบ องค์ประกอบที่แตกต่างกันของสิ่งต่างๆ ดังนั้นคนที่ได้รับการศึกษาในระดับที่ต่างกันย่อมมีความรู้สึนึกคิด อุดมการณ์และความต้องการที่แตกต่างกันไป ซึ่งอาจพบได้ตั้งแต่การตีความ การมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องต่างๆ เป็นสิ่งที่ทำให้พฤติกรรมในการรับสารแตกต่างกันไป คนที่มีการศึกษาสูงจะได้เปรียบมากในการเป็นผู้รับสารที่ดี เพราะเป็นผู้ที่มีความรู้กว้างขวางและเข้าใจได้ดี มีความเข้าใจลึกซึ้งมาก จะไม่เชื่ออะไรง่ายๆ ถ้าไม่มีหลักฐานหรือเหตุผลเพียงพอ (ปรมะ สตะเวทิน, 2546) สอดคล้องกับงานวิจัยของ ภัทรดนัย พิริยะธนาภัทร (2558) ที่ศึกษาเรื่อง “การศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ด้านพฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยด้านเว็บไซต์ พระเครื่อง พาณิชนย์อิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าหรือประมูลพระเครื่องออนไลน์ (E-COMMERCE)” โดยในการวิจัยครั้งนี้ได้นำผลการศึกษาของงานวิจัยดังกล่าวที่พบว่า ข้อมูลประชากรศาสตร์ในด้านระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ ที่ต่างกันมีการตัดสินใจเช่าหรือประมูลพระเครื่องออนไลน์แตกต่างกัน ในทางตรงกันข้าม ข้อมูลด้าน เพศ อายุ สถานภาพสมรส ที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจเช่าหรือประมูล พระเครื่องออนไลน์ไม่แตกต่างกัน มาประยุกต์เข้ากับการตั้งสมมติฐานการวิจัยในด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์

2.1.4 อาชีพ (Occupation)

อาชีพ จะบ่งบอกลักษณะเฉพาะของบุคคล ช่วงเวลาที่เปิดรับข่าวสาร เรื่องที่ กลุ่มผู้ฟังสนใจ เช่น นักเรียน หุ่น จะมีความสนใจเกี่ยวกับ ข้อมูลหุ่น สภาพเศรษฐกิจสังคม เป็นต้น ใน บางกรณีคนที่มีอาชีพอย่างหนึ่งแต่อาจจะไปรวมกลุ่มกับคนที่มีความสนใจที่เหมือนกันก็ได้ ซึ่งก็จะทำให้ความสนใจ ของบุคคลนั้น ขยายวงกว้างออกไป (ปรมะ สตะเวทิน, 2546) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่างๆ ได้แก่ มยุรี เสือคำราม (2561) ที่ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ปัจจัยทางจิตวิทยา และส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว: การสังเคราะห์งานวิจัยโดยใช้หลักการวิเคราะห์ทอริมาน” โดยในการวิจัยครั้งนี้ได้นำผลการศึกษาของงานวิจัยดังกล่าวที่พบว่า อาชีพและรายได้เป็นตัวแปรลักษณะประชากรศาสตร์ที่มีขนาดอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวมากที่สุด มาประยุกต์เข้า

กับการตั้งสมมติฐานการวิจัยในด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์

2.1.5 รายได้ (Income)

รายได้ แสดงถึงการมีศักยภาพในตนเอง บ่งบอกถึงอำนาจการใช้จ่ายในการบริโภค ข้าราชการ ผู้ที่มีสถานภาพทางเศรษฐกิจสูงจะมีโอกาสที่ดีกว่าในการแสวงหาสิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อการดูแลตนเอง ผู้ที่มีสถานภาพทางเศรษฐกิจต่ำจะมีการศึกษาน้อย ทำให้มีข้อจำกัดในการเรียนรู้ ตลอดจนการแสวงหาความรู้และประสบการณ์ (ยุบล เบญจรงค์กิจ, 2542)

การศึกษาค้นคว้าทฤษฎีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ผู้วิจัยมุ่งหวังจะนำมาใช้ประโยชน์ในงานวิจัยด้วยการสังเคราะห์ข้อมูลเพื่อพัฒนาเป็นแบบสอบถามโดยวัดตัวแปรด้านลักษณะทางประชากรที่แตกต่างของผู้ชม

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการนำเสนอข่าว

สำหรับความหมายของข่าว ผู้เชี่ยวชาญในวงการข่าว Pulitzer (2006) และ สุภา ศิริमानนท์ (2550) อธิบายว่า ข่าว คือเรื่องราวหรือเหตุการณ์ที่น่าสนใจ และมีการนำเสนอในสื่อมวลชนแขนงต่างๆ โดยข่าวที่ดีจะเป็นที่สนใจและมีผลกระทบต่อผู้คน จำนวนมาก สามารถนำไปพูดคุยกันได้โดยไม่กระทบกระเทือนรสนิยมอันดีงาม หรืออาจเป็นการค้นพบสิ่งต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับพรรคคนต่างๆ มีสาระสำคัญเกี่ยวกับการเกิดขึ้นของเหตุการณ์บางอย่าง เป็นสิ่งที่มีความใหม่ในตัวเอง (Original) มีความโดดเด่น (Distinctive) เร้าใจ (Dramatic) แสดงถึงความรักที่เร้าร้อน (Romantic) ตื่นเต้นสยองขวัญ (Thrilling) ไม่เหมือนใครอื่น (Unique) ก่อให้เกิด ความอยากรู้อยากเห็น (Concious) น่าสนใจ (Quaint) ขวนขวาย (Humorous) แปลกประหลาด (Odd) หรือทำให้ความรู้สึกที่ดีของสังคมตกต่ำ และเหนือสิ่งอื่นใดทั้งหมดต้องไม่ทำให้ประชาชนขาดความเชื่อมั่นในข้อเท็จจริงของข่าวหรือความเชื่อมั่นต่อความโปร่งใสและความน่าไว้วางใจของสื่อ

รูปแบบการเล่าข่าวเกิดจากการเปลี่ยนแปลงรูปแบบข่าวโทรทัศน์ในสหรัฐอเมริกา ตั้งแต่ ค.ศ.1971 หลักการที่ทำให้รายการเล่าข่าวประสบความสำเร็จ คือ การสร้างความรู้สึกร่วมกับคนดู ผู้สื่อข่าวจะต้องใช้วิธีพูดและเขียนข่าว ซึ่งมีรายละเอียดมากพอที่จะทำให้ชาวบ้านทั่วไปนึกออกและเกิดอารมณ์คล้อยตามได้ การเล่าข่าวมีลักษณะเหมือนการเล่าเรื่องที่เกิดขึ้นในสังคมโดยทั่วไป โดยมีลักษณะผสมผสานระหว่างการรายงานเหตุการณ์กับการเล่าเรื่อง เพราะการรายงานเหตุการณ์เป็นการบอกเล่าความเป็นจริง ส่วนการเล่าเรื่องมีการโน้มน้าวใจ มีความรู้สึกส่วนตัวของผู้เล่าปนอยู่ ดังนั้น การเล่าข่าวจึงกระตุ้นอารมณ์ของผู้รับชมรายการได้มากกว่าการเสนอข่าวรูปแบบเดิม

เนื้อหาข่าวในการรายงานข่าวแบบเดิม สามารถเข้าใจง่ายและมีเนื้อหาสาระครบถ้วน แต่การรายงานข่าวแบบเล่าข่าว จะเป็นการเล่าเรื่องหรือบรรยายเหตุการณ์ที่มีการผสมผสานระหว่างการรายงานเหตุการณ์กับการเล่าเรื่อง ซึ่งจะกระตุ้นการตอบสนองอารมณ์ของผู้รับสารได้ดีกว่า การเขียนเป็นรายงานข่าวแบบดั้งเดิม เพราะการรายงานข่าวเป็นการรายงานข้อเท็จจริง (Fact) ที่มีรูปแบบอย่างเป็นทางการ ส่วนการเล่าข่าวนั้นเป็นการนำรูปแบบของการเล่าเรื่อง (Narrative) ซึ่งง่ายต่อการติดตามข้อมูลข่าวสาร

ข่าวควรจะต้องมีคุณค่าข่าวในตัวของมันเอง ซึ่งควรมีคุณสมบัติต่อไปนี้ปรากฏอยู่ในข่าว

- ความรวดเร็ว (Immediacy / Timeliness) ประชาชนย่อมคาดหวังที่จะได้รับรู้ข่าวสารที่มีความสดและทันต่อเหตุการณ์ ธรรมชาติของมนุษย์มักจะมีความสนใจต่อเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นสดๆ ใหม่ๆ ฉะนั้นการรายงานข่าวจึงมีความรวดเร็วมากเพียงใด ก็ยิ่งทำให้ข่าวมีคุณค่ามากขึ้นเท่านั้น ซึ่งอาจคำนึงถึงความเหมาะสมถูกต้องกับกาลเวลาปัจจุบันได้ เช่น ข่าวการเลือกตั้ง ข่าวการเงินหรือข่าวเศรษฐกิจ เป็นต้น ประชาชนย่อมคาดหวัง ที่จะได้รับรู้ข่าวสารที่มีความสดและทันต่อเหตุการณ์ ด้วยธรรมชาติของมนุษย์ที่มักจะมีความสนใจ ต่อเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นสดๆ ใหม่ๆ ฉะนั้นการรายงานข่าวจึงมีความรวดเร็วมากเพียงใด ก็ยิ่งทำให้ข่าวมีคุณค่ามากขึ้นเท่านั้น

- ความใกล้ชิด (Proximity / Nearness) ตามหลักจิตวิทยาแล้วมนุษย์มักจะสนใจเรื่องที่อยู่ใกล้ตัวเองมากที่สุด เนื่องจากตนเองอาจจะได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์นั้นๆ จึงมีความสนใจที่จะติดตามความเป็นไปและความคืบหน้าของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ยิ่งผู้รับมีความใกล้ชิดกับเหตุการณ์หรือบุคคลในเหตุการณ์มากเท่าใด ความสนใจของบุคคลต่อเหตุการณ์หรือข่าวนั้นๆ ก็จะมีตามไปด้วย

- ความเด่น (Prominence) แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ ความโดดเด่นของบุคคล ได้แก่ บุคคลที่มีชื่อเสียง เป็นที่ยอมรับทางสังคม หรือบุคคลสำคัญในด้านต่างๆ บุคคลเหล่านี้เป็นที่รู้จักของประชาชนทั่วไป เมื่อเกิดเหตุการณ์หรือข่าวขึ้นกับบุคคลนั้นๆ ประชาชนก็จะให้ความสนใจเป็นพิเศษ และความโดดเด่นของสถานที่ หมายถึง เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในสถานที่สำคัญๆ หรือเหตุการณ์อันไม่สมควรที่จะเกิดเหตุการณ์นั้นๆ ขึ้น

- ความถูกต้องแม่นยำ (Accuracy) ข่าวจะต้องมีความถูกต้อง เพียงแท้ แน่นนอนในเรื่องต่างๆ ที่ได้รับการรายงานออกไป โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ชื่อ นามสกุล อายุ ตำแหน่ง สถานที่ เวลา ตัวสะกดชื่อต่างๆ ชื่อบุคคล ดังนั้น ผู้สื่อข่าวจะต้องทำการตรวจสอบเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้อง ตลอดจนรายละเอียดข้อเท็จจริงอื่นๆ

- ความสมดุล (Balance) ความสมดุลเป็นคุณสมบัติที่สำคัญของการรายงานข่าว ความสมบูรณ์ของข่าว อยู่ที่การเสนอข้อเท็จจริงที่สมดุล เช่น การเสนอข่าว การเมือง ผู้สื่อข่าวต้องทำให้เป็นกลางเสมอ ทั้งข้อดีและข้อเสียของแต่ละฝ่าย ไม่ควรเข้าข้างฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง ต้องเสนอรายละเอียดทุกบททุกตอน แต่ต้องเน้นในการเลือกข้อเท็จจริงที่เป็นผลของเหตุการณ์อย่างถูกต้อง วัตถุประสงค์หลักของการรายงานข่าวให้สมดุลก็เพื่อให้ผู้อ่านได้เกิดภาพพจน์ที่ถูกต้องของเหตุการณ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกรณีที่เป็นข่าวความขัดแย้ง ต้องเปิดโอกาสให้ทั้งสองฝ่ายได้รับการรายงานข้อเท็จจริงอย่างเท่าเทียมกัน

- ความเป็นกลาง (Objectivity) ความเที่ยงตรงหรือเป็นกลางเป็นคุณสมบัติที่สำคัญของข่าว ซึ่งหมายถึง การรายงานข่าวอย่างตรงไปตรงมา ไม่มีอคติหรือใส่ความคิดเห็นของผู้เขียนข่าว โดยปกติแล้ว ความเที่ยงตรงเป็นสิ่งที่ปฏิบัติได้ยากมาก จึงต้องระมัดระวังเป็นพิเศษ ควรที่จะพยายามเสนอข่าว ที่ เกิดขึ้นในทุกแง่มุมให้มากที่สุด พยายามไม่เอาใจเข้าไปผูกพันกับเหตุการณ์หรือรายงานข่าว

- กะทัดรัดชัดเจน (Concise and Clear) ข่าวที่ดีควรมีรูปแบบการเขียนที่กระชับแจ่มแจ้ง เช่น รูปแบบสามเหลี่ยมปิรามิดหัวกลับ โดยใช้ภาษาที่สั้น รัดกุมและกระชับ อ่านเข้าใจทันทีทันใด การเขียนข่าวที่ดีต้องเขียนอย่างตรงไปตรงมา ชัดเจนในภาษาและความหมาย

- ผลกระทบกระเทือน (Consequence) เหตุการณ์เรื่องราวที่เกิดขึ้นนั้นมีผลกระทบต่อชีวิตความเป็นอยู่ของบุคคลมากน้อยเพียงใด ก่อให้เกิดความสูญเสียทั้งร่างกาย ทรัพย์สิน ชื่อเสียง สถานภาพทางสังคม และความรู้สึกมากน้อยเพียงใด เหตุการณ์ที่มีผลกระทบต่อคนในวงกว้างย่อมได้รับความสนใจสูง และคุณค่าของข่าวจะมีมากตามไปด้วย เช่น ข่าวภัยพิบัติต่างๆ ข่าวการลดหย่อนภาษี การขึ้นค่า สาธารณูปโภค ข่าวค่าครองชีพ เป็นต้น

- ความแปลก (Oddity) เหตุการณ์ที่มีความแปลกไปจากเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นตามปกติ ซึ่งทำให้ผู้ชมเกิดความอยากรู้อยากเห็นเรื่องราวข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้น แต่การเสนอข่าวนี้นั้นควรที่จะเลือกพิจารณาเหตุการณ์ที่น่าสนใจและเป็นประโยชน์ต่อผู้รับอย่างแท้จริง

การศึกษาค้นคว้าแนวคิดเกี่ยวกับการนำเสนอข่าวข้างต้นนั้น ผู้วิจัยมุ่งหวังจะนำมาใช้ประโยชน์ในงานวิจัยด้วยการสังเคราะห์ข้อมูลเพื่อพัฒนาเป็นแบบสอบถามโดยวัดทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมจากหมวดหมู่ต่างๆ ในแนวคิดการนำเสนอข่าวเชิงคุณค่าของการนำเสนอข่าว อันเป็นคุณสมบัติสำคัญที่ควรมีปรากฏอยู่ในการนำเสนอข่าวที่สามารถวัดได้เป็นรูปธรรม

นอกจากนี้ประเด็นที่สำคัญยังต้องประกอบด้วย คุณสมบัติของผู้ดำเนินรายการ ซึ่ง Hillard (1978) ได้อธิบายถึงคุณสมบัติโดยรวมของผู้ดำเนินรายการโทรทัศน์ที่พึงมีไว้ ดังนี้

- มีทักษะการสื่อสารที่ดี สื่อสารได้อย่างถูกต้องชัดเจน ทั้งการฟัง พูด อ่าน เขียน ถูกต้องตามหลักภาษาและอักขระวิธี

- บุคลิกดี อันหมายรวมถึง แต่งกายดี มีสุขภาพที่ดี ให้ความรู้สึกประทับใจแก่ผู้ชม

- มีความรู้ ซึ่งความรู้ในที่นี้ไม่ใช่แค่ความรู้ในเชิงทั่วไปที่ต้องกว้างขวาง แต่ยังต้องมีความรู้ในเชิงลึกสำหรับประเด็นที่ต้องทำการนำเสนอข่าว

- มีความมั่นใจในตนเอง ซึ่งจะแสดงออกมาผ่านการพูด น้ำเสียง ท่าทางในการนำเสนอ ซึ่งหากผู้ดำเนินรายการมีความประหม่าอาจทำให้เกิดความผิดพลาดในการนำเสนอ

- ความตั้งใจและความรับผิดชอบ ซึ่งสะท้อนได้จากการเตรียมความพร้อมของผู้ดำเนินรายการว่ามีความตั้งใจที่จะนำเสนอให้สำเร็จราบรื่นเพียงใด

- มีไหวพริบ มีทักษะแก้ปัญหาเฉพาะหน้า ซึ่งในการดำเนินรายการอาจเกิดอุปสรรคต่างๆ ได้อย่างไม่คาดคิด ดังนั้นผู้ดำเนินรายการต้องมีไหวพริบ แก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้อย่างสุขุมรอบคอบ

- สุขภาพ ผู้ดำเนินรายการต้องแสดงออกอย่างสุขภาพดีต่อผู้ร่วมดำเนินรายการ แยก รับเชิญ และต่อผู้ชมที่บ้าน

- ยิ้มแย้มแจ่มใส หมายรวมถึงการควบคุมอารมณ์ของผู้ดำเนินรายการเมื่อต้องเผชิญกับเหตุการณ์ไม่คาดฝันที่ส่งผลต่ออารมณ์ การแสดงออกด้วยสีหน้ายิ้มแย้มแจ่มใสและเป็นมิตร จะทำให้การนำเสนอดูมีชีวิตชีวา

- มีอารมณ์ขัน ในที่นี้ต้องเป็นอารมณ์ขันที่สุภาพ หลีกเลี่ยงการใช้ถ้อยคำที่ไม่เหมาะสม

- น้ำเสียงดี มีลีลาในการนำเสนอเฉพาะตัว ซึ่งจะทำให้ผู้ดำเนินรายการมีเอกลักษณ์เป็นที่จดจำของผู้ชมได้

แนวคิดเรื่องการนำเสนอข่าวนั้นสอดคล้องกับงานวิจัยหลายชิ้น ได้แก่ จิรโรจน์ จิตราพัฒนานันท์ (2560) ที่ศึกษาเรื่อง “กลยุทธ์ในการนำเสนอรายการข่าวโทรทัศน์ ของสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ผ่านรายการสนามข่าว 7 สี” ผลการวิจัยพบว่า ปัญหาและอุปสรรคการดำเนินกิจการของช่อง 7 มีนโยบายการนำเสนอข่าวที่ไม่ใส่ใจความคิดเห็นส่วนตัวหรือเสนอข่าวเพียงฝ่ายเดียวและนำเสนอข่าวที่เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ประชาชนและสังคมการบริหารทรัพยากรสำหรับผลิตรายการ 5 วันต่อสัปดาห์ผู้ประกาศข่าวที่หมุนเวียนมาทำหน้าที่วันละ 3 ท่าน ช่วยเพิ่มมิติของการเล่าข่าวให้มีสีสัน น่าติดตามและทดแทนกันได้โดยที่ผู้ชมไม่เสียอรรถรสในการรับชมการผลิตเนื้อหาข่าวโดยทีมกลางวันตรวจสอบความถูกต้องจากแหล่งข่าวได้ทันทีเพราะอยู่ในเวลาทำการและทีมกลางคืนจะเรียงลำดับข่าวให้สอดคล้องกับคุณค่าข่าวและความสนใจของผู้ชมด้านเทคโนโลยีการผลิตคือใช้เฮลิคอปเตอร์ข่าวที่มีทันสมัยที่สุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และออกอากาศสดผ่าน Facebook: ch7 news หรือชมย้อนหลังผ่าน www.ch7.com โดยบุคลากรต้องเข้าใจการผลิตงานตั้งแต่ต้นจนและสุดท้ายคือ ทักษะการเชื่อมโยงประเด็นข่าวที่เข้าใจที่มาของเหตุการณ์ เรียงลำดับข่าวเกิดขึ้น และทักษะการสืบค้นที่ครอบคลุม ถูกต้อง ผนวกกับการมีเครือข่ายและแหล่งข่าวเฉพาะที่น่าเชื่อถือ ทำให้ข่าวที่นำเสนอออกมาน่าติดตามมากยิ่งขึ้น กลยุทธ์การนำเสนอข่าว คือ ต้องวางแผนด้านผู้ชมโดยศึกษากระแสนิยมในสังคมและพฤติกรรมของผู้ชมที่เปลี่ยนไปต่อมาคือวางแผนด้านเนื้อหารายการโทรทัศน์และออกแบบการรับรู้ในภาพลักษณ์ของรายการ สร้างความจดจำ ภายใต้สไตล์แกนของรายการที่ว่า “รู้จัก รู้รอบ รู้จริง” และวางแผนการผลิตเพื่อการตอบสนองคุณค่าข่าวภายใต้จุดยืนของสถานี การกำกับดูแลภายใต้แผนแม่บท กสทช. (ยุทธศาสตร์การกำกับดูแลกิจการ) สถานีจึงต้องปรับแนวทางการนำเสนอ การผลิต และเทคโนโลยีที่รองรับความต้องการของผู้ชม โดยรายการต้องอยู่ในกรอบข้อบังคับต่างๆ ของทั้ง กสทช. และองค์การสิทธิมนุษยชนต่างๆ รวมทั้งหลักจรรยาบรรณของสื่อและที่สำคัญที่สุดคือ เรื่องการควบคุมกำกับดูแลกันเอง และยังคงสอดคล้องกับ พัชรินทร์ รักสัตย์ (2560) ศึกษาเรื่อง “กระบวนการสื่อข่าวของรายการข่าวบันเทิงทางโทรทัศน์ในยุคหลอมรวมสื่อ” ผลการวิจัยพบว่า สำนักข่าวบันเทิงไม่ได้นำสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) มาใช้เพื่อต่อ ยอดช่องทางทางสื่อสารจากสื่อโทรทัศน์เพียงอย่างเดียว แต่เริ่มมีการผลิตรายการข่าวบันเทิงเพื่อนำเสนอเฉพาะ ช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) อาทิ ไลน์ ทีวี (Line TV), เฟซบุ๊ก (Facebook), เว็บไซต์ (Website) และยูทูป (YouTube) การเปลี่ยนแปลงนี้ส่งผลให้กระบวนการสื่อข่าวบันเทิงในยุคหลอมรวมสื่อบรรณาธิการต้องสนองความต้องการผู้รับสารด้วยการนำเสนอข้อมูลข่าวที่สังคมกำลังให้ความสนใจ โดยทำ หน้าที่เป็นผู้เฝ้าประตูสารคอยคัดกรองความถูกต้องของข้อมูล และวางแผนเพื่อบริหารเนื้อหาข่าว 1 ข่าวให้มี รูปแบบที่หลากหลายสามารถนำเสนอในช่องทางสื่อดั้งเดิม และสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ด้านผู้สื่อข่าวบันเทิงต้องมีทักษะในกระบวนการผลิตและนำเสนอรายการข่าว โดยผู้สื่อข่าว 1 คน ต้องสามารถสืบค้นหาข่าว สัมภาษณ์ บันทึกภาพ ตัดต่อวิดีโอ เขียนเรียบเรียง และใช้อุปกรณ์สื่อสารรายงานข่าวผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ได้ทุกรูปแบบ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ ศิญาพร มาลัยศิริรัตน์ (2559) ศึกษาเรื่อง “การบริหารการผลิตรายการเล่าข่าวเช้าของสถานีโทรทัศน์ ช่อง 5 ช่อง 7 ช่อง 9 และไทยพีบีเอส” ผลการวิจัยพบว่า ในส่วนของกระบวนการผลิตรายการเล่าข่าวเช้าของ สถานีโทรทัศน์ ช่อง 5 ช่อง 7 ช่อง 9 และไทยพีบีเอส บรรณาธิการทั้ง 4 รายการ มีบทบาทสำคัญใน ขั้นตอนก่อนออกอากาศ เพื่อวางแผนการผลิตใน

การประชุมประเด็นข่าวที่จะนำเสนอในแต่ละวัน ส่วนผู้ผลิตรายการทั้ง 4 รายการ มีบทบาทสำคัญตลอดกระบวนการผลิต ทั้งการออกแบบรายการใน ขั้นตอนก่อนออกอากาศ และมีบทบาทในขั้นตอนขณะออกอากาศ นอกจากนี้ยังพบว่า หลักสำคัญของบรรณาธิการในการบริหารการผลิตรายการเล่าข่าวเช้า และกระบวนการผลิตรายการเล่าข่าวเช้าของสถานีโทรทัศน์ ช่อง 5 ช่อง 7 ช่อง 9 และไทยพีบีเอส ของทั้ง 4 รายการ จะยึดหลักสำคัญในการบริหารการผลิตและมีกระบวนการผลิตที่เหมือนกัน แต่มีความแตกต่างในด้านข่าวสารที่นำเสนอผ่านรายการ โดยช่อง 5 จะเน้นนำเสนอข่าวที่เป็นไปตามนโยบาย สถานี ไม่กระทบกับความมั่นคงของชาติและข่าวนั้นต้องเป็นผลดีกับรัฐบาล ส่วนช่อง 7 เน้นนำเสนอ ข่าวที่เกิดขึ้นในแต่ละภูมิภาคและข่าวนั้นต้องเกิดประโยชน์กับผู้ชมส่วนช่อง 9 จะเน้นการนำเสนอ ข่าวที่เป็นประเด็นใกล้ตัวทำให้ผู้ชมเกิดความสนใจ และไทยพีบีเอสจะเน้นการนำเสนอข่าวที่ถูกต้อง ตามกรอบจริยธรรม ไม่ละเมิดหลักสิทธิมนุษยชน รวมถึงงานวิจัยของ วรารัตนา ยินดีฉัตร (2559) ที่ศึกษาเรื่อง “การบริหารการผลิตรายการข่าวบันเทิงที่สถานีโทรทัศน์ผลิตเอง” ผลการวิจัยพบว่า ผลการวิจัยพบว่า นโยบายและกลยุทธ์การผลิตและนำเสนอข่าวบันเทิงของสถานีโทรทัศน์ ที่บริหารงานแบบเอกชนคือสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 และสถานีโทรทัศน์สีกองทัพช่อง 7 สถานีโทรทัศน์ที่บริหารงานแบบรัฐวิสาหกิจ คือ สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ สถานีโทรทัศน์ที่บริหารงานแบบราชการ คือ สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย และสถานีโทรทัศน์ที่บริหารงานแบบโทรทัศน์ สาธารณะ คือ สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส มีความแตกต่างกันอย่างชัดเจนในด้านรูปแบบและเนื้อหา รายการอันเนื่องมาจากการใช้กลยุทธ์การสร้างความแตกต่างและการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันที่แตกต่างกันอันแปลงมาจากกรอบนโยบายหลักขององค์กรว่าต้องการแสวงหาผลกำไรในการ ประกอบกิจการหรือไม่แสวงหาผลกำไรในการประกอบกิจการ ถึงแม้ว่ารายการข่าวบันเทิงทุกรายการ จะไม่มีนโยบายในการผลิตและนำเสนอข่าวบันเทิงแบบเป็นลายลักษณ์อักษรก็ตาม แต่ก็สามารถ บริหารจัดการรายการได้ค่อนข้างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ในกระบวนการผลิต รายการข่าวบันเทิงถึงแม้จะมีความคล้ายคลึงกันค่อนข้างมากในแต่ละ ขั้นตอนนับตั้งแต่ขั้นตอนก่อนการผลิต (Pre-Production) ขั้นตอนการผลิต (Production) และ ขั้นตอนหลังการผลิต (Post-Production) ที่ทุกรายการจะใช้บุคลากรจำนวนมากจากหลากหลายฝ่าย ที่ไม่ใช่แค่กองบรรณาธิการประจำโต๊ะข่าวบันเทิง ทว่าแต่ละรายการจะเลือกใช้กลยุทธ์ที่ต่างกัน เพื่อสร้างความโดดเด่นของรายการและความได้เปรียบในการแข่งขัน รายการข่าวบันเทิงจึงมุ่งสร้าง ความแตกต่างเป็นหลัก การบริหารรายการข่าวบันเทิงจึงมุ่งใช้กลยุทธ์เพื่อสร้างความแตกต่าง (Differentiation Strategy) เป็นสำคัญ แม้กระทั่งในรายการข่าวบันเทิงของสถานีโทรทัศน์ช่อง เดียวกันก็ยังเลือกใช้กลยุทธ์ที่ต่าง กันเพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขัน (Competitiveness) ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการผลิตและนำเสนอข่าวบันเทิงมีทั้งสิ้น 6 ด้าน คือ ปัจจัยด้านนโยบายสถานี ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านคู่แข่ง ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมของผู้รับสาร/ผู้ชม และปัจจัยด้านเรตติ้ง โดยเฉพาะปัจจัยด้านเรตติ้งที่แม้สถานี โทรทัศน์ที่ไม่ได้มุ่งแสวงหาผลกำไรก็ยังให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านนี้ และงานของ อเนญชา กลิ่นเกษร (2559) ที่ศึกษาเรื่อง “เอกลักษณ์การผลิตรายการวิทยุของ NHK WORLD RADIO JAPAN ภาคภาษาไทย” ผลการวิจัยพบว่า กระบวนการผลิตรายการข่าวที่เป็นเอกลักษณ์ของเรดิโอ แจแปน คือ ผู้ผลิตรายการ ญี่ปุ่น ทาหน้าที่บรรณาธิการข่าวประจำวัน ภาคภาษาไทย เริ่มกระบวนการผลิตรายการ โดยนำ ต้นฉบับข่าวภาษาอังกฤษ ซึ่งบรรณาธิการโต๊ะข่าวส่วน

กลางได้คัดเลือกและเรียงลำดับไว้แล้ว มาให้ผู้ประกาศไทยแปลเป็นต้นฉบับข่าวอ่านภาษาไทย ควบคุมการฝึกซ้อมอ่านบท จับเวลา และการ ออกอากาศสด หลักการคัดเลือกข่าวของบรรณาธิการ คือ พิจารณาจากความสำคัญของข่าวใน กลุ่มเนื้อหา 3 สาขาหลัก ได้แก่ ข่าวที่มีความสำคัญระดับ ประเทศญี่ปุ่น ระดับภูมิภาคเอเชีย และระดับโลก กระบวนการผลิตรายการอื่นๆ ที่ไม่ใช่ข่าวที่เป็น เอกลักษณ์ของเรดิโอ แจแปน ภาค ภาษาไทย คือ ผู้ผลิตรายการญี่ปุ่น เป็นผู้เริ่มกระบวนการผลิต รายการ ตั้งแต่ การเสนอความคิด เตรียมการผลิต และเขียนบทวิทยุภาษาญี่ปุ่นเป็นลำดับแรก แปล เป็นภาษาอังกฤษ กากับการ ฝึกซ้อม อ่านบทจับเวลาร่วมกัน กากับรายการและควบคุมการบันทึก เสียงเสมือนเป็นการ ออกอากาศรายการสด คือไม่มีการหยุด แก้ไข ตัดต่อ หรือเริ่มบันทึกใหม่ตั้งแต่ต้น (Retake) ผู้ประกาศไทย ทาหน้าที่แปลบทวิทยุเป็นภาษาไทย อ่านบทและดำเนินรายการ การประชุม พิจารณา(Discussion) เป็นกระบวนการขั้นฝึกซ้อมที่เป็นเอกลักษณ์คือ ผู้ผลิตรายการญี่ปุ่นกากับการ อ่านบทและจับเวลา ร่วมกับผู้ประกาศไทย โดยมีการปรึกษาหารือ และร่วมกันตัดสินใจเกี่ยวกับ ประเด็นเนื้อหา แก้ไขคาพูด ตรวจสอบความถูกต้องของบทวิทยุอย่าง คร่งครัด ทั้งความถูกต้องของ ข้อเท็จจริง ภาษา และการแปล วิธีประเมินผลรายการที่เป็นเอกลักษณ์ของเรดิโอ แจแปน ภาคภาษา ไทย คือ ให้ผู้ฟัง ติดต่อบอกถาม แสดงความคิดเห็นโดยส่งข้อความทางอีเมล ผ่านทางเว็บไซต์ www.nhk.jp/thai , จดหมาย ไปรษณีย์บัตร หรือ กรอกแบบฟอร์ม “รายงานการรับฟังรายการภาค ภาษาไทยของเรดิโอ แจแปน” ซึ่งส่งให้ผู้ฟัง ทางไปรษณีย์พร้อมกับจดหมายข่าว “เสียงทักทายจาก เรดิโอ แจแปน ภาค ภาษาไทย” ทุก 3 เดือน ตามช่วงฤดูกาลของประเทศญี่ปุ่น เนื้อหาและวิธีการ เสนอรายการที่เป็นเอกลักษณ์ของเรดิโอ แจแปน ภาคภาษาไทย คือ เป็นเนื้อหาเกี่ยวกับประเทศญี่ปุ่น และคนญี่ปุ่นตามฤดูกาลให้ข้อมูลเชิงลึกอย่างละเอียด รอบด้าน หลากแง่มุม จากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ รายการวิทยุจึงเป็นต้นฉบับ (Original) ที่ผลิตขึ้น ใหม่ สามารถใช้อ้างอิงได้เป็นปัจจุบัน เป็นเรื่องที่หา ยาก และหาฟังได้เฉพาะในรายการของเรดิโอ แจแปน เท่านั้น เช่น การสัมภาษณ์ผู้รอดชีวิตจาก ระเบิดปรมาณูที่เมือง ฮิโรชิมาและนางาซากิ, แร้งบันดาลใจของศิลปินเจ้าของผลงานศิลปะชิ้นเอกที่ จัดแสดงในพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ โตเกียว, ความเคลื่อนไหวล่าสุดของเทคโนโลยีล้ำสมัยและธุรกิจ ของญี่ปุ่น เป็นต้น วิธีการเสนอที่เป็นเอกลักษณ์ของเรดิโอ แจแปน ภาคภาษาไทย ได้แก่ การใช้เสียง ประกอบจริงจากเหตุการณ์ (Actuality) และความหลากหลายของเสียงพูดภาษาไทย ภาษาญี่ปุ่น และภาษาอื่นๆ การใช้เสียงดนตรีและเพลงประกอบรายการในช่วงเวลาสั้น ๆ การใช้ภาษาไทย มาตราฐานเขียนบทวิทยุซึ่งแปลจากต้นฉบับภาษาอังกฤษหรือภาษาญี่ปุ่นให้ตรงกับเจตนารมณ์ของ บุคคลต้นเรื่องอย่างเคร่งครัด รวมถึงการแปลบทกวีไฮกุโดยคงฉันทลักษณ์ของบทกวีไว้ในบทภาษาไทย

2.3 ทฤษฎีการเปิดรับสื่อ

ทฤษฎีการเปิดรับสื่อ (Media Exposure) นั้นได้มีนักทฤษฎีให้คำอธิบายไว้มากมาย ซึ่งโดย ส่วนใหญ่มีคำอธิบายเชื่อมโยงกับความสำคัญของการสื่อสาร โดยผู้วิจัยรวบรวมสังเคราะห์คำอธิบายที่ เกี่ยวข้องกับการเปิดรับสื่อประเภทข่าวสารได้ว่า การสื่อสารเป็นพื้นฐานของการติดต่อของ กระบวนการทางสังคม ซึ่งหากในสังคมนั้นๆ มีจำนวนประชากรและความซับซ้อนมากเท่าใด การ สื่อสารก็ยิ่งมีความสำคัญมากขึ้นเท่านั้น แม้การสื่อสารมิได้จัดเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อการดำรงชีวิตเฉก เช่น อาหาร ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม และยารักษาโรค หากแต่ผู้คนจำเป็นต้องใช้การสื่อสารในการนำ

มาซึ่งปัจจัยสี่ดังกล่าว ทั้งนี้ในการดำรงชีวิตท่ามกลางความเปลี่ยนแปลงในสังคมด้านต่างๆ ข่าวสารจึงจัดเป็นหนึ่งในการสื่อสารที่มีความสำคัญต่อผู้คน เนื่องจากผู้คนจะใช้ข่าวสารเพื่อประกอบการตัดสินใจในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ และผู้ชมที่เปิดรับข่าวสารมาก ก็ย่อมมีความรู้ความเข้าใจในสภาพแวดล้อมและสภาพสังคม ตลอดจนมีหูตากว้างไกล มีความทันสมัยมากกว่าผู้ชมที่เปิดรับข่าวสารน้อย หากแต่ผู้ชมจะไม่รับข่าวสารที่ทุกอย่างที่สื่อสารมาถึงตน แต่จะเลือกรับรู้เพียงบางส่วนของที่มีประโยชน์และใกล้ตัวของแต่ละคน ซึ่งอาจกล่าวได้ว่า ข่าวสารที่ถูกสื่อสารมาจากผู้ส่งสารนั้นจะถูกคัดเลือกโดยผู้ชมอยู่ตลอดเวลา และในทำนองเดียวกันข่าวสารที่น่าสนใจ เหมาะสม และมีประโยชน์ต่อผู้ชม ก็คือข่าวสารที่ประสบความสำเร็จในการสื่อสาร (Atkin, 1973)

ในกระบวนการของการเปิดรับสื่อ นั้น โจเซฟ ที. แคลปเปอร์ (Klapper, 1960) ได้อธิบายว่า กระบวนการของการเปิดรับข่าวสารเปรียบเสมือนการคัดกรองกรองข่าวสารในการรับรู้ของผู้ชม อันประกอบด้วย ลำดับขั้นตอน 4 ประการ ดังนี้

- การเลือกช่องทาง (Selective Exposure) เป็นขั้นตอนการเลือกรับช่องทางการสื่อสาร ซึ่งผู้ชมจะมีการเลือกแหล่งสารที่แตกต่างกัน ได้แก่ หนังสือพิมพ์สำนักต่างๆ วิทยุกระจายเสียง และโทรทัศน์สถานีต่างๆ ฯลฯ ทั้งนี้ความสนใจและความต้องการของผู้ชมจะเป็นไปตามทักษะและความชำนาญในการรับรู้ข่าวสาร ตัวอย่างเช่น บางคนอาจนัดฟังข่าวสารมากกว่าอ่านข่าวสาร หรือดูภาพเคลื่อนไหวมากกว่าฟังข่าวสาร เป็นต้น

- การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) ผู้ชมมักมีแนวโน้มที่จะเลือกช่องทางการสื่อสารหรือแหล่งข่าวที่สนับสนุนความสนใจของตน ในขณะที่เดียวกันก็จะหลีกเลี่ยงช่องทางและแหล่งข่าวที่ไม่สอดคล้องกับความสนใจของตน

- การเลือกตีความหมายและมีส่วนร่วม (Selective Perception and Interpretation) นอกเหนือจากการช่องทางและความสนใจแล้ว ทักษะในการตีความหมายยังมีส่วนสำคัญในการเปิดรับสื่อของผู้ชม ซึ่งอธิบายได้ว่า ผู้ชมมักเลือกตีความเฉพาะข่าวสารที่สอดคล้องกับลักษณะส่วนบุคคล ในที่นี้หมายถึงรวมถึง ทักษะการสื่อสารของผู้สื่อสาร องค์ประกอบต่างๆ ระดับภาษา ฯลฯ ซึ่งข้อมูลข่าวสารบางส่วนจะถูกตัดทิ้งไป หรือมีการบิดเบือนไปในทิศทางที่ผู้ชมพึงพอใจอีกด้วย

- การเลือกจดจำ (Selective Retention) นอกเหนือจากเลือกช่องทาง เลือกความสนใจ และเลือกการตีความหมายแล้ว ผู้ชมยังเลือกจดจำเฉพาะข่าวสารในส่วนที่สอดคล้องกับตนเอง หรือมีความสนใจ โดยในส่วนที่ไม่สอดคล้องหรือไม่สนใจจะถูกลืม ไม่นำไปถ่ายทอดต่อ เนื่องจากผู้ชมมักมีความรู้สึกไม่สบายใจกับข่าวสารที่ไม่สอดคล้องกับทัศนคติ การใช้ประโยชน์และความสนใจของตน

นอกเหนือจากนี้ Hunt & Ruben (1993) ยังได้อธิบายถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับข่าวสารของผู้ชมแต่ละคนไว้ ดังนี้

- ความต้องการ (Need) ซึ่งความต้องการในที่นี้นั้นหมายถึง ความต้องการทั้งทางกายและทางจิตใจ อีกทั้งระดับความต้องการที่สูงและต่ำนั้นจะเป็นตัวกำหนดให้ผู้ชมเลือกตอบสนองต่อข่าวสารใดข่าวสารหนึ่ง เพื่อแสดงรสนิยม การยอมรับในสังคม ความพึงพอใจ เป็นต้น

- ทศคติและค่านิยม (Attitude and Values) การมีใจโน้มเอียงต่อเรื่องต่างๆ และหลักพื้นฐานที่ผู้ชมยึดถือในสิ่งที่ควรและไม่ควรทำอะไร มีความสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมและการเลือกรับข่าวสาร เลือกตีความหมาย และเลือกจดจำ

- เป้าหมาย (Goal) ผู้ชมทุกคนจะมีเป้าหมายเป็นเครื่องกำหนดในการดำเนินชีวิตในด้านต่างๆ และการเลือกเปิดรับข่าวสารนั้นจะเป็นไปเพื่อสนองเป้าหมายของแต่ละบุคคล

- ความสามารถ (Capability) อันได้แก่ ความสามารถที่แวดล้อมการรับสารนั้นๆ ทั้งด้านทักษะภาษา ตรรกะการวิเคราะห์ ความสามารถในการจำจด ฯลฯ จะมีอิทธิพลต่อการเลือกรับข่าวสารที่เหมาะสมกับผู้ชมแต่ละบุคคล

- การใช้ประโยชน์ (Utility) ผู้ชมจะเลือกสนใจ รวมถึงพยายามทำความเข้าใจกับข่าวสารที่ผู้ชมแต่ละคนสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้

- สลีลาในการสื่อสาร (Communication Style) อาจหมายถึง อรรถรสและลีลาในการนำเสนอข่าวสารที่สอดคล้องกับความสนใจของผู้ชม ตัวอย่างเช่น ผู้ชมบางคนอาจนิยมเลือกรับข่าวที่เป็นการวิเคราะห์โดยกูรู หรือบางคนอาจนิยมเลือกรับข่าวที่เป็นการเล่าข่าว และบางคนอาจนิยมเลือกรับข่าวที่มีเทคนิคการนำเสนอพิเศษ เป็นต้น

- สภาวะ (Context) อันหมายถึงผู้ชมจะเลือกรับข่าวสารที่ตั้งอยู่บนสถานการณ์ในการดำเนินชีวิตของผู้ชมมากกว่าข่าวสารที่ผู้ชมไม่ได้อยู่ตั้งบนสถานการณ์ในการดำเนินชีวิต ได้แก่ ข่าวสารที่มีความแตกต่างด้านความเข้าใจ วัฒนธรรมต่างๆ เป็นต้น

- ประสบการณ์และนิสัย (Experience and Habit) ประสบการณ์ร่วมมีส่วนสำคัญในการเลือกรับข่าวสารของผู้ชม เนื่องจากผู้ชมจะเลือกเปิดรับข่าวสารที่อยู่ใกล้ตัวมากกว่าข่าวสารที่อยู่ไกลตัวหรือไม่เคยมีประสบการณ์ร่วม ตลอดจนไม่สอดคล้องกับนิสัยส่วนบุคคล

ในด้านของจุดประสงค์ในการเปิดรับข่าวสาร McCombs & Becker (1979) ได้อธิบายว่า ผู้ชมแต่ละคนจะมีการเปิดรับข่าวสารเพื่อตอบสนองความต้องการ 4 ประการหลัก ได้แก่

- เพื่อเรียนรู้เหตุการณ์ (Surveillance) ผู้ชมจะติดตามความเคลื่อนไหวของข่าวสารต่างๆ เพื่อให้ตนเองเป็นคนที่ทันต่อเหตุการณ์ ทันสมัย

- เพื่อตัดสินใจ (Decision) ผู้ชมจะเปิดรับข่าวสารเพื่อสนับสนุนความเห็นของตนต่อเหตุการณ์หรือสภาวะต่างๆ รอบตัว เพื่อนำไปประกอบการตัดสินใจในชีวิตประจำวัน

- เพื่อพูดคุยสนทนา (Discussion) ผู้ชมจะเปิดรับข่าวสารเพื่อให้ทันต่อสถานการณ์บ้านเมือง และสามารถนำไปใช้ในการสนทนาเข้าสังคมกับผู้อื่นได้

- เพื่อการมีส่วนร่วม (Participation) ผู้ชมจะเปิดรับข่าวสารเพื่อให้ตนเองได้มีส่วนร่วมในสังคมในแง่มุมต่างๆ

การศึกษาค้นคว้าทฤษฎีการเปิดรับสื่อ ผู้วิจัยมุ่งหวังจะนำมาใช้ประโยชน์ในงานวิจัยด้วยการสังเคราะห์ข้อมูลเพื่อพัฒนาเป็นแบบสอบถามโดยวัดตัวแปรด้านลักษณะการเปิดรับสื่อที่แตกต่างของผู้ชม

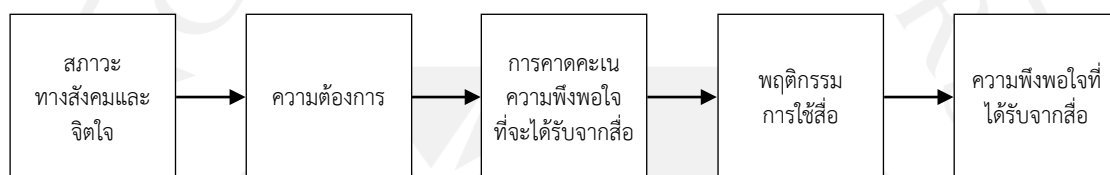
2.4 ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ

ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses and Gratifications Theory) ในมิติของ

การสื่อสาร เป็นการเน้นความสำคัญของกลุ่มผู้รับสารมากกว่าที่จะให้ความสำคัญกับอิทธิพลของสื่อในฐานะผู้ส่งสาร ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าเป็นการศึกษาบทบาทหน้าที่ของสื่อในอีกรูปแบบหนึ่ง แต่อธิบายในมุมมองของปัจเจกบุคคลว่าแต่ละคนใช้สื่อเพื่อทำหน้าที่อะไรบ้าง โดยอาศัยพื้นฐานของความต้องการเป็นหลัก ซึ่งการตัดสินใจในการเลือกรับสื่อที่ผู้รับสารจะพิจารณาว่าตนต้องการอะไรจากสื่อใด สารประเภทไหน โดยที่สารนั้นตอบสนองความต้องการอย่างไร ถือได้ว่าเป็นการเน้นความสำคัญของผู้รับสารในฐานะผู้กระทำการสื่อสารโดยผู้รับสาร (กาญจนา แก้วเทพ, 2553)

Katz, et al. (1974) ได้สร้างแบบจำลองเพื่ออธิบายว่า สภาวะของสังคมและจิตใจของผู้รับสารที่แตกต่างกัน จะทำให้ผู้รับสารแต่ละคนคาดหวังในด้านความพึงพอใจจากสื่อแตกต่างกันออกไป โดยที่แบบจำลองนี้มุ่งอธิบายถึงความกระตือรือร้นของผู้รับสาร ซึ่งความกระตือรือร้นในปริมาณมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับความจำเป็นของผู้รับสาร

ภาพที่ 2.1: แบบจำลองของการใช้สื่อเพื่อการตอบสนองความพึงพอใจ



ที่มา: Katz, E., Blumler, J. & Gurevitch, M. (1974) *The Uses of Mass Communications: Current Perspective on Gratifications Research*. Newbury Park, CA; Sage.

สำหรับแนวทางการวัดความพึงพอใจ วิทวัส รุ่งเรืองผล (2553) กล่าวว่า แนวทางในการวัดความพึงพอใจมีดังนี้

- กำหนดวัตถุประสงค์ให้ชัดเจนว่าต้องการประเมินไปเพื่อประโยชน์อะไร
- กำหนดปัจจัยที่จะใช้วัดความพึงพอใจว่าจะใช้ปัจจัยใดบ้างมาเป็นตัวชี้วัด คະแนนความพึงพอใจ และควรให้น้ำหนักแต่ละปัจจัยเท่าไร
- กำหนดเกณฑ์ที่ใช้ในการวัด โดยปกติแล้วจะใช้ Likert Scale ด้วยการให้คะแนนความพึงพอใจ แต่ละปัจจัยจาก 1 ถึง 5 โดยให้คะแนนจากพอใจมากที่สุดเท่ากับ 5 เรียงลำดับไปยังพอใจ ปานกลาง พอใจน้อย และพอใจน้อยที่สุดตามลำดับที่จะมีค่าคะแนนเท่ากับ 1 ซึ่งค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจนั้นจะมีนัยสำคัญทางสถิติ
- กำหนดวิธีการวัดความพึงพอใจ ในขั้นนี้ก็คือขั้นของการทำวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ที่ต้องกำหนดวิธีการสุ่มตัวอย่างในเชิงสถิติเพื่อให้เกิดการกระจายตัวของลูกค้าที่สุ่มมาทำการวัดความพึงพอใจ รวมถึงการกำหนดขนาดของตัวอย่างที่ใช้ในการวัดว่าควรมีจำนวนเท่าไร โดยอาศัยเทคนิคการวิจัย (ชมภู วิวัฒน์วิทย์, 2554)

ในการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่ได้รับจากสื่อ นั้น ผู้รับสารจำเป็นต้องมีความต้องการจากสื่อเสียก่อน จึงจะมีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจได้ โดย Katz, et al (1974) ได้แบ่งกลุ่มความต้องการประเภทต่างๆ ออกได้ ดังนี้

- Cognitive Need อธิบายได้ว่า เป็นความต้องการที่ผู้ชมเปิดรับสื่อมวลชนเพื่อให้ได้รับข่าวสาร ความรู้ ความเข้าใจในเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น
- Affective Need อธิบายได้ว่า เป็นความต้องการที่ผู้ชมเปิดรับสื่อมวลชนเพื่อให้ได้รับความพึงพอใจ หรือประสบการณ์ทางอารมณ์ในเรื่องต่างๆ
- Personal Integrative Need อธิบายได้ว่า เป็นความต้องการที่ชมเปิดรับสื่อมวลชนเพื่อให้เกิดความมั่นคง ความน่าเชื่อถือ ความมั่นใจ และเพื่อให้สถานภาพเป็นที่ยอมรับ
- Social Integrative Need อธิบายได้ว่า เป็นความต้องการที่ผู้ชมเปิดรับสื่อมวลชนเพื่อให้ได้มีส่วนร่วมกับสังคม ครอบครัว และสิ่งแวดล้อมที่ดำรงอยู่
- Escape Need อธิบายได้ว่า เป็นความต้องการที่ผู้ชมเปิดรับสื่อมวลชนเพื่อหลีกเลี่ยงจากสภาพความเป็นจริงชั่วขณะ

การศึกษาค้นคว้าทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ ผู้วิจัยมุ่งหวังจะนำมาใช้ประโยชน์ในงานวิจัยด้วยการทำความเข้าใจความพึงพอใจในขอบเขตของการใช้สื่อ อีกทั้งยังใช้สังเคราะห์ข้อมูลเพื่ออ้างอิงมาตรวัดที่เหมาะสมสำหรับการวัดความพึงพอใจ ทั้งนี้การศึกษาค้นคว้าทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ ผู้วิจัยมุ่งหวังจะนำมาใช้ประโยชน์ในงานวิจัยด้วยการสังเคราะห์ข้อมูลเพื่อพัฒนาเป็นแบบสอบถามโดยวัดตัวแปรด้านลักษณะการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่แตกต่างกันของผู้ชม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยหลายชิ้น ได้แก่ ศิริวรรณ ริวสุขสันต์ และคณะ (2562) ที่ศึกษาเรื่อง “การเปิดรับ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อ รายการธรรมปทีป วัดยานนาวา ทางสื่อออนไลน์” ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างเปิดรับชมรายการธรรมปทีปสัปดาห์ละครั้ง ในช่วงเวลา 12.01-18.00 น. เปิดรับชม เพียงอย่างเดียวอย่างตั้งใจที่บ้าน/ที่พัก ครั้งละประมาณ 1 ชั่วโมง ผู้ชมมีความพึงพอใจต่อช่องทางสื่อออนไลน์ เนื้อหา รูปแบบการนำเสนอ และวิธีการถ่ายทอดขององค์พระธรรมกถึกในระดับมาก โดยพึงพอใจวิธีการถ่ายทอดขององค์พระธรรมกถึกเป็นลำดับแรก ผู้ชมได้รับความรู้เกี่ยวกับธรรมะที่สามารถนำไปใช้พัฒนาตนเองได้ในระดับมาก ผู้ชมรายการนาความรู้เกี่ยวกับธรรมะที่ได้รับไปใช้พัฒนาตนเองในระดับมาก ลักษณะประชากรที่ต่างกันและพฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่ต่างกันได้รับความรู้เกี่ยวกับธรรมะที่สามารถนำไปใช้พัฒนาตนเองได้แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ความพึงพอใจต่อช่องทางสื่อสาร ความพึงพอใจต่อเนื้อหา รูปแบบการนำเสนอ และวิธีการถ่ายทอดขององค์พระธรรมกถึกของรายการธรรมปทีป วัดยานนาวาทางสื่อออนไลน์ มีความสัมพันธ์กับการนาความรู้เกี่ยวกับธรรมะที่ได้รับไปใช้พัฒนาตนเองของผู้ชมรายการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ วัลลภา ดีโรจนเดช (2557) ศึกษาเรื่อง “ทัศนคติและการใช้ประโยชน์ของผู้ชมรายการในกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการ รถโรงเรียน ทางสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5” ผลการศึกษาพบว่าผู้ชมรายการที่มีอายุ รายได้แตกต่างกันมีการใช้ประโยชน์ที่มีต่อรายการรถโรงเรียนทางสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 แตกต่างกัน ทัศนคติการเปิดรับชมของผู้ชมรายการรถโรงเรียนทางสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ที่มีต่อรายการรถโรงเรียนทางสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ ศุภักษร ลอยสุวรรณ (2560) ที่ศึกษาเรื่อง “ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากการอ่านนิตยสารโลกทิพย์ ของสมาชิกในเขตกรุงเทพมหานคร” ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจด้านรูปแบบและเนื้อหาของนิตยสารในระดับมากโดยพึงพอใจ

ในประเด็นภาพปกซึ่งสร้างความน่าเชื่อถือศรัทธาและมีเนื้อหาที่ได้รับความรู้ สารประโยชน์จากเรื่องในระดับมากที่สุด กลุ่มตัวอย่างมีการใช้ประโยชน์ด้านรูปแบบของนิตยสารในระดับมาก เนื่องจากกะทัดรัด พกพาสะดวก สำหรับด้านเนื้อหาได้รับประโยชน์จากธรรมชาติที่สอดแทรกในข้อเขียนมากที่สุด เพศและรายได้ของสมาชิกนิตยสารโลกทิพย์ในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากการอ่านนิตยสารโลกทิพย์ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ ของสมาชิกนิตยสารโลกทิพย์ในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากการอ่านนิตยสารโลกทิพย์ และกลุ่มตัวอย่างมีข้อเสนอแนะว่า ควรส่งเสริมการขายด้วยการสมนาคุณหรือการแจกรางวัลให้แก่ผู้อ่านให้มากขึ้น รวมถึงการลดราคาให้กับสมาชิก และเพิ่มคอลัมน์ที่เป็นประโยชน์มากขึ้น และ ฉัฐมณชน ตั้งกิจถาวร (2557) ที่ศึกษาเรื่อง “การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในการเปิดรับข้อมูล ที่ถูกแชร์ (Shared) ผ่านเฟสบุ๊ก” ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับข้อมูลข่าวสารที่ถูกแชร์ทุกวัน โดยเปิดรับข้อมูลข่าวสารที่ถูกแชร์เป็นระยะเวลา 30 นาที - 1 ชั่วโมง ในช่วงเวลา 20.01 - 24.00 น. กลุ่มตัวอย่างใช้งานเฟสบุ๊กเพื่อติดตามข้อมูลความเคลื่อนไหวของเพื่อน และเปิดรับข้อมูลข่าวสารประเภทความรู้ และเคล็ดลับต่างๆ จากหน้าแฟนเพจ โดยเลือกอ่านเฉพาะเรื่องที่ตนเองสนใจ ส่วนประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารที่ได้นั้น ทำให้ผู้ใช้เฟสบุ๊กหันต่อเหตุการณ์ข่าวสารที่เกิดขึ้นเพื่อความบันเทิง สนุกสนาน และนำไปใช้สนทนาเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในด้านความพึงพอใจ ผู้ใช้เฟสบุ๊กมีความพึงพอใจที่รับข้อมูลรวดเร็ว ทันสมัยทันต่อเหตุการณ์ และมีภาพประกอบ (Infographic) ทำให้เข้าใจง่ายขึ้น นอกจากนี้พบว่าพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารที่ถูกแชร์นั้น มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารที่ถูกแชร์ผ่านเฟสบุ๊กของผู้ใช้เฟสบุ๊กอยู่ในระดับต่ำ

2.5 ทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ

ทัศนคติ หรือ Attitude มีรากศัพท์มาจากภาษาละตินว่า Aptus แปลว่า โน้มเอียง (แพรวภัทร ยอดแก้ว, 2557) หมายถึง ท่าทีหรือความรู้สึกของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (ราชบัณฑิตยสถาน, 2525) และยังมีนักวิชาการ นักจิตวิทยาให้คำนิยามโดยสรุปได้ว่า ทัศนคติ หมายถึง เรื่องราวที่เกิดขึ้นในตัวบุคคล เป็นการจัดระเบียบแนวความคิด ความเชื่อ อุดมคติ และสิ่งจูงใจที่เกี่ยวข้องกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ทัศนคติมิใช่สิ่งที่มีมาแต่กำเนิด แต่เกิดจากการเรียนรู้เรื่องราวต่างๆ ที่ตนได้เกี่ยวข้องกับอยู่ด้วย โดยจะมีลักษณะมั่นคงและถาวร เมื่อทัศนคติได้ก่อตัวขึ้นมาแล้วจะไม่เปลี่ยนแปลงในทันทีทันใด เพราะทัศนคติที่เกิดขึ้นจะมีกระบวนการคิดวิเคราะห์ ประเมิน และสรุปจัดระเบียบ ซึ่งต้องใช้เวลาในการเปลี่ยนแปลง (Newstrom & Devis, 2002) ในที่นี้ผู้วิจัยได้ทำการสังเคราะห์ทัศนคติจากการนิยามออกเป็นมิติต่างๆ ได้แก่

ทัศนคติในมิติด้านลักษณะ 5 ประการมีดังนี้

- ทัศนคติเป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้ ดังนั้นการศึกษาและทำความเข้าใจทัศนคติจำเป็นต้องอาศัยทฤษฎีการเรียนรู้มาอธิบาย
- ทัศนคติมีคุณลักษณะของการประเมิน ซึ่งคุณลักษณะข้อนี้เป็นคุณลักษณะที่สำคัญที่สุดที่ทำให้ทัศนคติแตกต่างกันอย่างแท้จริงจากแรงผลักดันภายในอื่นๆ

- ทักษะมีคุณภาพและความเข้มข้น ซึ่งได้จากการประเมินเมื่อบุคคลประเมินสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ผลก็อาจมีทัศนคติทางบวก (ความรู้สึกชอบ) หรือทัศนคติทางลบ (ความรู้สึกไม่ชอบ) ส่วนความเข้มข้นของทัศนคติจะบ่งบอกถึงความมากน้อยของทัศนคติทางบวกหรือลบนั่นๆ

- ทักษะมีความคงทนไม่เปลี่ยนแปลงง่าย ด้วยเหตุนี้เองการเปลี่ยนทัศนคติต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งจึงเป็นที่ทำได้ไม่ง่าย อาจต้องอาศัยสิ่งเร้าและระยะเวลาที่มาเพียงพอ

- ทักษะต้องมีสิ่งที่มีหมายถึงว่าคือทัศนคติต่ออะไร (Attitude Object) อาจเป็นทัศนคติต่อบุคคล ต่อสิ่งของ หรือต่อสถานการณ์ ไม่สามารถมีทัศนคติลอยๆ ที่ไม่หมายถึงสิ่งใด (ฉัตรชัย ปันชาติ, 2545)

ทัศนคติในมิติด้านองค์ประกอบ 3 ด้าน ได้แก่

- ด้านความรู้ (The Cognitive Component) หมายถึง ความรู้ ความเชื่อ และความคิดของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด ความเชื่อถือของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หากบุคคลมีความรู้สิ่งใดดีหรือความเชื่อต่อสิ่งต่างๆ ว่าดี ก็จะมีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งนั้น

- ด้านความรู้สึก (The Effective Component) หมายถึง ความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบ ความรู้สึกทางบวกหรือทางลบต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด ปฏิบัติการตอบสนองทางด้านความรู้สึกหรืออารมณ์ที่มีต่อวัตถุหรือบุคคลใดหรือสิ่งใด ก็จะทำให้มีทัศนคติที่ดีหรือไม่ดีต่อสิ่งนั้น

- ด้านพฤติกรรม (The Behavioral Component) หมายถึง แนวโน้ม หรือความพร้อมที่บุคคลจะตอบรับหรือปฏิเสธ บุคคลจะประพฤติหรือปฏิบัติอย่างไรต่อวัตถุหรือกลุ่มบุคคล ในกรณีนี้ความเชื่อและความรู้สึกมีอิทธิพลต่อพฤติกรรม (อิทธิพร สายนาค, 2543)

ทัศนคติในมิติด้านประเภท แบ่งได้เป็น 3 ประเภท คือ

- ทัศนคติทางเชิงบวก เป็นทัศนคติที่ชักนำให้บุคคลแสดงออก มีความรู้สึก หรืออารมณ์ จากสภาพจิตใจได้ตอบ ในด้านดีต่อบุคคลอื่น หรือเรื่องราวใดเรื่องราวหนึ่ง รวมทั้งหน่วยงานองค์กร สถาบัน และการดำเนิน กิจการของ องค์กร อื่นๆ

- ทัศนคติทางลบ คือทัศนคติที่สร้างความรู้สึกเป็นไปในทางเสื่อมเสีย ไม่ได้ได้รับความเชื่อถือ หรือไว้วางใจ อาจมีความเคลือบแคลงระแวงสงสัย รวมทั้งเกลียดชังต่อบุคคลใดบุคคลหนึ่ง เรื่องราว หรือปัญหาใดปัญหาหนึ่ง

- การไม่แสดงออกทางทัศนคติหรือมีทัศนคติเฉยๆ คือมีทัศนคติเป็นกลาง อาจจะเป็นเพราะว่าไม่มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องนั้นๆ หรือไม่มีแนวโน้มทางความรู้ในเรื่องนั้นๆ มาก่อน (อิทธิพร สายนาค, 2543)

มาตรวัดทัศนคติที่นิยมใช้และรู้จักแพร่หลายมี 3 ชนิด ได้แก่

- มาตรวัดแบบของเทอร์สโตน (Thurstone's Type Scale) เป็นการกำหนดช่วงความรู้สึกของคนที่มีความเชื่อต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยแบ่งเป็น 11 ช่วงจากน้อยที่สุดจนถึงมากที่สุด มีระยะห่างเท่าๆ กัน ข้อความที่บรรจุลงในมาตรวัดจะต้องนำไปให้ผู้ที่ต้องการเก็บข้อมูลเลือกว่าควรอยู่ในตำแหน่งใดของมาตรวัดแต่ละข้อความ

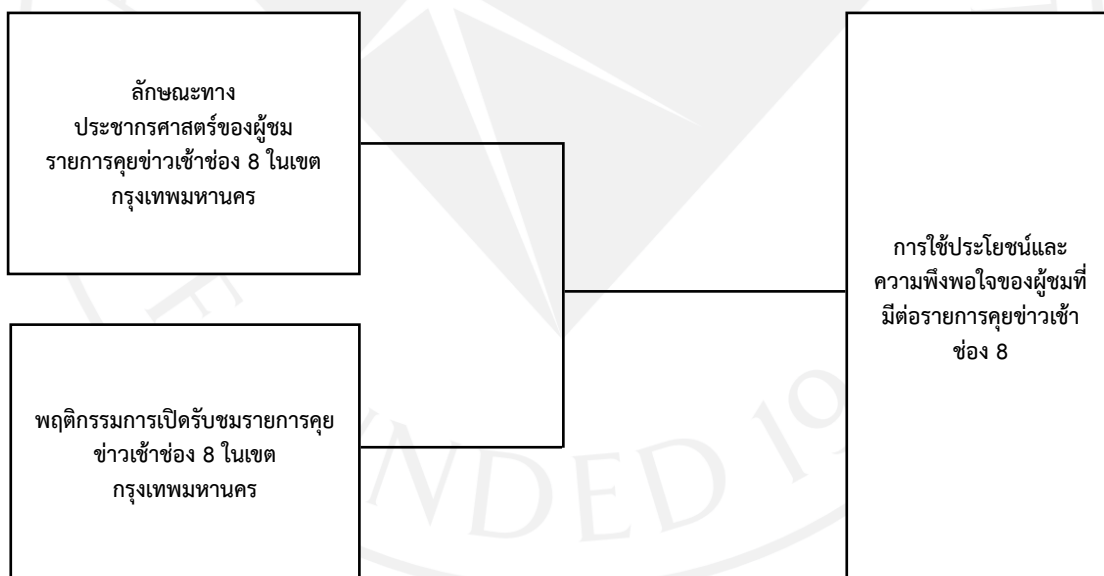
- มาตรวัดของลิเคิร์ต (Likert Scale) เป็นการวัดระดับความคิดเห็นของคนแบ่งออกเป็น 5 ระดับ คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย เฉยๆ ไม่เห็นด้วย ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยจะวัดความรู้สึกต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งในทางที่ดี (บวก) และในทางที่ไม่ดี (ลบ) และเฉยๆ หรือไม่มีความเห็น

- มาตรวัดของออสกู๊ด (Osgood Scale) เป็นมาตรวัดที่ใช้คำคุณศัพท์มาอธิบายความหมายของสิ่งเร้า ซึ่งคำคุณศัพท์ที่ใช้ในการอธิบายคุณลักษณะของสิ่งเร้านี้ สามารถอธิบายได้ 3 องค์ประกอบ คือ องค์ประกอบด้านประเมินค่า คำคุณศัพท์ที่ใช้อธิบาย เช่น ชั่ว-ดี, จริง-เท็จ, ฉลาด-โง่, สวย-น่าเกลียด เป็นต้น องค์ประกอบด้านศักยภาพ เป็นองค์ประกอบที่แสดงถึงอำนาจ เช่น แข็งแรง-อ่อนแอ, หนัก-เบา, หนา-บาง, หยาบ-ละเอียด เป็นต้น และองค์ประกอบด้านกิจกรรม เป็นคุณศัพท์ที่แสดงถึงลักษณะกิจกรรมต่างๆ เช่น ช้า-เร็ว, เฉื่อยชา-กระตือรือร้น เป็นต้น (พวงรัตน์ ทวีรัตน์, 2540)

การศึกษาค้นคว้าทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ ผู้วิจัยมุ่งหวังจะนำมาใช้ประโยชน์ในงานวิจัยด้วยการสังเคราะห์ข้อมูลเพื่ออ้างอิงมาตรวัดที่จะใช้ในแบบสอบถาม โดยผู้วิจัยจะเลือกใช้มาตรวัดของลิเคิร์ต (Likert Scale) เนื่องจากมีความเป็นสากลและถูกใช้ในงานวิจัยอย่างแพร่หลาย ซึ่งจะเป็นประโยชน์แก่ผู้ตอบแบบสอบถามตรงที่มีความคุ้นเคยกับการประเมินในมาตรวัดดังกล่าวและยังสามารถใช้วัดได้ครอบคลุมทุกประเด็นในงานวิจัยนี้

2.6 กรอบแนวคิดการวิจัย

ภาพที่ 2.2: กรอบแนวคิดการวิจัย



บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 ในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ดำเนินการกำหนดรูปแบบตามขั้นตอนต่อไปนี้

3.1 รูปแบบการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ในรูปแบบของการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้เครื่องมือแบบสอบถามในการเก็บข้อมูล

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้ชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป ซึ่งจัดเป็นกลุ่มประชากรที่ไม่ทราบจำนวน

ตัวอย่างที่ใช้ศึกษาคือ ผู้ชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยผู้วิจัยได้กำหนดขนาดตัวอย่างจำนวนดังกล่าวจากการใช้ตารางของ Taro Yamane (1967) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และค่าความคลาดเคลื่อนที่ระดับร้อยละ ± 5 ดังนั้น ได้จำนวนทั้งสิ้น 400 คน

ผู้วิจัยกำหนดขนาดตัวอย่างจากตารางสูตรคำนวณข้างต้นได้จำนวน 400 คน และกลุ่มตัวอย่างเพื่อทดสอบเครื่องมืออีกจำนวน 40 คน โดยผู้วิจัยเลือกใช้วิธีการสุ่มตามความสะดวก (Convenience Sampling) เนื่องจากได้ทำการเก็บข้อมูลในช่วงเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2563 และเก็บข้อมูลผ่านช่องทางออนไลน์ จึงทำให้กลุ่มตัวอย่างที่ได้อยู่ในเขตต่างๆ ในกรุงเทพมหานคร ดังนี้

เขตจตุจักร	จำนวน	46	คน
เขตภาษีเจริญ	จำนวน	40	คน
เขตสายไหม	จำนวน	32	คน
เขตบางพลัด	จำนวน	52	คน
เขตสวนหลวง	จำนวน	58	คน
เขตบางซื่อ	จำนวน	40	คน
เขตบางกอกน้อย	จำนวน	28	คน
เขตหลักสี่	จำนวน	26	คน
เขตดินแดง	จำนวน	42	คน
เขตบางนา	จำนวน	36	คน
รวม	จำนวน	400	คน

3.3 ประเภทของข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในกระบวนการศึกษา ได้แก่ การจัดทำข้อมูล การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล การแปลความและการสรุปผล ประกอบด้วย

ข้อมูลปฐมภูมิ เน้นข้อมูลที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นเองโดยอาศัยเครื่องมือที่มีความเหมาะสมสำหรับการเก็บรวบรวมซึ่งในที่นี้ คือ แบบสอบถาม

ข้อมูลทุติยภูมิ เน้นข้อมูลที่ผู้วิจัยเก็บรวบรวมมาจากแหล่งที่สามารถอ้างอิงได้และมีความ น่าเชื่อถือได้แก่

- ตำรา หนังสือ
- งานวิจัยที่ผ่านมาแต่มีความเกี่ยวข้องกับงานวิจัยในครั้งนี้
- วารสารและสิ่งพิมพ์ทางวิชาการทั้งที่ใช้ระบบเอกสารและระบบออนไลน์
- ข่าวจากแหล่งข่าวหรือสำนักข่าวต่างๆ

3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากตัวอย่างโดยมีรายละเอียดดังนี้

ส่วนที่ 1: ข้อมูลทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ข้อคำถามส่วนนี้ใช้มาตรวัดนามบัญญัติ (Nominal Scale) ได้แก่ เพศ เขตในกรุงเทพมหานคร อาชีพ มาตรวัดอันดับ (Ordinal Scale) ได้แก่ ระดับการศึกษาสูงสุด และมาตรวัดอัตราส่วน (Ratio Scale) ได้แก่ อายุ

ส่วนที่ 2: คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมกาเปิดรับชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 ข้อคำถามส่วนนี้ใช้มาตรวัดแบบช่วง (Interval Scale) เพื่อวัดความถี่ในการรับชมรายการ

ส่วนที่ 3: คำถามเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์จากการรับชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 ข้อคำถามส่วนนี้ใช้มาตรวัดแบบช่วง (Interval Scale)

ส่วนที่ 4: คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจที่มีต่อการรับชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 ข้อคำถามส่วนนี้ใช้มาตรวัดแบบช่วง (Interval Scale)

ส่วนที่ 5: ข้อเสนอแนะสำหรับการปรับปรุง พัฒนา รายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 ข้อคำถามส่วนนี้ใช้คำถามปลายเปิด (Open-Ended Question)

3.5 การตรวจสอบเครื่องมือ

การตรวจสอบเครื่องมือ ผู้วิจัยได้ทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) ดังนี้

การทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) ผู้วิจัยได้นำเสนอแบบสอบถามที่ได้สร้างขึ้นต่ออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบความตรงของเนื้อหา ความตรงเชิงโครงสร้าง และความตรงของภาษา

การทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามจำนวน 30 ชุดไปใช้ทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างที่มีความเหมือนกับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้จริง จากนั้นจึงนำมาคำนวณคะแนนโดยผู้วิจัยพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Cronbach's Alpha Coefficient) โดยถ้าแบบสอบถามมีค่าระหว่าง $0 \leq \alpha \leq 1$ ค่าใกล้เคียงกับ 1 มาก แสดงว่ามีความเชื่อถือระดับสูง และจะต้องมีค่าระดับความเชื่อมั่นของแบบสอบถามให้มากกว่า 0.7 (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2546)

ผลการทดสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือว่ามีความเชื่อถือในระดับสูงมีค่าการทดสอบที่ 0.894 มากกว่า 0.70 จึงสามารถนำแบบสอบถามไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างจริงกับผู้ชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 ในเขตกรุงเทพมหานคร

3.6 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ผู้วิจัยจัดทำแบบสอบถามออนไลน์เพื่อแจกให้กับกลุ่มตัวอย่างผ่านช่องทางเครือข่ายสังคมออนไลน์ ซึ่งเป็นแหล่งรวมตัวของผู้ชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 ต่างๆ ได้แก่ Facebook Fanpage คุยข่าวเช้าช่อง 8 ได้แก่

- Facebook Fanpage : ข่าวช่อง 8
- Facebook Fanpage : ช่อง 8
- Facebook Fanpage : เชื้อหลี
- Facebook : หลีแซ วิยดา พีร์รัฐกุล
- Facebook : ก้อย บุญญิตา งามศัพศิลป์
- Facebook : Sathaporn Riyapa
- Facebook : Theera Thanya-Anantphol

3.7 การวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากที่ผู้วิจัยเก็บรวบรวมแบบสอบถามทั้งหมดแล้ว ผู้วิจัยนำแบบสอบถามทั้งหมดมาดำเนินการ ดังนี้

- การตรวจสอบข้อมูล ผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์และคัดแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก
- นำแบบสอบถามที่ถูกต้องเรียบร้อยแล้วมาบันทึกลงรหัสเพื่อประมวลผลข้อมูล
- นำข้อมูลที่ลงรหัสแล้วมาบันทึกและวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

3.8 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลจากแบบสอบถามจะถูกวิเคราะห์ผลด้วยสถิติเบื้องต้น และใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ (SPSS) ในการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งผู้วิจัยได้เลือกใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

- ตัวแปรที่เป็นข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ รายได้ ระดับการศึกษา อาชีพ และส่วนของด้านข้อมูลเชิงพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นข้อมูลใช้มาตรวจวัดแบบนามบัญญัติ ดังนั้นสถิติที่เหมาะสม คือค่าความถี่ (จำนวน) และค่าร้อยละ

สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้ในการทดสอบสมมติฐานดังต่อไปนี้

สมมติฐานที่ 1: ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน ทำให้มีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 แตกต่างกันไป

- ผู้ชมที่มีเพศแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการรับชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 แตกต่างกันไป

- ผู้ชมที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการรับชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 แตกต่างกันไป
- ผู้ชมที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการรับชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 แตกต่างกันไป
- ผู้ชมที่มีอาชีพแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการรับชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 แตกต่างกันไป
- ผู้ชมที่มีรายได้แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการรับชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 แตกต่างกันไป

ผู้วิจัยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (F-test)

สมมติฐานที่ 2: พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 ในเขตกรุงเทพมหานคร สัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8

- ผู้ชมที่มีความถี่ในการรับชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากข่าวสารเพื่อรับทราบข่าวสาร ความรู้ ความเข้าใจในเหตุการณ์
- ผู้ชมที่มีความถี่ในการรับชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากข่าวสารเพื่อความน่าเชื่อถือ ความมั่นใจ และเพื่อให้สถานภาพเป็นที่ยอมรับ
- ผู้ชมที่มีความถี่ในการรับชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากข่าวสารเพื่อการมีส่วนร่วมกับสังคม ครอบครัว และสิ่งแวดล้อมที่ดีดำรงอยู่
- ผู้ชมที่มีความถี่ในการรับชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากข่าวสารเพื่อหลีกเลี่ยงจากสภาพความเป็นจริงชั่วขณะ

ผู้วิจัยใช้สถิติการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ด้วยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน

(Pearson Correlation)

สมมติฐานที่ 3: พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 ในเขตกรุงเทพมหานคร สัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8

- ผู้ชมที่มีความถี่ในการรับชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านเนื้อหารายการ
- ผู้ชมที่มีความถี่ในการรับชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านองค์ประกอบรายการ
- ผู้ชมที่มีความถี่ในการรับชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านผู้ดำเนินรายการ

ผู้วิจัยใช้สถิติการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ด้วยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน

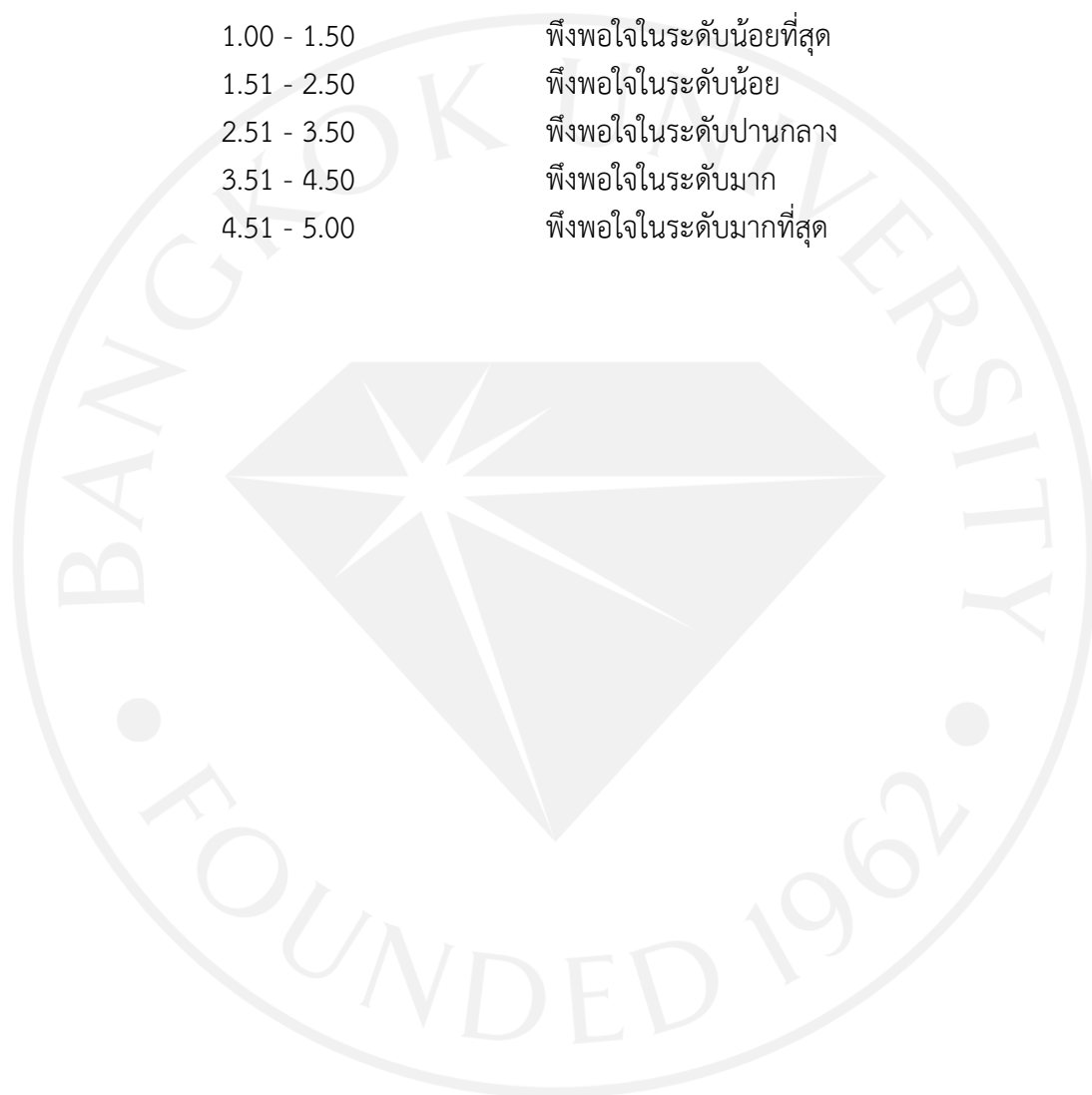
(Pearson Correlation)

การแปลผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Pearson Correlation) เพื่อทดสอบสมมติฐาน ผู้วิจัยใช้เกณฑ์การแปลผลค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่จะมีค่าระหว่าง $-1 \leq r \leq 1$ ดังนี้

ค่าสัมประสิทธิ์ (r)	แปลผล
0.01 - 0.40	มีค่าความสัมพันธ์ในระดับน้อย
0.41 - 0.80	มีค่าความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง
0.81 - 0.99	มีค่าความสัมพันธ์ในระดับสูง

การแปลผลมาตรวัดระดับความพึงพอใจ (Likert Scale) ผู้วิจัยใช้เกณฑ์การแปลผลดังนี้

ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ	แปลผล
1.00 - 1.50	พึงพอใจในระดับน้อยที่สุด
1.51 - 2.50	พึงพอใจในระดับน้อย
2.51 - 3.50	พึงพอใจในระดับปานกลาง
3.51 - 4.50	พึงพอใจในระดับมาก
4.51 - 5.00	พึงพอใจในระดับมากที่สุด



บทที่ 4 ผลการวิจัย

การศึกษาวินิจฉัยเรื่อง “พฤติกรรมกาารเปิดรับ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 ในเขตกรุงเทพมหานคร” เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ใช้วิธีวิจัยแบบสำรวจ (Survey Research Method) ซึ่งใช้เครื่องมือในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยคือผู้ชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน ผู้วิจัยจัดทำแบบสอบถามออนไลน์เพื่อแจกให้กับกลุ่มตัวอย่างผ่านช่องทางเครือข่ายสังคมออนไลน์ ซึ่งเป็นแหล่งรวมตัวของผู้ชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 ต่างๆ ได้แก่ Facebook Fanpage คุยข่าวเช้าช่อง 8 ได้แก่

- Facebook Fanpage : ข่าวช่อง 8
- Facebook Fanpage : ช่อง 8
- Facebook Fanpage : เชื้อหลี
- Facebook : หลีแซ วียดา พีร์รัฐกุล
- Facebook : ก้อย บุญญิตา งามศัพศิลป์
- Facebook : Sathaporn Riyapa
- Facebook : Theera Thanya-Anantphol

จากนั้นผู้วิจัยจึงนำมาวิเคราะห์และประมวลผลทางสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ซึ่งแบ่งการวิเคราะห์สถิติออกเป็น 2 ประเภท

สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ การวิเคราะห์ความแปรปรวน T-test และ F-test การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson Correlation)

4.1 การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา

4.1.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์

ข้อมูลในส่วนนี้จะเป็นการรายงานเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ รายได้เฉพาะบุคคล โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.1: จำนวนและร้อยละของผู้ชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	245	61.25
หญิง	155	38.75
รวม	400	100

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างของผู้ชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง ประกอบด้วย เพศชายจำนวน 245 คน คิดเป็นร้อยละ 61.25 เพศหญิงจำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 38.75

ตารางที่ 4.2: จำนวนและร้อยละของผู้ชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 จำแนกตามอายุ

ช่วงอายุ	จำนวน	ร้อยละ
18 - 24 ปี	12	3
25 - 39 ปี	118	29.5
40 - 49 ปี	202	50.5
50 - 59 ปี	56	14
60 ปีขึ้นไป	12	3
รวม	400	100

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างของผู้ชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 มีช่วงอายุ 40 - 49 ปี มากที่สุด จำนวน 202 คน คิดเป็นร้อยละ 50.5 รองลงมาได้แก่ ช่วงอายุ 25 - 39 ปี จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 29.5 ช่วงอายุ 50 - 59 ปี จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14 ช่วงอายุ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3 และช่วงอายุ 18.24 ปี จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3: จำนวนและร้อยละของผู้ชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าประถมศึกษา	0	0
ประถมศึกษา	14	3.5
มัธยมศึกษา	103	25.75
อาชีวศึกษา/อนุปริญญา	99	24.75
ปริญญาตรี	143	35.75
สูงกว่าปริญญาตรี	41	10.25
รวม	400	100

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างของผู้ชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 มีระดับการศึกษาสูงสุดคือระดับปริญญาตรีมากที่สุด จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 35.75 รองลงมาได้แก่ระดับมัธยมศึกษา จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 25.75 ระดับอาชีวศึกษา/อนุปริญญา จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 24.75 ระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.25 และระดับประถมศึกษา จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4: จำนวนและร้อยละของผู้ชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นิสิต/นักศึกษา	14	3.5
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	55	13.75
พนักงานบริษัทเอกชน	128	32
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	203	50.75
รวม	400	100

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างของผู้ชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 มีอาชีพทำธุรกิจส่วนตัว/ค้าขายมากที่สุด จำนวน 203 คน คิดเป็นร้อยละ 50.75 รองลงมาได้แก่ พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 32 ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13.75 นิสิต/นักศึกษา จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5: จำนวนและร้อยละของผู้ชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 จำแนกตามรายได้เฉพาะบุคคล

รายได้	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000 บาท	32	8.00
5,000 - 15,000 บาท	144	36.00
15,001 - 30,000 บาท	115	28.75
30,001 - 50,000 บาท	73	18.25
50,001 บาทขึ้นไป	36	9.00
รวม	400	100.00

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างของผู้ชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 มีรายได้ในช่วง 5,000 - 15,000 บาทมากที่สุด จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 36 รองลงมาได้แก่ ช่วงรายได้ 15,001 - 30,000 บาท จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 28.75 ช่วงรายได้ 30,001 - 50,000 บาท

จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 18.25 ช่วงรายได้ 50,001 บาทขึ้นไป จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9 และช่วงรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8 ตามลำดับ

4.1.2 พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8

ข้อมูลในส่วนนี้จะเป็นการรายงานเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.6: จำนวนและร้อยละของผู้ชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 จำแนกตามพฤติกรรมการเปิดรับ

พฤติกรรมการเปิดรับ	จำนวน	ร้อยละ
รับชมทุกวัน	299	75
3 ครั้ง/สัปดาห์	71	18
2 ครั้ง/เดือน	16	4
1 ครั้ง/เดือน	11	3
น้อยกว่า 1 ครั้ง/เดือน	3	1
รวม	400	100

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.6 พบว่า กลุ่มตัวอย่างของผู้ชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 มีความถี่ในการรับชมมากที่สุดคือรับชมทุกวัน จำนวน 299 คน คิดเป็นร้อยละ 75 รองลงมาได้แก่ 3 ครั้ง/สัปดาห์ จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 18 2 ครั้ง/เดือน จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4 1 ครั้ง/เดือน จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 3 น้อยกว่า 1 ครั้ง/เดือน จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1 ตามลำดับ

4.1.3 การใช้ประโยชน์จากรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8

ข้อมูลในส่วนนี้จะเป็นการรายงานเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์จากรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 ได้แก่ การใช้ประโยชน์จากข่าวสารเพื่อรับทราบข่าวสาร ความรู้ ความเข้าใจในเหตุการณ์ การใช้ประโยชน์จากข่าวสารเพื่อความน่าเชื่อถือ ความมั่นใจ และเพื่อให้สถานภาพเป็นที่ยอมรับ การใช้ประโยชน์จากข่าวสารเพื่อการมีส่วนร่วมกับสังคม ครอบครัว และสิ่งแวดล้อมที่ดำรงอยู่ การใช้ประโยชน์จากข่าวสารเพื่อหลีกเลี่ยงจากสภาพความเป็นจริงชั่วขณะ ผ่อนคลายความเครียดโดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.7: การใช้ประโยชน์จากข่าวสารเพื่อรับทราบข่าวสาร ความรู้ ความเข้าใจในเหตุการณ์

(n=400)

การใช้ประโยชน์จากข่าวสารเพื่อรับทราบข่าวสาร ความรู้ ความเข้าใจในเหตุการณ์	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับการใช้ประโยชน์
เนื้อหารายการสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวัน	4.38	0.67	มาก
การรับชมรายการทำให้ทราบเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคม	4.56	0.59	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวมของการใช้ประโยชน์จากข่าวสารเพื่อรับทราบข่าวสาร ความรู้ ความเข้าใจในเหตุการณ์	4.47	0.63	มาก

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.7 พบว่า กลุ่มตัวอย่างของผู้ชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 มีการใช้ประโยชน์จากข่าวสารเพื่อรับทราบข่าวสาร ความรู้ ความเข้าใจในเหตุการณ์ อยู่ในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.47 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคือ 0.63 ซึ่งค่าเฉลี่ยการรับชมรายการทำให้ทราบเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคมอยู่ในระดับมากที่สุด คือ 4.56 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคือ 0.59 รองลงมาได้แก่เนื้อหารายการสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวันอยู่ในระดับมาก คือ 4.38 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคือ 0.67

ตารางที่ 4.8: การใช้ประโยชน์จากข่าวสารเพื่อความน่าเชื่อถือ ความมั่นใจ และเพื่อให้สถานภาพเป็นที่ยอมรับ

(n=400)

การใช้ประโยชน์จากข่าวสารเพื่อความน่าเชื่อถือ ความมั่นใจ และเพื่อให้สถานภาพเป็นที่ยอมรับ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับการใช้ประโยชน์
เพื่อสนับสนุนสิ่งที่คิดและทำว่าถูกต้อง	4.27	0.67	มาก
ต้องการมีทางเลือกเป็นของตัวเอง	4.18	0.69	มาก
ค่าเฉลี่ยรวมของการใช้ประโยชน์จากข่าวสารเพื่อความน่าเชื่อถือ ความมั่นใจ และเพื่อให้สถานภาพเป็นที่ยอมรับ	4.23	0.68	มาก

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.8 พบว่า กลุ่มตัวอย่างของผู้ชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 มีการใช้ประโยชน์จากข่าวสารเพื่อความน่าเชื่อถือ ความมั่นใจ และเพื่อให้สถานภาพเป็นที่ยอมรับ อยู่ในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.23 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคือ 0.68 ซึ่งค่าเฉลี่ยการรับชมรายการเพื่อสนับสนุนสิ่งที่คิดและทำว่าถูกต้องอยู่ในระดับมาก คือ 4.27 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคือ 0.67 รองลง

มาได้แก่ การรับชมรายการเพื่อต้องการมีทางเลือกเป็นของตัวเองอยู่ในระดับมาก คือ 4.18 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคือ 0.69

ตารางที่ 4.9: การใช้ประโยชน์จากข่าวสารเพื่อการมีส่วนร่วมกับสังคม ครอบครัว และสิ่งแวดล้อมที่ดำรงอยู่

(n=400)

การใช้ประโยชน์จากข่าวสารเพื่อการมีส่วนร่วมกับสังคม ครอบครัว และสิ่งแวดล้อมที่ดำรงอยู่	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับการใช้ประโยชน์
การรับชมรายการทำให้ได้รับข้อมูลไปประกอบ การถกประเด็นความคิดเห็นในสังคมได้	4.36	0.72	มาก
ค่าเฉลี่ยรวมของการใช้ประโยชน์จากข่าวสารเพื่อการมีส่วนร่วมกับสังคม ครอบครัว และสิ่งแวดล้อมที่ดำรงอยู่	4.36	0.72	มาก

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.9 พบว่า กลุ่มตัวอย่างของผู้ชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 มีการใช้ประโยชน์จากข่าวสารเพื่อการมีส่วนร่วมกับสังคม ครอบครัว และสิ่งแวดล้อมที่ดำรงอยู่ อยู่ในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.36 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคือ 0.72

ตารางที่ 4.10: การใช้ประโยชน์จากข่าวสารเพื่อหลีกเลี่ยงจากสภาพความเป็นจริงชั่วขณะ ผ่อนคลายความเครียด

(n=400)

การใช้ประโยชน์จากข่าวสารเพื่อหลีกเลี่ยงจากสภาพ ความเป็นจริงชั่วขณะ ผ่อนคลายความเครียด	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับการใช้ประโยชน์
การรับชมรายการทำให้ได้ รับความเพลิดเพลิน และผ่อนคลายอารมณ์	4.4	0.69	มาก
ค่าเฉลี่ยรวมของการใช้ประโยชน์จากข่าวสารเพื่อหลีกเลี่ยงจากสภาพความเป็นจริงชั่วขณะ ผ่อนคลายความเครียด	4.4	0.69	มาก

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.10 พบว่า กลุ่มตัวอย่างของผู้ชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 มี การใช้ประโยชน์จากข่าวสารเพื่อหลีกเลี่ยงจากสภาพความเป็นจริงชั่วขณะ ผ่อนคลายความเครียดอยู่ในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.4 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคือ 0.69

4.1.4 ความพึงพอใจที่มีต่อรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8

ข้อมูลในส่วนนี้จะเป็นการรายงานเกี่ยวกับความพึงพอใจที่มีต่อรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 ได้แก่ ด้านเนื้อหารายการ ด้านองค์ประกอบรายการ และด้านผู้ดำเนินรายการ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.11: ความพึงพอใจที่มีต่อรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 ด้านเนื้อหารายการ

(n=400)

ความพึงพอใจที่มีต่อรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 ด้านเนื้อหารายการ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความพึงพอใจ
ทันเหตุการณ์ กำลังเป็นที่สนใจ	4.54	0.64	มากที่สุด
มีการให้รายละเอียดในประเด็นที่ครบถ้วน	4.43	0.66	มาก
มีการลงพื้นที่ไปยังแหล่งข้อมูล	4.36	0.73	มาก
มีการจับประเด็นที่ชัดเจน กระชับ ตรงประเด็น	4.48	0.68	มาก
มีความเป็นกลาง	4.42	0.64	มาก
ค่าเฉลี่ยรวมของความพึงพอใจที่มีต่อรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 ด้านเนื้อหารายการ	4.44	0.67	มาก

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.11 พบว่า กลุ่มตัวอย่างของผู้ชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 มีความพึงพอใจที่มีต่อรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 ด้านเนื้อหารายการ อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.44 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคือ 0.67 ซึ่งค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในหัวข้อการทันเหตุการณ์ กำลังเป็นที่สนใจอยู่ในระดับมากที่สุด คือ 4.54 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคือ 0.64 รองลงมาได้แก่หัวข้อการจับประเด็นที่ชัดเจน กระชับ ตรงประเด็นอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยคือ 4.48 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคือ 0.68 หัวข้อการให้รายละเอียดในประเด็นที่ครบถ้วนอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยคือ 4.43 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคือ 0.66 หัวข้อการมีความเป็นกลางอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยคือ 4.42 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคือ 0.64 และหัวข้อการลงพื้นที่ไปยังแหล่งข้อมูลอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยคือ 4.36 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคือ 0.73 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.12: ความพึงพอใจที่มีต่อรายการคุษ่าวเข้าช่อง 8 ด้านองค์ประกอบรายการ

(n=400)

ความพึงพอใจที่มีต่อรายการคุษ่าวเข้าช่อง 8 ด้านองค์ประกอบรายการ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความพึงพอใจ
มีไตเติ้ลรายการที่เป็นเอกลักษณ์ จดจำได้	4.31	0.78	มาก
มีการจัดรูปแบบการนำเสนอแบบเล่าข่าว	4.50	0.69	มากที่สุด
มีการใช้เทคนิคประกอบการเล่าข่าว กราฟิก ภาพประกอบ	4.21	0.82	มาก
ฉากประกอบที่เป็นโต๊ะข่าว	4.19	0.72	มาก
โลโก้รายการ	4.32	0.75	มาก
ช่วงเวลาในการออกอากาศ (6.00 น. - 9.00 น.)	4.42	0.75	มาก
ความถี่ในการออกอากาศ (ออกอากาศทุกวัน)	4.49	0.63	มาก
ระยะเวลาการออกอากาศ (3 ชั่วโมง)	4.40	0.73	มาก
ค่าเฉลี่ยรวมของความพึงพอใจที่มีต่อรายการคุษ่าวเข้าช่อง 8 ด้านองค์ประกอบรายการ	4.36	0.73	มาก

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.12 พบว่า กลุ่มตัวอย่างของผู้ชมรายการคุษ่าวเข้าช่อง 8 มีความพึงพอใจที่มีต่อรายการคุษ่าวเข้าช่อง 8 ด้านองค์ประกอบรายการอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.36 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคือ 0.73 ซึ่งค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในหัวข้อการจัดรูปแบบการนำเสนอแบบเล่าข่าวอยู่ในระดับมากที่สุด คือ 4.5 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคือ 0.69 รองลงมา ได้แก่ หัวข้อความถี่ในการออกอากาศ (ออกอากาศทุกวัน) อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยคือ 4.49 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคือ 0.63 หัวข้อช่วงเวลาในการออกอากาศ (6.00 น. - 9.00 น.) อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยคือ 4.42 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคือ 0.75 หัวข้อระยะเวลาการออกอากาศ (3 ชั่วโมง) อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยคือ 4.40 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคือ 0.73 หัวข้อโลโก้รายการอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยคือ 4.32 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคือ 0.75 หัวข้อไตเติ้ลรายการที่เป็นเอกลักษณ์ จดจำได้ อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยคือ 4.31 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคือ 0.78 หัวข้อมีการใช้เทคนิคประกอบการเล่าข่าว กราฟิก ภาพประกอบ อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยคือ 4.21 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคือ 0.82 และ หัวข้อฉากประกอบที่เป็นโต๊ะข่าวอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยคือ 4.19 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคือ 0.72 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.13: ความพึงพอใจที่มีต่อรายการคุยข่าวเข้าช่อง 8 ด้านผู้ดำเนินรายการ : สถาพร ริยะป่า (n=400)

ความพึงพอใจที่มีต่อรายการคุยข่าวเข้าช่อง 8 ด้านผู้ดำเนินรายการ : สถาพร ริยะป่า	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความพึงพอใจ
มีบุคลิกน่าเชื่อถือ	4.48	0.63	มาก
มีทักษะในการสื่อสารที่ดี	4.56	0.57	มากที่สุด
มีเอกลักษณ์ในการนำเสนอ	4.53	0.63	มากที่สุด
มีความเป็นกันเองกับคนดู	4.62	0.58	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวมความพึงพอใจที่มีต่อรายการคุยข่าวเข้าช่อง 8 ด้านผู้ดำเนินรายการ : สถาพร ริยะป่า	4.55	0.60	มากที่สุด

ผลการศึกษตามตารางที่ 4.13 พบว่า กลุ่มตัวอย่างของผู้ชมรายการคุยข่าวเข้าช่อง 8 มีความพึงพอใจที่มีต่อรายการคุยข่าวเข้าช่อง 8 ด้านผู้ดำเนินรายการ : สถาพร ริยะป่า อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.55 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคือ 0.60 ซึ่งค่าเฉลี่ยในหัวข้อมีความเป็นกันเองกับคนดูอยู่ในระดับมากที่สุด คือ 4.62 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคือ 0.58 รองลงมาได้แก่ หัวข้อการมีทักษะในการสื่อสารที่ดีอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยคือ 4.56 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคือ 0.57 หัวข้อการมีเอกลักษณ์ในการนำเสนออยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยคือ 4.53 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคือ 0.63 และหัวข้อการมีบุคลิกน่าเชื่อถือ อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยคือ 4.48 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคือ 0.63 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.14: ความพึงพอใจที่มีต่อรายการคุยข่าวเข้าช่อง 8 ด้านผู้ดำเนินรายการ : วิยดา พิธีรัฐกุล (n=400)

ความพึงพอใจที่มีต่อรายการคุยข่าวเข้าช่อง 8 ด้านผู้ดำเนินรายการ : วิยดา พิธีรัฐกุล	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความพึงพอใจ
มีบุคลิกน่าเชื่อถือ	4.61	0.60	มากที่สุด
มีทักษะในการสื่อสารที่ดี	4.71	0.58	มากที่สุด
มีเอกลักษณ์ในการนำเสนอ	4.75	0.51	มากที่สุด
มีความเป็นกันเองกับคนดู	4.76	0.56	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวมของความพึงพอใจที่มีต่อรายการคุยข่าวเข้าช่อง 8 ด้านผู้ดำเนินรายการ : วิยดา พิธีรัฐกุล	4.71	0.56	มากที่สุด

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.14 พบว่า กลุ่มตัวอย่างของผู้ชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 มีความพึงพอใจที่มีต่อรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 ด้านผู้ดำเนินรายการ : วิยดา พิรรัฐกุล อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.71 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคือ 0.56 ซึ่งค่าเฉลี่ยในหัวข้อมีความเป็นกันเองกับคนดูอยู่ในระดับมากที่สุด คือ 4.76 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคือ 0.56 รองลงมาได้แก่ หัวข้อการมีเอกลักษณ์ในการนำเสนออยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยคือ 4.75 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคือ 0.51 หัวข้อการมีทักษะในการสื่อสารที่ดีอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยคือ 4.71 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคือ 0.58 และหัวข้อการมีบุคลิกน่าเชื่อถือ อยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยคือ 4.61 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคือ 0.60 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.15: ความพึงพอใจที่มีต่อรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 ด้านผู้ดำเนินรายการ : บุญญिता งามศัพท์ศิลป์

(n=400)

ความพึงพอใจที่มีต่อรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 ด้านผู้ดำเนินรายการ : บุญญिता งามศัพท์ศิลป์	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปรผล
มีบุคลิกน่าเชื่อถือ	4.56	0.60	มากที่สุด
มีทักษะในการสื่อสารที่ดี	4.58	0.59	มากที่สุด
มีเอกลักษณ์ในการนำเสนอ	4.53	0.66	มากที่สุด
มีความเป็นกันเองกับคนดู	4.58	0.59	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวมของความพึงพอใจที่มีต่อรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 ด้านผู้ดำเนินรายการ : บุญญिता งามศัพท์ศิลป์	4.56	0.61	มากที่สุด

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.15 พบว่า กลุ่มตัวอย่างของผู้ชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 มีความพึงพอใจที่มีต่อรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 ด้านผู้ดำเนินรายการ : บุญญिता งามศัพท์ศิลป์ อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.56 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคือ 0.61 ซึ่งค่าเฉลี่ยในหัวข้อมีความเป็นกันเองกับคนดูอยู่ในระดับมากที่สุด คือ 4.58 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคือ 0.59 และหัวข้อการมีทักษะในการสื่อสารที่ดีอยู่ในระดับมากที่สุด คือ 4.58 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคือ 0.59 รองลงมาได้แก่ หัวข้อการมีบุคลิกน่าเชื่อถืออยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยคือ 4.56 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคือ 0.60 และหัวข้อการมีเอกลักษณ์ในการนำเสนอ อยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยคือ 4.53 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคือ 0.66 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.16: ความพึงพอใจที่มีต่อรายการคุยข่าวเข้าช่อง 8 ด้านผู้ดำเนินรายการ : ธีระ ัญญอนันต์ผล

(n=400)

ความพึงพอใจที่มีต่อรายการคุยข่าวเข้าช่อง 8 ด้านผู้ดำเนินรายการ : ธีระ ัญญอนันต์ผล	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปรผล
มีบุคลิกน่าเชื่อถือ	4.47	0.62	มาก
มีทักษะในการสื่อสารที่ดี	4.51	0.54	มากที่สุด
มีเอกลักษณ์ในการนำเสนอ	4.48	0.61	มาก
มีความเป็นกันเองกับคนดู	4.46	0.61	มาก
ค่าเฉลี่ยรวมของความพึงพอใจที่มีต่อรายการคุยข่าวเข้าช่อง 8 ด้านผู้ดำเนินรายการ : ธีระ ัญญอนันต์ผล	4.48	0.6	มาก

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.16 พบว่า กลุ่มตัวอย่างของผู้ชมรายการคุยข่าวเข้าช่อง 8 มีความพึงพอใจที่มีต่อรายการคุยข่าวเข้าช่อง 8 ด้านผู้ดำเนินรายการ : ธีระ ัญญอนันต์ผล อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.48 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคือ 0.60 ซึ่งค่าเฉลี่ยในหัวข้อมีทักษะในการสื่อสารที่ดีอยู่ในระดับมากที่สุดคือ 4.51 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคือ 0.54 รองลงมาได้แก่ หัวข้อการมีเอกลักษณ์ในการนำเสนออยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยคือ 4.48 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคือ 0.61 หัวข้อการมีบุคลิกน่าเชื่อถือ ค่าเฉลี่ยคือ 4.47 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคือ 0.62 และหัวข้อการมีความเป็นกันเองกับคนดูอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยคือ 4.46 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคือ 0.61 ตามลำดับ

4.2 การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน

ข้อมูลในส่วนนี้จะเป็นการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ชมพฤติกรรมเปิดรับชมรายการคุยข่าวเข้าช่อง 8 การใช้ประโยชน์จากรายการคุยข่าวเข้าช่อง 8 และความพึงพอใจของผู้ชมรายการคุยข่าวเข้าช่อง 8 ประกอบด้วย การวิเคราะห์ T-test, F-test และสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson Correlation)

4.3 การทดสอบสมมติฐาน

- สมมติฐานที่ 1:**
- H_0 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน ทำให้มีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการคุยข่าวเข้าช่อง 8 ไม่แตกต่างกัน
- H_1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน ทำให้มีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการคุยข่าวเข้าช่อง 8 แตกต่างกัน

ผู้วิจัยกำหนดค่าคะแนนของพฤติกรรมกาเปิดรับชม ได้แก่ รับชมทุกวัน = 5, 3 ครั้ง/สัปดาห์ = 4, 2 ครั้ง/เดือน = 3, 1 ครั้ง/เดือน = 2, และน้อยกว่า 1 ครั้ง/เดือน = 1 โดยสามารถแจกแจงตารางทดสอบสมมติฐานได้ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.17: การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างเพศของผู้ชมกับพฤติกรรมการับชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8

เพศ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	T	Sig.
ชาย	245	4.60	0.71	0.785	0.43
หญิง	155	4.66	0.83		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการศึกษาพบว่า ค่า Significant (Sig.) ด้านพฤติกรรมกาเปิดรับมีค่าเท่ากับ 0.43 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ (Sig > .05) จะยอมรับสมมติฐาน H_0 ซึ่งแปลความหมายได้ว่า ผู้ชมที่มีเพศแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการับชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.18: การทดสอบความแปรปรวนทางเดียวของพฤติกรรมกาเปิดรับชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	F	Sig.
18 - 24 ปี	12	4.25	0.45	0.320	0.864
25 - 39 ปี	118	4.49	0.82		
40 - 49 ปี	202	5.00	0.80		
50 - 59 ปี	56	4.86	0.35		
60 ปีขึ้นไป	12	5.00	0.00		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการศึกษาพบว่า ค่า Significant (Sig.) ด้านพฤติกรรมกาเปิดรับมีค่าเท่ากับ 0.864 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ (Sig > .05) ซึ่งแปลความหมายได้ว่าจะยอมรับสมมติฐาน H_0 ผู้ชมที่มีช่วงอายุแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการับชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.19: การทดสอบความแปรปรวนทางเดียวของพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการคุยข่าวเช้า
ช่อง 8 จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	F	Sig.
ต่ำกว่าประถมศึกษา	0	0	0	1.215	0.299
ประถมศึกษา	14	5.00	0		
มัธยมศึกษา	103	4.86	0.46		
อาชีวศึกษา/ อนุปริญญา	99	4.54	0.90		
ปริญญาตรี	143	4.55	0.76		
สูงกว่าปริญญาตรี	41	4.48	0.89		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการศึกษาพบว่า ค่า Significant (Sig.) ด้านพฤติกรรมการเปิดรับมีค่าเท่ากับ 0.299 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ (Sig > .05) ซึ่งแปลความหมายได้ว่าจะยอมรับสมมติฐาน H_0 ผู้ชมที่มีระดับการศึกษาสูงสุดแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการรับชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.20: การทดสอบความแปรปรวนทางเดียวของพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการคุยข่าวเช้า
ช่อง 8 จำแนกตามอาชีพ

ระดับอาชีพ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	F	Sig.
นิสิต/นักศึกษา	14	4.35	0.966	1.130	0.338
ข้าราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	55	4.64	0.815		
พนักงานบริษัทเอกชน	128	4.68	1.155		
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	203	4.38	1.121		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการศึกษาพบว่า ค่า Significant (Sig.) ด้านพฤติกรรมการเปิดรับมีค่าเท่ากับ 0.338 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ (Sig > .05) ซึ่งแปลความหมายได้ว่าจะยอมรับสมมติฐาน H_0 ผู้ชมที่มีอาชีพแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการรับชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.21: การทดสอบความแปรปรวนทางเดียวของพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการคุยข่าวเช้า ช่อง 8 จำแนกรายได้เฉพาะบุคคล

รายได้	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	F	Sig.
ต่ำกว่า 5,000 บาท	32	4.14	1.052	1.985	1.115
5,000 - 15,000 บาท	144	4.02	1.020		
15,001 - 30,000 บาท	115	4.28	1.003		
30,001 - 50,000 บาท	73	4.32	1.134		
50,001 บาทขึ้นไป	36	4.24	1.023		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการศึกษาพบว่า ค่า Significant (Sig.) ด้านพฤติกรรมการเปิดรับมีค่าเท่ากับ 1.115 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ (Sig > .05) ซึ่งแปลความหมายได้ว่าจะยอมรับสมมติฐาน H_0 ผู้ชมที่มีรายได้ส่วนบุคคลแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการรับชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2: H_0 พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 ไม่สัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8
 H_1 พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 สัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8

ตารางที่ 4.22: การทดสอบค่าสหสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับกับการใช้ประโยชน์จากข่าวสารเพื่อรับทราบข่าวสาร ความรู้ ความเข้าใจในเหตุการณ์

พฤติกรรม การเปิดรับ	การใช้ประโยชน์จากข่าวสารเพื่อรับทราบข่าวสาร ความรู้ ความเข้าใจในเหตุการณ์		
	Pearson Correlation (r)	Sig.	แปลผล
รับชมทุกวัน	0.206	0.001**	มีความสัมพันธ์น้อย
3 ครั้ง/สัปดาห์	0.197	0.001**	มีความสัมพันธ์น้อย
2 ครั้ง/เดือน	0.138	0.02*	มีความสัมพันธ์น้อย
1 ครั้ง/เดือน	0.111	0.061	ไม่มีความสัมพันธ์
น้อยกว่า 1 ครั้ง/เดือน	0.116	0.064	ไม่มีความสัมพันธ์

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการศึกษาพบว่ายอมรับสมมติฐาน H_1 พฤติกรรมการเปิดรับมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากข่าวสารเพื่อรับทราบข่าวสาร ความรู้ ความเข้าใจในเหตุการณ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ได้แก่ การรับชมทุกวัน มีค่าความสัมพันธ์คือ 0.206 แปลผลว่ามีความสัมพันธ์ในระดับน้อย รองลงมาคือ การรับชม 3 ครั้ง/สัปดาห์ มีค่าความสัมพันธ์คือ 0.197 แปลผลว่ามีความสัมพันธ์ในระดับน้อย และการรับชม 2 ครั้ง/เดือน มีค่าความสัมพันธ์คือ 0.138 แปลผลว่ามีความสัมพันธ์ในระดับน้อย ตามลำดับ

ตารางที่ 4.23: การทดสอบค่าสหสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับกับการใช้ประโยชน์จากข่าวสารเพื่อความน่าเชื่อถือ ความมั่นใจ และเพื่อให้สถานภาพเป็นที่ยอมรับ

พฤติกรรม การเปิดรับ	การใช้ประโยชน์จากข่าวสารเพื่อความน่าเชื่อถือ ความมั่นใจ และเพื่อให้สถานภาพเป็นที่ยอมรับ		
	Pearson Correlation (r)	Sig.	แปลผล
รับชมทุกวัน	0.221	0.002**	มีความสัมพันธ์น้อย
3 ครั้ง/สัปดาห์	0.218	0.004**	มีความสัมพันธ์น้อย
2 ครั้ง/เดือน	0.109	0.073	ไม่มีความสัมพันธ์
1 ครั้ง/เดือน	0.106	0.066	ไม่มีความสัมพันธ์
น้อยกว่า 1 ครั้ง/เดือน	0.102	0.061	ไม่มีความสัมพันธ์

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการศึกษาพบว่ายอมรับสมมติฐาน H_1 พฤติกรรมการเปิดรับมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากข่าวสารเพื่อความน่าเชื่อถือ ความมั่นใจ และเพื่อให้สถานภาพเป็นที่ยอมรับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ได้แก่ การรับชมทุกวัน มีค่าความสัมพันธ์คือ 0.221 แปลผลว่ามีความสัมพันธ์ในระดับน้อย รองลงมาได้แก่ การรับชม 3 ครั้ง/สัปดาห์ มีค่าความสัมพันธ์คือ 0.218 แปลผลว่ามีความสัมพันธ์ในระดับน้อย

ตารางที่ 4.24: การทดสอบค่าสหสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกาเปิดรับกับการใช้ประโยชน์จาก
ข่าวสารเพื่อการมีส่วนร่วมกับสังคม ครอบครัว และสิ่งแวดล้อมที่ดำรงอยู่

พฤติกรรม กาเปิดรับ	การใช้ประโยชน์จากข่าวสารเพื่อการมีส่วนร่วมกับสังคม ครอบครัว และสิ่งแวดล้อมที่ดำรงอยู่		
	Pearson Correlation (r)	Sig.	แปลผล
รับชมทุกวัน	0.201	0.003**	มีความสัมพันธ์น้อย
3 ครั้ง/สัปดาห์	0.188	0.021**	มีความสัมพันธ์น้อย
2 ครั้ง/เดือน	0.092	0.084	ไม่มีความสัมพันธ์
1 ครั้ง/เดือน	0.089	0.081	ไม่มีความสัมพันธ์
น้อยกว่า 1 ครั้ง/เดือน	0.076	0.097	ไม่มีความสัมพันธ์

ผลการศึกษาพบว่ายอมรับสมมติฐาน H_1 พฤติกรรมกาเปิดรับมีความสัมพันธ์กับการใช้
ประโยชน์จากข่าวสารเพื่อการมีส่วนร่วมกับสังคม ครอบครัว และสิ่งแวดล้อมที่ดำรงอยู่ อย่างมีนัย
สำคัญทางสถิติที่ 0.05 ได้แก่ การรับชมทุกวัน มีค่าความสัมพันธ์คือ 0.201 แปลผลว่ามีความสัมพันธ์
ในระดับน้อย รองลงมาได้แก่ การรับชม 3 ครั้ง/สัปดาห์ มีค่าความสัมพันธ์คือ 0.188 แปลผลว่า
มีความสัมพันธ์ในระดับน้อย

ตารางที่ 4.25: การทดสอบค่าสหสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกาเปิดรับกับการใช้ประโยชน์จาก
ข่าวสารเพื่อหลีกเลี่ยงจากสภาพความเป็นจริงชั่วขณะ

พฤติกรรม กาเปิดรับ	การใช้ประโยชน์จากข่าวสารเพื่อหลีกเลี่ยงจากสภาพความเป็นจริงชั่วขณะ		
	Pearson Correlation (r)	Sig.	แปลผล
รับชมทุกวัน	0.226	0.002**	มีความสัมพันธ์น้อย
3 ครั้ง/สัปดาห์	0.074	0.029**	มีความสัมพันธ์น้อย
2 ครั้ง/เดือน	0.052	0.108	ไม่มีความสัมพันธ์
1 ครั้ง/เดือน	0.034	0.114	ไม่มีความสัมพันธ์
น้อยกว่า 1 ครั้ง/เดือน	0.021	0.125	ไม่มีความสัมพันธ์

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการศึกษาพบว่ายอมรับสมมติฐาน H_1 พฤติกรรมกาเปิดรับมีความสัมพันธ์กับการใช้
ประโยชน์จากข่าวสารเพื่อหลีกเลี่ยงจากสภาพความเป็นจริงชั่วขณะ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ได้แก่ การรับชมทุกวัน มีค่าความสัมพันธ์คือ 0.226 แปลผลว่ามีความสัมพันธ์ในระดับน้อย รองลงมาได้แก่ การรับชม 3 ครั้ง/สัปดาห์ มีค่าความสัมพันธ์คือ 0.074 แปลผลว่ามีความสัมพันธ์ในระดับน้อย

- สมมติฐานที่ 3:**
- H₀ พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 ในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่สัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8
- H₁ พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 ในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่สัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8

ตารางที่ 4.26: การทดสอบค่าสหสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับกับความพึงพอใจด้านเนื้อหารายการ

พฤติกรรม การเปิดรับ	ความพึงพอใจด้านเนื้อหารายการ		
	Pearson Correlation (r)	Sig.	แปลผล
รับชมทุกวัน	0.303	0.000**	มีความสัมพันธ์น้อย
3 ครั้ง/สัปดาห์	0.081	0.086	ไม่มีความสัมพันธ์
2 ครั้ง/เดือน	0.056	0.104	ไม่มีความสัมพันธ์
1 ครั้ง/เดือน	0.032	0.121	ไม่มีความสัมพันธ์
น้อยกว่า 1 ครั้ง/เดือน	0.020	0.126	ไม่มีความสัมพันธ์

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการศึกษาพบว่ายอมรับสมมติฐาน H₁ พฤติกรรมการเปิดรับมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านเนื้อหารายการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ได้แก่ การรับชมทุกวัน มีค่าความสัมพันธ์คือ 0.303 แปลผลว่ามีความสัมพันธ์ในระดับน้อย

ตารางที่ 4.27: การทดสอบค่าสหสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกาเปิดรับกับความพึงพอใจด้านองค์ประกอบรายการ

พฤติกรรม การเปิดรับ	ความพึงพอใจด้านองค์ประกอบรายการ		
	Pearson Correlation (r)	Sig.	แปลผล
รับชมทุกวัน	0.283	0.000**	มีความสัมพันธ์น้อย
3 ครั้ง/สัปดาห์	0.077	0.081	ไม่มีความสัมพันธ์
2 ครั้ง/เดือน	0.042	0.109	ไม่มีความสัมพันธ์
1 ครั้ง/เดือน	0.024	0.106	ไม่มีความสัมพันธ์
น้อยกว่า 1 ครั้ง/เดือน	0.016	0.130	ไม่มีความสัมพันธ์

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการศึกษาพบว่ายอมรับสมมติฐาน H_1 พฤติกรรมกาเปิดรับมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านองค์ประกอบรายการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ได้แก่ การรับชมทุกวัน มีค่าความสัมพันธ์คือ 0.283 แปลผลว่ามีความสัมพันธ์ในระดับน้อย

ตารางที่ 4.28: การทดสอบค่าสหสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกาเปิดรับกับความพึงพอใจด้านผู้ดำเนินรายการ

พฤติกรรม การเปิดรับ	ความพึงพอใจด้านผู้ดำเนินรายการ		
	Pearson Correlation (r)	Sig.	แปลผล
รับชมทุกวัน	0.182	0.006**	มีความสัมพันธ์น้อย
3 ครั้ง/สัปดาห์	0.069	0.070	ไม่มีความสัมพันธ์
2 ครั้ง/เดือน	0.031	0.111	ไม่มีความสัมพันธ์
1 ครั้ง/เดือน	0.018	0.102	ไม่มีความสัมพันธ์
น้อยกว่า 1 ครั้ง/เดือน	0.011	0.146	ไม่มีความสัมพันธ์

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการศึกษาพบว่ายอมรับสมมติฐาน H_1 พฤติกรรมการเปิดรับมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านผู้ดำเนินรายการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ได้แก่ การรับชมทุกวัน มีค่าความสัมพันธ์คือ 0.182 แปลผลว่ามีความสัมพันธ์ในระดับน้อย



บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ผลการศึกษาวิจัยเรื่อง “พฤติกรรม การเปิดรับ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อ รายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 ในเขตกรุงเทพมหานคร” สามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้

5.1 สรุปผลการศึกษา

5.1.1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

5.1.1.1 เพศ

กลุ่มตัวอย่างของผู้ชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 จำนวน 400 คน พบว่าเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง ประกอบด้วย เพศชายจำนวน 245 คน คิดเป็นร้อยละ 61.25 เพศหญิงจำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 38.75

5.1.1.2 อายุ

กลุ่มตัวอย่างของผู้ชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 จำนวน 400 คน พบว่ามีช่วงอายุ 40 - 49 ปี มากที่สุด จำนวน 202 คน คิดเป็นร้อยละ 50.5 รองลงมาได้แก่ ช่วงอายุ 25 - 39 ปี จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 29.5 ช่วงอายุ 50 - 59 ปี จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14 ช่วงอายุ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3 และช่วงอายุ 18.24 ปี จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3 ตามลำดับ

5.1.1.3 ระดับการศึกษาสูงสุด

กลุ่มตัวอย่างของผู้ชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 จำนวน 400 คน พบว่ามีระดับการศึกษาสูงสุดคือระดับปริญญาตรีมากที่สุด จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 35.75 รองลงมาได้แก่ ระดับมัธยมศึกษา จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 25.75 ระดับอาชีวศึกษา/อนุปริญญา จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 24.75 ระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.25 และระดับประถมศึกษา จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5 ตามลำดับ

5.1.1.4 อาชีพ

กลุ่มตัวอย่างของผู้ชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 จำนวน 400 คน พบว่ามีอาชีพทำธุรกิจส่วนตัว/ค้าขายมากที่สุด จำนวน 203 คน คิดเป็นร้อยละ 50.75 รองลงมาได้แก่ พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 32 ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13.75 นิสิต/นักศึกษา จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5 ตามลำดับ

5.1.1.5 รายได้เฉพาะบุคคล

กลุ่มตัวอย่างของผู้ชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 จำนวน 400 คน พบว่ามีรายได้ในช่วง 5,000 - 15,000 บาทมากที่สุด จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 36 รองลงมาได้แก่ ช่วงรายได้ 15,001 - 30,000 บาท จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 28.75 ช่วงรายได้ 30,001 - 50,000 บาท จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 18.25 ช่วงรายได้ 50,001 บาทขึ้นไป จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9 และช่วงรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8 ตามลำดับ

5.1.2 พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8

กลุ่มตัวอย่างของผู้ชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 จำนวน 400 คน พบว่า มีความถี่ในการรับชมมากที่สุดคือรับชมทุกวัน จำนวน 299 คน คิดเป็นร้อยละ 75 รองลงมาได้แก่ 3 ครั้ง/สัปดาห์ จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 18 2 ครั้ง/เดือน จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4 1 ครั้ง/เดือน จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 3 น้อยกว่า 1 ครั้ง/เดือน จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1 ตามลำดับ

5.1.3 การใช้ประโยชน์จากรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8

5.1.3.1 การใช้ประโยชน์จากข่าวสารเพื่อรับทราบข่าวสาร ความรู้ ความเข้าใจในเหตุการณ์ เหตุการณ์

กลุ่มตัวอย่างของผู้ชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 จำนวน 400 คน พบว่า มีการใช้ประโยชน์จากข่าวสารเพื่อรับทราบข่าวสาร ความรู้ ความเข้าใจในเหตุการณ์ อยู่ในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.47 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคือ 0.63 ซึ่งค่าเฉลี่ยการรับชมรายการทำให้ทราบเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคมอยู่ในระดับมากที่สุด คือ 4.56 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคือ 0.59 รองลงมาได้แก่ เนื้อหารายการสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวันอยู่ในระดับมาก คือ 4.38 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคือ 0.67

5.1.3.2 การใช้ประโยชน์จากข่าวสารเพื่อความน่าเชื่อถือ ความมั่นใจ และเพื่อให้สถานภาพเป็นที่ยอมรับ

กลุ่มตัวอย่างของผู้ชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 จำนวน 400 คน พบว่า มีการใช้ประโยชน์จากข่าวสารเพื่อความน่าเชื่อถือ ความมั่นใจ และเพื่อให้สถานภาพเป็นที่ยอมรับ อยู่ในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.23 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคือ 0.68 ซึ่งค่าเฉลี่ยการรับชมรายการเพื่อสนับสนุนสิ่งที่คิดและทำว่าถูกต้องอยู่ในระดับมาก คือ 4.27 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคือ 0.67 รองลงมาได้แก่ การรับชมรายการเพื่อต้องการมีทางเลือกเป็นของตัวเองอยู่ในระดับมาก คือ 4.18 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคือ 0.69

5.1.3.3 การใช้ประโยชน์จากข่าวสารเพื่อการมีส่วนร่วมกับสังคม ครอบครัว และสิ่งแวดล้อมที่ดำรงอยู่

กลุ่มตัวอย่างของผู้ชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 จำนวน 400 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างของผู้ชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 มีการใช้ประโยชน์จากข่าวสารเพื่อการมีส่วนร่วมกับสังคม ครอบครัว และสิ่งแวดล้อมที่ดำรงอยู่ อยู่ในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.36 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคือ 0.72

5.1.3.4 การใช้ประโยชน์จากข่าวสารเพื่อหลีกเลี่ยงจากสภาพความเป็นจริงชั่วขณะ ผ่อนคลายความเครียด

กลุ่มตัวอย่างของผู้ชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 จำนวน 400 คน พบว่า มีการใช้ประโยชน์จากข่าวสารเพื่อหลีกเลี่ยงจากสภาพความเป็นจริงชั่วขณะ ผ่อนคลายความเครียดอยู่ในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.4 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคือ 0.69

5.1.4 ความพึงพอใจที่มีต่อรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8

5.1.4.1 ความพึงพอใจที่มีต่อรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 ด้านเนื้อหารายการ

กลุ่มตัวอย่างของผู้ชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 จำนวน 400 คน พบว่า ความพึงพอใจที่มีต่อรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 ด้านเนื้อหารายการ อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.44 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคือ 0.67 ซึ่งค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในหัวข้อการทันเหตุการณ์ กำลังเป็นที่สนใจอยู่ในระดับมากที่สุด คือ 4.54 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคือ 0.64 รองลงมาได้แก่หัวข้อการจับประเด็นที่ชัดเจน กระชับ ตรงประเด็นอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยคือ 4.48 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคือ 0.68 หัวข้อการให้รายละเอียดในประเด็นที่ครบถ้วนอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยคือ 4.43 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคือ 0.66 หัวข้อการมีความเป็นกลางอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยคือ 4.42 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคือ 0.64 และหัวข้อการลงพื้นที่ไปยังแหล่งข้อมูลอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยคือ 4.36 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคือ 0.73 ตามลำดับ

5.1.4.2 ความพึงพอใจที่มีต่อรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 ด้านองค์ประกอบรายการ

กลุ่มตัวอย่างของผู้ชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 จำนวน 400 คน พบว่า ความพึงพอใจที่มีต่อรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 ด้านองค์ประกอบรายการอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.36 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคือ 0.73 ซึ่งค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในหัวข้อการจัดรูปแบบการนำเสนอแบบเล่าข่าวอยู่ในระดับมากที่สุด คือ 4.5 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคือ 0.69 รองลงมาได้แก่ หัวข้อความถี่ในการออกอากาศ (ออกอากาศทุกวัน) อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยคือ 4.49 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคือ 0.63 หัวข้อช่วงเวลาในการออกอากาศ (6.00 น. - 9.00 น.) อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยคือ 4.42 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคือ 0.75 หัวข้อระยะเวลาการออกอากาศ (3 ชั่วโมง) อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยคือ 4.40 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคือ 0.73 หัวข้อโลโก้รายการอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยคือ 4.32 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคือ 0.75 หัวข้อไตเติ้ลรายการที่เป็นเอกลักษณ์ จดจำได้ อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยคือ 4.31 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคือ 0.78 หัวข้อมีการใช้เทคนิคประกอบการเล่าข่าว กราฟิก ภาพประกอบ อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยคือ 4.21 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคือ 0.82 และหัวข้อฉากประกอบที่เป็นโต๊ะข่าวอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยคือ 4.19 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคือ 0.72 ตามลำดับ

5.1.4.3 ความพึงพอใจที่มีต่อรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 ด้านผู้ดำเนินรายการ :

สถาพร ริยะป่า

กลุ่มตัวอย่างของผู้ชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 จำนวน 400 คน พบว่า ความพึงพอใจที่มีต่อรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 ด้านผู้ดำเนินรายการ : สถาพร ริยะป่า อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.55 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคือ 0.60 ซึ่งค่าเฉลี่ยในหัวข้อมีความเป็นกันเองกับคนดูอยู่ในระดับมากที่สุด คือ 4.62 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคือ 0.58 รองลงมาได้แก่ หัวข้อการมีทักษะในการสื่อสารที่ดีอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยคือ 4.56 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคือ 0.57 หัวข้อการมีเอกลักษณ์ในการนำเสนออยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยคือ 4.53 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคือ 0.63 และหัวข้อการมีบุคลิกน่าเชื่อถือ อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยคือ 4.48 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคือ 0.63 ตามลำดับ

5.1.4.4 ความพึงพอใจที่มีต่อรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 ด้านผู้ดำเนินรายการ : วิทยา พิธีรัฐกุล

กลุ่มตัวอย่างของผู้ชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 จำนวน 400 คน พบว่า ความพึงพอใจที่มีต่อรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 ด้านผู้ดำเนินรายการ : วิทยา พิธีรัฐกุล อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.71 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคือ 0.56 ซึ่งค่าเฉลี่ยในหัวข้อมีความเป็นกันเองกับคนดูอยู่ในระดับมากที่สุด คือ 4.76 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคือ 0.56 รองลงมาได้แก่ หัวข้อการมีเอกลักษณ์ในการนำเสนออยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยคือ 4.75 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคือ 0.51 หัวข้อการมีทักษะในการสื่อสารที่ดีอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยคือ 4.71 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคือ 0.58 และหัวข้อการมีบุคลิกที่น่าเชื่อถือ อยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยคือ 4.61 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคือ 0.60 ตามลำดับ

5.1.4.5 ความพึงพอใจที่มีต่อรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 ด้านผู้ดำเนินรายการ : บุญญิตา งามศัพท์ศิลป์

กลุ่มตัวอย่างของผู้ชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 จำนวน 400 คน พบว่า ความพึงพอใจที่มีต่อรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 ด้านผู้ดำเนินรายการ : บุญญิตา งามศัพท์ศิลป์ อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.56 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคือ 0.61 ซึ่งค่าเฉลี่ยในหัวข้อมีความเป็นกันเองกับคนดูอยู่ในระดับมากที่สุด คือ 4.58 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคือ 0.59 และหัวข้อการมีทักษะในการสื่อสารที่ดีอยู่ในระดับมากที่สุด คือ 4.58 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคือ 0.59 รองลงมาได้แก่ หัวข้อการมีบุคลิกที่น่าเชื่อถืออยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยคือ 4.56 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคือ 0.60 และหัวข้อการมีเอกลักษณ์ในการนำเสนอ อยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยคือ 4.53 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคือ 0.66 ตามลำดับ

5.1.4.6 ความพึงพอใจที่มีต่อรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 ด้านผู้ดำเนินรายการ : ธีระ ัญญอนันต์ผล

กลุ่มตัวอย่างของผู้ชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 จำนวน 400 คน พบว่า ความพึงพอใจที่มีต่อรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 ด้านผู้ดำเนินรายการ : ธีระ ัญญอนันต์ผล อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.48 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคือ 0.60 ซึ่งค่าเฉลี่ยในหัวข้อมีทักษะในการสื่อสารที่ดีอยู่ในระดับมากที่สุดคือ 4.51 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคือ 0.54 รองลงมาได้แก่ หัวข้อการมีเอกลักษณ์ในการนำเสนออยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยคือ 4.48 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคือ 0.61 หัวข้อการมีบุคลิกที่น่าเชื่อถือ ค่าเฉลี่ยคือ 4.47 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคือ 0.62 และหัวข้อการมีมีความเป็นกันเองกับคนดูอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยคือ 4.46 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคือ 0.61 ตามลำดับ

5.1.5 ข้อเสนอแนะของผู้ชมที่มีต่อรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมการเปิดรับ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 ในเขตกรุงเทพมหานคร” ได้มีผู้ให้ข้อเสนอแนะในส่วนของคำถามปลายเปิดดังต่อไปนี้

5.1.5.1 ข้อเสนอแนะในเชิงบวก

ข้อคิดเห็นในเชิงบวก ได้แก่ “ยอดเยี่ยม ไม่มีที่ติ” “พิธีกรทุกคนมาก” “ชอบดูมาก ติดตามทุกวัน” “ขอให้รายการนี้อยู่ไปนานๆ” “นำเสนอข่าวน่าสนใจ น่าเชื่อถือ เป็นการเล่าที่สนุกไม่น่าเบื่อ ติดตามทุกเช้า ได้ข่าวไปเล่าแชร์กันกับเพื่อนๆ” “การนำเสนอเล่าข่าวเป็นกันเอง ไม่เครียด

กระชับ” “อ่านข่าวสนุกมาก เข้าใจง่าย” “ดูทุกวันค่ะ ขอให้เสนอแต่สิ่งดีๆ มีสาระอย่างนี้ตลอดไป” นอกจากนี้ยังมีข้อเสนอแนะต่อรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 เพิ่มเติม ได้แก่ “ควรเพิ่มข่าวด้านการเมือง ข่าวต่างประเทศด้วย จะได้ครอบคลุมเนื้อหาครบถ้วน” “อยากให้เริ่มรายการตั้งแต่ตี 4” “อยากให้ คุณโจ อีระ มาเร็วกว่านี้” “ควรเพิ่มช่วงพยากรณ์อากาศ” “ควรลดโฆษณาการขายสินค้าลง” “อยากให้มีการเน้นเจาะข่าวเชิงลึก” “อยากให้มีส่วนประเด็นร้อนประเด็นเด็ดดัง กฎหมายชาวบ้าน” “อยากให้ ซอยย่อยรายการ ออกอากาศทุกชั่วโมง” “อยากให้มีส่วนด้านเศรษฐศาสตร์และเหตุการณ์ต่างประเทศ ที่สำคัญ” “อยากให้เพิ่มเวลาออกอากาศ”

5.1.5.2 ข้อเสนอแนะในเชิงลบ

ข้อคิดเห็นในเชิงลบ ได้แก่ “ไม่ชอบเวลาเสนอข่าวแล้วเบลอด้านข้างของเนื้อข่าว” “ไม่ชอบเวลานำเสนอข่าวที่ไม่จำเป็นกับชีวิตประจำวัน”

5.2 ผลการทดสอบสมมติฐาน

การศึกษาวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมการเปิดรับ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อ รายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 ในเขตกรุงเทพมหานคร” ได้ตั้งสมมติฐานไว้ 3 ข้อ ได้แก่

- สมมติฐานที่ 1:**
- H_0 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน ทำให้มีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 ไม่แตกต่างกัน
- H_1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน ทำให้มีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 แตกต่างกัน

ตารางที่ 5.1: สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ชมในเขต กรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน ทำให้มีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 แตกต่างกัน

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ
เพศ	ไม่แตกต่างกัน
อายุ	ไม่แตกต่างกัน
ระดับการศึกษาสูงสุด	ไม่แตกต่างกัน
อาชีพ	ไม่แตกต่างกัน
รายได้เฉพาะบุคคล	ไม่แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า กลุ่มตัวอย่างของผู้ชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 จำนวน 400 คนที่มีเพศแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 ไม่แตกต่างกัน

กลุ่มตัวอย่างของผู้ชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 ที่มีอายุแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 ไม่แตกต่างกัน

กลุ่มตัวอย่างของผู้ชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 ที่มีระดับการศึกษาสูงสุดแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 ไม่แตกต่างกัน

กลุ่มตัวอย่างของผู้ชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 ที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 ไม่แตกต่างกัน

กลุ่มตัวอย่างของผู้ชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 ที่มีรายได้เฉพาะบุคคลแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 ไม่แตกต่างกัน

- สมมติฐานที่ 2 :** H_0 พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 ไม่สัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8
- H_1 พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 สัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8

ตารางที่ 5.2 : สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 ในเขตกรุงเทพมหานครสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8

การใช้ประโยชน์จากรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8	พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8				
	รับชมทุกวัน	3 ครั้ง/สัปดาห์	2 ครั้ง/เดือน	1 ครั้ง/เดือน	น้อยกว่า 1 ครั้ง/เดือน
เพื่อรับทราบข่าวสาร ความรู้ ความเข้าใจในเหตุการณ์	✓	✓	✓	✗	✗
เพื่อความน่าเชื่อถือ ความมั่นใจ และเพื่อให้สถานภาพเป็นที่ยอมรับ	✓	✓	✗	✗	✗
เพื่อการมีส่วนร่วมกับสังคม ครอบครัว และสิ่งแวดล้อมที่ดำรงอยู่	✓	✓	✗	✗	✗
เพื่อหลีกเลี่ยงจากสภาพความเป็นจริงชั่วขณะ	✓	✓	✗	✗	✗

*หมายเหตุ : ✓ มีความสัมพันธ์กัน ✗ ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 ของกลุ่มตัวอย่างผู้ชมที่รับชมทุกวัน มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 ได้แก่ การใช้ประโยชน์เพื่อรับทราบข่าวสาร ความรู้ ความเข้าใจในเหตุการณ์ในระดับน้อย การใช้ประโยชน์เพื่อความน่าเชื่อถือ ความมั่นใจ และเพื่อให้สถานภาพเป็นที่ยอมรับในระดับน้อย การใช้ประโยชน์เพื่อ

การมีส่วนร่วมกับสังคม ครอบครัว และสิ่งแวดล้อมที่ดำรงอยู่ในระดับน้อย และการใช้ประโยชน์เพื่อหลีกเลี่ยงจากสภาพความเป็นจริงชั่วขณะในระดับน้อย

ผู้ชมที่รับชม 3 ครั้ง/สัปดาห์ มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 ได้แก่ การใช้ประโยชน์เพื่อรับทราบข่าวสาร ความรู้ ความเข้าใจในเหตุการณ์ในระดับน้อย การใช้ประโยชน์เพื่อความน่าเชื่อถือ ความมั่นใจ และเพื่อให้สถานภาพเป็นที่ยอมรับในระดับน้อย การใช้ประโยชน์เพื่อการมีส่วนร่วมกับสังคม ครอบครัว และสิ่งแวดล้อมที่ดำรงอยู่ในระดับน้อย และการใช้ประโยชน์เพื่อหลีกเลี่ยงจากสภาพความเป็นจริงชั่วขณะในระดับน้อย

ผู้ชมที่รับชม 2 ครั้ง/เดือน มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 ได้แก่ การใช้ประโยชน์เพื่อรับทราบข่าวสาร ความรู้ ความเข้าใจในเหตุการณ์ในระดับน้อย

ในขณะที่ผู้ชมที่รับชม 1 ครั้ง/เดือน และน้อยกว่า 1 ครั้ง 1 เดือน ไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8

สมมติฐานที่ 3 : พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 ในเขตกรุงเทพมหานคร สัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8

ตารางที่ 5.3: สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3 พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 ในเขตกรุงเทพมหานคร สัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8

ความพึงพอใจของผู้ชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8	พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8				
	รับชมทุกวัน	3 ครั้ง/สัปดาห์	2 ครั้ง/เดือน	1 ครั้ง/เดือน	น้อยกว่า 1 ครั้ง/เดือน
ด้านเนื้อหารายการ	✓	✗	✗	✗	✗
ด้านองค์ประกอบรายการ	✓	✗	✗	✗	✗
ด้านผู้ดำเนินรายการ	✓	✗	✗	✗	✗

*หมายเหตุ : ✓ มีความสัมพันธ์กัน ✗ ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 ของกลุ่มตัวอย่างผู้ชมที่รับชมทุกวัน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ ได้แก่ ความพึงพอใจด้านเนื้อหารายการในระดับน้อย ความพึงพอใจด้านองค์ประกอบรายการในระดับน้อย และความพึงพอใจด้านผู้ดำเนินรายการในระดับน้อย

ในขณะที่ผู้ชมที่รับชม 3 ครั้ง/สัปดาห์ 2 ครั้ง/เดือน 1 ครั้ง/เดือน และน้อยกว่า 1 ครั้ง 1 เดือน ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ

5.3 อภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง “พฤติกรรม การเปิดรับ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อ รายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 ในเขตกรุงเทพมหานคร” สามารถอภิปรายผลการศึกษากายใต้กรอบแนวคิด ทฤษฎีและ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังต่อไปนี้

5.3.1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน ทำให้มีพฤติกรรม การเปิดรับชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 ไม่แตกต่างกัน

จากผลการศึกษาที่พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน ทำให้มีพฤติกรรม การเปิดรับชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 ไม่แตกต่างกันนั้น สามารถวิเคราะห์ได้ว่า ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษา ลักษณะทางประชากรศาสตร์ในบริบทของรายการข่าว อีกทั้งรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 เป็นรายการข่าวที่ออกอากาศสดทุกวันผ่านทางโทรทัศน์ช่องหมายเลข 27 และออกอากาศสดผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ Facebook จึงทำให้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 มีพฤติกรรม การเปิดรับชมที่สามารถติดตามรับชมได้ทุกวัน ผ่านช่องทางที่สะดวกต่อการเข้าถึงทั้งออนไลน์และออฟไลน์ นอกจากนี้ทางรายการยังมีการติดต่อเนื้อหาข่าวประจำวันเป็นรายประเด็นเพื่อให้ผู้ชมสามารถรับชมได้ย้อนหลัง ดังนั้นลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ชมต่างๆ อันได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ส่วนบุคคล อาชีพ ที่แตกต่างกันจึงไม่เป็นอุปสรรคต่อการเปิดรับชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8

ผลการวิจัยไม่สอดคล้องกันทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์ที่อธิบายว่า บุคคลที่มีคุณสมบัติทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมที่ต่างกันกันไปตามประสบการณ์ของแต่ละบุคคล แต่สอดคล้องกับ ภพธร วุฒินทร (2561) ที่ศึกษาเรื่อง “การเปิดรับสื่อ ความรู้ ทักษะ และแนวโน้มพฤติกรรมต่อโครงการบ้านประชารัฐ ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร” ที่พบว่า ลักษณะประชากรที่แตกต่างกัน อันได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา ที่แตกต่างกัน มีระดับความถี่ (ครั้ง/เดือน) ในการเปิดรับสื่อไม่แตกต่างกัน และยังสอดคล้องกับ สุธิรา สุวรรณเบญจกุล (2556) ที่ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรม การเปิดรับสื่อ ความรู้ ทักษะ และแนวโน้มพฤติกรรมต่อศูนย์สังคีตศิลป์ อนาคตกรุงเทพมหานคร จำกัด (มหาชน)” ที่พบว่า ลักษณะทางประชากรที่ประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรม การเปิดรับสื่อ (ครั้งต่อเดือน) ไม่แตกต่างกัน อีกทั้งยังสอดคล้องกับ จุฬารัตน์ กภาพัจจะ (2557) ที่ศึกษาเรื่อง “การเปิดรับสื่อ ทักษะ พฤติกรรม และแนวโน้มพฤติกรรมของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อการสะสมแสตมป์รักเมืองไทยของเซเว่น อีเลฟเว่น” ที่พบว่า ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันจะมีความถี่ในการเปิดรับ สื่อ (สื่อโทรทัศน์) ของโปรโมชันไม่แตกต่างกัน

5.3.2 พฤติกรรม การเปิดรับชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 ในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์ในระดับน้อยกับการใช้ประโยชน์จากรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8

จากผลการศึกษาที่พบว่า พฤติกรรม การเปิดรับชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 ในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 โดยผู้ชมที่รับชมทุกวันและผู้ชมที่รับชม 3 ครั้ง/สัปดาห์ มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 ได้แก่

การใช้ประโยชน์เพื่อรับทราบข่าวสาร ความรู้ ความเข้าใจในเหตุการณ์ การใช้ประโยชน์เพื่อความน่าเชื่อถือ ความมั่นใจ และเพื่อให้สถานภาพเป็นที่ยอมรับ การใช้ประโยชน์เพื่อการมีส่วนร่วมกับสังคม ครอบครัว และสิ่งแวดล้อมที่ดำรงอยู่ และการใช้ประโยชน์เพื่อหลีกเลี่ยงจากสภาพความเป็นจริงชั่วขณะ ในขณะที่ผู้ชมที่รับชม 2 ครั้ง/เดือน มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์เพียงเพื่อรับทราบข่าวสาร ความรู้ ความเข้าใจในเหตุการณ์ สามารถวิเคราะห์ได้ว่า รายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 จัดเป็นรายการข่าวที่นำเสนอเนื้อหาข่าวสารความเป็นไปของสังคมในแต่ละวัน ดังนั้นเมื่อผู้ชมยังมีความถี่ในการรับชมบ่อยครั้งก็จะยังสามารถใช้ประโยชน์จากรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 ในด้านต่างๆ มากขึ้นตามไปด้วย

ผลการวิจัยสอดคล้องกับแนวคิดของ Klapper (1960) ที่อธิบายถึงกระบวนการเลือกสรรข่าวสารว่า บุคคลจะมีพฤติกรรมเปิดรับสื่อตามความต้องการของตนเองเพื่อนำมาแก้ไขปัญหาสอดคล้องกับทัศนคติส่วนตัวและตอบสนองความต้องการของตน ในขณะเดียวกันก็จะหลีกเลี่ยงเปิดรับสื่อที่ไม่สอดคล้องกับความต้องการของตน ซึ่งอาจทำให้เกิดความรู้สึกไม่พอใจเช่นเดียวกัน เมื่อมีพฤติกรรมเปิดรับสื่อใดรู้สึกว่าจะสามารถตอบสนองความต้องการของตนเองได้ก็จะจดจำข้อมูลและนำไปใช้ประโยชน์ในที่สุด เช่นเดียวกับ McComb & Becker (1979) ที่อธิบายว่า ในการดำรงชีวิตของบุคคลจะเกิดความต้องการที่จะรับรู้เหตุการณ์ (Surveillance) ซึ่งการเปิดรับชมข่าวสาร ทำให้รู้ถึงเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นกับตนเองและสิ่งที่เกิดขึ้นรอบตัว นอกจากนี้ข่าวสารดังกล่าวยังสามารถนำไปให้เกิดการตัดสินใจ (Decision) หรือกำหนดแนวทางความคิดเห็นในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันของบุคคลนั้นๆ ได้อีกด้วย ซึ่งสอดคล้องกับงานสนันท์ ทิพยจันทร์ (2553) ที่ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรม การเปิดรับ การใช้ประโยชน์ และทัศนคติต่อสถาบันครอบครัวของผู้ชมจากการชมละครโทรทัศน์ บ้านนี้มีรัก” ที่พบว่า พฤติกรรม การเปิดรับชมมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากการชมละครโทรทัศน์ บ้านนี้มีรัก นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ วรณศิริ ศิริวรรณ (2559) ที่ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรม การเปิดรับ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการคืนความสุขให้คนในชาติ” ที่พบว่า พฤติกรรมความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการคืนความสุขให้ คนในชาติ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการใช้ประโยชน์ที่ได้รับจากรายการโดยรวม สรุปได้ว่าหากมีความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการคืนความสุขให้คนในชาติสูงมาก ก็จะทำให้มีการใช้ประโยชน์จากรายการคืนความสุขให้คนในชาติมากตามไปด้วย และยังสอดคล้องกับ นันทิตา โอฐกรรม (2547) ที่ศึกษาเรื่อง “การเปิดรับข่าวสาร การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจรายการข่าวภาค เช้าทางโทรทัศน์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร” ที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพมหานครที่เปิดรับรายการข่าวเช้าทางโทรทัศน์ในระดับสูง ได้นำเนื้อหาสาระจากรายการไปใช้ประโยชน์ในระดับสูงเช่นกัน รวมถึงสอดคล้องกับ ศรีศรีนทร์ อากาศ (2543) ที่ศึกษาเรื่อง “การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจรายการถอดรหัสของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร” ที่พบว่า การเปิดรับชมรายการถอดรหัส มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อรายการเช่นกัน

5.3.3 พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 ในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์ในระดับน้อยกับความพึงพอใจของผู้ชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8

จากผลการศึกษาที่พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 ในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 โดยผู้ชมที่รับชมทุกวัน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ ได้แก่ ความพึงพอใจด้านเนื้อหารายการ ความพึงพอใจด้านองค์ประกอบรายการ และความพึงพอใจด้านผู้ดำเนินรายการ ในขณะที่ผู้ชมที่รับชม 3 ครั้ง/สัปดาห์ 2 ครั้ง/เดือน 1 ครั้ง/เดือน และน้อยกว่า 1 ครั้ง 1 เดือน ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ สามารถวิเคราะห์ได้ว่า รายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 จัดเป็นรายการข่าวที่นำเสนอเนื้อหาข่าวสารความเป็นไปของสังคมในแต่ละวัน เนื้อหาสาระสำคัญในการนำเสนอจึงต้องมีความเป็นกลางและตรงประเด็น ควบคู่กับการนำเสนอด้วยองค์ประกอบแวดล้อมที่ทำให้การนำเสนอเข้าใจง่าย ไม่ว่าจะเป็นการลงพื้นที่สัมภาษณ์ผู้ที่อยู่ในเหตุการณ์ การทำกราฟิกประกอบต่างๆ เพื่อให้รายการน่าสนใจและมีเอกลักษณ์ ประกอบกับมีการรายงานข่าวโดยใช้ภาษาสื่อสารแบบรายการคุยข่าวโดยผู้ดำเนินรายการเพื่อให้เข้าใจได้โดยง่ายกับผู้ชมทุกกลุ่ม ดังนั้นทั้งเนื้อหาสาระและวิธีการสื่อสารจึงเข้าถึงผู้ชมได้ในวงกว้าง ทำให้เมื่อผู้ชมมีการเปิดรับที่บ่อยครั้งก็จะทำให้ผู้ชมเปิดความพึงพอใจตามไปด้วย และในทางกลับกันเมื่อผู้ชมที่มีความพึงพอใจในระดับสูง ก็จะเป็นเหตุให้มีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการที่บ่อยครั้งยิ่งขึ้นเช่นกัน

ผลการวิจัยสอดคล้องกับ วรณศิริ ศิริวรรณ (2559) ที่ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมการเปิดรับ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการคืนความสุขให้คนในชาติ” ที่พบว่า พฤติกรรมความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมรายการคืนความสุขให้คนในชาติ ได้มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อรายการคืนความสุขให้คนในชาติโดยรวม และยังสอดคล้องกับ โฉมฉาย พูใจ (2550) ที่ศึกษาเรื่อง “การเปิดรับและความพึงพอใจที่มีต่อรูปแบบและพิธีกรรายการคนค้นคน” ที่พบว่า ความถี่ในการเปิดรับชมมีผลต่อความพึงพอใจต่อรายการคนค้นคน ทั้งด้านรูปแบบ เนื้อหา และพิธีกร อีกทั้งยังสอดคล้องกับ ชิบ จิตนิยม (2534) ที่ศึกษาเรื่อง “ความต้องการข่าวสาร การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจของกลุ่มประชากรผู้ใช้บริการเคเบิลทีวี” พบว่า ระดับความพอใจต่อประเภทและคุณภาพของรายการมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อประเภทและคุณภาพของรายการใดรายการหนึ่งในระดับสูงจะจัดสรรเวลาให้กับการรับชมรายการนั้นๆ มากกว่ารายการกลุ่มที่ไม่มี ความพึงพอใจ

5.4 ข้อเสนอแนะการวิจัย

5.4.1 ในด้านเนื้อหาข่าว เนื่องจากเป็นรายการข่าวเช้าซึ่งผู้ชมมักเปิดชมก่อนเริ่มต้นกิจกรรมต่างๆ ในชีวิตประจำวัน ดังนั้นผู้ชมจึงต้องการทราบเหตุการณ์ที่เป็นไปและเป็นประโยชน์ในสังคมสำหรับนำไปเป็นข้อมูลในการดำเนินชีวิต อีกทั้งยังเป็นรายการที่ออกอากาศทั้งสื่อหลักซึ่งก็คือ โทรทัศน์ช่องหมายเลข 27 และสื่อออนไลน์ของ Facebook Fanpage ข่าวช่อง 8 แม้ว่าจะเป็นรายการข่าวที่นำเสนอข่าวแบบคุยข่าว เน้นความเป็นกันเองกับผู้ชม แต่การรวบรวมคัดกรองเนื้อหาเพื่อทำข่าวสำหรับนำเสนอก็ยังจำเป็นต้องคำนึงถึงสาระสำคัญอันเป็นประโยชน์ของผู้ชม บางประเด็นข่าวที่แม้จะเป็นกระแสดังแต่ไม่เป็นประโยชน์อาจเป็นที่สนใจกับผู้ชมบางกลุ่มเท่านั้น สอดคล้องกับข้อ

เสนอแนะในข้อความปลายเปิดจากกลุ่มตัวอย่างที่เสนอว่า “ไม่ชอบเวลานำเสนอข่าวที่ไม่จำเป็นกับชีวิตประจำวัน”

5.4.2 ในด้านประเภทของข่าว จากผลการวิจัยที่สามารถวิเคราะห์ได้ว่าผู้ชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 แม้จะมีความแตกต่างของลักษณะทางประชากรศาสตร์ แต่ก็สามารถเข้าถึงผู้ชมได้เป็นวงกว้าง ดังนั้นผู้ชมอาจมีความต้องการรับชมข่าวในประเภทที่หลากหลายภายใต้การนำเสนอแบบเล่าข่าวที่เป็นกันเองกับผู้ชม สอดคล้องกับข้อความปลายเปิดจากกลุ่มตัวอย่างที่เสนอว่า ควรเพิ่มข่าวด้านการเมือง ข่าวด้านเศรษฐศาสตร์ และข่าวต่างประเทศ เป็นต้น

5.4.3 ในด้านระยะเวลาในการออกอากาศ เนื่องจากพบว่ามีความพึงพอใจของผู้ชมในระดับมาก อีกทั้งยังมีข้อเสนอแนะจากกลุ่มตัวอย่างที่เสนอว่า อยากให้เพิ่มระยะเวลาการออกอากาศ อยากให้เพิ่มระยะเวลาโดยย่อเนื้อหาข่าวนำเสนอรายชั่วโมง เป็นต้น อาจพิจารณาเพื่อปรับเพิ่มเวลาตามความเหมาะสมเพื่อรองรับความต้องการของผู้ชม

5.5 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

5.5.1 ในการศึกษาครั้งต่อไป ควรทำการศึกษาเปรียบเทียบเชิงลึกกับรายการข่าวเช้ารายการอื่นที่ออกอากาศในเวลาเดียวกัน เพื่อทราบความต้องการและเหตุผลการเลือกรับชมของผู้ชมว่าประกอบด้วยอะไรบ้าง

5.5.2 เนื่องจากในปัจจุบันรายการประเภทข่าวเช้ามักมีการนำเสนอบนช่องทางออนไลน์ควบคู่กันกับการออกอากาศ ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไปควรทำการศึกษาพฤติกรรมการรับชมเพื่อทราบว่าผู้ชมมีรายละเอียดพฤติกรรมการรับชมเป็นอย่างไร อาทิ รับชมข่าวย้อนหลังทางออนไลน์ รับชมข่าวเป็นรายประเด็น รับชมข่าวทางโทรทัศน์โดยเน้นการฟังข่าวมากกว่าการดูข่าว เป็นต้น

5.5.3 ในการศึกษาครั้งต่อไปควรทำการศึกษาด้วยวิธีวิจัยแบบผสมผสานโดยเพิ่มการวิจัยเชิงคุณภาพร่วมด้วยในการศึกษารายการข่าวเชิงลึก เพื่อให้ผู้ผลิตรายการหรือผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถนำผลของการศึกษาไปต่อยอดได้ในอนาคต

บรรณานุกรม

- กรมประชาสัมพันธ์. (2554). *กิจการโทรทัศน์*. วารสารกรมประชาสัมพันธ์ เดือนมกราคม 2554. สำนักพัฒนาการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์.
- กัลยา วาณิชย์บัญชา. (2546). *การใช้ SPSS for windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล*. (พิมพ์ครั้งที่ 6) ฉบับปรับปรุงแก้ไข. ภาควิชาสถิติ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2553). *แนวพินิจใหม่ในการสื่อสารศึกษา*. กรุงเทพฯ : ภาพพิมพ์.
- จิรโรจน์ จิตราพัฒนานันท์. (2560). *กลยุทธ์ในการนำเสนอรายการข่าวโทรทัศน์ ของสถานีโทรทัศน์สี กองทัพบกช่อง 7 ผ่านรายการสนามข่าว 7 สี*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- จุฑาภรณ์ กาฬวณิช. (2557). *การเปิดรับสื่อ ทศนคดี พฤติกรรม และแนวโน้มพฤติกรรมของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อการสะสมแอสแตมปรีกเมืองไทยของเซเว่น อีเลฟเว่น*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- จิตวิติ จิตประพันธ์. (2556). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกรับชมรายการข่าวเช้าทางโทรทัศน์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเนชั่น.
- ฉัฐมณฑน์ ตั้งกิจถาวร. (2557). *การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในการเปิดรับข้อมูลที่ถูกแชร์ (Shared) ผ่านเฟสบุ๊ก*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ฉัตรชัย ปันชาติ. (2545). *เจตคติต่อการเรียนการสอนวิชาสังคมศึกษาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- โฉมฉาย พูใจ. (2550). *การเปิดรับและความพึงพอใจที่มีต่อรูปแบบและพิธีกรรายการคนค้นคน*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ชมภู วิวัฒน์วิทย์. (2554). *ความพึงพอใจของผู้ซื้อสินค้าในตลาดสด พระราม 5 จังหวัดนนทบุรี*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์.
- ชัยวัฒน์ ปัญญาพงษ์ และ ณรงค์ เทียนสง. (2521). *ประชากรศาสตร์และประชากรศึกษา*. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- ชิบ จิตนิยม. (2534). *ความต้องการข่าวสาร การใช้ ประโยชน์ และความพึงพอใจของกลุ่มประชากร ผู้ใช้บริการเคเบิ้ลทีวี*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ชื่นสุมล บุณนาค และ วินนี่ อับดุลฮาน. (2559). *พฤติกรรมการเปิดรับชมและความพึงพอใจที่มีต่อการเปลี่ยนผ่านสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัลของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยมหานคร.
- ณัฐแก้ว ข้องรอด. (2557). *พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ ความคิดเห็น และรูปแบบรายการจาก สื่อวิทยุโทรทัศน์ของประชาชนในจังหวัดเพชรบูรณ์ : กรณีศึกษา สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส*. *ราชภัฏเพชรบูรณ์สาร*, 19(1).

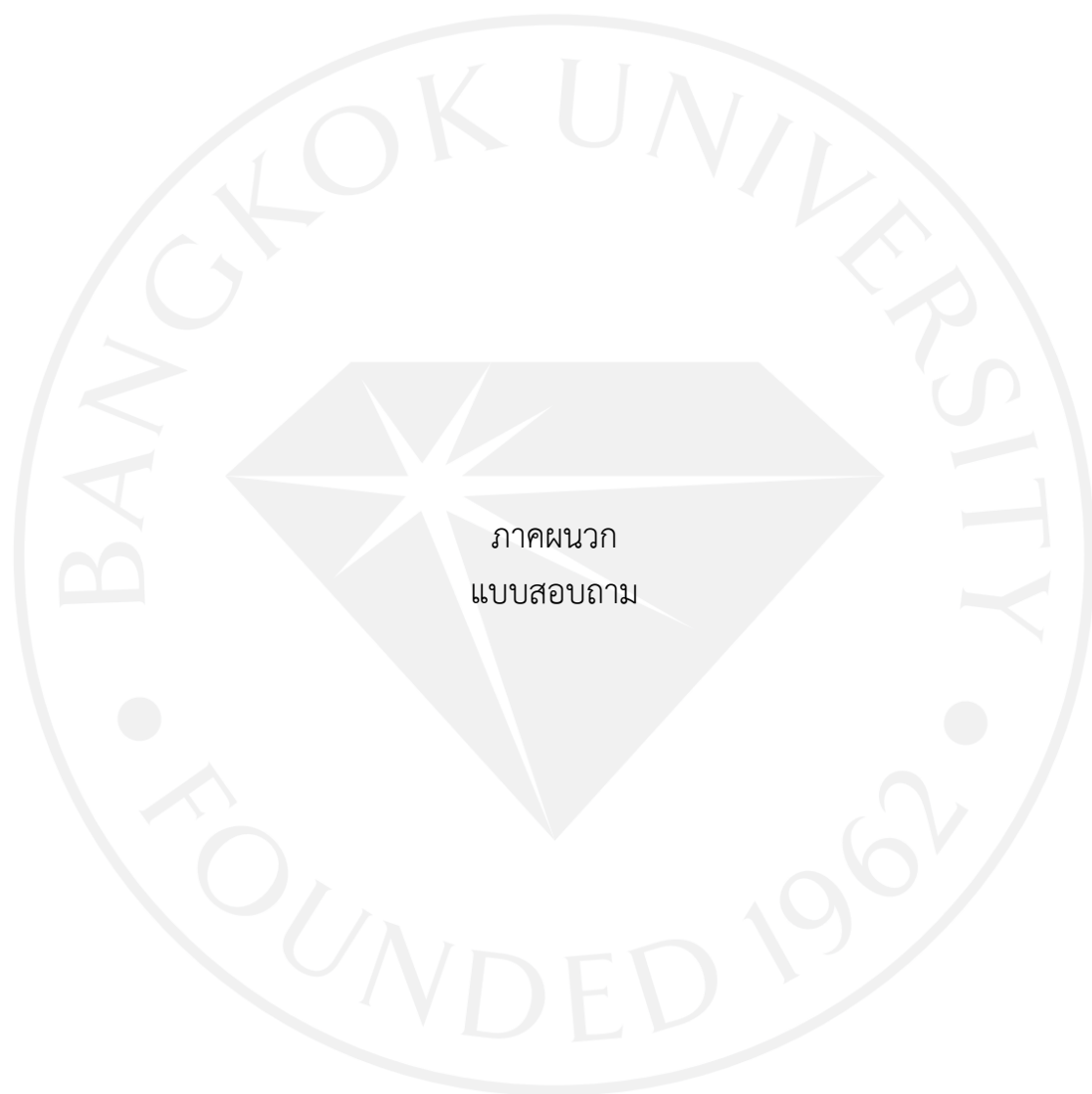
- นันทิดา โอธุกรม. (2547). การเปิดรับข่าวสาร การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจรายการข่าวภาคเช้าทางโทรทัศน์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นิลเส็น (ประเทศไทย). (2563). กราฟแสดงเรตติ้งรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 มกราคม - มีนาคม 2563. สืบค้นจาก <https://.tvdigitalwatch.com/top10-rating-9-3-63/>
- ประมะ สตะเวทิน. (2546). หลัทธิเทศศาสตร์. กรุงเทพฯ: รุ่งเรืองสาส์นการพิมพ์.
- ประคุณ รุ่งธนวิชญ์. (2560). ความท้าทายของดิจิทัลทีวีไทยในยุคการเปลี่ยนแปลง พฤติกรรมในการใช้ประโยชน์จากสื่อโทรทัศน์ของประชาชน. สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ.
- พรชัย แผ่นชัยภูมิ. (2558). พฤติกรรมการรับชมและความพึงพอใจรายการค่ำข่าวครบประเด็น ของสถานีโทรทัศน์ โมเดิร์นไนน์ทีวี ของผู้รับชมในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- พวงรัตน์ ทวีรัตน์. (2540). วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.
- พัชรินทร์ รักสัจย์. (2560). กระบวนการสื่อข่าวของรายการข่าวบันเทิงทางโทรทัศน์ในยุคหลอมรวมสื่อ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- พิจิตรา มงคลศรีพิพัฒน์. (2559). พฤติกรรมการเปิดรับ และความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์โครงการเที่ยวไทยเท่ กับพฤติกรรมการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- พิมพ์แข ศรีเจริญ. (2559). พฤติกรรมการเปิดรับและความพึงพอใจต่อรายการตีสิบเคย์ ทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- แพรวภัทร ยอดแก้ว. (2557). ทักษะคิดต่อหลักสูตรของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม เพื่อเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมอาเซียน. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยทักษิณ, 24(1).
- ภัทรดนัย พิริยะธนภัทร. (2558). การศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ด้านพฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยด้านเว็บไซต์พระเครื่อง พาณิชยอิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าหรือประมูลพระเครื่องออนไลน์ (E-COMMERCE). วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ภพธร วุฒินหาร. (2561). การเปิดรับสื่อ ความรู้ ทักษะคิด และแนวโน้มพฤติกรรมต่อโครงการบ้านประชารัฐ ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- มยุรี เสือคำราม. (2561). ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ปัจจัยทางจิตวิทยา และส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว: การสังเคราะห์งานวิจัยโดยใช้หลักการ วิเคราะห์อภิमान. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- มานะ ตีรียาภินันท์ และ กนกกาญจน์ บัญชาบุษบง. (2559). พฤติกรรมการรับข่าวสารและความเชื่อมั่นของประชาชนที่มีต่อสื่อมวลชน. คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. (2534). การวิเคราะห์ผู้รับสาร. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. (2542). *การวิเคราะห์ผู้รับสาร*. กรุงเทพฯ: ที. พี. พรินท์.
- รายการคุยข่าวเช้าช่อง 8. (ม.ป.ป.). *ภาพประกอบรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8*. สืบค้นจาก <https://www.youtube.com/newsthaich8>
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2525). *พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525*. พิมพ์ลักษณ์, กรุงเทพฯ : อักษรเจริญทัศน์.
- ลักขมิ คงลาภ. (2555). *พฤติกรรมกาารเปิดรับและความต้องการของเด็กและเยาวชนที่มีต่อรายการสำหรับเด็กและเยาวชนทางสถานีโทรทัศน์เพื่อบริการ สาธารณะไทยพีบีเอส*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- วันสนันท์ ทิพยจันทร์. (2553). *พฤติกรรมกาารเปิดรับ การใช้ประโยชน์ และทัศนคติต่อสถาบันครอบครัวของผู้ชมจากการชมละครโทรทัศน์ บ้านนี้มีรัก*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วรพรรณ เรืองโชติช่วง. (2559). *การเปิดรับสื่อสังคมที่ส่งผลต่อพฤติกรรมกาารบริโภคอาหารคลีน ของคนไทยในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- วรรณศิริ ศิริวรรณ. (2559). *พฤติกรรมกาารเปิดรับ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการคืนความสุขให้คนในชาติ*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วรางคณา ยินดีฉัตร. (2559). *การบริหารกาารผลิตรายการข่าวบันเทิงที่สถานีโทรทัศน์ผลิตเอง*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วัลลภา ดีโรจนเดช. (2557). *ทัศนคติและการใช้ประโยชน์ของผู้ชมรายการในกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการรถโรงเรียน ทางสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5*. *วารสารวิชาการบริหารธุรกิจ*, 3(2)
- วิทวัส รุ่งเรืองผล. (2553). *ตำราหลักการตลาด (พิมพ์ครั้งที่ 5)*. กรุงเทพฯ: มาร์เก็ตติ้งมูฟ.
- วศิน สันทรณ. (2557). *ลักษณะทางประชากร พฤติกรรมกาารเปิดรับสื่อ และปัจจัยทางการตลาด ที่มีผลต่อการซื้ออะไหล่ ประดับยนต์ในสินค้าประเภทหลอดไฟหน้ารถยนต์*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ศรีศรีรินทร์ อาภากุล. (2543). *การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจรายการถอดรหัสของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศัญญาพร มาลัยศิริรัตน์. (2559). *การบริหารกาารผลิตรายการเล่าข่าวเช้าของสถานีโทรทัศน์ ช่อง 5 ช่อง 7 ช่อง 9 และไทยพีบีเอส*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศิริวรรณ ธีรสุขสันต์ และคณะ (2562). *การเปิดรับ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการธรรมปทีป วัดยานนาวา ทางสื่อออนไลน์*. *วารสารสังคมศาสตร์วิจัย*, 10(1)
- ศุภักษร ลอยสุวรรณ. (2560). *ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากการอ่านนิตยสารโลกทิพย์ ของสมาชิกในเขตกรุงเทพมหานคร*. *วารสารวิชาการบัณฑิตวิทยาลัยสวนดุสิต*, 13(2).
- สุวรรณเบญจกุล. (2556). *พฤติกรรมกาารเปิดรับสื่อ ความรู้ทัศนคติ และแนวโน้มพฤติกรรมต่อศูนย์สังคีตศิลป์ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต, สถาบันพัฒนาบริหารศาสตร์.

- สุภา ศิริमानนท์. (2550). *วรรณสาส์นสำนึก : ความสำนึกในอิทธิพลสื่อสาส์นของหนังสือ*. กรุงเทพฯ : ภาพพิมพ์.
- สำนักงาน กสทช. (2560) *ช่องรายการในระบบดิจิทัล*. สืบค้นจาก www.broadcast.nbtc.go.th/TVDigital/TVDigitalChannels
- เหมือนตะวัน สุทธิวิจิตรวรรณ. (2559). *การเปิดรับ ความรู้ ทักษะคิดและพฤติกรรมของผู้ชมรายการต่อ ดิจิทัลทีวี ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อภิภัทร สายนาคน. (2543). *การศึกษาเจตคติต่อการจัดกิจกรรมเคลื่อนไหวและจังหวะของครูที่ใช้คู่มือ การประเมินการปฏิบัติการสอน*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัย ศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.
- อัษฎายุทธ สุนทรศารทูล. (2547). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้วงจรระบบดิจิทัลของบริษัท ทศท คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ของลูกค้าประเภทธนาคาร*. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัย ราชภัฏ พระนคร.
- อเนญชา กลิ่นเกษร. (2559). *เอกลักษณ์การผลิตรายการวิทยุของ NHK WORLD RADIO JAPAN ภาคภาษาไทย*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- อาสภภา รัตน์มั่งเมฆา. (2559). *ทักษะคิด พฤติกรรมการเปิดรับและความพึงพอใจของผู้ชมละครซีรีส์ ช่อง GMM 25 ผ่านสื่อยูทูป*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- Atkin.C.K. (1973). *Anticipated communication and mass media information seeking*. New York : Free Press.
- Bennett, E. M., & Cohen, L. R. (1959). *Men and women: Personality patterns and contrasts*. Genetic Psychology Monographs, 59, 101–155.
- Hillard, A. (1978). *Social Explanation and Rational Motivation*. American Philosophical Quarterly.
- Hunt T. & Ruben B.D. (1993). *Workbook and Study Guide to Accompany Mass Communication*. Producers & Consumers: Workbook. HarperCollins College Publishers.
- Katz, E., Blumler, J. & Gurevitch, M. (1974) *The Uses of Mass Communications: Current Perspective on Gratifications Research*. Newbury Park, CA; Sage.
- Klapper, J. T. (1960). *The effects of mass communication*. New York: The Free Press.
- McCombs, M. E. & Becker, L. B. (1979). *Using mass communication theory*. New York: Prentice-Hall.
- Newstrom, J.W. & Devis, K. (2002). *Organizational behavior: human behavior at work*. McGraw-Hill/Irwin.

- Pulitzer, J. (2006). *The School of Journalism in Columbia University: The Book that Transformed Journalism from a Trade Into a Profession*. Inking Books.
- Torrance, E. P. (1962). *Guiding Creative Talent*. Englewood Cliffs, NJ Prentice-Hall, Inc.
- Yamane, T. (1967). *Statistics: An Introductory Analysis, 2nd Edition*. New York: Harper and Row.





แบบสอบถาม

เรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อ
รายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 ในเขตกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์

โปรดทำเครื่องหมาย ลงใน ที่ตรงกับข้อมูลหรือความคิดเห็นของท่าน

1. เพศ

<input type="checkbox"/> ชาย	<input type="checkbox"/> หญิง
------------------------------	-------------------------------
2. อายุ

<input type="checkbox"/> 18 - 24 ปี	<input type="checkbox"/> 25 - 39 ปี
<input type="checkbox"/> 40 - 49 ปี	<input type="checkbox"/> 50 - 59 ปี
<input type="checkbox"/> 60 ปีขึ้นไป	
3. ระดับการศึกษาสูงสุด

<input type="checkbox"/> ต่ำกว่าประถมศึกษา	<input type="checkbox"/> ประถมศึกษา
<input type="checkbox"/> มัธยมศึกษา	<input type="checkbox"/> อาชีวศึกษา/อนุปริญญา
<input type="checkbox"/> ปริญญาตรี	<input type="checkbox"/> สูงกว่าปริญญาตรี
4. อาชีพ

<input type="checkbox"/> นิสิต/นักศึกษา
<input type="checkbox"/> ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ
<input type="checkbox"/> พนักงานบริษัทเอกชน
<input type="checkbox"/> ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย
5. รายได้เฉพาะของท่าน

<input type="checkbox"/> ต่ำกว่า 5,000 บาท	<input type="checkbox"/> 5,000 - 15,000 บาท
<input type="checkbox"/> 15,001 - 30,000 บาท	<input type="checkbox"/> 30,001 - 50,000 บาท
<input type="checkbox"/> 50,001 บาทขึ้นไป	

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8

6. ท่านชมรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 บ่อยเพียงใด

รับชมทุกวัน	รับชมบ่อย (3 ครั้ง/สัปดาห์)	รับชมบ้าง (2 ครั้ง/เดือน)	รับชมนานๆ ครั้ง (1 ครั้ง/เดือน)	รับชมน้อยครั้ง น้อยกว่า 1 ครั้ง/ เดือน

ส่วนที่ 3 การใช้ประโยชน์จากรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8

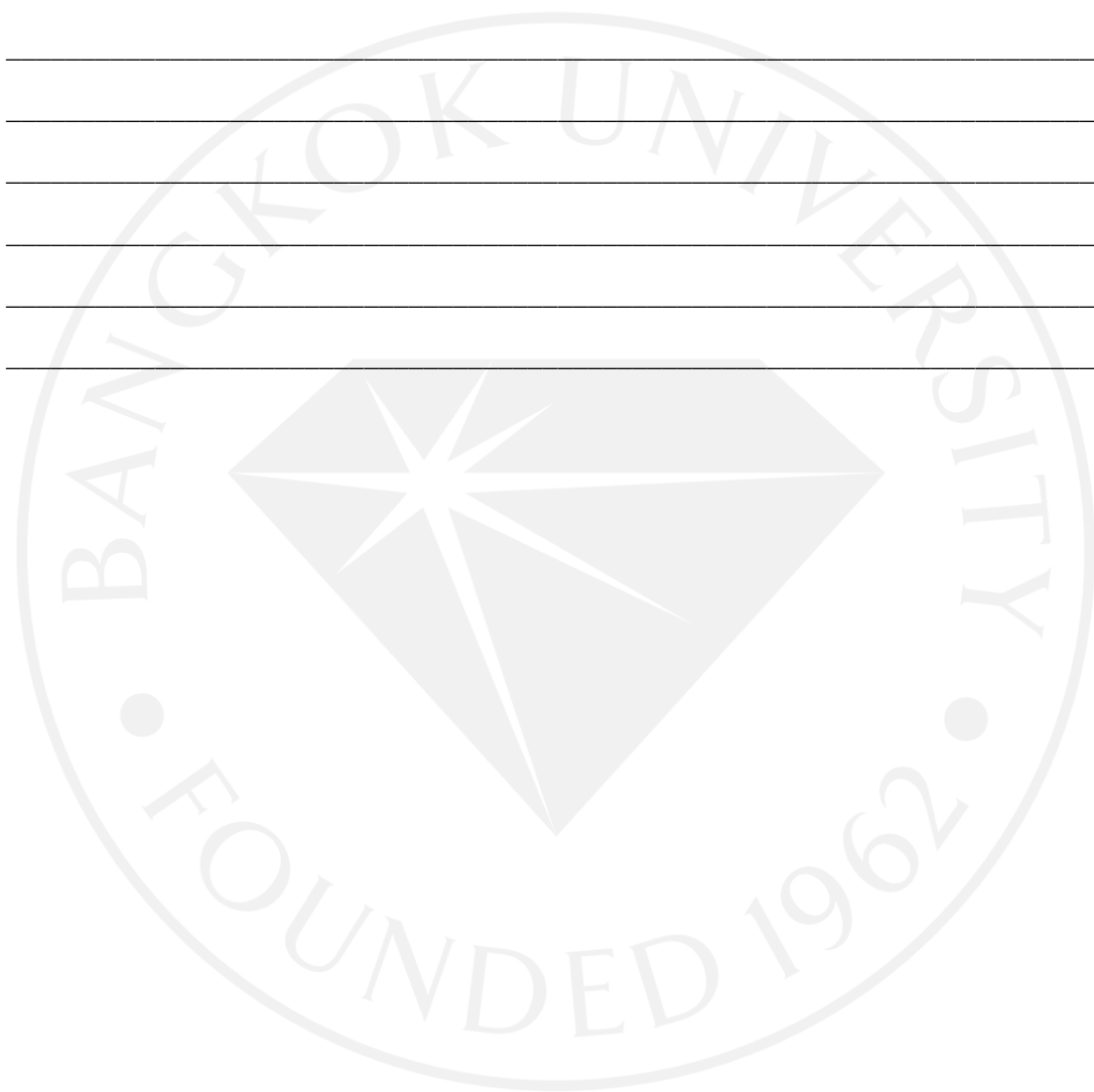
การใช้ประโยชน์จากรายการคุย ข่าวเช้าช่อง 8	ระดับการใช้ประโยชน์				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
การใช้ประโยชน์จากข่าวสารเพื่อรับทราบข่าวสาร ความรู้ ความเข้าใจในเหตุการณ์					
7. เนื้อหารายการสามารถนำไป ใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวัน					
8. การรับชมรายการทำให้ทราบ เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคม					
การใช้ประโยชน์จากข่าวสารเพื่อความน่าเชื่อถือ ความมั่นใจ และเพื่อให้สถานภาพเป็นที่ยอมรับ					
9. เพื่อสนับสนุนสิ่งที่คิดและทำ ว่าถูกต้อง					
10. เพื่อต้องการมีทางเลือกเป็น ของตัวเอง					
การใช้ประโยชน์จากข่าวสารเพื่อการมีส่วนร่วมกับสังคม ครอบครัว และสิ่งแวดล้อมที่ดำรงอยู่					
11. การรับชมรายการทำให้ได้ รับข้อมูลไปประกอบการถก ประเด็นความคิดเห็นในสังคมได้					
12. การรับชมรายการทำให้ได้ รับความเพลิดเพลินและผ่อนคลาย อารมณ์					

ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจที่มีต่อรายการคุษ่าวเข้าช่อง 8

ความพึงพอใจที่มีต่อรายการ คุษ่าวเข้าช่อง 8	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านเนื้อหารายการ					
13. ทันทเหตุการณ์ กำลังเป็นที่สนใจ					
14. มีการให้รายละเอียดในประเด็นที่ครบถ้วน					
15. มีการลงพื้นที่ไปยังแหล่งข้อมูล					
16. มีการจับประเด็นที่ชัดเจน กระชับ ตรงประเด็น					
17. มีความเป็นกลาง					
ด้านองค์ประกอบรายการ					
18. มีไตเติ้ลรายการที่เป็นเอกลักษณ์ จดจำได้					
19. มีการจัดรูปแบบการนำเสนอแบบเล่าข่าว					
20. มีการใช้เทคนิคประกอบการเล่าข่าว กราฟิก ภาพประกอบ					
21. ฉากประกอบที่เป็นโต๊ะข่าว					
22. โลโก้รายการ					
23. ช่วงเวลาในการออกอากาศ (6.00 น. - 9.00 น.)					
24. ความถี่ในการออกอากาศ (ออกอากาศทุกวัน)					
25. ระยะเวลาการออกอากาศ (3 ชั่วโมง)					

ความพึงพอใจที่มีต่อรายการ คุษข่าวเข้าช่อง 8	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านผู้ดำเนินรายการ : สถาพร ริยะปา (อู๋)					
26. มีบุคลิกน่าเชื่อถือ					
27. มีทักษะในการสื่อสารที่ดี					
28. มีเอกลักษณ์ในการนำเสนอ					
29. ความเป็นกันเองกับคนดู					
ด้านผู้ดำเนินรายการ : วิดา พิรรัฐกุล (หลี่แซ)					
30. มีบุคลิกน่าเชื่อถือ					
31. มีทักษะในการสื่อสารที่ดี					
32. มีเอกลักษณ์ในการนำเสนอ					
33. ความเป็นกันเองกับคนดู					
ด้านผู้ดำเนินรายการ : บุญญิตา งามศัพท์ศิลป์ (ก้อย)					
34. มีบุคลิกน่าเชื่อถือ					
35. มีทักษะในการสื่อสารที่ดี					
36. มีเอกลักษณ์ในการนำเสนอ					
37. ความเป็นกันเองกับคนดู					
ด้านผู้ดำเนินรายการ : ธีระ ัญญอนันต์ผล (โจ)					
38. มีบุคลิกน่าเชื่อถือ					
39. มีทักษะในการสื่อสารที่ดี					
40. มีเอกลักษณ์ในการนำเสนอ					
41. ความเป็นกันเองกับคนดู					

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะ



ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	วิยดา พีรรัฐกุล
วัน เดือน ปี เกิด	31 มีนาคม 2523
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
วุฒิการศึกษา	นิเทศศาสตรบัณฑิต สาขาวารสารศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
2544	
ประสบการณ์ในการทำงาน	นักแสดง พ็อคครัวหัวป่าก์ ITV (ก่อนเป็น ThaiPBS) ช่างสำราญกับสาวร้านชำ ITV บริษัททรูทรา (มหาชน) ITV ดอกไม้หลากสี ช่อง 5 พิธีกร ขอบอก ช่วงอัปเดตละครดัง ช่อง 5 เปิดบ้าน ออบ TATV (ช่องท่องเที่ยว) Thailand Report ITV ทั่วถิ่นแดนไทย ThaiPBS ตัวตนคนจริง ThaiPBS ต้นกล้าในป่าใหญ่ NBT (ช่อง11) รักษ์ชายเล NBT (ช่อง11) บอกเล่าชาวเกษตร NBT (ช่อง11) บางปะกง สายน้ำแห่งชีวิต ช่อง Nation ผู้ประกาศข่าว ข่าวเที่ยงวัยทีน ITV ตะวันทันข่าว ช่วงตะวันบันเทิง ช่อง Sun Channel (RS)
ตำแหน่งหน้าที่ในปัจจุบัน	ผู้ประกาศข่าว รายการคุยข่าวเช้ารุ่งอรุณ ช่อง 8 รายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 สะกิดข่าวรอบโลก ช่อง 8 เจ้าของธุรกิจส่วนตัว
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	15/261 หมู่บ้านโนเบิล เกเบิล วัชรพล ถนนเพิ่มสิน แขวงคลองถนน เขตสายไหม กทม 10220

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์

วันที่ 16 เดือน กันยายน พ.ศ. 2563

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว) วิดา พิธีรัฐกุล อยู่บ้านเลขที่ 15/261
หมู่บ้าน โนเบิล เกเบิล วัชรพล ถนน เพิ่มสิน ตำบล/แขวง คลองถนน
อำเภอ/เขต สายไหม จังหวัด กรุงเทพมหานคร รหัสไปรษณีย์ 10220
เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ รหัสประจำตัว 7620301205

ระดับปริญญา ตรี โท เอก

หลักสูตร นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา การสื่อสารเชิงกลยุทธ์ คณะ นิเทศศาสตร์

ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า “ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ” ฝ่ายหนึ่ง และ

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ตั้งอยู่เลขที่ 9/1 หมู่ 5 ถนนพหลโยธิน ตำบลคลองหนึ่ง อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี 12120 ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า “ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ” อีกฝ่ายหนึ่ง

ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ และ ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ ตกลงทำสัญญากันโดยมีข้อความดังต่อไปนี้

ข้อ 1. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิขอรับรองว่าเป็นผู้สร้างสรรค์และมีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในงานสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ หัวข้อ พฤติกรรมกรเปิดรับ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 ในเขตกรุงเทพมหานคร

ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ (ต่อไปนี้จะเรียกว่า “สารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์”)

ข้อ 2. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิตกลงยินยอมให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ ใช้สิทธิโดยปราศจากค่าตอบแทนและไม่มีกำหนดระยะเวลา ในการนำสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการทำซ้ำ ดัดแปลง เผยแพร่ต่อสาธารณชน ให้เช่าต้นฉบับหรือสำเนาอื่น ให้ประโยชน์ในสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ แก่ผู้อื่น อนุญาตให้ผู้อื่นใช้สิทธิโดยจะกำหนดเงื่อนไขอย่างหนึ่งอย่างใดหรือไม่ก็ได้ ไม่ว่าทั้งหมดหรือเพียงบางส่วน หรือการกระทำอื่นใดในลักษณะทำนองเดียวกัน

ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิมีวัตถุประสงค์ในการเก็บรวบรวม ใช้ หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ เพื่อให้เป็นไปตามข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์ ของผู้

อนุญาตให้ใช้สิทธิตลอดไป โดยข้าพเจ้าในฐานะผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ ตกลงยินยอมให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ ทำการจัดเก็บรวบรวม ใช้ หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลดังกล่าวของข้าพเจ้าได้

ข้อ 3. หากกรณีมีข้อขัดแย้งในปัญหาสิทธิในสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ระหว่างผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือระหว่างผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือมีเหตุขัดข้องอื่นๆ เกี่ยวกับลิขสิทธิ์ อันเป็นเหตุให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิไม่สามารถนำงานนั้นออกทำซ้ำ เผยแพร่ หรือโฆษณาได้ ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิยินยอมรับผิดชอบและชดใช้ค่าเสียหายแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิในความเสียหายต่างๆ ที่เกิดขึ้นแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิทั้งสิ้น

สัญญานี้ทำขึ้นสองฉบับ มีข้อความถูกต้องตรงกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความในสัญญานี้โดยตลอดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อไว้ต่อหน้าพยานเป็นสำคัญ และเก็บไว้ฝ่ายละฉบับ

ลงชื่อ _____ ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ
(**วิดา พีรรัฐกุล**)

ลงชื่อ _____ ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ
(**ดร.อภิญญา จุลพิสิฐ**)
ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดและพื้นที่การเรียนรู้

ลงชื่อ _____ พยาน
(**รองศาสตราจารย์ ดร.รัตนสุดา ปุณณะหิตานนท์**)
ผู้อำนวยการหลักสูตร/ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

ลงชื่อ _____ พยาน
(**อาจารย์วิรัตน์ รัตตากร**)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย