

พฤติกรรม的开รับสื่อ ความคิดเห็น และรูปแบบรายการจาก
สื่อวิทยุโทรทัศน์ของประชาชนในจังหวัดเพชรบูรณ์ :
กรณีศึกษา สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส
Media Exposure Behaviors, Opinions and Types of
Television Programs of People in Phetchabun Province :
A Case Study of Thai PBS

ณัฐแก้ว ข้องรอด¹

Nuttakaew Khongrod¹

¹อาจารย์ประจำสาขาวิชานิติศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

*E-mail :nuttakaew@yahoo.com

บทคัดย่อ

การศึกษาพฤติกรรม的开รับสื่อ ความคิดเห็น และรูปแบบรายการจากสื่อวิทยุโทรทัศน์ของประชาชนในจังหวัดเพชรบูรณ์ : กรณีศึกษา สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรม的开รับสื่อโทรทัศน์ของประชาชนในเขตจังหวัดเพชรบูรณ์ ศึกษาความคิดเห็นต่อรายการโทรทัศน์ในองค์ประกอบด้านความรู้ ทักษะคิและพฤติกรรมที่มีต่อรายการโทรทัศน์ ของประชาชนในเขตจังหวัดเพชรบูรณ์และศึกษาแนวทางในการพัฒนารูปแบบของรายการโทรทัศน์ให้เป็นที่ต้องการของประชาชนในเขตจังหวัดเพชรบูรณ์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ประชาชนผู้รับชมรายการโทรทัศน์ ทางสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส ที่อยู่ในเขตจังหวัดเพชรบูรณ์ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ คือ แบบสอบถามพฤติกรรม的开รับสื่อ และความคิดเห็นต่อรายการโทรทัศน์ จากสถานีโทรทัศน์ ไทยพีบีเอส

ผลการวิจัย พบว่าข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 21-39 ปี อาชีพส่วนใหญ่รับราชการ รายได้ มากกว่า 15,000 บาท มากที่สุด ระดับการศึกษา ส่วนใหญ่จบปริญญา จำนวน 143 คน ภูมิลำเนา ส่วนใหญ่อยู่ชนกลาง จำนวน 178 คน

ผลการวิเคราะห์พฤติกรรม的开รับสื่อโทรทัศน์ของประชาชนในเขตจังหวัดเพชรบูรณ์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความถี่ในการรับชม คือ รับชม 1-2 วันต่อสัปดาห์ มากที่สุด ระยะเวลาการรับชมส่วนใหญ่ มากกว่า 2-3 ชั่วโมง ลักษณะการรับชม เปิดชมเฉพาะช่วงรายการที่ตนเองสนใจ มากที่สุด บุคคลที่ร่วมรับชม โดยจะดูคนเดียวตลอดมากที่สุด สถานที่รับชม จะรับชมในห้องนั่งเล่น/ห้องดูทีวีในบ้าน มากที่สุด

ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นต่อรายการโทรทัศน์ ของประชาชนในเขตจังหวัดเพชรบูรณ์ พบว่า โดยภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) เท่ากับ 3.45 เมื่อพิจารณารายด้าน แสดงให้เห็นว่า ด้านที่มีค่าคะแนนเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ด้านทักษะคิ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) เท่ากับ 3.52 รองลงมา ได้แก่ ด้านความรู้ และด้านพฤติกรรม มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) เท่ากับ 3.41

คำสำคัญ: พฤติกรรม的开รับ ความคิดเห็น รูปแบบรายการโทรทัศน์ สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส

Abstract

The purposes of research were to (1) study the television exposure behaviors of people, (2) study the opinions of television programs as knowledge, attitude, and behavior of people, and (3) study the guidelines for improving the television programs to response the requiring of people in Phetchabun province. The samples were people who have watched television of Thai PBS in Phetchabun province. The questionnaire about the media exposure behaviors and the opinions to television programs of Thai PBS were used as data collection instrument.

The results found that most of samples were female and age between 21-39 years. They are public servant with the monthly income more than 15,000 baht. The levels of education have graduated 143 people and have been living in center zone 178 people.

The survey on TV viewing behavior among residents living in Petchabun shows that the majority of the sample watch TV 1-2 days a week at the duration of 2-3 hours or above. The highest proportion are found to turn on TV for their favourite programs and watch alone in the livingroom in their house.

The findings in terms of opinion to wards TV programs among Petchabun Inhabitant appear to be neutral in overall at the average of 3.45. When considering the different aspects of their opinion it was found that the attitude shows highest average at 3.52, followed by knowledge and behavior at the average of 3.41.

Keywords: Exposure, Behavior Opinion, Types of Television Program, Thai PBS

บทนำ

จากความร่วมมือในการจัดเวทีรณรงค์รับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะกลุ่มบุคคลทั่วไป จังหวัดเพชรบูรณ์ในวันที่ 27 กรกฎาคม 2557 ณ ห้องประชุมชั้น 3 คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ ซึ่งจัดโดย สภาผู้ชมและผู้ฟังรายการภาคเหนือของสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยพีบีเอส นั้น มีวัตถุประสงค์เพื่อรับฟังความคิดเห็นของกลุ่มผู้ชมรายการของไทยพีบีเอส เพื่อประเมินคุณภาพรายการในแต่ละกลุ่มรายการ ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 กลุ่มประเภทรายการ ประกอบด้วย 1. กลุ่มรายการข่าวและที่เกี่ยวข้องกับข่าว 2. กลุ่มรายการครอบครัว 3. กลุ่มรายการเด็ก 4. กลุ่มรายการสาระประโยชน์ และ 5. กลุ่มรายการสารบันเทิง ซึ่งจากการจัดเวทีดังกล่าว ทำให้มีผลต่อเนื่องถึงการประเมินคุณภาพเชิงลึก ด้วยวิธีการเข้าหาผู้ชมรายการของสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสที่มีระดับการรับชมที่มีลักษณะเป็นการรับชมรายการเป็นประจำ จนไปถึงลักษณะของการรับชมแบบเข้มข้น (3-4 ชั่วโมงต่อวัน)

ในการพิจารณาคุณภาพของรายการโทรทัศน์ในสถานีทีวีไทย เป็นการประเมินเชิงคุณภาพในรายการแต่ละรายการที่ต้องอาศัยกระบวนการของการมีส่วนร่วมของผู้ชมผู้ฟัง ที่สำคัญก็คือ การเชื่อมต่อระหว่างผลลัพธ์การประเมินกับกรรมการชุดต่างๆของสถานีและ สภาผู้ชม ผู้ฟัง เพื่อทำให้เกิดกระบวนการในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างผู้ผลิต ผู้ชมผู้ฟัง และกรรมการของสถานี

นอกจากนั้นแล้วในแง่การประเมินภาพรวมของสถานีทีวีไทยความจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับการประเมินภาพรวมของการแบ่งปันพื้นที่ในการนำเสนอรายการที่ครอบคลุมในทุกมิติของเนื้อหาสาระอย่างมีเทคนิคกล่าวคือการแบ่งปันพื้นที่อย่างเท่าเทียม ทั้งความหลากหลายในเชิงกลุ่มบุคคลความหลากหลายในเชิงพื้นที่ทางภูมิศาสตร์ หรืออาจจะแบ่งปันพื้นที่อย่างมีเป้าหมายในการสร้างสรรค์ หรือ เปลี่ยนแปลงสังคมหมายถึงอาจจะเน้นในเนื้อหาสาระด้านใดด้านหนึ่งโดยพิจารณาจากความต้องการของสังคมโดยเปิดโอกาสให้กับผู้ผลิตทั้งมืออาชีพ และ ผู้ผลิตหน้าใหม่ อีกทั้งผู้ผลิตจากเครือข่ายชุมชนเพื่อให้ภาพรวมของรายการโทรทัศน์ของทั้งสถานีตอบโจทย์ความต้องการของผู้ชมผู้ฟังอย่างเท่าเทียมในทุกกลุ่มในสังคมไทย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ของประชาชนในเขตจังหวัดเพชรบูรณ์
2. เพื่อศึกษาความคิดเห็นต่อรายการโทรทัศน์ในองค์ประกอบด้านความรู้ทัศนคติและพฤติกรรมที่มีต่อรายการโทรทัศน์ ของประชาชนในเขตจังหวัดเพชรบูรณ์
3. เพื่อศึกษาแนวทางในการพัฒนารูปแบบของรายการโทรทัศน์ให้เป็นที่ต้องการของประชาชนในเขตจังหวัดเพชรบูรณ์

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ ความคิดเห็น และรูปแบบรายการจากสื่อวิทยุโทรทัศน์ ของประชาชนในจังหวัดเพชรบูรณ์ :กรณีศึกษา สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสมีวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีการสื่อสาร

ปรมะ สตะเวทิน (2540) ได้ให้ความหมายในแง่ของนักวิชาการจัดการหรือนักบริหารของการติดต่อสื่อสารไว้ว่าการสื่อสารคือกระบวนการถ่ายทอดสาร (Message) จากบุคคลฝ่ายหนึ่งซึ่งเรียกว่าผู้ส่งสาร (Source) ไปยังบุคคลอีกฝ่ายหนึ่งซึ่งเรียกว่าผู้รับสาร (Receiver) โดยผ่านสื่อ (Channel)

กระบวนการในการติดต่อสื่อสารเป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยนข้อเท็จจริง (Fact) ทัศนะ (Viewpoints) และความคิดเห็น (Ideas) และประสบการณ์ต่างๆ (Experiences) จากบุคคลหนึ่งไปสู่อีกบุคคลหนึ่ง การติดต่อสื่อสารจึงเป็นกระบวนการพิเศษ (Special Process) ซึ่งก่อให้เกิดปฏิกริยาสัมพันธ์ (Interaction) กันในระหว่างมวลมนุษยชาติและทำให้นุชนสามารถดำรงชีพออยู่ในสังคมได้

2. ทฤษฎี KAP

สุรพงษ์โสธรนะเสถียรกล่าวว่าทฤษฎี KAP เป็นทฤษฎีที่ให้ความสำคัญกับตัวแปร 3 ตัวคือความรู้ (Knowledge of Cognition) ทัศนะ (Attitude or Affection) พฤติกรรม (Practice or Behavior)

ความรู้ในที่นี้เป็นการรับรู้เบื้องต้นซึ่งบุคคลส่วนมากจะได้รับผ่านประสบการณ์โดยการเรียนรู้จากการตอบสนองต่อสิ่งเร้า (S-R) แล้วจัดระบบเป็นโครงสร้างของความรู้ที่ผสมผสานระหว่างความจำ (ข้อมูล) กับสภาพจิตวิทยา

3. พฤติกรรมการเลือกรับสาร

กระบวนการเลือกรับสารนี้ประกอบด้วย 4 ขั้นตอนซึ่งมีความต่อเนื่องและเกี่ยวกันขั้นตอนทั้ง 4 เรียงตามลำดับนี้ 1. การเลือกเปิดรับ (Selective Exposure) ในชีวิตประจำวันของคนเรานั้นแต่ละคนมีโอกาที่จะรับ

สารจากแหล่งต่างๆจำนวนมากมายแต่ประชาชนมีความพอใจหรือไม่พอใจที่จะรับสารจากแต่ละสื่อแตกต่างกันไป

2. การเลือกให้ความใส่ใจ (Selective Attention) แม้ว่าเราจะเลือกใช้สื่อที่เราสนใจแล้วก็ได้หมายความว่าข่าวสารในสื่อเหล่านั้นทั้งหมดจะถูกนำมาใช้เพราะโดยปกติแล้วคนเราจะเลือกให้ความใส่ใจกับสิ่งที่เราสนใจชอบและสอดคล้องกับทัศนคติความเชื่อของเราส่วนข่าวสารที่มีลักษณะตรงกันข้ามเราก็มักจะเพิกเฉยหรือไม่ให้ความใส่ใจแต่อย่าง

3. การเลือกรับรู้หรือการเลือกตีความหมาย (Selective Perception or Selective Interpretation) การรับรู้ คือ กระบวนการที่มนุษย์เราตีความสิ่งเร้า ดังนั้นการเลือกรับรู้และการเลือกตีความหมายจึงอยู่ในขั้นตอนเดียวกับการเลือกตีความหมายนี้เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติมนุษย์เราจะเลือกตีความหมายของสิ่งที่ตนรับรู้ตามความรู้ค่านิยม ทัศนคติระบบสังคมและวัฒนธรรมของตน และ 4. การเลือกจดจำ (Selective Retention) มนุษย์เรามักเลือกที่จะจดจำเนื้อหาที่สอดคล้องกับรสนิยมทัศนคติความชอบความเชื่อค่านิยมตลอดจนประสบการณ์เดิมของตน

4. รายการโทรทัศน์ (Television (T.V.) Program)

รายการโทรทัศน์ เป็นส่วนต่างๆ ของการออกอากาศทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ การออกอากาศรายการโทรทัศน์ มีขึ้นเป็นครั้งแรก ในปี ค.ศ. 1936 ในกรุงลอนดอนออกอากาศเพียงแค่ครั้งเดียว หรือมีตอนต่อ ที่เรียกว่าทีวี ซีรีส์ (T.V. Series) ส่วนมาก มักเป็นรายการประเภทละครโทรทัศน์ ในทีวีซีรีส์ มักแบ่งเป็นภาคๆ (Episode) โดยในหนึ่งภาค ในสหรัฐอเมริกาจะเรียกว่า ซีซั่น (Season) แต่ในอังกฤษจะเรียกว่า ซีรีส์ (Series) ใน 1 ซีซั่น มักจะมีความยาวประมาณ 6-26 ตอน

วิธีดำเนินการวิจัย

วิธีการดำเนินการวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ และเชิงคุณภาพ แบ่งการวิจัยออกเป็น 2 ขั้นตอน คือ ขั้นตอนที่ 1 สำรวจพฤติกรรมการเปิดรับสื่อและความคิดเห็นต่อรายการโทรทัศน์ ของสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส ในเขตจังหวัดเพชรบูรณ์ และขั้นตอนที่ 2 นำผลการสำรวจจากขั้นตอนที่ 1 มาทำการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะของการเปิดรับชมรายการของสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส แบบเข้มข้น (3-4 ชั่วโมงต่อวัน) มาทำการสัมภาษณ์เชิงลึก (Focus Group Discussion) อีกครั้งหนึ่ง เพื่อหาแนวทางในการพัฒนารูปแบบรายการโทรทัศน์ ของสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสให้ตรงกับความต้องการของผู้ชม ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้สำหรับการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ประชาชนผู้รับชมรายการโทรทัศน์ ทางสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส ที่อยู่ในเขตจังหวัดเพชรบูรณ์โดยกลุ่มตัวอย่างได้มาจากการสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Sampling) ได้แก่ ประชาชนผู้รับชมรายการโทรทัศน์ ทางสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส ที่อยู่ในเขตจังหวัดเพชรบูรณ์จำนวน 400 คนหลังจากได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างมาแล้ว ทำการกำหนดสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 3 ส่วน โดยใช้อำเภอเป็นตัวแบ่ง ใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidentals Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ และความคิดเห็นต่อรายการโทรทัศน์ จากสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส ของประชาชนในจังหวัดเพชรบูรณ์ การวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานและพฤติกรรมการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ของประชาชนในเขตจังหวัดเพชรบูรณ์ ใช้สถิติวิเคราะห์เชิงพรรณนา หาค่าสถิติพื้นฐาน คือ การแจกแจงความถี่ และคำนวณหาค่าร้อยละ (Percentage) วิเคราะห์ความคิดเห็นต่อรายการโทรทัศน์ ของประชาชนในเขตจังหวัดเพชรบูรณ์ ใช้ค่ามัธยฐานเลขคณิต ($\bar{X}$) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และให้ค่าน้ำหนักคะแนนแต่ละระดับ และการแปลความหมายของค่าเฉลี่ย

ผลการวิจัย

การศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ ความคิดเห็น และรูปแบบรายการจากสื่อวิทยุโทรทัศน์ ของประชาชน ในจังหวัดเพชรบูรณ์ : กรณีศึกษา สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส ผลการวิจัยพบว่า

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 222 คน คิดเป็นร้อยละ 55.50 รองลงมาเป็นเพศชาย จำนวน 178 คน คิดเป็นร้อยละ 44.50 อายุระหว่าง 21-39 ปี มากที่สุด จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 34.75 รองลงมา 40-59 ปี จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 32.00 อาชีพ ส่วนใหญ่รับราชการ จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 24.25 รองลงมา พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21.00 รายได้ มากกว่า 15,000 บาท มากที่สุด จำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 35.25 รองลงมา 10,001-15,000 บาท จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 29.00 ระดับการศึกษา ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญา จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 35.75 รองลงมา ปวช./ปวส จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 32.75 ภูมิลำเนา ส่วนใหญ่อยู่โซนกลาง จำนวน 178 คน คิดเป็นร้อยละ 44.50 รองลงมา โซนใต้ จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 28.25 และน้อยที่สุดอยู่โซนเหนือ จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 27.25

ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ของประชาชนในเขตจังหวัดเพชรบูรณ์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความถี่ในการรับชม คือ รับชม 1-2 วันต่อสัปดาห์ มากที่สุด จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 39.25 รองลงมา 3-4 วันต่อสัปดาห์ จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 32.75 5 วันต่อสัปดาห์ จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 17.50 และน้อยที่สุด มากกว่า 5 วันต่อสัปดาห์ จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.50 ระยะเวลาการรับชม ส่วนใหญ่ มากกว่า 2-3 ชั่วโมง จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 42.00 รองลงมา 3-4 ชั่วโมง จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 19.50 ใช้ 1-2 ชั่วโมง จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 18.75 ต่ำกว่า 1 ชั่วโมง จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.75 และน้อยที่สุด มากกว่า 5 ชั่วโมง จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.00 ลักษณะการรับชม เปิดชมเฉพาะ ช่วงรายการที่ตนเองสนใจ มากที่สุด จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 40.50 รองลงมา เปิดชมจนจบรายการ จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 25.50 กดเปลี่ยนช่องทันทีที่มีรายการใหม่ จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 23.00 ชมเพื่อให้ทราบเกี่ยวกับเรื่องอะไร จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.25 และน้อยที่สุด เปิดชมรายการไปเรื่อยๆ แม้จะจบรายการที่ดูแล้ว ขึ้นรายการใหม่ก็ตาม จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.75 บุคคลที่ร่วมรับ ดูคนเดียวตลอด มากที่สุด จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 36.25 รองลงมา ดูกับสมาชิกในครอบครัว จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 25.75 ดูกับเพื่อนๆ หรือเพื่อนร่วมห้อง จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.00 ดูกับเพื่อนบ้าน จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 14.25 และน้อยที่สุด อื่น ๆ จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.75 สถานที่รับชม ห้องนั่งเล่น/ห้องดูทีวีในบ้าน มากที่สุด จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 36.50 รองลงมา ห้องนอน จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 26.25 หอพัก จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19.00 ห้องอาหาร/ร้านอาหาร จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.25 และน้อยที่สุด ตามห้างสรรพสินค้า/ร้านสะดวกซื้อ จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00

ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นต่อรายการโทรทัศน์ ของประชาชนในเขตจังหวัดเพชรบูรณ์ ประกอบด้วย 3 ด้านได้แก่ ด้านความรู้ ด้านทัศนคติ และด้านพฤติกรรมที่มีต่อรายการโทรทัศน์ พบว่าระดับความคิดเห็นต่อรายการโทรทัศน์ ของประชาชนในเขตจังหวัดเพชรบูรณ์ โดยภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) เท่ากับ 3.45 เมื่อพิจารณารายด้าน แสดงให้เห็นว่า ด้านที่มีค่าคะแนนเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ด้านทัศนคติ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) เท่ากับ 3.52 รองลงมา ได้แก่ ด้านความรู้ และด้านพฤติกรรม มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) เท่ากับ 3.41

ระดับระดับความคิดเห็นต่อรายการโทรทัศน์ ของประชาชนในเขตจังหวัดเพชรบูรณ์ ด้านความรู้ พบว่า โดยภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) เท่ากับ 3.41 เมื่อพิจารณารายข้อ แสดงให้เห็นว่า ข้อที่มีค่าคะแนนเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ หลังจากที่ชมรายการโทรทัศน์ ได้รับความรู้ความเข้าใจเพิ่มขึ้นทุกครั้ง มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) เท่ากับ 3.66 รองลงมา มีความเข้าใจในเนื้อหาของรายการโทรทัศน์ รวมถึงประโยชน์ของรายการดังกล่าว มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) เท่ากับ 3.53 และสามารถนำความรู้ที่ได้รับชมจากรายการโทรทัศน์ไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน หรือในที่ทำงานได้เป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) เท่ากับ 3.35

ระดับระดับความคิดเห็นต่อรายการโทรทัศน์ ของประชาชนในเขตจังหวัดเพชรบูรณ์ ด้านทัศนคติ พบว่า โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) เท่ากับ 3.52 เมื่อพิจารณารายข้อ แสดงให้เห็นว่า ข้อที่มีค่าคะแนนเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ หลังจากที่ได้รับชมรายการโทรทัศน์ คิดว่าเนื้อหารายการมีความน่าเชื่อถือ และแหล่งข้อมูลที่ถูกต้อง มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) เท่ากับ 3.64 รองลงมา ได้แก่ หลังจากที่ได้รับชมรายการโทรทัศน์ คิดว่าเนื้อหารายการมีความน่าเชื่อถือ และแหล่งข้อมูลที่ถูกต้อง มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) เท่ากับ 3.63 และหลังจากที่ได้รับชมรายการโทรทัศน์แล้ว คิดว่าเป็นหน้าที่ในการที่จะนำความรู้ที่ได้รับจากรายการไปทำประโยชน์ให้กับสังคมส่วนรวมมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) เท่ากับ 3.61

ระดับระดับความคิดเห็นต่อรายการโทรทัศน์ ของประชาชนในเขตจังหวัดเพชรบูรณ์ ด้านพฤติกรรม พบว่า โดยภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) เท่ากับ 3.41 เมื่อพิจารณารายข้อ แสดงให้เห็นว่า ข้อที่มีค่าคะแนนเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ หลังจากที่ได้ชมรายการโทรทัศน์แล้ว นำเอาสาระความรู้ต่างๆ ที่ได้รับไปพูดคุยกับสมาชิกในครอบครัว เพื่อนๆ หรือกับคนอื่นๆ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) เท่ากับ 3.67 รองลงมา นำความรู้ สาระประโยชน์ที่ได้รับจากรายการโทรทัศน์มาใช้ในชีวิตประจำวัน มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) เท่ากับ 3.58 และนำเอาวิธีการต่างๆ จากการชมรายการโทรทัศน์ ไปลองทำตามเพื่อประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจ และการประกอบอาชีพเสริม มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) เท่ากับ 3.47

จากการทำการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) โดยการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะของการเปิดรับชมรายการของสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส แบบเข้มข้น (3-4 ชั่วโมงต่อวัน) เพื่อหาแนวทางในการพัฒนารูปแบบรายการโทรทัศน์ของสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสให้ตรงกับความต้องการของผู้ชมมากที่สุด โดยนำมาสรุปเป็นความเรียง ได้ดังนี้

สิ่งที่ประชาชนต้องการให้ช่องไทยพีบีเอสมี คือ 1. รายการประเภทกีฬาเพิ่มเติม คือ รายการฟุตบอลพรีเมียร์ลีก และ รายการมวยไทยเพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมไทยเอาไว้ 2. รายการเกี่ยวกับการเกษตร ประเภทการเกษตรทฤษฎีใหม่ ที่นำเสนอความรู้ เรื่องราวเกี่ยวกับการเกษตรสมัยใหม่ การสอนทำปุ๋ยชีวภาพ การปลูกต้นไม้ การเตรียมดิน และอื่น ๆ เกี่ยวกับการเกษตรแนว 3. รายการความรู้เกี่ยวกับกฎหมายใกล้ตัวหรือรอบๆ ตัว ผู้ให้ข้อมูลกล่าวว่า ต้องการให้นำเสนอเรื่องราวคดีความที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวันใกล้ตัว และเป็นประโยชน์ต่อชาวบ้านที่ไม่มีความรู้ในเรื่องของกฎหมาย และทำเป็นรูปแบบเรื่องราวของละคร หรือแบบไม่ใช้ภาษากฎหมายที่เป็นทางการ เนื่องจากมีความเข้าใจยาก 4. รายการสำหรับเด็ก ประเภทการ์ตูน จากกลุ่มแม่บ้านที่สังเกตพฤติกรรมการชมโทรทัศน์ของเด็กในครอบครัว เสนอว่า อยากให้ทำการดูเป็นภาษาอังกฤษ เพื่อที่เด็กๆ ที่ชอบดูการ์ตูน จะได้รับประโยชน์ในเรื่องของภาษาอังกฤษด้วย เพื่อให้ทันยุคสมัยและมีความคุ้นเคยกับภาษาอังกฤษต่อไปข้างหน้า 5. รายการที่นำเสนออัตตฤติบในการปรุงอาหารแบบท้องถิ่น เป็นความแปลกสำหรับชุมชนอื่น ๆ ที่ไม่เคยได้เห็น 6. รายการเพลงเก่าย้อนยุค 7. รายการเกี่ยวกับละครสร้างสรรค์ ที่ไม่โป๊เปลือย มีการแต่งกายหล่อแหลม 8. รายการ

เกี่ยวกับภาพยนตร์ฝรั่ง ประเทบู หรือสืบสวนสอบสวน คดีลึกลับ หักมุมในตอนจบ ทำให้ไม่สามารถคาดเดาได้ว่า เรื่องจะจบลงเช่นไร 9. รายการข่าวเนื้อหาสาระของข่าวมีความเป็นปัจจุบัน ชัดเจน ตรงประเด็นมีความน่าเชื่อถือ มีความหลากหลาย ชัดเจน และนำเสนอการนำเสนอข่าวรวดเร็ว เข้าใจง่าย และเกาะติดสถานการณ์รูปแบบของข่าว เข้าถึงประชาชน นำเสนอความจริง มีลุ่มแปดภาษาเมื่อ ผู้ประกาศข่าวใช้ภาษาที่น่าสนใจ เสียงดังฟังชัด 10. รายการสารคดีมีเนื้อหาที่น่าสนใจ ให้ความรู้ มีความแปลกใหม่นำเสนอวิถีชีวิตของสัตว์โลกทำให้เข้าใจโลกมากขึ้น เรียนรู้ธรรมชาติ เห็นความหลากหลายของสิ่งต่าง ๆ บนโลก และเห็นความเจริญด้านอารยธรรมของประเทศต่าง ๆ และ 11. รายการเด็ก ให้มีรายการสอนภาษาอังกฤษสำหรับเด็ก เพื่อให้ทันสมัย และสามารถพูดภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารได้ ให้เด็กกล้าแสดงออก รู้เท่าทันกับเด็กในส่วนกลาง

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ ความคิดเห็น และรูปแบบรายการจากสื่อวิทยุโทรทัศน์ ของประชาชน ในจังหวัดเพชรบูรณ์ :กรณีศึกษา สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส พบว่าพฤติกรรมการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่มีความถี่ในการรับชม คือ รับชม 1-2 วันต่อสัปดาห์ ลักษณะการรับชม เปิดชมเฉพาะช่วงรายการที่ตนเอง สนใจ ซึ่งสอดคล้องกับ อารยา ศุภธรรมมงคล (2535) ที่ได้ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารโฆษณาเกี่ยวกับ สิ่งแวดล้อมทางสื่อโทรทัศน์ของประชาชนในกรุงเทพมหานครพบว่าประชาชนใน กทม.ส่วนใหญ่ทราบข่าวสาร เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมจากโทรทัศน์โดยจะเปิดรับด้วยความถี่ที่บ่อยครั้งประชาชนส่วนใหญ่มีลักษณะเป็นการตั้งใจ ดูหากเป็นเรื่องหรือประเด็นเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมที่ตรงกับความสนใจ

ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นต่อรายการโทรทัศน์ ของประชาชนในเขตจังหวัดเพชรบูรณ์ ประกอบด้วย 3 ด้านได้แก่ ด้านความรู้ ด้านทัศนคติ และด้านพฤติกรรมที่มีต่อรายการโทรทัศน์ พบว่าระดับความคิดเห็นต่อรายการ โทรทัศน์ ของประชาชนในเขตจังหวัดเพชรบูรณ์ โดยภาพรวม อยู่ในระดับปานกลางซึ่งไม่สอดคล้องกับบุญมล เณย ถ้อย (2549) ที่ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อความคิดเห็นและรูปแบบที่ต้องการของสื่อโฆษณาด้านสิ่งแวดล้อมทาง โทรทัศน์ในทัศนะของวัยรุ่นไทย ผลการวิจัยพบว่า ความคิดเห็นที่มีต่อสื่อโฆษณาด้านสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก และยังไม่สอดคล้องกับ อูมา ศรีสุทธิพันธ์ (2545) ที่ได้ศึกษาความคิดเห็นและ พฤติกรรมการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นรวมต่อสื่ออินเทอร์เน็ตในระดับเห็นด้วย มีค่าเฉลี่ย = 3.75

กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบคุณ สถาบันวิจัยและพัฒนา และมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ ที่สนับสนุนทุนวิจัยของ ปีงบประมาณ 2558 ที่มีส่วนช่วยให้การทำวิจัยครั้งนี้สำเร็จไปด้วยดี

เอกสารอ้างอิง

- จิตยา สุวรรณะชญ. (2543). *กรอบความคิดทฤษฎีของกระบวนการวิจัย*. กรุงเทพฯ : คณะกรรมการส่งเสริม งานวิจัย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- บดินทร์ แตรรูปวิไล. (2550). *ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อและความพึงพอใจของลูกค้ายที่มีต่อสื่อโฆษณาของ บริษัทจีอี แคปปิตอล ออโต้ลีส*. วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏ

เทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.

เพ็ญพักตร์ อร่ามเรือง. (2552). ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อและความคิดเห็นของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในเขตอำเภอเมืองสุราษฎร์ธานีที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อการศึกษาต่อระดับปริญญาตรีใน วิทยาลัยนานาชาติการท่องเที่ยวมหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี. วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตร์ อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต, ภาควิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.

นฤมล เฉลยถ้อย. (2549). การศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อความคิดเห็นและรูปแบบที่ต้องการของสื่อ โฆษณาด้านสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์ในทัศนะของวัยรุ่นไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตร์ อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต, ภาควิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.

ประมะ สตะเวทิน. (2540). หลักนิเทศศาสตร์. กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนจำกัดภาพพิมพ์. หน้า 30.

อรอุมา ศรีสุทธิพันธ์. (2545). ศึกษาความคิดเห็นและพฤติกรรมการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตกับรูปแบบการ ดำเนินชีวิตของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาวารสารศาสตรมหา บัณฑิต, ภาควิชาสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อารยา ศุภพถมงคล. (2535). ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารโฆษณาเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมทางสื่อโทรทัศน์ ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, ภาควิชาการ ประชาสัมพันธ์คณะนิเทศศาสตร์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.