

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการชมรายการเพื่อสุขภาพทางสถานีวิทยุโทรทัศน์  
กองทัพบกช่อง 5 ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

**FACTORS INFLUENCING VIEWING PROGRAM FOR HEALTH  
ON ROYAL THAI ARMY RADIO AND TELEVISION CHANNEL 5  
OF BANGKOK INHABITANTS**

ศฤงคารนต์ แก้วแสน

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกการจัดการทั่วไป

คณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ปีการศึกษา 2555

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการชมรายการเพื่อสุขภาพทางสถานีวิทยุโทรทัศน์  
กองทัพบกช่อง 5 ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

สกุลกานต์ แก้วแสน

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกการจัดการทั่วไป

คณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ปีการศึกษา 2555

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการชมรายการเพื่อสุขภาพทางสถานีวิทยุโทรทัศน์  
กองทัพบกช่อง 5 ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

Factors Influencing Viewing Program for Health on Royal Thai  
Army Radio and Television Channel 5 of Bangkok Inhabitants

ชื่อ - นามสกุล

ว่าที่ร้อยตรีหญิงสกุลกานต์ แก้วแสน

วิชาเอก

การจัดการทั่วไป

อาจารย์ที่ปรึกษา

รองศาสตราจารย์สุคใจ ทูลพานิชย์กิจ, ปร.ด.

ปีการศึกษา

2555

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ



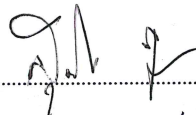
..... ประธานกรรมการ

(อาจารย์สวัสดิ์ วรรณรัตน์, D.B.A.)



..... กรรมการ


(อาจารย์สุภาพร คูพิมาย, วท.ม.)



..... กรรมการ

(รองศาสตราจารย์สุคใจ ทูลพานิชย์กิจ, ปร.ด.)

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี อนุมัติการค้นคว้าอิสระฉบับนี้  
เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต



..... คณบดีคณะบริหารธุรกิจ

(รองศาสตราจารย์ชนงกรณ์ กุณทัตบุตร, D.B.A.)

วันที่ 7 เดือน ตุลาคม พ.ศ. 2555

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการชมรายการเพื่อสุขภาพทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ กองทัพบกช่อง 5 ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร
ชื่อ - นามสกุล	ว่าที่ร้อยตรีหญิงสกุลกานต์ แก้วแสน
วิชาเอก	การจัดการทั่วไป
อาจารย์ที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์สุจิต ทุลพานิชย์กิจ, ปร.ด.
ปีการศึกษา	2555

### บทคัดย่อ

การค้นคว้าอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ชมกับพฤติกรรมของผู้ชมรายการและความคิดเห็นต่อองค์ประกอบของรายการเพื่อสุขภาพ LOVE & CARE ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 โดยศึกษาจากประชาชนที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร อายุ 18 - 60 ปี จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐานคือ Chi-square Test, Independent samples t-test และ One-way ANOVA

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า เพศมีความสัมพันธ์กับช่วงเวลาที่จะดูชมรายการ ความสนใจเข้าร่วมกิจกรรม เนื้อหาที่เลือกชมและอายุมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการชมรายการ วันที่จะดูชมรายการ ระยะเวลาการชมรายการ ความสนใจเข้าร่วมกิจกรรม และเนื้อหาที่เลือกชม ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับลักษณะการชมรายการ อาชีพมีความสัมพันธ์กับวันที่จะดูชมรายการ ลักษณะการชมรายการ ความสนใจเข้าร่วมกิจกรรม และเนื้อหาที่เลือกชม

ผู้ชมรายการเพศหญิงและเพศชาย มีความคิดเห็นในองค์ประกอบของรายการเพื่อสุขภาพ ด้านรูปแบบรายการ ด้านเนื้อหาสาระและด้านการมีส่วนร่วมว่ามีอิทธิพลต่อการรับชมรายการเพื่อสุขภาพแตกต่างกัน ผู้ชมรายการที่มีการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นในองค์ประกอบของรายการเพื่อสุขภาพ ด้านเนื้อหาสาระว่ามีอิทธิพลต่อการรับชมรายการเพื่อสุขภาพ แตกต่างกัน ผู้ชมรายการที่มีรายได้ต่างกัน มีความคิดเห็นในองค์ประกอบของรายการเพื่อสุขภาพด้านรูปแบบรายการ ว่ามีอิทธิพลต่อการรับชมรายการเพื่อสุขภาพ แตกต่างกัน

**คำสำคัญ :** รายการเพื่อสุขภาพ วิทยุโทรทัศน์ พฤติกรรมของผู้ชมรายการ

<b>Independent Study Title</b>	Factors Influencing Viewing Program for Health on Royal Thai Army Radio and Television Channel 5 of Bangkok Inhabitants
<b>Name-Surname</b>	Acting Sub-Lieutenant Sakulkarn Kaewsan
<b>Major Subject</b>	General Management
<b>Independent Study Advisor</b>	Associate Professor Sudjai Tolpanichgit, Ph.D.
<b>Academic Year</b>	2012

## **ABSTRACT**

The purposes of the independent study were to investigate the relationship between individual factors of the viewers and the viewer behavior, and to examine the viewers' opinion towards the components of the program for health "LOVE & CARE" on Royal Thai Army Radio and Television Channel 5. The data were gathered from 400 Bangkok inhabitants between 18-60 years old through the application of questionnaires. The statistics used for the data analysis comprised Chi-square Test, Independent samples t-test and One-way ANOVA.

The results of hypothesis testing showed that gender had relationship with convenient time for viewing, interest for program participation, and selection of program contents. Age had relationship with viewing frequency, convenient days for viewing, duration of viewing, interest for program participation, and selection of program contents. Moreover, it was found that level of education had relationship with viewing behavior, interest for program participation, and selection of program contents.

Regarding the opinion towards the components of the program for health in the aspects of program format, program contents, and program participation, the study showed that different gender made different influences on viewing of the program for health. According to the opinion towards the components of the program for health in the aspect of program contents, it was found that different level of education caused different influences on viewing of the program for health. Concerning the opinion towards the components of the program for health in the aspect of program format, the study indicated that different income caused different influences on viewing of the program for health.

**Keywords:** program for health, radio and television, viewer behavior

## กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระฉบับนี้ได้สำเร็จลุล่วงตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาด้วยดี ผู้วิจัยขอขอบพระคุณอย่างสูงต่อ รองศาสตราจารย์ ดร.สุคใจ ทูลพานิชกิจ อาจารย์ที่ปรึกษาที่ได้สละเวลาให้คำแนะนำปรึกษา จนสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

การศึกษาค้นคว้าอิสระครั้งนี้ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณท่านอาจารย์ ดร.สวัสดี วรรณรัตน์ ประธานกรรมการ และ กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิท่านอาจารย์สุภาพรที่ได้สละเวลาเป็นกรรมการสอบและให้ความเมตตาในครั้งนี้

การศึกษาค้นคว้าอิสระครั้งนี้เกิดประโยชน์และมีส่วนดีต่อผู้อ่าน ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณและมอบความดีทั้งหมดแด่บุพการี ครอบครั้ว ครูอาจารย์ ที่ให้การสนับสนุนและประสิทธิ์ประสาทวิชาการ หากการศึกษานี้มีบทความใดขาดตกบกพร่องหรือไม่สมบูรณ์ ผู้ศึกษาขออภัยมา ณ โอกาสนี้

สกุลกานต์ แก้วแสน

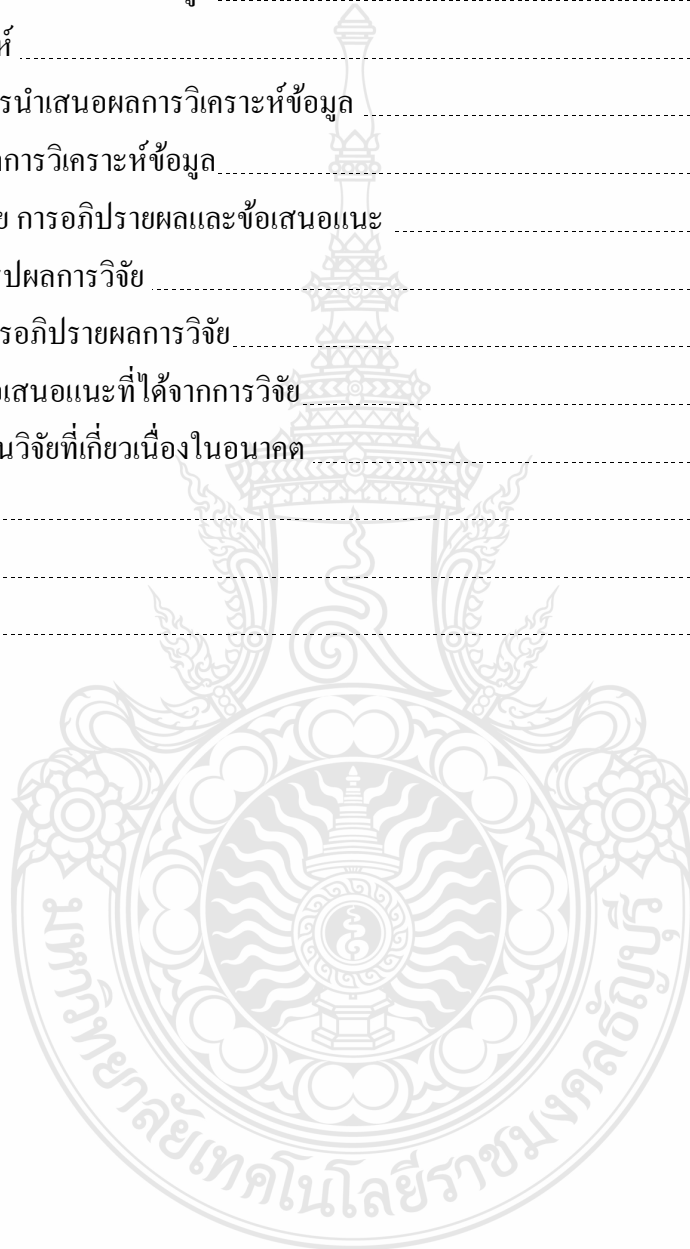


# สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย .....	ค
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ .....	ง
กิตติกรรมประกาศ .....	จ
สารบัญ .....	ฉ
สารบัญตาราง .....	ช
สารบัญภาพ .....	ญ
บทที่	
1. บทนำ .....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา .....	1
1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย .....	2
1.3 สมมติฐานการวิจัย .....	3
1.4 ขอบเขตของการวิจัย .....	3
1.5 คำจำกัดความในการวิจัย .....	4
1.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย .....	5
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ .....	5
2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	7
2.1 แนวคิดการจัดแบ่งประเภทและรูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์ .....	7
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารสุขภาพ .....	15
2.3 แนวคิดการวิเคราะห์ผู้รับสารตามลักษณะประชากรศาสตร์ .....	18
2.4 ทฤษฎีความแตกต่างระหว่างปัจเจกบุคคล .....	22
2.5 ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรม的开รับข่าวสาร .....	23
2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	29
3. วิธีดำเนินการวิจัย .....	34
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง .....	34
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย .....	35
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล .....	36

## สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
3.4 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล .....	37
4. ผลการวิเคราะห์ .....	39
4.1 การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล .....	39
4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล .....	39
5. สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ .....	70
5.1 สรุปผลการวิจัย .....	70
5.2 การอภิปรายผลการวิจัย .....	74
5.3 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย .....	78
5.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในอนาคต .....	79
บรรณานุกรม .....	80
ภาคผนวก .....	85
ประวัติผู้เขียน .....	90





## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4.1 จำนวน (ความถี่) และร้อยละของข้อมูลทั่วไป.....	39
4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการรับชมรายการ.....	41
4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวันที่สะดวกชมรายการเพื่อสุขภาพ LOVE & CARE.....	42
4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเวลาที่เหมาะสมสำหรับดูรายการ เพื่อสุขภาพ LOVE & CARE.....	42
4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระยะเวลาการเปิดรับชมแต่ละครั้ง โดยเฉลี่ย.....	43
4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะการชมรายการเพื่อ สุขภาพ LOVE & CARE.....	44
4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความสนใจเมื่อทางรายการ จัดกิจกรรมเกี่ยวกับการรักษาสุขภาพ.....	44
4.8 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเด็นเนื้อหาสาระรายการเพื่อสุขภาพ.....	45
4.9 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านรูปแบบรายการ เพื่อสุขภาพ LOVE & CARE ที่มีอิทธิพลต่อการรับชมรายการเพื่อสุขภาพ LOVE & CARE.....	46
4.10 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านเนื้อหาสาระรายการเพื่อ สุขภาพ LOVE & CARE ที่มีอิทธิพลต่อการรับชมรายการเพื่อสุขภาพ LOVE & CARE.....	47
4.11 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านผู้ดำเนินรายการ เพื่อสุขภาพ LOVE & CARE ที่มีอิทธิพลต่อการรับชมรายการเพื่อสุขภาพ LOVE & CARE.....	48
4.12 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมรายการเพื่อ สุขภาพ LOVE & CARE ที่มีอิทธิพลต่อการรับชมรายการเพื่อสุขภาพ LOVE & CARE.....	49

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.13 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยองค์ประกอบรายการเพื่อสุขภาพ LOVE & CARE โดยภาพรวม ที่มีอิทธิพลต่อการรับชมรายการเพื่อสุขภาพ LOVE & CARE.....	50
4.14 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับความถี่ในการชมรายการ.....	53
4.15 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับวันที่สะดวกชมรายการ.....	54
4.16 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับช่วงเวลาที่เหมาะสมชมรายการ.....	56
4.17 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับระยะเวลาการชมรายการ.....	58
4.18 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับลักษณะการชมรายการ.....	59
4.19 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับความสนใจเข้าร่วมกิจกรรม.....	60
4.20 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับเนื้อหารายการเพื่อสุขภาพที่เลือกชม.....	62
4.21 เปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของรายการเพื่อสุขภาพ ระหว่าง เพศชายและเพศหญิง.....	64
4.22 การวิเคราะห์ความแปรปรวนค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของรายการเพื่อ สุขภาพ ในระดับอายุต่าง ๆ.....	65
4.23 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของรายการเพื่อสุขภาพ ระหว่าง การศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีและตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไป.....	66
4.24 การวิเคราะห์ความแปรปรวนค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของรายการ เพื่อสุขภาพ ในอาชีพต่าง ๆ.....	67
4.25 การวิเคราะห์ความแปรปรวนค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของรายการ เพื่อสุขภาพ ในระดับรายได้ต่าง ๆ.....	68
4.26 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของรายการเพื่อสุขภาพด้าน รูปแบบรายการ เป็นรายคู่ ในระดับรายได้ต่าง ๆ.....	69

# สารบัญภาพ

ภาพที่

หน้า

1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย ..... 5



# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การพัฒนาตนเองในด้านความรู้และการเสริมสร้างภาวะสุขภาพมีความสำคัญต่อการพัฒนาศักยภาพของประชาชนไทย อันจะส่งผลต่อประโยชน์ทางด้านเศรษฐกิจของประเทศชาติในด้านการมีกำลังแรงงานที่มีประสิทธิภาพ สามารถแข่งขันกับประเทศอื่น ๆ ได้ (กระทรวงสาธารณสุข, 2549)

สื่อมวลชนนั้นนับว่าเป็นสถาบันที่มีความสำคัญอย่างยิ่งในการสร้างสรรค์และพัฒนาสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการใช้สื่อมวลชนในการพัฒนาในด้านต่าง ๆ อาทิ ด้านการศึกษา ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม วัฒนธรรม และด้านสุขภาพ รวมไปถึงการพัฒนาในเรื่องจิตใจและร่างกาย เนื่องจากสภาพสังคมในปัจจุบัน ประชาชนส่วนใหญ่ตกอยู่ในสภาวะเครียด เนื่องจากสภาพปัญหาของบ้านเมือง และความเป็นอยู่ทั้งเศรษฐกิจและการเมืองในปัจจุบัน (ประเวศ วะสี, 2547)

สื่อมวลชนจึงต้องมีการนำเสนอเรื่องราวข่าวสารที่สร้างสรรค์และสามารถช่วยยกระดับจิตใจของประชาชนให้มีการดำรงชีวิตได้อย่างเป็นสุข และมีสุขภาพร่างกายที่สมบูรณ์แข็งแรง ให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการดูแลและป้องกันจากโรคภัยไข้เจ็บหรือโรคร้ายใหม่ ๆ ที่เกิดจากสภาพแวดล้อมและสภาพวิถีการดำเนินชีวิตในปัจจุบัน รวมถึงการดูแลสุขภาพร่างกายและจิตใจอย่างถูกวิธี เพียงแค่มีข้อมูลในการดูแลสุขภาพที่ถูกต้อง ซึ่งจะเห็นได้ว่าสื่อมวลชนเป็นเสมือนแรงผลักดันคนในสังคม โดยการนำเสนอสารที่มีความสำคัญและจำเป็นต่อสังคมมนุษย์เป็นอย่างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสังคมปัจจุบันถือได้ว่าเป็นสังคมสมัยใหม่ที่ต้องมีการพึ่งพาสื่อมวลชนในการรับข้อมูลข่าวสารในแต่ละวัน เพื่อประโยชน์ในการดำรงชีวิตที่แตกต่างกันและเป็นที่ยอมรับว่าในปัจจุบันสื่อมวลชนมีการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์แก่ผู้รับสารในด้านต่าง ๆ ที่แตกต่างกัน ซึ่งรวมไปถึงกระแสตื่นตัวในการดูแลสุขภาพซึ่งในปัจจุบันประชาชนให้ความสำคัญในเรื่องนี้เป็นอย่างมาก พิจารณาจากการเกิดธุรกิจที่เกี่ยวกับการดูแลสุขภาพขึ้นเป็นจำนวนมากในปัจจุบัน ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของอาหารชีวจิต ก็มีการสนองความต้องการของประชาชนเกี่ยวกับกระแสการดูแลสุขภาพดังกล่าว เช่น ผลิตภัณฑ์ประกอบอาหารที่เกี่ยวกับอาหารชีวจิต ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าเป็นอาหารที่เป็นประโยชน์ต่อสุขภาพเป็นอย่างมาก นอกจากนั้นยังมีการผลิตรายการที่นำเสนอเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพ เพื่อเป็นการให้ความรู้แก่ประชาชนเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพที่ถูกวิธี วิธีการป้องกันโรค

ต่าง ๆ เทคนิคในการดูแลสุขภาพ และยังมีคำแนะนำที่ถูกต้องจากผู้เชี่ยวชาญด้านต่างๆ เพื่อสนองความต้องการรับทราบข้อมูลข่าวสารของประชาชน (ดารารัตน์ เจริญนาค, 2551)

โทรทัศน์เป็นสื่อมวลชนที่มีบทบาทและอิทธิพลต่อชีวิตประจำวัน เป็นส่วนหนึ่งของความเปลี่ยนแปลงทั้งทางเศรษฐกิจ การเมือง และวัฒนธรรม โดยอิทธิพลของสื่อโทรทัศน์ในด้านการเกิดทัศนคติและค่านิยมของผู้บริโภคนั้น สามารถปลูกฝังให้เกิด ความเชื่อ ความศรัทธา แก่ผู้บริโภคได้ เนื่องจาก เป็นสื่อที่รวมทั้งภาพยนตร์ วิทยุกระจายเสียง และหนังสือพิมพ์ สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้ชมได้กว้าง และได้รับความนิยมนมากกว่าสื่อประเภทอื่น

เนื่องจากรายการ LOVE & CARE เป็นรายการที่นำเสนอเรื่องราว ข่าวสารข้อมูลน่ารู้เกี่ยวกับสุขภาพ อีกทั้งเป็นรายการที่มีความเฉพาะเจาะจงถึงกลุ่มเป้าหมายที่ใส่ใจสุขภาพอย่างชัดเจน โดยเฉพาะอย่างยิ่งรายการ LOVE & CARE ที่มีกลุ่มผู้ชมติดต่อมายังรายการทางเว็บไซต์tv5.co.th มากที่สุด ดังนั้นผู้ศึกษาจึงต้องการศึกษาถึงความคิดเห็นของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครต่อรายการ LOVE & CARE เนื่องจากเป็นรายการที่ได้รับความนิยมจากผู้ชม เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงรายการให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้ชมและพัฒนารายการ LOVE & CARE ให้มีประสิทธิภาพเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ชมมากยิ่งขึ้น รวมทั้งสามารถนำข้อมูลไปใช้ปรับปรุงกลยุทธ์การตลาด เพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันของรายการได้อีกทางหนึ่ง และเป็นประโยชน์ต่อการผลิตรายการ อีกทั้งจะเป็นข้อมูลสำหรับผู้ที่ต้องการศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับด้านรายการโทรทัศน์เพื่อสุขภาพโดยทั่วไป

## 1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครต่อรายการเพื่อสุขภาพ LOVE & CARE ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครต่อรายการเพื่อสุขภาพ LOVE & CARE ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5
3. เพื่อศึกษาองค์ประกอบของรายการโทรทัศน์เพื่อสุขภาพ LOVE & CARE ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ชมกับพฤติกรรมของผู้ชมรายการและความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบของรายการเพื่อสุขภาพ LOVE & CARE ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5

### 1.3 สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการรับชมรายการเพื่อสุขภาพ
2. ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของรายการเพื่อสุขภาพว่ามีอิทธิพลต่อการรับชมรายการเพื่อสุขภาพ แตกต่างกัน

### 1.4 ขอบเขตของการวิจัย

#### 1. ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ศึกษา คือ ประชาชนที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร อายุ 18 - 60 ปี จำนวน 400 คน ที่เคยรับชมรายการเพื่อสุขภาพทางสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ซึ่งกลุ่มจำนวนตัวอย่างดังกล่าวได้จากการใช้สูตรคำนวณหาขนาดตัวอย่างในกรณีที่ทราบจำนวนประชากรโดยใช้หลักการคำนวณของทาโร ยามาเนะ (Taro Yamane, 1967, p. 886)

#### 2. ขอบเขตด้านเนื้อหา

ศึกษาพฤติกรรมการรับชมและองค์ประกอบของรายการเพื่อสุขภาพ LOVE & CARE ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

2.1 ตัวแปรต้น ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ต่อเดือน

#### 2.2 ตัวแปรตาม ประกอบด้วย

2.2.1 พฤติกรรมการรับชมรายการเพื่อสุขภาพ LOVE & CARE ได้แก่ ความถี่ในการรับชม วันและช่วงเวลาในการติดตามชมรายการ ระยะเวลาในการรับชม ลักษณะการรับชมแต่ละครั้ง ความสนใจในกิจกรรมและเนื้อหารายการที่เลือกชม

2.2.2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของรายการเพื่อสุขภาพ LOVE & CARE ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ด้านรูปแบบรายการ ด้านเนื้อหาสาระ ด้านผู้ดำเนินรายการและด้านการมีส่วนร่วม

#### 3. ขอบเขตด้านเวลา

การเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้เครื่องมือ ได้แก่ แบบสอบถาม ใช้ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลประมาณ 1 เดือน ในเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2555

### 1.5 คำจำกัดความในการวิจัย

รายการเพื่อสุขภาพทางโทรทัศน์ หมายถึง รายการ LOVE & CARE ที่ออกอากาศทางสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 ซึ่งให้ความรู้ทางด้านสุขภาพโดยผู้เชี่ยวชาญ มีการสนทนาและอธิบายให้ความรู้โดยไม่ใช้ศัพท์ทางการแพทย์เพื่อให้การสื่อสารเป็นที่เข้าใจง่ายแก่ประชาชน

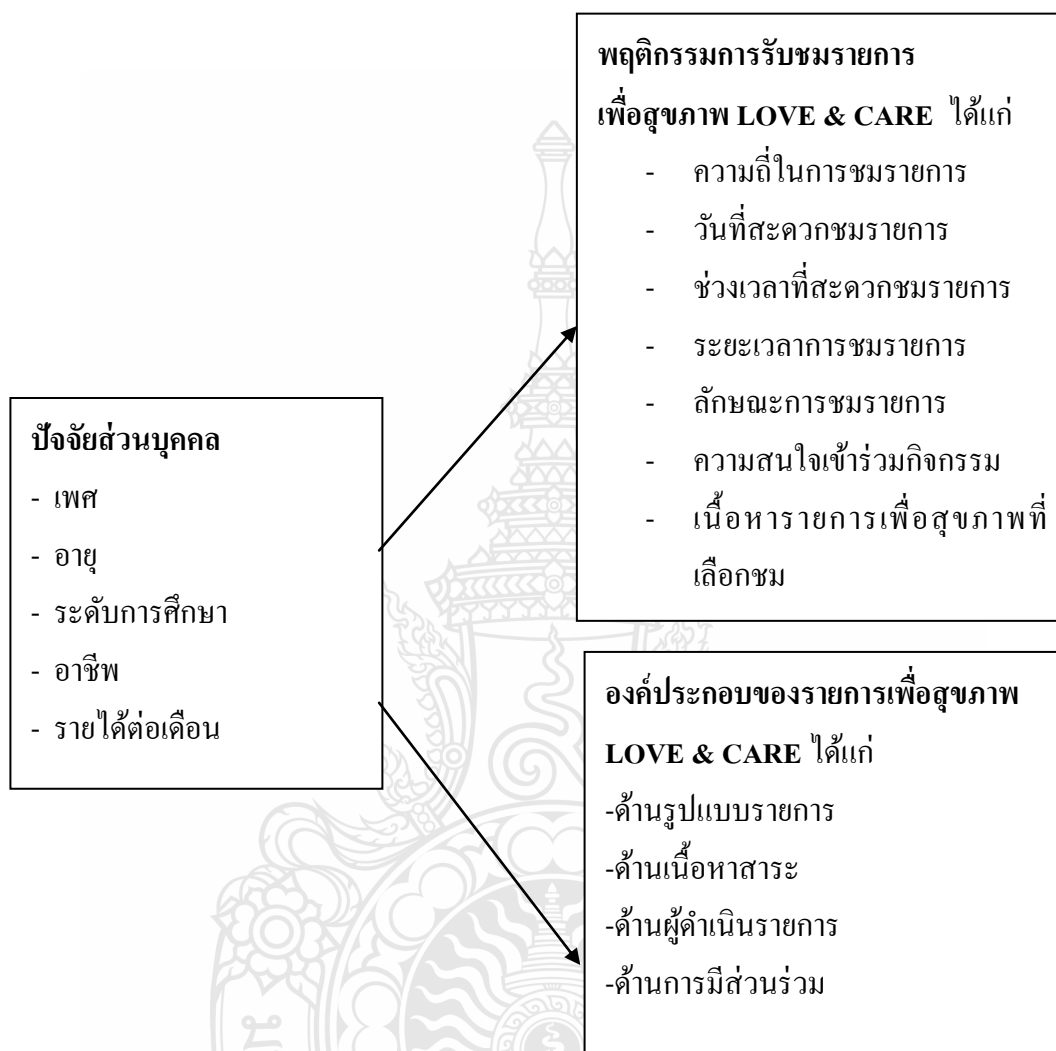
ผู้ชมรายการ หมายถึง ผู้ชมที่มีอายุระหว่าง 18 - 60 ปี และอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งเปิดรับชมรายการเพื่อสุขภาพ LOVE & CARE ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5

ปัจจัยส่วนบุคคล หมายถึง ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน ของผู้ที่ชมรายการเพื่อสุขภาพ LOVE & CARE ที่มีอายุระหว่าง 18 - 60 ปี ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยแบ่งเป็น ลักษณะ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือนโดยเฉลี่ย

พฤติกรรมมารับชมรายการเพื่อสุขภาพ LOVE & CARE หมายถึง ความถี่ในการชมรายการ วันและช่วงเวลาที่จะดูชมรายการ ระยะเวลาในการรับชมรายการ ลักษณะการชมรายการ ความสนใจในกิจกรรมและเนื้อหารายการเพื่อสุขภาพที่เลือกชม

องค์ประกอบของรายการเพื่อสุขภาพ LOVE & CARE หมายถึง ข้อมูลข่าวสารที่มีอยู่ในส่วนต่าง ๆ ของรายการที่จัดได้ว่าเป็นองค์ประกอบของรายการโทรทัศน์ ได้แก่ ด้านรูปแบบรายการ ด้านเนื้อหาสาระ ด้านผู้ดำเนินรายการ และด้านการมีส่วนร่วม เป็นต้น ซึ่งมีผลต่อการรับชมของผู้ชมรายการโทรทัศน์

## 1.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

## 1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบข้อมูลทั่วไปของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครต่อรายการเพื่อสุขภาพ LOVE & CARE ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5
2. ทำให้ทราบพฤติกรรมของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครและความคิดเห็นต่อองค์ประกอบรายการเพื่อสุขภาพ LOVE & CARE ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5



3. เป็นแนวทางในการกำหนดรูปแบบรายการโทรทัศน์เพื่อสุขภาพสำหรับผู้จัดรายการโทรทัศน์ตามความต้องการของผู้ชมรายการโทรทัศน์เพื่อสุขภาพ

4. เพื่อเป็นประโยชน์ในการตัดสินใจเลือกรายการเพื่อสุขภาพมาออกอากาศในสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ให้ตรงกับความต้องการของประชาชน



## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการชมรายการเพื่อสุขภาพทางสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร” นั้น ผู้ศึกษาได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาเป็นการรอบแนวคิดในการศึกษาครั้งนี้ ดังนี้

1. แนวคิดการจัดแบ่งประเภทและรูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์
2. แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารสุขภาพ
3. แนวคิดการวิเคราะห์ผู้รับสารตามลักษณะประชากรศาสตร์
4. ทฤษฎีความแตกต่างระหว่างปัจเจกบุคคล
5. ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมกรเปิดรับข่าวสาร
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 2.1 แนวคิดการจัดแบ่งประเภทและรูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์

การจัดแบ่งประเภทรายการวิทยุโทรทัศน์มีแนวคิดในการจัดแบ่งที่แตกต่างกันไปแล้วแต่ว่าจะยึดสิ่งใดเป็นเกณฑ์ในการจัดแบ่ง ซึ่งมีได้มีเกณฑ์ตายตัวเสียทีเดียวว่าจะต้องจัดแบ่งออกเป็นกี่ประเภท ประเภทอะไรบ้าง ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความหมายกับลักษณะการจัดรายการและวัตถุประสงค์ของผู้จัดแบ่งประเภทรายการวิทยุโทรทัศน์ ซึ่งแบ่งได้ 3 ลักษณะ ดังนี้ (ชัยยงค์ พรหมวงศ์, 2547 : 154 - 157)

1. การแบ่งประเภทรายการตามเนื้อหาสาระของรายการ การจัดแบ่งประเภทรายการวิทยุโทรทัศน์ที่ยึดเนื้อหาเป็นเกณฑ์ในการจัดแบ่งก็จะมีเนื้อหาที่จะนำเสนอเป็นรายการวิทยุโทรทัศน์ได้หลากหลายประเภท เช่น รายการทางเกษตร รายการเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม รายการเกี่ยวกับสุขภาพ รายการอาหาร รายการทางศาสนาหรือธรรมะ รายการทางกฎหมาย รายการทางศิลปวัฒนธรรม รายการทางการกีฬาประเภทต่าง ๆ เป็นต้น

2. การแบ่งประเภทรายการตามกลุ่มผู้ชมรายการ การจัดแบ่งประเภทรายการโดยยึดลักษณะหรือประเภทของผู้ชมรายการที่มีความแตกต่างและหลากหลายทั้งลักษณะทางกายภาพ ได้แก่ เพศ วัย การศึกษา อาชีพ รายได้ สภาพภูมิประเทศ หรือลักษณะทางจิตวิทยา ได้แก่ ความชอบ ความต้องการ วัฒนธรรม ค่านิยม ความเชื่อ ทัศนคติ ฯลฯ เป็นเกณฑ์ในการจัดแบ่งประเภทรายการก็จะ

สามารถจำแนกออกได้เป็นหลายประเภท เช่น รายการเด็ก รายการวัยรุ่น รายการแม่บ้าน รายการเพื่อเกษตรกร รายการเพื่อนักธุรกิจ หรือรายการเฉพาะเจาะจงกลุ่มผู้ชม ได้แก่ รายการสำหรับคนขับรถ รายการสำหรับคนรักบ้าน รายการสำหรับคนรักธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เป็นต้น

3. การแบ่งประเภทตามบทบาทหน้าที่ของวิทยุโทรทัศน์ การจัดแบ่งประเภทรายการที่ยึดตามบทบาทหน้าที่ของวิทยุโทรทัศน์ในฐานะเป็นสถาบันสื่อสารมวลชนแขนงหนึ่ง เป็นเกณฑ์ ก็จะสามารถจำแนกประเภทรายการวิทยุโทรทัศน์ออกเป็นรายการประเภทข่าว รายการประเภทความรู้ หรือการศึกษา รายการประเภทบันเทิง ประชา มาลินนท์ (ณรงค์ สมพงษ์, 2543 : 169 ; อ้างอิงมาจาก ประชา มาลินนท์, 2534-2535 : ง-จ) กล่าวว่า รายการโทรทัศน์เกือบ 90% เน้นในเรื่องความบันเทิงเป็นหลัก ประชาชนเองก็มีความรู้ดีกว่าโทรทัศน์เป็นเครื่องมือที่นำมาใช้เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจเพื่อหลีกเลี่ยงความวุ่นวายในชีวิตประจำวัน ดังนั้น ผู้สนับสนุนรายการวิทยุโทรทัศน์ที่อยู่เบื้องหลังการกำหนดรายการต่าง ๆ จึงมุ่งให้ความสำคัญเฉพาะรายการที่อยู่ในความนิยมของประชาชน (Rating) ซึ่งมักจะ เป็นรายการบันเทิงซึ่งมีผลต่อการโฆษณาสินค้าและบริการส่วนรายการข่าวก็จะมีเฉพาะบางช่วงเวลาเท่านั้น วิทยุโทรทัศน์จึงเป็นสื่อที่สนับสนุนกิจกรรมที่เอื้อประโยชน์เฉพาะกลุ่มเท่านั้น รายการที่มีสาระประโยชน์ทางด้านเศรษฐกิจ การพัฒนาชุมชนและการศึกษาของประชาชนได้รับการสนับสนุนจากผู้ผลิตสินค้าและบริการเฉพาะกลุ่ม ในขณะที่รายการโทรทัศน์ของต่างชาติในรูปแบบของรายการภาพยนตร์ มิวสิควิดีโอ รายการละคร และการถ่ายทอดสดกีฬาประเภทต่าง ๆ ได้เข้ามา มีบทบาทที่แผ่ร่นทางด้านวัฒนธรรม ค่านิยม และทัศนคติที่ไม่เหมาะสมกับสังคมไทย นอกจากนี้ เสถียร เขยประทับ (ณรงค์ สมพงษ์, 2543 : 169 - 170 ; อ้างอิงมาจาก เสถียร เขยประทับ, 2531 : 138) กล่าวว่า ประเทศด้อยพัฒนาจำนวนมากอาศัยรายการโทรทัศน์ ส่วนใหญ่ จากต่างประเทศ มีการถ่ายทอดสดรายการที่ผลิตในประเทศน้อยมาก เพราะฉะนั้นวัตถุประสงค์ ที่จะใช้โทรทัศน์ส่งเสริม วัฒนธรรมของชาติจึงมีน้อยมาก สัดส่วนในการผลิตรายการโทรทัศน์เองภายในประเทศและที่สั่งเข้ามาจากต่างประเทศของประเทศต่าง ๆ แตกต่างกันอย่างมาก

องค์ประกอบของการจัดรายการวิทยุโทรทัศน์ มี 6 ประการ ดังนี้ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2554 : 720-723)

1. วัตถุประสงค์ของรายการ ผู้ผลิตหรือผู้จัดรายการจำเป็นต้องกำหนดวัตถุประสงค์ของรายการไว้เด่นชัดว่าต้องการให้ผู้ชมได้เปลี่ยนแปลงพฤติกรรมไปด้านใด เช่น พฤติกรรมด้านพุทธ พิสัย พฤติกรรมด้านเจตพิสัย พฤติกรรมด้านทักษะพิสัย

2. ประเภทและรูปแบบรายการ หมายถึง วิธีการและลีลาการเสนอเนื้อหารายการและสิ่งที่อยู่ในรายการวิทยุโทรทัศน์ จำแนกรูปแบบได้หลายวิธีตามประเภทของรายการวิทยุโทรทัศน์ มี 12 รูปแบบ ดังนี้ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2554 : 720 - 723) คือ

2.1 รูปแบบรายการพูดหรือบรรยายคนเดียว (Monologue Program Format) รูปแบบนี้เป็นรายการที่มีผู้มาปรากฏตัวบนจอโทรทัศน์เพียงคนเดียว และพูดคุยกับผู้ชมส่วนมากจะมีภาพประกอบเพื่อมิให้เห็นหน้าผู้พูดตลอดเวลา รูปแบบของรายการนี้จะน่าสนใจ เมื่อผู้ดำเนินรายการหรือผู้พูดมีความรู้ความสามารถในการพูดและนำเสนอเนื้อหาสาระได้ดี พร้อมกับมีภาพหรือภาพยนตร์ประกอบ

2.2 รูปแบบรายการสัมภาษณ์ (Interview Program Format) รูปแบบนี้เป็นรายการที่มีผู้สัมภาษณ์และผู้ถูกสัมภาษณ์ หรือวิทยากรมาสนทนากันโดยมีการดำเนินรายการสัมภาษณ์ในเรื่อง ที่ต้องการให้ผู้ถูกสัมภาษณ์มาเล่าให้ฟัง ซึ่งเป็นเรื่องราวเกี่ยวกับกระบวนการ หน่วยงาน หรือผลงานบางอย่าง รวมทั้งความคิดเห็นเกี่ยวกับสถานการณ์ต่าง ๆ ผู้สัมภาษณ์จะต้องเตรียมคำถามเป็นชุด ๆ เพื่อให้สามารถป้อนคำถามได้อย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งสามารถปรับคำถามให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงในเนื้อหาของผู้ให้สัมภาษณ์ได้ รายการลักษณะนี้อาจจะเป็นขนาดยาว 30 นาที หรือเป็นสัมภาษณ์สั้น ๆ ที่จะนำไปเป็นส่วนหนึ่งของรายการสารคดี หรือรายการบรรยายคนเดียวได้

2.3 รูปแบบรายการสนทนา (Dialogue Program Format) รูปแบบนี้เป็นรายการที่มีคนมาพูดคุยกัน 2 คน มีผู้ถามและคู่สนทนาแสดงความคิดเห็นในประเด็นที่นำเสนอ คู่สนทนาอาจจะแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันก็ได้ รายการสนทนาแบบนี้จะมี 2-3 คน เข้าร่วมสนทนากัน โดยมีผู้ดำเนินรายการเป็นผู้นำสนทนา เชื่อมโยงประเด็นควบคุมการสนทนาให้เป็นไปด้วยดี รูปแบบนี้จะต่างกับรายการสัมภาษณ์ตรงที่รายการสัมภาษณ์เน้นการถามและตอบมากกว่า ในขณะที่รายการนี้จะเน้นการแสดงความคิดเห็น อาจเห็นด้วยหรือต่างทัศนะกันออกมา หรือเป็นการร่วมกันวิเคราะห์เหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่ง เช่น การเลือกตั้ง สถานการณ์ของโลก หรือแม้แต่เรื่องวิชาการโดยตรง เป็นรายการที่ทำให้ผู้ชมได้รับความคิดที่หลากหลาย บางครั้งรายการประเภทนี้จัดให้มีผู้ชมเข้าร่วมรายการด้วย และอาจเปิดโอกาสให้เขาซักถามปัญหาต่าง ๆ หรือร่วมแสดงความคิดเห็นด้วย

2.4 รูปแบบรายการเกมส์หรือตอบปัญหา (Game Show or Quiz Program Format) รายการเกมส์หรือตอบปัญหา โดยปกติแบ่งออกเป็นการแข่งขันระหว่างบุคคลหรือผู้ทายปัญหาอยู่ตรงกลาง ผู้เข้าร่วมรายการอาจจะผลัดกันตอบคำถาม หรือสำหรับคำถามที่ไม่มีผู้ใดตอบได้ ก็อาจเปิดโอกาสให้แกใครก็ได้ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับวิธีดำเนินรายการของพิธีกร อาจจะมีรางวัลสำหรับฝ่ายชนะส่วนฝ่ายแพ้ได้รางวัลปลอมใจ รายการแบบนี้อาจจะจัดอยู่ในลักษณะที่ให้ผู้ชมมีส่วนร่วมด้วย จึงต้องมีการ

ควบคุมมิให้ผู้ร่วมรายการส่งเสียงดังจนเกินไปเพราะอาจรบกวนสมาธิของผู้ตอบปัญหาหรือผู้ชมอาจส่งเสียงบอกคำตอบจนผู้ตอบไม่สามารถตัดสินใจได้ ผู้ดำเนินรายการนั้นต้องมีความสำรวมและไม่ถูกรบกวนด้วยการตั้งคำถามที่ตื้นจนเกินไป

2.5 รูปแบบรายการสารคดี (Documentary Program Format) รายการสารคดี เป็นรายการโทรทัศน์ที่เล่าเรื่องราวที่น่าสนใจให้ผู้ชมเข้าใจอย่างแจ่มแจ้ง สารคดีนั้นควรจะให้ความรู้ความเพลิดเพลิน ไร้อารมณ์และการโน้มน้าวจิตใจ สารคดีทางโทรทัศน์สามารถเสนอได้หลายรูปแบบ เช่น ด้วยภาพสไลด์ ภาพยนตร์ เป็นต้น

2.6 รูปแบบรายการละคร (Drama Program Format) รายการละครเป็นรายการที่เสนอเรื่องราวต่าง ๆ ด้วยการจำลองเหตุการณ์เป็นละครมีการกำหนดผู้แสดง จัดสร้างฉากแต่งตัว แต่งหน้าตัวแสดงให้สมจริงสมจัง และใช้เทคนิคทางการละครเสนอเรื่องราวให้เหมือนจริงมากที่สุด ใช้ได้ทั้งเป็นรายการบันเทิงและรายการเพื่อการศึกษา ในด้านการศึกษาละครโทรทัศน์จำลองสถานการณ์ชีวิตของคนในสังคม เพื่อสนองความรู้ในเชิงจิตวิทยา สังคมวิทยา อาชญากรรม ประวัติศาสตร์ การเมือง การปกครอง ฯลฯ โดยให้ตัวละครนำเรื่องพูดคุย และให้ข้อคิด ผู้ชมจะเรียนรู้จากคำพูดหรือเรื่องราวที่ตัวละครเสนอในขณะที่เดียวกันก็ให้ความบันเทิงไปด้วย เช่น ละครโทรทัศน์ที่ให้ความรู้เชิงประวัติศาสตร์ ได้แก่ สี่แผ่นดิน ทหารเสือพระเจ้าตาก สงครามเก้าทัพ ชูสีไทเฮา ฯลฯ ผู้ชมส่วนมากจะไม่รู้สึกรู้ว่าได้รับความรู้จากแง่มุมที่ได้รับจากรายการเหล่านี้ เพราะคิดว่าเป็นรายการบันเทิงแต่เพียงอย่างเดียว

2.7 รูปแบบรายการสารละคร (Docu-drama Program Format) เป็นรูปแบบรายการที่ผสมผสานรูปแบบสารคดีเข้ากับรูปแบบละครหรือการนำละครมาประกอบรายการที่เสนอสาระบางส่วน มิใช่เสนอเป็นละครทั้งรายการ จุดมุ่งหมายเพื่อให้การศึกษา ความรู้ และแนวคิดในเรื่องที่เสนอ เช่น ด้านนิเทศศาสตร์ สังคมวิทยา มานุษยวิทยา เป็นต้น ทั้งนี้จะต้องมีผู้ดำเนินรายการสรุปอธิบายหรือขยายสาระที่ดูจากส่วนที่เป็นละครเสมอ

2.8 รูปแบบรายการสาธิตทดลอง (Demonstration Program Format) เป็นรายการที่เสนอ “วิธีทำ” หรือ “กระบวนการ” อะไรสักอย่างหนึ่งเพื่อให้ผู้ชมได้แนวทางที่จะนำไปใช้ทำจริง เช่น รายการปรุงอาหาร รายการเลี้ยงสัตว์ รายการประดิษฐ์งานฝีมือ รายการทางการสอน เป็นต้น

2.9 รูปแบบรายการเพลงและดนตรี (Song and Music Program Format) รายการเพลงและดนตรี เป็นรายการที่เสนอการบรรเลงดนตรี

2.10 รูปแบบรายการนิตยสาร (Magazine Program Format) รายการนิตยสาร หรือมักนิยมเรียกทับศัพท์ว่า รายการแม็กกาซีน เป็นรายการที่ใช้รูปแบบในการนำเสนอแบบเดียวกับ

นิตยสาร คือในรายการเดียวกันจะประกอบไปด้วยส่วนย่อยหลาย ๆ เหตุการณ์ โดยทั่วไปมักจะเป็นเรื่องในแนวเดียวกัน จุดเด่นของรายการประเภทนี้ คือความสามารถในการเชื่อมโยงให้ส่วนต่าง ๆ เข้ามาเป็นรายการเดียวกันอย่างสอดคล้องกลมกลืน รายการประเภทนี้ก็มี Variety Show ติลิปทไวไลฟ์โชว์ เป็นต้น ซึ่งเป็นรายการที่มีการแสดงหลาย ๆ อย่างสลับกันไป เช่น ร้องเพลง เล่นตลก แข่งขัน สัมภาษณ์ โชว์ในสิ่งแปลก ๆ ฯลฯ รายการประเภทนี้มักจะหนักไปทางด้านความบันเทิง

2.11 รูปแบบรายการข่าว (News Program Format) เป็นรายการที่เสนอรายงานเหตุการณ์ที่สำคัญ ซึ่งเป็นที่สนใจของประชาชน ข่าวเป็นสิ่งที่ช่วยให้คนทันโลกอยู่เสมอ ลักษณะของรายการจะใช้ผู้บรรยาย 2-3 คน และจัดฉากด้านหลังให้ผู้สวยงาม น่าสนใจ การบรรยายจะ สลับกันบรรยาย เพื่อมิให้เกิดความเบื่อหน่าย พร้อมกับมีภาพเหตุการณ์ที่กำลังรายงานประกอบ อย่างชัดเจน รายการข่าวจึงจัดได้ว่าเป็นการให้การศึกษากับผู้ชมด้วย

2.12 รูปแบบรายการถ่ายทอดสด (Live Program Format) เป็นรายการที่ถ่ายทอดเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริง เช่น กีฬา กรีฑา งานมหกรรมหรืองานพระราชพิธีต่าง ๆ รายการถ่ายทอดสดมักจะเริ่มรายการก่อนเริ่มพิธีหรือเหตุการณ์ โดยมีผู้บรรยายเหตุการณ์เสนอเรื่องราวต่าง ๆ เมื่อเริ่มเหตุการณ์แล้วก็เสนอเรื่องราวที่เกิดขึ้นตามลำดับก่อนหลังทั้งภาพและเสียง โดยมีผู้บรรยายคอยพูดเชื่อมเหตุการณ์ให้ผู้ชมได้ทราบความเป็นไป โดยเฉพาะการพูดบรรยายเชื่อมในขณะที่ภาพที่ปรากฏไม่มีเสียงออกมา เพื่อมิให้เกิดความเงียบขึ้นในโทรทัศน์

รูปแบบของรายการเพื่อการศึกษาที่ดี

สำหรับรายการโทรทัศน์เพื่อการศึกษาที่ดีนั้น (วิชัย ตั้งวรรณม, 2546 : 43-44) ได้กล่าวไว้ดังนี้

### 1. ด้านเนื้อหา

- ให้ข้อเท็จจริงที่ตรงไปตรงมา
- เนื้อหาน่าสนใจ มีความใกล้ชิด มีความแปลกประหลาด
- สามารถนำไปปฏิบัติได้
- มีวัตถุประสงค์ที่เด่นชัด และสร้างสรรค์
- เนื้อหาสาระเน้นกลุ่มผู้รับชม
- เหมาะสมกับกาลเวลา
- เนื้อหาสาระไม่มากหรือน้อยเกินไป

### 2. ด้านเทคนิคการผลิต

- มีศิลปะตามหลักการจัดรายการ

- องค์ประกอบรายการมีความชัดเจน
- ภาษาที่ใช้เหมาะสม ประณีต และถูกต้องมีลีลาน่าฟัง
- คุณภาพในการบันทึกมีความชัดเจนสูง
- มีเทคนิคเร้าให้ผู้ชมให้ติดตาม ตั้งแต่ต้นจนจบรายการ

3. วิธีการเสนอรายการ คือ การดำเนินเรื่องราวของรายการที่จะทำให้น่าสนใจ ดึงดูดผู้ชมให้ติดตาม มี 2 แบบ ดังนี้

3.1 การเสนอรายการแบบเรียงลำดับก่อนหลัง (Chronlogical Order) เป็นการเสนอรายการแบบตรงไปตรงมา โดยเรียงลำดับตามขั้นตอน เวลา และเหตุการณ์หรือระยะทาง

3.2 การเสนอรายการแบบผกผัน (Flash Back Techniques) เป็นการดำเนินเรื่องในรายการแบบไม่เรียงลำดับก่อนหลัง โดยเริ่มจุดใดจุดหนึ่ง ที่มีใจเริ่มต้นและไม่เรียงไปตามลำดับขั้นตอน เวลา เหตุการณ์หรือระยะทาง โดยอาจเริ่มต้นตอนจบเรื่องแล้วย้อนหลังเริ่มต้นตรงกลางเรื่องแล้วย้อนเรื่องกลับ และต่อเรื่องให้จบในตอนหลังหรืออาจเป็นการเล่าเรื่องแล้วย้อนภาพในอดีต เป็นต้น

4. เนื้อหาสาระของรายการ คือ ประเด็น ข้อคิด ทักษะ ความรู้ตื้นลึกคิด ทักษะคติ ค่านิยม และความชำนาญที่ผู้ชมจะได้รับหลังจากรับชมรายการแล้ว เพื่อให้ผู้ชมรู้สึกว่าได้ประโยชน์จากการชมรายการ เนื้อหาสาระของรายการ เป็นองค์ประกอบที่นำมาเป็นปัจจัยในการพิจารณาที่สำคัญอีกประการหนึ่ง เช่น (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2554 : 22-26)

- 4.1 เนื้อหาสาระของรายการสำหรับเด็ก 3-6 ขวบ
- 4.2 เนื้อหาสาระของรายการสำหรับเด็ก 7-12 ปี
- 4.3 เนื้อหาสาระรายการสำหรับวัยรุ่น
- 4.4 เนื้อหาสาระรายการสำหรับแม่บ้าน
- 4.5 เนื้อหาสาระรายการสำหรับเกษตรกร

ซึ่งไม่ว่าจะเป็นรายการประเภทใดผู้จัดรายการจำเป็นที่จะต้องสอดแทรก “สาระ” ลงไปในรายการ มิฉะนั้นรายการก็จะหาคุณค่าไม่ได้ แต่จะเต็มไปด้วยการสนุกสนาน เฮฮา เจี้ยวจ้าว ที่ผู้ชมจะรู้สึกเสียเวลาไปกับ ความไม่มีสาระ ของรายการ

5. ผู้ดำเนินรายการ การดำเนินรายการให้เป็นไปด้วยความราบรื่นตามวัตถุประสงค์ของรายการจำเป็นต้องมีพิธีกรหรือผู้ดำเนินรายการ เป็นตัวประสานระหว่างกลุ่มผู้ชมรายการวิทยุโทรทัศน์กับผู้ผลิตรายการ และเป็นผู้เชื่อมเนื้อหาของรายการให้สมบูรณ์ครบถ้วน พิธีกรของรายการ

นั้นจะเป็นหญิงหรือชายก็ได้ และจะมีพิธีกรในรายการแต่ละครั้งคนเดียวหรือสองคนก็ได้ การสรรหาพิธีกรจึงเป็นส่วนสำคัญประการแรกในการจัดรายการ คุณสมบัติของพิธีกรมีดังนี้

### 5.1 ด้านบุคลิกภาพ

5.1.1 อย่าตื่นเต็นเกินไป แสงไฟและสิ่งแวดล้อมในห้องในห้องสตูดิโอ ทำให้เกิดการตื่นเต็นได้ ควรให้ผู้แสดงหรือผู้ออกรายการทำความคุ้นเคยกับห้องสตูดิโอ และเจ้าหน้าที่หรือผู้อยู่ในห้องส่ง

5.1.2 ทำตนเหมือนประหนึ่งเจ้าหน้าที่ในห้องสตูดิโอ หรือผู้อยู่ในห้องส่งเป็นผู้ชมทั่วไป

5.1.3 เมื่อกำลังเริ่มจับภาพ ท่านควู้สัญญาจากตัวกล้อง (สัญญาไฟที่กล้อง) หรือสัญญามือจากผู้กำกับเวที

5.1.4 ในการสนทนาหรือบรรยายสาขาค่าเป็นสิ่งจำเป็น จึงควรมองที่กล้องเป็นการแสดงละคร

5.1.5 การนั่ง ยืน เดิน ควรอยู่ในท่าทางที่สวยงาม ไม่แข็งเสมอไป และดูไม่เป็นธรรมชาติ

5.1.6 การเปลี่ยนอริยาบท ไม่ควรทำเร็วจนเกินไป ควรเป็นไปอย่างธรรมชาติ ไม่ลุกลี้ลุดลั่น

5.1.7 ถ้าเป็นการแสดงควรแสดงไปเรื่อย ๆ จนกว่าจะได้รับสัญญาณการหยุด ถึงแม้ภาพที่กำลังแพร่ภาพอยู่จะไม่จับภาพที่เรา ก็ควรวัดมีการแสดงอยู่อย่างปกติ เพราะกล้องอาจเลยมมาถึงเราเมื่อใดก็ได้

5.1.8 การออกรายการ ควรทำอย่างต่อเนื่องทั้งการพูด การแสดงหรือประกอบรายการ

### 5.2 การใช้เสียงพูด

5.2.1 พูดทางวิทยุโทรทัศน์ไม่จำเป็นต้องพูดเสียงดังมากนัก

5.2.2 ควรกล่าวคำขึ้นต้นและลงท้ายกับท่านผู้ชม และผู้ร่วมรายการ เช่น สวัสดีครับ สวัสดีค่ะ

5.2.3 ควรพูดด้วยเสียงที่ชัดเจนแจ่มใส เป็นธรรมชาติไม่พูดเสียงที่ทำให้ผู้ชมตกใจ หรือพูดไม่สุภาพในเรื่องที่ควรจะเป็น

5.2.4 ควรพูดต่อเนื่องกัน หรือให้เสียงที่ต้องการออกอากาศไปโดยไม่หยุดชะงัก



5.2.5 การแสดงงานประกอบรายการควรรู้ หรือเน้น โดยใช้เสียงเท่าที่จำเป็น

5.2.6 การใช้เสียงเตือนการทำงานของเจ้าหน้าที่ เช่น การเปลี่ยนสภาพ หรือ ต้องการสภาพให้ใช้เทคนิคการพูดที่ดูไม่ชัดเจน

5.2.7 ลงเสียง หรือพูดซ้ำลง เมื่อได้รับสัญญาณเตือนจากผู้กำกับเวที หรือ เจ้าหน้าที่

6. ช่วงเวลาการนำเสนอรายการ การจัดรายการ ผู้อำนวยการผลิตและผู้กำกับ อาจมี รายละเอียดเนื้อหาสาระของรายการอยู่บ้างพอสมควรแล้วแต่จะไม่ใช้บทโทรทัศน์ที่พร้อมดำเนินการ ผลิตได้ก็ตาม แต่ก็สามารถกำหนดเวลาได้ว่ารายการจะมีความยาวเท่าใด แต่ละช่วงของรายการควร จะยาวเท่าใด ในช่วงหนึ่ง ๆ นั้นมีกี่ฉาก ตอนเป็นเวลาเท่าใด นอกจากนั้น องค์ประกอบในการ สร้างสรรค์การจัดรายการด้านเวลานี้ยังรวมไปถึงการควบคุมเวลาในการดำเนินรายการว่าช่วงใดของ รายการควรจะเร็ว ช่วงใดควรจะช้าอีกด้วย

โดยสรุป องค์ประกอบในการสร้างสรรค์ที่เกี่ยวข้องกับเวลาของการจัดรายการวิทยุ โทรทัศน์ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราช, 2554 : 106 - 107) หมายถึง

6.1 เวลาออกอากาศของรายการและกำหนดตารางการออกอากาศรายการประจำวัน ประจำอาทิตย์ และหรือประจำเดือน เช่น ในสหรัฐอเมริกา กำหนดตารางออกอากาศได้ทำเป็นฤดู

6.2 ระยะเวลาของรายการแต่ละรายการตามความเหมาะสมของเนื้อหา สาระ ประเภทและรูปแบบของรายการ

6.3 ความยาวของแต่ละช่วงเวลาในรายการ จากเริ่มรายการถึงช่วงพัก โฆษณาแต่ละ ช่วงเรียกว่า ช่วงของรายการ

6.4 ความยาวของแต่ละตอน แต่ละฉาก แต่ละซีน และแต่ละคัท ในเนื้อหาสาระที่ เป็นรายละเอียดของรายการ

6.5 เวลาในการดำเนินรายการแต่ละช่วงให้ช้าหรือเร็วเพียงใด การกำหนดช่วงเวลา และอารมณ์ของรายการแต่ละช่วง เป็นแนวทางที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งสำหรับการจัดทำบทโทรทัศน์ ให้ถูกต้องตรงตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการ อีกทั้งยังทำให้มองเห็นภาพรวมของรายการทั้ง ๆ ที่ยังไม่ได้ ลงมือเขียนบทโทรทัศน์อย่างละเอียด เพื่อการผลิตส่วนประกอบเบื้องต้นที่สามารถ “เร้าอารมณ์” ผู้ชม รายการวิทยุโทรทัศน์ได้นั้นสรุป ได้ดังนี้

6.5.1 การกำหนดเวลาและการควบคุมเวลาในการดำเนินรายการ

6.5.2 เทคนิคการเขียนบทโทรทัศน์

6.5.3 ความสามารถของผู้นำเสนอและผู้ร่วมนำเสนอเนื้อหาสาระ

6.5.4 บรรยากาศ ลักษณะฉาก สิ่งประกอบฉาก เครื่องแต่งกาย และงาน ศิลปกรรมประกอบฉาก ตลอดจนสิ่งแวดลอมอื่น ๆ

## 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารสุขภาพ (Health Communication)

การสื่อสารเพื่อสุขภาพ (Health Communication) มีหลากหลายนิยามด้วยกัน โดยองค์การอนามัยโลก (WHO) (องค์การอนามัยโลก อ้างถึงใน กมลรัฐ อินทรทัศน, 2547 : 4) ได้ให้ความหมายว่า

เป็นการใช้กลยุทธ์หลัก ๆ ในการบอกกล่าวหรือการแจ้ง (Inform) ให้สาธารณชนได้รับทราบเกี่ยวกับเรื่องสุขภาพด้วยการใช้สื่อสารมวลชน (Mass Communication) และการใช้สื่ออื่น ๆ รวมทั้งนวัตกรรมด้านเทคโนโลยีสารสนเทศต่าง ๆ โดยมุ่งเผยแพร่เนื้อหา ข้อมูลด้านสุขภาพที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณชน เพื่อให้เกิดการตระหนักในประเด็นดังกล่าว ทั้งในระดับปัจเจกบุคคล และในระดับสังคม อีกทั้งยังรวมถึงการให้ความสำคัญเกี่ยวกับการพัฒนาสุขภาพ (Health Development) ด้วย

การสื่อสารเพื่อสุขภาพจะประกอบด้วยศาสตร์หลาย ๆ สาขา เช่น สารบันเทิง (Edutainment) การสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) การชี้นำด้านสื่อ (Media Advocacy) การสื่อสารในองค์กร (Organization Communication) การสื่อสารเพื่อสังคม (Social Communication and Social Marketing) เป็นต้น ซึ่งประเด็นเนื้อหาสุขภาพต่าง ๆ จะถูกนำเสนอโดยใช้สื่อที่มีความหลากหลาย เพื่อให้สามารถเพิ่มการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารด้านสุขภาพแก่กลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้น และมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น (ดาร์รัตน์ เจริญนาค, 2551)

Ratzen and Other (1994 อ้างถึงในกมลรัฐ อินทรทัศน, 2547 : 4) เสนอว่าการสื่อสารเพื่อสุขภาพ คือ การใช้ศิลปะและเทคนิคในการบอกกล่าว หรือการแจ้งให้ทราบ รวมทั้งการสร้างอิทธิพลและการจูงใจแก่กลุ่มเป้าหมาย ทั้งในระดับปัจเจกบุคคล ระดับองค์กร และสาธารณชน เกี่ยวกับประเด็นสุขภาพ ส่วนขอบเขตของการสื่อสารเพื่อสุขภาพนั้น จะรวมถึงการป้องกันโรค การสร้างเสริมสุขภาพ นโยบายและธุรกิจเกี่ยวกับการบริการสุขภาพ อีกทั้งยังรวมถึงการมีคุณภาพชีวิตที่ดีทั้งในระดับปัจเจกบุคคลและในระดับสังคมโดยรวม

รัทเซนได้แบ่งขอบเขตของการสื่อสารเพื่อสุขภาพ โดยใช้ระดับการสื่อสารเป็นตัวกำหนดขอบเขตนิยาม จากผลงานด้านการสื่อสารเพื่อสุขภาพที่ปรากฏออกมาในช่วงประมาณ 3 ทศวรรษที่ผ่านมา พบว่า การสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) และการสื่อสารมวลชน (Mass Communication) เป็นประเภทการสื่อสารที่มีการนำไปใช้มากที่สุด ในกระบวนการสื่อสารที่

เกี่ยวกับประเด็นสุขภาพ โดยเฉพาะส่วนที่เกี่ยวกับการใช้สื่อสารมวลชนเพื่อการสื่อสารประเด็นสุขภาพต่าง ๆ นั้น จะเน้นการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมสุขภาพ การป้องกันโรค รวมทั้งการตลาดสุขภาพ (Health Marketing) และนโยบายสุขภาพต่าง ๆ

การสื่อสารมีส่วนช่วยในเรื่องสุขภาพได้หลายประการ ตัวอย่างเช่น (กาญจนา แก้วเทพ, 2549 : 4 - 6)

1. ช่วยให้ข่าวสารที่ถูกต้อง รวดเร็วทางด้านสุขภาพอนามัย
2. ช่วยให้ข้อมูลข่าวสารที่แก้ไขความเข้าใจผิดต่าง ๆ ในด้านสุขภาพอนามัย
3. ช่วยให้ข้อมูลข่าวสารที่กระตุ้นให้เกิดความตระหนักด้านสุขภาพ
4. ในกระบวนการรักษา ความสัมพันธ์ระหว่างแพทย์กับคนไข้มีองค์ประกอบของกระบวนการสื่อสารทั้ง 4 คือ ผู้ส่ง / สาร / สื่อ / ผู้รับ (S-M-C-R) โดยที่แพทย์จะใช้การสื่อสารเพื่อซักถามอาการของคนไข้ ในขณะที่เดียวกันได้ใช้การสื่อสารเพื่อการสั่งยา หรือให้คำแนะนำในการปฏิบัติตัวแก่คนไข้อีกด้วย

การใช้การสื่อสารเป็นเครื่องมือในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารด้านสุขภาพให้ได้ผลดี ต้องประกอบด้วยองค์ประกอบของการสื่อสารที่สำคัญตามแนวคิดของ เอเวอเร็ด เอ็ม โรเจอร์ส ดังนี้ (Rogers, อ้างถึงใน อรสา ปานขาว, 2550 : 624 - 628)

1. ผู้ส่งสารหรือแหล่งข่าวสาร เป็นหน่วยงานหรือบุคลากรด้านสาธารณสุข ซึ่งมีหลายระดับ ได้แก่ ระดับบริหาร นักวิชาการ เจ้าหน้าที่สาธารณสุข ผู้เผยแพร่จิตใจ ผู้นำความคิดเห็น รวมทั้งผู้ผลิตรายการโทรทัศน์เพื่อสุขภาพ ผู้ส่งสารจะต้องสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย มีความน่าเชื่อถือ และเป็นที่น่าไว้วางใจของกลุ่มเป้าหมาย ผู้ส่งสารจึงควรพัฒนาทักษะด้านต่าง ๆ เพื่อให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ได้แก่

2. สาร หมายถึง สัญลักษณ์หรือลักษณะที่สร้างขึ้นในหลายรูปแบบ เพื่อกระตุ้นให้เกิดปฏิกิริยาในตัวผู้รับสาร อาจมีลักษณะเป็นข้อความ เครื่องหมายหรือภาพต่าง ๆ ก็ได้ เนื้อหาของสารในกระบวนการสื่อสารเพื่อพัฒนาด้านสาธารณสุขจะมีผลต่อผู้รับสาร และเป็นส่วนสำคัญที่จะทำให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพ เนื่องจากสารสามารถสร้างความสนใจจากผู้รับสารได้ เช่น ใช้เนื้อหาของสารที่เข้าใจง่าย สอดคล้องกับคนในแต่ละท้องถิ่น แต่ละวัย หรือใช้สารในรูปของเพลงเพื่อสร้างความเพลิดเพลิน และน่าสนใจ เป็นต้น

3. ช่องทางการสื่อสาร ในการสื่อสารทุกประเภท สารจะไปถึงผู้รับได้ต้องมีพาหนะนำสารไปให้ถึงผู้รับ ซึ่งผู้รับก็เลือกรับตามความต้องการของตน ซึ่งในการสื่อสารข้อมูลข่าวสารด้านสุขภาพนั้น ผู้ส่งสารมักไม่ได้ส่งสารผ่านช่องทางเดียว ผู้รับสารสามารถรับรู้ได้ด้วยประสาทสัมผัสทั้ง 5 ซึ่ง

ได้แก่ การได้เห็น ได้ยิน ได้สัมผัส ได้ดมกลิ่น ได้ลิ้มรส แต่ในทางปฏิบัติมักกล่าวถึง ช่องทางการสื่อสารระหว่างบุคคล อาทิ การที่เราใช้เสียง สีหน้าท่าทางสื่อความหมาย และช่องทางในการสื่อสารมวลชน ได้แก่ หนังสือพิมพ์ วิทยุโทรทัศน์ และวิทยุกระจายเสียง ที่ใช้เป็นช่องทางในการเชื่อมโยงติดต่อถึงประชาชน

4. ผู้รับสาร เป็นปัจจัยสำคัญอย่างยิ่งต่อการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ในการกำหนดขอบเขตของกลุ่มผู้รับสารหรือที่เรียกว่ากลุ่มเป้าหมาย โดยจำแนกผู้รับสารออกเป็นหลายประเภท เช่น ผู้รับสารที่เป็นกลุ่มเป้าหมายและผู้รับสารโดยทั่วไป อีกทั้งยังควรมีการวิเคราะห์ผู้รับสารเกี่ยวกับเรื่องทักษะในการสื่อสาร ทักษะคิด ความรู้ระบบสังคมและวัฒนธรรมของผู้รับสาร เช่นเดียวกับผู้ส่งสาร

5. ผลของการสื่อสาร การสื่อสารเพื่อการพัฒนาด้านสุขภาพเป็นการสื่อสารที่มีเป้าหมายและต้องการให้บรรลุผลอย่างใดอย่างหนึ่ง ทั้งเพื่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจ ทักษะคิด และเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมตามที่ผู้ส่งสารปรารถนา อันจะส่งผลดีต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม

6. ปฏิกริยาตอบสนอง ปฏิกริยาตอบสนองในการสื่อสารหรือดำเนินโครงการเพื่อสุขภาพนั้น จำเป็นอย่างยิ่ง เพราะจะช่วยให้ผู้ส่งสารได้ทราบว่า สารที่ส่งไปนั้นถึงผู้รับหรือไม่ และผู้รับสารมีความเข้าใจ ทักษะคิด และปฏิบัติตามที่ผู้ส่งสารต้องการหรือไม่เพียงใด ซึ่งการประเมินปฏิกริยาตอบสนองนั้น สามารถประเมินได้ทุกขั้นตอนของการสื่อสาร โดยเฉพาะจากผู้รับสาร เพื่อนำข้อมูลที่ย้อนกลับมาปรับปรุงประสิทธิภาพทางการสื่อสารต่อไป

รายการเพื่อสุขภาพทางโทรทัศน์จำเป็นต้องประกอบด้วยองค์ประกอบของการสื่อสารทั้ง 6 ด้าน โดยองค์ประกอบแต่ละด้าน ล้วนมีความสำคัญไม่ว่าจะเป็นผู้ส่งสารหรือผู้รับสารตัวสารเอง หรือปฏิกริยาตอบสนองของผู้รับสารที่ทำให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

การสื่อสารเพื่อสุขภาพจะประกอบด้วยกลยุทธ์ต่าง ๆ เพื่อให้ข้อมูลข่าวสารด้านสุขภาพและมีอิทธิพลต่อประชาชน เพื่อการมีสุขภาพที่ดี "ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มเป้าหมายในระดับปัจเจกบุคคล ระดับสถาบัน องค์กรและประชาชนทั่วไป ซึ่งแต่ละกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารสุขภาพจะเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกันออกไป (Ratzen, 1994, p. 34)

จากการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารสุขภาพนั้น ทำให้ทราบถึงประโยชน์ที่ได้รับจากการสื่อสารสุขภาพ ที่กล่าวถึงประโยชน์ในด้านสุขภาพ ซึ่งช่วยให้ข่าวสารที่ถูกต้อง รวดเร็ว การสื่อสารสุขภาพในรายการสุขภาพทางโทรทัศน์นั้น เป็นการให้ข้อมูลด้านสุขภาพ (Consumer Health Information) ซึ่งจะถูกนำเสนอโดยใช้สื่อที่มีความหลากหลาย เพื่อให้สามารถเพิ่มการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารด้านสุขภาพแก่กลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้นช่วยให้ปัจเจกบุคคลเข้าใจเกี่ยวกับสุขภาพของตนเอง และสามารถตัดสินใจเกี่ยวกับสุขภาพของตนเองหรือของครอบครัวได้

### 2.3 แนวคิดการวิเคราะห์ผู้รับสารตามลักษณะทางประชากร (Demographic Analysis of an Audience)

แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์ผู้รับสารตามลักษณะทางประชากร เป็นการวิเคราะห์ผู้รับสารแบบง่าย ไม่ได้ใช้ตัวแปรที่เป็นนามธรรม เช่น ทศนคติ ค่านิยม แรงจูงใจ ตัวแปรที่นำมาใช้ในการศึกษาเป็นตัวแปรที่ผู้วิจัยสามารถวัดได้ด้วยการใช้คำถามแบบตรงไปตรงมา เช่น อายุ เพศ การศึกษา เป็นต้น โดยตัวแปรกลุ่มนี้ คือ ตัวแปรทางประชากรศาสตร์ (Demographic Variables) ของผู้รับสารที่ต้องศึกษานั้นเอง ซึ่งการสื่อสารนั้นจัดเป็นพฤติกรรมสำคัญอย่างหนึ่งของมนุษย์ นักวิชาการสื่อบางกลุ่มจึงเชื่อว่า พฤติกรรมเกี่ยวกับการสื่อสารของบุคคลนั้น ๆ จึงน่าจะแตกต่างกันไปด้วย เนื่องจากบุคคลที่อยู่ในแต่ละกลุ่มประชากรจะมีกิจกรรม และการดำเนินชีวิตรวมทั้งเวลาที่ต่างกัน (DeFleur, 1970 อ้างถึงใน อรทัย ศรีสันติสุข, 2541 : 20)

แนวคิดทางด้านประชากรศาสตร์นี้ เป็นแนวทางทฤษฎีหลักการความเป็นเหตุเป็นผล กล่าวคือ พฤติกรรมต่าง ๆ ของมนุษย์เกิดขึ้นตามแรงบังคับจากภายนอกมากระตุ้น เป็นความเชื่อว่ามีมนุษย์ดำเนินชีวิตตามแบบฉบับที่สังคมวางไว้ ตัวอย่างเช่น พฤติกรรมของคนวัยเดียวกันก็จะเป็นเช่นเดียวกัน หรือสังคมทำให้ลักษณะนิสัยและพฤติกรรมของผู้หญิงจะแตกต่างไปจากผู้ชาย ทั้งนี้เนื่องมาจากว่า สังคมโดยทั่วไปจะกำหนดให้บุคคลที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน มีแบบแผนพฤติกรรมที่แตกต่างกันด้วย ดังนั้น การสื่อสารซึ่งถือว่าเป็นพฤติกรรมอย่างหนึ่งของบุคคลย่อมเป็นไปตามหลักการดังกล่าวเช่นกัน กล่าวคือ บุคคลที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน ย่อมมีพฤติกรรมการสื่อสารที่แตกต่างกันด้วย (ยุคล เบ็ญจรงค์กิจ, 2534 : 64)

ตัวแปรทางประชากรศาสตร์ (Demographic Variables) มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. อายุ (Age) อายุเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่มีผลต่อพฤติกรรมการสื่อสารของมนุษย์ เนื่องจากอายุจะเป็นตัวกำหนดหรือเป็นสิ่งที่บ่งบอกเกี่ยวกับความเป็นผู้มีประสบการณ์ในเรื่องต่าง ๆ ของบุคคล ดังคำกล่าวที่ว่า ผู้ใหญ่มักอาบน้ำร้อนมาก่อน หรือการเรียกคนที่มีประสบการณ์น้อยกว่าว่า เด็กเมื่อวานซืน เป็นต้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้ล้วนแล้วแต่เป็นตัวบ่งชี้หรือแสดงถึงความคิดหรือความเชื่อรวมทั้งลักษณะการโต้ตอบต่อเหตุการณ์ต่างๆที่เกิดขึ้นของบุคคลที่มีอายุหรือวัยที่ต่างกัน (กิติมา สุรสนธิ, 2544 : 19)

อายุของผู้รับสารจึงสามารถช่วยบ่งชี้ได้ว่า บุคคลนั้นเป็นคนรุ่นไหน (Generation) โดยที่แต่ละช่วงเวลาหรือแต่ละรุ่นนั้น สภาพแวดล้อมระดับกว้างของสังคมก็จะแตกต่างกันออกไป ดังนั้นสาเหตุที่สามารถนำอายุมาเป็นตัวแปรในการแบ่งกลุ่มและศึกษาพฤติกรรมของผู้รับสารได้ เพราะคน

ในอายุรุ่นราวคราวเดียวกันจะผ่านประสบการณ์ทางสังคมที่คล้ายคลึงกัน (กาญจนา แก้วเทพ, 2542 : 179)

โดยทั่วไปแล้ว คนที่มีอายุน้อยกว่ามักจะมีความคิดเสรีนิยม ยึดถือในอุดมการณ์ ใจร้อนและมองโลกแง่ดี มากกว่าคนที่มียุมากซึ่งมักจะมีความคิดอนุรักษนิยม ยึดถือภาคปฏิบัติ มีความระมัดระวังและมองโลกในแง่ร้าย สาเหตุที่เป็นเช่นนี้ เนื่องจากคนที่อายุมากมีประสบการณ์ในชีวิตมายาวนานและเคยประสบปัญหาต่าง ๆ มากกว่าคนที่อายุยังน้อยนั่นเอง

นอกจากความแตกต่างในเรื่องความคิดแล้ว อายุยังเป็นสิ่งกำหนดความแตกต่างในเรื่องความยากง่ายในการชักจูงด้วย การวิจัยทางจิตวิทยาพบว่า เมื่อคนมีอายุมากขึ้น โอกาสที่คนจะเปลี่ยนใจหรือถูกชักจูงจะน้อยลง (Burgoon, 1974 อ้างถึงใน ปรมะ สตะเวทิน, 2546 : 113) โดยปกติแล้วคนที่มียุต่างกันมักจะมีความต้องการในสิ่งต่าง ๆ ต่างกันไปด้วย เช่น คนวัยกลางคนและคนสูงอายุมักจะคิดถึงเรื่องความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน การรักษาพยาบาล ในขณะที่คนหนุ่มสาวอาจจะสนใจเรื่องการศึกษา เป็นต้น

จากการวิจัยที่ผ่านมา พบว่า ลักษณะการใช้และเปิดรับสื่อของคนที่มีอายุต่างกันจะมีความแตกต่างกันออกไป จากการสำรวจของนิลเซน (Nielsen อ้างถึงใน ชุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2534 : 67) พบว่า อัตราการดูโทรทัศน์ของเด็กจะเพิ่มสูงขึ้นเมื่อเด็กอายุประมาณ 12-14 ปี หลังจากนั้นจะค่อย ๆ ลดลง เนื่องจากว่า เมื่อเด็กเริ่มมีความรู้มากขึ้น อิทธิพลของโรงเรียนและเพื่อน ๆ ตลอดจนสื่อมวลชนจะเพิ่มขึ้น ซึ่งเด็กจะใช้สื่อเพื่อความบันเทิง เช่น รายการบันเทิง การ์ตูน สำหรับผู้ใหญ่วัยทำงานนั้น การเปิดรับโทรทัศน์ วิทยุ และหนังสือพิมพ์มากขึ้น และเมื่อถึงวัยเกษียณอายุทำงาน 55-60 ปี ปริมาณการดูโทรทัศน์กลับเพิ่มสูงขึ้นอีกครั้ง เนื่องจากมีเวลาว่างมากขึ้น ซึ่งจากการวิจัยพบว่า ผู้สูงอายุใช้สื่อมวลชนเพื่อช่วยคลายความเหงา

1. เพศ (Sex) การวิจัยทางจิตวิทยาพบว่า ผู้หญิงกับผู้ชายมีความแตกต่างกันมาก เรื่องความคิด ค่านิยม และทัศนคติ เนื่องมาจากวัฒนธรรมและสังคมกำหนดบทบาท และกิจกรรมของคนสองเพศไว้ต่างกัน (ปรมะ สตะเวทิน, 2546 : 114) ซึ่งเพศมีความสัมพันธ์ต่อบุคลิกลักษณะ จิตใจและอารมณ์ของบุคคล เพศหญิงมักเป็นเพศที่มีอารมณ์อ่อนไหว มีความละเอียดละไมกว่าผู้ชาย ใจอ่อนอดทนและมีความเมตตาต่อบุคคลอื่นมากกว่า ด้วยคุณลักษณะดังกล่าว จึงทำให้เพศหญิงถูกชักจูงได้ง่ายกว่าเพศชาย ส่วนเพศชายมีใจคอหนักแน่น ไม่อ่อนไหวกับสิ่งต่าง ๆ จิตใจแข็งกระด้าง ทำให้เพศชายเป็นเพศที่ชักจูงได้ยากกว่า พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของผู้หญิงมักจะสนใจข่าวประเภทเรื่องความสวยความงาม ความบันเทิง เป็นต้น (กิติมา สุรสุนธิ, 2544 : 19)

ในการศึกษาเกี่ยวกับผู้รับสารตามแนวความคิดการวิเคราะห์ผู้รับสารโดยลักษณะทางประชากรศาสตร์ นักวิจัยได้ให้ความสนใจกับความแตกต่างในพฤติกรรมการเปิดรับสื่อระหว่างเพศชายและเพศหญิงด้วย แม้ว่าจะไม่พบความแตกต่างเด่นชัดมากเท่ากับอายุและการศึกษา แต่ก็ยังคงมีความแตกต่างบ้างระหว่างเพศชายและเพศหญิง ในเรื่องการชมโทรทัศน์ พบว่า การดูโทรทัศน์ของผู้ชายมักจะเกิดขึ้นในขณะที่พักผ่อน แต่สำหรับเพศหญิงมักจะดูโทรทัศน์ไปพร้อม ๆ กับทำงานอื่นด้วย (ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2534 : 69) โดยเพศหญิงจะใช้เวลาในการดูโทรทัศน์และฟังวิทยุมากกว่าเพศชาย ซึ่งรายการที่เป็นที่นิยมคือ รายการละคร ในขณะที่เพศชายนิยมอ่านหนังสือพิมพ์มากกว่า และหากดูโทรทัศน์ เพศชายมักพอใจที่จะชมรายการเกี่ยวกับข่าวและกีฬา (Greenberg and Kumata, 1968 อ้างถึงใน ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2534 : 69)

2. การศึกษา (Education) ความรู้เป็นตัวแปรสำคัญประการหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อความรู้สึก ความนึกคิด ความเชื่อ ทศนคติ ค่านิยมของบุคคลที่มีต่อเรื่องต่าง ๆ เนื่องจากสถาบันการศึกษาเป็นสถาบันที่อบรมกล่อมเกล้าให้บุคคลเป็นคนที่มีความรู้ความสามารถไปในทิศทางที่แตกต่างกัน ดังนั้นการศึกษาจึงเป็นตัวกำหนดในกระบวนการเลือกสรร (Selective Process) (กิติมา สุรสนธิ, 2544 : 20) ดังนั้นการศึกษาจึงเป็นอีกตัวแปรหนึ่งที่มีความสัมพันธ์ค่อนข้างสูงกับพฤติกรรมการใช้และเปิดรับสื่อของผู้รับสาร โดยพฤติกรรมการเปิดรับสื่อและการศึกษามีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับการเปิดรับข่าวสาร และเรื่องที่เกี่ยวข้องสาธารณชน และมีความสัมพันธ์ในทางลบกับการเปิดรับเนื้อหาด้านบันเทิงจากสื่อ (Comstock and Other, 1978 อ้างถึงในยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2534 : 68) และนักวิจัยหลายท่าน อาทิ เคนดอล (Kendall, 1948) ลิงค์และโฮฟ (Link and Hopf, 1946) ได้พบว่า บุคคลที่มีการศึกษาสูงมักใช้สื่อมวลชนประเภทสิ่งพิมพ์ ในขณะที่บุคคลที่มีการศึกษาน้อยมักใช้สื่อมวลชนประเภทวิทยุ โทรทัศน์ และภาพยนตร์ (ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2534 : 68)

Robinson (1972 : p. 77) พบว่า ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อ และระดับความรู้ทางด้านข้อมูลข่าวสารของบุคคล โดยที่คนที่มีระดับการศึกษาต่างกันจะมีการเปิดรับสื่อ และการนำข่าวสารที่ได้ไปใช้ประโยชน์แตกต่างกัน กล่าวคือ กลุ่มคนที่มีการศึกษาสูงจะเป็นกลุ่มคนที่เปิดรับข้อมูลข่าวสารดี และสามารถนำข้อมูลที่ได้รับไปใช้ประโยชน์ในการดำรงชีวิตปัจจุบันได้ดีกว่ากลุ่มคนที่มีการศึกษาน้อย

โดยทั่วไปคนที่มีการศึกษาสูงจะได้เปรียบอย่างมากในการเป็นผู้รับสารที่ดีอีกด้วย เนื่องจากบุคคลที่มีการศึกษาสูงมักมีความรู้กว้างขวางในหลายเรื่อง มีความเข้าใจศัพท์ และเนื้อหาของสารได้ดี แต่ในขณะที่เดียวกันมักเป็นบุคคลที่ไม่ค่อยเชื่อเรื่องอะไรง่าย ๆ เนื้อหาสาระที่ไม่มีหลักฐานหรือเหตุผลสนับสนุนเพียงพอจึงมักถูกโต้แย้งจากบุคคลเหล่านี้ Burgoon, 1974 อ้างถึงใน ปรมะ สตะเวทิน, 2546

: 117) คนที่มีการศึกษาสูงมากและอายุมากนิยมเปิดรับเนื้อหาสาระที่เกี่ยวข้องกับสาธารณชนมากกว่า กลุ่มคนที่มีการศึกษาน้อยและอายุน้อย (Steiner, 1963 อ้างถึงในยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2534 : 68) ซึ่งบุคคลที่มีการศึกษาสูงจะมีลักษณะการเลือกเนื้อหาของสื่อมากกว่าคนที่มีการศึกษาน้อย และบุคคลที่มีการศึกษาน้อยจึงถูกชักชวนได้ง่ายกว่า หากใช้กลยุทธ์การโน้มน้าวแบบให้ข้อมูลทางเดียว (One-sided Information) ในขณะที่บุคคลที่มีการศึกษาสูงต้องให้ข้อมูลสองด้าน (Two-sided Information) จึงจะสามารถโน้มน้าวได้ (กาญจนา แก้วเทพ, 2542 : 182)

4. สถานะทางเศรษฐกิจและสังคม (Socio-economic Status) สถานะทางเศรษฐกิจและสังคมผู้รับสารมีอิทธิพลต่อปฏิริยาของผู้รับสารต่อผู้ส่งสาร สถานะทางเศรษฐกิจและสังคมทำให้คนมีวัฒนธรรม ประสบการณ์ ทักษะคิด ค่านิยม และเป้าหมายที่ต่างกัน ตัวแปรที่สามารถบ่งบอกสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคมได้ มีดังต่อไปนี้

4.1 รายได้ (Income) เป็นตัวแปรที่มีบทบาทใกล้เคียงกับตัวแปรทางด้านการศึกษา เนื่องจากเป็นตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันสูง ซึ่งโดยทั่วไปแล้วพบว่า บุคคลที่มีการศึกษาสูง มักมีรายได้สูงตามไปด้วย และผลการวิจัยที่ผ่านมาแสดงให้เห็นว่า เมื่อบุคคลมีรายได้สูงขึ้นมักจะมีการเลือกใช้สื่อหลายประเภทมากขึ้น เนื่องจากการใช้สื่อในสังคมส่วนใหญ่แล้วจะมีต้นทุนในการรับสื่อนั้นๆ (กาญจนา แก้วเทพ, 2542 : 183) โดยผู้รับสารที่มาจากครอบครัวที่มีฐานะดี ย่อมมีประสบการณ์ในเรื่องต่าง ๆ ได้กว้างขวางกว่าคนที่มีฐานะยากจน เนื่องจากโอกาสในการเข้าถึงสื่อมีข้อจำกัดมากกว่า หรือกล่าวอีกนัยหนึ่ง คนรวยเข้าถึงสื่อได้มากกว่าคนจน (กิติมา สุรสนธิ, 2544 : 20) และการใช้สื่อของบุคคลที่มีรายได้สูง มักเป็นการใช้สื่อเพื่อแสวงหาเรื่องราวหรือข่าวสารหนัก ๆ สำหรับนำไปใช้ประโยชน์ เช่น อ่านบทบรรณาธิการ ดูและฟังรายการเมือง ปัญหาสังคมและเศรษฐกิจ เป็นต้น (Rivers, Peterson and Jensen อ้างถึงใน ประมะ สตะเวทิน, 2546 : 116) นั่นเป็นเพราะว่าบุคคลที่มีรายได้สูง มักมีการศึกษาสูง มีตำแหน่งหน้าที่การงานที่ดี ทำให้มีความจำเป็นต้องเรียนรู้และแสวงหาข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ให้ทันต่อเหตุการณ์อยู่เสมอ การเปิดรับข่าวสารจึงเป็นสิ่งจำเป็นต่อคนกลุ่มนี้มากกว่ารายการโทรทัศน์ที่ส่วนใหญ่เน้นเนื้อหาด้านความบันเทิง และเนื่องด้วยหน้าที่การงานของคนกลุ่มนี้ ทำให้มีเวลาว่างจำกัด การใช้สื่อหนังสือพิมพ์เพื่อเปิดรับข่าวสารจึงทำได้ง่ายกว่า โดยอาจนั่งอ่านไประหว่างการเดินทางหรือรอประชุมก็ได้ จึงมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์มากกว่าสื่อโทรทัศน์ ในขณะที่บุคคลที่มีรายได้ต่ำและมีการศึกษาน้อย ส่งผลให้มีทักษะในการอ่านน้อย การใช้สื่อโทรทัศน์จึงเป็นที่พอใจมากกว่าสำหรับคนกลุ่มนี้ เพราะสื่อโทรทัศน์จัดว่าเป็นสื่อที่ใช้ความพยายามน้อย (Low Effort) และทักษะต่ำ (Low Skills) (ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2534 : 72)



4.2 อาชีพ (Occupation) บุคคลที่มีอาชีพต่างกันย่อมมองโลก มีแนวคิด ทักษะคิด ค่านิยม และอุดมการณ์ที่แตกต่างกัน บุคคลที่มีอาชีพบริหารการมักจะคำนึงถึงเรื่องยศถาบรรดาศักดิ์ ศักดิ์ศรี และเกียรติภูมิของความเป็นข้าราชการ ในขณะที่บุคคลซึ่งทำงานในธุรกิจเอกชนอาจจะคำนึงถึงรายได้ และการมีศักดิ์ศรีของตนด้วยเงินทองที่สามารถหาซื้อหรือจับจ่ายใช้สอยสิ่งที่คุณต้องการเพื่อรักษาสถานภาพทางสังคมของตน อย่างไรก็ตาม แม้บุคคลที่ประกอบอาชีพเดียวกัน ก็มีทักษะคิด ค่านิยม และพฤติกรรมที่แตกต่างกันได้ อันเป็นผลทำให้พฤติกรรมในการใช้และเปิดรับสื่อ ย่อมแตกต่างกันด้วย (ปรมะ สตะเวทิน, 2546 : 115)

4.3 พื้นฐานทางครอบครัว (Family Background) มีอิทธิพลอย่างมากต่อความคิด ความเชื่อ ค่านิยม และพฤติกรรมของบุคคล คนที่มีพื้นฐานทางครอบครัวแตกต่างกัน ย่อมมีความคิด ค่านิยม ความเชื่อ ตลอดจนพฤติกรรมที่แตกต่างกัน โดยตัวแปรทางด้านองค์ประกอบของครอบครัว ได้แก่ มีใครอยู่ในครอบครัวบ้าง ใครเป็นคนหาเลี้ยงครอบครัว ซึ่งตัวแปรเหล่านี้สามารถโยงมาสู่การวิเคราะห์เรื่องการสื่อสารได้ เช่น แบบแผนของการรับสารของสมาชิกภายในครอบครัวเป็นอย่างไร

4.4 เชื้อชาติและชาติพันธุ์เชื้อชาติและชาติพันธุ์ (Race and Ethnic Group) คนต่างเชื้อชาติกัน ย่อมมีวัฒนธรรมย่อยของแต่ละเชื้อชาติที่คอยกำกับค่านิยม ทักษะคิด ความคิดและพฤติกรรมของบุคคลให้มีความแตกต่างกันออกไป (ปรมะ สตะเวทิน, 2546 : 116)

จากการศึกษาแนวคิดการวิเคราะห์ผู้รับสารตามลักษณะทางประชากร ทำให้ทราบถึงความแตกต่างของค่านิยม ทักษะคิด ความคิด และพฤติกรรมต่าง ๆ ของคนที่มีเพศ อายุ การศึกษา และรายได้แตกต่างกัน ซึ่งผู้วิจัยนำมาใช้เป็นส่วนหนึ่งของการกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย

## 2.4 ทฤษฎีความแตกต่างระหว่างปัจเจกบุคคล (The Individual Difference Theory)

ทฤษฎีความแตกต่างระหว่างปัจเจกบุคคลนี้ ได้รับการพัฒนามาจากแนวคิดเรื่องสิ่งเร้าและการตอบสนอง (Stimulus Response) หรือทฤษฎีเอส-อาร์ (S-R Theory) ในสมัยก่อน และได้นำมาประยุกต์ใช้อธิบายเกี่ยวกับการสื่อสารว่า ผู้รับสารแต่ละคนมีความแตกต่างกันในทางจิตวิทยา เช่น ทักษะคิด ความเชื่อ ค่านิยม จึงให้ความสนใจในการเปิดรับข่าวสาร หรือตีความหมายข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ แตกต่างกันไป (DeFleur, 1996 อ้างถึงใน สุภาภรณ์ พรหมดีราช, 2541 : 15)

จากการศึกษาของ เดอเฟลอร์ และเดนนิส (DeFleur and Denis, 2002 : 438) ได้เสนอว่า ผู้รับสารจากสื่อมวลชนแต่ละบุคคลมีความแตกต่างกันอย่างมากในองค์ประกอบทางจิตวิทยาและสังคม เช่น ความเชื่อ ทักษะคิด ความสนใจ ค่านิยม และการถูกเลี้ยงดูภายใต้สภาพแวดล้อมต่าง ๆ ส่งผลต่อการรับรู้และการตีความหมายที่แตกต่างกันออกไป ทำให้มีการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกัน

หลักพื้นฐานเกี่ยวกับทฤษฎีความแตกต่างระหว่างปัจเจกบุคคลมีดังนี้ (DeFleur, 1996 อ้างถึงใน พิระ จิร โสภณ, 2529 : 645)

1. มนุษย์เรามีความแตกต่างกันมากในองค์ประกอบทางจิตวิทยาส่วนบุคคล
2. ความแตกต่างนี้บางส่วนมาจากลักษณะแตกต่างทางชีวภาพ หรือทางร่างกายของแต่ละบุคคล แต่ส่วนใหญ่แล้วจะมาจากความแตกต่างที่เกิดจากการเรียนรู้ทางสังคม
3. มนุษย์ซึ่งถูกชบเลี้ยงภายใต้สภาพการณ์ต่าง ๆ จะเปิดรับความคิดเห็นแตกต่างกันไปอย่างกว้างขวาง
4. จากการเรียนรู้สิ่งแวดล้อม ทำให้ทัศนคติ ค่านิยม และความเชื่อที่รวมเป็นลักษณะทางจิตวิทยาส่วนบุคคลที่แตกต่างกันไป

ความแตกต่างดังกล่าวนี้ ได้กลายเป็นสภาวะเงื่อนไข (Conditioning) ที่กำหนดการเปิดรับสารจากสื่อมวลชน กล่าวคือ ลักษณะบุคลิกภาพของปัจเจกบุคคลจะมีอิทธิพลต่อการสื่อข่าวสาร

## 2.5 ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการเปิดรับข่าวสาร

ข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ นับเป็นเครื่องมือที่สำคัญ เพื่อประกอบการตัดสินใจในกิจกรรมต่าง ๆ ของบุคคล รวมทั้งเพื่อประโยชน์อย่างอื่นในการดำรงชีวิต บุคคลจะไม่เปิดรับข่าวสารทุกอย่างที่ผ่านเข้ามาสู่ตนทั้งหมด และจะเป็นผู้เลือกใช้สื่อประเภทต่าง ๆ เองตามที่ตนต้องการ โดยจะเลือกรับรู้เพียงบางส่วนที่คิดว่ามีประโยชน์กับตน นอกจากนี้ยังขึ้นอยู่กับความสามารถของสื่อที่ตนตอบสนองวัตถุประสงค์ที่ตนตั้งไว้ในใจหรือไม่ โดยจะมีกระบวนการเลือกสรรข่าวสาร (Selective Process) ในการรับรู้ข่าวสารของผู้รับสารเองเป็นตัวกำหนด ซึ่งจะมีความแตกต่างกันออกไปตามประสบการณ์ ทัศนคติ ความเชื่อ และความต้องการ อันเป็นผลทำให้พฤติกรรมกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนของแต่ละบุคคลมีความแตกต่างกันออกไป

กระบวนการเลือกสรรข่าวสาร (Selective Process) มาจากแนวคิดของทฤษฎีความไม่สอดคล้องกันของสาร (Dissonance Theory) ที่เชื่อว่าข้อมูลข่าวสารที่ไม่สอดคล้องกับค่านิยมและความเชื่อที่บุคคลยึดถืออยู่แล้ว จะทำให้เกิดความไม่สบายใจหรือความรู้สึกไม่ลงรอยในจิตใจ ที่ต้องถูกปลดปล่อย และโดยมากคนเราจะยึดถือความรู้เกี่ยวกับโลกที่มีอยู่แล้วนั้นไว้อย่างเหนียวแน่น ซึ่งถ้าหากคนเรารับรู้ในสิ่งที่มีความสอดคล้องกับสิ่งอื่น ๆ เราก็จะหาวิธีเพื่อพยายามทำให้ข้อมูลเหล่านั้นมีความสอดคล้องเกิดขึ้น และการรวมเอาวิธีการต่าง ๆ นี้ ก็คือกระบวนการเลือกสรรข่าวสาร (Selective Process) เป็นกลไกในการตั้งรับที่คนเราใช้ป้องกันตัวเองจากข่าวสารที่คุกคามเรา (Baran and Davis, p. 139 อ้างถึงใน สุภาพันท์ บุญนาค, 2546 : 17)

Atkin (1973 : 208) กล่าวเกี่ยวกับผู้รับสารว่า บุคคลที่เปิดรับข่าวสารมากจะมีหูตากว้างไกล มีความรู้ ความเข้าใจในสภาพแวดล้อม และเป็นคนที่ทันสมัย ทันเหตุการณ์มากกว่าบุคคลที่รับข่าวสารน้อย

McLeod (1972 : 123) เสนอว่า ในการวัดพฤติกรรมการเปิดรับสื่อในการวิจัยนั้น ดัชนี (Index) ที่ใช้วัดพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ (Media Exposure) มี 2 ประเภท คือ

1. การวัดจากเวลาที่ใช้กับสื่อ (Time Spent with a Medium)
2. การวัดจากความถี่ของการใช้สื่อ (Frequency) แยกตามประเภทของเนื้อหาที่แตกต่างกัน

การวัดเวลาที่ใช้กับสื่อ เป็นวิธีการวัดที่ง่ายสำหรับการวิจัยในการค้นหาคำตอบ แต่ทว่ามีข้อเสียที่คำตอบที่ได้ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น ความสนใจของผู้รับสารต่อสื่อ การเลือกใช้สื่อที่สามารถจัดหาได้ (Availability of the Media) รวมไปถึงเวลาว่างที่บุคคลมีอยู่และใช้เพื่อความบันเทิง ทำให้คำตอบที่เกี่ยวข้องกับการวัดเวลาที่ใช้กับสื่อไม่สามารถตีความหมายทางจิตวิทยาได้ และทำให้ผลลัพธ์ที่ได้ไม่ชัดเจนเมื่อนำไปเกี่ยวข้องกับตัวแปรอื่น ๆ

การแก้ปัญหาเรื่องนี้สามารถทำได้โดย การวัดจากความถี่ของการใช้สื่ออย่างเฉพาะเจาะจงในเนื้อหา เช่น วัดความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ทางการเมือง ซึ่งแสดงถึงการอ่านข่าวที่มีเนื้อหาหนักหรือข่าวทางการเมืองในหนังสือพิมพ์ นอกจากการวัดเฉพาะเวลาที่ผู้รับสารใช้กับสื่อนั้น ๆ

ดังนั้น การศึกษาการเปิดรับสื่อ คือ การศึกษาความบ่อยครั้งในการเปิดรับ ระยะเวลา รวมถึงจำนวนสื่อในการเปิดรับอีกด้วย

ในการเปิดรับข่าวสารใด ๆ ก็ตาม ผู้รับสารจะมีกระบวนการเลือกรับข่าวสารที่แตกต่างกันไปตามประสบการณ์ ตามความต้องการ ความเชื่อ ทัศนคติ ตามความรู้สึคนึกคิด และแรงจูงใจของผู้รับสาร ที่ไม่เหมือนกัน ซึ่งกระบวนการรับสาร ประกอบด้วยการกลั่นกรอง 3 ชั้น ดังนี้ (Klapper, 1960, p. 19 - 25 อ้างถึงใน ศรีศรีรินทร์ อากาศกุล, 2543 : 14 - 15)

### 1. การเลือกเปิดรับ (Selective Exposure)

แนวโน้มที่ผู้รับสารจะเลือกสนใจหรือเปิดรับข่าวสารที่สอดคล้องกับความคิดเห็นหรือความสนใจเดิมที่มีอยู่ และพยายามที่จะหลีกเลี่ยงข่าวสารที่ไม่สอดคล้องกับทัศนคติ และความคิดเห็นเดิมของตน ทั้งนี้เพราะการได้รับข่าวสารที่ไม่สอดคล้องกับความรู้ ความเข้าใจ หรือทัศนคติที่มีอยู่เดิม ก่อให้เกิดภาวะความไม่สมดุลทางจิตใจ (Cognitive Dissonance) โดยบุคคลอาจจะลดภาวะความไม่สมดุลนี้ ด้วยการแสวงหาข่าวสารที่สอดคล้องกับความคิดของตนเอง เพราะโดยธรรมชาติของมนุษย์แล้ว ย่อมมีความต้องการอย่างยิ่งที่จะปกป้องรักษาและส่งเสริมความคิดของตนเอง (Self-concept)

นอกจากนั้น การเลือกเปิดรับสื่อยังขึ้นอยู่กับปัจจัยทางด้านสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม เช่น ระดับการศึกษา รายได้ รวมทั้งศาสนา ประเพณีและวัฒนธรรมด้วย

## 2. การเลือกรับรู้ (Selective Perception)

เป็นกระบวนการกลั่นกรองขั้นต่อมา เมื่อบุคคลเลือกเปิดรับข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่ง ผู้ส่งสารไม่สามารถคาดเดาได้ว่า สารที่ส่ง ไปสู่ผู้รับนั้นจะได้ผลตามที่ต้องการหรือไม่ ผู้รับสารแต่ละคนอาจตีความหมายข่าวสารขึ้นเดียวกันที่ส่งผ่านสื่อมวลชนไม่ตรงกัน ความหมายของข่าวสารที่ส่งไปจึงไม่ได้อยู่ที่ตัวอักษร รูปภาพหรือคำพูด แต่อยู่ที่ผู้รับสารที่จะเลือกรับรู้ตามประสบการณ์ ความเชื่อ ความคาดหวัง แรงจูงใจ สภาวะร่างกาย หรือสภาวะอารมณ์ในขณะนั้น เป็นต้น อย่างเช่น ในการชมรายการโทรทัศน์ของบุคคลโดยทั่วไป จะเห็นว่า จะเลือกชมเพียงบางรายการหรือบางช่องที่ตนสนใจเท่านั้น และผู้รับสารอาจจะเลือกบิดเบือนข่าวสารให้เป็นไปตามที่ตนเองพอใจ เพื่อให้สอดคล้องกับทัศนคติ และความสนใจที่มีอยู่เดิม

## 3. การเลือกจดจำ (Selective Retention)

เป็นแนวโน้มในการเลือกจดจำข่าวสารเฉพาะส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทัศนคติ ความชอบ ตลอดจนค่านิยมของตนเองและมักจะลืมในส่วนที่ตนเองไม่สนใจ หรือเรื่องที่ขัดแย้งกับความคิดเห็นของตนเอง ดังนั้นการเลือกจดจำเนื้อหาของสารที่ได้รับ จึงเป็นการช่วยเสริมทัศนคติหรือความเชื่อเดิมของผู้รับสารให้มีความมั่นคงยิ่งขึ้น

พฤติกรรมการเลือกรับข่าวสารของผู้รับสาร แสดงให้เห็นว่า ผู้รับสารมีความกระตือรือร้น (Active Audience) ในการเปิดรับสื่อและเลือกใช้สื่อ และไม่ได้เป็นผู้รับสารที่เฉื่อยชา (Passive Audience) ที่รอรับสารทุกประเภทที่สื่อมวลชนส่งมาให้เพียงฝ่ายเดียว

ในการเลือกเปิดรับสื่อของบุคคลมีปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการเลือก (Selective Process) ในการสื่อสาร กาญจนา แก้วเทพ ได้กล่าวถึงปัจจัยดังกล่าวไว้ ดังนี้ (กาญจนา แก้วเทพ, 2542 :190 - 193)

1. ต้นกำเนิดและภาพลักษณ์ของสื่อแต่ละชนิด กล่าวคือ การตัดสินใจใช้สื่อแต่ละประเภทของบุคคลนั้นจะเกี่ยวข้องกับต้นกำเนิด หรือการเปิดตัวต่อสาธารณะ ซึ่งเป็นตัวกำหนดภาพลักษณ์ของสื่อประเภทนั้น ๆ ตัวอย่างเช่น หนังสือพิมพ์จะมีภาพลักษณ์ว่าเป็น “สื่อของผู้ชาย” นิตยสารมีภาพลักษณ์ว่าเป็น “สื่อของผู้หญิง” โทรทัศน์มีภาพลักษณ์ว่าเป็น “สื่อบันเทิง” (แม้ว่าจะมีการเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ไปแล้วก็ตาม) ดังนั้น ผู้รับสารก็จะเลือกใช้สื่อตามภาพลักษณ์ดังกล่าว

2. ด้านอุปสงค์ของผู้รับสาร (Demand) กล่าวคือ สื่อที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับสารได้ดี ไม่ว่าจะเป็นความต้องการด้านข่าวสาร ด้านความรู้ ด้านความบันเทิง ด้านคำปรึกษา ด้าน

การนำไปใช้ประโยชน์ในการทำงาน แม้แต่ความต้องการหลบหนีปัญหาในชีวิต ฯลฯ ทั้งหมดนี้ย่อมเป็นปัจจัยในการดึงดูดให้ผู้รับสารมาใช้สื่อ นั้น ๆ

3. อุปทานของผู้ส่งสาร (Supply) ตัวอย่างที่แสดงให้เห็นในชีวิตประจำวัน ก็คือ เวลาทอง (Primetime) ของสื่อโทรทัศน์ทุกช่อง ล้วนแต่มีรายการประเภทเดียวกันทั้งหมด คือ ข่าวและโทรทัศน์ เพราะฉะนั้น ถึงแม้ว่ากลุ่มผู้รับสารชายซึ่งอาจจะไม่ชอบดูรายการละครโทรทัศน์ แต่เนื่องจากเวลาดังกล่าวไม่มีรายการอื่นให้ดู ก็จำเป็นต้องดูรายการนั้น เหตุการณ์เช่นนี้เกิดขึ้นได้ เนื่องจากกระบวนการผลิตเนื้อหาและรายการของสื่อมวลชน (ซึ่งเป็นฝ่ายอุปทาน) มีปัจจัยหลายตัวเข้ามาเกี่ยวข้องกับนอกเหนือจากผู้รับสาร เช่น ปัจจัยเรื่องความต้องการของผู้อุปถัมภ์ การทำงานของกลุ่มแข่งขัน ความต้องการของกลุ่มสังคมกลุ่มต่าง ๆ ดังนั้น อุปทานของผู้ส่งสารจึงมีส่วนกำหนดแบบแผนการเปิดรับสื่อของผู้รับสารด้วย

4. ความสามารถในการเข้าถึงสื่อ (Accessibility) ในการวิจัยเรื่องพฤติกรรมการรับสารของวัยรุ่นไทยในชนบทนั้น ผลปรากฏอยู่เสมอว่า แม้ว่าอัตราการใช้สื่อโดยรวมของวัยรุ่นไทยในชนบทจะเพิ่มขึ้น แต่การเพิ่มขึ้นนั้น ก็มีเฉพาะในสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น วิทยุ และโทรทัศน์เท่านั้น ส่วนปริมาณการใช้สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์หรือนิตยสาร ยังคงเดิม ปรากฏการณ์เช่นนี้อาจจะไม่สามารถอธิบายด้วยเหตุผลที่ว่า วัยรุ่นไทยในชนบทไม่นิยมสื่อสิ่งพิมพ์ แต่อาจเป็นผลมาจากไม่ค่อยมีสื่อสิ่งพิมพ์ให้อ่าน ดังนั้น ความสามารถในการเข้าถึงสื่อย่อมมีอิทธิพลต่อการเปิดรับสื่อของผู้รับสาร

5. แหล่งต่าง ๆ ของการใช้เวลาว่างของผู้รับสาร การเปิดรับสื่อของบุคคลมักจะอยู่ในช่วงเวลาว่าง และในเวลาเดียวกัน ธรรมชาติของสื่อแต่ละชนิดก็มีลักษณะเรียกหรือการมีส่วนร่วมจากผู้รับสารแตกต่างกัน เช่น การอ่านหนังสือพิมพ์ต้องใช้สมาธิและเวลาอย่างเต็มที่ การฟังวิทยุหรือการดูโทรทัศน์สามารถทำงานอย่างอื่นควบคู่ไปได้ ดังนั้น หากผู้รับสารที่ต้องการความบันเทิงหรือผ่อนคลายแต่มีกิจกรรมอย่างอื่นที่ต้องกระทำร่วมด้วย ผู้รับสารนั้นก็อาจจะเลือกฟังรายการเพลงทางวิทยุ แทนการอ่านนิตยสารบันเทิง เป็นคั่น

Hunt and Ruben (1993, p. 65 อ้างถึงใน ประมะ สตะเวทิน, 2539 : 122 - 124) ได้อธิบายถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเปิดรับสื่อไว้ ดังนี้

1. ความต้องการ (Need) เป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดต่อกระบวนการในการเลือก (Selective Process) ความต้องการทั้งทางกายและทางใจ ทั้งความต้องการในระดับสูงและต่ำ ย่อมเป็นตัวกำหนดการเลือกของแต่ละบุคคล บุคคลเลือกเพื่อตอบสนองความต้องการของตน เพื่อให้ได้ข่าวสารที่ต้องการ เพื่อแสดงรสนิยม เพื่อการยอมรับในสังคม เพื่อความพึงพอใจ

2. ทักษะคติและค่านิยม (Attitudes and Values) ทักษะคติ คือ ความชอบและความมีใจโน้มเอียง (Preferences and Predispositions) ต่อเรื่องต่าง ๆ และค่านิยม คือ หลักที่บุคคลยึดถือ เป็นความรู้สึกว่าตนควรจะทำหรือไม่ทำอะไร ซึ่งทักษะคติและค่านิยมมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อการเลือกใช้สื่อมวลชน

3. เป้าหมาย (Goals) มนุษย์ทุกคนมีเป้าหมายในการดำเนินชีวิตทั้งในเรื่องอาชีพ การเข้าสังคม การพักผ่อน เป้าหมายของกิจกรรมต่าง ๆ ที่บุคคลกำหนดขึ้นนี้ จะมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สื่อมวลชน การเลือกข่าวสาร การเลือกตีความหมายและการเลือกจดจำเพื่อสนองต่อเป้าหมายของตน

4. ความสามารถ (Capability) ความสามารถของบุคคลมีอิทธิพลต่อกระบวนการในการเลือกสื่อ เช่น ความสามารถด้านภาษามีอิทธิพลต่อบุคคลในการเลือกรับสาร เลือกตีความหมาย และเลือกเก็บเนื้อหาของข่าวสารนั้นไว้

5. การใช้ประโยชน์ (Utility) โดยทั่วไป บุคคลจะให้ความสนใจและใช้ความพยายามในการเข้าใจ และจดจำข่าวสารที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ เช่น บุคคลต้องการซื้อรถใหม่ ก็จะหาบทความหรือโฆษณาเกี่ยวกับรถมาอ่าน การดูโทรทัศน์ การอ่านหนังสือพิมพ์ เป็นต้น การเปิดรับสื่อของบุคคลจึงเป็นการกระทำที่มีวัตถุประสงค์เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในด้านต่าง ๆ

6. ลีลาในการสื่อสาร (Communication Style) การเป็นผู้รับสารของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ส่วนหนึ่งนั้นขึ้นอยู่กับลีลาในการสื่อสารของบุคคลนั้น ซึ่งก็คือ ความชอบหรือไม่ชอบสื่อบางประเภท เช่น บางคนชอบฟังวิทยุ บางคนชอบดูโทรทัศน์ หรือบางคนชอบอ่านหนังสือพิมพ์

7. บริบท (Context) บริบทในที่นี้ หมายถึง สถานที่ บุคคล และเวลาที่อยู่ในสถานการณ์การสื่อสาร สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้มีอิทธิพลต่อการเลือกของผู้รับสาร ตัวอย่างเช่น ในการสนทนาระหว่างบุคคล 2 คน การมีบุคคลที่ 3 อยู่ด้วย จะมีอิทธิพลโดยตรงต่อการเลือกใช้สื่อและข่าวสาร การเลือกตีความหมายและการเลือกจดจำข่าวสาร เนื่องมาจากการที่บุคคลกังวลว่าคนอื่นจะมองตนเช่นไร

8. ประสบการณ์และนิสัย (Experience and Habit) บุคคลที่มีประสบการณ์และนิสัยที่แตกต่างกันย่อมมีกระบวนการในการเลือกรับสื่อ ไม่ว่าจะเป็นการเลือกใช้สื่อชนิดใดชนิดหนึ่ง สนใจเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ตีความหมายอย่างใดอย่างหนึ่ง และเลือกจดจำเรื่องใดเรื่องหนึ่งที่แตกต่างกันด้วย

ผู้รับสารแต่ละคนจะมีการเลือกรับสื่อที่แตกต่างกันออกไป ซึ่ง จอห์น เมอร์ริล และ ราล์ฟ โลเวนสไตน์ ได้สรุปปัจจัยที่ทำให้แต่ละบุคคลเลือกรับสื่อแตกต่างกันว่าเกิดจากสาเหตุ 4 ประการคือ (Merill and Lowenstein, 1971 อ้างถึงใน ชวรัตน์ เชิดชัย, 2544 : 170 - 174)

1. ความเหงา เป็นเหตุผลทางจิตวิทยาที่คนเราไม่ชอบที่จะอยู่ตามลำพัง เพราะจะเกิดความรู้สึกสับสน วิดกกังวล และการเมินเฉยจากสังคม จึงพยายามที่จะรวมกลุ่มเพื่อสังสรรค์กับผู้อื่น

เท่าที่โอกาสจะอำนวยให้ เมื่อไม่สามารถติดต่อกับบุคคลได้โดยตรง สิ่งที่ดีที่สุด คือ การอยู่กับสื่อต่าง ๆ ที่ใช้ในการสื่อสาร และคนบางส่วนพอใจที่จะอยู่กับสื่อมวลชนมากกว่าที่จะอยู่กับบุคคลด้วยซ้ำ เพราะสื่อมวลชนเป็นเพื่อนแก้เหงาที่ไม่สร้างแรงกดดันในการสนทนาให้แก่ตนเอง

2. ความอยากรู้อยากเห็น เป็นคุณสมบัติพื้นฐานของมนุษย์ ทำให้สื่อมวลชนถือความอยากรู้อยากเห็นเป็นหลักสำคัญอย่างหนึ่งในการเสนอข่าวสาร ปกติมนุษย์จะอยากรู้อยากเห็น เริ่มจากสิ่งใกล้ตัวที่สุดไปจนถึงสิ่งที่อยู่ห่างตัวเองมากที่สุดตามลำดับ และไม่ว่าสิ่งที่น่าสนใจหรือความอยากรู้อยากเห็นนั้นจะเกิดจากวัตถุ สิ่งของ ความคิดหรือบุคคลอื่น สื่อมวลชนจะเป็นสื่อที่ตอบสนองความต้องการเหล่านี้ได้ดีที่สุด

3. ประโยชน์ใช้สอยของตนเอง (Self-Aggrandizement) มนุษย์ในฐานะผู้รับสาร ต้องการแสวงหาและใช้ข่าวสารบางอย่างที่เป็นประโยชน์แก่ตนเอง เช่น เพื่อช่วยให้ความคิดของตนบรรลุผล เพื่อให้ข่าวสารที่ได้มา เสริมสร้างบารมี เพื่อให้ได้ข่าวสารที่จะช่วยให้ตนเองได้รับความสะดวกสบาย รวมทั้งได้ข่าวสารที่ทำให้ตนเองเกิดความบันเทิง

วิลเบอร์ แชรรมม์ (Schramm, 1954 อ้างถึงใน ชวรัตน์ เชิดชัย, 2544 : 171) กล่าวว่า เหตุผลของการเลือกรับสื่อของแต่ละบุคคลว่า บุคคลย่อมจะเลือกสื่อที่ใช้ความพยายามน้อยที่สุด (Least Effort) และได้รับประโยชน์ดีที่สุด (Promise of Forward)

เนื้อหาสาระที่น่าเสนอผ่านสื่อ สามารถให้ผลตอบแทนกับผู้รับสารได้ทันที ได้แก่ เนื้อหาประเภทช่วยผ่อนคลายความเครียด หรือแก้ปัญหาแก่ผู้รับสารได้ไม่ยากนัก เช่น เรื่องราวเกี่ยวกับอุบัติเหตุ กีฬา อาชญากรรม กิจกรรมทางสังคม เป็นต้น ซึ่งเป็นเรื่องราวที่ผู้รับสารจะมีส่วนร่วมทางความรู้สึก โดยไม่ต้องตื่นเต้นหรือเคร่งเครียดไปด้วย ส่วนเนื้อหาสาระที่ให้ผลตอบแทนช้า ได้แก่ ข่าวสารที่ให้ประโยชน์ทางความรู้แก่ผู้รับสาร เพื่อสามารถนำไปใช้เพื่อดำเนินชีวิตในสังคมได้อย่างดี เช่น ข่าวเกี่ยวกับเศรษฐกิจ การเมือง กิจการสาธารณะ สุขภาพอนามัย และปัญหาสังคม เป็นต้น (ชวรัตน์ เชิดชัย, 2544 : 172)

ลักษณะของสื่อมวลชนแต่ละประเภท กล่าวคือ นอกจากองค์ประกอบเกี่ยวกับ อายุ เพศ การศึกษา สถานภาพทางสังคม และเศรษฐกิจ หรือองค์ประกอบที่ไม่สามารถเห็นเด่นชัด เช่น ทักษะ ความคาดหวัง ความกลัว เป็นต้น ของผู้รับสารจะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้สื่อแล้ว สื่อมวลชนแต่ละอย่างก็มีลักษณะเฉพาะที่ผู้รับข่าวสารแต่ละคน แสวงหาและได้ประโยชน์ไม่เหมือนกัน ผู้รับสารแต่ละคนย่อมจะหันเข้าหาลักษณะบางอย่างจากสื่อที่จะสนองความต้องการ และทำให้ตนเองเกิดความพึงพอใจ

จากทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการเปิดรับข่าวสาร (The Selective Exposure) จะเห็นได้ว่า ข่าวสารเป็นปัจจัยสำคัญของแต่ละบุคคลเพื่อใช้ในการตัดสินใจเรื่องต่าง ๆ ซึ่งบุคคลจะเปิดรับข่าวสาร ซึ่งถือเป็นกระบวนการสื่อสารขั้นพื้นฐานของมนุษย์ เฉพาะในเรื่องที่ตนเองสนใจเท่านั้น โดยแต่ละคนจะมีเกณฑ์ในการเลือกเปิดรับข่าวสารจากสื่อ (Selective Process) ที่แตกต่างกันออกไป ตามความต้องการ ความเชื่อ ทศนคติ ค่านิยม ประสบการณ์ ลักษณะเฉพาะของบุคคล สภาพแวดล้อมในสังคม นั้น ๆ ซึ่งนำไปสู่พฤติกรรมกรรมการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกันออกไป การศึกษาพฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่อของผู้รับสาร จึงเป็นเรื่องจำเป็น เพื่อให้ผู้ส่งสารได้ทราบช่องทางการสื่อสาร ซึ่งจะช่วยให้ผู้ส่งสารสามารถเลือกใช้กลยุทธ์การสื่อสารให้เหมาะสมกับพฤติกรรมกรรมการเปิดรับข่าวสารของกลุ่มเป้าหมายได้ ซึ่งนำไปสู่ประสิทธิภาพในการสื่อสาร

## 2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จิตติมณฑน์ จันทวงษ์ (2550) ศึกษาเรื่อง “การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครต่อรายการเพื่อสุขภาพทางโทรทัศน์ กรณีศึกษารายการโทรทัศน์ ไฮคิวไลฟ์ ทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 โมเดิร์นไนน์ทีวี” โดยศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไปโดยศึกษาถึงพฤติกรรมกรรมการรับชม ความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์จากรายการโทรทัศน์ ไฮคิวไลฟ์ ของผู้ชม พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 26-33 ปี การศึกษาในระดับปริญญาตรีมากที่สุด ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้ 10,001-15,000 บาท ต่อเดือน

ผลการทดสอบสมมุติฐานพบว่า เพศและอายุที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมกรรมการเปิดรับที่แตกต่างกันส่วนด้านการศึกษาและรายได้ พบความแตกต่างระหว่างกลุ่มด้านระยะเวลาในการเปิดรับชมรายการและปัจจัยด้านอาชีพพบความแตกต่างในด้านความถี่ในการเปิดรับชมรายการ นอกจากนี้เมื่อศึกษาความสัมพันธ์ของพฤติกรรมกรรมการรับชมรายการโทรทัศน์ ไฮคิวไลฟ์ กับความพึงพอใจที่มีต่อรายการพบว่า ความถี่ในการเปิดรับชมรายการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ชมในทิศทางตรงกันข้าม ส่วนระยะเวลาในการเปิดรับชมรายการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อรายการของผู้ชมในทิศทางบวก

ชลลดา ศรีมงคล (2552) ศึกษาเรื่อง “การประเมินผลการรับชมรายการอโรคาปาร์ตี้ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร โดยศึกษาผู้ที่เคยชมรายการ อโรคาปาร์ตี้ ทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 โมเดิร์นไนน์ทีวี ที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไปเท่านั้น โดยผลการทดสอบสมมุติฐานพบว่า ตัวแปรด้านอายุและระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการติดตามชมรายการ ลักษณะการรับชมรายการ และ



การชมรายการโทรทัศน์ ตัวแปรด้านอาชีพ รายได้ นั้นพบว่ามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับชม นอกจากนี้ยังพบว่า พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการของกลุ่มตัวอย่าง ด้านระยะเวลาในการติดตามชม ความถี่ในการเปิดรับชม และลักษณะการเปิดรับชม ที่แตกต่างกันนั้นมีผลกับการใช้ประโยชน์จากการรับชมรายการแตกต่างกันด้วย

ศุภภรณ์ พรหมดีราช (2541) ศึกษาเรื่อง “ความพึงพอใจของผู้ชมรายการสุขภาพกับการดูแลตนเอง” พบว่ากลุ่มตัวอย่างตระหนักถึงประโยชน์ที่ได้รับจากรายการสุขภาพทางโทรทัศน์ นำความรู้ที่ได้ไปใช้ประโยชน์ต่อชีวิตประจำวันได้ ระดับความรู้ที่ได้รับมากที่สุดคือ ความรู้ในด้านการป้องกันและควบคุมโรค ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงรายการเพื่อสุขภาพทางโทรทัศน์พบว่า กลุ่มตัวอย่างต้องการให้มีจำนวนของรายการสุขภาพทางโทรทัศน์เพิ่มมากขึ้น โดยให้นำเสนอในวันเสาร์-อาทิตย์ รูปแบบที่ต้องการคือ รูปแบบสารคดีสั้น หรือสัมภาษณ์ / สันทนา

นอกจากนี้พบว่า รายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการเปิดรับชม และระดับความตั้งใจชมมีความสัมพันธ์กับระดับความรู้ที่ได้รับจากรายการสุขภาพในด้านการส่งเสริมสุขภาพ การฟื้นฟูสภาพ รวมทั้งระดับความตั้งใจชมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการหมั่นตรวจสุขภาพประจำปีกับแพทย์ อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง

จิตรา เอื้อจิตรบำรุง (2544) ศึกษาเรื่อง “การเปิดรับข่าวสาร การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจต่อข้อมูลข่าวสารยาแก้ปวดลดไข้ที่โฆษณาผ่านสื่อมวลชนของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร” โดยศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับโฆษณายาแก้ปวดลดไข้จากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด กลุ่มตัวอย่างได้รับข้อมูลเกี่ยวกับชื่อยี่ห้อ รวมทั้งจดจำชื่อยี่ห้อได้มากที่สุด ส่วนการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อข้อมูลยาแก้ปวดลดไข้ที่โฆษณาผ่านสื่อมวลชนพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการใช้ประโยชน์จากข้อมูลในระดับปานกลาง แต่มีความพึงพอใจต่อข้อมูลในระดับสูง

การทดสอบสมมติฐานพบว่า เพศ อายุ อาชีพ การศึกษา และรายได้ มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารยาแก้ปวดลดไข้ ส่วนการใช้ประโยชน์พบว่า อายุ อาชีพ การศึกษาและรายได้ มีอิทธิพลต่อการใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารยาแก้ปวดลดไข้ และความพึงพอใจพบว่า อายุ อาชีพ และรายได้เป็นตัวแปรที่มีผลต่อความพึงพอใจต่อข้อมูลข่าวสารยาแก้ปวดลดไข้ที่โฆษณาผ่านสื่อมวลชน

ดวงดาว พันธุ์พิกุล (2544) ศึกษาเรื่อง “การให้สุขศึกษาตามแผนนโยบายสุขภาพแห่งชาติในรายการสุขภาพทางโทรทัศน์” โดยศึกษารายการสุขภาพที่ผลิตโดยหน่วยงานภาครัฐ 6 รายการ และรายการที่ผลิตโดยภาคเอกชน 6 รายการ ผลการวิจัยพบว่า วิธีการนำเสนอรายการสุขภาพแบ่งออกเป็น 6 รูปแบบได้แก่ การบรรยายและการบรรยายสลับการสัมภาษณ์ การสนทนาสุขภาพ

การสัมภาษณ์ความคิดเห็น ละคร การตอบคำถามผู้ชมรายการ และการสาธิต ในส่วนของเนื้อหาการให้สุขศึกษาตามแนวนโยบายสุขบัญญัติแห่งชาตินั้นพบว่ามี การนำเสนอประเด็น “การกินสุกสะอาด ปราศจากสารอันตราย และหลีกเลี่ยงอาหารรสจัด สีสันฉูดฉาดมากที่สุด” และรายการสุขภาพของเอกชน นำเสนอเนื้อหาอื่น ๆ ที่ไม่เกี่ยวข้องกับสุขบัญญัติ แบ่งประเด็นสุขภาพได้ 6 ด้านคือ วิทยาศาสตร์ การแพทย์ โรคกับการรักษา การประชาสัมพันธ์หน่วยงานสุขภาพ วันสำคัญหรือการรณรงค์สุขภาพ โรคกับกลุ่มคนวัยต่าง ๆ หรือโรคเฉพาะกลุ่ม และเรื่องน่ารู้เกี่ยวกับสุขภาพทั่วไป แนวคิดที่สะท้อนในรายการสุขภาพส่วนใหญ่เป็นแนวคิดเชิงป้องกันและควบคุม ส่วนแนวคิดเชิงการรักษาและฟื้นฟูพบในรายการสุขภาพของเอกชนมากกว่าของรัฐ

รังสิมา นิโกลบ (2547) ศึกษาเรื่อง “กระบวนการทัศน์ใหม่ของการสื่อสารเพื่อสร้างเสริมสุขภาพของประชาสังคม” เพื่อศึกษาภาพรวมของกระบวนการทัศน์ใหม่ของการสื่อสารเพื่อสุขภาพ แนวทางการสื่อสารเพื่อเสริมสร้างสุขภาพของประชาสังคมในกระบวนการทัศน์ใหม่เป็นการสื่อสารที่มีลักษณะของการสื่อสารสองทาง และมีการผสมผสานกันอย่างลงตัวระหว่างการสื่อสารในแนวราบ และแนวดิ่ง โดยเปิดโอกาสให้ชุมชนประชาสังคมได้เข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อสารอย่างมีอิสระ และส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันระหว่างสมาชิกในชุมชน และระหว่างเครือข่ายประชาสังคม ซึ่งในการผลิตเนื้อหา การเลือกใช้สื่อ การมีส่วนร่วมของผู้รับสารที่ส่งกลับมายังผู้ส่งสาร และกลยุทธ์ต่าง ๆ ในกระบวนการสื่อสารนั้น ต้องมีการวิเคราะห์ผู้รับสาร รวมถึงบริบททางสังคม วัฒนธรรม และวิถีชีวิตของผู้รับสาร พิจารณาเลือกใช้สื่อต่าง ๆ ที่มีอยู่ในชุมชนประชาสังคมอย่างผสมผสานเพื่อสร้างเสริมสุขภาพของชุมชนประชาสังคมได้

สุกัญญา คงนิวัฒน์ศิริ (2549) ศึกษาเรื่อง “ความต้องการข้อมูลข่าวสารด้านสุขภาพของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร” จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการดูแลสุขภาพโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง และมีการเปิดรับข่าวสารด้านสุขภาพอยู่ในระดับสูงมาก โดยจะเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด รองลงมาคือ สื่อบุคคลที่เป็นเพื่อน และสื่อมวลชนประเภทวิทยุ ตามลำดับ กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการข้อมูลข่าวสารด้านสุขภาพโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีความต้องการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการรับประทานอาหารมากที่สุด และมีความต้องการข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ ในระดับสูง โดยมีความต้องการข้อมูลข่าวสารจากสื่อมวลชนประเภทโทรทัศน์มากที่สุด รองลงมาคือหนังสือพิมพ์ อินเทอร์เน็ต และวิทยุ ตามลำดับ ในส่วนของสื่อโทรทัศน์ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการข้อมูลข่าวสารด้านสุขภาพในรูปแบบการสัมภาษณ์ / สันทนา

สุภากรณ์ พรหมศิริราช (2541) ศึกษา เรื่อง ความพึงพอใจของผู้ชมรายการสุขภาพกับการดูแลตนเอง พบว่า ผู้ชมส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ที่มีอายุระหว่าง 26-35 ปี ประกอบอาชีพพนักงาน

บริษัทเอกชน มีรายได้ต่อเดือนประมาณ 10,000-20,000 บาท จบการศึกษาระดับปริญญาตรี กลุ่มตัวอย่างรับชมรายการสุขภาพทางโทรทัศน์ 1-3 วันต่อสัปดาห์ และชมเฉพาะบางช่วงที่น่าสนใจหรือรับชมสลับกับรายการอื่น ส่วนใหญ่รับชมทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 7 และ ช่อง 5 ในสัดส่วนใกล้เคียงกัน โดยนิยมรับชมรายการรูปแบบสัมภาษณ์และสนทนา กับรายการรูปแบบสารคดีสั้นจำนวนพอ ๆ กัน และกลุ่มตัวอย่างต้องการให้มีจำนวนรายการสุขภาพทางโทรทัศน์เพิ่มมากขึ้นนำเสนอในวันเสาร์-อาทิตย์หรือวันหยุดในช่วงเวลา 18.00-21.00 น. ความยาวประมาณ 10-20 นาที ด้านพิธีกรควรมีความรู้ด้านการแพทย์ด้วยเพื่อช่วยสร้างความเข้าใจให้ผู้ชมมากขึ้นและมีการใช้ภาพประกอบที่ชัดเจนช่วยทำให้ผู้ชมเข้าใจและติดตามรายการสุขภาพทางโทรทัศน์มากที่สุด เนื้อหาที่ต้องการให้นำเสนอมากที่สุด คือ เนื้อหาด้านการป้องกันและควบคุมโรค โดยเปิดโอกาสให้ผู้ชมร่วมแสดงความคิดเห็นขณะออกอากาศ

นภรัตน์ พุกภัยสุราลัย (2548) ศึกษาเรื่อง ทักษะคิดและความต้องการของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการ โทรทัศน์รูปแบบอินเตอร์แอคทีฟ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงที่มีอายุ 25-39 ปี กำลังศึกษาหรือจบการศึกษาในระดับปริญญาตรี เป็นพนักงานเอกชน มีรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท เกือบทั้งหมดมีเครื่องมือสื่อสาร ขณะเปิดรับชมรายการโทรทัศน์รูปแบบอินเตอร์แอคทีฟ โดยโทรศัพท์มือถือเป็นเครื่องมือสื่อสารที่มีมากที่สุด ซึ่งมีพฤติกรรมเปิดรับชมรายการรูปแบบอินเตอร์แอคทีฟทุกวัน วันละ 1 ชั่วโมง สัปดาห์ละ 3-4 รายการ โดยเปิดรับชมในลักษณะสลับช่องไปมากับรายการอื่น รูปแบบรายการที่รับชมบ่อยที่สุดคือรายการสนทนาข่าวและเปิดรับชมรายการเรื่องเล่าเช้านี้บ่อยที่สุด ทักษะคิดที่มีต่อรายการโทรทัศน์รูปแบบอินเตอร์แอคทีฟ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีทักษะคิดที่ดีต่อรายการรูปแบบอินเตอร์แอคทีฟและมีทักษะคิดเป็นกลางต่อการสื่อสารกับรายการ ความต้องการที่มีต่อรายการโทรทัศน์รูปแบบอินเตอร์แอคทีฟ พบว่า กลุ่มตัวอย่างต้องการรายการโทรทัศน์รูปแบบอินเตอร์แอคทีฟอยู่ในระดับมาก

จิระศักดิ์ กาญจนะ (2544 : 75) ได้ทำวิจัยศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการรับชมรายการโทรทัศน์ภายในมหาวิทยาลัยของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง เพื่อศึกษาการรับชมรายการโทรทัศน์ภายในของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง ศึกษาความพึงพอใจในการชมรายการโทรทัศน์ภายในมหาวิทยาลัยรามคำแหง และศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการรับชมรายการโทรทัศน์ภายในมหาวิทยาลัยของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ด้าน คือ ลักษณะเนื้อหาของรายการ รูปแบบรายการ ช่วงเวลาในการนำเสนอ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยรามคำแหง ที่เข้ามาฟังการบรรยายที่มหาวิทยาลัยรามคำแหงหัวหมาก กรุงเทพมหานคร ปีการศึกษา 2543 จำนวน 395 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามผลการวิจัยพบว่า

ความพึงพอใจในการชมรายการโทรทัศน์ภายในมหาวิทยาลัยรามคำแหงของนักศึกษาอยู่ในระดับปานกลาง รายการภาพยนตร์ เป็นรายการโทรทัศน์ที่นักศึกษามีความพึงพอใจระดับมาก ลักษณะเนื้อหา รายการมีผลต่อการรับชมรายการโทรทัศน์ภายในของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง อยู่ในระดับปานกลาง โดยที่ลักษณะเนื้อหารายการที่นักศึกษาต้องการรับชมในระดับมากคือ รายการสารคดีชีวิตสัตว์ ด้านรูปแบบรายการมีผลต่อการรับชมรายการโทรทัศน์ภายในของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง อยู่ในระดับปานกลาง โดยรูปแบบรายการที่นักศึกษาชอบรับชมในระดับมาก คือ รูปแบบสารคดี ช่วงเวลาในการนำเสนอรายการมีผลต่อการรับชมรายการโทรทัศน์ภายในของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง อยู่ในระดับปานกลาง โดยที่ช่วงเวลาในการนำเสนอรายการโทรทัศน์ที่นักศึกษาต้องการรับชมในระดับมาก คือ วันจันทร์ถึงวันศุกร์ เวลา 9.30-16.00 น.



## บทที่ 3

### วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการชมรายการเพื่อสุขภาพ LOVE & CARE ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร” เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ในรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง

#### 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ชมที่เคยทำการติดต่อมายังรายการเพื่อสุขภาพ LOVE & CARE ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 และอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร มีจำนวนทั้งสิ้นประมาณ 5,000 ราย (ทวิรัตน์ คงคราญ, 2555 : สัมภาษณ์)

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย ได้แก่ ผู้ชมชมรายการเพื่อสุขภาพ LOVE & CARE ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 และอายุระหว่าง 18 - 60 ปี ซึ่งอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน (โดยจากการคำนวณได้กลุ่มตัวอย่างประมาณ 370 คน)

#### การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง

ในการศึกษาครั้งนี้ ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) จากจำนวนผู้ชมที่เคยทำการติดต่อมายังรายการ LOVE & CARE โดยอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครมีจำนวนทั้งสิ้นประมาณ 5,000 ราย โดยใช้หลักการคำนวณของทาโร ยามาเนะ (Taro Yamane, 1967, p. 886)

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

โดย N = ขนาดของประชากร

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

e = ค่าความคลาดเคลื่อนของตัวอย่างที่ยอมรับได้ ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้กำหนดค่าความคลาดเคลื่อนไม่เกินร้อยละ 5

$$\text{แทนค่า} \quad n = \frac{5,000}{1 + 5,000(0.05^2)}$$

$$n = \frac{5,000}{12.5}$$

$$n = 400$$

ดังนั้นการศึกษาครั้งนี้ จึงใช้กลุ่มตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง

### 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล เพื่อการศึกษาวิจัยเชิงสำรวจในครั้งนี้ เป็นแบบสอบถาม โดยแบ่งเนื้อหาของคำถามออกเป็น 4 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบเลือกตอบ (Check list) ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน จำนวน 5 ข้อ

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมมารับชมรายการ ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบเลือกตอบ (Check list) ประกอบด้วย ความถี่ในการรับชม วันและช่วงเวลาในการติดตามชมรายการ ระยะเวลาในการรับชม ลักษณะการรับชมแต่ละครั้ง ความสนใจในกิจกรรมและเนื้อหารายการเพื่อสุขภาพที่เลือกชม จำนวน 7 ข้อ

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการชมรายการเพื่อสุขภาพ ประกอบด้วย ด้านรูปแบบรายการ ด้านเนื้อหาสาระ ด้านผู้ดำเนินรายการ และด้านการมีส่วนร่วม จำนวน 19 ข้อ ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ตามวิธีของลิเคิร์ต (Likert) 5 ระดับ คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วยมาก เห็นด้วยปานกลาง เห็นด้วยน้อยและเห็นด้วยน้อยที่สุด ซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนนในแต่ละระดับ ดังนี้ (ประคอง วรรณสุด, 2549 : 45)

ระดับความคิดเห็น	ระดับคะแนน
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	5
เห็นด้วยมาก	4
เห็นด้วยปานกลาง	3
เห็นด้วยน้อย	2
เห็นด้วยน้อยที่สุด	1

ผลคะแนนที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย โดยนำมาแปลความหมายตามเกณฑ์ ดังนี้

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.50 - 5.00 หมายถึง มีอิทธิพลต่อการรับชมรายการมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.50 - 4.49 หมายถึง มีอิทธิพลต่อการรับชมรายการมาก

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 2.50 - 3.49 หมายถึง มีอิทธิพลต่อการรับชมรายการปานกลาง

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.50 - 2.49 หมายถึง มีอิทธิพลต่อการรับชมรายการน้อย

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.00 - 1.49 หมายถึง มีอิทธิพลต่อการรับชมรายการน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ เป็นแบบสอบถามปลายเปิดสำหรับข้อเสนอแนะทั่วไปสำหรับการชมรายการโทรทัศน์เพื่อสุขภาพ เช่น ความต้องการให้ปรับปรุงรายการ ควรปรับปรุงในเรื่องใดและอย่างไร ตลอดจนข้อเสนอแนะต่อรายการ

#### ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ

1. ศึกษาและทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องจากเอกสาร ตำรา และผลงานวิจัยต่าง ๆ

2. นำข้อมูลต่าง ๆ ที่รวบรวมได้ ทำการสรุปเพื่อกำหนดขอบเขตเนื้อหาในการสร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุมเรื่องที่ต้องการวิจัย

3. นำแบบสอบถามที่ได้ไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหา

4. นำข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญไปแก้ไขปรับปรุงแบบสอบถาม

5. นำแบบสอบถามไปทดลองกับกลุ่มอื่นที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มที่ศึกษา จำนวน 30 คน ผู้วิจัยทำการทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ของเครื่องมือ โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2545 : 449) ค่าอัลฟาที่ได้จะแสดงถึงระดับความคงที่ของแบบสอบถาม โดยจะมีค่าระหว่าง  $0 \leq \alpha \leq 1$  ค่าที่ใกล้เคียงกับ 1 มากแสดงว่ามีความเชื่อมั่นสูง โดยค่าที่ยอมรับได้คือมากกว่า 0.7 ขึ้นไป สำหรับค่าที่ได้ในการทดสอบครั้งนี้เท่ากับ 0.897 จึงนำแบบสอบถามไปใช้จริงในการวิจัยต่อไป

### 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด โดยมีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล 2 ลักษณะ ดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้แก่ ข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมโดยใช้แบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่อรายการ กับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ชมและเคยติดต่อเข้ามาชมรายการ ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 ราย โดยเจ้าหน้าที่ของบริษัทไอเดียดี ครีเอชัน

จำกัด จำนวน 10 คน ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามนอกจากนี้ยังใช้การส่งอีเมลล์ สอบถามและการโทรศัพท์สอบถามและเก็บข้อมูลเป็นแบบสอบถามจากผู้ชมที่ติดต่อกลับมายัง รายการ

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าจากแหล่งข้อมูลที่ หลากหลาย เช่น หนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ รายงานวิจัย รวมถึงการค้นคว้าทางอินเทอร์เน็ตจากเว็บ ไซต์ของสำนักข่าวต่าง ๆ เกี่ยวกับข้อมูลรายการโทรทัศน์และเว็บไซต์ที่เกี่ยวกับสุขภาพด้านต่าง ๆ ข้อมูลจากฝ่ายการตลาดของบริษัทไอเดียดีครีเอชั่น จำกัดและเอกสารที่เกี่ยวข้อง

### 3.4 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

#### สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

1. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ในการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ การ ทดสอบไคร้ - สแควร์ (Chi - square test) และ โดยใช้วิธีทางสถิติ t-test (Independent samples t-test) สำหรับตัวแปร ที่แบ่งเป็นสองกลุ่ม และ F- test (One-way ANOVA) สำหรับตัวแปรที่มากกว่า 2 กลุ่ม สำหรับค่านัยสำคัญทางสถิติใช้ในการวิเคราะห์ครั้งนี้ กำหนดไว้ที่ 0.05

ในกรณีพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงทำการทดสอบ เป็นรายคู่ที่ระดับ นัยสำคัญ  $\alpha = 0.05$  หรือระดับความเชื่อมั่น 95% จะใช้วิธี Least Significant Difference (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของกลุ่มตัวอย่าง เพื่อดูว่าคู่ใดบ้างที่มีค่าเฉลี่ยแตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัยและสมมติฐานทางสถิติ	สถิติที่ใช้ทดสอบ
สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการ รับชมรายการเพื่อสุขภาพ	ไคร้สแควร์
สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับ องค์ประกอบของรายการเพื่อสุขภาพว่ามีอิทธิพลต่อการรับชม รายการเพื่อสุขภาพ แตกต่างกัน	
สมมติฐานที่ 2.1 ผู้ชมรายการเพศหญิงและเพศชาย มีความคิดเห็น เกี่ยวกับองค์ประกอบของรายการเพื่อสุขภาพว่ามีอิทธิพลต่อการ รับชมรายการเพื่อสุขภาพ แตกต่างกัน	t-test Independent



---

สมมติฐานที่ 2.2 ผู้ชมรายการที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของรายการเพื่อสุขภาพว่ามีอิทธิพลต่อการรับชมรายการเพื่อสุขภาพ แตกต่างกัน	การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA)
สมมติฐานที่ 2.3 ผู้ชมรายการที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของรายการเพื่อสุขภาพว่ามีอิทธิพลต่อการรับชมรายการเพื่อสุขภาพ แตกต่างกัน	t-test Independent
สมมติฐานที่ 2.4 ผู้ชมรายการที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของรายการเพื่อสุขภาพว่ามีอิทธิพลต่อการรับชมรายการเพื่อสุขภาพ แตกต่างกัน	การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA)
สมมติฐานที่ 2.5 ผู้ชมรายการที่มีรายได้ต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของรายการเพื่อสุขภาพว่ามีอิทธิพลต่อการรับชมรายการเพื่อสุขภาพ แตกต่างกัน	การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA)

---



## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์

การศึกษานี้ใช้วิธีการศึกษาวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Research) เรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการชมรายการเพื่อสุขภาพ LOVE & CARE ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร” นั้น มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการรับชมรายการ และเพื่อศึกษาองค์ประกอบของรายการเพื่อสุขภาพ LOVE & CARE ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย

#### 4.1 การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

โดยใช้ตารางประกอบการบรรยาย แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านปัจจัยส่วนบุคคล

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการเพื่อสุขภาพ LOVE & CARE

ส่วนที่ 3 ข้อมูลองค์ประกอบของรายการเพื่อสุขภาพ LOVE & CARE

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

#### 4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านปัจจัยส่วนบุคคล

ตารางที่ 4.1 จำนวน (ความถี่) และร้อยละของข้อมูลทั่วไป

ปัจจัยส่วนบุคคล		จำนวน	ร้อยละ
เพศ	หญิง	235	58.75
	ชาย	165	41.25
รวม		400	100.00

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล		จำนวน	ร้อยละ
อายุ	18-25 ปี	24	6.00
	26-33 ปี	45	11.25
	34-41 ปี	97	24.25
	42-49 ปี	97	24.25
	50-57 ปี	51	12.75
	57 ปีขึ้นไป	86	21.50
	<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>
ระดับการศึกษา	ไม่ได้เข้ารับการศึกษาม.3/ปวช.	33	8.25
	ม.6/ปวส.	148	37.00
	ปริญญาตรี-สูงกว่า	219	54.75
	<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>
อาชีพ	นักเรียน นักศึกษา	65	16.25
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	82	20.50
	พนักงานบริษัทเอกชน	105	26.25
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	83	20.75
	รับจ้าง/งานบริการ	44	11.00
	พ่อบ้าน/แม่บ้าน	13	3.25
	อื่นๆ	8	2.00
	<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>
รายได้บุคคลต่อเดือน	ต่ำกว่า 10,000 บาท	25	6.25
	10,001-15,000 บาท	55	13.75
	15,001-20,000 บาท	137	34.25
	20,001-25,000 บาท	87	21.75
	25,001-30,000 บาท	50	12.50
	30,001 บาทขึ้นไป	46	11.50
	<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.1 ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน ปรากฏผลดังนี้

เพศ พบว่า กลุ่มตัวอย่าง เป็นเพศหญิง จำนวน 235 คน คิดเป็นร้อยละ 58.75 และเป็นเพศชาย จำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 41.25

อายุ พบว่า กลุ่มตัวอย่าง มีอายุ 34-41 ปี กับ อายุ 42-49 ปี มีจำนวนเท่ากัน คือ 97 คน คิดเป็นร้อยละ 24.25 เท่ากัน รองลงมา คือ อายุ 57 ปีขึ้นไป จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 21.50 อายุ 50-57 ปี จำนวน 51 คน คิดเป็น ร้อยละ 12.75 อายุ 26-33 ปี คิดเป็นร้อยละ 11.25 และอายุ 18-25 ปี มีสัดส่วนน้อยที่สุด จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.00 ตามลำดับ

ระดับการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่าง มีการศึกษาระดับปริญญาตรี-สูงกว่าปริญญาตรี ในสัดส่วนมากที่สุด จำนวน 219 คน คิดเป็นร้อยละ 54.75 รองลงมา คือ ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) /มัธยมศึกษา 6 จำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 37.00 และกลุ่มที่ไม่ได้รับการศึกษา-มัธยมศึกษา 3/ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.25 ตามลำดับ

อาชีพ พบว่า กลุ่มตัวอย่าง มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน ในสัดส่วนมากที่สุด จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 26.25 รองลงมา คือ ประกอบธุรกิจส่วนตัว จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 20.75 ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.50 นักเรียนนักศึกษา จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 16.25 รับจ้าง/งานบริการ จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11.00 พ่อบ้าน/แม่บ้าน จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.25 และอื่น ๆ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00 ตามลำดับ

รายได้บุคคลต่อเดือน พบว่า กลุ่มตัวอย่าง มีรายได้ 15,001-20,000 บาทต่อเดือน ในสัดส่วนมากที่สุด จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 34.25 รองลงมา คือ มีรายได้ 20,001-25,000 บาทต่อเดือน จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 21.75 รายได้ 10,001-15,000 บาทต่อเดือน จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13.75 รายได้ 25,001-30,000 บาทต่อเดือน จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50 รายได้ 30,001 บาทต่อเดือนขึ้นไป จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.50 และต่ำกว่า 10,000 บาทต่อเดือน มีสัดส่วนน้อยที่สุด จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.25 ตามลำดับ

## ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการเพื่อสุขภาพ LOVE & CARE

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการรับชมรายการ

ความถี่ในการรับชม	จำนวน	ร้อยละ
บ่อยมาก (4 ครั้งต่อเดือน)	139	34.75
บ่อย (2 ครั้งต่อเดือน)	228	57.00
นาน ๆ ครั้ง	33	8.25
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.2 พบว่า กลุ่มตัวอย่าง รับชมรายการ LOVE & CARE บ่อย (2 ครั้งต่อเดือน) มีสัดส่วนมากที่สุด จำนวน 228 คน คิดเป็นร้อยละ 57.00 รองลงมา รับชม บ่อยมาก (4 ครั้งต่อเดือน) จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 34.75 และนาน ๆ ครั้ง จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.25 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวันที่สะดวกชมรายการเพื่อสุขภาพ

LOVE & CARE		
วันที่ท่านสะดวกดูรายการ	จำนวน	ร้อยละ
วันจันทร์	24	6.00
วันอังคาร	30	7.50
วันพุธ	112	28.00
วันพฤหัสบดี	41	10.25
วันศุกร์	21	5.25
วันเสาร์	95	23.75
วันอาทิตย์	77	19.25
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.3 พบว่า กลุ่มตัวอย่าง สะดวกรับชมรายการ LOVE & CARE ในวันพุธ ในสัดส่วนมากที่สุด จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 28.00 รองลงมา คือ วันเสาร์ จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 23.75 วันอาทิตย์ จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 19.25 วันพฤหัสบดี จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.25 วันอังคาร จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.50 วันจันทร์ จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.00 และวันศุกร์ จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.25 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเวลาที่เหมาะสมสำหรับดูรายการ เพื่อสุขภาพ LOVE & CARE

เวลาที่เหมาะสมสำหรับดูรายการ	จำนวน	ร้อยละ
6.00 น.-10.00 น.	58	14.50
10.00 น.-14.00 น.	70	17.50
14.00 น.-18.00 น.	161	40.25
18.00 น.-22.00 น.	46	11.50

ตารางที่ 4.4 (ต่อ)

เวลาที่เหมาะสมสำหรับดูรายการ	จำนวน	ร้อยละ
22.00 น.-2.00 น.	36	9.00
2.00 น.-6.00 น.	29	7.25
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ช่วงเวลาที่กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าเหมาะสมสำหรับดูรายการเพื่อสุขภาพ LOVE & CARE มากที่สุด คือ ช่วงเวลา 14.00 น.-18.00 น. จำนวน 161 คน คิดเป็น ร้อยละ 40.25 รองลงมา คือ ช่วงเวลา 10.00 น.-14.00 น. จำนวน 70 คน คิดเป็น ร้อยละ 17.50 ช่วงเวลา 06.00 น.-10.00 น. จำนวน 58 คน คิดเป็น ร้อยละ 14.50 ช่วงเวลา 18.00 น.-22.00 น. จำนวน 46 คน คิดเป็น ร้อยละ 11.50 ช่วงเวลา 22.00 น.-2.00 น. จำนวน 36 คน คิดเป็น ร้อยละ 9.00 และช่วงเวลา 2.00 น.-6.00 น. มีสัดส่วนน้อยที่สุด จำนวน 29 คน คิดเป็น ร้อยละ 7.25 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระยะเวลาการเปิดรับชมแต่ละครั้ง โดยเฉลี่ย

ระยะเวลาการเปิดรับชมแต่ละครั้งโดยเฉลี่ย	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าครั้งละ 10 นาที	107	26.75
10-30 นาที	202	50.50
30-60 นาที	91	22.75
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.5 พบว่า กลุ่มตัวอย่าง เปิดรับชมรายการ 10-30 นาที มีสัดส่วนมากที่สุด จำนวน 202 คน คิดเป็น ร้อยละ 50.50 รองลงมา คือ เปิดรับ ต่ำกว่าครั้งละ 10 นาที มีจำนวน 107 คน คิดเป็น ร้อยละ 26.75 และเปิดรับชม 30-60 นาที จำนวน 91 คน คิดเป็น ร้อยละ 22.75 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะการชมรายการเพื่อสุขภาพ

LOVE & CARE

ลักษณะการชมรายการ	จำนวน	ร้อยละ
ติดตามชมตั้งแต่ต้นจนจบรายการ	82	20.50
ติดตามชมรายการสลับกับรายการอื่น ๆ	113	28.25
ติดตามชมเฉพาะช่วงรายการที่สนใจ	205	51.25
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.6 พบว่า กลุ่มตัวอย่าง ชมรายการเพื่อสุขภาพ LOVE & CARE แบบติดตามชมเฉพาะช่วงรายการที่สนใจ มีสัดส่วนมากที่สุด จำนวน 205 คน คิดเป็นร้อยละ 51.25 รองลงมา คือ ติดตามชมรายการสลับกับรายการอื่น ๆ จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 28.25 และติดตามชมตั้งแต่ต้นจนจบรายการ จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความสนใจเมื่อทางรายการจัดกิจกรรมเกี่ยวกับการรักษาสุขภาพ

ความสนใจเมื่อทางรายการจัดกิจกรรมเกี่ยวกับการรักษาสุขภาพ	จำนวน	ร้อยละ
สนใจ	158	39.50
ไม่สนใจ	64	16.00
ไม่แน่ใจ	178	44.50
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.7 พบว่า กลุ่มตัวอย่าง ไม่แน่ใจว่าสนใจเข้าร่วมกิจกรรม มีส่วนมากที่สุด จำนวน 178 คน คิดเป็นร้อยละ 44.50 รองลงมา คือ กลุ่มที่ให้ความสนใจเข้าร่วมกิจกรรม จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 39.50 และกลุ่มที่ไม่สนใจเข้าร่วมกิจกรรม มีสัดส่วนน้อยที่สุด จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเด็นเนื้อหารายการเพื่อสุขภาพ

ประเด็นที่สนใจ	จำนวน	ร้อยละ
สุขภาพกาย	87	21.75
สุขภาพเด็ก	79	19.75
สุขภาพความงาม	58	14.50
การแนะนำเทคโนโลยีทางการแพทย์	52	13.00
การแนะนำการออกกำลังกาย	30	7.50
การป้องกันอันตรายจากสิ่งรอบตัว	28	7.00
การแนะนำอาหารบำรุงสุขภาพ	27	6.75
สุขภาพจิต	21	5.25
การแนะนำการแพทย์ทางเลือก	18	4.50
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.8 พบว่า กลุ่มตัวอย่าง เลือกชมเนื้อหารายการเพื่อสุขภาพในประเด็นสุขภาพกาย ในสัดส่วนมากที่สุด จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 21.75 รองลงมา คือ ประเด็น สุขภาพเด็ก จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 19.75 สุขภาพความงาม จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.50 การแนะนำเทคโนโลยีทางการแพทย์ จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.00 การแนะนำการออกกำลังกาย จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.50 การป้องกันอันตรายจากสิ่งรอบตัว จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.00 การแนะนำอาหารบำรุงสุขภาพ จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.75 สุขภาพจิต จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.25 และน้อยที่สุด คือ การแนะนำการแพทย์ทางเลือก จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.50 ตามลำดับ

### ส่วนที่ 3 ปัจจัยองค์ประกอบของรายการเพื่อสุขภาพที่มีอิทธิพลต่อการรับชมรายการเพื่อสุขภาพ

การวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนนี้เป็นข้อมูลความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่ชมรายการเพื่อสุขภาพ LOVE & CARE ประกอบด้วยปัจจัย 4 ปัจจัย ได้แก่ ด้านรูปแบบรายการ ด้านเนื้อหาสาระ ด้านผู้ดำเนินรายการ และด้านการมีส่วนร่วม ซึ่งผู้วิจัยได้นำคำตอบจากแบบสอบถาม ตอนที่ 3 มาทำการวิเคราะห์และแปลผล โดยคะแนนที่วัดได้ปรากฏตามตารางต่อไปนี้



ตารางที่ 4.9 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านรูปแบบรายการเพื่อ  
 สุขภาพ LOVE & CARE ที่มีอิทธิพลต่อการรับชมรายการเพื่อสุขภาพ LOVE & CARE

ด้านรูปแบบรายการ	ระดับความคิดเห็น					$\bar{X}$	S.D.	อิทธิพลต่อ การรับชม รายการ
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย มาก	เห็นด้วย ปานกลาง	เห็นด้วย น้อย	เห็นด้วย น้อยที่สุด			
1. รูปแบบรายการสัมภาษณ์และตอบ ปัญหาเกี่ยวกับสุขภาพมีความเหมาะสม กับผู้ชม	32 (8.00)	177 (44.25)	148 (37.00)	38 (9.50)	5 (1.25)	3.48	0.82	ปานกลาง
2. รูปแบบรายการนำเสนอรายการมี ความหลากหลายและน่าสนใจ	40 (10.00)	158 (39.50)	159 (39.75)	31 (7.75)	12 (3.00)	3.46	0.89	ปานกลาง
3. รูปแบบรายการให้ถาม-ตอบใน รายการเกี่ยวกับข้อมูลด้านสุขภาพ สามารถดึงดูดให้ผู้ชมติดตามรายการ อย่างต่อเนื่อง	43 (10.75)	156 (39.00)	152 (38.00)	36 (9.00)	13 (3.25)	3.45	0.92	ปานกลาง
4. รูปแบบรายการให้ถาม-ตอบเกี่ยวกับ ข้อมูลด้านสุขภาพ ช่วยเพิ่มความเข้าใจ ในเนื้อหามากยิ่งขึ้น	41 (10.25)	153 (38.25)	160 (40.00)	32 (8.00)	14 (3.50)	3.44	0.91	ปานกลาง
รวม						3.46	0.63	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ปัจจัยด้านรูปแบบรายการเพื่อสุขภาพ LOVE & CARE ที่มีอิทธิพลต่อ  
 การรับชมรายการเพื่อสุขภาพ LOVE & CARE ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.46 เมื่อพิจารณา  
 เป็นรายข้อ พบว่า รูปแบบรายการสัมภาษณ์และตอบปัญหาเกี่ยวกับสุขภาพมีความเหมาะสมกับผู้ชม  
 ที่มีอิทธิพลต่อการรับชมรายการเพื่อสุขภาพ LOVE & CARE มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย สูงสุด เท่ากับ 3.48  
 และมีอิทธิพลต่อการรับชมรายการ ในระดับปานกลาง รองลงมา คือ รูปแบบรายการนำเสนอรายการมี  
 ความหลากหลายและน่าสนใจ มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.46 โดยมีอิทธิพลต่อการรับชมรายการ ในระดับ  
 ปานกลาง ส่วนปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับชมรายการ น้อยที่สุด คือ รูปแบบรายการให้ถาม-ตอบ  
 เกี่ยวกับข้อมูลด้านสุขภาพ ช่วยเพิ่มความเข้าใจในเนื้อหามากยิ่งขึ้น มีค่าเฉลี่ย ต่ำสุด เท่ากับ 3.44  
 โดยมีอิทธิพลต่อการรับชมรายการ ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 4.10 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านเนื้อหาสาระรายการเพื่อ  
 สุขภาพ LOVE & CARE ที่มีอิทธิพลต่อการรับชมรายการเพื่อสุขภาพ LOVE & CARE

ด้านเนื้อหาสาระ	ระดับความคิดเห็น					$\bar{X}$	S.D.	อิทธิพล การรับชม รายการ
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย มาก	เห็นด้วย ปานกลาง	เห็นด้วย น้อย	เห็นด้วยน้อย ที่สุด			
1. เนื้อหาสาระเป็นประโยชน์ต่อผู้ชม	52 (13.00)	121 (30.25)	175 (43.75)	45 (11.25)	7 (1.75)	3.42	0.91	ปานกลาง
2. เนื้อหาระครอบคลุมความรู้ด้าน ศาสตร์ทางการแพทย์ทางเลือก	47 (11.75)	112 (28.00)	175 (43.75)	50 (12.50)	16 (4.00)	3.31	0.97	ปานกลาง
3. เนื้อหาสาระรายการมีความทันสมัย และตรงกับความต้องการของผู้ชม	40 (10.00)	103 (25.75)	180 (45.00)	65 (16.25)	12 (3.00)	3.24	0.94	ปานกลาง
รวม						3.32	0.70	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ปัจจัยด้านเนื้อหาสาระรายการเพื่อสุขภาพ LOVE & CARE  
 มีอิทธิพลต่อการรับชมรายการเพื่อสุขภาพ LOVE & CARE ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.32  
 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า เนื้อหาสาระเป็นประโยชน์ต่อผู้ชม มีอิทธิพลต่อการรับชมรายการเพื่อ  
 สุขภาพ LOVE & CARE มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย สูงสุด เท่ากับ 3.42 และมีอิทธิพลต่อการรับชมรายการ  
 ในระดับปานกลาง รองลงมา คือ เนื้อหาระครอบคลุมความรู้ด้านศาสตร์ทางการแพทย์ทางเลือก  
 มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.31 โดยมีอิทธิพลต่อการรับชมรายการ ในระดับปานกลาง ส่วนปัจจัยที่มีอิทธิพล  
 ต่อการรับชมรายการ น้อยที่สุด คือ เนื้อหาสาระรายการมีความทันสมัยและตรงกับความต้องการของ  
 ผู้ชม มีค่าเฉลี่ย ต่ำสุด เท่ากับ 3.24 โดยมีอิทธิพลต่อการรับชมรายการ ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 4.11 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านผู้ดำเนินรายการเพื่อ  
 สุขภาพ LOVE & CARE ที่มีอิทธิพลต่อการรับชมรายการเพื่อสุขภาพ LOVE & CARE

ด้านผู้ดำเนินรายการ	ระดับความคิดเห็น					$\bar{X}$	S.D.	อิทธิพลต่อ การรับชม รายการ
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย มาก	เห็นด้วย ปานกลาง	เห็นด้วย น้อย	เห็นด้วยน้อย ที่สุด			
1. ผู้ดำเนินรายการมีความเป็นกันเอง กับผู้ชม	68 (17.00)	144 (36.00)	174 (43.50)	10 (2.50)	4 (1.00)	3.66	0.82	มาก
2. การสนทนาให้ประเด็นที่เป็น ประโยชน์	42 (10.50)	137 (34.25)	186 (46.50)	31 (7.75)	4 (1.00)	3.46	0.82	ปานกลาง
3. ผู้ดำเนินรายการใช้ภาษาในการสื่อ ความได้อย่างถูกต้องและเข้าใจง่าย	39 (9.75)	136 (34.00)	190 (47.50)	31 (7.75)	4 (1.00)	3.44	0.81	ปานกลาง
4. ผู้ดำเนินรายการมีการสรุปประเด็น ได้อย่างถูกต้อง	18 (4.50)	124 (31.00)	206 (51.50)	52 (13.00)	- -	3.27	0.74	ปานกลาง
5. ผู้ดำเนินรายการมีบุคลิกภาพที่ดี	114 (28.50)	44 (11.00)	89 (22.25)	107 (26.75)	46 (11.50)	3.18	1.40	ปานกลาง
รวม						3.40	0.57	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ปัจจัยด้านผู้ดำเนินรายการเพื่อสุขภาพ LOVE & CARE มีอิทธิพลต่อการรับชมรายการเพื่อสุขภาพ LOVE & CARE ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.40 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ดำเนินรายการมีความเป็นกันเองกับผู้ชม มีอิทธิพลต่อการรับชมรายการเพื่อสุขภาพ LOVE & CARE มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย สูงสุด เท่ากับ 3.66 และมีอิทธิพลต่อการรับชมรายการ ในระดับมาก รองลงมา คือ การสนทนาให้ประเด็นที่เป็นประโยชน์ มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.46 โดยมีอิทธิพลต่อการรับชมรายการ ในระดับปานกลาง ส่วนปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับชมรายการ น้อยที่สุด คือ ผู้ดำเนินรายการมีบุคลิกภาพที่ดี มีค่าเฉลี่ย ต่ำสุด เท่ากับ 3.18 โดยมีอิทธิพลต่อการรับชมรายการ ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 4.12 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมรายการ เพื่อสุขภาพ LOVE & CARE ที่มีอิทธิพลต่อการรับชมรายการเพื่อสุขภาพ LOVE & CARE

ด้านการมีส่วนร่วม	ระดับความคิดเห็น					$\bar{X}$	S.D.	อิทธิพลต่อการรับชมรายการ
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยมาก	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยน้อย	เห็นด้วยน้อยที่สุด			
1. การมีส่วนร่วมของผู้ชมรายการควรกระทำได้ตลอดทั้งรายการ	68 (17.00)	144 (36.00)	174 (43.50)	10 (2.50)	4 (1.00)	3.66	0.82	มาก
2. การมีส่วนร่วมในรายการเป็นเรื่องคุ้มค่า	61 (15.25)	129 (32.25)	172 (43.00)	31 (7.75)	7 (1.75)	3.52	0.90	มาก
3. ผู้ชมติดต่อไปยังรายการและได้รับการตอบสนองทันที	59 (14.75)	130 (32.50)	173 (43.25)	30 (7.50)	8 (2.00)	3.51	0.90	มาก
4. ช่องทางที่ให้ผู้ชมมีส่วนร่วมในรายการมีความเหมาะสมเพียงพอต่อความต้องการ	42 (10.50)	137 (34.25)	186 (46.50)	31 (7.75)	4 (1.00)	3.46	0.82	ปานกลาง
5. การแสดงความคิดเห็น/การสอบถามข้อมูลผ่านรายการมีความสะดวก	51 (12.75)	113 (28.25)	170 (42.50)	45 (11.25)	21 (5.25)	3.32	1.01	ปานกลาง
6. การสนทนาทางโทรศัพท์ระหว่างผู้ชมกับรายการมีความชัดเจนปราศจากเสียงรบกวน	42 (10.50)	115 (28.75)	180 (45.00)	50 (12.50)	13 (3.25)	3.31	0.93	ปานกลาง
7. เทคโนโลยีที่ใช้รองรับการสื่อสารจากผู้ชมมีความเหมาะสม	49 (12.25)	108 (27.00)	159 (39.75)	65 (16.25)	19 (4.75)	3.26	1.02	ปานกลาง
รวม						3.43	0.69	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมรายการเพื่อสุขภาพ LOVE & CARE ที่มีอิทธิพลต่อการรับชมรายการเพื่อสุขภาพ LOVE & CARE ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.43 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การมีส่วนร่วมของผู้ชมรายการควรกระทำได้ตลอดทั้งรายการ มีอิทธิพลต่อการรับชมรายการเพื่อสุขภาพ LOVE & CARE มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย สูงสุด เท่ากับ 3.66 และ

มีอิทธิพลต่อการรับชมรายการ ในระดับมาก รองลงมา คือ การมีส่วนร่วมในรายการเป็นเรื่องคู่มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.52 โดยมีอิทธิพลต่อการรับชมรายการ ในระดับมาก ส่วนปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับชมรายการ น้อยที่สุด คือ เทคโนโลยีที่ใช้รองรับการสื่อสารจากผู้ชมมีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด เท่ากับ 3.26 โดยมีอิทธิพลต่อการรับชมรายการ ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 4.13 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยองค์ประกอบรายการเพื่อสุขภาพ LOVE & CARE โดยภาพรวม ที่มีอิทธิพลต่อการรับชมรายการเพื่อสุขภาพ LOVE & CARE

ปัจจัย	$\bar{X}$	S.D.	อิทธิพลต่อการรับชมรายการ
1. รูปแบบรายการ	3.46	0.63	ปานกลาง
2. การมีส่วนร่วม	3.43	0.69	ปานกลาง
3. ผู้ดำเนินรายการ	3.40	0.57	ปานกลาง
4. เนื้อหาสาระ	3.32	0.70	ปานกลาง
รวม	3.40	0.43	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ปัจจัยองค์ประกอบรายการเพื่อสุขภาพ LOVE & CARE มีอิทธิพลต่อการรับชมรายการเพื่อสุขภาพ LOVE & CARE ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.40 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า รูปแบบรายการ มีอิทธิพลต่อการรับชมรายการเพื่อสุขภาพ LOVE & CARE มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย สูงสุด เท่ากับ 3.46 และมีอิทธิพลต่อการรับชมรายการ ในระดับมาก รองลงมา คือ การมีส่วนร่วม มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.43 โดยมีอิทธิพลต่อการรับชมรายการ ในระดับปานกลาง ส่วนปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับชมรายการ น้อยที่สุด คือ เนื้อหาสาระ มีค่าเฉลี่ย ต่ำสุด เท่ากับ 3.32 โดยมีอิทธิพลต่อการรับชมรายการ ในระดับปานกลาง



### สมมติฐานการวิจัย

ในการทดสอบสมมติฐาน ผู้วิจัยได้ทำการรวมกลุ่มตัวแปรใหม่ ได้แก่ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ ความถี่ในการรับชมรายการ วันที่สะดวกชมรายการ ช่วงเวลาที่สะดวกชมรายการ เนื้อหา รายการเพื่อสุขภาพที่เลือกชม เพื่อให้  $n \geq 30$  เพื่อให้ถูกต้องตามเงื่อนไขคือการยอมรับให้มีจำนวนช่อง ที่มีค่าคาดหวังน้อยกว่า 5 ได้ไม่เกินร้อยละ 20

ปัจจัยส่วนบุคคล		จำนวน	ร้อยละ
อายุ	18-33 ปี	69	17.3
	34-41 ปี	97	24.3
	42-49 ปี	97	24.3
	50-57 ปี	51	12.8
	57 ปีขึ้นไป	86	21.5
<b>รวม</b>		<b>400</b>	<b>100.00</b>
การศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	181	45.3
	ป.ตรี-สูงกว่า	219	54.8
<b>รวม</b>		<b>400</b>	<b>100.00</b>
อาชีพ	นักเรียน นักศึกษา	65	16.3
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	82	20.5
	พนักงานบริษัทเอกชน	105	26.3
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	83	20.8
	รับจ้าง/งานบริการ/พ่อบ้าน/ แม่บ้าน/อื่น ๆ	65	16.3
<b>รวม</b>		<b>400</b>	<b>100.00</b>
รายได้	ต่ำกว่า 15,000 บาท	80	20.0
	15,001-20,000 บาท	137	34.3
	20,001-25,000 บาท	87	21.8
	25,001-30,000 บาท	50	12.5
	30,001 บาทขึ้นไป	46	11.5
<b>รวม</b>		<b>400</b>	<b>100.00</b>

ปัจจัยส่วนบุคคล		จำนวน	ร้อยละ	
ความถี่ในการรับชม	บ่อยมาก (4 ครั้งต่อเดือน)	139	34.8	
	บ่อย (2 ครั้งต่อเดือน) และนาน ๆ ครั้ง	261	65.3	
<b>รวม</b>		<b>400</b>	<b>100.00</b>	
วันที่สะดวกรับชมรายการ	วันจันทร์-อังคาร	54	13.5	
	วันพุธ-ศุกร์	174	43.5	
	วันเสาร์-อาทิตย์	172	43.0	
<b>รวม</b>		<b>400</b>	<b>100.00</b>	
ช่วงเวลาที่สะดวกชมรายการ	6.00 น.-10.00 น.	58	14.5	
	10.00 น.-14.00 น.	70	17.5	
	14.00 น.-18.00 น.	161	40.3	
	18.00 น.-22.00 น.	46	11.5	
	22.00 น.-6.00 น.	65	16.3	
<b>รวม</b>		<b>400</b>	<b>100.00</b>	
เนื้อหารายการเพื่อสุขภาพที่เลือกชม	สุขภาพความงาม	58	14.5	
	สุขภาพกาย	87	21.8	
	สุขภาพเด็ก	79	19.8	
	การแนะนำเทคโนโลยีทางการแพทย์ที่ช่วยรักษาโรคง่ายขึ้น	52	13.0	
	การแนะนำการออกกำลังกายประเภทต่างๆ	30	7.5	
	อื่นๆ	94	23.5	
	<b>รวม</b>		<b>400</b>	<b>100.00</b>

## 1. ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการรับชมรายการเพื่อสุขภาพ

## 1.1 ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการชมรายการ

ตารางที่ 4.14 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับความถี่ในการชมรายการ

ปัจจัยส่วนบุคคล	ความถี่ในการชมรายการ		$\chi^2$	df	Sig.
	บ่อยมาก (4 ครั้งต่อเดือน)	บ่อย (2 ครั้งต่อเดือน) และนาน ๆ ครั้ง			
<b>เพศ</b>			0.989	1	0.320
หญิง	77	158			
ชาย	62	103			
<b>อายุ</b>			41.941	4	<b>0.000*</b>
18-33 ปี	13	56			
34-41 ปี	19	78			
42-49 ปี	32	65			
50-57 ปี	27	24			
57 ปีขึ้นไป	48	38			
<b>การศึกษา</b>			0.749	1	0.387
ต่ำกว่าปริญญาตรี	67	114			
ป.ตรี-สูงกว่า	72	147			
<b>อาชีพ</b>			6.057	4	0.195
นักเรียน นักศึกษา	19	46			
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	28	54			
พนักงานบริษัทเอกชน	34	71			
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	38	45			
รับจ้าง/งานบริการ/พ่อบ้าน/ แม่บ้าน/อื่น ๆ	20	45			



ตารางที่ 4.14 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	ความถี่ในการชมรายการ		$\chi^2$	df	Sig.
	บ่อยมาก (4 ครั้งต่อเดือน)	บ่อย (2 ครั้งต่อเดือน) และนาน ๆ ครั้ง			
รายได้			3.173	4	0.529
ต่ำกว่า 15,000 บาท	30	50			
15,001-20,000 บาท	45	92			
20,001-25,000 บาท	35	52			
25,001-30,000 บาท	17	33			
30,001 บาทขึ้นไป	12	34			

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.14 ผลการทดสอบสมมติฐาน ด้วยค่าสถิติไคร้สแควร์ ( $\chi^2$ ) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่า อายุมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการชมรายการ โดยผู้ชมรายการอายุ 18-49 ปี ชมรายการบ่อย (2 ครั้งต่อเดือนหรือน้อยกว่า) และกลุ่มอายุ 50 ปีขึ้นไป ชมรายการบ่อยมาก (4 ครั้งต่อเดือน) ส่วนเพศ การศึกษา อาชีพ รายได้ ไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการชมรายการ

1.2 ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับวันที่สะดวกชมรายการ

ตารางที่ 4.15 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับวันที่สะดวกชมรายการ

ปัจจัยส่วนบุคคล	วันที่สะดวกชมรายการ			$\chi^2$	df	Sig.
	วันจันทร์-อังคาร	วันพุธ-ศุกร์	วันเสาร์-อาทิตย์			
เพศ				1.158	2	0.560
หญิง	32	107	96			
ชาย	22	67	76			

ตารางที่ 4.15 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	วันที่สะดวกชมรายการ			$\chi^2$	df	Sig.
	วันจันทร์-อังคาร	วันพุธ-ศุกร์	วันเสาร์-อาทิตย์			
<b>อายุ</b>				125.668	8	<b>0.000*</b>
18-33 ปี	2	25	42			
34-41 ปี	3	67	27			
42-49 ปี	6	35	56			
50-57 ปี	4	22	25			
57 ปีขึ้นไป	39	25	22			
<b>การศึกษา</b>				4.505	2	0.105
ต่ำกว่าปริญญาตรี	19	75	87			
ป.ตรี-สูงกว่า	35	99	85			
<b>อาชีพ</b>				90.087	8	<b>0.000*</b>
นักเรียน นักศึกษา	1	28	36			
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	2	17	63			
พนักงานบริษัทเอกชน	17	65	23			
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	25	36	22			
รับจ้าง/งานบริการ/พ่อบ้าน/ แม่บ้าน/อื่น ๆ	9	28	28			
<b>รายได้</b>				9.175	8	0.328
ต่ำกว่า 15,000 บาท	7	40	33			
15,001-20,000 บาท	18	55	64			
20,001-25,000 บาท	16	36	35			
25,001-30,000 บาท	10	19	21			
30,001 บาทขึ้นไป	3	24	19			

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.15 ผลการทดสอบสมมติฐาน ด้วยค่าสถิติไคร้สแควร์ ( $\chi^2$ ) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่า อายุ อาชีพ มีความสัมพันธ์กับวันที่สะดวกชมรายการ โดยผู้ชมที่มีอายุ 18-41 ปี สะดวกชมรายการวันพุธ-ศุกร์ กลุ่มอายุ 42-57 สะดวกชมรายการ วันเสาร์-อาทิตย์ กลุ่มอายุ 57 ปีขึ้นไป สะดวกชมรายการวันจันทร์-อังคาร สำหรับ ผู้ชมรายการที่มีอาชีพนักเรียน นักศึกษาและข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ สะดวกชมรายการ วันเสาร์-อาทิตย์ กลุ่มอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และประกอบธุรกิจส่วนตัว สะดวกชมรายการวันพุธ-ศุกร์ กลุ่มอาชีพรับจ้าง/งานบริการ/พ่อบ้าน/แม่บ้าน/อื่น ๆ สะดวกชมรายการวันพุธ-อาทิตย์ ส่วนเพศ การศึกษา รายได้ ไม่มีความสัมพันธ์กับวันที่สะดวกชมรายการ

### 1.3 ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับช่วงเวลาที่เหมาะสมที่สะดวกชมรายการ

ตารางที่ 4.16 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับช่วงเวลาที่เหมาะสมที่สะดวกชมรายการ

ปัจจัยส่วนบุคคล	ช่วงเวลาที่เหมาะสมที่สะดวกชมรายการ					$\chi^2$	df	Sig.
	6.00-10.00 น.	10.00 น.-14.00 น.	14.00 น.-18.00 น.	18.00 น.-22.00 น.	22.00 น.-6.00 น.			
<b>เพศ</b>						38.648	4	<b>0.000*</b>
หญิง	47	29	102	14	43			
ชาย	11	41	59	32	22			
<b>อายุ</b>						19.493	16	0.244
18-33 ปี	8	13	30	5	13			
34-41 ปี	20	14	36	15	12			
42-49 ปี	10	13	47	12	15			
50-57 ปี	6	9	21	8	7			
57 ปีขึ้นไป	14	21	27	6	18			
<b>การศึกษา</b>						5.192	4	0.268
ต่ำกว่าปริญญาตรี	26	40	69	18	28			
ป.ตรี-สูงกว่า	32	30	92	28	37			

ตารางที่ 4.16 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	ช่วงเวลาที่สะดวกชมรายการ					$\chi^2$	df	Sig.
	6.00- 10.00 น.	10.00 น.- 14.00 น.	14.00 น.- 18.00 น.	18.00 น.- 22.00 น.	22.00 น.- 6.00 น.			
<b>อาชีพ</b>						13.720	16	0.620
นักเรียน นักศึกษา	6	11	31	6	11			
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	14	12	37	8	11			
พนักงานบริษัทเอกชน	20	20	32	16	17			
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	12	12	36	10	13			
รับจ้าง/งานบริการ/พ่อบ้าน/ แม่บ้าน/อื่น ๆ	6	15	25	6	13			
<b>รายได้</b>						11.520	16	0.776
ต่ำกว่า 15,000 บาท	9	18	29	12	12			
15,001-20,000 บาท	17	22	63	15	20			
20,001-25,000 บาท	12	17	32	9	17			
25,001-30,000 บาท	11	6	17	6	10			
30,001 บาทขึ้นไป	9	7	20	4	6			

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.16 ผลการทดสอบสมมติฐาน ด้วยค่าสถิติไคร้สแควร์ ( $\chi^2$ ) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่า เพศมีความสัมพันธ์กับช่วงเวลาที่สะดวกชมรายการ โดยเพศหญิงและเพศชายสะดวกชมรายการช่วงเวลา 14.00 น.-18.00 น. ส่วนอายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ ไม่มีความสัมพันธ์กับช่วงเวลาที่สะดวกชมรายการ

#### 1.4 ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับระยะเวลาการชมรายการ

ตารางที่ 4.17 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับระยะเวลาการชมรายการ

ปัจจัยส่วนบุคคล	ความถี่ในการชมรายการ			$\chi^2$	df	Sig.
	ต่ำกว่าครึ่งละ 10 นาที	10-30 นาที	30-60 นาที			
<b>เพศ</b>				2.815	2	0.245
หญิง	69	118	48			
ชาย	38	84	43			
<b>อายุ</b>				78.837	8	0.000*
18-33 ปี	22	38	9			
34-41 ปี	38	47	12			
42-49 ปี	35	50	12			
50-57 ปี	10	29	12			
57 ปีขึ้นไป	2	38	46			
<b>การศึกษา</b>				4.983	2	0.083
ต่ำกว่าปริญญาตรี	50	99	32			
ป.ตรี-สูงกว่า	57	103	59			
<b>อาชีพ</b>				10.073	8	0.260
นักเรียน นักศึกษา	19	30	16			
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	25	45	12			
พนักงานบริษัทเอกชน	23	51	31			
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	18	44	21			
รับจ้าง/งานบริการ/พ่อบ้าน/แม่บ้าน/อื่นๆ	22	32	11			
<b>รายได้</b>				7.980	8	0.435
ต่ำกว่า 15,000 บาท	15	42	23			
15,001-20,000 บาท	40	73	24			
20,001-25,000 บาท	22	41	24			
25,001-30,000 บาท	17	23	10			
30,001 บาทขึ้นไป	13	23	10			

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.17 ผลการทดสอบสมมติฐาน ด้วยค่าสถิติไคร้สแควร์ ( $\chi^2$ ) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่า อายุมีความสัมพันธ์กับระยะเวลาการชมรายการ โดยผู้ชมรายการที่มีอายุ 18-57 ปี ชมรายการ ระยะเวลา 10-30 นาที กลุ่มที่มีอายุ 57 ปีขึ้นไป ชมรายการ ระยะเวลา 30-60 นาที ส่วนเพศการศึกษา อาชีพ รายได้ ไม่มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาการชมรายการ

1.5 ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับลักษณะการชมรายการ

ตารางที่ 4.18 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับลักษณะการชมรายการ

ปัจจัยส่วนบุคคล	ลักษณะการชมรายการ			$\chi^2$	df	Sig.
	ติดตามชมตั้งแต่ต้นจนจบรายการ	ติดตามชมรายการสลับกับรายการอื่น ๆ	ติดตามชมเฉพาะช่วงรายการที่สนใจ			
	เพศ	48	71			
หญิง	34	42	89			
ชาย						
อายุ	10	22	37	10.268	8	.247
18-33 ปี	20	25	52			
34-41 ปี	29	21	47			
42-49 ปี	7	18	26			
50-57 ปี	16	27	43			
57 ปีขึ้นไป						
การศึกษา				6.834	2	<b>0.033*</b>
ต่ำกว่าปริญญาตรี	45	41	95			
ป.ตรี-สูงกว่า	37	72	110			
อาชีพ				21.608	8	<b>0.006*</b>
นักเรียน นักศึกษา	6	27	32			
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	28	22	32			
พนักงานบริษัทเอกชน	21	26	58			
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	18	20	45			
รับจ้าง/งานบริการ/ พ่อบ้าน/แม่บ้าน/อื่น ๆ	9	18	38			

ตารางที่ 4.18 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	ลักษณะการชมรายการ			$\chi^2$	df	Sig.
	ติดตามชมตั้งแต่ต้นจนจบรายการ	ติดตามชมรายการสลับกับรายการอื่น ๆ	ติดตามชมเฉพาะช่วงรายการที่สนใจ			
	รายได้					
ต่ำกว่า 15,000 บาท	15	30	35			
15,001-20,000 บาท	28	39	70			
20,001-25,000 บาท	19	21	47			
25,001-30,000 บาท	12	10	28			
30,001 บาทขึ้นไป	8	13	25			

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.18 ผลการทดสอบสมมติฐาน ด้วยค่าสถิติไคร้สแควร์ ( $\chi^2$ ) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่า การศึกษา อาชีพ มีความสัมพันธ์กับลักษณะการชมรายการ โดยผู้ชมรายการที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรีและป.ตรี-สูงกว่า ติดตามชมเฉพาะช่วงรายการที่สนใจ สำหรับผู้ชมรายการทุกอาชีพ ติดตามชมเฉพาะช่วงรายการที่สนใจ ส่วนเพศ อายุ รายได้ ไม่มีความสัมพันธ์กับลักษณะการชมรายการ

#### 1.6 ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับความสนใจเข้าร่วมกิจกรรม

ตารางที่ 4.19 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับความสนใจเข้าร่วมกิจกรรม

ปัจจัยส่วนบุคคล	ลักษณะการชมรายการ			$\chi^2$	df	Sig.
	ติดตามชมตั้งแต่ต้นจนจบรายการ	ติดตามชมรายการสลับกับรายการอื่น ๆ	ติดตามชมเฉพาะช่วงรายการที่สนใจ			
	เพศ					
หญิง	101	44	90			
ชาย	57	20	88			

ตารางที่ 4.19 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	ความสนใจเข้าร่วมกิจกรรม			$\chi^2$	df	Sig.
	สนใจ	ไม่สนใจ	ไม่แน่ใจ			
<b>อายุ</b>				83.420	8	<b>0.000*</b>
18-33 ปี	10	12	47			
34-41 ปี	29	23	45			
42-49 ปี	25	21	51			
50-57 ปี	34	2	15			
57 ปีขึ้นไป	60	6	20			
<b>การศึกษา</b>				1.290	2	0.525
ต่ำกว่าปริญญาตรี	66	30	85			
ป.ตรี-สูงกว่า	92	34	93			
<b>อาชีพ</b>				17.752	8	<b>0.023*</b>
นักเรียน นักศึกษา	32	9	24			
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	19	12	51			
พนักงานบริษัทเอกชน	44	22	39			
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	35	12	36			
รับจ้าง/งานบริการ/พ่อบ้าน/ แม่บ้าน/อื่นๆ	28	9	28			
<b>รายได้</b>				11.535	8	0.173
ต่ำกว่า 15,000 บาท	35	12	33			
15,001-20,000 บาท	54	16	67			
20,001-25,000 บาท	35	15	37			
25,001-30,000 บาท	15	8	27			
30,001 บาทขึ้นไป	19	13	14			

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.19 ผลการทดสอบสมมติฐาน ด้วยค่าสถิติไคร้สแควร์ ( $\chi^2$ ) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่า เพศ อายุ อาชีพ มีความสัมพันธ์กับความสนใจเข้าร่วมกิจกรรม โดยเพศหญิงสนใจเข้าร่วมกิจกรรม เพศชาย ไม่แน่ใจเข้าร่วมกิจกรรม สำหรับ ผู้ชมรายการที่มีอายุ 18-49 ปี



ไม่แน่ใจเข้าร่วมกิจกรรม กลุ่มอายุ 50 ปีขึ้นไป สนใจเข้าร่วมกิจกรรม สำหรับ ผู้ชมรายการที่มีอาชีพ นักเรียน นักศึกษา พนักงานบริษัทเอกชน สนใจเข้าร่วมกิจกรรม กลุ่มอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ประกอบธุรกิจส่วนตัว ไม่แน่ใจเข้าร่วมกิจกรรม ส่วนการศึกษา รายได้ ไม่มีความสัมพันธ์กับความสนใจเข้าร่วมกิจกรรม

### 1.7 ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับเนื้อหารายการเพื่อสุขภาพที่เลือกชม

ตารางที่ 4.20 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับเนื้อหารายการเพื่อสุขภาพที่เลือกชม

ปัจจัยส่วนบุคคล	เนื้อหารายการเพื่อสุขภาพที่เลือกชม					$\chi^2$	df	Sig.
	สุขภาพ ความงาม	สุขภาพกาย	สุขภาพ เด็ก	การแนะนำ เทคโนโลยี ทางการแพทย์ที่ ช่วยรักษาโรค ง่ายขึ้น	อื่น ๆ			
<b>เพศ</b>						13.309	4	<b>0.010*</b>
หญิง	29	47	39	32	<b>88</b>			
ชาย	29	40	40	20	36			
<b>อายุ</b>						104.705	16	<b>0.000*</b>
18-33 ปี	19	19	9	5	17			
34-41 ปี	10	11	38	14	24			
42-49 ปี	7	40	14	4	32			
50-57 ปี	12	10	8	3	18			
57 ปีขึ้นไป	10	7	10	26	33			
<b>การศึกษา</b>						5.964	4	0.202
ต่ำกว่าปริญญาตรี	21	38	44	25	53			
ป.ตรี-สูงกว่า	37	49	35	27	71			
<b>อาชีพ</b>						230.574	16	<b>0.000*</b>
นักเรียน นักศึกษา	28	2	2	1	32			
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	3	55	5	3	16			
พนักงานบริษัทเอกชน	8	6	45	18	28			
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	7	12	16	20	28			
รับจ้าง/งานบริการ/พ่อบ้าน/ แม่บ้าน/อื่น ๆ	12	12	11	10	20			

ตารางที่ 4.20 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	เนื้อหารายการเพื่อสุขภาพที่เลือกชม					$\chi^2$	df	Sig.
	สุขภาพ ความงาม	สุขภาพกาย	สุขภาพเด็ก	การแนะนำ เทคโนโลยี ทางการแพทย์ ที่ช่วยรักษา โรคร้ายขึ้น	อื่น ๆ			
รายได้						14.575	16	0.556
ต่ำกว่า 15,000 บาท	12	21	18	8	21			
15,001-20,000 บาท	23	27	23	14	50			
20,001-25,000 บาท	9	21	18	13	26			
25,001-30,000 บาท	8	8	8	12	14			
30,001 บาทขึ้นไป	6	10	12	5	13			

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.20 ผลการทดสอบสมมติฐาน ด้วยค่าสถิติไคร้สแควร์ ( $\chi^2$ ) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่า เพศ อายุ อาชีพ มีความสัมพันธ์กับเนื้อหารายการเพื่อสุขภาพที่เลือกชม โดยผู้ชมรายการเพศหญิงเลือกชมเนื้อหารายการเพื่อสุขภาพอื่น ๆ เพศชาย เลือกชมเนื้อหารายการเพื่อสุขภาพกายและสุขภาพเด็ก สำหรับ ผู้ชมรายการอายุ 18-33 ปี เลือกชมเนื้อหารายการเพื่อสุขภาพความงาม สุขภาพกาย กลุ่มอายุ 34-41 เลือกชมเนื้อหารายการเพื่อสุขภาพเด็ก กลุ่มอายุ 42-49 เลือกชมเนื้อหารายการเพื่อสุขภาพกาย กลุ่มอายุ 50 ปีขึ้นไป เลือกชมเนื้อหารายการประเภทอื่น ๆ สำหรับ ผู้ชมที่มีอาชีพนักเรียน นักศึกษา ประกอบธุรกิจส่วนตัว รับจ้าง/งานบริการ/พ่อบ้าน/แม่บ้าน/อื่น ๆ เลือกชมเนื้อหารายการประเภทอื่น ๆ กลุ่มที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ เลือกชมเนื้อหารายการเพื่อสุขภาพกาย กลุ่มที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน เลือกชมเนื้อหารายการเพื่อสุขภาพเด็ก ส่วนการศึกษา รายได้ ไม่มีความสัมพันธ์กับเนื้อหารายการเพื่อสุขภาพที่เลือกชม

2. ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของรายการเพื่อสุขภาพว่ามีอิทธิพลต่อการรับชมรายการเพื่อสุขภาพ แตกต่างกัน

2.1 ผู้ชมรายการเพศหญิงและเพศชาย มีความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของรายการเพื่อสุขภาพว่ามีอิทธิพลต่อการรับชมรายการเพื่อสุขภาพ แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.21 เปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของรายการเพื่อสุขภาพ ระหว่างเพศชาย และเพศหญิง

องค์ประกอบ	เพศ	n	$\bar{X}$	S.D.	t	p-value
1. รูปแบบรายการ	หญิง	235	3.78	0.49	15.428	<b>0.000*</b>
	ชาย	165	3.00	0.51		
2. เนื้อหาสาระ	หญิง	235	3.43	0.69	3.853	<b>0.000*</b>
	ชาย	165	3.16	0.68		
3. ผู้ดำเนินรายการ	หญิง	235	3.36	0.57	-1.782	0.076
	ชาย	165	3.46	0.56		
4. การมีส่วนร่วม	หญิง	235	3.36	0.66	-2.386	<b>0.018*</b>
	ชาย	165	3.53	0.71		
องค์ประกอบโดยรวม	หญิง	235	3.48	0.42	4.546	<b>0.000*</b>
	ชาย	165	3.29	0.42		

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.21 ผลการทดสอบสมมติฐาน ด้วยค่าสถิติ t-test โดยวิธี Independent Sample t-test ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่า ผู้ชมรายการเพศหญิงและเพศชาย มีความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบโดยรวมของรายการเพื่อสุขภาพว่ามีอิทธิพลต่อการรับชมรายการเพื่อสุขภาพ แตกต่างกัน โดยเพศหญิงมีอิทธิพลมากกว่าเพศชาย และเมื่อทดสอบองค์ประกอบของรายการเป็นรายด้านพบว่า มีความคิดเห็นในองค์ประกอบของรายการเพื่อสุขภาพด้านรูปแบบรายการ ด้านเนื้อหาสาระว่ามีอิทธิพลต่อการรับชมรายการเพื่อสุขภาพ แตกต่างกัน โดยเพศหญิงมีอิทธิพลมากกว่าเพศชาย และด้านการมีส่วนร่วมว่ามีอิทธิพลต่อการรับชมรายการเพื่อสุขภาพ แตกต่างกัน โดยเพศชายมีอิทธิพลมากกว่าเพศหญิง และไม่พบความแตกต่างในความคิดเห็นในองค์ประกอบของรายการเพื่อสุขภาพด้านผู้ดำเนินรายการ

2.2 ผู้ชมรายการที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของรายการเพื่อสุขภาพว่ามีอิทธิพลต่อการรับชมรายการเพื่อสุขภาพ แตกต่างกัน

**ตารางที่ 4.22** การวิเคราะห์ความแปรปรวนค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของรายการเพื่อ  
สุขภาพ ในระดับอายุต่าง ๆ

องค์ประกอบ	แหล่งความแปรปรวน	Sum of Squares	df	Mean Square	F	p-value
1. รูปแบบรายการ	ระหว่างกลุ่ม	0.905	4	0.226	0.570	0.685
	ภายในกลุ่ม	156.789	395	0.397		
	รวม	157.694	399			
2. เนื้อหาสาระ	ระหว่างกลุ่ม	3.897	4	0.974	2.004	0.093
	ภายในกลุ่ม	192.032	395	0.486		
	รวม	195.929	399			
3. ผู้ดำเนินรายการ	ระหว่างกลุ่ม	1.176	4	0.294	0.899	0.464
	ภายในกลุ่ม	129.144	395	0.327		
	รวม	130.320	399			
4. การมีส่วนร่วม	ระหว่างกลุ่ม	3.789	4	0.947	2.039	0.088
	ภายในกลุ่ม	183.515	395	0.465		
	รวม	187.304	399			
องค์ประกอบโดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	1.267	4	0.317	1.707	0.148
	ภายในกลุ่ม	73.297	395	0.186		
	รวม	74.564	399			

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.22 ผลการทดสอบสมมติฐาน ด้วยค่าสถิติ F-test โดยวิธี One-way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่า ผู้ชมรายการที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบโดยรวมของรายการเพื่อสุขภาพว่ามีอิทธิพลต่อการรับชมรายการเพื่อสุขภาพ ไม่แตกต่างกัน เมื่อทดสอบองค์ประกอบของรายการเป็นรายด้าน พบว่า มีความคิดเห็นในองค์ประกอบของรายการเพื่อสุขภาพด้านรูปแบบรายการ ด้านเนื้อหาสาระ ด้านผู้ดำเนินรายการและด้านการมีส่วนร่วมว่ามีอิทธิพลต่อการรับชมรายการเพื่อสุขภาพ ไม่แตกต่างกัน

2.3 ผู้ชมรายการที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของรายการเพื่อสุขภาพว่ามีอิทธิพลต่อการรับชมรายการเพื่อสุขภาพ แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.23 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของรายการเพื่อสุขภาพ ระหว่าง การศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีและตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไป

องค์ประกอบ	ระดับการศึกษา	n	$\bar{X}$	S.D.	t	p-value
1. รูปแบบรายการ	ต่ำกว่าปริญญา	181	3.47	0.66	0.328	0.743
	ป.ตรี-สูงกว่า	219	3.45	0.60		
2. เนื้อหาสาระ	ต่ำกว่าปริญญา	181	3.40	0.70	1.978	<b>0.049*</b>
	ป.ตรี-สูงกว่า	219	3.26	0.69		
3. ผู้ดำเนินรายการ	ต่ำกว่าปริญญา	181	3.44	0.58	1.161	0.247
	ป.ตรี-สูงกว่า	219	3.37	0.56		
4. การมีส่วนร่วม	ต่ำกว่าปริญญา	181	3.49	0.69	1.643	0.101
	ป.ตรี-สูงกว่า	219	3.38	0.67		
องค์ประกอบโดยรวม	ต่ำกว่าปริญญา	181	3.45	0.43	1.958	0.051
	ป.ตรี-สูงกว่า	219	3.36	0.43		

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.23 ผลการทดสอบสมมติฐาน ด้วยค่าสถิติ t-test โดยวิธี Independent Sample t-test ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่า ผู้ชมรายการที่มีการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบโดยรวมของรายการเพื่อสุขภาพว่ามีอิทธิพลต่อการรับชมรายการเพื่อสุขภาพ ไม่แตกต่างกัน เมื่อทดสอบองค์ประกอบของรายการเป็นรายด้าน พบว่า มีความคิดเห็นในองค์ประกอบของรายการเพื่อสุขภาพ ด้านเนื้อหาสาระ ว่ามีอิทธิพลต่อการรับชมรายการเพื่อสุขภาพแตกต่างกัน โดยระดับต่ำกว่าปริญญาตรีมีอิทธิพลมากกว่าระดับป.ตรี-สูงกว่า และไม่พบความแตกต่างในความคิดเห็นในองค์ประกอบของรายการเพื่อสุขภาพด้านรูปแบบรายการ ผู้ดำเนินรายการ ด้านการมีส่วนร่วม

2.4 ผู้ชมรายการที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของรายการเพื่อสุขภาพว่ามีอิทธิพลต่อการรับชมรายการเพื่อสุขภาพ แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.24 การวิเคราะห์ความแปรปรวนค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของรายการเพื่อ  
สุขภาพ ในอาชีพต่าง ๆ

องค์ประกอบ	แหล่งความแปรปรวน	Sum of Squares	df	Mean Square	F	p-value
1. รูปแบบรายการ	ระหว่างกลุ่ม	0.483	4	0.121	0.303	0.876
	ภายในกลุ่ม	157.211	395	0.398		
	รวม	157.694	399			
2. เนื้อหาสาระ	ระหว่างกลุ่ม	3.350	4	0.838	1.718	0.145
	ภายในกลุ่ม	192.579	395	0.488		
	รวม	195.929	399			
3. ผู้ดำเนินรายการ	ระหว่างกลุ่ม	.553	4	0.138	0.421	0.794
	ภายในกลุ่ม	129.767	395	0.329		
	รวม	130.320	399			
4. การมีส่วนร่วม	ระหว่างกลุ่ม	3.435	4	0.859	1.845	0.120
	ภายในกลุ่ม	183.870	395	0.465		
	รวม	187.304	399			
องค์ประกอบโดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	0.718	4	0.180	0.960	0.429
	ภายในกลุ่ม	73.846	395	0.187		
	รวม	74.564	399			

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.24 ผลการทดสอบสมมติฐาน ด้วยค่าสถิติ F-test โดยวิธี One-way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่า ผู้ชมรายการที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบโดยรวมของรายการเพื่อสุขภาพว่ามีอิทธิพลต่อการรับชมรายการเพื่อสุขภาพ ไม่แตกต่างกัน เมื่อทดสอบองค์ประกอบของรายการเป็นรายด้าน พบว่า มีความคิดเห็นในองค์ประกอบของรายการเพื่อสุขภาพด้านรูปแบบรายการ ด้านเนื้อหาสาระ ด้านผู้ดำเนินรายการและด้านการมีส่วนร่วม ไม่แตกต่างกัน ว่ามีอิทธิพลต่อการรับชมรายการเพื่อสุขภาพ ไม่แตกต่างกัน

2.5 ผู้ชมรายการที่มีรายได้ต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของรายการเพื่อสุขภาพว่ามีอิทธิพลต่อการรับชมรายการเพื่อสุขภาพ แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.25 การวิเคราะห์ความแปรปรวนค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของรายการเพื่อ  
สุขภาพ ในระดับรายได้ต่าง ๆ

องค์ประกอบ	แหล่งความแปรปรวน	Sum of Squares	df	Mean Square	F	p-value
1. รูปแบบรายการ	ระหว่างกลุ่ม	5.148	4	1.287	3.333	<b>0.011*</b>
	ภายในกลุ่ม	152.545	395	0.386		
	รวม	157.694	399			
2. เนื้อหาสาระ	ระหว่างกลุ่ม	2.630	4	0.657	1.344	0.253
	ภายในกลุ่ม	193.299	395	0.489		
	รวม	195.929	399			
3. ผู้ดำเนินรายการ	ระหว่างกลุ่ม	0.165	4	4.127E-02	0.125	0.973
	ภายในกลุ่ม	130.155	395	0.330		
	รวม	130.320	399			
4. การมีส่วนร่วม	ระหว่างกลุ่ม	1.362	4	0.340	0.723	0.576
	ภายในกลุ่ม	185.943	395	0.471		
	รวม	187.304	399			
องค์ประกอบโดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	0.962	4	0.241	1.291	0.273
	ภายในกลุ่ม	73.602	395	0.186		
	รวม	74.564	399			

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.25 ผลการทดสอบสมมติฐาน ด้วยค่าสถิติ F-test โดยวิธี One-way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่า ผู้ชมรายการที่มีรายได้ต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบโดยรวมของรายการเพื่อสุขภาพว่ามีอิทธิพลต่อการรับชมรายการเพื่อสุขภาพ ไม่แตกต่างกัน เมื่อทดสอบองค์ประกอบของรายการเป็นรายด้าน พบว่า มีความคิดเห็นในองค์ประกอบของรายการเพื่อสุขภาพด้านรูปแบบรายการ ว่ามีอิทธิพลต่อการรับชมรายการเพื่อสุขภาพ แตกต่างกัน และไม่พบความแตกต่างในความคิดเห็นในองค์ประกอบของรายการเพื่อสุขภาพด้านเนื้อหาสาระ ผู้ดำเนินรายการ ด้านการมีส่วนร่วม สำหรับด้านที่แตกต่างกันจึงทำการทดสอบค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเป็นรายคู่ด้วยวิธี L.S.D. ดังตารางที่ 4.25.1

ตารางที่ 4.26 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของรายการเพื่อสุขภาพด้านรูปแบบรายการ เป็นรายคู่ ในระดับรายได้ต่าง ๆ

รายได้	$\bar{X}$	ต่ำกว่า 15,000 บาท	15,001-20,000 บาท	20,001-25,000 บาท	25,001-30,000 บาท	30,001 บาทขึ้นไป
		3.44	3.47	3.39	3.32	3.74
ต่ำกว่า 15,000 บาท	3.44	-	-0.03	0.05	0.12	-0.30
(p-value)			(0.789)	(0.542)	(0.251)	<b>(0.011*)</b>
15,001-20,000 บาท	3.47	0.03	-	0.08	0.15	-0.27
(p-value)		(0.789)		(0.336)	(0.139)	<b>(0.011*)</b>
20,001-25,000 บาท	3.39	-0.05	-0.08	-	0.07	-0.35
(p-value)		(0.542)	(0.336)		(0.526)	<b>(0.002*)</b>
25,001-30,000 บาท	3.32	-0.12	-0.15	-0.07	-	-0.42
(p-value)		(0.251)	(0.139)	(0.526)		<b>(0.001*)</b>
30,001 บาทขึ้นไป	3.74	0.30	0.27	0.35	0.42	-
(p-value)		<b>(0.011*)</b>	<b>(0.011*)</b>	<b>(0.002*)</b>	<b>(0.001*)</b>	

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.26 พบว่า ผู้ชมรายการที่มีรายได้ 30,001 บาทขึ้นไปต่อเดือน มีความเห็นว่างค์ประกอบของรายการเพื่อสุขภาพด้านรูปแบบรายการ มีอิทธิพลต่อการรับชมรายการมากกว่ากลุ่มที่มีรายได้ไม่เกิน 30,000 บาทต่อเดือน



## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

งานวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการชมรายการเพื่อสุขภาพ ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร” เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูล เพื่อสรุปการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะตามลำดับดังต่อไปนี้

#### 5.1 สรุปผลการวิจัย

##### ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง ที่รับชมรายการเพื่อสุขภาพ LOVE & CARE ส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง มากกว่า เพศชาย ส่วนใหญ่ มีอายุ 34-41 ปี และ 42-49 ปี ในสัดส่วนเท่ากัน มีระดับการศึกษาปริญญาตรี-สูงกว่าปริญญา ส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ 15,001-20,000 บาทต่อเดือน

##### พฤติกรรมเปิดรับชมรายการเพื่อสุขภาพ LOVE & CARE

กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่ รับชมรายการ LOVE & CARE บ่อย (2 ครั้งต่อเดือน) และสะดวกชมรายการในวันพุธ ช่วงเวลา 14.00 น.-18.00 น. ในแต่ละครั้งกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับชมเป็นระยะเวลา 10-30 นาที และมักจะติดตามชมเฉพาะช่วงรายการที่สนใจ ผลการศึกษาความสนใจเมื่อทางรายการจัดกิจกรรมเกี่ยวกับการรักษาสุขภาพ พบว่า กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่ ไม่แน่ใจในการเข้าร่วมกิจกรรมหากทางรายการจัดกิจกรรมเกี่ยวกับการรักษาสุขภาพ

##### ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับชมรายการเพื่อสุขภาพ

ปัจจัยองค์ประกอบรายการเพื่อสุขภาพ LOVE & CARE มีอิทธิพลต่อการรับชมรายการเพื่อสุขภาพ LOVE & CARE ในระดับปานกลาง โดยรูปแบบรายการ มีอิทธิพลต่อการรับชมรายการเพื่อสุขภาพ LOVE & CARE มากที่สุด และมีอิทธิพลต่อการรับชมรายการ ในระดับปานกลาง รองลงมา คือ การมีส่วนร่วม โดยมีอิทธิพลต่อการรับชมรายการ ในระดับปานกลาง ส่วนปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับชมรายการ น้อยที่สุด คือ เนื้อหาสาระ โดยมีอิทธิพลต่อการรับชมรายการ ในระดับปานกลาง เมื่อศึกษาในปัจจัยองค์ประกอบรายการ ในแต่ละด้าน ปรากฏผลดังนี้

รูปแบบรายการ พบว่า มีอิทธิพลต่อการรับชมรายการเพื่อสุขภาพ LOVE & CARE ในระดับปานกลาง โดยรูปแบบรายการสัมภาษณ์และตอบปัญหาเกี่ยวกับสุขภาพมีความเหมาะสมกับผู้ชม มีอิทธิพลต่อการรับชมรายการเพื่อสุขภาพ LOVE & CARE มากที่สุด และมีอิทธิพลต่อการ

รับชมรายการ ในระดับปานกลาง ส่วนปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับชมรายการ น้อยที่สุด คือ รูปแบบรายการให้ถาม-ตอบเกี่ยวกับข้อมูลด้านสุขภาพ ช่วยเพิ่มความเข้าใจในเนื้อหามากยิ่งขึ้น โดยมีอิทธิพลต่อการรับชมรายการ ในระดับปานกลาง

**เนื้อหาสาระรายการ พบว่า** มีอิทธิพลต่อการรับชมรายการเพื่อสุขภาพ LOVE & CARE ในระดับปานกลาง โดยเนื้อหาสาระเป็นประโยชน์ต่อผู้ชม มีอิทธิพลต่อการรับชมรายการเพื่อสุขภาพ LOVE & CARE มากที่สุด และมีอิทธิพลต่อการรับชมรายการ ในระดับปานกลาง ส่วนปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับชมรายการ น้อยที่สุด คือ เนื้อหาสาระรายการมีความทันสมัยและตรงกับความต้องการของผู้ชม โดยมีอิทธิพลต่อการรับชมรายการ ในระดับปานกลาง

**ผู้ดำเนินรายการ พบว่า** มีอิทธิพลต่อการรับชมรายการเพื่อสุขภาพ LOVE & CARE ในระดับปานกลาง โดยผู้ดำเนินรายการมีความเป็นกันเองกับผู้ชม มีอิทธิพลต่อการรับชมรายการเพื่อสุขภาพ LOVE & CARE มากที่สุด และมีอิทธิพลต่อการรับชมรายการ ในระดับมาก ส่วนปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับชมรายการ น้อยที่สุด คือ ผู้ดำเนินรายการมีบุคลิกภาพที่ดี โดยมีอิทธิพลต่อการรับชมรายการ ในระดับปานกลาง

**การมีส่วนร่วม พบว่า** มีอิทธิพลต่อการรับชมรายการเพื่อสุขภาพ LOVE & CARE ในระดับปานกลาง โดยการมีส่วนร่วมของผู้ชมรายการควรกระทำได้ตลอดทั้งรายการ มีอิทธิพลต่อการรับชมรายการเพื่อสุขภาพ LOVE & CARE มากที่สุด และมีอิทธิพลต่อการรับชมรายการ ในระดับมาก ส่วนปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับชมรายการ น้อยที่สุด คือ เทคโนโลยีที่ใช้รองรับการสื่อสารจากผู้ชมมีความเหมาะสม โดยมีอิทธิพลต่อการรับชมรายการ ในระดับปานกลาง

#### ผลการทดสอบสมมติฐาน

##### 1. ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการรับชมรายการเพื่อสุขภาพ

###### 1.1 ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการชมรายการ

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า อายุมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการชมรายการ โดยผู้ชมรายการอายุ 18-49 ปี ชมรายการบ่อย (2 ครั้งต่อเดือนหรือน้อยกว่า) และกลุ่มอายุ 50 ปีขึ้นไป ชมรายการบ่อยมาก (4 ครั้งต่อเดือน) ส่วนเพศ การศึกษา อาชีพ รายได้ ไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการชมรายการ

###### 1.2 ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับวันที่สะดวกชมรายการ

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า อายุ อาชีพ มีความสัมพันธ์กับวันที่สะดวกชมรายการ โดยผู้ชมที่มีอายุ 18-41 ปี สะดวกชมรายการวันพุธ-ศุกร์ กลุ่มอายุ 42-57 สะดวกชมรายการวันเสาร์-อาทิตย์ กลุ่มอายุ 57 ปีขึ้นไป สะดวกชมรายการวันจันทร์-อังคาร สำหรับ ผู้ชมรายการที่มี

อาชีพนักเรียน นักศึกษาและข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ สะดวกชมรายการ วันเสาร์-อาทิตย์ กลุ่มอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน และ ประกอบธุรกิจส่วนตัว สะดวกชมรายการวันพุธ-ศุกร์ กลุ่มอาชีพรับจ้าง/งานบริการ/พ่อบ้าน/แม่บ้าน/อื่น ๆ สะดวกชมรายการวันพุธ-อาทิตย์ ส่วนเพศ การศึกษา รายได้ ไม่มีความสัมพันธ์กับวันที่สะดวกชมรายการ

### 1.3 ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับช่วงเวลาที่สะดวกชมรายการ

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า เพศมีความสัมพันธ์กับช่วงเวลาที่สะดวกชมรายการ โดยเพศหญิงและเพศชาย สะดวกชมรายการช่วงเวลา 14.00 น.-18.00 น. ส่วนอายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ ไม่มีความสัมพันธ์กับช่วงเวลาที่สะดวกชมรายการ

### 1.4 ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับระยะเวลาการชมรายการ

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า อายุมีความสัมพันธ์กับระยะเวลาการชมรายการ โดยผู้ชมรายการที่มีอายุ 18-57 ปี ชมรายการ ระยะเวลา 10-30 นาที กลุ่มที่มีอายุ 57 ปีขึ้นไป ชมรายการ ระยะเวลา 30-60 นาที ส่วนเพศ การศึกษา อาชีพ รายได้ ไม่มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาการชมรายการ

### 1.5 ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับลักษณะการชมรายการ

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า การศึกษา อาชีพ มีความสัมพันธ์กับลักษณะการชมรายการ โดยผู้ชมรายการที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรีและป.ตรี-สูงกว่า ติดตามชมเฉพาะช่วงรายการที่สนใจ สำหรับผู้ชมรายการทุกอาชีพ ติดตามชมเฉพาะช่วงรายการที่สนใจ ส่วนเพศ อายุ รายได้ ไม่มีความสัมพันธ์กับลักษณะการชมรายการ

### 1.6 ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับความสนใจเข้าร่วมกิจกรรม

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า เพศ อายุ อาชีพ มีความสัมพันธ์กับความสนใจเข้าร่วมกิจกรรม โดยเพศหญิงสนใจเข้าร่วมกิจกรรม เพศชาย ไม่แน่ใจเข้าร่วมกิจกรรม สำหรับ ผู้ชมรายการที่มีอายุ 18-49 ปี ไม่แน่ใจเข้าร่วมกิจกรรม กลุ่มอายุ 50 ปีขึ้นไป สนใจเข้าร่วมกิจกรรม สำหรับ ผู้ชมรายการที่มีอาชีพนักเรียน นักศึกษา พนักงานบริษัทเอกชน สนใจเข้าร่วมกิจกรรม กลุ่มอาชีพ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ประกอบธุรกิจส่วนตัว ไม่แน่ใจเข้าร่วมกิจกรรม ส่วนการศึกษา รายได้ ไม่มีความสัมพันธ์กับความสนใจเข้าร่วมกิจกรรม

### 1.7 ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับเนื้อหารายการเพื่อสุขภาพที่เลือกชม

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า เพศ อายุ อาชีพ มีความสัมพันธ์กับเนื้อหารายการเพื่อสุขภาพที่เลือกชม โดยผู้ชมรายการเพศหญิงเลือกชมเนื้อหารายการเพื่อสุขภาพอื่น ๆ เพศชาย เลือกชมเนื้อหารายการเพื่อสุขภาพกายและสุขภาพเด็ก สำหรับ ผู้ชมรายการอายุ 18-33 ปี เลือกชม

เนื้อหารายการเพื่อสุขภาพความงาม สุขภาพกาย กลุ่มอายุ 34-41 เลือกชมเนื้อหารายการเพื่อสุขภาพเด็ก กลุ่มอายุ 42-49 เลือกชมเนื้อหารายการเพื่อสุขภาพกาย กลุ่มอายุ 50 ปีขึ้นไป เลือกชมเนื้อหารายการประเภทอื่น ๆ สำหรับ ผู้ชมที่มีอาชีพนักเรียน นักศึกษา ประกอบธุรกิจส่วนตัว รับจ้าง/งานบริการ/พ่อบ้าน/แม่บ้าน/อื่น ๆ เลือกชมเนื้อหารายการประเภทอื่น ๆ กลุ่มที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ เลือกชมเนื้อหารายการเพื่อสุขภาพกาย กลุ่มที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน เลือกชมเนื้อหารายการเพื่อสุขภาพเด็ก ส่วนการศึกษา รายได้ ไม่มีความสัมพันธ์กับเนื้อหารายการเพื่อสุขภาพที่เลือกชม

2. ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของรายการเพื่อสุขภาพว่ามีอิทธิพลต่อการรับชมรายการเพื่อสุขภาพ แตกต่างกัน

2.1 ผู้ชมรายการเพศหญิงและเพศชาย มีความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของรายการเพื่อสุขภาพว่ามีอิทธิพลต่อการรับชมรายการเพื่อสุขภาพ แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้ชมรายการเพศหญิงและเพศชาย มีความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบโดยรวมของรายการเพื่อสุขภาพว่ามีอิทธิพลต่อการรับชมรายการเพื่อสุขภาพ แตกต่างกัน เมื่อทดสอบองค์ประกอบของรายการเป็นรายด้าน พบว่า มีความคิดเห็นในองค์ประกอบของรายการเพื่อสุขภาพด้านรูปแบบรายการ ด้านเนื้อหาสาระ และด้านการมีส่วนร่วม ว่ามีอิทธิพลต่อการรับชมรายการเพื่อสุขภาพ แตกต่างกัน และไม่พบความแตกต่างในความคิดเห็นในองค์ประกอบของรายการเพื่อสุขภาพด้านผู้ดำเนินรายการ

2.2 ผู้ชมรายการที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของรายการเพื่อสุขภาพว่ามีอิทธิพลต่อการรับชมรายการเพื่อสุขภาพ แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้ชมรายการที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบโดยรวมของรายการเพื่อสุขภาพว่ามีอิทธิพลต่อการรับชมรายการเพื่อสุขภาพ ไม่แตกต่างกัน เมื่อทดสอบองค์ประกอบของรายการเป็นรายด้าน พบว่า มีความคิดเห็นในองค์ประกอบของรายการเพื่อสุขภาพด้านรูปแบบรายการ ด้านเนื้อหาสาระ ด้านผู้ดำเนินรายการและด้านการมีส่วนร่วม ว่ามีอิทธิพลต่อการรับชมรายการเพื่อสุขภาพ ไม่แตกต่างกัน

2.3 ผู้ชมรายการที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของรายการเพื่อสุขภาพว่ามีอิทธิพลต่อการรับชมรายการเพื่อสุขภาพ แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้ชมรายการที่มีการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบโดยรวมของรายการเพื่อสุขภาพว่ามีอิทธิพลต่อการรับชมรายการเพื่อสุขภาพ ไม่แตกต่างกัน เมื่อทดสอบองค์ประกอบของรายการเป็นรายด้าน พบว่า มีความคิดเห็นในองค์ประกอบของ

รายการเพื่อสุขภาพ ด้านเนื้อหาสาระ ว่ามีอิทธิพลต่อการรับชมรายการเพื่อสุขภาพ แตกต่างกัน และไม่พบความแตกต่างในความคิดเห็นในองค์ประกอบของรายการเพื่อสุขภาพด้านรูปแบบรายการ ผู้ดำเนินรายการ ด้านการมีส่วนร่วม

2.4 ผู้ชมรายการที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของรายการเพื่อสุขภาพว่ามีอิทธิพลต่อการรับชมรายการเพื่อสุขภาพ แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้ชมรายการที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบโดยรวมของรายการเพื่อสุขภาพว่ามีอิทธิพลต่อการรับชมรายการเพื่อสุขภาพ ไม่แตกต่างกัน เมื่อทดสอบองค์ประกอบของรายการเป็นรายด้าน พบว่า มีความคิดเห็นในองค์ประกอบของรายการเพื่อสุขภาพด้านรูปแบบรายการ ด้านเนื้อหาสาระ ด้านผู้ดำเนินรายการและด้านการมีส่วนร่วมไม่แตกต่างกัน ว่ามีอิทธิพลต่อการรับชมรายการเพื่อสุขภาพ ไม่แตกต่างกัน

2.5 ผู้ชมรายการที่มีรายได้ต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของรายการเพื่อสุขภาพว่ามีอิทธิพลต่อการรับชมรายการเพื่อสุขภาพ แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้ชมรายการที่มีรายได้ต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบโดยรวมของรายการเพื่อสุขภาพว่ามีอิทธิพลต่อการรับชมรายการเพื่อสุขภาพ ไม่แตกต่างกัน เมื่อทดสอบองค์ประกอบของรายการเป็นรายด้าน พบว่า มีความคิดเห็นในองค์ประกอบของรายการเพื่อสุขภาพด้านรูปแบบรายการ ว่ามีอิทธิพลต่อการรับชมรายการเพื่อสุขภาพ แตกต่างกัน และไม่พบความแตกต่างในความคิดเห็นในองค์ประกอบของรายการเพื่อสุขภาพด้านเนื้อหาสาระ ผู้ดำเนินรายการ ด้านการมีส่วนร่วม

## 5.2 การอภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการชมรายการเพื่อสุขภาพ LOVE & CARE ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ครั้งนี้ปรากฏผลการศึกษาที่สามารถนำมาอภิปรายผลได้ ดังนี้

ผู้ชมรายการเพื่อสุขภาพ LOVE & CARE เป็นเพศหญิง มากกว่าเพศชาย เนื่องจากเพศหญิงมีความสนใจในสุขภาพมากกว่าเพศชาย จึงทำให้เพศหญิงสนใจรายการเพื่อสุขภาพมากกว่า สำหรับพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการเพื่อสุขภาพ LOVE & CARE ผู้ชมรายการ ส่วนใหญ่เปิดรับชมเป็นระยะเวลา 10-30 นาที และมักจะติดตามชมเฉพาะช่วงรายการที่สนใจ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุภากรณ์ พรหมศิริราช เรื่อง ความพึงพอใจของผู้ชมรายการสุขภาพกับการดูแลตนเอง ซึ่งผู้ชมรายการจะมีพฤติกรรมชมเฉพาะบางช่วงที่น่าสนใจ ในระยะเวลา 10-20 นาที เนื่องจากผู้รับ

สารจะเลือกสนใจหรือเปิดรับข่าวสารที่สอดคล้องกับความคิดเห็นหรือความสนใจเดิมที่มีอยู่ และพยายามที่จะหลีกเลี่ยงข่าวสารที่ไม่สอดคล้องกับทัศนคติ และความคิดเห็นเดิมของตน โดยจะแสวงหาข่าวสารที่สอดคล้องกับความคิดของตนเอง จึงทำให้ผู้ชมรายการมีพฤติกรรมติดตามชมเฉพาะช่วงรายการที่ตนเองสนใจ

จากการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับชมรายการเพื่อสุขภาพ พบว่า องค์ประกอบรายการเพื่อสุขภาพ LOVE & CARE มีอิทธิพลต่อการรับชมรายการเพื่อสุขภาพ LOVE & CARE ในระดับปานกลาง โดยรูปแบบรายการ มีอิทธิพลต่อการรับชมรายการเพื่อสุขภาพ LOVE & CARE มากที่สุด และมีอิทธิพลต่อการรับชมรายการในระดับปานกลางเนื่องจากรูปแบบรายการเป็นองค์ประกอบหนึ่งของการจัดรายการวิทยุและสอดคล้องกับแนวคิดของมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช ซึ่งได้กล่าวไว้ว่า ประเภทและรูปแบบรายการ หมายถึง วิธีการและลีลาการเสนอเนื้อหารายการและสิ่งที่อยู่ในรายการวิทยุโทรทัศน์ ดังนั้น รูปแบบการจัดรายการ จึงมีความสำคัญกับการรับชมรายการ

จากการศึกษารูปแบบรายการ พบว่า รูปแบบรายการสัมภาษณ์และตอบปัญหาเกี่ยวกับสุขภาพมีความเหมาะสมกับผู้ชม มีอิทธิพลต่อการรับชมรายการเพื่อสุขภาพ LOVE & CARE มากที่สุด และมีอิทธิพลต่อการรับชมรายการ ในระดับปานกลาง โดยสอดคล้องกับทฤษฎีของมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช โดยผู้สัมภาษณ์จะต้องเตรียมคำถามเป็นชุด ๆ เพื่อให้สามารถป้อนคำถามได้อย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งสามารถรับคำถามให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลง ในเนื้อหาของผู้ให้สัมภาษณ์ได้ ซึ่งจะทำให้รายการน่าสนใจ ทำให้ผู้ชมมารับชมรายการมากยิ่งขึ้น เนื้อหาในการสัมภาษณ์และตอบปัญหาจะต้องเป็นเหตุการณ์ในปัจจุบัน และเป็นเรื่อง que ผู้ชมรายการสนใจ

จากการศึกษาองค์ประกอบด้านเนื้อหาสาระรายการ พบว่า มีอิทธิพลต่อการรับชมรายการเพื่อสุขภาพ LOVE & CARE ในระดับปานกลาง โดยเนื้อหาสาระเป็นประโยชน์ต่อผู้ชม มีอิทธิพลต่อการรับชมรายการเพื่อสุขภาพ LOVE & CARE มากที่สุด และสอดคล้องกับแนวคิดของ วิชัย ตั้งวรรชธรรม ที่ได้กล่าวไว้ว่า รายการโทรทัศน์เพื่อการศึกษาที่ดีนั้นจะต้องมีเนื้อหารายการที่น่าสนใจสามารถนำไปใช้ประโยชน์และนำไปปฏิบัติได้ ทำให้ผู้ชมรายการทราบถึงประโยชน์ที่ได้รับจากรายการ จึงติดตามชมรายการอย่างต่อเนื่อง

จากการศึกษาองค์ประกอบด้านผู้ดำเนินรายการ พบว่า มีอิทธิพลต่อการรับชมรายการเพื่อสุขภาพ LOVE & CARE ในระดับปานกลาง โดยผู้ดำเนินรายการมีความเป็นกันเองกับผู้ชม มีอิทธิพลต่อการรับชมรายการเพื่อสุขภาพ LOVE & CARE มากที่สุด และมีอิทธิพลต่อการรับชมรายการในระดับมาก เนื่องจากผู้ดำเนินรายการ เป็นตัวประสานระหว่างกลุ่มผู้ชมรายการวิทยุโทรทัศน์กับผู้ผลิตรายการ และเป็นผู้เชื่อมเนื้อหาของรายการให้สมบูรณ์ครบถ้วนซึ่งเป็นแนวคิดของ วิชัย ตั้งวรรชธรรม

ได้กล่าวไว้ ดังนั้น หากผู้ดำเนินรายการมีบุคลิกที่ดี และมีการใช้เสียงพูดที่เหมาะสม ก็จะสามารถสร้างความน่าสนใจให้กับผู้ชมรายการ มากขึ้น

จากการศึกษาองค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วม พบว่า มีอิทธิพลต่อการรับชมรายการเพื่อสุขภาพ LOVE & CARE ในระดับปานกลาง โดยการมีส่วนร่วมของผู้ชมรายการควรกระทำได้อย่างต่อเนื่องทั้งรายการ มีอิทธิพลต่อการรับชมรายการเพื่อสุขภาพ LOVE & CARE มากที่สุด และมีอิทธิพลต่อการรับชมรายการ ในระดับมาก เพราะการให้ผู้ชมรายการมีส่วนร่วมได้อย่างต่อเนื่อง จะสร้างความสนใจให้กับผู้ชมรายการและติดตามตลอดทั้งรายการ ซึ่งผู้ดำเนินรายการต้องมีความสำรวมและไม่ถูกผู้ชมด้วยการตั้งคำถามที่ตื้นจนเกินไป จึงต้องมีการควบคุมมิให้ผู้ร่วมรายการส่งเสียงดังจนเกินไป เพราะอาจรบกวนสมาธิของผู้ชมรายการท่านอื่น ๆ ดังนั้น จะเห็นได้ว่า การได้มีส่วนร่วมของผู้ชมรายการ จะสร้างความน่าสนใจให้กับรายการด้วย ทำให้ผู้ชมรายการท่านอื่น ๆ ได้รับความรู้และประโยชน์จากรายการดังกล่าว

จากการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลกับความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการรับชมรายการเพื่อสุขภาพ ได้ผลการศึกษาดังนี้

อายุมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการชมรายการ และระยะเวลาการชมรายการ โดยผู้ชมรายการที่มีอายุมากกว่า จะชมรายการบ่อยกว่าและนานกว่า กลุ่มที่มีอายุน้อยกว่า ซึ่งสอดคล้องกับผลการสำรวจของ นิลเชน ได้กล่าวไว้ว่า อัตราการดูโทรทัศน์ของเด็กจะเพิ่มสูงขึ้นเมื่อเด็กอายุประมาณ 12-14 ปี หลังจากนั้นจะค่อย ๆ ลดลง เนื่องจากว่า เมื่อเด็กเริ่มมีความรู้มากขึ้น อิทธิพลของโรงเรียนและเพื่อน ๆ ตลอดจนสื่อมวลชนจะเพิ่มขึ้น ซึ่งเด็กจะใช้สื่อเพื่อความบันเทิง เช่น รายการบันเทิง การ์ตูน สำหรับผู้ใหญ่วัยทำงานนั้น การเปิดรับโทรทัศน์ วิทยุ และหนังสือพิมพ์มากพอ ๆ กัน และเมื่อถึงวัยเกษียณอายุทำงาน 55-60 ปี ปริมาณการดูโทรทัศน์กลับเพิ่มสูงขึ้นอีกครั้ง เนื่องจากมีเวลาว่างมากขึ้น ดังนั้นผู้ชมรายการที่มีอายุมากกว่า จะให้ความสนใจกับรายการเพื่อสุขภาพมากกว่ากลุ่มที่มีอายุน้อยกว่า และสอดคล้องกับงานวิจัยของชลลดา ศรีมงคล คือ ตัวแปรด้านอายุมีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการติดตามชมรายการ เพราะกลุ่มที่มีอายุมาก จะมีเวลามากกว่า ในการติดตามชมรายการ และห้วงใยในสุขภาพตนเอง มากกว่า คนที่อายุน้อยกว่า

การศึกษา อาชีพ มีความสัมพันธ์กับลักษณะการชมรายการ โดยผู้ชมรายการที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี และป.ตรี-สูงกว่า ติดตามชมเฉพาะช่วงรายการที่สนใจ สำหรับผู้ชมรายการทุกอาชีพ ติดตามชมเฉพาะช่วงรายการที่สนใจ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชลลดา ศรีมงคล โดยตัวแปรด้านระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับลักษณะการรับชมรายการ และสอดคล้องกับทฤษฎีของ Klapper ที่ได้อ้างในศรีศรีรินทร์ อาภากุล ได้กล่าวไว้ว่า การเลือกเปิดรับช่วงรายการที่สนใจ มีแนวโน้มที่

ผู้รับสารจะเลือกสนใจหรือเปิดรับข่าวสารที่สอดคล้องกับความคิดเห็นหรือความสนใจเดิมที่มีอยู่ และพยายามที่จะหลีกเลี่ยงข่าวสารที่ไม่สอดคล้องกับทัศนคติ และความคิดเห็นเดิมของตน ทั้งนี้เพราะการได้รับข่าวสารที่ไม่สอดคล้องกับความรู้ ความเข้าใจ หรือทัศนคติที่มีอยู่เดิม ก่อให้เกิดภาวะความไม่สมดุลทางจิตใจ (Cognitive Dissonance) โดยบุคคลอาจจะลดภาวะความไม่สมดุลนี้ ด้วยการแสวงหาข่าวสารที่สอดคล้องกับความคิดของตนเอง ดังนั้น ผู้จัดรายการจึงต้องผลิตรายงานที่น่าสนใจและตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

จากการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลกับความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของรายการเพื่อสุขภาพว่ามีอิทธิพลต่อการรับชมรายการเพื่อสุขภาพ แตกต่างกันหรือไม่ ได้ผลการศึกษาดังนี้

ผู้ชมรายการเพศหญิงและเพศชาย มีความคิดเห็นในองค์ประกอบของรายการเพื่อสุขภาพด้านรูปแบบรายการ ด้านเนื้อหาสาระ และด้านการมีส่วนร่วม ว่ามีอิทธิพลต่อการรับชมรายการเพื่อสุขภาพ แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ปรมะ สตะเวทิน ได้กล่าวไว้ว่าผู้หญิงกับผู้ชายมีความแตกต่างกันมาก เรื่องความคิด ค่านิยม และทัศนคติ เนื่องมาจากวัฒนธรรมและสังคมกำหนดบทบาท และกิจกรรมของคนสองเพศไว้ต่างกัน ดังนั้น จึงมีความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบโดยรวมว่ามีอิทธิพลต่อการรับชมรายการเพื่อสุขภาพ ที่แตกต่างกัน จึงทำให้เพศหญิงถูกชักจูงได้ง่ายกว่าเพศชาย และมีความสนใจรายการเพื่อสุขภาพมากกว่าเพศชาย ยกเว้นแต่การมีส่วนร่วม ซึ่งเพศชายจะมีส่วนร่วมในรายการมากกว่าเพศหญิง ซึ่งจะทำให้เพศชายมีความต้องการรับชมรายการเพื่อสุขภาพมากขึ้น

ผู้ชมรายการที่มีการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบโดยรวมของรายการเพื่อสุขภาพ ด้านเนื้อหาสาระ ว่ามีอิทธิพลต่อการรับชมรายการเพื่อสุขภาพ แตกต่างกัน สอดคล้องกับแนวคิดของ กิติมา สุรสนธิ ที่ได้กล่าวไว้ว่าการศึกษา (Education) ความรู้เป็นตัวแปรสำคัญประการหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อความรู้สึก ความนึกคิด ความเชื่อ ทัศนคติ ค่านิยมของบุคคลที่มีต่อเรื่องต่าง ๆ ดังนั้นการศึกษาจึงเป็นอีกตัวแปรหนึ่งที่มีความสัมพันธ์ค่อนข้างสูงกับพฤติกรรมการใช้และเปิดรับสื่อของผู้รับสาร โดยจะเห็นได้ว่า ผู้ชมรายการที่มีการศึกษาน้อยกว่า มีความต้องการเนื้อหาสาระของรายการ มากกว่ากลุ่มผู้ชมที่มีอายุมากกว่า เนื่องจาก คนที่มีระดับการศึกษาต่างกันจะมีการเปิดรับสื่อ และการนำข่าวสารที่ได้ไปใช้ประโยชน์แตกต่างกัน

ผู้ชมรายการที่มีรายได้ต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบโดยรวมของรายการเพื่อสุขภาพว่ามีอิทธิพลต่อการรับชมรายการเพื่อสุขภาพด้านรูปแบบรายการ ว่ามีอิทธิพลต่อการรับชมรายการเพื่อสุขภาพ แตกต่างกัน สอดคล้องกับแนวคิดของ Rivers Peterson and Jensen อ้างถึงใน ปรมะ สตะเวทิน ที่ได้กล่าวไว้ว่า การใช้สื่อของบุคคลที่มีรายได้สูง มักเป็นการใช้สื่อเพื่อแสวงหา



เรื่องราวหรือข่าวสารหนัก ๆ สำหรับนำไปใช้ประโยชน์ เพราะบุคคลที่มีรายได้สูง มีความจำเป็นต้องเรียนรู้และแสวงหาข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ให้ทันต่อเหตุการณ์อยู่เสมอ ดังนั้นรูปแบบรายการที่น่าสนใจ มีการถาม-ตอบ จะช่วยสร้างความสนใจให้กับกลุ่มผู้ชมที่มีรายได้สูง

### 5.3 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้ศึกษามีความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่จะนำข้อมูลไปใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด รวมทั้งใช้ในการปรับปรุงรายการ แก้อัปเดตองค์ประกอบด้านต่าง ๆ และพัฒนารายการรายการ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ชมมากยิ่งขึ้น และเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันของบริษัทได้อีกช่องทางหนึ่ง

1. ด้านการมีส่วนร่วม ทางรายการควรปรับปรุงเทคโนโลยีที่ใช้รองรับการสื่อสารจากผู้ชมที่บ้านให้มากยิ่งขึ้น โดยการเพิ่มคู่สายโทรศัพท์ของรายการ รวมทั้งประชาสัมพันธ์ช่องทางมีส่วนร่วมกับรายการให้ผู้ชมที่บ้านรับทราบให้ครบถ้วนทุกช่องทางอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้รายการควรทำกิจกรรมกับผู้ชมที่บ้าน เช่น การเล่นเกมสแควร์ของรางวัลในรายการ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มผู้ชมเป้าหมายของรายการให้เข้ามามีส่วนร่วมกับรายการมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ควรแสดงอัตราค่าใช้จ่ายของการมีส่วนร่วมกับทางรายการ เช่น การส่งข้อความแสดงความคิดเห็นมายังรายการ

2. ด้านเนื้อหารายการในแต่ละวัน ควรจัดให้มีความสอดคล้องกัน เพื่อความเข้าใจมากขึ้น และเพื่อการเปิดรับชมอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งมีการเปิดโอกาสให้ผู้ชมมีส่วนร่วมในรายการมากขึ้น เนื่องจากเนื้อหาของรายการมีประโยชน์และมีความน่าเชื่อถือ จึงมีผู้ให้ความสนใจขอข้อมูลที่น่าสนใจไปประกอบการเรียนการสอน โดยผู้ชมรายการมีข้อเสนอแนะอยากให้นำเนื้อหาแบ่งเป็นหมวดหมู่ และรวบรวมเนื้อหาทำเป็นแผ่นซีดี ดีวีดี ออกเผยแพร่เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจและพลาดโอกาสในการติดตามชมในตอนใดตอนหนึ่ง หรือจัดทำเป็นหนังสือรายเดือนโดยรวบรวมเรื่องที่รายการนำเสนอในแต่ละเดือน เพื่อแจกจ่ายไปยังห้องสมุดและผู้ที่สนใจทั่วไป

3. จากการวิจัยครั้งนี้พบว่า เพศหญิงมีความคิดเห็นต่อรายการโดยรวม มากกว่าเพศชาย เนื่องจากเพศหญิงมีความสนใจที่จะดูรายการต่างๆ และถูกชักจูงให้ดูรายการง่ายมากกว่าเพศชาย จึงทำให้เพศหญิงสนใจรายการเพื่อสุขภาพมากกว่า ดังนั้นอาจเพิ่ม เนื้อหาที่สอดคล้องกับผู้ชมที่เป็นเพศหญิงให้มากขึ้น เช่น สุขภาพและโรคต่าง ๆ ที่เกิดกับผู้หญิง หรือ การตั้งครรภ์

#### 5.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในอนาคต

1. ควรขยายขอบเขตในการศึกษาให้กว้างขวางออกไปในภูมิภาคอื่น หรือศึกษาในเขตพื้นที่ชนบท เพื่อศึกษาความต้องการของประชาชนที่มีรูปแบบในการดำเนินชีวิตที่แตกต่างกัน

2. ควรมีการศึกษาในเชิงวิเคราะห์การนำเสนอข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสุขภาพ โดยสื่อโทรทัศน์ ในประเด็นเกี่ยวกับปริมาณเนื้อหาที่นำเสนอว่าเน้นหนักในด้านใด มีการนำเสนอในรูปแบบรายการประเภทไหนมากน้อยเท่าไร มีปริมาณความถี่ในการออกอากาศต่อวัน ต่อสัปดาห์ ต่อเดือนอย่างไร ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ช่องใดมากน้อยอย่างไร



## บรรณานุกรม

- กระทรวงสาธารณสุข. 2549. คณะกรรมการอาหารและยา. คู่มือวิทยากร กองวิชาการ.  
กนกทิพย์ พัฒนาพัวพันธ์. 2549. สถิติอ้างอิงเพื่อการวิจัยทางการศึกษา. เชียงใหม่ : ภาควิชา  
ประเมินผลและวิจัยทางการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.  
กมลรัฐ อินทรทัศน์. 2547. การสื่อสารเพื่อสุขภาพ : วิชาการและการก้าวสู่ความท้าทาย  
ในศตวรรษที่ 21. ในการพัฒนาองค์ความรู้ การสื่อสารเพื่อสุขภาพ : Health  
Communication. กรุงเทพมหานคร : โครงการการพัฒนาองค์ความรู้การ  
สื่อสารเพื่อสุขภาพ.
- กาญจนา แก้วเทพ และ เขียวรัชย์ อิศรเดช. 2549. สื่อพื้นบ้าน ขานรับงานสุขภาพ. นนทบุรี : โครงการ  
สื่อพื้นบ้านสื่อสารสุข.
- กิตติมา สุรสนธิ. 2544. ความรู้ทางการสื่อสาร. กรุงเทพมหานคร: คณะวารสารศาสตร์และ  
สื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- จิตติมณฑน์ จัทมวงษ์. 2550. การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครต่อ  
รายการเพื่อสุขภาพทางโทรทัศน์ : กรณีศึกษา รายการโทรทัศน์ “ไฮคิวไลฟ์”.  
วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน  
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- จิตรรา เอื้อจิตรบำรุง. 2544. ศึกษาเรื่อง การเปิดรับข่าวสาร การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจต่อ  
ข้อมูลข่าวสารยาแก้ปวดลดใช้ที่โฆษณาผ่านสื่อมวลชนของประชาชนในเขต  
กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน  
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- รัชกาล ชูสกุล. 2549. การรับชมรายการประเภทเสริมสร้างภาพลักษณ์ขององค์กร : รายการเพื่อน  
คู่คิดมิตรคู่บ้าน ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน). วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. คณะนิเทศ  
ศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชวรัตน์ เชิดชัย. 2544. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับสื่อสารมวลชน. กรุงเทพมหานคร: คณะวารสารศาสตร์  
และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ชลพรรษ์ ชัมศักดิ์ยา. การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้รับข้อความผ่านสื่อเพจเจอร์  
(วิทยุติดตามตัว). วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์  
มหาวิทยาลัย.

## บรรณานุกรม (ต่อ)

- คารารัตน์ เจริญนาถ. 2551. การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครต่อรายการเพื่อสุขภาพ รายการคลับสุขภาพทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ดวงดาว พันธุ์พิกุล. 2544. การให้สุขศึกษาตามแนวนโยบายสุขบัญญัติแห่งชาติในรายการสุขภาพทางโทรทัศน์. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นิภาพรรณ สุขศิริ. 2540. ทิศทางการดูแลสุขภาพในรายการสุขภาพทางโทรทัศน์ โดยมุ่งศึกษารายการสุขภาพทางโทรทัศน์ของรัฐและเอกชนในมิติต่าง ๆ. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นภรัตน์ พุกภัยสุราลัย. 2548. ทักษะคิดและความต้องการของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการโทรทัศน์รูปแบบอินเทอร์เน็ตแอกทีฟ. วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต. คณะวารสารศาสตร์ และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- บาหยัน อิ่มสำราญ. 2539. อิทธิพลของสื่อมวลชนต่อการเรียนรู้เรื่องการดูแลสุขภาพของตนเอง : ศึกษากรณีนิตยสารหมอชาวบ้าน. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. คณะวารสารศาสตร์ และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- บุญชม ศรีสะอาด. 2550. การวิจัยเบื้องต้น. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์สุวีริยาสาส์น.
- บริสุทธิ์ ผึ้งผดุง. 2542. พฤติกรรมการดูแลสุขภาพตนเอง : ศึกษาเฉพาะกรณีเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์. สังคมวิทยาและมานุษยวิทยา มหาบัณฑิต คณะสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ปารีชาต สถาปิตานนท์. 2546. การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมและการพัฒนาชุมชน : จากแนวคิดสู่ปฏิบัติการวิจัยในสังคมไทย. กรุงเทพฯ : สำนักงานสนับสนุนกองทุนการวิจัย (สวก.).
- ปัทมา ทองสิมา. การใช้โทรทัศน์ของเด็กภายในครอบครัว. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ประมวศ สตะเวทิน. 2539. การสื่อสารมวลชน : กระบวนการและทฤษฎี. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ภาพพิมพ์.
- ประเวศ วะสี. การปรับทัศนคติทางการแพทย์และสาธารณสุข. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์หมอชาวบ้าน. ม.ป.ป.

## บรรณานุกรม (ต่อ)

- พีระ จิน โสภณ. 2549. ทฤษฎีเกี่ยวกับตัวแปรแทรกระหว่างสิ่งเร้าและการตอบสนอง. ในเอกสาร  
การสอนชุดวิชาหลักและทฤษฎีการสื่อสาร. หน่วยที่ 9-15. นนทบุรี :  
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- มารียา ไชยเศรษฐ์. 2546. ความคาดหวังการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชมในเขต  
กรุงเทพมหานคร ที่มีต่อรายการที่ประเทศไทยทางสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก  
ช่อง 5. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน  
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- มัลลิกา มัติโก. 2534. คู่มือวิจัยพฤติกรรมสุขภาพ : ชุดที่ 1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรม  
สุขภาพ. โครงการข่างานวิจัยพฤติกรรมสุขภาพ ศูนย์ประสานงานทางการแพทย์และ  
สาธารณสุข กระทรวงสาธารณสุข.
- ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. 2534. การวิเคราะห์ผู้รับสาร. กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- รังสิมา นิโบล. 2547. กระบวนทัศน์ใหม่ของการสื่อสารเพื่อสร้างเสริมสุขภาพของประชาสังคม.  
วิทยานิพนธ์. นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- รวีวรรณ ชินะตระกูล. 2550. วิจัยทางการศึกษา. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ภาพพิมพ์.
- ลัดดา ประพันธ์พงษ์ชัย. 2546. การวิเคราะห์รายการสุขภาพอนามัยทางโทรทัศน์ที่มีต่อการส่งเสริม  
สุขภาพ. วิทยานิพนธ์. นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วันเพ็ญ ปรีดิยาธร. 2543. การเปิดรับทัศนคติและความต้องการข้อมูลข่าวสารของผู้ใช้บริการแผนก  
ผู้ป่วยนอกโรงพยาบาลของรัฐในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์. นิเทศศาสตรมหา  
บัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วัชรียา อานามวัฒน์. 2548. พฤติกรรมการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ เพื่อการใช้ประโยชน์และการตอบสนอง  
ความต้องการ. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน  
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศรีศรีรินทร์ อาภากุล. 2543. การเปิดรับสาร การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจรายการ “ถอดรหัส”  
ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. คณะวารสารศาสตร์และ  
สื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

## บรรณานุกรม (ต่อ)

- สุรพงษ์ โสชนะเสถียร. 2533. การสื่อสารกับสังคม. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุรัตน์ ตรีสุกมล. 2548. หลักนิเทศศาสตร์. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.  
 ผ่องพรรณ ตรีชมงคลกุล และ สุภาพ นัฏราภรณ์. การออกแบบการวิจัย. กรุงเทพมหานคร:  
 สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สมสุข หินวิมาน. แนวทางการศึกษาและการเข้าสู่ปัญหาเรื่องการสื่อสารกับสุขภาพ.  
 วารสารวิจัยสังคม 26 (มกราคม-มิถุนายน 2546) : 99-137.
- สุกัญญา คงนิวัฒน์ศิริ. 2549. ความต้องการข้อมูลข่าวสารด้านสุขภาพของวัยรุ่นในเขต  
 กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน  
 มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุมาลี ลิ้มตั้ง. 2547. การเปิดรับข่าวสาร การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อข่าวสารเรื่อง  
 ธรรมชาติบำบัดของผู้ดูแลสุขภาพแบบธรรมชาติบำบัดในเขตกรุงเทพมหานคร.  
 วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุภาพันท์ บุญนาค. 2546. พฤติกรรมการเปิดรับ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจ จากการชมละคร  
 โทรทัศน์หลังข่าวภาคค่ำของเด็กในจังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต.  
 คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุภาภรณ์ พรหมดีราช. 2541. ความพึงพอใจของผู้ชมรายการสุขภาพกับการดูแลตนเอง. วิทยานิพนธ์  
 มหาบัณฑิต. คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สิริพรรณ วิบูลย์จันทร์. 2542. ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารกับการดูแลสุขภาพตนเอง  
 ของสตรีวัยทอง. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อุบลรัตน์ ศิริชูศักดิ์. สื่อสารมวลชนเบื้องต้น : สื่อสารมวลชน วัฒนธรรม และสังคม. พิมพ์ครั้งที่ 4.  
 กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อรสา ปานขาว. 2530. การสื่อสารกับการพัฒนาสาธารณสุข. ในเอกสารชุดวิชาสื่อสารเพื่อการพัฒนา.  
 หน่วยที่ 10. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- อรทัย ศรีสันติสุข. 2541. เอกสารการสอนชุดวิชาความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับวิทยุและโทรทัศน์  
 หน่วยที่ 1-7. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

## บรรณานุกรม (ต่อ)

- Apfel. Instrumental Utilities and Information Seeking. 1998. **New model for Mass Communication Research.**, ed. Peter Clarke; Beverly Hill : Sage Publication.
- Atkin. C.K. 1973. **New model for mass communication research.** New York : The Free Press.
- Blumler J.G. 1985. **Media gratifications research : Current perspectives.** Beverly Hills, CA : Sage Publications.
- De Fleur and Denis. 2002. **Theories of Mass Communication.** New York : McGraw Hill.
- Klapper. Joseph T.1960. **The Effects of Mass Communication.** New York: The Free Press.
- Kendall. 1984. **The Effects of Mass Communication.** New York : The Free Press.
- Katz and Others. 1974. **The uses of mass communication, current perspective on gratifications research.** Beverly Hills, CA : Sage Publications.
- Link and Hopf. 1946. **The Passing of Traditional Society : Modernization The Middle East.** New York : The Free Press.
- McQuail Blumler and Brown. J. G. 1972. **The television audience.** In Fogology of Mass communication. Edit By E. McQuail. Harmondswirph: Penein.
- McCombs. M.E. and Becker,L.B. 1979. **Using mass communication theory.** Englewood Cliffs, NJ : Prentice - Hall.
- McLeod. 1972. **The Delphi techniques paper presented at the annual meeting of the California junior colleges associations committee on research and development.** California : Monterey.
- Ratzen.1994. **Using Mass communication Theory.** Englewood Cliffs : N.J. Princtice Hall.
- Robinson J.P. 1972. **Mass communication and information diffusion.** London : Sage Publications.
- SamuelL Becker L. 1987. **Discovery Mass Communication.** 2 ed. Illinois: Scott Foresman and Company Glenuvew.





## แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

แบบสอบถาม เรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการชมรายการเพื่อสุขภาพทางสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร” ซึ่งข้อมูลที่เก็บรวบรวมข้อมูลทั้งหมดจะนำไปใช้ประกอบการศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีผู้วิจัยจึงใคร่ขอความร่วมมือมายังท่าน โปรดตอบแบบสอบถามให้ครบถ้วน โดยคำตอบของท่านจะนำไปใช้ประโยชน์เพื่อการศึกษาวิจัย ข้อมูลของท่านจะเป็นส่วนทำให้งานวิจัยมีความถูกต้องและเที่ยงตรงมากยิ่งขึ้น

คำชี้แจง : กรุณาตอบแบบสอบถามนี้ โดยทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน  หน้าข้อความที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด หรือเติมข้อความลงในช่องว่างที่กำหนดไว้ให้ครบถ้วนตามความต้องการ

### ส่วนที่ 1 : ปัจจัยส่วนบุคคล

1. เพศ  1. หญิง  2. ชาย
2. อายุ  
 1. 18-25 ปี  2. 26-33 ปี  
 3. 34-41 ปี  4. 42-49 ปี  
 5. 50-57 ปี  6. 57 ปีขึ้นไป
3. ระดับการศึกษา  
 1. ไม่ได้เข้ารับการศึกษาม.3/ปวช.  2. ม.6/ปวส.  
 3.ปริญญาตรี-สูงกว่า
4. อาชีพ  
 1. นักเรียน นักศึกษา  2. ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ  
 3. พนักงานบริษัทเอกชน  4. ประกอบธุรกิจส่วนตัว  
 5. รับจ้าง/งานบริการ  6. พ่อบ้าน/แม่บ้าน  
 7. อื่นๆ (โปรดระบุ).....
5. รายได้บุคคลต่อเดือน  
 1. ต่ำกว่า 10,000 บาท  2. 10,001-15,000 บาท  
 3. 15,001-20,000 บาท  4. 20,001-25,000 บาท  
 5. 25,001-30,000 บาท  6. 30,001 บาทขึ้นไป

## ส่วนที่ 2 : พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการเพื่อสุขภาพ

6. ท่านชมรายการเพื่อสุขภาพทางโทรทัศน์ของสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 มากน้อยแค่ไหน
1. บ่อยมาก (4 ครั้งต่อเดือน)    2. บ่อย (2 ครั้งต่อเดือน)    3. นานๆ ครั้ง
7. วันที่ท่านสะดวกดูรายการเพื่อสุขภาพทางโทรทัศน์ (ตอบได้เพียง 1 ข้อ)
1. วันจันทร์    2. วันอังคาร    3. วันพุธ    4. วันพฤหัสบดี
5. วันศุกร์    6. วันเสาร์    7. วันอาทิตย์
8. เวลาที่เหมาะสมสำหรับดูรายการเพื่อสุขภาพทางโทรทัศน์
1. 6.00น. - 10.00น.    2. 10.00น. - 14.00น.    3. 14.00น. - 18.00น.
4. 18.00น.-22.00น.    5. 22.00น. - 2.00น.    6. 2.00น. - 6.00น.
9. ท่านชมรายการเพื่อสุขภาพทางโทรทัศน์ของสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 โดยใช้ระยะเวลาการเปิดรับชมแต่ละครั้งโดยเฉลี่ยแล้ว
1. ต่ำกว่าครึ่งละ 10 นาที    2. 10 - 30 นาที    3. 30 - 60 นาที
10. ท่านชมรายการเพื่อสุขภาพทางโทรทัศน์ของสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ในลักษณะใด
1. ติดตามชมตั้งแต่ต้นจนจบรายการ
2. ติดตามชมรายการสลับกับรายการอื่นๆ
3. ติดตามชมเฉพาะช่วงรายการที่สนใจ
11. หากทางรายการจัดกิจกรรมเกี่ยวกับการรักษาสุขภาพท่านสนใจเข้าร่วมหรือไม่
1. สนใจ    2. ไม่สนใจ    3. ไม่แน่ใจ
12. ท่านเลือกชมเนื้อหาข่าวยุทธศาสตร์สุขภาพในประเด็นใด **มากที่สุด** (ตอบได้เพียง 1 ข้อ)
1. สุขภาพความงาม เช่น การดูแลผิวพรรณ การจัดฟัน เป็นต้น
2. สุขภาพกาย เช่น การดูแลสุขภาพและวิธีรักษาเมื่อป่วยเป็นโรคต่างๆ
3. สุขภาพเด็ก เช่น การอุ้มเด็กให้ถูกวิธี การสังเกตอาการผิดปกติของลูก เป็นต้น
4. สุขภาพจิต เช่น วิธีเสริมสร้างกำลังใจเมื่อป่วยเป็นโรคอัมพฤกษ์
5. การแนะนำการแพทย์ทางเลือก เช่น ใช้วิถีธรรมชาติบำบัด หรือการฝังเข็ม เป็นต้น
6. การแนะนำเทคโนโลยีทางการแพทย์ที่ช่วยรักษาโรคร้ายขึ้น เช่น ใช้หุ่นยนต์ผ่าตัด Bypass โดยไม่ต้องเปิดช่องอก
7. การป้องกันอันตรายจากสิ่งแวดล้อม เช่น สัตว์เลี้ยง หรือเครื่องใช้ไฟฟ้า เป็นต้น
8. การแนะนำอาหารบำรุงสุขภาพพร้อมวิธีประกอบอาหาร
9. การแนะนำการออกกำลังกาย ประเภทต่างๆ

### ส่วนที่ 3 : ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับชมรายการเพื่อสุขภาพ

**คำชี้แจง** โปรดทำเครื่องหมาย ✓ กับประเด็นที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านที่มีต่อรายการเพื่อสุขภาพ

ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5

โดยกำหนดให้ 5 = เห็นด้วยอย่างยิ่ง, 4 = เห็นด้วยมาก, 3 = เห็นด้วยปานกลาง, 2 = เห็นด้วยน้อย,

1 = เห็นด้วยน้อยที่สุด

ปัจจัย	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
<b>1.รูปแบบรายการ</b>					
1.1 รูปแบบรายการนำเสนอรายการมีความหลากหลายและน่าสนใจ					
1.2 รูปแบบรายการสัมภาษณ์และตอบปัญหาเกี่ยวกับสุขภาพมีความเหมาะสมกับผู้ชม					
1.3 รูปแบบรายการให้ถาม-ตอบในรายการเกี่ยวกับข้อมูลด้านสุขภาพ สามารถดึงดูดให้ผู้ชมติดตามรายการอย่างต่อเนื่อง					
1.4 รูปแบบรายการให้ถาม-ตอบเกี่ยวกับข้อมูลด้านสุขภาพ ช่วยเพิ่มความเข้าใจในเนื้อหามากยิ่งขึ้น					
<b>2.เนื้อหาสาระ</b>					
2.1 เนื้อหาสาระเป็นประโยชน์ต่อผู้ชม					
2.2 เนื้อหาสาระรายการมีความทันสมัยและตรงกับความต้องการของผู้ชม					
2.3 เนื้อหาสาระครอบคลุมความรู้ด้านศาสตร์ทางการแพทย์ทางเลือก					
<b>3.ผู้ดำเนินรายการ</b>					
3.1 ผู้ดำเนินรายการมีการสรุปประเด็นได้อย่างถูกต้อง					

ปัจจัย	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
3.2 ผู้ดำเนินรายการใช้ภาษาในการสื่อความได้ อย่างถูกต้องและเข้าใจง่าย					
3.3 ผู้ดำเนินรายการมีบุคลิกภาพที่ดี					
3.4 ผู้ดำเนินรายการมีความเป็นกันเองกับผู้ชม					
3.5 การสนทนาให้ประเด็นที่เป็นประโยชน์					
<b>4.การมีส่วนร่วม</b>					
4.1 การมีส่วนร่วมของผู้ชมรายการควรกระทำได้ ตลอดทั้งรายการ					
4.2 ช่องทางที่ให้ผู้ชมมีส่วนร่วมในรายการมี ความเหมาะสมเพียงพอต่อความต้องการ					
4.3 ผู้ชมติดต่อไปยังรายการและได้รับการ ตอบสนองทันที					
4.4 การแสดงความคิดเห็น/การสอบถามข้อมูล ผ่านรายการมีความสะดวก					
4.5 การมีส่วนร่วมในรายการเป็นเรื่องคุ้มค่า					
4.6 เทคโนโลยีที่ใช้รองรับการสื่อสารจากผู้ชมมี ความเหมาะสม					
4.7 การสนทนาทางโทรศัพท์ระหว่างผู้ชมกับ รายการมีความชัดเจน ปราศจากเสียงรบกวน					

**ส่วนที่ 4 : ข้อเสนอแนะ**

.....

.....

.....

.....

.....

## ประวัติผู้เขียน

- ชื่อ - สกุล : ว่าที่ ร.ต.หญิง สกฤตกานต์ แก้วแสน
- วัน เดือน ปี เกิด : วันที่ 12 กันยายน 2530
- ที่อยู่ : 149/1 ถ.พระรามที่ 5 แขวงนครไชยศรี  
เขตคูสิต กรุงเทพมหานคร 10300
- ประวัติการศึกษา : มัธยมศึกษา โรงเรียนสมุทรสาครบูรณะ  
ระดับปริญญาตรี สาขา เทคโนโลยีการโทรทัศนและวิทยุกระจายเสียง  
คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
- ประวัติการทำงาน : ปี พ.ศ. 2553 - 2554 เจ้าหน้าที่โครงการแผนกส่งกำลังอิเล็กทรอนิกส์  
ฝ่ายเทคนิคและออกอากาศ สถานีวิทยุโทรทัศนกองทัพบก  
ปี พ.ศ. 2554 - 2555 รับราชการทหาร ตำแหน่งเจ้าหน้าที่กำกับเวที  
กองการกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน กรมการทหารสื่อสาร  
ปี พ.ศ. 2555 - ปัจจุบัน รับราชการทหาร ตำแหน่งนายทหารกระจายเสียง  
กองการกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน กรมการทหารสื่อสาร  
ช่วยราชการ ตำแหน่งเจ้าหน้าที่ส่งกำลังทางเทคนิค  
แผนกส่งกำลังอิเล็กทรอนิกส์ ฝ่ายเทคนิคและออกอากาศ  
สถานีวิทยุโทรทัศนกองทัพบก
- เบอร์โทรศัพท์ : 02-271-0060-9 ต่อ 92227, 087-089-6599
- อีเมลล์ : dek.hop@msn.com