

พฤติกรรมของประชาชนต่อการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย  
ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี

อภิชาติ เปรมนาวิน

งานนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน

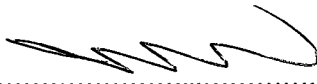
วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา

มิถุนายน 2558

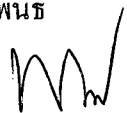
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยบูรพา

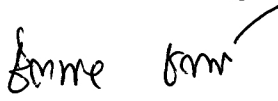
อาจารย์ผู้ควบคุมงานนิพนธ์ และคณะกรรมการสอบงานนิพนธ์ ได้พิจารณางานนิพนธ์  
ของ อภิชาติ เปรมาวิน ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยบูรพาได้

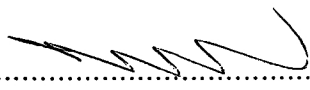
อาจารย์ผู้ควบคุมงานนิพนธ์

  
.....อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก  
(อาจารย์พรเทพ นามกร)

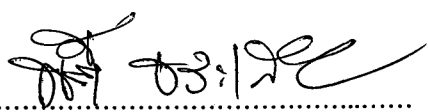
คณะกรรมการสอบงานนิพนธ์

  
.....ประธาน  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พงษ์เสฐียร เหลืองอลงกต)

  
.....กรรมการ  
(อาจารย์ชิตพล ชัยมะดัน)

  
.....กรรมการ  
(อาจารย์พรเทพ นามกร)

วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจอนุมัติให้รับงานนิพนธ์ฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
ตามหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยบูรพา

  
..... คณบดีวิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พจน์ชัย ธรรมเสนา)  
วันที่ 6 เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2558

## กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาวิจัยเรื่องพฤติกรรมของประชาชนต่อการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี สำเร็จลงได้ด้วยความกรุณาจากหลายท่านที่ได้อนุเคราะห์ให้ความช่วยเหลือเป็นอย่างดี โดยเฉพาะท่านอาจารย์พรเทพ นามกร ในฐานะที่ปรึกษางานนิพนธ์ ที่ได้ให้คำแนะนำในการคัดเลือกเรื่องที่ศึกษาและการตรวจทาน ตลอดจนให้คำแนะนำในการแก้ไข ชี้แนะแนวทางในการดำเนินงานวิจัย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พงษ์เสฐียร เหลืองอลงกต ผู้อำนวยการศูนย์การศึกษาจันทบุรี วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา วิทยาเขตจันทบุรี นางดวงมาลย์ ศรีกิจวิไลกุล ผู้อำนวยการสำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 และนางกลอยกมล ขวัญเรืองพันธ์ ผู้อำนวยการส่วนข่าวและรายการภูมิภาคสำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 ในฐานะผู้เชี่ยวชาญตรวจความเที่ยงของเครื่องมือ ส่งผลให้การศึกษาสำเร็จลุล่วงด้วยดี

การศึกษานี้จะสำเร็จลงไม่ได้ หากขาดความร่วมมือจากผู้ที่เปิดรับสื่อโทรทัศน์ของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี ทั้ง 11 ตำบล ที่ได้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมของประชาชนผู้รับชมสื่อโทรทัศน์ของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี และได้ข้อมูลที่ครบถ้วน เพื่อเป็นข้อมูลในการวิเคราะห์ พฤติกรรมของประชาชนต่อการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ เพื่อเป็นข้อมูลในการปรับปรุงการออกอากาศของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี

คุณความดีอันพึงมี คุณค่าและประโยชน์อันจะเกิดจากงานนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอขอบเป็นกตัญญูกตเวทิตาแด่ บุพการี บูรพาจารย์ และผู้มีพระคุณทุกท่าน ที่ประสิทธิประสาทวิชาความรู้ให้แก่ผู้ศึกษา ขอขอบคุณเพื่อน ๆ นิสิตหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน รุ่น 16 ศูนย์การศึกษาจันทบุรี ทั้งนี้ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณทุกท่านที่ได้เอ่ยนามและไม่ได้เอ่ยนาม ในที่นี้ ที่ได้ให้ความอนุเคราะห์ในการดำเนินงานวิจัยในครั้งนี้ ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณไว้ ณ ที่นี้เป็นอย่างยิ่ง

อภิชาติ เปรมาวิน

56930129: สาขาวิชา: การจัดการภาครัฐและภาคเอกชน; รป.ม. (การจัดการภาครัฐและภาคเอกชน)

คำสำคัญ: พฤติกรรม/ การเปิดรับสื่อโทรทัศน์/ สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย

อภิชาติ เปรุनावิน: พฤติกรรมของประชาชนต่อการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี (BEHAVIOR OF THE MEDIA EXPOSURE TO NATIONAL BROADCASTING SERVICES OF THAILAND IN MUEANG DISTRICT, CHANTHABURI PROVINCE). อาจารย์ผู้ควบคุมงานนิพนธ์: พรเทพ นามกร, รป.ม. 71 หน้า. ปี พ.ศ. 2558.

การศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมของประชาชนต่อการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา พฤติกรรมของประชาชนต่อการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี และเพื่อศึกษาความคิดเห็นของประชาชนต่อการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ที่เปิดรับสื่อโทรทัศน์ของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี ทั้ง 11 ตำบล ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีภูมิลำเนาอยู่ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี มีอายุ 31 ปี-40 ปี การศึกษาระดับอนุปริญญา-ระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ และมีรายได้ 20,001-30,000 บาท ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมของประชาชนต่อการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี ในภาพรวม พบว่า ระยะเวลาในการรับชมข่าวและรายการ โทรทัศน์ของทางสถานี คิดเป็นจำนวน 1-2 ชั่วโมง/ ต่อวัน ช่วงเวลาในการรับชมข่าวและรายการ โทรทัศน์ของทางสถานี ประชาชนรับชมช่วงหัวค่ำ 18.01 น.- 21.00 น. รายการที่รับชมรายการ โทรทัศน์ของทางสถานีรับชมรายการเกี่ยวกับข่าวและสถานการณ์ปัจจุบัน และความต้องการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย (ช่อง 11) ประชาชนมีความต้องการเพื่อรับรู้ข่าวสารเหตุการณ์ต่าง ๆ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของประชาชน พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง เมื่อพิจารณาในรายด้าน พบว่า ประชาชนมีความคิดเห็นในเรื่องข้อมูลข่าวสารจากสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยมีความทันสมัย ตรงกับเหตุการณ์ในปัจจุบัน เห็นด้วยอย่างยิ่ง เป็นอันดับแรก รองลงมาเรื่องข้อมูลข่าวสารจากสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยมีความรวดเร็ว ฉับไว เรื่องข้อมูลข่าวสารจากสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยมีความเป็นกลาง เรื่องข้อมูลข่าวสารจากสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยมีความถูกต้อง และสุดท้ายเรื่องข้อมูลข่าวสารจากสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย สามารถตอบสนองความพึงพอใจของท่านได้ เห็นด้วยอย่างยิ่ง ตามลำดับ

56930129 : MAJOR: PUBLIC AND PRIVATE MANAGEMENT; M.P.A.  
(PUBLIC AND PRIVATE MANAGEMENT)

KEYWORDS: BEHAVIOR MEDIA EXPOSURE/ NATIONAL BROADCASTING  
SERVICES OF THAILAND

APICHA PARUNAWIN: BEHAVIOR OF THE MEDIA EXPOSURE TO  
NATIONAL BROADCASTING SERVICES OF THAILAND IN MUEANG DISTRICT,  
CHANTHABURI PROVINCE. ADVISOR: PORNTHEP NAMAKORN, M.P.A. 71 P. 2015.

The research had objectives to study people's behavior of the media exposure to National Broadcasting Services of Thailand in Mueang District, Chanthaburi Province and to compare the opinions on the media exposure to National Broadcasting Services of Thailand in Mueang District, Chanthaburi Province. The population consisted of people who were exposed to National Broadcasting Services of Thailand in 11 sub-districts of Mueang District in Chanthaburi. They were 31-40 years old. They had vocational diploma or bachelor's degree. Most of the respondents were state enterprise employees and had 20,001-30,000 baht monthly income. From the analysis of the behavior of the media exposure to National Broadcasting Services in Mueang District, Chanthaburi Province, it was generally found that 1-2 hours a day was the period people spent watching TV programs. The time people watched TV programs was 18.01 – 21.00 p.m. The programs the people watched were news programs or programs about current situations. For the need of media exposure to National Broadcasting Services of Thailand (Channel 11), people needed to receive news and current situations. From the analysis of the opinions on news and current situations, people very strongly agreed that the news or current situations were up-to-date and authentic. This ranked the first. The next aspects people in Mueang District very strongly agreed were fast broadcast news and current situations and the neutral and accurate contents. Finally, the people strongly agreed that the information from National Broadcasting Services of Thailand could satisfy them.

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย .....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ .....	จ
สารบัญ .....	ฉ
สารบัญตาราง .....	ช
สารบัญภาพ .....	ฉ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา .....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย .....	3
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	4
ขอบเขตการวิจัย.....	4
นิยามศัพท์เฉพาะ .....	5
2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	6
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรม的开รับข่าวสาร .....	6
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติในการเปิดรับสื่อ .....	11
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคิดเห็น.....	16
ข้อมูลเบื้องต้นของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย.....	19
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	35
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	37
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง .....	37
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	39
การสร้างและการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย.....	39
การเก็บรวบรวมข้อมูล .....	40
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ .....	41
เกณฑ์การแปลผล.....	41

## สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 ผลการวิจัย .....	42
ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม .....	43
ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมของประชาชนต่อการเปิดรับสื่อ โทรทัศน์ของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี .....	45
ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของประชาชนต่อการเปิดรับสื่อ โทรทัศน์ของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี .....	50
5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ .....	52
สรุปผลการวิจัย .....	52
อภิปรายผล .....	54
ข้อเสนอแนะ .....	57
บรรณานุกรม .....	59
ภาคผนวก .....	65
ประวัติย่อของผู้วิจัย .....	71

## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1	ค่าความถี่และร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ..... 43
2	ค่าความถี่และร้อยละ ของพฤติกรรมของประชาชนต่อการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ของ สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี ในเรื่องการรับชมข่าวและรายการของสถานี ..... 45
3	ค่าความถี่และร้อยละ ของพฤติกรรมของประชาชนต่อการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ของ สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี ในเรื่องระยะเวลาในการรับชมข่าวและรายการของสถานี..... 46
4	ค่าความถี่และร้อยละ ของพฤติกรรมของประชาชนต่อการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ของ สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี ในเรื่องช่วงเวลาที่ได้รับชมข่าวและรายการของสถานี ..... 47
5	ค่าความถี่และร้อยละ ของพฤติกรรมของประชาชนต่อการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ของ สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี ในเรื่องรายการที่รับชมข่าวและรายการของสถานี..... 48
6	ค่าความถี่และร้อยละ ของพฤติกรรมของประชาชนต่อการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ของ สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี ในเรื่องความต้องการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ..... 49
7	จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นของประชาชน ต่อการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ในเขตพื้นที่ อำเภอเมืองจังหวัดจันทบุรี..... 50



## สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	3
2 เครื่องข่ายของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย.....	22
3 ผังองค์กรของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย .....	23

# บทที่ 1

## บทนำ

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันถือได้ว่าเป็นยุคข้อมูลข่าวสาร ประชาชนจำเป็นต้องรับรู้ข้อมูลข่าวสาร และเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคม ที่เป็นปัจจุบัน เพื่อนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อตนเอง และสังคม ทำให้ประชาชนมีความตื่นตัวในการรับรู้ข่าวสารมากขึ้น เพราะคนไทยส่วนใหญ่จะมีการอ่านหนังสือน้อย แต่จะชอบดูหรือชอบฟังมากกว่า คุณลักษณะของโทรทัศน์ที่นำเสนอได้ทั้ง ภาพและเสียง ทำให้เกิดความน่าเชื่อถือ ประชาชนจำนวนมากจะดูข่าวและรายการโทรทัศน์ เพราะเห็นว่าโทรทัศน์สามารถให้ข้อมูลที่มีอยู่รอบตัว และเข้าใจได้ง่ายทั้งการนำเสนอข่าวสารและความบันเทิง ข่าวสารจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ใช้ประกอบการตัดสินใจในกิจกรรมต่าง ๆ ของมนุษย์ ความต้องการข่าวสารจะเพิ่มมากขึ้น เพื่อใช้ข้อมูลในการตัดสินใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง นอกจากนี้ ข่าวสารเป็นสิ่งที่ทำให้ผู้เปิดรับ สามารถปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ของโลกปัจจุบัน ได้ดียิ่งขึ้น (จตุวัติ จิตประพันธ์, 2555)

ด้วยสังคมที่มีการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การรับรู้ข่าวสารจึงเป็นเรื่องที่จำเป็น โดยเฉพาะอย่างยิ่งรูปแบบการรับรู้ข่าวสารที่มีหลายวิธี และด้วยความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีสื่อต่าง ๆ มีการพัฒนามากขึ้น ส่งผลให้ประชาชนมีการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร ความรู้จากสื่อต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นหนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ และอินเทอร์เน็ตที่ให้ข่าวสาร ให้ความคิดเห็น หรือการชักจูง รวมไปถึงการให้ความรู้และบันเทิง สิ่งเหล่านี้จะส่งผลต่อความคิดและพฤติกรรมของผู้รับข่าวสาร องค์กรสื่อต่าง ๆ ที่ต้องการสื่อสารเพื่อถ่ายทอดความเคลื่อนไหวของสังคมโลกถึงประชาชน จึงจำเป็นต้องพัฒนาอยู่ตลอดเวลาเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคและการแข่งขันที่มีความรุนแรงมากขึ้น ส่งผลให้สื่อและวิธีการนำเสนอไปยังประชาชนหลายรูปแบบ ดังนั้นบุคคลจึงมีความคิดเห็นต่อการเลือกรับรู้ข่าวสารบางส่วนที่ตนสนใจ และมีประโยชน์เท่านั้น (จินตภา อัจฉริยากร, 2552) อย่างไรก็ตาม บุคคลจะไม่รับข่าวสารทุกอย่างที่ผ่าน มาสู่ตนทั้งหมด แต่จะเลือกรับรู้เพียงบางส่วนที่คิดว่ามีประโยชน์ต่อตน ดังนั้น ข่าวสารที่หลั่งไหลผ่านเข้ามาไปยังบุคคลจากช่องทางต่าง ๆ นั้น มักจะถูกคัดเลือกตลอดเวลา ข่าวสารที่น่าสนใจ มีประโยชน์และเหมาะสมตามความนึกคิดของผู้รับสาร จะเป็นข่าวสารที่ก่อให้เกิดความสำเร็จในการสื่อสาร (กิติมา สุรสนธิ, 2548)

การเปลี่ยนแปลงทางสื่อโทรทัศน์อย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะในปัจจุบันนี้มีการเปิดเสรีโทรทัศน์ดิจิทัลทำให้เกิดสภาพการแข่งขันแบบใหม่ จากเดิม ผู้ชมส่วนมากที่คุ้นชินการเสฟสื่อโทรทัศน์ผ่านระบบฟรีทีวี (6 ช่อง คือ 3-5-7-9-11-ไทยพีบีเอส) แต่กว่าสิบปีที่ผ่านมา อัตราการ “ย้ายไปชมโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม และเคเบิลทีวี” ก็มีสัดส่วนสูงขึ้นด้วย ปัจจุบันมีกว่า 400 ช่อง สถานี/รายการ ที่ออกอากาศในประเทศไทย ความน่าสนใจในรายการโทรทัศน์ยุคดิจิทัล จะเป็นสิ่งพิสูจน์ว่า “เนื้อหาเป็นส่วนที่สำคัญที่สุด” (Content is the king!) นั่นเป็นเพราะว่า ต้นทุนของการผลิตโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล จะลดลงถึงจุดที่ต่ำในระดับที่ผู้ประกอบการระดับกลาง (ทุนการผลิต 1-5 ล้านบาท) สามารถผลิตรายการดี ๆ ได้ โดยใช้อุปกรณ์ไม่มาก นอกจากนี้ โทรทัศน์ระบบดิจิทัล ยังไม่ได้พึ่งพิง “การเผื่อ เผื่อชมตามผังเวลาออกอากาศ” อีกต่อไป หรือที่เรียกว่า “Linear program” ซึ่งผู้คนที่ต้อง “ตามดูให้ทันตามเวลาการออกอากาศ” แต่พวกเขาสามารถกำหนดความสนใจของตนเองได้ตามใจชอบ การดูรายการนั้น ๆ จึงเป็นแบบ “ไม่ใช่เส้นตรงตามตารางเวลา” แต่เป็นตาม “ความสะดวกส่วนตัว” หรือที่เรียกว่า พฤติกรรมการรับชมแบบไม่ใช่เส้นตรงในขนาดการรับชมจะเป็นทั้ง 2 แบบได้พร้อม ๆ กัน คือ ชมตามผังเวลาของสถานี และตามความสะดวก และโทรทัศน์ก็ไม่ได้ถูกจำกัดเฉพาะค่ายใหญ่ ช่องใหญ่เช่นเดิมอีกต่อไป แต่เกิดบริษัท ลูกย่อย ๆ อีกมากมาย ที่จะเป็นช่องทางที่หลากหลายเพื่อระบายสินค้า ดารา คนดัง คนธรรมดาที่น่าสนใจ ก็จะกลายเป็น “ตัวนำพาเนื้อหา” นั้น ๆ ไปยังผู้ชมได้ไม่ยากการกำหนดเป้าหมายคนดูโทรทัศน์ในวันนี้และวันหน้า จะไม่ใช่การกำหนดเป้าหมายแบบเดิมอีกต่อไป ที่เน้นแบบ “มวลชน” (Mass) แต่จะกำหนดที่กลุ่มเป้าหมายแบบจำเพาะเจาะจงมากขึ้น เป็นกลุ่มตลาดแบบเล็กมากขึ้น (Niche) และมีใช้เฉพาะลักษณะทางประชากรศาสตร์แบบเดิม ๆ เช่น เพศ วัย รายได้ อายุ อาชีพ แต่ยังคงลึกถึง “ค่านิยม วิถีชีวิต ทัศนคติ ความคิด ความเชื่อ ชุดประสบการณ์ ความสนใจเฉพาะทาง ลักษณะทางวัฒนธรรม” ซึ่งเป็นตอบสนองและแม่นยำในการกำหนดฐานผู้ดู ผู้ชม ที่หวังผลแม่นยำ และนำไปสู่การวางแผนการเผยแพร่ตามช่องทางสื่อที่เหมาะสมได้มากกว่าเดิม (ASTV Manager, 2557)

สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยจังหวัดจันทบุรี สำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 หรือ สทท.จันทบุรี เป็นหน่วยงานในสังกัดสำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 กรมประชาสัมพันธ์ ทั้งนี้ก่อตั้งขึ้นตาม พระราชกฤษฎีกาแบ่งส่วนราชการกรมประชาสัมพันธ์เมื่อปี พ.ศ.2540 เริ่มแพร่ภาพออกอากาศ ที่ห้องส่ง สทท.จันทบุรี ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2547 เป็นต้นมา โดยดำเนินการประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อวิทยุโทรทัศน์ ในการพัฒนาประเทศเพื่อเผยแพร่ข่าวสารนโยบายของรัฐบาลรวมทั้งส่งเสริมการปกครองในระบอบประชาธิปไตย อันมีพระมหากษัตริย์เป็นประมุขและศิลปวัฒนธรรมอันดีงามของชาติ รับผิดชอบพื้นที่การออกอากาศครอบคลุม พื้นที่ภาคตะวันออก

มีจังหวัด ชลบุรี ระยอง จันทบุรี ตราด สระแก้ว ปราจีนบุรี นครนายก และสมุทรปราการ (สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยจังหวัดจันทบุรี, 2557)

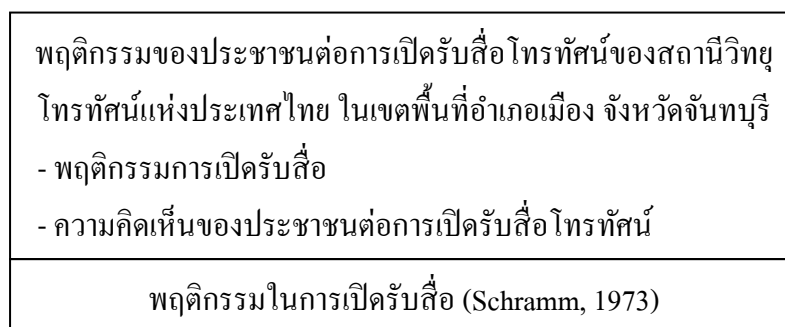
ผู้วิจัยซึ่งปฏิบัติหน้าที่นักสื่อสารมวลชนที่วิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยจังหวัดจันทบุรี สำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 เห็นว่าพฤติกรรมของประชาชนต่อการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อข้อมูลข่าวสารของสื่อมีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งในการพัฒนารูปแบบของการทำสื่อให้ตอบสนองความต้องการในยุคการสื่อสารที่เติบโตอย่างรวดเร็วในปัจจุบัน จึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงพฤติกรรมของประชาชนต่อการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย รวมทั้งทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อข้อมูลข่าวสารของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย เพื่อนำข้อมูลที่ได้มานั้นไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงการนำเสนอข่าวและรายการของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ให้มีการนำเสนอข่าวสารได้ตรงตามความต้องการและเข้าถึงได้อย่างแท้จริง

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของประชาชนต่อการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี
2. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของประชาชนต่อการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี

### กรอบแนวคิดในการวิจัย

กรอบแนวคิดในการศึกษาเรื่องพฤติกรรมของประชาชนต่อการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

## ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงพฤติกรรมของประชาชนต่อการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี
2. ทราบถึงความคิดเห็นของประชาชนต่อการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี
3. นำผลการศึกษาพฤติกรรมของประชาชนต่อการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี มาปรับปรุงเพื่อให้มีการนำเสนอข่าวสารได้ตรงตามความต้องการและเข้าถึงได้อย่างแท้จริง

## ขอบเขตการวิจัย

### ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้ มุ่งศึกษาถึงพฤติกรรมของประชาชนต่อการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี เนื้อหาที่เกี่ยวข้องจึงประกอบด้วย แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมและความคิดเห็นการเปิดรับสื่อ โดยมีตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย ดังนี้

พฤติกรรมของประชาชนต่อการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี (Schramm, 1973) ประกอบด้วย

1. พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ
2. ความคิดเห็นของประชาชนต่อการเปิดรับสื่อโทรทัศน์

### ขอบเขตด้านพื้นที่

การวิจัยครั้งนี้ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ที่เปิดรับสื่อโทรทัศน์ของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี ทั้ง 11 ตำบล ได้แก่ 1) ตำบลตลาด 2) ตำบลวัดใหม่ 3) ตำบลคลองนารายณ์ 4) ตำบลเกาะขวาง 5) ตำบลคมบาง 6) ตำบลท่าช้าง 7) ตำบลจันทนิมิต 8) ตำบลบางกะจะ 9) ตำบลแสง 10) ตำบลหนองบัว 11) ตำบลพลับพลา (ตำบล อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี, 2557)

### ขอบเขตด้านเวลา

พฤติกรรมของประชาชนต่อการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี โดยศึกษาตั้งแต่เดือนพฤษภาคม-ธันวาคม พ.ศ. 2557

## นิยามศัพท์เฉพาะ

เพื่อให้เกิดความเข้าใจความหมายของข้อความเฉพาะที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้ศึกษา จึงได้นิยามศัพท์เฉพาะ ดังนี้

ลักษณะทางประชากร หมายถึง เพศ ภูมิลำเนา อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ ของ ประชากรในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี

การเปิดรับสื่อ หมายถึง กระบวนการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนความบ่อยครั้งในการ เปิดรับ ระยะเวลา ช่วงเวลา และเนื้อหาในการเปิดรับข่าวสาร

พฤติกรรมในการเปิดรับชม หมายถึง พฤติกรรมในการเปิดรับชมข่าวและรายการได้แก่ ความถี่ในการเปิดรับชม (การติดตามรับชมรายการ) และลักษณะในการเปิดรับชม

ความคิดเห็น หมายถึง การแสดงออกที่เกิดจากความรู้สึก ความคิดเห็นต่อปัจจัยทาง ด้านการเปิดรับสื่อว่าเห็นด้วย หรือไม่เห็นด้วยต่อสิ่งต่าง ๆ ที่ถูกนำเสนอจากสื่อ

สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย หมายถึง เป็นสถานีหลักทางด้านการสื่อสาร นโยบายของรัฐบาล ข่าวสารความรู้ และการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ประชาชนมีโอกาสรับรู้ เกิดความรู้ความเข้าใจ เพื่อพัฒนาประเทศสู่สากล

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยครั้งนี้ มุ่งศึกษาพฤติกรรมของประชาชนต่อการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี โดยผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในประเด็นสำคัญ ดังนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร
  - 1.1 ความหมายของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร
  - 1.2 องค์ประกอบของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติในการเปิดรับสื่อ
  - 2.1 ความหมายของทัศนคติในการเปิดรับสื่อ
  - 2.2 องค์ประกอบของทัศนคติในการเปิดรับสื่อ
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคิดเห็น
  - 3.1 ความหมายของความคิดเห็นในการเปิดรับสื่อ
  - 3.2 องค์ประกอบของความคิดเห็นในการเปิดรับสื่อ
4. ข้อมูลเบื้องต้นของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร

##### ความหมายของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร

McCombs and Becker (1979) กล่าวว่าบุคคลจะเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน เพื่อตอบสนองความต้องการ 4 ประการ

1. เพื่อต้องการรู้เหตุการณ์ (Surveillance)
2. เพื่อต้องการช่วยตัดสินใจ (Decision) โดยเฉพาะการตัดสินใจในเรื่องที่เกี่ยวกับชีวิตประจำวัน การเปิดรับข่าวสารทำให้บุคคลสามารถกำหนดความคิดเห็นของตนต่อสภาวะหรือเหตุการณ์ต่าง ๆ ได้
3. เพื่อการพูดคุยสนทนา (Discussion) การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนทำให้บุคคลมีข้อมูลที่จะนำไปใช้ในการพูดคุยกับคนอื่นได้

4. เพื่อความต้องการมีส่วนร่วม (Participation) เพื่อรับรู้ และมีส่วนร่วมในเหตุการณ์ ความเป็นไปต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคม และรอบ ๆ ตัวซึ่งเป็นแรงผลักดันให้บุคคลเปิดรับข่าวสารต่าง ๆ

McCombs and Becker (1979) ได้ให้ความหมายของการเปิดรับข่าวสาร โดยจำแนกตามพฤติกรรมการเปิดรับ คือ

1. การแสวงหาข้อมูล (Information seeking) กล่าวคือ บุคคลจะแสวงหาข้อมูลเพื่อต้องการให้มีความคล้ายคลึงกับบุคคลอื่นในเรื่องใดเรื่องหนึ่งหรือเรื่องทั่วไป

2. การเปิดรับข้อมูล (Information receptivity) กล่าวคือ บุคคลจะเปิดรับสื่อเพื่อต้องการทราบข้อมูลที่ตนเองสนใจอยากรู้ เช่น เปิดดูสื่อโทรทัศน์เฉพาะรายการที่สนใจหรือมีผู้แนะนำมา หรือขณะอ่านหนังสือพิมพ์หรือดูสื่อโทรทัศน์ หากมีข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับตนเองก็จะให้ความเอาใจใส่ อ่านหรือดูเป็นพิเศษ

3. การเปิดรับประสบการณ์ (Experience receptivity) กล่าวคือ บุคคลจะเปิดรับข่าวสารเพราะต้องการทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือเพื่อผ่อนคลายอารมณ์จะเห็นได้ว่าเหตุผลในการที่มนุษย์เลือกสนใจหรือตั้งใจรับข่าวสารอย่างไรจากสื่อ นั้น นักวิชาการหลายท่านมีความเห็นสอดคล้องต้องกัน

วรพันธ์ สุริยกุล ณ อยุธยา (2548) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับการที่บุคคลมีลักษณะนิสัยและพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อแตกต่างกันออกไปว่ามีสาเหตุพื้นฐานที่สำคัญ คือ บุคคลมีความแตกต่างกันทั้งทางด้านสรีระ ภูมิหลัง และสภาพแวดล้อม ดังนี้

1. วัย วัยมีส่วนทำให้การรับข่าวสารแตกต่างกันไป ผู้ที่มีอายุมากมักจะชอบรับสารที่เป็นทางการมากกว่ารายการบันเทิง ในขณะที่วัยรุ่นจะชอบรายการประเภทนี้

2. เพศหญิง และชาย จะมีความสนใจที่แตกต่างกัน จะเห็นได้จากหญิงมักจะให้ความสนใจหรือเปิดรับสื่อที่เกี่ยวกับรายการแม่บ้าน ความงาม ขณะที่ชายจะนิยมข่าวสารการบ้านการเมือง หรือกีฬา

3. การศึกษา จากการศึกษาวิจัยพบว่า ผู้ที่มีการศึกษาดี้มักจะมีการใช้ประโยชน์จากสื่อต่าง ๆ ในการเพิ่มพูนความรู้ของตนให้มากขึ้น

4. ศาสนา ผู้ที่นับถือศาสนาแตกต่างกัน จะมีความสนใจในบางสิ่งบางอย่างแตกต่างกันไป ดังนั้นในการสื่อสารจึงต้องใช้ความระมัดระวังในเรื่องนี้

5. ที่อยู่อาศัย บุคคลที่อยู่ในท้องถิ่นที่แตกต่างกัน เช่น อยู่ในแต่ละภาค แต่ละประเทศย่อมมีความสนใจ ความเชื่อ และทัศนคติที่แตกต่างกันไป



6. เศรษฐกิจ ผู้ที่มีฐานะทางเศรษฐกิจที่ดี มักจะให้ความสนใจกับการอ่านหนังสือ นิตยสาร หรือรับสื่อต่าง ๆ โดยเฉพาะที่เกี่ยวกับเรื่องราวของการบ้านการเมือง สังคม เศรษฐกิจ และวิชาการ หรือสนใจที่จะรับสื่อที่มีความทันสมัย

7. ทักษะคิดหรือประสบการณ์เดิม บุคคลอาจมีความเชื่อและแนวคิดต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด แตกต่างกันไปตามพื้นฐานที่ตนเองมีอยู่

ธารารัตน์ แก้วพันธุ์ช่วง (2554) กล่าวว่า บุคคลที่เปิดรับข่าวสารมากยังมีหูตากว้างไกล มีความรู้ความเข้าใจในสภาพแวดล้อมและเป็นคนที่ทันสมัยต่อเหตุการณ์กว่าบุคคลที่เปิดรับข่าวสาร น้อย ข่าวสารจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ใช้ประกอบการตัดสินใจในกิจกรรมต่าง ๆ ของมนุษย์ ความต้องการข่าวสารจะเพิ่มมากขึ้นเมื่อบุคคลนั้นต้องการข้อมูลในการตัดสินใจหรือไม่แน่ใจในเรื่องใด เรื่องหนึ่ง นอกจากนั้นข่าวสารยังเป็นสิ่งที่ทำให้ผู้เปิดรับมีความทันสมัย สามารถปรับตัวให้เข้ากับ สถานการณ์ของโลกปัจจุบันได้ดียิ่งขึ้น โดยอาศัยรูปแบบทางการสื่อสารเป็นสิ่งสำคัญ เพราะการ สื่อสารการตลาดที่ดีต้องทำให้ผู้บริโภคมีการเปิดรับในระดับที่สูง เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดการรับรู้ใน ระดับที่สูงตามไปด้วย จึงจะทำให้การดำเนินธุรกิจสามารถก้าวเดินต่อไปได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน ต่อไป

ดวงฤทัย พงศ์ไพฑูรย์ (2544) บุคคลจะมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกัน คือ มีวัตถุประสงค์ในพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกัน และมีความต้องการในพฤติกรรมการ เปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกันนั้น แต่โดยทั่วไปแล้วบุคคลจะทำพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารอยู่ 3 ลักษณะ ดังนี้

1. พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน โดยผู้รับสารมีความคาดหวังจาก สื่อมวลชนว่า การบริโภคข่าวสารจากสื่อมวลชนจะช่วยตอบสนองความต้องการของเขาได้ ซึ่งจะ ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติหรือเปลี่ยนลักษณะนิสัย เปลี่ยนพฤติกรรมบางอย่างได้โดยการ เลือกรับบริโภคสื่อมวลชนนั้นจะขึ้นอยู่กับความต้องการ หรือแรงจูงใจของผู้รับสารเอง เพราะบุคคล แต่ละคนย่อมมีวัตถุประสงค์และความตั้งใจในการใช้ประโยชน์แตกต่างกันไป

2. พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล โดยสื่อบุคคล หมายถึง ตัวบุคคลผู้ที่นำ ข่าวสารจากบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่ง โดยอาศัยการติดต่อระหว่างบุคคล (Interpersonal communication) ที่จะมีปฏิกริยาโต้ตอบระหว่างกัน โรเจอร์สและชูเมกเกอร์ กล่าวว่าในกรณีนี้ ต้องการให้บุคคลใดเกิดการยอมรับสารนั้นควรที่จะใช้การสื่อสารระหว่างบุคคล โดยใช้สื่อบุคคล เป็นผู้เผยแพร่ข่าวสาร สื่อบุคคลนี้จะมีประโยชน์อย่างมากในกรณีที่ผู้ส่งสารหวังผลให้ผู้รับสารมี ความเข้าใจกระจ่างชัดเจนและตัดสินใจรับสารได้อย่างมั่นใจยิ่งขึ้น ซึ่งการสื่อสารระหว่างบุคคลนี้ สามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

2.1 การติดต่อโดยตรง (Direct contact) เป็นการเผยแพร่ข่าวสารเพื่อสร้างความเข้าใจหรือชักจูงโน้มน้าวใจกับประชาชนโดยตรง

2.2 การติดต่อโดยกลุ่ม (Group contact of community public) โดยกลุ่มจะมีอิทธิพลต่อบุคคลส่วนรวม ช่วยให้การสื่อสารของบุคคลบรรลุเป้าหมายได้ เพราะเมื่อกลุ่มมีความสนใจมุ่งไปในทิศทางใด บุคคลส่วนใหญ่ในกลุ่มก็จะมีคามสนใจในทางนั้นด้วย

3. พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจ โดยสื่อเฉพาะกิจ หมายถึง สื่อที่ถูกผลิตขึ้นมาโดยมีเนื้อหาสาระที่เฉพาะเจาะจงและมีจุดมุ่งหมายหลักอยู่ที่ผู้รับสารเฉพาะกลุ่มตัวอย่างของ สื่อเฉพาะกิจเช่น จุลสาร แผ่นพับ โปสเตอร์ วิทยุ ทีวี คู่มือ นิทรรศการ เป็นต้น ดังนั้น พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจนี้ ผู้รับสารจะได้รับข้อมูลข่าวสารหรือความรู้เฉพาะเรื่องใดเรื่องหนึ่งอย่างเฉพาะเจาะจง

สรุปได้ว่า การเปิดรับข่าวสารเป็นปัจจัยสำคัญในการนำมาประกอบการตัดสินใจของบุคคล ยิ่งบุคคลเกิดความไม่แน่ใจเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งมากเท่าใดบุคคลย่อม ต้องการเปิดรับข่าวสารมากขึ้นเท่านั้น โดยไม่จำกัดว่าจะทำการเปิดรับ ข่าวสารจากสื่อใด ไม่ว่าจะเป็นสื่อมวลชน สื่อบุคคล หรือสื่อเฉพาะกิจ แต่ทั้งนี้บุคคลจะทำการเปิดรับข่าวสารเฉพาะเรื่องที่ทำให้ความสนใจเท่านั้น เนื่องจากข่าวสารในปัจจุบันมีมากเกินไปที่ ผู้รับสารจะรับไว้ทั้งหมดได้ จึงทำให้เกิดกระบวนการเลือกรับข่าวสารขึ้น อย่างไรก็ตามบุคคล แต่ละคนก็จะมีเกณฑ์ในการเลือกรับข่าวสารที่แตกต่างกันตามลักษณะส่วนบุคคล สภาพแวดล้อมในสังคมนั้น ๆ และวัตถุประสงค์หรือความต้องการที่จะเปิดรับข่าวสารของแต่ละบุคคลที่แตกต่าง กันย่อมทำให้มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกันได้ด้วย

ชานันต์ รัตนโชติ (2552) พฤติกรรมการเปิดรับ Exposure คือการที่ผู้บริโภคเลือกที่จะรับเอาสิ่งเร้าเข้ามาโดยผ่านทางประสาทสัมผัสทั้ง 5 ซึ่งเป็นการเลือกรับสิ่งเร้าบางตัวเท่านั้น เห็นได้ว่า พฤติกรรมการเปิดรับเป็นขั้นตอนแรกสุดของกระบวนการรับรู้ (Perception) เมื่อผู้บริโภคมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อแล้ว ก็จะทำการสนใจในตัวสาร และต่อมามีการตีความหมายสารที่ได้รับ

ผู้รับสารจะใช้สื่ออะไรก็ตาม ผู้รับสารจะเลือกสรรและแสวงหาข่าวสารตามความต้องการหรือความคาดหวังที่แตกต่างกันไปในแต่ละคน ผู้รับสารจะมีกระบวนการในการเลือกสรรข่าวสาร (Selective process) โดยกระบวนการเลือกสรรข่าวสารจะเปรียบเสมือนเครื่องกรอง (filters) การรับรู้ข่าวสารของมนุษย์มี 3 ขั้นตอน ดังนี้

1. การเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจ (Selective exposure or selective attention) หมายถึง แนวโน้มที่ผู้รับสารจะเลือกสนใจหรือเปิดรับข่าวสารจากแหล่งหนึ่งแหล่งใดที่มีอยู่ด้วยกันหลาย

แหล่ง ทฤษฎีเกี่ยวกับการเลือกเปิดรับนี้ ได้มีการศึกษาวิจัยกันอย่างกว้างขวาง และพบว่า การเลือกเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่เกี่ยวข้องหลายประการ อาทิเช่น ทักษะคิดเดิมของผู้รับสาร คือ บุคคลมักจะแสวงหาข่าวสารเพื่อสนับสนุนทัศนคติเดิมที่มีอยู่ และหลีกเลี่ยงข่าวสารที่ขัดแย้งกับความรู้สึกนึกคิดเดิมของตนเอง ทั้งนี้เพราะการได้รับข่าวสารใหม่ที่ไม่ลงรอยหรือไม่สอดคล้องกับความรู้ความเข้าใจหรือทัศนคติเดิมที่มีอยู่แล้ว จะเกิดภาวะทางจิตใจที่ไม่สมดุลหรือมีความไม่สบายใจ ที่เรียกว่า “Cognitive dissonance” ดังนั้น การที่จะลดหรือหลีกเลี่ยงภาวะดังกล่าวได้ ก็ต้องแสวงหาข่าวสารหรือเลือกสรรเฉพาะข่าวสารที่ลงรอยกับความคิดเดิมของตน เมื่อบุคคลได้ตัดสินใจในเรื่องหนึ่งที่มีความได้เปรียบเสียเปรียบก้ำกึ่งกัน บุคคลย่อมมีแนวโน้มที่จะแสวงหาข่าวสารที่สนับสนุนการตัดสินใจนั้น ๆ มากกว่าที่จะแสวงหาข่าวสารที่ขัดกับสิ่งที่กระทำลงไป

นอกจากทัศนคติเดิมที่เป็นตัวกำหนดในการเลือกเปิดรับข่าวสารแล้ว ยังมีปัจจัยทางด้านสังคม จิตใจ และลักษณะส่วนบุคคลอีกมากมายหลายประการ ได้แก่ สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม (เช่น ระดับการศึกษา วัย อาชีพ รายได้ ฯลฯ) ความเชื่อ อุดมการณ์ ลัทธินิยม ศาสนา ประเพณีวัฒนธรรม ประสบการณ์ ฯลฯ ที่มีส่วนในการกำหนดการเลือกเปิดรับข่าวสารอีกด้วย

2. การเลือกรับรู้หรือตีความ (Selective perception or selective interpretation) เป็นกระบวนการกลั่นกรองในขั้นตอนต่อมา เมื่อบุคคลเปิดรับข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่งแล้วแต่ละคนอาจจะตีความหมายตามความเข้าใจของตัวเอง หรือตามทัศนคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง แรงจูงใจ สภาวะร่างกาย หรือสภาวะอารมณ์ขณะนั้น เป็นต้น

3. กระบวนการเลือกจดจำ (Selection retention) เป็นแนวโน้มในการเลือกจดจำข่าวสารเฉพาะส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทัศนคติของตนเองและมักจะลืมในส่วนที่ตนเองไม่สนใจหรือไม่เห็นด้วยได้ง่ายกว่า ดังนั้นการสื่อสารมวลชนอาจจะไม่ประสบผลสำเร็จตามเป้าหมาย แม้ว่าผู้รับสารจะได้รับสารนั้นครบถ้วน แต่ผู้รับสารอาจจะไม่สนใจจดจำสิ่งที่เราต้องการให้รู้ให้จดจำก็เป็นได้เสมอ

สรุปได้ว่า พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ ถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ใช้ประกอบการตัดสินใจในกิจกรรมต่าง ๆ ของมนุษย์ การศึกษาการเปิดรับสื่อของผู้รับสารมีความคาดหวังจากสื่อว่า การบริโภคข่าวสารจากสื่อ จะช่วยตอบสนองความต้องการของเขาได้ โดยที่การเลือกบริโภคสื่อมวลชนนั้นจะขึ้นอยู่กับความต้องการ หรือแรงจูงใจของผู้รับสารเอง เพราะบุคคลแต่ละคน ย่อมมีวัตถุประสงค์ และความตั้งใจในการใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชนด้วยเหตุผลที่แตกต่างกัน

### องค์ประกอบของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร

Schramm (1973) จากการศึกษาทบทวนเอกสารเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ทั้งในและต่างประเทศ Schramm ได้กล่าวถึงองค์ประกอบของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ดังนี้

1. ประสบการณ์ ประสบการณ์จะทำให้ผู้รับสารแสวงหาข่าวสารแตกต่างกัน
2. การประเมินประโยชน์ของข่าวสาร ผู้รับสารแสวงหาข่าวสารเพื่อสนองจุดประสงค์ของตนอย่างใดอย่างหนึ่ง
3. ภูมิหลังแตกต่างกัน ทำให้มีความสนใจแตกต่างกัน
4. การศึกษาและสภาพแวดล้อม ทำให้มีความแตกต่างกันในพฤติกรรม การเลือกรับสื่อ และเนื้อหาข่าวสาร
5. ความสามารถในการรับสารเกี่ยวกับสภาพร่างกายและจิตใจที่ทำให้พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารต่างกัน
6. บุคลิกภาพ ทำให้มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ การโน้มน้าวจิตใจ และพฤติกรรมของผู้รับสาร
7. อารมณ์ สภาพทางอารมณ์ของผู้รับสาร จะทำให้ผู้รับสารเข้าใจความหมายของข่าวสารหรืออาจจะเป็นอุปสรรคของความเข้าใจความหมายของข่าวสารก็ได้
8. ทัศนคติ จะเป็นตัวกำหนดท่าทีของการรับและตอบสนองต่อสิ่งเร้า หรือข่าวสารที่โต้ตอบซึ่ง Schramm ได้อธิบายว่า ข่าวสารที่เข้าถึงความสนใจของผู้รับสารจะมีแนวโน้มที่จะทำให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

สรุปได้ว่า การแสวงหาข่าวสารหรือการเลือกรับข่าวสารนั้นนอกจากเพื่อสนับสนุนทัศนคติ หรือความคิดและความเข้าใจที่มีอยู่เดิมแล้ว ยังเป็นการแสวงหาเพื่อการนำไปใช้ประโยชน์ในทางอื่น ๆ นอกจากนี้การที่บุคคลใดจะตัดสินใจแสวงหาข่าวสาร เพิกเฉยต่อข่าวสาร หรือหลีกเลี่ยงการเปิดรับข่าวสารนั้น ขึ้นอยู่กับการประเมินเปรียบเทียบถึงความพยายามที่จะใช้ และผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับในการที่จะรับรู้อخبارใด ๆ ด้วย

### แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติในการเปิดรับสื่อ

#### ความหมายของทัศนคติ

Munn (1971) กล่าวว่าทัศนคติ ความรู้สึก ความคิดเห็นที่บุคคลมีต่อสิ่งของ บุคคล สถานการณ์และข้อเสนอใด ๆ ในทางที่จะยอมรับหรือปฏิเสธซึ่งมีผลทำให้บุคคลพร้อมจะแสดงปฏิกิริยาตอบสนองด้วยพฤติกรรมอย่างเดียวกันเสมอ

Kerlinger and Pedhazur (1973) ได้ใช้คำนิยามของ “ทัศนคติ” จากมหาวิทยาลัยที่มีชื่อเสียง 3 แห่ง ซึ่งเป็นผู้นำการศึกษาด้าน “ทัศนคติ” ตามลำดับ สำหรับเป็นแนวทางในการศึกษาค้นคว้า

1. ทัศนคติ คือ การประเมินหรือปฏิกิริยาทางด้านอารมณ์ ความรู้สึก ฉะนั้นทัศนคติของบุคคลต่อวัตถุทางสังคม คือ ความรู้สึก “ชอบ” หรือ “ไม่ชอบ” ต่อสิ่งนั้น ๆ
2. ทัศนคติ คือ การเตรียมความพร้อมที่จะตอบสนองในทางหนึ่งทางใดต่อวัตถุทางสังคม ซึ่งได้แก่ “การเห็นด้วย” หรือ “การไม่เห็นด้วย”
3. ทัศนคติ คือ กลุ่มของความเข้าใจ ความรู้สึก และพฤติกรรมที่ประสมประสานกันต่อวัตถุทางสังคม ซึ่งรวมองค์ประกอบทางความรู้สึก อารมณ์และความนึกคิดเข้าด้วยกัน เป็นคำนิยามใช้กันมากที่สุด

Rokeach (1970) ให้คำนิยามว่าทัศนคติ หมายถึง เป็นการผสมผสานหรือการจัดระเบียบของความเชื่อถือต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด หรือสถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่ง ซึ่งผลรวมของความเชื่อนี้จะเป็นตัวที่กำหนดแนวโน้มของบุคคล ในการที่จะแสดงปฏิกิริยาเพื่อที่จะตอบสนองในลักษณะที่จะชอบหรือไม่ชอบ

Hilgard (1976) กล่าวว่า ทัศนคติ หมายถึง แนวโน้มและท่าทีที่มีต่อสิ่งหนึ่ง สถานการณ์หนึ่งหรือคำนิยามหนึ่ง โดยปกติจะมีความรู้สึกและอารมณ์ที่เกี่ยวข้องอยู่ในความเห็นนั้น ทัศนคติสังเกตไม่ได้ แต่อารมณ์จะอนุมานจากพฤติกรรมทั้งที่เป็นวาจา ท่าทาง

Schiffman and Kanuk (1987) กล่าวว่า ทัศนคติ หมายถึง ความโน้มเอียงที่เรียนรู้เพื่อให้มีพฤติกรรมที่สอดคล้องกับลักษณะที่พึงพอใจหรือไม่พึงพอใจที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรืออาจหมายถึง การแสดงความรู้สึกภายในที่สะท้อนว่าบุคคลมีความโน้มเอียง

พวงรัตน์ ทวีรัตน์ (2543) ได้ให้ความหมายของ ทัศนคติ (Attitude) หมายถึง ความรู้สึกของบุคคลต่าง ๆ อันเป็นผลสืบเนื่องจากการเรียนรู้ ประสบการณ์ และเป็นตัวกระตุ้นให้บุคคลแสดงพฤติกรรมต่อสิ่งต่าง ๆ ไปในทิศทางใดทิศทางหนึ่ง ซึ่งอาจเป็นไปในทางสนับสนุนหรือต่อต้านก็ได้

ฐาปะนะ วงษ์สาธิตศาสตร์ (2551) ให้ความหมายของ ทัศนคติ คือ ระบบการประเมินอย่างเหนียวแน่นในเชิงบวกหรือลบต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่ง เป็นความรู้สึกดีใจ โกรธ รัก และเกลียด ซึ่งจะแสดงออกในรูปของการกระทำต่อปรากฏการณ์ต่าง ๆ ในสังคม รวมทั้งการให้การสนับสนุนหรือโต้แย้ง

ชัยณรงค์ ผลสวัสดิ์ (2552) ให้ความหมายของทัศนคติไว้ คือ ทัศนคติเป็นผลรวมทั้งหมดของมนุษย์เกี่ยวกับความรู้สึก อคติ ความคิดเห็น ความกลัวต่อบางสิ่งบางอย่าง การแสดงออก

ทางด้านารพุดก็เ็นความคิดและความคิดนี้เป็นลักษณะทัศนคติ ดังนั้นถ้าเราอยากจะวัดทัศนคติเราก็สามารถวัดได้ โดยวัดจากความคิดของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ ทัศนคติเป็นระดับของความมากน้อยของความรู้สึกในด้านบวกและด้านลบที่มีต่อสิ่งหนึ่ง ซึ่งอาจจะเป็นอะไรก็ได้ในหลายอย่าง เป็นต้นว่า สิ่งของ บุคคล บทความ องค์การ ความคิด ความรู้สึกเหล่านี้ผู้รู้สามารถบอกความแตกต่างว่าเห็นด้วย หรือไม่เห็นด้วย

อิทธิ เทศภักดี (2552) กล่าวว่า ทัศนคติ หมายถึง ความโน้มเอียงของการปฏิบัติและอารมณ์ของบุคคลที่ประเมินค่าบางสิ่งบางอย่างว่าพอใจหรือไม่พอใจ สิ่งนั้นอาจเป็นวัตถุบางสิ่งหรือแนวคิดก็ได้ พพอใจหรือไม่พอใจต่อบางสิ่ง เช่น ตราสินค้า บริการ เนื่องจากเป็นผลของกระบวนการทางจิตวิทยา ทัศนคติไม่สามารถสังเกตเห็นได้โดยตรง แต่ต้องแสดงว่าบุคคลกล่าวถึงอะไรหรือทำอะไร

นภภรณ์ แก้วพรหม (2552) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ทัศนคติเป็นความคิดที่มีความรู้สึกแฝงอยู่ ซึ่งจะกระตุ้นให้เกิดการกระทำต่อสิ่งหนึ่งในสถานการณ์ทางสังคมนั้น มมองประกอบ คือ ความรู้ หรือความคิด ความรู้สึก และความพร้อมที่จะกระทำอันเป็นผลเนื่องมาจากความคิดและความรู้สึกซึ่งจะแสดงออกมาในรูปของการยอมรับหรือปฏิเสธ

สุชัยวัฒน์ โชติพันธ์ (2552) ได้ให้ความหมายของทัศนคติว่า เป็นกระบวนการที่เริ่มจากความคิด ความรู้สึก และทำให้เกิดการตอบสนองต่อสิ่งเร้า ซึ่งอาจเป็นบุคคล สิ่งของ สถาบันสถานการณ์ หรือแนวความคิด การตอบสนองนี้แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ แนวโน้มที่จะชอบ หรือพอใจ เรียกว่า ทัศนคติทางบวก และแนวโน้มที่จะไม่ชอบหรือไม่พอใจ เรียกว่า ทัศนคติทางลบ

สรุปได้ว่า ทัศนคติ เป็นความสัมพันธ์ที่คาบเกี่ยวกันระหว่างความรู้สึก และความเชื่อหรือการรู้ของบุคคล กับแนวโน้มที่จะมีพฤติกรรมโต้ตอบในทางใดทางหนึ่งต่อเป้าหมายของทัศนคติ นั้น โดยสรุปทัศนคติในงานที่นี้เป็นเรื่องของจิตใจ ท่าที ความรู้สึกนึกคิด และความโน้มเอียงของบุคคลที่มีต่อข้อมูลข่าวสาร และการเปิดรับข้อมูลข่าวสารซึ่งเป็นไปได้ทั้งเชิงบวก และเชิงลบ ทัศนคติมีผลให้มีการแสดงพฤติกรรมออกมาจะเห็นได้ว่าทัศนคติประกอบด้วย ความคิดที่มีผลต่ออารมณ์ และความรู้สึกนั้นออกมาโดยทางพฤติกรรมแนวโน้มเรื่องที่จะแสดงออกมากว่าชอบหรือไม่ชอบต่อสิ่งต่าง ๆ เช่น ขนบธรรมเนียม ประเพณี เชื้อชาติ และสถาบันต่าง ๆ เป็นต้น

#### องค์ประกอบของทัศนคติในการเปิดรับสื่อ

อลิศรา เกิดธรรม (2549) กล่าวถึงองค์ประกอบของทัศนคติ 3 ประการคือ

1. องค์ประกอบด้านความรู้ (Cognitive component) คือ ส่วนที่ประกอบเป็นความเชื่อของบุคคลที่เกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ ทั่วไป ทั้งที่ชอบและไม่ชอบ หากบุคคลมีความรู้ หรือความคิดว่าสิ่งใดดี มักจะมีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งนั้น แต่หากรู้มาก่อนว่าสิ่งใดไม่ดี ก็จะมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อสิ่งนั้น

2. องค์ประกอบด้านความรู้สึก (Affective component) คือ ส่วนที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์ที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ ซึ่งมีผลแตกต่างกันไปตามบุคลิกภาพของคนนั้น เป็นลักษณะที่เป็นค่านิยมของแต่ละคน

3. องค์ประกอบด้านพฤติกรรม (Behavior component) คือ การแสดงออกของบุคคลต่อสิ่งหนึ่งหรือบุคคลหนึ่ง ซึ่งเป็นผลมาจากองค์ประกอบด้านความรู้ ความคิด และความรู้สึกจะเห็นได้ว่าการที่บุคคลมีทัศนคติต่อสิ่งใด ๆ ต่างกัน ก็เนื่องมาจากบุคคลมีความเข้าใจ มีความรู้สึกหรือมีแนวคิดที่แตกต่างกันนั่นเอง

### แหล่งของทัศนคติ

ธีราพร ใจหนัก (2548) ได้อธิบายถึงแหล่งของทัศนคติไว้ในแต่ละด้าน ดังนี้

1. แหล่งที่ทำให้เกิดทัศนคติมีมากมาย ในที่นี้จะกล่าวเฉพาะที่สำคัญได้แก่

1.1 ประสบการณ์เฉพาะอย่าง (Specific experience) วิธีการหนึ่งที่เราเรียนรู้ทัศนคติคือ จากการมีประสบการณ์เฉพาะอย่างกับสิ่งที่เกี่ยวข้องกับทัศนคตินั้น ตัวอย่างเช่น ถ้าเรามีประสบการณ์ที่ดีในการติดต่อกับบุคคลหนึ่ง เราจะมีความรู้สึกชอบบุคคลนั้น แต่ในทางตรงกันข้ามถ้ามีประสบการณ์ที่ไม่ดี เช่น ได้รับการลงโทษ หรือภาวะคับข้องใจ (Frustration) อยู่บ่อย ๆ จากการได้พบปะหรือติดต่อกับบุคคลนั้น เราก็มักจะมีแนวโน้มที่ไม่ชอบบุคคลนั้นได้เป็นต้น

1.2 การติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่น (Communication from others) ทัศนคติหลายอย่างของบุคคลเกิดขึ้นจากผลของการได้ติดต่อกับบุคคลอื่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งจากการเรียนรู้อย่างไม่เป็นทางการที่เด็กได้รับในครอบครัว เช่นเดียวกันในสิ่งแวดล้อมของโรงเรียน ครูจะเป็นบุคคลที่เด็กยกย่อง เคารพและเชื่อฟัง คำบอกเล่าของครูก็จะมีอิทธิพลต่อความเชื่อและทัศนคติของเด็กได้ การยอมรับความเชื่อ หรือการเกิดทัศนคติในวัยเด็กนี้ส่วนมากมักจะเกิดขึ้นโดยปราศจากเหตุผล และเมื่อเด็กโตขึ้น ความคิดเห็นก็เปลี่ยนไปในบางอย่าง ดังนั้นเด็กอาจจะเกิดความไม่สบายใจก็ได้

1.3 สิ่งที่เป็นแบบอย่าง (Models) ทัศนคติบางอย่างของเราถูกสร้างขึ้นจากการเลียนแบบจากคนอื่น บุคคลจะมองเห็นว่าบุคคลอื่นมีการปฏิบัติอย่างไร ขั้นตอนต่อไปบุคคลนั้นจะแปลความหมายของการปฏิบัตินั้น ในรูปของความเชื่อทัศนคติ ซึ่งมาจากการปฏิบัติของเขา ถ้าบุคคลนั้นให้ความเคารพนับถือ ยกย่องบุคคลที่แสดงปฏิกริยานั้นอยู่แล้ว บุคคลนั้นจะยอมรับความรู้สึกความเชื่อที่เขาคิดว่าบุคคลที่แสดงปฏิกริยานั้น ๆ มี

1.4 องค์ประกอบที่เกี่ยวกับสถาบัน (Institutional factors) ทัศนคติของบุคคลหลายอย่างเกิดขึ้นสืบเนื่องมาจากสถาบัน เช่น โรงเรียน สถานที่ประกอบพิธีทางศาสนา หน่วยงานต่าง ๆ เป็นต้น สถาบันเหล่านี้จะเป็นทั้งแหล่งที่มา และสิ่งที่ช่วยสนับสนุนให้เกิดทัศนคติบางอย่างได้

สรุปได้ว่า แหล่งของทัศนคติเมื่อพิจารณาแหล่งที่มาของทัศนคติแล้ว จะเห็นว่ องค์ประกอบสำคัญที่เชื่อมโยงให้บุคคลเกิดทัศนคติต่อสิ่งต่าง ๆ ก็คือ การสื่อสาร ทั้งนี้เพราะ ไม่ว่า ทัศนคติ จะเกิดจากประสบการณ์เฉพาะอย่าง การสื่อสารกับผู้อื่น สิ่งที่เป็นแบบอย่าง หรือ ความเกี่ยวข้องกับสถาบัน ก็มักจะมี การสื่อสาร แทรกอยู่เสมอ กล่าวได้ว่า การสื่อสาร เป็นกิจกรรม ที่สำคัญอย่างมาก ที่มีผลทำให้บุคคลเกิดทัศนคติต่อสิ่งต่าง ๆ

### การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ

อนุพงษ์ พูลพร (2552) ได้อธิบายถึงการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ในด้านที่เกี่ยวข้อง กับการบวนการของการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น เขาเชื่อว่าทัศนคติอย่างเดียวกัน อาจเกิดขึ้นในตัว บุคคลสองคนด้วยกระบวนการหรือวิธีการที่แตกต่างกัน ดังนั้น กระบวนการที่จะทำให้เกิดการ เปลี่ยนแปลงทัศนคติได้ดีที่สุดนั้นอาจจะไม่เหมือนกัน และมีกระบวนการเกิดทัศนคติหรือ เปลี่ยนแปลงทัศนคติไว้ 3 อย่าง คือ

1. การยินยอม (Compliance) การยินยอมเกิดได้เมื่อบุคคลยอมรับสิ่งที่มีอิทธิพลต่อตัว เขา และเพื่อมุ่งหวังที่จะให้เกิดความพึงพอใจจากบุคคลหรือที่มีอิทธิพลนั้น การที่เขาทำตามสิ่ง ที่อยากให้เขาทำนั้น ไม่ใช่เพราะเขาเชื่อหรือเห็นด้วยกับสิ่งนั้น แต่เป็นเพราะเขาคาดหวังไว้ว่า เขาจะ ได้รับรางวัลหรือการยอมรับจากคนอื่น ในการเห็นด้วยและทำตาม ความพึงพอใจที่ได้จากการยอม ทำตามนั้น เป็นผลมาจากอิทธิพลของสังคมหรืออิทธิพลของสิ่งที่ก่อให้เกิดการยอมรับนั้น

2. การเลียนแบบ (Identification) การเลียนแบบเป็นภาวะการณ์ที่เกิดขึ้นเมื่อบุคคลยอมรับ สิ่งเร้าหรือสิ่งกระตุ้น ซึ่งการยอมรับนี้เป็นผลมาจากการที่เขาต้องการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีที่ พึงพอใจระหว่างตัวเขากับบุคคล หรือกลุ่มคนอื่น ความสัมพันธ์นี้อาจออกมาในรูปการรับเอา บทบาททั้งหมดของบุคคล หรือกลุ่มบุคคลที่มาเป็นของตน หรือแลกเปลี่ยนบทบาทซึ่งกันและกัน

3. การเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากความต้องการที่อยากจะเปลี่ยน (Internalization) กระบวนการเปลี่ยนแปลงทัศนคติแบบนี้จะเกิดขึ้นต่อเมื่อบุคคลนั้นยอมรับสิ่งที่มีอิทธิพล เหนือกว่า อันสืบเนื่องมาจากสิ่งนั้นตรงกับความต้องการภายในของบุคคลนั้น ตรงกับค่านิยม ของเขา ตรงกับความต้องการของเขา พฤติกรรมที่เปลี่ยนไปโดยกระบวนการนี้จะสอดคล้องกับ ค่านิยมที่เขามีอยู่เดิม ความพึงพอใจที่บุคคลได้จากการเปลี่ยนแปลง โดยวิธีนี้จะขึ้นอยู่กับเนื้อหา รายละเอียดของพฤติกรรมนั้น ๆ

### ประโยชน์ของทัศนคติ

พิกุล ประพรม (2550) ได้สรุปประโยชน์ของทัศนคติไว้ 4 ประการ คือ

1. ช่วยให้เราเตรียมพร้อมที่จะกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือหลายสิ่งให้สำเร็จลงด้วยดี
2. ช่วยเสริมสร้างบุคลิกภาพเพราะทัศนคติเป็นส่วนหนึ่งของบุคลิกภาพ



3. ช่วยให้รู้ล่วงหน้าว่าผลที่ได้เป็นอย่างไร ถ้าบุคคลมีทัศนคติอย่างนั้นแล้วอะไรจะเกิดขึ้น

4. ช่วยให้สามารถหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่พึงปรารถนา และสามารถหาสิ่งอื่นมาทดแทนได้

## แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคิดเห็น

### ความหมายของความคิดเห็น

ความคิดเห็น ได้มีนักวิชาการให้ความหมายของความคิดเห็นไว้หลากหลาย ดังนี้

Kolesnik (1970) ความคิดเห็นเป็นการแปลความหมาย (Interpretation) หรือการลงความเห็นที่เกิดจากข้อเท็จจริง ซึ่งแต่ละบุคคลคิดว่าถูกต้อง แต่คนอื่น ๆ อาจไม่เห็นด้วยก็ได้ทุกคน ความคิดเห็นที่ไม่ลึกซึ้ง และความคิดเห็นเฉพาะอย่างมีอยู่ในเวลาอันสั้น เรียกว่า Opinion เป็นความคิดเห็นประเภทหนึ่งที่ไม่ตั้งอยู่บนรากฐานของพยานหลักฐานที่พอแก่การพิสูจน์ มีความรู้แห่งอารมณ์น้อยและเกิดขึ้นอย่างง่ายแต่สลายตัวเร็ว

Best (1977) ได้สรุปความหมายของความคิดเห็นไว้ว่า เป็นการแปลความหมาย (Interpretation) หรือการลงความเห็นที่เกิดจาก ข้อเท็จจริงซึ่งแต่ละบุคคลคิดว่าถูกต้องแต่คนอื่น ๆ อาจไม่เห็นด้วยทุกคนก็ได้ ความเห็นที่ไม่ลึกซึ้งและเป็นความคิดเห็นเฉพาะอย่างและมีอยู่เป็นเวลาอันสั้นเรียกว่า ความคิดเห็น (Opinion) เป็นความคิดเห็นประเภท หนึ่งที่ไม่ตั้งอยู่บนรากฐานของพยานหลักฐาน ที่ไม่พอแก่การพิสูจน์ มีความรู้แห่งอารมณ์น้อย เกิดขึ้นได้อย่างง่ายแต่สลายตัวเร็ว

Issak (1981) ให้ความหมายความคิดเห็นว่าเป็นการแสดงออกทางคำพูดหรือคำตอบที่บุคคลได้แสดงออกต่อสถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่ง โดยเฉพาะจากคำถามที่ได้รับทั่วไป โดยปกติแล้วความคิดเห็นแตกต่างจากเจตคติ คือ ความคิดเห็นเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่ง โดยเฉพาะขณะที่เจตคติจะเป็นเรื่องทั่ว ๆ ไป มีความหมายกว้างกว่า

Webster (1999) ได้ให้คำนิยามไว้ว่า ความคิดเห็นว่าเป็นการแสดงออกของการตัดสินใจ หรือการลงความเห็นเกี่ยวกับบุคคลใดหรือสิ่งใด เป็นการประเมินสถานการณ์หรือประเมินค่าตามความเชื่อหรือความรู้สึก โดยความเชื่อนั้นมีน้ำหนักมากกว่าความประทับใจแต่น้อยกว่าความรู้สึกอันแท้จริง

Good (2006) ให้คำจำกัดความว่า ความคิดเห็น หมายถึง ความเชื่อการตัดสินใจ ความรู้สึกประทับใจ ที่ไม่ได้มาจากการพิสูจน์หรือชั่งน้ำหนักความถูกต้องหรือไม่

นวลจันทร์ ทัศนชัยกุล (2547) กล่าวว่า ความคิดเห็นหมายถึง การแสดงออกของแต่ละบุคคลที่มีต่อบุคคล สิ่งของ หรือเหตุการณ์สถานการณ์ใดในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง โดยมีพื้นฐานมาจากประสบการณ์ สภาพแวดล้อม ทัศนคติ ความรู้ ความเชื่อของแต่ละคน ซึ่งอาจเป็นการแสดงออก

ในพฤติกรรมหรือความคิดในทางบวกหรือทางลบ หรือในทางความคิดเห็นทั้งเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วยก็ได้

สุพินดา วงษ์บุรี (2547) กล่าวว่า ความคิดเห็นเป็นการแสดงออกโดยการพูดหรือเขียนเกี่ยวกับทัศนคติหรือความเชื่อหรือค่านิยมของบุคคลความคิดเห็นไม่เหมือน ทัศนคติตรงที่ไม่จำเป็นต้องแสดงความรู้สึก อารมณ์หรือการแสดงพฤติกรรมที่จะตอบสนองต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เป็นคำพูดพร้อมเหตุผลที่บุคคลคิดขึ้นมา และถ้าไม่มีคนเห็นด้วยก็อาจเปลี่ยนคำพูดดังกล่าวได้ ดังนั้นบุคคลที่มีทัศนคติหรือความเชื่อหรือค่านิยมอย่างใดอย่างหนึ่ง แต่ถ้าไม่แสดงความคิดเห็นออกมา ก็จะไม่มีการโต้เถียงกันเลยว่าบุคคลนั้นมีทัศนคติความเชื่อหรือค่านิยมเช่นใด

สรุปได้ว่า ความคิดเห็นเป็นการแสดงออกถึงความรู้สึก ทัศนคติ ความเชื่อ และค่านิยมของแต่ละบุคคลที่มีต่อบุคคล สิ่งของ เรื่องราว หรือสถานการณ์ต่าง ๆ ที่ประสบในสังคม โดยมีพื้นฐานมาจากภูมิหลังทางสังคม ความรู้ ประสบการณ์ และสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ของบุคคลนั้น ๆ โดยไม่มีกฎเกณฑ์ตายตัว

ดวงอุมา โสภา (2551) ความคิดเห็นจำแนกเป็น 2 ประการ และกล่าวถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคิดเห็นไว้ 2 ลักษณะด้วยกัน คือ

1. ความคิดเห็นเชิงบวกสุด-เชิงลบสุด (Extreme opinion) เป็นความคิดเห็นที่เกิดจากการเรียนรู้ และประสบการณ์ ซึ่งสามารถทราบทิศทางได้ ทิศทางบวกสุด ได้แก่ ความรักจนหลงทิศทางลบสุด ได้แก่ ความรังเกียจ ความคิดเห็นนี้รุนแรงเปลี่ยนแปลงยาก

2. ความคิดเห็นจากความรู้อย่างเข้าใจ (Cognitive contents) การมีความคิดเห็นต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งขึ้นอยู่กับความรู้ความเข้าใจที่มีต่อสิ่งนั้น เช่น ความรู้ความเข้าใจในทางที่ดี ชอบ ยอมรับ เห็นด้วย ความรู้สึกความเข้าใจในทางที่ไม่ดี ได้แก่ ไม่ชอบ ไม่ยอมรับ ไม่เห็นด้วย ปัจจัยพื้นฐานที่มีอิทธิพลต่อความคิดเห็นของบุคคลซึ่งทำให้บุคคลแต่ละคนแสดงความคิดเห็นที่เหมือนกัน หรือแตกต่างกันไว้ ดังนี้

#### **ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่**

1. ปัจจัยทางพันธุกรรมและร่างกาย คือ เพศ อวัยวะ ความครบถ้วนสมบูรณ์ของอวัยวะต่าง ๆ คุณภาพของสมอง

2. ระดับการศึกษา การศึกษามีอิทธิพลต่อการแสดงออกซึ่งความคิดเห็น และการศึกษาทำให้บุคคลที่มีความรู้ในเรื่องต่าง ๆ มากขึ้น และคนที่มีความรู้มากมักจะมีความคิดเห็นในเรื่องต่าง ๆ อย่างมีเหตุผล

3. ความเชื่อ ค่านิยม และเจตคติของบุคคลต่อเรื่องต่าง ๆ ซึ่งอาจจะได้จากการเรียนรู้จากกลุ่มบุคคลในสังคม หรือจากการอบรมสั่งสอนของครอบครัว

4. ประสบการณ์ เป็นสิ่งที่ก่อให้เกิดการเรียนรู้ ทำให้มีความรู้ ความเข้าใจในหน้าที่ และ ความรับผิดชอบต่องาน ซึ่งจะส่งผลต่อความคิดเห็น

#### ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม ได้แก่

1. สื่อมวลชน ได้แก่ วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ฯลฯ สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้มีอิทธิพลอย่างมากต่อความคิดเห็นของบุคคล เป็นการได้รับข่าวสาร ข้อมูลต่าง ๆ ของแต่ละบุคคล
2. กลุ่มและสังคมที่เกี่ยวข้อง มีอิทธิพลต่อความคิดเห็นของบุคคล เพราะเมื่อบุคคลอยู่ในกลุ่มใดหรือสังคมใด ก็ต้องยอมรับและปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ของกลุ่มหรือสังคม ซึ่งทำให้บุคคลนั้นมีความเห็นไปตามกลุ่มหรือสังคมที่อยู่
3. ข้อเท็จจริงในเรื่องต่าง ๆ หรือสิ่งต่าง ๆ ที่บุคคลแต่ละคนได้รับ ทั้งนี้เพราะข้อเท็จจริงที่แต่ละบุคคลได้รับแตกต่างกัน ก็จะมีผลต่อการแสดงความคิดเห็นที่แตกต่างกัน

สรุปได้ว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคิดเห็นอาจส่งผลให้บุคคลแต่ละคนแสดงความคิดเห็นที่เหมือนกัน หรือแตกต่างกันนั้น ขึ้นอยู่กับปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยทางด้านสิ่งแวดล้อมของแต่ละบุคคลที่มีไม่เหมือนกัน

#### องค์ประกอบของความคิดเห็น

ทิสนา เขมมณี และสร้อยสน สกลรักษ์ (2540) องค์ประกอบของความคิดเห็นมี 3 ส่วน ได้แก่

1. องค์ประกอบด้านความรู้ (Cognitive component) ได้แก่ ความรู้และความคิด ที่บุคคลมีต่อสิ่งเร้า ซึ่งอาจเป็นบุคคล กลุ่มหรือสถานการณ์ใด ๆ ความรู้และความคิดดังกล่าวจะเป็นส่วนกำหนดลักษณะและทิศทางของความคิดเห็นของบุคคล กล่าวคือ ถ้าบุคคลมีความรู้และการติดต่อกับสิ่งเร้าได้ครบถ้วนแล้ว บุคคลจะมีความคิดเห็นต่อสิ่งเร้าในทางบวกหรือลบชัดเจนขึ้น

2. องค์ประกอบด้านความรู้สึก (Affective component) ได้แก่ อารมณ์หรือความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งเร้า อารมณ์หรือความรู้สึกดังกล่าวจะเป็นส่วนกำหนดลักษณะและทิศทางของความคิดเห็นของบุคคล กล่าวคือ ถ้าบุคคลมีอารมณ์หรือความรู้สึกที่ดีต่อสิ่งใด บุคคลก็จะมีความคิดเห็นทางบวกต่อสิ่งนั้น แต่ถ้าบุคคลมีอารมณ์หรือความรู้สึกที่ไม่ดีต่อสิ่งใด บุคคลจะมีความคิดเห็นในทางลบ

3. องค์ประกอบด้านพฤติกรรม (Behavior component) คือ พฤติกรรมของบุคคลที่แสดงออกต่อสิ่งเร้าอย่างใดอย่างหนึ่ง พฤติกรรมดังกล่าวจะเป็นส่วนบอกลักษณะและทิศทางของความคิดเห็นของบุคคล กล่าวคือ ถ้าพฤติกรรมของบุคคลที่จะแสดงออกต่อสิ่งเร้านั้นชัดเจนแน่นอน ความคิดเห็นก็ย่อมมีลักษณะเป็นบวกหรือลบชัดเจนแน่นอน

## ข้อมูลเบื้องต้นของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย

เมื่อวันอังคารที่ 15 มกราคม พ.ศ. 2528 คณะรัฐมนตรีมีมติให้กรมประชาสัมพันธ์ จัดทำโครงการสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งชาติ เพื่อทำหน้าที่เป็นสถานีโทรทัศน์เพื่อการศึกษา เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของราชการสู่ประชาชน และเพื่อประโยชน์สาธารณะ รวมไปถึงการเสริมสร้างความเข้าใจอันดี ระหว่างรัฐบาลกับประชาชน ตลอดจนเป็นสถานีโทรทัศน์แม่ข่าย ให้แก่สถานีโทรทัศน์ส่วนภูมิภาค ในเครือข่ายกรมประชาสัมพันธ์ทั่วประเทศ

สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย (สทท.) จัดตั้งขึ้นเป็นการชั่วคราว โดยนำเครื่องส่งโทรทัศน์สีของกรมประชาสัมพันธ์ จากสถานีเครื่องส่งโทรทัศน์อำเภอเด่นชัย จังหวัดแพร่ มาใช้แพร่ภาพด้วยระบบวีเอชเอฟความถี่สูงทางช่องสัญญาณที่ 11 (BAND3, VHF CH-11) ที่อาคารศูนย์ระบบโทรทัศน์ ถนนเพชรบุรีตัดใหม่ และเริ่มต้นทดลองออกอากาศเป็นครั้งแรก ประมาณต้นเดือนตุลาคม พ.ศ. 2528 ก่อนจะแพร่ภาพเป็นประจำทุกวัน ระหว่างเวลา 16:30-21:00 น. ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2529 แต่ด้วยข้อจำกัดทางงบประมาณของกรมประชาสัมพันธ์ รวมทั้งเครื่องส่งโทรทัศน์มีกำลังส่งต่ำ เป็นผลให้ดำเนินการแพร่ภาพออกอากาศได้ไม่สะดวก รัฐบาลญี่ปุ่นจึงอนุมัติโครงการช่วยเหลือแบบให้เปล่า ภายใต้วงเงิน 2,062 ล้านบาท (ขณะนั้นคิดเป็นประมาณ 300 ล้านบาท) ผ่านองค์การความร่วมมือระหว่างประเทศของญี่ปุ่น (Japan international cooperation agency; JICA) เพื่อก่อสร้างอาคารที่ทำการ จัดซื้อและติดตั้งอุปกรณ์ เครื่องส่งวิทยุโทรทัศน์ ระหว่างวันที่ 13 กรกฎาคม พ.ศ. 2530 ถึงวันที่ 28 มีนาคม พ.ศ. 2531 รวมระยะเวลาประมาณ 9 เดือน ระหว่างนั้น สทท.ยุติการออกอากาศเป็นการชั่วคราว ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน พ.ศ. 2530 เพื่อดำเนินการโอนย้ายระบบออกอากาศดังกล่าว

ต่อมาในวันจันทร์ที่ 11 กรกฎาคม พ.ศ. 2531 สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี เสด็จพระราชดำเนินทรงเปิด อาคารที่ทำการสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยอย่างเป็นทางการ จากนั้นเป็นต้นมาจึงกำหนดให้วันที่ 11 กรกฎาคมของทุกปี เป็นวันคล้ายวันสถาปนาสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11 กรมประชาสัมพันธ์ ต่อมาจึงเริ่มกลับมาออกอากาศข่าวภาคเช้า ข่าวภาคค่ำ รายการเพื่อการศึกษา และรายการประเภทอื่น ไปยังสถานีเครือข่ายส่วนภูมิภาค ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน พ.ศ. 2531 จนถึงปัจจุบันสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11 กรมประชาสัมพันธ์ ในฐานะที่เป็นสถานีโทรทัศน์แห่งชาติ ดำเนินการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของราชการ และนำเสนอรายการที่เป็นสาระความรู้ โดยเฉพาะด้านการศึกษา, ศิลปวัฒนธรรม และประเพณี มาโดยตลอด ซึ่งรูปแบบการดำเนินงานนั้น สทท.11 ในส่วนกลางที่กรุงเทพมหานคร จะดำเนินการถ่ายทอดรายการเป็นส่วนมาก และบางช่วงเวลาจะให้สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยในส่วนภูมิภาค ดำเนินการถ่ายทอดรายการของตนเฉพาะท้องถิ่นไป

แล้วแต่ช่วงเวลานั้น ๆ อย่างไรก็ตามก็ปฏิเสธไม่ได้ว่า ในช่วงระยะเวลาแรก ๆ สทท.11 มักถูกมองข้ามจากผู้ชมส่วนใหญ่ เนื่องด้วยความเป็นสถานีโทรทัศน์ของรัฐบาล ซึ่งไม่มีรายการที่สามารถดึงดูดผู้ชมได้ โดยเฉพาะรายการประเภทบันเทิง เช่นละคร โทรทัศน์หรือเกมโชว์ และประกอบกับเป็นสถานีโทรทัศน์ที่ไม่อาจหารายได้ด้วยการ โฆษณาจึงทำให้ประเภทรายการที่ออกอากาศทาง สทท. 11 มีอยู่อย่างจำกัด ส่งผลให้มีผู้ติดตามรับชมจำนวนไม่มากนัก

ในปี พ.ศ. 2539 สทท.11 มีข้อเสนอให้หน่วยงานต่าง ๆ โดยเฉพาะภาครัฐ สามารถแสดงภาพสัญลักษณ์หรือเครื่องหมายการค้าบนหน้าจอโทรทัศน์ได้ นอกจากนั้นก็ยังต้องขอยอดจากข้อเสนอข้างต้น ด้วยการผลิตภาพยนตร์โฆษณาของสถานี ฯ เพื่อออกอากาศด้วยตนเอง อนึ่ง สทท.11 เริ่มมีชื่อเสียงในการถ่ายทอดการแข่งขันกีฬา จากการริเริ่มนำรายการแข่งขันมวยปล้ำอาชีพมาออกอากาศในระยะหนึ่ง และถ่ายทอดสดฟุตบอลยูฟ่าแชมเปียนส์ลีก ในช่วงปี พ.ศ. 2540-2543 จนกระทั่งในช่วงปี พ.ศ. 2545 เป็นต้นมา สทท.11 ก็กลับมามีชื่อเสียงในเรื่องนี้อีกครั้ง เมื่อร่วมกับบริษัท ทศภาค จำกัด บริษัทลูกที่ประกอบกิจการโฆษณาในเครือไทยเบฟเวอเรจ, สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ และสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ถ่ายทอดสดการแข่งขันฟุตบอลโลก 2002 ซึ่งจัดขึ้นที่สาธารณรัฐเกาหลี (เกาหลีใต้) และประเทศญี่ปุ่น โดยไม่มีภาพยนตร์โฆษณาระหว่างการแข่งขัน ซึ่งหลังจากนั้น สทท. 11 ก็ดำเนินการถ่ายทอดสดกีฬาอีกหลายรายการอย่างต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน อนึ่ง กรณีถ่ายทอดสดฟุตบอลโลก 2002 นับเป็นเรื่องแปลกใหม่ของวงการโทรทัศน์ไทยในขณะนั้น เนื่องจากตามธรรมเนียมปกติที่ผ่านมา การถ่ายทอดโทรทัศน์ในมหกรรมกีฬาระดับนานาชาติ ผู้บริหารสถานีโทรทัศน์ภาคพื้นดินช่องต่าง ๆ มักรวมตัวกันในนามโทรทัศน์รวมการเฉพาะกิจแห่งประเทศไทย (ทีวีพูล) เพื่อซื้อลิขสิทธิ์การเผยแพร่ในประเทศไทย และหารายได้ทดแทนค่าลิขสิทธิ์ ด้วยการเสนอภาพยนตร์โฆษณาสินค้าบริการต่าง ๆ คั่นระหว่างการถ่ายทอด

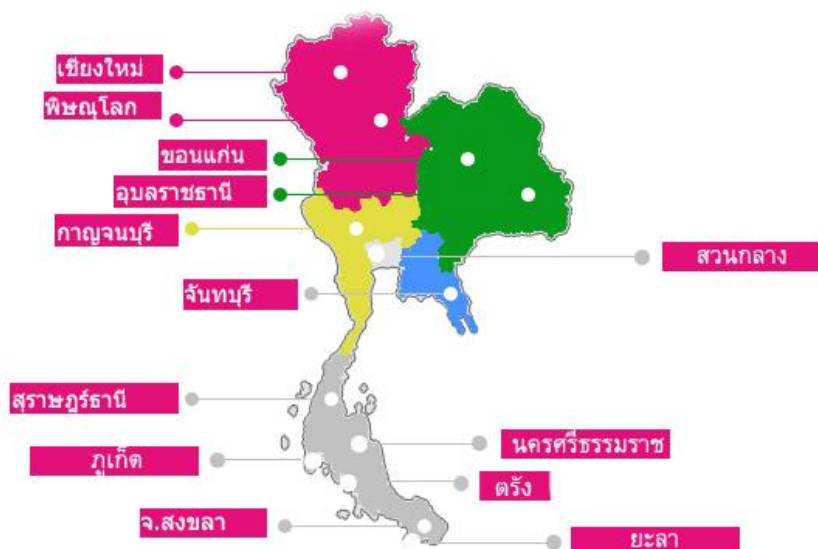
ในช่วงต้นปี พ.ศ. 2551 สมัยรัฐบาลสมัคร สุนทรเวช จักรภพ เพ็ญแข รัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรีขณะนั้น ในฐานะกำกับดูแลกรมประชาสัมพันธ์ มีแนวความคิดเปลี่ยนแปลง สทท.11 เพื่อปรับปรุงระบบการบริหารงาน และตอบสนองเจตนารมณ์ของการก่อตั้งสถานี ฯ ดังนั้นในวันอังคารที่ 1 เมษายน พ.ศ. 2551 ตั้งแต่เวลา 06.00 น. สทท.11 จึงเปลี่ยนชื่อเป็น สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย (National broadcasting services of Thailand; NBT) ซึ่งเป็นชื่อที่ใช้จดทะเบียนสมาชิกกับสหภาพวิทยุ-โทรทัศน์แห่งเอเชีย-แปซิฟิก (Asia-pacific broadcasting union; ABU) และเปลี่ยนสีประจำสถานีเป็นสีแดง พร้อมกันนั้น ยังเริ่มออกอากาศรายการรูปแบบใหม่ เพื่อให้สมเจตนารมณ์ในการก่อตั้งสถานีและเพื่อประโยชน์สาธารณะ ทั้งนี้ เอ็นบีทีจะนำเสนอข่าวที่ผลิตโดยกองบรรณาธิการข่าวของสถานี ฯ เอง ซึ่งแยกออกมาจากสำนักข่าวกรมประชาสัมพันธ์ (ปัจจุบัน คือ สำนักข่าวแห่งชาติ) ต่างจากในยุค สทท.11 ซึ่งจะนำเสนอข่าวที่ผลิตจากสำนักข่าว

กรมประชาสัมพันธ์แทบทั้งสิ้น

ทั้งนี้ สถานีโทรทัศน์เอ็นบีที นำอดีตผู้ประกาศข่าวหลายคนของสถานีโทรทัศน์ ทีไอทีวีเดิม ที่ไม่เข้าร่วมงานกับสถานีโทรทัศน์ทีวีไทยมาทำหน้าที่ ไม่ว่าจะเป็นดวงพร อัครวิไล, จอม เพชรประดับ, จิรายุ ห่วงทรัพย์, ปนัดดา วงศ์ผู้ดี, สร้อยฟ้า โอสถกนัทธิพิศ เป็นต้น ซึ่งเอ็นบีที นำเสนอภาพลักษณ์สถานีโทรทัศน์ข่าวสาร โดยให้เวลานำเสนอข่าวในผังรายการ มากกว่า 13 ชั่วโมงต่อวัน และปรับรูปลักษณ์ของสถานี ฯ เพื่อให้มีความทันสมัยมากกว่าเดิม ซึ่งในช่วงแรก เอ็นบีทีถูกจับตาดูอย่างยิ่งจากหลายฝ่าย จากการประกาศตัวเป็นคู่แข่งกับสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย (ปัจจุบันคือสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส) ในลักษณะของ “สงครามสื่อโทรทัศน์ภาครัฐ” เนื่องจาก เอ็นบีทีนำเสนอความเป็นทีวีสาธารณะของภาครัฐบาล ขึ้นรับมือกับไทยพีบีเอส ที่ประกาศตัวเป็น สถานีโทรทัศน์สาธารณะแห่งแรกของประเทศไทยไปก่อนหน้า และนอกจากนี้ เอ็นบีทียังถูกจับตามองอย่างยิ่งในแง่มุมของการเสนอข่าว ซึ่งมีบางฝ่ายวิพากษ์วิจารณ์ว่า เอ็นบีทีนำเสนอข่าวใน ลักษณะเข้าข้างรัฐบาลเป็นพิเศษ

ในเดือนธันวาคม พ.ศ. 2551 มีการเปลี่ยนตัวนายกรัฐมนตรี จากสมชาย วงศ์สวัสดิ์ เป็น อภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ ต่อมาจึงมีนโยบายปฏิรูปสถานีโทรทัศน์แห่งประเทศไทย โดยจัดประกวด ตราสัญลักษณ์ใหม่ ซึ่งกำหนดแนวคิดตราสัญลักษณ์ ให้สื่อถึงความเป็น โทรทัศน์แห่งชาติ มีความทันสมัยผสมผสานกับความเป็นไทย และจะเริ่มใช้ในวันที่ 1 เมษายน พ.ศ. 2552 ซึ่งเป็นวันครบรอบ 1 ปี การใช้ชื่อเอ็นบีที โดยสชาติศย์ วงศ์หนองเตย รัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรีขณะนั้นเป็นผู้เปิดตราสัญลักษณ์ใหม่ และเปิดตัวสถานี ฯ ในฐานะสถานีโทรทัศน์แห่งชาติ จากนั้นจึงมีการเลิก สัญญาบริษัทผลิตข่าว ซึ่งเดิมเป็นของ บริษัท ดิจิตอลมีเดีย โฮลดิ้ง จำกัด มาประมูลใหม่ ซึ่ง หน่วยงานที่ได้รับการคัดเลือก จากการประกวดราคานี้ได้แก่บริษัท โปสการ์ดพับลิชชิง จำกัด (มหาชน) เจ้าของหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์

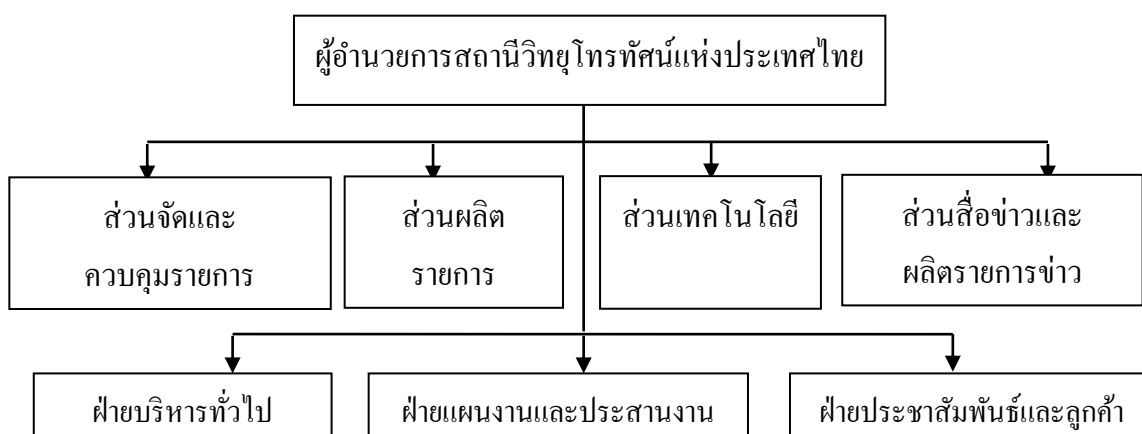
## สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย กรมประชาสัมพันธ์



ภาพที่ 2 เครือข่ายของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย

### โครงสร้างการบริหาร

สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย บริหารงานแบบองค์กรราชการ จัดแบ่งการบริหารงานออกเป็น 4 ส่วน และ 3 ฝ่าย ดังนี้



ภาพที่ 3 ผังองค์กรของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย

**วิสัยทัศน์** คือ สถาบันวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย เป็นสถาบันหลักในด้านข่าวสารความรู้ และการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ประชาชนมีโอกาสรับรู้ เกิดความรู้ความเข้าใจ สามารถนำไปพัฒนา คุณภาพชีวิตและมีส่วนร่วมในการสร้างความเข้มแข็งของสังคม เพื่อพัฒนาประเทศสู่สากลค่านิยม ขององค์กร

### **พันธกิจ**

1. ดำเนินการผลิตและเผยแพร่ข่าวสาร ความรู้ และการประชาสัมพันธ์เพื่อให้ประชาชน มีโอกาสรับรู้ เข้าใจ และเกิดความรู้ สามารถนำไปพัฒนาคุณภาพชีวิต และมีส่วนร่วมในการพัฒนา ประเทศ
2. ให้คำปรึกษาและวางแผนการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโทรทัศน์ และสนับสนุนการ ประชาสัมพันธ์ภาครัฐอย่างเป็นระบบครบวงจรทั้งในและต่างประเทศ
3. บริหารจัดการสื่อโทรทัศน์ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด
4. พัฒนาศักยภาพให้เป็นมืออาชีพ
5. พัฒนาเทคโนโลยีด้านโทรทัศน์ และ New media ที่เกี่ยวข้องให้เกิดประสิทธิภาพและ ทันสมัยเสมอ (สถาบันวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย, 2528)

### **งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง**

กิตติศักดิ์ นภาพรรณวรรค์ (2547) ศึกษาเรื่องการเปิดรับข่าวสารเพื่อรณรงค์ให้ประหยัด น้ำประปากับพฤติกรรมการใช้น้ำประปาของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าลักษณะทาง เศรษฐกิจและสังคมของกลุ่มเป้าหมาย มีผลต่อการรับข่าวสารจากสื่อมวลชน ระดับการศึกษาของ กลุ่มตัวอย่างมีผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ นอกจากนี้ยังพบว่าโทรทัศน์เป็นสื่อที่มี บทบาทและอิทธิพลต่อการดำเนินชีวิตประจำวัน ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

จิริรัตน์ รัตนรักษ์ (2549) ศึกษาเรื่อง “ภาพลักษณ์กรมประชาสัมพันธ์ในทัศนะของ ประชาชนกรุงเทพมหานคร” พบว่า

1. ภาพลักษณ์กรมประชาสัมพันธ์ในภาพรวมอยู่ในระดับกลาง
2. การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกรมประชาสัมพันธ์ของประชาชนกรุงเทพมหานครใน ภาพรวมอยู่ในระดับต่ำมาก
3. การรับรู้เกี่ยวกับกรมประชาสัมพันธ์ของประชาชนกรุงเทพมหานครในภาพรวมอยู่ใน ระดับน้อย



4. การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกรมประชาสัมพันธ์ของประชาชนกรุงเทพมหานครจากสื่อบุคคล สื่อมวลชนและสื่อเฉพาะกิจมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์กรมประชาสัมพันธ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

5. การรับรู้เกี่ยวกับกรมประชาสัมพันธ์ มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์กรมประชาสัมพันธ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

6. สื่อที่สามารถอธิบายภาพลักษณ์ได้มากที่สุด ได้แก่ สื่อมวลชน

วารสาร เด่นแพทย์ชรากร (2547) การศึกษาวิจัยพฤติกรรมกรเปิดรับข่าวสารและการมีส่วนร่วมทางการเมืองของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมกรสื่อสารทางการเมืองและการมีส่วนร่วมทางการเมืองของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง และเพื่อศึกษาบทบาทของสื่อมวลชนในทางการเมืองที่มีผลต่อการพัฒนาความสนใจและการมีส่วนร่วมทางการเมืองของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง กลุ่มประชากรของการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหงที่กำลังศึกษาทุกระดับชั้นปี จำนวน 300 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผลการวิจัย พบว่า 1. นักศึกษาส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 21-25 ปี กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นปีที่ 2-3 และ 4 ใกล้เคียงกัน และกำลังศึกษาอยู่ในคณะรัฐศาสตร์ โดยมีภูมิลำเนาอยู่ต่างจังหวัด 2. ผลการศึกษาพฤติกรรมกรเปิดรับข่าวสารทั่วไป นักศึกษาได้รับข้อมูลข่าวสารทั่วไป โดยแยกตามประเภทของสื่อ พบว่า ส่วนใหญ่นักศึกษาได้รับรู้ข่าวสารทั่วไปจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด นักศึกษายังให้ความน่าเชื่อถือในสื่อโทรทัศน์ โดยมีเหตุผลว่าสื่อนี้มีทั้งภาพและเสียง 3. ผลการศึกษาพฤติกรรมกรเปิดรับข่าวสารการเมือง นักศึกษาเปิดรับข่าวสารการเมืองอยู่ในระดับสูง จากสื่อโทรทัศน์ โดยการเปิดรับสื่อทุกวันมากที่สุด โดยให้ความน่าเชื่อถือและการแลกเปลี่ยนพูดคุยประเด็นทางการเมืองที่ได้จากสื่ออยู่ในระดับกลางทั้งหนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ และวิทยุ 4. ผลการศึกษาพฤติกรรมกรมีส่วนร่วมทางการเมือง ภูมิหลังเกี่ยวกับ เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรเปิดรับข่าวสารทางการเมืองเฉพาะจากสื่อประเภทหนังสือพิมพ์ ส่วนภูมิหลังเกี่ยวกับอายุ คณะที่ศึกษา ระดับชั้นปี ภูมิหลังไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรเปิดรับข่าวสารทางการเมืองจากสื่อประเภทหนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ วิทยุ 5. พฤติกรรมกรมีส่วนร่วมทางการเมืองทั่วไป ภูมิหลังเกี่ยวกับ คณะที่ศึกษาและภูมิลำเนา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรเปิดรับข่าวสารทางการเมืองทั่วไป ส่วนภูมิหลังเกี่ยวกับ เพศ อายุ และระดับชั้นปี ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรเปิดรับข่าวสารทางการเมืองทั่วไป 6. พฤติกรรมกรมีส่วนร่วมทางการเมืองในสถาบันการศึกษา ภูมิหลังเกี่ยวกับอายุและระดับชั้นปี มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรมีส่วนร่วมทางการเมืองในสถาบันการศึกษาส่วนภูมิหลังเกี่ยวกับเพศ คณะที่ศึกษา และภูมิลำเนา ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรมีส่วนร่วมทางการเมืองในสถาบันการศึกษา

จุฬากานต์ พรประสิทธิ์ (2548) ได้ศึกษาเรื่อง ทศนคติของประชาชนในเขตบางกะปิที่มีต่อการส่ง SMS แสดงความคิดเห็นผ่านรายการโทรทัศน์ประจำปี 2548 พบว่า 1) การส่ง SMS แสดงความคิดเห็นผ่านรายการโทรทัศน์แสดงให้เห็นถึงการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นที่เป็นประชาธิปไตย แต่ยังคงความน่าเชื่อถือรายการโทรทัศน์จึงควรสร้างความน่าเชื่อถือให้เกิดขึ้นเพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นของประชาชนในทางสร้างสรรค์ 2) การส่ง SMS แสดงความคิดเห็นผ่านรายการโทรทัศน์มีส่วนช่วยในการเผยแพร่ข่าวสาร หรือสถานการณ์ที่ต่าง ๆ รวดเร็วขึ้น และมีส่วนทำให้การแก้ปัญหาสถานการณ์ต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็วทันเหตุการณ์เพราะการส่ง SMS สามารถทำได้อย่างรวดเร็ว จึงเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่ประสบปัญหา 3) หัวข้อเรื่องที่เปิดให้มีการส่ง SMS แสดงความคิดเห็น ไม่เหมาะที่จะนำมาออกอากาศ เช่น ปัญหาความขัดแย้งระหว่างบุคคลสองฝ่าย เราอาจก่อให้เกิดความขัดแย้งที่รุนแรงขึ้นได้ จึงควรพิจารณาหัวข้อที่เหมาะสม 4) รายการโทรทัศน์ควรคำนึงถึงผลกระทบที่อาจเกิดจากการดำเนินรายการ ไม่คำนึงถึงแต่ประโยชน์ในทางธุรกิจแต่เพียงอย่างเดียว 5) การเปิดให้มีการส่ง SMS แสดงความคิดเห็นในบางเรื่องเป็นการสร้างกระแส ดังนั้นรายการโทรทัศน์จึงควรให้ข้อมูลที่ตรงตามความเป็นจริงไม่สร้างเรื่องขึ้นมาเพื่อสร้างกระแสให้กับรายการโดยใช้ประชาชนเป็นเครื่องมือในการดำเนินรายการ 6) การส่ง SMS แสดงความคิดเห็นผ่านรายการโทรทัศน์ทำให้สิ้นเปลือง รายการโทรทัศน์จึงไม่ควรคิดอัตราค่าบริการที่แพงมากเกินไป

ดวงเพ็ญ สำเนียง (2548) ได้ศึกษาเรื่อง การนำเสนอภาพโฆษณาในท่าอากาศยานกรุงเทพมหานคร การเปิดรับ การรับรู้ และการจำได้ของผู้ใช้บริการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับสื่อโฆษณาในรูปแบบสื่อป้ายกล่องไฟมากที่สุด กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการรับรู้เชิงบวกต่อสื่อโฆษณาในท่าอากาศยานกรุงเทพ ในส่วนขององค์ประกอบของสื่อโฆษณากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จดจำประเภทของสื่อโฆษณาได้มากที่สุด และจากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านเพศ และอาชีพเท่านั้น ที่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับ การรับรู้ การจดจำสื่อโฆษณาในท่าอากาศยานกรุงเทพ ส่วนอายุและอาชีพเท่านั้นที่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้สื่อโฆษณา และอาชีพเท่านั้นที่มีความสัมพันธ์กับการจดจำสื่อโฆษณานอกจากนี้ ลักษณะการใช้บริการในท่าอากาศยานกรุงเทพมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับและการรับรู้สื่อโฆษณาในท่าอากาศยานกรุงเทพ ส่วนการจดจำมีความสัมพันธ์กับสื่อโฆษณา

วิราศิณี มีประถม (2548) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับชม ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ของผู้ชมจากรายการ Newsline ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11 ของผู้รับชมในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ผู้ชมรายการ Newsline ที่มีเพศอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับชม

รายการ Newslite ทางด้านระยะเวลาในการติดตามชม และลักษณะการชมในส่วนของความพึงพอใจ พบว่าผู้ชมรายการ Newslite ที่มีเพศต่างกัน ไม่มีผลต่อความพึงพอใจในการชมรายการ Newslite ทางด้านรูปแบบรายการและด้านเนื้อหารายการ แต่จะมีความพึงพอใจในด้านผู้ดำเนินรายการที่แตกต่างกัน ทางด้านอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการชมรายการ Newslite ทางด้านรูปแบบรายการ ด้านเนื้อหารายการ ด้านการดำเนินรายการที่แตกต่างกัน ในด้านการใช้ประโยชน์จากการชมรายการ Newslite พบว่าด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา ที่แตกต่างกันมีผลต่อการใช้ประโยชน์จากการชมรายการ Newslite ด้านอาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันนั้น ไม่มีผลต่อการใช้ประโยชน์จากการชมรายการ Newslite ที่แตกต่างกัน การศึกษาของวิราศิณี มีประถม ซึ่งให้เห็นว่า มีการศึกษาตัวแปรเดียวกันคือเรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ ซึ่งจะเป็แนวทางให้ผู้วิจัย ศึกษารูปแบบ ลักษณะเนื้อหาของรายการ ที่นำไปสู่การเปิดรับชมรายการ และการสร้างความพึงพอใจต่อรายการ

กรองแก้ว รัตนจันทร์ (2549) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ในเนื้อหาด้้านบันเทิง และสื่อบุคคลกับทัศนคติในเรื่องเพศสัมพันธ์และการยอมรับการมีเพศสัมพันธ์ก่อนแต่งงานของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ในเนื้อหาทางด้านบันเทิงของวัยรุ่น กลุ่มตัวอย่างเกือบทั้งหมดเปิดรับสื่อโทรทัศน์ในเนื้อหาด้้านบันเทิง กลุ่มตัวอย่างส่วนมากเปิดรับสื่อโทรทัศน์ในเนื้อหาด้้านบันเทิงมากกว่า 4 ครั้งต่อสัปดาห์ และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้เวลาชมมากกว่า 3 ชั่วโมง กลุ่มตัวอย่างเปิดรับสื่อโทรทัศน์ในเนื้อหาทางด้านบันเทิงมากที่สุด คือ รายการเพลง นอกจากนี้ทัศนคติต่อการที่สื่อโทรทัศน์ด้้านบันเทิงเสนอเรื่องเกี่ยวกับเพศสัมพันธ์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกตอบข้อที่ว่า เนื้อหาของละคร/ ภาพยนตร์ ในโทรทัศน์ทุกวันนี้สอดแทรกเรื่องเพศสัมพันธ์ไว้มากเกินไป แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อสื่อโทรทัศน์ด้้านบันเทิงเกี่ยวกับเพศสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง

ทิพวรรณ พุทธคุณ (2549) ได้วิจัยเรื่อง ความพึงพอใจในการเปิดรับชมข่าวสารการเมืองทางสถานีโทรทัศน์ของนักศึกษาโครงการนิติศาสตร์ภาคบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจในการเปิดรับข่าวสารการเมือง ทางสถานีโทรทัศน์ของนักศึกษาโครงการนิติศาสตร์ภาคบัณฑิต คณะนิติศาสตร์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ อยู่ในระดับปานกลาง ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักศึกษา คือ เพศ รายได้ และความคาดหวัง โดยมีนัยสำคัญทางสถิติอยู่ที่ระดับ .05 ส่วน อายุ อาชีพ และการศึกษา ไม่มีผลต่อความพึงพอใจ พบความแตกต่างจากลักษณะประชากรด้้านอายุ การศึกษา และอาชีพที่แตกต่างกันน่าจะมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการข่าวภาคค่ำ และทราบถึงพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการข่าวภาคค่ำของผู้ชม

รวมถึงความพึงพอใจที่มีต่อรายการข่าว จึงมีส่วนเกี่ยวข้องกับงานวิจัยเรื่องความคิดเห็นของประชาชนต่อการเปิดรับสื่อโทรทัศน์สังกัดกรมประชาสัมพันธ์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี

ปราการ หรุนหิม (2549) ได้ศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นของประชากรในเขตจตุจักรเกี่ยวกับการจัดสัญลักษณ์กลุ่มผู้ชมรายการโทรทัศน์ประจำปี พุทธศักราช 2550 ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 62.0 ส่วนมากมีอายุ 21-35 ปี จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 44.0 กำลังศึกษา จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 54.0 ส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 57.0 โดยส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด 83 คน คิดเป็นร้อยละ 83.0 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนประมาณ 5,000 บาท จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 39.0 ข้อมูลทางด้านพฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่อการจัดสัญลักษณ์กลุ่มผู้ชมรายการโทรทัศน์ประจำปีพุทธศักราช 2550 มีดังนี้ ส่วนใหญ่มีการดูรายการโทรทัศน์ทุกวัน จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 77.0 ใช้ระยะเวลาในการดูโทรทัศน์ 3-4 ชั่วโมง จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 32.0 ระยะเวลาในการดูโทรทัศน์ ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงเวลา 21.0-24.00 จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 73.0 ส่วนมากชมรายการโทรทัศน์เพื่อความบันเทิง จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 77.0 และชมโทรทัศน์คนเดียวจำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 48.0 โดยส่วนใหญ่จะชมโทรทัศน์ที่บ้าน จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 73.68 และเลือกชมโทรทัศน์ช่อง 3 เป็นส่วนใหญ่ จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 22.4 ประเภทของรายการที่ผู้ตอบแบบสอบถามชอบคือ ละคร และข่าว จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 18.60 โดยส่วนใหญ่มีความรู้สึกรักดีต่อรูปแบบสัญลักษณ์กลุ่มผู้ชมรายการโทรทัศน์ จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 61.0 รู้จักสัญลักษณ์การจัดกลุ่มโทรทัศน์จากสื่อโทรทัศน์ จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 62.67 รายการโทรทัศน์ประเภทรายการข่าว เหตุการณ์ปัจจุบันที่เกิดขึ้นจริงตามธรรมชาติ ไม่ต้องมีการจัดระบบสัญลักษณ์ผู้ชมรายการโทรทัศน์ จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 75.0 ผู้ชมรายการโทรทัศน์ส่วนใหญ่ มีความเข้าใจเกี่ยวกับตัวรูปแบบสัญลักษณ์ รายการทั่วไปเหมาะกับผู้ชมทั่วไป จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 88.0 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการจัดกลุ่มสัญลักษณ์ผู้ชมรายการโทรทัศน์ประจำปีพุทธศักราช 2550 มีดังนี้ ส่วนมากมีความเข้าใจต่อการจัดสัญลักษณ์กลุ่มผู้ชมรายการโทรทัศน์มาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 มีความพอใจสัญลักษณ์กลุ่มผู้ชมรายการโทรทัศน์ ปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.37 รูปแบบสัญลักษณ์กลุ่มผู้ชมรายการมีอิทธิพลต่อครอบครัวของท่าน ปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.91 การจัดกลุ่มสัญลักษณ์ผู้ชมรายการโทรทัศน์ทำให้มีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมกรรมการดูโทรทัศน์ต่อสังคม ปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 จัดกลุ่มสัญลักษณ์รายการโทรทัศน์ทำให้ท่านตระหนักในการให้คำแนะนำแก่บุคคลรอบข้างยิ่งขึ้นมีความคิดเห็นมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.44 อยากให้มีการเสนอรูปแบบสัญลักษณ์ต่อไปในอนาคต มาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65

อนิล วุฒิการณ์ (2549) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการรับชม การรับรู้ การจดจำ และความพึงพอใจ รายการ “กบนอกกะลา” ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีพฤติกรรมในการรับชมรายการโทรทัศน์ที่แตกต่างกันออกไป มีองค์ประกอบในรายการที่รับรู้ได้มากที่สุด คือ เนื้อหาของรายการแต่ละตอน องค์ประกอบในรายการที่จดจำได้มากที่สุด คือ รูปแบบการนำเสนอรายการ ส่วนความพึงพอใจต่อรายการกบนอกกะลา นั้น กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชอบรายการ กบนอกกะลา ในระดับปานกลางมากที่สุด มีความพึงพอใจต่อองค์ประกอบของรายการกบนอกกะลา ในระดับที่มากที่สุด คือ ส่วนที่เป็นเกร็ดความรู้ที่แฝงมาในรายการ ส่วนความพึงพอใจต่อองค์ประกอบของรายการ ด้านอื่น ๆ อยู่ในระดับปานกลาง สิ่งที่ผู้ชมรายการได้รับจากรายการกบนอกกะลามากที่สุด คือ เป็นการเพิ่มพูนความรู้ การศึกษาของ อนิล วุฒิการณ์ชี้ให้เห็นว่า มีการศึกษาตัวแปรเดียวกันคือ พฤติกรรมการเปิดรับ ความพึงพอใจ จากการชมรายการโทรทัศน์ และนำไปใช้ประกอบการวิเคราะห์ลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน

เก็จมณี วรรณะสิน (2550) ได้ศึกษาถึงพฤติกรรมการรับชมรายการโทรทัศน์ของเด็ก และความคิดเห็นของผู้ปกครองที่มีผลต่อรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก เพื่อเป็นแนวทางให้ผู้ผลิตรายการและสถานีโทรทัศน์พิจารณารายการโทรทัศน์ให้มีความเหมาะสมกับพัฒนาการของเด็กต่อไป กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ประชาชนที่มีบุตรหลานอายุ ระหว่าง 6-12 ปีกำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 1-6 โรงเรียนในสังกัดกรุงเทพมหานคร กลุ่มบูรพาพื้นที่เขตบางกะปิ จำนวน 4 โรงเรียน ได้แก่ โรงเรียนบ้านบางกะปิ โรงเรียนวัดเทพศิลา โรงเรียนวัดบึงทองหลาง และโรงเรียนวัดศรีบุญเรือง จำนวน 382 คน โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าที และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ซึ่งผลการศึกษา พบว่า 1) เด็กชอบดูรายการโทรทัศน์ทางช่อง 3 วันจันทร์-ศุกร์จะดูช่วงเวลา 16.00-17.00 น. วันหยุดเสาร์-อาทิตย์ จะดูช่วง 8.00-10.00 น. ดูวันละ 15-30 นาที โดยดูจนจบรายการและดูกับพี่น้องส่วนใหญ่ผู้ปกครองไม่จำกัดเวลาในการดู สาเหตุที่เด็กดูโทรทัศน์เพราะความสนุกสนานเพลิดเพลิน เด็กชอบดูรายการการ์ตูน ผู้ปกครองมีส่วนร่วมหรือให้คำแนะนำ 2) ผู้ปกครอง มีความคิดเห็นเกี่ยวกับรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยผู้ปกครองชอบให้รายการโทรทัศน์มีการส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม รองลงมาชอบด้านเนื้อหาสาระของรายการ ด้านการมีส่วนร่วมในรายการ ด้านการใช้เทคนิคพิเศษต่าง ๆ ด้านผู้ดำเนินรายการหรือพิธีกร และด้านรูปแบบการนำเสนอ ด้านวัน-เวลาในการนำเสนอ และด้านความยาวในการออกอากาศตามลำดับ (3) ผู้ปกครองที่มีเพศ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอายุของเด็กในอุปการะต่างกันมีความคิดเห็นต่อรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก โดยรวมแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่

ระดับ .05 แต่ผู้ปกครองที่มีอายุ ระดับการศึกษา และจำนวนเด็กในอุปการะต่างกันมีความคิดเห็นต่อรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กโดยรวมแตกต่างกันไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จิตรากร รัตนภรณ์นุกูล (2550) ได้ศึกษาถึงพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนของเจนเอ เรชั่นเอ็ม ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ การวิจัยครั้งนี้เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจำนวน 400 ตัวอย่าง จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดเป็นเพศหญิง มีอายุ 20 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรีพักอาศัยอยู่กับบิดามารดา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาทและแหล่งที่มาของเงินรายได้มาจากบิดามารดาเป็นหลัก สำหรับสื่อมวลชนที่เจนเอเรชั่นเอ็มในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่เปิดรับมากที่สุดเรียงตามลำดับ คือ โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต หนังสือพิมพ์ วิทยุ นิตยสารภาพยนตร์ และ สื่ออื่น ๆ เช่น โทรศัพท์เคลื่อนที่ ไลน์ โดยแบ่งตามประเภทสื่อมวลชน ดังนี้ โทรทัศน์ ผู้ตอบแบบสอบถามเปิดรับสื่อในวันเสาร์-อาทิตย์มากที่สุด สถานีโทรทัศน์ที่ชมบ่อยมากที่สุด คือ ช่อง 3 และชมรายการประเภทข่าวประจำวันมากที่สุด, อินเทอร์เน็ต ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ในวันจันทร์-ศุกร์มากที่สุด โดยใช้อินเทอร์เน็ตสัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง เว็บไซต์ที่เข้าประจำคือ Google และ Hotmail เพื่อใช้ในการค้นหาข้อมูลข่าวสารและรับส่ง อีเมล มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเพียงสื่อเดียวในขณะที่รับสื่อ, หนังสือพิมพ์ ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมอ่านในวันจันทร์-ศุกร์มากที่สุด สำหรับหนังสือพิมพ์รายวันฉบับภาษาไทยที่นิยมอ่านมากที่สุดคือ ไทยรัฐ ไม่นิยมอ่านหนังสือพิมพ์ฉบับภาษาอังกฤษ โดยเนื้อหาของหนังสือพิมพ์ที่อ่านส่วนใหญ่คือ พาดหัวข่าว รองลงมาคือ บันเทิง ดาราและนิยมอ่านทั้งเล่ม, วิทยุ ผู้ตอบแบบสอบถามรับฟังในวันจันทร์-ศุกร์มากที่สุด ส่วนใหญ่เลือกรับฟังประเภทหรือรายการเพลงเป็นหลัก, นิตยสาร ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมอ่านในวันเสาร์-อาทิตย์มากที่สุด นิยมอ่านนิตยสารในเวลาว่าง ประเภทหรือรายการของนิตยสารที่ส่วนใหญ่อ่านคือ นิตยสารบันเทิงดารา รองลงมาคือวัยรุ่น, ภาพยนตร์ ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมชมภาพยนตร์ในวันเสาร์-อาทิตย์มากที่สุด นิยมชมภาพยนตร์แนวแอคชั่น ผจญภัย 17 รองลงมาคือ ตลกและรัก โรแมนติก มักนิยมไปชมภาพยนตร์กับเพื่อน สำหรับเหตุผลในการเปิดรับสื่อมวลชนนั้น กลุ่มเจนเอเรชั่นเอ็มต้องการรับสื่อมวลชนเพื่อตอบสนองความต้องการด้านความบันเทิงมากที่สุด รองลงมาคือด้านข้อมูลข่าวสารและต้องการด้านการสร้างเอกลักษณ์ให้กับตนเอง โดยมีความต้องการด้านการมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่นเป็นลำดับสุดท้าย

ทันทวี สติรภิวังศ์ (2550) ได้ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อและการใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชน 3 ประเภท คือ หนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง และ โทรทัศน์ ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี ผลการศึกษาพบว่า ในภาพรวมของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนลำดับแรกคือ ประเภทวิทยุโทรทัศน์ ชมรายการโทรทัศน์ระดับชาติ (ฟรีทีวี) ได้แก่ ช่อง 3, ช่อง 5, ช่อง 7, ช่อง 9 พบว่าโทรทัศน์เป็นสื่อที่ได้รับความสนใจมากที่สุด มีเนื้อหาที่กระชับ รวดเร็วทันใจผู้ชม และมี

ผลต่อการตัดสินใจ รองลงมา คือ ประเภทวิทยุกระจายเสียง จากข้อมูลในการวิจัยพบว่า นักศึกษากลุ่มตัวอย่างนิยมฟังคลื่นวิทยุท้องถิ่นที่ให้บริการกระจายเสียงภายในจังหวัด และลำดับสุดท้ายประเภทหนังสือพิมพ์ ของนักศึกษากลุ่มตัวอย่าง อ่านหนังสือพิมพ์ระดับชาติที่มีขายตามท้องตลาดทั่วไป ได้แก่ ไทยรัฐ กับเดลินิวส์

วรวิฑูมิ ทวีปวรเดช (2550) ได้ศึกษาเรื่อง “การนำเสนอกลยุทธ์เพื่อพัฒนาธุรกิจทีวีดาวเทียมของสถานีโทรทัศน์ MVTV” ผลการวิจัยพบว่า ในปัจจุบันเศรษฐกิจของประเทศมีการขยายตัว ทำให้ลูกค้าหรือผู้บริโภค ขยายตัวหรือขยายกิจการ มีการลงทุนมากขึ้น ทำให้เกิดการแข่งขันที่สูงขึ้นในแวดวงธุรกิจทีวีดาวเทียม จากการสำรวจยอดขายจานดาวเทียมของ PSI ที่ปรับตัวเพิ่มขึ้นทุกเดือนนั้น มีผลต่อยอดการรับชมจากจำนวนคนดูที่รับชมช่องรายการจาก MVTV โดยวิธีนำเอายอด SMS และยอด Phone in เข้ามาเป็นตัววัด ยอดขายจานดาวเทียมสัมพันธ์กับยอดคนดูในทิศทางเดียวกัน ทำให้การวางแผนกลยุทธ์สามารถเลือกกลยุทธ์ที่เหมาะสม มีการพัฒนาช่องรายการและเนื้อหารายการให้ตรงกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้เพราะ MVTV ต้องการเพิ่มยอดขายและนำช่วงเวลามาบริหารให้เกิดประโยชน์สูงสุดและเข้าถึงกลุ่มผู้รับชมอย่างทั่วถึงโดยใช้ทุกช่องทางที่มีอยู่เดิมและพัฒนาใหม่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด

วิไล ศรีวงค์ (2550) ได้ศึกษา ความคิดเห็นของประชาชนในเขตจตุจักรที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงรูปแบบจากสถานีโทรทัศน์ทีไอทีวีสาธารณะ (Thai PBS) พุทธศักราช 2550 ผลการศึกษาพบว่า จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 ราย รวมทั้งเพศชายและเพศหญิงนั้น โดยรวมเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยคิดเป็นร้อยละ 59.75 และส่วนใหญ่มีอายุ 21-26 ปี มีอาชีพนักศึกษาศาสนาภพยังไม่ได้สมรส และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในระดับ 2,000-5,000 บาท จากการสำรวจพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความเห็นด้วยต่อการเปลี่ยนแปลงของสถานีโทรทัศน์ทีไอทีวี เป็นสถานีโทรทัศน์ทีไอทีวีไทย ทีไอทีวีสาธารณะ

ศาสตราจารย์ ดร. ก่อเกียรติ (2550) ได้ศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นของนักศึกษาต่อเนื้อหาทางการเมืองในรายการข่าวภาคค่ำทางสถานีโทรทัศน์ โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหงชั้นปีที่ 1-4 จำนวน 400 คน ทำการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพรรณนา โดยการหาค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปรด้วย t-test และใช้การวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว One-way analysis of variance (ANOVA) เปรียบเทียบตัวแปรตั้งแต่ 3 ตัวขึ้นไป ถ้าพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จะนำค่าคะแนนเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่โดยวิธี ทดสอบ LSD ผลการศึกษาพบว่า 1) เหตุผลในการรับชมข่าว สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 กับความคิดเห็นจากการรับชมข่าวการเมืองที่แตกต่างกัน ด้วยสถิติ LSD ทำการเปรียบเทียบ 5 คู่ พบว่า

นักศึกษามีเหตุผลในการชมเนื่องมาจากคำบอกเล่าของผู้อื่น มีความคิดเห็นทางการเมืองมากกว่า ผู้ที่มีเหตุผลในการชมเพราะ จากผู้อื่นเปิดชม เปิดเจอ โดยบังเอิญ จากรายการที่ชมติดต่อกันมา ตามลำดับ 2) นักศึกษาที่ชมเนื่องจากคำบอกเล่าของผู้อื่น มีความคิดเห็นทางการเมืองจากการรับชม ข่าวการเมืองที่ผู้อื่นเปิดชม น้อยกว่า จากคำบอกเล่าของผู้อื่น 3) นักศึกษามีเหตุผลในการชมจากการ เปิดเจอ โดยบังเอิญ มีความคิดเห็นจากการรับชมข่าวการเมืองน้อยกว่าจากคำบอกเล่าของผู้อื่น 4) นักศึกษามีเหตุผลในการชมจากรายการที่ชมติดต่อกันมามีความคิดเห็นจากการรับชมข่าว การเมืองที่มากกว่า การเปิดเจอโดยบังเอิญ 5) นักศึกษามีเหตุผลในการชมจากที่เปิดชมติดต่อกันมา มีความคิดเห็นจากการรับชมข่าวการเมืองที่น้อยกว่าจากคำบอกเล่าของผู้อื่น 6) นักศึกษามีเหตุผลใน การชมจากที่เปิดชมติดต่อกันมามีความคิดเห็นจากการรับชมข่าวการเมืองที่มากกว่าจากการเปิดเจอ โดยบังเอิญ 7) นักศึกษามีเหตุผลในการชมจากคำบอกเล่าของผู้อื่นมีความคิดเห็นจากการรับชมข่าว การเมืองที่สูงกว่าอื่น ๆ

ศิริพล วุ่นพันธ์ (2550) ได้ศึกษาถึง ความคิดเห็นของครูสอนวิชาวิทยาศาสตร์ต่อรายการ เรียนรู้วิทย์-คณิต กับ สสวท. ทางสถานีโทรทัศน์เพื่อการศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ ผลการศึกษา พบว่า 1) ลักษณะของประชากรของครู พบว่า ครูที่มีอายุช่วง 26-30 ปี และ 51 ปีขึ้นไปมีความ คิดเห็นต่อรายการ เรียนรู้ วิทย์-คณิต กับ สสวท. มากกว่า ช่วงอายุ 46-50 ปี และรับชมรายการทาง สื่อ CD-ROM มากกว่า ช่อง ETV 2) เนื้อหารายการ พบว่า เน้นด้านกระบวนการสอนเพิ่มเติมด้าน คุณธรรม จริยธรรมให้กับเนื้อหามากกว่าด้านวิชาการ ส่งเสริมกระบวนการคิดมากกว่าทักษะผู้เรียน และนำเสนอผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตมากกว่าสื่อโทรทัศน์ 3) รูปแบบการนำเสนอ พบว่า กลุ่มสาระที่ 1 สิ่งมีชีวิตกับการดำรงชีวิตใช้รูปแบบการนำเสนอแบบสนทนามากกว่าแบบสารคดี และกลุ่มสาระที่ 6 กระบวนการเปลี่ยนแปลงของโลก ใช้รูปแบบการนำเสนอแบบสารคดีมากกว่าการบรรยาย 4) ประโยชน์ที่ครูได้รับจากรายการ พบว่า ครูได้รับแนวทางการเรียนแบบใช้สื่อประสมมากกว่า การนำไปใช้เป็นตัวอย่างการสอน ทำให้รู้กระบวนการเรียนการสอนมากกว่าความต้องการของ ผู้เรียน และได้รับเทคนิคการสอนมากกว่าวิชาการ

อภิพงษ์ วงศ์เกียรติกุล (2550) ได้ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อวิทยุโทรทัศน์และศึกษารูปแบบรายการโทรทัศน์ซึ่งเป็นที่ต้องการของเด็กไทยในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อวิทยุโทรทัศน์ของเด็กไทยในเขตกรุงเทพมหานคร ร้อยละ 70.8 เปิดรับสื่อ วิทยุโทรทัศน์กับครอบครัว โดยเปิดรับมากที่สุดในช่วงเย็นของวันธรรมดา และช่วงเช้าของวันหยุด ครั้งละ 1-2 ชั่วโมง เมื่อพิจารณาด้านรูปแบบรายการ พบว่า ต้องการชมรายการประเภทละครและ ภาพยนตร์มากที่สุด



เอื้องอลิน กองแก้ว (2550) ได้ศึกษาถึงการรับสื่อของประชาชนในจังหวัดเชียงใหม่ การศึกษาครั้งนี้เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจำนวน 400 ราย จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีอายุระหว่าง 34-39 ปี ผู้ตอบเป็นหญิงมากที่สุด มีอายุ 34 ปี สถานภาพแต่งงาน การศึกษาสูงสุด ระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพรับราชการหรือรัฐวิสาหกิจและมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-15,000 บาท สำหรับสื่อมวลชนที่เปิดรับมากที่สุดเรียงตามลำดับดังนี้ คือ โทรทัศน์ เปิดรับสื่อโทรทัศน์ในวันจันทร์-ศุกร์มากที่สุด ชมวันละ 2 ครั้ง หรือมากกว่า ระยะเวลาในการเปิดรับประมาณ 3 ชั่วโมง 26 นาที สถานที่ที่ชมบ่อยที่สุดคือ ช่อง 3 ชมรายการข่าวประจำวันมากที่สุด มีพฤติกรรม การเปิดรับสื่อระหว่างทำกิจกรรมอื่นร่วมด้วย หนังสือพิมพ์ เปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ในวันจันทร์-ศุกร์มากที่สุด อ่านวันละครั้ง และช่วงเวลาที่อ่านเป็นช่วงพักกลางวัน (12.00-12.29 น.) อ่านแต่ละครั้งประมาณ 30 นาที-1 ชั่วโมง หนังสือพิมพ์รายวันที่อ่านมากที่สุดคือไทยรัฐ โดยอ่านรายการพาดหัวข่าว รองลงมาเศรษฐกิจ การเมือง และนิยามอ่านทั้งเล่ม มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อแบบเปิดรับสื่อเพียงสื่อเดียว อินเทอร์เน็ต ผู้ตอบนิยมใช้จันทร์-ศุกร์มากที่สุด ส่วนใหญ่มีการใช้อินเทอร์เน็ตมาแล้ว 5 ปีขึ้นไป โดยใช้วันละ 2 ครั้ง หรือมากกว่า และมีระยะเวลาใช้ต่อครั้งประมาณ 3 ชั่วโมง สำหรับเว็บที่เข้าไปประจำได้แก่ Hotmail, Google เพื่อใช้ในการรับส่งอีเมลล์ และค้นหาข้อมูลข่าวสาร มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเพียงอย่างเดียว วิทยู ผู้ตอบรับฟังในวันจันทร์-ศุกร์มากที่สุด โดยรับฟังวันละครั้ง และมีระยะเวลารับฟังต่อครั้งประมาณ 30 นาที 1 ชั่วโมง ส่วนใหญ่รับฟังประเภทหรือรายการเพลง โดยรับฟัง ขณะขับรถยนต์ รองลงมาที่บ้านและรับฟังจากเครื่องเล่นวิทยุมากที่สุด มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อแบบเปิดรับสื่อเพียงอย่างเดียว สื่อนิตยสาร ผู้ตอบแบบนิยมอ่านในวันเสาร์-อาทิตย์มากที่สุด โดยอ่านสัปดาห์ละครั้ง มีเวลาสัปดาห์ละครั้ง มีเวลาอ่านในเวลาว่าง ช่วงเช้าหรือช่วงเย็น โดยมีระยะเวลาในการอ่านต่อครั้งประมาณ 1 ชั่วโมง ประเภทหรือรายการของนิตยสารที่ส่วนใหญ่อ่านคือ นิตยสารบ้านและการตกแต่งบ้าน รองลงมาเป็นบันเทิง ดารา และนิยามอ่านทั้งเล่มมากกว่า มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเพียงสื่อเดียว ภาพยนตร์ ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมชมภาพยนตร์ในวันเสาร์-อาทิตย์มากที่สุด และชมภาพยนตร์น้อยกว่าเดือนละ 1 ครั้ง เวลาชมประมาณ 12.00-15.00 น. นิยมแนวแอคชั่น ผจญภัย รองลงมาคือ ดลก และรักโรแมนติก สำหรับเหตุผลในการเปิดรับสื่อมวลชนนั้น กลุ่มเจนเอเรชั่นเอกซ์ ต้องการด้านข่าวสารมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านความบันเทิงและด้านสร้างภาพลักษณ์ให้กับตนเอง โดยมีความต้องการด้านการมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลเป็นลำดับสุดท้าย

พนารัตน์ เสรีทวีกุล (2551) ได้ศึกษาเรื่อง “การรับรู้ภาพลักษณ์กรมวิชาการเกษตรของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่า

1. การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกรมวิชาการเกษตร พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อองค์กร โดยรวมอยู่ในระดับต่ำ แต่เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบแต่ละสื่อแล้วพบว่าสื่อที่กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับมากที่สุด คือ สื่ออินเทอร์เน็ตเว็บไซต์ [www.doa.com](http://www.doa.com) รองลงมาคือสื่อสิ่งพิมพ์

2. การรับรู้ต่อภาพลักษณ์ด้านต่าง ๆ ของกรมวิชาการเกษตรพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ภาพลักษณ์กรมวิชาการเกษตร โดยรวมอยู่ในระดับดี โดยมีภาพลักษณ์ด้านบุคลากรดีที่สุดในรองลงมาคือรับรู้ภาพลักษณ์ในด้านคุณภาพของผลงาน

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งนี้ผู้ศึกษาได้เสนอแนะว่า กรมวิชาการเกษตรควรมีการพัฒนาและปรับปรุงสื่อประชาสัมพันธ์ขององค์กรแต่ละประเภทให้มีความน่าสนใจและผ่านช่องทางที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ง่ายขึ้น และควรทำการวิจัยสื่อแต่ละประเภทที่ใช้ดำเนินการรับรู้ภาพลักษณ์แม้ภาพลักษณ์โดยรวมจะอยู่ในระดับต่ำ แต่ควรพัฒนาภาพลักษณ์ด้านผู้บริหารองค์กรและการบริการ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ภาพลักษณ์ในระดับปานกลางให้อยู่ในระดับดีให้มากที่สุด และควรวางแผนการประชาสัมพันธ์เพื่อต่อยอดภาพลักษณ์ด้านที่กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ในระดับดีให้คงอยู่ตลอดไป

ปิยะวดี ยาโน (2552) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับสื่อของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ในจังหวัดเชียงใหม่ เป็นการศึกษาเพื่อให้เข้าใจถึงกระบวนการเปิดรับข่าวสารจากสื่อ ความบ่อยครั้ง ระยะเวลาและช่วงเวลาในการเปิดรับสื่อ ระเบียบวิธีการศึกษามีขอบเขตการศึกษา คือ ศึกษาถึงพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยศึกษาลักษณะการแสวงหาข่าวสารและการเปิดรับข้อมูลโดยศึกษาจากประเภท ชนิด ความถี่ ช่วงเวลา ระยะเวลาที่ใช้ในการเปิดรับสื่อแต่ละประเภทแยกตามประเภทรายการต่าง ๆ และเหตุผลในการเปิดรับสื่อ โดยวัดจากเวลาที่ใช้สื่อและความถี่ของการใช้สื่อแยกตามประเภทของเนื้อหารายการที่แตกต่างกันและเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน ที่เป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรี โดยมีอายุระหว่าง 18-24 ปี ที่ลงทะเบียนศึกษาในปีการศึกษา 2551 (ภาคปกติ) ในจังหวัดเชียงใหม่ รวมทั้งสิ้น 7 มหาวิทยาลัย

การวิเคราะห์ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถามทั้งสองส่วน จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Description statistic) โดยใช้ค่าสถิติ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) สำหรับแบบสอบถามด้านเหตุผลในการเปิดรับสื่อ เป็นการให้ระดับเหตุผลในการเปิดรับสื่อ สถิติที่ใช้ คือ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) เพื่ออธิบายพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ในจังหวัดเชียงใหม่ และจากการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบและข้อเสนอแนะได้ดังนี้ส่วนที่ 1

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม (นักศึกษาระดับปริญญาตรีในจังหวัดเชียงใหม่) ผู้ตอบแบบสอบถามหรือกลุ่มของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ในจังหวัดเชียงใหม่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 51.00 มีอายุ 19 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 27.20 ส่วนใหญ่ศึกษาที่มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 28.20 สาขาวิชาที่ศึกษา คือ สาขาวิชามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 64.50 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 5,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 65.20 แหล่งที่มาของเงินรายได้มาจากบิดา มารดา คิดเป็นร้อยละ 89.00 และที่พักอาศัยในปัจจุบัน คือ หอพัก บ้านเช่า คิดเป็นร้อยละ 45.50 ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกาเปิดรับการสื่อ เช่น ประเภท ชนิดของสื่อมวลชนที่เปิดรับ ความถี่ ช่วงเวลา ระยะเวลาที่ใช้ในการเปิดรับสื่อมวลชนแต่ละประเภท แยกตามประเภทรายการต่าง ๆ และเหตุผลในการเปิดรับสื่อผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสื่อประเภทโทรทัศน์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 98.25 เปิดรับสื่อประเภทอินเทอร์เน็ตมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 93.00 สื่อประเภทที่เปิดรับน้อยที่สุด คือ อินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 54.50 รองลงมา คือ โทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 40.50 และสาเหตุที่เปิดรับน้อยเพราะเป็นสื่อฟรี/ ราคาลูก คิดเป็นร้อยละ 56.75 รองลงมา คือ สะดวกในการเข้าถึงเนื่องจากมีเครื่องรับสื่ออยู่ที่บ้าน คิดเป็นร้อยละ 51.50 และมีความสนใจเป็นพิเศษ คิดเป็นร้อยละ 40.00

วิภาวี ฝ่ายเทศ (2552) ได้ทำการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการบริโภคสื่อและการรับรู้ความเป็นจริงในสื่อของวัยรุ่น ในครอบครัวของลูกจ้างโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยทำการสุ่มตัวอย่างซึ่งมีทั้งสุ่มตัวอย่างเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามทั้งสิ้น 400 ชุด แต่ใช้คำนวณสถิติเพียง 397 ราย แบ่งเป็น โรงเรียนละ 100 คน ขอความร่วมมือจากอาจารย์ของแต่ละโรงเรียนให้จัดนักเรียนมาทำแบบสอบถามซึ่งมีโรงเรียนบางปะอิน “ราชานุเคราะห์ 1” อำเภอ บางปะอิน โรงเรียนอยุธยาธรรม์ อำเภอพระนครศรีอยุธยา โรงเรียนอุทัย อำเภออุทัย และโรงเรียนวังน้อย (พนมยงค์วิทยา) อำเภอวังน้อย สำหรับการสุ่มตัวอย่างเชิงคุณภาพ ทำการสุ่มจากโรงเรียนในสี่อำเภอข้างต้นได้เจาะจงสัมภาษณ์วัยรุ่นจำนวน 6 คน เป็นชาย 3 คน หญิง 3 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาเก็บลักษณะแบบสอบถามวัดระดับ Likert scale 5 ระดับ ทำการทดสอบความเที่ยงตรงโดยใช้การทดสอบความเที่ยงตรงแบบ IOC และความเชื่อถือได้โดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค ผลการวิจัยพบว่า ในด้านพฤติกรรมการบริโภคสื่อของวัยรุ่น โทรทัศน์คือสื่อที่เป็นส่วนกลางในครอบครัวมากที่สุดและเป็นสื่อที่พ่อแม่ผู้ปกครองมีส่วนร่วมกับการใช้มากที่สุดกับวัยรุ่น และมีโอกาสเป็นตัวกลางที่ช่วยขัดเกลาด้านการบริโภคสื่อมากที่สุด ส่วนสื่อที่วัยรุ่นมิเป็นกรส่วนตัวมากที่สุดคือโทรศัพท์มือถือที่ใช้เพื่อความบันเทิงเป็นการส่วนตัวเมื่ออยู่กับครอบครัว สื่อที่ไม่เข้าถึงวัยรุ่นส่วนใหญ่ทั้งโดยส่วนตัวหรือผ่านมาทางครอบครัวคือ อินเทอร์เน็ตและสื่อประเภท

ตั้งพิมพ์สำหรับการใช้สื่อวิทยุของวิทยุรุ่นนั้น วิทยุรุ่นเป็นผู้เลือกรายการเอง และกิจกรรมที่ฟังไปพร้อมกับฟังวิทยุคือ การทำการบ้าน มีจุดประสงค์เพื่อเป็นเพื่อนแก้เหงามากกว่าต้องการข่าวสาร

ศุภศิลาปี กุลจิตต์เจือวงศ์ (2554) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจของผู้ชมข่าวภาคค่ำ ทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ของประชาชน ในเขตพญาไท กรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับชมข่าวภาคค่ำ ทุกวัน (7 ครั้ง/ สัปดาห์) จะเปิดรับชมในวันจันทร์-ศุกร์เวลา 19.40-20.30 น. ระยะเวลาในการเปิดรับชมข่าวภาคค่ำ (วันจันทร์-วันศุกร์) จะเปิดรับชมข่าวภาคค่ำ 60 นาที และ 30 นาที ส่วนระยะเวลาในการเปิดรับชมภาคค่ำ (วันเสาร์-วันอาทิตย์) จะเปิดรับชมข่าวภาคค่ำ 60 นาที ลักษณะการรับชมข่าวภาคค่ำ พบว่า ประชาชนส่วนมากเปลี่ยนช่องชม โดยสลับไปมากับช่องอื่น รองลงมาคือ ชมตั้งแต่ต้นจนจบโดยไม่เปลี่ยนช่อง ความพึงพอใจที่มีต่อการรับชมข่าวภาคค่ำพบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านผู้ดำเนินรายการ ด้านเนื้อหารายการ และด้านรูปแบบรายการ ส่วนการใช้ประโยชน์จากการรับชมข่าวภาคค่ำ พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในรายละเอียด ด้านการใช้ประโยชน์ พบว่า ทุก ๆ ด้านอยู่ในระดับมาก

สำนักงานสถิติแห่งชาติ (2557) พบว่า พ่อแม่กังวลเรื่อง “เซ็กส์ล้นจอ” ซึ่งมาจากหนังต่างประเทศ ละครก่อน/ หลังข่าว การ์ตูนญี่ปุ่น/ ฝรั่งเศส มีวสิกวีดีโอเพลง และการแต่งกายของพิธีกรตามลำดับ ซึ่งพฤติกรรมทางเพศที่มักพบในโทรทัศน์ที่จะส่งผลต่อเด็ก ได้แก่ การแต่งกายวาบหวิด ค่านิยมทางเพศที่ไม่เหมาะสม เช่น มีเพศสัมพันธ์ก่อนวัยอันควร การแสดงออกทางเพศในที่สาธารณะ ไปจนถึงฉากกอดจูบลูบคลำ

อุทุมพร สุขวงกฎ (2557) ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการเปิดรับชมและความพึงพอใจต่อรายการ ห้องข่าว 7 สี ทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการรับชมรายการห้องข่าว 7 สี ต่างกันมีความพึงพอใจที่มีต่อรายการห้องข่าว 7 สี ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์สีกองทัพบก ช่อง 7 แตกต่างกัน โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมการชมทุกวัน (3 ครั้ง/ สัปดาห์) มีความพึงพอใจต่อรายการห้องข่าว 7 สี มากกว่ากลุ่มที่ชม 1-2 วัน/ สัปดาห์ และกลุ่มชมบ้างนาน ๆ ครั้ง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะกลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมการรับชมทุกวัน เกิดความรู้สึกที่ดีรับรู้ในสิ่งที่นำเสนอ จนเกิดความเคยชินทำให้เกิดความประทับใจที่มีต่อด้านเนื้อหา ด้านผู้ดำเนินรายการ ด้านรูปแบบนำเสนอ และยังมีความรู้สึกที่ดีต่อการนำไปใช้ประโยชน์จึงทำให้เกิดการรับชมทุกครั้ง จะต้องเปิดรับชมโทรทัศน์ของช่อง 7 เป็นลำดับแรก ถึงแม้ว่าบางครั้งจะมีการสลับช่องไปชมช่องอื่น ๆ เช่น ช่อง 3 ช่อง 5 ช่อง 9 และช่องอื่น ๆ แต่ยังคงกลับมาช่องหลักเช่นเดิม

เมื่อพิจารณาพฤติกรรมในการรับชม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับชมทุกวัน (รายการห้องข่าว 7 สี ออกอากาศสัปดาห์ละ 3 วัน) ร้อยละ 42.8 และพิจารณาถึงรายการห้องข่าว 7 สี พบว่า

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการรับชมรายการข่าว ช่วยชาวบ้าน สกู๊ปชีวิต สกู๊ปท่องเที่ยว อนุวัต จัดมาแล้ว ในระดับมาก มีเพียงคอลัมน์หมายเลข 7 ที่กลุ่มตัวอย่างรับชมในระดับปานกลางและพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดสลับกับช่องอื่นเมื่อมีโฆษณา ร้อยละ 78 ซึ่งเปลี่ยนไปสลับกับช่อง 3 มากที่สุด ร้อยละ 82.4 รูปแบบการชมส่วนใหญ่ร้อยละ 76.8 เป็นการชมตอนออกอากาศทาง ช่อง 7 (Real time) หลังจากชมรายการห้องข่าว 7 สลับแล้วได้ติดตามชมข่าวภาคเที่ยงทางช่อง 7 สลับต่อไปร้อยละ 50.5 ขณะที่กลุ่มตัวอย่างมีส่วนร่วมกิจกรรมรายการโทรทัศน์ ร้อยละ 32.8 มีการส่ง SMS ร่วมแสดงความคิดเห็นสูงสุด ร้อยละ 63.4 รองลงมาเฟซบุ๊ก ร้อยละ 26.0 พิจารณาพฤติกรรม การเปิดรับชมรายการห้องข่าว 7 สลับ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อรายการ ห้องข่าว 7 สลับ พบว่า ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการรับชมรายการห้องข่าว 7 สลับสัมพันธ์กับความพึงพอใจ ด้านเนื้อหา ด้านผู้ดำเนินรายการ ด้านรูปแบบการนำเสนอ ด้านนำไปใช้ประโยชน์ และในภาพรวม เป็นไปในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากการศึกษาเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยสนใจในความคิดเห็น ของบุคลากรในสังกัดสำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 ต่อการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ของสถานีวิทยุ โทรทัศน์แห่งประเทศไทย ตลอดจนเนื้อหาของข่าวสารที่ประชาชนให้ความสนใจ และมีแนวโน้ม นำข้อมูลข่าวสารที่ได้รับมาใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวันเพียงใด ทั้งยังประสงค์ที่จะทราบว่า ประชาชนได้ใช้ประโยชน์จากสื่อสารมวลชนประเภทต่าง ๆ อย่างไร มีปัญหา และอุปสรรค อะไรบ้าง ในการเพิ่มประสิทธิภาพของการผลิตรายการข่าวสารให้ตรงตามความต้องการ รวดเร็ว และเที่ยงตรงตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ ผู้วิจัยจึงได้ใช้เป็นข้อมูลเบื้องต้น และเป็นแนวทางในการวิจัย ครั้งนี้

## บทที่ 3

### วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมของประชาชนต่อการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี และเพื่อศึกษาทัศนคติของประชาชนต่อการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี โดยจำแนกตามพฤติกรรมและทัศนคติต่อการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การสร้างและการตรวจคุณภาพเครื่องมือ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

เกณฑ์การแปลผล

#### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

##### ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ที่เปิดรับสื่อโทรทัศน์ของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี ทั้ง 11 ตำบล ได้แก่ 1) ตำบลตลาด 2) ตำบลวัดใหม่ 3) ตำบลคลองนารายณ์ 4) ตำบลเกาะขวาง 5) ตำบลคมบาง 6) ตำบลท่าช้าง 7) ตำบลจันทนิมิต 8) ตำบลบางกะจะ 9) ตำบลแสง 10) ตำบลหนองบัว 11) ตำบลพลับพลา (ตำบล อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี, 2557) และเป็นผู้ตอบแบบสอบถามเรื่องพฤติกรรมของประชาชนที่เปิดรับสื่อโทรทัศน์ของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แท้จริงจึงใช้สูตรคำนวณของไนกรณีไม่ทราบขนาดประชากร โดยกำหนดสัดส่วนประชากร 0.3 กำหนดระดับความเชื่อมั่น 95% และความคลาดเคลื่อน 5% (Zikmund, 1999)

## บทที่ 4

### ผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมของประชาชนต่อการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา พฤติกรรมของประชาชนต่อการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี และเพื่อศึกษาความคิดเห็นของประชาชนต่อการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี ในเรื่อง พฤติกรรมของประชาชนต่อการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ ทั้ง 2 ด้าน คือ ด้านพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ และด้านความคิดเห็นของประชาชนต่อการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ ของประชาชนในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี ทั้ง 11 ตำบล ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรคำนวณของในกรณีไม่ทราบขนาดประชากร โดยกำหนดสัดส่วนประชากร 0.3 กำหนดระดับความเชื่อมั่น 95% และความคลาดเคลื่อน 5% ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 323 คน และทำการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ ภูมิลำเนา อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ สถิติที่ใช้คือ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ และร้อยละ วิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมของประชาชนต่อการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี สถิติที่ใช้คือ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าความถี่ และวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของประชาชนต่อการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี วิเคราะห์โดยการหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ซึ่งผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ ออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมของประชาชนต่อการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของประชาชนต่อการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี

## ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 ค่าความถี่และร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
<b>เพศ</b>		
ชาย	140	43.34
หญิง	183	56.66
รวม	323	100.00
<b>ภูมิลำเนา</b>		
ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี	228	70.59
นอกเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี	95	29.41
รวม	323	100.00
<b>อายุ</b>		
11 ปี-20 ปี	28	8.67
21 ปี-30 ปี	79	24.46
31 ปี-40 ปี	84	26.01
41 ปี-50 ปี	72	22.29
51 ปี-60 ปี	46	14.24
61 ปีขึ้นไป	14	4.33
รวม	323	100.00
<b>ระดับการศึกษา</b>		
ต่ำกว่าระดับประถมศึกษา	65	20.12
ระดับประถมศึกษา-ระดับปวช.	89	27.55
ระดับอนุปริญญา-ระดับปริญญาตรี	128	39.63
สูงกว่าระดับปริญญาตรี	41	12.70
รวม	323	100.00



ตารางที่ 1 (ต่อ)

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
อาชีพ		
ข้าราชการ	57	17.65
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	83	25.70
อาชีพอิสระ/ รับจ้าง	72	22.29
พนักงานบริษัทเอกชน	31	9.60
เจ้าของกิจการหรือค้าขาย	62	19.20
นักเรียน/ นักศึกษา	18	5.56
	323	100.00
รายได้		
ต่ำกว่า 10,000.-บาท	53	16.41
10,001-20,000.-บาท	59	18.27
20,001-30,000.-บาท	89	27.55
30,001-40,000.-บาท	67	20.74
40,001-50,000.-บาท	43	13.31
มากกว่า 50,001 บาทขึ้นไป	12	3.72
รวม	323	100.00

จากตารางที่ 1 ค่าความถี่และร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 56.66 และเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 43.34 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี คิดเป็นร้อยละ 70.59 และอยู่นอกเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี คิดเป็นร้อยละ 29.41 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 31 ปี-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 26.01 รองลงมามีอายุ 21 ปี-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 24.46 มีอายุ 41 ปี-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 22.29 มีอายุ 61 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 4.33 มีอายุ 51 ปี-60 ปี คิดเป็นร้อยละ 14.24 มีอายุ 11 ปี-20 ปี คิดเป็นร้อยละ 8.67 และสุดท้ายมีอายุ 61 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 4.33 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับอนุปริญญา-ระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 39.63 รองลงมามีการศึกษาระดับประถมศึกษา-ระดับปวช. คิดเป็นร้อยละ 27.55 มีการศึกษาต่ำกว่าระดับประถมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 20.12 และสุดท้ายมีการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี

คิดเป็นร้อยละ 12.70 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 25.70 รองลงมามีอาชีพอิสระ/ รับจ้าง คิดเป็นร้อยละ 22.29 มีอาชีพเป็นเจ้าของกิจการหรือค้าขาย คิดเป็นร้อยละ 19.20 มีอาชีพข้าราชการ คิดเป็นร้อยละ 17.65 มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 9.60 และสุดท้ายเป็นนักเรียน/ นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 5.56 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีรายได้ 20,001-30,000.-บาท คิดเป็นร้อยละ 27.65 รองลงมา มีรายได้ 30,001-40,000.-บาท คิดเป็นร้อยละ 20.74 มีรายได้ 10,001-20,000.-บาท คิดเป็นร้อยละ 18.27 มีรายได้ต่ำกว่า 10,000.-บาท คิดเป็นร้อยละ 16.41 มีรายได้ 40,001-50,000.-บาท คิดเป็นร้อยละ 13.31 และสุดท้าย มีรายได้มากกว่า 50,001 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 3.72

## ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมของประชาชนต่อการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ของ สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี

ตารางที่ 2 ค่าความถี่และร้อยละ ของพฤติกรรมของประชาชนต่อการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ของ สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี ในเรื่องการรับชมข่าวและรายการของสถานี

พฤติกรรมของประชาชน	จำนวน	ร้อยละ
รับชมข่าวและรายการของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย (ช่อง 11) ในหนึ่งสัปดาห์		
ทุกวัน	111	34.37
สัปดาห์ละ 1-2 วัน	34	10.53
สัปดาห์ละ 3-4 วัน	85	26.32
สัปดาห์ละ 5-6 วัน	93	28.79
	323	100.00

จากตารางที่ 2 ค่าความถี่และร้อยละของพฤติกรรมของประชาชนต่อการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี ในเรื่องการรับชมข่าวและรายการของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย (ช่อง 11) ในหนึ่งสัปดาห์ พบว่าประชาชนรับชมทุกวันมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 34.37 รองลงมา รับชมสัปดาห์ละ 5-6 วัน

คิดเป็นร้อยละ 28.79 รับชมสัปดาห์ละ 3-4 วัน คิดเป็นร้อยละ 26.32 และสุดท้ายรับชมสัปดาห์ละ 1-2 วัน คิดเป็นร้อยละ 10.53

ตารางที่ 3 ค่าความถี่และร้อยละ ของพฤติกรรมของประชาชนต่อการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ของ  
สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี ในเรื่อง  
ระยะเวลาในการรับชมข่าวและรายการของสถานี

พฤติกรรมของประชาชน	จำนวน	ร้อยละ
ระยะเวลาในการรับชมข่าวและรายการโทรทัศน์ของทาง สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย (ช่อง 11) คิดเป็น จำนวนรวมชั่วโมงต่อวัน		
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง/ วัน	91	28.17
1-2 ชั่วโมง/ วัน	109	33.75
2-3 ชั่วโมง/ วัน	82	25.39
3-4 ชั่วโมง/ วัน	21	6.50
มากกว่า 4 ชั่วโมง/ วัน	10	6.19
รวม	323	100.00

จากตารางที่ 3 ค่าความถี่และร้อยละของพฤติกรรมของประชาชนต่อการเปิดรับสื่อ  
โทรทัศน์ของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี ในเรื่อง  
ระยะเวลาในการรับชมข่าวและรายการโทรทัศน์ของทางสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย  
(ช่อง 11) คิดเป็นจำนวนรวมชั่วโมงต่อวัน พบว่าประชาชนรับชม 1-2 ชั่วโมง/ วัน มากที่สุด คิดเป็น  
ร้อยละ 33.75 รองลงมารับชมน้อยกว่า 1 ชั่วโมง/ วัน คิดเป็นร้อยละ 28.17 รับชม 2-3 ชั่วโมง/ วัน  
คิดเป็นร้อยละ 25.39 รับชม 3-4 ชั่วโมง/ วัน คิดเป็นร้อยละ 6.50 และสุดท้ายรับชมมากกว่า 4  
ชั่วโมง/ วัน คิดเป็นร้อยละ 6.19

ตารางที่ 4 ค่าความถี่และร้อยละ ของพฤติกรรมของประชาชนต่อการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ของ  
 สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี ในเรื่อง  
 ช่วงเวลาที่รับชมข่าวและรายการของสถานี

พฤติกรรมของประชาชน	จำนวน	ร้อยละ
ช่วงเวลาในการรับชมข่าวและรายการโทรทัศน์ของทาง สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย (ช่อง 11)		
ช่วงเช้า 05.00 น.-10.00 น.	15	4.64
ช่วงกลางวัน 10.01 น.-14.00 น.	31	9.60
ช่วงเย็น 14.01 น.-18.00 น.	90	27.86
ช่วงหัวค่ำ 18.01 น.-21.00 น.	116	35.92
ช่วงดึก 21.01 น.-05.00 น.	71	21.98
รวม	323	100.00

จากตารางที่ 4 ค่าความถี่และร้อยละของพฤติกรรมของประชาชนต่อการเปิดรับสื่อ  
 โทรทัศน์ของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี ในเรื่อง  
 ช่วงเวลาในการรับชมข่าวและรายการโทรทัศน์ของทางสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย  
 (ช่อง 11) พบว่า ประชาชนรับชมช่วงหัวค่ำ 18.01 น.-21.00 น. มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.92  
 รองลงมารับชมช่วงเย็น 14.01 น.-18.00 น. คิดเป็นร้อยละ 27.86 รับชมช่วงดึก 21.01 น.-05.00 น.  
 คิดเป็นร้อยละ 21.98 รับชมช่วงกลางวัน 10.01 น.-14.00 น. คิดเป็นร้อยละ 9.60 และสุดท้ายรับชม  
 ช่วงเช้า 05.00 น.-10.00 น. คิดเป็นร้อยละ 4.64

ตารางที่ 5 ค่าความถี่และร้อยละ ของพฤติกรรมของประชาชนต่อการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ของ  
สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี ในเรื่อง  
รายการที่รับชมข่าวและรายการของสถานี

พฤติกรรมของประชาชน	จำนวน	ร้อยละ
รายการที่รับชมรายการโทรทัศน์ของทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ แห่งประเทศไทย (ช่อง 11)		
ข่าวและสถานการณ์ปัจจุบัน	65	20.12
นโยบายของรัฐ	32	9.92
เด็ก เยาวชน สตรี ผู้สูงวัยและคนพิการ	47	14.55
กีฬา บันเทิง การท่องเที่ยว และวัฒนธรรม	53	16.41
อาเซียน	45	13.93
วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี สิ่งแวดล้อมและพลังงาน	17	5.26
เศรษฐกิจ	34	10.53
สถาบันพระมหากษัตริย์	16	4.95
สุขภาพ	14	4.33
รวม	323	100.00

จากตารางที่ 5 ค่าความถี่และร้อยละของพฤติกรรมของประชาชนต่อการเปิดรับสื่อ  
โทรทัศน์ของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี ในเรื่อง  
รายการที่รับชมรายการโทรทัศน์ของทางสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย (ช่อง 11) พบว่า  
ประชาชนรับชมรายการเกี่ยวกับข่าวและสถานการณ์ปัจจุบัน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 20.12  
รองลงมารับชมรายการเกี่ยวกับ กีฬา บันเทิง การท่องเที่ยว และวัฒนธรรม คิดเป็นร้อยละ 16.41  
รับชมรายการเกี่ยวกับ เด็ก เยาวชน สตรี ผู้สูงวัยและคนพิการ คิดเป็นร้อยละ 14.55 รับชมรายการ  
เกี่ยวกับอาเซียน คิดเป็นร้อยละ 13.93 รับชมรายการเกี่ยวกับเศรษฐกิจ คิดเป็นร้อยละ 10.53 รับชม  
รายการเกี่ยวกับนโยบายของรัฐ คิดเป็นร้อยละ 9.92 รับชมรายการเกี่ยวกับวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี  
สิ่งแวดล้อมและพลังงาน คิดเป็นร้อยละ 5.26 รับชมรายการเกี่ยวกับสถาบันพระมหากษัตริย์ คิดเป็น  
ร้อยละ 4.95 และสุดท้ายรับชมรายการเกี่ยวกับสุขภาพ คิดเป็นร้อยละ 4.33

ตารางที่ 6 ค่าความถี่และร้อยละ ของพฤติกรรมของประชาชนต่อการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ของ  
 สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี ในเรื่อง  
 ความต้องการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร

พฤติกรรมของประชาชน	จำนวน	ร้อยละ
ความต้องการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสถานีวิทยุโทรทัศน์ แห่งประเทศไทย (ช่อง 11)		
เพื่อรับรู้ข่าวสารเหตุการณ์ต่างๆ	95	29.42
เพื่อช่วยในการตัดสินใจ	14	4.33
เพื่อการพูดคุยสนทนา	72	22.29
เพื่อเป็นที่ยอมรับของสังคม	38	11.76
เพื่อเพิ่มพูนความรู้	94	29.10
อื่นๆ	10	3.10
รวม	323	100.00

จากตารางที่ 6 ค่าความถี่และร้อยละของพฤติกรรมของประชาชนต่อการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี ในเรื่องความต้องการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย (ช่อง 11) พบว่าประชาชนมีความต้องการเพื่อรับรู้ข่าวสารเหตุการณ์ต่าง ๆ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 29.42 รองลงมา มีความต้องการเพื่อเพิ่มพูนความรู้ คิดเป็นร้อยละ 29.10 มีความต้องการเพื่อการพูดคุยสนทนา คิดเป็นร้อยละ 22.29 ความต้องการเพื่อเป็นที่ยอมรับของสังคม คิดเป็นร้อยละ 11.76 ความต้องการเพื่อช่วยในการตัดสินใจ คิดเป็นร้อยละ 4.33 และสุดท้ายมีความต้องการอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 3.10

สรุปได้ว่าภาพรวมของพฤติกรรมของประชาชนต่อการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี ในเรื่องระยะเวลาในการรับชมข่าวและรายการโทรทัศน์ของทางสถานี คิดเป็นจำนวน 1-2 ชั่วโมง/ ต่อวัน มากที่สุด เรื่องช่วงเวลาในการรับชมข่าวและรายการโทรทัศน์ของทางสถานี ประชาชนรับชมช่วงหัวค่ำ 18.01 น.- 21.00 น. มากที่สุด เรื่องรายการที่รับชมรายการโทรทัศน์ของทางสถานี พบว่า ประชาชนรับชมรายการเกี่ยวกับข่าวและสถานการณ์ปัจจุบัน มากที่สุด และเรื่องความต้องการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย (ช่อง 11) พบว่าประชาชนมีความต้องการเพื่อรับรู้ข่าวสารเหตุการณ์ต่าง ๆ มากที่สุด

### ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของประชาชนต่อการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ ของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี

ตารางที่ 7 จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นของประชาชนต่อการ  
เปิดรับสื่อโทรทัศน์ของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง  
จังหวัดจันทบุรี

การเปิดรับสื่อโทรทัศน์ของ สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่ง ประเทศไทย	ระดับความคิดเห็น				$\bar{X}$	SD	แปล ความ	อันดับ
	เห็น ด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง				
1. ข้อมูลข่าวสารจากสถานี วิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยมีความถูกต้อง	108 (33.44)	161 (49.85)	34 (10.53)	20 (6.19)	3.11	0.82	เห็น ด้วย	3
2. ข้อมูลข่าวสารจากสถานี วิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยมีความรวดเร็ว จับใจ	121 (37.46)	146 (45.20)	43 (13.31)	13 (4.02)	3.16	0.80	เห็น ด้วย	2
3. ข้อมูลข่าวสารจากสถานี วิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยมีความเป็นกลาง	115 (35.60)	151 (46.75)	44 (13.62)	13 (4.02)	3.14	0.80	เห็น ด้วย	4
4. ข้อมูลข่าวสารจากสถานี วิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยมีความทันสมัย ตรงกับ เหตุการณ์ในปัจจุบัน	113 (34.98)	164 (50.77)	31 (9.60)	15 (4.64)	3.16	0.78	เห็น ด้วย	1
5. ข้อมูลข่าวสารจากสถานี วิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย สามารถตอบสนอง ความพึงพอใจของท่านได้	95 (29.41)	166 (51.39)	40 (12.38)	22 (6.81)	3.03	0.83	เห็น ด้วย	5
	ภาพรวม				3.12	0.62	เห็น ด้วย	

จากตารางที่ 7 จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นของประชาชนต่อการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี พบว่า ประชาชนมีความคิดเห็นต่อการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง ( $\bar{X} = 3.12$ ,  $SD = 0.62$ ) เมื่อพิจารณาในรายละเอียดสรุปได้ดังนี้

ความคิดเห็นของประชาชนต่อการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี ในเรื่องข้อมูลข่าวสารจากสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยมีความทันสมัย ตรงกับเหตุการณ์ในปัจจุบัน เห็นด้วยอย่างยิ่ง ( $\bar{X} = 3.16$ ,  $SD = 0.78$ ) เป็นอันดับแรก รองลงมาเรื่องข้อมูลข่าวสารจากสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยมีความรวดเร็ว ฉับไว เห็นด้วยอย่างยิ่ง ( $\bar{X} = 3.16$ ,  $SD = 0.80$ ) เรื่องข้อมูลข่าวสารจากสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยมีความเป็นกลาง เห็นด้วยอย่างยิ่ง ( $\bar{X} = 3.14$ ,  $SD = 0.80$ ) เรื่องข้อมูลข่าวสารจากสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยมีความถูกต้อง เห็นด้วยอย่างยิ่ง ( $\bar{X} = 3.11$ ,  $SD = 0.82$ ) และสุดท้ายเรื่องข้อมูลข่าวสารจากสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย สามารถตอบสนองความพึงพอใจของท่านได้ เห็นด้วยอย่างยิ่ง ( $\bar{X} = 3.03$ ,  $SD = 0.83$ )



### กลุ่มตัวอย่างประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่  $n = P(1 - P) Z^2 / e^2$

โดย  $n$  = แทนจำนวนกลุ่มตัวอย่าง

$P$  = สัดส่วนประชากร

$Z$  = เป็นความเชื่อมั่น 1.96 คือความมั่นใจ 95%

$e$  = ค่าความคลาดเคลื่อน

$$\begin{aligned} \text{แทนค่าสูตรได้ ดังนี้ } n &= 0.3(1 - 0.3)(1.96)^2 / 0.05^2 \\ &= (0.3 \times 0.7 \times 3.84) / 0.0025 \end{aligned}$$

$$\text{กลุ่มตัวอย่าง} = 323 \text{ คน}$$

จากการคำนวณกลุ่มตัวอย่างครั้งนี้ผู้วิจัยได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 323 คน เมื่อได้กลุ่มตัวอย่าง จึงทำสุ่มตัวอย่างแบบที่คำนึงถึงความน่าจะเป็น (Probability sampling) ผู้วิจัยเลือกใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified random sampling) การสุ่มตัวอย่างในแต่ละระดับชั้นแบบไม่เป็นสัดส่วน คือ การสุ่มตัวอย่างในแต่ละระดับชั้นแบบไม่เป็นสัดส่วนเป็นการเก็บ กลุ่มตัวอย่างจากทุกระดับชั้นในจำนวนที่เท่า ๆ กัน โดยมีสูตรดังนี้

$$\text{จำนวนตัวอย่างในแต่ละกลุ่ม} = \frac{\text{จำนวนตัวอย่างทั้งหมด}}{\text{จำนวนชั้นกลุ่ม}}$$

$$\text{จำนวนตัวอย่างในแต่ละกลุ่ม} = \frac{323}{11}$$

$$\text{จำนวนตัวอย่างในแต่ละกลุ่ม} = 29.36$$

ดังนั้นผู้ทำวิจัยจึงเลือกเก็บข้อมูลแบบสอบถาม 323 คน ในแต่ละตำบล ดังนี้

1. ตำบลตลาด	จำนวน 29 คน
2. ตำบลวัดใหม่	จำนวน 29 คน
3. ตำบลคลองนารายณ์	จำนวน 29 คน
4. ตำบลเกาะขวาง	จำนวน 29 คน
5. ตำบลคมบาง	จำนวน 29 คน
6. ตำบลท่าช้าง	จำนวน 29 คน
7. ตำบลจันทนิมิต	จำนวน 29 คน
8. ตำบลบางกะจะ	จำนวน 30 คน
9. ตำบลแสลง	จำนวน 30 คน

- |                 |             |
|-----------------|-------------|
| 10. ตำบลหนองบัว | จำนวน 30 คน |
| 11. ตำบลพลับพลา | จำนวน 30 คน |

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมของประชาชนผู้รับชมสื่อโทรทัศน์ของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ในเขตพื้นที่อำเภอเมืองจังหวัดจันทบุรี โดยแบ่งเป็น 3 ขั้นตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยสอบถาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ โดยเป็นแบบปลายปิด (Close ended question) ให้เลือกตอบในช่องที่กำหนด

ตอนที่ 2 แบบสอบถามพฤติกรรมของประชาชนผู้รับชมสื่อโทรทัศน์ของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี ประกอบด้วยคำถามแบบปลายปิด (Close ended question) ให้เลือกตอบในช่องที่กำหนด จำนวน 5 ข้อ

ตอนที่ 3 แบบสอบถามความคิดเห็นของประชาชนผู้รับชมสื่อโทรทัศน์ของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี ประกอบด้วยคำถามแบบปลายปิด (Close ended question) จำนวน 5 ข้อ โดยแต่ละคำถามจะมีระดับความคิดเห็น 4 ระดับ ได้แก่ เห็นด้วยอย่างยิ่ง, เห็นด้วย, ไม่เห็นด้วย และ ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

สำหรับเกณฑ์กำหนดระดับความคิดเห็นของประชาชนจะใช้มาตราวัดแบบ Rating scale ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ระดับ ดังนี้

- |                      |             |
|----------------------|-------------|
| เห็นด้วยอย่างยิ่ง    | ให้ 4 คะแนน |
| เห็นด้วย             | ให้ 3 คะแนน |
| ไม่เห็นด้วย          | ให้ 2 คะแนน |
| ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง | ให้ 1 คะแนน |

### การสร้างและตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

แบบสอบถามฉบับนี้ ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นตามลำดับขั้นตอนในการสร้าง ดังนี้

1. ศึกษาแนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในเรื่องพฤติกรรมของประชาชนต่อการเปิดรับสื่อ จากนั้นนำมากำหนดกรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย กำหนดนิยาม และเพื่อให้ใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

2. สร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมของประชาชนผู้รับชมสื่อโทรทัศน์ของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี และตรวจสอบแบบสอบถามว่าครอบคลุมวัตถุประสงค์หรือไม่ จากนั้นนำไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบ และนำมาปรับปรุงตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา

3. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษาให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา จากนั้นปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ โดยมีรายชื่อผู้เชี่ยวชาญ ดังนี้

3.1 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พงษ์เสฐียร เหลืองอลงกต ตำแหน่ง ผู้อำนวยการศูนย์การศึกษาจันทบุรี วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา

3.2 นางดวงมาลย์ ศรีกิจวิไลกุล ตำแหน่ง ผู้อำนวยการสำนักประชาสัมพันธ์เขต 7

3.3 นางกลอยกมล ขวัญเยื้องพันธุ์ ตำแหน่ง ผู้อำนวยการส่วนข่าวและรายการภูมิภาค สำนักประชาสัมพันธ์เขต 7

4. นำแบบสอบถามที่ได้ไปทดลองใช้ (Try out) กับกลุ่มประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน เพื่อหาคุณภาพของเครื่องมือ โดยการหาค่าความเที่ยงหรือความเชื่อถือได้ของแบบสอบถาม (Reliability) แบบ Cronbach's alpha ได้ค่าความเที่ยงหรือความเชื่อถือได้ของแบบสอบถาม เท่ากับ 0.83 ซึ่งถือว่าแบบสอบถามนี้มีความเชื่อถือได้สามารถนำไปเก็บข้อมูลครั้งต่อไป

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล มีขั้นตอน ดังนี้

1. ขอนหนังสือจากวิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพาถึงผู้อำนวยการสำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 เพื่อเก็บข้อมูลหาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ

2. ขอนหนังสือจากวิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพาถึงผู้อำนวยการสำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 เพื่อขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชาชนในเขตพื้นที่อำเภอเมืองจันทบุรี

3. ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ได้ส่งแบบสอบถามเพื่อถามประชาชนในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี จำนวน 323 ชุด ได้รับกลับคืนมาจำนวน 323 ชุด คิดเป็น 100 เปอร์เซ็นต์

## การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

การวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับการวิจัยครั้งนี้ แบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 3 ขั้นตอน โดยใช้วิธีการประมวลผลทางสถิติด้วยคอมพิวเตอร์ และสำหรับตอนที่ 3 นำมาเรียบเรียงเชิงพรรณนา

### สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยเลือกใช้สถิติในการวิเคราะห์เพื่อให้สอดคล้องกับลักษณะของข้อมูล ดังนี้

1. วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ ภูมิลำเนา อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ สถิติที่ใช้คือ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ และร้อยละ
2. วิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมของประชาชนต่อการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี สถิติที่ใช้คือ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าความถี่
3. วิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของประชาชนต่อการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี วิเคราะห์โดยการหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)

## เกณฑ์การแปลผล

ในการวิจัยครั้งนี้ กำหนดเกณฑ์การแปลผลค่าเฉลี่ย อ้างอิงจากคู่มือการทำปัญหาพิเศษ สำหรับบัณฑิตศึกษามหาบัณฑิต วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา 2551 ใช้เกณฑ์การแปลผลค่าเฉลี่ยแบบอิงเกณฑ์ (Criterion reference) กรณียแบ่งเป็น 4 ระดับ กำหนดค่าคะแนนของคำตอบไว้แน่นอน คือ ค่าคะแนนมากที่สุด, ค่าคะแนนมาก, ค่าคะแนนน้อย และค่าคะแนนน้อยที่สุด ซึ่งการหาค่าระดับเกณฑ์การแปลผล โดยมีวิธีการ ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ช่วงกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนระดับที่ต้องการ}} \\ &= \frac{4 - 1}{4} \\ &= 0.75 \end{aligned}$$

ในการวิจัยครั้งนี้ กำหนดเกณฑ์การแปลผลค่าเฉลี่ย มีดังนี้

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.26-4.00 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.51-3.25 หมายถึง เห็นด้วย

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.76-2.50 หมายถึง ไม่เห็นด้วย

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00-1.75 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

## บทที่ 5

### สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่องพฤติกรรมของประชาชนต่อการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมของประชาชนต่อการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี และเพื่อศึกษาความคิดเห็นของประชาชนต่อการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ที่เปิดรับสื่อโทรทัศน์ของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี ทั้ง 11 ตำบล ได้แก่ 1) ตำบลตลาด 2) ตำบลวัดใหม่ 3) ตำบลคลองนารายณ์ 4) ตำบลเกาะขวาง 5) ตำบลคมบาง 6) ตำบลท่าช้าง 7) ตำบลจันทนิมิต 8) ตำบลบางกะจะ 9) ตำบลแสง 10) ตำบลหนองบัว 11) ตำบลพลับพลา จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 323 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมของประชาชนผู้รับชมสื่อโทรทัศน์ของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี โดยแบ่งเป็น 3 ขั้นตอน ตอนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ตอนที่ 2 แบบสอบถามพฤติกรรมของประชาชน ตอนที่ 3 แบบสอบถามความคิดเห็นของประชาชน ซึ่งผู้วิจัยขอเสนอผลการศึกษาดังต่อไปนี้

1. สรุปผลการวิจัย
2. อภิปรายผล
3. ข้อเสนอแนะ

#### สรุปผลการวิจัย

##### ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง ส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี มีอายุ 31 ปี-40 ปี มีการศึกษาระดับอนุปริญญา-ระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีรายได้ 20,001-30,000.บาท

**ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมของประชาชนต่อการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี**

1. พฤติกรรมของประชาชนต่อการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี ในเรื่องการรับชมข่าวและรายการของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย (ช่อง 11) ในหนึ่งสัปดาห์ พบว่าประชาชนรับชมทุกวันมากที่สุด รองลงมารับชมสัปดาห์ละ 5-6 วัน รับชมสัปดาห์ละ 3-4 วัน และสุดท้ายรับชมสัปดาห์ละ 1-2 วัน

2. พฤติกรรมของประชาชนต่อการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี ในเรื่องระยะเวลาในการรับชมข่าวและรายการโทรทัศน์ของทางสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย (ช่อง 11) คิดเป็นจำนวนรวมชั่วโมงต่อวัน พบว่าประชาชนรับชม 1-2 ชั่วโมง/ วัน มากที่สุด รองลงมารับชมน้อยกว่า 1 ชั่วโมง/ วัน คิดเป็นร้อยละ 28.17 รับชม 2-3 ชั่วโมง/ วัน รับชม 3-4 ชั่วโมง/ วัน และสุดท้ายรับชมมากกว่า 4 ชั่วโมง/ วัน คิดเป็นร้อยละ 6.19

3. พฤติกรรมของประชาชนต่อการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี ในเรื่องช่วงเวลาในการรับชมข่าวและรายการโทรทัศน์ของทางสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย (ช่อง 11) พบว่า ประชาชนรับชมช่วงหัวค่ำ 18.01 น.- 21.00 น. มากที่สุด รองลงมารับชมช่วงเย็น 14.01 น.-18.00 น. รับชมช่วงดึก 21.01 น.- 05.00 น. รับชมช่วงกลางวัน 10.01 น.-14.00 น. และสุดท้ายรับชมช่วงเช้า 05.00 น.- 10.00 น.

4. พฤติกรรมของประชาชนต่อการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี ในเรื่องรายการที่รับชมรายการโทรทัศน์ของทางสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย (ช่อง 11) พบว่า ประชาชนรับชมรายการเกี่ยวกับข่าวและสถานการณ์ปัจจุบัน มากที่สุด รองลงมารับชมรายการเกี่ยวกับ กีฬา บันเทิง การท่องเที่ยว และวัฒนธรรม รับชมรายการเกี่ยวกับ เด็ก เยาวชน สตรี ผู้สูงวัยและคนพิการ รับชมรายการเกี่ยวกับ อาเซียน รับชมรายการเกี่ยวกับเศรษฐกิจ รับชมรายการเกี่ยวกับนโยบายของรัฐ รับชมรายการเกี่ยวกับวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี สิ่งแวดล้อมและพลังงาน รับชมรายการเกี่ยวกับสถาบันพระมหากษัตริย์ และสุดท้ายรับชมรายการเกี่ยวกับสุขภาพ

5. พฤติกรรมของประชาชนต่อการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี ในเรื่องความต้องการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย (ช่อง 11) พบว่าประชาชนมีความต้องการเพื่อรับรู้ข่าวสารเหตุการณ์ต่าง ๆ มากที่สุด รองลงมา มีความต้องการเพื่อเพิ่มพูนความรู้ มีความต้องการเพื่อการ

พูดคุยสนทนา มีความต้องการเพื่อเป็นที่ยอมรับของสังคม มีความต้องการเพื่อช่วยในการตัดสินใจ และสุดท้ายมีความต้องการอื่น ๆ

ภาพรวมของพฤติกรรมของประชาชนต่อการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี ระยะเวลาในการรับชมข่าวและรายการโทรทัศน์ของทางสถานี คิดเป็นจำนวน 1-2 ชั่วโมง/ ต่อวัน มากที่สุด ช่วงเวลาในการรับชมข่าวและรายการโทรทัศน์ของทางสถานี ประชาชนรับชมช่วงหัวค่ำ 18.01 น.- 21.00 น. มากที่สุด รายการที่รับชมรายการโทรทัศน์ของทางสถานีรับชมรายการเกี่ยวกับข่าวและสถานการณ์ปัจจุบัน มากที่สุด และความต้องการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย (ช่อง 11) ประชาชนมีความต้องการเพื่อรับรู้ข่าวสารเหตุการณ์ต่าง ๆ มากที่สุด

### ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของประชาชนต่อการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของประชาชนต่อการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี พบว่า โดยภาพรวมประชาชนมีความคิดเห็นต่อการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่าประชาชนมีความคิดเห็นในเรื่องข้อมูลข่าวสารจากสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยมีความทันสมัย ตรงกับเหตุการณ์ในปัจจุบัน เห็นด้วยอย่างยิ่ง เป็นอันดับแรก รองลงมาเรื่องข้อมูลข่าวสารจากสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยมีความรวดเร็ว จับใจ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เรื่องข้อมูลข่าวสารจากสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยมีความเป็นกลาง เห็นด้วยอย่างยิ่ง เรื่องข้อมูลข่าวสารจากสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยมีความถูกต้อง เห็นด้วยอย่างยิ่ง และสุดท้ายเรื่องข้อมูลข่าวสารจากสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย สามารถตอบสนองความพึงพอใจของท่านได้ เห็นด้วยอย่างยิ่ง

### อภิปรายผล

จากการวิจัยเรื่องพฤติกรรมของประชาชนต่อการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี ผู้วิจัยขออภิปรายผลการวิจัย ดังนี้

1. พฤติกรรมของประชาชนต่อการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี

1.1 พฤติกรรมของประชาชนต่อการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี ผลการศึกษาพบว่า ในเรื่องการรับชมข่าวและ

รายการของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย (ช่อง 11) ในหนึ่งสัปดาห์ พบว่าประชาชนรับชมทุกวันมากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของศุภศิลาป์ กุลจิตต์เจิววงศ์ (2554) ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการเปิดรับการใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจของผู้ชมข่าวภาคค่ำ ทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ของประชาชนในเขตพญาไท กรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับชมข่าวภาคค่ำทุกวัน (7 ครั้ง/สัปดาห์)

ซึ่งในความเห็นของผู้วิจัยอาจกล่าวได้ว่าที่ผลการวิจัยพบว่าประชาชนรับชมทุกวันมากที่สุด เพราะประชาชนเกิดความรู้สึกที่ดี รับรู้ในสิ่งที่สื่อนำเสนอ จนเกิดความเคยชินทำให้เกิดความประทับใจที่มีต่อด้านเนื้อหา ด้านผู้ดำเนินรายการ ด้านรูปแบบนำเสนอ และยังมีความรู้สึกที่ดีต่อการนำไปใช้ประโยชน์จึงทำให้เกิดการรับชมทุกครั้ง จะต้องเปิดรับชมโทรทัศน์ของช่อง 11 เป็นลำดับแรก ถึงแม้ว่า บางครั้งจะมีการสลับช่องไปชมช่องอื่น ๆ เช่น ช่อง 3 ช่อง 5 ช่อง 9 และช่องอื่น ๆ แต่ยังคงกลับมาช่อง 11 เช่นเดิม

1.2 พฤติกรรมของประชาชนต่อการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี ผลการศึกษาพบว่า ในเรื่องระยะเวลาในการรับชมข่าวและรายการโทรทัศน์ของทางสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย (ช่อง 11) คิดเป็นจำนวนรวมชั่วโมงต่อวัน พบว่าประชาชนรับชม 1-2 ชั่วโมง/วัน มากที่สุด ขัดแย้งกับงานวิจัยของปราการ หรุ่นหิม (2549) ได้ศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นของประชากรในเขตจตุจักรเกี่ยวกับการจัดสัญลักษณ์กลุ่มผู้ชมรายการโทรทัศน์ประจำปี พุทธศักราช 2550 ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการดูรายการโทรทัศน์ทุกวัน ใช้ระยะเวลาในการดูโทรทัศน์ 3-4 ชั่วโมง ประเภทของรายการที่ชอบคือ ละคร

ซึ่งในความเห็นของผู้วิจัยอาจกล่าวได้ว่าประชาชนที่รับชมสื่อโทรทัศน์ของสถานีวิทยุโทรทัศน์ ช่อง 11 ประชาชนรับชมรายการเกี่ยวกับข่าวและสถานการณ์ปัจจุบัน มากที่สุด ซึ่งระยะเวลาในการออกอากาศเกี่ยวกับข่าวและสถานการณ์ปัจจุบัน โดยมากจะอยู่ที่ระยะเวลาประมาณวันละ 1-2 ชั่วโมง ซึ่งต่างจากการออกอากาศของละคร ซึ่งมีระยะเวลาที่ออกอากาศที่ค่อนข้างนานกว่า จึงทำให้ระยะเวลาในการรับชมแตกต่างกัน

1.3 พฤติกรรมของประชาชนต่อการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี ผลการศึกษาพบว่า ในเรื่องช่วงเวลาในการรับชมข่าวและรายการโทรทัศน์ของทางสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย (ช่อง 11) พบว่าประชาชนรับชมช่วงหัวค่ำ 18.01 น.-21.00 น. มากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของศุภศิลาป์ กุลจิตต์เจิววงศ์ (2554) ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการเปิดรับการใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจของผู้ชมข่าวภาคค่ำทางสถานี โทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ของประชาชนในเขตพญาไท



กรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ จะเปิดรับชมในวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 19.40-20.30 น.

ซึ่งในความเห็นของผู้วิจัยอาจกล่าวได้ว่าช่วงเวลาในการรับชมข่าวและรายการโทรทัศน์ของทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ของประชาชนส่วนใหญ่ นั้น จะใช้เวลาในช่วงหลังเลิกงานซึ่งช่วงเวลา 18.01 น.-21.00 น. ส่วนใหญ่เป็นเวลาที่ประชาชนกลับถึงที่พักอาศัยแล้ว เป็นเวลาในการติดตามข่าวสารความเคลื่อนไหวใน 1 วันที่ผ่านมาที่สื่อจะนำเสนอ ซึ่งถือเวลาเป็นเวลา Peak ของแต่ละสถานีด้วย

1.4 พฤติกรรมของประชาชนต่อการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี ผลการศึกษาพบว่า ในเรื่องรายการที่รับชมรายการโทรทัศน์ของทางสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย (ช่อง 11) พบว่า ประชาชนรับชมรายการเกี่ยวกับข่าวและสถานการณ์ปัจจุบัน มากที่สุด ซึ่งขัดแย้งกับงานวิจัยของอุทุมพร สุขวงกฎ (2557) ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการเปิดรับชมและความพึงพอใจต่อรายการ ห้องข่าว 7 สี ทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการรับชมรายการข่าวช่วยชาวบ้าน สก๊อปชีวิต สก๊อป ท้องเที่ยว อนุวัตจัดมาแล้ว

ซึ่งในความเห็นของผู้วิจัยอาจกล่าวได้ว่าสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย (ช่อง 11) รายการที่ผลิตและนำเสนอส่วนใหญ่จะเป็นรายการเกี่ยวกับข่าวและสถานการณ์ปัจจุบัน ซึ่งแตกต่างจากทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ที่จะมีความหลากหลายของรายการมากกว่า ประชาชนที่เข้ามารับชมจึงเป็นกลุ่มที่สนใจที่จะรับรู้ข่าวสารและสถานการณ์ปัจจุบันมากกว่ารายการอื่น ๆ

1.5 พฤติกรรมของประชาชนต่อการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี ผลการศึกษาพบว่า ในเรื่องความต้องการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย (ช่อง 11) พบว่าประชาชนมีความต้องการเพื่อรับรู้ข่าวสารเหตุการณ์ต่าง ๆ มากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของวรารุช เด่นแพทย์ชรางกูร (2547) การศึกษาวิจัย พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารและการมีส่วนร่วมทางการเมืองของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง ผลการศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเมือง นักศึกษาเปิดรับข่าวสารการเมืองอยู่ในระดับสูง จากสื่อโทรทัศน์ โดยการเปิดรับสื่อทุกวันมากที่สุด

ซึ่งในความเห็นของผู้วิจัยอาจกล่าวได้ว่าประชาชนส่วนใหญ่ที่บริโภคสื่อไม่ว่าจะเป็นสื่อโทรทัศน์ สิ่งพิมพ์ อินเทอร์เน็ต ส่วนใหญ่น่าจะมีวัตถุประสงค์เพื่อรับรู้ข่าวสารเหตุการณ์ต่าง ๆ ซึ่งมีความจำเป็นในการดำเนินชีวิตประจำวันของคนในทุกสาขาอาชีพ

2. ความคิดเห็นของประชาชนต่อการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี พบว่า เรื่องข้อมูลข่าวสารจากสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยมีความทันสมัย ตรงกับเหตุการณ์ในปัจจุบัน เห็นด้วยอย่างยิ่ง เป็นอันดับแรกซึ่ง ขัดแย้งกับงานวิจัยของจิตรกร รัตนภรณ์นุกูล (2550) ศึกษาถึงพฤติกรรมการรับสื่อมวลชนของเจนอเรชันเอ็ม ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า สำหรับเหตุผลในการเปิดรับสื่อมวลชนนั้น กลุ่มเจนอเรชันเอ็มต้องการรับสื่อมวลชนเพื่อตอบสนองความต้องการด้านความบันเทิงมากที่สุด

ซึ่งในความเห็นของผู้วิจัยอาจกล่าวได้ว่าประชาชนที่เข้ามาเปิดรับชมสื่อโทรทัศน์ของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี นั้นเป็นส่วนใหญ่อยู่ในช่วงวัยทำงาน คือช่วงอายุ 21-50 ปี ซึ่งมีความจำเป็นต้องบริโภคสื่อที่มีความทันสมัย ตรงกับเหตุการณ์ในปัจจุบัน ซึ่งสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย (ช่อง 11) นั้นมีนโยบายในการเป็นสถานีข่าวสารความรู้ เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิต ซึ่งตรงกับความต้องการบริโภคสื่อของประชาชนนั่นเอง

### ข้อเสนอแนะ

การศึกษาพฤติกรรมของประชาชนต่อการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี ได้ดำเนินการตามขั้นตอนการศึกษาวิจัย ผลการศึกษาวิจัย พบว่าในเรื่องข้อมูลข่าวสารจากสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยมีความเป็นกลาง และเรื่องข้อมูลข่าวสารจากสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย สามารถตอบสนองความพึงพอใจของประชาชน ยังมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย ซึ่งในส่วนของผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะบางประเด็น ดังนี้

#### ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. ควรกำหนดนโยบายทางการให้ข้อมูลข่าวสารที่มีความเป็นกลาง
2. ควรกำหนดนโยบายด้านการให้ข้อมูลข่าวสารที่สามารถตอบสนองความพึงพอใจของประชาชนได้

#### ข้อเสนอเชิงปฏิบัติการ

1. ควรนำเสนอข่าวสารโดยหลักยึดว่าสิ่งที่นำเสนอ ไม่ใช่เพื่อตนเอง แต่เพื่อส่วนรวม และสิ่งที่นำเสนอต้องเป็นเรื่องที่จริง นำเสนออย่างครบถ้วน
2. ควรมีการวิเคราะห์วิจารณ์เพื่อเป็นประโยชน์ต่อสังคม และต้องครอบคลุมและรอบด้าน เพื่อตอบสนองความพึงพอใจของประชาชนผู้รับชม

### ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ

1. ควรทำการศึกษาเรื่องพฤติกรรมของประชาชนต่อการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี โดยวิจัยในเชิงคุณภาพ
2. ควรทำการศึกษาวิจัยเรื่องพฤติกรรมของประชาชนต่อการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ในเขตพื้นที่อำเภออื่น ๆ อีก 9 อำเภอ ในจังหวัดจันทบุรี เพื่อนำผลการศึกษามาปรับใช้ในภาพรวม
3. ควรทำการศึกษาพฤติกรรมการรับชมโทรทัศน์ที่ประชาชนรับชมทุกช่อง
4. ควรทำการศึกษาผลกระทบจากการรับชมสื่อจาก TV Digital, Social (Face book, Line) หรือสื่ออื่น ๆ

## บรรณานุกรม

- กรองแก้ว รัตนจันทร์. (2549). *ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อโทรทัศน์ในเนื้อหา  
ด้านบันเทิงและสื่อบุคคลกันทัศนคติในเรื่องเพศสัมพันธ์และการยอมรับการมี  
เพศสัมพันธ์ก่อนแต่งงานของเด็กวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์วารสาร  
ศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการสื่อสารภาครัฐและเอกชน, คณะวารสารศาสตร์  
และสื่อสารมวลชน, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- กิติมา สุรสนธิ. (2548). *ความรู้ทางการสื่อสาร (พิมพ์ครั้งที่ 4)*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- กิตติศักดิ์ นภาพรณวัฒน์. (2547). *การเปิดรับข่าวสารเพื่อการรณรงค์ให้ประหยัดน้ำประปากับ  
พฤติกรรมกาใช้น้ำประปาของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์  
วารสารศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการสื่อสารภาครัฐและเอกชน,  
คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เก็จมณี วรรณะสิน. (2550). *ความคิดเห็นของผู้ปกครองที่มีต่อรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก:  
กรณีศึกษากลุ่มบูรพา เขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตร  
มหาบัณฑิต, สาขาวิชาสังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนา, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัย  
ราชภัฏธนบุรี.
- จิรรัตน์ รัตนรักษ์. (2549). *ภาพลักษณ์กรมประชาสัมพันธ์ในทัศนะของประชาชน  
กรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชานิเทศศาสตร์,  
คณะนิเทศศาสตร์, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- จิตรากร รัตนภรณ์นุกุล. (2550). *รายงานวิจัยเรื่องพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อมวลชน ของเจนเนอร์ชั่น  
เอ็ม ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่*. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- จินตภา อัจฉริยากร. (2552). *พฤติกรรมกาเปิดรับสื่อของพนักงานในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ  
จังหวัดลำพูน*. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการตลาด,  
บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- จุฑากานต์ พรประสิทธิ์. (2548). *ทัศนคติของประชาชนในเขตบางกะปิที่มีต่อการส่ง SMS แสดง  
ความคิดเห็นผ่านรายการโทรทัศน์ประจำปี 2548*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต,  
สาขาวิชาการจัดการทั่วไป, คณะวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม.
- จตุวัติ จิตประพันธ์. (2555). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกรับชมรายการข่าวเช้าทางโทรทัศน์ของ  
ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร*. สารนิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชา  
นิเทศศาสตร์, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรีปทุม.

- ชัยณรงค์ ผลสวัสดิ์. (2552). *ทัศนคติของประชาชนต่อการปฏิบัติงานป้องกันปราบปรามและควบคุมอาชญากรรมตามโครงการ “สายตรวจหมู่บ้าน” ของสถานีตำรวจภูธรด่านชุมพล อำเภอป่าไร่ จังหวัดตราด. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาสังคมศาสตร์ เพื่อการพัฒนา, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี.*
- ชานันต์ รัตนโชติ. (2552). *ประโยชน์ในการรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.*
- ฐาปะนะ วงษ์สาริตศาสตร์. (2551). *การเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ต การใช้ และทัศนคติต่อการสื่อสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเพื่อการเรียนรู้ ของนักศึกษาและอาจารย์มหาวิทยาลัยรามคำแหง. สถาบันวิจัยและพัฒนา. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.*
- ดวงเพ็ญ ลำเนียง. (2548). *การนำเสนอภาพโฆษณาในท่าอากาศยานกรุงเทพ การเปิดรับ การรับรู้ และการจำได้ของผู้ใช้บริการ. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชานิเทศศาสตร์, คณะนิเทศศาสตร์, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.*
- ดวงฤทัย พงศ์ไพฑูรย์. (2544). *การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ และทัศนคติเกี่ยวกับเพศศึกษาของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.*
- ดวงอุมา โสภา. (2551). *ความคิดเห็นของประชาชนต่อการให้บริการของสำนักทะเบียน อำเภอเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.*
- คำบาล อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี. (2557). เข้าถึงได้จาก <http://service.nso.go.th/nso/nsopublish/districtList/S010107/th/14.htm>
- ทันທີ สติธิวิวงศ์. (2550). *การศึกษาพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อและการใช้ประโยชน์จากการใช้สื่อมวลชนของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรอุตสาหกรรมมหาบัณฑิต, สาขาวิชาครุศาสตร์เทคโนโลยี, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.*
- ทิพวรรณ พุทธคุณ. (2549). *ความพึงพอใจในการเปิดรับชมข่าวสารการเมืองทางสถานีโทรทัศน์ของนักศึกษาโครงการนิเทศศาสตร์ภาคบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชานิเทศศาสตร์, คณะนิเทศศาสตร์, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.*
- ทิสนา เขมมณี และสร้อยสน สกลรักษ์. (2540). *แบบแผนและเครื่องมือการวิจัยทางการศึกษา. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.*

- ธารรัตน์ แก้วพันธุ์ช่วง. (2554). การเปิดรับ และการรับรู้การสื่อสารการตลาด โทรศัพท์มือถือ และ แอปพลิเคชันสปริง ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชานิเทศศาสตร์, คณะนิเทศศาสตร์, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- ธีรพร ใจหนัก. (2548). การเปิดรับและทัศนคติของนักเรียนมัธยมศึกษาสามัญในเขต กรุงเทพมหานคร ที่มีต่อโครงการ DNA (Drink No Alcohol) สายพันธ์ใหม่ไร้แอลกอฮอล์. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชานิเทศศาสตร์, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- นภาพรณัฏ แก้วพรหม. (2552). ทัศนคติของบุคลากรในเทศบาลนครอุบลราชธานีที่มีต่อการจัดตั้งศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จในสำนักงานเทศบาลนครอุบลราชธานี. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาการจัดการทั่วไป, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.
- นวลจันทร์ ทักษะชัยกุล. (2547). งานวิจัยหลักสูตร ผู้บริหารกระบวนการยุติธรรมระดับสูง (บ.ย.ส.) รุ่นที่ 17 ความคิดเห็นของคู่ความต่อการระงับข้อพิพาทด้วยการไกล่เกลี่ยของศาลยุติธรรม. กรุงเทพฯ: วิทยาลัยการยุติธรรม สำนักยุติธรรม.
- ปราการ หรุ่นทิม. (2549). ความคิดเห็นของประชาชนในเขตจตุจักรเกี่ยวกับการจัดสัญลักษณ์กลุ่มผู้ชมรายการโทรทัศน์ประจำปี พุทธศักราช 2550. งานวิจัยทางธุรกิจด้วยคอมพิวเตอร์, สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ, คณะวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม.
- ปิยะวดี ยาโน. (2552). พฤติกรรมการเปิดรับสื่อของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในจังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการตลาด, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- พนารัตน์ เสรีทวีกุล (2551). การรับรู้ภาพลักษณ์กรมวิชาการเกษตรของประชาชนในเขต กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการการสื่อสารองค์กร, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พวงรัตน์ ทวีรัตน์. (2543). วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์ (พิมพ์ครั้งที่ 7) กรุงเทพฯ: สำนักทดสอบทางการศึกษาและจิตวิทยา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พิกุล ประพรม. (2550). ทัศนคติของเจ้าหน้าที่องค์การบริหารส่วนตำบล จังหวัดอุบลราชธานีที่มีต่อสำนักงานคณะกรรมการเลือกตั้งประจำจังหวัดอุบลราชธานี. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการทั่วไป, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.

- วรรณท์ สุริยกุล ณ อยุธยา. (2548). *การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของข้าราชการกองทัพเรือที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ภายในกองทัพเรือ*. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชานิเทศศาสตร์, คณะนิเทศศาสตร์, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
- วรวิฑู ทวีปวรรณ. (2550). *การนำเสนอกลยุทธ์เพื่อพัฒนาธุรกิจทีวีดาวเทียมของสถานีโทรทัศน์ MVTV*. รายงานโครงการเฉพาะบุคคลบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- วรารุช เค้นแพทย์ชรางกูร. (2545). *รายงานวิจัยเรื่องพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารและการมีส่วนร่วมทางการเมืองของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- วิภาวี ฝ่ายเทศ. (2552). *พฤติกรรมการบริโภคสื่อและการรับรู้ความเป็นจริงใน สื่อของวัยรุ่นในครอบครัวของลูกจ้างโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา*. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชานิเทศศาสตร์, คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- วิราศินี มีประถม. (2548). *พฤติกรรมการเปิดรับชม ความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์ของผู้ชมรายการ Newsline ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11 ของผู้ชมรายการในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการบริหารสื่อสารมวลชน, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วิไล ศรีวงศ์. (2550). *ความคิดเห็นของประชาชนในเขตจตุจักรที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงรูปแบบจากสถานีโทรทัศน์ที่ไอทีวีเป็นทีวีสาธารณะ (Thai PBS) พุทธศักราช 2550*. งานวิจัยทางธุรกิจ, สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ, คณะวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม.
- ศาสตราจารย์ ดร. ก่อเกื้อ. (2550). *ความคิดเห็นของนักศึกษาต่อเนื้อหาทางการเมืองในรายการข่าวภาคค่ำทางสถานีโทรทัศน์*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาสื่อสารมวลชน, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ศิริพล วุ่นพันธ์. (2550). *ความคิดเห็นของครูสอนวิชาวิทยาศาสตร์ต่อรายการเรียนรู้วิทย์-คณิตกับ สสวท. ทางสถานีโทรทัศน์เพื่อการศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ (ETV)*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

- ศุภศิลป์ กุลจิตต์เจือวงศ์. (2554). พฤติกรรมการเปิดรับ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจของผู้ชมข่าวภาคค่ำ ทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ของประชาชนใน เขตพญาไท กรุงเทพมหานคร. *ASEAN Journal of Management* 3(2), 232-238.
- สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย. (2558). *ประวัติความเป็นมาของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย กรมประชาสัมพันธ์*. เข้าถึงได้จาก [http://www.prd.go.th/menu\\_log.php?m\\_id=0020&mp\\_id=0020\\_0003\\_0001](http://www.prd.go.th/menu_log.php?m_id=0020&mp_id=0020_0003_0001)
- สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยจังหวัดจันทบุรี. (2557). เข้าถึงได้จาก <http://tv11.prd.go.th/chanthaburi/main.php?filename=index2013>
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร. (2557). *ผลกระทบสื่อโทรทัศน์ต่อเด็ก* เข้าถึงได้จาก <http://nso.go.th/>
- สุชัยวัฒน์ โชติพันธ์. (2552). *เปรียบเทียบปัจจัยพื้นฐานต่อความรู้ ทักษะคติ พฤติกรรมเกี่ยวกับระบบบริหารคุณภาพมาตรฐาน (ISO 9001: 2000) ของพนักงานบริษัทฮาร์ดฟอर्डเพนท์ จำกัด*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาสังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนา, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- สุพินดา วงษ์บุรี. (2547). *ความคิดเห็นของบุคลากรทางการศึกษา ที่มีต่อการจัดตั้งและการเปิดคณะวิชาของวิทยาเขตสุพรรณบุรี มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- อนิล วุฒิกานต์. (2549). *พฤติกรรมการเปิดรับชม การรับรู้ การจดจำ และความพึงพอใจ รายการ “กบนอกกะลา” ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการสื่อสารภาครัฐและเอกชน, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อนุพงษ์ พูลพร. (2552). *การเปิดรับสื่อและทัศนคติต่อการโฆษณา และการรณรงค์การเลิกดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางโทรทัศน์ของประชาชน ในเขตอำเภอเวียงป่าเป้า จังหวัดเชียงราย*. การค้นคว้าอิสระสาขารัฐศาสตร์มหาบัณฑิต, สาขาวิชาการบริหารการพยาบาล, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- อภิพงษ์ วงศ์เกียรติกุล. (2550). *พฤติกรรมการเปิดรับสื่อวิทยุโทรทัศน์และศึกษารูปแบบรายการโทรทัศน์ซึ่งเป็นที่ต้องการของเด็กไทยในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์รัฐศาสตรอุตสาหกรรมมหาบัณฑิต, สาขาวิชาครุศาสตร์เทคโนโลยี, คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.



- อลิศรา เกิดธรรม. (2549). *พฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่อโฆษณา ทักษะคิด และปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภค เครื่องดื่มประเภทน้ำอัดลมของวัยรุ่น*. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชานิเทศศาสตร์, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยรังสิต.
- อิทธิ เทศศักดิ์. (2552). *ทัศนคติของลูกค้ำที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)*. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการบริหารและพัฒนาประชาคมเมืองและชนบท, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์.
- อุทุมพร สุขวงกฎ (2557). *พฤติกรรมกรรมการเปิดรับชม และความพึงพอใจต่อรายการ ห้องข่าว 7 สี ทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7*. ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.
- เอื้องอลิน กองแก้ว. (2550). *การรับสื่อของประชาชนในจังหวัดเชียงใหม่*. เชียงใหม่: บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ASTV Manager (2557) *ทีวีดิจิทัล: สงครามแย่งชิงคนดู*. เข้าถึงได้จาก <http://www.positioningmag.com/content>
- Best, J. W. (1977). *Research in education* (3<sup>rd</sup> ed.). New Jersey: Prentice Hall.
- Good, M. L. (2006). *Integrating the individual and the organization*. New York: Wiley.
- Hilgard, E. R. (1976). *Introduction of psychology*. New York: Harcourt Brace and World Inc.
- Isaak, A. C. (1981). *Scope and Methods of Political Science: An Introduction to the Methodology of Political Inquiry* (3<sup>rd</sup> ed.). Illioni: The Dorsey Press.
- Kerlinger, F. N. & Pedhazur, E. J. (1973). *Multiple Regression in Behavioral Research*. New York : Holt, Rinchart and Winston.
- Kolesnik, W. L. (1970). *Education psychology* (2<sup>nd</sup> ed.). New York: McGraw-Hill.
- McCombs, M. E. & Becker, L. B. (1979). *Using mass communication theory*. NJ: Prentice-Hall.
- Munn, N. L. (1971). *Introduction to psychology*. Boston: Houghton Mifflin Company.
- Rokeach, M. (1970). *Beliefs, attitudes and values*. San Francisco: Jossey Basso.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (1987). *Consumer behavior* (3<sup>rd</sup> ed.). NJ: Prentice-Hall.
- Schramm, W. (1973). *Channels and audience: Handbook of communication*. Chicago: Ran Mcnally College Publishing Company.
- Webster. (1999). *Webster's new world dictionary*. New York: Compact School the World.
- Zikmund, W. G. (1999). *Essentials of marketing research*. Orlando: The Dryden Press.

ภาคผนวก

### แบบสอบถาม

## พฤติกรรมของประชาชนต่อการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ของสถานีวิทยุโทรทัศน์ แห่งประเทศไทย ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมายในช่องว่าง (✓) ที่ตรงกับท่านในช่องว่างให้สมบูรณ์

#### 1. เพศ

- ( ) 1. ชาย ( ) 2. หญิง

#### 2. ภูมิลำเนา

- ( ) 1. ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี ( ) 2. นอกเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี

#### 2. อายุ

- ( ) 1. 11-20 ปี ( ) 4. 41-50 ปี  
( ) 2. 21-30 ปี ( ) 5. 51-60 ปี  
( ) 3. 31-40 ปี ( ) 6. 61 ปีขึ้นไป

#### 3. ระดับการศึกษา

- ( ) 1. ต่ำกว่าระดับประถมศึกษา ( ) 3. ระดับอนุปริญญา-ระดับปริญญาตรี  
( ) 2. ระดับประถมศึกษา-ระดับปวช. ( ) 4. สูงกว่าระดับปริญญาตรี

#### 4. อาชีพ

- ( ) 1. ข้าราชการ ( ) 4. พนักงานบริษัทเอกชน  
( ) 2. พนักงานรัฐวิสาหกิจ ( ) 5. เจ้าของกิจการหรือค้าขาย  
( ) 3. อาชีพอิสระ/ รับจ้าง ( ) 6. นักเรียน/ นักศึกษา

#### 5. รายได้ต่อเดือน

- ( ) 1. ต่ำกว่า 10,000 บาท ( ) 4. 30,001-40,000 บาท  
( ) 2. 10,001-20,000 บาท ( ) 5. 40,001-50,000 บาท  
( ) 3. 20,001-30,000 บาท ( ) 6. มากกว่า 50,001 บาทขึ้นไป

## ตอนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย

(ช่อง 11)

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมายในช่องว่าง (✓) ที่ตรงกับท่าน หรือเติมข้อความในช่องว่างให้สมบูรณ์

1. ท่านรับชมข่าวและรายการของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย (ช่อง 11) บ่อยเพียงใด (ในหนึ่งสัปดาห์)

- ( ) 1. ทุกวัน ( ) 3. สัปดาห์ละ 3-4 วัน  
( ) 2. สัปดาห์ละ 1-2 วัน ( ) 4. สัปดาห์ละ 5-6 วัน

2. ระยะเวลาในการรับชมข่าวและรายการโทรทัศน์ของทางสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย (ช่อง 11) คิดเป็นจำนวนรวมทั้งชั่วโมงต่อวัน (โดยประมาณ)

- ( ) 1. น้อยกว่า 1 ชั่วโมง/ วัน ( ) 4. 3-4 ชั่วโมง/ วัน  
( ) 2. 1-2 ชั่วโมง/ วัน ( ) 5. มากกว่า 4 ชั่วโมง/ วัน  
( ) 3. 2-3 ชั่วโมง/ วัน

3. ใน 1 สัปดาห์ ท่านรับชมข่าวและรายการโทรทัศน์ของทางสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย (ช่อง 11) ช่วงเวลาใดมากที่สุด

- ( ) 1. ช่วงเช้า 05.00 น.-10.00 น. ( ) 4. ช่วงหัวค่ำ 18.01 น.-21.00 น.  
( ) 2. ช่วงกลางวัน 10.01 น.-14.00 น. ( ) 5. ช่วงดึก 21.01 น.-05.00 น.  
( ) 3. ช่วงเย็น 14.01 น.-18.00 น.

4. ท่านชมรายการโทรทัศน์ของทางสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย (ช่อง 11) เกี่ยวกับเรื่องใดบ้างเป็นประจำ

- ( ) 1. ข่าวและสถานการณ์ปัจจุบัน ( ) 6. วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีสิ่งแวดล้อมและพลังงาน  
( ) 2. นโยบายของรัฐ ( ) 7. เศรษฐกิจ  
( ) 3. เด็กเยาวชน สตรี ผู้สูงวัยและคนพิการ ( ) 8. สถาบันพระมหากษัตริย์  
( ) 4. กีฬา บันเทิง การท่องเที่ยว และวัฒนธรรม ( ) 9. สุขภาพ  
( ) 5. อาเซียน

5. ท่านมีความต้องการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย (ช่อง 11)

- ( ) 1. เพื่อรับรู้ข่าวสารเหตุการณ์ต่าง ๆ ( ) 4. เพื่อเป็นที่ยอมรับของสังคม  
( ) 2. เพื่อช่วยในการตัดสินใจ ( ) 5. เพื่อเพิ่มพูนความรู้  
( ) 3. เพื่อการพูดคุยสนทนา ( ) 6. อื่น ๆ โปรดระบุ

ตอนที่ 3 ความคิดเห็น และความรู้สึกรู้สึกของท่านต่อการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของสถานีวิจัยโทรทัศนแห่งประเทศไทย (ช่อง 11)

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย (✓) ลงในช่องตารางให้ตรงตามความคิดเห็นที่แท้จริงของท่าน

ความคิดเห็นต่อข้อมูลข่าวสารของทางสถานีวิจัยโทรทัศนแห่งประเทศไทย (ช่อง 11)	ช่องแสดงระดับความคิดเห็น			
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง (4)	เห็นด้วย (3)	ไม่เห็นด้วย (2)	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (1)
1. ท่านเห็นด้วยว่าข้อมูลข่าวสารจากสถานีวิจัยโทรทัศนแห่งประเทศไทยมีความถูกต้อง				
2. ท่านเห็นด้วยว่าข้อมูลข่าวสารจากสถานีวิจัยโทรทัศนแห่งประเทศไทยมีความรวดเร็ว ฉับไว				
3. ท่านเห็นด้วยว่าข้อมูลข่าวสารจากสถานีวิจัยโทรทัศนแห่งประเทศไทยมีความเป็นกลาง				
4. ท่านเห็นด้วยว่าข้อมูลข่าวสารจากสถานีวิจัยโทรทัศนแห่งประเทศไทยมีความทันสมัย ตรงกับเหตุการณ์ในปัจจุบัน				
5. ท่านเห็นด้วยว่าข้อมูลข่าวสารจากสถานีวิจัยโทรทัศนแห่งประเทศไทย สามารถตอบสนองความพึงพอใจของท่านได้				

ขอขอบพระคุณเป็นอย่างยิ่งที่ได้รับความร่วมมือจากท่าน

**Reliability****Scale: ALL VARIABLES****Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.829	.725	6

**Item Statistics**

	Mean	Std. Deviation	N
ความคิดเห็นและความรู้สึก 1	3.0000	.45486	30
ความคิดเห็นและความรู้สึก 2	3.1333	.62881	30
ความคิดเห็นและความรู้สึก 3	3.0000	.52523	30
ความคิดเห็นและความรู้สึก 4	3.0667	.58329	30
ความคิดเห็นและความรู้สึก 5	3.0667	.25371	30
ภาพรวมความคิดเห็นและความรู้สึก	3.0533	.35597	30

### Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	3.053	3.000	3.133	.133	1.044	.002	6
Item Variances	.235	.064	.395	.331	6.143	.016	6
Inter-Item Covariances	.105	-.113	.241	.354	-2.143	.021	6
Inter-Item Correlations	.305	-.776	.937	1.713	-1.207	.538	6

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
ความคิดเห็นและความรู้สึก 1	15.3200	2.948	.901	.	.740
ความคิดเห็นและความรู้สึก 2	15.1867	2.645	.744	.	.771
ความคิดเห็นและความรู้สึก 3	15.3200	2.769	.868	.	.738
ความคิดเห็นและความรู้สึก 4	15.2533	2.712	.786	.	.757
ความคิดเห็นและความรู้สึก 5	15.2533	5.415	-.777	.	.939
ภาพรวมความคิดเห็นและความรู้สึก	15.2667	3.168	1.000	.	.744

### Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
18.3200	4.562	2.13580	6