ใบรับรองวิทยานิพนธ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (ส่งเสริมการเกษตร)

ปริญญา

ส่งเสริมการเกษตร — **สาขา**

ส่งเสริมและนิเทศศาสตร์เกษตร — **ภาควิชา**

เรื่อง ความคิดเห็นของผู้ฟังรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก.

Audiences’ Opinion toward Radio Program “Porpeang Pur Peangpor Gub Maw.Gau. Yarm Chow” of K.U. Radio Station

นามผู้วิจัย นางสาววิภาดา แก่นจันทร์หอม

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก .....

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุพัตรา ศรีสุวรรณ, กศ.ด.)

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม .....

(รองศาสตราจารย์สาวิตรี รังสิภัทร์, Ph.D.)

หัวหน้าภาควิชา .....

(รองศาสตราจารย์พิชัย ทองดีเลิศ, ค.ด.)

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์รับรองแล้ว

.....

(รองศาสตราจารย์กัญจนา ธีระกุล, D.Agr.)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ ..... **เดือน** ..... **พ.ศ.** .....

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

วิทยานิพนธ์

เรื่อง

ความคิดเห็นของผู้ฟังรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก.

Audiences’ Opinion towards Radio Program “Porpeang Pur Peangpor Gub Maw.Gau. Yarm Chow” of K.U. Radio Station

โดย

นางสาววิภาดา แก่นจันทร์หอม

เสนอ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
เพื่อความสมบูรณ์แห่งปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (ส่งเสริมการเกษตร)
พ.ศ. 2554

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

วิภาดา แก่นจันทร์หอม 2554: ความคิดเห็นของผู้ฟังรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก. ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (ส่งเสริมการเกษตร) สาขาส่งเสริมการเกษตร ภาควิชาส่งเสริมและนิเทศศาสตร์เกษตร อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก: ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุพัตรา ศรีสุวรรณ, กศ.ด. 256 หน้า

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคล 2) การเปิดรับฟังรายการ 3) ความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการ 4) ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคล การเปิดรับฟังรายการ กับความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก.

ทำการรวบรวมข้อมูลทั้งหมดโดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ฟังรายการที่เต็มใจตอบกลับมา จำนวน 120 ราย สถิติพรรณาที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐานคือ Chi-square test ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ผลการวิจัยพบว่า 1) ผู้ฟังส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 49-58 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพเกษตรกรรม มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท อาศัยและรับฟังอยู่ที่ภาคกลาง 2) การเปิดรับฟังรายการผ่านทางเครือข่ายสถานีวิทยุ ม.ก. ส่วนกลาง-บางเขน (คลื่นความถี่ A.M. 1107 กิโลเฮิรตซ์) รับฟังมานาน 2 ปี ทุกวันที่ออกอากาศ (5 วันต่อสัปดาห์) และทุกช่วงรายการ รู้จักรายการจากการเปิดฟังวิทยุ ม.ก. เป็นประจำ ฟังรายการอยู่ที่บ้านคนเดียว แบบติดตามจนจบโดยตั้งใจ โดยทำงานบ้าน/ทำอาหารไปด้วย มีวัตถุประสงค์ในการรับฟัง เพื่อนำความรู้และวิธีการประยุกต์ใช้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาปรับใช้กับตนเอง เคยโทรศัพท์ติดต่อกับทางรายการ 2 ครั้งต่อปี เพื่อร่วมกิจกรรมต่าง ๆ กับทางรายการ 3) มีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบในรายการด้านช่วงเวลา ความยาวรายการ และความถี่ในการออกอากาศของรายการ ด้านรูปแบบรายการและเนื้อหาข่าวสารในรายการ ด้านผู้ดำเนินรายการ ด้านผู้ร่วมดำเนินรายการ (วิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิ บุคคลตัวอย่าง และตัวแทนองค์กรตัวอย่าง) รวมถึงด้านดนตรีและเสียงประกอบในรายการ โดยรวมทุกด้านเฉลี่ยอยู่ในระดับดี

การทดสอบสมมติฐาน พบว่า ที่อยู่ปัจจุบัน เครือข่ายของสถานีวิทยุ ม.ก. ที่รับฟังรายการ วิธีการรู้จักรายการ ลักษณะการรับฟังรายการ ด้านจำนวนผู้ฟัง วิธีการติดตามรับฟังรายการ ด้านการทำกิจกรรมไปด้วยขณะรับฟัง และจุดประสงค์ในการติดต่อกับทางรายการของผู้ฟังรายการ มีความสัมพันธ์กับความคิด เห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ

_____ _____ ___ / ___ / ____

ลายมือชื่อนิสิต ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

Wipada Kanjunhom 2011: Audiences' Opinion towards Radio Program "Porpeang Pur Peangpor Gub Maw.Gau. Yarm Chow" of K.U. Radio Station. Master of Science (Agricultural Extension), Major Field: Agricultural Extension, Department of Agricultural Extension and Communication. Thesis Advisor: Assistant Professor Supattra Srisuwan, Ed.D. 256 pages

The objectives of this research were: 1) to study demographic characteristics of audiences, 2) to define their listening behavior to the radio program, 3) to identify their opinion towards elements in the radio program, 4) to illustrate the relationship between demographic characteristics, listening behavior of audiences and their opinion towards elements in the radio programs "Porpeang Pur Peangpor Gub Maw.Gau. Yarm Chow" of K.U. Radio Station.

Data gathering was employed by using questionnaires asking 120 audiences who were willing to respond and return their answers. Descriptive statistics to analyze data included percentage, arithmetic mean and standard deviation. Inferential statistics to test hypotheses was Chi-square test at.05 level of significance.

Research findings were: 1) Most audiences were males, age between 49-58 years old, bachelor' degree attainment, employment in an agricultural occupation, income less than 5,000 Baht/month, present residence, and location of listening behavior in the central region. 2) Listening to the radio program from K.U. Radio Station Network in Bangkok (A.M. 1107 KHz), listening for 2 years on week days (5 days/week) throughout the program, knowing the program by regular listening to the K.U. Radio, and intentional listening to the whole program by themselves at home. While listening, they did housework or were cooking. Objectives of program listening was to apply knowledge and methods derived from Sufficiency Economy's principles in their lives. Audiences used to telephone to the program twice/year to participate in various activities provided. 3) Opinion towards program elements in broadcasting time, program length, broadcasting frequency, program pattern and contents, program moderators and co-moderators (knowledgeable facilitators, best practitioners, best organizations), and music and sound components were rated at the high level.

Hypotheses testing revealed that present residence location of K.U. Radio Station Network, means of getting to know theprogram, audiences' listening behavior including audience numbers, listening characteristics while listening to the program, and objectives of connection related to opinion of audiences towards elements in the radio program.

_____ _____ ___ / ___ / _____

Student's signature Thesis Advisor's signature

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยความกรุณาให้คำปรึกษา ชี้แนะ ตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ และให้ความช่วยเหลือของ ผศ.ดร.สุพัตรา ศรีสุวรรณ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก รศ.ดร.สาวิตรี รังสิภัทร์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม รศ.ดร.พัฒนา สุขประเสริฐ ประธานการสอบ และผศ.ดร.สมศักดิ์ คูหาสวรรค์เวช ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก จนกระทั่งวิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ.โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิ ที่ได้กรุณาตรวจสอบแบบสอบถาม และให้คำแนะนำแก่ผู้วิจัย ดังรายนามต่อไปนี้ ผศ.ไพโรจน์ สังข์เดช รองผู้อำนวยการสำนักส่งเสริมและฝึกอบรม มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ คุณไพโรจน์ กลิ่นจันทร์ หัวหน้าฝ่ายพัฒนาสื่อการส่งเสริม มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ และคุณอินทิรา อาดศิริ ผู้ช่วยผู้อำนวยการฝ่ายสร้างสรรค์รายการและข่าว สถานีวิทยุกระจายเสียงมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ คณาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้อันเป็นประโยชน์ในทุก ๆ ด้านให้แก่ผู้วิจัย ตลอดระยะเวลาการศึกษาในมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ขอขอบพระคุณ เจ้าของข้อมูลทุกท่านที่ผู้วิจัยได้ทำการอ้างอิงจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ดังรายนามที่ปรากฏอยู่ในเอกสารอ้างอิง เจ้าหน้าที่สถานีวิทยุกระจายเสียงมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เจ้าหน้าที่ประจำภาควิชาส่งเสริมและนิเทศศาสตร์เกษตร พี่ เพื่อน และน้องสาขาวิชาส่งเสริมการเกษตร รวมถึงผู้ที่เกี่ยวข้องกับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ทุกท่าน ที่ได้ให้คำปรึกษา แนะนำและให้ความช่วยเหลือระหว่างการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ตลอดจนสมาชิกผู้ฟังรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก. ทุกท่าน ที่ได้ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามอย่างสมบูรณ์ จนสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

ประโยชน์และคุณค่าของวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบแด่ผู้มีอุปการคุณทางการศึกษา ครอบครัว ครู อาจารย์ ผู้ที่เกี่ยวข้องกับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ทุกท่าน รวมถึงมิตรสหายของผู้วิจัย ที่ได้ให้ความรู้ แนวคิด และประสบการณ์ใหม่ ๆ ในชีวิต สนับสนุนรวมทั้งให้กำลังใจกันเสมอมา อันนำมาซึ่งความสำเร็จของการศึกษาและการวิจัยครั้งนี้

วิภาดา แก่นจันทร์หอม

กันยายน 2554

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

สารบัญ

หน้า

สารบัญตาราง	(4)
สารบัญภาพ	(5)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
ขอบเขตของการวิจัย	5
นิยามศัพท์ปฏิบัติการ	5
บทที่ 2 การตรวจเอกสาร	11
วิทยุกระจายเสียง	11
การผลิตรายการวิทยุกระจายเสียง	33
สถานีวิทยุกระจายเสียงมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (สถานีวิทยุ ม.ก.)	51
รายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก.	61
แนวคิดที่เกี่ยวกับผู้รับสารในกระบวนการสื่อสารมวลชน	66
การวิเคราะห์ผู้รับสาร	76
แนวคิดที่เกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร	83
แนวคิดที่เกี่ยวกับความคิดเห็น	93
เศรษฐกิจพอเพียง	101
ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	116
ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย	120
สมมติฐานในการวิจัย	121
กรอบแนวคิดในการวิจัย	125

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

บทที่ 3 วิธีการวิจัย 126
ประชากร 126
กลุ่มตัวอย่าง 126
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย 126
การวัดตัวแปร 127
การสร้างเครื่องมือ 130
การทดสอบเครื่องมือ 131
การเก็บรวบรวมข้อมูล 132
การวิเคราะห์ข้อมูล 132
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล 132
บทที่ 4 ผลการวิจัยและข้อวิจารณ์ 133
ผลการวิจัย 133
ข้อวิจารณ์ 192
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ 210
สรุปผลการวิจัย 210
ข้อเสนอแนะ 217

เอกสารและสิ่งอ้างอิง 221

ภาคผนวก 233
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม 234
ภาคผนวก ข บันทึกข้อความและหนังสือขอความอนุเคราะห์ 247
ภาคผนวก ค ภาพอาคารที่ตั้ง จานดาวเทียมส่งสัญญาณ และเสาส่งสัญญาณระบบ U-Link ของสถานีวิทยุกระจายเสียงมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (บางเขน) 252

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

ภาคผนวก ง ภาพบรรยากาศขณะดำเนินรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุกระจายเสียง มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ 254

ประวัติการศึกษา และการทำงาน 256

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	ผังรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก.	65
2	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคลของผู้ฟังรายการ	133
3	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของการเปิดรับฟังรายการของผู้ฟังรายการ	137
4	แสดงจำนวน ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย $\overline{X}$ และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการ	143
5	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ฟังรายการ	151
6	แสดงจำนวน ค่าร้อยละ และค่าไคสแควร์ ของความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลพื้น ฐานส่วนบุคคลของผู้ฟังรายการ กับความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุม.ก.	161
7	แสดงจำนวน ค่าร้อยละ และค่าไคสแควร์ ของความสัมพันธ์ระหว่างการเปิด รับฟังรายการของผู้ฟังรายการ กับความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียง พอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก.	167
8	สรุปผลการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ ระหว่างข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคลและการเปิดรับฟังรายการของผู้ฟังรายการ กับความคิด เห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก.	187

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	แผนภูมิแสดงหลักการสื่อสารทั่วไป	21
2	แผนภูมิแสดงการสื่อสารทางวิทยุกระจายเสียง	21
3	แผนภูมิแสดงพฤติกรรมในการรับฟังวิทยุกระจายเสียง	21
4	แผนผังรายการแสดงความหลากหลายของรายการที่เกิดจากเสียง	41
5	แผนผังรายการแสดงความหลากหลายของรายการที่เกิดจากรูปแบบรายการ	41
6	แผนผังรายการแสดงความหลากหลายของรายการที่เกิดจากรูปแบบรายการและเสียง	42
7	พื้นที่บริการของสถานีวิทยุ ม.ก.	55
8	โครงสร้างสถานีวิทยุ ม.ก.	57
9	แผนภูมิการบริหารงานสถานีวิทยุ ม.ก.	60
10	แผนภูมิแสดงการแบ่งส่วนงานของสถานีวิทยุ ม.ก.	61
11	แบบจำลองการสื่อสารแบบสองจังหวะ	72
12	กระบวนการการเลือกสรร (Selective Processes) ของผู้รับสาร	87
13	โครงสร้างเชิงเหตุผลของทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคล	92

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่		หน้า
14	แผนผังแสดงกระบวนการแสดงความคิดเห็นที่อธิบายออกมาเป็นเหตุผล	93
15	แบบจำลองสรุปปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง	109
ภาพผนวกที่		
1	อาคารที่ตั้งสถานีวิทยุกระจายเสียงมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (บางเขน)	253
2	จานดาวเทียมส่งสัญญาน และเสาส่งสัญญาน ระบบ U-Link ของสถานีวิทยุกระจายเสียงมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (บางเขน)	253
3	คุณสุทธินี ขำปริก ผู้ดำเนินรายการ สัมภาษณ์ อาจารย์ปราโมทย์ ไม้กลัด วิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิประจำรายการในวันพุธ ช่วงคำพ่อสอน	255
4	ทีมงานของสถานีวิทยุ ม.ก. รับโทรศัพท์จากผู้ฟังรายการที่โทรเข้ามาร่วมร่วมกิจกรรมขณะดำเนินรายการสด	255

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญของปัญหา

ด้วยสภาวะทางเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และภัยธรรมชาติ เกือบทุกประเทศในโลกมีความผันผวนกันอย่างรวดเร็วอยู่ตลอดเวลา นับเป็นสิ่งสำคัญทำให้ผู้คนต่างตื่นตัว ต้องการที่จะรับรู้ข่าวสารและเรื่องราวต่าง ๆ ให้ทันเหตุการณ์ เพื่อที่จะได้ปรับสถานภาพตนเองให้เข้ากับสภาวะสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้น โดยประเทศไทยเองก็ยังมีปัญหาเกี่ยวกับการปรับตัวของประชาชนไม่ทันกับสภาวะดังกล่าวเป็นจำนวนมาก ซึ่งอยู่ในภาวะวิกฤติและส่งผลกระทบอย่างรุนแรงต่อวิถีการดำเนินชีวิตของคนไทยโดยส่วนรวม ซึ่งแนวทางหรือวิธีการต่าง ๆ ที่จะช่วยฟื้นฟูให้ดีขึ้นได้นั้น มีแนวทางหนึ่งที่ทุกคน ทุกฝ่าย สามารถนำมาปฏิบัติได้ คือ การน้อมนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินชีวิตประจำวันในทุกภาคส่วนอย่างจริงจังทั่วประประเทศ ซึ่งนับเป็นหนทางสำคัญสำหรับประชาชนชาวไทยที่จะใช้ฝ่าฟันวิกฤติที่เผชิญอยู่ในขณะนี้ได้

“เศรษฐกิจพอพียง” เป็นปรัชญาที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงมีพระราชดำรัสชี้แนะแนวทางการดำเนินชีวิตแก่พสกนิกรชาวไทยมาโดยตลอด ตั้งแต่ก่อนเกิดวิกฤติการณ์ทางเศรษฐกิจโดยได้ทรงเน้นย้ำแนวทางการแก้ไขเพื่อให้รอดพ้นและสามารถดำรงอยู่ได้อย่างมั่นคงและยั่งยืนภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์ รวมถึงความเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ พระองค์ทรงสอนแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อให้คนไทยได้ศึกษาเรียนรู้ให้เข้าใจ และใช้เป็นหลักในการดำเนินชีวิตอยู่ในโลกปัจจุบันอย่างมีสติ มีปัญญา รู้เท่าทันโลก ขยันขันแข็ง เอาการเอางาน รับผิดชอบ ทำทุกภารกิจอย่างพอดีพอประมาณ พอประมาณ สมเหตุสมผล ไม่โลภเกินพอดี กล้าเผชิญกับโลกปัจจุบันอย่างใช้ปัญญาเพื่อเป็นภูมิคุ้มกันให้ตัวเอง ให้ครอบครัว ให้องค์กร และให้สังคมไม่ตกเป็นเหยื่อของกระแสทุนโลก ไม่ว่าจะมาด้วยรูปแบบใด เศรษฐกิจพอเพียงจึงเป็นหลักที่ทุกคน ทุกครอบครัว ทุกองค์กร ทุกสถาบัน ทุกชุมชน ทั้งสังคมสามารถน้อมนำมาปฏิบัติได้ (สำนักงานปฏิรูประบบสุขภาพแห่งชาติ (สปรส.) 2549: 7)

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) ในฐานะหน่วยงานหลักในการวางแผนของประเทศ ได้ตระหนักถึงความสำคัญของแนวคิดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง จึงเชิญผู้ทรงคุณวุฒิจากสาขาต่าง ๆ มาร่วมกันพิจารณา ประมวล และกลั่นกรอง สรุปเป็น

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

นิยามความหมาย “ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” จากพระราชดำรัสของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เรื่องเศรษฐกิจพอเพียงที่พระราชทานในวโรกาสต่าง ๆ รวมทั้งพระราชดำรัสอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง จากนั้น สศช. ได้นำขึ้นทูลเกล้าฯ ขอพระราชทานพระบรมราชานุญาตนำบทความดังกล่าวไปเผยแพร่ เพื่อส่งเสริมให้ประชาชนทุกระดับมีความเข้าใจในหลักปรัชญาฯ ใช้เป็นพื้นฐานและแนวทางในการดำเนินชีวิต ซึ่งทรงพระกรุณาปรับปรุงแก้ไข และโปรดเกล้าพระราชทานพระบรมราชานุญาตตามที่ขอพระมหากรุณา ตามหนังสือที่ รล.0003/18888 ให้นำไปใช้และเผยแพร่ได้เมื่อวันที่ 29 พฤศจิกายน พ.ศ. 2542 เพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติของทุกฝ่ายและประชาชนโดยทั่วไป ทั้งนี้ สศช. ได้อัญเชิญ“ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง”มาเป็นปรัชญานำทางในการจัดทำแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2545-2549) และฉบับที่ 10 (พ.ศ. 2550-2554) รวมทั้งได้เสริมสร้างความเข้าใจไปยังภาคส่วนต่าง ๆ เพื่อให้เกิดความเข้าใจเห็นคุณค่าและน้อมนำไปประยุกต์ใช้ในวิถีชีวิตต่อไป (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ 2550ข: 10-11)

ดังวิสัยทัศน์ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 ที่ได้อัญเชิญปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาเป็นปรัชญานำทางในการพัฒนาและบริหารประเทศ ควบคู่ไปกับการขับเคลื่อนการพัฒนาแบบบูรณาการเป็นองค์รวมที่มี“คนเป็นศูนย์กลางการพัฒนา” โดยมุ่งวางรากฐานการพัฒนาระบบเศรษฐกิจภายในประเทศให้เข้มแข็ง มีภูมิคุ้มกันต่อกระแสการเปลี่ยนแปลงจากภายนอกและสามารถพึ่งตนเองได้มากขึ้น ขณะเดียวกันให้ความสำคัญกับการพัฒนาที่สมดุลทั้งตัวคน สังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม เพื่อให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืนและความอยู่ดีมีสุขของคนไทย (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่ง ชาติ 2549: ฏ) และจากวิสัยทัศน์ของประเทศไทยในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 ที่ว่ามุ่งพัฒนาสู่“สังคมอยู่เย็นเป็นสุขร่วมกัน (Green and Happiness Society) คนไทยมีคุณธรรมนำความรอบรู้ รู้เท่าทันโลก ครอบครัวอบอุ่น ชุมชนเข้มแข็ง สังคมสันติสุข เศรษฐกิจมีคุณภาพ เสถียรภาพ และเป็นธรรม สิ่งแวดล้อมมีคุณภาพ และทรัพยากรธรรมชาติยั่งยืน อยู่ภายใต้ระบบบริหารจัดการประเทศที่มีธรรมาภิบาลดำรงไว้ซึ่งระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข และอยู่ในประชาคมโลกได้อย่างมีศักดิ์ศรี” (สมาคมสันนิบาตเทศบาลแห่งประเทศไทย 2550: 7)

ด้วยหน้าที่ในการนำเสนอเนื้อหาข่าวสารของสื่อมวลชน ซึ่งถือว่ามีบทบาทสำคัญยิ่งต่อการรับรู้ข่าวสารของประชาชน โดยเฉพาะสื่อมวลชนประเภทวิทยุกระจายเสียงนับเป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงประชาชนได้อย่างกว้างขวาง (สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร 2547: 1) สามารถรายงานเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่มีเนื้อหาสาระอันเป็นประโยชน์จากแหล่งข่าวทุกมุมเมืองและทุกมุมโลกได้ในเวลาที่ใกล้เคียงหรือเวลาเดียวกันกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น นับได้

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ว่าสื่อมวลชนประเภทวิทยุกระจายเสียงมีบทบาทความสำคัญต่อการบริการข่าวสาร ความรู้ แนะนำในสิ่งต่าง ๆ เพื่อให้ผู้รับสารได้มีโอกาสเรียนรู้และเลือกนำเอาสิ่งที่มีประโยชน์ไปใช้เป็นแนวทางในการช่วยฟื้นฟู ในการพัฒนาสถานภาพความเป็นอยู่ขั้นพื้นฐานของตนเองให้ดีขึ้นเพื่อให้เข้ากับสภาวะเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และภัยธรรมชาติในสถานการณ์ปัจจุบัน

สถานีวิทยุกระจายเสียงมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (สถานีวิทยุ ม.ก.) ในฐานะที่เป็นสื่อมวลชนภาควิทยุกระจายเสียง ที่มีระบบการอากาศครอบคลุมเครือข่ายทั่วประเทศ ผ่านสถานีเครือข่ายทั้ง 4 สถานี คือ สถานีวิทยุ ม.ก. ส่วนกลาง-บางเขน สถานีวิทยุ ม.ก. เชียงใหม่ สถานีวิทยุ ม.ก. ขอนแก่น และสถานีวิทยุ ม.ก. สงขลา นอกจากนี้ยังมีระบบการออกอากาศไปทั่วโลกผ่านทาง Website ที่ http://www.radio.ku.ac.th และhttp://www.kugreenradio.net โดยมีนโยบายในการทำงานสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ คือ มุ่งเสริมสร้างความเข้าใจให้ผู้ฟังเกิดความเข้าใจ เห็นคุณค่าและน้อมนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปประยุกต์ใช้กับวิถีชีวิตในทุกภาคส่วน ดังนั้นเมื่อเดือนมกราคม ปีพ.ศ. 2549 ทางสถานีวิทยุ ม.ก. จึงได้มีการจัดสรรเวลาการผลิตรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ขึ้น เพื่อส่งเสริมให้ผู้ฟังมีการเรียนรู้ เข้าใจในปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงที่ถูกต้อง อันนำไปสู่การยอมรับและน้อมนำไปประยุกต์ใช้ให้เกิดผลตามสภาพท้องถิ่นแต่ละภูมิภาค และทุกภาคส่วนของสังคมอย่างจริงจังมากขึ้น ด้วยการปฏิบัติอย่างต่อเนื่องจนเกิดเป็นพื้นฐานในการดำเนินชีวิตที่ก่อให้เกิดความสมดุล มีภูมิคุ้มกันในชีวิต แล้วมีการเชื่อมโยงสู่ภายนอกไปยังทุกภาคส่วนของสังคม กลายเป็นรากฐานสำคัญที่ทำให้เกิดภูมิคุ้มกันที่ดีแก่สังคมไทยที่พร้อมรับต่อการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ได้อย่างรู้เท่าทัน

โดยการผลิตรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” นี้ เป็นรายการประเภทมุ่งให้ความรู้และการศึกษา ส่งเสริมด้านวิชาความรู้ วัฒนธรรม อาชีพ แนวทางในการดำเนินชีวิต และการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับการน้อมนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินชีวิตประจำวันหรือการทำงาน เป็นการเพิ่มพูนความรู้แก่ผู้ฟัง เพื่อสามารถดำรงชีวิตอยู่อย่างมีความสุขในสังคม นำความเจริญก้าวหน้ามาสู่ตนเองได้ ก่อให้เกิดแนวความคิดใหม่ เกิดความสร้างสรรค์ ฟังแล้วสามารถนำความรู้ไปวิเคราะห์ได้ มีคติสอนใจ และสร้างค่านิยมที่ดีในการดำเนินชีวิตให้แก่ผู้ฟังรายการ (อินทิรา อาดศิริ, 2553)

เห็นได้ว่ารายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก. นี้เป็นรายการที่มีความน่าสนใจและมีประโยชน์ต่อผู้ฟังรายการ โดยเฉพาะการผลิตรายการที่มุ่งสร้างความเข้าใจไปยังภาคส่วนต่าง ๆ เพื่อให้ผู้ฟังเกิดความเข้าใจ เห็นคุณค่าและน้อมนำปรัชญาเศรษฐกิจ

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

พอเพียงไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินชีวิตประจำวัน ซึ่งรายการวิทยุนี้มีการออกอากาศมาตั้งแต่ เดือนมกราคม ปีพ.ศ. 2549 แล้ว แต่ทางรายการยังมิได้เคยทำการศึกษาความคิดเห็นของผู้ฟังรายการมาก่อน ดังนั้นจากเหตุผลและความสำคัญดังกล่าวผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการศึกษาถึง เรื่อง ความคิดเห็นของผู้ฟังรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก. เพื่อนำผลและข้อมูลที่ได้จากการศึกษาวิจัยมาเป็นแนวทางแก่ผู้ผลิตรายการได้ทราบถึงความคิดเห็นและความต้องการต่าง ๆ ที่ผู้ฟังรายการมีต่อรายการ อันจะเป็นประโยชน์ต่อการวางแนวทางการพัฒนาปรับปรุงคุณภาพ และองค์ประกอบในรายการให้ตรงกับความต้องการของผู้รับฟังรายการมากที่สุด

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา

1. ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคลของผู้ฟังรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก.

2. การเปิดรับฟังรายการของผู้ฟังรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก.

3. ความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก.

4. ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคลของผู้ฟังรายการ กับความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก.

5. ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับฟังรายการของผู้ฟังรายการ กับความคิดเห็น ของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก.

6. ปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ฟังรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก.

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

เพื่อนำผลและข้อมูลที่ได้มาเป็นแนวทางแก่ผู้ผลิตรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก. ได้ทราบถึงความคิดเห็นและความต้องการต่าง ๆ ที่ผู้ฟังรายการมีต่อรายการ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการวางแนวทางในการพัฒนา ปรับปรุงคุณภาพ และองค์ประกอบในรายการ ให้ตรงกับความต้องการของผู้รับฟังรายการมากที่สุด

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มุ่งทำการศึกษาเฉพาะผู้ฟังรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ซึ่งรับฟังการออกอากาศของรายการทางสถานีวิทยุ ม.ก. ทุกเครือข่าย ที่มีการติดต่อและร่วมกิจกรรมต่าง ๆ กับทางรายการ ผ่านทางโทรศัพท์ จดหมาย ไปรษณียบัตร นับตั้งแต่ เดือนสิงหาคม พ.ศ. 2550 ถึง เดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2553 โดยมีการแจ้งชื่อ-นามสกุล ที่อยู่ และเบอร์โทรศัพท์ของผู้ฟังรายการไว้ เพื่อที่ผู้วิจัยสามารถติดต่อกลับและส่งแบบสอบถาม ซึ่งเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลไปทางไปรษณีย์ได้ จำนวน 315 ราย

นิยามศัพท์ปฏิบัติการ

สถานีวิทยุ ม.ก. หมายถึง สถานีวิทยุกระจายเสียงของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยุเพื่อการเกษตรและบริการสาธารณะ ออกอากาศในระบบ เอ.เอ็ม. สเตอริโอ ด้วยเครื่องส่งกระจายเสียงระบบออกอากาศที่เป็น Digital Modulation โดยถ่ายทอดสัญญาณผ่านดาวเทียมไทยคม ไปยังสถานีเครือข่ายในส่วนภูมิภาคเพื่อออกอากาศรายการพร้อมกันทั่วทุกภูมิภาคของประเทศไทย 4 สถานี คือ

1. สถานีวิทยุ ม.ก. ส่วนกลาง-บางเขน ออกอากาศที่คลื่นความถี่ A.M. 1107 กิโลเฮิรตซ์ ที่ตั้ง เลขที่ 50 ถนนพลโยธิน แขวงลาดยาว เขตจตุจักร จังหวัดกรุงเทพมหานคร

2. สถานีวิทยุ ม.ก. เชียงใหม่ ออกอากาศที่คลื่นความถี่ A.M. 612 กิโลเฮิรตซ์ ที่ตั้ง เลขที่ 301/1 หมู่ 5 ตำบลป่าไผ่ อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่

3. สถานีวิทยุ ม.ก. ขอนแก่น ออกอากาศที่คลื่นความถี่ A.M. 1314 กิโลเฮิรตซ์ ที่ตั้ง เลขที่ 86/8 ถนนมะลิวัลย์ ตำบลเมืองเก่า อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

4. สถานีวิทยุ ม.ก. สงขลา ออกอากาศที่คลื่นความถี่ A.M. 1269 กิโลเฮิรตซ์ ที่ตั้ง เลขที่ 424 ถนนกาญจนวนิช ตำบลพะวง อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา

และออกอากาศผ่านระบบอินเทอร์เน็ตออนไลน์ โดยได้รับความอนุเคราะห์จากสำนักบริการคอมพิวเตอร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ในการเชื่อมโยงสัญญาณการออกอากาศผ่านเครือข่าย Nontri ทาง Website ที่ http://www.radio.ku.ac.th และ http://www.kugreenradio.net

รายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก. หมายถึง รายการวิทยุที่ผลิตโดยสถานีวิทยุกระจายเสียงมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (สถานีวิทยุ ม.ก.) เริ่มออกอากาศมาตั้งแต่ เดือนมกราคม ปีพ.ศ. 2549 เป็นประจำทุกวันจันทร์ถึงวันศุกร์ ในช่วงเวลา 08.30 น. ถึง 08.55 น. เป็นเวลาวันละ 25 นาที นำเสนอเนื้อหาด้านการส่งเสริมให้ผู้ฟังมีการเรียนรู้ เข้าใจ เรื่องปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงที่ถูกต้อง เพื่อให้เกิดการยอมรับน้อมนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปประยุกต์ใช้ให้เกิดผลในภาคปฏิบัติที่เหมาะสมกับสภาพท้องถิ่นแต่ละภูมิภาค ในทุกภาคส่วนสังคมของประเทศอย่างจริงจังต่อเนื่องมากขึ้น ซึ่งจะกลายเป็นรากฐานสำคัญทำให้เกิดภูมิคุ้มกันที่ดีแก่สังคมไทย ที่พร้อมรับต่อการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ได้อย่างรู้เท่าทัน

เศรษฐกิจพอเพียง หมายถึง ปรัชญาที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงมีพระราชดำรัสชี้แนะแนวทางการดำเนินชีวิตแก่พสกนิกรประชาชนชาวไทยในทุกระดับ ตั้งแต่ระดับครอบครัว ระดับชุมชน จนถึงระดับรัฐ ทั้งในการพัฒนาและบริหารประเทศให้ดำเนินไปในทางสายกลางโดย ความพอเพียง หมายถึง ความพอประมาณ ความมีเหตุผล รวมถึงความจำเป็นที่จะต้องมีระบบภูมิคุ้มกันในตัวที่ดีพอสมควรต่อผลกระทบใด ๆ ก็ตาม ทั้งนี้จะต้องอาศัยความรอบรู้ ความรอบครอบ และความระมัดระวัง ในขณะเดียวกันจะต้องมีพื้นฐานจิตใจที่มีคุณธรรม ความซื่อสัตย์สุจริต ดำเนินชีวิตด้วยความอดทน ความเพียร มีสติปัญญา ขยัน และรู้จักแบ่งปัน เพื่อให้สมดุลและพร้อมต่อการรองรับการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและกว้างขวาง ทั้งด้านวัตถุ สังคม สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรมจากโลกภายนอกได้เป็นอย่างดี

ผู้ฟังรายการ หมายถึง ผู้ฟังรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก. ซึ่งรับฟังการออกอากาศของรายการในทุกเครือข่าย ที่มีการติดต่อและ ร่วมกิจกรรมต่าง ๆ กับทางรายการ ผ่านทางโทรศัพท์ จดหมาย ไปรษณียบัตร นับตั้งแต่ เดือนสิงหาคม พ.ศ. 2550 ถึง เดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2553 โดยมีการแจ้งชื่อ-นามสกุล ที่อยู่และเบอร์โทรศัพท์ของผู้ฟังรายการไว้ เพื่อที่ผู้วิจัยสามารถติดต่อกลับและส่งแบบสอบถามซึ่งเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ไปทางไปรษณีย์ได้ จำนวน 315 ราย

ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคลของผู้ฟังรายการ หมายถึง เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และที่อยู่ปัจจุบันของผู้ฟังรายการ

อายุ หมายถึง จำนวนปีเต็มนับตั้งแต่แรกเกิดจนถึงปัจจุบันของผู้ฟังรายการ

ระดับการศึกษา หมายถึง การได้รับการศึกษาตามหลักสูตรของกระทรวงศึกษาธิการ ได้แก่ ระดับประถมศึกษา (ป.1-ป.6) ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น (ม.1-ม.3) ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.4-ม.6) ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) และระดับปริญญาตรี

อาชีพ หมายถึง การประกอบสัมมาอาชีพที่ทำให้เกิดรายได้กับผู้ฟังรายการ ได้แก่ เกษตรกรรม ประกอบธุรกิจส่วนตัว ค้าขาย รับราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน นักเรียน และนักศึกษา

รายได้ต่อเดือน หมายถึง จำนวนเงินที่ผู้ฟังรายการได้รับจากการประกอบสัมมาอาชีพ โดยนับหน่วยเป็นบาทต่อเดือน ได้แก่ ต่ำกว่า 5,000 บาท ระหว่าง 5,000-10,000 บาท ระหว่าง 10,001-15,000 บาท ระหว่าง 15,001-20,000 บาท และสูงกว่า 20,000 บาทขึ้นไป

ที่อยู่ปัจจุบัน หมายถึง สถานที่พักอาศัยอยู่ ณ ปัจจุบันหรือขณะรับฟังรายการของผู้ฟังรายการ ซึ่งยึดการแบ่งภูมิภาคตามราชบัณฑิตยสถานที่แบ่งประเทศไทยออกเป็น 6 ภาค โดยใช้เกณฑ์ด้านภูมิศาสตร์ที่มีการแบ่งใช้อย่างเป็นทางการและมีใช้ทั่วไปในแบบเรียน คือ 1) ภาคเหนือ 2) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 3) ภาคกลาง 4) ภาคตะวันออก 5) ภาคตะวันตก และ6) ภาคใต้

การเปิดรับฟังรายการของผู้ฟังรายการ หมายถึง วิธีการแสวงหาข้อมูลข่าวสารของผู้ฟังรายการ เกี่ยวกับการประยุกต์ใช้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงผ่านทางรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อเพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก. เพื่อสนับสนุนความรู้และความเข้าใจที่มีอยู่เดิมหรือนำไปใช้ประโยชน์ในด้านต่าง ๆ ของผู้ฟังรายการ ซึ่งศึกษาจาก 1) เครือข่ายของสถานีที่รับฟังรายการ 2) ระยะเวลาในการติดตามรับฟังรายการ 3) ความถี่ในการรับฟังรายการ 4) วันและช่วงรายการที่รับฟัง 5) วิธีการรู้จักรายการ 6) ลักษณะการรับฟังรายการ 7) วิธีการติดตามรับฟังรายการ 8) วัตถุ

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ประสงค์ในการรับฟังรายการ 9) การติดต่อกับทางรายการ และ10) จุดประสงค์ในการติดต่อกับทางรายการ

เครือข่ายของสถานีที่รับฟังรายการ หมายถึง เครือข่ายของสถานีที่ผู้ฟังรายการเลือกเปิดรับฟังรายการ ได้แก่ สถานี ม.ก.ส่วนกลาง-บางเขน (คลื่นความถี่ A.M. 1107 กิโล เฮิรตซ์) สถานีวิทยุ ม.ก. เชียงใหม่ (คลื่นความถี่ A.M. 612 กิโลเฮิรตซ์) สถานีวิทยุ ม.ก. ขอนแก่น (คลื่นความถี่ A.M. 1314 กิโลเฮิรตซ์) สถานีวิทยุ ม.ก. สงขลา (คลื่นความถี่ A.M. 1269 กิโลเฮิรตซ์) รวมถึงทาง Website ที่ http://www.radio.ku.ac.th และ http://kugreenradio.net

ระยะเวลาในการติดตามรับฟังรายการ หมายถึง จำนวนระยะเวลาในการรับฟัง ตั้งแต่แรกเริ่มจนถึงปัจจุบันของผู้ฟังรายการ โดยนับหน่วยเป็นเดือน ถ้าครบ 12 เดือนนับเป็น 1 ปี

ความถี่ในการรับฟังรายการ หมายถึง จำนวนวันต่อสัปดาห์ที่ผู้ฟังรายการรับฟังรายการ ได้แก่ 1 วันต่อสัปดาห์ 2 วันต่อสัปดาห์ 3 วันต่อสัปดาห์ 4 วันต่อสัปดาห์ หรือทุกวันที่ออกอากาศ (5 วันต่อสัปดาห์)

วันและช่วงรายการที่รับฟัง หมายถึง วันและช่วงรายการที่ผู้ฟังรายการรับฟังบ่อยที่สุด ได้แก่ วันจันทร์ ช่วงสืบสานงานพัฒนากับสำนักงานกปร. วันอังคาร ช่วงสืบสานงานพัฒนากับสำนักงานกปร. วันพุธ ช่วงคำพ่อสอน วันพฤหัสบดี ช่วงคำพ่อสอน วันศุกร์ ช่วงคำพ่อสอน หรือทุกวันและทุกช่วงรายการที่ออกอากาศ (5วันต่อสัปดาห์)

วิธีการรู้จักรายการ หมายถึง การที่ผู้ฟังรายการได้รู้จักรายการเป็นครั้งแรกจากวิธีการต่าง ๆ ได้แก่ เปิดฟังวิทยุ ม.ก. เป็นประจำจึงรู้จัก ที่บ้าน/ที่ทำงาน เปิดฟังจึงได้ฟังไปด้วย เพื่อน/บุคคลอื่นแนะนำให้ฟัง หรือเห็นจาก Website เลยลองเปิดฟัง

ลักษณะการรับฟังรายการ หมายถึง ขณะรับฟังรายการผู้ฟังรายการรับฟังอยู่ในสถานที่ใด เช่น ที่บ้าน ที่ทำงาน ในรถยนต์ และขณะรับฟังมีจำนวนผู้ฟังเท่าใด ได้แก่ ฟังคนเดียว ฟังเป็นกลุ่มเล็กตั้งแต่ 2-8 คน หรือฟังเป็นกลุ่มใหญ่ตั้งแต่ 9 คนขึ้นไป

วิธีการติดตามรับฟังรายการ หมายถึง ในแต่ละครั้งผู้ฟังรายการมีการติดตามรับฟังรายการแบบใด ได้แก่ ฟังจนจบรายการโดยตั้งใจ ฟังจนจบรายการแบบไม่จดจ่อกับรายการ ฟังเฉพาะหัว

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

เรื่อง ฟังเพียงบางส่วนของรายการประมาณ 3-4 นาที และขณะรับฟังมีการทำกิจกรรมอื่น ๆ ไปด้วยหรือไม่ หากทำ กิจกรรมนั้นคืออะไร เช่น ปฏิบัติกิจวัตรประจำวันส่วนตัว อ่านหนังสือ ทำงานบ้าน/ทำอาหาร ขับรถ หรือทำงานในสถานที่ทำงาน

วัตถุประสงค์ในการรับฟังรายการ หมายถึง เป้าหมายที่ผู้ฟังรายการเลือกรับฟังรายการ ได้แก่ เพื่อเพิ่มพูนความรู้ ความเข้าใจ และวิธีการประยุกต์ใช้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง นำความรู้และวิธีการประยุกต์ใช้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาปรับใช้กับตนเอง หรือเพื่อนำความรู้และวิธีการประยุกต์ใช้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงที่ได้รับฟังไปเผยแพร่แลกเปลี่ยนความรู้กับผู้อื่น

การติดต่อกับทางรายการ หมายถึง การที่ผู้ฟังรายการเคยหรือไม่ในการติดต่อกับทางรายการ หากเคย มีจำนวนครั้งในการติดต่อกับทางรายการเป็นจำนวนเท่าใดต่อปีและโดยช่องทางใด คือ จดหมาย ไปรษณียบัตร หรือโทรศัพท์

จุดประสงค์ในการติดต่อกับทางรายการ หมายถึง สาเหตุที่ผู้ฟังรายการติดต่อกับทางรายการเพื่อเหตุผลใด ได้แก่ แลกเปลี่ยนความรู้/ประสบการณ์ หรือขอความรู้และคำปรึกษาในการน้อมนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปประยุกต์ใช้ กับผู้ดำเนินรายการ วิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิ บุคคลหรือตัวแทนองค์กรตัวอย่าง ขอเอกสาร สิ่งพิมพ์ และสื่อต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการน้อมนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปประยุกต์ใช้ ร่วมกิจกรรมต่าง ๆ กับทางรายการ เช่น ตอบปัญหาชิงรางวัล ขอรับเมล็ดพันธุ์ผักสวนครัว สมัครสมาชิกรายการ

ความคิดเห็น หมายถึง การแสดงความรู้สึก ความเชื่อ หรือความคิดที่เป็นส่วนบุคคลของผู้ฟังรายการ ที่มีต่อรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก. ซึ่งมีเกณฑ์การจัดระดับความคิดเห็นเป็น 3 ระดับ คือ ดี พอใช้ และควรปรับปรุง โดยการให้คะแนน คือ ดี = 3 พอใช้ = 2 และควรปรับปรุง = 1

องค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก. หมายถึง องค์ประกอบในการเสนอรายการที่แบ่งเพื่อให้สอดคล้องกับการวิจัยในครั้งนี้ โดยแบ่งเป็น 5 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านช่วงเวลา ความยาวรายการ และความถี่ในการออกอากาศของรายการ 2) ด้านรูปแบบรายการและเนื้อหาข่าวสารในรายการ 3) ด้านผู้ดำเนินรายการ 4) ด้านผู้ร่วมดำเนินรายการ (วิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิ บุคคลตัวอย่าง และตัวแทนองค์กรตัวอย่าง) และ5) ด้านดนตรีและเสียงประกอบในรายการ

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ด้านช่วงเวลา ความยาวรายการ และความถี่ในการออกอากาศของรายการ หมายถึง การนำเสนอรายการในช่วงเวลา 08.30-08.55 รวมความยาวของรายการ 25 นาทีต่อวัน โดยออกอากาศจำนวน 5 วันต่อสัปดาห์ คือ วันจันทร์ถึงวันศุกร์

ด้านรูปแบบรายการและเนื้อหาข่าวสารในรายการ หมายถึง ประเภทรายการ รูปแบบรายการ การสรรหาวิทยากรและผู้ร่วมดำเนินรายการที่มาเผยแพร่ความรู้และประสบการณ์ รวมถึงการนำเสนอข้อมูลและเนื้อหาข่าวสารในรายการ

ด้านผู้ดำเนินรายการ หมายถึง คุณลักษณะที่เหมาะสมของผู้ดำเนินรายการในการนำเสนอรายการ ได้แก่ น้ำเสียง ลักษณะและลีลาการพูด การใช้ภาษาไทย การเชื่อมโยงรายการ การลำดับและอธิบายเนื้อหา การตั้งประเด็นคำถาม การใช้ปฏิภาณไหวพริบแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า การสรุปเนื้อหาและการให้ข้อคิด รวมถึงการพูดเปิดและปิดรายการเพื่อให้ผู้ฟังติดตามรายการ

ด้านผู้ร่วมดำเนินรายการ(วิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิ บุคคลตัวอย่าง และตัวแทนองค์กรตัวอย่าง) หมายถึง คุณลักษณะที่เหมาะสมของผู้ร่วมดำเนินรายการในการร่วมนำเสนอรายการ ได้แก่ น้ำเสียง ลักษณะการพูด การใช้ภาษาไทย การอธิบายเนื้อหา การตอบคำถามและให้ความรู้ มีความน่าเชื่อถือ มีความรู้และประสบการณ์ รวมถึงการให้ข้อคิดที่ดีกับผู้ฟังรายการเพื่อสามารถนำไปประยุกต์ปฏิบัติตามได้จริง

ด้านดนตรีและเสียงประกอบในรายการ หมายถึง องค์ประกอบของรายการทางด้านเสียงที่เกิดขึ้นในรายการ ได้แก่ ดนตรี เสียงประกอบจากธรรมชาติ เช่น นกร้อง ไก่ขัน ในการสัมภาษณ์ผู้ร่วมดำเนินรายการนอกสถานที่ เสียงผู้ดำเนินรายการ และเสียงผู้ร่วมดำเนินรายการ

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

บทที่ 2

การตรวจเอกสาร

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาจากแนวคิด ทฤษฎี งานวิจัย ตำรา เอกสาร และแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาเป็นข้อมูลพื้นฐานและแนวทางในการศึกษาวิจัย โดยแบ่งเป็น 10 หัวข้อ ดังนี้

1. วิทยุกระจายเสียง
2. การผลิตรายการวิทยุกระจายเสียง
3. สถานีวิทยุกระจายเสียงมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (สถานีวิทยุ ม.ก.)
4. รายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก.
5. แนวคิดที่เกี่ยวกับผู้รับสารในกระบวนการสื่อสารมวลชน
6. การวิเคราะห์ผู้รับสาร
7. แนวคิดที่เกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร
8. แนวคิดที่เกี่ยวกับความคิดเห็น
9. เศรษฐกิจพอเพียง
10. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วิทยุกระจายเสียง

การตรวจเอกสารหัวข้อวิทยุกระจายเสียงครั้งนี้ ได้ทำการศึกษาครอบคลุมถึงแนวคิดของวิทยุกระจายเสียง ความหมายของวิทยุกระจายเสียง ความสำคัญของวิทยุกระจายเสียง คุณลักษณะและธรรมชาติของวิทยุกระจายเสียง วัตถุประสงค์ของวิทยุกระจายเสียง หน้าที่ของวิทยุกระจายเสียง อิทธิพลของวิทยุกระจายเสียง ข้อดีและข้อจำกัดของวิทยุกระจายเสียง ตลอดจนลักษณะและพฤติกรรมของผู้ฟังวิทยุ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

แนวคิดของวิทยุกระจายเสียง

ดวงทิพย์ วรพันธ์ (2530: 386) กล่าวว่า วิทยุกระจายเสียงเป็นสื่อที่มีคุณลักษณะเสนอข่าวสารได้ทวีคูณ (Message Multiplier) เพราะสามารถส่งกระจายเสียงไปยังกลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย จำนวน

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

มากในเวลาเดียวกัน ซึ่งอยู่ในภูมิภาคไกลในขอบเขตรัศมีการรับฟังภายในเวลาไม่กี่นาที

จุมพล รอดคำดี (2531: 245) ได้กล่าวว่า สื่อวิทยุกระจายเสียงมีคุณสมบัติเป็นเครื่องมือในการสื่อสารมวลชนที่สามารถกระจายข่าวสารกันได้อย่างรวดเร็ว ไม่ว่าสภาพพื้นที่ของผู้รับสารจะเป็นอย่างไรหรือไกลเพียงใด นอกจากนี้ยังสามารถเป็นตัวกระตุ้นและย้ำทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงความคิดเห็นเจตคติได้ และผู้รับสารก็ไม่จำเป็นต้องอ่านออกเขียนได้ก็สามารถรับข่าวสารจากวิทยุกระจายเสียงได้

ณรงค์ สมพงษ์ (2535: 299) ได้กล่าวว่า วิทยุกระจายเสียงนับว่ามีบทบาทอย่างยิ่งต่อชีวิตประจำวันของประชาชนในปัจจุบัน เนื่องจากเป็นสื่อมวลชนที่สามารถเข้าถึงประชาชนได้มากที่สุดและด้วยเวลาอันรวดเร็วมากกว่าสื่อประเภทอื่น การกระจายของคลื่นวิทยุที่ส่งออกไปในส่วนต่าง ๆ สามารถครอบคลุมพื้นที่เกือบทั้งหมดของประเทศ แม้แต่ตามป่าเขาลำเนาไพรหรือในชนบทที่ห่างไกลความเจริญ มีปัญหาด้านการคมนาคมขนส่ง ขาดแคลนสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ซึ่งไม่สามารถรับข่าวสารความรู้จากสื่ออื่นก็สามารถที่จะรับฟังรายการวิทยุได้ และการรับฟังรายการนั้นสามารถฟังได้โดยไม่จำกัดเวลาและสถานที่ แม้แต่ขณะทำงานอื่นอยู่ เช่น กำลังอ่านหนังสือ ขับรถยนต์ ก็สามารถรับฟังรายการได้ การรับฟังวิทยุกระจายเสียงสามารถฟังที่ไหนก็ได้ วิทยุกระจายเสียงจึงเปรียบเสมือน “สื่อเคลื่อนที่” (Mobile Medium) ที่มีพลังในการติดต่อสื่อสารมาก จึงเหมาะสมอย่างยิ่งในการนำเอาวิทยุกระจายเสียงมาใช้ในการให้ความรู้ และกระจายข่าวสารไปสู่มวลชนส่วนใหญ่ของประเทศโดยเฉพาะที่อยู่ในชนบท

กาญจนา มีศิลปวิกกัย (2549: 77) กล่าวว่า วิทยุกระจายเสียงเป็นสื่อที่ให้ความเป็นปัจจุบัน ช่วยให้ประชาชนสามารถรับรู้เรื่องราวต่าง ๆ ที่เป็นเหตุการณ์สำคัญ ๆ หรือรับรู้เรื่องราวที่เป็นปัจจุบันได้ทันทีทันใด นอกจากนั้นยังเป็นสื่อที่ให้ความบันเทิงในรูปแบบของรายการเพลงและข่าวสารต่าง ๆ เป็นต้น

Crisell (1997 อ้างใน อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ และ เมธา เสรีธนาวงศ์, 2550: 386) กล่าวว่า สื่อวิทยุมีบทบาทอย่างสำคัญ ด้วยเป็นเทคโนโลยีใหม่ที่สามารถเข้าถึงผู้คนเรือนหมื่นเรือนแสนหรือนับล้านคนได้พร้อม ๆ กัน และเป็นสื่อซึ่งเป็นขวัญใจของมหาชนอย่างรวดเร็ว จากการเสนอรายการดนตรี เพลง ละคร ตลกชวนหัว และรายการสนทนาต่าง ๆ ด้วยเหตุที่วาทศิลป์ของผู้พูดที่อยู่ตรงหน้าไมโครโฟนนั้นมีศักยภาพในการโน้มน้าวใจสูง ในอีกด้านหนึ่งสื่อวิทยุกลายเป็นสื่อสารมวลชนยอดนิยม (Popular Medium)

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

จึงกล่าวสรุป เกี่ยวกับแนวความคิดของวิทยุกระจายเสียงได้ว่า วิทยุกระจายเสียงเป็นสื่อที่นำเสนอข้อมูลข่าวสารหรือเหตุการณ์สำคัญต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็วเป็นปัจจุบัน สามารถกระตุ้นย้ำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงความคิดเห็นได้ โดยส่งกระจายเสียงไปยังกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายจำนวนมากในเวลาเดียวกันแบบทวีคูณ ตามขอบเขตรัศมีการรับฟังภายในไม่กี่วินาที แม้แต่ในพื้นที่ห่างไกลที่ไม่สามารถรับข่าวสารความรู้จากสื่ออื่น ๆ ได้ ซึ่งการรับฟังนั้นไม่จำเป็นต้องอ่านออกเขียนได้ ไม่จำกัดเวลา สถานที่ และแม้แต่ขณะที่ผู้ฟังทำกิจกรรมอื่น ๆ เช่น ทำงานบ้าน ขับรถ ทำสวน ฯลฯ วิทยุกระจายเสียงจึงเหมือนสื่อเคลื่อนที่ที่เป็นสื่อมวลชนยอดนิยมของประชาชนทั่วไป เหมาะสำหรับนำมาใช้กระจายข่าวสาร ความรู้ และสาระบันเทิงที่เป็นประโยชน์ต่อมวลชนส่วนใหญ่ของประเทศ

ความหมายของวิทยุกระจายเสียง

นภาภรณ์ อัจฉริยะกุล และ วิจิตร ภักดีรัตน์ (2540: 8) กล่าวว่า คำว่า “วิทยุกระจายเสียง” นี้เดิมทีเดียวยังไม่มีคำใช้เรียกกันเป็นภาษาไทย จอมพลเรือกรมพระนครสวรรค์วรพินิต ทรงใช้วิธีเรียกทับศัพท์คำว่า “Radio Telegraph” ว่า “ราดิโอ โทรเลข” ต่อมาภายหลังพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 6 จึงทรงบัญญัติใช้คำว่า “วิทยุ” แทนคำว่า “ราดิโอ” ต่อมาราชบัณฑิตยสถานจึงได้ให้ใช้คำเต็ม ๆ เป็นทางการว่า“วิทยุกระจายเสียง” ซึ่งมีความหมายตรงกับคำภาษาอังกฤษว่า “Radio Broadcasting” สำหรับคำว่า “ราดิโอ” มีความหมายว่า “วิทยุ” ซึ่งในศัพทานุกรมสื่อสารมวลชนได้ให้ความหมายไว้ว่า “การใช้คลื่นแม่เหล็กไฟฟ้า (electromagnetic wave) หรือคลื่นวิทยุเพื่อส่งกระจายออกอากาศ (transmit) หรือเพื่อรับสัญญาณไฟฟ้า (electrical signals) โดยไม่ต้องใช้สายต่อเชื่อมระหว่างกัน (wireless) (wireless ซึ่งมีความหมายว่า “ไม่มีสาย” เป็นคำดั้งเดิมที่ใช้เรียกวิทยุกระจายเสียง คำนี้ยังคงใช้กันอย่างแพร่หลายในประเทศอังกฤษ) ในความหมายอย่างกว้างหมายถึง วิทยุ วิทยุโทรภาพ และวิทยุโทรทัศน์ ซึ่งเป็นรูปแบบของการสื่อสารที่เรียกว่า “โทรคมนาคม” (Telecommunication) ทั้งสิ้น ทุกรูปแบบของโทรคมนาคมซึ่งสื่อสารกันทางวิทยุนั้นมีองค์ประกอบสำคัญ คือ ต้องมีเครื่องส่ง (Transmitter) ในการส่งพลังสัญญาณ มีสายอากาศ (Antenna) เพื่อส่งสัญญาณให้แพร่ออกไปไกล ๆ มีตัวพาหะในการแพร่กระจายพลังสัญญาณ คือ คลื่นแม่เหล็กไฟฟ้าในอากาศ และสุดท้ายมีเครื่องรับ

ก่อเกียรติ พานิชกุล (2545: 291-292) ได้อธิบายความหมายของคำว่า Radio Broadcasting หมายถึง การกระจายเสียงโดยคลื่นวิทยุของวิทยุกระจายเสียง และได้อธิบายความหมายของคำว่า Radio หมายถึง คลื่น หรือรังสีวิทยุ ระบบการส่งรับคลื่นเสียงโดยมีวิทยุเป็นเครื่องรับ ประกอบด้วย Audiosignals, Audio Frequency ความถี่ของการสั่นของเสียงและอัตราความสั่นอยู่ระหว่าง 15 ถึง

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

16,000 ต่อวินาที มีคลื่นที่ส่งในระบบ AM (Amplitude Modulated) ซึ่งมีอำนาจในการส่งระยะไกล สามารถส่งได้ถึง 600-700 ไมล์ และสัญญาณคลื่นที่ส่งในระบบ FM (Frequency Modulated) Stations, ระบบคลื่นเป็นลักษณะแนวตั้งหรือ Vertical ที่มีรัศมีหรือกำลังส่งที่ปราศจากการรบกวนประมาณ 50-100 ไมล์

ราชบัณฑิตสถาน (2546: 1076) ได้ให้ความหมายของคำว่า “วิทยุกระจายเสียง” ว่าเป็นคำนาม (น.) ที่มีความหมายถึง การแพร่สัญญาณเสียงออกอากาศโดยใช้คลื่นวิทยุ

สุกัญญา บูรณเดชา (2549: 228) กล่าวถึง ความหมายของวิทยุกระจายเสียงว่า วิทยุกระจายเสียงเป็นสื่อมวลชนอิเล็กทรอนิกส์ที่มีข้อได้เปรียบกว่าสื่อมวลชนอื่น ๆ คือ เป็นสื่อที่ใกล้ชิดและเข้าถึงผู้ฟังมากที่สุด และสามารถรับฟังได้ทุกหนทุกแห่งหากเรามีเครื่องรับวิทยุ ในปัจจุบันเครื่องรับวิทยุกระจายเสียงมีราคาถูกลง ทำให้มีผู้ซื้อวิทยุกระจายเสียงมากขึ้น แม้จะมีสื่อมวลชนอื่น ๆ ที่น่าสนใจ เช่น วิทยุโทรทัศน์และภาพยนตร์ แต่อย่างไรก็ตามวิทยุกระจายเสียงก็ยังเป็นที่นิยมใช้กันอย่างแพร่หลาย

กล่าวสรุปได้ว่า คำว่า “วิทยุกระจายเสียง” นั้นตรงกับคำในภาษาอังกฤษ คือ “Radio Broadcasting” วิทยุกระจายเสียงเป็นรูปแบบหนึ่งของการสื่อสารที่เรียกว่าโทรคมนาคม “Telecommunication” อันมีองค์ประกอบ คือ เครื่องส่งในการส่งสัญญาณ สายอากาศเพื่อส่งสัญญาณให้แพร่ออกไปไกล ๆ โดยใช้ตัวพาหะในการแพร่กระจายสัญญาณคือคลื่นแม่เหล็กไฟฟ้า (Electromagnetic Wave) และเครื่องรับสัญญาณ ซึ่งนับเป็นสื่อมวลชนอิเล็กทรอนิกส์ที่มีข้อได้เปรียบกว่าสื่อมวลชนอื่น ๆ เพราะสามารถเข้าถึงผู้ฟังได้แบบใกล้ชิดมากที่สุด รับฟังได้ทุกหนแห่งหากมีเครื่องรับวิทยุ จึงเป็นที่นิยมใช้กันอย่างแพร่หลาย เพราะมีคลื่นส่งทั้งในระบบ A.M. (Amplitude Modulated) ที่ส่งสัญญาณรัศมีได้ไกลถึง 600-700 ไมล์ และในระบบ F.M. (Frequency Modulated) ที่มีรัศมีการส่งสัญญาณปราศจากการรบกวนประมาณ 50-100 ไมล์

ความสำคัญของวิทยุกระจายเสียง

นภาภรณ์ อัจฉริยะกุล และ วิจิตร ภักดีรัตน์ (2540: 14-25) กล่าวว่า ความสำคัญของวิทยุกระจายเสียงในฐานะที่เป็นสื่อมวลชนนั้นมีด้วยกันหลายลักษณะ คือ

ในฐานะการเสริมสร้างสติปัญญาให้แก่มนุษย์ในสังคม

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

1. การให้ข้อเท็จจริงแก่ประชาชน เพื่อให้ประชาชนมีหูตากว้างขวาง รอบรู้ในเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นรอบตัว เพื่อให้ทันต่อเหตุการณ์อยู่ตลอดเวลา

2. การให้การศึกษา เป็นการเปิดโอกาสให้มนุษย์ได้รับความรู้ได้อย่างทัดเทียมกัน เพื่อช่วยให้มีโอกาสในการดำรงชีพที่ดีขึ้น

3. การแสดงความคิดเห็น วิทยุกระจายเสียงเป็นเวทีกลางให้ประชาชนมีโอกาสรับรู้ รับฟังแสดงความคิดเห็นแลกเปลี่ยนความนึกคิดซึ่งกันและกันเพื่อเพิ่มพูนความรู้มากยิ่งขึ้น อันเป็นหนทางให้เกิดความเจริญได้ในที่สุด

ในฐานะเป็นสื่อเพื่อพัฒนาประเทศ

1. ด้านการพัฒนาการศึกษา เนื่องจากวิทยุกระจายเสียงเป็นสื่อที่ส่งสารได้อย่างรวดเร็วและไปได้อย่างกว้างไกล เข้าถึงประชาชนได้ง่ายกว่าสื่ออื่น ประชาชนผู้รับไม่จำเป็นต้องมีทักษะพิเศษก็สามารถเข้าใจได้ เพราะอาศัยการได้ยินด้วยหูเท่านั้น จึงเหมาะสมที่จะใช้ในการพัฒนาการศึกษาเพื่อเปิดโอกาสให้ประชาชนมีสิทธิรับการศึกษาทัดเทียมกัน

2. ด้านการพัฒนาการเมือง มีความสำคัญเป็นสื่อกลางในการสนองความคิดเห็นต่อรัฐบาลและรัฐบาลใช้ชี้แจงเหตุผล ป้องกัน และแก้ไขความเข้าใจผิด เพื่อให้เกิดความเข้าใจ ความสมัครสมานสามัคคีในชาติ เป็นเวทีแสดงความคิดเห็นทางการเมืองอย่างเสรี ภายในขอบเขตอันสมควร

3. ด้านการพัฒนาชนบท ประชาชนที่อาศัยอยู่ในชนบทห่างไกลมีความรู้สึกเหมือนถูกทอดทิ้ง ทางหนึ่งที่จะทำให้ชาวชนบทเกิดความรู้สึกว่าใกล้ชิด และไม่เกิดช่องว่างระหว่างกันและกันได้ก็โดยอาศัยการได้ข่าวสารข้อมูลทางวิทยุกระจายเสียงเป็นการเปิดหูเปิดตา ช่วยให้ชาวชนบทมีโอกาสพัฒนาได้ใกล้เคียงกับคนอื่น

4. ด้านการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม มีความสำคัญในการเสนอความคืบหน้าและความเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจการค้า รับรู้ข่าวสารความก้าวหน้าทางการเกษตรและอุตสาหกรรมอย่างรวดเร็วทันต่อเหตุการณ์

ในฐานะเป็นเครื่องมือการสื่อสารของโลก

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

1. เป็นเครื่องมือสำคัญในการรายงานเหตุการณ์หรือการส่งสารในรูปของข่าวที่เกิดขึ้นในโลก โดยการส่งสัญญาณผ่านดาวเทียมเพื่อให้ทั่วโลกได้รับรู้เหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ที่ไหน เมื่อใด อย่างไร และทำไม

2. เป็นเครื่องมือสำคัญในการเผยแพร่และแลกเปลี่ยนความรู้ ความบันเทิง ในรูปแบบอื่น ปัจจุบันนี้เทคโนโลยีการสื่อสารก้าวหน้าอย่างมาก ทั่วโลกสามารถรับความรู้ ความบันเทิง อย่างเดียวกันได้โดยอาศัยการบันทึกเทปแล้วส่งรายการที่บันทึกนั้นเผยแพร่ไปทั่วโลก

3. เป็นเครื่องมือสำคัญในการใช้เป็นสื่อที่ทำให้เกิดการพึ่งพาซึ่งกันและกันทั่วทั้งโลก (Global Interdependence) เกิดเป็นลักษณะการถ่ายโยงเทคโนโลยีการสื่อสารจากประเทศที่พัฒนาเรื่องข่าวสารไปยังประเทศที่ขาดแคลน เป็นผลให้เกิดการพึ่งพาช่วยเหลือซึ่งกันและกันขึ้นได้ เช่น ในกรณีเกิดภาวะความอดอยากในประเทศเอธิโอเปีย

โดยสรุปแล้ว วิทยุกระจายเสียงนั้นมีความสำคัญหลายด้าน คือ ด้านการเสริมสร้างสติปัญญาให้แก่มนุษย์ในสังคม ทั้งการแจ้งข่าวสารให้ประชาชนรอบรู้ทันต่อเหตุการณ์ต่าง ๆ การเปิดโอกาสให้ประชาชนมีความรู้ที่เท่าเทียมกัน และการได้เปิดโอกาสให้แสดงความคิดเห็นแลกเปลี่ยนซึ่งกัน ด้านการเป็นสื่อเพื่อพัฒนาประเทศ ได้แก่ การเพิ่มสิทธิในการศึกษาแก่ประชาชนผู้ด้อยโอกาสให้เกิดการพัฒนาตนเอง การเป็นเวทีแสดงความคิดเห็นทางการเมืองอย่างเสรี รวมถึงการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจ โดยการนำเสนอข่าวสารความก้าวหน้าให้เกิดการพัฒนาทางด้านเกษตรกรรมและอุตสาหกรรม และความสำคัญในด้านการเป็นเครื่องมือการสื่อสารของโลก โดยการรายงานเหตุการณ์ หรือ การส่งสารสัญญาณผ่านดาวเทียมเพื่อรายงานให้ทั่วโลกได้รับรู้เหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นพร้อมกัน อันทำให้เกิดการเผยแพร่แลกเปลี่ยนความรู้และเทคโนโลยีในด้านต่าง ๆ ซึ่งกันและกันทั่วโลก อีกทั้งก่อให้เกิดการช่วยเหลือพึ่งพาซึ่งกันและกันยามประสบปัญหาต่าง ๆ

คุณลักษณะและธรรมชาติของวิทยุกระจายเสียง

นภาภรณ์ อัจฉริยะกุล และ วิจิตร ภักดีรัตน์ (2540: 27-29) กล่าวว่า ลักษณะของวิทยุกระจายเสียงนั้น สามารถอธิบายได้ดังนี้

1. ลักษณะทางเทคนิค วิทยุกระจายเสียงเป็นการส่งคลื่นวิทยุจากจุดหนึ่งไปยังเครื่องรับของประชาชนได้เป็นจำนวนมาก ความถี่ที่ใช้ในประเทศไทยมี 2 ย่าน คือ

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

1.1 ย่านความถี่กลาง (Medium Frequenceés) 535-1,605 กิโลเฮิรตซ์ กระจายเสียงระบบเอ.เอ็ม.

1.2 ย่านความถี่สูงมาก (Very High Frequenceés) 88-108 เมกะเฮิรตซ์ กระจายเสียงระบบเอฟ.เอ็ม.

2. ลักษณะทั่วไป วิทยุกระจายเสียงเป็นสื่อมวลชนประเภทเสียง สามารถกระจายออกไปรอบทิศทาง เข้าถึงกลุ่มชนที่มีเครื่องรับวิทยุได้เป็นจำนวนมาก ๆ ในเวลาเดียวกันตามรัศมีกำลังของเครื่องส่งของสถานีวิทยุกระจายเสียงนั้น ๆ ไม่ว่าผู้รับจะอยู่ในป่าเขา บนเกาะแก่ง ในอาคาร บ้านเรือน ทุกแห่งหน คลื่นวิทยุสามารถเข้าไปถึงได้ จึงนับเป็นสื่อที่ส่งข่าวสารไปได้รวดเร็วที่สุด ผู้รับสามารถรับข่าวสารได้ทันทีในขณะที่ผู้ส่งข่าวสารกำลังพูดหรือถ่ายทอดเรื่องราวต่าง ๆ อยู่ แต่ผู้รับข่าวสารกับผู้ส่งสารจะเพียงสื่อสารได้ด้วยเสียงเท่านั้น เสียงที่สื่อสารมีทั้งคำพูด ดนตรี เสียงประกอบ และเสียงจากเหตุการณ์จริง ผู้รับสารหรือผู้ฟังสามารถเข้าใจเรื่องราวต่างๆ หรือสารที่ส่งมานั้นได้มากหรือน้อยขึ้นอยู่กับคุณภาพของเสียงต่าง ๆ ที่สื่อสารออกมา และขึ้นอยู่กับวิธีลำดับเสียงต่าง ๆ ให้มีช่วงยาวหรือสั้นพอเหมาะแก่ความสนใจหรือขึ้นอยู่กับวิธีจัดรายการนั่นเอง

3. ลักษณะเฉพาะ วิทยุกระจายเสียงเป็นสื่อที่มีลักษณะเฉพาะที่ผู้ส่งสารจะต้องสื่อสารเอาไปใช้ให้เป็นประโยชน์ต่อผู้รับสารคือมวลชนที่รับฟังอยู่เป็นประจำในชีวิตประจำวัน ได้อย่างไรบ้าง ดังนี้

3.1 วิทยุกระจายเสียงเป็นสื่อมวลชนที่สามารถส่งข่าวไปถึงผู้ฟังจำนวนมาก แม้ผู้รับจะอยู่ไกลเพียงใดก็ส่งไปถึงได้ จึงสามารถมีสื่อสัมพันธ์ในลักษณะสื่อสารทางเดียวเหมือนอยู่ต่อหน้าใกล้ชิดกันเพียงมิได้เห็นหน้ากันจริงเท่านั้น ผู้รับสารสามารถสื่อสัมพันธ์ตอบทางอ้อมโดยวิธีสื่อสารอย่างอื่น เช่น ไปรษณีย์ โทรศัพท์ โทรเลข หรืออาจขอเข้าร่วมรายการ ณ ห้องส่งกระจายเสียง

3.2 วิทยุกระจายเสียงให้ความเป็นจริง สามารถถ่ายทอดเสียงจากเหตุการณ์จริงขณะกำลังเกิดขึ้น ทำให้เหตุการณ์ในอดีตมาลำดับเรื่องใหม่ให้เหมือนเหตุการณ์จริง และสามารถสรุปคัดย่อเฉพาะเหตุการณ์จริงที่น่าสนใจเป็นพิเศษมาเสนอ สารเหล่านี้สามารถจัดส่งไปตามกลุ่มชนเป้าหมายที่อยู่ในบ้าน ในโรงเรียน ในโรงงาน หรือที่อื่น ๆ ได้

3.3 วิทยุกระจายเสียงทันเหตุการณ์ สาระการดำเนินชีวิตในชุมชน สังคมเปลี่ยนแปลง

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ไปตามกาลเวลา สื่อมวลชนประเภท หนังสือพิมพ์ นิตยสาร สิ่งพิมพ์ ภาพยนตร์ ฯลฯ อาจจะล้าสมัยไปได้ แต่วิทยุกระจายเสียงที่ออกอากาศตลอดเวลาสามารถเสนอเรื่องที่เป็นปัจจุบันที่สุดได้ทันเหตุทันการณ์ ทันเวลาที่ผู้ฟังกำลังสนใจ

3.4 วิทยุกระจายเสียงสร้างแรงจูงใจ สามารถสร้างจินตนาการให้ผู้ฟังติดตามนึกภาพเหตุการณ์ต่าง ๆ ตาม หรือแม้แต่นึกเพ้อฝันตามได้โดยง่าย ดังนั้นผู้จัดรายการสามารถนำลักษณะเฉพาะนี้ไปสร้างแรงจูงใจต่อกลุ่มชนให้คิดและ/หรือกระทำการต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี

McLeish (1981 อ้างใน ธีรารักษ์ โพธิสุวรรณ, 2542: 13-21) ได้อธิบายคุณลักษณะเฉพาะของสื่อวิทยุกระจายเสียงว่ามี 10 ประการ คือ

1. วิทยุกระจายเสียงมีความรวดเร็ว (The speed of radio) วิทยุกระจายเสียงสามารถส่งผู้สื่อข่าวไปทำข่าวทันทีที่ได้รับแจ้งเหตุ ด้วยเครื่องมืออุปกรณ์ที่ไม่ยุ่งยากซับซ้อน ใช้เจ้าหน้าที่เพียงคนเดียวก็พอ และสามารถนำมาออกอากาศหรือแทรกในรายการได้ทันที ความรวดเร็วของสื่อวิทยุกระจายเสียงจึงเป็นคุณลักษณะที่ได้เปรียบในการเสนอข่าวมากกว่าสื่ออื่น ๆ

2. วิทยุกระจายเสียงเป็นสื่อที่มีราคาถูก (Radio is cheap) ปัจจุบันเครื่องรับวิทยุกระจายเสียงมีหลายประเภท ราคาถูก หาซื้อได้ง่ายตามความพอใจทั่วไป เป็นที่นิยมกันอย่างแพร่หลาย และในการฟังไม่ต้องจ่ายเงินทุกครั้งเหมือนกับการซื้อหนังสือพิมพ์หรือชมภาพยนตร์ ทั้งผู้ฟังที่อยู่ในชนบทหรือในเมืองสามารถฟังรายการได้เท่าเทียมกัน หากสามารถรับคลื่นวิทยุได้ รวมทั้งเมื่อเทียบกับสื่ออื่น ๆ วิทยุกระจายเสียงก็มีต้นทุนและค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานน้อยกว่ามาก

3. วิทยุกระจายเสียงสร้างภาพ (Radio makes pictures) แม้ว่าวิทยุกระจายเสียงจะเป็นสื่อที่ไร้ภาพ แต่ก็สามารถสร้างจินตนาการให้ผู้ฟังเกิดภาพด้วยเสียงที่ออกอากาศ โดยผู้ฟังจะพยายามสร้างภาพให้เกิดขึ้นในใจจากสิ่งที่ได้ยินได้ฟัง ไม่ว่าจะเป็นเหตุการณ์ที่สนุกสนานหรือโศกเศร้าเสียใจก็ตาม โดยปราศจากการกำหนดว่าภาพนั้นเล็กหรือใหญ่แค่ไหนแบบการชมโทรทัศน์ ซึ่งจินตนาการนั้นจะแตกต่างกันไปตามพื้นความรู้ ประสบการณ์ สภาพแวดล้อม และองค์ประกอบอื่นในตัวผู้ฟัง ดังนั้นนักวิทยุกระจายเสียงต้องประณีต พิถีพิถันในการคัดเลือก กลั่นกรองคำพูดที่จะเสนอสู่ผู้ฟัง เพื่อที่จะสร้างภาพที่ถูกต้องเหมาะสมให้เกิดขึ้นในใจของผู้ฟังให้ได้ อันจะทำให้ผู้ฟังจดจำเหตุการณ์ดังกล่าวที่ได้ฟังเป็นเวลาอันยาวนาน

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

4. วิทยุกระจายเสียงสามารถส่งไปถึงผู้ฟังโดยตรง (The directness of radio) การฟังรายการวิทยุมักจะฟังคนเดียว ผู้ฟังจะมีความรู้สึกว่าผู้ดำเนินรายการได้ส่งสารมาถึงตัวผู้ฟังโดยตรง ผู้ฟังจะสร้างภาพในใจขึ้นจากเสียงที่ตนได้ยินในลักษณะเป็นส่วนตัว การที่นักวิทยุกระจายเสียงส่งสารมาถึงผู้ฟังได้โดยตรงในลักษณะส่วนบุคคลเช่นนี้ จึงจำเป็นต้องระมัดระวังที่จะไม่ยัดเยียดความคิดที่ไม่ถูกต้องของผู้จัดรายการวิทยุกระจายเสียงให้ผู้ฟังคล้อยตาม

5. รายการวิทยุกระจายเสียงไม่สามารถกลับมาฟังซ้ำได้ (The transient nature of radio) เป็นสิ่งไม่จีรังยังยืน ไม่คงทนถาวร หากผู้ฟังฟังรายการไม่ทันก็มักจะผ่านเลยไป สื่อวิทยุกระจายเสียงนั้นจำเป็นที่ผู้ฟังต้องอยู่ ณ ที่นั้นในขณะฟังรายการ ไม่เพียงแต่ต้องฟังรายการในขณะออกอากาศเท่านั้น แต่ต้องฟังแล้วเข้าใจ ชัดเจนถูกต้องทันที ไม่มีโอกาสกลับมาทบทวนฟังใหม่ เพราะจะมีช่วงอายุต่อผู้ฟังในช่วงสั้น ๆ เท่านั้น หากต้องการจะฟังในครั้งต่อไปก็ต้องอาศัยการบันทึกเทปเอาไว้ ไม่เหมือนการอ่านหนังสือพิมพ์ที่ผู้อ่านสามารถอ่านค้างไว้แล้วพักไปทำอย่างอื่นก่อนจะกลับมาอ่านต่อหรือส่งต่อให้ผู้อื่นอ่านได้

6. วิทยุกระจายเสียงมีความเรียบง่าย (The simplicity of radio) ปัจจัยพื้นฐานของการทำรายการวิทยุกระจายเสียง ประกอบด้วยเจ้าหน้าที่พร้อมเครื่องบันทึกเสียง 1 เครื่อง ก็สามารถทำรายการในสถานีหรือออกไปทำรายการนอกสถานีได้ ไม่เหมือนการทำรายการวิทยุโทรทัศน์ ซึ่งจะต้องใช้อุปกรณ์และบุคลากรเป็นจำนวนมาก

7. รายการวิทยุกระจายเสียงเป็นการเลือกเปิดรับฟังจากฝ่ายผู้ส่งสารและผู้รับสาร (Radio is selectivc) รายการวิทยุกระจายเสียงจะต้องเลือกสรรอย่างแน่ชัดว่าผู้บริโภคจะได้รับอะไร กระบวนการเลือกบริโภคเนื้อหาจะเกิดขึ้นโดยผู้ผลิตรายการในห้องส่งกระจายเสียงที่ส่งรายการให้ผู้ฟังจากความสามารถในการดึงดูดความสนใจของผู้ฟังไว้ ส่วนผู้ฟังก็จะเลือกเปิดรับฟังรายการใดรายการหนึ่งเพียงคราวละรายการเดียวในแต่ละครั้งที่ฟัง การเลือกของผู้ฟังอาจจะเกิดขึ้นได้อีกลักษณะจากการที่ผู้ฟังเปิดหรือปิดเครื่องรับวิทยุหรือการเปลี่ยนคลื่นสถานี ฉะนั้น เรื่องที่นำเสนอทางวิทยุกระจายเสียงจึงต้องเป็นเรื่องที่จับความสนใจของผู้ฟัง

8. บุคลิกของวิทยุกระจายเสียง (The personality of radio) วิทยุกระจายเสียงใช้เสียงของมนุษย์เป็นลักษณะสำคัญของการนำเสนอเนื้อหา แสดงให้เห็นถึงสิ่งที่ผู้พูดรู้สึก สำเนียงความลังเลใจ การหยุด การเน้นจังหวะช้าเร็ว ข้อมูลที่ผู้พูดพูดออกไปนั้นสำคัญที่ลีลาของการพูดเท่า ๆ กับสาระเนื้อหาที่เสนอ ความมีชีวิตชีวาของรายการวิทยุกระจายเสียงขึ้นอยู่กับความหลากหลายของ

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

น้ำเสียงที่ใช้ นอกจากจะทำให้สิ่งที่พูดมีสีสันแล้วยังสามารถแสดงถึงสำนวนภาษาที่ใช้ในท้องถิ่นหนึ่ง ๆ ได้ ซึ่งก่อให้เกิดความรู้สึกใกล้ชิดคุ้นเคยกันได้อีกทางหนึ่ง

9. วิทยุกระจายเสียงขาดพื้นที่ (Radio lacks space) รายการวิทยุกระจายเสียงจะมีเวลาน้อย ไม่สามารถให้รายละเอียดของข่าวได้มากเท่าหนังสือพิมพ์ที่อาจมีถึง 30-40 คอลัมน์ เพราะวิทยุกระจายเสียงไม่มีเนื้อที่หรือเวลามากขนาดนั้น รายการข่าววิทยุกระจายเสียงความยาว 10 นาที อาจมีขนาดเท่าคอลัมน์หนังสือพิมพ์เพียงคอลัมน์เดียวเท่านั้น ดังนั้นการเลือกและใช้ภาษาพูดให้รัดกุม เหมาะสมและชัดเจนจึงมีความสำคัญมากในสื่อวิทยุกระจายเสียง มีข้อจำกัดในการบ่งชี้ความสำคัญของเรื่องที่จะนำเสนอ ไม่มีลักษณะการพาดหัว (Headline) ไม่มีเนื้อที่คอลัมน์ แต่การเสนอข่าวทางวิทยุกระจายเสียงอาจเป็นลักษณะของการนำเสนอเนื้อข่าว แล้วตามด้วยการสัมภาษณ์ และการรายงานสดจากผู้สื่อข่าว

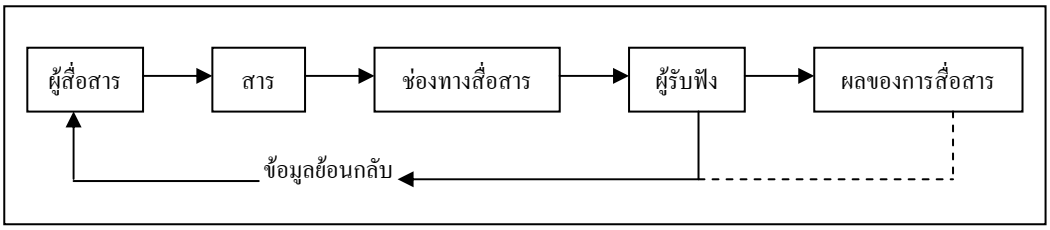
10. วิทยุกระจายเสียงมีเพลง (Radio has music) องค์ประกอบสำคัญหนึ่งของรายการวิทยุกระจายเสียงคือ เพลง เพลงนั้นจะแทรกรายการซึ่งแล้วแต่วัตถุประสงค์ว่าจะใช้เป็นเพลงนำรายการ เพลงคั่นรายการ เพลงเชื่อมรายการ เพลงช่วยสร้างเสริมอารมณ์หรือบรรยากาศของรายการ เพลงที่ใช้ในการแนะนำสถานที่ เวลา หรือเพลงที่ใช้เพื่อความบันเทิง วิทยุกระจายเสียงมีเพลงมากมายหลายประเภท ทั้งคลาสสิค แจ๊ส เพลงยอดนิยม เพลงไทย เพลงสากล เพลงเด็ก ๆ เพลงท้องถิ่น ฯลฯ เพลงที่นำมาใช้คั่นรายการวิทยุกระจายเสียงนั้น สามารถเปลี่ยนอารมณ์หรือก่อให้เกิดจินตนาการกว้างไกล แม้กระทั่งรายการข่าว ยังจำเป็นต้องมีเพลงนำรายการอื่นแสดงความเข้มแข็ง จริงจัง ความน่าเชื่อถือ เพื่อเป็นสัญลักษณ์ของรายการ

วิทยุกระจายเสียงมีกระบวนการสื่อสารที่มุ่งให้ผู้ฟังกลุ่มเป้าหมายเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมด้วยการใช้ธรรมชาติของสื่อมวลชนให้เกิดประโยชน์และประสิทธิภาพสูงสุด

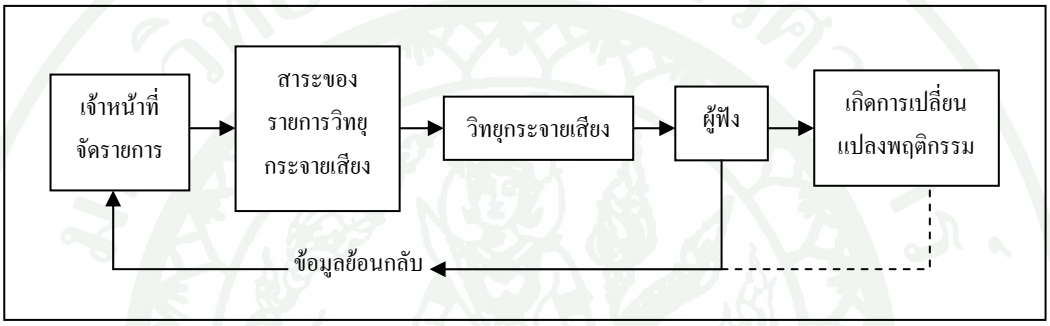
นภาภรณ์ อัจฉริยะกุล และ วิจิตร ภักดีรัตน์ (2540: 31-33) ได้กล่าวว่า ธรรมชาติของสื่อวิทยุกระจายเสียงนั้น มีดังนี้

1. ขั้นตอนของการสื่อสารเป็นไปตามทฤษฎีของหลักการสื่อสารทั่วไป ตามแบบจำลองการสื่อสารของ David K.Berlo หรือที่รู้จักกันในนาม SMCR Model ซึ่งสามารถเปรียบเทียบได้ดังแผนภูมิต่อไปนี้

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

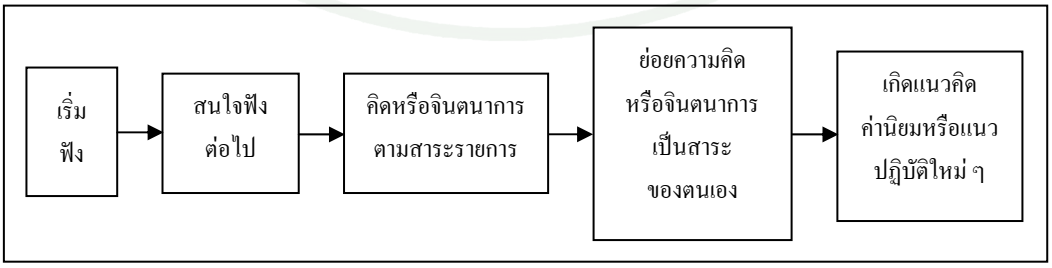


ภาพที่ 1 แผนภูมิแสดงหลักการสื่อสารทั่วไป
ที่มา: นภาภรณ์ อัจฉริยะกุล และ วิจิตร ภักดีรัตน์ (2540: 31)



ภาพที่ 2 แผนภูมิแสดงการสื่อสารทางวิทยุกระจายเสียง
ที่มา: นภาภรณ์ อัจฉริยะกุล และ วิจิตร ภักดีรัตน์ (2540: 31)

2. พฤติกรรมอันพึงประสงค์ของการสื่อสารทางวิทยุกระจายเสียงนั้น มีเป้าหมายของการสื่อสารก็คือผลต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นกับผู้ฟังขณะฟังหรือภายหลังการฟังแล้ว ซึ่งเจ้าหน้าที่ที่จัดรายการจะต้องเป็นผู้กลั่นกรองสาระของรายการกระจายเสียงให้เป็นรายการที่ดีมีคุณภาพ เพื่อกระตุ้นและจูงใจให้ผู้ฟังติดตาม ทำตาม ซึ่งสังเกตหรือวัดได้จากพฤติกรรมที่เปลี่ยนไป โดยพฤติกรรมในการฟังวิทยุกระจายเสียงของผู้ฟังอาจเขียนลำดับขั้นตอนได้ดังนี้



ภาพที่ 3 แผนภูมิแสดงพฤติกรรมในการรับฟังวิทยุกระจายเสียง
ที่มา: นภาภรณ์ อัจฉริยะกุล และ วิจิตร ภักดีรัตน์ (2540: 31)

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

เมื่อผู้ฟังมีแนวคิดแนวปฏิบัติใหม่ ๆ เกิดขึ้นในใจหรืออาจโดยการกระทำตาม แสดงว่าเกิดการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมของผู้ฟัง การจัดเสนอรายการนั้นถือว่ามีผลสำเร็จ อาทิ เมื่อสถานีวิทยุกระจายเสียงดนตรีไพเราะออกอากาศ ผู้ฟังเกิดอาการรื่นเริง ยิ้มแย้มแจ่มใส ร้องเพลงคลอไปกับเสียงดนตรี นั่นแสดงว่ารายการที่เสนอประสบผลสำเร็จ

3. เนื้อหาของข่าวสารทางวิทยุกระจายเสียงหรือรายการวิทยุกระจายเสียง มีส่วนประกอบสำคัญ ๆ 3 ส่วน คือ

3.1 ภาษาที่ใช้ ช่วยให้ผู้ฟังกลุ่มเป้าหมายเข้าใจได้ทันที ประโยคสั้น ๆ กะทัดรัด และก่อให้เกิดจินตนาการเป็นภาพนึกได้

3.2 เนื้อหา ควรมีลำดับตามเรื่องราวที่เกิดขึ้น เข้าใจง่ายไม่สับสนและมีประโยชน์

3.3 ลีลาการเสนอรายการ หมายถึง การเลือกรูปแบบรายการที่มีความหลากไม่ซ้ำ จำเจ ลีลาการเสนอรายการจะช่วยเสริมแต่งให้เนื้อหาและภาษาน่าสนใจ น่าฟังยิ่งขึ้น

ทั้ง 3 ส่วนของรายการนี้ต้องประสมกลมกลืนกันอย่างเหมาะสม เพื่อให้ผู้ฟังเข้าใจง่าย สนใจติดตาม และได้ประโยชน์จาการฟัง

4. ผู้ฟัง เป็นบุคคลกลุ่มเป้าหมายที่เจ้าหน้าที่จัดรายการจะต้องคำนึงถึงและให้ความสำคัญเป็นพิเศษ เพราะถ้าเพียงจัดรายการตามใจชอบของผู้ฟัง ผู้ฟังย่อมจะไม่ได้ประโยชน์งอกเงยแต่อย่างใด แต่ถ้าผู้จัดรายการสนใจว่าสาระใดควรจะเป็นประโยชน์แก่ผู้ฟัง แม้จะเป็นรายการที่เนื้อหายุ่งยากซับซ้อนที่ต้องพยายามปรุงแต่งให้รายการดี มีความหลากหลายในวิธีการเสนอรายการ และเมื่อผู้ฟังได้ฟังแล้วก็จะชื่นชอบในที่สุด

สรุป คุณลักษณะและธรรมชาติของวิทยุกระจายเสียงคือ 1) ลักษณะทางเทคนิค วิทยุกระจายเสียงในประเทศไทยจะทำการส่งสัญญาณหรือคลื่นวิทยุจากเครื่องส่งของสถานีไปยังเครื่องรับของผู้รับฟัง 2 ย่านความถี่ ได้แก่ ย่านความถี่กลางในระบบ เอ.เอ็ม. และย่านความถี่สูงมากในระบบ เอฟ.เอ็ม. 2) ลักษณะทั่วไป วิทยุกระจายเสียงเป็นสื่อมวลชนประเภทเสียงที่เข้าถึงคนจำนวนมากในเวลาเดียวกันตามรัศมีของเครื่องส่ง โดยถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารจากผู้ส่งไปยังผู้รับฟังเพียงไม่กี่วินาทีไม่ต่างกับการสื่อสารอยู่ต่อหน้าด้วยเสียงต่าง ๆ ทั้งคำพูด ดนตรี เสียงประกอบ เสียงจากเหตุ

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

การณ์จริง และเสียงที่มีการบันทึกไว้ ที่ต้องมีคุณภาพเสียงและวิธีการลำดับเป็นเอกลักษณ์บเพื่อดึงดูดผู้รับฟังให้ติดตามรายการจนจบ 3) ลักษณะเฉพาะของวิทยุกระจายเสียง มีความรวดเร็ว ให้ความเป็นจริง ทันเหตุการณ์ เป็นสื่อที่มีราคาถูก สร้างภาพจินตนาการและแรงจูงใจ ส่งไปถึงผู้ฟังโดยตรงในลักษณะส่วนบุคคลแบบสื่อสารทางเดียวเหมือนอยู่ต่อหน้าใกล้ชิดกัน แต่ผู้ฟังสามารถสร้างสัมพันธ์ตอบทางอ้อมโดยใช้วิธีสื่อสารอย่างอื่นได้ เช่น ไปรษณียบัตร โทรศัพท์ มีความเรียบง่ายในการผลิตเพราะเพียงเจ้าหน้าที่พร้อมเครื่องบันทึกเสียง 1 เครื่อง ก็สามารถทำรายการได้ ไม่สามารถกลับมาฟังซ้ำได้นอกจากมีการบันทึกไว้ มีเวลาจำกัดไม่สามารถให้รายละเอียดของข่าวได้มากเท่าหนังสือพิมพ์ มีเพลงเป็นหนึ่งในองค์ประกอบสำคัญเพื่อแทรกในรายการแล้วแต่วัตถุประสงค์ มีการใช้เสียงของมนุษย์เป็นบุคลิกสำคัญในการนำเสนอเนื้อหา และรายการวิทยุกระจายเสียงเป็นการเลือกเปิดรับฟังจากทั้งฝ่ายผู้ส่งและผู้รับสาร คือ ผู้ผลิตรายการต้องเลือกสรรเนื้อหาให้ดึงดูดความสนใจและได้รับประโยชน์จากกระบวนการเลือกบริโภคเนื้อหาของผู้ฟัง 4) ธรรมชาติของวิทยุกระจายเสียง มีกระบวนการสื่อสารเทียบได้กับทฤษฎีของหลักการสื่อสารทั่วไปตามแบบจำลองการสื่อสารของ David K.Berlo หรือ SMCR Model ที่มุ่งให้ผู้ฟังกลุ่มเป้าหมายเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมขณะฟังหรือภายหลังการฟัง โดยผ่านการกลั่นกรองสาระประโยชน์ของรายการจากผู้จัดรายการให้มีคุณภาพเป็นพิเศษ ซึ่งรายการวิทยุกระจายเสียงมีส่วนประกอบสำคัญ ๆ 3 ส่วน ได้แก่ ภาษา เนื้อหา และลีลาการเสนอรายการที่ผสมผสานกันอย่างกลมกลืน เพื่อกระตุ้นและจูงใจให้ผู้ฟังติดตาม ทำตาม ซึ่งสังเกตหรือวัดได้จากพฤติกรรมที่เปลี่ยนไป

วัตถุประสงค์ของวิทยุกระจายเสียง

สุกัญญา บูรณเดชา (2549: 231) กล่าวว่า ในการดำเนินงานของสถานีวิทยุกระจายเสียงทุกสถานี ต้องยึดหลักและวัตถุประสงค์เดียวกันตามที่ระบุไว้ในระเบียบว่าด้วยวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ พ.ศ. 2535 ดังนี้

1. ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจ ความรับผิดชอบและจิตสำนึกในเรื่องของการปกครองระบอบประชาธิปไตย อันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข

2. เป็นสื่อกลางในการให้ข้อมูลข่าวสาร แลกเปลี่ยนความคิดเห็น เพื่อความเข้าใจอันดีและถูกต้อง โดยคำนึงถึงสิทธิและความเสมอภาคในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของประชาชน

3. ส่งเสริมการศึกษา จริยธรรม ศิลปวัฒนธรรม ให้ความรู้ ความบันเทิง โดยไม่ขัดกับขนบ

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ธรรมเนียมประเพณี และศีลธรรมอันดีงามของชาติ

4. ส่งเสริมให้เกิดความรู้ความเข้าใจในการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม คุณภาพชีวิต ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมของชาติ

จะเห็นว่าระเบียบนี้ กำหนดเพื่อให้การบริการสื่อวิทยุกระจายเสียงเป็นไปตามเจตนารมณ์ของการผลิตสื่อเพื่อการบริการสาธารณะและเป็นประโยชน์ต่อสาธารณชนอย่างแท้จริง

หน้าที่ของวิทยุกระจายเสียง

สุกัญญา บูรณเดชา (2549: 231-232) กล่าวถึง ภารกิจหน้าที่หลักของวิทยุกระจายเสียง ตามบทบาทและสถานภาพทางสังคม ในฐานะที่เป็นเครื่องมือสื่อสารมวลชนในสังคมมีอยู่ 4 ประการคือ

1. การสังเกตและติดตามเหตุการณ์หรือเรื่องราวต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นกับสิ่งแวดล้อม ทั้งภายในและภายนอกสังคม (Surveillance of the environment) คือ ทำหน้าที่ในการเก็บรวบรวมและกระจายข่าวสารต่าง ๆ ที่น่าสนใจไปสู่สมาชิกในสังคม

2. การชี้แจงให้เห็นถึงสิ่งที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับเหตุการณ์หรือเรื่องราวต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น (Correlation of the parts of society) คือ ทำหน้าที่ศึกษารายละเอียดเกี่ยวกับเรื่องราวหรือเหตุการณ์นั้น ๆ อย่างรอบคอบเพื่อสมาชิกในสังคมจะได้รับทราบและเกิดความเข้าใจอย่างถูกต้อง

3. การถ่ายทอดมรดกทางสังคม (Transmission of the social heritage) คือทำหน้าที่สืบทอดความคิดเห็น ความเชื่อ ค่านิยม และบรรทัดฐานทางสังคม จากสมาชิกของสังคมในช่วงยุคสมัยหนึ่งไปสู่สมาชิกในช่วงยุคสมัยต่อ ๆ ไป เพื่อเป็นการอบรมให้สมาชิกใหม่ได้เรียนรู้บทบาทและสถานภาพของตนเอง (Socialization)

4. การให้ความบันเทิง (Entertainment) คือ มุ่งทำหน้าที่ในด้านการสร้างสรรค์ ความสนุกสนาน ความเพลิดเพลินให้แก่สมาชิกในสังคม เพื่อเป็นการพักผ่อน ลดความตึงเครียด

อรทัย ศรีสันติสุข (2540: 116-117) กล่าวว่า วิทยุกระจายเสียงนับเป็นสิ่งประดิษฐ์ของมนุษย์ชนิดหนึ่ง เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการสนองความต้องการในการสื่อสาร วิทยุกระจายเสียงจึง

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

เป็นสื่อมวลชนชนิดหนึ่ง ซึ่งมีหน้าที่ให้บริการตามที่มนุษย์ต้องการและคาดหวัง โดยปกติแล้วหน้าที่ของสื่อมวลชนมีหน้าที่สอดคล้องกับการสื่อสารทั่ว ๆ ไป ประกอบด้วยหน้าที่หลัก 5 ประการ คือ

1. หน้าที่เสนอข่าวสาร เพื่อช่วยเตือนภัยและเพื่อให้การดำเนินชีวิตประจำวันเป็นไปด้วยความราบรื่นซึ่งข่าวประเภทที่คนสนใจจะทราบ ได้แก่ ข่าวเกี่ยวกับภัยพิบัติ ข่าวเศรษฐกิจ ข่าวสังคม ข่าวเรื่องแปลกประหลาด ข่าวเทคโนโลยีใหม่ และข่าวบุคคลที่น่าสนใจ โดยการที่วิทยุกระจายเสียงมีบทบาทหน้าที่ด้านการเสนอข่าวสารอย่างสูงนั้น เป็นเพราะวิทยุกระจายเสียงมีคุณลักษณะสำคัญที่ทำให้เหมาะสมต่อหน้าที่ในการรายงานข่าว ได้แก่ ความฉับไว ความน่าเชื่อถือ และการเข้าถึงผู้ฟัง

2. หน้าที่เสนอความคิดเห็น มนุษย์มีความต้องการที่จะแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและแสดงความคิดเห็น จึงใช้วิทยุกระจายเสียงเป็นเวทีสำหรับแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน เพราะวิทยุกระจายเสียงเป็นสื่อที่มีความฉับไว มีความน่าเชื่อถือ และเป็นสื่อที่มีความใกล้ชิดกับผู้ฟัง จึงนับว่ามีความเหมาะสมในการทำหน้าที่ดังกล่าว โดยรายการเพื่อแสดงความคิดเห็นและจูงใจสามารถเสนอได้อย่างเหมาะสมในรายการอภิปราย รายการสัมภาษณ์ รายการวิเคราะห์และวิจารณ์ข่าว รายการสารคดี รายการพูดคุย รายการโทรศัพท์จากผู้ฟัง และรายการแสดงความคิดเห็นของประชาชน

3. หน้าที่เสนอบริการการศึกษา วิทยุกระจายเสียงสามารถถ่ายทอดการสอนที่อาจมีอยู่จำกัดไปสู่ผู้เรียนจำนวนมากมาย นับเป็นการทวีคูณทรัพยากรหรือตัวผู้สอนให้สามารถบริการการศึกษาได้กว้างไกลขึ้นและไปสู่ผู้เรียนเพิ่มมากขึ้น ทำให้มีผู้มีโอกาสทางการศึกษาเพิ่มขึ้น โดยข้อดีในการทำหน้าที่ให้การศึกษา คือ ราคาถูก ช่วยให้คนมีจินตนาการได้กว้างขวาง สะดวกพกพาติดตัวได้ง่าย มีเนื้อหาหลากหลายให้เลือกได้ ต้นทุนการผลิตรายการไม่แพงเกินไป ส่วนข้อจำกัดในการทำหน้าที่ให้การศึกษา คือ ไม่มีภาพประกอบ ระบบการออกอากาศและรัศมีกำลังส่งกระจายเสียงอาจเป็นข้อจำกัดของการได้รับความรู้จากรายการได้ เช่น การเลือกกระจายเสียงด้วยระบบ เอ.เอ็ม. โดยมุ่งกลุ่มวัยรุ่น กลุ่มนิสิตนักศึกษา แต่ทว่ากลุ่มเป้าหมายไม่ชอบฟังระบบ เอ.เอ็ม. ก็ทำให้รายการไปไม่ถึงกลุ่มเป้าหมาย ตารางเวลาไม่สะดวกแก่ผู้ฟัง เช่น เช้าไปหรือดึกไป และสุดท้ายผู้เรียนไม่สามารถซักถามได้ทันที

4. หน้าที่บริการความบันเทิง ลักษณะการให้บริการด้านการบันเทิงเพื่อวัตถุประสงค์ คือ เพื่อความบันเทิงโดยตรง หรือ เพื่อบริการสาระบันเทิงอันเป็นกลวิธีในการให้ความรู้ทางอ้อม โดยวิทยุกระจายเสียงนับได้ว่าเป็นสื่อที่จุดจินตนาการได้อย่างดีจึงเหมาะสมต่อการบันเทิงทางวิทยุกระจายเสียง นอกจากนี้การเป็นสื่อที่มีความใกล้ชิดกับผู้ฟังจึงเป็นเสมือนเพื่อนที่จะใช้แก้เหงาและ

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ให้ความสำราญไปพร้อมกัน

5. บทบาทหน้าที่ตามระเบียบกฎเกณฑ์ที่สังคมนั้น ๆ กำหนดวิทยุกระจายเสียงเป็นทรัพยากรธรรมชาติอันสาธารณชนพึงได้รับประโยชน์ร่วมกัน จึงจำเป็นต้องมีการกำหนดแนวทางในการใช้ทรัพยากรนี้ เพื่อควบคุมคุณภาพ คุ้มครองผู้บริโภค และเพื่อส่งเสริมความมั่นคงของประเทศ ในการนี้ได้มีองค์การที่ทำหน้าที่ควบคุมจาก 3 ฝ่าย ได้แก่ ควบคุมโดยรัฐ ควบคุมโดยสาธารณชน และควบคุมโดยผู้ปฏิบัติเอง ซึ่งบทบาทหน้าที่ของวิทยุกระจายเสียงตามที่ระบุไว้ในระเบียบว่าด้วยวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ สามารถสรุปบทบาทหน้าที่อันพึงปฏิบัติได้คือ ให้ความรู้ความเข้าใจแก่ประชาชนในการปกครองระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์เป็นประมุข และควรต้องส่งเสริมนโยบายส่วนรวมของประเทศในด้านต่าง ๆ เช่น เศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม ทำหน้าที่ให้ข่าวสารสนับสนุนการศึกษาของชาติ ให้ความบันเทิงในแนวที่เหมาะสมกับวัฒนธรรมและศีลธรรม ทำหน้าที่ตอบโต้และต่อต้านศัตรูและลัทธิที่เป็นภัยต่อประเทศชาติ และร่วมมือกับมิตรประเทศ

จะเห็นได้ว่าบทบาทในข้อ 1 ถึงข้อ 4 สอดคล้องกับความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ในการติดต่อสื่อสาร อันได้แก่

1. ความต้องการที่จะมีผู้คอยเฝ้ายาม คอยดูแลความปลอดภัยให้ ซึ่งในการเฝ้าคอยดูแลเหตุการณ์นั้นก็จะต้องมีหน้าที่รายงานเหตุการณ์หรือส่งข่าวสารมาให้ผู้อื่นได้ทราบทั่วกัน

2. ความต้องการที่จะแลกเปลี่ยนความคิดเห็น เพื่อช่วยให้การตัดสินใจหรือการหาข้อตกลงข้อยุติในประเด็นปัญหาต่าง ๆ จากความต้องการนี้คนจึงต้องการสถานที่หรือเวทีเพื่อแสดงความคิดเห็น ซึ่งวิทยุกระจายเสียงก็สามารถทำหน้าที่เพื่อการนี้ได้

3. ความต้องการเรียนรู้ศิลปะวิทยาการต่าง ๆ เพื่อใช้ในการประกอบอาชีพหรือเพื่อความสุนทรีย์ของชีวิต ซึ่งความต้องการนี้ก็สามารถใช้วิทยุกระจายเสียง ทำหน้าที่บริการให้การศึกษาได้

4. ความต้องการการรื่นเริงบันเทิงใจ ความสนุกสนานเป็นความพอใจที่คนส่วนใหญ่แสวงหา ซึ่งวิทยุกระจายเสียงก็มีศักยภาพอันเหมาะสมยิ่งในการบริการบันเทิงเพื่อสนองความต้องการด้านพักผ่อนหย่อนใจของมนุษย์

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ส่วนในข้อที่ 5 นั้น คือบทบาทหน้าที่พิเศษ ซึ่งแต่ละสังคมคาดหวังจากวิทยุกระจายเสียงที่จะปฏิบัติหน้าที่รับใช้สังคม

ปกติทุกสังคมจะมองว่าวิทยุกระจายเสียงเป็นเสมือนทรัพยากรของสังคมและของสาธารณชน ซึ่งไม่ควรที่ผู้หนึ่งผู้ใดจะนำไปใช้เพื่อประโยชน์ส่วนตน แต่ควรใช้เพื่อประโยชน์ของสาธารณะ (Public Interest) ดังนั้น เพื่อให้การปฏิบัติหน้าที่ของกิจการวิทยุกระจายเสียงเป็นไปตามเจตนารมณ์ดังกล่าว แทบทุกสังคมจึงมีกฎเกณฑ์และระเบียบปฏิบัติที่วางกรอบการทำงานหรือบทบาทหน้าที่ของวิทยุกระจายเสียงไว้ ซึ่งแต่ละสังคมย่อมมีกฎเกณฑ์ที่แตกต่างกันไปตามลักษณะขนบธรรมเนียมประเพณี ตลอดจนการปกครองของสังคมนั้น ๆ

อิทธิพลของวิทยุกระจายเสียง

McLeish (1999 อ้างใน อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ และ เมธา เสรีธนาวงศ์, 2550: 425-426) กล่าวว่า ด้วยลักษณะธรรมชาติของสื่อวิทยุกระจายเสียง เช่น การสื่อสารด้วยเสียงเพียงอย่างเดียว การเข้าถึงผู้ฟังได้ง่าย การแพร่กระจายสู่ผู้ฟังอย่างรวดเร็ว การเป็นสื่อที่มีราคาถูก ความไม่จำกัดทางด้านการอ่านออกเขียนได้ในการรับรู้สื่อ การสร้างจินตนาการได้ไม่รู้จบสิ้น เหล่านี้ล้วนเป็นคุณสมบัติที่ทำให้วิทยุเป็นสื่อที่ยังคงอิทธิพลกับผู้ฟังมาเป็นระยะเวลานาน ดังนั้นผลกระทบของวิทยุที่มีต่อผู้ฟังและสังคมจึงมีหลายด้าน กล่าวคือ

วิทยุกับปัจเจกบุคคล

1. วิทยุหันเหผู้ฟังจากปัญหาและความวิตกกังวลต่าง ๆ ด้วยเรื่องผ่อนคลายและความบันเทิง อีกทั้งยังช่วยคลายเหงาและเป็นเพื่อนกับผู้ฟังตลอดเวลา

2. วิทยุตอบสนองความกระหายใคร่รู้ของผู้ฟังด้วยการนำเสนอเรื่องน่าสนใจต่าง ๆ ทั้งที่เป็นข่าวท้องถิ่น ข่าวในประเทศ และข่าวต่างประเทศ

3. วิทยุช่วยสร้างความหวังและแรงบันดาลใจให้กับผู้ฟังที่รู้สึกหดหู่และพร้อมจะมีวิทยุเป็นเพื่อน

4. วิทยุแก้ปัญหาให้กับผู้ฟังที่ต้องการข่าวสารหรือคำแนะนำ ทั้งการให้ข้อมูลทางตรงและ

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ทางอ้อม

5. วิทยุเสริมสร้างประสบการณ์ส่วนตัวของผู้ฟังด้วยการเสนอเรื่องราวแปลกใหม่และสนองความต้องการในเรื่องการศึกษาทั้งในและนอกระบบ

6. วิทยุสะท้อนให้เห็นถึงสภาพความสัมพันธ์ระหว่างผู้ฟังด้วยกันและสานสัมพันธ์ให้แน่นแฟ้นยิ่ง

7. วิทยุกำหนดพฤติกรรมทางสังคม สร้างมาตรฐานการดำเนินชีวิตต่าง ๆ รวมถึงแบบแผนทางสังคมให้สำหรับผู้ฟัง

8. วิทยุเสนอทางเลือกสำหรับการตัดสินใจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผ่านการนำเสนอข้อมูลและข่าวสารที่ปราศจากอคติ เช่น รายการวิเคราะห์เจาะลึกต่าง ๆ

วิทยุกับสังคม

1. วิทยุเป็นเสมือนตัวเร่งให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสู่ผู้ฟัง กระตุ้นเร้าให้เกิดกระบวนการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารแก่ประชาชน และเพิ่มความตระหนักในประเด็นทางสังคม

2. วิทยุให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับงาน สินค้า และบริการแก่ผู้ฟัง

3. วิทยุแสดงบทบาทเฝ้าระวังสังคม รูปแบบรายการข่าว วิเคราะห์ข่าว สารคดี และสนทนาเป็นลักษณะหนึ่งในการทำหน้าที่ต่อสังคมของวิทยุ

4. วิทยุช่วยให้ข้อตกลงและเงื่อนไขทางการเมืองต่าง ๆ สามารถพัฒนาต่อไป วิทยุยังช่วยกำหนดประเด็นโต้แย้งทางสังคมและการเมือง โดยการเสนอวาระและทางเลือกสำหรับการปฏิบัติต่าง ๆ

5. วิทยุช่วยกระตุ้นให้เกิดการมีส่วนร่วมของปัจเจกบุคคลในการสร้างสำนึกร่วมกัน การรณรงค์สร้างจิตสำนึกการมีส่วนร่วมในประชาธิปไตย

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

6. วิทยุมีส่วนช่วยธำรงไว้ซึ่งงานศิลปวัฒนธรรม ด้วยการเป็นเวทีให้กับผู้สร้างสรรค์ผลงานต่าง ๆ

7. วิทยุสร้างความสัมพันธ์ระหว่างปัจเจกบุคคลกับกลุ่มคน ในการพัฒนาความตระหนักถึงการเป็นส่วนร่วมของสังคม

8. วิทยุระดมพลังจากสาธารณะและบุคคลในการแก้วิกฤตต่าง ๆ

ข้อดีและข้อจำกัดของวิทยุกระจายเสียง

ณรงค์ สมพงษ์ (2535: 299-300) ได้สรุปข้อดีและข้อจำกัดของวิทยุกระจายเสียง ดังนี้

โดยสรุปแล้ววิทยุกระจายเสียงมีคุณลักษณะที่ดีดังนี้ คือ

1. วิทยุกระจายเสียงสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้กว้างกว่าสื่อมวลชนประเภทอื่น ๆ เนื่องจากมีรัศมีการส่งคลื่นวิทยุไปได้ไกลมากกว่าวิทยุโทรทัศน์

2. วิทยุกระจายเสียงมีความรวดเร็วในการเสนอข่าวสาร ทำให้คนฟังมีความเชื่อมั่นในข่าวสารจากวิทยุว่าเป็นข้อเท็จจริงเบื้องต้นที่จะติดตามรายละเอียดจากสื่อชนิดอื่น ๆ ต่อไป

3. การรับฟังรายการวิทยุไม่มีข้อจำกัดเรื่องเวลาและสถานที่ จะฟังเมื่อใดก็ได้ตามความต้องการของผู้ฟัง และสามารถพกพาเครื่องรับติดตัวไปไหนมาไหนได้โดยสะดวก

4. เครื่องรับวิทยุมีราคาถูก ประชาชนทั่วไปอยู่ในวิสัยที่จะซื้อหามาไว้ในครอบครองได้ ทำให้โอกาสที่ประชาชนจะเปิดรับข่าวสารมีมากกว่าสื่อมวลชนอื่น ๆ

5. การรับฟังวิทยุไม่ต้องอาศัยทักษะในการอ่าน ดังนั้นผู้ฟังทั่วไปสามารถจะเข้าใจได้ดี วิทยุกระจายเสียงจึงเข้าถึงผู้ฟังได้ทุกระดับ ทุกเพศ ทุกวัย ผู้อ่านหนังสือไม่ออกก็รับฟังได้

6. วิทยุกระจายเสียงอาศัยเทคนิคในการผลิตน้อยกว่าวิทยุโทรทัศน์ เนื่องจากไม่ต้องใช้เทคนิคทางภาพ จึงสามารถผลิตรายการได้ง่ายกว่าและต้องการคนทำงานน้อยกว่า

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

อย่างไรก็ตามวิทยุกระจายเสียงก็มีข้อจำกัดอยู่หลายประการ

1. ผู้ฟังรายการจากวิทยุกระจายเสียงไม่สามารถย้อนกลับมาฟังรายการได้ใหม่ เมื่อฟังแล้วก็ผ่านเลยไป ซึ่งต่างจากหนังสือพิมพ์ที่สามารถนำมาอ่านทบทวนได้หลายครั้งและยังนำกลับมาอ้างอิงได้ใหม่ ทำให้ผู้รับฟังต้องปรับตัวเข้าหารายการ

2. การติดต่อสื่อสารด้วยวิทยุกระจายเสียงเป็นการติดต่อสื่อสารแบบทางเดียว (One-way Communication) คือ เมื่อผู้ฟังรายการมีปัญหาไม่เข้าใจหรือต้องการทราบเรื่องใดเพิ่มเติม ก็ไม่สามารถถามหรือติดต่อผู้จัดรายการได้ทันที ส่วนนักจัดรายการเองก็ไม่เห็นปฏิกิริยาของผู้ฟังว่ามีการตอบสนองต่อรายการของตนอย่างไร

3. ผู้ฟังรายการวิทยุกระจายเสียงได้ยินเพียงเสียงอย่างเดียว จึงต้องใช้จิตนาการประกอบ ดังนั้น หากผู้จัดรายการพูดหรืออธิบายไม่ชัดเจนหรือผลิตรายการไม่มีคุณภาพแล้ว ผู้ฟังก็อาจเข้าใจผิดหรือเกิดความเบื่อหน่ายได้ (ลักษณะของวิทยุกระจายเสียงในข้อนี้อาจเป็นผลดีสำหรับการรายการบางประเภทที่ต้องการส่งเสริมจินตนาการของผู้ฟัง เช่น รายการ ดนตรี ละคร นิทาน หรือรายการสารคดีบางรายการ)

ลักษณะและพฤติกรรมของผู้ฟังวิทยุกระจายเสียง

Klapper (1967 อ้างใน สุกัญญา บูรณเดชาชัย, 2549: 233-234) ได้กล่าวว่า ลักษณะของสื่อวิทยุกระจายเสียงทำให้โอกาสของการจะเป็นผู้ฟังวิทยุกระจายเสียงเกิดขึ้นได้ ดังนี้คือ

1. เป็นผู้ที่อยู่ในรัศมีการส่งกระจายเสียงของสถานีวิทยุนั้น ๆ

2. เป็นผู้มีเครื่องรับวิทยุกระจายเสียงซึ่งมีระบบการปรับคลื่นเช่นเดียวกับสถานีที่ส่งกระจายเสียง เช่น สถานีส่งกระจายเสียงในระบบ FM ผู้มีเครื่องรับระบบ FM ก็จะสามารถรับฟังได้

3. เป็นผู้สามารถฟังและเข้าใจภาษาที่ใช้ในการกระจายเสียงได้ ซึ่งจำเป็นต้องใช้โสตประสาทในการับฟัง ดังนั้นสำหรับผู้ที่หูหนวกย่อมไม่สามารถใช้สื่อวิทยุได้ นอกจากนี้ความเข้าใจภาษาจะเป็นเครื่องมือไปสู่การเรียนรู้รายการประเภทข่าวสารและความรู้

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

4.เป็นผู้มีเวลาในการฟังที่ตรงกับเวลาของการกระจายเสียง เพราะเวลาของวิทยุกระจายเสียงไม่ยืดหยุ่นให้กับเวลาว่างของผู้ใด ดังนั้นผู้ที่ฟังต้องปรับตัวตามเวลาของสถานี มิฉะนั้นจะไม่ได้ฟัง เช่นเดียวกันทางด้านสถานีก็ต้องพิจารณาเลือกเวลาในการกระจายเสียงให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย

5. มีความสนใจที่จะรับฟัง รับรู้ และจดจำ โดยธรรมชาติของมนุษย์แต่ละบุคคลจะมีการเลือกเปิดรับข่าวสาร (Selective Exposure) ที่สอดคล้องกับความสนใจและความต้องการ ขณะเดียวกันก็เลือกที่จะรับรู้ (Selective Perception) พร้อม ๆ ไปกับที่จะเลือกจดจำข่าวสาร (Selective Reten - tion) ดังนั้น หากผู้ฟังไม่สนใจรับฟัง ไม่สนใจรับรู้ ไม่สนใจจดจำ เนื้อหารายการจากวิทยุย่อมไม่ถึงผู้นั้น โดยกระบวนการในการฟังเพื่อให้เกิดการเรียนรู้มีขั้นตอน คือ เริ่มฟัง สนใจ และฟังต่อไปหรือไม่สนใจ หยุดฟัง คิดหรือจินตนาการตามเนื้อหาที่ตนเองจะเลือก จดจำ และสุดท้ายเกิดแนวคิด ค่านิยม หรือแนวปฏิบัติใหม่

6. ผู้ฟังเลือกฟัง เลือกรับรู้ข่าวสาร และเลือกจดจำก็เพื่อสนองวัตถุประสงค์ สนองความต้องการความพึงพอใจของตนเอง ทั้งนี้ตามแนวความคิดด้านการสื่อสารมวลชนว่าด้วยการใช้และการสนองความพึงพอใจ (Uses and Gratification) ของผู้รับสาร ซึ่งมองว่าผู้รับสารมิใช่ผู้ถูกกระทำจากสารแต่เป็นผู้ที่กระทำต่อสาร โดยเป็นผู้ใช้สารนั้นเพื่อสนองความต้องการและความพึงพอใจของตนเอง ดังนั้นการที่คนจะฟังรายการข่าวก็อาจเป็นเพราะมีวัตถุประสงค์ที่จะนำข่าวสารที่ได้ไปใช้ปรับตัวในชีวิตประจำวัน หรือการที่แม่บ้านจะฟังละครวิทยุก็อาจเป็นเพราะต้องการผ่อนคลายปัญหาทางจิตใจของตนเองหรือเพื่อใช้เป็นหัวข้อสนทนากับเพื่อนได้

สุกัญญา บูรณเดชาชัย (2549: 234-237) ได้อธิบายถึง พฤติกรรมการรับฟังวิทยุ ไว้ว่า

1. ผู้ฟังมีจุดมุ่งหมายในการรับฟังวิทยุที่แตกต่างกัน กล่าวคือ มีการรับฟังเพื่อความบันเทิง เพื่อแก้เหงา เพื่อติดตามข่าวสาร และเพื่อความรู้ความเข้าใจ

2. ผู้ฟังมีการเปิดเครื่องรับวิทยุเพื่อเลือกฟังรายการอยู่ 2 วิธี คือ การติดตามรับฟังรายการที่ฟังเป็นประจำและการหมุนปรับคลื่นความถี่ไปเรื่อย ๆ จนกว่าจะพบรายการที่พอใจ

3. ผู้ฟังมีความถี่หรือความบ่อยครั้งในการรับฟังวิทยุที่แตกต่างกันไป เช่น รับฟังเป็นประจำทุกวัน รับฟังเกือบทุกวัน รับฟังนาน ๆ ครั้ง เป็นต้น

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

4. ผู้ฟังมีช่วงเวลาในการรับฟังวิทยุที่ไม่เหมือนกัน เพราะแต่ละบุคคลมีกิจวัตรประจำวันที่แตกต่างกัน เช่น บางคนฟังทุกวันต่อสัปดาห์ บางคนฟังเฉพาะวันเสาร์และอาทิตย์ บางคนรับฟังทั้งวัน บางคนรับฟังเฉพาะช่วงเวลา อาทิ ตอนเช้า ตอนกลางวัน ตอนเย็น และตอนกลางคืน บางคนรับฟังขณะทำงานหรือกิจกรรมอื่นไปด้วย หรือบางคนรับฟังในช่วงเวลาพักผ่อน เป็นต้น

5. ผู้ฟังมีรายการที่รับฟังแตกต่างกันขึ้นอยู่กับองค์ประกอบต่าง ๆ คือ

5.1 เพศ เช่น รายการประเภทข่าวจะได้รับความนิยมจากผู้ฟังที่เป็นชายมากกว่าหญิงที่จะสนใจรายการประเภทละครและรายการประเภทธรรมะ

5.2 อายุ ซึ่งมีอิทธิพลต่อความชอบและไม่ชอบรายการวิทยุ เช่น กลุ่มผู้มีอายุตั้งแต่ 50 ปีขึ้นไป ทั้งชายและหญิงจะรับฟังรายการวิทยุข่าว รายการเกี่ยวกับศาสนา วัฒนธรรม ประเพณี รายการดนตรียุคเก่า และรายการละครวิทยุมากที่สุด แต่สำหรับวัยรุ่นและวัยทำงานจะนิยมรับฟังรายการวิทยุเฉพาะรายการเพลงและรายการข่าวกีฬามากที่สุด

5.3 ระดับการศึกษา คือ ผู้ที่มีระดับการศึกษาสูงในระดับอุดมศึกษาส่วนใหญ่ชอบรายการประเภทข่าว รายการที่เป็นประโยชน์ต่ออาชีพ และรายการบันเทิง ส่วนผู้ที่มีระดับการศึกษาน้อยในระดับประถมศึกษาหรือต่ำกว่า ส่วนใหญ่ชอบรายการบันเทิง รายการที่เป็นประโยชน์ต่ออาชีพและเศรษฐกิจ ไม่นิยมรายการที่เป็นสาระประโยชน์

5.4 อาชีพ เช่น ผู้ที่มีอาชีพในวงการศึกษาโดยเฉพาะครูและนักเรียนจะรับฟังรายการข่าวและสารคดีส่งเสริมความรู้เป็นประจำ ชาวประมงส่วนใหญ่รับฟังข่าวมากกว่ารายการสารคดีและบทความเกี่ยวกับเหตุการณ์สำคัญ ๆ นักศึกษาจะนิยมรับฟังรายการเพลงมากที่สุด

5.5 รายได้ เช่น ประชาชนที่มีรายได้ต่ำและความรู้น้อย มักจะชอบฟังรายการเบา ๆ เช่น รายการบันเทิงต่าง ๆ ส่วนประชาชนที่มีรายได้สูงและมีความสนใจกว้างขวางจะนิยมรายการข่าวและสาระประโยชน์

5.6 ศาสนา อาทิในหมู่บ้านที่ชาวบ้านนับถือศาสนาอิสลาม มักชอบฟังรายการเกี่ยวกับศาสนา เช่น รายการสัมภาษณ์โต๊ะอิหม่ามที่ชาวบ้านเคารพนับถือในการให้ข้อคิดต่างๆ

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

5.7 พื้นที่การรับฟัง ได้แก่ภูมิภาคที่อาศัยอยู่ คือ ผู้ฟังที่อาศัยอยู่ในภาคเหนือจะมีการรับฟังรายการวิทยุมากที่สุด รองลงมาคือ ภาคใต้ ภาคกลาง และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ รวมถึงเขตที่อาศัยของผู้ฟังคือในเขตเทศบาลจะนิยมรับฟังรายการเพลงไทยสากลมากที่สุด รองลงมาคือ รายการข่าวทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมถึงรายการบันเทิง และนอกเขตเทศบาลจะนิยมรับฟังรายการเพลงลูกทุ่งมากที่สุด รองลงมาคือ ข่าวในประเทศ และละครวิทยุ

การผลิตรายการวิทยุกระจายเสียง

การตรวจเอกสารหัวข้อการผลิตรายการวิทยุกระจายเสียงครั้งนี้ ได้ทำการศึกษาครอบคลุมถึง แนวความคิดของการผลิตรายการวิทยุกระจายเสียง องค์ประกอบของรายการวิทยุกระจายเสียง ตลอดจนประเภทและรูปแบบของรายการวิทยุกระจายเสียง

แนวคิดของการผลิตรายการวิทยุกระจายเสียง

จุมพล รอดคำดี (2525 อ้างใน อรุณ งามดี และ สุมน อยู่สิน, 2530: 100) กล่าวว่า รายการวิทยุกระจายเสียงนั้นมีความสำคัญต่องานวิทยุกระจายเสียงมาก ถึงกับมีผู้กล่าวเปรียบเทียบไว้ว่า “เทคนิคคือหัว รายการคือใบหน้า” สถานีวิทยุกระจายเสียงจะเป็นที่นิยมของผู้ฟังมากน้อยเพียงใดนั้น ย่อมขึ้นอยู่กับปัญหาที่ว่าทำอย่างไรจึงจะมีเสียงดี รับฟังได้ชัดเจนส่วนหนึ่ง และมีรายการที่ดีมีคุณภาพชวนติดตามรับฟังอีกส่วนหนึ่ง

อรุณ งามดี และ สุมน อยู่สิน (2530: 101) กล่าวว่ารายการวิทยุกระจายเสียง หมายถึง เสียงที่ส่งออกอากาศเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งที่มีความยาวตั้งแต่ 5 นาทีขึ้นไป โดยเสียงที่ออกอากาศนั้นประกอบด้วย 2 ส่วน คือส่วนที่เป็นเนื้อหา (Content) และส่วนที่เป็นเพลงหรือเสียงประกอบ (Music or Sound Effect) อย่างไรก็ดีเนื่องจากในการจัดรายการไม่นิยมจัดรายการให้เต็มเวลา แต่มีการเว้นระหว่างรายการไว้ 1 ถึง 2 นาที เพื่อให้เจ้าหน้าที่ของสถานีประกาศชื่อสถานีและแจ้งรายการต่อไป เราเรียกกันว่า Station Indentification หรือเรียกย่อ ๆ ว่า ID หรือบางทีอาจใช้คั่นด้วยรายการสั้น ๆ เช่น รายงานอากาศหรือเกร็ดความรู้ต่าง ๆ โดยใช้เวลาไม่ถึง 5 นาที รายการสั้นนี้เราเรียกว่า Bridge Programme

สุทิติ ขัตติยะ และ วิไลลักษณ์ สุวจิตตานนท์ (2552: 11) กล่าวว่า สิ่งที่นักวิทยุกระจายเสียงโดยทั่วไปต้องการ คือ ทำอย่างไรให้รายการของตนมีคนฟัง เพราะรายการทางวิทยุกระจายเสียงเป็น

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

สิ่งที่กระจายไปในอากาศ ผู้เสนอกับผู้รับไม่สามารถจะเห็นหน้ากัน ไม่สามารถมีปฏิกิริยาโต้ตอบกันได้ ขณะเดียวกันการเลิกรับหรือเลิกฟังทำได้ง่ายมาก ดังนั้นรายการวิทยุกระจายเสียงเป็นการใช้ “เสียง” จับคนฟัง แต่ก็ไม่ได้หมายความว่า เสียงดี ดนตรีเพราะจะเป็นสิ่งที่ทำให้คนฟังสนใจหรือชอบรายการเท่านั้น การผลิตรายการวิทยุจึงต้องการความประณีต ละเอียดอ่อน พิถีพิถันมาก โดยเฉพาะการผลิตรายการเพื่อให้ความรู้ ข่าวคราว หรือการศึกษายิ่งต้องการมากขึ้นไปอีก

เอื้อจิต วิโรจน์ไตรรัตน์ (2552 อ้างใน สุทิติ ขัตติยะ และ วิไลลักษณ์ สุวจิตตานนท์, 2552: 11-12) ได้กล่าวว่า ผู้ผลิตรายการวิทยุจำนวนไม่น้อยที่หลงอยู่กับเสียงหรือความสนุกกับการเสนอเสียง การเลือกเทคนิคการนำเสนอแปลก ๆ โดยลืมคนฟังไป หรือบางคนตามใจคนฟังจนลืมไปว่าควรจะให้อะไรกับคนฟัง ซึ่งความรู้ 3 ประการ ที่ผู้ผลิตรายการวิทยุควรทราบเพื่อการผลิตรายการให้มีคุณค่าและน่าฟัง คือ

1 รู้จักผู้ฟัง ในการเสนอรายการวิทยุเพื่อให้ความรู้หรือข่าวสารควรกำหนดผู้ฟัง ดังนี้

1.1 ต้องการให้ใครฟัง

1.2 ระดับความรู้ผู้ฟัง ระดับไหน

1.3 ภูมิหลังของผู้ฟัง เป็นอย่างไร

1.4 ผู้ฟังกลุ่มนี้ชอบอะไร เช่น ถ้าจะให้ความบันเทิง ควรรู้ว่าอะไรทำให้เขาหัวเราะ เพลงประเภทไหนหรือเพลงอะไรที่เขาชอบ ถ้าจะให้ข่าวสาร ควรรู้ว่าเขาสนใจเรื่องอะไรและเรื่องอะไรที่เกี่ยวข้องกับเขา ถ้าจะให้การศึกษาควรรู้ว่าเรื่องอะไรที่จะเป็นประโยชน์ต่อเขาและเขาต้องการอะไรจากเรื่องนั้น

2 รู้จักตัวเอง การจัดรายการวิทยุเพื่อให้ความรู้หรือการศึกษา ผู้จัดรายการต้องมีจุดมุ่งหมายของรายการไว้อย่างแน่นอน คือรู้ว่าในการเสนอรายการนั้น ๆ ต้องการให้ความรู้เพื่ออะไร เช่น

2.1 เพื่อให้ผู้ฟังตระหนักในปัญหา เรื่องราว หรือเหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่ง

2.2 เพื่อถ่ายทอดความรู้

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

2.3 เพื่อกระตุ้นความสนใจ

2.4 เพื่อจูงใจให้เปลี่ยนแปลงพฤติกรรม

2.5 เพื่อเสริมสร้างทักษะทั้งด้านความคิดและการกระทำ

2.6 เพื่อสนับสนุนหรือส่งเสริมในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง

2.7 เพื่อชักชวนให้ผู้ฟังกระทำอะไรบางอย่าง

2.8 เพื่อให้คำแนะนำในการประพฤติที่เหมาะสม

2.9 เพื่อกระตุ้นความคิด คำนำ และความคิดสร้างสรรค์

เมื่อรู้ถึงความต้องการของตัวเองแล้ว ก็ถึงขั้นตอนสำคัญของการทำงานด้านรายการวิทยุ คือ การพิจารณาจากวัตถุประสงค์หรือความต้องการที่มีและเพื่อกลุ่มคนฟังที่กำหนดแล้วนี้ จะใช้วิธีเสนอรายการอย่างไร ควรออกอากาศในเวลาใด ในรูปแบบใด และสิ่งจำเป็นในการผลิตรายการมีอะไรบ้าง ซึ่งรวมทั้งการรู้ถึงเวลาในการเตรียมงาน งบประมาณ และกำลังคน ตลอดจนความสามารถของเครื่องมือที่มี ทั้งหมดนี้จะมีความสำคัญซึ่งกันและกันโดยจะเป็นตัวกำหนดผลผลิตของรายการนั้น ๆ

3 รู้จักสื่อวิทยุ สื่อวิทยุนั้นมีลักษณะสำคัญที่ควรทราบ คือ

3.1 ผู้รับสื่อมีทางเลือกที่จะฟังหรือไม่ฟัง เพียงแค่ปิดหรือกดปุ่ม ปิด-เปิด ของเครื่องรับหรือปรับเปลี่ยนสถานี ควรสร้างและดึงดูดความสนใจของผู้ฟังให้อยู่กับรายการนั้น ๆ ได้ตลอดเวลา

3.2 ผู้รับไม่สามารถเก็บหรือจำข่าวสารได้มาก ฉะนั้นจำกัดข้อเท็จจริงที่จะให้ในรูปที่เหมาะสม รายละเอียด ตัวเลข สิ่งปลีกย่อยต่าง ๆ ควรทำให้สั้นและง่ายแก่การจำ

3.3 วิทยุเป็นการสื่อทางเดียว ความง่ายสำหรับการฟังจึงเป็นเรื่องที่สำคัญมาก เมื่อผู้รับฟังแล้วไม่เข้าใจก็ไม่สามารถถามกลับมาได้ แต่ก็อาจปิดเครื่องหรือเปลี่ยนไปฟังสถานีอื่น

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

3.4 การพูดต้องระวัง พูดในความเร็วที่ผู้ฟังสามารถเข้าใจได้

3.5 ข่าวสารและสิ่งที่ต้องการส่งให้ผู้รับออกมาในรูปของเสียง การพูดโดยการเน้นส่วนที่สำคัญ การใส่อารมณ์ หรือการพูดย้ำ ล้วนมีส่วนช่วยเพิ่มความหมายและความเข้าใจของคำและประโยค

3.6 พยายามทำรายการให้ผู้ฟัง ฟังแล้วเกิดภาพขึ้นมาได้

3.7 สิ่งสำคัญอย่างยิ่ง คือ การพูดหรือเสนอรายการนั้นเป็นการเสนอหรือพูดให้คน ๆ เดียวฟัง ไมโครโฟนจึงเปรียบเสมือนหูของคน ๆ นั้น

3.8 รายการที่เสนอด้านสื่อวิทยุต้องเป็นสิ่งที่ก่อให้เกิดความสนใจ ให้ความรู้ ให้อารมณ์ความประทับใจ กระตุ้นให้เกิดความสร้างสรรค์

สุทิติ ขัตติยะ และ วิไลลักษณ์ สุวจิตตานนท์ (2552: 12-14) กล่าวว่า ในการทำรายการวิทยุต้องระลึกเสมอว่าทำรายการอย่างไรให้น่าฟังและมีประสิทธิภาพ โดยพิจารณาได้ ดังนี้

1. ทำรายการอย่างไรให้น่าสนใจ รายการวิทยุกระจายเสียงควรเป็นรายการที่เนื้อหานั้นมีผลต่อชีวิตของผู้ฟัง เกี่ยวข้องกับชีวิตของผู้ฟังไม่ทางใดก็ทางหนึ่ง ทำให้ผู้ฟังเกิดความรู้สึกร่วมด้วยให้ได้ ดังนั้นรายการที่เสนอจึงเป็นเรื่องของพฤติกรรม อารมณ์ ความรู้สึก ควรจำไว้ว่าการให้เพียงข้อเท็จจริงอย่างเดียวไม่ได้ ข้อเท็จจริงไม่ใช่สิ่งดึงดูดความสนใจ แค่ข้อเท็จจริงที่เกี่ยวข้องกับคนโดยเฉพาะผู้ฟังต่างหากที่น่าสนใจรุนแรงเสมอไป หรือไม่จำเป็นต้องเป็นเรื่องของความเป็นความตายเท่านั้น แต่เป็นเรื่องที่มีการโต้เถียงหรือเกิดความคิดเห็นที่ตรงกันข้าม อาจจะเป็นเรื่องของการต่อสู้ การพยายามแก้ปัญหา หรือแม้แต่สิ่งที่เป็นปัญหาท้าทาย ความขัดแย้งเป็นสิ่งที่กระตุ้นให้เกิดความสนใจ ขณะเดียวกันรายการที่ดีต้องเป็นรายการที่ผู้ฟังฟังแล้ว เข้าใจความยุ่งยากซับซ้อนไม่ว่าจะเป็นด้านการใช้ถ้อยคำหรืออื่น ๆ ล้วนนำไปสู่ความสับสน และก่อให้เกิดความไม่สนใจในการฟังต่อไป การเสนอรายการควรให้มีความแตกต่าง เช่น ความหลากของการใช้เสียงไม่ว่าจะเป็นเสียงคน เสียงประกอบ เสียงเพลง ตลอดจนความแตกต่างในรูปแบบของการเสนอ

2. การกำหนดรูปแบบของรายการ โดยสิ่งที่ประกอบในรูปของรายการวิทยุนั้นคือ

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

2.1 เสียงคน แบ่งออกเป็น พูดคนเดียว เช่น รายการข่าวและการเสนอบทความ ในรูปแบบต่าง ๆ พูดสองคน เช่น การสัมภาษณ์ การสนทนา หรือการถกเถียงกันในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง เป็นต้น พูดมากกว่าสองคน เช่น การอภิปราย ละครวิทยุ เป็นต้น

2.2 เสียงเพลง แบ่งออกเป็น เพลงร้องคนเดียว เพลงร้องหลายคน เพลงบรรเลงโดยเครื่องดนตรีชิ้นเดียว เพลงบรรเลงโดยเครื่องดนตรีตั้งแต่ 2-4 ชิ้นขึ้นไป จนถึงวงดนตรีขนาดใหญ่ หรือแม้แต่เพลงชนิดต่าง ๆ เช่น เพลงไทยเดิม เพลงไทยสากล เพลงสากล ฯลฯ

2.3 เสียงประกอบ มีหลายลักษณะ เช่น เสียงประกอบจากเทปหรือซีดีที่มีผู้ผลิตไว้แล้ว เสียงประกอบที่บันทึกจากเหตุการณ์จริง เสียงประกอบที่ผลิตในห้องบันทึกเสียง ฯลฯ

รายการวิทยุเกิดจากการนำเอาเสียงทั้ง 3 นี้ มาใช้อย่างเหมาะสม โดยยึดหลักรู้ผู้ฟัง รู้ข่าวสารข้อมูล รู้วัตถุประสงค์รายการ รู้ความสามารถ และรู้ขีดจำกัดของผู้ผลิต มาใช้ประกอบการพิจารณาก็จะทำให้เกิดรูปแบบรายการวิทยุต่าง ๆ ขึ้นมา เช่น ข่าว ข่าวประกอบเสียง วิเคราะห์ข่าว บทความ บทความที่นำเพลงและเสียงมาประกอบ ไปจนถึงรายการเพลงและอื่น ๆ การนำเสียง 3 เสียงมารวมกันนั้น ในทางการจัดรายการแล้วไม่ควรยึดในชื่อของรูปแบบรายการหรือประเภทของรายการมากไป เช่น เรื่อง ๆ หนึ่งไม่จำเป็นต้องกำหนดว่าเป็นรายการสัมภาษณ์หรือรายการละครเพียงอย่างใดอย่างหนึ่ง แต่ในรายการนั้น ๆ อาจจะประกอบด้วยหลายรูปแบบ เช่น สัมภาษณ์ ละคร เพลง เป็นต้น ควรคำนึงเสมอว่าวัตถุประสงค์ในการเสนอรายการคืออะไร ใครคือผู้ฟัง เวลาที่กำหนดไว้ออกอากาศเวลาใด ความยาวของรายการเท่าไร มีเวลาเตรียมการเท่าไร มีเครื่องไม้เครื่องมือและกำลังคนเท่าไร แล้วนำข้อจำกัดเหล่านั้นมาร่วมในการพิจารณาใช้เสียงทั้ง 3 โดยคิดถึงผลว่าให้รายการน่าฟังที่สุด ตรงตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ที่สุด และสามารถจัดการหรือดำเนินการได้ในความเป็นจริง

3. การวางแผน การพิจารณาหาส่วนประกอบต่าง ๆ สำหรับรายการนั้นต้องระลึกเสมอว่าในรายการต้องมี

3.1 สัดส่วนที่เหมาะสมระหว่างข่าวสารหรือความรู้กับความบันเทิง

3.2 สัดส่วนที่เหมาะสมของเสียงพูดและเสียงเพลง

3.3 มีรูปแบบต่าง ๆ ประกอบอยู่ ในกรณีที่เป็นสถานีวิทยุท้องถิ่น การเสนอรายการที่

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ให้ข่าวสารหรือความรู้ควรจัดขึ้นโดยใช้ภาษาท้องถิ่น เพลงที่เป็นที่นิยมในท้องถิ่นนั้น แม้เรื่องที่เสนอจะไม่ใช่เรื่องของท้องถิ่น แต่ก็ทำให้รายการน่าสนใจได้

3.4 ขณะเดียวกันต้องคำนึงถึงการจัดสัดส่วนของเสียงให้เหมาะสมด้วย หมายความว่าต้องมีการตรวจสอบรายการกระจายเสียงของสถานีสม่ำเสมอ แล้วมีการจัดปรับหรือเปลี่ยนแปลงรายการต่าง ๆ ตามลำดับความสำคัญหรือความสนใจในแต่ละช่วงเวลา

3.5 การจัดรายการให้ได้ตามต้องการ ในประการแรกก็ต้องรู้ว่ามีข้อจำกัดอะไร ไม่ว่าจะเป็นแหล่งข้อมูลรายการ เวลาการทำงาน ความสามารถและความถนัดของผู้ร่วมงาน ตลอดจนระบบการบริหารของหน่วยงาน

3.6 บันทึกหรือเก็บข้อมูลของวัตถุดิบในการผลิตรายการต่าง ๆ เช่น เอกสาร รายนามบุคคล ฯลฯ เก็บไว้เพื่อประโยชน์และเป็นแหล่งค้นคว้าต่อไป

4. ผู้ที่มีความสำคัญสำหรับรายการวิทยุ คือ ผู้ฟัง ซึ่งผู้ผลิตรายการวิทยุควรให้ความสนใจการเสนอรายการโดยคำนึงถึงผลงาน ปริมาณงาน ความต้องการของผู้บังคับบัญชา หรืออื่น ๆ มากกว่าผู้ฟัง ทำให้รายการไม่ได้รับความสนใจเท่าที่ควรได้ ดังนั้นสิ่งที่ผู้ผลิตรายการควรดำเนินการ คือ

4.1 แบ่งหรือแยกให้ออกว่าผู้ฟังส่วนใหญ่ของรายการนั้น ๆ คือใคร แบบในการแบ่งกลุ่มผู้ฟังที่ควรนำมาพิจารณา คือ แบ่งตามกลุ่มต่าง ๆ เช่น กลุ่มแม่บ้าน กลุ่มเด็กนักเรียน แบ่งตามอาชีพ เช่น เกษตรกร ครู แบ่งตามความสนใจ เช่น พวกที่สนใจในเรื่องกีฬา เรื่องวัฒนธรรม เรื่องงานอดิเรก แบ่งตามกลุ่มอายุ เช่น เด็ก วัยรุ่น ผู้สูงอายุ

4.2 ผู้ผลิตรายการต้องรู้ความสนใจของผู้ฟังแต่ละกลุ่ม ตลอดจนมีการติดตามหรือรู้ถึงความสนใจที่เปลี่ยนแปลงไปด้วย

โดยสรุป การผลิตรายการวิทยุกระจายเสียงนั้น ผู้ผลิตรายการวิทยุควรให้ความสนใจในปัจจัยที่เกี่ยวข้องอย่างทั่วถึง เช่น การศึกษาผู้ฟัง การเข้าใจในสภาพสังคม ปัญหา การมีความตั้งใจในการใช้สื่อเพื่อผู้ฟังและประเทศชาติ ประกอบกับการมีความรู้ความเข้าใจธรรมชาติของสื่อวิทยุกระจายเสียง การมีทักษะในการเลือกใช้รูปแบบและเทคนิคเพื่อการนำเสนอที่ดี เป็นต้น นับได้ว่ามีส่วนทำให้เกิดการใช้สื่อวิทยุกระจายเสียงให้มีประสิทธิภาพและประโยชน์สูงสุดได้

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

องค์ประกอบของรายการวิทยุกระจายเสียง

จิราภรณ์ สุวรรณวาจกกสิกิจ (2530: 88-93) กล่าวว่า หากสังเกตรายการวิทยุแต่ละรายการที่ฟัง สิ่งที่จะทำให้ผู้ฟังเกิดความรู้สึกและสรุปได้ว่ารายการนี้น่าฟังรายการนั้นไม่น่าฟัง พอจะประมวลเป็นองค์ประกอบการเสนอรายการ ที่ควรต้องนำมาพิจารณาเพื่อให้รายการวิทยุที่เสนอต่อผู้ฟังเหมาะสมกับการฟังมากที่สุด มีด้วยกัน 8 ประการ คือ

1. ผู้ดำเนินรายการและผู้ร่วมรายการ การกำหนดตัวผู้ดำเนินรายการและการเลือกผู้ที่จะมาร่วมรายการมีความสำคัญ เพราะวิทยุกระจายเสียงมีลักษณะเฉพาะตัว คือ เป็นสื่อเสียง ดังนั้นการจะสร้างความประทับใจให้เกิดขึ้นกับผู้ฟังได้ก็ขึ้นอยู่กับเสียงเป็นสำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ดำเนินรายการซึ่งเรียกได้ว่าเป็นสัญลักษณ์ของรายการ ผู้ฟังจะติดรายการหรือไม่ส่วนหนึ่งอยู่ที่ผู้ดำเนินรายการ

2. ภาษาพูด (Language) เนื่องจากวิทยุกระจายเสียงเป็นสื่อที่ลอยตามลม คือ เมื่อพูดไปแล้วจะไม่สามารถย้อนกลับมาทบทวนได้อีกถ้าไม่เข้าใจยกเว้นจะบันทึกเสียงเก็บไว้ แต่โดยปกติจะไม่มีใครทำ ดังนั้นภาษาพูดที่ใช้ในรายการจึงมีความสำคัญ เช่น ผู้ที่ปรากฏตัวในรายการไม่ว่าเป็นผู้ดำเนินรายการหรือวิทยากร หากใช้ภาษาที่เป็นประโยคยาว ๆ ซับซ้อน คนฟังต้องคิดต้องถามจึงจะเข้าใจความหมายก็อาจจะทำให้คนฟังเกิดความรู้สึกเบื่อ หรือ บางคนเมื่อไม่เข้าใจจึงบิดคลื่นไปฟังสถานีอื่น นอกจากนี้การใช้ภาษาพูดที่มีคำยาก มีศัพท์เทคนิคมาก ๆ ก็มีส่วนทำให้คนฟังเบื่อ ฟังไม่เข้าใจ และไม่ฟังรายการเช่นกัน ดังนั้นภาษาพูดที่เหมาะสมในการเสนอรายการวิทยุจึงควรเป็นภาษาที่คนส่วนมากโดยเฉพาะกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายเข้าใจ ลักษณะประโยคสั้นกะทัดรัด แต่ได้ใจความภาษาที่ใช้จะต้องไม่หยาบ ไม่มีลักษณะสองแง่สองงาม หรือไม่เป็นภาษาลูกครึ่งไทยคำต่างชาติคำ รวมทั้งไม่ใช้ภาษาในลักษณะที่จะทำให้ภาษาวิบัติ

3. ลีลาการพูด (Style) ผู้ดำเนินรายการซึ่งเป็นสัญลักษณ์ของรายการ ต้องมีลีลาการพูดที่เหมาะสมกับรายการให้มากที่สุด เพราะปกติทุกคนย่อมมีลีลาการพูดเฉพาะตัวบางคนอาจเหมาะกับการดำเนินรายการเด็ก หรือ บางคนเหมาะกับรายการข่าวที่ควรจะมีลักษณะ ฉับไว กระชับ เป็นต้น

4. เพลงและเสียงประกอบที่ใช้ในรายการ โดยทั่วไปอาจแบ่งได้ 2 ประเภท คือเพลงประจำรายการ (Signature Tune หรือ Identification Music) และเพลงเชื่อมในรายการ (Music Bridge) เพลงที่ใช้ในรายการเป็นส่วนสำคัญที่ต้องวางแผนให้รอบคอบก่อนการผลิตรายการ การวางแผนเลือกเพลงต้องคำนึงถึงชนิดของเพลง เครื่องดนตรีที่ใช้ อารมณ์เพลง โดยเพลงแต่ละเพลงจะมีเนื้อ

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

หาอยู่ในตัวเองจึงต้องวางแผนเลือกให้เหมาะสม นอกจากนี้เสียงประกอบก็เป็นส่วนสำคัญที่ต้องมีการวางแผนการเลือกใช้ก่อนผลิตรายการ เพราะเสียงประกอบจะช่วยในการสร้างอารมณ์และบรรยากาศได้เป็นอย่างดี เช่น ในรายการที่พูดถึงธรรมชาติ อาจจะใช้เสียงประกอบเป็นเสียงนกแว่วมาไกล ๆ เป็นต้น

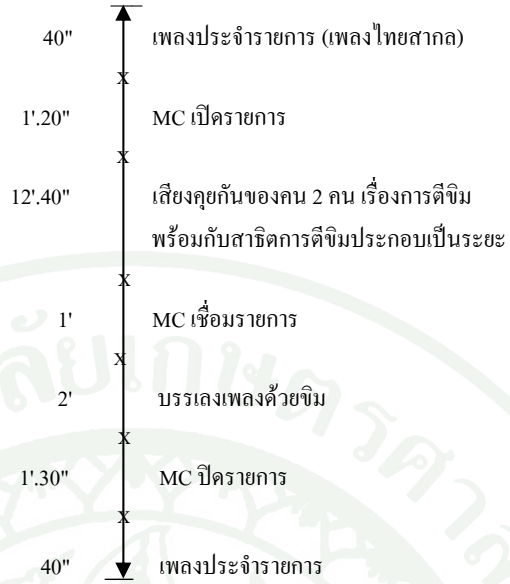
5. การเปิด-ปิด และการเชื่อมต่อรายการ จากประโยคที่ว่า “การเริ่มต้นที่ดี เท่ากับสำเร็จไปแล้วครึ่งหนึ่ง” การเปิดรายการก็เช่นกัน หากสามารถวางแผนการเสนอรายการในช่วงเปิดรายการให้ดึงดูดใจผู้ฟังได้ก็จะทำให้ผู้ฟังติดตามฟังรายการนั้นต่อไป แต่เมื่อจับผู้ฟังได้ในช่วงแรกแล้วก็ยังต้องวางแผนต่อไปถึงช่วงเชื่อมต่อรายการอีกด้วย เช่น รายการเพลง ช่วงเปิดเพลงต่อเพลงผู้ดำเนินรายการควรจะพูดอะไร มีสาระอะไร หรือเชื่อมโยงเพลงอย่างไรจึงจะรับกับเพลงฟังแล้วไม่น่าเบื่อหน่าย เป็นต้น และในช่วงท้ายของการปิดรายการก็เช่นกัน ควรทำให้ผู้ฟังต้องหมุนคลื่นกลับมาฟังรายการของเราอีก ซึ่งทั้งหมดนี้เป็นสิ่งสำคัญที่ต้องวางแผนการเสนอรายการไว้ล่วงหน้า

6. ความหลากของรายการ (Variety) โดยธรรมชาติเรามักไม่ชอบความซ้ำซากจำเจ การฟังคน ๆ หนึ่งพูดโดยไม่เห็นหน้ากันในรายการวิทยุนั้น ถ้าผู้พูดไม่มีพรสวรรค์ในการพูดจริง ๆ หรือเนื้อหาที่นำมาพูดไม่เป็นที่น่าสนใจจริง ในสิ่งที่ผู้ฟังอยากรู้ เช่น การอ่านคำสั่งคณะปฏิวัติที่จะมีผลกระทบต่อคนทั้งประเทศ การพูดการอ่านนั้น ๆ จะไม่สามารถดึงดูดผู้ฟังไว้ได้ ด้วยเหตุนี้การวางแผนการเสนอรายการจึงต้องคำนึงถึงความหลากเป็นสำคัญ ซึ่งความหลากของรายการอาจเกิดจาก 2 ประเด็นใหญ่ คือ

6.1 ความหลากที่เกิดจากเสียง เป็นการนำเสียงจากหลาย ๆ ลักษณะและหลาย ๆ แหล่งที่มีความสัมพันธ์กันมาประกอบกันในการเสนอรายการ เช่น รายการหนึ่งมีความยาว 20 นาที อาจจะวางแผนการเสนอรายการให้มีความหลากที่เกิดจากเสียงผู้ปรากฏตัวในรายการ 3 คน และความหลากที่เกิดจากเพลงไทยสากล และเพลงที่เล่นด้วยขิม ดังภาพที่ 4

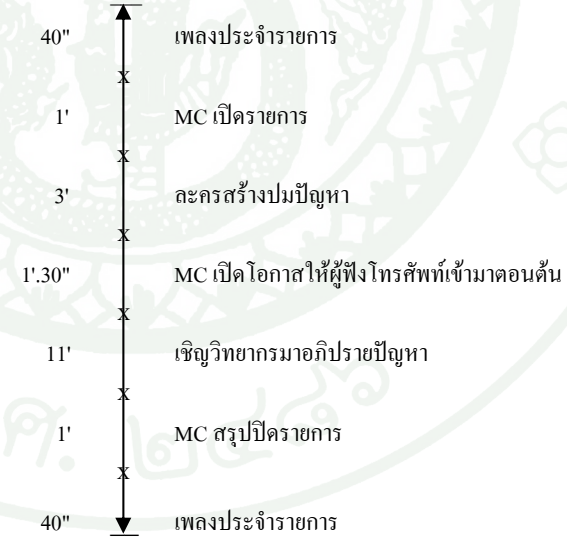
6.2 ความหลากที่เกิดจากรูปแบบรายการ เป็นความหลากที่เกิดจากการใช้รูปแบบรายการมากกว่าหนึ่งรูปแบบผสมผสานอยู่ในรายการเดียวกัน เช่น ละคร ถาม-ตอบปัญหา และอภิปราย ดังภาพที่ 5

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์



หมายเหตุ
เครื่องหมาย ' หมายถึง นาที
เครื่องหมาย " หมายถึง วินาที

ภาพที่ 4 แผนผังรายการแสดงความหลากของรายการที่เกิดจากเสียง
ที่มา: จิราภรณ์ สุวรรณวาจกกสิกิจ (2530: 91)

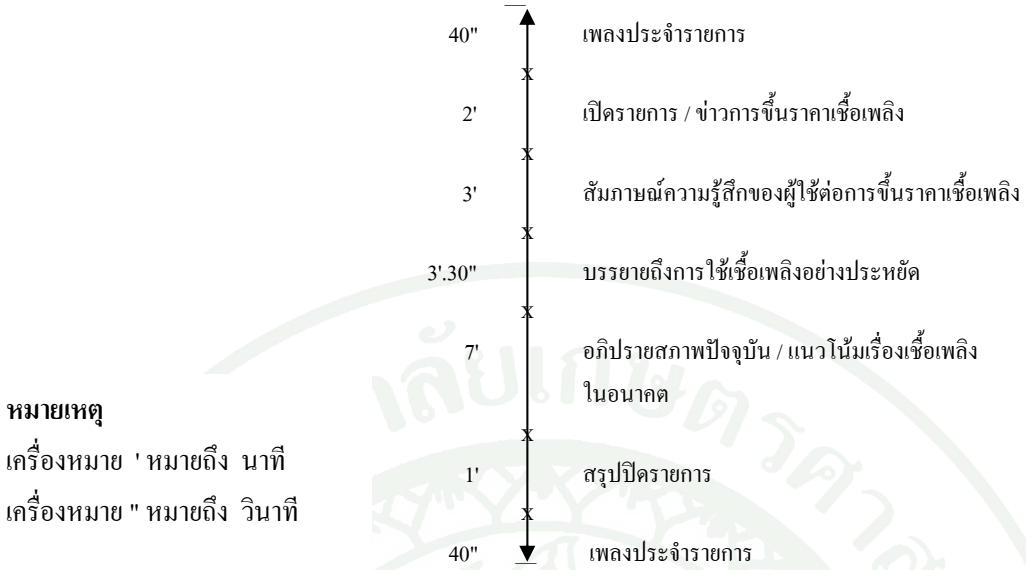


หมายเหตุ
เครื่องหมาย ' หมายถึง นาที
เครื่องหมาย " หมายถึง วินาที

ภาพที่ 5 แผนผังรายการแสดงความหลากของรายการที่เกิดจากรูปแบบรายการ
ที่มา: จิราภรณ์ สุวรรณวาจกกสิกิจ (2530: 91)

7. เอกภาพของรายการ (Unity) ถึงแม้ว่าการจัดรายการให้ดึงดูดผู้ฟังจำเป็นต้องอาศัยความหลากของรายการ แต่ในขณะเดียวกันจะต้องมีเอกภาพของรายการ ดังภาพที่ 6

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์



ภาพที่ 6 แผนผังรายการแสดงความหลากของรายการที่เกิดจากรูปแบบรายการและเสียง
ที่มา: จิราภรณ์ สุวรรณวาจกกสิกิจ (2530: 92)

จากผังรายการนี้จะเห็นว่า มีความหลากทั้งรูปแบบรายการและเสียง แต่ภายใต้ความหลากหลายก็จะมีแกนร่วมเรื่องเดียวกัน คือ ทั้งรายการเป็นเรื่องเกี่ยวกับเชื้อเพลิง

8. อารมณ์ของรายการ (Program me Mood) อารมณ์ของรายการสร้างขึ้นได้จากผู้ดำเนินรายการและผู้ร่วมรายการ ด้วยลีลาการพูด ภาษาพูด เสียงประกอบ เสียงเพลง เป็นต้น ซึ่งผู้ที่มีส่วนสร้างอารมณ์ของรายการที่สำคัญยิ่ง คือ ผู้ดำเนินรายการ อาจสร้างบรรยากาศให้เป็นกันเองหรือเป็นทางการมากน้อยเพียงใดก็ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์รายการ สิ่งที่ผู้ดำเนินรายการสร้างขึ้นนี้จะส่งผลทำให้ผู้ฟังเกิดอารมณ์ร่วมตามไปด้วย

เช่นเดียวกับที่ บุญเกื้อ ควรหาเวช (2545: 63-65) กล่าวว่า องค์ประกอบที่สำคัญในการผลิตรายการวิทยุกระจายเสียงมีด้วยกัน 5 องค์ประกอบ ดังนี้

1. ผู้ฟังรายการ (Audience) หมายถึง กลุ่มผู้ฟังที่เป็นเป้าหมายของการจัดรายการ (Target Audience) จะเป็นผู้ตัดสินว่ารายการที่จัดประสบผลสำเร็จหรือไม่ ผู้จัดรายการจะต้องรู้ว่ากลุ่มผู้ฟังรายการเป็นใคร นอกจากจะรู้ว่าเป็นกลุ่มใดแล้วควรจะรู้ให้ลึกซึ้งลงไปถึงประวัติ พฤติกรรม และทัศนคติของคนในกลุ่มนั้นด้วย

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

2. เนื้อหา (Content) หมายถึง เรื่องราวต่าง ๆ ที่ผู้จัดรายการต้องการให้ผู้ฟังได้ฟังกันการบรรจุเนื้อหาควรจะต้องสอดคล้องกับกลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย ซึ่งอาจจะพิจารณาถึงระดับการศึกษาของผู้ฟังได้เป็น 3 กลุ่ม คือ

2.1 กลุ่มระดับการศึกษาสูง คือ ตั้งแต่ระดับอุดมศึกษาขึ้นไป

2.2 กลุ่มระดับการศึกษาปานกลาง คือ ระดับมัธยมศึกษา (ม.1-ม.6)

2.3 กลุ่มระดับการศึกษาต่ำ คือ ระดับประถมศึกษา (ผู้ที่ไม่ได้รับการศึกษา-ป.6)

การกำหนดระดับการศึกษาเช่นนี้ จะช่วยให้ผู้จัดรายการสามารถวางแผนทางการจัดรายการได้ว่าเนื้อหาที่จะนำมาเสนอนั้นควรจะยากหรือง่ายสักเพียงใด และใช้เวลาในการอธิบายนานเท่าใด

3. วิธีเสนอ (Technique of Programme Presentation) เป็นกระบวนการที่จะนำเนื้อหาหรือเรื่องราวต่าง ๆ ไปสู่ผู้ฟังอย่างมีศิลปะ โดยส่วนสำคัญที่ควรนำมาพิจารณาในการเสนอรายการประกอบด้วยส่วนสำคัญ 5 ประการ คือ

3.1 ภาษาพูด (Language) ควรใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย ประโยคสั้น ๆ กะทัดรัด เหมาะสมกับสภาพของการฟังวิทยุของผู้ฟังโดยทั่วไป

3.2 ลีลาการพูด (Style) ไม่ควรพูดเหมือนอ่านหนังสือ ควรจะพูดเหมือนการพูดคุยกับเพื่อน อย่าคิดว่ากำลังกล่าวคำปราศรัยกับคนฟังเป็นล้าน เพราะจะทำให้ขาดความเป็นกันเองลงไป ลีลาการพูดแต่ละคนก็มีแบบฉบับของตัวเอง แต่สิ่งสำคัญจะต้องให้เหมาะสมกับรูปแบบของรายการ น้ำเสียงต้องแสดงถึงความจริงใจ ไม่ดูถูกผู้ฟังหรือคิดว่าผู้ฟังไม่รู้เท่าตนเอง

3.3 เพลงประกอบ (Programme Music) จะช่วยให้รายการน่าฟังและผ่อนคลายความตึงเครียด อาจมีวัตถุประสงค์ 4 ประการ คือ แนะนำรายการ คั่นรายการ สร้างบรรยากาศ หรือเป็นเนื้อหาส่วนหนึ่งของรายการ และเปลี่ยนฉากหรือเรื่องราวที่จะพูด

3.4 เสียงประกอบ (Sound Effect) เป็นเสียงที่เกิดขึ้นในธรรมชาติหรือประดิษฐ์ขึ้นมาเพื่อนำมาใช้สอดแทรกในรายการทำให้มีบรรยากาศสมจริง และช่วยให้ผู้ฟังเกิดจินตนาการตามได้

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

รวดเร็วขึ้น เช่น เสียงนกร้อง น้ำไหล ฝนตก เปิดประตู เสียงปืน เป็นต้น

3.5 ความหลาก (Variety) และความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน (Unity) การเสนอรายการให้มีความหลากจะช่วยให้รายการไม่น่าเบื่อ ความหลากจะเกิดขึ้นได้ต้องอาศัยภาษาพูด ลีลาในการพูด เพลงประกอบหรือเสียงประกอบ แต่การมีความหลากมาก ๆ ก็ไม่เป็นผลดีต่อการเสนอรายการเสมอไป ทั้งนี้ต้องอยู่ที่ความเหมาะสมของรายการด้วย นอกจากรายการจะมีความหลากแล้วจะต้องมีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันด้วยทั้งในแง่เนื้อหาและวิธีเสนอ

4. เวลาออกอากาศ (Air Time) เป็นตัวกำหนดให้ผลิตรายการในรูปแบบใดได้บ้าง เพราะเวลาออกอากาศ หมายถึง เวลาที่ผู้ฟังเป้าหมายพร้อมที่จะฟังรายการต่าง ๆ จากผู้จัด ผู้จัดควรจะค้นหาให้ได้ว่าเวลานั้นเหมาะกับผู้ฟังเป้าหมายกลุ่มไหนบ้าง แล้วจึงมาวางแผนรายการให้เหมาะสม

5. การประเมินผล (Evaluation) ความสำเร็จของการจัดรายการวิทยุขึ้นอยู่กับความต้องการฟังของผู้ฟังอย่างเดียวเท่านั้น ผู้จัดจึงจำเป็นต้องรู้จักประเมินผลรายการของตนเองจากผู้ฟัง ทั้งก่อนเริ่มลงมือจัดและจัดไปเรียบร้อยแล้ว ซึ่งอาจจะประเมินผลอย่างไม่มีระบบและมีระบบ ซึ่งจำเป็นจะต้องทำเป็นประจำเป็นระยะ ๆ ไป

ชยพล สุทธิโยธิน (2550: 248) กล่าวว่า การจัดองค์ประกอบต่าง ๆ ของรายการวิทยุ ซึ่งได้แก่ การพูด การประกาศ เรื่องราว เพลง ดนตรี เสียงประกอบ รวมทั้งการจัดวางโครงสร้างรายการ การจัดลำดับการนำเสนอรายการ เป็นสิ่งประกอบที่ทำให้เกิดรูปแบบและเนื้อหารายการวิทยุกระจายเสียงที่หลากหลาย อาทิ ข่าว สนทนา สัมภาษณ์ เพลง ดนตรี ปกิณกะ ฯลฯ

โดยสรุปแล้ว องค์ประกอบในการเสนอรายการวิทยุเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดรูปแบบรายการแต่ละรายการที่จะทำให้ผู้ฟังเกิดความรู้สึกอยากติดตามรับฟัง ซึ่งมีองค์ประกอบที่สำคัญหลายประการนับตั้งแต่การที่ผู้ดำเนินรายการและผู้ร่วมรายการจะสร้างความประทับใจให้เป็นสัญลักษณ์ของรายการ โดยใช้ภาษาพูดที่เข้าใจง่าย สั้น กะทัดรัด และมีลีลาการพูดที่เป็นเอกลักษณ์เหมาะสมกับรูปแบบรายการที่นำเสนอ รวมถึงมีการใช้เสียงเพลงและเสียงประกอบในรายการที่เหมาะสม ทั้งเพลงประจำรายการ เพลงที่ใช้เชื่อมในรายการ โดยมีวิธีการเปิดรายการที่สามารถดึงดูดใจผู้ฟังให้เกิดการติดตามรับฟังได้ตลอดรายการ และมีวิธีการปิดรายการที่น่าจดจำทำให้เกิดการติดตามกลับมารับฟัง

ซึ่งในเนื้อหาของรายการมีการสร้างความหลากหลายของรายการด้วยเสียงและรูปแบบราย

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

การที่สอดคล้องกับกลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย โดยสร้างให้เนื้อหาหรือแกนของเรื่องสอดคล้องกันทั้งรายการ และที่สำคัญต้องคำนึงถึงอารมณ์ของรายการด้วย ซึ่งจำเป็นจะต้องสร้างขึ้นจากผู้ดำเนินรายการเพื่อส่งไปยังผู้ฟังรายการให้เกิดอารมณ์ร่วมไปกับรายการ ไม่ว่าจะเป็นแบบเป็นกันเองหรือแบบเป็นทางการ ด้วยการสร้างบรรยากาศจากลีลาการพูด ภาษาพูด เสียงเพลง และเสียงประกอบ รวมไปถึงเวลาออกอากาศหรือเวลาที่ผู้ฟังเป้าหมายสามารถรับฟังรายการวิทยุได้ ยังเป็นตัวกำหนดให้เกิดการผลิตรายการในรูปแบบต่าง ๆ โดยองค์ประกอบในการเสนอรายการวิทยุที่ทำให้เกิดประสบผลสำเร็จของรายการวิทยุนี้จะขึ้นอยู่กับความต้องการฟังของผู้ฟัง จึงจำเป็นที่ผู้จัดทำรายการวิทยุจะต้องประเมินผลของรายการจากผู้ฟังอยู่เป็นระยะ ๆ เสมอ

ประเภทและรูปแบบของรายการวิทยุกระจายเสียง

นภาภรณ์ อัจฉริยะกุล (2540: 415-417) กล่าวว่า การแบ่งประเภทรายการวิทยุกระจายเสียงนั้น มิได้มีกฎเกณฑ์ตายตัวว่าจะต้องแบ่งเป็นกี่ประเภท ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับว่าประเทศใด สถาบันใด จะยึดหลักอะไรเป็นหลัก บางประเทศนิยมแบ่งประเภทตามลักษณะของกลุ่มผู้ฟังเป็น กลุ่มเด็ก กลุ่มวัยรุ่น กลุ่มผู้หญิง กลุ่มผู้สูงอายุ และกลุ่มเกษตรกร เป็นต้น บางสถานีมีวิธีแบ่งประเภทโดยยึดตามสาขาวิชาชีพหรือตามเนื้อหาเป็นหลัก คือ ประเภทรายการเพื่อการเกษตรหรือรายการทางการเกษตร รายการเพื่อสุขภาพอนามัยหรือรายการด้านสาธารณสุข รายการกีฬา รายการธรรมะหรือรายการทางศาสนา รายการเพื่อแม่บ้าน เป็นต้น การแบ่งประเภทรายการตามลักษณะกลุ่มผู้ฟังนี้อาจครอบคลุมได้ไม่ทั่วถึงผู้ฟังทุกกลุ่มได้เพราะมีกลุ่มอาชีพเกิดขึ้นมากมาย การจะเสนอรายการให้ครอบคลุมผู้ฟังได้ทุกกลุ่มนั้นคงเป็นไปไม่ได้ ดังนั้นจึงคัดเอาเฉพาะกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายที่เป็นส่วนใหญ่ (Majority) เท่านั้น จึงเกิดมีปัญหาว่ารัฐละเลยกลุ่มผู้ฟังที่เป็นชนกลุ่มน้อยที่ควรจะมีสิทธิเสมอภาคทัดเทียมกัน การจัดกลุ่มผู้ฟังจึงสร้างความลำบากให้แก่ผู้จัดรายการอยู่เสมอมา

วิธีที่เป็นกลางที่สุดในการแบ่งประเภทของรายการวิทยุกระจายเสียงจึงมักนิยมยึดกันตามหน้าที่ที่ดีของสื่อมวลชนเป็นหลัก คือ แบ่งประเภทของรายการวิทยุกระจายเสียงเป็นประเภทใหญ่ ๆ 3 ประเภท เพื่อให้ครอบคลุมผู้ฟังได้มากที่สุด ได้แก่ รายการประเภทที่มุ่งให้ข่าวสาร (Information) รายการประเภทที่มุ่งให้ความรู้หรือการศึกษา (Education) และรายการประเภทที่มุ่งให้ความบันเทิง (Entertainment) แต่การจัดอัตราส่วนของรายการที่จะเน้นหนักไปทางประเภทใดนั้นก็ขึ้นอยู่กับปัจจัยสภาพแวดล้อมและความต้องการที่ไม่เหมือนกัน ซึ่งประเทศอังกฤษเป็นต้นแบบในการแบ่งประเภทรายการวิทยุกระจายเสียง (Radio Programme Types) ซึ่งบรรษัทวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศอังกฤษ (British Broadcasting Cooperation หรือ BBC) ได้จำแนกประเภท

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ของรายการไว้ตามหน้าที่ของสื่อมวลชนเป็นเวลาหลายสิบปีมาแล้ว และประเทศต่าง ๆ เกือบทั่วโลกได้นำแบบอย่างมาใช้

บุญเกื้อ ควรหาเวช (2540: 81-83) กล่าวว่า การแบ่งประเภทรายการวิทยุ จะแบ่งให้ครอบคลุมลักษณะของรายการอยู่ 4 ลักษณะใหญ่ด้วยกัน คือ

1. แบ่งโดยเอาเนื้อหาของรายการเป็นหลัก เช่น รายการเกษตร รายการกีฬา เป็นต้น

2. แบ่งโดยเอาลักษณะรูปแบบการเสนอรายการเป็นหลัก เช่น รายการนิตยสารทางอากาศ รายการสารคดี รายการอภิปราย รายการสัมภาษณ์ เป็นต้น

3. แบ่งโดยเอาผู้ฟังเป็นหลัก รายการในลักษณะนี้ไม่ได้ระบุถึงวิธีเสนอรายการอย่างชัดเจน ขึ้นอยู่กับตัวผู้จัดรายการเองที่จะเลือกวิธีเสนอรายการตามความเหมาะสมกับเรื่องราวและกลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย

4. แบ่งโดยเอาหน้าที่สื่อมวลชนเป็นหลัก เช่น รายการบันเทิง รายการสาระความรู้ รายการข่าว รายการบริการประชาชน เป็นต้น

Crisell (1986) และ McLeish (1994 อ้างใน อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ และ เมธา เสรีธนาวงศ์, 2550: 394-395) กล่าวถึงการจำแนกประเภทรายการตามที่มาของสาระของรายการ ดังนี้

1. รายการแนวข่าวสารและสารคดีหรือรายการจากข่าวและเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น (News and Reality Programme หรือ Non-Fiction) ได้แก่ รายการข่าวและวิเคราะห์ข่าว (News and Current Affairs) รายการสารคดี (Feature and Documentary) รายการการศึกษา (Education) รายการบรรยายนอกสถานที่ในการถ่ายทอดสดต่าง ๆ (Commentary on Public Events)

2. รายการแนวจินตคดี (Imaginative Programme หรือ Fiction) ได้แก่ รายการละครวิทยุ (Radio Drama) รายการตลก (Comedy) รายการบันเทิง สาระบันเทิง และปกิณกะบันเทิง (Light Entertainment) รายการดนตรีและเพลง (Music)

3. รายการแนวการมีส่วนร่วมของผู้ฟังและวิทยากรรับเชิญ (Audience Oriented Program

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

me) ได้แก่ รายการเปิดสายจากผู้ฟัง (Phone-in) รายการอภิปราย (Discussion) รายการเพื่อผู้บริโภค (Consumer)

4. รายการโฆษณา (Commercial Programme) ได้แก่ รายการโฆษณาสินค้า (Comercial or Advertisement) รายการประกาศบริการ (Public Service Announcement) รายการรณรงค์เพื่อสังคม (Social Advertisement)

นภาภรณ์ อัจฉริยะกุล (2530: 152-202) กล่าวว่า สาเหตุที่ต้องมีการแบ่งรูปแบบรายการวิทยุกระจายเสียงหลาย ๆ รูปแบบ ก็เพื่อไม่ให้ผู้ฟังเกิดความเบื่อหน่ายจำเจต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งนาน ๆ เพราะมนุษย์มีสมาธิในการฟังที่จำกัด หากถ้าไม่มีอะไรดึงดูดให้เกิดความสนใจแล้วจะเบื่อไม่อยากฟัง ดังนั้น จึงต้องมีการคิดค้นหาวิธีในการเสนอรายการทางวิทยุกระจายเสียงให้มีความหลากหลาย โดยออกมาในลักษณะรูปแบบต่าง ๆ กัน เพื่อสร้างความสนใจและเรียกสมาธิของผู้ฟังให้ตรึงอยู่กับรายการให้นานที่สุด ซึ่งทั้งประเภทและรูปแบบของรายการวิทยุกระจายเสียงนั้น มีรายละเอียดดังนี้

1. รายการวิทยุกระจายเสียงประเภทข่าวสาร คือ รายการที่มุ่งบอกกล่าวหรือประกาศให้ผู้ฟังรู้ว่า ใคร ทำอะไร ที่ไหน เมื่อไหร่ และอย่างไร เพื่อให้ผู้ฟังสามารถติดตามเหตุการณ์และความเคลื่อนไหวเพื่อประโยชน์ต่อความเป็นอยู่ในสังคมได้อย่างไม่ล้าหลัง โดยมีบรรทัดฐานที่ใช้พิจารณาเหตุการณ์ที่นำมาจัดทำรายการข่าว คือ เพิ่งเกิดขึ้นและมีผลกระทบต่อส่วนรวม เป็นเหตุการณ์ที่นาน ๆ จะเกิดขึ้นสักครั้ง จึงเป็นเรื่องที่ค่อนข้างจะน่าตื่นเต้นเรียกร้องความสนใจได้ง่าย การคิดค้นพบสิ่งใหม่ แปลก เป็นประโยชน์ต่อส่วนรวม เร้าใจเกิดความสงสาร สลดใจหรือสุขใจ และข่าวบุคคลสำคัญน่าสนใจ ซึ่งการจัดรายการข่าวอาจทำได้หลายลักษณะ เช่น แยกเป็นข่าวท้องถิ่น ข่าวในประเทศ ข่าวต่างประเทศ หรืออาจแยกเป็นข่าวการเมือง ข่าวเศรษฐกิจ ข่าวเกษตรกรรม ข่าวสังคม ฯลฯ โดยมีรูปแบบรายการ 7 อย่างคือ

1.1 รูปแบบรายการอ่านข่าว โดยผู้อ่านข่าว 1-2 คน เสนอโดยการอ่าน

1.2 รูปแบบรายการรายงานข่าว มีผู้รายงานเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นโดยไม่มีการคาดการณ์ล่วงหน้า

1.3 รูปแบบรายการวิเคราะห์ข่าว นำเหตุการณ์มาวิเคราะห์และคาดการณ์ เผยเงื่อนงำ ชี้ข้อดีข้อเสียที่อาจเกิดขึ้น

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

1.4 รูปแบบรายการวิจารณ์ข่าว นำเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นมาวิจารณ์ แสดงความคิดเห็นต่อเหตุการณ์

1.5 รูปแบบรายการบรรยายเหตุการณ์ เป็นลักษณะการรายงานเหตุการณ์ คือ รายงานในขณะที่เหตุการณ์กำลังดำเนินอยู่ การรายงานมีการใช้คำพูดสร้างภาพพจน์

1.6 รูปแบบรายการข่าวประกอบเสียง เป็นการนำเสียงจริงมาประกอบข่าว

1.7 รูปแบบรายการนิตยสารข่าว นำข่าวหลายชิ้นมาเสนอด้วยรูปแบบต่าง ๆ กัน

2. รายการวิทยุกระจายเสียงประเภทความรู้หรือการศึกษา หมายถึง รายการที่มุ่งให้ความรู้และการศึกษา ส่งเสริมด้านวิชาความรู้ วัฒนธรรม อาชีพ แนวทางในการดำเนินชีวิตและการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น เพื่อมีส่วนในการเพิ่มพูนความรู้แก่ผู้ฟังให้สามารถมีชีวิตอยู่อย่างมีความสุขในสังคมและนำความเจริญก้าวหน้ามาสู่ตนเองได้ โดยมีลักษณะของรายการคือเป็นรายการที่มีประเด็นหลักและประเด็นรองให้สอดคล้องกับผู้ฟังกลุ่มเป้าหมาย ฟังแล้วได้ความรู้เพิ่มขึ้นในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง จาก “ผู้ที่ไม่รู้เป็นผู้รู้” จาก “ผู้รู้น้อยกลายเป็นผู้รู้มากขึ้น” เป็นรายการที่ทำให้เกิดแนวความคิดใหม่ เกิดความสร้างสรรค์ฟังแล้วสามารถนำความรู้ไปวิเคราะห์ได้ มีคติสอนใจ สร้างค่านิยมที่ดี ซึ่งอาจจัดได้เป็น 3 ลักษณะ คือ มุ่งให้ความรู้ทั่วไปแก่ประชาชนทั่วไป มุ่งให้การศึกษาในระบบโรงเรียน และมุ่งให้การศึกษานอกระบบโรงเรียน โดยมีรูปแบบรายการ 8 อย่างคือ

2.1 รูปแบบรายการบรรยาย คือ เป็นรายการให้ความรู้โดยตรงเฉพาะเรื่องใด เรื่องหนึ่ง โดยมีการบรรยายเพียงคนเดียว และบรรยายตามขอบเขตที่วางไว้

2.2 รูปแบบรายการบทความ คือ การนำบทความข้อเขียนมาอ่านให้ผู้ฟังฟัง

2.3 รูปแบบรายการพูดคุยกับผู้ฟัง เป็นการพูดคุยเรื่องใดก็ได้ให้ผู้ฟังฟัง มีการพูดเป็นธรรมชาติเหมือนคนกำลังนั่งคุยกัน โดยไม่ใช่การอ่านจากบทหรือการบรรยายทางวิชาการ

2.4 รูปแบบรายการสนทนา คือ การที่คน 2 คนขึ้นไปคุยกันโดยมีผู้ดำเนินการสนทนาคอยควบคุมขอบเขตการสนทนา ควบคุมเวลา และอาจร่วมสนทนาด้วย

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

2.5 รูปแบบรายการสัมภาษณ์ คือ คน ๆ หนึ่งทำหน้าที่เป็นตัวแทนของผู้ฟังมาซักถามปัญหาผู้รู้ ให้ผู้รู้อธิบายหรือตอบปัญหาให้ฟัง โดยผู้ถามไม่ร่วมอธิบายด้วย เป็นเพียงผู้สัมภาษณ์อย่างเดียว

2.6 รูปแบบรายการอภิปราย คือ การนำผู้รู้ในเรื่องใดเรื่องหนึ่งที่เป็นหัวข้ออภิปรายมาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน อาจเป็นต่างทัศนะกันหรือเห็นพ้องต้องกันก็ได้

2.7 รูปแบบรายการสารคดี มี 2 ลักษณะ คือ แบบด็อกคิวเมนทารี (Documentary) ซึ่งเป็นเรื่องจริงทั้งหมด สามารถมีหลักฐานอ้างอิงได้ เสนออย่างตรงไปตรงมา ไม่เอนเอียง และแบบฟีเจอร์ (Feature) ไม่จำเป็นต้องจริงทั้งหมด อาจใช้เพลง ใช้คำพูด หรือละคร ซึ่งช่วยสร้างความรู้สึกสร้างบรรยากาศ และอาจเลือกเฉพาะส่วนที่ต้องการสร้างอารมณ์ ไม่จำเป็นต้องรักษาความเป็นกลาง

2.8 รูปแบบรายการถาม-ตอบปัญหา เป็นรายการที่ให้ความรู้แก่ผู้ฟังอย่างตรงไปตรงมา โดยมีวิธีเสนอได้หลายลักษณะ คือ อาจเชิญผู้ตอบมาร่วมตอบปัญหาในห้องส่งในลักษณะแข่งขันกัน หรือเปิดโอกาสให้ผู้ฟังได้มีโอกาสร่วมรายการโดยถามปัญหาแล้วให้ผู้ฟังตอบปัญหากลับมาทางโทรศัพท์ (Phone-in) หรือไขข้อข้องใจโดยให้ผู้ฟังเขียนจดหมายถามปัญหาข้อข้องใจในเรื่องความรู้ทั่วไป ไม่เฉพาะเจาะจงว่าเป็นด้านใดมายังสถานี แล้วผู้จัดก็ค้นคว้าหาคำตอบมาตอบในรายการ นับเป็นรายการที่ให้ความรู้แก่ประชาชนทั่วไปได้ดีรายการหนึ่ง

3. รายการวิทยุกระจายเสียงประเภทความบันเทิง หมายถึง รายการที่มุ่งสร้างความรื่นเริงบันเทิงใจให้คลายเครียด ฟังแล้วเกิดอารมณ์คล้อยตาม ไม่เป็นพิษภัย เกิดความสนุกบันเทิงใจอยากติดตามต่อไป หรือสามารถลบอารมณ์หนึ่งแล้วก่อให้เกิดอารมณ์ใหม่ขึ้นมาแทนที่ได้ จึงมักเป็นรายการที่ไม่เน้นสาระทางวิชาการ แต่จะมุ่งเสนอเพื่อให้ผู้ฟังเกิดความสบายใจมากกว่า ซึ่งมี 2 ลักษณะ คือ รายการที่มุ่งให้ความบันเทิงโดยตรงและรายการบันเทิงเชิงสาระ ซึ่งรายการที่มุ่งให้ความบันเทิงโดยตรง ได้แก่ ละครวิทยุ ลิเก เพลงไทยสากล เพลงสากล เพลงยอดนิยม เพลงพื้นบ้าน เป็นต้น มีลักษณะสำคัญ คือ เป็นรายการที่ฟังแล้วเกิดความสนุก ผ่อนคลายความตึงเครียด ไม่จำเป็นต้องมีลำดับขั้นตอนการนำเสนอ สามารถลบอารมณ์หนึ่งให้เกิดมีอารมณ์ใหม่ขึ้นมาแทนที่ได้ ชวนให้เกิดอารมณ์ติดตามฟังต่อไป และรายการบันเทิงเชิงสาระ ได้แก่ รายการละครสำหรับเด็ก รายการนิตยสาร รายการสารคดี เป็นต้น มีลักษณะสำคัญคือ มุ่งให้ความบันเทิงเป็นสิ่งชักจูงใจแล้วสอดแทรกเนื้อหาในรายการเพื่อให้จดจำได้ง่าย โดยแบ่งรูปแบบรายการเป็น 4 อย่างคือ

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

3.1 รูปแบบรายการเพลง ที่จัดแบ่งเสนอได้ 2 ลักษณะใหญ่ ๆ คือ ลักษณะแรกเป็นรายการเพลงจากแผ่นเสียง ได้แก่ เพลงที่ใช้เปิดแผ่นโดยมีผู้ประกาศกับผู้เปิดแผ่นเสียงคนเดียวกัน เรียกว่า “ดีเจ” เป็นรายการเพลงตามคำขอและรายการเพลงสลับความรู้ และลักษณะที่สองเป็นรายการสด คือ การยกวงดนตรีมาบรรเลงในห้องส่ง

3.2 รูปแบบรายการละคร มี 3 ลักษณะ คือ ลักษณะแรกเป็นละครตอนเดียวจบ ลักษณะที่สองเป็นละครชุด (Series) หมายถึง ละครที่มีหลายตอนใช้ผู้แสดงชุดเดียวกันหรือหลายเรื่องแต่มีแนวเรื่อง (Theme) เป็นแนวเดียวกัน และลักษณะสุดท้ายเป็นละครที่ไม่จบในตอนเดียว และไม่จำกัดไว้ว่ากี่ตอนจบ ดังที่เรียกกันทั่วไปว่าละครเรื่องยาว อังกฤษเรียกว่า “ซีเรียล” (Serial) ส่วนอเมริกันเรียกว่า “โซป โอเปรา” (Soap Opera) เป็นละครที่เสนอติดต่อกันทุกวัน ความยาวตอนละ 30 นาที แต่อาจจะจัดได้ตอนละ 15-60 นาที

3.3 รูปแบบรายการนิตยสารทางอากาศ จะมีหลายหัวข้อหรือหลายเรื่องแต่มีการเชื่อมโยงให้เกิดเอกภาพ และมีการเสนอความบันเทิงที่สอดแทรกความรู้ไปด้วย

3.4 รูปแบบรายการปกิณกะ เป็นรายการที่มีรายการหลายรูปแบบอยู่ในรายการเดียว คล้ายรายการนิตยสารทางอากาศ แต่ไม่คำนึงถึงเอกภาพ จะเน้นความบันเทิงเป็นสำคัญ

4. รายการวิทยุกระจายเสียงเพื่อบริการสาธารณะ หมายถึง รายการที่ทางสถานีจัดขึ้นเป็นบริการแก่สาธารณชนโดยไม่มีค่าตอบแทน และมุ่งบริการความรู้ สาระทั่วไป ข่าวสารสำคัญประจำวันที่เกี่ยวเนื่องกับกิจกรรมของสาธารณะ เพื่อมุ่งสร้างให้สังคมอยู่ในความสงบสุข ทั้งนี้ให้เป็นสวัสดิการแก่ประชาชนทั่วไป โดยนิยมทำกันในลักษณะ 3 รูปแบบ คือ

4.2 รูปแบบรายการรายงานข่าว ได้แก่ การรายงานข่าวการจราจรสำหรับประชาชนในเมืองหลวงให้ได้รู้สภาพการจราจรซึ่งนับเป็นประโยชน์ยิ่ง โดยจะบอกกล่าวให้รู้ว่าถนนสายใดการจารจรคับคั่ง ไม่ควรใช้เส้นทางนั้น ๆ ตลอดจนการแนะนำการใช้เส้นทางใหม่หรือรายงานอุบัติเหตุบนท้องถนน เป็นต้น

4.3 รูปแบบรายการประกาศแจ้งข้อความหรือข่าวสาร เป็นรูปแบบรายการที่มีผู้ประกาศอ่านข้อความหรือข่าวสารเรื่องที่เป็นบริการซึ่งประชาชนจำเป็นต้องรับรู้ทั่วกัน เป็นการประกาศเพื่อแจ้งให้ทราบ เพื่อแจ้งให้ปฏิบัติ หรือหากไม่ปฏิบัติอาจได้รับโทษตามกฎหมาย เช่น การ

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ประกาศแจ้งข่าวสารของกองบัญชาการตำรวจนครบาล เรื่องการตรวจบัตรประจำตัวประชาชนเพื่อป้องกันอาชญากรรมก่อนการเลือกตั้ง นอกจากนี้อาจเป็นประกาศเรื่องฉุกเฉินหรือเตือนภัยอื่น ๆ ด้วย อาทิ ไฟไหม้ น้ำท่วม รวมทั้งการประกาศรายการสาธารณะนั้นมักเป็นการประกาศให้บริการเกี่ยวกับด้านการศึกษา สาธารณกุศล หรือองค์กรที่ไม่คิดกำไร เช่น มูลนิธิ โดยไม่ต้องเสียค่าบริการ

4.4 รูปแบบสปอต หมายถึง การให้ข้อมูลสั้น ๆ กระตุ้นเร้าความสนใจ ชักจูง โน้มน้าวให้เกิดความรู้สึกสนใจอยากรู้อยากเห็น หรือเป็นประกาศเตือน ให้แง่คิด โดยอาจมีดนตรีหรือเสียงประกอบเพื่อสร้างอารมณ์ให้สมจริงสมจัง และเรียกความสนใจมากยิ่งขึ้นก็ได้ ตามปกติรูปแบบสปอต รายการบริการสาธารณะจะใช้เวลาสั้น ๆ ประมาณ 30-60 วินาที

สถานีวิทยุกระจายเสียงมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (สถานีวิทยุ ม.ก.)

สถานีวิทยุกระจายเสียงมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (สถานีวิทยุ ม.ก.) (2551: 1-12) ได้อธิบายรายละเอียดและการดำเนินงานของสถานีไว้ดังนี้

ชื่อหน่วยงาน

ภาษาไทย สถานีวิทยุกระจายเสียงมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ภาษาอังกฤษ KU.RADIO BROADCASTING NETWORK

สถานที่ตั้ง

สถานีวิทยุ ม.ก. ส่วนกลาง-บางเขน เลขที่ 50 ถนนพลโยธิน แขวงลาดยาว เขตจตุจักร จังหวัดกรุงเทพมหานคร 10900 โทร. 0-2942-8068-72 โทรสาร. 0-2579-7272

เครื่องส่งหนองแขม เลขที่ 130 ตำบลสวนหลวง อำเภอกระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร

สถานีวิทยุ ม.ก. เชียงใหม่ เลขที่ 301/1 หมู่ที่ 5 ตำบลป่าไผ่ อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่

สถานีวิทยุ ม.ก. ขอนแก่น เลขที่ 86/8 ถนนมะลิวัลย์ ตำบลเมืองเก่า อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

สถานีวิทยุ ม.ก. สงขลา เลขที่ 424 ถนนกาญจนวนิช ตำบลพะวง อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา

Website

http://www.radio.ku.ac.th และ http://www.kugreenradio.net

ประวัติ

สถานีวิทยุกระจายเสียงมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (สถานีวิทยุ ม.ก.) ได้รับอนุมัติให้จัดตั้งเป็นทางการโดยกฎกระทรวง ฉบับที่ 3 (พ.ศ.2504) เมื่อวันที่ 20 กันยายน พ.ศ. 2504 แต่การเปิดดำเนินการได้เริ่มมาตั้งแต่วันที่ 10 สิงหาคม พ.ศ. 2504 โดยมี รศ.พร สุวรรณวาจกกสิกิจ อดีตผู้อำนวยการสำนักส่งเสริมและฝึกอบรมเป็นผู้ริเริ่มผลักดันที่สำคัญ โดยได้รับความช่วยเหลือและสนับสนุนจากบุคคลต่าง ๆ ในสมัยนั้นคือ พันตรีเล็ก สุนทรศร หัวหน้าสถานีวิทยุยานเกราะ ร้อยเอก สุรินทร์ อยู่น้อย นาวาตรีจิรพล ธูปทอง หัวหน้าสถานีวิทยุ สทร. (เสียงจากทหารเรือ) อาจารย์เสงี่ยม เผ่าทองสุข อดีตรองอธิบดีกรมไปรษณีย์โทรเลข ศาสตราจารย์อินทรีย์ จันทรสถิตย์ อธิการบดีมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ในสมัยนั้น การดำเนินงานในช่วงสมัยแรกมีปัญหาและอุปสรรคหลายประการ เช่น อุปกรณ์ในการส่งวิทยุกระจายเสียง เงินงบประมาณในการดำเนินการ ฯลฯ แต่ด้วยความตั้งมั่นของ รศ.พร สุวรรณวาจกกสิกิจ และด้วยความช่วยเหลือสนับสนุนจากหลาย ๆ ฝ่าย ที่ต้องการให้มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์มีสถานีวิทยุ เพื่อใช้เป็นสื่อในการเผยแพร่ความรู้ไปสู่เกษตรกร ปัญหาอุปสรรคต่าง ๆ จึงได้ผ่านพ้นไปด้วยดี จากการเริ่มต้นออกอากาศด้วยเครื่องส่งที่มีกำลังส่ง 250 วัตต์ ในปีพ.ศ. 2504 การดำเนินงานของสถานีวิทยุ ม.ก. (บางเขน) มีการพัฒนาเรื่อยมาจนมีเครื่องส่งขนาด 10 และ 20 กิโลวัตต์ ออกอากาศเมื่อวัน ที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2506 และวันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2511 ตามลำดับ โดยอาศัยสถานีส่งกระจายเสียงที่จัดสร้างขึ้นใหม่ ณ อำเภอกระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร ขณะเดียวกันก็ได้มีการจัดตั้งสถานีวิทยุในภาคต่าง ๆ เพื่อให้การออกอากาศของสถานีวิทยุ ม.ก. ครอบคลุมทั่วประเทศ คือ

1. สถานีวิทยุ ม.ก. เชียงใหม่ อนุมัติให้จัดตั้งตามบันทึกของสำนักงานปลัด สำนักนายกรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 3 กรกฎาคม พ.ศ. 2507 และเปิดดำเนินการเมื่อวันที่ 22 มกราคม พ.ศ. 2508

2. สถานีวิทยุ ม.ก. ขอนแก่น อนุมัติให้จัดตั้งตามบันทึกของสำนักงานปลัด สำนักนายกรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2509 และเปิดดำเนินการเมื่อวันที่ 12 เมษายน พ.ศ. 2509

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

3. สถานีวิทยุ ม.ก. สงขลา อนุมัติให้จัดตั้งตามหนังสือ กบว.ที่ 003/2515 เมื่อวันที่ 28 มีนาคม พ.ศ. 2515 และเปิดดำเนินการเมื่อวันที่ 10 เมษายน พ.ศ. 2515

การดำเนินงานของสถานีวิทยุ ม.ก. ทั้ง 4 สถานี มีการพัฒนามาเป็นลำดับภายใต้การกำกับดูแลด้านนโยบายของคณะกรรมการบริหารสถานีวิทยุกระจายเสียงมหาวิทยาลัยศาสตร์ (ตามข้อบังคับของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ว่าด้วยสถานีวิทยุกระจายเสียงมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ พ.ศ. 2528) ซึ่งประกอบไปด้วยบุคคลผู้ทรงคุณวุฒิทั้งจากภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย โดยมีนายกสภามหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์เป็นประธานคณะกรรมการ ส่วนทางด้านการดำเนินงานตามนโยบายมีผู้อำนวยการสำนักส่งเสริมและฝึกอบรมเป็นผู้อำนวยการสถานีวิทยุโดยตำแหน่งเป็นผู้รับผิดชอบ

ต่อมาปี พ.ศ. 2529 ได้มีคณะกรรมการดำเนินงานสถานีวิทยุ ม.ก. ขึ้นอีกคณะหนึ่ง มีผู้อำนวยการสถานีวิทยุเป็นประธาน คณะกรรมการชุดนี้มีหน้าที่กลั่นกรองและควบคุมดูแลการดำเนินงานให้เป็นไปตามนโยบายของคณะกรรมการบริหารสถานีวิทยุกระจายเสียง ม.ก. เมื่อเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2537 สถานีวิทยุ ม.ก. ได้เริ่มต้นพัฒนาด้านเทคนิคออกอากาศที่สำคัญอีกครั้งหนึ่ง โดยมีการพัฒนาระบบออกอากาศจากระบบ A.M. เป็นระบบ A.M. Stereo ซึ่งเป็นระบบที่ทันสมัยที่สุดของระบบ A.M. โดยเฉพาะอย่างยิ่งเครื่องส่งกระจายเสียงใช้ระบบออกอากาศที่เป็น Digital Modulation เป็นเครื่องที่ผลิตจากประเทศสหรัฐอเมริกา การออกอากาศดังกล่าวกระทำโดยการถ่ายทอดสัญญาณผ่านดาวเทียมไทยคมไปยังสถานีเครือข่ายในส่วนภูมิภาคออกอากาศรายการพร้อมกัน ทำให้สถานีวิทยุ ม.ก. เป็นสถานีที่มีเครือข่ายให้บริการแก่ผู้ฟังได้เกือบทั่วทุกภูมิภาคของประเทศไทย

นอกจากการออกอากาศในระบบปกติแล้ว ในปีพ.ศ. 2540 สถานีวิทยุ ม.ก. ยังได้พัฒนาการออกอากาศผ่าน Internet โดยได้รับความอนุเคราะห์อย่างดียิ่งจากสำนักบริการคอมพิวเตอร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ในการเชื่อมโยงสัญญาณผ่านการออกอากาศผ่านเครือข่าย Nontri และเริ่มออกอากาศในเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2540 จนถึงปัจจุบัน ซึ่งรับฟังรายการผ่านWebsite ได้ที่ http://www.radio.ku.ac.th และ http://www.kugreenradio.net ทั่วโลก

การพัฒนาเนื้อหาด้านรายการ

นับตั้งแต่เดือนกรกฎาคม ปีพ.ศ.2541 เป็นต้นมา ประเทศไทยประสบปัญหาภาวะเศรษฐกิจทำให้ต้องมีการยกเลิกสัญญากับทางคู่สัญญา จากเดิมที่สถานีวิทยุ ม.ก. บริหารเวลาวิชาการเกษตร

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

12 ชั่วโมงต่อวัน สถานีฯได้ตัดสินใจดำเนินการบริหารเวลาเองทั้งหมดโดยเน้นรายการด้านการเกษตรให้มากที่สุด เพื่อเน้นเอกลักษณ์และวัตถุประสงค์ของการก่อตั้งสถานีวิทยุ ม.ก. และมีการปรับโครงสร้างการดำเนินรายการใหม่ทำให้สถานีวิทยุ ม.ก. ได้เริ่มต้นการดำเนินการใช้เชิงธุรกิจเพื่อจัดหางบประมาณรายได้ในการบริหารจัดการ รวมถึงการพัฒนาสถานีให้ก้าวหน้าต่อไป โดยอยู่ภายใต้เงื่อนไขที่ว่าสถานีวิทยุ ม.ก. จะเป็นสถานีเพื่อการเกษตรและบริการสาธารณะที่สามารถเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสาร และความรู้ทางการเกษตรให้แก่เกษตรกรและประชาชนทั่วไปมากที่สุด

ตลอดระยะเวลากว่า 40 ปี อาจารย์พร สุวรรณวาจกกสิกิจ คณะกรรมการบริหารสถานีวิทยุ ม.ก. บุคลากรสถานีวิทยุทั้ง 4 แห่ง และข้าราชการในสำนักส่งเสริมและฝึกอบรมช่วยกันเสริมสร้างให้สถานีวิทยุ ม.ก. เจริญก้าวหน้ามาเป็นลำดับ ในปัจจุบันนี้สถานีวิทยุ ม.ก. มีที่ดินทั้งหมด 25 ไร่ 49 ตารางวา มีมูลค่าหลายสิบล้านบาท และยังมีอุปกรณ์ต่าง ๆ เกี่ยวกับเครื่องส่งกระจายเสียงซึ่งมีมูลค่าอีกจำนวนมาก

ปัจจุบันสถานีวิทยุ ม.ก. ออกอากาศกระจายเสียงโดยถ่ายทอดสัญญาณผ่านดาวเทียมไทยคม 1 ในระบบ เอ.เอ็ม. สเตอริโอ อยู่ 4 แห่งด้วยกัน คือ สถานีวิทยุ ม.ก. บางเขน ความถี่ 1107 กิโลเฮิรตซ์ (กำลังส่ง 10 กิโลวัตต์) สถานีวิทยุ ม.ก. เชียงใหม่ ความถี่ 612 กิโลเฮิรตซ์ (กำลังส่ง 5 กิโลวัตต์) สถานีวิทยุ ม.ก. ขอนแก่น ความถี่ 1314 กิโลเฮิรตซ์ (กำลังส่ง 10 กิโลวัตต์) และสถานีวิทยุ ม.ก. สงขลา ความถี่ 1269 กิโลเฮิรตซ์ (กำลังส่ง 10 กิโลวัตต์) ดังภาพที่ 7

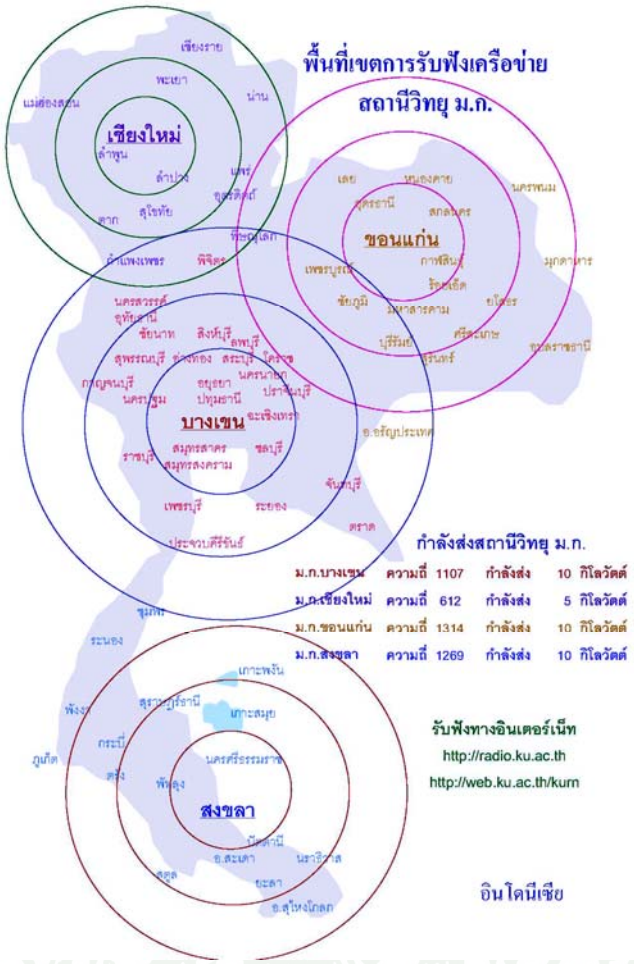
หน้าที่และความรับผิดชอบของสถานีวิทยุ ม.ก.

สถานีวิทยุ ม.ก. เผยแพร่ความรู้ ผลงานวิจัย ประชาสัมพันธ์ความรู้ทางการเกษตรสู่เกษตรกรและผู้สนใจผ่านสื่อวิทยุกระจายเสียง และฝึกนิสิตให้มีความรู้ความสามารถในการจัดรายการวิทยุ

ภารกิจหลัก

จัดสรรเวลาผลิตรายการวิทยุกระจายเสียงให้กับองค์กรทั้งภาครัฐและเอกชน ผลิตรายการวิทยุกระจายเสียง บริการข่าวประชาสัมพันธ์ บริการถ่ายทอดเสียงทั้งภาครัฐและเอกชน ฝึกทดสอบการอ่านออกเสียงภาษาไทยให้แก่นิสิตและผู้ที่สนใจ อบรมการผลิตรายการวิทยุกระจายเสียง อบรมวิชาชีพเกษตรตามความต้องการของเกษตรกร

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์



ภาพที่ 7 พื้นที่บริการของสถานีวิทยุ ม.ก.
ที่มา: สถานีวิทยุกระจายเสียงมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (สถานีวิทยุ ม.ก.)

การบริหารงานตามภาระหน้าที่

1. ด้านบริหารและธุรการ มีหน้าที่รับผิดชอบงานสารบรรณ การเจ้าหน้าที่ การเงิน และบัญชี รวมถึงควบคุมพัสดุและการจัดซื้อจัดจ้าง

2. ด้านวิชาการ มีหน้าที่รับผิดชอบผลิตรายการวิชาการและสาระความรู้อื่น ๆ ทั้งผลิตเองและร่วมกับผู้อื่นเพื่อเผยแพร่ทางวิทยุกระจายเสียง รวมทั้งติดตามประเมินผลการนำความรู้ไปปรับใช้และความต้องการรู้ของผู้ฟังรายการ

3. ด้านจัดหารายได้ มีหน้าที่รับผิดชอบจัดสรรเวลาออกอากาศเพื่อการหารายได้ การจัดทำ

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ผังรายการออกอากาศประจำเดือน รวมถึงการเร่งรัดหนี้สินจากผู้เช่าเวลา

4. ด้านข่าวและกิจกรรมพิเศษ มีหน้าที่รับผิดชอบผลิตข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์ทั่วไป และการถ่ายทอดเสียงนอกสถานที่ในโอกาสพิเศษต่าง ๆ

5. ด้านเทคนิค มีหน้าที่รับผิดชอบการดูแลเครื่องส่ง ซ่อมบำรุงรักษาเครื่องส่งและอุปกรณ์ออกอากาศ งานออกอากาศและการควบคุมระบบกระจายเสียงให้มีประสิทธิภาพ รวมถึงคุณภาพที่ดีตลอดเวลา

ปรัชญา วิสัยทัศน์ พันธกิจ นโยบาย และวัตถุประสงค์ของสถานีวิทยุ ม.ก.

ปรัชญา คือ นำความรู้เทคโนโลยีและข้อมูลข่าวสารสู่สังคม ผ่านเครือข่ายวิทยุกระจายเสียงเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชน

วิสัยทัศน์ คือ มุ่งมั่นที่จะเป็นสถานีวิทยุกระจายเสียงที่มีผู้ฟังมากที่สุด โดยเน้นการเผยแพร่ข้อมูลสารสนเทศทางการเกษตรและบริการสาธารณะ พร้อมทั้งพัฒนาขีดความสามารถในการกระจายเสียงให้ครอบคลุมพื้นที่ทั้งประเทศและต่างประเทศ

พันธกิจ คือ ถ่ายทอดความรู้ทางการเกษตรและการพัฒนาคุณภาพชีวิตสู่ประชาชน สร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้ฟัง ผู้ใช้บริการ และผู้ร่วมภารกิจ ขยายพื้นที่รับฟังให้ครอบคลุมทั่วประเทศและต่างประเทศ ส่งเสริมและสนับสนุนความร่วมมือเพื่อพัฒนาสังคม

นโยบาย คือ เพื่อเผยแพร่สารสนเทศและบริหารงานด้วยตนเองได้ และมุ่งประเด็นดังนี้

1. ด้านรายการ พัฒนาคุณภาพของรายการเพื่อมุ่งสู่การเป็นวิทยุกระจายเสียงเพื่อบริการสาธารณะที่เป็นอยู่ให้ดีขึ้น เน้นเนื้อหารายการทางเกษตรควบคู่กับความรู้ด้านการพัฒนาคุณภาพชีวิต ส่งเสริมให้สถานีวิทยุในเครือข่ายผลิตรายการและสามารถพึ่งพาตนเองได้

2. ด้านทรัพยากรมนุษย์ เปิดโอกาสให้มีการพัฒนาบุคลากรในทุกรูปแบบ ตลอดจนหมุนเวียนการปฏิบัติงานในสถานี เปิดโอกาสให้นิสิต นักศึกษา และผู้ที่สนใจเข้าศึกษาความรู้ ฝึกงาน

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

และสอบเป็นผู้ประกาศของกรมประชาสัมพันธ์ในนามของสถานีวิทยุ ม.ก.

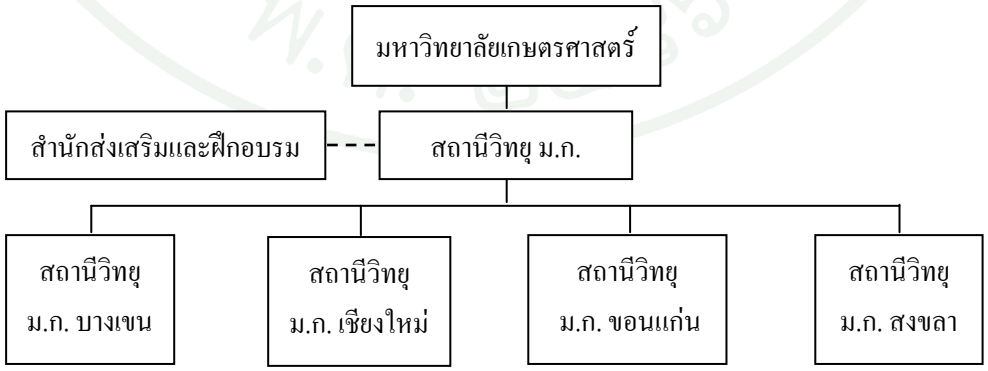
3. ด้านอุปกรณ์และเครื่องมือ ปรับปรุงและพัฒนาเครื่องส่งกระจายเสียง อุปกรณ์ และเครือข่ายการออกอากาศให้ทันสมัยอยู่เสมอ

4. ด้านวิชาการและบริการสาธารณะ ให้มีการวิจัยและพัฒนางานวิชาการเพื่อแข่งขันกับคู่แข่งทางธุรกิจ เอกชน และราชการ ให้ความร่วมมือกับหน่วยงานของรัฐและเอกชนในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร สนับสนุนและเผยแพร่ผลงานของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

วัตถุประสงค์ คือ เพื่อเผยแพร่ความรู้ ผลการค้นคว้าทดลองด้านการเกษตรและอื่น ๆ อันจะก่อให้เกิดประโยชน์ในการประกอบอาชีพและการดำเนินชีวิตประจำวันของประชาชน เพื่อร่วมมือและประสานงานกับหน่วยงานของรัฐและเอกชนในการเผยแพร่ข่าวสารความรู้อันเป็นประโยชน์แก่ส่วนราชการและประชาชนทั่วไป เพื่อให้ประชาชนมีสัมพันธ์กับกิจกรรมของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เพื่อฝึกงานนิสิตในการจัดทำรายการวิทยุกระจายเสียง เพื่อทะนุบำรุงศิลปะ ภาษา วัฒนธรรมอันดีงามของชาติ เพื่อเป็นสื่อสัมพันธ์ระหว่างมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์กับนิสิตเก่า

โครงสร้างสถานีวิทยุ ม.ก.

สถานีวิทยุ ม.ก. ได้แบ่งโครงสร้างออกเป็น 1 สำนักงานกลาง กับ 4 สถานี (สถานีวิทยุ ม.ก. บางเขน สถานีวิทยุ ม.ก.เชียงใหม่ สถานีวิทยุ ม.ก. ขอนแก่น และสถานีวิทยุ ม.ก. สงขลา) ดังแผนภาพที่ 8



ภาพที่ 8 โครงสร้างสถานีวิทยุ ม.ก.
ที่มา: สถานีวิทยุกระจายเสียงมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (สถานีวิทยุ ม.ก.) (2551: 10)

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

การบริหารงาน

สถานีวิทยุ ม.ก. ดำเนินงานภายใต้ระเบียบข้อบังคับว่าด้วยสถานีวิทยุ ม.ก. ซึ่งออกโดยสภามหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ พ.ศ. 2528 กำหนดให้ผู้อำนวยการสำนักส่งเสริมและฝึกอบรมเป็นผู้อำนวยการสถานีวิทยุ ม.ก. โดยตำแหน่ง และให้มีคณะกรรมการ 2 ชุด คือ

ชุดที่ 1 คณะกรรมการบริหารสถานีวิทยุ ม.ก. ประกอบด้วยประธานและกรรมการจำนวนไม่เกิน 9 คน และกำหนดให้ผู้อำนวยการสถานีวิทยุ ม.ก. เป็นกรรมการและเลขานุการโดยตำแหน่ง คณะกรรมการชุดนี้แต่งตั้งโดยท่านอธิการบดี มีอำนาจหน้าที่คือวางแนวนโยบายการดำเนินงานสถานีวิทยุ จัดวางระเบียบและข้อบังคับสถานีวิทยุ จัดวางระเบียบและข้อบังคับเกี่ยวกับการเงินและทรัพย์สินของสถานีวิทยุ พิจารณาการจัดตั้ง ยุบรวม และเลิกสถานี พิจารณาแต่งตั้งถอดถอนกรรมการดำเนินงานทั้งคณะหรือเป็นรายบุคคล พิจารณาอนุมัติงบประมาณรายรับและงบประมาณรายจ่ายของสถานีวิทยุ

ชุดที่ 2 คณะกรรมการดำเนินงานสถานีวิทยุ ม.ก. ประกอบด้วยประธานและกรรมการจำนวนไม่เกิน 14 คน โดยผู้อำนวยการสถานีวิทยุ ม.ก. เป็นประธานมีอำนาจหน้าคือ พิจารณาวางระเบียบและข้อบังคับสถานีวิทยุเพื่อสนองขอความเห็น ให้คำปรึกษา และให้ความเห็นแก่ผู้อำนวยการสถานีวิทยุ พิจารณาวางระเบียบข้อบังคับเกี่ยวกับการเงินและทรัพย์สินของสถานีวิทยุ เพื่อเสนอขอความเห็นชอบจากคณะกรรมการบริหารสถานี อำนวยการผลิต การจัดและการดำเนินรายการส่งกระจายเสียง จัดทำประมาณการรายรับและประมาณการรายจ่ายของสถานีวิทยุเพื่อเสนอต่อคณะกรรมการบริหาร แต่งตั้งและถอดถอนรองผู้อำนวยการสถานีวิทยุ พิจารณาแต่งตั้งคณะอนุกรรมการเพื่อทำหน้าที่ช่วยปฏิบัติงานตามความจำเป็น

นอกจากคณะกรรมการทั้ง 2 แล้ว อำนาจการบริหารงานขึ้นอยู่กับอัตราต่าง ๆ ซึ่งได้ถูกกำหนดในระเบียบสถานีวิทยุ ม.ก. เช่น

1. ผู้อำนวยการสถานีวิทยุ ม.ก. มีอำนาจหน้าที่ควบคุมดูแลกิจการทั่วไปของสถานี โดยมีรองผู้อำนวยการสถานี หัวหน้าฝ่ายและหัวหน้าสถานีต่างๆ เป็นผู้ปฏิบัติงาน โดยผู้อำนวยการสถานีวิทยุ ม.ก. ซึ่งมีอำนาจหน้าที่หลัก คือ พิจารณาเสนอขอแต่งตั้งและถอดถอนรองผู้อำนวยการสถานีต่อคณะกรรมการดำเนินงาน พิจารณาการรับให้บริการและเลิกให้บริการ ยกเว้นในรายที่ต้องทำสัญญาผูกพันเป็นเวลาเกินกว่า 1 ปี ต้องเสนอขอรับความคิดเห็นชอบจากคณะกรรมการดำเนินงาน

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ดูแล ควบคุม และจัดวางรายการกระจายเสียงให้เป็นไปตามแนวนโยบายและระเบียบข้อบังคับ

2. หัวหน้าสถานี มีหน้าที่ดูแลกิจการภายในของแต่ละสถานี โดยรับนโยบายหลักจากผู้อำนวยการสถานีวิทยุ ม.ก. ซึ่งจะต้องดำเนินการเกี่ยวกับงานธุรการ งานผลิตรายการ งานออกอากาศ งานข่าวและกิจกรรมพิเศษของแต่ละสถานี ตลอดจนให้บริการเกี่ยวกับเวลาออกอากาศ

3. หัวหน้างานบริหารและธุรการ มีหน้าที่ดูแลกิจการของแต่ละสถานีวิทยุ ม.ก. เกี่ยวกับงานธุรการ งานการเงินและบัญชี งานพัสดุ

4. หัวหน้าข่าวและกิจกรรมพิเศษ มีหน้าที่ดูแลงานประชาสัมพันธ์ การผลิตข่าว และการถ่ายทอดเสียง

5. หัวหน้างานวิชาการ มีหน้าที่ดูแลเกี่ยวกับการผลิตรายการ การติดตามประเมินผล และงานเกี่ยวข้องกับเทคนิคการออกอากาศ

การปฏิบัติงานของสถานี

ปีงบประมาณของสถานีวิทยุ ม.ก. จะเริ่มตั้งแต่เดือนมกราคมถึงเดือนธันวาคมของทุกปี ซึ่งคณะเจ้าหน้าที่ของสถานีวิทยุ ม.ก. จัดทำร่างแผนการดำเนินงาน (แผนการใช้เงิน) ให้คณะกรรมการดำเนินงานสถานีวิทยุ ม.ก. พิจารณาก่อนที่จะนำเสนอต่อคณะกรรมการบริหารสถานีวิทยุ ม.ก. เพื่ออนุมัติต่อไป

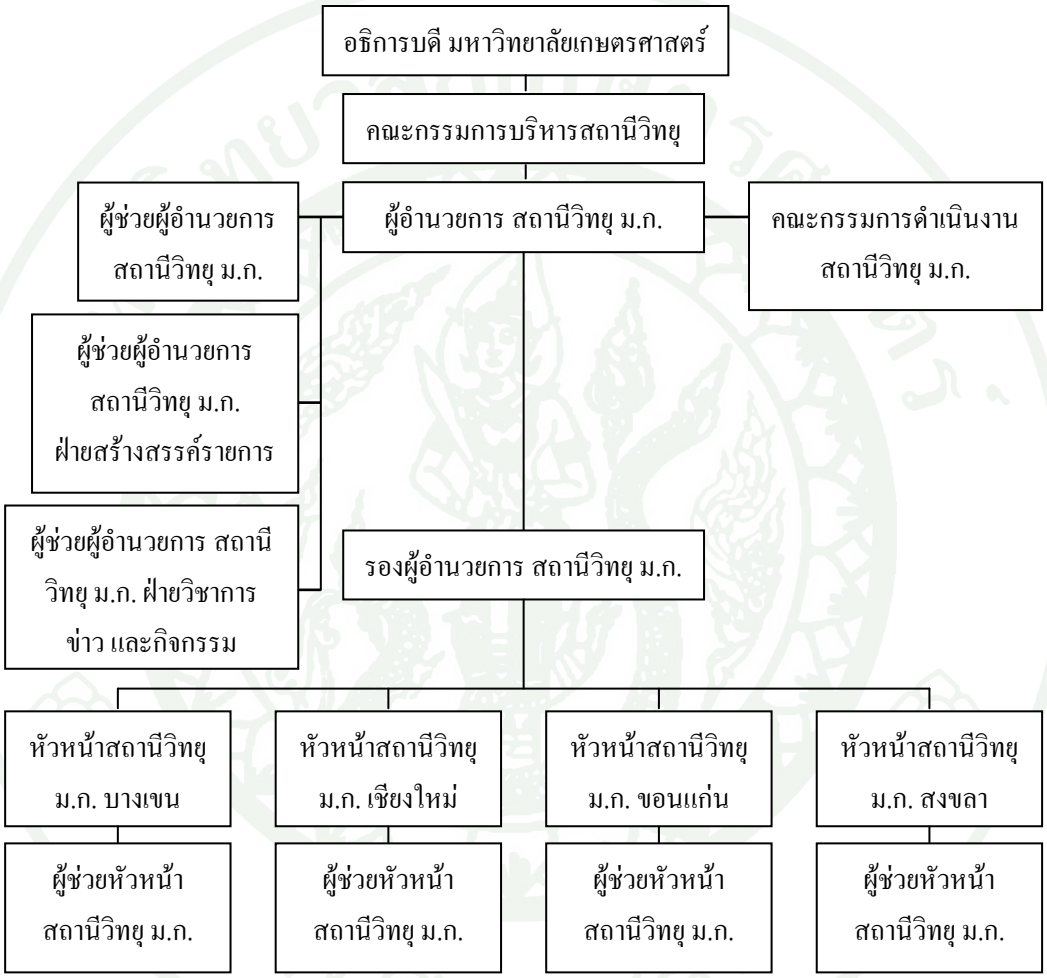
ด้านการติดตามและประเมินผล ดำเนินการโดยใช้เครื่องมือสื่อสารต่าง ๆ เช่น วิทยุโทรทัศน์หรือเดินทางไปตรวจเยี่ยมสถานีเครือข่าย และทุกปีคณะทำงานฝ่ายเทคนิคจะเดินทางไปตรวจสอบการรับฟังการกระจายเสียงของสถานีตามจุดต่าง ๆ เพื่อนำข้อมูลมาปรับปรุงระบบการกระจายเสียงของสถานีให้มีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้น

สถานีวิทยุ ม.ก. ยังมีการติดต่อทางจดหมายและทางโทรศัพท์กับผู้ฟังที่ติดต่อกลับมายังรายการหรือแม้แต่ทาง Internet ก็มี E-mail เข้ามาเช่นกัน นอกจากนี้ สถานีวิทยุ ม.ก. ได้จัดพิมพ์วารสาร “เกษตรก้าวหน้า” และจุลสาร “สารสาระวิทยุ ม.ก.” ซึ่งมีเนื้อหาสาระเกี่ยวกับความรู้และผลการค้นคว้าวิจัยทางการเกษตรออกเผยแพร่สู่สมาชิกสถานีวิทยุ ม.ก. เกษตรกรและผู้สนใจทั่วไป ดังนั้น

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

วารสาร “เกษตรก้าวหน้า” และจุลสาร “สารสาระวิทยุ ม.ก. จึงเป็นสื่อกลางระหว่างสถานีกับผู้ฟังได้อีกทางหนึ่ง

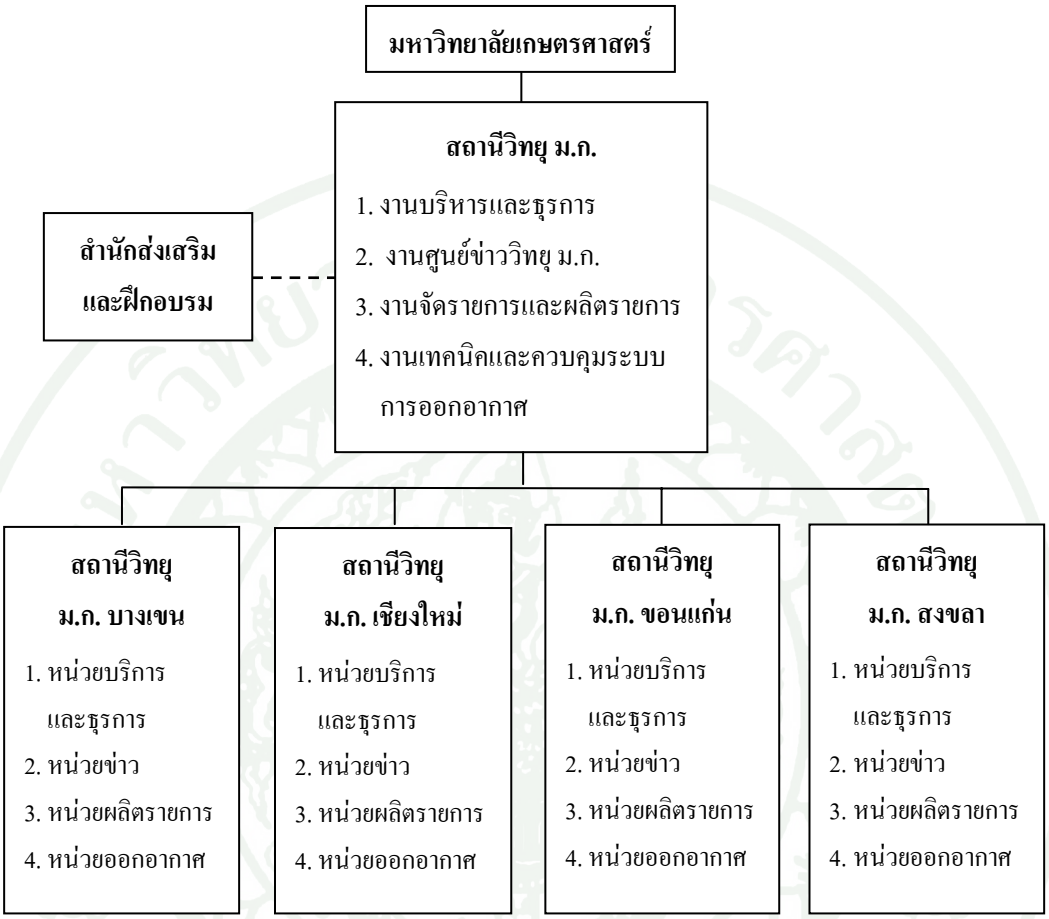
แผนภูมิการบริหารงานสถานีวิทยุ ม.ก.



ภาพที่ 9 แผนภูมิการบริหารงานสถานีวิทยุ ม.ก.
ที่มา: สถานีวิทยุกระจายเสียงมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (สถานีวิทยุ ม.ก.) (2551: 11)

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

แผนภูมิแสดงการแบ่งส่วนงานของสถานีวิทยุ ม.ก.



ภาพที่ 10 แผนภูมิแสดงการแบ่งส่วนงานของสถานีวิทยุ ม.ก.
ที่มา: สถานีวิทยุกระจายเสียงมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (สถานีวิทยุ ม.ก.) (2551: 12)

รายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก.

จากการสัมภาษณ์ คุณอินทิรา อาดศิริ (2553) ผู้ช่วยผู้อำนวยการฝ่ายสร้างสรรค์รายการและข่าว สถานีวิทยุกระจายเสียงมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (สถานีวิทยุ ม.ก.) ได้ให้รายละเอียดเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ ประเภทรายการและรูปแบบรายการ กลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย วิธีการดำเนินรายการ การออกอากาศ และผังรายการ ของรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก. ว่ามีรายละเอียดดังนี้

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

วัตถุประสงค์ของรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า”

1. ถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และเรื่องการน้อมนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปประยุกต์ใช้ให้แก่เกษตรกรและประชาชนทั่วไป

2. ส่งเสริมเผยแพร่ผลงานของนักวิชาการ คณาจารย์ ในมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ และหน่วยงานต่าง ๆ ที่ดูแลเกี่ยวกับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงและน้อมนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปประยุกต์ใช้

3. ทำการสรรหาผู้รู้ ผู้มีประสบการณ์ จากการน้อมนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปประยุกต์ใช้จากภาคสนามมาเผยแพร่ความรู้และประสบการณ์ ให้ผู้ฟังรายการสามารถนำไปประยุกต์ปฏิบัติใช้ในการดำเนินชีวิตประจำวันหรือในการทำงานได้

4. ทำการสนับสนุน ส่งเสริม โดยการนำเสนอผลงานหรือประชาสัมพันธ์หน่วยงานองค์กรทั้งภาครัฐและเอกชน ตลอดจนผู้ฟังรายการทั่วไปที่มีผลงานดีเด่นหรือที่ผ่านการพิจารณาแล้วว่าเป็นประโยชน์แก่ผู้ฟังรายการในเรื่องการน้อมนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปประยุกต์ใช้ เพื่อเผยแพร่ผลงานให้สังคมได้มีโอกาสรับรู้

5. เป็นศูนย์รวมรับฟังความรู้ ความคิดเห็น ข้อเสนอแนะจากผู้ฟังรายการในเรื่องการน้อมนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปประยุกต์ใช้ โดยการเปิดโอกาสในการสอบถามเพิ่มเติมทั้งโดยตรงและฝากข้อความผ่านหลายช่องทางทั้งโทรศัพท์ จดหมาย และไปรษณีย์บัตร

ประเภทและรูปแบบรายการ ของรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า”

สามารถประมวลประเภทรายการและการนำเสนอรูปแบบรายการได้ดังนี้ คือ เป็นรายการวิทยุกระจายเสียงประเภทมุ่งให้ความรู้และการศึกษา ส่งเสริมด้านวิชาความรู้ วัฒนธรรม อาชีพ แนวทางในการดำเนินชีวิต และการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับการน้อมนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินชีวิตประจำวันหรือการทำงาน เป็นการเพิ่มพูนความรู้แก่ผู้ฟังเพื่อสามารถดำรงชีวิตอยู่อย่างมีความสุขในสังคมและนำความเจริญก้าวหน้ามาสู่ตนเองได้ อีกทั้งรายการยังก่อให้เกิดแนวความคิดใหม่ เกิดความสร้างสรรค์ ฟังแล้วสามารถนำความรู้ไปวิเคราะห์ได้ มีคติสอนใจ สร้างค่านิยมที่ดีในการดำเนินชีวิตให้แก่ผู้ฟังรายการ โดยมีรูปแบบรายการ คือ

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

1. รูปแบบรายการพูดคุยกับผู้ฟัง คือ ผู้ดำเนินรายการทำหน้าที่พูดคุยกับผู้ฟังรายการโดยตรง ด้วยการนำเรื่องราวของบุคคล องค์กรต่าง ๆ ที่มีการน้อมนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินชีวิตประจำวันหรือการทำงาน มาสนทนาเป็นเชิงการบอกเล่าหรืออธิบายในลักษณะการพูดคุยกับผู้ฟังรายการแบบเป็นกันเอง

2. รูปแบบรายการสนทนา คือ การที่คน 2 คนขึ้นไปคุยกัน โดยมีผู้ดำเนินรายการเป็นผู้ควบคุมขอบเขตการสนทนา ควบคุมเวลา และอาจร่วมสนทนาด้วย มีการเชิญนักวิชาการ วิทยากรจากหน่วยงานองค์กรต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน ตลอดจนผู้ฟังรายการทั่วไปที่มีผลงานดีเด่นหรือที่พิจารณาแล้วว่าเป็นประโยชน์แก่ผู้ฟังรายการในเรื่องการน้อมนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปประยุกต์ใช้ มาร่วมสนทนาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในรายการ รวมถึงมีการเชิญวิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิมาเป็นวิทยากรร่วมสนทนาประจำรายการ

3. รูปแบบรายการสัมภาษณ์ คือ ผู้ดำเนินรายการทำหน้าที่เป็นผู้สัมภาษณ์ตามประเด็นคำถามที่ได้ตั้งไว้ เสมือนทำหน้าที่เป็นตัวแทนของผู้ฟังมาซักถามปัญหาผู้รู้ ให้ผู้รู้อธิบายหรือตอบปัญหาให้ฟัง โดยผู้ดำเนินรายการไม่ร่วมอธิบายด้วยเป็นเพียงผู้สัมภาษณ์อย่างเดียว แต่มีผู้ร่วมดำเนินรายการที่เป็นนักวิชาการ วิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิ วิทยากรจากหน่วยงานองค์กรต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน ตลอดจนผู้ฟังรายการทั่วไปที่มีผลงานดีเด่นหรือที่พิจารณาแล้วว่าเป็นประโยชน์แก่ผู้ฟังรายการในเรื่องการน้อมนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปประยุกต์ใช้ มาร่วมสนทนาผ่านการสัมภาษณ์ ทั้งเป็นรายการสัมภาษณ์สดที่ห้องส่งออกอากาศ การสัมภาษณ์ผ่านทางโทรศัพท์ และการสัมภาษณ์โดยการบันทึกเทป

4. รูปแบบรายการสารคดี แบบด็อกคิวเมนทารี (Documentary) คือ เป็นเรื่องจริงทั้งหมด สามารถมีหลักฐานอ้างอิงได้ เสนออย่างตรงไปตรงมาไม่เอนเอียง โดยมีการเชิญวิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิ ได้แก่ อาจารย์ปราโมทย์ ไม้กลัด มาเป็นวิทยากรหลักประจำรายการ ทำการถ่ายทอดประสบการณ์ตรงที่ได้รับมาจากการตามเสด็จพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ในเรื่องการทรงงานของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวที่เห็นเป็นรูปธรรมจากปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงให้ผู้ฟังรายการฟัง รวมถึงมีการเชิญผู้ประกอบธุรกิจ/บริษัทเอกชนที่ได้น้อมนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปประยุกต์ใช้ในกิจการของตนแล้วประสบผลสำเร็จ มาร่วมถ่ายทอดประสบการณ์ตรงในรายการ

5. รูปแบบรายการถาม-ตอบปัญหา คือ เป็นรายการที่ให้ความรู้เกี่ยวกับการน้อมนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปประยุกต์ใช้ในด้านต่าง ๆ เช่น การดำเนินชีวิตประจำวันหรือการทำงาน

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ของบุคคลหรือองค์กรตัวอย่างมาสนทนาเป็นเชิงบอกเล่าหรืออธิบายในลักษณะการพูดคุยกับผู้ฟังรายการอย่างเป็นกันเอง แล้วเปิดโอกาสให้ผู้ฟังมีส่วนร่วมกับรายการด้วยการถามปัญหาจากเนื้อหาที่ได้นำเสนอไป ให้ผู้ฟังตอบปัญหากลับมาทางโทรศัพท์หรือทางจดหมายเพื่อร่วมชิงรางวัล

กลุ่มผู้ฟังเป้าหมายของรายการวิทยุ เรื่อง "พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า"

กลุ่มผู้ฟังเป้าหมายของรายการพอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า นั้น เป็นผู้ฟังทุกกลุ่มระดับของสังคมไม่ว่าจะเป็นประชาชนทั่วไป เกษตรกร หน่วยงานทางราชการ องค์กรต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน ซึ่งสนใจในเรื่องการน้อมนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินชีวิตประจำวันหรือในการทำงาน รวมถึงเป็นกลุ่มผู้ฟังที่ให้ความสนใจและติดตามรายการต่าง ๆ ของทางสถานีวิทยุมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (สถานีวิทยุ ม.ก.) มาโดยตลอด ทั้งข่าวสาร ความรู้ ความเคลื่อนไหวทางการเกษตรและการบริการสาธารณะ

วิธีการดำเนินรายการของรายการวิทยุ เรื่อง "พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า"

รายการวิทยุ เรื่อง "พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า" ถือเป็นเวทีให้กับนักวิชาการ รวมถึงผู้มีประสบการณ์ที่ได้น้อมนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงทั้งในด้านทฤษฎีและการปฏิบัติไปประยุกต์ใช้ ให้ออกมาเผยแพร่เพื่อเป็นวิทยาทานแก่ประชาชนผู้รับฟังรายการ อีกทั้งยังเปิดโอกาสให้ผู้ฟังรายการได้มีการแลกเปลี่ยนความรู้ ความคิดเห็น ประสบการณ์ต่าง ๆ ตามความต้องการได้อีกด้วย

โดยทางรายการมีการหมุนเวียนผู้ดำเนินรายการหลักซึ่งก็คือทีมงานของทางสถานีวิทยุ ม.ก. ส่วนกลาง-บางเขน มาทำหน้าที่สรรหาเรื่องราวเกี่ยวกับหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง อาทิ ตัวอย่างการน้อมนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปประยุกต์ใช้ในบุคคลประชาชนทั่วไป หน่วยงานองค์กรทั้งภาครัฐและเอกชนที่มีผลงานดีเด่นหรือที่พิจารณาแล้วว่าเป็นประโยชน์แก่ผู้ฟังรายการ มานำเสนอเพื่อให้เกิดการสนับสนุน ส่งเสริม และจุดประกายแนวคิดในการน้อมนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปประยุกต์ใช้กับการดำเนินชีวิตประจำวันและการทำงานของผู้ฟังรายการได้

มีผู้ดำเนินรายการภาคสนามในส่วนภูมิภาคซึ่งประจำสถานีวิทยุ ม.ก. เชียงใหม่ ได้แก่ คุณอรพินท์ พันธุ์ไพโรจน์ และคุณแสงเทียน เนียมทรัพย์ ประจำสถานีวิทยุ ม.ก. ขอนแก่น ได้แก่ คุณณคพร แย้มศรี และประจำสถานีวิทยุ ม.ก. สงขลา ได้แก่ คุณอารีน่า แวมามะ และคุณประภาส แก้ว

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

พิบูลย์ อีกทั้งยังมีวิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิประจำรายการ 1 ท่าน คือ อาจารย์ปราโมทย์ ไม้กลัด มาร่วมเป็นวิทยากรหลักประจำรายการ ทำการถ่ายทอดประสบการณ์ตรงที่ได้รับมาจากการตามเสด็จพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ในเรื่องการทรงงานของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวที่เห็นเป็นรูปธรรมจากปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงให้ผู้ฟังรายการฟัง รวมถึงมีบุคคลตัวอย่างและตัวแทนองค์กรตัวอย่างมาร่วมถ่ายทอดประสบการณ์ตรงในการน้อมนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงที่ได้นำไปประยุกต์ใช้ในกิจการของตนแล้วประสบผลสำเร็จ ซึ่งจะก่อให้เกิดประเด็นที่น่าสนใจใหม่ ๆ เพิ่มขึ้นตามแนวความคิดของรายการ คือ ปฏิบัติการสร้างคนพอเพียง เพื่อครอบครัวเข้มแข็ง สู่สังคมที่มั่นคงสมดุลอย่างยั่งยืน

การออกอากาศของรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า”

รายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” เริ่มมีการออกอากาศครั้งแรกเมื่อเดือนมกราคม ปีพ.ศ. 2549 โดยออกอากาศเป็นประจำทุกวันตั้งแต่วันจันทร์ถึงวันศุกร์ (5 วันต่อสัปดาห์) ในช่วงเวลา 08.30 น. ถึง 08.55 น. เป็นเวลาวันละ 25 นาที ผ่านทาง เอ.เอ็ม. สเตอริโอ ในทุกเครือข่ายของสถานีวิทยุกระจายเสียงมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (สถานีวิทยุ ม.ก) ทั่วประเทศ ทางเอฟ.เอ็ม.101.25 MHz วิทยุชุมชนคนบางเขน ในเขตกรุงเทพมหานคร และทางอินเทอร์เน็ตที่เว็บไซต์ http://www.radio.ku.ac.th และ http://www.kugreenradio.net ซึ่งถ่ายทอดสัญญาณเสียงไปทั่วโลก

ผังรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก.

ตารางที่ 1 ผังรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก.

วัน	ผู้ดำเนินรายการ / ผู้ร่วมรายการ	เนื้อหา
จันทร์	ผู้ดำเนินรายการสัมภาษณ์สด ผู้มีวิถีชีวิตพอเพียง ที่ห้องส่ง ออกอากาศของสถานี หรือผู้ดำเนินรายการภาคสนามในส่วนภูมิภาค ทำการลงพื้นที่สัมภาษณ์ ผู้มีวิถีชีวิตพอเพียง	สัมภาษณ์ ผู้บริหารสำนักงานคณะกรรมการพิเศษเพื่อประสานงานโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ (กปร.) / ตัวอย่างเยาวชน / เกษตรกร / ประชาชนทั่วไป ในด้านแนวคิดและการดำเนินชีวิตตามแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตารางที่ 1 (ต่อ)

วัน	ผู้ดำเนินรายการ / ผู้ร่วมรายการ	เนื้อหา
อังคาร	ผู้ดำเนินรายการสัมภาษณ์สด ผู้มีวิถีชีวิตพอเพียง ที่ห้องส่งออกอากาศของสถานี หรือผู้ดำเนินรายการภาคสนามในส่วนภูมิภาค ทำการลงพื้นที่สัมภาษณ์ ผู้มีวิถีชีวิตพอเพียง	สัมภาษณ์ ผู้บริหารสำนักงานคณะกรรมการพิเศษเพื่อประสานงานโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ (กปร.) / ตัวอย่างเยาวชน / เกษตรกร / ประชาชนทั่วไป ในด้านแนวคิดและการดำเนินชีวิตตามแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง
พุธ	ผู้ดำเนินรายการสัมภาษณ์สดอาจารย์ปราโมทย์ ไม้กลัด	อาจารย์ปราโมทย์ ไม้กลัด ถ่ายทอดประสบ การณ์ตรงที่ได้รับมาจากการตามเสด็จพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ในเรื่องการทรงงานของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวที่เห็นเป็นรูปธรรมจากปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงให้ผู้ฟังรายการฟัง
พฤหัสบดี	ผู้ดำเนินรายการสัมภาษณ์บุคคลตัวอย่าง หรือตัวแทนองค์กรตัวอย่างแบบสัมภาษณ์สดที่ห้องส่งออกอากาศของสถานีหรือสัมภาษณ์ผ่านทางโทรศัพท์	สัมภาษณ์ บุคคลหรือองค์กรตัวอย่างที่น้อมนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปประยุกต์ใช้ในกิจการของตนแล้วประสบผลสำเร็จ มาร่วมถ่ายทอดประสบการณ์ตรงในรายการ
ศุกร์	ผู้ดำเนินรายการสัมภาษณ์บุคคลตัวอย่าง หรือตัวแทนองค์กรตัวอย่างแบบสัมภาษณ์สดที่ห้องส่งออกอากาศของสถานี หรือสัมภาษณ์ผ่านทางโทรศัพท์	สัมภาษณ์ บุคคลหรือองค์กรตัวอย่าง ที่น้อมนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปประยุกต์ใช้ในกิจการของตนแล้วประสบผลสำเร็จ มาร่วมถ่ายทอดประสบการณ์ตรงในรายการ

แนวคิดที่เกี่ยวกับผู้รับสารในกระบวนการสื่อสารมวลชน

การตรวจเอกสารหัวข้อแนวคิดที่เกี่ยวกับผู้รับสารในกระบวนการสื่อสารมวลชนครั้งนี้ได้ทำการศึกษาครอบคลุมถึง ความหมายของผู้รับสารในกระบวนการสื่อสารมวลชน ลักษณะของผู้รับสารในกระบวนการสื่อสารมวลชน ประเภทของผู้รับสารในกระบวนการสื่อสารมวลชน บทบาทของผู้รับสารในกระบวนการสื่อสารมวลชน และความสัมพันธ์ของผู้รับสารต่อองค์ประกอบในกระบวนการสื่อสาร ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ความหมายของผู้รับสารในกระบวนการสื่อสารมวลชน

กิติมา สุรสนธิ (2548: 20) กล่าวว่า มีคำที่ใช้เรียกผู้รับสารหลายคำ เช่น ผู้รับ (Receiver) ผู้ถอดรหัส (Decoder) ผู้ฟัง (Listener) ผู้ฟังผู้ชม (Audience) ผู้ฟังหรือผู้ชมทางสื่อมวลชน (Mass Audience) เนื่องจากผู้รับสารเป็นบุคคลที่มีความสำคัญในการสื่อสาร ซึ่งการสื่อสารจะมีความหมายอย่างไร จะประสบความสำเร็จหรือไม่ ขึ้นอยู่กับว่าผู้รับสารนั้นจะเลือกรับสารที่จะตีความและจะทำความเข้าใจต่อข่าวสารที่ตนเองได้รับนั้นอย่างไร

อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ และ เมธา เสรีธนาวงศ์ (2550: 520) ได้กล่าวถึง ผู้รับสารในฐานะเป็นมวลชน (The Audience as Mass) ผู้รับสารสื่อมวลชน (The Audience as Mass) สามารถรับสารเดียวกันได้แม้จะอยู่ต่างเวลาและต่างสถานที่กัน เช่น คนที่อยู่ต่างภูมิภาค สามารถอ่านหนังสือพิมพ์ฉบับเดียวกันในเวลาใดก็ได้ตามที่ตนสะดวก สำหรับสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ สามารถเชื่อมผู้รับที่อยู่ต่างสถานที่ให้รับรายการเดียวกันพร้อม ๆ กันได้ ในปัจจุบันจะเห็นได้ว่าผู้ผลิตได้เปิดให้มีการตอบกลับ (Feedback) ในสื่อ ทำให้ผู้รับสารมีโอกาสปรับเปลี่ยนฐานะจากผู้ดูหรือผู้รับรู้เพียงอย่างเดียว มาเป็นผู้มีส่วนร่วมในการกำหนดเนื้อหาและในกระบวนการสื่อสารของสื่อบางประเภท เช่น การจัดรายการแบบเปิดให้ผู้ฟังโทรศัพท์เข้ามาร่วมแสดงความคิดเห็นในรายการวิทยุและโทรทัศน์ (Phone-in Radio and Television Programs) การนำเสนอเนื้อหาสาระโดยเชิญผู้รับสารเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของรายการ เป็นต้น

สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ (2549: 49) กล่าวว่า ความหมายของคำว่ามวลชนในทางการสื่อสารมวลชน หมายถึง กลุ่มคนขนาดใหญ่ที่มีวัฒนธรรมแตกต่างกันและมีความหลากหลายทางเศรษฐกิจ สังคม จิตวิทยา ทำให้มีพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อที่แตกต่างกันไป

กล่าวโดยสรุป คือ ผู้รับสารในกระบวนการสื่อสารมวลชนมีคำที่ใช้เรียกอยู่หลายคำ เช่น ผู้รับ (Receiver) ผู้ถอดรหัส (Decoder) ผู้ฟังผู้ชม (Audience) ผู้ฟังหรือผู้ชมทางสื่อมวลชน (Mass Audience) แต่ที่นิยมใช้ได้แก่ มวลชนหรือผู้รับสาร (The Audience as Mass) หมายถึง กลุ่มคนขนาดใหญ่ที่มีความสำคัญในการสื่อสารว่าจะประสบความสำเร็จหรือไม่ เพราะผู้รับสารจะเป็นผู้เลือกรับสาร ตีความ และทำความเข้าใจต่อข่าวสารที่ตรงกับความต้องการมากที่สุด โดยมวลชนหรือผู้รับสารจะมีความหลากหลายลักษณะทางประชากร วัฒนธรรม เศรษฐกิจ สังคม และจิตวิทยาที่แตกต่างกัน ทำให้มีพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อแตกต่างกันไป ซึ่งมวลชนหรือผู้รับสารนี้จะให้ความสำคัญหรือแสดงการมีส่วนร่วมต่อสื่อนั้น ๆ ด้วย ปฏิกิริยาสื่อสารกลับ (Feedback) มายังผู้ส่งสารที่เป็นสื่อ

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

มวลชนในรูปแบบต่าง ๆ ทั้งการสมัครเป็นสมาชิก การติดต่อทางโทรศัพท์ จดหมาย เป็นต้น อันนับว่าเป็นผลดีต่อผู้ส่งสารในการประเมินสารหรือสื่อที่ผลิตว่าตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายผู้รับสารหรือไม่ ควรมีการพัฒนา ปรับปรุง ไปในทิศทางใด เพื่อให้สื่อที่ผลิตขึ้นมานั้นมีคุณภาพเป็นมาตรฐาน และสามารถรักษากลุ่มผู้รับสารให้คงอยู่หรือเพิ่มมากขึ้นได้

ลักษณะของผู้รับสารในกระบวนการสื่อสารมวลชน

Vivian (1991 อ้างใน ณรงค์ สมพงษ์, 2543: 13-14) ได้กล่าวถึง ลักษณะทั่วไปของผู้รับสารที่เป็นมวลชน (Mass Audiences) ไว้ 3 ประการคือ

1. ผู้รับสารที่เป็นมวลชนมองไม่เห็นแต่สามารถวัดได้ (The Mass Audience is Unseen but Measurable) คือ ผู้รับสารที่เป็นมวลชนไม่สามารถจะบอกได้ว่าอยู่ที่ใด แต่จากการตอบแบบสอบถามหรือการสำรวจ ทำให้เราทราบได้ในลักษณะรวม ๆ ว่ากลุ่มผู้รับข่าวสารของเราเป็นกลุ่มใดบ้าง แต่ไม่สามารถวิเคราะห์เป็นรายบุคคลได้

2. ผู้รับสารที่เป็นมวลชนอาจถูกชักจูงให้เห็นภาพลวงได้ (The Mass Audience is Diverse) เนื่องจากการได้รับข่าวสารจากสื่อมวลชนในระดับความเข้าใจและรสนิยมที่ต่างกัน

3. ผู้รับสารที่เป็นมวลชนรับสารโดยไม่ทราบว่าเป็นใครบ้าง (The Mass Audience Receives Message Anonymously) ผู้รับสารที่เป็นมวลชนมีการรับสารเป็นแบบส่วนตัว ผู้รับสารจะทำหน้าที่เลือกว่าจะรับสื่อใดและรายการใดด้วยตนเอง

ปรมะ สตะเวทิน (2539: 104-105) กล่าวว่า ลักษณะของมวลชนผู้รับสารสามารถพิจารณาได้เป็น 2 ลักษณะ คือ

1. ลักษณะทางจิตวิทยาของมวลชนผู้รับสาร หมายถึง ลักษณะทางจิตใจของมวลชนผู้รับสาร เช่น นิสัยการใช้สื่อมวลชน ทัศนคติ ความคิดเห็น ค่านิยม ความนับถือตนเอง รสนิยม ความต้องการ ตลอดจนพฤติกรรมอื่น ๆ เช่น นิสัยการซื้อ การใช้เวลาว่าง ฯลฯ

2. ลักษณะทางประชากรของมวลชนผู้รับสาร หมายถึง ลักษณะด้านอายุ เพศ สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ (พื้นฐานทางครอบครัว อาชีพ รายได้ เชื้อชาติ) การศึกษา ศาสนา และภูมิลำเนา

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

โดยสามารถจำแนกออกได้เป็นกลุ่มต่าง ๆ ตามแต่ละลักษณะทางประชากร เช่น ลักษณะด้านอายุ อาจแบ่งออกเป็น กลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มวัยทำงาน กลุ่มหนุ่มสาว กลุ่มวัยรุ่น กลุ่มเด็ก ลักษณะทางเพศ แบ่งเป็นเพศชายและเพศหญิง ฯลฯ

ณรงค์ สมพงษ์ (2543: 13) กล่าวว่า คุณลักษณะของผู้รับสารที่เป็นมวลชนจะมีลักษณะที่สำคัญ 5 ประการคือ

1. ขนาดหรือจำนวน (Size) คือ จำนวนต่าง ๆ ของบุคคลที่เปิดรับสารของสื่อมวลชน มีจำนวนมากจนไม่สามารถระบุจำนวนที่แน่นอนได้

2. ส่วนประกอบตามลักษณะประชากรศาสตร์ของมวลชนและเศรษฐสังคม คือ ผู้รับข่าวสารจะมีลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ (Demographic Characteristics) ที่แตกต่างกันไป เช่น อายุ เพศ ระดับการศึกษา และพื้นฐานทางเศรษฐกิจ-สังคม (Socio-Economic) การจำแนกผู้รับสารอาจแบ่งออกเป็นระดับอายุ เช่น เยาวชน วัยรุ่น วัยกลางคน และวัยชรา กลุ่มผู้นับถือศาสนาต่าง ๆ กัน ตลอดจนฐานะทางเศรษฐกิจตามรายได้ของประชากร เช่น กลุ่มคนที่มีฐานะดีรายได้สูงหรือคนงานที่เป็นกรรมกรที่รายได้ต่ำ

3. ระดับของความคล้ายคลึง (Homogeneity) ผู้รับสารที่เป็นมวลชนจะมีระดับของความคล้ายคลึงน้อยมาก และระดับความคล้ายคลึงจะขึ้นอยู่กับจำนวนของมวลชน ถ้ามวลชนมีจำนวนมากขึ้นความคล้ายคลึงก็จะมีน้อยลงแต่จะมีส่วนประกอบที่เหมือนกันอยู่เพียงอย่างเดียว คือ มวลชนจะได้รับข่าวสารเหมือน ๆ กันในเวลาเดียวกัน

4. ความยั่งยืน (Longevity) คือ ความยาวนานของช่วงเวลาในการรับสื่อ เช่น การอ่าน การฟัง หรือการชมรายการเป็นเวลาที่ติดต่อกัน เช่น ผู้รับสารจะดูละครด้วยระยะเวลาที่ยาวนานกว่าการดูข่าวสารหรือสารคดี

5. ความกระจัดกระจาย (Scattered Nature) ผู้รับสารที่เป็นมวลชนกระจัดกระจายกันไปตามลักษณะทางภูมิศาสตร์ อยู่ในเมืองหรืออยู่ในชนบท ในประเทศหรือต่างประเทศ

จึงกล่าวโดยสรุปได้ว่า ลักษณะของผู้รับสารในกระบวนการสื่อสารมวลชนนั้น มีจำนวนมากและกระจัดกระจายอยู่ในสถานที่ต่าง ๆ จนไม่สามารถระบุจำนวนที่แน่นอนได้ แต่สามารถวัด

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ได้จากการตอบแบบสอบถามหรือการสำรวจลักษณะของมวลชนผู้รับสาร ซึ่งสามารถพิจารณาได้จากลักษณะทางจิตวิทยาของมวลชนผู้รับสาร คือ นิสัยการใช้สื่อมวลชน ทัศนคติ ความคิดเห็น ค่านิยม รสนิยม ความต้องการ เป็นต้น และลักษณะทางประชากรของมวลชนผู้รับสาร คือ อายุ เพศ สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ (พื้นฐานทางครอบครัว อาชีพรายได้ เชื้อชาติ) การศึกษา ศาสนา และภูมิลำเนา ซึ่งจะมีความแตกต่างกัน

ประเภทของผู้รับสารในกระบวนการสื่อสารมวลชน

Berlo (1960 อ้างใน ปรมะ สตะเวทิน, 2546: 119-120) กล่าวว่า ในการพิจารณาถึงผู้รับสารนั้น ผู้ส่งสารจะต้องระลึกไว้เสมอว่าแม้ตนจะได้กำหนดกลุ่มเป้าหมายไว้แล้วก็ตาม แต่โอกาสที่สารของตนจะไปถึงหรือได้รับโดยผู้ที่ไม่ได้เป็นผู้รับสารเป้าหมายก็มี โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการสื่อสารกลุ่มใหญ่หรือการสื่อสารมวลชน ซึ่งผู้ส่งสารไม่สามารถควบคุมผู้รับสารได้ ดังนั้นในการพิจารณาเรื่องผู้รับสารจึงสามารถแบ่งผู้รับสารออกได้เป็น 2 ประเภท คือ

1. ผู้รับสารที่เป็นเป้าหมาย (Intended Receivers) ได้แก่ ผู้รับสารที่เป็นเป้าหมายของผู้ส่งสารที่ผู้ส่งสารต้องการทำการสื่อสาร ต้องการส่งสารไปยังบุคคลหรือกลุ่มคนนั้น ต้องการให้บุคคลหรือกลุ่มบุคคลนั้นได้รับสาร ต้องการที่จะมีอิทธิพลต่อบุคคลหรือกลุ่มบุคคลนั้น ในทางการสื่อสารมวลชนเราเรียกผู้รับสารที่เป็นเป้าหมายว่า Target Audience ในปัจจุบันได้มีการกำหนดกลุ่มประชาชนเป้าหมายของสื่อมวลชนบางประเภท จัดเป็นประชาชนที่มีลักษณะเฉพาะพิเศษ (Special Publics) เพื่อผู้ส่งสารจะได้กำหนดสารให้เหมาะสมกับลักษณะของประชาชนเป้าหมายกลุ่มดังกล่าว เช่น วารสารทางวิชาการ นิตยสารเกี่ยวกับสตรี นิตยสารกีฬาเฉพาะประเภท นิตยสารเกี่ยวกับรถยนต์ นิตยสารเกี่ยวกับการตลาด เป็นต้น สิ่งพิมพ์เหล่านี้ตลอดจนสื่อมวลชนที่มุ่งสื่อสารกับคนเฉพาะกลุ่มเรียกว่า Specialized Media ซึ่งมีผู้เรียกชื่อสื่อประเภทนี้ว่า สื่อเฉพาะกิจหรือสื่อเฉพาะกลุ่ม

2. ผู้รับสารที่มิได้เป็นกลุ่มเป้าหมาย (Unintended Receivers) ได้แก่ ผู้รับสารที่ไม่ได้เป็นกลุ่มเป้าหมายของผู้ส่งสาร ผู้ส่งสารไม่ได้ตั้งใจที่จะส่งสารไปยังบุคคลหรือกลุ่มบุคคลนั้น ผู้ส่งสารไม่ต้องการที่จะให้บุคคลนั้นได้รับสาร ไม่ต้องการที่จะมีอิทธิพลต่อบุคคลหรือกลุ่มบุคคลนั้น หากแต่บุคคลนั้นได้รับสารโดยบังเอิญหรือต้องการที่จะรับสารนั้นเอง

Hunt and Ruben (1993 อ้างใน ปรมะ สตะเวทิน, 2539: 103-104) กล่าวว่า การสื่อสารในทางปฏิบัตินั้น องค์การสื่อมวลชนหรือนักสื่อสารมวลชนได้พยายามที่จะกำหนดกลุ่มเป้าหมายของ

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตนให้ได้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ เพื่อทำการสื่อสารเนื้อหาสาระได้สอดคล้องกับลักษณะของกลุ่มเป้าหมาย เพื่อประสิทธิผลสูงสุดในการสื่อสารจึงได้มีการจำแนกประเภทของมวลชนผู้รับสารออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้

1. มวลชนผู้รับสารชั้นนำ (Elite Audiences) มีขนาดเล็ก ประกอบด้วยผู้นำความคิดเห็น (Opinion Leaders) ซึ่งมีฐานะทางสังคมและเศรษฐกิจตลอดจนการศึกษาสูง

2. มวลชนผู้รับสารทั่วไป (General Audiences) มีขนาดใหญ่ หลากหลาย ประกอบด้วยคนจากทุกส่วนในสังคม ได้แก่ ผู้อ่านหนังสือพิมพ์และนิตยสาร ผู้ฟังรายการวิทยุกระจายเสียง รวมทั้งผู้ชมรายการวิทยุโทรทัศน์และภาพยนตร์

3. มวลชนผู้รับสารเฉพาะกลุ่ม (Specialized Audiences) มีขนาดเล็ก ประกอบด้วยบุคคลซึ่งมีลักษณะทางประชากรและจิตวิทยาเหมือน ๆ กัน หรือความสนใจเฉพาะด้าน

สรุปแล้ว ประเภทของผู้รับสารในกระบวนการสื่อสารมวลชนแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ 1) ผู้รับสารที่เป็นเป้าหมาย (Intended Receivers) ของผู้ส่งสารที่ต้องการสื่อสาร ซึ่งมีการส่งสารไปยังบุคคลหรือกลุ่มคนนั้นโดยการกำหนดไว้ และ 2) ผู้รับสารที่มิได้เป็นกลุ่มเป้าหมาย (Unintended Receivers) คือ ผู้ส่งสารไม่ได้ตั้งใจที่จะส่งสารไปยังบุคคลหรือกลุ่มบุคคลนั้นโดยตรง หากแต่บุคคลนั้นได้รับสารโดยบังเอิญหรือต้องการที่จะรับสารนั้นเอง และเพื่อให้เกิดการสื่อสารเนื้อหาสาระที่สอดคล้องกับลักษณะของกลุ่มเป้าหมายแบบชัดเจนมากที่สุด ก็สามารถแบ่งเป็น 3 ประเภท คือ มวลชนผู้รับสารชั้นนำ (Elite Audiences) ผู้นำความคิดเห็นมวลชนผู้รับสารทั่วไป (General Audiences) มีขนาดใหญ่และหลากหลาย ประกอบด้วยคนจากทุกส่วนในสังคม และมวลชนผู้รับสารเฉพาะกลุ่ม (Specialized Audiences) มีขนาดเล็ก ซึ่งมีลักษณะทางจิตวิทยาหรือความสนใจเฉพาะด้านเหมือน ๆ กัน โดยการแบ่งประเภทของผู้รับสารออกดังนี้จะทำให้เกิดประสิทธิผลในการสื่อสารที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

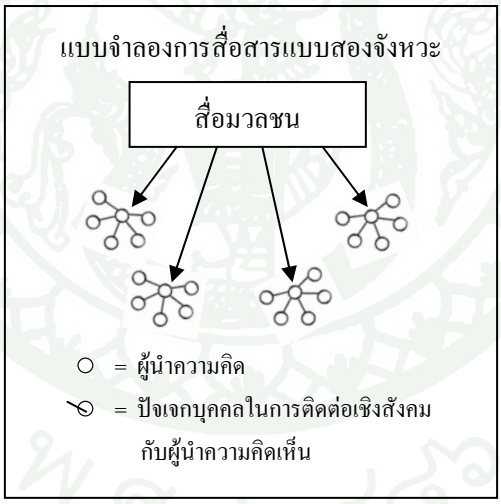
บทบาทของผู้รับสารในกระบวนการสื่อสารมวลชน

ชวรัตน์ เชิดชัย (2527: 156-158) กล่าวว่า นอกจากมวลชนผู้รับสารจะมีบทบาทเป็นผู้รับข่าวสารที่แหล่งข่าวสารส่งไปให้แล้ว ยังมีบทบาทอีกหลายประการที่สำคัญคือ

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

1. บทบาทการเป็นสมาชิกของกลุ่ม มวลชนผู้รับสารใช้กลุ่มอ้างอิงเป็นเครื่องชี้แนะในการแสวงหาและสนองตอบต่อข่าวสาร กล่าวอีกนัยหนึ่งผู้รับสารแสดงพฤติกรรมการรับข่าวสารในฐานะสมาชิกกลุ่ม

2. บทบาทที่เป็นองค์ประกอบของระบบ เพราะมวลชนผู้รับสารได้รับและตอบสนองต่อข่าวสารในฐานะเป็นสมาชิกของกลุ่ม ผลกระทบของการสื่อสารย่อมจะไม่เกิดขึ้นกับคนเพียงคนเดียวเท่านั้น แต่จะมีลักษณะเกี่ยวพันกันเป็นลูกโซ่หรือเป็นส่วนหนึ่งที่ถูกใส่เข้าไปในระบบอันซับซ้อน บทบาทเช่นนี้จะเห็นได้จากบทบาทของผู้รับข่าวสารในระบบการไหลของข่าวสารแบบสองจังหวะ (Two Step Flow) ที่สื่อมวลชนมีหน้าที่กระตุ้นมวลชนผู้รับสารให้ทำหน้าที่นักสื่อสาร โดยการส่งข่าวสารที่ได้รับมาในครั้งแรกไปให้บุคคลอื่นในสังคมอีกต่อหนึ่ง ผู้ได้รับข่าวสารมาเป็นคนแรกจึงเป็นเพียงห่วงโซ่อันหนึ่งของเหตุการณ์หรือข่าวสารเท่านั้น และสิ่งที่จะเกิดขึ้นภายหลังก็จะเป็นหน้าที่ของลักษณะสภาพและโครงสร้างของระบบสังคมที่มวลชนผู้รับข่าวสารคนแรกเป็นสมาชิกอยู่



ภาพที่ 11 แบบจำลองการสื่อสารแบบสองจังหวะ
ที่มา: Katz and Lazarsfeld (1955 อ้างใน สวนิต ยมาภัย และ ระวีวรรณ ประกอบผล, 2528: 96)

ซึ่งทฤษฎีการไหลของข่าวสารแบบสองจังหวะ(Two Step Flow Theoy) ดังกล่าว Elihu Katz and Lazarsfeld Paul F. ได้ทำการวิจัยเพื่อทดสอบแนวคิดข้างต้น โดยรายงานผลการวิจัยไว้ในหนังสือ Personal Influence เมื่อปีค.ศ.1955 ว่าอิทธิพลของการสื่อสารมวลชนต่อประชาชนนั้นเป็นลักษณะของการสื่อสารแบบสองขั้นตอนจริง อิทธิพลของสื่อมวลชนถูกสกัดกั้นจากอิทธิพลของ

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

บุคคลที่เป็นผู้นำความคิดเห็น ดังแบบจำลองการสื่อสารแบบสองจังหวะในภาพที่ 11 Katz and Laza -rsfeld (1955 อ้างใน สวนิต ยมาภัย และระวีวรรณ ประกอบผล, 2528: 96)

โดยผู้นำทางความคิดตามแนวความคิดของ Elihu Katz and Lazarsfeld Paul F. จะอยู่ในกลุ่มอาชีพ สังคม ท้องถิ่น และอื่น ๆ ภาวการณ์เป็นผู้นำจะขึ้นอยู่กับบทบาทของบุคคลตามแต่ละสถานการณ์ที่เกิดขึ้น ซึ่งสามารถเปลี่ยนไปตามเวลาที่เปลี่ยนหรือเรื่องราวที่เปลี่ยนไป ผู้นำทางความคิดจะมีลักษณะที่คล้ายกับสมาชิกในกลุ่ม

3. บทบาทในการสื่อสารข่าวสารใด ๆ ก็ตามที่ส่งออกมาจากแหล่งข่าวสารแล้วมวลชนผู้รับสารย่อมจะเลือกสนใจเฉพาะข่าวสารที่เห็นว่าน่าจะเป็นประโยชน์ต่อตนเอง โดยเฉพาะข่าวสารหรือเรื่องราวที่มีเนื้อหาพ้องกับความคิดเห็นของตนเอง

4. บทบาทในการเป็นผู้ใช้ข่าวสาร การนำข่าวสารมาใช้มีลักษณะแตกต่างกันที่เห็นได้ชัดเจน คือ ผู้ได้รับการศึกษาสูงหรือมีระดับการศึกษาดี มีความเฉียวฉลาดมักจะชอบแสวงหาข่าวสารจากสื่อสิ่งพิมพ์มากกว่าผู้มีการศึกษาต่ำ และผู้มีการศึกษาสูงเมื่อได้รับการถ่ายทอดข่าวสารมาแล้วมักจะกักเก็บข่าวสารนั้นมากกว่าจะแพร่กระจายไป นอกจากนั้นนิสัยของการใช้ข่าวสารยังมีความแตกต่างกันตามเพศของผู้ใช้อีกด้วย เช่น ผู้หญิงจะมีนิสัยของการเลือกเก็บรวบรวมและการใช้ข่าวสารในลักษณะที่มีการแก้ไขดัดแปลงหรือบิดเบือนน้อยกว่าชาย เป็นต้น

ความสัมพันธ์ของผู้รับสารต่อองค์ประกอบในกระบวนการสื่อสาร

พรทิพย์ วรกิจโภคาทร (2535: 289-29) กล่าวว่า ผู้รับสารนั้นมีความสำคัญต่อการสื่อสาร คือ มีความสัมพันธ์ในฐานะที่เป็นองค์ประกอบหนึ่งของกระบวนการสื่อสาร ซึ่งผู้รับสารมีอิทธิพลต่อองค์ประกอบอื่น ๆ คือ ผู้ส่งสาร ข่าวสาร และสื่อ ดังนี้

1. ความสัมพันธ์ที่มีต่อผู้ส่งสาร ในการสื่อสารนั้นประสิทธิภาพของการสื่อสารจะเกิดขึ้นได้ต่อเมื่อผู้รับสารและผู้ส่งสารมีความเข้าใจตรงกัน (Common Meaning) ซึ่งเป็นหน้าที่ของผู้ส่งสารที่จะต้องส่งข่าวสารให้มีความหมายเดียวกันกับผู้รับสาร ซึ่งจะต้องปรับเนื้อหาสาระของข่าวสาร ภาษาที่ใช้ และช่องทางการสื่อสารที่เหมาะสมกับผู้รับสาร โดยคำนึงถึงสิ่งต่อไปนี้

1.1 วัตถุประสงค์ของผู้รับสารซึ่งมีวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกัน ทั้งนี้เพื่อต้องการทราบ

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

เรื่องราว เพื่อความรู้ความเข้าใจ เพื่อเกิดความบันเทิง และเพื่อรับข่าวสารในการประกอบการตัดสินใจ

1.2 ความรู้และประสบการณ์ของผู้รับสาร โดยเฉพาะความรู้และประสบการณ์ที่ใกล้เคียงกันจะทำให้การสื่อสารเป็นไปอย่างไม่ยากนัก

1.3 ความรู้สึก (Affection) ของผู้รับสาร โดยความรู้สึกนั้นมีอิทธิพลมาจากความรู้และประสบการณ์ของบุคคลนั้น ๆ ทั่วไปแล้วจะมีอยู่ 3 อย่าง คือ ความรู้สึกในทางบวก รู้สึกในทางลบ และความรู้สึกกลาง ๆ ความรู้สึกแต่ละอย่างมีอิทธิพลต่อการสื่อสารมาก เช่น ถ้าบุคคลมีความสนใจหรือเห็นชอบในเรื่องหนึ่งแล้ว การสื่อสารมักจะได้รับความสนับสนุน

2. ความสัมพันธ์ที่มีต่อข่าวสาร การสื่อสารของผู้ส่งสารนั้นมีวัตถุประสงค์ที่หลากหลาย แต่โอกาสที่ผู้รับสารจะรับข่าวสารทั้งหมดนั้นเป็นเรื่องยาก ดังนั้นเมื่อผู้ส่งสารต้องการจะส่งข่าวสารที่เหมาะสมกับผู้รับสารนั้น จึงควรเข้าใจในความต้องการข่าวสารของผู้รับสาร ดังนี้

2.1 ความต้องข่าวสารที่เป็นประโยชน์แก่ตน (Utilization) เป็นสำคัญ เช่น ฟังเพลงเพื่อความบันเทิง ฟังข่าวกีฬาที่ตนเองเล่น หรือฟังข่าวที่จะเป็นประโยชน์ในการประกอบอาชีพ

2.2 ความต้องการข่าวสารที่สอดคล้อง (Consistency) กับค่านิยม ความเชื่อ และทัศนคติของผู้รับสาร เช่น ผู้รับสารนิยมในพรรคการเมืองหนึ่งก็มักจะติดตามข่าวสารที่เกี่ยวกับพรรคการเมืองนั้น

2.3 ความต้องการข่าวสารที่สะดวกในการได้มา (Availability) ผู้รับสารมีข้อจำกัดในการเปิดรับข่าวสารถึงแม้ว่าข่าวสารนั้นจะเป็นประโยชน์และสอดคล้องกับตนเอง แต่ถ้าข่าวสารนั้นได้มาด้วยความยากลำบากหรือไม่สะดวกผู้รับสารก็ไม่อาจเปิดรับข่าวสารนั้นได้ ดังนั้นพฤติกรรมหนึ่งของผู้รับสาร คือ ความสะดวกในการได้รับข่าวสาร

2.4 ความอยากรู้อยากเห็น (Curiosity) เป็นความต้องการที่อยากมีประสบการณ์ใหม่ ๆ ซึ่งเป็นธรรมชาติของมนุษย์อย่างหนึ่ง โดยเฉพาะในสังคมปัจจุบันที่มีอะไร ๆ เปลี่ยนแปลงตลอดเวลาจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้ผู้รับสารเปิดรับข่าวสาร

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

3. ความสัมพันธ์กับสื่อ สื่อเป็นพาหนะ (Vehicles) ที่นำข่าวสารจากผู้ส่งสารมายังผู้รับสาร ได้แก่ คำพูด ตัวอักษร และภาพ ดังที่พบในลักษณะของสื่อมวลชน เช่น วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ โทรศัพท์ จดหมาย และหนังสือพิมพ์ เป็นต้น ด้วยคุณลักษณะและความหลากหลายในรูปแบบของสื่อ ผู้ส่งสารจึงมีโอกาสเลือกสื่อที่จะใช้ได้มาก แต่เป้าหมายของการเลือกคือเพื่อให้เข้าถึงผู้รับสาร จึงจำเป็นต้องเข้าใจการเลือกเปิดรับสื่อของผู้รับสาร ดังนี้

3.1 เลือกสื่อที่สามารถจัดหามาได้ (Availability) เช่น ในชนบทส่วนใหญ่จะเปิดรับสื่อวิทยุกระจายเสียงเป็นสำคัญ เพราะสามารถจัดหาเครื่องรับวิทยุมาได้ง่ายกว่าสื่ออื่น ๆ

3.2 เลือกสื่อที่สอดคล้อง (Consistency) กับความรู้ ค่านิยม ความเชื่อ และทัศนคติของตน เช่น นักศึกษาและนักวิชาการนิยมอ่านหนังสือพิมพ์มติชนหรือสยามรัฐมากกว่าหนังสือพิมพ์ฉบับอื่น ๆ เพราะให้ข่าวสาร สาระ ความรู้ ในแง่วิชาการที่สอดคล้องกับตน

3.3 เลือกสื่อที่ตนสะดวก (Convenience) เพราะผู้รับสารแต่ละคนจะมีพฤติกรรมการรับสื่อที่แตกต่างกันตามที่ตนสะดวก เช่น บางคนนิยมรับฟังข่าวสารทางวิทยุกระจายเสียงขณะขับรถ บางคนชอบนั่งหรือนอนชมวิทยุโทรทัศน์ บางคนชอบอ่านหนังสือในห้องสมุด

3.4 เลือกสื่อตามความเคยชิน (Accustomedness) ปกติจะมีบุคคลกลุ่มหนึ่งในทุก ๆ สังคมที่จะไม่ค่อยเปลี่ยนแปลงการรับสื่อที่ตนเคยรับอยู่ ซึ่งมักจะพบในบุคคลที่มีอายุมาก เช่น เคยฟังวิทยุกระจายเสียงเป็นประจำก็มักจะไม่สนใจวิทยุโทรทัศน์หรือสื่ออย่างอื่น

3.5 ลักษณะเฉพาะของสื่อ ซึ่งมีผลต่อการเลือกสื่อของผู้รับสาร เช่น ลักษณะเด่นของหนังสือพิมพ์ คือ สามารถให้ข่าวสารในรายละเอียดดีกว่า ราคาถูก และสามารถนำติดตัวไปได้ทุกหนแห่ง หรือวิทยุโทรทัศน์ที่ทำให้เห็นภาพเป็นจริงได้ เร้าใจ มีความรู้สึกเหมือนอยู่ร่วมในเหตุการณ์ มีแสงสีดึงดูดใจ ขณะดูสามารถพักผ่อนอิริยาบถได้สบาย

กล่าวโดยสรุป ผู้รับสารเป็นองค์ประกอบหนึ่งของกระบวนการสื่อสาร ซึ่งถ้าขาดผู้รับสารแล้วการสื่อสารจะเกิดขึ้นไม่ได้ ผู้รับสารมีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการสื่อสาร โดยมีอิทธิพลต่อคุณลักษณะของผู้ส่งสาร ข่าวสาร และสื่อ อย่างลึกซึ้ง จึงกล่าวได้ว่าผู้รับสารมีความสำคัญต่อองค์ประกอบทุกตัวในกระบวนการสื่อสาร

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

การวิเคราะห์ผู้รับสาร

การตรวจเอกสารหัวข้อการวิเคราะห์ผู้รับสารครั้งนี้ได้ทำการศึกษาครอบคลุมถึง ความสำคัญในการวิเคราะห์ผู้รับสาร วัตถุประสงค์ในการสื่อสารของผู้รับสารที่ควรนำมาวิเคราะห์ และปฏิกิริยาการสื่อสารกลับ (Feedback) ของผู้รับสาร ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ความสำคัญในการวิเคราะห์ผู้รับสาร

ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ (2542: 17) กล่าวว่า ผู้รับสารเป็นองค์ประกอบของกระบวนการสื่อสารที่นักนิเทศศาสตร์ให้ความสำคัญในการศึกษาเกี่ยวกับการสื่อสารเป็นอย่างมาก ผู้รับสาร คือ เป้าหมายของการสื่อสารแต่ละครั้ง การสื่อสารในแต่ละครั้งนั้นอาจวัดสัมฤทธิผลของมันได้จากผู้รับสาร จึงนับได้ว่าองค์ประกอบส่วนนี้แม้จะไม่ใช่ส่วนเดียวของกระบวนการสื่อสารแต่ก็เป็นส่วนที่ทำให้กระบวนการสื่อสารครบถ้วนอย่างขาดมิได้ และมีส่วนทำให้การสื่อสารเป็นไปได้อย่างมีประสิทธิภาพไม่น้อยไปกว่าองค์ประกอบส่วนอื่น ๆ

พัชนี เชยจรรยา, เมตตา วิวัฒนานุกูล, และ ถิรนันท์ อนวัชศิริวงศ์ (2541: 19) ได้กล่าวว่า ในการสื่อสารที่มีประสิทธิผลนั้น ผู้ส่งสารจำเป็นที่จะต้องศึกษาเกี่ยวกับตัวผู้รับสารเพื่อทราบถึงองค์ประกอบต่าง ๆ ของผู้รับสารที่มีผลต่อการรับรู้และการตีความสารที่ได้รับ ทั้งนี้ เนื่องจากความหมายของสารมิได้อยู่ที่ตัวสารเองแต่อยู่ที่การตีความของผู้รับสาร ยิ่งผู้ส่งสารมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผู้รับสารมากเท่าใด โอกาสที่การสื่อสารนั้นจะประสบความสำเร็จย่อมมีมากขึ้นด้วย

ปรมะ สตะเวทิน (2546: 111-118) กล่าวว่า ในกระบวนการการสื่อสารของมนุษย์นั้น มีองค์ประกอบที่เป็นมนุษย์เกี่ยวข้องอยู่ 2 ฝ่าย คือ ผู้ส่งสารและผู้รับสาร การสื่อสารจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อผู้ส่งสารส่งสารออกไปแล้วมีผู้รับสาร ในการส่งสารออกไปนั้นผู้ส่งสารต้องคำนึงถึงผู้รับสารอยู่เสมอ เพราะผู้รับสารจะเป็นตัวกำหนดความสำเร็จหรือความล้มเหลวของการสื่อสาร ดังนั้น ผู้ส่งสารจะต้องทำการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ จะต้องเตรียมตัว เตรียมสาร เตรียมสื่อให้เหมาะสมกับผู้รับสารของตน เพื่อให้สารนั้นไปถึงผู้รับสาร เป็นที่เข้าใจของผู้รับสาร และให้ผู้รับสารมีความหมายต่อสารตรงกับความหมายของผู้ส่งสารการสื่อสารจึงจะมีประสิทธิผล และผู้ส่งสารจึงจะบรรลุวัตถุประสงค์ในการสื่อสารของตนได้ แต่การจะทำเช่นนั้นได้ผู้ส่งสารจะต้องสามารถวิเคราะห์ผู้รับสารของตนได้อย่างมีประสิทธิภาพเพื่อประโยชน์ 2 ประการ คือ

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

1. เพื่อทราบว่าใครเป็นผู้รับสารเป้าหมาย (Target Audience or Intended Receivers) ผู้รับสารเหล่านี้มีลักษณะอย่างไร มีความต้องการอย่างไร มีความสนใจอะไร มีความรู้ขนาดไหน มีทัศนคติและค่านิยมอย่างไร จะตีความหมายของสารอย่างไร และจะมีพฤติกรรมตอบสนอง (Res - ponse) ต่อสารอย่างไร

2. เพื่อจะได้วางแผนล่วงหน้าเตรียมปรับการสื่อสารให้เหมาะสมกับผู้รับสารเป้าหมายก่อนลงมือการสื่อสาร

ดังนั้น การวิเคราะห์ผู้รับสารจึงเป็นการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับผู้รับสารเพื่อวางแผนในการสื่อสารกับผู้รับสาร เพราะผู้รับสารแต่ละคนมีคุณลักษณะเฉพาะตัวของตนเอง เช่น อายุ เพศ บุคลิกภาพ สติปัญญา ทักษะ และประสบการณ์ เป็นต้น คุณสมบัติเหล่านี้จะมีอิทธิพลต่อผู้รับสารในการทำการสื่อสาร อย่างไรก็ตามในการสื่อสารในสถานการณ์ต่างๆ กันนั้น จำนวนของผู้รับสารก็มีปริมาณแตกต่างกันไปด้วย การวิเคราะห์ผู้รับสารที่มีจำนวนน้อยคนมักไม่ค่อยมีปัญหาหรือมีปัญหาน้อยกว่าการวิเคราะห์ผู้รับสารที่มีจำนวนมาก และผู้ส่งสารยังไม่รู้จักผู้รับสารแต่ละคนด้วย ดังนั้นวิธีการในการวิเคราะห์ผู้รับสารที่ประกอบด้วยคนจำนวนมากและการสื่อสารมวลชนก็คือ การจำแนกผู้รับสารออกเป็นกลุ่ม ๆ ตามลักษณะทางประชากร (Demographic Characteristics) เช่น

1. อายุ (Age) อายุเป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่องความคิดและพฤติกรรม โดยทั่วไปคนที่มีอายุน้อยมักจะมีความคิดเสรีนิยมมากกว่าคนที่มีอายุมาก ในขณะที่มีคนอายุมากมักจะมีความคิดอนุรักษ์นิยมมากกว่าคนที่มีอายุน้อย คนที่มีอายุน้อยมักจะเป็นคนที่ยึดถืออุดมการณ์กว่า ใจร้อนกว่า และมองโลกในแง่ดีกว่าคนที่มีอายุมาก ในขณะที่คนอายุมากมักจะเป็นคนที่ยึดถือการปฏิบัติมากกว่า มีความระมัดระวัง และมองโลกในแง่ร้าย สาเหตุที่เป็นเช่นนี้เนื่องจากคนที่มีอายุมีประสบการณ์ในชีวิตซึ่งเคยผ่านปัญหาต่าง ๆ มาก่อน ตลอดจนมีความผูกพันที่ยาวนานและมีผลประโยชน์ในสังคมมากกว่าคนที่อายุน้อย นอกจากความแตกต่างในเรื่องความคิดแล้ว อายุยังเป็นสิ่งกำหนดความแตกต่างในเรื่องความยากง่ายในการชักจูงใจด้วย โดยพบว่า คนที่มีอายุมากขึ้นโอกาสที่คนจะเปลี่ยนใจหรือถูกชักจูงใจจะน้อยลง ลักษณะของการใช้สื่อมวลชนก็แตกต่างกันคนที่มีอายุมากมักจะใช้สื่อมวลชนเพื่อแสวงหาข่าวสารสาระมากกว่าเพื่อความบันเทิง

2. เพศ (Sex) การวิจัยทางจิตวิทยาหลายเรื่องแสดงให้เห็นว่าผู้หญิงกับผู้ชายมีความแตกต่างกันอย่างมากในเรื่องความคิด ค่านิยม และทัศนคติ ทั้งนี้เพราะวัฒนธรรม และสังคมกำหนดบทบาทและกิจกรรมของคนสองเพศไว้ต่างกัน ผู้หญิงมักเป็นคนที่มีจิตใจอ่อนไหวหรือเจ้าอารมณ์

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ผู้หญิงจึงถูกชักจูงได้ง่ายกว่าผู้ชาย ผู้ชายมักใช้เหตุผลมากกว่าผู้หญิง และจดจำข่าวได้มากกว่าผู้หญิง ส่วนพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ ผู้หญิงจะมีเวลาในการเปิดรับสื่อมากกว่าผู้ชาย เพราะผู้ชายมักใช้เวลาส่วนใหญ่ไปกับการทำงาน โดยจะรับฟังรายการวิทยุได้มากกว่าและมักใช้สื่อเพื่อความผ่อนคลาย หรือเพื่อฟังสาระความรู้ต่าง ๆ

3. สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ (Socio-Economic Status) หมายถึง อาชีพ รายได้ เชื้อชาติ และชาติพันธุ์ตลอดจนภูมิหลังของครอบครัว มีอิทธิพลอย่างสำคัญต่อปฏิกิริยาของผู้รับสารที่มีต่อผู้ส่งสารและสาร สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจทำให้คนมีวัฒนธรรม ประสบการณ์ ทัศนคติ ค่านิยม และเป้าหมายที่ต่างกันทำให้ความต้องการในการรับรู้ข่าวสารมีความแตกต่างกัน

4. การศึกษา (Education) หรือความรู้ (Knowledge) เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้รับสาร เพราะคนที่ได้รับการศึกษาที่ต่างกันในยุคสมัยและระบบการศึกษาหรือสาขาวิชาที่ต่างกันย่อมมีความรู้สึกนึกคิด อุดมการณ์ และความต้องการที่แตกต่างกันไป นอกจากนั้นตัวครูผู้สอนก็มีอิทธิพลต่อความคิดของผู้เรียนด้วย เพราะผู้สอนได้สอดแทรกความรู้สึกนึกคิดของตัวให้แก่ผู้เรียน รวมทั้งการอบรมสั่งสอนจากพ่อแม่ด้วย ระดับการศึกษาของผู้รับสารมีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อและระดับความรู้ด้านข้อมูลข่าวสารของบุคคลด้วย คนที่มีการศึกษาสูงมักใช้สื่อในการเพิ่มพูนความรู้ให้กับตัวเองจึงมีความรอบรู้ในหลาย ๆ เรื่อง และสามารถนำความรู้ไปปรับใช้ในชีวิตประจำวัน

5. ศาสนา (Religion) มีอิทธิพลต่อตัวผู้รับสารเองทั้งในด้านทัศนคติ ค่านิยม และพฤติกรรม ศาสนาได้มีส่วนเกี่ยวข้องกับคนและกิจกรรมในชีวิตของคนตลอดตั้งแต่เกิดจนตาย อย่างน้อยที่สุด 3 ด้าน คือ อิทธิพลต่อทัศนคติ ด้านศีลธรรม คุณธรรม และความเชื่อทางจรรยา เช่น ศีล 5 ของพุทธศาสนาและศาสนาคริสต์นิกายแคธอลิค คัดค้านการคุมกำเนิดด้วยวิธีการทำแท้ง อิทธิพลต่อทัศนคติทางเศรษฐกิจ เช่น ศาสนาคริสต์นิกายโปรเตสแตนท์ สนับสนุนความคิดเรื่องระบบการค้าเสรีและระบบทุนนิยม เป็นต้น อิทธิพลต่อทัศนคติด้านการเมือง เช่น อิทธิพลต่อการเลือกตั้งในสหรัฐอเมริกา เห็นชัดว่าชาวแคธอลิคทางตะวันออกและทางกลางประเทศตอนเหนือมักจะลงคะแนนเสียงให้แก่ผู้สมัครของพรรคเดโมแครต จึงเห็นได้ว่าคนที่นับถือศาสนาต่างกันจะมีความคิดความเชื่อ ความนิยม และพฤติกรรมที่แตกต่างกันไป

โดยการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับผู้รับสารมีสมมติฐานว่า ผู้รับสารที่มีลักษณะดังกล่าวร่วมกันย่อมจะมีทัศนคติและพฤติกรรมคล้ายคลึงกัน เมื่อผู้ส่งสารทราบว่าผู้รับสารเป้าหมายเป็นใคร มีลักษณะอย่างไร ก็จะได้วางแผนปรับการสื่อสารของตนให้เข้ากับลักษณะของผู้รับสารเพื่อผลสำเร็จ

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ของการสื่อสาร โดยการปรับตัวเอง ปรับสาร ปรับวิธีการจัดสาร ตลอดจนการเลือกใช้สื่อให้เหมาะสมกับผู้รับสารเป้าหมาย นอกจากนี้สิ่งสำคัญที่ควรทราบและนำมาพิจารณาในการวิเคราะห์ผู้รับสารอีกประการหนึ่งนั้นคือ วัตถุประสงค์ในการสื่อสารทั้งของผู้รับสารและผู้ส่งสาร

วัตถุประสงค์ในการสื่อสารของผู้รับสารที่ควรนำมาวิเคราะห์

กิติมา สุรสนธิ (2548: 29) กล่าวว่า ผู้รับสารมีวัตถุประสงค์ในการสื่อสาร ดังนี้

1. เพื่อทราบ (To Know or To Understand) เป็นวัตถุประสงค์ของผู้รับสารที่ต้องการทราบเรื่องราวหรือติดตามข้อมูล เหตุการณ์ ข่าวสารต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคมทั้งที่มีผลกระทบต่อตนเองและต่อสังคม เป็นการสนองตอบต่อความอยากรู้อยากเห็นอันเป็นความต้องการเชิงจิตวิทยาทั่วไป

2. เพื่อเรียนรู้ (To Learn) เป็นวัตถุประสงค์ของผู้รับสารที่ต้องการที่จะรู้และทำความเข้าใจในเนื้อหาความรู้วิชาการต่าง ๆ เพื่อเป็นการเพิ่มพูนความรู้ ความสามารถของตนให้สูงมากยิ่งขึ้น อันจะส่งผลต่อการดำรงชีวิตของตนในอนาคต

3. เพื่อหาความพอใจ (To Please or To Enjoy) โดยปกติแล้วคนเราทุกคนต้องการมีชีวิตที่มีความสุข สนุกสนานรื่นรมย์ และพยายามหลีกเลี่ยงสภาพในชีวิตจริงที่ยุ่งยาก วุ่นวาย สับสน หรือเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่ก่อให้เกิดความเครียด ดังนั้นคนเรามักหาบุคคลที่มีอารมณ์ดีเพื่อพูดคุยหาความสนุกสนาน หรือดูรายการโทรทัศน์ ชมภาพยนตร์เพื่อผ่อนคลายความเครียดเหล่านั้น

4. เพื่อการตัดสินใจ (To Decide) คนเรามักจำเป็นต้องมีข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องเพื่อนำข้อมูลมาใช้ประกอบในการตัดสินใจ ซึ่งข้อมูลข่าวสารเหล่านั้นจำเป็นจะต้องเป็นข้อมูลที่มีความละเอียด มีความลึกซึ้ง และมีอิทธิพลมากพอที่จะชักจูงใจให้คนเราเกิดการเปลี่ยนแปลงหรือมีผลต่อการตัดสินใจได้ และเนื่องจากคนเราจะต้องตัดสินใจในเรื่องราวต่าง ๆ อยู่ตลอดเวลา ดังนั้นคนเราจึงแสวงหาข้อมูลข่าวสารเพื่อนำมาใช้ในการตัดสินใจให้มีความถูกต้อง

Berlo (1960 อ้างใน กิติมา สุรสนธิ, 2548: 30) ได้ชี้ให้เห็นว่าวัตถุประสงค์ของการสื่อสารของผู้รับสาร โดยพิจารณาตามความต้องการหรือผลตอบแทนที่จะได้รับไปใช้เพื่อให้เกิดผล อาจแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

1. วัตถุประสงค์การสื่อสารแบบต้องการให้เกิดผลในทันทีทันใด (Consummatory Purpose) คือ วัตถุประสงค์ที่ผู้รับสารต้องการที่จะให้การสื่อสารในครั้งนั้นสนองตอบต่อความต้องการหรือความรู้สึกของตนเองในทันทีภายหลังจากเสร็จสิ้นการสื่อสาร ซึ่งการสื่อสารในลักษณะนี้มักเป็นการสื่อสารที่สร้างความพอใจให้เกิดขึ้นแก่ผู้รับสารทันทีทันใด (Immediate Reward) และสารที่ปรากฏในการสื่อสารนี้มักจะเป็นสารที่ง่ายต่อการตีความและทำความเข้าใจ ไม่ยุ่ง ยากซับซ้อน และมักเป็นสารที่กระทบต่ออารมณ์ความรู้สึกของผู้รับโดยตรง ซึ่งถ้าเป็นข่าวมักจะเป็นประเภทข่าวเบา (Soft News) เช่น ข่าวอาชญากรรม ข่าวกีฬา ข่าวบันเทิง เป็นต้น

2. วัตถุประสงค์การสื่อสารแบบที่นำไปใช้เป็นเครื่องมือ (Instrumental Purpose) เป็นวัตถุประสงค์การสื่อสารที่ผู้รับสารไม่ต้องการมุ่งหวังผลจากสื่อในขณะนั้นโดยทันที แต่เป็นวัตถุประสงค์การสื่อสารที่ผู้รับสารต้องการนำหรือใช้ผลการสื่อสารที่จะเกิดขึ้นในอนาคต เป็นการสร้างความพึงพอใจแก่ผู้รับสารอย่างช้า (Delayed Reward) ดังนั้น สารจึงมักประกอบด้วยข้อมูลเชิงลึกหรือเป็นข้อมูลเชิงวิเคราะห์วิจารณ์ที่เรียกว่าเป็นประเภทข่าวสารหนัก (Hard News) เช่น ข่าวสารด้านการ เมืองการปกครอง ข่าวเศรษฐกิจและสังคม เป็นต้น

Rogers (1976 อ้างใน กิติมา สุรสนธิ, 2548: 30-33) กล่าวว่า ด้านวัตถุประสงค์ของการสื่อสารในลักษณะเพื่อก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในทางที่ดีขึ้นหรือด้านการพัฒนา ไม่ว่าจะเป็นปัจเจกบุคคล องค์กร หน่วยงานทางสังคม หรือประเทศ เพื่อการเปลี่ยนแปลงไปสู่สิ่งใหม่ที่ดีขึ้น (Change for Better) ซึ่งเป็นการเปลี่ยนแปลงที่เป็นพื้นฐานสำคัญ การเปลี่ยนแปลงตัวบุคคลอันเป็นทรัพยากรที่สำคัญทางสังคมของประเทศ โดยการทำให้บุคคลในสังคมมีความคิด มีความตระหนัก มีทัศนคติ และมีการประพฤติปฏิบัติในลักษณะที่เอื้ออำนวยต่อการพัฒนาประเทศ โดยมีวัตถุประสงค์ในการเปลี่ยนแปลงใน 3 คือ

1. วัตถุประสงค์ที่ต้องการเปลี่ยนแปลงในเรื่องความรู้ (Knowledge Change) เป็นวัตถุประสงค์การสื่อสารที่ต้องการเปลี่ยนแปลงผู้รับสารในด้านความรู้ความเข้าใจและการจำ (Cognitive Domain) อันได้แก่ การถ่ายทอดความรู้ประสบการณ์ต่าง ๆ ให้แก่บุคคลเพื่อก่อให้เกิดความรู้ความจำ (Knowledge or Recall) เกิดความเข้าใจ (Understanding) สามารถนำไปใช้ (Application) นำไปวิเคราะห์ (Analysis) หรือสังเคราะห์ (Synthesis) รวมทั้งสามารถประเมินค่า (Evaluation) เรื่องราวเหตุการณ์และสิ่งต่าง ๆ ได้

2. วัตถุประสงค์ที่ต้องการเปลี่ยนแปลงในเรื่องทัศนคติ (Attitude Change) เป็นความ

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

พยายามหรือความต้องการในการที่จะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านความคิด ความรู้สึก (Affective Domain) หรือการเปลี่ยนแปลงทางบุคลิกภาพภายใน (Internal Personalities) ของบุคคล ได้แก่ ลักษณะนิสัย คุณธรรม ค่านิยม ซึ่งรวมเรียกว่า ทัศนคติ (Attitude) โดยแบ่งออก เป็น 5 ระดับ คือ ความพยายามที่จะให้ผู้รับสารเกิดการยอมรับ (Receiving or Attending) เกิดการตอบสนอง (Responding) เกิดค่านิยม (Valuation) การเข้าถึงแนวคิดหรือมโนคติ (Organization) และการนำไปปฏิบัติเป็นนิสัย (Characteristics) ในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง

3. วัตถุประสงค์ที่ต้องการเปลี่ยนแปลงในเรื่องพฤติกรรม (Behavior or Performance Change) เป็นความต้องการในการเปลี่ยนแปลงในด้านการกระทำ (Action) ของบุคคล อันเป็นสิ่งที่ผู้อื่นสามารถสังเกตเห็นได้ อาจเรียกได้ว่าเป็นการเปลี่ยนแปลงด้านพฤติกรรมหรือการกระทำ (Psychomotor domain) ของบุคคล ซึ่งมีหลายขั้นตอน ตั้งแต่การลอกเลียนแบบ (Imitation) การลงมือทำตามแบบ (Manipulation) การกระทำได้อย่างถูกต้อง (Precision) การกระทำอย่างต่อเนื่อง (Articulation) รวมทั้งการทำได้อย่างเป็นธรรมชาติ (Naturalization) โดยการสื่อสารแต่ละครั้งไม่จำเป็นจะต้องมีวัตถุประสงค์เพียงประการเดียวเท่านั้น แต่ต้องสอดคล้องกันหรือไปในทิศทางเดียวกันการสื่อสารจึงจะประสบผลสำเร็จ

นอกเหนือจากการนำปัจจัยด้านสังคม เศรษฐกิจ และวัตถุประสงค์ในการสื่อสารของผู้รับสารมาทำการวิเคราะห์ทั้งก่อนและขณะทำการสื่อสารแล้ว สิ่งที่ขาดไม่ได้ในการนำมาเป็นข้อมูลสำคัญในการวิเคราะห์ผู้รับสารนั้นก็คือ ปฏิกิริยาการสื่อสารกลับ หรือ Feedback ของผู้รับสารที่จะเกิดขึ้นหลังจากการทำการสื่อสารไปแล้ว

ปฏิกิริยาการสื่อสารกลับ (Feedback) ของผู้รับสาร

ปรมะ สตะเวทิน (2539: 125) กล่าวว่า ปฏิกิริยาของมวลชนผู้รับสารหมายความถึงปฏิกิริยาที่มวลชนผู้รับสารมีต่อเนื้อหาของสื่อมวลชน ในทางการสื่อสารเรียกปฏิกิริยานั้นว่า การสื่อสารกลับ (Feedback) แม้การสื่อสารมวลชนจะถูกมองว่าค่อนข้างจะเป็นการสื่อสารทางเดียว (One-way Communication) ทั้งนี้เพราะมีการสื่อสารกลับที่ล่าช้า (Delayed Feedback) และผู้ส่งสารคือองค์การสื่อมวลชนหรือนักสื่อสารมวลชนมีโอกาสที่จะทราบการสื่อสารกลับน้อย แต่ก็ไม่ได้หมายความว่าไม่มีการสื่อสารกลับจากมวลชนผู้รับสาร การสื่อสารกลับของมวลชนผู้รับสารเป็นเครื่องมือที่ทรงพลังอย่างหนึ่ง

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ถวิล ธาราโภชน์ (2526: 201-202) กล่าวว่า โดยทั่วไปแล้วปฏิกิริยาย้อนกลับอาจแบ่งได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ

1. ปฏิกิริยาย้อนกลับทางบวก (Positive Feedback) เป็นปฏิกิริยาย้อนกลับที่ทำให้เกิดความพึงพอใจ เมื่อบุคคลได้รับปฏิกิริยาย้อนกลับในลักษณะนี้ จะทำให้เกิดความภาคภูมิ ปลาบปลื้ม ปิติ ทำให้เกิดความมานะ พยายามที่ขวนขวายกระทำในสิ่งนั้น ๆ ต่อไป และยิ่งถ้าบุคคลนั้นเป็นคนเอาการเอางาน มองความสำคัญของสังคมเป็นหลัก ก็ยิ่งทำให้เกิดความกระตือรือร้นที่จะส่งสารหรือกระทำสิ่งที่เกี่ยวข้องให้ดีและเจริญก้าวหน้ายิ่งขึ้น

2. ปฏิกิริยาย้อนกลับทางลบ (Negative Feedback) เป็นปฏิกิริยาย้อนกลับที่ทำให้เกิดความไม่พึงพอใจ ไม่ได้รับการตอบสนองตามที่ต้องการ ซึ่งอาจจะทำให้เกิดผลตาม มาดังนี้

2.1 ต่อสู้ หมายความว่า จะพยายามปรับปรุงแก้ไข เพื่อให้บรรลุผลตามต้องการให้ได้ ซึ่งถ้ามองในแง่บวกก็เท่ากับว่าทำให้ได้เกิดการพัฒนาและแก้ไขการสื่อความหมายให้ดียิ่งขึ้นแต่ถ้ามองในแง่ลบก็เท่ากับทำให้เกิดความผิดหวัง เสียใจ จึงทำการต่อสู้เพื่อให้ชนะ

2.2 ถอยหนี คือ หมดกำลังใจที่จะส่งสารและจะหยุดการส่งสารนั้นอีกต่อไป

Burgoon (1974 อ้างใน ปรมะ สตะเวทิน, 2539: 125) กล่าวว่า บทบาทของการสื่อสารกลับของมวลชนผู้รับสารมีอยู่ 3 ประการ คือ

1. ทำให้องค์การสื่อมวลชนหรือนักสื่อสารมวลชนทราบผลของการสื่อสารว่าบรรลุวัตถุประสงค์ของตนหรือไม่ เพียงใด มวลชนผู้รับสารเข้าใจและมีความหมายตรงตามที่องค์การสื่อมวลชนหรือนักสื่อสารมวลชนตั้งใจหรือไม่

2. ทำให้มวลชนผู้รับสารสามารถควบคุมพฤติกรรมการสื่อสารในเวลาต่อมาของนักสื่อสารมวลชนได้ กล่าวคือ นักสื่อสารมวลชนต้องใช้การสื่อสารกลับของมวลชนผู้รับสารปรับปรุงดัดแปลง แก้ไข หรือคงไว้ ซึ่งเนื้อหาสาระและวิธีการในการสื่อสารของตน

3. เป็นตัวเชื่อมระหว่างองค์การสื่อมวลชนกับมวลชนผู้รับสารซึ่งทำให้การสื่อสารมีลักษณะเป็นการแลกเปลี่ยนข่าวสารกัน ทำให้การสื่อสารเป็นการสื่อสารสองทาง (Two-way

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

Communication)

กล่าวได้ว่า ปฏิกิริยาการสื่อสารกลับ หรือ Feedback ของผู้รับสารในกระบวนการสื่อสารมวลชนถึงแม้จะมีการสื่อสารกลับที่ล่าช้า (Delayed Feedback) และผู้ส่งสารมีโอกาสที่จะได้รับในจำนวนที่น้อย แต่ปฏิกิริยาการสื่อสารกลับ หรือ Feedback นี้ มีผลโดยตรงต่อผู้ส่งสารทั้งในฐานะองค์การสื่อมวลชนหรือนักสื่อสารมวลชน ไม่ว่าจะเป็นปฏิกิริยาย้อนกลับทางบวก (Positive Feed back) หรือปฏิกิริยาย้อนกลับทางลบ (Negative Feedback) เพราะเป็นการทำให้ทราบผลของการสื่อสารว่าบรรลุวัตถุประสงค์ตรงตามที่ตั้งไว้หรือไม่ เพื่อจะได้ปรับปรุง แก้ไข หรือคงไว้สำหรับเนื้อหาสาระและวิธีการในการสื่อสาร อีกทั้งยังเป็นตัวเชื่อมระหว่างองค์การสื่อมวลชนกับมวลชนผู้รับสารในการแลกเปลี่ยนข่าวสารกันในลักษณะการสื่อสารสองทาง (Two-way Communication) อีกด้วย

ดังนั้น จึงสรุปได้ว่า ผู้รับสารเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของกระบวนการสื่อสารที่ทำให้กระบวนการสื่อสารครบถ้วน ซึ่งผู้รับสารแต่ละคนก็มีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างกัน เช่น อายุ เพศ บุคลิกภาพ สติปัญญา ทักษะ และประสบการณ์ ที่ทำให้เกิดพฤติกรรมการสื่อสารที่แตกต่างกัน รวมถึงมีวัตถุประสงค์ที่ต้องการจากการสื่อสารที่ต่างกัน ดังนั้น หากต้องการทำการสื่อสารให้มีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผล จึงควรมีการศึกษาวิเคราะห์ผู้รับสารให้ดีและถี่ถ้วน ทั้งก่อนทำการสื่อสาร ขณะทำการสื่อสาร และหลังทำการสื่อสาร เพราะผู้รับสารจะเป็นผู้กำหนดความสำเร็จหรือความล้มเหลวของการสื่อสาร

แนวคิดที่เกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร

การตรวจเอกสารหัวข้อการเปิดรับข่าวสารครั้งนี้ ได้ทำการศึกษาครอบคลุมถึงความสำคัญของการเปิดรับข่าวสาร ปัจจัยที่ทำให้เกิดการเปิดรับข่าวสาร กระบวนการเลือกสรรและแสวงหาข่าวสาร รวมถึงตัวแปรแทรกที่มีอิทธิพลในกระบวนการสื่อสารมวลชน

ความสำคัญของการเปิดรับข่าวสาร

Atkin (1973 อ้างใน จิรัชญา โยธาอภิรักษ์, 2551: 25) กล่าวถึงการเปิดรับข่าวสารว่า บุคคลที่เปิดรับข่าวสารมาก ยิ่งมีหูตากว้างไกล มีความรู้ และเข้าใจสภาพแวดล้อม รวมถึงเป็นคนที่ทันสมัยทันต่อเหตุการณ์มากกว่าบุคคลที่เปิดรับข่าวสารน้อย

Becker (1960 อ้างใน จิรัชญา โยธาอภิรักษ์, 2551: 25-26) ได้กล่าวถึงประเภทและจุดมุ่ง

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

หมายของการเปิดรับข่าวสาร โดยจำแนกตามการเปิดรับดังนี้

1. การแสวงหาข้อมูล (Information Seeking) กล่าวคือ บุคคลจะแสวงหาข้อมูลเมื่อต้องการให้มีความคล้ายคลึงกับบุคคลอื่นในเรื่องใดเรื่องหนึ่งหรือเรื่องทั่ว ๆ ไป

2. การเปิดรับข้อมูล (Information Receptivity) กล่าวคือ บุคคลจะเปิดรับข่าวสารเพื่อต้องการทราบข้อมูลที่ตนเองสนใจ อยากรู้ เช่น การเปิดชมโทรทัศน์เฉพาะเรื่องที่สนใจหรือมีผู้แนะนำการอ่านหนังสือพิมพ์เมื่อมีข้อมูลข่าวสารเกี่ยวข้องกับตนเองก็จะสนใจเป็นพิเศษ

3. การเปิดรับประสบการณ์ (Experience Receptivity) กล่าวคือ บุคคลจะเปิดรับข่าวสารเพราะต้องการกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือเพื่อผ่อนคลายอารมณ์

สรุปได้ว่า การเปิดรับข่าวสารมีความสำคัญมาก เพราะจะทำให้มีความรู้ หูตากว้างไกล และทันสมัยเข้าใจต่อเหตุการณ์ ซึ่งในแต่ละบุคคลก็จะมีจุดมุ่งหมายในการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกัน เช่น เปิดรับข่าวสารตามที่ตนเองสนใจอยากรู้ เปิดรับข่าวสารเพื่อต้องการนำข้อมูลนั้นไปแลกเปลี่ยนกับผู้อื่นหรือให้มีความคล้ายคลึงกับผู้อื่น

ปัจจัยที่ทำให้เกิดการเปิดรับข่าวสาร

ชวรัตน์ เชิดชัย (2527: 170-171) กล่าวว่า พฤติกรรมในการเลือกรับสื่อและข่าวสารนั้นผู้รับข่าวสารแต่ละคนจะมีลักษณะเฉพาะเป็นของตนเองซึ่งอาจเหมือนหรือแตกต่างไปจากผู้อื่น โดยมีนักวิชาการสื่อสารมวลชนได้ทำการศึกษาแล้วพยายามเสนอหลักการ รูปแบบ ที่สามารถนำมาประยุกต์กับพฤติกรรมการสื่อสารโดยเฉพาะอย่างยิ่งเหตุผลเกี่ยวกับตัวผู้รับข่าวสาร เนื้อหาของข่าวสาร และสถานการณ์ต่าง ๆ กัน ซึ่งเหตุผลหรือแรงผลักดันที่ทำให้บุคคลใดบุคคลหนึ่งได้มีการใช้สื่อนั้น เกิดจากปัจจัยพื้นฐานหลายประการ คือ

1. ความเหงา เป็นเหตุทางจิตวิทยาโดยตรงที่ว่าปกติคนเราย่อมจะไม่ชอบอยู่ตามลำพัง เนื่องจากเกิดจากความรู้สึกสับสน วิตกกังวล หวาดกลัว และการเมินเฉยจากสังคม จึงชอบหรือพยายามที่จะรวมกลุ่มเพื่อสังสรรค์กับผู้อื่นเท่าที่โอกาสจะอำนวยให้ เมื่อไม่สามารถจะติดต่อสังสรรค์กับบุคคลได้โดยตรง สิ่งที่ดีที่สุดคือการอยู่กับสื่อต่าง ๆ ที่ใช้ในการสื่อสาร และในความจริงคนบางส่วนก็พอใจที่จะอยู่กับสื่อมวลชนมากกว่าที่จะอยู่กับบุคคลด้วยซ้ำไป เพราะสื่อมวลชน

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

เป็นเพื่อนแก้เหงาที่ไม่สร้างแรงกดดันในการสนทนาหรือทางสังคมให้แก่ตนเอง

2. ความอยากรู้อยากเห็นในสิ่งต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นเป็นคุณสมบัติพื้นฐานของมนุษย์ ดังนั้น สื่อมวลชนจึงถือเอาความอยากรู้อยากเห็นเป็นหลักสำคัญอย่างหนึ่งในการเสนอข่าวสาร ปกติความอยากรู้อยากเห็นจะเริ่มจากสิ่งที่อยู่ใกล้ตัวเองที่สุดไปจนถึงสิ่งที่อยู่ห่างตัวเองมากที่สุดตามลำดับ และไม่ว่าสิ่งที่สนองความอยากรู้อยากเห็นนั้นจะเกิดจากวัตถุสิ่งของ ความคิด หรือการกระทำของเพื่อนบ้าน เพื่อนร่วมโลก ความอยากรู้อยากเห็นในสิ่งต่าง ๆ นอกเหนือจากที่เกิดขึ้นใกล้ชิดกับตนเองมากที่สุดแล้วคงจะไม่มีอะไรดีกว่าสื่อมวลชนต่าง ๆ ทั้งนี้มิใช่ว่าเพราะสิ่งเหล่านั้นจะมีผลกระทบต่อตนเองทั้งทางตรงและทางอ้อมเท่านั้น แต่เป็นความอยากรู้อยากเห็นในสิ่งที่เกิดขึ้นในแง่ต่าง ๆ เช่น สาเหตุของเหตุการณ์ ผู้ที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์นั้น รวมทั้งผลกระทบซึ่งอาจจะเกิดขึ้นกับตนเองหรือผู้อื่นด้วย

3. ประโยชน์ใช้สอยของตนเอง โดยพื้นฐานมนุษย์เป็นผู้เห็นแก่ตัวในฐานะที่เป็นผู้รับข่าวสารจึงต้องการแสวงหาและใช้ข่าวสารบางอย่างที่จะใช้เป็นประโยชน์แก่ตนเอง เพื่อช่วยให้ความคิดของตนบรรลุผล เพื่อให้ข่าวสารที่ได้มาเสริมสร้างบารมี เพื่อให้ได้ข่าวสารที่จะช่วยให้ตนเองได้รับความสะดวกสบาย รวมทั้งให้ได้ข่าวสารที่ทำให้ตนเองเกิดความสนุกสนานบันเทิง ข่าวสารเหล่านี้ไม่ว่าจะให้คุณในทางปฏิบัติ ทางจรรโลงจิตใจ หรือแม้ทางความคิดก็สามารถจะหาได้จากสื่อมวลชนเสียเป็นส่วนใหญ่

Schramm (1954 อ้างใน ชวรัตน์ เชิดชัย, 2527: 171-172) กล่าวว่า พฤติกรรมการเลือกหรือการรับสื่อและข่าวสารโดยทั่วไปย่อมขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ ต่างคนต่างเลือกสิ่งที่ตนต้องการตามสภาพแวดล้อม เหตุผล และความจำเป็นของตนเอง โดยได้ให้หลักทั่วไปอันเป็นเหตุผลของการเลือกรับสื่อและข่าวสารว่า มีด้วยกัน 2 ประการ คือ

1. เลือกสื่อที่ใช้ความพยายามน้อยที่สุด (Least Effort) ซึ่งเกิดจากหลายปัจจัย ได้แก่ ความพร้อม ความสะดวก ค่าใช้จ่ายที่จะใช้สำหรับซื้อสื่อและเวลา โดยจะแตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล

2. เลือกสื่อที่ได้ประโยชน์ตอบแทนดีที่สุด (Promise of Reward) โดยขึ้นอยู่กับการเรียนรู้ว่าสื่อที่มีอยู่ตรงตามความต้องการของตนหรือไม่ ซึ่งความต้องการของคนเป็นผลมาจากปัจจัยอันซับซ้อนหลายประการ ได้แก่ สภาพแวดล้อม บุคลิกภาพ สถานภาพทางสังคม สภาพร่างกายในขณะนั้น เห็นได้ชัดว่าความต้องการของคนคนเดียวกันสามารถเปลี่ยนแปลงได้ทุกเวลาและแตกต่างกัน

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ไปในแต่ละคน แต่อย่างไรก็ตามผลตอบแทนที่ผู้ใช้สื่อคาดว่าจะได้รับมี 2 ชนิด คือ

2.1 ผลตอบแทนเร็ว (Immediate) ได้แก่ เนื้อหาประเภทที่ช่วยผ่อนคลายความเครียด หรือแก้ปัญหาให้แก่ผู้รับได้โดยไม่ยากนัก เช่น เรื่องราวเกี่ยวกับอุบัติเหตุ กีฬา ฯลฯ ซึ่งเป็นเรื่องราวที่ผู้รับข่าวสารอาจจะมีส่วนร่วมทางความรู้สึกโดยไม่ต้องตื่นเต้นหรือเคร่งเครียดด้วยการไปร่วมในเหตุการณ์จริง ๆ

2.2 ผลตอบแทนช้า (Delayed) ได้แก่ ข่าวสารประเภทที่ให้ประโยชน์ทางความรู้กับผู้รับข่าวสารซึ่งสามารถจะนำไปใช้เพื่อการดำเนินชีวิตในสังคมได้อย่างดี เช่น ข่าวสารเกี่ยวกับเศรษฐกิจ การเมือง สุขภาพอนามัย และปัญหาสังคม เป็นต้น

นอกจากนั้น Schramm (1973 อ้างใน ทิพวรรณ พุทธคุณ 2549: 13) ยังได้กล่าวถึงองค์ประกอบที่ส่งผลให้ผู้รับสารมีการเลือกเปิดรับสารแตกต่างกันคือ

1. ประสบการณ์ ทำให้ผู้รับสารแสวงหาข่าวสารต่างกัน

2. การประเมินสาระประโยชน์ของข่าวสาร ผู้รับสารแสวงหาข่าวสารเพื่อตอบสนองจุดประสงค์ของตนอย่างใดอย่างหนึ่งของตน

3. ภูมิหลังที่แตกต่างกัน ทำให้มีความสนใจแตกต่างกัน

4. การศึกษาและสภาพแวดล้อม ทำให้มีความแตกต่างในพฤติกรรมการเลือกรับสื่อและเนื้อหาสาระ

5. ความสามารถในการรับสาร เกี่ยวกับสภาพร่างกายและจิตใจที่ทำให้พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารต่างกัน

6. บุคลิกภาพ ทำให้มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ การโน้มน้าวใจและพฤติกรรมของผู้รับสาร

7. อารมณ์ สถานภาพทางอารมณ์ของผู้รับสารจะทำให้ผู้รับสารเข้าใจความหมายของข่าว

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

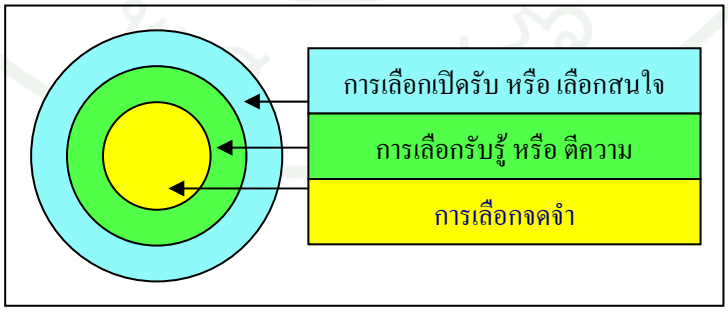
สารหรืออาจเป็นอุปสรรคต่อความเข้าใจความหมายของข่าวสารก็ได้

8. ทัศนคติจะเป็นตัวกำหนดท่าทีของการรับและตอบสนองต่อสิ่งเร้าหรือข่าวสารที่ได้พบ

กระบวนการเลือกสรรและแสวงหาข่าวสาร

ในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน ผู้รับสารจะเปิดรับข่าวสารโดยผ่านกระบวนการเลือกสรรและการแสวงหาข่าวสาร ซึ่งมีขั้นตอนต่าง ๆ ดังนี้

พีระ จิระโสภณ, (2535: 636-640) กล่าวว่า การศึกษาพฤติกรรมของผู้รับสารในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน อาจพิจารณาได้จากการปัจจัยในการสื่อสารที่มักจะมีการกล่าวถึงบ่อย ๆ ว่าเป็นตัวกำหนดความสำเร็จหรือความล้มเหลวของการส่งสารไปยังผู้รับสารนั่นคือ กระบวนการเลือกสรร (Selective Processes) ของผู้รับสาร เพราะถึงแม้ว่าข่าวสารต่าง ๆ จะได้ รับการตระเตรียมมาอย่างพิถีพิถัน ใช้ผู้ถ่ายทอดที่มีความสามารถและน่าเชื่อถือสูงหรือใช้สื่อที่มีประสิทธิภาพมากก็ตาม แต่สิ่งเหล่านี้ก็ไม่ได้ประกันความสำเร็จของการสื่อสารไปยังผู้รับสารตามที่ผู้ส่งสารต้องการได้ร้อยเปอร์เซ็นต์ ทั้งนี้เพราะผู้รับสารมีกระบวนการเลือกรับรู้ข่าวสารที่แตกต่างกันไปตามประสบการณ์ ตามความต้องการ ตามความเชื่อ ตามทัศนคติ ตามความรู้สึกนึกคิด ฯลฯ ที่ไม่เหมือนกัน โดยกระบวนการการเลือกสรรเปรียบเสมือนเครื่องกรอง (Filers) ข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์เรา ซึ่งประกอบด้วยการกลั่นกรอง 3 ชั้น ได้แก่ การเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจ การเลือกรับรู้หรือตีความ และการเลือกจดจำ ดังภาพที่ 12



ภาพที่ 12 กระบวนการเลือกสรร (Selective Processes) ของผู้รับสาร
ที่มา: พีระ จิระโสภณ (2535: 637)

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

จากภาพที่ 12 สามารถอธิบายรายละเอียดได้ดังนี้

1. การเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจ (Selective Exposure or Selective Attention) หมายถึง แนวโน้มที่ผู้รับสารจะเลือกสนใจหรือเปิดรับข่าวสารจากแหล่งหนึ่งแหล่งใดที่มีอยู่ด้วยกันหลายแหล่ง เช่น การเลือกซื้ออ่านหนังสือพิมพ์ฉบับใดฉบับหนึ่ง เลือกเปิดวิทยุกระจายเสียงสถานีใดสถานีหนึ่ง หรือเลือกชมวิทยุโทรทัศน์ช่องใดช่องหนึ่ง เป็นต้น

ทฤษฎีเกี่ยวกับการเลือกเปิดรับนี้ได้มีการศึกษาวิจัยกันอย่างกว้างขวางและพบว่าการเลือกเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่เกี่ยวข้องหลายประการ อาทิ ทัศนคติเดิมของผู้รับสารตามทฤษฎีความไม่ลงรอยของความรู้ความเข้าใจ (Theory of Cognitive Dissonance) ของเฟสติงเจอร์ (Festinger L.A, 1957) นั้นกล่าวว่า บุคคลมักจะแสวงหาข่าวสารเพื่อสนับสนุนทัศนคติเดิมที่มีอยู่และหลีกเลี่ยงข่าวสารที่ขัดแย้งกับความรู้สึกนึกคิดเดิมของตนเอง ทั้งนี้เพราะการที่ได้รับข่าวสารใหม่ที่ไม่ลงรอยหรือสอดคล้องกับความรู้ความเข้าใจหรือทัศนคติที่มีอยู่เดิมจะเกิดภาวะทางจิตใจที่ไม่สมดุลหรือมีความไม่สบายใจที่เรียกว่า “Cognitive Dissonance” นอกจากนี้ยังรวมไปถึงปัจจัยทางสังคม จิตใจ และลักษณะส่วนบุคคลอีกมากมายหลายประการ เช่น สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม (ระดับการศึกษา วัย อาชีพ รายได้ ฯลฯ) ความเชื่อ อุดมการณ์ ลัทธินิยม ศาสนา ประเพณี วัฒนธรรม ประสบการณ์ ฯลฯ

2. การเลือกรับรู้หรือตีความ (Selective Perception or Selective Interpretation) เป็นกระบวนการกลั่นกรองชั้นต่อมา เมื่อบุคคลเลือกเปิดรับข่าวสารจากแหล่งหนึ่งแหล่งใดแล้ว ก็ใช่ว่าข่าวสารนั้นจะถูกรับรู้เป็นไปตามเจตนารมณ์ของผู้ส่งสารทั้งหมด ผู้รับสารแต่ละคนอาจจะตีความหมายข่าวสารชิ้นเดียวกันที่ส่งผ่านสื่อมวลชนไม่ตรงกัน เช่น การลดค่าเงินบาท บางคนอาจมองว่ามีผลดี บางคนอาจเห็นว่ามีผลเสียมากกว่า ความหมายของข่าวสารที่ส่งไปถึงจึงมิได้อยู่ที่ตัวอักษร รูปภาพหรือคำพูดเท่านั้น แต่อยู่ที่ผู้รับสารที่จะเลือกรับรู้หรือเลือกตีความหมายความเข้าใจของตัวเองหรือตามทัศนคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง แรงจูงใจ สภาวะร่างกายหรือสภาวะอารมณ์ขณะนั้นเป็นต้น

3. กระบวนการเลือกจดจำ (Selective Retention) เป็นแนวโน้มในการเลือกจดจำข่าวสารเฉพาะส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทัศนคติ ฯลฯ ของตนเอง และมักจะลืมในส่วนที่ตนเองไม่สนใจหรือไม่เห็นด้วยได้ง่ายกว่า ดังงานวิจัยเก่าแก่ของออลพอร์ตและโพสท์แมน (Allport, G.W. and Postman, L. 1947) ที่มีการอ้างถึงบ่อยครั้งคือ การศึกษาถึงการถ่ายทอดข่าวลือจากคน

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

หนึ่งไปสู่อีกคนหนึ่ง ซึ่งพบว่าผู้รับมักจะถ่ายทอดเรื่องราวต่อไปยังคนอื่น ๆ ไม่ครบถ้วนเหมือนที่รับมา ทั้งนี้เพราะแต่ละคนเลือกจดจำเฉพาะส่วนที่ตนเองเห็นว่าน่าสนใจเท่านั้น ส่วนที่เหลือมักถูกลืมหรือไม่นำไปถ่ายทอดต่อ ตัวอย่างที่มักพบในชีวิตประจำวันเสมอ เช่น การที่เราดูภาพยนตร์รายการโทรทัศน์ ฟังรายการวิทยุกระจายเสียง หรืออ่านข่าวหนังสือพิมพ์แล้วนำไปบอกต่อกับผู้อื่น เรามักจะเลือกจดจำแล้วนำไปเล่าเฉพาะที่เราสนใจหรือเราต้องการเท่านั้น การเลือกจดจำนั้นเปรียบเสมือนเครื่องกรองชั้นสุดท้ายที่มีผลต่อการส่งสารไปยังผู้รับสาร ในบางครั้งข่าวสารอาจจะถูกปฏิเสธตั้งแต่ชั้นแรกโดยการไม่เลือกอ่าน ฟัง หรือชมสื่อมวลชนบางฉบับหรือบางรายการ ในกรณีที่ผู้รับสารหลีกเลี่ยงไม่ได้ (เช่น การถ่ายทอดทางวิทยุโทรทัศน์รายการเดียวกันทุกช่องในเวลาพร้อม ๆ กัน) ผู้รับสารอาจจะพยายามตีความข่าวสารที่ได้รับตามความเข้าใจหรือความต้องการของตนเอง แต่หากว่าข่าวสารนั้นไม่เปิดโอกาสให้ตีความหมายแตกต่างไปได้ (เพราะความชัดเจนที่เข้าใจตรงกันอยู่แล้ว) ผู้รับสารก็ยังมีโอกาสปฏิเสธข่าวสารนั้นได้อีกเป็นชั้นสุดท้าย กล่าวคือ เลือกจดจำเฉพาะบางส่วนที่ตนเองสนใจหรือต้องการเท่านั้น

พีระ จิระโสภณ ยังได้กล่าวถึง การแสวงหาข่าวสารว่าอาจจะจัดอยู่ในหัวข้อเดียวกับแนวทางการศึกษาในเรื่องการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจจากสื่อมวลชนได้ ทั้งนี้เพราะมุ่งศึกษาถึงความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลต่าง ๆ ที่มีผลต่อการเลือกบริโภคหรือเลือกแสวงหาข่าวสารจากสื่อมวลชน ในการศึกษาเรื่องการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอพอใจนั้นชี้ให้เห็นว่าบุคคลเป็นผู้เลือกใช้สื่อมวลชนเพื่อสนองความพึงพอใจต่าง ๆ ของตนเอง

สำหรับในการศึกษาเรื่องการแสวงหาข่าวสารนี้ ได้เน้นในเรื่องของพฤติกรรมการเลือกเปิดรับข่าวสารว่ามีปัจจัยอะไรบ้างเป็นตัวกำหนด ทำไมบุคคลจึงเลือกหรือหลีกเลี่ยงการรับข่าวสารบางอย่าง ซึ่งจากการศึกษาของ ชาร์ลส์ แอตคิน (Charles Atkin, 1973) ทำให้ทราบว่าบุคคลจะเลือกรับข่าวสารใดจากสื่อมวลชนนั้น ขึ้นอยู่กับการคาดคะเนเปรียบเทียบระหว่างผลรางวัลตอบแทน (Reward Value) กับการลงทุนลงแรง (Expenditures) และพันธะผูกพัน (Liabilities) ที่จะตามมา ถ้าผลตอบแทนหรือผลประโยชน์ที่จะได้รับสูงกว่าการลงทุนลงแรง (เช่น การต้องลงทุนซื้อหาเพื่อให้ได้มา) หรือการต้องใช้ความพยายามที่จะรับรู้หรือทำความเข้าใจแล้ว บุคคลย่อมแสวงหาข่าวสารนั้น (Information Seeking) แต่ถ้าผลประโยชน์ที่ได้รับน้อยกว่าการลงทุนลงแรงบุคคลก็อาจจะเฉยเมยต่อข่าวสารนั้น (Information Ignoring) ในกรณีที่เห็นว่าการรับข่าวสารนั้นจะก่อให้เกิดพันธะผูกพัน เช่น ทำให้เกิดความไม่พอใจ ไม่สบายใจ หรือความไม่แน่ใจมากขึ้น ก็อาจจะใช้วิธีหลีกเลี่ยงข่าวสารนั้น (Informationavoi Dance) ในบางครั้งถ้าหากว่าความพยายามที่จะหลีกเลี่ยงหรือไม่รับข่าวสารต้องลงทุนลงแรงมากกว่าการรับข่าวสารนั้น บุคคลอาจจะต้องยอมรับข่าวสารนั้นทั้ง ๆ ที่ไม่เต็มใจ

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

(Information Yielding) เช่น การที่เรายอมดูโฆษณาที่ซ้ำ ๆ ในโทรทัศน์เพราะว่าหมุนไปช่องไหนก็เจอแต่โฆษณา ก็เลยจำใจดูทั้งที่ไม่ชอบ

นอกจากนี้ ชาร์ลส์ แอตคิน ชี้ให้เห็นว่าการแสวงหาข่าวสารหรือความต้องการสื่อสารมวลชนของบุคคลนั้นก็คือต้องการได้รับข่าวสาร (Information) และความบันเทิง (Entertainment) ซึ่งความต้องการข่าวสารนั้นเกิดจากความไม่รู้หรือไม่แน่ใจ (Uncertainty) ที่มาจาก

1. การมองเห็นความไม่สอดคล้องกันระหว่างระดับความรู้ของบุคคลขณะนั้นกับระดับความต้องการที่อยากจะรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมภายนอก (Extrinsic Uncertainty) โดยถ้ายิ่งเป็นเรื่องที่สำคัญก็ยิ่งอยากมีความรู้ ความแน่ใจสูง

2. การมองเห็นความไม่สอดคล้องกันระหว่างความรู้ที่มีอยู่ของบุคคลขณะนั้นกับความรู้ตามเป้าหมายที่ต้องการ ซึ่งกำหนดโดยระดับความสนใจส่วนบุคคลของบุคคลนั้นต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (Intrinsic Uncertainty)

สำหรับความต้องการได้รับความบันเทิงของบุคคลนั้นมาจากการกระตุ้นอารมณ์แห่งความรื่นเริงบันเทิงใจ ที่เกิดจากการมองเห็นความไม่สอดคล้องต้องกันระหว่างสภาวะที่เป็นอยู่ของบุคคลขณะนั้นกับระดับความสนุกสนานที่คาดหวังไว้ (Intrinsic Desire) โดยข่าวสารที่จะลดความไม่รู้หรือความไม่แน่ใจที่เกี่ยวข้องกับความสนใจภายในส่วนบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง และที่เกี่ยวข้องกับความบันเทิงสนุกสนานส่วนตัวนั้น แอตคิน เรียกว่า ข่าวสารที่ให้ความพึงพอใจทันทีในเชิงการบริโภค (Immediate Consummatory Gratifications) ส่วนข่าวสารที่ลดความไม่รู้ที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมภายนอกนั้น ให้ชื่อว่าข่าวสารที่ใช้ประโยชน์เป็นเครื่องมือช่วยในการตัดสินใจ ช่วยเพิ่มพูนความรู้ความคิดและแก้ปัญหาต่าง ๆ (Instrumental Utilities) ในชีวิตประจำวันข่าวสารบางอย่างอาจจะให้ประโยชน์ทั้งการนำไปใช้และให้ความบันเทิงพร้อมกัน

กล่าวได้ว่า การแสวงหาข่าวสารหรือการเลือกรับข่าวสารนั้น นอกจากเพื่อสนับสนุนทัศนคติหรือความคิดและความเข้าใจที่มีอยู่เดิมแล้ว ยังเป็นการแสวงหาเพื่อการนำไปใช้ประโยชน์ในทางอื่น ๆ เช่น เพื่อให้มีความรู้ ใช้เป็นแนวทางในการตัดสินใจแก้ปัญหา เพื่อสนองความสนใจส่วนบุคคล และเพื่อความบันเทิงเริงใจ นอกจากนี้การที่บุคคลใดจะตัดสินใจแสวงหาข่าวสาร เฉยเมยต่อข่าวสาร หรือหลีกเลี่ยงการเปิดรับข่าวสารนั้น ก็ขึ้นอยู่กับการประเมินเปรียบเทียบ ถึงความพยายามที่ใช้และผลตอบแทนในการที่จะรับรู้ข่าวสารใด ๆ ด้วย

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตัวแปรแทรกที่มีอิทธิพลในกระบวนการสื่อสารมวลชน

จากสาเหตุที่ว่าข่าวสารไม่ได้ไหลผ่านจากสื่อมวลชนถึงผู้รับสารและเกิดผลโดยตรงทันที แต่มีปัจจัยบางอย่างที่เกี่ยวข้องกับตัวผู้รับสารแต่ละคน เช่น ปัจจัยทางจิตวิทยาและสังคมที่จะมีอิทธิพลต่อการรับข่าวสารนั้น ทำให้เกิดผลไม่เหมือนกันหรือไม่เป็นไปตามเจตคติของผู้ส่งสาร

DeFleur (1966 อ้างใน พีระ จิระโสภณ, 2535: 645-647) ได้กล่าวว่า ตัวแปรแทรก (Intervening Variables) ที่มีอิทธิพลในกระบวนการสื่อสารมวลชนระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสารที่สำคัญเกี่ยวกับเรื่องนี้มีอยู่ 3 ทฤษฎีด้วยกัน คือ

1. ทฤษฎีความแตกต่างระหว่างปัจเจกบุคคล (Individual Differences Theory) ที่เห็นว่าผู้รับสารแต่ละคนนั้นมีความแตกต่างกันในทางจิตวิทยา เช่น ทัศนคติ ค่านิยม และความเชื่อ ทำให้ความสนใจในการเปิดรับข่าวสารหรือตีความหมายข่าวสารจากสื่อมวลชนแตกต่างกัน ไม่มีความสอดคล้องกัน ซึ่งหลักการพื้นฐานเกี่ยวกับทฤษฎีความแตกต่างระหว่างปัจเจกบุคคล คือ

1.1 มนุษย์เรามีความแตกต่างอย่างมากในองค์ประกอบทางจิตวิทยาส่วนบุคคล

1.2 ความแตกต่างนี้บางส่วนมาจากลักษณะแตกต่างทางชีวภาคหรือทางร่างกายของแต่ละบุคคล แต่ส่วนใหญ่แล้วจะมาจากความแตกต่างที่เกิดจากการเรียนรู้

1.3 มนุษย์ซึ่งถูกชุบเลี้ยงภายใต้สภาพการณ์ต่าง ๆ จะเปิดรับความคิดเห็นแตกต่างกันไปอย่างกว้างขวาง

1.4 จากการเรียนรู้สิ่งแวดล้อมทำให้เกิดทัศนคติ ค่านิยม และความเชื่อที่รวมเป็นลักษณะทางจิตวิทยาส่วนบุคคลที่แตกต่างกันไป

ความแตกต่างดังกล่าวนี้ได้กลายเป็นสภาวะเงื่อนไข (Conditioning) ที่กำหนดการรับรู้ข่าวสารสื่อมวลชน กระบวนการการเลือกสรรในการเปิดรับสื่อมวลชนหรือการเลือกจดจำข่าวสารมีทบบาทอย่างสำคัญต่อการรับรู้ข่าวสาร ดังนั้นข่าวสารจากสื่อมวลชนจึงมิได้มีลักษณะเหมือนการฉีดยา เพราะผู้รับสารมีภูมิคุ้มกันหรือมีเครื่องกลั่นกรองข่าวสารต่าง ๆ ทำให้ผลหรือการตอบสนองอาจจะไม่สอดคล้องกับเป้าหมายของข่าวสารเสมอไป ซึ่งโครงสร้างเชิงเหตุผลของทฤษฎีความ

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

แตกต่างระหว่างบุคคลอาจจะแสดงให้เห็นได้ในลักษณะดังภาพที่ 13 โดยกระบวนการที่แทรกตรงกลางหรือตัวแปรที่แทรก ได้แก่ ลักษณะบุคลิกภาพของปัจเจกบุคคลจะมีอิทธิพลต่อผลการสื่อข่าวสาร (เหตุ)

ภาพที่ 13 โครงสร้างเชิงเหตุผลของทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคล
ที่มา: พีระ จิระโสภณ (2535: 645)

2. ทฤษฎีกลุ่มสังคม (Social Categories Theory) คือ ประชาชนที่มีลักษณะทางสังคมคล้ายกันจะแสดงพฤติกรรมการสื่อสารมวลชนคล้ายคลึงกัน พฤติกรรมการสื่อสารมวลชนนี้ได้แก่ การเปิดรับสื่อมวลชน ความชอบต่อสื่อประเภทต่าง ๆ และผลของการสื่อสาร เป็นต้น สำหรับลักษณะที่สำคัญทางสังคมนั้นได้แก่ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ ชาติพันธุ์ ศาสนา อายุ เพศ และภูมิลำเนา เป็นต้น ซึ่งตามสมมติฐานนั้นประชาชนที่มีลักษณะทางสังคมอยู่ในกลุ่มเดียวกันมักจะมีความสนใจหรือมีพฤติกรรมในแนวทางเดียวกัน

3. ทฤษฎีความสัมพันธ์ทางสังคม (The Social Relations Theory) คือ การมีความสัมพันธ์กันในลักษณะกลุ่มปฐมภูมิหรือกลุ่มทุติยภูมิ แต่กลุ่มปฐมภูมิซึ่งเป็นความสัมพันธ์ใกล้ชิดในหมู่เพื่อนสนิท เพื่อร่วมงาน หรือในครอบครัวและวงศาคณาญาตินี้ จะมีอิทธิพลในการเป็นตัวแทรกมากกว่ากลุ่มทุติยภูมิซึ่งเป็นกลุ่มที่มีความใกล้ชิดน้อยกว่า ข่าวสารต่าง ๆ ที่ได้รับจากสื่อมวลชนมักจะถูกรับรู้หรือตีความโดยอิทธิพลของกลุ่มหรือบุคคลในกลุ่มเข้ามาเกี่ยวข้องเสมอ เช่น การที่บุคคลจะเชื่อข่าวสารจากโฆษณาใด ๆ หรือไม่นั้น มักจะได้รับอิทธิพลจากการปรึกษาหารือไต่ถามเพื่อนฝูงหรือผู้ใกล้ชิด อิทธิพลที่มีต่อการรับรู้ข่าวสารในลักษณะนี้เราเรียกว่า อิทธิพลของบุคคล (Personal Influence) ซึ่งงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับทฤษฎีนี้ก็คือการค้นพบทฤษฎีการสื่อสารมวลชนสองทอด (Two-Step Flow of Communication) และอิทธิพลของบุคคลหรือผู้นำความคิดเห็น (Opinion Leaders)

สรุปได้ว่า อิทธิพลของตัวแปรแทรกซึ่งมีผลทำให้ข่าวสารจากสื่อมวลชนไม่ได้รับการตอบสนองทันทีจากผู้รับสารนั้นมีอยู่ 3 ทฤษฎี คือ ทฤษฎีความแตกต่างระหว่างปัจเจกบุคคล ทฤษฎีกลุ่มสังคม และทฤษฎีความสัมพันธ์ทางสังคม ซึ่งทำให้เห็นว่าอิทธิพลตัวแปรแทรกที่สำคัญคือลักษณะ

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

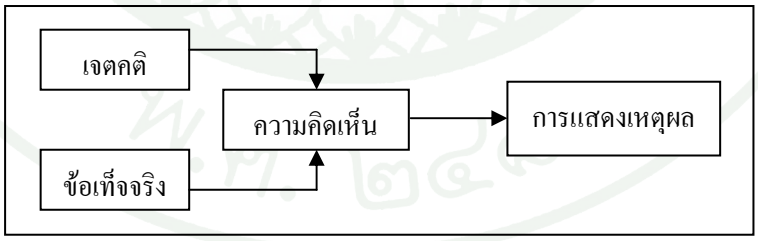
ความแตกต่างทางบุคลิกภาพและจิตวิทยาส่วนบุคคล ลักษณะความแตกต่างระหว่างกลุ่มสังคม และลักษณะอิทธิพลของบุคคลจากการมีความสัมพันธ์ทางสังคมกับบุคคลอื่น

แนวคิดที่เกี่ยวกับความคิดเห็น

การตรวจเอกสารหัวข้อความคิดเห็นครั้งนี้ ได้ทำการศึกษาครอบคลุมถึงความหมายของความคิดเห็น ความสำคัญของความคิดเห็น ปัจจัยที่ก่อให้เกิดความคิดเห็น ประเภทของความคิดเห็น การเปลี่ยนแปลงความคิดเห็น และการวัดความคิดเห็น ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ความหมายของความคิดเห็น

สงวน สุทธิเลิศอรุณ และคณะ (2522: 92-93) ได้กล่าวถึงความคิดเห็นว่า คือการแสดงออกซึ่งวิจารณญาณที่มีต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่งโดยเฉพาะ ความคิดเห็นมีความหมายที่แคบกว่าเจตคติเพราะความคิดเห็นของบุคคลเปลี่ยนแปลงไปตามข้อเท็จจริง (Fact) และเจตคติ (Attitude) ของบุคคล ในขณะที่เจตคติแสดงสภาพความรู้สึกทั่ว ๆ ไปเกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ความคิดเห็นจะเป็นการอธิบายเหตุผลที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดโดยเฉพาะ เจตคติของบุคคลสามารถกำหนดหรือชักนำให้บุคคลอื่น ๆ เห็นคล้อยตามเจตคตินั้น ๆ ได้ ไม่ว่าข้อเท็จจริงจะเป็นเช่นไร ทั้งนี้เพราะอิทธิพลของเจตคตินั่นเองที่ทำให้เราคิดเห็นเป็นเช่นนั้น เพื่อให้ง่ายต่อความเข้าใจอาจสรุปความสัมพันธ์เป็นแผนผังได้ดังภาพที่ 14



ภาพที่ 14 แผนผังแสดงกระบวนการแสดงความคิดเห็นที่อธิบายออกมาเป็นเหตุผล
ที่มา: สงวน สุทธิเลิศอรุณ และคณะ (2522: 93)

กมลรัตน์ หล้าสุวงษ์ (2527: 174-175) กล่าวว่า ความคิดเห็นตรงกับคำในภาษาอังกฤษ คือ “Opinion” โดยมีความหมายว่า เพียงการแสดงออกโดยการพูดหรือเขียนที่เกิดจากความรู้สึกภายในต่าง ๆ ซึ่งความรู้สึกภายในนั้นอาจเป็นเพียงเจตคติ ความเชื่อ ค่านิยม หรือถ้าจะกล่าวในลักษณะของ

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

พฤติกรรมในแง่จิตวิทยาก็กล่าวได้ว่าเจตคติ ความเชื่อ และค่านิยม เป็นพฤติกรรมภายในที่ไม่มีผู้ใดสังเกตหรือทราบได้นอกจากตัวของเขาผู้นั้น แต่ความคิดเห็นเป็นพฤติกรรมภายนอกที่ผู้อื่นสามารถสังเกตหรือทราบอย่างชัดเจน ดังนั้นคนที่มีเจตคติหรือความเชื่อหรือค่านิยมอย่างหนึ่ง แต่ถ้าเขาไม่แสดงความคิดเห็นออกมาก็จะไม่มีผู้ใดทราบเลยว่าเขามีเจตคติหรือความเชื่อหรือค่านิยมเช่นใด

จิราภรณ์ สุวรรณวาจกกสิกิจ (2530: 80) กล่าวว่า ความคิดเห็นเป็นเรื่องของความรู้สึก ความเชื่อ ความคิดที่บุคคล ๆ หนึ่งมีต่อสรรพสิ่งทั้งหลายทั้งปวง ไม่ว่าจะเป็นความคิดเห็นเกี่ยวกับตัวเอง เกี่ยวกับมนุษย์คนอื่น ๆ หรือความคิดเห็นเกี่ยวกับวัตถุสิ่งของเหตุการณ์ ฯ

นพมาศ ธีรเวคิน (2539: 99) กล่าวว่า ความคิดเห็นนั้นถูกจัดว่าเป็นส่วนที่มนุษย์ได้แสดงออกมาโดยการพูดหรือเขียน มนุษย์นั้นจะพูดจากใจจริง พูดตามสังคม หรือพูดเพื่อเอาใจผู้ฟังก็ตาม แต่เมื่อพูดหรือเขียนไปแล้วก็ทำให้เกิดผลได้ คนส่วนใหญ่มักจะถือว่าสิ่งที่มนุษย์แสดงออกมานั้นเป็นสิ่งที่สะท้อนถึงความในใจ

พัชนี เชยจรรยา, เมตตา วิวัฒนานุกูล, และ ถิรนันท์ อนวัชศิริวงศ์ (2541: 124) กล่าวว่า ความคิดเห็น (Opinion) คือ ผลผลิตของทัศนคติของบุคคลในสภาพการณ์บางอย่างรอบตัวบุคคล จัดเรียงทัศนคติของตนตามลำดับความสำคัญ เมื่อบุคคลพูดหรือเขียนบุคคลนั้นกำลังแสดงลำดับขั้น (Hierarchy) ของทัศนคติของเขา กล่าวคือ เขากำลังให้ความคิดเห็นเมื่อเกิดการเปลี่ยนแปลงขึ้นในสภาพแวดล้อมภายนอก การเปลี่ยนแปลงนี้จะเกิดขึ้นในลำดับขั้นของทัศนคติด้วย ทำให้เกิดการจัดลำดับใหม่และเกิดความคิดเห็นใหม่ตามมา ฉะนั้นความคิดเห็นจึงเป็นการแสดงออกว่าตนมีทัศนคติอย่างไรด้วยคำพูดหรือตัวหนังสือ

จำรอง เงินดี และ คณะ (2545: 369) กล่าวว่า คำว่า “ความคิดเห็น” นักจิตวิทยาถือว่าเป็นความเชื่ออย่างอ่อน ๆ ไม่คงทน โดยความคิดเห็นนั้นอาจเปลี่ยนแปลงได้ตามสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนไป

สำนักพจนานุกรมมติชน (2547: 173) ได้อธิบายคำว่าความคิดเห็นว่าเป็นคำนาม (น.) มีความหมายถึง ทัศนะที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือเรื่องใดเรื่องหนึ่ง

สรุปได้ว่า คำว่า ความคิดเห็น หมายถึง การแสดงออกซึ่งพฤติกรรมโดยการพูด การเขียน หรือการแสดงออกทางร่างกาย เช่น การแสดงสีหน้า เพื่อแสดงถึงความรู้สึกภายในจิตใจของบุคคล

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ต่อสิ่งต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นต่อตัวเอง บุคคลอื่น วัตถุสิ่งของ เหตุการณ์ ฯลฯ ซึ่งเป็นความเชื่อที่ไม่คงทนสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามสภาพแวดล้อมหรือข้อเท็จจริงที่เปลี่ยนไป นอกจากนี้ยังเกิดจากค่านิยมการตัดสินใจของกลุ่มสังคมด้วย และหากบุคคลใดไม่มีการแสดงความคิดเห็นออกมาก็จะไม่มีใครรู้ได้ว่าบุคคลนั้นมีทัศนคติหรือความเชื่อหรือค่านิยมอย่างไร

ความสำคัญของความคิดเห็น

Feldman (1971 อ้างใน พุธรัตน์ สุขพงษ์ไทย, 2550: 8-9) กล่าวว่า การสำรวจความคิดเห็นเป็นการศึกษาความรู้สึกของบุคคล กลุ่มคน ที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง แต่ละคนจะแสดงความเชื่อและความรู้สึกใด ๆ ออกมาโดยการพูด การเขียน การสำรวจความคิดเห็นจะเป็นประโยชน์ต่อการวางนโยบายต่าง ๆ การเปลี่ยนแปลงนโยบายหรือการเปลี่ยนแปลงระบบงาน รวมทั้งในการฝึกหัดการทำงานด้วย เพราะจะทำให้การดำเนินการต่าง ๆ เป็นไปด้วยความเรียบร้อยและเป็นไปตามความพอใจของผู้ร่วมงาน

วิศิษฐ์ จันทรโณทัย (2544: 8) กล่าวว่า การศึกษาความคิดเห็นนั้นเป็นการศึกษาด้านจิตวิทยาที่อยู่ภายในตัวบุคคล ซึ่งแสดงออกโดยการพูด การเขียน ซึ่งมนุษย์นั้นจะมีปฏิกิริยาตอบสนองต่อสิ่งต่าง ๆ ที่เป็นอุปสรรค โดยคิดหาเหตุผลว่าควรจะกระทำอย่างไรในการปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์และสิ่งแวดล้อม ข้อมูลจากการสำรวจความคิดเห็นของกลุ่มบุคคลจะใช้เป็นประโยชน์ต่อการวางแผน การกำหนดนโยบายหรือการปรับปรุงแก้ไขในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับบุคคลเป้าหมาย

ปัจจัยที่ก่อให้เกิดความคิดเห็น

เพราะการแสดงออกในด้านความคิดเห็นเป็นเรื่องเฉพาะบุคคลที่แสดงออกได้อย่างอิสระต่อสิ่งต่าง ๆ ไม่จำเป็นต้องมีลักษณะคล้ายคลึงกันหรือเหมือนกันเสมอไปขึ้น ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยพื้นฐานของแต่ละบุคคลที่ได้รับอิทธิพลมาแล้วแสดงออกทางความคิดเห็น ซึ่งประมวลได้ดังนี้

Foster (1952 อ้างใน จันทนา จุฑาวรรธนะ, 2541: 44-45) ได้กล่าวถึงแนวความคิดเกี่ยวกับความคิดเห็นว่า มีมูลเหตุ 2 ประการ คือ

1. ประสบการณ์ที่บุคคลมีต่อสิ่งของ บุคคล หมู่คณะ เรื่องราวต่าง ๆ หรือสถานการณ์ความคิดเห็นเกิดขึ้นในตัวบุคคลจากการได้พบเห็นคุ้นเคย ซึ่งอาจถือได้ว่าเป็นประสบการณ์ตรงและ

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

จากการได้ยิน ได้ฟัง ได้เห็นรูปถ่าย หรืออ่านจากหนังสือ โดยไม่พบเห็นของจริงถือว่าเป็นประสบการณ์ทางอ้อม

2. ระบบค่านิยมและการตัดสินค่านิยม เนื่องจากกลุ่มชนแต่ละกลุ่มมีค่านิยมและการตัดสิน

Oskamp (1977 อ้างใน ศรินา คงกัน, 2545: 40) ได้สรุปปัจจัยที่ก่อให้เกิดความคิดเห็นไว้ว่า

1. ปัจจัยทางพันธุกรรมและร่างกาย (Genetic and Physiological Factors) จะมีผลต่อระดับความก้าวร้าวของบุคคล ซึ่งจะมีผลต่อการศึกษาเจตคติหรือความคิดเห็นของบุคคลนั้น ๆ ได้แก่ ปัจจัยด้านร่างกาย เช่น อายุ ความเจ็บป่วย และยาเสพย์ติด จะมีผลต่อความคิดเห็นและเจตคติของบุคคล เป็นต้น

2. ประสบการณ์โดยตรงของบุคคล (Direct Personal Experience) เป็นการกระทำหรือได้พบเห็นต่อสิ่งต่าง ๆ ที่บุคคลได้รับความรู้สึกและความคิดต่าง ๆ จากประสบการณ์โดยตรง ทำให้เกิดเจตคติหรือความคิดเห็นจากประสบการณ์ที่ตนเองได้รับ

3. อิทธิพลจากครอบครัว (Parental Influence) เป็นปัจจัยที่แต่ละบุคคลเมื่อเป็นเด็กจะได้รับอิทธิพลจากการอบรมเลี้ยงดูจากครอบครัว ทั้งนี้เมื่อตอนเป็นเด็กเล็ก ๆ จะได้รับการอบรมสั่งสอนทั้งในด้านความคิด การตอบสนองความต้องการทางด้านร่างกาย การให้รางวัล และการลงโทษ ซึ่งเด็กจะได้รับจากครอบครัวและจากประสบการณ์ที่ตนเองได้รับมา

4. สื่อมวลชน (Mass Media) คือ สื่อต่างๆ ที่บุคคลได้รับไม่ว่าจะเป็นหนังสือพิมพ์ ภาพยนตร์ วิทยุโทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียง ฯ ซึ่งจะมีผลทำให้บุคคลมีความคิดเห็น ความรู้สึกที่ต่าง ๆ กันไป ตามข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากสื่อ

5. เจตคติและความคิดเห็นของกลุ่ม (Group Determinants of Attitude) เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลอย่างมากต่อความคิดเห็นหรือเจตคติของแต่ละบุคคล เนื่องจากบุคคลมีสังคมและอยู่รวมกันเป็นกลุ่ม ดังนั้นความคิดเห็นหรือเจตคติต่าง ๆ จะได้รับการถ่ายทอดและมีแรงกดดันจากกลุ่มสู่บุคคลไม่ว่าจะเป็นเพื่อนในโรงเรียน กลุ่มอ้างอิงต่าง ๆ ซึ่งทำให้เกิดความคล้อยตามเป็นไปตามกลุ่มได้

โดยสรุป ปัจจัยที่ก่อให้เกิดความคิดเห็นที่อาจเหมือนหรือแตกต่างกันของบุคคล เกิดจาก

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ทางตรงและทางอ้อม 2 ปัจจัยใหญ่ ๆ คือ 1) ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ พันธุกรรมและร่างกาย ประสบการณ์ตรง 2) ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม ได้แก่ อิทธิพลจากครอบครัว สื่อมวลชน กลุ่มสังคม รวมถึงข้อเท็จจริงในเรื่องต่าง ๆ ที่บุคคลนั้นได้รับ

ประเภทของความคิดเห็น

Remmer (1954 อ้างใน จันทนา จุฑาวรรธนะ, 2541: 49) ได้แบ่งความคิดเห็นออกเป็น 3 ประเภท คือ

1. ความคิดเห็นเชิงบวกสุด-เชิงลบสุด เป็นความคิดเห็นที่เกิดจากการเรียนรู้และประสบการณ์ซึ่งสามารถทราบทิศทางได้ 2 ทิศทาง คือ ทิศทางบวกสุด ได้แก่ ความรักจนหลง ทิศทางลบสุด ได้แก่ ความรังเกียจ ซึ่งความคิดเห็นนี้รุนแรงและเปลี่ยนแปลงได้ยาก

2. ความคิดเห็นจากความรู้ความเข้าใจ การมีความเห็นต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งขึ้นอยู่กับความรู้ความเข้าใจที่มีต่อสิ่งนั้น เช่น ความรู้ความเข้าใจในทางที่ดี ได้แก่ ชอบ ยอมรับ เห็นด้วย ความรู้ความเข้าใจในลักษณะเป็นกลาง เฉยๆ ไม่มีความคิดเห็น ความรู้ความเข้าใจในทางที่ไม่ดี ได้แก่ ไม่ชอบ รังเกียจ ไม่ยอมรับ ไม่เห็นด้วย

3. การแยกแยะเป็นส่วน คือ การพิจารณาความคิดเห็นต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งอย่างละเอียด ซึ่งสามารถแยกออกจากกันได้ ทำให้เกิดความคิดเห็นได้ง่ายกว่าการรับรู้แบบหยาบ

ในขณะที่ Reeder (1973 อ้างใน วิโรจน์ ธีระแนว, 2547: 11-12) ได้อธิบายแนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎีการกระทำทางสังคม ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจและพฤติกรรมของคน อันนำไปสู่ความคิดเห็นว่ามีองค์ประกอบที่เป็นเหตุผลอยู่ 3 ปัจจัย คือ

1. ปัจจัยดึงดูด

1.1 เป้าหมาย การกระทำทุกอย่างจะต้องมีเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ อาจจะเป็นความเชื่อ ความรู้สึก แถลงการณ์ของทางราชการ และอาจจะเป็นจากเงื่อนไขที่ตนเองหรือคนอื่นเป็นผู้กำหนดขึ้นให้เป็นไปตามปรารถนา

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

1.2 ความเชื่อ เป็นความคิดหรือความรู้สึกที่เกิดขึ้นเองปราศจากการอ้างอิงใด ๆ ความเชื่อนี้จะมีอิทธิพลมากต่อการตัดสินใจ เพราะคนส่วนมากจะเลือกกระทำตามความเชื่อพื้นฐานที่มีอยู่ดั้งเดิม

1.3 ค่านิยม เป็นระบบหนึ่งของความเชื่อ การดำรงชีวิตอยู่ในสังคมนั้น ๆ จะต้องสร้างเงื่อนไขในการดำรงชีวิต การที่จะทำหรือไม่ทำสิ่งหนึ่งสิ่งใดมีพื้นฐานมาจากการที่สังคมนั้นตัดสินดีแล้วว่าดีหรือเลว

1.4 ความเคยชินและขนบธรรมเนียมประเพณี เป็นรูปแบบที่สร้างขึ้นมาจากความรับผิดชอบภายในกลุ่ม ซึ่งคนในสังคมยอมรับด้วยความเต็มใจ เป็นแบบอย่างที่สมบูรณ์ และมีเหตุผล การกระทำที่แสดงออกเช่นนี้เป็นเพราะความเคยชินและประเพณีดั้งเดิมที่เคยยึดถือกัน

2. ปัจจัยผลักดัน

2.1 ความคาดหวัง เป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นภายในตัวเรา หรือ เกิดจากบุคคล กลุ่ม และสังคมที่ได้คิดหวังหรือกระทำออกมาตามที่เขาต้องการ

2.2 ข้อผูกพัน เมื่อมีการรวมกลุ่มขึ้นในสังคมก็จะมีข้อผูกพันตามกลุ่มที่ได้ตั้งขึ้น

2.3 การบังคับ เป็นความรู้สึกของคนที่ต้องกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งโดยไม่มีทางเลือก อาจจะถูกบังคับโดยกฎหมู่หรือกฎหมายก็ได้

3. ปัจจัยสนับสนุน

3.1 โอกาส เป็นความเชื่อของคนที่คิดว่าตนอยู่ในสถานการณ์ที่สามารถจะเลือกกระทำสิ่งหนึ่งสิ่งใดได้ตามโอกาสที่มีอยู่ แต่บางคนก็ไม่มีโอกาสจะเลือกกระทำได้เพราะสถานการณ์ไม่เอื้ออำนวย

3.2 ความสามารถ การที่ตนยอมรับว่าตนเองมีความรู้ความเข้าใจเพียงใดจะเป็นสิ่งที่สามารถกระทำสิ่งที่ตนต้องการให้สำเร็จลุล่วงไปได้

3.3 การสนับสนุน เป็นส่วนหนึ่งของการช่วยเหลือหรือต่อต้าน ซึ่งเกิดจากบุคคล หรือ

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

กลุ่มให้ความสนับสนุนด้านความคิดหรือเป็นแรงกระตุ้นให้คนกระทำสิ่งหนึ่งสิ่งใดลงไปเนื่องจากเขารู้สึกว่ามีผู้สนับสนุนให้ทำ

สรุปได้ว่า ความคิดเห็นแบ่งเป็น 3 ประเภท ได้แก่ 1) ความคิดเห็นเชิงบวกสุด-เชิงลบสุด ที่เกิดจากการเรียนรู้และประสบการณ์ 2) ความคิดเห็นจากความรู้ความเข้าใจที่เกิดจากความรู้ความเข้าใจต่อเรื่องนั้น ๆ และ 3) การแยกแยะเป็นส่วน ซึ่งเกิดจากการพิจารณาสิ่งใดสิ่งหนึ่งอย่างละเอียด โดยความคิดเห็นทั้ง 3 ประเภทเกิดจาก 3 ปัจจัย คือ 1) ปัจจัยดึงดูด คือ การกระทำที่ต้องมีเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ ความเชื่อ ค่านิยม รวมถึงความเคยชินและขนบธรรมเนียมประเพณี 2) ปัจจัยผลักดัน คือ ความคาดหวัง ข้อผูกพัน ทั้งจากตัวเองและจากบุคคลหรือกลุ่มภายนอก หรือการบังคับโดยกฎหมู่หรือกฎหมาย และ 3) ปัจจัยสนับสนุน คือ โอกาสที่จะเลือกกระทำ การยอมรับความสามารถของตนเอง และการสนับสนุนช่วยเหลือหรือการต่อต้าน

การเปลี่ยนแปลงความคิดเห็น

Traindis (1971 อ้างใน พุธรัตน์ สุขพงษ์ไทย, 2550: 12) กล่าวว่า ความคิดเห็นของบุคคลสามารถเปลี่ยนแปลงได้และมีสาเหตุของการเปลี่ยนแปลง ดังนี้

1. การรับรู้ข้อมูลใหม่จากบุคคลหรือสื่อมวลชน

2. การได้รับประสบการณ์ตรงที่พบด้วยตนเองหรือจากแรงสะเทือนใจ

3. การถูกบังคับให้ปฏิบัติตามโดยไม่เต็มใจ

โดยเกิดเป็นกระบวนการเปลี่ยนแปลงความคิดเห็นที่สามารถอธิบายขั้นตอนได้

Mcquire (1969 อ้างใน พุธรัตน์ สุขพงษ์ไทย, 2550: 13) ได้อธิบายขั้นตอนของกระบวนการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและความคิดเห็นว่าประกอบด้วยขั้นตอนต่าง ๆ 3 ขั้น คือ

1. การใส่ใจ (Attention) เป็นการให้ความสนใจต่อสิ่งต่าง ๆ

2. การเข้าใจ (Comprehension) การได้รับข้อมูลที่ถูกต้องและเกิดความรู้

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

3. การมีสิ่งใหม่เกิดขึ้น (Yielding) มีการเปลี่ยนแปลงสภาวการณ์จากสภาวะปกติ

การวัดความคิดเห็น

Best (1977 อ้างใน พุธรัตน์ สุขพงษ์ไทย, 2550: 9) อธิบายว่าในการศึกษาความคิดเห็นต่าง ๆ ส่วนมากจะใช้วิธีแบบวิจัยตลาด ได้แก่ การซักถาม สอบถาม บันทึกไว้ และรวบรวมไว้เป็นข้อมูล ซึ่ง Best ได้เสนอแนะว่า “วิธีที่ง่ายที่สุดในการที่จะบอกความคิดเห็น คือ การแสดงให้เห็นถึงจำนวนร้อยละของคำตอบในแต่ละข้อความ เพราะจะทำให้เห็นว่าความคิดเห็นจะออกมาในลักษณะเช่นใดและจะสามารถทำตามข้อคิดเห็นเหล่านั้นได้ หรือในการวางนโยบายใด ๆ ก็ตาม ความคิดเห็นที่วัดออกมาได้จะทำให้ผู้บริหารเห็นว่าสมควรหรือไม่ที่จะดำเนินการตามนโยบายหรือล้มเลิกไป”

ประสาร มาลากุล ณ อยุธยา และคณะ (2516: 86-87) กล่าวว่า การวัดความคิดเห็นนั้นเป็นการวัดความแตกต่างระหว่างบุคคลที่มีความสำคัญเพิ่มขึ้นทุกที โดยเฉพาะอย่างยิ่งเพื่อใช้ประโยชน์ในการศึกษา การโฆษณา ธุรกิจการค้า และการเมือง เครื่องมือที่ใช้วัดมักเป็นพวกแบบสอบถาม (Questionnaires) และแบบวัดลำดับความคิดเห็น (Rating Scale) ที่ให้ผู้ตอบได้แสดงความชอบ ไม่ชอบ เห็นด้วย ไม่เห็นด้วย เช่น ฉันรู้สึกว่าศาสนาทำให้สบายใจและมีความหวัง ให้เลือกตอบเพียงหนึ่งข้อว่า เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย ไม่แน่ใจ ไม่เห็นด้วย หรือไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

Zadrozny (1959 อ้างใน อุษณีย์ มหาวันสุ, 2547: 12-13) กล่าวว่า การวัดความคิดเห็นโดยทั่วไปต้องมีส่วนประกอบ 3 อย่าง คือ บุคคลที่ถูกวัด สิ่งเร้า และการตอบสนอง ซึ่งจะออกมาเป็นระดับสูง-ต่ำ โดยมากวิธีวัดจะใช้การตอบแบบสอบถามและการสัมภาษณ์ซึ่งให้ผู้ที่จะตอบคำถามเลือกตอบแบบสอบถามความคิดเห็นเป็นลักษณะของแต่ละบุคคล การวัดจึงวัดจากแรงจูงใจ การรับรู้ แต่มีข้อแตกต่างของประสบการณ์และปัจจัยอื่น ๆ จึงมีวิธีการวัดความคิดเห็น ดังนี้

1. การฉายภาพ (Projective Technique) เป็นการวัดโดยสร้างจินตนาการจากภาพ โดยภาพจะเป็นตัวกระตุ้นให้บุคคลแสดงความคิดเห็นออกมา ซึ่งทำให้พิจารณาได้ว่าบุคคลมีความคิดเห็นหรือความรู้สึกอย่างไรต่อภาพที่เห็น ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ที่ได้รับมาเป็นสำคัญ

2. การสัมภาษณ์ (Interview) เป็นการซักถามบุคคลช่วยให้ได้ข้อมูลที่ขยาย ครอบคลุม ทั้งในอดีต ปัจจุบัน และอนาคต

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

3. การใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นวิธีการวัดความคิดเห็นที่สิ้นเปลืองเวลาและเงินทุนน้อยกว่าวิธีอื่น โดยส่งแบบสอบถามไปยังกลุ่มที่ต้องการศึกษาให้ตอบกลับมา แต่มีข้อจำกัดอยู่ว่าผู้ที่ถูกสอบถามต้องอ่านออกเขียนได้

4. การให้เล่าความรู้สึก (Self-Report) วัดโดยการให้บุคคลเล่าความรู้สึกที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งผู้เล่าจะบรรยายความรู้สึกนึกคิดตามประสบการณ์และความสามารถออกมา

สรุปได้ว่า ถึงแม้ไม่สามารถวัดความคิดเห็นได้โดยตรงเนื่องจากความคิดเห็นเป็นการแสดงออกด้วยภาษาพูด ภาษาเขียน แต่ก็สามารถวัดความคิดเห็นได้จากส่วนประกอบ 3 อย่าง คือ บุคคลที่ถูกวัด สิ่งเร้า และการตอบสนอง ซึ่งเมื่อแสดงออกมาเป็นจำนวนร้อยละของคำตอบในแต่ละข้อความหรือเป็นระดับสูง-ต่ำ โดยวิธีต่าง ๆ ไม่ว่าจะวัดความคิดเห็นนั้นจะใช้การฉายภาพ (Projective Technique) เพื่อให้เป็นตัวกระตุ้นให้บุคคลแสดงความคิดเห็นออกมา การสัมภาษณ์ (Interview) การใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) และการให้เล่าความรู้สึก (Self-Report) ให้เป็นความคิดเห็นของตนเองที่จะแสดงความชอบ ไม่ชอบ เห็นด้วย ไม่เห็นด้วยนั้น ก็จะเป็นข้อมูลที่ได้มาเพื่อใช้ให้เป็นประโยชน์แก่ผู้บริหารงาน ในการวางนโยบายของระบบงานว่าควรดำเนินการไปในทิศทางใด อันจะก่อเกิดความสำเร็จของงานและทุกฝ่ายให้ได้รับความพึงพอใจจากงานนั้น

เศรษฐกิจพอเพียง

การตรวจเอกสารหัวข้อเศรษฐกิจพอเพียงครั้งนี้ได้ทำการศึกษาครอบคลุมถึง พระราชดำรัสพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวเกี่ยวกับเศรษฐกิจพอเพียง ความสำคัญของเศรษฐกิจพอเพียง ที่มาของปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง หลักแนวคิดของเศรษฐกิจพอเพียง ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง การประยุกต์ใช้หลักเศรษฐกิจพอเพียง ตลอดจนผลที่ได้รับเมื่อประยุกต์ใช้หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

พระราชดำรัสพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวเกี่ยวกับเศรษฐกิจพอเพียง

พระบรมราโชวาทในพิธีพระราชทานปริญญาบัตร ของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ 19 กรกฎาคม (2517 อ้างใน คณะอนุกรรมการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียง สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2550: 32)

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

...ในการพัฒนาประเทศนั้น จำเป็นต้องทำตามลำดับขั้น เริ่มด้วยการสร้างพื้นฐาน คือ ความมีกินมีใช้ของประชาชนก่อน ด้วยวิธีการที่ประหยัด ระมัดระวัง แต่ถูกต้องตามหลักวิชา เมื่อพื้นฐานเกิดขึ้นมั่นคงพอควรแล้ว จึงค่อยสร้างเสริมความเจริญขั้นที่สูงขึ้นตามลำดับต่อไป ...การถือหลักที่จะส่งเสริมความเจริญ ให้ค่อยเป็นไปตามลำดับ ด้วยความรอบคอบ ระมัดระวัง และประหยัดนั้น ก็เพื่อป้องกันความผิดพลาดล้มเหลว และเพื่อให้บรรลุผลสำเร็จได้แน่นอนบริบูรณ์...

พระราชดำรัสพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เนื่องในวโรกาสวันเฉลิมพระชนมพรรษา 4 ธันวาคม (2517 อ้างใน คณะอนุกรรมการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียง สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2550: 30)

...ขอให้ทุกคนมีความปรารถนาที่จะให้เมืองไทยพออยู่พอกิน มีความสงบ และทำงานตั้งอธิษฐาน ตั้งปณิธานในทางนี้ ที่จะให้เมืองไทยอยู่แบบพออยู่พอกิน ไม่ใช่ว่าจะรุ่งเรืองอย่างยอด แต่ว่ามีความพออยู่พอกิน มีความสงบ เปรียบเทียบกับประเทศอื่น ๆ ถ้าเรารักษาความพออยู่พอกินนี้ได้ เราก็จะยอดยิ่งยวดได้... ฉะนั้นถ้าทุกท่านซึ่งถือว่าเป็นผู้ที่มีความคิด และมีอิทธิพล มีพลัง ที่จะทำให้ผู้อื่น ซึ่งมีความคิดเหมือนกัน ช่วยกันรักษาส่วนรวมให้อยู่ดี กินดีพอสมควร ขอย้ำ พอควร พออยู่พอกิน มีความสงบ ไม่ให้คนอื่นมาแย่งคุณสมบัตินี้จากเราไปได้ ก็จะเป็นของขวัญวันเกิดที่ถาวร มีคุณค่าอยู่ตลอดกาล...

พระราชดำรัสพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว จากวารสารชัยพัฒนา ประจำเดือนสิงหาคม (2542 อ้างใน สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2550ก: 4)

...เศรษฐกิจพอเพียง เป็นเสมือนรากฐานของชีวิต รากฐานความมั่นคงของแผ่นดิน เปรียบเสมือนเสาเข็มที่ถูกตอกรองรับบ้านเรือนตัวอาคารไว้นั่นเอง สิ่งก่อสร้างจะมั่นคงได้ ก็อยู่ที่เสาเข็ม แต่คนส่วนมากมักไม่เห็นเสาเข็มและลืมเสาเข็มด้วยซ้ำไป...

พระราชดำรัสพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เนื่องในวโรกาสวันเฉลิมพระชนมพรรษา 23 ธันวาคม (2542 อ้างใน สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2550ก: 1)

...เศรษฐกิจพอเพียง แปลว่า Sufficiency Economy ...คำว่า Sufficiency Economy นี้ ไม่มีในตำราเศรษฐกิจ จะมีได้อย่างไร เพราะว่าเป็นทฤษฎีใหม่... Sufficiency Economy นั้น ไม่มี

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ในตำรา หมายความว่า เรามีความคิดใหม่... และท่านผู้เชี่ยวชาญสนใจ ก็หมายความว่า เราก็สามารถที่จะไปปรับปรุงหรือไปใช้หลักการ เพื่อที่จะให้เศรษฐกิจของประเทศและโลกพัฒนาดีขึ้น...

ความสำคัญของเศรษฐกิจพอเพียง

สำนักงานปฏิรูประบบสุขภาพแห่งชาติ (สปรส.) (2549: 5-7) กล่าวว่า พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ทรงสอนแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อให้คนไทยได้ศึกษา เรียนรู้ ให้เข้าใจ เพื่อใช้เป็นหลักในการดำเนินชีวิตอย่างพอดี พอประมาณ สมดุล ไม่สุดโต่ง และสร้างภูมิคุ้มกันภัยที่อาจเกิดแก่ตน แก่ครอบครัว แก่การงาน และแก่สังคม เศรษฐกิจพอเพียงของพระองค์ไม่ใช่สอนให้เอาเงินเป็นตัวตั้ง ไม่ใช่แค่เรื่องการค้าการขาย เรื่องทำมาหากิน หรือเรื่องตัวเลขทางเศรษฐกิจ เศรษฐกิจพอเพียงของพระองค์ท่านไม่ใช่การชวนกันถอยหลังกลับไปอยู่ในยุคโบราณที่ขาดแคลน อัตคัด ขัดสน เศรษฐกิจพอเพียงของพระองค์ท่านไม่ใช่สอนให้คนหยุดพัฒนา หยุดกระตือรือร้น หยุดรับความรู้และเทคโนโลยี เศรษฐกิจพอเพียงของพระองค์ท่านไม่ใช่สอนให้คนรอคอยแบมือขอรับแต่การสงเคราะห์ช่วยเหลือเรื่อยไป เศรษฐกิจพอเพียงของพระองค์ท่านไม่ใช่สอนให้ทำทุกสิ่งที่สามารถปั่นตัวเลข การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างไม่ลืมหูลืมตา ตรงกันข้ามเศรษฐกิจพอเพียงของพระองค์ท่านคือ การสอนให้ทุกคน ทุกครอบครัว ทุกองค์กรอยู่ในโลกปัจจุบันอย่างมีสติ มีปัญญารู้เท่าทันโลก ขยันขันแข็ง เอาการเอางาน รับผิดชอบ ทำทุกภารกิจอย่างพอดี พอประมาณ สมเหตุสมผล ไม่โลภเกินพอดี กล้าเผชิญกับโลกปัจจุบันอย่างใช้ปัญญา เพื่อเป็นภูมิคุ้มกันให้ตัวเอง ให้ครอบครัว ให้องค์กร และให้สังคม เพื่อไม่ตกเป็นเหยื่อของกระแสทุนโลกไม่ว่าจะมาด้วยรูปแบบใด เศรษฐกิจพอเพียงของพระองค์ท่านจึงเป็นหลักที่ทุกคน ทุกครอบครัว ทุกองค์กร ทุกสถาบัน ทุกชุมชน ทั้งสังคมสามารถน้อมนำมาปฏิบัติได้ ด้วยการรู้จักทวนกระแสกิเลส อันเป็นต้นธารแห่งความโลภที่ไม่มีสิ้นสุด ที่ผ่านมาพระองค์มิได้ทรงสอนเท่านั้น แต่พระองค์ทรงปฏิบัติให้คนไทยดูเป็นตัวอย่างมาโดยตลอด

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2550ก: 5) กล่าวว่า “เศรษฐกิจพอเพียง” เป็นปรัชญาที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงมีพระราชดำรัสชี้แนะแนวทางการดำเนินชีวิตแก่พสกนิกรชาวไทยมาโดยตลอดนานกว่า 30 ปี ตั้งแต่ก่อนเกิดวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจ และเมื่อภายหลังได้ทรงเน้นย้ำแนวทางการแก้ไขเพื่อให้รอดพ้น สามารถดำรงอยู่ได้อย่างมั่นคง ยั่งยืน ภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์และความเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

เกษมศักดิ์ แสนโภชน์ (2542: 1) กล่าวว่า ในสถานการณ์ปัจจุบันเป็นที่ยอมรับทั่วกันว่าสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจที่ส่งผลกระทบต่อความเป็นอยู่ของประชาชนชาวไทยอย่างกว้างขวางในขณะนี้ เป็นผลพวงจากแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจที่เน้นหนักด้านการผลิตเพื่อส่งออกที่เน้นทุนและเงินตรา เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงค่าของเงินตราปัญหาจึงวิกฤตดังที่เห็น ฉะนั้นเมื่อได้มีการน้อมนำแนวพระราชดำริเศรษฐกิจแบบพอเพียงของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ มาปฏิบัติกันอย่างจริงจังทั่วประเทศ ย่อมเชื่อมั่นได้อย่างยิ่งว่าจะเป็นหนทางสำคัญสำหรับประชาชนชาวไทยที่จะใช้ฝ่าฟันวิกฤติที่เผชิญอยู่ในขณะนี้ได้อย่างแน่นอน

คณะอนุกรรมการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียง สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2551: 17) กล่าวว่า การจะดำรงชีวิตอยู่ได้ตามหลักการพื้นฐานของเศรษฐกิจพอเพียงนั้น จำเป็นที่จะต้องเข้าใจสภาพการเปลี่ยนแปลงของสังคมโลกที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วตามอิทธิพลของกระแสโลกาภิวัตน์ ควบคู่ไปกับการพยายามหาหนทางหรือวิธีการที่จะดำรงชีวิตตามหลักการพื้นฐานของเศรษฐกิจพอเพียงให้ดำเนินไปได้อย่างสมดุลและสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมในยุคโลกาภิวัตน์ โดยอาศัยปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงเป็นตัวสร้างภูมิคุ้มกันต่อผลกระทบที่ชุมชนอาจจะได้รับจากกระแสโลกาภิวัตน์ ไม่ให้กระแสเหล่านั้นเข้ามาทำลายเอกลักษณ์และวัฒนธรรมจนต้องล่มสลายไป

ที่มาของปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

มูลนิธิชัยพัฒนา (2550: 2-3) กล่าวว่า จุดเริ่มต้นของเศรษฐกิจพอเพียงนั้นมาจากผลการใช้แนวทางการพัฒนาประเทศไปสู่ความทันสมัย ได้ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงแก่สังคมไทยอย่างมากในทุกด้าน ไม่ว่าจะเป็นเศรษฐกิจ การเมือง วัฒนธรรม สังคม และสิ่งแวดล้อม ซึ่งกระบวนการของความเปลี่ยนแปลงมีความสลับซับซ้อนจนยากที่จะอธิบายในเชิงสาเหตุและผลลัพธ์ได้ เพราะการเปลี่ยนแปลงทั้งหมดต่างเป็นปัจจัยที่เชื่อมโยงซึ่งกันและกัน สำหรับผลของการพัฒนาในด้านบวกนั้น ได้แก่ การเพิ่มขึ้นของอัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ ความเจริญทางวัตถุ และสาธารณูป - โภคต่าง ๆ ระบบสื่อสารที่ทันสมัย หรือการขยายปริมาณและกระจายการศึกษาอย่างทั่วถึงมากขึ้น

แต่ผลด้านบวกเหล่านี้ส่วนใหญ่กระจายไปถึงคนในชนบทหรือผู้ด้อยโอกาสในสังคมน้อย แต่ว่ากระบวนการเปลี่ยนแปลงของสังคมได้เกิดผลลบติดตามมาด้วย เช่น การขยายตัวของรัฐเข้าไปในชนบทได้ส่งผลให้ชนบทเกิดความอ่อนแอในหลายด้าน ทั้งความต้องการพึ่งพิงตลาดและพ่อค้าคนกลางในการสั่งสินค้าทุน ความเสื่อมโทรมของทรัพยากรธรรมชาติ ระบบความสัมพันธ์แบบ

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

เครือญาติ และการรวมกลุ่มกันตามประเพณีเพื่อการจัดการทรัพยากรที่เคยมีอยู่แต่เดิมแตกสลายลง ภูมิความรู้ที่เคยใช้แก้ปัญหาและสั่งสมปรับเปลี่ยนกันมาถูกลืมเลือนและเริ่มสูญหายไป สิ่งสำคัญก็คือความพอเพียงในการดำรงชีวิตซึ่งเป็นเงื่อนไขพื้นฐานที่ทำให้คนไทยสามารถพึ่งตนเอง และดำเนินชีวิตไปได้อย่างมีศักดิ์ศรีภายใต้อำนาจและความมีอิสระในการกำหนดชะตาชีวิตของตนเอง ความสามารถในการควบคุมและจัดการเพื่อให้ตนเองได้รับการสนองตอบต่อความต้องการต่าง ๆ รวมทั้งความสามารถในการจัดการปัญหาต่าง ๆ ได้ด้วยตนเอง ซึ่งทั้งหมดนี้ถือว่าเป็นศักยภาพพื้นฐานที่คนไทยและสังคมไทยเคยมีอยู่แต่เดิมต้องถูกกระทบกระเทือน ซึ่งวิกฤตเศรษฐกิจจากปัญหาฟองสบู่และปัญหาความอ่อนแอของชนบทรวมทั้งปัญหาอื่น ๆ ที่เกิดขึ้น ล้วนแต่เป็นข้อพิสูจน์และยืนยันปรากฏการณ์นี้ได้เป็นอย่างดี

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2550ข: 10-11) กล่าวว่า สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) ในฐานะหน่วยงานหลักในการวางแผนของประเทศ ตระหนักถึงความสำคัญของแนวคิดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง จึงได้เชิญผู้ทรงคุณวุฒิจากสาขาต่าง ๆ มาร่วมกันพิจารณา ประมวล และกลั่นกรอง สรุปออกมาเป็นนิยามความหมาย “ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” จากพระราชดำรัสของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เรื่อง เศรษฐกิจพอเพียง ที่พระราชทานในวโรกาสต่าง ๆ รวมทั้งพระราชดำรัสอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง จากนั้น สศช. ได้นำขึ้นทูลเกล้าฯ ขอพระราชทานพระบรมราชานุญาตนำบทความดังกล่าวไปเผยแพร่ เพื่อส่งเสริมให้ประชาชนทุกระดับมีความเข้าใจในหลักปรัชญาฯ และใช้เป็นพื้นฐานและแนวทางในการดำเนินชีวิต ซึ่งทรงพระกรุณาปรับปรุง แก้ไข และโปรดเกล้าพระราชทานพระบรมราชานุญาตตามที่ขอพระมหากรุณาตามหนังสือที่ รล.0003/18888 ให้นำไปใช้และเผยแพร่ได้เมื่อวันที่ 29 พฤศจิกายน พ.ศ. 2542 เพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติของทุกฝ่ายและประชาชนโดยทั่วไป ทั้งนี้สศช.ได้อัญเชิญ “ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง” มาเป็นปรัชญานำทางในการจัดทำแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 9 (พ.ศ.2545-2549) และฉบับที่ 10 (พ.ศ.2550-2554) รวมทั้งได้เสริมสร้างความเข้าใจไปยังภาคส่วนต่าง ๆ เพื่อให้เกิดความเข้าใจเห็นคุณค่าและน้อมนำไปประยุกต์ใช้ในวิถีชีวิตต่อไป

หลักแนวคิดของเศรษฐกิจพอเพียง

อนุวรรตน์ ศิลาเรืองอำไพ (2549: 60) กล่าวว่า จากพระราชดำรัสขององค์พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวตามแนวทางเศรษฐกิจพอเพียง เป็นแนวทางที่แสดงถึงพระอัจฉริยภาพในฐานะพระราชาอันทรงเป็นที่พึ่งของปวงประชาชนคนไทย ซึ่งเป็นแนวทางเดียวที่สอดคล้องกับมัชฌิมา

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ปฏิปทา ทางสายกลาง อันเป็นหลักของพระสัมมาสัมพุทธเจ้าที่ใช้ในการพิชิตมารสู่การหลุดพ้น ในฐานะพระธรรมราชาอันทรงเป็นที่พึ่งของชาวพุทธทั่วโลก จะเห็นได้ว่าเศรษฐกิจพอเพียงนั้นมีคุณสมบัติ คือ

1. รักษาสภาวะสมดุล เช่น การผลิตต้องไม่มากเกินและน้อยเกิน ต้องพอดี มีความสมดุลระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stake Holder) เป็นต้น

2. ไม่ได้ต่อต้านกระแสโลกาภิวัตน์แต่ต้องรู้เท่าทัน

3. ให้สร้างความเจริญ มีวิริยะอุตสาหะ พร้อมไปกับความพึงพอใจในสิ่งที่ตนเองสามารถทำได้ตามศักยภาพ

4. เป็นเรื่องที่ทำได้ยาก

5. ความพอพียงแต่ละบุคคลไม่เหมือนกัน ต้องสมฐานะ

6. เน้นการพัฒนาที่ยั่งยืน

7. เน้นการพึ่งพาตนเอง

8. มีเหตุมีผล

จากพระราชดำรัสของพระองค์จะเห็นว่าท่านต้องการให้คนไทยมีภูมิคุ้มกันที่แข็งแรง โดยเฉพาะด้านจิตใจต้องมีปัญญาในการรู้เท่าทันกระแสโลกาภิวัตน์หรือระบบทุนนิยม โดยให้ประชาชนคนไทยสามารถอยู่ได้อย่างมีความสุข

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2550ก: 6-8) กล่าวว่า เศรษฐกิจพอเพียง เป็นปรัชญาที่ชี้ถึงแนวทางการดำรงอยู่และปฏิบัติตนของประชาชนในทุกระดับ ตั้งแต่ระดับครอบครัว ระดับชุมชน จนถึงระดับรัฐ ทั้งในการพัฒนาและบริหารประเทศให้ดำเนินไปในทางสายกลาง โดยเฉพาะการพัฒนาเศรษฐกิจเพื่อให้ก้าวทันต่อโลกยุคโลกาภิวัตน์ ความพอเพียง หมายถึง ความพอประมาณ ความมีเหตุผล รวมถึงความจำเป็นที่จะต้องมีระบบภูมิคุ้มกันในตัวที่ดีพอสมควรต่อการมีผลกระทบใด ๆ อันเกิดจากการเปลี่ยนแปลงทั้งภายนอกและภายใน ทั้งนี้จะต้องอาศัยความรอบรู้ ความรอบครอบ และความระมัดระวังอย่างยิ่งในการนำวิชาการต่าง ๆ มาใช้

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ในการวางแผนและการดำเนินการทุกขั้นตอนและขณะเดียวกันจะต้องเสริมสร้างพื้นฐานจิตใจของคนในชาติโดยเฉพาะเจ้าหน้าที่ของรัฐ นักทฤษฎี และนักธุรกิจในทุกระดับให้มีสำนึกในคุณธรรม ความซื่อสัตย์สุจริต และให้มีความรอบรู้ที่เหมาะสม ดำเนินชีวิตด้วยความอดทน ความเพียร มีสติปัญญา และความรอบครอบ เพื่อให้สมดุลและพร้อมต่อการรองรับการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและกว้างขวาง ทั้งด้านวัตถุ สังคม สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรมจากโลกภายนอกได้เป็นอย่างดี

ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

อำพน กิตติอำพน (2550: 23-26) กล่าวว่า ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงนั้นเป็นปรัชญาซึ่งสูงกว่าหลักปรัชญาอื่น ๆ เพราะเป็นหลักคิดในเชิงตรรกะชั้นสูงมองในระดับที่ว่าเมื่อคนเข้าใจแล้วเกิดการน้อมนำไปปฏิบัติก็เหมือนศีล 5 ที่เราปฏิบัติเพื่อความสุข ดังที่ ฯพณฯ องคมนตรีเกษม วัฒนชัย ได้บรรยายไว้ในหลาย ๆ โอกาสว่า เมื่อพิจารณาถึงงานต่าง ๆ ที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวได้ทรงงานมาตลอดการครองราชย์ว่าทรงยึดหลัก 3 ประการมาโดยตลอด คือ หลักประการแรกเป็นเรื่องการพัฒนาคน พระองค์ท่านได้ทรงงานร่วมกับประชาชนมาโดยตลอด ลงไปสัมผัสในความเดือนร้อนในความทุกข์ยากของประชาชน ศึกษาอย่างถ่องแท้โดยยึดผลประโยชน์ของประชาชนเป็นหลัก ซึ่งประชาชนมีส่วนร่วมในการคิดและตัดสินใจ เห็นได้จากพระราชกรณียกิจต่าง ๆ ที่ทรงตัดสินพระทัยในการพัฒนาตามโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริจะทรงตรัสถามชาวบ้านก่อนเสมอ ชาวบ้านจึงมีส่วนร่วมในการคิด ในการที่จะพัฒนาในหลาย ๆ รูปแบบ ซึ่งสามารถเห็นได้อย่างชัดเจน หลักประการที่สอง คือ หลักของการยึดภูมิสังคมไทย พระองค์ท่านได้ทรงวิเคราะห์และเข้าใจถึงภูมิสังคม นั่นคือความแตกต่างในเชิงของวัฒนธรรม ในเชิงของความเป็นอยู่และการดำรงชีวิตของแต่ละคนของประชาชนชาวไทยในแต่ละภูมิภาค ในแต่ละชุมชน ในแต่ละหมู่บ้าน ซึ่งมีความแตกต่าง ของประเพณี วัฒนธรรม และเศรษฐกิจ ตามที่พระองค์ท่านได้พระราชทานหลายครั้งถึงคำว่า ต้องเข้าใจ เข้าถึง ก่อนที่เราจะเริ่มในกระบวนการพัฒนา เพราะความหลากหลายด้านภูมิสังคมทางด้านกายภาพและด้านวัฒนธรรมนั้นแตกต่างกัน และหลักประการที่สาม คือ การพึ่งตนเอง ซึ่งไม่ได้หมายความว่าทุกอย่างจะต้องทำด้วยตนเองตลอด แต่ต้องพยายามพัฒนาในการพึ่งตนเอง สิ่งสำคัญที่จะช่วยในการพึ่งตนเองที่ดีที่สุดก็คือ ความรู้ว่าเรามีความรู้ในสิ่งที่เรากำลังดำเนินการมากน้อยแค่ไหน ควรแสวงหาความรู้ที่มีอยู่มากมายเพิ่มเติมและทำตามขั้นตอนในการวิเคราะห์อย่างระมัดระวัง เพราะเรื่องการพัฒนาในความรู้จะเชื่อมโยงกับตัวเราเองก่อนแล้วจะขยายออกไป

คณะอนุกรรมการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียง สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2550: 16-20) กล่าวว่า ปรัชญาของเศรษฐกิจมีหลักพิจารณาอยู่ด้วยกัน 5 ส่วน ดังนี้

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

1. กรอบแนวคิด เป็นปรัชญาที่ชี้แนะแนวทางการดำรงอยู่และปฏิบัติตนในทางที่ควรจะเป็น โดยมีพื้นฐานมาจากวิถีชีวิตดั้งเดิมของสังคมไทย สามารถนำมาประยุกต์ใช้ได้กับทุกคน ทุกเวลา และทุกสถานที่ และเป็นการมองโลกเชิงระบบที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา มุ่งเน้นการรอดพ้นจากภัยและวิกฤต เพื่อความมั่นคงและความยั่งยืนของการพัฒนา

2. คุณลักษณะ เศรษฐกิจพอเพียงสามารถนำมาประยุกต์ใช้กับการปฏิบัติตนได้ในทุกระดับ โดยเน้นการปฏิบัติบนทางสายกลางและการพัฒนาอย่างเป็นขั้นตอน

3. คำนิยาม ความพอเพียงจะต้องประกอบด้วย 3 คุณลักษณะ พร้อม ๆ กัน ดังนี้

3.1 ความพอประมาณ หมายถึง ความพอดี ที่ไม่น้อยเกินไปหรือมากเกินไป โดยไม่เบียดเบียนตนเองและผู้อื่น เช่น การผลิตและการบริโภคที่อยู่ในระดับพอประมาณ

3.2 ความมีเหตุผล หมายถึง การตัดสินใจเกี่ยวกับระดับของความพอเพียงนั้นจะต้องเป็นไปอย่างมีเหตุผล โดยพิจารณาจากเหตุปัจจัยที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนคำนึงถึงผลที่คาดว่าจะเกิดขึ้นจากการกระทำนั้น ๆ อย่างรอบคอบ

3.3 การมีภูมิคุ้มกันที่ดีในตัว หมายถึง การเตรียมตัวให้พร้อมรับผลกระทบและการเปลี่ยนแปลงด้านต่าง ๆ โดยคำนึงถึงความเป็นไปได้ของสถานการณ์ต่าง ๆ ที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในอนาคตทั้งใกล้และไกล

4. เงื่อนไข การตัดสินใจและการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ให้อยู่ในระดับพอเพียงนั้น ต้องอาศัยทั้งความรู้และคุณธรรมเป็นพื้นฐาน กล่าวคือ

4.1 เงื่อนไขความรู้ ประกอบด้วยความรอบรู้เกี่ยวกับวิชาการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องอย่างรอบด้าน ความรอบคอบที่จะนำความรู้เหล่านั้นมาพิจารณาให้เชื่อมโยงกันเพื่อประกอบการวางแผนและความระมัดระวังในขั้นปฏิบัติ

4.2 เงื่อนไขคุณธรรม ที่จะต้องเสริมสร้างประกอบด้วย มีความตระหนักในคุณธรรม ใช้สติปัญญาในการดำเนินชีวิต มีความขยัน อดทน มีความเพียร ซื่อสัตย์สุจริต ไมโลภ ไม่ตระหนี่ และรู้จักแบ่งปัน

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

5. แนวทางปฏิบัติ/ผลที่คาดว่าจะได้รับ จากการนำปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้ คือ การพัฒนาที่สมดุลและสามารถพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงในทุกด้าน ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม ความรู้ และเทคโนโลยี

โดยสามารถสรุปปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงออกมาเป็นแบบจำลองได้ดังภาพที่ 15

ภาพที่ 15 แบบจำลองสรุปปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง
ที่มา: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2550: 21)

การประยุกต์ใช้หลักเศรษฐกิจพอเพียง

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2550ข: 22-23) ได้กล่าวถึงการประยุกต์ใช้เศรษฐกิจพอเพียงในด้านต่าง ๆ ไว้ดังนี้

1. ด้านเศรษฐกิจ ไม่ใช้จ่ายเกินตัว ไม่ลงทุนเกิดขนาด คิดและวางแผนอย่างรอบคอบ มีภูมิคุ้มกัน ไม่เสี่ยงเกินไป

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

2. ด้านจิตใจ มีจิตใจที่เข้มแข็ง มีจิตสำนึกที่ดี เอื้ออาทร เห็นแก่ประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าประโยชน์ส่วนตัว

3. ด้านสังคมและวัฒนธรรม ช่วยเหลือเกื้อกูลกัน รู้ รัก สามัคคี สร้างความเข้มแข็งให้ครอบครัวและชุมชน รักษาเอกลักษณ์ ภาษา ภูมิปัญญา และวัฒนธรรมไทย

4. ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม รู้จักใช้และจัดการอย่างฉลาดและรอบคอบ ฟื้นฟูทรัพยากรเพื่อให้เกิดความยั่งยืนและคงอยู่ชั่วลูกหลาน

5. ด้านเทคโนโลยี รู้จักใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมสอดคล้องกับความต้องการและสภาพแวดล้อม พัฒนาเทคโนโลยีจากภูมิปัญญาชาวบ้าน

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2550ก: 11-30) ได้อธิบายการประยุกต์ใช้หลักเศรษฐกิจพอเพียงในระดับและกลุ่มต่าง ๆ ไว้ดังนี้

1. การประยุกต์ใช้หลักเศรษฐกิจพอเพียงในส่วนของระดับ ได้แก่

1.1 ระดับบุคคลและครอบครัว เริ่มต้นจากการเสริมสร้างคนให้มีการเรียนรู้วิชาการและทักษะต่าง ๆ ที่จำเป็น เพื่อให้สามารถรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงในด้านต่าง ๆ พร้อมทั้งเสริมสร้างคุณธรรมจนมีความเข้าใจและตระหนักถึงคุณค่าของการอยู่รวมกันของคนในสังคม รวมทั้งอยู่ร่วมกับระบบนิเวศอย่างสมดุล เพื่อจะได้ละเว้นการประพฤติมิชอบ ไม่ตระหนี่ เป็นผู้ให้ เกื้อกูล แบ่งปัน มีสติยั้งคิดพิจารณาอย่างรอบครอบก่อนที่จะตัดสินใจหรือกระทำการใด ๆ จนกระทั่งเกิดเป็นภูมิคุ้มกันที่ดีในการดำรงชีวิต โดยสามารถคิดและกระทำบนพื้นฐานของความมีเหตุผล พอเหมาะ พอประมาณกับสถานภาพ บทบาท และหน้าที่ของแต่ละบุคคลในแต่ละสถานการณ์ แล้วเพียรฝึกปฏิบัติจนสามารถทำตนให้เป็นที่พึ่งของตนเองและผู้อื่นได้ในที่สุด

1.2 ระดับชุมชน ชุมชนพอเพียงประกอบด้วยบุคคลและครอบครัวต่าง ๆ ที่ใฝ่หาความก้าวหน้าบนพื้นฐานของปรัชญาแห่งความพอเพียง คือ มีความรู้และคุณธรรมเป็นกรอบในการดำเนินชีวิตจนสามารถพึ่งตนเองได้ บุคคลเหล่านี้มารวมกลุ่มกันทำกิจกรรมต่าง ๆ ที่สอดคล้องเหมาะสมกับสถานภาพภูมิสังคมของแต่ละชุมชน โดยพยายามใช้ทรัพยากรต่าง ๆ ที่มีอยู่ในชุมชนให้เกิดประโยชน์สูงสุดผ่านการร่วมแรง ร่วมใจ ร่วมคิด ร่วมทำ แลกเปลี่ยนเรียนรู้กับบุคคลหลาย

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

สถานภาพในสิ่งที่จะสร้างประโยชน์สุขของคนส่วนรวมและความก้าวหน้าของชุมชนอย่างมีเหตุผล โดยอาศัยสติปัญญาความสามารถของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องและบนพื้นฐานของความซื่อสัตย์สุจริต อดกลั้นต่อการกระทบกระทั่ง ขยันหมั่นเพียร และมีความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ ช่วยเหลือแบ่งปันกันระหว่างสมาชิกชุมชน นำไปสู่ความสามัคคีของคนในชุมชนซึ่งเป็นภูมิคุ้มกันที่ดีของชุมชน จนนำไปสู่การพัฒนาของชุมชนที่สมดุลและพร้อมรับต่อการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ กระทั่งสามารถพัฒนาไปสู่เครือข่ายระหว่างชุมชนต่าง ๆ

1.3 ระดับประเทศ แผนการบริหารจัดการประเทศส่งเสริมให้บุคคล/ชุมชนต่าง ๆ มีวิถีปฏิบัติ มีความร่วมมือ และการพัฒนาในสาขาต่าง ๆ ตามแนวทางของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และดำเนินการตามแผนดังกล่าวอย่างรอบคอบเป็นขั้นตอน เริ่มจากการวางรากฐานของประเทศให้มีความพอเพียง โดยส่งเสริมให้ประชาชนส่วนใหญ่สามารถอยู่อย่างพอมีพอกินและพึ่งตนเองได้ด้วย มีความรู้และทักษะที่จำเป็นในการดำรงชีวิตอย่างเท่าทันต่อการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ และมีคุณธรรม ซื่อสัตย์สุจริต ขยันหมั่นเพียร เอื้อเฟื้อแบ่งปัน ใช้สติปัญญาในการตัดสินใจและดำเนินชีวิต พร้อมทั้งส่งเสริมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกลุ่มคนต่าง ๆ จากหลากหลายภูมิสังคม หลากหลายอาชีพ หลากหลายความคิด หลากหลายประสบการณ์ เพื่อสร้างความเข้าใจและความรู้ความเป็นจริงระหว่างกันของคนในประเทศ จนนำไปสู่ความสามัคคีและจิตสำนึกที่จะร่วมแรงร่วมใจกันพัฒนาประเทศให้เจริญก้าวหน้าอย่างสอดคล้องสมดุลกับสถานภาพความเป็นจริงของคนในประเทศอย่างเป็นขั้นตอนเป็นลำดับ ๆ ต่อไป

2. การประยุกต์ใช้หลักเศรษฐกิจพอเพียงในส่วนของกลุ่ม ได้แก่

2.1 กลุ่มเกษตรกร ได้แก่ เกษตรทฤษฎีใหม่ที่มี 3 ขั้นตอนดังนี้ ขั้นตอนที่ 1 เป็นแนวทางการจัดการพื้นที่เกษตรกรรมในระดับครอบครัวที่สอดคล้องสมดุลกับระบบนิเวศ เพื่อให้พออยู่พอกิน สมควรแก่อัตภาพในระดับที่ประหยัดและเลี้ยงตนเอง/ครอบครัวได้ ขั้นตอนที่ 2 การรวมกลุ่มในรูปสหกรณ์ ร่วมมือกันในการผลิต จัดการตลาด และพัฒนาสวัสดิการของชุมชนในรูปแบบต่าง ๆ เป็นการสร้างความสามัคคีภายในท้องถิ่นและเตรียมความพร้อมก่อนก้าวสู่โลกภายนอก ขั้นตอนที่ 3 ติดต่อประสานงานกับหน่วยงานภายนอกเพื่อจัดหาทุน วิชาการ ความรู้เทคโนโลยีจากธุรกิจเอกชน เช่น ธนาคาร บริษัท ห้างร้าน เอกชน ตลอดจนหน่วยงานภาครัฐ มูลนิธิต่าง ๆ มาช่วยในการลงทุนและพัฒนาคุณภาพชีวิต โดยสรุปแนวพระราชดำริส่งเสริมให้เกษตรกรสามารถพึ่งตนเองได้ มีการรวมกลุ่มกัน และเชื่อมโยงเครือข่ายในด้านต่าง ๆ เพื่อให้เกิดความก้าวหน้าไปอย่างสมดุลกับสภาพแวดล้อมในแต่ละท้องถิ่นที่มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องเป็นขั้นตอน โดยประยุกต์ใช้

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ความรู้ ภูมิปัญญา และทรัพยากรด้านต่าง ๆ ที่มีอยู่อย่างเหมาะสมบนพื้นฐานของคุณธรรม ความซื่อสัตย์ ขยัน หมั่นเพียร เอื้อเฟื้อ แบ่งปัน และใช้สติปัญญาในการตัดสินใจและดำเนินชีวิต

2.2 กลุ่มนักธุรกิจ นักธุรกิจพอเพียงจะคำนึงถึงความมั่นคงและยั่งยืนของการดำเนินธุรกิจมากกว่าการแสวงหาผลประโยชน์ระยะสั้น ฉะนั้นจึงต้องมีความรอบรู้ในธุรกิจที่ตนดำเนินการอยู่ มีการศึกษาข้อมูลข่าวสารอยู่ตลอดเวลาเพื่อให้สามารถก้าวทันต่อการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ มีความรอบคอบในการตัดสินใจในแต่ละครั้งเพื่อป้องกันข้อบกพร่องเสียหายต่าง ๆ ไม่ให้เกิดขึ้น และต้องมีคุณธรรม คือ มีความซื่อสัตย์สุจริตในการประกอบอาชีพ ไม่ผลิตหรือค้าขายสินค้าที่ก่อโทษหรือสร้างปัญหาให้กับคนในสังคมและสิ่งแวดล้อม มีความขยันหมั่นเพียร อดทนในการพัฒนาธุรกิจไม่ให้มีความบกพร่องและก้าวหน้าไปอย่างต่อเนื่อง โดยมีการพัฒนาประสิทธิภาพการผลิต การปรับปรุงสินค้าและคุณภาพให้ทันกับความต้องการของตลาดและการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี ในขณะเดียวกันต้องมีความรับผิดชอบต่อสังคมและระบบนิเวศในทุกขั้นตอนของการดำเนินธุรกิจ โดยการรักษาสมดุลในการแบ่งปันผลประโยชน์ของธุรกิจระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่าง ๆ อย่างสมเหตุสมผล ตั้งแต่ผู้บริโภค พนักงาน บริษัทคู่ค้า ผู้ถือหุ้น สังคมวงกว้าง รวมถึงสิ่งแวดล้อม

2.3 กลุ่มนักการเมือง นักการเมืองที่มีหลักคิดและหลักปฏิบัติบนพื้นฐานของเศรษฐกิจพอเพียงจะต้องเป็นตัวอย่างของผู้นำที่มีความเข้มแข็งทางด้านคุณธรรม จริยธรรม มีความละอายและเกรงกลัวต่อการกระทำความผิดแม้เพียงเล็กน้อย เนื่องจากการกระทำของผู้นำส่งผลกระทบในวงกว้างต่อชุมชน/สังคม และในขณะเดียวกันนักการเมืองในทุกระดับจะต้องรู้จักสังคม ชุมชนที่แต่ละคนเป็นผู้แทนอย่างถ่องแท้ มีความเข้าใจระบบการปกครองและระเบียบปฏิบัติต่าง ๆ ตามกฎหมายและขนบธรรมเนียมประเพณีของสังคม รอบรู้และเท่าทันการเปลี่ยนแปลงในด้านต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอกประเทศ โดยมุ่งที่จะดำเนินวิถีทางการเมืองเพื่อให้ท้องถิ่น/ประเทศชาติมีความก้าวหน้าไปอย่างสมดุลในทุก ๆ ด้าน และคนในท้องถิ่น/ประเทศชาติอยู่อย่างพอเพียง สมัครสมานสามัคคีปรองดองกัน การกำหนดนโยบาย การออกกฎหมายและข้อบัญญัติต่าง ๆ ต้องยึดมั่นอยู่บนพื้นฐานของความพอเพียง โดยบำรุงรักษาสิ่งที่ดีที่มีอยู่แล้ว เช่น ค่านิยม องค์ความรู้ สิ่งแวดล้อมที่ดีให้คงอยู่ พร้อมทั้งปรับปรุง/แก้ไข/ยกเลิกส่วนที่ไม่ดีที่เป็นเหตุให้เกิดความไม่สมดุล ไม่พอเพียงในสังคม ให้กลับมาสู่แนวทางปฏิบัติที่มุ่งสู่ความสมดุล และสนับสนุนให้เกิดสิ่งที่ดีเป็นประโยชน์ต่อส่วนร่วมแต่ยังขาดอยู่ เช่น ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี การพัฒนาฝีมืออาชีพต่าง ๆ ให้เกิดขึ้นอย่างสมดุลกับศักยภาพและระดับการพัฒนาของท้องถิ่น/ประเทศชาติ เพื่อนำไปสู่ความสามารถในการพึ่งตนเองได้ของคน/ชุมชนในทุกระดับ

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

2.4 กลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐ เจ้าหน้าที่ของรัฐจะต้องเริ่มต้นสร้างความพอเพียงให้เกิดขึ้นในการดำเนินชีวิตของแต่ละบุคคลก่อน โดยตระหนักถึงบทบาทหน้าที่ของตนในการเป็นผู้ให้บริการแก่สังคม และร่วมเสริมสร้างสภาวะแวดล้อมที่เอื้อต่อการอยู่ร่วมกันของคนในสังคมและอยู่ร่วมกับระบบนิเวศได้อย่างสมดุล มีสำนึกในคุณธรรม ความซื่อสัตย์สุจริต มีสติยั้งคิด ใช้ปัญญาพิจารณาอย่างรอบคอบในการดำเนินชีวิตและปฏิบัติหน้าที่บนพื้นฐานของความมีเหตุมีผล พอประมาณกับศักยภาพและสถานภาพของแต่ละบุคคลในแต่ละสถานการณ์ และหมั่นเสริมสร้างความรู้ให้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ เพื่อจะได้มีภูมิคุ้มกันในตัวที่ดี การเตรียมนโยบาย แผนงาน หรือโครงการต่าง ๆ ต้องสอดคล้องกับปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง โดยเน้นการพัฒนาที่สร้างความสมดุลในด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรม ให้เกิดขึ้นพร้อม ๆ กับการรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ โดยมุ่งให้ประชาชน/ชุมชน สามารถพึ่งตนเองและสามารถเป็นที่พึ่งของสังคม/ประเทศชาติได้ในที่สุด เจ้าหน้าที่ของรัฐไม่ควรสั่งการหรือชี้นำประชาชน/ชุมชนมากเกินไป แต่ควรสนับสนุนให้ประชาชน/ชุมชนสามารถช่วยตนเอง กำหนดทิศทางการพัฒนาหรือแผนงานกิจกรรมที่ยืนอยู่บนขาตนเอง พึ่งพาตนเองได้ แล้วให้เจ้าหน้าที่ของรัฐมาช่วยสนับสนุนให้แผนงานกิจกรรมนี้เป็นจริงขึ้นมาตามหลักการพัฒนา “ช่วยเหลือประชาชน/ชุมชนเพื่อให้เขาช่วยตัวเองได้”

2.5 กลุ่มครูและอาจารย์ ครูและอาจารย์จะต้องทำตนให้เป็นตัวอย่างแก่นักเรียน นักศึกษา ในการดำเนินชีวิตอย่างพอเพียงให้ได้ก่อน จึงจะสามารถถ่ายทอด ปลูกฝัง อบรม และทำตนให้เป็นตัวอย่างแก่นักเรียน นักศึกษา ให้เข้าใจเศรษฐกิจพอเพียงอย่างถูกต้องและสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้ในชีวิตประจำวันของแต่ละคน ผ่านการบูรณาการในสาระเรียนรู้วิชาต่างๆ ตลอดจนสอดแทรกในกิจกรรมพัฒนาผู้เรียนต่าง ๆ การดำเนินชีวิตอย่างพอเพียงต้องเริ่มจากการตระหนักถึงความจำเป็นของการอยู่ร่วมกันของคนในสังคมและอยู่ร่วมกับระบบนิเวศได้อย่างสมดุล เข้าใจหลักเศรษฐกิจพอเพียงอย่างถ่องแท้จนเห็นว่าเป็นหลักคิดและหลักปฏิบัติที่จะเสริมสร้างให้สังคมเกิดสันติสุข มีความเจริญก้าวหน้าอย่างสมดุลและยั่งยืน คนในสังคมมีความสามัคคีปรองดองกัน แล้วฝึกปฏิบัติตนให้มีสำนึกในคุณธรรม ความซื่อสัตย์สุจริต มีสติยั้งคิด ใช้ปัญญาพิจารณาอย่างรอบคอบในการดำเนินชีวิต ปฏิบัติหน้าที่บนพื้นฐานของความมีเหตุผล พอประมาณกับศักยภาพและสถานภาพของแต่ละบุคคลในแต่ละสถานการณ์ และหมั่นเสริมสร้างความรู้ในด้านต่าง ๆ ให้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงเพื่อจะได้มีภูมิคุ้มกันในตัวที่ดี เนื่องจากความรู้และความมีเหตุมีผลมีความสำคัญยิ่ง ครูและอาจารย์จึงมีบทบาทสำคัญยิ่งในเรื่องนี้ แต่อย่าลืมว่าต้องเป็นความรู้ที่รอบคอบ ระมัดระวังและเหมาะสมกับแต่ละภูมิสังคมด้วย

สำนักงานปฏิรูประบบสุขภาพแห่งชาติ (สปรส.) (2549: 57-59) ได้กล่าวถึง เศรษฐกิจพอ

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

เพียงที่สามารถนำไปใช้กำหนดแนวทางการพัฒนาประเทศ ซึ่งสรุปเป็นหลักการสำคัญคือ

1. ยึดหลักการให้ผู้คนอยู่เย็นและสังคมเป็นสุข เป็นเป้าหมายในการพัฒนาประเทศ

2. การกระจายรายได้เพื่อสร้างความเป็นธรรมในสังคม มีความสำคัญมากกว่าตัวเลขชี้วัดการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ

3. ส่งเสริมสัมมาอาชีพ กิจการที่เป็นประโยชน์และไม่ก่อโทษแก่สังคม

4. เน้นการพัฒนามนุษย์ให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีและสังคมมีความสงบสุข

5. ให้ความสำคัญต่อสิทธิมนุษยชน ตลอดจนคุณค่าและศักดิ์ศรีแห่งความเป็นมนุษย์เหนือความเจริญทางเศรษฐกิจ

6. สนับสนุนให้ประชาชนและชุมชนได้รับการพัฒนาอย่างเหมาะสม และอยู่ร่วมกันได้อย่างสมานฉันท์โดยไม่มีอคติต่อวัฒนธรรมที่แตกต่างหลากหลาย

7. ส่งเสริมพัฒนาการใช้ทรัพยากร พลังงานทางเลือก ที่เป็นมิตรกับธรรมชาติสิ่งแวดล้อม

8. พัฒนาสังคมโดยใช้ความรู้และคุณธรรมเป็นธงนำ

9. คบหาสมาคมกับนานาชาติด้วยหลักความเสมอภาค ไม่มุ่งเอารัดเอาเปรียบใคร และมิให้ใครมาเอาเปรียบ

ผลที่ได้รับเมื่อประยุกต์ใช้หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

วิษณุ บุญมารัตน์ (2549: 12-13) กล่าวว่า สิ่งที่จะเกิดขึ้นจากการน้อมนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้ คือ การพัฒนาที่สมดุลและยั่งยืน พร้อมรับต่อการเปลี่ยนแปลงในทุกด้าน ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม ความรู้และเทคโนโลยีมาใช้ขจัดความยากจน เน้นการพึ่งตนเองโดยใช้ปัญญาและความเพียรของตนเองในการแก้ปัญหาความยากจนนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน ซึ่งมีหลัก 5 ประการ คือ

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

1. เศรษฐกิจพอเพียง คือ หายจน พออยู่พอกินถ้วนหน้า

2. สังคมพอเพียง คือ เป็นสังคมสามัคคี อยู่ร่วมกัน มีไมตรีจิตต่อกัน เอื้ออารีต่อกัน

3. ทรัพยากรธรรมชาติพอเพียง คือ อนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติให้มีการใช้อย่างเป็นธรรมและยั่งยืน

4. ปัญญาพอเพียง คือ ไม่โลภ มีไมตรีจิต พึ่งตนเอง วิริยะ อนุรักษ์ทรัพยากร

5. การศึกษาพอเพียง สามารถสร้างปัญญาพิจารณาสิ่งที่ถูกต้องสิ่งที่ควรกระทำ ขจัดความหลงที่เป็นโมหจริตลง

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2550ข: 24) กล่าวว่า การน้อมนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้ในทุกภาคส่วนของสังคมอย่างจริงจัง จะส่งผลให้การพัฒนาประเทศก้าวหน้าไปอย่างสมดุล มั่นคง และยั่งยืน พร้อมรับต่อการเปลี่ยนแปลงในทุกด้าน ทั้งด้านชีวิต เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม และเทคโนโลยีอันจะนำไปสู่ “ความอยู่เย็นเป็นสุขร่วมกันในสังคมไทย”

อำพน กิตติอำพน (2550: 19-20) กล่าวว่า เมื่อปฏิบัติตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงจะเข้าใจถึงหลักความพอประมาณ มีเหตุผล เข้าใจถึงหลักการขับเคลื่อนฯ โดยใช้หลักวิชาการ คุณธรรม และความเพียร จะช่วยให้เกิดความสมดุลและภูมิคุ้มกันที่จะรองรับต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วและกว้างขวาง ทั้งในด้านวัตถุ สังคม สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรมจากโลกภายนอกได้เป็นอย่างดี นั่นก็คือความสมดุลในทุนทั้ง 3 ทุน ที่เป็นเสาหลักค้ำจุนประเทศของเรา ทุนทั้ง 3 ทุน ได้แก่ หนึ่ง ทุนทางด้านเศรษฐกิจ การทำมาหากิน รายได้ รายจ่าย สอง ทุนทางด้านสังคม และสาม ทุนทางด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม สภาวะแวดล้อมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นรอบ ๆ ตัวเรา เพราะฉะนั้นปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงเมื่อปฏิบัติแล้วในทุกระดับ ทั้งระดับครอบครัว ระดับชุมชน และระดับรัฐประเทศ ก็จะมีความมั่นคงและยั่งยืน มีความสมดุลในทุนทั้งสาม ซึ่งองค์การสหประชาชาติโดยนายโคฟี่ อันนัน ได้ยกย่องหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวได้พระราชทานไว้ว่าเป็นหลักการขั้นพื้นฐานของการพัฒนาอย่างยั่งยืนที่ชาวตะวันตกเรียกว่า “Sustainable Development” อันเป็นหลักการขั้นพื้นฐานทั้งในเชิงเศรษฐกิจ เชิงสังคม และเชิงรัฐศาสตร์ ที่จะทำให้การพัฒนาประเทศมีความสมดุลและยั่งยืน

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อศึกษาตัวแปร ความสัมพันธ์ของตัวแปร ตลอดจนผลการวิจัย เพื่อตรวจสอบและสนับสนุนการศึกษาวิจัย โดยสรุปได้ดังนี้

ทัศนีย์ ทองสกุล (2540) ได้ทำการศึกษา ทัศนคติของกลุ่มผู้ฟังที่มีต่อรายการของสถานีวิทยุออสเตรเลีย : ศึกษาเฉพาะกรณีผู้ฟังที่เขียนจดหมายถึงผู้จัดรายการ ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มผู้ฟังส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 31-40 ปี โดยส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพรับราชการ/รับวิสาหกิจ มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ด้านพฤติกรรมการรับฟังรายการข่าวและสารคดีของสถานี ผู้รับฟังติดตามรายการมานานกว่า 1 ปี ซึ่งรับฟังทุกวันจนจบรายการ โดยรับฟังที่บ้านและมีเหตุผลในการติดตามรับฟังเพราะสามารถนำความรู้ที่ได้ไปใช้ในการตัดสินใจในชีวิตประจำวัน หากไม่ได้รับฟังรายการก็เพราะมีกิจกรรมอื่นต้องทำ หมุนหาคลื่นไม่ค่อยพบ ตามลำดับ ในภาพรวมกลุ่มผู้ฟังส่วนใหญ่มีทัศนคติที่ดีต่อรายการข่าวและรายการสารคดี “ชีวิตและสุขภาพ” ถึงร้อยละ 95.5 ประโยชน์และความพึงพอใจที่ผู้ฟังรายการมีต่อรายการในระดับมาก คือ ความเคลื่อนไหวที่ทันต่อเหตุการณ์ต่าง ๆ ทำให้เป็นคนที่ทันเหตุการณ์ ได้รับความรู้เพิ่มเติม ได้พัฒนาความคิดตัวเอง สามารถนำไปสนทนากับผู้อื่น ส่วนทัศนคติที่มีความโน้มเอียงทางบวกต่อรายการข่าวและสารคดีของสถานี คือ มีความเป็นกลางในการนำเสนอ ไม่เข้าข้างใดข้างหนึ่ง เจาะลึกเนื้อหาได้ละเอียด มีรูปแบบรายการที่หลากหลาย ภาพรวมของรายการมีความเหมาะสม ส่วนทัศนคติที่มีต่อผู้ดำเนินรายการมีการใช้ภาษาไทยได้ชัดเจนและเหมาะสม มีน้ำเสียงชวนให้ติดตามฟัง ด้านสารคดีนั้นมีความน่าเชื่อถือ ด้านเนื้อหาของรายการง่ายต่อการจำ ไม่ซ้ำซาก น่าเบื่อ ลำดับเนื้อเรื่องได้เหมาะสม ทันสมัยต่อเหตุการณ์ มีประโยชน์กับผู้ฟัง เหมาะสมกับคนทุกเพศ ทุกวัย และสามารถนำมาปฏิบัติได้ ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า กลุ่มผู้ฟังที่มีพฤติกรรมการรับฟังแตกต่างกันมีทัศนคติต่อรายการของสถานีวิทยุออสเตรเลียแตกต่างกัน ส่วนอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อรายการของสถานีวิทยุออสเตรเลียไม่แตกต่างกัน

รัชนี จารุสันต์ (2543) ได้ทำการศึกษา ความคิดเห็นของผู้รับฟังรายการ “ช่วยคิด ช่วยทำ” ที่ออกอากาศทางเครือข่ายสถานีวิทยุมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ผลการวิจัยพบว่า ผู้รับฟังส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 41 ปีขึ้นไป จบการศึกษาในระดับประถมศึกษา มีอาชีพเป็นเกษตรกร โดยทำนา ทำสวน ทำไร่ ตามลำดับ มีรายได้อยู่ระหว่าง 10,000-20,000 บาทต่อปี มีการพบกับเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรในรอบปีน้อยมาก เพราะมีผู้ที่ไม่ได้ประกอบอาชีพที่เกี่ยวข้องกับการเกษตรจึงทำให้ผู้ฟังกลุ่มดังกล่าวมิได้มีการพบกับเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร การเปิดรับข่าวสารด้านการเกษตร

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

จากสื่อมวลชนอยู่ในระดับค่อนข้างน้อย แต่มีการเปิดรับสื่อวิทยุกระจายเสียงในระดับมาก เนื่องจากสามารถรับฟังได้ในทุกสถานที่ ส่วนใหญ่รับฟังทางสถานีวิทยุ ม.ก. บางเขน เพราะเครือข่ายสามารถกระจายเสียงครอบคลุมพื้นที่ได้ 16 จังหวัด มากกว่าเครือข่ายอื่น ๆ ทำให้สามารถรับฟังได้ชัดเจนค่อนข้างมาก การปรับหาคลื่นเพื่อรับฟังรายการนั้นทำได้ง่ายไม่มีการรบกวนจากสถานีใกล้เคียง โดยรับฟังเป็นประจำทุกวัน เคยเขียนจดหมายติดต่อกับผู้จัดรายการในรอบปี 1-10 ฉบับ และเคยโทรศัพท์ติดต่อเข้ามายังรายการบ้างเพื่อสอบถามปัญหา ซึ่งคำตอบที่ได้รับอยู่ในระดับที่พอใจ ในด้านรูปแบบรายการ เนื้อหาสาระ และเวลาที่นำเสนอรายการส่วนใหญ่เห็นว่าเหมาะสมและเนื้อหาสาระเป็นประโยชน์มาก โดยเฉพาะเนื้อหาในเรื่องพืชสมุนไพรมากที่สุด ซึ่งผู้รับฟังส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มพูนความรู้และเคยนำความรู้ที่ได้รับจากรายการไปปรับใช้ในงานอาชีพและชีวิตประจำวันด้วย ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ความแตกต่างด้านความคิดเห็นที่มีต่อการจัดทำรายการระหว่าง เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ไม่แตกต่างกัน การศึกษาความแตกต่างของความสนใจในประเภทของเนื้อหาระหว่าง เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ พบว่า เพศ อายุและรายได้ไม่แตกต่างกัน แต่ระดับการศึกษาและอาชีพแตกต่างกัน ส่วนการศึกษาความแตกต่างของความสนใจในสาระของเนื้อหาระหว่าง เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ พบว่าไม่แตกต่างกัน

วัชรีวรรณ ทรัพย์รุ่งเรือง (2543) ได้ทำการศึกษา ความต้องการรูปแบบรายการวิทยุทางการเกษตรของสถานีวิทยุ ม.ก. บางเขน ศึกษาเฉพาะผู้ฟังที่มีจดหมายติดต่อเข้ามาในรายการช่วยคิดช่วยทำ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ฟังรายการส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 41-50 ปี มีระดับการศึกษามากที่สุด คือ ชั้นประถมศึกษา สถานภาพสมรสแล้วเป็นส่วนใหญ่ ประกอบอาชีพทางด้านเกษตรกรรมมากที่สุด ผู้รับฟังรายการนิยมรับฟังในวันจันทร์มากที่สุด และต้องการให้รายการนำเสนอเนื้อหาทางด้านสมุนไพรมากที่สุด เพื่อที่นำไปใช้รักษาโรคต่าง ๆ ทางด้านผู้ดำเนินรายการผู้ฟังส่วนใหญ่ชอบฟังเสียงของผู้ดำเนินรายการที่เป็นผู้ชายและผู้หญิงเท่ากัน และเห็นว่าจำนวนของผู้จัดรายการในปัจจุบันเหมาะสมแล้ว การใช้ภาษาวิชาการ ความชัดเจน และจังหวะในการพูดของผู้ดำเนินรายการทั้งชายและหญิง ผู้ฟังส่วนใหญ่เห็นว่ามีความเหมาะสม ทางด้านช่วงเวลาและระยะเวลาในการจัดรายการในปัจจุบันก็เหมาะสมดีแล้ว ทางด้านรูปแบบของรายการที่ผู้ฟังต้องการเป็นอันดับแรกคือ รูปแบบสนทนา ปัญหาทางด้านเทคนิคในการออกอากาศไม่พบปัญหา การปรับหาคลื่นในการรับฟังชัดเจนดี ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า รูปแบบรายการวิทยุที่ได้รับความนิยมแตกต่างกันคือ รูปแบบพูดคุยกับผู้ฟัง รูปแบบสนทนา รูปแบบสัมภาษณ์ รูปแบบอภิปราย รูปแบบข่าว รูปแบบบรรยายเหตุการณ์ และรูปแบบบทความวิทยุ ส่วนรูปแบบตอบปัญหานั้นปรากฏว่าผู้ฟังแสดงความนิยมในการรับฟังไม่มีความแตกต่าง

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ธรรมรัฐ ศิริเจริญ (2544) ได้ทำการศึกษา ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ฟังที่มีต่อสถานีวิทยุกระจายเสียงองค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย รายการ อีซี่ เอฟ.เอ็ม. 105.5 ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มผู้ฟังเป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31-40 ปี ระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี รายได้เฉลี่ย 5,000-15,000 บาทต่อเดือน โดยส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน เป็นแฟนประจำที่ติดตามรายการอย่างต่อเนื่องมาเป็นระยะเวลานานมากกว่า 4 ปี โดยเปิดรับฟังรายการสัปดาห์ละ 5-6 วัน เป็นเวลา 1-3 ชั่วโมงในแต่ละวัน รับฟังคนเดียวและเปิดรับฟังในรถยนต์มากที่สุด โดยสาเหตุที่เปิดรับฟังเพราะชอบในบทเพลงที่ให้ความเพลิดเพลินและสาระที่เป็นประโยชน์ต่อตนเองในด้านสุขภาพและการท่องเที่ยว ด้านความคิดเห็นที่ผู้ฟังมีต่อผู้จัดรายการผลการวิจัยพบว่า ผู้ฟังชอบผู้จัดรายการมากในด้านการเลือกเพลงประกอบในรายการ ด้านการมีน้ำเสียงที่นุ่มนวลในการพูดดำเนินรายการ ด้านวิธีการใช้และการพูดภาษาไทยและภาษาอังกฤษในการจัดรายการ ด้านการเชื่อมโยงท่วงทำนองและจังหวะของบทเพลง และด้านวิธีการนำเสนอเนื้อหาสาระ ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า อาชีพเป็นคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์อย่างเดียวของกลุ่มผู้ฟังที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับฟังรายการ ทั้งเป็นจำนวนวันในแต่ละสัปดาห์และเป็นจำนวนชั่วโมงในแต่ละวัน นอกจากนี้คุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มผู้ฟังทางด้านอายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับฟังรายการในแต่ละสัปดาห์ ด้านการเปิดรับ การเลือกให้ความสนใจ การเลือกรับรู้ และการเลือกจดจำของกลุ่มผู้ฟังสัมพันธ์กับทัศนคติ ความคิดเห็น และความสนใจที่กลุ่มผู้ฟังมีต่อองค์ประกอบของรายการที่มีอยู่เดิม ทำให้ผู้ฟังจะเปิดรับฟังรายการในจำนวนชั่วโมงต่อวันและจำนวนวันต่อสัปดาห์ที่สูงขึ้น และสุดท้ายความคิดเห็นของกลุ่มผู้ฟังที่มีต่อผู้จัดรายการไม่สัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเปิดรับฟังรายการทั้งความถี่เป็นวันในแต่ละสัปดาห์หรือความถี่ของจำนวนชั่วโมงในแต่ละวัน เนื่องจากกลุ่มผู้ฟังให้ความสำคัญต่อการเปิดรับฟังรายการนี้ เพราะต้องการความบันเทิงจากบทเพลงหรือสาระในรายการมากกว่าตัวผู้จัดรายการรายการ

ณัฐธนัญ ศรีชูชาติ (2547) ได้ทำการศึกษา ความพึงพอใจของกลุ่มผู้ฟังที่มีต่อรายการวิทยุ “เปิดโลกสื่อสาร” : ศึกษาเฉพาะกรณีกลุ่มผู้ฟังที่รับฟังทางสถานีวิทยุ ม.ก. ผลการวิจัยพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุอยู่ในระหว่าง 41-50 ปี มีการศึกษาอยู่ในระดับประถมศึกษา/ไม่ได้เข้ารับการศึกษามากที่สุด ประกอบอาชีพค้าขาย มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างโดยการใช้โทรศัพท์ติดต่อกับผู้ฟังทางรายการ พบว่า ผู้ฟังมีการใช้โทรศัพท์บ้านพื้นฐานและระบบ Dprompt เป็นจำนวนมากเท่ากัน โดยใช้โทรศัพท์ยี่ห้อ Samsung มากที่สุด ในด้านพฤติกรรมการเปิดรับฟังรายการมีการรับฟังรายการจากที่บ้าน ซึ่งมีความถี่ในการรับฟังรายการ 16-20 ครั้งต่อเดือน และฟังจากสถานีวิทยุ ม.ก. บางเขน (คลื่นความถี่ เอ.เอ็ม. 1107 กิโลเฮิรตซ์) ด้านข้อมูลความพึงพอใจที่มีต่อรายการโดยรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมาก ทั้งความน่าสนใจต่อการนำเสนอ ด้านของ

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

เนื้อหาที่มีการนำเสนอข้อมูลที่เป็นที่ต้องการซึ่งมีความละเอียด หลากหลาย และมีประโยชน์ของเนื้อหา ส่วนความพึงพอใจที่มีต่อผู้ดำเนินรายการนั้นอยู่ในระดับพึงพอใจมาก นับตั้งแต่การใช้ภาษาไทยของผู้ดำเนินรายการ น้ำเสียงของผู้ดำเนินรายการ จิงเกิ้ลรายการ และภาพรวมของรายการ ด้านช่วงเวลาที่ออกอากาศและการนำเสนอโฆษณาสินค้าในรายการผู้ฟังมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนความเหมาะสมของเนื้อหาสาระกลุ่มตัวอย่างผู้ฟังรายการมีความคิดเห็นว่าเหมาะสมมาก และมีระดับการได้รับความรู้และเข้าใจเนื้อหาของรายการระดับปานกลาง โดยผู้รับฟังรายการได้รับความรู้และเคยนำความรู้จากการรับฟังรายการไปใช้ประโยชน์ เช่น การเลือกซื้อแบตเตอรี่โทรศัพท์ การแก้ไขปัญหาโทรศัพท์ขัดข้อง การเลือกซื้อรุ่นโทรศัพท์เคลื่อนที่ออกใหม่ เป็นต้น ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า กลุ่มผู้ฟังที่มีเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ มีพฤติกรรมการเปิดรับฟังรายการแตกต่างกัน ส่วนใหญ่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อรายการวิทยุ “เปิดโลกสื่อสาร” กลุ่มผู้ฟังที่มีการได้รับความรู้และนำความรู้จากการรับฟังรายการไปใช้ประโยชน์ที่แตกต่างกัน ส่วนใหญ่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อรายการวิทยุ “เปิดโลกสื่อสาร”

ปิยพงศ์ เขตปิยรัตน์ (2550) ได้ทำการศึกษา ความพึงพอใจของกลุ่มผู้รับฟังที่มีต่อรายการวิทยุ “ธ.ก.ส. เพื่อนเกษตร” : ศึกษาเฉพาะกรณีผู้ฟังที่รับฟังจากสถานีวิทยุมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มผู้รับฟังรายการเป็นเพศหญิง มีอายุเฉลี่ยอยู่ที่ 41-50 ปี การศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในระดับประถมศึกษา มีการประกอบอาชีพทางด้านเกษตรกรรม คือ ทำนาและทำสวนผลไม้เท่ากัน โดยมีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 5,000 บาท ด้านพฤติกรรมการรับฟังรายการพบว่า มีการเปิดรับฟังรายการจากที่บ้านเป็นประจำ โดยรับฟังมาแล้วตลอด 3 เดือน ซึ่งมีความถี่ในการรับฟังรายการ 5 วัน /สัปดาห์ และรับฟังจากสถานีหรือคลื่นความถี่ ม.ก. บางเขน (คลื่นความถี่ เอ.เอ็ม. 1107 กิโลเฮิตซ์) โดยกลุ่มผู้ฟังเป็นผู้ที่ฟังวิทยุ ม.ก. และรู้จักผู้ดำเนินรายการ คือ คุณกิ่งผกา กรอบเพ็ชร์ คิดเป็นร้อยละ 98.8 จุดประสงค์ในการรับฟังรายการของกลุ่มผู้ฟังส่วนใหญ่มีความต้องการรับฟังเพื่อเป็นเพื่อนและฟังเรื่องทั่ว ๆ ไป ร้อยละ 73.5 และต้องการทราบกิจกรรมและการบริการจาก ธ.ก.ส. ร้อยละ 47.0 ตามลำดับ เพื่อต้องการนำข้อมูลที่ได้จากทางรายการไปแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้อื่น ร้อยละ 43.3 ความพึงพอใจที่มีต่อรายการด้านความชัดเจนในการรับฟัง รูปแบบรายการที่มีการดำเนินรายการโดยมีผู้ดำเนินรายการ 2 คนคุยกัน ระยะเวลาในการออกอากาศ การนำเสนอข่าวสารจากผู้ดำเนิน รายการแบบสัมภาษณ์สดและการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ น้ำเสียง ลีลาของผู้ดำเนินรายการในการนำเสนอข่าวสารและความถูกต้องของภาษา รูปแบบของข่าวทั้งข่าวสารการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ของ ธ.ก.ส. และข่าวสารการช่วยเหลือผู้ประสบภัยต่าง ๆ จาก ธ.ก.ส. มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ความถี่ในการรับฟัง และพฤติกรรมการเปิดรับฟัง มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อรายการ

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

จากการศึกษาผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่า ตัวแปรที่สามารถนำมาใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ 1) ตัวแปรอิสระ ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคลของผู้ฟังรายการ คือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน การเปิดรับรายการของผู้ฟังรายการ คือ เครือข่ายของสถานีที่รับฟังรายการ ระยะเวลาในการติดตามรับฟังรายการ ความถี่ในการรับฟังรายการ วันและช่วงรายการที่รับฟัง วิธีการรู้จักรายการ ลักษณะการรับฟังรายการ วิธีการติดตามรับฟังรายการ วัตถุประสงค์ในการรับฟังรายการ การติดต่อกับทางรายการ จุดประสงค์ในการติดต่อกับทางรายการ 2) ตัวแปรตาม ความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการ คือ ด้านช่วงเวลา ความยาวรายการ และความถี่ในการออกอากาศของรายการ ด้านรูปแบบรายการและเนื้อหาข่าวสารในรายการ ด้านผู้ดำเนินรายการ

โดยผู้วิจัยได้เพิ่มตัวแปรทั้งในส่วนของตัวแปรอิสระ ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคลของผู้ฟังรายการ คือ ที่อยู่ปัจจุบัน และตัวแปรตาม ความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการ คือ ด้านผู้ร่วมดำเนินรายการ (วิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิ บุคคลตัวอย่าง และตัวแทนองค์กรตัวอย่าง) ด้านดนตรีและเสียงประกอบในรายการ เพื่อให้เกิดความเหมาะสมและสอดคล้องกับการศึกษาวิจัยครั้งนี้

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

จากการศึกษาแนวคิดและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้นำมากำหนดเป็นตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยดังนี้

1. ตัวแปรอิสระ (Independent variables) ประกอบด้วย

ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคลของผู้ฟังรายการ

- เพศ
- อายุ
- ระดับการศึกษา
- อาชีพ
- รายได้ต่อเดือน
- ที่อยู่ปัจจุบัน

การเปิดรับฟังรายการของผู้ฟังรายการ

- เครือข่ายของสถานีที่รับฟังรายการ

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

- ระยะเวลาในการติดตามรับฟังรายการ
- ความถี่ในการรับฟังรายการ
- วันและช่วงรายการที่รับฟัง
- วิธีการรู้จักรายการ
- ลักษณะการรับฟังรายการ
- วิธีการติดตามรับฟังรายการ
- วัตถุประสงค์ในการรับฟังรายการ
- การติดต่อกับทางรายการ
- จุดประสงค์ในการติดต่อกับทางรายการ

2. ตัวแปรตาม (Dependent variables) คือ

ความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการ

- ด้านช่วงเวลา ความยาวรายการ และความถี่ในการออกอากาศของรายการ
- ด้านรูปแบบรายการและเนื้อหาข่าวสารในรายการ
- ด้านผู้ดำเนินรายการ
- ด้านผู้ร่วมดำเนินรายการ(วิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิ บุคคลตัวอย่าง และตัวแทนองค์กรตัวอย่าง)
- ด้านดนตรีและเสียงประกอบในรายการ

สมมติฐานของการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคลของผู้ฟังรายการ คือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และที่อยู่ปัจจุบัน มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก. คือ ด้านช่วงเวลา ความยาวรายการ และความถี่ในการออกอากาศของรายการ ด้านรูปแบบรายการและเนื้อหาข่าวสารในรายการ ด้านผู้ดำเนินรายการ ด้านผู้ร่วมดำเนินรายการ (วิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิ บุคคลตัวอย่าง และตัวแทนองค์กรตัวอย่าง) ด้านดนตรีและเสียงประกอบในรายการ

1.1 เพศของผู้ฟังรายการ มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก.

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

1.2 อายุของผู้ฟังรายการ มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก.

1.3 ระดับการศึกษาของผู้ฟังรายการ มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก.ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก.

1.4 อาชีพของผู้ฟังรายการ มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก.

1.5 รายได้ต่อเดือนของผู้ฟังรายการ มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก.

1.6 ที่อยู่ปัจจุบันของผู้ฟังรายการ มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก.

สมมติฐานที่ 2 การเปิดรับฟังรายการของผู้ฟังรายการ คือ เครือข่ายของสถานีที่รับฟังรายการ ระยะเวลาในการติดตามรับฟังรายการ ความถี่ในการรับฟังรายการ วันและช่วงรายการที่รับฟัง วิธีการรู้จักรายการ ลักษณะการรับฟังรายการ วิธีการติดตามรับฟังรายการ วัตถุประสงค์ในการรับฟังรายการ การติดต่อกับทางรายการ จุดประสงค์ในการติดต่อกับทางรายการ มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก. คือ ด้านช่วงเวลา ความยาวรายการ และความถี่ในการออกอากาศของรายการ ด้านรูปแบบรายการและเนื้อหาข่าวสารในรายการ ด้านผู้ดำเนินรายการ ด้านผู้ร่วมดำเนินรายการ (วิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิ บุคคลตัวอย่าง และตัวแทนองค์กรตัวอย่าง) ด้านดนตรีและเสียงประกอบในรายการ

2.1 เครือข่ายของสถานีที่รับฟังรายการ มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก.

2.2 ระยะเวลาในการติดตามรับฟังรายการ มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก.

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

2.3 ความถี่ในการรับฟังรายการ มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก.

2.4 วันและช่วงรายการที่รับฟัง มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก.

2.5 วิธีการรู้จักรายการ มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก.

2.6 ลักษณะการรับฟังรายการ มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก. ซึ่งแบ่งพิจารณาเป็นข้อย่อย ดังนี้

2.6.1 สถานที่ในการรับฟังรายการ มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก.

2.6.2 จำนวนผู้ฟังขณะรับฟังรายการ มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก.

2.7 วิธีการติดตามรับฟังรายการ มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก. ซึ่งแบ่งพิจารณาเป็นข้อย่อย ดังนี้

2.7.1 วิธีการติดตามรับฟังรายการ มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก.

2.7.2 การทำกิจกรรมขณะรับฟังรายการ มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานี

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

วิทยุ ม.ก.

2.8 วัตถุประสงค์ในการรับฟังรายการ มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก.

2.9 การติดต่อกับทางรายการ มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก. ซึ่งแบ่งพิจารณาเป็นข้อย่อย ดังนี้

2.9.1 จำนวนครั้งในการติดต่อ มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก.

2.9.2 ช่องทางในการติดต่อ มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก.

2.10 จุดประสงค์ในการติดต่อกับทางรายการ มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก.

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

บทที่ 3

วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Question naire) เก็บข้อมูลทางไปรษณีย์ (Mail Survey) ซึ่งมีวัตถุประสงค์ในการวิจัยเพื่อศึกษาข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคลของผู้ฟังรายการ การเปิดรับฟังรายการของผู้ฟังรายการ ความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการ และความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคลของผู้ฟังรายการ การเปิดรับฟังรายการของผู้ฟังรายการ กับความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก. โดยกำหนดวิธีการและอุปกรณ์ ดังนี้

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ฟังรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ซึ่งรับฟังผ่านทางสถานีวิทยุ ม.ก. ทุกเครือข่าย ที่มีการติดต่อและร่วมกิจกรรมต่าง ๆ กับทางรายการ ผ่านทางโทรศัพท์ จดหมาย ไปรษณียบัตร นับตั้งแต่เดือนสิงหาคม พ.ศ. 2550 ถึงเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2553 จำนวน 315 ราย

กลุ่มตัวอย่าง

ผู้ฟังรายการที่เต็มใจตอบแบบสอบถามกลับมาในช่วงวันที่ 1 กุมภาพันธ์ ถึง 30 เมษายน พ.ศ. 2554 จำนวน 120 ราย คิดเป็นร้อยละ 38.10

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งประกอบด้วย คำถามแบบปิด (Close-questions) และคำถามแบบเปิด (Open-ended questions) ที่สร้างขึ้นมาจากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี งานวิจัย ตำรา เอกสาร และแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 4 ตอน คือ

ตอนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคลของผู้ฟังรายการ

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับการเปิดรับฟังรายการของผู้ฟังรายการ

ตอนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการ

ตอนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ฟังรายการ

การวัดตัวแปร

ผู้วิจัยใช้เกณฑ์การวัดแบบมาตราส่วนมาตราประเมินค่า (Rating Scale) 3 อันดับ อธิบายข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการ จากการทำเครื่องหมายถูกลงในช่องว่างของข้อคำถามนั้น ๆ ในแบบสอบถาม โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

ดี	ให้คะแนนเท่ากับ	3
พอใช้	ให้คะแนนเท่ากับ	2
ควรปรับปรุง	ให้คะแนนเท่ากับ	1

การแปลความหมายระดับความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการ ผู้วิจัยนำมาจัดกลุ่มโดยมีอัตราภาคชั้นเท่ากับ

$$\text{อันตรภาคชั้น} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} = \frac{3-1}{3} = 0.66$$

จากเกณฑ์ดังกล่าว สามารถแปลความหมายระดับคะแนนความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการได้ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	ระดับความคิดเห็น
2.34 - 3.00	ดี
1.67 - 2.33	พอใช้
1.00 - 1.66	ควรปรับปรุง

การแปลผลความหมายความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอ

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

เพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก. โดยรวมมีทั้งหมด 37 ข้อ ดังนี้

$$\text{อันตรภาคชั้น} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} = \frac{111 - 37}{3} = 24.67$$

จากเกณฑ์ดังกล่าว สามารถแปลความหมายระดับคะแนนความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก. โดยรวม เป็นคะแนนเฉลี่ยรายข้อได้ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	ระดับความคิดเห็น
86.36 - 111.00	ดี
61.68 - 86.35	พอใช้
37.00 - 61.67	ควรปรับปรุง

และมีการแปลผลความหมายความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก. เป็นด้าน ประกอบด้วย 5 ด้าน ดังนี้

1. ด้านช่วงเวลา ความยาวรายการ และความถี่ในการออกอากาศของรายการ มีข้อคำถามย่อย 3 ข้อ ผู้วิจัยนำมาจัดกลุ่มโดยมีอันตรภาคชั้นเท่ากับ

$$\text{อันตรภาคชั้น} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} = \frac{9 - 3}{3} = 2$$

จากเกณฑ์ดังกล่าว สามารถแปลความหมายระดับคะแนนความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการ ด้านช่วงเวลา ความยาวรายการ และความถี่ในการออกอากาศของรายการ เป็นคะแนนเฉลี่ยรายข้อได้ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	ระดับความคิดเห็น
7.02 - 9.00	ดี
5.01 - 7.01	พอใช้
3.00 - 5.00	ควรปรับปรุง

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

2. ด้านรูปแบบรายการและเนื้อหาข่าวสารในรายการ มีข้อคำถามย่อย 8 ข้อ ผู้วิจัยนำมาจัดกลุ่มโดยมีอันตรภาคชั้นเท่ากับ

$$\text{อันตรภาคชั้น} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} = \frac{24 - 8}{3} = 5.33$$

จากเกณฑ์ดังกล่าว สามารถแปลความหมายระดับคะแนนความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการ ด้านรูปแบบรายการและเนื้อหาข่าวสารในรายการ เป็นคะแนนเฉลี่ยรายข้อได้ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	ระดับความคิดเห็น
18.68 - 24.00	ดี
13.34 - 18.67	พอใช้
8.00 - 13.33	ควรปรับปรุง

3. ด้านผู้ดำเนินรายการ มีข้อคำถามย่อย 12 ข้อ ผู้วิจัยนำมาจัดกลุ่มโดยมีอันตรภาคชั้นเท่ากับ

$$\text{อันตรภาคชั้น} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} = \frac{36 - 12}{3} = 8$$

จากเกณฑ์ดังกล่าว สามารถแปลความหมายระดับคะแนนความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการ ด้านผู้ดำเนินรายการ เป็นคะแนนเฉลี่ยรายข้อได้ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	ระดับความคิดเห็น
28.02 - 36.00	ดี
20.01 - 28.01	พอใช้
12.00 - 20.00	ควรปรับปรุง

4. ด้านผู้ร่วมดำเนินรายการ (วิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิ บุคคลตัวอย่าง และตัวแทนองค์กรตัวอย่าง) มีข้อคำถามย่อย 9 ข้อ ผู้วิจัยนำมาจัดกลุ่มโดยมีอันตรภาคชั้นเท่ากับ

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

$$\text{อันตรภาคชั้น} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} = \frac{27 - 9}{3} = 6$$

จากเกณฑ์ดังกล่าว สามารถแปลความหมายระดับคะแนนความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการ ด้านผู้ร่วมดำเนินรายการ (วิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิ บุคคลตัวอย่าง และตัวแทนองค์กรตัวอย่าง) เป็นคะแนนเฉลี่ยรายข้อได้ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	ระดับความคิดเห็น
21.02 - 27.00	ดี
15.01 - 21.01	พอใช้
9.00 - 15.00	ควรปรับปรุง

5. ด้านดนตรีและเสียงประกอบในรายการ มีข้อคำถามย่อย 5 ข้อ ผู้วิจัยนำมาจัดกลุ่มโดยมีอันตรภาคชั้นเท่ากับ

$$\text{อันตรภาคชั้น} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} = \frac{15 - 5}{3} = 3.33$$

จากเกณฑ์ดังกล่าว สามารถแปลความหมายระดับคะแนนความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการ ด้านดนตรีและเสียงประกอบในรายการ เป็นคะแนนเฉลี่ยรายข้อได้ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	ระดับความคิดเห็น
11.68 - 15.00	ดี
8.34 - 11.67	พอใช้
5.00 - 8.33	ควรปรับปรุง

การสร้างเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถาม เรื่อง ความคิดเห็นของผู้ฟังรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อเพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก. โดยดำเนินการเป็นขั้นตอน ดังนี้

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

1. ค้นคว้าศึกษาแนวคิด ทฤษฎี งานวิจัย ตำรา เอกสาร และแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการวิจัยและสร้างแบบสอบถามให้ตรงกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย

2. ศึกษาข้อมูลพื้นฐานและลักษณะของผู้ฟังรายการที่จะทำการวิจัย

3. สร้างแบบสอบถามฉบับร่างแล้วนำไปขอคำปรึกษาและข้อเสนอแนะจากคณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์เพื่อตรวจสอบดูความเหมาะสมในด้านเนื้อหา ภาษา ใจความ รูปประโยค ความหมาย และคำถาม ตลอดจนแก้ไขปรับปรุงข้อความในแบบสอบถาม

4. แก้ไขปรับปรุงแบบสอบถามตามคำแนะนำและข้อเสนอแนะของคณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

5. นำแบบสอบถามไปทดสอบหาความเที่ยงตรง(Validity) และความเชื่อมั่น(Reliability)

การทดสอบเครื่องมือ

1. การหาความเที่ยงตรง (Validity) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน ได้แก่ ผศ.ไพโรจน์ สังข์เดช รองผู้อำนวยการสำนักส่งเสริมและฝึกอบรม มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ คุณไพโรจน์ กลิ่นจันทร์ หัวหน้าฝ่ายพัฒนาสื่อการส่งเสริม มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ และคุณอินทิรา อาดศิริ ผู้ช่วยผู้อำนวยการฝ่ายสร้างสรรค์รายการและข่าว สถานีวิทยุกระจายเสียงมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (วิทยุ ม.ก.) เพื่อทำการตรวจสอบความถูกต้องเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ด้านเนื้อหา ภาษา ใจความ รูปประโยค ความหมาย รวมถึงพิจารณาข้อคำถามว่าครอบคลุมเนื้อหาและสอดคล้องกับการวิจัยในครั้งนี้หรือไม่ หลังจากนั้นผู้วิจัยได้นำมาปรับปรุง แก้ไข ตามคำแนะนำเพื่อให้ถูกต้องและดำเนินการในขั้นต่อไป

2. การหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ผ่านการปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิแล้วไปทดสอบ (Pre-test) กับผู้ฟังที่มีการติดต่อและร่วมกิจกรรมต่าง ๆ กับทางรายการ ซึ่งไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยจำนวน 30 ราย ผ่านการติดต่อสอบถามทางโทรศัพท์ แล้วนำมาทดสอบความเชื่อมั่นโดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient of Alpha) ของCronbach (Cronbach's reliability coefficient alpha) ผ่านโปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิจัย ซึ่งผลการทดสอบได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.902 จึงนำแบบสอบถามไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการส่งแบบสอบถามพร้อมแนบหนังสือแนะนำตัวผู้วิจัยและขอความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถามจากทางสถานีวิทยุ ม.ก. รวมถึงซองเปล่าติดแสตมป์ 1 ชุด เพื่อให้ผู้ฟังรายการส่งคืนแบบสอบถามผ่านทางไปรษณีย์ จำนวน 315 ราย โดยมีช่วงระยะเวลาในการดำเนินงานตั้งแต่วันที่ 1 กุมภาพันธ์ ถึงวันที่ 30 เมษายน พ.ศ. 2554 จากนั้นนำแบบสอบถามที่ได้รับกลับจากการตอบของผู้ฟังรายการที่เต็มใจให้ข้อมูลทั้งหมด จำนวน 120 ราย ไปตรวจสอบและทำการวิเคราะห์

การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อเก็บรวบรวมแบบสอบถามและทำการตรวจสอบข้อมูลว่ามีความถูกต้องสมบูรณ์แล้ว ผู้วิจัยได้นำไปประมวลผลข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติเพื่อคำนวณหาค่าสถิติที่ต้องการ จากนั้นได้จัดทำตาราง วิเคราะห์ข้อมูล แปลความหมายที่ได้จากการประมวลผลข้อมูลเพื่อสรุปผลการวิจัยและทำรายงานการวิจัย

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลโดยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) และใช้สถิติทดสอบสมมติฐานเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ดังนี้

1. แจกแจงความถี่ (Frequency) ด้วยค่าร้อยละ (Percentage) ใช้อธิบายข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคลของผู้ฟังรายการ การเปิดรับฟังรายการของผู้ฟังรายการ

2. วัดแนวโน้มเข้าสู่ส่วนกลาง (Central Tendency) ด้วยค่าเฉลี่ย (Mean) และวัดการกระจาย(Measure of Variation) ด้วยค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้อธิบายข้อมูลเกี่ยวความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ

3. ใช้สถิติทดสอบสมมติฐานเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม คือ Chi-square test โดยกำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติในการวิเคราะห์ที่ระดับ .05

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

บทที่ 4

ผลการวิจัยและข้อวิจารณ์

ผลการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยความคิดเห็นของผู้ฟังรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อเพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก. โดยแบ่งการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคลของผู้ฟังรายการ

ตอนที่ 2 การเปิดรับฟังรายการของผู้ฟังรายการ

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการ

ตอนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ฟังรายการ

ตอนที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคลของผู้ฟังรายการ

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคลของผู้ฟังรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก. ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ที่อยู่ปัจจุบัน ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลมีรายละเอียดในตารางที่ 2 ดังนี้

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคลของผู้ฟังรายการ

(n=120)

ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคลของผู้ฟังรายการ	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	65	54.2

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตารางที่ 2 (ต่อ)

(n=120)

ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคลของผู้ฟังรายการ	จำนวน	ร้อยละ
หญิง	55	45.8
2. อายุ (ปี)		
19 - 28	3	2.5
29 - 38	12	10.0
39 - 48	30	25.0
49 - 58	38	31.7
59 - 68	25	20.8
69 - 78	10	8.3
79 – 88	2	1.7
Mean = 52.42 ปี S.D. = 12.27 ปี Min = 19 ปี Max = 83 ปี		
3. ระดับการศึกษา		
ประถมศึกษา (ป.1-ป.6)	26	21.7
มัธยมศึกษาตอนต้น (ม.1-ม.3)	19	15.8
มัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.4-ม.6)	19	15.8
ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.)	8	6.7
ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)	9	7.5
ปริญญาตรี	27	22.5
อื่นๆ[1]	12	10.0
4. อาชีพ		
เกษตรกรรม	52	43.3
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	16	13.3
ค้าขาย	6	5.0
รับราชการ	5	4.2
พนักงานบริษัทเอกชน	16	13.3
อื่นๆ[2]	25	20.9
5. รายได้ต่อเดือน		
ต่ำกว่า 5,000 บาท	40	33.3
ระหว่าง 5,000 - 10,000 บาท	38	31.7

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตารางที่ 2 (ต่อ)

(n=120)

ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคลของผู้ฟังรายการ	จำนวน	ร้อยละ
ระหว่าง 10,001 - 15,000 บาท	14	11.7
ระหว่าง 15,001 - 20,000 บาท	18	15.0
สูงกว่า 20,000 บาท	10	8.3
6. ที่อยู่ปัจจุบัน		
ภาคเหนือ	23	19.2
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	19	15.8
ภาคกลาง	47	39.2
ภาคตะวันออก	10	8.3
ภาคตะวันตก	16	13.3
ภาคใต้	5	4.2

อื่นๆ[1] หมายถึง ประถมศึกษาปีที่ 7 (ป.7) มัธยมศึกษาปีที่ 8 (ม.8) ประกาศนียบัตรวิชาการศึกษา (ป.กศ.) ประกาศนียบัตรวิชาการศึกษาชั้นสูง (ป.กศ.สูง) ประกาศนียบัตรวิชาชีพเทคนิค (พยาบาล) ปริญญาโท นายร้อยสำรองเหล่าช่าง นักธรรมชั้นเอก

อื่นๆ[2] หมายถึง ข้าราชการบำนาญ แม่บ้าน รับจ้าง ครูอัตราจ้าง งานศาสนา พระภิกษุ ปศุสัตว์ เจ้าหน้าที่องค์กรไม่แสวงหากำไร ลูกจ้างส่วนราชการ(อผศ.) ผู้ใหญ่บ้าน

จากการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคลของผู้ฟังรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก. ในตารางที่ 2 สรุปได้ดังนี้ คือ

เพศ พบว่า ผู้ฟังรายการส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (ร้อยละ 54.2) เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 45.8)

อายุ พบว่า ผู้ฟังรายการมีอายุน้อยที่สุด 19 ปี และมีอายุมากที่สุด 83 ปี โดยมีอายุเฉลี่ย 52.42 ปี ซึ่งผู้ฟังรายการมีอายุระหว่าง 49-58 ปี มากที่สุด (ร้อยละ 31.7) รองลงมามีอายุระหว่าง 39-48 ปี (ร้อยละ 25.0) อายุระหว่าง 59-68 ปี (ร้อยละ 20.8) อายุระหว่าง 29-38 ปี (ร้อยละ10.0) อายุระหว่าง 69-78 ปี (ร้อยละ 8.3) และอายุระหว่าง 19-28 ปี (ร้อยละ 2.5) ตามลำดับ ส่วนผู้ฟังรายการที่มีอายุระหว่าง 79-88 ปี น้อยที่สุด (ร้อยละ 1.7)

ระดับการศึกษา พบว่า ผู้ฟังรายการมีการศึกษาที่ระดับปริญญาตรีมากที่สุด (ร้อยละ 22.5) รองลงมาคือระดับประถมศึกษา (ป.1-ป.6) (ร้อยละ 21.7) ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น (ม.1-ม.3) และ

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.4-ม.6) เท่ากัน (ร้อยละ 15.8) มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกันไป คือ ระดับปริญญาโท ระดับประกาศนียบัตรวิชาการศึกษา (ป.กศ.) ระดับนักธรรมชั้นเอก ระดับนายร้อย สำรองเหล่าช่าง ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพเทคนิค(พยาบาล) ระดับประกาศนียบัตรวิชาการศึกษาชั้นสูง (ป.กศ.สูง) ระดับมัธยมศึกษาตอนปลายปีที่ 8 (ม.8) ระดับประถมศึกษาปีที่ 7 (ป.7) (ร้อยละ 10.0) และระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) (ร้อยละ 7.5) ตามลำดับ ส่วนผู้ฟังรายการที่มีการศึกษาที่ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) น้อยที่สุด (ร้อยละ 6.7)

อาชีพ พบว่า ผู้ฟังรายการประกอบอาชีพเกษตรกรรมมากที่สุด (ร้อยละ 43.3) รองลงมามีอาชีพที่แตกต่างกันไป คือ ข้าราชการบำนาญ แม่บ้าน รับจ้าง ครูอัตราจ้าง งานเกี่ยวกับด้านศาสนา พระภิกษุ ปศุสัตว์ เจ้าหน้าที่องค์กรไม่แสวงหากำไร ลูกจ้างส่วนราชการ(อผศ.) ผู้ใหญ่บ้าน (ร้อยละ 20.9) ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และประกอบธุรกิจส่วนตัว เท่ากัน (ร้อยละ 13.3) ค้าขาย (ร้อยละ 5.0) ตามลำดับ ส่วนผู้ฟังรายการที่ประกอบอาชีพรับราชการ น้อยที่สุด (ร้อยละ 4.2)

รายได้ต่อเดือน พบว่า ผู้ฟังรายการส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท มากที่สุด (ร้อยละ 33.3) รองลงมามีรายได้ต่อเดือนอยู่ที่ระหว่าง 5,000-10,000 บาท (ร้อยละ 31.7) ระหว่าง 15,001-20,000 บาท (ร้อยละ 15.0) และระหว่าง 10,001-15,000 บาท (ร้อยละ 11.7) ตามลำดับ ส่วนผู้ฟังรายการที่มีรายได้ต่อเดือนสูงกว่า 20,000 บาทขึ้นไป น้อยที่สุด (ร้อยละ 8.3)

ที่อยู่ปัจจุบัน พบว่า ผู้ฟังรายการอาศัยและรับฟังรายการอยู่ที่ภาคกลางมากที่สุด (ร้อยละ 39.2) รองลงมาอาศัยและรับฟังอยู่ที่ภาคเหนือ (ร้อยละ 19.2) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (ร้อยละ 15.8) ภาคตะวันตก (ร้อยละ 13.3) และภาคตะวันออก (ร้อยละ 8.3) ตามลำดับ ส่วนผู้ฟังรายการที่อาศัยและรับฟังรายการอยู่ที่ภาคใต้น้อยที่สุด (ร้อยละ 4.2)

ตอนที่ 2 การเปิดรับฟังรายการของผู้ฟังรายการ

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาการเปิดรับฟังรายการของผู้ฟังรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียง พอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก. ได้แก่ เครือข่ายของสถานีที่รับฟังรายการ ระยะเวลาในการติดตามรับฟังรายการ ความถี่ในการรับฟังรายการ วันและช่วงรายการที่รับฟัง วิธีการรู้จักรายการ ลักษณะการรับฟังรายการ วิธีการติดตามรับฟังรายการ วัตถุประสงค์ในการรับฟังรายการ การติดต่อกับทางรายการ รวมไปถึงจุดประสงค์ในการติดต่อกับทางรายการ ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลมีรายละเอียดในตารางที่ 3 ดังนี้

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของการเปิดรับฟังรายการของผู้ฟังรายการ

(n=120)

ข้อมูลการเปิดรับฟังรายการของผู้ฟังรายการ	จำนวน	ร้อยละ
1. เครือข่ายของสถานีที่รับฟังรายการ *		
สถานีวิทยุ ม.ก. ส่วนกลาง-บางเขน (คลื่นความถี่ A.M. 1107 กิโลเฮิรตซ์)	72	60.0
สถานีวิทยุ ม.ก. เชียงใหม่ (คลื่นความถี่ A.M. 612 กิโลเฮิรตซ์)	23	19.2
สถานีวิทยุ ม.ก. ขอนแก่น (คลื่นความถี่ A.M. 1314 กิโลเฮิรตซ์)	20	16.7
สถานีวิทยุ ม.ก. สงขลา (คลื่นความถี่ A.M. 1269 กิโลเฮิรตซ์)	4	3.3
Website ที่ http://www.radio.ku.ac.th	3	2.5
2. ระยะเวลาในการติดตามรับฟังรายการ		
น้อยกว่า 1 ปี	8	6.7
1 ปี	27	22.5
2 ปี	37	30.8
3 ปี	23	19.2
4 ปี	8	6.7
5 ปี	17	14.1
3. ความถี่ในการรับฟังรายการ		
1 วันต่อสัปดาห์	3	2.5
2 วันต่อสัปดาห์	10	8.3
3 วันต่อสัปดาห์	12	10.0
4 วันต่อสัปดาห์	4	3.3
ทุกวันที่ออกอากาศ (5 วันต่อสัปดาห์)	91	75.9
4. วันและช่วงรายการที่รับฟัง		
วันจันทร์ ช่วงสืบสานงานพัฒนากับสำนักงานกปร.	15	12.5
วันอังคาร ช่วงสืบสานงานพัฒนากับสำนักงานกปร.	5	4.2
วันพุธ ช่วงคำพ่อสอน	13	10.8
วันพฤหัสบดี ช่วงคำพ่อสอน	2	1.7
วันศุกร์ ช่วงคำพ่อสอน	1	0.8
ทุกวันและทุกช่วงรายการที่ออกอากาศ	84	70.0
5. วิธีการรู้จักรายการ *		
เปิดฟังวิทยุ ม.ก. เป็นประจำจึงรู้จัก	109	90.8

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตารางที่ 3 (ต่อ)

(n=120)

ข้อมูลการเปิดรับฟังรายการของผู้ฟังรายการ	จำนวน	ร้อยละ
ที่บ้าน/ที่ทำงานเปิดฟัง จึงได้ฟังไปด้วย	11	9.2
เพื่อน/บุคคลอื่นแนะนำให้ฟัง	6	5.0
เห็นจาก Website เลยลองเปิดฟัง	3	2.5
อื่นๆ[3]	5	4.2
6. ลักษณะการรับฟังรายการ		
สถานที่ในการรับฟังรายการ		
รับฟังที่บ้าน	83	69.2
รับฟังที่ทำงาน	31	25.8
รับฟังในรถยนต์	2	1.7
อื่นๆ[4]	4	3.3
จำนวนผู้ฟังขณะรับฟังรายการ *		
ฟังคนเดียว	98	81.7
ฟังเป็นกลุ่มเล็กตั้งแต่ 2-8 คน	42	35.0
ฟังเป็นกลุ่มใหญ่ตั้งแต่ 9 คนขึ้นไป	1	0.8
7. วิธีการติดตามรับฟังรายการ		
ฟังจนจบรายการโดยตั้งใจ	71	59.2
ฟังจนจบรายการแบบไม่จดจ่อกับรายการ	31	25.8
ฟังเฉพาะหัวเรื่อง	3	2.5
ฟังเพียงบางส่วนของรายการประมาณ 3-4 นาที	6	5.0
อื่นๆ[5]	9	7.5
การทำกิจกรรมขณะรับฟังรายการ *		
ไม่ได้ทำ	3	2.5
ทำ	117	97.5
ปฏิบัติกิจวัตรประจำวันส่วนตัว	46	38.3
อ่านหนังสือ	17	14.2
ทำงานบ้าน/ทำอาหาร	61	50.8
ขับรถ	5	4.2

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตารางที่ 3 (ต่อ)

(n=120)

ข้อมูลการเปิดรับฟังรายการของผู้ฟังรายการ	จำนวน	ร้อยละ
ทำงานในสถานที่ทำงาน	35	29.2
อื่นๆ[6]	16	13.3
8. วัตถุประสงค์ในการรับฟังรายการ *		
เพื่อเพิ่มพูนความรู้ ความเข้าใจ และวิธีการประยุกต์ใช้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง	89	74.2
นำความรู้และวิธีการประยุกต์ใช้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาปรับใช้กับตนเอง	101	84.2
เพื่อนำความรู้และวิธีการประยุกต์ใช้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงที่ได้รับฟังไปเผยแพร่แลกเปลี่ยนความรู้กับผู้อื่น	63	52.5
อื่นๆ[7]	3	2.5
9. การติดต่อกับทางรายการ		
เคย	120	100.0
จำนวนครั้งในการติดต่อ		
1 ครั้งต่อปี	27	22.5
2 ครั้งต่อปี	46	38.3
3 ครั้งต่อปี	23	19.2
4 ครั้งต่อปี	13	10.9
5 ครั้งต่อปี	7	5.8
10 ครั้งต่อปีขึ้นไป	4	3.3
ช่องทางในการติดต่อ *		
จดหมาย	45	37.5
ไปรษณียบัตร	14	11.7
โทรศัพท์	104	86.7
10. จุดประสงค์ในการติดต่อกับทางรายการ *		
แลกเปลี่ยนความรู้/ประสบการณ์ในการน้อมนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปประยุกต์ใช้ กับผู้ดำเนินรายการ วิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิ บุคคลตัวอย่าง หรือตัวแทนองค์กรตัวอย่าง	22	18.3

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตารางที่ 3 (ต่อ)

(n=120)

ข้อมูลการเปิดรับฟังรายการของผู้ฟังรายการ	จำนวน	ร้อยละ
ขอความรู้และคำปรึกษา ในการน้อมนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปประยุกต์ใช้ จากผู้ดำเนินรายการ วิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิ บุคคลตัวอย่าง หรือตัวแทนองค์กรตัวอย่าง	30	25.0
ขอเอกสาร สิ่งพิมพ์ และสื่อต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการน้อมนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปประยุกต์ใช้		
ร่วมกิจกรรมต่างๆ กับทางรายการ เช่น ตอบปัญหาชิงรางวัล ขอรับเมล็ดพันธุ์ผักสวนครัว สมัครสมาชิกรายการ	85	70.8
	119	99.2

หมายเหตุ : * ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

อื่นๆ[3] หมายถึง ปรับหาคลื่นวิทยุมาเจอโดยบังเอิญ จึงติดตามรับฟังมาโดยตลอด เห็นจากหนังสือพิมพ์และโทรทัศน์เลยลองเปิดฟัง

อื่นๆ[4] หมายถึง รับฟังที่ท้องทุ่ง ไร่ นา และสวน รับฟังที่มอเตอร์ไซต์พ่วงข้างสำหรับขายของ รับฟังที่กุฏิ

อื่นๆ[5] หมายถึง รับฟังเท่าที่จะมีเวลาและโอกาส ถ้ามีหัวข้อที่น่าสนใจจะตั้งใจฟังเป็นพิเศษ ฟังจนจบรายการโดยตั้งใจและจดบันทึกสาระสำคัญต่าง ๆ ไปด้วย เพราะว่ามีประโยชน์อย่างยิ่ง

อื่นๆ[6] หมายถึง ปลูกต้นไม้ ปลูกผักสวนครัว และรดน้ำต้นไม้รอบ ๆ บริเวณบ้าน ทำไร่ ทำสวน ทำงานช่าง ออกกำลังกาย นั่งสมาธิ รับประทานอาหาร ดื่มกาแฟ ฉันอาหารเช้า-เพล

อื่นๆ[7] หมายถึง กระตุ้นตัวเองให้ทำความดี ทำเพื่อส่วนรวมโดยการนำความรู้ที่ได้รับฟังไปพูดคุยกับหน่วยงานของรัฐ เช่น อบต. ให้ทำตามที่ได้ฟัง อาทิ การหาแหล่งน้ำต้นทุนเพื่อลดปัญหาภัยแล้ง ตามให้ทันกับข่าวสารของสำนักงานกปร. และโครงการหลวง ทำให้เกิดข้อคิดหลาย ๆ ด้าน นำมาซึ่งการพัฒนาความคิด สามารถประยุกต์ใช้กับครอบครัวในเรื่องการทำเกษตรแบบเศรษฐกิจพอเพียง

จากการวิเคราะห์ข้อมูลการเปิดรับฟังรายการของผู้ฟังรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก. ในตารางที่ 3 สรุปได้ดังนี้ คือ

เครือข่ายของสถานีที่รับฟังรายการ พบว่า ผู้ฟังรายการส่วนใหญ่เปิดรับฟังรายการผ่านทางสถานีวิทยุ ม.ก. ส่วนกลาง-บางเขน (คลื่นความถี่ A.M. 1107 กิโลเฮิรตซ์) มากที่สุด (ร้อยละ 60.0) รองลงมาเปิดรับฟังรายการผ่านทางสถานีวิทยุ ม.ก. เชียงใหม่ (คลื่นความถี่ A.M. 612 กิโลเฮิรตซ์) (ร้อยละ 19.2) สถานีวิทยุ ม.ก. ขอนแก่น (คลื่นความถี่ A.M. 1314 กิโล เฮิรตซ์) (ร้อยละ 16.7) สถานีวิทยุ ม.ก. สงขลา (คลื่นความถี่ A.M. 1269 กิโลเฮิรตซ์) (ร้อยละ 3.3) ตามลำดับ ส่วนผู้ฟังรายการที่เปิดรับฟังรายการผ่านทาง Website ที่ http://www.radio.ku.ac.th น้อยที่สุด (ร้อยละ 2.5)

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ระยะเวลาในการติดตามรับฟังรายการ พบว่า ผู้ฟังรายการมีการติดตามรับฟังรายการมานานถึง 2 ปี มากที่สุด (ร้อยละ 30.8) รองลงมา 1 ปี (ร้อยละ 22.5) 3 ปี (ร้อยละ 19.2) 5 ปี (ร้อยละ 14.1) ตามลำดับ ส่วนผู้ฟังรายการที่มีการติดตามรับฟังรายการมานาน 4 ปี และน้อยกว่า 1 ปี น้อยที่สุดเท่ากัน (ร้อยละ 6.7)

ความถี่ในการรับฟังรายการ พบว่า ผู้ฟังรายการส่วนใหญ่รับฟังรายการในทุกวันที่ออกอากาศ (5 วันต่อสัปดาห์) มากที่สุด (ร้อยละ 75.9) รองลงมา 3 วันต่อสัปดาห์ (ร้อยละ 10.0) 2 วันต่อสัปดาห์ (ร้อยละ 8.3) และ4 วันต่อสัปดาห์ (ร้อยละ 3.3) ตามลำดับ ส่วนผู้ฟังรายการที่รับฟังรายการ 1 วันต่อสัปดาห์ น้อยที่สุด (ร้อยละ 2.5)

วันและช่วงรายการที่รับฟัง พบว่า ผู้ฟังรายการส่วนใหญ่รับฟังทุกวันและทุกช่วงรายการที่ออกอากาศมากที่สุด (ร้อยละ 70.0) รองลงมารับฟังรายการในวันจันทร์ ช่วงสืบสานงานพัฒนากับสำนักงานกปร. (ร้อยละ 12.5) วันพุธ ช่วงคำพ่อสอน (ร้อยละ 10.8) วันอังคาร ช่วง สืบสานงานพัฒนากับสำนักงานกปร. (ร้อยละ 4.2) และวันพฤหัสบดี ช่วงคำพ่อสอน (ร้อยละ 1.7) ตามลำดับ ส่วนผู้ฟังรายการที่รับฟังในวันศุกร์ ช่วงคำพ่อสอน น้อยที่สุด (ร้อยละ 0.8)

วิธีการรู้จักรายการ พบว่า ผู้ฟังรายการส่วนใหญ่รู้จักรายการเป็นครั้งแรกจากการเปิดฟังวิทยุ ม.ก. เป็นประจำจึงรู้จักรายการมากที่สุด (ร้อยละ 90.8) รองลงมารู้จักรายการเป็นครั้งแรกจากการที่บ้าน/ที่ทำงานเปิดฟัง จึงได้ฟังไปด้วย (ร้อยละ 9.2) เพื่อน/บุคคลอื่นแนะนำให้ฟัง (ร้อยละ 5.0) และรู้จักรายการด้วยวิธีอื่นๆ ได้แก่ ปรับหาคลื่นวิทยุมาเจอโดยบังเอิญจึงติดตามรับฟังมาโดยตลอด เห็นจากหนังสือพิมพ์และโทรทัศน์เลยลองเปิดฟัง (ร้อยละ 4.2) ตามลำดับ ส่วนผู้ฟังรายการที่รู้จักรายการ โดยเห็นจาก Website เลยลองเปิดฟังน้อยที่สุด (ร้อยละ 2.5)

ลักษณะการรับฟังรายการ พบว่า 1) เมื่อแบ่งตามสถานที่ในการรับฟังรายการ ผู้ฟังรายการส่วนใหญ่รับฟังอยู่ที่บ้านมากที่สุด (ร้อยละ 69.2) รองลงมารับฟังอยู่ที่ทำงาน (ร้อยละ 25.8) รับฟังในสถานที่อื่นๆ เช่น รับฟังที่ท้องทุ่ง ไร่ นา และสวน รับฟังที่มอเตอร์ไซต์พ่วงข้างสำหรับขายของ รับฟังที่กุฏิพระ (ร้อยละ 3.3) ตามลำดับ ส่วนผู้ฟังรายการที่รับฟังรายการในรถยนต์น้อยที่สุด (ร้อยละ 1.7) 2) เมื่อพิจารณาจำนวนผู้ฟังขณะรับฟังรายการ พบว่า ผู้ฟังรายการส่วนใหญ่รับฟังรายการคนเดียวมากที่สุด (ร้อยละ 81.7) รองลงมารับฟังรายการเป็นกลุ่มเล็กตั้งแต่ 2-8 คน (ร้อยละ 35.0) และรับฟังรายการเป็นกลุ่มใหญ่ตั้งแต่ 9 คนขึ้นไปน้อยที่สุด (ร้อยละ 0.8)

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

วิธีการติดตามรับฟังรายการ พบว่า 1) ผู้ฟังรายการส่วนใหญ่ติดตามรับฟังจนจบรายการโดยตั้งใจมากที่สุด (ร้อยละ 59.2) รองลงมาติดตามรับฟังจนจบรายการแบบไม่จดจ่อกับรายการ (ร้อยละ 25.8) ติดตามรับฟังรายการด้วยวิธีอื่นๆ เช่น รับฟังเท่าที่จะมีเวลาและโอกาส ถ้ามีหัวข้อที่น่าสนใจจะตั้งใจฟังเป็นพิเศษ ฟังจนจบรายการโดยตั้งใจและจดบันทึกสาระสำคัญต่าง ๆ ไปด้วย เพราะว่ามีประโยชน์อย่างยิ่ง(ร้อยละ 7.5) ฟังเพียงบางส่วนของรายการประมาณ 3-4 นาที (ร้อยละ 5.0) ตามลำดับ ส่วนผู้ฟังรายการที่รับฟังเฉพาะหัวเรื่องน้อยที่สุด (ร้อยละ 2.5) 2) เมื่อพิจารณาการทำกิจกรรมขณะรับฟังรายการ พบว่า ผู้ฟังรายการไม่ได้ทำกิจกรรมใดขณะรับฟังรายการ (ร้อยละ2.5) ทำกิจกรรมขณะรับฟังรายการไปด้วย (ร้อยละ 97.5) ซึ่งกิจกรรมที่ผู้ฟังรายการส่วนใหญ่ทำขณะรับฟังรายการไปด้วย คือ ทำงานบ้าน/ทำอาหาร มากที่สุด (ร้อยละ 50.8) รองลงมาปฏิบัติกิจวัตรประจำวันส่วนตัว (ร้อยละ 38.3) ทำงานในสถานที่ทำงาน (ร้อยละ 29.2) อ่านหนังสือ (ร้อยละ 14.2) ทำกิจกรรมอื่น ๆ เช่น ปลูกต้นไม้ ปลูกผักสวนครัว และรดน้ำต้นไม้รอบ ๆ บริเวณบ้าน ทำไร่ ทำสวน ทำงานช่าง ออกกำลังกาย นั่งสมาธิ รับประทานอาหาร ดื่มกาแฟ ฉันอาหารเช้า-เพล (ร้อยละ 13.3) ตามลำดับ ส่วนผู้ฟังรายการที่ขับรถไปด้วยขณะรับฟังรายการน้อยที่สุด (ร้อยละ 4.2)

วัตถุประสงค์ในการรับฟังรายการ พบว่า ผู้ฟังรายการส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการรับฟังรายการเพื่อนำความรู้และวิธีการประยุกต์ใช้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาปรับใช้กับตนเอง มากที่สุด (ร้อยละ 84.2) รองลงมามีวัตถุประสงค์ในการรับฟังรายการเพื่อเพิ่มพูนความรู้ ความเข้าใจและวิธีการประยุกต์ใช้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง (ร้อยละ 74.2) เพื่อนำความรู้และวิธีการประยุกต์ใช้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงที่ได้รับฟังไปเผยแพร่แลกเปลี่ยนความรู้กับผู้อื่น (ร้อยละ 52.5) ตามลำดับ ส่วนผู้ฟังรายการที่มีวัตถุประสงค์ในการรับฟังรายการซึ่งหลากหลายออกไป ได้แก่ กระตุ้นตัวเองให้ทำความดี ทำเพื่อส่วนร่วมโดยการนำความรู้ที่ได้รับฟังไปพูดคุยกับหน่วยงานของรัฐ เช่น อบต. ให้ทำตามที่ได้ฟัง อาทิ การหาแหล่งน้ำต้นทุนเพื่อลดปัญหาภัยแล้ง ตามให้ทันกับข่าวสารของสำนักงานกปร. และโครงการหลวง ทำให้เกิดข้อคิดหลาย ๆ ด้าน นำมาซึ่งการพัฒนาความคิด สามารถประยุกต์ใช้กับครอบครัวในเรื่องการทำเกษตรแบบเศรษฐกิจพอเพียง น้อยที่สุด (ร้อยละ 2.5)

การติดต่อกับทางรายการ พบว่า 1) ผู้ฟังรายการทั้งหมดเคยติดต่อกับทางรายการ (ร้อยละ 100.0) โดยมีการติดต่อกับทางรายการ 2 ครั้งต่อปีมากที่สุด (ร้อยละ 38.3) รองลงมา 1 ครั้งต่อปี (ร้อยละ 22.5) 3 ครั้งต่อปี (ร้อยละ 19.2) 4 ครั้งต่อปี (ร้อยละ 10.9) และ 5 ครั้งต่อปี (ร้อยละ 5.8) ตามลำดับ ส่วนการติดต่อกับทางรายการ 10 ครั้งต่อปีขึ้นไป มีน้อยที่สุด (ร้อยละ 3.3) 2) เมื่อพิจารณาช่องทางในการติดต่อกับรายการของผู้ฟังรายการพบว่า ส่วนใหญ่มีการติดต่อผ่านทางช่องทางโทร

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ศัพท์มากที่สุด (ร้อยละ 86.7) รองลงมาติดต่อผ่านทางจดหมาย (ร้อยละ 37.5) และติดต่อผ่านทางไปรษณียบัตรน้อยที่สุด (ร้อยละ 11.7)

จุดประสงค์ในการติดต่อกับทางรายการ พบว่า ผู้ฟังรายการส่วนใหญ่มีจุดประสงค์ในการติดต่อกับทางรายการเพื่อร่วมกิจกรรมต่าง ๆ กับทางรายการ เช่น ตอบปัญหาชิงรางวัล ขอรับเมล็ดพันธุ์ผักสวนครัว สมัครสมาชิกรายการ มากที่สุด (ร้อยละ 99.2) รองลงมามีจุดประสงค์ในการติดต่อกับรายการเพื่อขอเอกสาร สิ่งพิมพ์ และสื่อต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการน้อมนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปประยุกต์ใช้ (ร้อยละ 70.8) ขอความรู้และคำปรึกษาในการน้อมนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปประยุกต์ใช้จากผู้ดำเนินรายการ วิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิ บุคคลตัวอย่าง หรือตัวแทนองค์กรตัวอย่าง (ร้อยละ 25.0) ตามลำดับ ส่วนผู้ฟังรายการที่มีจุดประสงค์ในการติดต่อกับทางรายการเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้/ประสบการณ์ในการน้อมนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปประยุกต์ใช้กับผู้ดำเนินรายการ วิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิ บุคคลตัวอย่าง หรือตัวแทนองค์กรตัวอย่าง น้อยที่สุด (ร้อยละ 18.3)

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการ

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก. ได้แก่ ด้านช่วงเวลา ความยาวรายการ และความถี่ในการออกอากาศของรายการ ด้านรูปแบบรายการและเนื้อหาข่าวสารในรายการ ด้านผู้ดำเนินรายการ ด้านผู้ร่วมดำเนินรายการ (วิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิ บุคคลตัวอย่าง และตัวแทนองค์กรตัวอย่าง) รวมถึงด้านดนตรีและเสียงประกอบในรายการ ซึ่งมีผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังในตารางที่ 4

ตารางที่ 4 แสดงจำนวน ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย $\overline{X}$ และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการ

(n=120)

ความคิดเห็น	ระดับความคิดเห็น			$\overline{X}$	S.D.	สรุประดับความคิดเห็น
	ดี	พอใช้	ควรปรับปรุง			
1. ด้านช่วงเวลา ความยาวรายการ และความถี่ในการออกอากาศของรายการ						
1.1 ช่วงเวลาการออกอากาศของรายการวิทยุ	85 (70.8)	24 (20.0)	11 (9.2)	2.62	.651	ดี

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตารางที่ 4 (ต่อ)

(n=120)

ความคิดเห็น	ระดับความคิดเห็น			$\bar{X}$	S.D.	สรุประดับความคิดเห็น
	ดี	พอใช้	ควรปรับปรุง			
เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ในเวลา 08.30 - 08.55 น. มีความเหมาะสม						
1.2 ในการออกอากาศของรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” คือ 25 นาที ต่อวัน มีความยาวรายการเหมาะสม	60 (50.0)	35 (29.2)	25 (20.8)	2.29	.793	พอใช้
1.3 การออกอากาศจำนวน 5 วัน ต่อสัปดาห์ คือวันจันทร์ถึงวันศุกร์ ของรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” มีความเหมาะสม	88 (73.3)	26 (21.7)	6 (5.0)	2.68	.565	ดี
รวม				**7.59**	**2.01**	ดี
2. ด้านรูปแบบรายการและเนื้อหาข่าวสารในรายการ						
2.1 รายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” เป็นรายการประเภทมุ่งให้ความรู้และการศึกษา ส่งเสริมด้านวิชา ความรู้ วัฒนธรรม อาชีพ แนวทางในการดำเนินชีวิตที่น้อมนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ให้ผู้ฟังรายการนำมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินชีวิตและการทำงานได้	107 (89.1)	11 (9.2)	2 (1.7)	2.88	.379	ดี
2.2 รูปแบบรายการมีความหลากหลาย คือ มีรายการพูดคุยกับผู้ฟัง รายการสนทนา รายการสัมภาษณ์ รายการสารคดีแบบด็อกคิวเมนทารี (การถ่ายทอดประสบการณ์ตรงจากผู้ร่วมรายการ) และรายการถาม-ตอบปัญหา ทำให้เกิดความน่าติดตามรับฟัง	104 (86.6)	14 (11.7)	2 (1.7)	2.85	.403	ดี

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตารางที่ 4 (ต่อ)

(n=120)

ความคิดเห็น	ระดับความคิดเห็น			$\bar{X}$	S.D.	สรุประดับความคิดเห็น
	ดี	พอใช้	ควรปรับปรุง			
2.3 ทางรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” มีการสรรหาวิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิ บุคคลตัวอย่าง และตัวแทนองค์กรตัวอย่างมาร่วมเผยแพร่ความรู้และประสบการณ์ได้ดี	94 (78.3)	24 (20.0)	2 (1.7)	2.77	.463	ดี
2.4 เนื้อหาที่นำเสนอในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” มีความทันสมัยต่อเหตุการณ์ หลากหลาย และน่าสนใจ	81 (67.5)	37 (30.8)	2 (1.7)	2.66	.510	ดี
2.5 การนำเสนอเนื้อหาในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” เป็นข้อมูลที่ดี มีสาระประโยชน์ น่าเชื่อถือ อ้างอิงได้	97 (80.8)	21 (17.5)	2 (1.7)	2.79	.447	ดี
2.6 ข้อมูลที่นำเสนอในรายการวิทยุ เรื่อง “พอ เพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ตรงกับความต้องการ และส่งเสริมให้ผู้ฟังรายการเกิดแนวความคิดใหม่ในการน้อมนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ ใช้กับชีวิตประจำวัน	93 (77.5)	25 (20.8)	2 (1.7)	2.76	.467	ดี
2.7 เนื้อหาในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” มีคติสอนใจ และสร้างค่านิยมที่ดีให้กับสังคม	94 (78.3)	23 (19.2)	3 (2.5)	2.76	.485	ดี
2.8 การนำเสนอเนื้อหาของรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ในทุกช่วงรายการตั้งแต่วันจันทร์ถึงวันศุกร์ มีความสอดคล้องไปในทิศทางเดียวกัน คือ มุ่งให้ความรู้ส่งเสริมการน้อมนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอ	101 (84.1)	17 (14.2)	2 (1.7)	2.83	.423	ดี

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตารางที่ 4 (ต่อ)

(n=120)

ความคิดเห็น	ระดับความคิดเห็น			$\bar{X}$	S.D.	สรุประดับความคิดเห็น
	ดี	พอใช้	ควรปรับปรุง			
เพียงมาประยุกต์ ใช้ในชีวิตประจำวันแก่ทุกภาคส่วนของประเทศ						
รวม				**22.30**	**3.58**	**ดี**
3 ด้านผู้ดำเนินรายการ						
3.1 มีน้ำเสียงเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว ชวนติดตามรับฟัง และจดจำได้ง่าย	84 (70.0)	32 (26.7)	4 (3.3)	2.67	.540	ดี
3.2 พูดได้คล่องแคล่ว ชัดเจน ไม่ติดขัด	81 (67.5)	36 (30.0)	3 (2.5)	2.65	.529	ดี
3.3 มีลีลาการนำเสนอที่ทำให้รายการมีบรรยากาศเป็นกันเองกับผู้ฟังรายการ	75 (62.5)	42 (35.0)	3 (2.5)	2.60	.541	ดี
3.4 ใช้ภาษาไทยได้ถูกต้อง ชัดเจน	82 (68.3)	35 (29.2)	3 (2.5)	2.66	.527	ดี
3.5 พูดเชื่อมโยงรายการในแต่ละช่วงได้ดีไม่สะดุด	70 (58.3)	48 (40.0)	2 (1.7)	2.57	.530	ดี
3.6 นำเสนอเนื้อหาได้อย่างเป็นขั้นตอนตามลำดับ	74 (61.6)	44 (36.7)	2 (1.7)	2.60	.525	ดี
3.7 อธิบายเนื้อหาได้กระชับ เข้าใจง่าย ไม่ต้องแปลความหมาย	82 (68.3)	34 (28.4)	4 (3.3)	2.65	.545	ดี
3.8 ตั้งคำถามได้เสมือนเป็นตัวแทนผู้ฟังรายการอย่างครบถ้วนทุกประเด็น	65 (54.2)	51 (42.5)	4 (3.3)	2.51	.565	ดี
3.9 ใช้ปฏิภาณไหวพริบแก้ปัญหาเฉพาะหน้าในขณะดำเนินรายการได้ดี	69 (57.5)	46 (38.3)	5 (4.2)	2.53	.579	ดี

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตารางที่ 4 (ต่อ)

(n=120)

ความคิดเห็น	ระดับความคิดเห็น			$\bar{X}$	S.D.	สรุประดับความคิดเห็น
	ดี	พอใช้	ควรปรับปรุง			
3.10 สรุปเนื้อหาและให้ข้อคิดที่ดีกับผู้ฟังรายการ	83 (69.1)	35 (29.2)	2 (1.7)	2.68	.505	ดี
3.11 สามารถพูดเปิดรายการได้ดี ทำให้ผู้ฟังรายการเกิดความรู้สึกอยากติดตามเนื้อหาตลอดรายการ	75 (62.5)	42 (35.0)	3 (2.5)	2.60	.541	ดี
3.12 สามารถพูดปิดรายการ ด้วยการเกริ่นเนื้อหาที่จะนำเสนอครั้งต่อไป จนทำให้ผู้ฟังรายการเกิดความรู้สึกอยากติดตามรับฟังเนื้อหาในครั้งต่อไป	79 (65.8)	38 (31.7)	3 (2.5)	2.63	.533	ดี
รวม				**31.35**	**6.46**	ดี
4. ด้านผู้ร่วมดำเนินรายการ (วิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิ บุคคลตัวอย่าง และตัวแทนองค์กรตัวอย่าง)						
4.1 มีน้ำเสียงเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว ชวนติดตามรับฟัง และจดจำได้ง่าย	79 (65.8)	39 (32.5)	2 (1.7)	2.64	.515	ดี
4.2 พูดได้คล่องแคล่ว ชัดเจน ไม่ติดขัด	75 (62.5)	43 (35.8)	2 (1.7)	2.61	.523	ดี
4.3 ใช้ภาษาไทยได้ถูกต้อง ชัดเจน	75 (62.5)	42 (35.0)	3 (2.5)	2.60	.541	ดี
4.4 อธิบายเนื้อหาได้กระชับ เข้าใจง่าย ไม่ต้องแปลความหมาย	77 (64.1)	41 (34.2)	2 (1.7)	2.63	.520	ดี
4.5 ตอบคำถามและให้ความรู้แก่ผู้ฟังรายการ ได้อย่างครบถ้วนตรงประเด็น	76 (63.3)	42 (35.0)	2 (1.7)	2.62	.522	ดี
4.6 สามารถพูดให้ผู้ฟังรายการเข้าใจและนึกภาพตามได้ทันที	79 (65.8)	39 (32.5)	2 (1.7)	2.64	.515	ดี

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตารางที่ 4 (ต่อ)

(n=120)

ความคิดเห็น	ระดับความคิดเห็น			$\bar{X}$	S.D.	สรุประดับความคิดเห็น
	ดี	พอใช้	ควรปรับปรุง			
4.7 มีความน่าเชื่อถือ	86 (71.7)	33 (27.5)	1 (0.8)	2.71	.474	ดี
4.8 มีความรู้และประสบการณ์เป็นอย่างดี	92 (76.7)	27 (22.5)	1 (0.8)	2.76	.449	ดี
4.9 ให้ข้อคิดที่ดีกับผู้ฟังรายการ สามารถนำไปประยุกต์ปฏิบัติตามได้จริง	92 (76.7)	27 (22.5)	1 (0.8)	2.76	.449	ดี
รวม				**23.97**	**4.51**	ดี
5. ด้านดนตรีและเสียงประกอบในรายการ						
5.1 ดนตรีประจำรายการเป็นสัญลักษณ์ที่ทำให้จำได้ว่าเป็นรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อเพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก.	90 (75.0)	27 (22.5)	3 (2.5)	2.73	.501	ดี
5.2 ดนตรีประจำรายการและดนตรีคั่นรายการ มีความเหมาะสมกับเนื้อหาของรายการ	70 (58.3)	48 (40.0)	2 (1.7)	2.57	.530	ดี
5.3 ในการสัมภาษณ์วิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิ บุคคลตัวอย่าง หรือตัวแทนองค์กรตัวอย่าง นอกสถานที่จะมีเสียงประกอบจากธรรมชาติ เช่น นกร้อง ไก่ขัน ทำให้เกิดความน่าสนใจในการดำเนินรายการ	86 (71.7)	30 (25.0)	4 (3.3)	2.68	.534	ดี
5.4 รายการมีความหลากหลายทางเสียงจากหลายแหล่งประกอบกันอย่างกลมกลืน เช่น เสียงผู้ดำเนินรายการ เสียงผู้ร่วมรายการ และเสียงประกอบจากธรรมชาติ ที่เกิดจากการสัมภาษณ์นอกสถานที่	76 (63.3)	41 (34.2)	3 (2.5)	2.61	.539	ดี

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตารางที่ 4 (ต่อ)

(n=120)

ความคิดเห็น	ระดับความคิดเห็น			$\bar{X}$	S.D.	สรุประดับความคิดเห็น
	ดี	พอใช้	ควรปรับปรุง			
5.5 เนื้อหา เพลง และเสียงประกอบในรายการ ทำให้ผู้ฟังรายการเกิดอารมณ์คล้อยตามรับฟังรายการจนจบทุกวัน	66 (55.0)	51 (42.5)	3 (2.5)	2.53	.549	ดี
รวม				**13.12**	**2.65**	**ดี**
รวมทุกด้าน				**98.33**	**19.21**	**ดี**

จากการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก. ได้แก่ ด้านช่วงเวลา ความยาวรายการ และความถี่ในการออกอากาศของรายการ ด้านรูปแบบรายการและเนื้อหาข่าวสารในรายการ ด้านผู้ดำเนินรายการ ด้านผู้ร่วมดำเนินรายการ (วิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิ บุคคลตัวอย่าง และตัวแทนองค์กรตัวอย่าง) รวมถึงด้านดนตรีและเสียงประกอบในรายการ ในตารางที่ 4 พบว่า ผู้ฟังรายการมีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบในรายการ โดยรวมเฉลี่ยอยู่ในระดับดี (ค่าเฉลี่ย 98.33) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านมีรายละเอียดดังนี้ คือ

ด้านช่วงเวลา ความยาว และความถี่ในการออกอากาศของรายการ ผู้ฟังรายการมีความคิดเห็นโดยรวมเฉลี่ยอยู่ในระดับดี (ค่าเฉลี่ย 7.59) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ฟังรายการมีความคิดเห็นว่าจำนวนวันที่ออกอากาศ 5 วันต่อสัปดาห์ มีความเหมาะสมอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ย 2.68 ช่วงเวลา 08.30-08.55 น. มีความเหมาะสมอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ย 2.62 ความยาวของรายการ 25 นาทีต่อวัน มีความเหมาะสมอยู่ในระดับพอใช้ มีค่าเฉลี่ย 2.29

ด้านรูปแบบรายการและเนื้อหาข่าวสารในรายการ ผู้ฟังรายการมีความคิดเห็นโดยรวมเฉลี่ยอยู่ในระดับดี (ค่าเฉลี่ย 22.30) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ฟังรายการมีความคิดเห็นว่าทั้งหมดมีความเหมาะสมอยู่ในระดับดี คือ เป็นรายการประเภทมุ่งให้ความรู้และการศึกษา ส่งเสริมด้านวิชาความรู้ วัฒนธรรม อาชีพ แนวทางในการดำเนินชีวิตที่น้อมนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงให้ผู้ฟังรายการนำมาประยุกต์ใช้ได้ดี มีค่าเฉลี่ย 2.88 รูปแบบรายการมีความหลากหลาย ทำให้เกิดความน่าติดตามรับฟัง มีค่าเฉลี่ย 2.85 การนำเสนอเนื้อหาของรายการในทุกช่วงรายการตั้งแต่วันจันทร์ถึง

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

วันศุกร์ มีความสอดคล้องไปในทิศทางเดียวกัน มีค่าเฉลี่ย 2.83 การนำเสนอเนื้อหาในรายการเป็นข้อมูลที่ดี มีสารประโยชน์ น่าเชื่อถือ อ้างอิงได้ มีค่าเฉลี่ย 2.79 มีการสรรหาวิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิ บุคคลตัวอย่าง และตัวแทนองค์กรตัวอย่างมาร่วมเผยแพร่ความรู้และประสบการณ์ได้ดี มีค่าเฉลี่ย 2.77 ข้อมูลที่นำเสนอในรายการตรงกับความต้องการและส่งเสริมให้ผู้ฟังรายการเกิดแนวความคิดใหม่ในการน้อมนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้กับชีวิตประจำวัน มีค่าเฉลี่ย 2.76 เนื้อหาในรายการมีคติสอนใจและสร้างค่านิยมที่ดีให้กับสังคม มีค่าเฉลี่ย 2.76 เนื้อหาที่นำเสนอในรายการมีความทันสมัยต่อเหตุการณ์ หลากหลาย และน่าสนใจ มีค่าเฉลี่ย 2.66

ด้านผู้ดำเนินรายการ ผู้ฟังรายการมีความคิดเห็นโดยรวมเฉลี่ยอยู่ในระดับดี (ค่าเฉลี่ย 31 .35) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ฟังรายการมีความคิดเห็นว่าทั้งหมดมีความเหมาะสมอยู่ในระดับดี คือ สรุปเนื้อหาและให้ข้อคิดที่ดีกับผู้ฟังรายการ มีค่าเฉลี่ย 2.68 มีน้ำเสียงเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว ชวนติดตามรับฟัง และจดจำได้ง่าย มีค่าเฉลี่ย 2.67 ใช้ภาษาไทยได้ถูกต้อง ชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 2.66 พูดได้คล่องแคล่ว ชัดเจน ไม่ติดขัด มีค่าเฉลี่ย 2.65 อธิบายเนื้อหาได้กระชับ เข้าใจง่าย ไม่ต้องแปลความหมาย มีค่าเฉลี่ย 2.65 สามารถพูดปิดรายการด้วยการเกริ่นเนื้อหาที่จะนำเสนอครั้งต่อไป จนทำให้ผู้ฟังรายการเกิดความรู้สึกอยากติดตามรับฟังเนื้อหาในครั้งต่อไป มีค่าเฉลี่ย 2.63 สามารถพูดเปิดรายการได้ดี ทำให้ผู้ฟังรายการเกิดความรู้สึกอยากติดตามเนื้อหาตลอดรายการได้ มีค่าเฉลี่ย 2.60 มีลีลาการนำเสนอที่ทำให้รายการมีบรรยากาศเป็นกันเองกับผู้ฟังรายการ มีค่าเฉลี่ย 2.60 นำเสนอเนื้อหาได้อย่างเป็นขั้นตอนตามลำดับ มีค่าเฉลี่ย 2.60 พูดเชื่อมโยงรายการในแต่ละช่วงได้ดี ไม่สะดุด มีค่าเฉลี่ย 2.57 ใช้ปฏิภาณไหวพริบแก้ปัญหาเฉพาะหน้าในขณะดำเนินรายการได้ดี มีค่าเฉลี่ย 2.53 ตั้งคำถามได้เสมือนเป็นตัวแทนผู้ฟังรายการอย่างครบถ้วนทุกประเด็น มีค่าเฉลี่ย 2.51

ด้านผู้ร่วมดำเนินรายการ (วิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิ บุคคลตัวอย่าง และตัวแทนองค์กรตัวอย่าง) ผู้ฟังรายการมีความคิดเห็นโดยรวมเฉลี่ยอยู่ในระดับดี (เฉลี่ย 23.97) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ฟังรายการมีความคิดเห็นว่าทั้งหมดมีความเหมาะสมอยู่ในระดับดี คือ มีความรู้และประสบการณ์เป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ย 2.76 ให้ข้อคิดที่ดีกับผู้ฟังรายการ สามารถนำไปประยุกต์ปฏิบัติตามได้จริง มีค่าเฉลี่ย 2.76 มีความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ย 2.71 สามารถพูดให้ผู้ฟังรายการเข้าใจและนึกภาพตามได้ทันที มีค่าเฉลี่ย 2.64 มีน้ำเสียงเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว ชวนติดตามรับฟัง และจดจำได้ง่าย มีค่าเฉลี่ย 2.64 อธิบายเนื้อหาได้กระชับ เข้าใจง่าย ไม่ต้องแปลความหมาย มีค่าเฉลี่ย 2.63 ตอบคำถามและให้ความรู้แก่ผู้ฟังรายการได้อย่างครบถ้วน ตรงประเด็น มีค่าเฉลี่ย 2.62 พูดได้คล่องแคล่ว ชัดเจน ไม่ติดขัด มีค่าเฉลี่ย 2.61 ใช้ภาษาไทยได้ถูกต้อง ชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 2.60

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ด้านดนตรีและเสียงประกอบในรายการ ผู้ฟังรายการมีความคิดเห็นโดยรวมเฉลี่ยอยู่ในระดับดี (เฉลี่ย 13.12) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ฟังรายการมีความคิดเห็นว่าทั้งหมดมีความเหมาะสมอยู่ในระดับดี คือ ดนตรีประจำรายการเป็นสัญลักษณ์ที่ทำให้จำได้ว่าเป็นรายการวิทยุเรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก. มีค่าเฉลี่ย 2.73 ในการสัมภาษณ์นอกสถานที่มีเสียงประกอบจากธรรมชาติ เช่น นกร้อง ไก่ขัน ทำให้เกิดความน่าสนใจในการดำเนินราย การ มีค่าเฉลี่ย 2.68 รายการมีความหลากหลายทางเสียงจากหลายแหล่งประกอบกันอย่างกลมกลืน มีค่าเฉลี่ย 2.61 ดนตรีประจำรายการและดนตรีคั่นรายการมีความเหมาะสมกับเนื้อหาของรายการ มีค่าเฉลี่ย 2.57 เนื้อหา เพลง และเสียงประกอบในรายการทำให้ผู้ฟังรายการเกิดอารมณ์คล้อยตาม รับฟังรายการจนจบทุกวัน มีค่าเฉลี่ย 2.53

ตอนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ฟังรายการ

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ฟังรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก. ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลมีรายละเอียดในตารางที่ 5 ดังนี้

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ฟังรายการ

(n=120)

ปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ฟังรายการ	จำนวน	ร้อยละ
1. คุณภาพสัญญาณในการรับฟังรายการ		
1.1 การปรับหาคลื่นความถี่เพื่อรับฟังรายการ		
ยาก	7	5.8
ค่อนข้างยาก	21	17.5
ง่าย	92	76.7
1.2 ความชัดเจนในการรับฟังรายการ		
ไม่ชัดเจน	3	2.5
ชัดเจนน้อย	25	20.8
ชัดเจน	92	76.7
1.3 สัญญาณรบกวนจากคลื่นความถี่หรือสถานีวิทยุใกล้เคียงขณะรับฟังรายการ		
ไม่มี	76	63.3
มี	44	36.7

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตารางที่ 5 (ต่อ)

(n=120)

ปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ฟังรายการ	จำนวน	ร้อยละ
สถานีวิทยุต่างประเทศ ได้แก่ พม่า กัมพูชา เวียดนาม จีน	4	3.3
สถานีวิทยุรัฐสภา	2	1.7
สถานีวิทยุองค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย (อสมท.)	2	1.7
สถานีวิทยุชุมชน	2	1.7
สถานีวิทยุทหารอากาศมหาสารคาม	2	1.7
สถานีวิทยุการศึกษา	1	0.8
สถานีวิทยุโฆษณาขายยา	1	0.8
สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย (สวท.)	1	0.8
องค์การโทรศัพท์	1	0.8
ไม่ระบุ	28	23.3
สัญญาณมีการรบกวนในระดับ **		
รบกวนมาก	2	1.7
รบกวนค่อนข้างมาก	14	11.7
รบกวนน้อย	25	20.8
อื่นๆ[8]	3	2.5
2. ปัญหาที่พบขณะรับฟังรายการ ***		
2.1 รับฟังสถานีวิทยุ ม.ก. ได้ชัดเจนเป็นบางช่วงเวลา	26	21.7
2.2 เสียงของสถานีวิทยุ ม.ก. เบากว่าสถานีอื่น ๆ	10	8.3
2.3 ขณะรับฟังรายการเสียงขาดหายเป็นช่วง หรือเงียบหายไปเฉย ๆ เหมือนไฟไฟดับ (หมุนไปคลื่นข้างเคียงก็ปกติ)	7	5.8
2.4 ช่วงการสัมภาษณ์ผู้ร่วมดำเนินรายการ เสียงเบาลงกว่าปกติไม่ค่อยชัดเจน	4	3.3
2.5 การบอกหมายเลขโทรศัพท์ ของผู้ดำเนินรายการให้ผู้รับฟังรายการทราบบอกเร็วมากทำให้จดไม่ทัน ขอให้ผู้ดำเนินรายการบอกหมายเลขโทรศัพท์ซ้ำก่อนจบรายการอีกครั้ง	3	2.5

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตารางที่ 5 (ต่อ)

(n=120)

ปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ฟังรายการ	จำนวน	ร้อยละ
3. ข้อเสนอแนะ *		
3.1 ด้านช่วงเวลา ความยาวรายการ และความถี่ในการออกอากาศ		
3.1.1 ออกอากาศทุกวัน (7 วันต่อสัปดาห์)	10	8.3
3.1.2 เพิ่มเวลาการออกอากาศจาก 25 นาที เป็น 1 ชั่วโมง	9	7.5
3.1.3 เปลี่ยนหรือเลื่อนเวลาการออกอากาศของรายการ เป็นช่วงเวลา 07.00-08.00 น. 17.00-18.00 น. หรือ 19.00-20.00 น.	8	6.7
3.2 ด้านรูปแบบรายการและเนื้อหาข่าวสารในรายการ		
3.2.1 เปิดโอกาสให้ผู้ฟังรายการมีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็น ถามคำถาม และขอคำปรึกษาเกี่ยวกับปัญหาต่าง ๆ ในรายการผ่านทางโทรศัพท์ หรือ SMS	18	15.0
3.2.2 แจกเอกสารหรือสิ่งของเกี่ยวกับการเกษตรที่เป็นประโยชน์แก่สมาชิกรายการ เช่น เมล็ดพันธุ์ผักสวนครัว พันธุ์ไส้เดือน สูตรอาหาร ผ่านการร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ในรายการ	11	9.2
3.2.3 นำช่วงแนวหน้ากล้าพอกลับมานำเสนออีกครั้ง เพราะรูปแบบรายการและเนื้อหาที่นำเสนอเป็นแรงบันดาลใจ และตัวอย่างที่ดีมากกับผู้ฟังรายการ อีกทั้งผู้ดำเนินรายการมีการพูดคุยง่าย ๆ เป็นกันเอง สนุกสนานแบบชาวบ้าน ๆ ถามคำถามดี ทำให้รายการไม่หนัก ไม่เครียด	5	4.2
3.2.4 นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพตนเองก่อนถึงมือแพทย์ เพื่อลดค่าใช้จ่าย ด้วยธรรมชาติบำบัด แพทย์องค์รวม ความรู้รอบตัวเรื่องสมุนไพรหรือการทำอาหารเป็นยาตามธาตุของตนเอง ซึ่งความรู้ทั้งหมดต้องปฏิบัติในชีวิตได้จริง	4	3.3
3.2.5 นำเสนอเนื้อหาแบบเน้นย้ำการประยุกต์ใช้เศรษฐกิจพอเพียงในทุกภาคส่วนของประเทศ ให้ซึมซาบเข้าสู่แนวทางปฏิบัติอย่างสมบูรณ์ โดยเฉพาะเรื่องการประหยัดและดำเนินชีวิตด้วยทางสายกลาง	4	3.3

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตารางที่ 5 (ต่อ)

(n=120)

ปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ฟังรายการ	จำนวน	ร้อยละ
3.2.6 ให้ความรู้หรือข้อมูลตรงด้านการเกษตรแก่ผู้ฟังที่สามารถใช้ประโยชน์ได้ทันที	3	2.5
3.2.7 นำเสนอความรู้เกี่ยวกับการใช้ปุ๋ยและสารกำจัดศัตรูพืช อย่างถูกวิธี	3	2.5
3.2.8 เปิดโอกาสให้ผู้ฟังรายการร่วมตอบปัญหาชิงรางวัลท้ายรายการ	3	2.5
3.2.9 แนะนำการบริการด้านการเกษตรของส่วนราชการ ศูนย์ปราชญ์ รวมทั้งขององค์กรเอกชน	2	1.7
3.2.10 นำเนื้อหาต่าง ๆ เช่น เรื่องราวในอดีตที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม หรือข่าวสารต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในปัจจุบันแบบเท่าทันและทันสมัยต่อเหตุการณ์ โดยใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอ เพียงให้สัมพันธ์กับเรื่องต่าง ๆ ที่นำเสนอ	2	1.7
3.2.11 ปรับเนื้อหาในรายการให้น่าสนใจแก่คนรุ่นใหม่	2	1.7
3.2.12 นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการเกษตรต่างแดน การเกษตรในประเทศอิสราเอล เกษตรอินทรีย์ เกษตรพอเพียง หรือแม้กระทั่งการเกษตรแบบ GMOs	2	1.7
3.2.13 ตอบปัญหาการเกษตรของผู้ฟังท้ายรายการ	2	1.7
3.3 ด้านผู้ร่วมดำเนินรายการ (วิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิ บุคคลตัวอย่าง และตัวแทนองค์กรตัวอย่าง		
3.3.1 เพิ่มการสัมภาษณ์สด วิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิ บุคคลตัวอย่าง หรือตัวแทนองค์กรตัวอย่าง ที่น้อมนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปประยุกต์ใช้ ให้หลากหลายสาขาและอาชีพ เช่น ปราชญ์ชาวบ้าน หมอดิน พระภิกษุนักพัฒนาด้านการเกษตร เจ้าหน้าที่ประจำโครงการพระราชดำริต่าง ๆ	10	8.3
3.3.2 เพิ่มการสัมภาษณ์หมุนเวียนไปตามคณะต่าง ๆ ภายในมหาวิทยาลัย	2	1.7

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตารางที่ 5 (ต่อ)

(n=120)

ปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ฟังรายการ	จำนวน	ร้อยละ
เกษตรศาสตร์ เช่น คณบดี หัวหน้าภาควิชาผู้ชำนาญการ ฯลฯ ในเรื่องการใช้ความรู้และวิชาการด้านต่าง ๆ ที่สามารถประยุกต์ใช้สู่การปฏิบัติได้จริง และสอดคล้องกับหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง		
3.4 ด้านการนำรายการไปใช้ประโยชน์ต่อเนื่อง		
3.4.1 นำเนื้อหาที่ออกอากาศไปแล้วในทุกวันและทุกช่วงรายการ มาตีพิมพ์เป็นสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ แจกแก่สมาชิกรายการที่อยากได้มาศึกษาต่อ เดือนละ 1 เล่ม	47	39.2
3.4.2 จัดประชุมสัมมนา เพื่อเป็นการเปิดโอกาสให้สมาชิกรายการได้พบปะพูดคุยแลกเปลี่ยน ขอรับความรู้และคำปรึกษาจากประสบการณ์ของวิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิ บุคคลตัวอย่าง และตัวแทนองค์กรตัวอย่าง หรือระหว่างสมาชิกรายการด้วยกัน ทั้งที่มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ บางเขน และตามสถานที่สำคัญในภูมิภาคต่าง ๆ เพื่อเป็นการสร้างเครือข่ายความสัมพันธ์ทั้งระหว่างสมาชิกรายการ และระหว่างผู้น้อมนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปประยุกต์ใช้ หรือนำสมาชิกรายการไปทัศนศึกษาดูโครงการ หน่วยงาน ของผู้ที่เคยได้รับเชิญมาร่วมในรายการ เพื่อเป็นการให้ผู้ฟังรายการเห็นภาพที่ชัดเจนสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้อย่างรวดเร็ว	11	9.2
3.4.3 นำเนื้อหาที่ออกอากาศไปแล้วมาออกอากาศซ้ำ ในวันและเวลาที่เหมาะสม เช่น 17.00-18.00 น. 19.00-20.00 น. ของทุกวัน หรือในวันเสาร์-วันอาทิตย์	4	3.3
3.4.4 ควรมีการเผยแพร่เนื้อหาของรายการไปยังหมู่บ้าน/ชุมชนให้ทั่วทุกแห่งเพราะเป็นผู้ปฏิบัติจริง ซึ่งให้อบต. หรือเทศบาลเป็นผู้เผยแพร่ต่ออีกทีก็จะดีมาก	2	1.7
3.5 ด้านสถานี		
3.5.1 ให้ทางสถานีวิทยุ ม.ก. จัดสรรงบประมาณเพื่อเพิ่มแรงส่งสัญญาณเสียงให้ครอบคลุมทั้ง 4 ภูมิภาคและชัดเจนเหมือนสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย	9	7.5

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตารางที่ 5 (ต่อ)

(n=120)

ปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ฟังรายการ		จำนวน	ร้อยละ
3.5.2	ให้ทางสถานีวิทยุ ม.ก. ปรับปรุงการส่งสัญญาณให้ครอบคลุมพื้นที่ในภูมิภาคตะวันออกเฉียงเหนือให้มากขึ้น โดยเฉพาะจังหวัดที่อยู่ห่างจากสถานีส่งวิทยุ ม.ก. เครือข่ายขอนแก่น (อาทิ จังหวัดกาฬสินธุ์ จังหวัดอุบลราชธานีจังหวัดศรีสะเกษ จังหวัดอำนาจเจริญ จังหวัดยโสธร และจังหวัดใกล้เคียงอื่น ๆ) เพราะเป็นภูมิภาคที่มีขนาดใหญ่ มีหลายจังหวัดที่ยากจน หากช่วยเพิ่มสถานีส่งสัญญาณให้มากขึ้นจะเกิดประโยชน์อย่างมาก เนื่องจากประชาชนที่อยู่ในพื้นที่ดังกล่าวก็อยากรับฟังรายการที่มีประโยชน์เช่นกัน	3	2.5
3.5.3	ให้ทางสถานีวิทยุ ม.ก. ขยายช่องทางการออกอากาศผ่านทางคลื่นวิทยุ F.M.	3	2.5
3.5.4	ให้ทางสถานีวิทยุ ม.ก. ซึ่งเป็นผู้ให้ความรู้ด้านการเกษตร ประมง ปศุสัตว์อยู่แล้ว เป็นแกนนำในการจัดตั้งช่องสถานีหรือรายการโทรทัศน์เพื่อการเกษตร อันเป็นการขยายช่องทางเผยแพร่ความรู้แก่เกษตรกรที่เป็นรากฐานของประเทศให้กว้างมากขึ้น	2	1.7

หมายเหตุ : * ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

หมายเหตุ : ** ผู้ฟังรายการวิทยุระบุเพียง 44 ราย

หมายเหตุ : *** ผู้ฟังรายการวิทยุระบุเพียง 50 ราย

อื่นๆ[8] หมายถึง แล้วแต่สภาพอากาศ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ฟังรายการวิทยุเรื่อง “พอเพียง เพื่อเพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก. ในตารางที่ 5 สรุปได้ดังนี้ คือ

คุณภาพสัญญาณในการับฟังรายการ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า 1) การปรับหาคลื่นความถี่เพื่อรับฟังรายการ ผู้ฟังรายการส่วนใหญ่สามารถปรับหาคลื่นความถี่เพื่อรับฟังรายการได้ง่ายมากที่สุด มีค่าร้อยละ 76.7 รองลงมาค่อนข้างยาก มีค่าร้อยละ 17.5 และปรับหาคลื่นความถี่เพื่อรับฟังรายการได้ยากน้อยที่สุด มีค่าร้อยละ 5.8 2) ความชัดเจนในการรับฟังรายการ พบว่า ผู้ฟังรายการส่วนใหญ่สามารถรับฟังรายการได้ชัดเจนมากที่สุด มีค่าร้อยละ 76.7 รองลงมาชัดเจนน้อย มีค่าร้อยละ 20.8 และรับฟังรายการได้ไม่ชัดเจนน้อยที่สุด มีค่าร้อยละ 2.5 3) สัญญาณรบกวนจากคลื่นความ

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ถี่หรือสถานีวิทยุใกล้เคียงขณะรับฟังรายการ พบว่า ผู้ฟังรายการส่วนใหญ่ไม่ได้รับสัญญาณรบกวนขณะรับฟังรายการมากที่สุด มีค่าร้อยละ 63.3 ส่วนที่ได้รับสัญญาณรบกวนขณะรับฟังรายการน้อยที่สุด (ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือและภาคเหนือ) มีค่าร้อยละ 36.7 ซึ่งผู้ฟังรายการไม่ได้ระบุคลื่นความถี่หรือสถานีวิทยุใกล้เคียงที่มีสัญญาณรบกวนมากที่สุด มีค่าร้อยละ 23.3 รองลงมาระบุว่าสถานีวิทยุใกล้เคียงที่มีสัญญาณรบกวน คือ สถานีวิทยุต่างประเทศ เช่น พม่า กัมพูชา เวียดนาม จีน มีค่าร้อยละ 3.3 สถานีวิทยุรัฐสภา สถานีวิทยุองค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย (อสมท.) สถานีวิทยุชุมชน สถานีวิทยุทหารอากาศมหาสารคาม เท่ากัน มีค่าร้อยละ 1.7 และสถานีวิทยุการศึกษา สถานีวิทยุโฆษณาขายยา สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย (สวท.) และองค์การโทรศัพท์ เท่ากัน มีค่าร้อยละ 0.8 4) โดยผู้ฟังรายการระบุว่าสัญญาณมีการรบกวนอยู่ในระดับน้อยมากที่สุด มีค่าร้อยละ 20.8 รองลงมา สัญญาณมีการรบกวนค่อนข้างมาก มีค่าร้อยละ 11.7 สัญญาณมีการรบกวนแล้วแต่สภาพอากาศ มีค่าร้อยละ 2.5 ส่วนผู้ฟังรายการที่ระบุว่าสัญญาณมีการรบกวนอยู่ในระดับมากน้อยที่สุด มีค่าร้อยละ 1.7

ปัญหาที่พบขณะรับฟังรายการ พบว่า ผู้ฟังรายการรับฟังสถานีวิทยุ ม.ก. ได้ชัดเจนเป็นบางช่วงเวลามากที่สุด เช่น ที่จังหวัดลำปางก่อนช่วงเวลา 05.00 น. และหลังเวลา 19.00 น. จะมีสถานีวิทยุต่างประเทศ ได้แก่ พม่า กัมพูชา รบกวนแรงมาก แต่หลังเวลา 05.00 น.-19.00 น. รับฟังได้ชัดเจนดีมาก ที่จังหวัดชัยภูมิในช่วงกลางวันที่ฟ้าโปร่งจะรับฟังได้ชัดเจน แต่ถ้ามีฟ้าครึ้มเหมือนฝนจะตก จะมีเสียงรบกวนจากสถานีอื่นและสัญญาณขาดหายเป็นช่วง ๆ บางทีก็มีเสียงเบาแล้วก็ดังขึ้นเป็นบางครั้ง (เป็นมานานแล้ว) มีค่าร้อยละ 21.7 รองลงมา เสียงของสถานีวิทยุ ม.ก. เบากว่าสถานีอื่น ๆ มีค่าร้อยละ 8.3 ขณะรับฟังรายการเสียงขาดหายเป็นช่วงหรือเงียบหายไปเฉย ๆ เหมือนไฟดับ (หมุนไปสถานีข้างเคียงก็ปกติ) มีค่าร้อยละ 5.8 ช่วงการสัมภาษณ์ผู้ร่วมดำเนินรายการ เสียงเบาลงกว่าปกติ ไม่ค่อยชัดเจน มีค่าร้อยละ 3.3 และผู้ฟังรายการระบุว่าการบอกหมายเลขโทรศัพท์ของผู้ดำเนินรายการให้ผู้รับฟังรายการทราบบอกเร็วมากทำให้จดไม่ทัน ขอให้ผู้ดำเนินรายการบอกหมายเลขโทรศัพท์ซ้ำก่อนจบรายการอีกครั้ง น้อยที่สุด มีค่าร้อยละ 2.5

ข้อเสนอแนะ พบว่า ข้อเสนอแนะที่ผู้ฟังรายการได้แนะนำมานั้น สามารถจัดแบ่งออกเป็นด้านต่าง ๆ ได้ 5 ด้าน คือ 1) ด้านช่วงเวลา ความยาวรายการ และความถี่ในการออกอากาศ พบว่าผู้ฟังรายการต้องการให้มีการออกอากาศทุกวัน (7 วันต่อสัปดาห์) มากที่สุด โดยเพิ่มช่วงวันเสาร์และวันอาทิตย์ที่เป็นวันหยุดเพื่อทั้งครอบครัวโดยเฉพาะเด็ก ๆ จะได้ใช้ช่วงเวลานี้รับฟังรายการร่วมกันและสามารถนำเนื้อหาของรายการมาแนะนำ สั่งสอน พูดคุยแลกเปลี่ยนกันในครอบครัว เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการดำเนินชีวิตตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง มีค่าร้อยละ 8.3 รองลงมา ให้เพิ่มเวลา

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

การออกอากาศจาก 25 นาที เป็น 1 ชั่วโมง ซึ่งเป็นการเพิ่มโอกาสการรับฟังเนื้อหาของรายการให้มากขึ้น มีค่าร้อยละ 7.5 และเปลี่ยนหรือเลื่อนเวลาการออกอากาศของรายการเป็นช่วงเวลา 07.00-08.00 น. 17.00-18.00 น. หรือ 19.00-20.00 น. เนื่องจากช่วงเวลาเดิมคือ 08.30-08.55 น. เป็นช่วงเวลาที่ผู้ฟังรายการส่วนใหญ่ต้องยุ่งกับภารกิจต่าง ๆ เช่น อยู่ระหว่างการเดินทางไปทำงานจึงทำให้เสียโอกาสในการรับฟัง ดังนั้น ควรนำเสนอรายการในช่วงที่ครอบครัวอยู่ด้วยกันมากกว่า มีค่าร้อยละ 6.7

2) ด้านรูปแบบรายการและเนื้อหาข่าวสารในรายการ พบว่า ผู้ฟังรายการต้องการให้เปิดโอกาสแก่ผู้ฟังรายการได้มีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็น ถามคำถาม และขอคำปรึกษาเกี่ยวกับปัญหาต่าง ๆ ในรายการผ่านทางโทรศัพท์ หรือ SMS มีค่าร้อยละ 15.0 รองลงมา แจกเอกสารหรือสิ่งของเกี่ยวกับการเกษตรที่เป็นประโยชน์แก่สมาชิกรายการ เช่น เมล็ดพันธุ์ผักสวนครัว พันธุ์ไส้เดือน สูตรอาหาร ข่าวสารการท่องเที่ยวทั่วประเทศไทย ผ่านการร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ในรายการ มีค่าร้อยละ 9.2 นำช่วงแนวหน้ากล้าพอกลับมานำเสนออีกครั้ง เพราะรูปแบบรายการและเนื้อหาที่นำเสนอเป็นแรงบันดาลใจและตัวอย่างที่ดีมากกับผู้ฟังรายการ โดยเฉพาะการสัมภาษณ์บุคคลตัวอย่างซึ่งเคยประสบความล้มเหลวในชีวิตแล้วน้อมนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปประยุกต์ใช้จนประสบความสำเร็จได้อย่างเห็นภาพชัดเจนที่หลากหลาย เช่น อาจารย์ยักษ์(ดร.วิวัฒน์ ศัลยกำธร)อดีตผู้อำนวยการประเมินผลและข้อมูล สำนักงานคณะกรรมการพิเศษเพื่อการประสานงานโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ สำนักนายกรัฐมนตรี ผู้ก่อตั้งและดำรงตำแหน่งประธานมูลนิธิกสิกรรมธรรมชาติมาบเอื้อง ตำบลหนองบอนแดง อำเภอบ้านบึง จังหวัดชลบุรี หรือ คุณวริสร รักษ์พันธุ์ เจ้าของชุมพรคาบาน่า รีสอร์ต หาดทุ่งวัวแล่น ตำบลสะพลี อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร ฯลฯ อีกทั้งผู้ดำเนินรายการมีการพูดคุยง่าย ๆ เป็นกันเอง สนุกสนานแบบชาวบ้าน ๆ ถามคำถามดี ทำให้รายการไม่หนัก ไม่เครียด มีค่าร้อยละ 4.2 นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพตนเองก่อนถึงมือแพทย์เพื่อลดค่าใช้จ่ายด้วยธรรมชาติบำบัด แพทย์องค์รวม ความรู้รอบตัวเรื่องสมุนไพร หรือการทำอาหารเป็นยาตามธาตุของตนเอง ซึ่งความรู้ทั้งหมดต้องปฏิบัติในชีวิตได้จริง และนำเสนอเนื้อหาแบบเน้นย้ำการประยุกต์ใช้เศรษฐกิจพอเพียงในทุกภาคส่วนของประเทศ ให้ซึมซาบเข้าไปสู่แนวทางปฏิบัติได้อย่างสมบูรณ์ โดยเฉพาะเรื่องการประหยัดทั้งส่วนบุคคล ประเทศชาติ และของโลก ในทุก ๆ ด้านของทรัพยากรธรรมชาติต่าง ๆ ทั้งดิน(แร่ธาตุ) น้ำ ลม ไฟ ลดค่านิยมทางวัตถุ มุ่งเน้นคุณธรรม ความเรียบง่าย ด้วยการดำเนินชีวิตด้วยทางสายกลาง เท่ากัน มีค่าร้อยละ 3.3 ให้ความรู้หรือข้อมูลตรงด้านการเกษตรแก่ผู้ฟังรายการที่สามารถใช้ประโยชน์ได้ทันทีจากการฟัง นำเสนอความรู้เกี่ยวกับการใช้ปุ๋ยและสารกำจัดศัตรูพืชอย่างถูกวิธี และเปิดโอกาสให้ผู้ฟังรายการร่วมตอบปัญหาชิงรางวัลท้ายรายการ เท่ากัน มีค่าร้อยละ 2.5 แนะนำบริการด้านการเกษตรของส่วนราชการ ศูนย์ปราชญ์ รวมทั้ง

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

องค์กรเอกชน นำเนื้อหาต่าง ๆ เช่น เรื่องราวในอดีตที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมหรือข่าวสารต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในปัจจุบันแบบเท่าทันและทันสมัยต่อเหตุการณ์ โดยใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงให้สัมพันธ์กับเรื่องต่าง ๆ ที่นำเสนอ ปรับเนื้อหาในรายการให้น่าสนใจแก่คนรุ่นใหม่ นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการเกษตรต่างแดน การเกษตรในประเทศอิสราเอล เกษตรอินทรีย์ เกษตรพอเพียง หรือแม้กระทั่งการเกษตรแบบดัดแปลงหรือตัดต่อพันธุกรรม (GMOs = Genetically Modified Organisms) และตอบปัญหาการเกษตรของผู้ฟังรายการท้ายรายการ เท่ากัน มีค่าร้อยละ 1.7

3) ด้านผู้ร่วมดำเนินรายการ (วิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิ บุคคลตัวอย่าง และตัวแทนองค์กรตัวอย่าง) พบว่า ผู้ฟังรายการต้องการให้เพิ่มการสัมภาษณ์สด วิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิ บุคคลตัวอย่าง หรือตัวแทนองค์กรตัวอย่างที่น้อมนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปประยุกต์ใช้ ให้หลากหลายสาขาและอาชีพ เช่น ปราชญ์ชาวบ้าน หมอดิน พระภิกษุนักพัฒนาด้านการเกษตร เพราะท่านมีความรู้ทางจิตวิทยาเข้าใจชุมชนมากหลายด้าน เจ้าหน้าที่ประจำโครงการพระราชดำริต่าง ๆ ซึ่งนอกจากจะได้รับความรู้ที่หลากหลายแขนงแล้ว ยังเป็นแรงบันดาลใจให้นำไปใช้ในชีวิตของผู้ฟังรายการด้วย มากที่สุด มีค่าร้อยละ 8.3 เพิ่มการสัมภาษณ์หมุนเวียนไปตามคณะต่าง ๆ ภายในมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เช่น คณบดี หัวหน้าภาควิชา ผู้ชำนาญ การ ฯลฯ ในเรื่องการใช้ความรู้และวิชาการด้านต่าง ๆ ที่สามารถประยุกต์ใช้สู่การปฏิบัติได้จริง และสอดคล้องกับหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง มีค่าร้อยละ 1.7

4) ด้านการนำรายการไปใช้ประโยชน์ต่อเนื่อง พบว่า ผู้ฟังรายการต้องการให้นำเนื้อหาที่ออกอากาศไปแล้วในทุกวันและทุกช่วงรายการ มาตีพิมพ์เป็นสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ แจกแก่สมาชิกรายการที่อยากได้มาศึกษาต่อ เดือนละ 1 เล่ม มากที่สุด เพราะจะได้สาระสำคัญที่บางครั้งจดไม่ทันและยังเป็นการติดตามย้อนหลัง ซึ่งถ้ามีสิ่งพิมพ์เป็นลายลักษณ์อักษรเมื่อต้องการนำมาปรับปฏิบัติก็สามารถนำมาเปิดอ่านได้ ทำให้เกิดผลดีแก่การประกอบอาชีพหรือการทดลองทำตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงได้ดียิ่งขึ้น ซึ่งผู้ร่วมดำเนินรายการแต่ละท่านที่เชิญมาร่วมรายการนั้นต่างมีประสบการณ์และความรู้ลึกในเฉพาะด้าน ยิ่งโดยเฉพาะเนื้อหารายละเอียดในช่วงแนวหน้ากล้าพอที่เคยนำประสบการณ์ทั้งด้านความล้มเหลวและด้านความสำเร็จมาเสนอ เมื่อฟังแล้วยิ่งทำให้เกิดกำลังใจ อีกทั้งหากสมาชิกที่สนใจเนื้อหาหรือรายละเอียดเฉพาะคนจะได้สามารถติดต่อปรึกษาขอความรู้ภายหลังจากที่จบรายการไปแล้วได้ตามที่ระบุในสิ่งพิมพ์ รวมถึงจะได้เก็บไว้ให้ลูกหลานอ่านในวันข้างหน้า โดยอาจจะทำในรูปแบบแลกแสตมป์ เป็นต้น มีค่าร้อยละ 39.2 รองลงมา ต้องการให้จัดประชุมสัมมนา เพื่อเป็นการเปิดโอกาสให้สมาชิกรายการได้พบปะพูดคุย แลกเปลี่ยน ขอความรู้ และคำปรึกษาจากประสบการณ์ของวิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิ บุคคลตัวอย่าง และตัวแทนองค์กรตัวอย่าง หรือ

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ระหว่างสมาชิกรายการด้วยกัน ทั้งที่มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ บางเขน และตามสถานที่สำคัญในภูมิภาคต่าง ๆ เพื่อเป็นการสร้างเครือข่ายความสัมพันธ์ทั้งระหว่างสมาชิกกับรายการและระหว่างผู้น้อมนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปประยุกต์ใช้ รวมทั้งนำสมาชิกรายการไปทัศนศึกษาดูโครงการหรือหน่วยงานของผู้ที่เคยได้รับเชิญมาร่วมในรายการ เพื่อเป็นการให้ผู้ฟังรายการเห็นภาพที่ชัดเจนสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้อย่างรวดเร็ว มีค่าร้อยละ 9.2 นำเนื้อหาที่ออกอากาศไปแล้วมาออกอากาศซ้ำในวันและเวลาที่เหมาะสม เช่น 17.00-18.00 น. 19.00-20.00 น. ของทุกวันหรือในวันเสาร์-วันอาทิตย์ และผู้ฟังรายการต้องการให้มีการเผยแพร่เนื้อหาของรายการไปยังหมู่บ้าน/ชุมชนให้ทั่วทุกแห่งเพราะเป็นผู้ปฏิบัติจริง ซึ่งให้อบต.หรือเทศบาลเป็นผู้เผยแพร่ต่ออีกทีก็จะดีมาก มีค่าร้อยละ 1.7

(5) ด้านสถานี พบว่า ผู้ฟังรายการต้องการให้ทางสถานีวิทยุ ม.ก. จัดสรรงบประมาณ เพื่อเพิ่มแรงส่งสัญญาณเสียงให้ครอบคลุมทั้ง 4 ภูมิภาค และชัดเจนเหมือนสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย มีค่าร้อยละ 7.5 ให้ทางสถานีวิทยุ ม.ก. ปรับปรุงการส่งสัญญาณให้ครอบคลุมพื้นที่ในภูมิภาคตะวันออกเฉียงเหนือให้มากขึ้น โดยเฉพาะจังหวัดที่อยู่ห่างจากสถานีส่งวิทยุ ม.ก. เครือข่ายขอนแก่น (อาทิ จังหวัดกาฬสินธุ์ จังหวัดอุบลราชธานี จังหวัดศรีสะเกษ จังหวัดอำนาจเจริญ จังหวัดยโสธร และจังหวัดใกล้เคียงอื่น ๆ) เพราะเป็นภูมิภาคที่มีขนาดใหญ่ มีหลายจังหวัดที่ยากจน หากช่วยเพิ่มสถานีส่งสัญญาณให้มากขึ้นจะเกิดประโยชน์อย่างมาก เนื่องจากประชาชนที่อยู่ในพื้นที่ดังกล่าวก็อยากรับฟังรายการที่มีประโยชน์เช่นกัน และต้องการให้ทางสถานีวิทยุ ม.ก. ขยายช่องทางการออกอากาศผ่านทางคลื่นวิทยุ F.M. เท่ากัน มีค่าร้อยละ 2.5 และมีผู้ฟังรายการที่ต้องการให้ทางสถานีวิทยุ ม.ก. ซึ่งเป็นผู้ให้ความรู้ด้านการเกษตร ประมง ปศุสัตว์ อยู่แล้ว เป็นแกนนำในการจัดตั้งช่องสถานีหรือรายการโทรทัศน์เพื่อการเกษตร เพื่อขยายช่องทางเผยแพร่ความรู้แก่เกษตรกรที่เป็นรากฐานของประเทศให้กว้างมากขึ้น มีค่าร้อยละ 1.7

ตอนที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคลของผู้ฟังรายการ คือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และที่อยู่ปัจจุบัน มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก. คือ ด้านช่วงเวลาความยาวรายการ และความถี่ในการออกอากาศของรายการ ด้านรูปแบบรายการและเนื้อหาข่าวสารในรายการ ด้านผู้ดำเนินรายการ ด้านผู้ร่วมดำเนินรายการ (วิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิ บุคคลตัวอย่าง และตัวแทนองค์กรตัวอย่าง) ด้านดนตรีและเสียงประกอบในรายการ ซึ่งได้ผลการวิเคราะห์ข้อมูลใน

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตารางที่ 6 ดังนี้

ตารางที่ 6 แสดงจำนวน ค่าร้อยละ และค่าไคสแควร์ ของความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคลของผู้ฟังรายการ กับความคิดของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก.

(n=120)

ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคลของผู้ฟังรายการ	ระดับความคิดเห็น		รวม	χ^2	Sig.
	ดี	พอใช้			
1. เพศ					
ชาย	54	11	65		
	(83.1)	(16.9)	(100.0)		
หญิง	47	8	55		
	(85.5)	(14.5)	(100.0)		
รวม	101	19	120	.126	.722
	(84.2)	(15.8)	(100.0)		
2. อายุ (ปี)					
≤ 52.42	55	10	65		
	(84.6)	(15.4)	(100.0)		
> 52.42	46	9	55		
	(83.6)	(16.4)	(100.0)		
รวม	101	19	120	.021	.884
	(84.2)	(15.8)	(100.0)		
3. ระดับการศึกษา					
ประถมศึกษา (ป.1-ป.6)	23	3	26		
	(88.5)	(11.5)	(100.0)		
มัธยมศึกษาตอนต้น (ม.1-ม.3)	16	3	19		
	(84.2)	(15.8)	(100.0)		
มัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.4-ม.6)	16	3	19		
	(84.2)	(15.8)	(100.0)		
ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.)	7	1	8		
	(87.5)	(12.5)	(100.0)		

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตารางที่ 6 (ต่อ)

(n=120)

ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคลของผู้ฟังรายการ	ระดับความคิดเห็น		รวม	χ^2	Sig.
	ดี	พอใช้			
ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)	7	2	9		
	(77.8)	(22.2)	(100.0)		
ปริญญาตรี	21	6	27		
	(77.8)	(22.2)	(100.0)		
อื่นๆ	11	1	12		
	(91.7)	(8.3)	(100.0)		
รวม	101	19	120	2.036	.916
	(84.2)	(15.8)	(100.0)		
4. อาชีพ					
เกษตรกรรม	44	8	52		
	(84.6)	(15.4)	(100.0)		
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	14	2	16		
	(87.5)	(12.5)	(100.0)		
ค้าขาย	5	1	6		
	(83.3)	(16.7)	(100.0)		
รับราชการ	5	0	5		
	(100.0)	(0.0)	(100.0)		
พนักงานบริษัทเอกชน	14	2	16		
	(87.5)	(12.5)	(100.0)		
อื่นๆ	19	6	25		
	(76.0)	(24.0)	(100.0)		
รวม	101	19	120	2.470	.781
	(84.2)	(15.8)	(100.0)		
5. รายได้ต่อเดือน					
ต่ำกว่า 5,000 บาท	33	7	40		
	(82.5)	(17.5)	(100.0)		
ระหว่าง 5,000 - 10,000 บาท	31	7	38		
	(81.6)	(18.4)	(100.0)		

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตารางที่ 6 (ต่อ)

(n=120)

ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคลของผู้ฟังรายการ	ระดับความคิดเห็น		รวม	χ^2	Sig.
	ดี	พอใช้			
ระหว่าง 10,001 - 15,000 บาท	10	4	14		
	(71.4)	(28.6)	(100.0)		
ระหว่าง 15,001 - 20,000 บาท	18	0	18		
	(100.0)	(0.0)	(100.0)		
สูงกว่า 20,000 บาท	9	1	10		
	(90.0)	(10.0)	(100.0)		
รวม	101	19	120	5.620	.229
	(84.2)	(15.8)	(100.0)		
6. ที่อยู่ปัจจุบัน					
ภาคเหนือ					
ผู้ฟังภาคเหนือ	20	3	23		
	(87.0)	(13.0)	(100.0)		
ผู้ฟังภาคอื่น ๆ	81	16	97		
	(83.5)	(16.5)	(100.0)		
รวม	101	19	120	.166	.684
	(84.2)	(15.8)	(100.0)		
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	19	0	19		
ผู้ฟังภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	(100.0)	(0.0)	(100.0)		
ผู้ฟังภาคอื่น ๆ	82	19	101		
	(81.2)	(18.8)	(100.0)		
รวม	101	19	120	4.247	.039 *
	(84.2)	(15.8)	(100.0)		
ภาคกลาง	34	13	47		
ผู้ภาคกลาง	(72.3)	(27.7)	(100.0)		
ผู้ฟังภาคอื่น ๆ	67	6	73		
	(91.8)	(8.2)	(100.0)		
รวม	101	19	120	8.108	.004 *
	(84.2)	(15.8)	(100.0)		

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตารางที่ 6 (ต่อ)

(n=120)

ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคลของผู้ฟังรายการ	ระดับความคิดเห็น		รวม	χ^2	Sig.
	ดี	พอใช้			
ภาคตะวันออก	10	0	10		
ผู้ฟังภาคตะวันออก	(100.0)	(0.0)	(100.0)		
	91	19	110		
ผู้ฟังภาคอื่น ๆ	(82.7)	(17.3)	(100.0)		
	101	19	120	2.052	.152
รวม	(84.2)	(15.8)	(100.0)		
ภาคตะวันตก					
ผู้ฟังภาคตะวันตก	15	1	16		
	(93.8)	(6.2)	(100.0)		
ผู้ฟังภาคอื่น ๆ	86	18	104		
	(82.7)	(17.3)	(100.0)		
รวม	101	19	120	1.272	.259
	(84.2)	(15.8)	(100.0)		
ภาคใต้					
ผู้ฟังภาคใต้	3	2	5		
	(60.0)	(40.0)	(100.0)		
ผู้ฟังภาคอื่น ๆ	98	17	115		
	(85.2)	(14.8)	(100.0)		
รวม	101	19	120	2.287	.131
	(84.2)	(15.8)	(100.0)		

หมายเหตุ : * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 6 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคลของผู้ฟังรายการ กับความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก. สามารถสรุปผลการวิเคราะห์ได้ดังนี้

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับระดับความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก. คำนวณได้ค่า $\chi^2 = .126$ โดยมี d.f. = 1 และได้ค่า p-value = .722 (ซึ่งมีค่ามากกว่า .05) ผลสรุปคือ เพศของ

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ผู้ฟังรายการ ไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก. (ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05)

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับระดับความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก. คำนวณได้ค่า χ^2 = .021 โดยมี d.f. = 1 และได้ค่า p-value = .884 (ซึ่งมีค่ามากกว่า .05) ผลสรุปคือ อายุของผู้ฟังรายการ ไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก. (ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05)

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับระดับความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก. คำนวณได้ค่า χ^2 = 2.036 โดยมี d.f. = 6 และได้ค่า p-value = .916 (ซึ่งมีค่ามากกว่า .05) ผลสรุปคือ ระดับการศึกษาของผู้ฟังรายการ ไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก. (ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05)

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับระดับความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก. คำนวณได้ค่า χ^2 = 2.470 โดยมี d.f. = 5 และได้ค่า p-value = .781 (ซึ่งมีค่ามากกว่า .05) ผลสรุปคือ อาชีพของผู้ฟังรายการ ไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก. (ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05)

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับระดับความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก. คำนวณได้ค่า χ^2 = 5.620 โดยมี d.f. = 4 และได้ค่า p-value = .229 (ซึ่งมีค่ามากกว่า .05) ผลสรุปคือ รายได้ต่อเดือนของผู้ฟังรายการ ไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก. (ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05)

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างที่อยู่ปัจจุบันกับระดับความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก.ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก. พบ

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ว่า ที่อยู่ปัจจุบันของผู้ฟังรายการในภาคตะวันออกเฉียงเหนือและภาคกลางเท่านั้น ที่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก. (ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05) ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

ที่อยู่ปัจจุบันของผู้ฟังรายการในภาคเหนือ คำนวณได้ค่า χ^2 = .166 โดยมี d.f. = 1 และได้ค่า p-value = .684 (ซึ่งมีค่ามากกว่า .05) ผลสรุปคือ ที่อยู่ปัจจุบันของผู้ฟังรายการในภาคเหนือ ไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก. (ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05)

ที่อยู่ปัจจุบันของผู้ฟังรายการในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ คำนวณได้ค่า χ^2 = 4.247 โดยมี d.f. = 1 และได้ค่า p-value = .039 (ซึ่งมีค่าน้อยกว่า .05) ผลสรุปคือ ที่อยู่ปัจจุบันของผู้ฟังรายการในภาคตะวันออกเหนือ มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก. (ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05)

ที่อยู่ปัจจุบันของผู้ฟังรายการในภาคกลางคำนวณได้ค่า χ^2 = 8.108 โดยมี d.f. = 1 และได้ค่า p-value = .004 (ซึ่งมีค่าน้อยกว่า .05) ผลสรุปคือ ที่อยู่ปัจจุบันของผู้ฟังรายการในภาคกลาง มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก. (ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05)

ที่อยู่ปัจจุบันของผู้ฟังรายการในภาคตะวันออกคำนวณได้ค่า χ^2 = 2.052 โดยมี d.f. = 1 และได้ค่า p-value = .152 (ซึ่งมีค่ามากกว่า.05) ผลสรุปคือ ที่อยู่ปัจจุบันของผู้ฟังรายการในภาคตะวันออก ไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก. (ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05)

ที่อยู่ปัจจุบันของผู้ฟังรายการในภาคตะวันตกคำนวณได้ค่า χ^2 = 1.272 โดยมี d.f. = 1 และได้ค่า p-value = .259 (ซึ่งมีค่ามากกว่า .05) ผลสรุปคือ ที่อยู่ปัจจุบันของผู้ฟังรายการในภาคตะวันตก ไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก. (ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05)

ที่อยู่ปัจจุบันของผู้ฟังรายการในภาคใต้คำนวณได้ค่า χ^2 = 2.287 โดยมี d.f. = 1 และได้ค่า p-value = .131 (ซึ่งมีค่ามากกว่า .05) ผลสรุปคือ ที่อยู่ปัจจุบันของผู้ฟังรายการในภาคใต้ ไม่มีความ

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

สัมพันธ์กับความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก. (ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05)

สมมติฐานที่ 2 การเปิดรับฟังรายการของผู้ฟังรายการ คือ เครือข่ายของสถานีที่รับฟังรายการ ระยะเวลาในการติดตามรับฟังรายการ ความถี่ในการรับฟังรายการ วันและช่วงรายการที่รับฟัง วิธีการรู้จักรายการ ลักษณะการรับฟังรายการ วิธีการติดตามรับฟังรายการ วัตถุประสงค์ในการรับฟังรายการ การติดต่อกับทางรายการ และจุดประสงค์ในการติดต่อกับทางรายการ มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก. คือ ด้านช่วงเวลา ความยาวรายการ และความถี่ในการออกอากาศของรายการ ด้านรูปแบบรายการและเนื้อหาข่าวสารในรายการ ด้านผู้ดำเนินรายการ ด้านผู้ร่วมดำเนินรายการ (วิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิ บุคคลตัวอย่าง และตัวแทนองค์กรตัวอย่าง) ด้านดนตรีและเสียงประกอบในรายการ ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลมีรายละเอียดในตารางที่ 7 ดังนี้

ตารางที่ 7 แสดงจำนวน ค่าร้อยละ และค่าไคสแควร์ ของความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับฟังรายการของผู้ฟังรายการ กับความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก.

(n=120)

การเปิดรับฟังรายการของผู้ฟังรายการ	ระดับความคิดเห็น		รวม	χ^2	Sig.
	ดี	พอใช้			
1. เครือข่ายของสถานีที่รับฟังรายการ **					
สถานีวิทยุ ม.ก. ส่วนกลาง-บางเขน (คลื่นความถี่ A.M. 1107 กิโลเฮิรตซ์)	58 (80.6)	14 (19.4)	72 (100.0)		
สถานีวิทยุ ม.ก. เครือข่ายอื่น ๆ	43 (89.6)	5 (10.4)	48 (100.0)		
รวม	101 (84.2)	19 (15.8)	120 (100.0)	1.761	.184
สถานีวิทยุ ม.ก. เชียงใหม่ (คลื่นความถี่ A.M. 612 กิโลเฮิรตซ์)	20 (87.0)	3 (13.0)	23 (100.0)		
สถานีวิทยุ ม.ก. เครือข่ายอื่น ๆ	81 (83.5)	16 (16.5)	97 (100.0)		
รวม	101 (84.2)	19 (15.8)	120 (100.0)	.166	.684

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตารางที่ 7 (ต่อ)

(n=120)

การเปิดรับฟังรายการของผู้ฟังรายการ	ระดับความคิดเห็น		รวม	χ^2	Sig.
	ดี	พอใช้			
สถานีวิทยุ ม.ก. ขอนแก่น (คลื่นความถี่ A.M. 1314 กิโลเฮิรตซ์)	20 (100.0)	0 (0.0)	20 (100.0)		
สถานีวิทยุ ม.ก. เครือข่ายอื่น ๆ	81 (81.0)	19 (19.0)	100 (100.0)		
รวม	101 (84.2)	19 (15.8)	120 (100.0)	4.515	.034 *
สถานีวิทยุ ม.ก. สงขลา (คลื่นความถี่ A.M. 1269 กิโลเฮิรตซ์)	3 (75.0)	1 (25.0)	4 (100.0)		
สถานีวิทยุ ม.ก. เครือข่ายอื่น ๆ	98 (84.5)	18 (15.5)	116 (100.0)		
รวม	101 (84.2)	19 (15.8)	120 (100.0)	.261	.609
Website ที่ http://www.radio.ku.ac.th	1 (33.3)	2 (66.7)	3 (100.0)		
สถานีวิทยุ ม.ก. เครือข่ายอื่น ๆ	100 (85.5)	17 (14.5)	117 (100.0)		
รวม	101 (84.2)	19 (15.8)	120 (100.0)	5.966	.015 *
2. ระยะเวลาในการติดตามรับฟังรายการ					
น้อยกว่า 1 ปี	7 (87.5)	1 (12.5)	8 (100.0)		
1 ปี	22 (81.5)	5 (18.5)	27 (100.0)		
2 ปี	31 (83.8)	6 (16.2)	37 (100.0)		
3 ปี	20 (87.0)	3 (13.0)	23 (100.0)		

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตารางที่ 7 (ต่อ)

(n=120)

การเปิดรับฟังรายการของผู้ฟังรายการ	ระดับความคิดเห็น		รวม	χ^2	Sig.
	ดี	พอใช้			
4 ปี	6	2	8		
	(75.0)	(25.0)	(100.0)		
5 ปี	15	2	17		
	(88.2)	(11.8)	(100.0)		
รวม	101	19	120	1.067	.957
	(84.2)	(15.8)	(100.0)		
3. ความถี่ในการรับฟังรายการ					
1 วันต่อสัปดาห์	3	0	3		
	(100.0)	(0.0)	(100.0)		
2 วันต่อสัปดาห์	9	1	10		
	(90.0)	(10.0)	(100.0)		
3 วันต่อสัปดาห์	10	2	12		
	(83.3)	(16.7)	(100.0)		
4 วันต่อสัปดาห์	3	1	4		
	(75.0)	(25.0)	(100.0)		
ทุกวันที่ออกอากาศ (5 วันต่อสัปดาห์)	76	15	91		
	(83.5)	(16.5)	(100.0)		
รวม	101	19	120	1.107	.893
	(84.2)	(15.8)	(100.0)		
4. วันและช่วงรายการที่รับฟัง					
วันจันทร์ ช่วงสืบสานงานพัฒนากับ สำนักงานกปร.	12	3	15		
	(80.0)	(20.0)	(100.0)		
วันอังคาร ช่วงสืบสานงานพัฒนากับ สำนักงานกปร.	4	1	5		
	(80.0)	(20.0)	(100.0)		
วันพุธ ช่วงคำพ่อสอน	10	3	13		
	(76.9)	(23.1)	(100.0)		
วันพฤหัสบดี ช่วงคำพ่อสอน	1	1	2		
	(50.0)	(50.0)	(100.0)		

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตารางที่ 7 (ต่อ)

(n=120)

การเปิดรับฟังรายการของผู้ฟังรายการ	ระดับความคิดเห็น ดี	ระดับความคิดเห็น พอใช้	รวม	χ^2	Sig.
วันศุกร์ ช่วงคำพ่อสอน	1	0	1		
	(100.0)	(0.0)	(100.0)		
ทุกวันและทุกช่วงรายการที่ออกอากาศ (5 วันต่อสัปดาห์)	73	11	84		
	(86.9)	(13.1)	(100.0)		
รวม	101	19	120	3.185	.671
	(84.2)	(15.8)	(100.0)		
5. วิธีการรู้จักรายการ **					
เปิดฟังวิทยุ ม.ก. เป็นประจำจึงรู้จัก	94	15	109		
	(86.2)	(13.8)	(100.0)		
วิธีการรู้จักรายการที่ต่างออกไป	7	4	11		
	(63.6)	(36.4)	(100.0)		
รวม	101	19	120	3.830	.050 *
	(84.2)	(15.8)	(100.0)		
ที่บ้าน/ที่ทำงานเปิดฟัง จึงได้ฟังไปด้วย	11	0	11		
	(100.0)	(0.0)	(100.0)		
วิธีการรู้จักรายการที่ต่างออกไป	90	19	109		
	(82.6)	(17.4)	(100.0)		
รวม	101	19	120	2.278	.131
	(84.2)	(15.8)	(100.0)		
เพื่อน/บุคคลอื่นแนะนำให้ฟัง	4	2	6		
	(66.7)	(33.3)	(100.0)		
วิธีการรู้จักรายการที่ต่างออกไป	97	17	114		
	(85.1)	(14.9)	(100.0)		
รวม	101	19	120	1.451	.228
	(84.2)	(15.8)	(100.0)		
เห็นจาก Website เลยลองเปิดฟัง	1	2	3		
	(33.3)	(66.7)	(100.0)		

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตารางที่ 7 (ต่อ)

(n=120)

การเปิดรับฟังรายการของผู้ฟังรายการ	ระดับความคิดเห็น		รวม	χ^2	Sig.
	ดี	พอใช้			
วิธีการรู้จักรายการที่ต่างออกไป	100	17	117		
	(85.5)	(14.5)	(100.0)		
รวม	101	19	120	5.966	.015 *
	(84.2)	(15.8)	(100.0)		
อื่นๆ	3	2	5		
	(60.0)	(40.0)	(100.0)		
วิธีการรู้จักรายการที่ต่างออกไป	98	17	115		
	(85.2)	(14.8)	(100.0)		
รวม	101	19	120	2.287	.131
	(84.2)	(15.8)	(100.0)		
6. ลักษณะการรับฟังรายการ					
สถานที่ในการรับฟังรายการ					
รับฟังที่บ้าน	70	13	83		
	(84.3)	(15.7)	(100.0)		
รับฟังที่ทำงาน	25	6	31		
	(80.6)	(19.4)	(100.0)		
รับฟังในรถยนต์	2	0	2		
	(100.0)	(0.0)	(100.0)		
อื่นๆ	4	0	4		
	(100.0)	(0.0)	(100.0)		
รวม	101	19	120	1.419	.701
	(84.2)	(15.8)	(100.0)		
จำนวนผู้ฟังขณะรับฟังรายการ **					
ฟังคนเดียว	80	18	98		
	(81.6)	(18.4)	(100.0)		
จำนวนผู้ฟังที่ต่างออกไป	21	1	22		
	(95.5)	(4.5)	(100.0)		
รวม	101	19	120	2.576	.109
	(84.2)	(15.8)	(100.0)		

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตารางที่ 7 (ต่อ)

(n=120)

การเปิดรับฟังรายการของผู้ฟังรายการ	ระดับความคิดเห็น		รวม	χ^2	Sig.
	ดี	พอใช้			
ฟังเป็นกลุ่มเล็กตั้งแต่ 2-8 คน	35	7	42		
	(83.3)	(16.7)	(100.0)		
จำนวนผู้ฟังที่ต่างออกไป	66	12	78		
	(84.6)	(15.4)	(100.0)		
รวม	101	19	120	.034	.854
	(84.2)	(15.8)	(100.0)		
ฟังเป็นกลุ่มใหญ่ตั้งแต่ 9 คนขึ้นไป	0	1	1		
	(0.0)	(100.0)	(100.0)		
จำนวนผู้ฟังที่ต่างออกไป	101	18	119		
	(84.9)	(15.1)	(100.0)		
รวม	101	19	120	5.360	.021 *
	(84.2)	(15.8)	(100.0)		
7. วิธีการติดตามรับฟังรายการ					
ฟังจนจบรายการโดยตั้งใจ	62	9	71		
	(87.3)	(12.7)	(100.0)		
ฟังจนจบรายการแบบไม่จดจ่อกับรายการ	23	8	31		
	(74.2)	(25.8)	(100.0)		
ฟังเฉพาะหัวเรื่อง	3	0	3		
	(100.0)	(0.0)	(100.0)		
ฟังเพียงบางส่วนของรายการประมาณ 3-4	4	2	6		
นาที	(66.7)	(33.3)	(100.0)		
อื่นๆ	9	0	9		
	(100.0)	(0.0)	(100.0		
รวม	101	19	120	6.481	.166
	(84.2)	(15.8)	(100.0)		
การทำกิจกรรมขณะรับฟังรายการ **					
ไม่ได้ทำ	3	0	3		
	(100.0)	(0.0)	(100.0)		

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตารางที่ 7 (ต่อ)

(n=120)

การเปิดรับฟังรายการของผู้ฟังรายการ	ระดับความคิดเห็น		รวม	χ^2	Sig.
	ดี	พอใช้			
ทำ	98	19	117		
	(83.8)	(16.2)	(100.0)		
รวม	101	19	120	.579	.447
	(84.2)	(15.8)	(100.0)		
ปฏิบัติกิจวัตรประจำวันส่วนตัว	36	10	46		
	(78.3)	(21.7)	(100.0)		
กิจกรรมที่ต่างออกไป	65	9	74		
	(87.8)	(12.2)	(100.0)		
รวม	101	19	120	1.952	.162
	(84.2)	(15.8)	(100.0)		
อ่านหนังสือ	11	6	17		
	(64.7)	(35.3)	(100.0)		
กิจกรรมที่ต่างออกไป	90	13	103		
	(87.4)	(12.6)	(100.0)		
รวม	101	19	120	5.629	.018 *
	(84.2)	(15.8)	(100.0)		
ทำงานบ้าน/ทำอาหาร	52	9	61		
	(85.2)	(14.8)	(100.0)		
กิจกรรมที่ต่างออกไป	49	10	59		
	(83.1)	(16.9)	(100.0)		
รวม	101	19	120	.108	.742
	(84.2)	(15.8)	(100.0)		
ขับรถ	5	0	5		
	(100.0)	(0.0)	(100.0)		
กิจกรรมที่ต่างออกไป	96	19	115		
	(83.5)	(16.5)	(100.0)		

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตารางที่ 7 (ต่อ)

(n=120)

การเปิดรับฟังรายการของผู้ฟังรายการ	ระดับความคิดเห็น		รวม	χ^2	Sig.
	ดี	พอใช้			
รวม	101	19	120	.981	.322
	(84.2)	(15.8)	(100.0)		
ทำงานในสถานที่ทำงาน	28	7	35		
	(80.0)	(20.0)	(100.0)		
กิจกรรมที่ต่างออกไป	73	12	85		
	(85.9)	(14.1)	(100.0)		
รวม	101	19	120	.644	.422
	(84.2)	(15.8)	(100.0)		
อื่นๆ	14	2	16		
	(87.5)	(12.5)	(100.0)		
กิจกรรมที่ต่างออกไป	87	17	104		
	(83.7)	(16.3)	(100.0)		
รวม	101	19	120	.154	.695
	(84.2)	(15.8)	(100.0)		
8. วัตถุประสงค์ในการรับฟังรายการ **					
เพื่อเพิ่มพูนความรู้ ความเข้าใจ และวิธีการ	74	15	89		
ประยุกต์ใช้หลักปรัชญา เศรษฐกิจพอเพียง	(83.1)	(16.9)	(100.0)		
วัตถุประสงค์ที่ต่างออกไป	27	4	31		
	(87.1)	(12.9)	(100.0)		
รวม	101	19	120	.269	.604
	(84.2)	(15.8)	(100.0)		
นำความรู้และวิธีการประยุกต์ใช้หลักปรัชญา	85	16	101		
เศรษฐกิจพอเพียงมาปรับใช้กับตนเอง	(84.2)	(15.8)	(100.0)		
วัตถุประสงค์ที่ต่างออกไป	16	3	19		
	(84.2)	(15.8)	(100.0)		
รวม	101	19	120		
	(84.2)	(15.8)	(100.0)	.000	.995

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตารางที่ 7 (ต่อ)

(n=120)

การเปิดรับฟังรายการของผู้ฟังรายการ	ระดับความคิดเห็น		รวม	χ^2	Sig.
	ดี	พอใช้			
เพื่อนำความรู้และวิธีการประยุกต์ใช้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงที่ได้รับฟังไปเผยแพร่แลกเปลี่ยนความรู้กับผู้อื่น	54	9	63		
	(85.7)	(14.3)	(100.0)		
วัตถุประสงค์ที่ต่างออกไป	47	10	57		
	(82.5)	(17.5)	(100.0)		
รวม	101	19	120	.238	.625
	(84.2)	(15.8)	(100.0)		
อื่นๆ	3	0	3		
	(100.0)	(0.0)	(100.0)		
วัตถุประสงค์ที่ต่างออกไป	98	19	117		
	(83.8)	(16.2)	(100.0)		
รวม	101	19	120	.579	.447
	(84.2)	(15.8)	(100.0)		
9. การติดต่อกับทางรายการ					
เคย	101	19	120		
	(84.2)	(15.8)	(100.0)		
จำนวนครั้งในการติดต่อ					
1 ครั้งต่อปี	18	9	27		
	(66.7)	(33.3)	(100.0)		
2 ครั้งต่อปี	42	4	46		
	(91.3)	(8.7)	(100.0)		
3 ครั้งต่อปี	19	4	23		
	(82.6)	(17.4)	(100.0)		
4 ครั้งต่อปี	13	0	13		
	(100.0)	(0.0)	(100.0)		
5 ครั้งต่อปี	6	1	7		
	(85.7)	(14.3)	(100.0)		
10 ครั้งต่อปี ขึ้นไป	3	1	4		
	(75.0)	(25.0)	(100.0)		

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตารางที่ 7 (ต่อ)

(n=120)

การเปิดรับฟังรายการของผู้ฟังรายการ	ระดับความคิดเห็น		รวม	χ^2	Sig.
	ดี	พอใช้			
รวม	101	19	120	10.716	.057
	(84.2)	(15.8)	(100.0)		
ช่องทางในการติดต่อ **					
จดหมาย	38	7	45		
	(84.4)	(15.6)	(100.0)		
ช่องทางอื่น ๆ	63	12	75		
	(84.0)	(16.0)	(100.0)		
รวม	101	19	120	.004	.949
	(84.2)	(15.8)	(100.0)		
ไปรษณีย์บัตร	12	2	14		
	(85.7)	(14.3)	(100.0)		
ช่องทางอื่น ๆ	89	17	106		
	(84.0)	(16.0)	(100.0)		
รวม	101	19	120	.028	.866
	(84.2)	(15.8)	(100.0)		
โทรศัพท์	87	17	104		
	(83.7)	(16.3)	(100.0)		
ช่องทางอื่น ๆ	14	2	16		
	(87.5)	(12.5)	(100.0)		
รวม	101	19	120	.154	.695
	(84.2)	(15.8)	(100.0)		
10. จุดประสงค์ในการติดต่อกับทางรายการ **					
แลกเปลี่ยนความรู้/ประสบการณ์ในการน้อม นำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปประยุกต์ใช้กับผู้ดำเนินรายการ วิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิ บุคคลตัวอย่าง หรือตัวแทนองค์กรตัวอย่าง	19	3	22		
	(86.4)	(13.6)	(100.0)		
จุดประสงค์อื่น ๆ	82	16	98		
	(83.7)	(16.3)	(100.0)		

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตารางที่ 7 (ต่อ)

(n=120)

การเปิดรับฟังรายการของผู้ฟังรายการ	ระดับความคิดเห็น		รวม	χ^2	Sig.
	ดี	พอใช้			
รวม	101	19	120	.098	.755
	(84.2)	(15.8)	(100.0)		
ขอความรู้และคำปรึกษา ในการน้อมนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปประยุกต์ใช้จากผู้ดำเนินรายการ วิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิ บุคคลตัวอย่าง หรือตัวแทนองค์กรตัวอย่าง	27	3	30		
	(90.0)	(10.0)	(100.0)		
จุดประสงค์อื่น ๆ	74	16	90		
	(82.2)	(17.8)	(100.0)		
รวม	101	19	120	1.021	.312
	(84.2)	(15.8)	(100.0)		
ขอเอกสาร สิ่งพิมพ์ และสื่อต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการน้อมนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปประยุกต์ใช้	75	10	85		
	(88.2)	(11.8)	(100.0)		
จุดประสงค์อื่น ๆ	26	9	35		
	(74.3)	(25.7)	(100.0)		
รวม	101	19	120	3.620	.057
	(84.2)	(15.8)	(100.0)		
ร่วมกิจกรรมต่าง ๆ กับทางรายการ เช่น ตอบปัญหาชิงรางวัล ขอรับเมล็ดพันธุ์ผักสวนครัว สมัครสมาชิกรายการ	101	18	119		
	(84.9)	(15.1)	(100.0)		
จุดประสงค์อื่น ๆ	0	1	1		
	(0.0)	(100.0)	(100.0)		
รวม	101	19	120	5.360	.021 *
	(84.2)	(15.8)	(100.0)		

หมายเหตุ : * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 7 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับฟังรายการของผู้ฟัง

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

รายการ กับความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก. สามารถสรุปผลการวิเคราะห์ได้ดังนี้

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างเครือข่ายของสถานีที่ผู้ฟังรับฟังรายการ กับความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก. พบว่า เครือข่ายสถานีวิทยุ ม.ก. ขอนแก่น (คลื่นความถี่ A.M. 1314 กิโลเฮิรตซ์) และเครือข่ายสถานีวิทยุ ม.ก. ทาง Website ที่ http://www.radio.ku.ac.th ซึ่งผู้ฟังรับฟังรายการเท่านั้น ที่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก. (ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05) ซึ่งทั้งหมดมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

เครือข่ายสถานีวิทยุ ม.ก. ส่วนกลาง-บางเขน (คลื่นความถี่ A.M. 1107 กิโลเฮิรตซ์) ที่ผู้ฟังรับฟังรายการคำนวณได้ค่า $\chi^2 = 1.761$ โดยมี d.f. = 1 และได้ค่า p-value = .184 (ซึ่งมีค่ามากกว่า.05) ผลสรุปคือ เครือข่ายของสถานีวิทยุ ม.ก. ส่วนกลาง-บางเขน (คลื่นความถี่ A.M. 1107 กิโลเฮิรตซ์) ที่ผู้ฟังรับฟังรายการ ไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก.ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก. (ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05)

เครือข่ายสถานีวิทยุ ม.ก. เชียงใหม่ (คลื่นความถี่ A.M. 612 กิโลเฮิรตซ์) ที่ผู้ฟังรับฟังรายการคำนวณได้ค่า $\chi^2 = .166$ โดยมี d.f. = 1 และได้ค่า p-value = .684 (ซึ่งมีค่ามากกว่า .05) ผลสรุปคือ เครือข่ายของสถานีวิทยุ ม.ก. เชียงใหม่ (คลื่นความถี่ A.M. 612 กิโลเฮิรตซ์) ที่ผู้ฟังรับฟังรายการไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก. (ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05)

เครือข่ายสถานีวิทยุ ม.ก. ขอนแก่น (คลื่นความถี่ A.M. 1314 กิโลเฮิรตซ์) ที่ผู้ฟังรับฟังรายการ คำนวณได้ค่า $\chi^2 = 4.515$ โดยมี d.f. = 1 และได้ค่า p-value = .034 (ซึ่งมีค่าน้อยกว่า .05) ผลสรุปคือ เครือข่ายของสถานีวิทยุ ม.ก. ขอนแก่น(คลื่นความถี่ A.M. 1314 กิโลเฮิรตซ์) ที่ผู้ฟังรับฟังรายการมีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก.ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก. (ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05)

เครือข่ายสถานีวิทยุ ม.ก. สงขลา (คลื่นความถี่ A.M. 1269 กิโลเฮิรตซ์) ที่ผู้ฟังรับฟังรายการคำนวณได้ค่า $\chi^2 = .261$ โดยมี d.f. = 1 และได้ค่า p-value = .609 (ซึ่งมีค่ามากกว่า.05) ผลสรุปคือ

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

เครือข่ายของสถานีวิทยุ ม.ก. สงขลา (คลื่นความถี่ A.M. 1269 กิโลเฮิรตซ์) ที่ผู้ฟังรับฟังรายการ ไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก. (ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05)

เครือข่ายสถานีวิทยุ ม.ก. ทางWebsite ที่ http://www.radio.ku.ac.th ที่ผู้ฟังรับฟังรายการ คำนวณได้ค่า $\chi^2 = 5.966$ โดยมี d.f. = 1 และได้ค่า p-value = .015 (ซึ่งมีค่าน้อยกว่า .05) ผลสรุปคือ เครือข่ายของสถานีวิทยุ ม.ก. ทางWebsite ที่ http://www.radio.ku.ac.th ที่ผู้ฟังรับฟังรายการ มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก. (ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05)

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาในการติดตามรับฟังรายการของผู้ฟัง กับความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก. คำนวณได้ค่า $\chi^2 = 1.067$ โดยมี d.f. = 5 และได้ค่า p-value = .957 (ซึ่งมีค่ามากกว่า .05) ผลสรุปคือ ระยะเวลาในการติดตามรับฟังรายการของผู้ฟัง ไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก. (ที่ระดับนัย สำคัญทางสถิติ .05)

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความถี่ในการรับฟังรายการของผู้ฟัง กับระดับความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก. คำนวณได้ค่า $\chi^2 = 1.107$ โดยมี d.f. = 4 และได้ค่า p-value = .893 (ซึ่งมีค่ามากกว่า .05) ผลสรุปคือ ความถี่ในการรับฟังรายการของผู้ฟัง ไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก. (ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05)

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างวันและช่วงรายการที่ผู้ฟังรับฟังรายการ กับระดับความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก. คำนวณได้ค่า $\chi^2 = 3.185$ โดยมี d.f. = 5 และได้ค่า p-value = .671 (ซึ่งมีค่ามากกว่า .05) ผลสรุปคือ วันและช่วงรายการที่ผู้ฟังรับฟังรายการ ไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก. (ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05)

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างวิธีการรู้จักรายการของผู้ฟัง กับระดับความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก. พบว่า วิธีการรู้จักรายการของผู้ฟังโดยเปิดฟังวิทยุ ม.ก. เป็นประจำจึงรู้จัก และเห็นจาก Website เลยลองเปิดฟัง เพียงสองวิธีเท่านั้น ที่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียง เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก. (ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05) ซึ่งทั้งหมดมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

วิธีการรู้จักรายการของผู้ฟัง โดยการเปิดฟังวิทยุ ม.ก. เป็นประจำจึงรู้จัก คำนวณได้ค่า χ^2 = 3.830 โดยมี d.f. = 1 และได้ค่า p-value = .050 (ซึ่งมีค่าเท่ากับ .05) ผลสรุปคือ วิธีการรู้จักรายการของผู้ฟังโดยการเปิดฟังวิทยุ ม.ก. เป็นประจำจึงรู้จัก มีความสัมพันธ์กับความคิด เห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก. (ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05)

วิธีการรู้จักรายการของผู้ฟัง โดยที่บ้าน/ที่ทำงานเปิดฟัง จึงได้ฟังไปด้วย คำนวณได้ค่า χ^2 = 2.278 โดยมี d.f. = 1 และได้ค่า p-value = .131 (ซึ่งมีค่ามากกว่า .05) ผลสรุปคือ วิธีการรู้จักรายการของผู้ฟังโดยที่บ้าน/ที่ทำงานเปิดฟัง จึงได้ฟังไปด้วย ไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก. (ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05)

วิธีการรู้จักรายการของผู้ฟัง โดยเพื่อน/บุคคลอื่นแนะนำให้ฟัง คำนวณได้ค่า χ^2 = 1.451 โดยมี d.f. = 1 และได้ค่า p-value = .228 (ซึ่งมีค่ามากกว่า .05) ผลสรุปคือ วิธีการรู้จักรายการของผู้ฟังโดยเพื่อน/บุคคลอื่นแนะนำให้ฟัง ไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก. (ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05)

วิธีการรู้จักรายการของผู้ฟัง โดยเห็นจาก Website เลยลองเปิดฟัง คำนวณได้ค่า χ^2 = 5.966 โดยมี d.f. = 1 และได้ค่า p-value = .015 (ซึ่งมีค่าน้อยกว่า .05) ผลสรุปคือ วิธีการรู้จักรายการของผู้ฟังโดยเห็นจาก Website เลยลองเปิดฟัง มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก. (ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05)

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

วิธีการรู้จักรายการของผู้ฟัง โดยวิธีอื่น ๆ ได้แก่ ปรับหาคลื่นวิทยุมาเจอโดยบังเอิญ จึงติดตามรับฟังมาโดยตลอด เห็นจากหนังสือพิมพ์และโทรทัศน์เลยลองเปิดฟัง คำนวณได้ค่า $\chi^2 = 2.287$ โดยมี d.f. = 1 และได้ค่า p-value = .131 (ซึ่งมีค่ามากกว่า .05) ผลสรุปคือ วิธีการรู้จักรายการของผู้ฟังโดยวิธีอื่น ๆ ไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุเรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก. (ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05)

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะการรับฟังรายการของผู้ฟังที่มีข้อพิจารณาย่อย คือ 1) สถานที่ในการรับฟังรายการ และ 2) จำนวนผู้ฟังขณะรับฟังรายการ กับระดับความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก. พบว่า มีเพียงลักษณะการรับฟังรายการ โดยมีจำนวนผู้ฟังขณะรับฟังรายการเป็นกลุ่มใหญ่ตั้งแต่ 9 คนขึ้นไปเท่านั้น ที่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก. (ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05) ซึ่งทั้งหมดมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ลักษณะการรับฟังรายการ 1) สถานที่ในการรับฟังรายการของผู้ฟังคำนวณได้ค่า $\chi^2 = 1.419$ โดยมี d.f. = 3 และได้ค่า p-value = .701 (ซึ่งมีค่ามากกว่า .05) ผลสรุปคือ สถานที่ในการรับฟังรายการของผู้ฟัง ไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุเรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก. (ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05)

ลักษณะการรับฟังรายการ 2) จำนวนผู้ฟังขณะรับฟังรายการ มีรายละเอียดดังนี้

ลักษณะการรับฟังรายการ โดยมีจำนวนผู้ฟังขณะรับฟังรายการเพียงคนเดียว คำนวณได้ค่า $\chi^2 = 2.576$ โดยมี d.f. = 1 และได้ค่า p-value = .109 (ซึ่งมีค่ามากกว่า .05) ผลสรุปคือ ลักษณะการรับฟังรายการโดยมีจำนวนผู้ฟังขณะรับฟังรายการเพียงคนเดียว ไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก. (ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05)

ลักษณะการรับฟังรายการ โดยมีจำนวนผู้ฟังขณะรับฟังรายการเป็นกลุ่มเล็กตั้งแต่ 2-8 คน คำนวณได้ค่า $\chi^2 = .034$ โดยมี d.f. = 1 และได้ค่า p-value = .854 (ซึ่งมีค่ามากกว่า .05) ผลสรุปคือ ลักษณะการรับฟังรายการโดยมีจำนวนผู้ฟังขณะรับฟังรายการเป็นกลุ่มเล็กตั้งแต่ 2-8 คน ไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก. (ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05)

ลักษณะการรับฟังรายการ โดยมีจำนวนผู้ฟังขณะรับฟังรายการเป็นกลุ่มใหญ่ตั้งแต่ 9 คนขึ้นไป คำนวณได้ค่า χ^2 = 5.360 โดยมี d.f. = 1 และได้ค่า p-value = .021 (ซึ่งมีค่าน้อยกว่า .05) ผลสรุปคือ ลักษณะการรับฟังรายการโดยมีจำนวนผู้ฟังขณะรับฟังรายการเป็นกลุ่มใหญ่ตั้งแต่ 9 คนขึ้นไป มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก. (ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05)

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างวิธีการติดตามรับฟังรายการของผู้ฟัง ที่มีข้อพิจารณาย่อย คือ 1) วิธีการติดตามรับฟังรายการ และ 2) การทำกิจกรรมขณะรับฟังรายการ กับระดับความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก. พบว่า มีเพียงการทำกิจกรรมขณะรับฟังรายการโดยการอ่านหนังสือเท่านั้น ที่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก. (ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05) ซึ่งทั้งหมดมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

วิธีการติดตามรับฟังรายการของผู้ฟัง 1) วิธีการติดตามรับฟังรายการ คำนวณได้ค่า χ^2 = 6.481 โดยมี d.f. = 4 และได้ค่า p-value = .166 (ซึ่งมีค่ามากกว่า .05) ผลสรุปคือ วิธีการติดตามรับฟังรายการ ไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก. (ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05)

วิธีการติดตามรับฟังรายการ 2) การทำกิจกรรมขณะรับฟังรายการ มีรายละเอียดดังนี้

วิธีการติดตามรับฟังรายการ โดยการปฏิบัติกิจวัตรประจำวันส่วนตัวไปด้วยขณะรับฟังรายการ คำนวณได้ค่า χ^2 = 1.952 โดยมี d.f. = 1 และได้ค่า p-value = .162 (ซึ่งมีค่ามากกว่า .05) ผลสรุปคือ วิธีการติดตามรับฟังรายการโดยการปฏิบัติกิจวัตรประจำวันส่วนตัว ไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก. (ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05)

วิธีการติดตามรับฟังรายการ โดยการอ่านหนังสือไปด้วยขณะรับฟังรายการ คำนวณได้ค่า χ^2 = 5.629 โดยมี d.f. = 1 และได้ค่า p-value = .018 (ซึ่งมีค่าน้อยกว่า .05) ผลสรุปคือ วิธีการติดตาม

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

รับฟังรายการโดยการอ่านหนังสือไปด้วยขณะรับฟังรายการ มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก. (ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05)

วิธีการติดตามรับฟังรายการ โดยการทำงานบ้าน/ทำอาหารไปด้วยขณะรับฟังรายการ คำนวณได้ค่า χ^2 = .108 โดยมี d.f. = 1 และได้ค่า p-value = .742 (ซึ่งมีค่ามากกว่า .05) ผลสรุปคือ วิธีการติดตามรับฟังรายการโดยการทำงานบ้าน/ทำอาหารไปด้วยขณะรับฟังรายการ ไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก. (ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05)

วิธีการติดตามรับฟังรายการ โดยการขับรถไปด้วยขณะรับฟังรายการ คำนวณได้ค่า χ^2 = .981 โดยมี d.f. = 1 และได้ค่า p-value = .322 (ซึ่งมีค่ามากกว่า .05) ผลสรุปคือ วิธีการติดตามรับฟังรายการโดยการขับรถไปด้วยขณะรับฟังรายการ ไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก. (ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05)

วิธีการติดตามรับฟังรายการ โดยการทำงานในสถานที่ทำงานไปด้วยขณะรับฟังรายการ คำนวณได้ค่า χ^2 = .644 โดยมี d.f. = 1 และได้ค่า p-value = .422 (ซึ่งมีค่ามากกว่า .05) ผลสรุปคือ วิธีการติดตามรับฟังรายการ โดยการทำงานในสถานที่ทำงานไปด้วยขณะรับฟังรายการ ไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก. (ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05)

วิธีการติดตามรับฟังรายการ โดยการทำกิจกรมอื่น ๆ ไปด้วยขณะรับฟังรายการ ได้แก่ ปลูกต้นไม้ ปลูกผักสวนครัว และรดน้ำต้นไม้รอบ ๆ บริเวณบ้าน ทำไร่ ทำสวน ทำงานช่าง ออกกำลังกาย นั่งสมาธิ รับประทานอาหาร ดื่มกาแฟ รวมถึงฉันอาหารเช้า-เพล คำนวณได้ค่า χ^2 = .154 โดยมี d.f. = 1 และได้ค่า p-value = .695 (ซึ่งมีค่ามากกว่า .05) ผลสรุปคือ วิธีการติดตามรับฟังรายการโดยการทำกิจกรมอื่น ๆ ไปด้วยขณะรับฟังรายการ ไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก. (ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05)

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างวัตถุประสงค์ในการรับฟังรายการของผู้ฟัง กับ

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ระดับความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก. พบว่า วัตถุประสงค์ในการรับฟังรายการของผู้ฟัง ไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก. (ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05) ซึ่งทั้งหมดมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

วัตถุประสงค์ในการรับฟังรายการของผู้ฟัง เพื่อเพิ่มพูนความรู้ ความเข้าใจ และวิธีการประยุกต์ใช้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง คำนวณได้ค่า χ^2 = .269 โดยมี d.f. = 1 และได้ค่า p-value = .604 (ซึ่งมีค่ามากกว่า .05) ผลสรุปคือ วัตถุประสงค์ในการรับฟังรายการของผู้ฟังเพื่อเพิ่มพูนความรู้ ความเข้าใจ และวิธีการประยุกต์ใช้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก. (ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05)

วัตถุประสงค์ในการรับฟังรายการของผู้ฟัง เพื่อนำความรู้และวิธีการประยุกต์ใช้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาปรับใช้กับตนเอง คำนวณได้ค่า χ^2 = .000 โดยมี d.f. = 1 และได้ค่า p-value = .995 (ซึ่งมีค่ามากกว่า .05) ผลสรุปคือ วัตถุประสงค์ในการรับฟังรายการของผู้ฟังเพื่อนำความรู้และวิธีการประยุกต์ใช้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาปรับใช้กับตนเอง ไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก. (ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05)

วัตถุประสงค์ในการรับฟังรายการของผู้ฟัง เพื่อนำความรู้และวิธีการประยุกต์ใช้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงที่ได้รับฟังไปเผยแพร่แลกเปลี่ยนความรู้กับผู้อื่น คำนวณได้ค่า χ^2 = .238 โดยมี d.f. = 1 และได้ค่า p-value = .625 (ซึ่งมีค่ามากกว่า .05) ผลสรุปคือ วัตถุประสงค์ในการรับฟังรายการของผู้ฟังเพื่อนำความรู้และวิธีการประยุกต์ใช้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงที่ได้รับฟังไปเผยแพร่แลกเปลี่ยนความรู้กับผู้อื่น ไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก. (ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05)

วัตถุประสงค์อื่น ๆ ในการรับฟังรายการของผู้ฟัง ได้แก่ เพื่อกระตุ้นให้ทำความดี ทำเพื่อส่วนรวมโดยการนำความรู้ที่ได้รับฟังไปพูดคุยกับหน่วยงานของรัฐ เช่น อบต. ให้ทำตามที่ได้ฟัง อาทิ การหาแหล่งน้ำต้นทุนเพื่อลดปัญหาภัยแล้ง ตามให้ทันข่าวสารของสำนักงานกปร.และโครง

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

การหลวง ทำให้เกิดข้อคิดหลาย ๆ ด้าน นำมาซึ่งการพัฒนาความคิด สามารถประยุกต์ใช้กับครอบครัวโดยเน้นเรื่องการทำเกษตรแบบเศรษฐกิจพอเพียง คำนวณได้ค่า χ^2 = .579 โดยมี d.f. = 1 และได้ค่า p-value = .447 (ซึ่งมีค่ามากกว่า .05) ผลสรุปคือ วัตถุประสงค์อื่น ๆ ในการรับฟังรายการของผู้ฟัง ไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก. (ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05)

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการติดต่อกับทางรายการของผู้ฟัง ที่มีข้อพิจารณาย่อย คือ 1) จำนวนครั้งในการติดต่อ และ 2) ช่องทางในการติดต่อ กับระดับความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก. พบว่า การติดต่อกับทางรายการของผู้ฟังทั้งจำนวนครั้งในการติดต่อและช่องทางในการติดต่อไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก. (ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05) ซึ่งทั้งหมดมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

การติดต่อกับทางรายการ 1) จำนวนครั้งในการติดต่อกับทางรายการของผู้ฟัง คำนวณได้ค่า χ^2 = 10.716 โดยมี d.f. = 5 และได้ค่า p-value = .057 (ซึ่งมีค่ามากกว่า .05) ผลสรุปคือ จำนวนครั้งในการติดต่อกับทางรายการของผู้ฟัง ไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก. (ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05)

การติดต่อกับทางรายการ 2) ช่องทางในการติดต่อกับทางรายการของผู้ฟังรายการ มีรายละเอียดดังนี้

โดยช่องทางจดหมาย คำนวณได้ค่า χ^2 = .004 โดยมี d.f. = 1 และได้ค่า p-value = .949 (ซึ่งมีค่ามากกว่า .05) ผลสรุปคือ การติดต่อกับทางรายการโดยช่องทางจดหมายของผู้ฟัง ไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก. (ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05)

โดยช่องทางไปรษณีย์บัตร คำนวณได้ค่า χ^2 = .028 โดยมี d.f. = 1 และได้ค่า p-value = .866 (ซึ่งมีค่ามากกว่า .05) ผลสรุปคือ การติดต่อกับทางรายการโดยช่องทางไปรษณีย์บัตรของผู้ฟัง ไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียง

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

พอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก. (ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05)

โดยช่องทางโทรศัพท์ คำนวณได้ค่า χ^2 = .154 โดยมี d.f. = 1 และได้ค่า p-value = .695 (ซึ่งมีค่ามากกว่า .05) ผลสรุปคือ การติดต่อกับทางรายการโดยช่องทางโทรศัพท์ของผู้ฟัง ไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก. (ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05)

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างจุดประสงค์ในการติดต่อกับทางรายการของผู้ฟัง กับระดับความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก. พบว่า จุดประสงค์ในการติดต่อกับทางรายการของผู้ฟังเพื่อร่วมกิจกรรมต่าง ๆ กับทางรายการ เช่น ตอบปัญหาชิงรางวัล ขอรับเมล็ดพันธุ์ผักสวนครัว สมัครสมาชิกรายการ เท่านั้น ที่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก. (ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05) ซึ่งทั้งหมดมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

จุดประสงค์ในการติดต่อกับทางรายการ เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้/ประสบการณ์ในการน้อมนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปประยุกต์ใช้กับผู้ดำเนินรายการ วิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิ บุคคลตัวอย่าง หรือตัวแทนองค์กรตัวอย่าง คำนวณได้ค่า χ^2 = .098 โดยมี d.f. = 1 และได้ค่า p-value = .755 (ซึ่งมีค่ามากกว่า .05) ผลสรุปคือ จุดประสงค์ในการติดต่อกับทางรายการ เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้/ประสบการณ์ในการน้อมนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปประยุกต์ใช้กับผู้ดำเนินรายการ วิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิ บุคคลตัวอย่าง หรือตัวแทนองค์กรตัวอย่าง ไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก. (ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05)

จุดประสงค์ในการติดต่อกับทางรายการ เพื่อขอความรู้และคำปรึกษาในการน้อมนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปประยุกต์ใช้จากผู้ดำเนินรายการ วิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิ บุคคลตัวอย่าง หรือตัวแทนองค์กรตัวอย่าง คำนวณได้ค่า χ^2 = 1.021 โดยมี d.f. = 1 และได้ค่า p-value = .312 (ซึ่งมีค่ามากกว่า .05) ผลสรุปคือ จุดประสงค์ในการติดต่อกับทางรายการเพื่อขอความรู้และคำปรึกษาในการน้อมนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปประยุกต์ใช้จากผู้ดำเนินรายการ วิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิ บุคคลตัวอย่าง หรือตัวแทนองค์กรตัวอย่าง ไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียง พอ กับ ม.ก.ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก. (ที่

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05)

จุดประสงค์ในการติดต่อกับทางรายการ เพื่อขอเอกสาร สิ่งพิมพ์ และสื่อต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกักับการน้อมนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปประยุกต์ใช้ คำนวณได้ค่า χ^2 = 3.620 โดยมี d.f. = 1 และได้ค่า p-value = .057 (ซึ่งมีค่ามากกว่า .05) ผลสรุปคือ จุดประสงค์ในการติดต่อกับทางรายการเพื่อขอเอกสาร สิ่งพิมพ์ และสื่อต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการน้อมนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปประยุกต์ใช้ ไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก. (ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05)

จุดประสงค์ในการติดต่อกับทางรายการเพื่อร่วมกิจกรรมต่าง ๆ กับทางรายการ เช่น ตอบปัญหาชิงรางวัล ขอรับเมล็ดพันธุ์ผักสวนครัว สมัครสมาชิกรายการ คำนวณได้ค่า χ^2 = 5.360 โดยมี d.f. = 1 และได้ค่า p-value = .021 (ซึ่งมีค่าน้อยกว่า .05) ผลสรุปคือ จุดประสงค์ในการติดต่อกับทางรายการเพื่อร่วมกิจกรรมต่าง ๆ กับทางรายการ เช่น ตอบปัญหาชิงรางวัล ขอรับเมล็ดพันธุ์ผักสวนครัว สมัครสมาชิกรายการ มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก. (ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05)

ตารางที่ 8 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ ระหว่างข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคลและการเปิดรับฟังรายการของผู้ฟังรายการ กับความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก.

(n=120)

ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคล และการเปิดรับฟังรายการของผู้ฟังรายการ	ความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก.	
	χ^2	Sig.
ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคล		
1. เพศ	.126	.722
2. อายุ	.021	.884
3. ระดับการศึกษา	2.036	.916
4. อาชีพ	2.470	.781
5. รายได้ต่อเดือน	5.620	.229

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตารางที่ 8 (ต่อ)

(n=120)

ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคล และการเปิดรับฟังรายการของผู้ฟังรายการ	ความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก.	
	χ^2	Sig.
6. ที่อยู่ปัจจุบัน		
ภาคเหนือ	.166	.684
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	4.247	.039 *
ภาคกลาง	8.108	.004 *
ภาคตะวันออก	2.052	.152
ภาคตะวันตก	1.272	.259
ภาคใต้	2.287	.131
<u>การเปิดรับฟังรายการ</u>		
1. เครือข่ายของสถานีที่รับฟังรายการ		
สถานีวิทยุ ม.ก. ส่วนกลาง-บางเขน (คลื่นความถี่ A.M. 1107 กิโลเฮิรตซ์)	1.761	.184
สถานีวิทยุ ม.ก. เชียงใหม่ (คลื่นความถี่ A.M. 612 กิโลเฮิรตซ์)	.166	.684
สถานีวิทยุ ม.ก. ขอนแก่น (คลื่นความถี่ A.M. 1314 กิโลเฮิรตซ์)	4.515	.034 *
สถานีวิทยุ ม.ก. สงขลา (คลื่นความถี่ A.M. 1269 กิโลเฮิรตซ์)	.261	.609
Website ที่ http://www.radio.ku.ac.th	5.966	.015 *
2. ระยะเวลาในการติดตามรับฟังรายการ	1.067	.957
3. ความถี่ในการรับฟังรายการ	1.107	.893
4. วันและช่วงรายการที่รับฟัง	3.185	.671
5. วิธีการรู้จักรายการ		
เปิดฟังวิทยุ ม.ก. เป็นประจำจึงรู้จัก	3.830	.050 *
ที่บ้าน/ที่ทำงานเปิดฟัง จึงได้ฟังไปด้วย	2.278	.131
เพื่อน/บุคคลอื่นแนะนำให้ฟัง	1.451	.228
เห็นจาก Website เลยลองเปิดฟัง	5.966	.015 *
อื่น ๆ	2.287	.131

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตารางที่ 8 (ต่อ)

(n=120)

ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคล และการเปิดรับฟังรายการของผู้ฟังรายการ	ความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก.	
	χ^2	Sig.
6. ลักษณะการรับฟังรายการ		
6.1 สถานที่ในการรับฟังรายการ	1.419	.701
6.2 จำนวนผู้ฟังขณะรับฟังรายการ		
ฟังคนเดียว	2.576	.109
ฟังเป็นกลุ่มเล็กตั้งแต่ 2-8 คน	.034	.854
ฟังเป็นกลุ่มใหญ่ตั้งแต่ 9 คนขึ้นไป	5.360	.021 *
7. วิธีการติดตามรับฟังรายการ		
7.1 วิธีติดตามรับฟังรายการ	6.481	.166
7.2 การทำกิจกรรมขณะรับฟังรายการ	.579	.447
ปฏิบัติกิจวัตรประจำวันส่วนตัว	1.952	.162
อ่านหนังสือ	5.629	.018 *
ทำงานบ้าน/ทำอาหาร	.108	.742
ขับรถ	.981	.322
ทำงานในสถานที่ทำงาน	.644	.422
อื่น ๆ	.154	.695
8. วัตถุประสงค์ในการรับฟังรายการ		
เพื่อเพิ่มพูนความรู้ ความเข้าใจ และวิธีการประยุกต์ใช้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง	.269	.604
นำความรู้และวิธีการประยุกต์ใช้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง มาปรับใช้กับตนเอง	.000	.995
เพื่อนำความรู้ วิธีการประยุกต์ใช้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงที่ได้รับฟังไปเผยแพร่แลก เปลี่ยนความรู้กับผู้อื่น	.238	.625
อื่น ๆ	.579	.447

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตารางที่ 8 (ต่อ)

(n=120)

ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคล และการเปิดรับฟังรายการของผู้ฟังรายการ	ความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก.	
	χ^2	Sig.
9. การติดต่อกับทางรายการ		
9.1 จำนวนครั้งต่อปี	10.716	.057
9.2 ช่องทางการติดต่อ		
จดหมาย	.004	.949
ไปรษณีย์บัตร	.028	.866
โทรศัพท์	.154	.695
10. จุดประสงค์ในการติดต่อกับทางรายการ		
แลกเปลี่ยนความรู้/ประสบการณ์ในการน้อม นำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปประยุกต์ใช้กับผู้ดำเนินรายการ วิทยากร ผู้ทรงคุณวุฒิ บุคคลตัวอย่าง หรือตัวแทนองค์กรตัวอย่าง	.098	.755
ขอความรู้และคำปรึกษา ในการน้อม นำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปประยุกต์ใช้จากผู้ดำเนินรายการ วิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิ บุคคลตัวอย่าง หรือตัวแทนองค์กรตัวอย่าง	1.021	.312
ขอเอกสาร สิ่งพิมพ์ และสื่อต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการน้อมนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปประยุกต์ใช้	3.620	.057
ร่วมกิจกรรมต่าง ๆ กับทางรายการ เช่น ตอบปัญหาชิงรางวัล ขอรับเมล็ดพันธุ์ผักสวนครัว สมัครสมาชิกรายการ	5.360	.021 *

หมายเหตุ : * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ .05

จากตารางที่ 8 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคลและการเปิดรับฟังรายการของผู้ฟังรายการ กับความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบใน

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

รายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก. ได้ดังนี้

ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคล ผลการสรุปสมมติฐาน พบว่า ยอมรับสมมติฐานที่อยู่ปัจจุบันของผู้ฟังรายการที่อาศัยและรับฟังรายการอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือและภาคกลาง เมื่อพิจารณาผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ค่าไคสแควร์ที่ได้จากการคำนวณเท่ากับ 4.247, 8.108 และพบระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .039, .004 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้คือ.05 ($p < .05$) จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ส่วนตัวแปรอื่น ๆ ผลการสรุปสมมติฐาน พบว่า ปฏิเสธสมมติฐาน เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ของผู้ฟังรายการ และที่อยู่ปัจจุบันของผู้ฟังรายการ (ภาคเหนือ ภาคตะวันออก ภาคตะวันตก ภาคใต้) โดยเมื่อพิจารณาผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ค่าไคสแควร์ที่ได้จากการคำนวณเท่ากับ .126, .021, 2.036, 2.470, 5.620, (.166, 2.052, 1.272, 2.287) และพบระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .722, .884, .916, .781, .229, (.684, .152, .259, .131) ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้คือ.05 ($p > .05$) ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานของตัวแปรที่ตั้งไว้

การเปิดรับฟังรายการ ผลการสรุปสมมติฐาน พบว่า ยอมรับสมมติฐาน เครือข่ายของสถานีที่รับฟังรายการ (สถานีวิทยุ ม.ก. ขอนแก่น (คลื่นความถี่ A.M. 1314 กิโลเฮิรตซ์) Website ที่ http://www.radio.ku.ac.th) วิธีการรู้จักรายการ (เปิดฟังวิทยุ ม.ก. เป็นประจำจึงรู้จัก และเห็นจาก Website เลยลองเปิดฟัง) ลักษณะการรับฟังรายการที่มีจำนวนผู้ฟังขณะรับฟังรายการเป็นกลุ่มใหญ่ตั้งแต่ 9 คนขึ้นไป วิธีการติดตามรับฟังรายการที่มีการทำกิจกรรมโดยการอ่านหนังสือไปด้วยขณะรับฟังรายการ รวมถึงจุดประสงค์ในการติดต่อกับทางรายการเพื่อร่วมกิจกรรมต่าง ๆ กับทางรายการ เช่น ตอบปัญหาชิงรางวัล ขอรับเมล็ดพันธุ์ผักสวนครัว สมัครสมาชิกรายการ ของผู้ฟังรายการ เมื่อพิจารณาผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ค่าไคสแควร์ที่ได้จากการคำนวณเท่ากับ (4.515, 5.966), (3.830, 5966), 5.360, 5.629, 5360 และพบระดับนัย สำคัญทางสถิติที่ (.034, .015), (.050, .015), .021, .018, .021 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้คือ.05 ($p < .05$) จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ส่วนตัวแปรอื่น ๆ ผลการสรุปสมมติฐาน พบว่า ปฏิเสธสมมติฐาน เครือข่ายของสถานีที่รับฟังรายการในเครือข่ายสถานีวิทยุ ม.ก. ส่วนกลาง-บางเขน (คลื่นความถี่ A.M. 1107 กิโล เฮิรตซ์) สถานีวิทยุ ม.ก. เชียงใหม่ (คลื่นความถี่ A.M. 612 กิโลเฮิรตซ์) สถานีวิทยุ ม.ก. สงขลา (คลื่นความถี่ 1269 กิโลเฮิรตซ์) ระยะเวลาในการติดตามรับฟังรายการ ความถี่ในการรับฟังรายการ วันและช่วงรายการที่รับฟัง วิธีการรู้จักรายการ (ที่บ้านที่ทำงานเปิดฟัง จึงได้ฟังไปด้วย เพื่อน/บุคคลอื่นแนะนำให้ฟัง

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

รวมถึงวิธีการอื่น ๆ ที่ทำให้รู้จักรายการ) ลักษณะการรับฟังรายการ (สถานที่ในการรับฟังรายการ จำนวนผู้ฟังขณะรับฟังรายการ ทั้งฟังคนเดียวและฟังเป็นกลุ่มเล็กตั้งแต่ 2-8 คน) วิธีการติดตามรับฟังรายการและการทำกิจกรรมขณะรับฟังรายการ (ปฏิบัติกิจวัตรประจำวันส่วนตัว ทำงานบ้าน/ทำอาหาร ขับรถ ทำงานในสถานที่ทำงาน และกิจกรรมอื่น ๆ) วัตถุประสงค์ในการรับฟังรายการ (เพื่อเพิ่มพูนความรู้ ความเข้าใจ และวิธีการประยุกต์ใช้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง นำความรู้และวิธีการประยุกต์ใช้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาปรับใช้กับตนเอง เพื่อนำความรู้และวิธีการประยุกต์ใช้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงที่ได้รับฟังไปเผยแพร่แลกเปลี่ยนความรู้กับผู้อื่น รวมถึงวัตถุประสงค์อื่น ๆ ในการรับฟังรายการ) การติดต่อกับทางรายการ จำนวนครั้งในการติดต่อและช่องทางในการติดต่อ (จดหมาย ไปรษณียบัตร โทรศัพท์) รวมถึงจุดประสงค์ในการติดต่อกับทางรายการของผู้ฟังรายการ (แลกเปลี่ยนความรู้/ประสบการณ์ในการน้อมนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปประยุกต์ใช้กับผู้ดำเนินรายการ วิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิ บุคคลตัวอย่าง หรือตัวแทนองค์กรตัวอย่าง ขอความรู้และคำปรึกษา ในการน้อมนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปประยุกต์ใช้จากผู้ดำเนินรายการ วิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิ บุคคลตัวอย่าง หรือตัวแทนองค์กรตัวอย่าง ขอเอกสาร สิ่งพิมพ์ และสื่อต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการน้อมนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปประยุกต์ใช้)

โดยเมื่อพิจารณาผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ค่าไคสแควร์ที่ได้จากการคำนวณเท่ากับ (1.761, .166, .261), 1.067, 1.107, 3.185, (2.278, 1.451, 2.287), (1.419, 2.576, .034), 6.481, .579 (1.952, .108, .981, .644, .154), (.269, .000, .238, .579), 10.716, (.004, .028, .154), (.098, 1.021, 3.620) และพบระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ (.184, .684, .609), .957, .893, .671, (.131, .228, .131), (.701, .109, .854), .166, .447, (.162, .742, .322, .422, .695), (.604, .995, .625, .447), .057, (.949, .866, .695), (.755, .312, .057) ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้คือ.05 ($p > .05$) ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานของตัวแปรที่ตั้งไว้

ข้อวิจารณ์

ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคลของผู้ฟังรายการวิทยุ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ พบว่า ผู้ฟังรายการส่วนใหญ่เป็นเพศชาย สอดคล้องกับพฤติกรรมการรับฟังวิทยุที่ สุกัญญา บูรณเดชาชัย (2549: 234-237) กล่าวว่า เพศชายมักจะนิยมรับฟังรายการประเภทความรู้หรือการศึกษาที่เป็นประโยชน์มากกว่าเพศหญิงที่นิยมรับฟังรายการประเภทความบันเทิงต่าง ๆ คิดเป็นร้อยละ 54.2 มีอายุเฉลี่ย 52.42 ปี ซึ่งสอดคล้องกับการวิเคราะห์ผู้รับสารด้านอายุ

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ที่ ปรมะ สตะเวทิน (2546:111-118) กล่าวว่า คนที่มีอายุมากมักจะใช้สื่อมวลชนเพื่อแสวงหาสาระมากกว่าความบันเทิง

การเปิดรับฟังรายการของผู้ฟังรายการวิทยุ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ พบว่า ผู้ฟังรายการส่วนใหญ่มีความถี่ในการรับฟังรายการในทุกวันที่ออกอากาศ (5 วันต่อสัปดาห์) คิดเป็นร้อยละ 75.9 สอดคล้องกับ วันและช่วงรายการที่รับฟัง คือ ทุกวันและทุกช่วงรายการที่ออกอากาศ คิดเป็นร้อยละ 70.0 โดยผู้ฟังรายการให้เหตุผลว่า ทุก ๆ เนื้อหาในรายการวิทยุเรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียง พอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก. ให้ความรู้ดี มีเนื้อหาสาระที่หลากหลาย เป็นประโยชน์ มีบุคคลตัวอย่างผู้ประสบความสำเร็จจากการน้อมนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปประยุกต์ใช้ มาให้ความรู้ สติ ข้อคิด คติสอนใจ ในการดำรงชีวิต และแนวคิดแปลกใหม่ต่าง ๆ ที่น่าสนใจ ทำให้เป็นแรงบันดาลใจที่จะน้อมนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาปรับใช้กับตนเอง พัฒนาชุมชนให้ประสบความสำเร็จตามบุคคลตัวอย่าง และได้พัฒนาความรู้นำมาพูดคุยกับบุคคลในครอบครัว สอนลูกหลาน คนใกล้ชิด เพื่อนบ้าน หรือบอกต่อกับผู้อื่นได้ สอดคล้องกับที่ Becker (1960 อ้างใน จิรัชญา โยธาอภิรักษ์, 2551: 25-26) กล่าวว่า ผู้รับสารมีประเภทและจุดมุ่งหมายของการเปิดรับข่าวสาร คือ 1) การแสวงหาข้อมูล (Information Seeking) กล่าวคือ บุคคลจะแสวงหาข้อมูลเมื่อต้องการให้มีความคล้ายคลึงกับบุคคลอื่นในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หรือเรื่องทั่ว ๆ ไป 2) การเปิดรับข้อมูล (Information Receptivity) กล่าวคือ บุคคลจะเปิดรับข่าวสารเพื่อต้องการทราบข้อมูลที่ตนเองสนใจ และ 3) การเปิดรับประสบการณ์ (Experience Receptivity) กล่าวคือ บุคคลจะเปิดรับข่าวสารเพราะต้องการกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

โดยเมื่อพิจารณาเหตุผลในแต่ละช่วงรายการ อันได้แก่ ช่วงสืบสานงานพัฒนากับสำนักงาน กปร. ที่นำเสนอออกอากาศในวันจันทร์และวันอังคาร ผู้ฟังรายการได้ให้เหตุผลไว้ว่า ทำให้ได้รับทราบข่าวสารการพัฒนาของสำนักงานกปร. วัตถุประสงค์การจัดตั้ง ผลดี-ผลเสีย การแก้ไขปัญหาร่วมกันระหว่างเจ้าหน้าที่ประจำโครงการพัฒนาอันเนื่องมาจากพระราชดำริกับประชาชนที่อยู่ในพื้นที่และพื้นที่ใกล้เคียงกับโครงการฯ อย่างรอบคอบ รวมถึงการทำงานของเจ้าหน้าที่ประจำโครงการฯ แต่ละโครงการของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ที่ให้คำแนะนำและถ่ายทอดเทคโนโลยี เทคนิค ความรู้เรื่องการเกษตรใหม่ ๆ เพื่อสืบสานงานในพระราชดำริ ทำให้ประชาชนและชุมชนต่าง ๆ มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ซึ่งพอได้รับฟังทำให้มีความสุขใจ อีกทั้งได้รับความรู้ทางวิชาการที่มีประโยชน์ และได้ทราบโครงการการประกวดผลงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงอีกด้วย

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ส่วนช่วงคำพ่อสอน ที่นำเสนอออกอากาศในวันพุธ วันพฤหัสบดี และวันศุกร์ ผู้ฟังรายการได้ให้เหตุผลในการรับฟังที่ตรงกันว่า คำพ่อสอน แต่ละคำ แต่ละบท มีแต่ประโยชน์ ฟังแล้วตื้นตันใจ ทำให้รู้สึกซาบซึ้งในพระมหากรุณาธิคุณของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว โดยเฉพาะช่วงคำพ่อสอนในวันพุธ ที่มีอาจารย์ปราโมทย์ ไม้กลัด เป็นวิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิหลักประจำรายการ ซึ่งท่านได้ทำการถ่ายทอดประสบการณ์ตรงที่ได้รับมาจากการตามเสด็จพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ทั้งพระบรมราโชวาท พระราชดำรัส พระจริยวัตร และการทรงงานของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวในทุกวโรกาส มาเป็นคำสอนเตือนสติให้ประชาชนได้เห็นเป็นรูปธรรมจากปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงทุกแง่มุม แบบถึงหลักสัจธรรมความเป็นจริงดีมาก ทำให้ได้รู้จักหลักเหตุและผลที่ดี เหมาะกับการนำมาใช้พัฒนาสังคม การเมือง เศรษฐกิจ และวัฒนธรรม ให้มีคุณธรรม ความซื่อสัตย์ โดยเฉพาะในประชาชนทุกเพศ ทุกวัย และทุกภาคส่วนของประเทศ ที่ต้องศึกษา จดจำ และนำไปปฏิบัติตามในการดำเนินชีวิตเพื่อนำไปสู่สังคมอยู่เย็นเป็นสุขร่วมกัน

วิธีการรู้จักรายการของผู้ฟังรายการ นั้นเกิดจากการเปิดฟังวิทยุ ม.ก. เป็นประจำจึงรู้จักรายการวิทยุ “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” คิดเป็นร้อยละ 90.8 สอดคล้องกับพฤติกรรมการรับฟังวิทยุที่ สุกัญญา บูรณเดชาชัย (2549: 234-237) ได้อธิบายว่า ผู้ฟังมีการเปิดเครื่องรับวิทยุเพื่อเลือกฟังรายการอยู่ 2 วิธี คือ การติดตามรับฟังรายการที่ฟังเป็นประจำและการหมุนปรับคลื่นความถี่ไปเรื่อย ๆ จนกว่าจะพบรายการที่พอใจฟัง

ผู้ฟังรายการวิทยุมีลักษณะการรับฟังรายการโดยรับฟังที่บ้าน คิดเป็นร้อยละ 69.2 และรับฟังคนเดียว คิดเป็นร้อยละ 81.7 สอดคล้องกับปัจจัยที่ทำให้เกิดการเปิดรับข่าวสารที่กล่าวไว้โดย ชวรัตน์ เชิดชัย (2527: 170-171) ว่า ความเหงา เป็นเหตุทางจิตวิทยาโดยตรงที่ปกติคนเราย่อมจะไม่ชอบอยู่ตามลำพัง เนื่องจากเกิดความรู้สึกสับสน วิตกกังวล หวาดกลัว และการเมินเฉยจากสังคม จึงชอบหรือพยายามที่จะรวมกลุ่มสังสรรค์กับผู้อื่นเท่าที่โอกาสจะอำนวยให้ เมื่อไม่สามารถจะติดต่อสังสรรค์กับบุคคลได้โดยตรง สิ่งที่ดีที่สุดคือการอยู่กับสื่อต่าง ๆ ที่ใช้ในการสื่อสาร และในความเป็นจริงคนบางส่วนก็พอใจที่จะอยู่กับสื่อมวลชนมากกว่าที่จะอยู่กับบุคคลด้วยซ้ำไป เพราะสื่อมวลชนเป็นเพื่อนแก้เหงาที่ไม่สร้างแรงกดดันในการสนทนาหรือทางสังคมให้แก่ตนเอง

ผู้ฟังรายการวิทยุส่วนใหญ่มีการติดตามรับฟังรายการจนจบรายการโดยตั้งใจ คิดเป็นร้อยละ 59.2 แต่ขณะรับฟังรายการผู้ฟังรายการวิทยุเกือบทั้งหมดก็ทำกิจกรรมอื่นไปด้วย คิดเป็นร้อยละ 97.5 คือ ทำงานบ้าน/ทำอาหาร คิดเป็นร้อยละ 50.8 สอดคล้องกับแนวคิดของวิทยุกระจายเสียงที่กล่าวโดย ณรงค์ สมพงษ์ (2535: 299) ว่า สื่อวิทยุกระจายเสียงสามารถรับฟังได้โดยไม่จำกัดเวลาและสถานที่

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

แม้แต่ขณะทำกิจกรรมอื่นอยู่ สื่อวิทยุกระจายเสียงจึงเปรียบเสมือน “สื่อเคลื่อนที่” (Mobile Medium)

ผู้ฟังรายการส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการรับฟังรายการเพื่อนำความรู้และวิธีการประยุกต์ใช้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาปรับใช้กับตนเองมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 84.2 สอดคล้องกับลักษณะและพฤติกรรมของผู้ฟังรายการวิทยุกระจายเสียง ตามทฤษฎีการเลือกสรรของผู้รับสาร ที่กล่าวโดย Klapper (1967 อ้างใน สุกัญญา บูรณเดชาชัย, 2549: 233-234) คือ ผู้ฟังรายการวิทยุกระจายเสียงมีความสนใจที่จะรับฟัง รับรู้ และจดจำ ซึ่งโดยธรรมชาติของมนุษย์แต่ละบุคคลจะมีการเลือกเปิดรับข่าวสาร (Selective Exposure) สอดคล้องกับความสนใจและความต้องการ ขณะเดียวกันก็เลือกที่จะรับรู้ (Selective Perception) พร้อม ๆ ไปกับที่จะเลือกจดจำข่าวสาร (Selective Retention) ดังนั้นหากผู้ฟังไม่สนใจรับฟัง ไม่สนใจรับรู้ ไม่สนใจจดจำ เนื้อหารายการจากวิทยุย่อมไม่ถึงผู้นั้น โดยกระบวนการในการฟังเพื่อให้เกิดการเรียนรู้มีขั้นตอน คือ เริ่มฟัง สนใจ และฟังต่อไป หรือไม่สนใจ หยุดฟัง คิดหรือจินตนาการตามเนื้อหาที่ตนเองจะเลือกจดจำ และสุดท้ายเกิดแนวคิด ค่านิยม หรือแนวปฏิบัติใหม่ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการสื่อสารของผู้รับสารดังที่ กิติมา สุรสนธิ (2548: 29) กล่าวว่า ผู้รับสารมีวัตถุประสงค์ในการสื่อสารเพื่อเรียนรู้ (To Learn) และทำความเข้าใจในเนื้อหาความรู้วิชาการต่าง ๆ เพื่อเพิ่มพูนความรู้ ความสามารถของตนให้สูงมากยิ่งขึ้น อันจะส่งผลต่อการดำรงชีวิตของตนในอนาคต

อีกทั้งยังสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการสื่อสารของผู้รับสารที่ Rogers (1976 อ้างใน กิติมา สุรสนธิ, 2548: 30-33) กล่าวว่า วัตถุประสงค์ของการสื่อสารในลักษณะเพื่อก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในทางที่ดีขึ้นหรือด้านการพัฒนา ไม่ว่าจะเป็นปัจเจกบุคคล องค์กร หน่วยงานทางสังคม หรือประเทศ เพื่อการเปลี่ยนแปลงไปสู่สิ่งใหม่ที่ดีขึ้น (Change for Better) ซึ่งเป็นการเปลี่ยนแปลงที่เป็นพื้นฐานสำคัญ โดยการเปลี่ยนแปลงตัวบุคคลอันเป็นทรัพยากรที่สำคัญทางสังคมของประเทศด้วยการทำให้บุคคลในสังคมมีความคิด มีความตระหนัก มีทัศนคติ และมีการประพฤติปฏิบัติในลักษณะที่เอื้ออำนวยต่อการพัฒนาประเทศ โดยมีวัตถุประสงค์ในการเปลี่ยนแปลงใน 3 เรื่องด้วยกัน คือ

1. วัตถุประสงค์ที่ต้องการเปลี่ยนแปลงผู้รับสารในเรื่องความรู้ (Knowledge Change) ความเข้าใจและการจำ (Cognitive Domain) ได้แก่ การถ่ายทอดความรู้ประสบการณ์ต่าง ๆ ให้ แก่บุคคลเพื่อก่อให้เกิดความรู้ ความจำ (Knowledge or Recall) เกิดความเข้าใจ (Understanding) สามารถนำไปใช้ (Application) นำไปวิเคราะห์ (Analysis) หรือสังเคราะห์ (Synthesis) รวมทั้งสามารถประเมินค่า (Evaluation) เรื่องราวเหตุการณ์และสิ่งต่าง ๆ ได้

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

2. วัตถุประสงค์ที่ต้องการเปลี่ยนแปลงในเรื่องทัศนคติ (Attitude Change) ต้องการที่จะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านความคิด ความรู้สึก (Affective Domain) หรือการเปลี่ยนแปลงทางบุคลิกภาพภายใน (Internal Personalities) ของบุคคล ได้แก่ ลักษณะนิสัย คุณธรรม ค่านิยม ซึ่งรวมเรียกว่าทัศนคติ (Attitude) โดยแบ่งออกเป็น 5 ระดับ คือ ความพยายามที่จะให้ผู้รับสารเกิดการยอมรับ (Receiving or Attending) เกิดการตอบสนอง (Responding) เกิดค่านิยม (Valuetion) การเข้าถึงแนวคิดหรือมโนคติ (Organization) และการนำไปปฏิบัติเป็นนิสัย (Characteristics) ในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง

3. วัตถุประสงค์ที่ต้องการเปลี่ยนแปลงในเรื่องพฤติกรรม (Behavior or Performance Change) ของบุคคลอันเป็นสิ่งที่ผู้อื่นสามารถสังเกตเห็นได้ อาจเรียกได้ว่าเป็นการเปลี่ยนแปลงด้านพฤติกรรมหรือการกระทำ (Psychomotor Domain) ของบุคคล ซึ่งมีหลายขั้นตอน ตั้งแต่การลอกลอกเลียนแบบ (Imitation) การลงมือทำตามแบบ (Manipulation) การกระทำได้อย่างถูกต้อง (Precision) การกระทำอย่างต่อเนื่อง (Articulation) รวมทั้งการทำได้อย่างเป็นธรรมชาติ (Naturalization) โดยการสื่อสารแต่ละครั้งไม่จำเป็นจะต้องมีวัตถุประสงค์เพียงประการเดียวเท่านั้น แต่ต้องสอดคล้องกันหรือไปในทิศทางเดียวกัน การสื่อสารจึงจะประสบผลสำเร็จ

ผู้ฟังรายการทั้งหมดเคยติดต่อกับทางรายการ คิดเป็นร้อยละ 100.0 เมื่อพิจารณาเป็นจำนวนครั้งต่อปี พบว่า ผู้ฟังรายการติดต่อกับทางรายการ 2 ครั้งต่อปี คิดเป็นร้อยละ 38.3 โดยส่วนใหญ่ใช้ช่องทางโทรศัพท์ในการติดต่อ คิดเป็นร้อยละ 86.7 ซึ่งมีจุดประสงค์เพื่อร่วมกิจกรรมต่าง ๆ กับทางรายการ เช่น ตอบปัญหาชิงรางวัล ขอรับเมล็ดพันธุ์ผักสวนครัว สมัครสมาชิกรายการ คิดเป็นร้อยละ 99.2 โดยการสื่อสารกลับ (Feedback) ของผู้ฟังรายการนี้มีผลโดยตรงต่อผู้ส่งสารทั้งในฐานะองค์การสื่อมวลชนหรือนักสื่อสารมวลชนดังที่ Burgoon (1974 อ้างใน ปรมะ สตะเวทิน, 2539: 125) กล่าวไว้ 3 ประการ คือ 1) เป็นการทำให้ทราบผลของการสื่อสารว่าบรรลุวัตถุประสงค์ตรงตามที่ตั้งไว้หรือไม่ 2) เพื่อจะได้ปรับปรุง ดัดแปลง แก้ไข หรือคงไว้ สำหรับเนื้อหาสาระและวิธีการในการสื่อสารของตน และ 3) เป็นตัวเชื่อมระหว่างองค์การสื่อมวลชนกับผู้รับสารในลักษณะการแลกเปลี่ยนข่าวสารกันแบบการสื่อสารสองทาง (Two-way Communication) ซึ่งผู้รับสารนี้จะให้ความสำคัญหรือแสดงการมีส่วนร่วมต่อสื่อนั้น ๆ กลับมายังผู้ส่งสารที่เป็นสื่อมวลชนในรูปแบบต่าง ๆ อาทิ การสมัครเป็นสมาชิก การติดต่อผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น จดหมาย ไปรษณียบัตร โทรศัพท์ เป็นต้น

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ พบว่า ด้านช่วงเวลา ความยาว และความถี่ในการออกอากาศของรายการโดยรวมเฉลี่ยอยู่ในระดับดี (ค่าเฉลี่ย 7.59) คือ ช่วงเวลาการออกอากาศเวลา 08.30-08.55 น. เฉลี่ยอยู่ในระดับดี (ค่าเฉลี่ย 2.62) แต่ก็มีผู้ฟังรายการจำนวนร้อยละ 6.7 ที่ให้ข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนารายการว่า ควรปรับเปลี่ยนหรือเลื่อนเวลาการออกอากาศของรายการเป็นช่วงเวลา 07.00-08.00 น. 17.00-18.00 น. หรือ 19.00-20.00 น. ร้อยละ 3.3 เสนอว่าควรนำเนื้อหาที่ออกอากาศไปแล้วมาออกอากาศซ้ำในวันและเวลาที่เหมาะสม เช่น 17.00-18.00 น. หรือ 19.00-20.00 น. ของทุกวันหรือในวันเสาร์และวันอาทิตย์ เพื่อที่ผู้ฟังรายการจะได้สามารถติดตามรับฟังเนื้อหาของรายการจนจบได้อย่างตั้งใจ เพราะเมื่อพิจารณาในช่วงเวลาการออกอากาศของรายการ คือในช่วงเวลา 08.30-08.55 น. แล้วนั้น มักจะเป็นช่วงเวลาของการเริ่มต้นการทำงานหรือเดินทางไปทำงานของผู้ฟังรายการ จึงทำให้ไม่สามารถรับฟังได้อย่างเต็มที่และเกิดการเสียโอกาสในการรับฟังเนื้อหาของรายการ

สอดคล้องกับหนึ่งในคุณลักษณะเฉพาะของวิทยุกระจายเสียงที่ McLeish (1981 อ้างใน ธีรารักษ์ โพธิสุวรรณ, 2542: 13-21) ได้กล่าวว่า รายการวิทยุกระจายเสียงไม่สามารถกลับมาฟังซ้ำได้ (The Transient Nature of Radio) เป็นสิ่งไม่จีรังยังยืน ไม่คงทนถาวร หากผู้ฟังฟังรายการไม่ทันก็มักจะผ่านเลยไป ดังนั้นสื่อวิทยุกระจายเสียงจึงไม่เพียงแต่ที่ผู้ฟังรายการวิทยุต้องฟังรายการในขณะออกอากาศเท่านั้น แต่ต้องฟังแล้วเข้าใจชัดเจนถูกต้องทันทีไม่มีโอกาสกลับมาทบทวนฟังใหม่ เพราะรายการวิทยุจะมีช่วงอายุต่อผู้ฟังรายการในช่วงสั้น ๆ เท่านั้น หากต้องการจะฟังในครั้งต่อไปก็ต้องอาศัยการบันทึกเอาไว้ และสอดคล้องกับข้อจำกัดของวิทยุกระจายเสียงที่ ณรงค์ สมพงษ์ (2535: 299-300) ได้กล่าวว่า วิทยุกระจายเสียงต่างจากการอ่านหนังสือพิมพ์ที่ผู้อ่านสามารถอ่านค้างไว้แล้วพักไปทำอย่างอื่นก่อนจะกลับมาอ่านต่อหรือทบทวนได้หลายครั้งหรือส่งต่อให้ผู้อื่นอ่าน และนำกลับมาอ้างอิงได้ใหม่ ทำให้ผู้ฟังรายการต้องปรับตัวเข้าหารายการวิทยุ ซึ่งยังสอดคล้องกับหนึ่งในลักษณะของสื่อวิทยุกระจายเสียงที่ทำให้โอกาสของการจะเป็นผู้ฟังวิทยุกระจายเสียงเกิดขึ้นตามที่ Klapper (1967 อ้างใน สุกัญญา บูรณเดชาชัย, 2549: 233-234) ได้กล่าวว่า ผู้ฟังวิทยุกระจายเสียงต้องเป็นผู้มีเวลาในการฟังที่ตรงกับเวลาของการกระจายเสียง ทั้งนี้เพราะเวลาของวิทยุกระจายเสียงไม่ยืดหยุ่นให้กับเวลาว่างของผู้ใด ดังนั้นผู้ที่ฟังต้องปรับตัวตามเวลาของสถานี มิฉะนั้นจะไม่ได้ฟัง โดยขณะเดียวกันทางด้านสถานีก็ต้องพิจารณาเลือกเวลาในการกระจายเสียงให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายเช่นเดียวกัน

การออกอากาศจำนวน 5 วัน ต่อสัปดาห์ คือ วันจันทร์ถึงวันศุกร์ เฉลี่ยอยู่ในระดับดี (ค่าเฉลี่ย

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

2.68) มีผู้ฟังรายการจำนวนร้อยละ 8.3 ได้ให้ข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนารายการว่า ต้องการให้เพิ่มจำนวนวันในการออกอากาศเป็น 7 วันต่อสัปดาห์ โดยเพิ่มวันเสาร์และวันอาทิตย์ที่เป็นวันหยุดสุดสัปดาห์เข้ามา เพราะเป็นวันที่ทุกคนในครอบครัวยิ่งโดยเฉพาะเด็ก ๆ จะได้ใช้ช่วงเวลาในวันหยุดนี้รับฟังรายการร่วมกับผู้ใหญ่ในครอบครัว ซึ่งสามารถชี้แนะเป็นแนวทางในการดำเนินชีวิตตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงได้เป็นอย่างดี สอดคล้องกับความสำคัญของเศรษฐกิจพอเพียงที่สำนักงานปฏิรูประบบสุขภาพแห่งชาติ (สปรส.) (2549: 5-7) ได้กล่าวว่า พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงสอนแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อให้คนไทยได้ศึกษาเรียนรู้ให้เข้าใจ ใช้เป็นหลักในการดำเนินชีวิตอย่างพอดี พอประมาณ สมดุล ไม่สุดโต่ง และสร้างภูมิคุ้มกันภัยที่อาจเกิดแก่ตน แก่ครอบครัว แก่การงาน และแก่สังคม ...โดยเศรษฐกิจพอเพียงของพระองค์ท่าน คือ การสอนให้ทุกคน ทุกครอบครัว ทุกองค์กรอยู่ในโลกปัจจุบันอย่างมีสติ มีปัญญา รู้เท่าทันโลก ขยันขันแข็ง เอาการเอางาน รับผิดชอบ ทำทุกภารกิจอย่างพอดี พอประมาณ สมเหตุสมผล ไม่โลภเกินพอดี กล้าเผชิญกับโลกปัจจุบันอย่างใช้ปัญญา เพื่อเป็นภูมิคุ้มกันให้ตัวเอง ให้ครอบครัว ให้องค์กร และให้สังคม เพื่อไม่ตกเป็นเหยื่อของกระแสทุนโลก ไม่ว่าจะมาด้วยรูปแบบใด เศรษฐกิจพอเพียงของพระองค์ท่านจึงเป็นหลักที่ทุกคน ทุกครอบครัว ทุกองค์กร ทุกสถาบัน ทุกชุมชน ทั้งสังคมสามารถน้อมนำมาปฏิบัติได้ด้วยการรู้จักทวนกระแสกิเลส อันเป็นต้นธารแห่งความโลภที่ไม่มีสิ้นสุด ซึ่งที่ผ่านมาพระองค์มิได้ทรงสอนเท่านั้น แต่พระองค์ทรงปฏิบัติให้คนไทยดูเป็นตัวอย่างมาโดยตลอด และสอดคล้องกับหนึ่งในหน้าที่ของวิทยุกระจายเสียงตามบทบาทและสถานภาพทางสังคมในฐานะที่เป็นเครื่องมือสื่อสารมวลชนในสังคมตามที่ สุกัญญา บูรณเดชา (2549: 231-232) กล่าวว่า วิทยุกระจายเสียงมีหน้าที่ถ่ายทอดมรดกทางสังคม (Transmission of The Social Heritage) คือ ทำหน้าที่สืบทอดความคิดเห็น ความเชื่อ ค่านิยม และบรรทัดฐานทางสังคม จากสมาชิกสังคมในช่วงยุคสมัยหนึ่งไปสู่สมาชิกในช่วงยุคต่อ ๆ ไป เพื่อเป็นการอบรมให้สมาชิกใหม่ได้เรียนรู้บทบาทและสถานภาพของตนเอง (Socialization)

การออกอากาศของรายการ 25 นาทีต่อวัน เฉลี่ยอยู่ในระดับพอใช้ (ค่าเฉลี่ย 2.29) โดยผู้ฟังรายการจำนวนร้อยละ 7.5 ได้ให้ข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนารายการว่าควรเพิ่มความยาวในการออกอากาศของรายการให้เป็น 1 ชั่วโมง เพราะผู้ฟังรายการต้องการรับฟังประสบการณ์ตรงจากบุคคลตัวอย่างที่ทางรายการได้เชิญมาร่วมพูดคุยในรายการ ยิ่งโดยเฉพาะด้านความล้มเหลวในชีวิตและธุรกิจที่บุคคลตัวอย่างสามารถพลิกวิกฤติให้กลับมาประสบความสำเร็จ จากการน้อมนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปประยุกต์ใช้ เพื่อนำมาเป็นแรงบันดาลใจในการน้อมนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปประยุกต์ใช้กับตนเองบ้าง สอดคล้องกับหนึ่งในอิทธิพลของวิทยุกระจายเสียงที่มีต่อผู้ฟังที่ McLeish (1999 อ้างใน อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ และ เมธา เสรี ธนาวงศ์, 2550: 425-426) กล่าวว่า วิทยุช่วยสร้างความหวังและแรงบันดาลใจให้กับผู้ฟังที่รู้สึกหดหู่และพร้อมที่จะมีวิทยุเป็นเพื่อน

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ด้านรูปแบบรายการและเนื้อหาข่าวสารในรายการ ผู้ฟังรายการได้ให้ความคิดเห็นโดยรวมเฉลี่ยอยู่ในระดับดี (เฉลี่ย 22.30) และทุกข้อเฉลี่ยอยู่ในระดับดี คือ เป็นรายการประเภทมุ่งให้ความรู้และการศึกษา ส่งเสริมด้านวิชาความรู้ วัฒนธรรม อาชีพ แนวทางในการดำเนินชีวิตที่น้อมนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงให้แก่ผู้ฟังรายการนำมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินชีวิตและการทำงานได้ดี (ค่าเฉลี่ย 2.88) สอดคล้องกับความสำคัญของวิทยุกระจายเสียงที่ นภาภรณ์ อัจฉริยะกุล และ วิจิตร ภักดีรัตน์ (2540: 14-25) ได้กล่าวว่า ความสำคัญของวิทยุกระจายเสียงหนึ่งในฐานะการเสริมสร้างสติปัญญาแก่มนุษย์ในสังคม คือ ให้การศึกษา นับเป็นการเปิดโอกาสให้มนุษย์ได้รับความรู้อย่างทัดเทียมกัน เพื่อช่วยให้มีโอกาสในการดำรงชีพที่ดีขึ้น และสอดคล้องกับหนึ่งในวัตถุประสงค์ที่ระบุไว้ในระเบียบว่าด้วยวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ พ.ศ.2535 ที่ สุกัญญา บูรณเดชา (2549: 231) ได้กล่าวถึงว่า ในการดำเนินงานของสถานีวิทยุกระจายเสียงทุกสถานี ต้องส่งเสริมให้เกิดความรู้ความเข้าใจในการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม คุณภาพชีวิต ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมของชาติ

อีกทั้งยังสอดคล้องกับนภาภรณ์ อัจริยะกุล (2530: 152-202) ที่กล่าวว่า รายการวิทยุกระจายเสียงประเภทความรู้หรือการศึกษา เป็นรายการที่มุ่งให้ความรู้และการศึกษา ส่งเสริมด้านวิชาความรู้ วัฒนธรรม อาชีพ แนวทางในการดำเนินชีวิต และการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเพื่อมีส่วนในการเพิ่มพูนความรู้แก่ผู้ฟังให้สามารถมีชีวิตอยู่อย่างมีความสุขในสังคมและนำความเจริญก้าวหน้ามาสู่ตนเองได้ โดยมีลักษณะของรายการ คือ เป็นรายการที่มีประเด็นหลัก ประเด็นรองให้สอดคล้องกับกลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย ฟังแล้วได้ความรู้เพิ่มขึ้นในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง จาก “ผู้ที่ไม่รู้ เป็นผู้รู้” จาก “ผู้รู้น้อยกลายเป็นผู้รู้มากขึ้น” เป็นรายการที่ทำให้เกิดแนวความคิดใหม่ เกิดความสร้างสรรค์ ฟังแล้วสามารถนำความรู้ไปวิเคราะห์ได้ มีคติสอนใจ สร้างค่านิยมที่ดี ซึ่งการจัดรายการประเภทความรู้อาจจัดได้เป็น 3 ลักษณะ คือ มุ่งให้ความรู้ทั่วไปแก่ประชาชนทั่วไป มุ่งให้การศึกษาในระบบโรงเรียน และมุ่งให้การศึกษานอกระบบโรงเรียน

รูปแบบรายการมีความหลากหลายคือ มีรายการพูดคุยกับผู้ฟัง รายการสนทนา รายการสัมภาษณ์ รายการสารคดีแบบด็อกคิวเมนทารี (การถ่ายทอดประสบการณ์ตรงจากผู้ร่วมรายการ) และรายการถาม-ตอบปัญหา ทำให้เกิดความน่าติดตามรับฟัง เฉลี่ยอยู่ในระดับดี (ค่าเฉลี่ย 2.85) สอดคล้องกับแนวคิดการผลิตรายการวิทยุกระจายเสียงที่ สุทิติ ขัตติยะ และวิไลลักษณ์ สุวจิตตานนท์ (2552: 12-14) กล่าวว่า ในการทำรายการวิทยุต้องระลึกเสมอว่าทำรายการอย่างไรให้น่าสนใจ ซึ่งการเสนอรายการควรให้มีความแตกต่าง เช่น ความหลากหลายของการใช้เสียง ไม่ว่าจะเป็นเสียงคน เสียงประกอบ เสียงเพลง ตลอดจนความแตกต่างในรูปแบบของการเสนอรายการ และสอดคล้องกับนภาภรณ์ อัจริยะกุล (2530: 152-202) ที่กล่าวว่า สาเหตุที่ต้องมีการแบ่งรูปแบบวิทยุกระจายเสียง

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

หลาย ๆ รูปแบบ ก็เพื่อไม่ให้ผู้ฟังเกิดความเบื่อหน่าย จำเจต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งนาน ๆ เพราะมนุษย์มีสมาธิในการฟังที่จำกัด หากไม่มีอะไรดึงดูดให้เกิดความสนใจแล้วจะเบื่อไม่อยากฟัง ดังนั้นจึงต้องมีการคิดค้นหาวิธีในการเสนอรายการทางวิทยุให้มีความหลากหลาย โดยออกมาในรูปแบบต่าง ๆ กัน เพื่อสร้างความสนใจและเรียกสมาธิของผู้ฟังให้ตรึงอยู่กับรายการให้นานที่สุด

มีการสรรหาวิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิ บุคคลตัวอย่าง และตัวแทนองค์กรตัวอย่าง มาร่วมเผยแพร่ความรู้และประสบการณ์ได้ดี เฉลี่ยอยู่ในระดับดี (ค่าเฉลี่ย 2.77) พบว่า ผู้ฟังรายการได้ให้ความสำคัญกับเรื่องนี้ เพราะผู้ฟังรายการจำนวนร้อยละ 8.3 ได้ให้ข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนารายการว่าควรเพิ่มการสัมภาษณ์สด วิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิ บุคคลตัวอย่าง หรือตัวแทนองค์กรตัวอย่าง ที่น้อมนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปประยุกต์ใช้ให้หลากหลายสาขาและอาชีพมากขึ้น เช่น ปราชญ์ชาวบ้าน หมอดิน พระภิกษุนักพัฒนาด้านการเกษตร เจ้าหน้าที่ประจำโครงการพระราชดำริต่าง ๆ เนื่องจากข้อมูลที่ได้รับฟังจากการบอกเล่าในประสบการณ์ตรงที่เป็นความรู้ลึกเฉพาะด้าน ทั้งความล้มเหลวและการประสบความสำเร็จจากการน้อมนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปประยุกต์ใช้นั้น นับเป็นแหล่งความรู้ชั้นดีที่มีประโยชน์ เป็นแรงบันดาลใจ สามารถทำให้เกิดผลดีแก่การประกอบอาชีพหรือการทดลองปฏิบัติตามได้ ร้อยละ 1.7 ต้องการให้เพิ่มการสัมภาษณ์หมุนเวียนไปตามคณะต่าง ๆ ภายในมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เช่น คณบดี หัวหน้าภาควิชา ผู้ชำนาญการ ฯลฯ ในเรื่องการใช้ความรู้และวิชาการด้านต่าง ๆ ที่สามารถประยุกต์ใช้สู่การปฏิบัติได้จริงและสอดคล้องกับหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ซึ่งทั้งหมดสอดคล้องกับหนึ่งในอิทธิพลของวิทยุกระจายเสียงที่มีต่อสังคม ตามที่ McLeish (1999 อ้างใน อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ และ เมธา เสรีธนาวงศ์, 2550: 425-426) กล่าวไว้ คือ วิทยุระดมพลังสาธารณะและบุคคลในการแก้วิกฤตต่าง ๆ

เนื้อหาที่นำเสนอมีความทันสมัยต่อเหตุการณ์ หลากหลาย และน่าสนใจ เฉลี่ยอยู่ในระดับดี (ค่าเฉลี่ย 2.66) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของวิทยุกระจายเสียงที่ กาญจนา มีศิลปะวิกกัย (2549: 77) กล่าวว่า วิทยุกระจายเสียงเป็นสื่อที่ให้ความเป็นปัจจุบัน ช่วยให้ประชาชนสามารถรับรู้เรื่องราวต่างๆ ที่เป็นเหตุการณ์สำคัญ ๆ หรือรับรู้เรื่องราวที่เป็นปัจจุบันได้ทันทีทันใด และสอดคล้องกับ McLeish (1999 อ้างใน อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ และ เมธา เสรีธนาวงศ์, 2550: 425-426) ที่กล่าวว่า หนึ่งในอิทธิพลของวิทยุกระจายเสียงที่มีต่อปัจเจกบุคคล คือ วิทยุเสริมสร้างประสบการณ์ส่วนตัวของผู้ฟัง ด้วยการเสนอเรื่องราวแปลกใหม่และสนองความต้องการในเรื่องการศึกษาทั้งในและนอกระบบ โดยในส่วนนี้ผู้ฟังรายการได้ให้ข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนารายการเพิ่ม จำนวนร้อยละ 2.5 ว่าต้องการให้มีการแนะนำการบริการด้านการเกษตรของส่วนราชการ ศูนย์ปราชญ์รวมทั้งของเอกชน จำนวนร้อยละ 1.7 ต้องการให้นำเสนอเนื้อหา เรื่องราวในอดีตที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม หรือข่าวสารต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นใน

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ปัจจุบันแบบเท่าทันและทันสมัยต่อเหตุการณ์ แบบให้เนื้อหาเรื่องต่าง ๆ สัมพันธ์กับการประยุกต์ใช้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงที่นำเสนอ จำนวนร้อยละ 1.7 ต้องการให้ปรับเนื้อหาในรายการให้น่าสนใจแก่คนรุ่นใหม่ และจำนวนร้อยละ 1.7 ต้องการให้นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการเกษตรต่างแดน การเกษตรในประเทศอิสราเอล เกษตรอินทรีย์ เกษตรพอเพียง เกษตรแบบดัดแปลงหรือตัดต่อพันธุ์กรรม (GMOs = Genetically Modified Organisms) ก็จะเป็นการเพิ่มความทันสมัยต่อเหตุการณ์ให้หลากหลายและน่าสนใจมากยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้ฟังรายการจำนวนร้อยละ 3.3 ต้องการให้เพิ่มการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพตนเองก่อนถึงมือแพทย์เพื่อลดค่าใช้จ่าย ด้วยธรรมชาติบำบัด แพทย์องค์รวม หรือนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับความรู้รอบตัวเรื่องสมุนไพร การทำอาหารให้เป็นยาตามธาตุของตนเอง ซึ่งความรู้ทั้งหมดต้องปฏิบัติในชีวิตได้จริง ร้อยละ 2.5 ต้องการให้นำเสนอความรู้เกี่ยวกับการใช้ปุ๋ยและสารกำจัดศัตรูพืชอย่างถูกวิธี สอดคล้องกับปัจจัยที่ทำให้เกิดการเปิดรับข่าวสารที่ ชวรัตน์ เชิดชัย (2527: 170-171) กล่าวว่า ประโยชน์ใช้สอยของตนเองเป็นเหตุผลหนึ่งที่ผู้รับข่าวสารต้องการแสวงหาและใช้ข่าวสารบางอย่างที่จะเป็นประโยชน์แก่ตนเอง เพื่อช่วยให้ความคิดของตนบรรลุ เพื่อให้ได้ข่าวสารที่จะช่วยให้ตนเองได้รับความสะดวกสบาย

การนำเสนอเนื้อหาในรายการเป็นข้อมูลที่ดี มีสาระประโยชน์ น่าเชื่อถือ อ้างอิงได้ เฉลี่ยอยู่ในระดับดี (ค่าเฉลี่ย 2.79) พบว่า ผู้ฟังรายการจำนวนร้อยละ 39.2 ได้ให้ข้อเสนอแนะเพื่อการนำข้อมูลของรายการไปใช้ประโยชน์อย่างต่อเนื่อง ด้วยการให้นำเนื้อหาที่ออกอากาศไปแล้วในทุกวันและทุกช่วงรายการมาตีพิมพ์เป็นสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ แจกแก่สมาชิกรายการที่อยากได้มาศึกษาต่อเดือนละ 1 เล่ม ทั้งในส่วนงานพระราชดำริต่าง ๆ และบุคคลตัวอย่าง เพราะจะได้สาระสำคัญที่บางครั้งจดไม่ทันและยังนับเป็นการติดตามย้อนหลัง โดยถ้ามีสิ่งพิมพ์เป็นลายลักษณ์อักษรเมื่อต้องการนำมาปรับปฏิบัติก็สามารถเอามาเปิดอ่านได้ ทำให้เกิดผลดีแก่การประกอบอาชีพหรือการทดลองทำตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงได้ดียิ่งขึ้น ซึ่งผู้ร่วมรายการแต่ละท่านที่เชิญมาร่วมรายการมีประสบการณ์และความรู้ลึกในเฉพาะด้าน ยิ่งโดยเฉพาะเนื้อหารายละเอียดที่เคยนำเสนอในช่วงแนวหน้ากล้าพอ ที่นำประสบการณ์ทั้งด้านความล้มเหลวและด้านความสำเร็จมาเสนอ เมื่อฟังแล้วยิ่งทำให้เกิดกำลังใจ อีกทั้งหากสมาชิกที่สนใจเนื้อหาหรือรายละเอียดเฉพาะคนเพิ่มเติม จะได้สามารถติดต่อปรึกษาหรือขอความรู้ภายหลังจากที่จบรายรายการไปแล้วได้ตามที่ระบุในสิ่งพิมพ์ รวมถึงจะได้เก็บไว้ให้ลูกหลานอ่านในวันข้างหน้า โดยอาจจะทำในรูปแบบแลกแสตมป์ เป็นต้น ทำให้เห็นว่าเนื้อหาที่มีการนำเสนอในรายการเป็นข้อมูลที่ดี มีสาระประโยชน์ น่าเชื่อถือ อ้างอิงได้ และสอดคล้องกับหนึ่งในอิทธิพลของวิทยุกระจายเสียงที่มีต่อปัจเจกบุคคล คือ วิทยุแก้ปัญหาให้กับผู้ฟังที่ต้องการข่าวสารหรือ

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

คำแนะนำ ทั้งการให้ข้อมูลทางตรงและทางอ้อม ตามที่ McLeish (1999 อ้างใน อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ และ เมธา เสรีธนาวงศ์, 2550: 425-426) ได้กล่าวไว้

ข้อมูลที่นำเสนอในรายการตรงกับความต้องการ และส่งเสริมให้ผู้ฟังรายการเกิดแนวความคิดใหม่ ในการน้อมนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้กับชีวิตประจำวัน เฉลี่ยอยู่ในระดับดี (ค่าเฉลี่ย 2.76) พบว่า ผู้ฟังรายการจำนวนร้อยละ 9.2 ได้ให้ข้อเสนอแนะว่า ต้องการให้มีการจัดประชุมสัมมนา เพื่อเป็นการเปิดโอกาสให้สมาชิกรายการได้พบปะพูดคุย แลกเปลี่ยน ขอรับความรู้และคำปรึกษาจากประสบการณ์ของวิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิ บุคคลตัวอย่าง และตัวแทนองค์กรตัวอย่าง หรือระหว่างสมาชิกรายการด้วยกัน ทั้งที่มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน และตามสถานที่สำคัญในภูมิภาคต่าง ๆ เพื่อเป็นการสร้างเครือข่ายความสัมพันธ์ทั้งระหว่างสมาชิกกับรายการและระหว่างผู้น้อมนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปประยุกต์ใช้ หรือนำสมาชิกรายการไปทัศนศึกษาดูโครงการ หน่วยงาน ของผู้ที่เคยได้รับเชิญมาร่วมในรายการ เพื่อเป็นการให้ผู้ฟังรายการได้เห็นภาพที่ชัดเจนสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้อย่างรวดเร็ว สอดคล้องกับลักษณะพฤติกรรมของผู้ฟังวิทยุกระจายเสียงที่ Klapper (1967 อ้างใน สุกัญ ญา บูรณเดชาชัย, 2549: 233-234) ได้กล่าวว่า ผู้ฟังเลือกฟัง เลือกรับรู้ข่าวสาร และเลือกจดจำ ก็เพื่อสนองวัตถุประสงค์ สนองความต้องการ ความพึงพอใจของตนเอง ทั้งนี้ตามแนวความคิดด้านการสื่อสารมวลชนว่าด้วยการใช้และการสนองความพึงพอใจ (Uses and Gratification) ของผู้รับสาร ซึ่งมองว่าผู้รับสารมิใช่ผู้ถูกกระทำจากสารแต่เป็นผู้ที่กระทำต่อสาร โดยเป็นผู้ใช้สารนั้นเพื่อสนองความต้องการและความพึงพอใจของตนเอง

นอกจากนี้ มีผู้ฟังรายการจำนวนร้อยละ 2.5 ที่เป็นผู้มีถิ่นฐานอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งไปทำงานในภูมิภาคอื่น ๆ เช่นที่ภาคกลาง จังหวัดกรุงเทพมหานคร ได้ให้ข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนารายการว่า ตนมีการติดตามรับฟังรายการจนเป็นที่ชื่นชอบและมีความคิดเห็นว่าทางสถานีวิทยุ ม.ก. ควรมีการปรับปรุงการส่งสัญญาณให้ครอบคลุมพื้นที่จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือให้มากขึ้น โดยเฉพาะจังหวัดที่อยู่ห่างจากสถานีส่งวิทยุ ม.ก. ขอนแก่น (อาทิ จังหวัดกาฬสินธุ์ จังหวัดอุบลราชธานี จังหวัดศรีสะเกษ จังหวัดอำนาจเจริญ จังหวัดยโสธร และจังหวัดใกล้เคียงอื่น ๆ) เพราะเป็นภูมิภาคที่มีขนาดใหญ่ มีหลายจังหวัดที่ยากจน หากช่วยเพิ่มสถานีส่งสัญญาณให้มากขึ้นจะเกิดประโยชน์อย่างมาก เนื่องจากประชาชนที่อยู่ในพื้นที่ดังกล่าวก็อยากรับฟังรายการที่มีประโยชน์เช่นกัน

เนื้อหาในรายการมีคติสอนใจและสร้างค่านิยมที่ดีให้กับสังคม เฉลี่ยอยู่ในระดับดี (ค่าเฉลี่ย 2.76) พบว่า ผู้ฟังรายการจำนวนร้อยละ 2.5 ได้ให้ข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนารายการว่าให้ทางสถานี

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

วิทยุ ม.ก. ขยายช่องทางการออกอากาศทางคลื่นวิทยุ F.M เพื่อเป็นการเพิ่มกลุ่มผู้ฟังให้ทั่วถึงทั้งสังคม ร้อยละ 1.7 ให้ทางสถานีวิทยุ ม.ก. ซึ่งเป็นผู้ให้ความรู้ด้านการเกษตร ประมง ปศุสัตว์ อยู่แล้ว เป็นแกนนำในการจัดตั้งช่องสถานหรือรายการโทรทัศน์เพื่อการเกษตร อันเป็นการขยายช่องทางเผยแพร่ความรู้แก่เกษตรกรที่เป็นรากฐานของประเทศให้กว้างมากขึ้น นอกจากนี้ผู้ฟังรายการจำนวนร้อยละ 1.7 ยังมีความต้องการที่จะให้มีการเผยแพร่เนื้อหาของรายการไปยังหมู่บ้าน/ชุมชนให้ทั่วทุกแห่ง เพราะเป็นผู้ปฏิบัติจริง ซึ่งให้อบต. หรือเทศบาลเป็นผู้เผยเผยแพร่ต่ออีกทีก็จะดีมาก สอดคล้องกับอิทธิพลของวิทยุกระจายเสียงที่มีต่อปัจเจกบุคคลและสังคมบางข้อตามที่ McLeish (1999 อ้างใน อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ และ เมธา เสรีธนาวงศ์, 2550: 425-426) ได้กล่าวว่า อิทธิพลของวิทยุกับปัจเจกบุคคลนั้น วิทยุสะท้อนให้เห็นถึงสภาพความสัมพันธ์ระหว่างผู้ฟังด้วยกันและสานสัมพันธ์ให้แน่นเฟ้นยิ่งขึ้น อีกทั้งวิทยุยังกำหนดพฤติกรรมทางสังคม สร้างมาตรฐานการดำเนินชีวิตต่าง ๆ รวมถึงแบบแผนทางสังคมให้สำหรับผู้ฟัง ส่วนอิทธิพลของวิทยุกระจายเสียงกับสังคมนั้น วิทยุเป็นเสมือนตัวเร่งให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสู่ผู้ฟัง กระตุ้นให้เกิดกระบวนการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารแก่ประชาชน และเพิ่มความตระหนักในประเด็นทางสังคมต่าง ๆ อีกทั้งวิทยุยังสร้างความสัมพันธ์ระหว่างปัจเจกบุคคลกับกลุ่มคนในการพัฒนาความตระหนักถึงการเป็นส่วนร่วมของสังคม

การนำเสนอเนื้อหาในทุกช่วงรายการตั้งแต่วันจันทร์ถึงวันศุกร์ มีความสอดคล้องไปในทิศทางเดียวกัน คือ มุ่งให้ความรู้ ส่งเสริมการน้อมนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน แก่ทุกภาคส่วนของประเทศ เฉลี่ยอยู่ในระดับดี (ค่าเฉลี่ย 2.83) สอดคล้องกับที่ จิราภรณ์ สุวรรณวาจกสิกิจ (2530: 88-97) กล่าวว่า หนึ่งในประกอบรายการที่ควรต้องนำมาพิจารณาเพื่อให้รายการวิทยุที่เสนอต่อผู้ฟังเหมาะสมกับผู้ฟังมากที่สุดก็คือ เอกภาพของรายการ (Unity) ที่ถึงแม้ว่าการจัดรายการให้ดึงดูดผู้ฟังจำเป็นต้องอาศัยความหลากหลายของรายการ แต่ในขณะเดียวกันสิ่งที่ต้องคำนึงถึงเสมอนั่นคือ ภายใต้ความหลากหลายในรายการแต่ละรายการจะต้องมีเอกภาพของรายการ โดยในแต่ละรายการจะมีความหลากหลายไม่ว่าจะด้วยเสียงหรือรูปแบบก็ตาม แต่จะต้องมีแกนร่วมเดียวกัน เช่น ทั้งรายการเป็นเรื่องเกี่ยวกับเชื้อเพลิง และพบว่ามีผู้ฟังรายการจำนวนร้อยละ 3.3 ได้ให้ข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนารายการว่า ต้องการให้มีการนำเสนอเนื้อหาแบบเน้นย้ำการประยุกต์ใช้เศรษฐกิจพอเพียงในทุกภาคส่วนของประเทศ ให้เกิดการซึมซาบเข้าไปสู่แนวทางปฏิบัติได้อย่างสมบูรณ์ โดยเฉพาะเรื่องการประหยัดทั้งส่วนบุคคล ประเทศชาติ และของโลกในทุก ๆ ด้านของการใช้ทรัพยากรธรรมชาติต่าง ๆ ทั้งดิน (แร่ธาตุ) น้ำ ลม ไฟ ลดค่านิยมทางวัตถุ มุ่งเน้นคุณธรรม ความเรียบง่าย ซึ่งก็คือการดำเนินชีวิตด้วยทางสายกลางแบบพอเพียงและเพียงพอ

ด้านผู้ดำเนินรายการ และ ด้านผู้ร่วมดำเนินรายการ (วิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิ บุคคลตัวอย่าง

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

และตัวแทนองค์กรตัวอย่าง) นั้น พบว่าผู้ฟังรายการได้ให้ความคิดเห็นโดยรวมเฉลี่ยอยู่ในระดับดี คือ (ค่าเฉลี่ย 31.35) และ (ค่าเฉลี่ย 23.97) ซึ่งค่าเฉลี่ยในทุกข้ออยู่ในระดับดี โดยมีความสอดคล้องกับองค์ประกอบของรายการวิทยุกระจายเสียงที่ จิราภรณ์ สุวรรณวาจกกสิกิจ (2530: 88-97) ได้กล่าวว่า วิทยุกระจายเสียงมีลักษณะเฉพาะตัวคือเป็นสื่อเสียง ดังนั้นการจะสร้างความประทับใจให้เกิดขึ้นกับผู้ฟังได้ก็ขึ้นอยู่กับเสียงเป็นสำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ดำเนินรายการซึ่งเรียกได้ว่าเป็นสัญลักษณ์ของรายการ ซึ่งผู้ฟังจะติดตามรายการหรือไม่ส่วนหนึ่งอยู่ที่ผู้ดำเนินรายการ โดยเฉพาะภาษาพูดที่ใช้ในรายการมีความสำคัญอย่างมาก เพราะผู้ที่ปรากฏตัวในรายการไม่ว่าเป็นผู้ดำเนินรายการหรือผู้ร่วมดำเนินรายการ หากใช้ภาษาพูดที่เป็นประโยคยาว ซับซ้อน มีศัพท์เทคนิคมาก ๆ ผู้ฟังต้องคิดต้องถามจึงจะเข้าใจความหมาย จะทำให้ผู้ฟังเกิดความรู้สึกเบื่อ หรือเมื่อไม่เข้าใจก็จะเปลี่ยนคลื่นไปฟังสถานีอื่น ดังนั้น ภาษาพูดที่เหมาะสมในการนำเสนอรายการจึงควรเป็นลักษณะประโยคสั้น กะทัดรัด แต่ได้ใจความ ไม่หยาบ ไม่มีลักษณะสองแง่สองงาม หรือไม่เป็นภาษาลูกครึ่งไทยคำต่างชาติคำ รวมถึงไม่ใช้ภาษาในลักษณะที่จะทำให้ภาษาวิบัติ อีกทั้งต้องมีลีลาการพูดที่เหมาะสมกับรายการให้มากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับที่ บุญเกื้อ ควรหาเวช (2545: 63-65) ได้กล่าวถึงลีลาการพูดว่า สิ่งสำคัญจะต้องแสดงความจริงใจ ไม่ดูถูกผู้ฟัง หรือคิดว่าผู้ฟังไม่รู้เท่าตนเอง

นอกจากนี้ จิราภรณ์ สุวรรณวาจกกสิกิจ ยังได้กล่าวว่า ผู้ดำเนินรายการและผู้ร่วมดำเนินรายการอาจสร้างบรรยากาศให้เป็นกันเองหรือเป็นทางการจะมากน้อยเพียงใดก็ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์รายการ ซึ่งอารมณ์ของรายการที่สร้างขึ้นมานี้จะส่งผลทำให้ผู้ฟังเกิดอารมณ์ร่วมตามไปด้วย นอกจากนี้การเปิด-ปิด และการเชื่อมรายการก็มีความสำคัญคล้ายประโยคที่ว่า “การเริ่มต้นที่ดี เท่ากับสำเร็จไปแล้วครึ่งหนึ่ง” โดยในช่วงเปิดรายการ หากสามารถวางแผนการเสนอรายการให้ดึงดูดใจผู้ฟังได้ จะทำให้ผู้ฟังติดตามฟังรายการนั้นต่อไป แต่เมื่อจับผู้ฟังได้ในช่วงแรกแล้ว ก็ต้องวางแผนต่อไปถึงช่วงเชื่อมต่อรายการด้วยว่าผู้ดำเนินรายการควรจะพูดอะไร มีสาระอะไร หรือเชื่อมโยงเพลงอย่างไรจึงจะรับกับเพลง ฟังแล้วไม่เบื่อหน่าย และในช่วงท้ายของการปิดรายการ ก็ควรทำให้ผู้ฟังต้องหมุนคลื่นกลับมาฟังรายการของเราอีก ซึ่งทั้งหมดนี้เป็นสิ่งสำคัญที่ต้องวางแผนการเสนอรายการไว้ล่วงหน้า

ส่วนเรื่องความน่าเชื่อถือ ความรู้ ประสบการณ์ และการให้ข้อคิดที่ดีกับผู้ฟังรายการ เพื่อสามารถนำไปประยุกต์ปฏิบัติตามได้จริง พบว่า สอดคล้องกับงานวิจัย เรื่อง ทัศนคติของกลุ่มผู้ฟังที่มีต่อรายการของสถานีวิทยุออสเตรเลีย : ศึกษาเฉพาะกรณีผู้ฟังที่เขียนจดหมายถึงผู้จัดรายการของ ทัศนีย์ ทองสกุล (2540 อ้างถึง Hovland, Janis และ Kelly, 1953: 91-53) ที่กล่าวว่า ในการถ่ายทอดข่าวสาร ผู้ส่งสารต้องมีความน่าเชื่อถือในความรู้สึกของผู้รับสาร จึงจะทำให้การสื่อสารประสบผล

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

สำเร็จ เพราะบุคคลยิ่งมีความน่าเชื่อถือมากเท่าไหร่ การจูงใจก็ยิ่งมีประสิทธิภาพมากขึ้น ซึ่งความน่าเชื่อถือในที่นี้ คือการที่ผู้ฟังรายการเห็นว่าผู้ร่วมดำเนินรายการ (วิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิ บุคคลตัวอย่าง และตัวแทนองค์กรตัวอย่าง) มีความสามารถ ความเชี่ยวชาญ และความน่าวางใจ ในเรื่องประสบการณ์การน้อมนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินชีวิตจนประสบความสำเร็จ

ด้านดนตรีและเสียงประกอบในรายการ โดยรวมเฉลี่ยอยู่ในระดับดี (ค่าเฉลี่ย 13.12) และทุกข้อเฉลี่ยอยู่ในระดับดี คือ ดนตรีประจำรายการเป็นสัญลักษณ์ที่ทำให้จำรายการได้ (ค่าเฉลี่ย 2.73) ดนตรีประจำรายการและดนตรีคั่นรายการมีความเหมาะสมกับเนื้อหาของรายการ (ค่าเฉลี่ย 2.57) ในการสัมภาษณ์นอกสถานที่มีเสียงประกอบจากธรรมชาติ เช่น นกร้อง ไก่ขัน ทำให้เกิดความน่าสนใจในการดำเนินรายการ (ค่าเฉลี่ย 2.68) มีความหลากหลายทางเสียงจากหลายแหล่งประกอบกันอย่างกลมกลืน (ค่าเฉลี่ย 2.61) รวมถึงเนื้อหา เพลง และเสียงประกอบในรายการ ทำให้ผู้ฟังรายการเกิดอารมณ์คล้อยตามรับฟังรายการจนจบทุกวัน (ค่าเฉลี่ย 2.53) ซึ่งสอดคล้องกับหนึ่งในองค์ประกอบสำคัญในการผลิตรายการวิทยุกระจายเสียงที่ บุญเกื้อ ควรหาเวช (2545: 63-65) กล่าวว่า วิธีในการเสนอรายการที่เป็นกระบวนการนำเนื้อหาหรือเรื่องราวต่าง ๆ ไปสู่ผู้ฟังอย่างมีศิลปะ สิ่งสำคัญที่ควรพิจารณานอกเหนือจากภาษาพูด (Language) ลีลาการพูด (Style) ความหลาก (Variety) และความเป็นเอกภาพ (Unity) แล้ว เพลงประกอบ (Programme Music) และเสียงประกอบ (Sound Effect) นั้นก็ไม่ควรละเลยให้ความสำคัญ เพราะเพลงประกอบจะช่วยให้รายการน่าฟังและผ่อนคลายความตึงเครียด โดยการใช้เพลงประกอบในรายการอาจมีวัตถุประสงค์ 4 ประการ คือ แนะนำรายการ คั่นรายการ สร้างบรรยากาศหรือเป็นส่วนหนึ่งของรายการ และเปลี่ยนฉากหรือเรื่องราวที่จะพูด ส่วนเสียงประกอบเป็นเสียงที่เกิดขึ้นในธรรมชาติหรือประดิษฐ์ขึ้นมา เพื่อใช้สอดแทรกในรายการทำให้มีบรรยากาศสมจริงและช่วยให้ผู้ฟังเกิดจิตนาการตามได้รวดเร็วขึ้น เช่น เสียงนกร้อง น้ำไหล ฝนตก เปิดประตู เสียงปืน เป็นต้น

อีกทั้งยังสอดคล้องกับ จิราภรณ์ สุวรรณวาจกกสิกิจ (2550: 88-97) ที่กล่าวว่า เพลงและเสียงประกอบที่ใช้ในรายการโดยทั่วไปอาจแบ่งได้ 2 ประเภท คือ เพลงประจำรายการ (Signature tune หรือ Identification Music) และเพลงเชื่อมในรายการ (Music bridge) เพลงที่ใช้ในรายการเป็นส่วนสำคัญที่ต้องวางแผนให้รอบคอบก่อนการผลิตรายการ ดังนั้น การวางแผนเลือกเพลงต้องคำนึงถึงชนิดของเพลง เครื่องดนตรีที่ใช้ อามรณ์เพลง โดยเพลงจะมีเนื้อหาอยู่ในตัวเองจึงต้องวางแผนเลือกให้เหมาะสม นอกจากนี้เสียงประกอบก็เป็นส่วนสำคัญที่ต้องมีการวางแผนการเลือกใช้ก่อนผลิตรายการ เพราะเสียงประกอบจะช่วยให้การสร้างอารมณ์และบรรยากาศได้เป็นอย่างดี เช่น ในรายการที่

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

พูดถึงธรรมชาติอาจจะใช้เสียงประกอบเป็นเสียงนกแว่วมาไกล ๆ เป็นต้น ส่วนความหลากที่เกิดจากเสียงของรายการนั้นเป็นการลดความซ้ำซากจำเจของธรรมชาติการฟัง คือ มีการนำเสียงจากหลาย ๆ ลักษณะ หลาย ๆ แหล่ง ที่มีความสัมพันธ์กันมาประกอบกันในการเสนอรายการ

ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคลของผู้ฟังรายการ คือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และที่อยู่ปัจจุบัน มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก. คือ ด้านช่วงเวลา ความยาวรายการ และความถี่ในการออกอากาศของรายการ ด้านรูปแบบรายการและเนื้อหาข่าวสารในรายการ ด้านผู้ดำเนินรายการ ด้านผู้ร่วมดำเนินรายการ (วิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิ บุคคลตัวอย่าง และตัวแทนองค์กรตัวอย่าง) ด้านดนตรีและเสียงประกอบในรายการ

สมมติฐานที่ 2 การเปิดรับฟังรายการของผู้ฟังรายการ คือ เครือข่ายของสถานีที่รับฟังรายการ ระยะเวลาในการติดตามรับฟังรายการ ความถี่ในการรับฟังรายการ วันและช่วงรายการที่รับฟัง วิธีการรู้จักรายการ ลักษณะการรับฟังรายการ วิธีการติดตามรับฟังรายการ วัตถุประสงค์ในการรับฟังรายการ การติดต่อกับทางรายการ และจุดประสงค์ในการติดต่อกับทางรายการ มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก. คือ ด้านช่วงเวลา ความยาวรายการ และความถี่ในการออกอากาศของรายการ ด้านรูปแบบรายการและเนื้อหาข่าวสารในรายการ ด้านผู้ดำเนินรายการ ด้านผู้ร่วมดำเนินรายการ (วิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิ บุคคลตัวอย่าง และตัวแทนองค์กรตัวอย่าง) ด้านดนตรีและเสียงประกอบในรายการ

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า

สมมติฐานที่ 1.6 ที่อยู่ปัจจุบันของผู้ฟังรายการ มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุเรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก.

สมมติฐานที่ 2.1 เครือข่ายของสถานีที่รับฟังรายการ มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก.

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

สมมติฐานที่ 2.5 วิธีการรู้จักรายการ มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุเรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก.

สมมติฐานที่ 2.6 ลักษณะการรับฟังรายการ ด้านจำนวนผู้ฟังขณะรับฟังรายการ มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก.

สมมติฐานที่ 2.7 วิธีการติดตามรับฟังรายการ ด้านการทำกิจกรรมขณะรับฟังรายการ มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก.

สมมติฐานที่ 2.10 จุดประสงค์ในการติดต่อกับทางรายการ มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก.

แสดงให้เห็นว่า ผู้ฟังรายการได้ให้ความสำคัญกับองค์ประกอบในรายการทุกด้านของรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก. สอดคล้องกับที่ จิราภรณ์ สุวรรณวาจกกสิกิจ (2530: 88-93) กล่าวว่า หากสังเกตรายการวิทยุแต่ละรายการที่ฟัง สิ่งที่จะทำให้ผู้ฟังเกิดความรู้สึกและสรุปได้ว่ารายการนี้น่าฟัง รายการนั้นไม่น่าฟังนั้นก็ขึ้นอยู่กับองค์ประกอบการเสนอรายการที่ควรต้องนำมาพิจารณา เพื่อให้รายการวิทยุที่เสนอต่อผู้ฟังเหมาะสมกับการฟังมากที่สุด สอดคล้องกับ McLeish (1981 อ้างใน ธีรารักษ์ โพธิสุวรรณ, 2542: 13-21) ที่กล่าวว่า รายการวิทยุกระจายเสียงเป็นการเลือกเปิดรับฟังจากผู้ส่งสารและผู้รับสาร (Radio is Selective) ฉะนั้นรายการวิทยุกระจายเสียงจะต้องเลือกสรรอย่างแน่ชัดว่าผู้บริโภคจะได้รับอะไร กระบวนการเลือกบริโภคเนื้อหาจะเกิดขึ้นโดยผู้ผลิตรายการในห้องส่งกระจายเสียงที่ส่งรายการให้ผู้ฟังจากความสามารถในการดึงดูดความสนใจของผู้ฟังไว้ ส่วนผู้ฟังก็จะเลือกเปิดรับฟังรายการใดรายการหนึ่งเพียงคราวละรายการเดียวในแต่ละครั้งที่ฟัง การเลือกของผู้ฟังอาจจะเกิดขึ้นได้อีกลักษณะคือจากการที่ผู้ฟังเปิดหรือปิดเครื่องรับวิทยุหรือการเปลี่ยนคลื่นสถานี ดังนั้น เรื่องที่นำเสนอทางวิทยุกระจายเสียงจึงต้องเป็นเรื่องที่จับความสนใจของผู้ฟัง สอดคล้องกับที่ สุทิติ ขัตติยะ และ วิไลลักษณ์ สุวจิตตานนท์ (2552: 11) กล่าวว่า รายการวิทยุกระจายเสียงเป็นการใช้ “เสียง” จับคนฟัง ดังนั้น การผลิตรายการวิทยุจึงต้องการความประณีต ละเอียดอ่อน พิถีพิถัน โดยเฉพาะการผลิตรายการเพื่อให้ความรู้ ข่าวสาร หรือการศึกษา ยิ่งต้องการมากขึ้นไปอีก เพราะพฤติกรรมอันพึงประสงค์หรือเป้า

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

หมายของการสื่อสารทางวิทยุกระจายเสียงก็คือ ผลต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นกับผู้ฟังขณะฟังหรือภายหลังการฟังแล้ว โดยเจ้าหน้าที่ที่จัดรายการจะต้องเป็นผู้กลั่นกรองสาระของรายการให้เป็นรายการที่ดีมีคุณภาพเพื่อกระตุ้นและจูงใจให้ผู้ฟังติดตาม ทำตาม ซึ่งสังเกตหรือวัดได้จากพฤติกรรมที่เปลี่ยนไป โดยมีลำดับขั้นคือ เริ่มฟัง สนใจและฟังต่อไป (หรือไม่สนใจและหยุดฟัง) คิดหรือจินตนาการตามสาระรายการ ย่อยความคิดหรือจินตนาการเป็นสาระของตนเอง และสุดท้ายเกิดแนวคิด ค่านิยม หรือแนวปฏิบัติใหม่ ๆ โดยอาจเกิดขึ้นในใจหรืออาจโดยการกระทำตาม ซึ่งจะถือว่าการจัดรายการนั้นประสบผลสำเร็จ ดังที่ นภาภรณ์ อัจริยะกุล และ วิจิตร ภักดีรัตน์ (2540: 31) ได้กล่าวไว้

นอกจากนี้ในผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2.6 ลักษณะการรับฟังรายการ ด้านจำนวนผู้ฟังขณะรับฟังรายการ มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก. ที่พบว่าผู้ฟังรายการมีลักษณะการรับฟังรายการเป็นกลุ่มใหญ่ตั้งแต่ 9 คนขึ้นไป แสดงให้เห็นว่าผู้ฟังรายการมีการแนะนำเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและความรู้ในรายการให้ขยายออกไปในวงกว้างมากขึ้น ซึ่งตรงกับนโยบายของการผลิตรายการ และสอดคล้องกับ ชวรัตน์ เชิดชัย (2527: 156-158) ที่กล่าวว่า นอกจากมวลชนผู้รับสารจะมีบทบาทเป็นผู้รับข่าวสารที่แหล่งข่าวสารส่งไปให้แล้ว ยังมีบทบาทที่เป็นองค์ประกอบระบบ เพราะมวลชนผู้รับสารได้รับและตอบสนองต่อข่าวสารในฐานะเป็นสมาชิกกลุ่ม ผลกระทบย่อมจะไม่เกิดขึ้นกับคนเพียงคนเดียวเท่านั้น แต่จะมีลักษณะเกี่ยวพันกันเป็นลูกโซ่หรือเป็นส่วนหนึ่งที่ถูกใส่เข้าไปในระบบอันซับซ้อน บทบาทเช่นนี้จะเห็นได้จากบทบาทของผู้รับข่าวสารในระบบการไหลของข่าวสารแบบสองจังหวะ (Two-step Flow) ที่สื่อมวลชนมีหน้าที่กระตุ้นมวลชนผู้รับสารให้ทำหน้าที่นักสื่อสาร โดยการส่งข่าวสารที่ได้รับมาในครั้งแรกไปให้บุคคลอื่นในสังคมอีกต่อหนึ่ง ผู้ได้รับข่าวสารมาเป็นคนแรกจึงเป็นเพียงห่วงโซ่อันหนึ่งของเหตุการณ์หรือข่าวสารนั้น และสิ่งที่จะเกิดขึ้นภายหลังก็จะเป็นหน้าที่ของลักษณะสภาพและโครงสร้างของระบบสังคมที่มวลชนผู้รับข่าวสารคนแรกเป็นสมาชิกอยู่ ซึ่งบทบาทในการสื่อสารข่าวสารใด ๆ ก็ตามที่ส่งออกมาจากแหล่งข่าวสารแล้ว มวลชนผู้รับสารย่อมจะเลือกสนใจเฉพาะข่าวสารที่เห็นว่าน่าจะเป็นประโยชน์ต่อตนเองโดยเฉพาะข่าวสารหรือเรื่องราวที่มีเนื้อหาพ้องกับความคิดเห็นของตนเอง

และจากสาเหตุที่ว่าข่าวสารไม่ได้ไหลผ่านจากสื่อมวลชนถึงผู้รับสารและเกิดผลโดยตรงทันที แต่มีปัจจัยบางอย่างที่เกี่ยวข้องกับตัวผู้รับสารแต่ละคน เช่น ปัจจัยทางจิตวิทยาและสังคมที่จะมีอิทธิพลต่อการรับข่าวสารนั้น เรียกว่า ตัวแปรแทรก (Intervening Variables) ซึ่งทฤษฎีที่มีอิทธิพลสอดคล้องกับการวิจัยในครั้งนี้ คือ ทฤษฎีกลุ่มสังคม (Social Categories Theory) เพราะประชาชนที่มีลักษณะทางสังคมคล้ายกันหรืออยู่ในกลุ่มเดียวกันจะมีความสนใจหรือมีพฤติกรรมการสื่อสารมวล

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ชนคล้ายคลึงไปในทางเดียวกัน ได้แก่ การเปิดรับสื่อมวลชน ความชอบต่อสื่อประเภทต่าง ๆ และผลของการสื่อสารเป็นต้น และทฤษฎีความสัมพันธ์ทางสังคม (The Social Relations Theory) คือ การมีความสัมพันธ์กันในลักษณะกลุ่มปฐมภูมิหรือกลุ่มทุติยภูมิ โดยกลุ่มปฐมภูมิเป็นความสัมพันธ์ใกล้ชิดในหมู่เพื่อนสนิท เพื่อนร่วมงาน หรือในครอบครัวและวงศาคณาญาตินี้ จะมีอิทธิพลในการเป็นตัวแปรแทรกมากกว่ากลุ่มทุติยภูมิ ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีความใกล้ชิดน้อยกว่า โดยข่าวสารต่าง ๆ ที่ได้รับจากสื่อมวลชนมักจะถูกรับรู้หรือตีความโดยอิทธิพลของกลุ่มหรือบุคคลในกลุ่มเข้ามาเกี่ยวข้องเสมอ เช่น การที่บุคคลจะเชื่อข่าวสารจากโฆษณาใด ๆ หรือไม่นั้น มักจะได้รับอิทธิพลจากการปรึกษาหารือไต่ถามเพื่อนฝูงหรือผู้ใกล้ชิด อิทธิพลที่มีต่อการรับรู้ข่าวสารในลักษณะนี้เราเรียกว่า อิทธิพลของบุคคล (Personal Influence) ตามที่ DeFleur (1966 อ้างใน พีระ จิระโสภณ, 2535: 645-647) ได้กล่าวไว้ ดังนั้นเมื่อผู้ฟังรายการ (Audience) ซึ่งหมายถึงกลุ่มผู้ฟังที่เป็นเป้าหมายของการจัดรายการ (Target Audience) และเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการผลิตรายการวิทยุอันดับที่ 1 ที่จะตัดสินว่ารายการที่จัดขึ้นนั้นจะประสบผลสำเร็จหรือไม่ จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้จัดรายการจะต้องทำการศึกษากลุ่มผู้ฟังรายการให้รู้จักลึกลงไปถึงประวัติ พฤติกรรม และทัศนคติ ให้มากกว่ารู้ว่ากลุ่มผู้ฟังรายการเป็นใคร บุญเกื้อ ควรหาเวช (2545: 63-65)

โดยสรุปแล้ว การผลิตรายการวิทยุกระจายเสียงนั้น ผู้ผลิตรายการวิทยุควรให้ความสนใจในปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับผู้ฟังรายการอย่างทั่วถึง เช่น การศึกษาข้อมูลของผู้ฟังรายการ การเข้าใจในสภาพสังคม ปัญหา การมีความตั้งใจในการใช้สื่อของผู้ฟังรายการ ตลอดจนมีการติดตามประเมินผลถึงความสนใจหรือพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปของผู้ฟังรายการอยู่เสมอเป็นระยะ ๆ ประกอบกับการมีความรู้ความเข้าใจธรรมชาติของสื่อวิทยุกระจายเสียง การมีทักษะในการเลือกใช้องค์ประกอบในรายการวิทยุและเทคนิคการนำเสนอรายการที่ดี เพื่อก่อให้เกิดการผลิตรายการที่มีประโยชน์และประสิทธิภาพที่ตรงกับความต้องการของผู้ฟังรายการมากที่สุด

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยถึงความคิดเห็นของผู้ฟังรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก. มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคลของผู้ฟังรายการ การเปิดรับฟังรายการของผู้ฟังรายการ ความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการ ปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ฟังรายการ รวมถึงศึกษาความสัมพันธ์ระระหว่างข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคลของผู้ฟังรายการ การเปิดรับฟังรายการของผู้ฟังรายการ กับความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการ

ผลการวิจัย

ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคลของผู้ฟังรายการวิทยุ

ผู้ฟังรายการส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (ร้อยละ 54.2) มีอายุระหว่าง 49-58 ปี (ร้อยละ 31.7) มีการศึกษาที่ระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 22.5) ประกอบอาชีพเกษตรกรรม (ร้อยละ 43.3) มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท (ร้อยละ 33.3) ที่อยู่ปัจจุบัน ผู้ฟังรายการส่วนมากอาศัยและรับฟังรายการอยู่ที่ภาคกลาง (ร้อยละ 39.2)

การเปิดรับฟังรายการของผู้ฟังรายการวิทยุ

ผู้ฟังรายการส่วนใหญ่เปิดรับฟังรายการผ่านทางเครือข่ายของสถานีวิทยุ ม.ก. ส่วนกลาง-บางเขน (คลื่นความถี่ A.M. 1107 กิโลเฮิรตซ์) (ร้อยละ 60.0) ติดตามรับฟังมานาน 2 ปี (ร้อยละ 30.8) ทุกวันที่ออกอากาศ (5 วันต่อสัปดาห์) (ร้อยละ 75.9) และทุกช่วงรายการที่ออกอากาศ (ร้อยละ 70.0) รู้จักรายการจากการเปิดฟังวิทยุ ม.ก. เป็นประจำ (ร้อยละ 90.8) รับฟังรายการอยู่ที่บ้าน(ร้อยละ 69.2) โดยคนเดียว (ร้อยละ 81.7) แบบจนจบรายการโดยตั้งใจ (ร้อยละ 59.2) แต่ก็ทำกิจกรรมขณะรับฟังรายการไปด้วย (ร้อยละ 97.5) คือ ทำงานบ้าน/ทำอาหาร (ร้อยละ 50.8) มีวัตถุประสงค์ในการรับฟังรายการ เพื่อนำความรู้และวิธีการประยุกต์ใช้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาปรับใช้กับตนเอง

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

(ร้อยละ 84.2) เคยมีการติดต่อกับทางรายการ(ร้อยละ 100.0) 2 ครั้งต่อปี (ร้อยละ 38.3) ผ่านโทรศัพท์ (ร้อยละ 86.7) เพื่อร่วมกิจกรรมต่างๆ กับทางรายการ เช่น ตอบปัญหาชิงรางวัล ขอรับเมล็ดพันธุ์ผัก สวนครัว สมัครสมาชิกรายการ (ร้อยละ 99.2)

ความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการ

มีด้วยกันทั้งหมด 5 ด้าน คือ ด้านช่วงเวลา ความยาวรายการ และความถี่ในการออกอากาศของรายการ ด้านรูปแบบรายการและเนื้อหาข่าวสารในรายการ ด้านผู้ดำเนินรายการ ด้านผู้ร่วมดำเนินรายการ (วิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิ บุคคลตัวอย่าง และตัวแทนองค์กรตัวอย่าง) รวมถึงด้านดนตรีและเสียงประกอบในรายการ พบว่า โดยรวมทุกด้านเฉลี่ยอยู่ในระดับดี (ค่าเฉลี่ย 98.33) และเมื่อพิจารณาย่อยเป็นรายด้าน มีรายละเอียดดังนี้

ด้านช่วงเวลา ความยาวรายการ และความถี่ในการออกอากาศของรายการ โดยรวมเฉลี่ยอยู่ในระดับดี (ค่าเฉลี่ย 7.59) และพบว่า ผู้ฟังรายการมีความคิดเห็นเฉลี่ยอยู่ในระดับดี คือ การออกอากาศจำนวน 5 วันต่อสัปดาห์ คือ วันจันทร์ถึงวันศุกร์ (ค่าเฉลี่ย 2.68) และช่วงเวลาการออกอากาศในเวลา 08.30-08.55 น. (ค่าเฉลี่ย 2.62) ส่วนการออกอากาศของรายการ 25 นาทีต่อวัน (ค่าเฉลี่ย 2.29) เฉลี่ยอยู่ในระดับพอใช้

ด้านรูปแบบรายการและเนื้อหาข่าวสารในรายการ โดยรวมเฉลี่ยอยู่ในระดับดี (ค่าเฉลี่ย 22.30) และพบว่า ผู้ฟังรายการมีความคิดเห็นเฉลี่ยอยู่ในระดับดีทั้งหมด คือ เป็นรายการประเภทมุ่งให้ความรู้และการศึกษา ส่งเสริมด้านวิชาความรู้ วัฒนธรรม อาชีพ แนวทางในการดำเนินชีวิตที่น้อมนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ให้ผู้ฟังรายการนำมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินชีวิตและการทำงานได้ (ค่าเฉลี่ย 2.88) รูปแบบรายการมีความหลากหลาย ทำให้เกิดความน่าติดตามรับฟัง (ค่าเฉลี่ย 2.85) การนำเสนอเนื้อหาของรายการในทุกช่วงรายการตั้งแต่วันจันทร์ถึงวันศุกร์ มีความสอดคล้องไปในทิศทางเดียวกัน (ค่าเฉลี่ย 2.83) เนื้อหาในรายการเป็นข้อมูลที่ดี มีสารประโยชน์ น่าเชื่อถือ อ้างอิงได้ (ค่าเฉลี่ย 2.79) มีการสรรหาวิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิ บุคคลตัวอย่าง และตัวแทนองค์กรตัวอย่าง มาร่วมเผยแพร่ความรู้และประสบการณ์ได้ดี (ค่าเฉลี่ย 2.77) เนื้อหาในรายการมีคติสอนใจและสร้างค่านิยมที่ดีให้กับสังคม (ค่าเฉลี่ย 2.76) ข้อมูลที่นำเสนอตรงกับความต้องการและส่งเสริมให้ผู้ฟังรายการเกิดแนวความคิดใหม่ ในการน้อมนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้กับชีวิตประจำวัน (ค่าเฉลี่ย 2.76) รวมถึงเนื้อหาที่นำเสนอมีความทันสมัยต่อเหตุการณ์ หลากหลาย และน่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 2.66)

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ด้านผู้ดำเนินรายการ โดยรวมเฉลี่ยอยู่ในระดับดี (ค่าเฉลี่ย 31.35) และพบว่า ผู้ฟังรายการมีความคิดเห็นเฉลี่ยอยู่ในระดับดีทั้งหมด คือ สรุปเนื้อหาและให้ข้อคิดที่ดีกับผู้ฟัง (ค่าเฉลี่ย 2.68) มีน้ำเสียงเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว ชวนติดตามรับฟัง และจดจำได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 2.67) ใช้ภาษาไทยได้ถูกต้อง ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 2.66) อธิบายเนื้อหาได้กระชับ เข้าใจง่าย ไม่ต้องแปลความหมาย (ค่าเฉลี่ย 2.65) พูดได้คล่องแคล่ว ชัดเจน ไม่ติดขัด (ค่าเฉลี่ย 2.65) สามารถพูดปิดรายการด้วยการเกริ่นเนื้อหาที่จะนำเสนอครั้งต่อไป จนทำให้ผู้ฟังรายการเกิดความรู้สึกอยากติดตามรับฟังเนื้อหาในครั้งต่อไป (ค่าเฉลี่ย 2.63) สามารถพูดเปิดรายการได้ดี ทำให้ผู้ฟังรายการเกิดความรู้สึกอยากติดตามเนื้อหาตลอดรายการได้ (ค่าเฉลี่ย 2.60) มีลีลาการนำเสนอที่ทำให้รายการมีบรรยากาศเป็นกันเองกับผู้ฟัง (ค่าเฉลี่ย 2.60) นำเสนอเนื้อหาได้อย่างเป็นขั้นตอนตามลำดับ (ค่าเฉลี่ย 2.60) พูดเชื่อมโยงรายการในแต่ละช่วงได้ดี ไม่สะดุด (ค่า เฉลี่ย 2.57) ใช้ปฏิภาณไหวพริบแก้ปัญหาเฉพาะหน้าในขณะดำเนินรายการได้ดี (ค่าเฉลี่ย 2.53) และตั้งคำถามได้เสมือนเป็นตัวแทนผู้ฟังรายการอย่างครบถ้วนทุกประเด็น (ค่าเฉลี่ย 2.51)

ด้านผู้ร่วมดำเนินรายการ(วิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิ บุคคลตัวอย่าง และตัวแทนองค์กรตัวอย่าง) โดยรวมเฉลี่ยอยู่ในระดับดี (ค่าเฉลี่ย 23.97) และพบว่า ผู้ฟังรายการมีความคิดเห็นเฉลี่ยอยู่ในระดับดีทั้งหมด คือ มีความรู้และประสบการณ์เป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 2.76) ให้ข้อคิดที่ดีกับผู้ฟังรายการสามารถนำไปประยุกต์ปฏิบัติตามได้จริง (ค่าเฉลี่ย 2.76) มีความน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 2.71) สามารถพูดให้ผู้ฟังรายการเข้าใจและนึกภาพตามได้ทันที (ค่าเฉลี่ย 2.64) มีน้ำเสียงเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว ชวนติดตามรับฟัง และจดจำได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 2.64) อธิบายเนื้อหาได้กระชับ เข้าใจง่าย ไม่ต้องแปลความหมาย (ค่าเฉลี่ย 2.63) ตอบคำถามและให้ความรู้แก่ผู้ฟังรายการได้อย่างครบถ้วน ตรงประเด็น (ค่าเฉลี่ย 2.62) พูดได้คล่องแคล่ว ชัดเจน ไม่ติดขัด (ค่าเฉลี่ย 2.61) และใช้ภาษาไทยได้ถูกต้องชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 2.60)

ด้านดนตรีและเสียงประกอบในรายการ โดยรวมเฉลี่ยอยู่ในระดับดี (ค่าเฉลี่ย 13.12) และพบว่า ผู้ฟังรายการมีความคิดเห็นเฉลี่ยอยู่ในระดับดีทั้งหมด คือ ดนตรีประจำรายการเป็นสัญลักษณ์ที่ทำให้จำได้ว่าเป็นรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก. (ค่าเฉลี่ย 2.73) ในการสัมภาษณ์นอกสถานที่จะมีเสียงประกอบจากธรรมชาติ เช่น นกร้อง ไก่ขัน ทำให้เกิดความน่าสนใจในการดำเนินรายการ (ค่าเฉลี่ย 2.68) รายการมีความหลากหลายทางเสียงจากหลายแหล่งประกอบกันอย่างกลมกลืน (ค่าเฉลี่ย 2.61) ดนตรีประจำรายการและดนตรีคั่นรายการมีความเหมาะสมกับเนื้อหาของรายการ (ค่าเฉลี่ย 2.57) รวมถึงเนื้อหา เพลง และเสียงประกอบในรายการทำให้ผู้ฟังรายการเกิดอารมณ์คล้อยตามรับฟังรายการจนจบทุกวัน (ค่าเฉลี่ย 2.53)

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ปัญหาและข้อเสนอ แนะของผู้ฟังรายการ

คุณภาพสัญญาณในการรับฟังรายการ พบว่า ผู้ฟังรายการส่วนใหญ่สามารถปรับหาคลื่นความ ถี่เพื่อรับฟังรายการได้ง่าย (ร้อยละ 76.7) รับฟังรายการได้ชัดเจน (ร้อยละ 76.7) ไม่ได้รับสัญญาณรบกวนจากคลื่นความถี่หรือสถานีวิทยุใกล้เคียงขณะรับฟังรายการ (ร้อยละ 63.3) ส่วนที่ได้รับสัญญาณรบกวนขณะรับฟังรายการ (ร้อยละ 36.7) โดยไม่ได้ระบุคลื่นความถี่หรือสถานีวิทยุใกล้ เคียงที่มีสัญญาณรบกวน (ร้อยละ 23.3) รองลงมาระบุว่าสถานีวิทยุใกล้เคียงที่มีสัญญาณรบกวน คือ สถานีวิทยุต่างประเทศ เช่น พม่า กัมพูชา เวียดนาม จีน (ร้อยละ 3.3) โดยสัญญาณมีการรบกวนน้อย (ร้อยละ 20.8)

ปัญหาที่พบขณะรับฟังรายการ พบว่า ผู้ฟังรายการรับฟังสถานีวิทยุ ม.ก. ได้ชัดเจนเป็นบางช่วงเวลา (ร้อยละ 21.) เสียงเบากว่าสถานีอื่น ๆ (ร้อยละ 8.3) ขณะรับฟังรายการเสียงขาดหายเป็นช่วงหรือเงียบหายไปเฉย ๆ เหมือนไฟดับ (หมุนไปสถานีข้างเคียงก็ปกติ) (ร้อยละ 5.8) ช่วงการสัมภาษณ์ผู้ร่วมดำเนินรายการเสียงเบาลงกว่าปกติไม่ค่อยชัดเจน (ร้อยละ 3.3) และการบอกหมายเลขโทรศัพท์ของผู้ดำเนินรายการให้ผู้รับฟังรายการทราบบอกเร็วมากทำให้จดไม่ทัน ขอให้ผู้ดำเนินรายการบอกหมายเลขโทรศัพท์ซ้ำก่อนจบรายการอีกครั้ง (ร้อยละ 2.5)

ข้อเสนอแนะที่ผู้ฟังรายการได้แนะนำมานั้น พบว่า สามารถจัดแบ่งได้เป็น 5 ด้าน คือ

1) ด้านช่วงเวลา ความยาวรายการ และความถี่ในการออกอากาศ พบว่า ผู้ฟังรายการต้องการให้มีการออกอากาศทุกวัน (7 วันต่อสัปดาห์) (ร้อยละ 8.3) รองลงมา ให้เพิ่มเวลาการออกอากาศจาก 25 นาที เป็น 1 ชั่วโมง (ร้อยละ 7.5) และเปลี่ยนหรือเลื่อนเวลาการออกอากาศของรายการเป็นช่วงเวลา 07.00-08.00 น. 17.00-18.00 น. หรือ 19.00-20.00 น. (ร้อยละ 6.7)

2) ด้านรูปแบบรายการและเนื้อหาข่าวสารในรายการ พบว่า ผู้ฟังรายการต้องการให้เปิดโอกาสแก่ผู้ฟังรายการได้มีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็น ถามคำถาม และขอคำปรึกษาเกี่ยวกับปัญหาต่าง ๆ ในรายการผ่านทางโทรศัพท์ หรือ SMS (ร้อยละ 15.0) รองลงมา แจกเอกสารหรือสิ่งของเกี่ยวกับการเกษตรที่เป็นประโยชน์แก่สมาชิกรายการ (ร้อยละ 9.2) นำช่วงแนวหน้ากล้าพอกลับมานำเสนออีกครั้ง (ร้อยละ 4.2) นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพตนเองก่อนถึงมือแพทย์เพื่อลดค่าใช้จ่าย และนำเสนอเนื้อหาแบบเน้นย้ำการประยุกต์ใช้เศรษฐกิจพอเพียงในทุกภาคส่วนของประเทศ โดยเฉพาะเรื่องการประหยัด ลดค่านิยมทางวัตถุ มุ่งเน้นคุณธรรม ความเรียบง่าย ด้วยการ

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ดำเนินชีวิตด้วยทางสายกลาง เท่ากัน (ร้อยละ 3.3) ให้ความรู้หรือข้อมูลตรงด้านการเกษตรแก่ผู้ฟังรายการที่สามารถใช้ประโยชน์ได้ทันทีจากการฟัง นำเสนอความรู้เกี่ยวกับการใช้ปุ๋ยและสารกำจัดศัตรูพืชอย่างถูกวิธี และเปิดโอกาสให้ผู้ฟังรายการร่วมตอบปัญหาชิงรางวัลท้ายรายการ เท่ากัน (ร้อยละ 2.5) แนะนำบริการด้านการเกษตรของส่วนราชการ ศูนย์ปราชญ์ รวมทั้งองค์กรเอกชน นำเนื้อหาต่าง ๆ เช่น เรื่องราวในอดีตที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมหรือข่าวสารต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในปัจจุบันโดยใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงให้สัมพันธ์กับเรื่องต่างๆ ที่นำเสนอ ปรับเนื้อหาในรายการให้น่าสนใจแก่คนรุ่นใหม่ นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการเกษตรต่างแดน การเกษตรในประเทศอิสราเอล เกษตรอินทรีย์ เกษตรพอเพียง หรือแม้กระทั่งการเกษตรแบบดัดแปลงหรือตัดต่อพันธุกรรม (GMOs = Genetically Modified Organisms) และตอบปัญหาการเกษตรของผู้ฟังรายการท้ายรายการ เท่ากัน (ร้อยละ 1.7)

3) ด้านผู้ร่วมดำเนินรายการ (วิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิ บุคคลตัวอย่าง และตัวแทนองค์กรตัวอย่าง) พบว่า ผู้ฟังรายการต้องการให้เพิ่มการสัมภาษณ์สด วิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิ บุคคลตัวอย่าง หรือตัวแทนองค์กรตัวอย่างที่น้อมนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปประยุกต์ใช้ ให้หลากหลายสาขาและอาชีพ (ร้อยละ 8.3) เพิ่มการสัมภาษณ์หมุนเวียนไปตามคณะต่าง ๆ ภายในมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เช่น คณบดี หัวหน้าภาควิชา ผู้ชำนาญการ ฯลฯ ในเรื่องการใช้ความรู้และวิชาการด้านต่าง ๆ ที่สามารถประยุกต์ใช้สู่การปฏิบัติได้จริงและสอดคล้องกับหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง (ร้อยละ 1.7)

4) ด้านการนำรายการไปใช้ประโยชน์ต่อเนื่อง พบว่า ผู้ฟังรายการต้องการให้นำเนื้อหาที่ออกอากาศไปแล้วในทุกวันและทุกช่วงรายการมาตีพิมพ์เป็นสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ แจกแก่สมาชิกรายการที่อยากได้มาศึกษาต่อ เดือนละ 1 เล่ม (ร้อยละ 39.2) รองลงมา ต้องการให้จัดประชุม สัมมนา เพื่อเป็นการเปิดโอกาสให้สมาชิกรายการได้พบปะพูดคุย แลกเปลี่ยน ขอความรู้ และคำปรึกษา จากประสบการณ์ของวิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิ บุคคลตัวอย่าง และตัวแทนองค์กรตัวอย่าง หรือระหว่างสมาชิกรายการด้วยกัน ทั้งที่มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ บางเขน และตามสถานที่สำคัญในภูมิภาคต่าง ๆ รวมทั้งนำสมาชิกรายการไปทัศนศึกษาดูโครงการหรือหน่วยงานของผู้ที่เคยได้รับเชิญมาร่วมในรายการ เพื่อเป็นการให้ผู้ฟังรายการเห็นภาพที่ชัดเจนสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้อย่างรวดเร็ว (ร้อยละ 9.2) นำเนื้อหาที่ออกอากาศไปแล้วมาออกอากาศซ้ำในวันและเวลาที่เหมาะสม เช่น 17.00-18.00 น. 19.00-20.00 น. ของทุกวันหรือในวันเสาร์และวันอาทิตย์ รวมถึงผู้ฟังรายการต้องการให้มีการเผยแพร่เนื้อหาของรายการไปยังหมู่บ้าน/ชุมชนให้ทั่วทุกแห่งเพราะเป็นผู้ปฏิบัติจริง ซึ่งให้อบต.หรือเทศบาลเป็นผู้เผยแพร่ต่ออีกที เท่ากัน (ร้อยละ 1.7)

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

(5) ด้านสถานี พบว่า ผู้ฟังรายการต้องการให้ทางสถานีวิทยุ ม.ก. จัดสรรงบประมาณ เพื่อเพิ่มแรงส่งสัญญาณเสียงให้ครอบคลุมทั้ง 4 ภูมิภาค และชัดเจนเหมือนสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย (ร้อยละ 7.5) ให้ทางสถานีวิทยุ ม.ก. ปรับปรุงการส่งสัญญาณให้ครอบคลุมพื้นที่ในภูมิภาคตะวันออกเฉียงเหนือให้มากขึ้น และต้องการให้ทางสถานีวิทยุ ม.ก. ขยายช่องทางการออกอากาศผ่านทางคลื่นวิทยุ F.M. เท่ากัน (ร้อยละ 2.5) และมีผู้ฟังรายการที่ต้องการให้ทางสถานีวิทยุ ม.ก. ซึ่งเป็นผู้ให้ความรู้ด้านการเกษตร ประมง ปศุสัตว์ อยู่แล้ว เป็นแกนนำในการจัดตั้งช่องสถานีหรือรายการโทรทัศน์เพื่อการเกษตร เพื่อขยายช่องทางเผยแพร่ความรู้แก่เกษตรกรที่เป็นรากฐานของประเทศให้กว้างมากขึ้น (ร้อยละ 1.7)

ผลการทดสอบสมมติฐาน

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ตั้งสมมติฐานไว้ 2 ข้อ ซึ่งจากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า

สมมติฐานที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคลของผู้ฟังรายการ คือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และที่อยู่ปัจจุบัน มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก.ยามเช้า” ของสถานีวิทยุม.ก. คือ ด้านช่วงเวลา ความยาวรายการ และความถี่ในการออกอากาศของรายการ ด้านรูปแบบรายการและเนื้อหาข่าวสารในรายการ ด้านผู้ดำเนินรายการ ด้านผู้ร่วมดำเนินรายการ (วิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิ บุคคลตัวอย่าง และตัวแทนองค์กรตัวอย่าง) ด้านดนตรีและเสียงประกอบในรายการ

มีเพียง **สมมติฐานที่ 1.6** เท่านั้น คือ ที่อยู่ปัจจุบันของผู้ฟังรายการ ที่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก. (ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05) โดยพบในภาคตะวันออกเฉียงเหนือและภาคกลาง

สมมติฐานที่ 2 การเปิดรับฟังรายการของผู้ฟังรายการ คือ เครือข่ายของสถานีที่รับฟังรายการ ระยะเวลาในการติดตามรับฟังรายการ ความถี่ในการรับฟังรายการ วันและช่วงรายการที่รับฟัง วิธีการรู้จักรายการ ลักษณะการรับฟังรายการ วิธีการติดตามรับฟังรายการ วัตถุประสงค์ในการรับฟังรายการ การติดต่อกับทางรายการ และจุดประสงค์ในการติดต่อกับทางรายการ มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก. คือ ด้านช่วงเวลา ความยาวรายการ และความถี่ในการออกอากาศของ

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

รายการ ด้านรูปแบบรายการและเนื้อหาข่าวสารในรายการ ด้านผู้ดำเนินรายการ ด้านผู้ร่วมดำเนินรายการ (วิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิ บุคคลตัวอย่าง และตัวแทนองค์กรตัวอย่าง) ด้านดนตรีและเสียงประกอบในรายการ พบว่า

สมมติฐานที่ 2.1 เครือข่ายของสถานีที่รับฟังรายการ มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก. (ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05) โดยพบในเครือข่ายสถานีวิทยุ ม.ก. ขอนแก่น (คลื่นความถี่ A.M. 1314 กิโลเฮิรตซ์) และเครือข่ายสถานีวิทยุ ม.ก. ทาง Website ที่ http://www.radio.ku.ac.th

สมมติฐานที่ 2.5 วิธีการรู้จักรายการ มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก. (ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05) ซึ่งพบในวิธีการรู้จักรายการโดยการเปิดฟังวิทยุ ม.ก. เป็นประจำจึงรู้จัก และเห็นจาก Website เลยลองเปิดฟัง

สมมติฐานที่ 2.6 ลักษณะการรับฟังรายการด้านจำนวนผู้ฟังขณะรับฟังรายการ มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก. (ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05) โดยพบในจำนวนผู้ฟังขณะรับฟังรายการเป็นกลุ่มใหญ่ตั้งแต่ 9 คนขึ้นไป

สมมติฐานที่ 2.7 วิธีการติดตามรับฟังรายการด้านการทำกิจกรรมขณะรับฟังรายการ มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก. (ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05) ซึ่งพบในการทำกิจกรรมไปด้วยขณะรับฟังรายการโดยการอ่านหนังสือ

สมมติฐานที่ 2.10 จุดประสงค์ในการติดต่อกับทางรายการ มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก. (ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05) โดยพบในจุดประสงค์การติดต่อกับทางรายการเพื่อร่วมกิจกรรมต่าง ๆ กับทางรายการ เช่น ตอบปัญหาชิงรางวัล ขอรับเมล็ดพันธุ์ผักสวนครัว สมัครสมาชิกรายการ

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาวิจัย ความคิดเห็นของผู้ฟังรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก. ผู้วิจัยได้แบ่งข้อเสนอแนะออกเป็น 2 ข้อ คือ ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัยและข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1. ด้านช่วงเวลา พิจารณาปรับเปลี่ยนหรือเลื่อนเวลาการออกอากาศของรายการเป็นช่วงเวลา 07.00-08.00 น. 17.00-18.00 น. หรือ 19.00-20. 00 น. เพื่อที่ผู้ฟังรายการจะได้สามารถติดตามรับฟังเนื้อหาข่าวสารในรายการได้จนจบอย่างเต็มที่ เพราะเมื่อพิจารณาช่วงเวลาในการออกอากาศเดิม คือ 08.30-08.55 น. มักเป็นช่วงเวลาของการเริ่มต้นการทำงานหรือเดินทางไปทำงานของผู้ฟังรายการ ทำให้ไม่สามารถรับฟังรายการได้อย่างที่ตั้งใจและเต็มที่ ก่อให้เกิดการเสียโอกาสในการรับฟังเนื้อหาข่าวสารในรายการที่เป็นประโยชน์แก่ผู้ฟังรายการ

2. ด้านความยาวรายการ เพิ่มเวลาการออกอากาศให้มากกว่า 25 นาที เป็น 1 ชั่วโมง เพื่อให้การเผยแพร่เนื้อหาข่าวสารในรายการแต่ละครั้งครอบคลุมประเด็นได้อย่างเต็มที่

3. ด้านความถี่ในการออกอากาศ เพิ่มวันออกอากาศเป็นทุกวัน (7 วันต่อสัปดาห์) โดยเพิ่มวันเสาร์และวันอาทิตย์ที่เป็นวันหยุดสุดสัปดาห์เข้ามา เพราะเป็นโอกาสดีที่ทุกคนในครอบครัวโดยเฉพาะเด็ก ๆ จะได้ใช้ช่วงเวลานี้รับฟังเนื้อหาข่าวสารในรายการร่วมกับผู้ปกครองซึ่งสามารถชี้แนะเป็นแนวทางในการดำเนินชีวิตตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงให้แก่เด็ก ๆ ได้

4. ด้านรูปแบบรายการ เปิดโอกาสให้ผู้ฟังรายการมีส่วนร่วมโดยการแสดงความคิดเห็น ถามคำถาม ขอคำปรึกษาเกี่ยวกับปัญหาต่างๆ ในรายการผ่านทางโทรศัพท์หรือSMS ตอบปัญหาการเกษตรของผู้ฟังจากจดหมาย ไปรษณียบัตร หรือการฝากข้อความไว้ในช่วงท้ายรายการ ซึ่งอาจก่อให้เกิดแนวคิดหรือประเด็นใหม่ ๆ ในรายการ ที่จะเป็นประโยชน์ให้กับผู้ฟังรายการคนอื่น ๆ นอกเหนือจากประเด็นที่ผู้ดำเนินรายการได้นำเสนอ อีกทั้งยังเป็นการกระตุ้นผู้ฟังรายการให้มีปฏิกิริยาการสื่อสารกลับ (Feedback) รวมถึงยังเป็นช่องทางสำคัญที่จะใช้เป็นวิธีการเชื่อมสัมพันธ์ระหว่างรายการกับผู้ฟังรายการในการแลกเปลี่ยนข่าวสารแบบลักษณะการสื่อสารสองทาง (Two-way Communication) เพื่อทางรายการจะได้ใช้เป็นช่องทางในการทราบผลของการสื่อสารว่าบรรลุวัตถุ

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ประสงค์ตรงตามที่ได้ตั้งไว้หรือไม่ จะได้ก่อให้เกิดการปรับปรุง แก้ไข หรือคงไว้ซึ่งเนื้อหาสาระและวิธีการสื่อสาร

5. ด้านเนื้อหาข่าวสารในรายการ

5.1 นำเสนอเนื้อหาข่าวสารหรือเกร็ดความรู้ในการปฏิบัติตนอย่างง่ายเพื่อการประหยัดในทุก ๆ ด้าน สำหรับการใช้ทรัพยากรธรรมชาติต่าง ๆ ทั้งดิน (แร่ธาตุ) น้ำ ลม ไฟ

5.2 แนะนำบริการและกิจกรรมด้านการเกษตรของส่วนราชการ ศูนย์ปราชญ์ รวมทั้งขององค์กรเอกชน เช่น การจัดอบรม หรือ การจัดนิทรรศการต่าง ๆ

5.3 ปรับเนื้อหาในรายการให้น่าสนใจแก่คนรุ่นใหม่ เช่น การนำเสนอข่าวกิจกรรมที่จัดขึ้นโดยหน่วยงานหรือองค์กรต่าง ๆ ซึ่งใช้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเป็นการขับเคลื่อนกิจกรรม ซึ่งเน้นผู้ร่วมทำกิจกรรมที่เป็นเยาวชนคนรุ่นใหม่ เช่น โครงการจิตอาสาต่าง ๆ อาทิ การปลูกป่า การสร้างฝายชะลอน้ำ เป็นต้น หรือนำเสนอเรื่องราวในอดีตที่มีการใช้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาสร้างประโยชน์ให้แก่สังคม

5.4 นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับเทคนิคการเกษตรและการเกษตรในรูปแบบต่างๆ เช่น เกษตรอินทรีย์ เกษตรพอเพียง เกษตรทฤษฎีใหม่ เกษตรแบบดัดแปลงหรือตัดต่อพันธุ์กรรม (GMOs = Genetically Modified Organisms) รวมถึงการเกษตรในต่างประเทศ เพื่อเป็นการเพิ่มพูนความรู้ใหม่ ๆ ให้แก่ผู้ฟังรายการเพื่อสามารถนำไปดัดแปลงปฏิบัติต่อยอดได้

6. ด้านผู้ดำเนินรายการ

6.1 ให้ผู้ดำเนินรายการบอกหมายเลขโทรศัพท์ในการติดต่อต่าง ๆ ช้าๆ และซ้ำก่อนจบรายการอีกครั้ง เพื่อที่ผู้ฟังรายการจะได้สามารถจดได้ทัน

6.2 ก่อนจบรายการให้ผู้ดำเนินรายการบอกช่องทางและเวลาในการติดตามรับฟังรายการ หรือ การสามารถติดตามรับฟังรายการซ้ำย้อนหลังได้ที่ใด เพื่อเป็นการเพิ่มโอกาสในการรับรู้เนื้อหาข่าวสารในรายการที่ผู้ฟังรายการไม่สามารถรับฟังได้ทันหรือไม่ได้ตั้งใจฟังอย่างเต็มที่

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

7. ด้านผู้ร่วมดำเนินรายการ (วิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิ บุคคลตัวอย่าง และตัวแทนองค์กรตัวอย่าง)

7.1 เพิ่มการสัมภาษณ์สด ผู้ที่น้อมนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปประยุกต์ใช้ให้หลากหลายสาขาและอาชีพ เช่น ปราชญ์ชาวบ้าน หมอดิน พระภิกษุนักพัฒนาด้านการเกษตร เจ้าหน้าที่ประจำโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริต่าง ๆ หรือนักธุรกิจ เป็นต้น เพราะผู้ฟังรายการมีหลากหลายอาชีพ อาศัยและรับฟังรายการอยู่ทั่วทุกภูมิภาคของประเทศไทย จะได้สามารถนำไปเป็นแรงบันดาลใจและประยุกต์ใช้ได้เหมาะสมกับตนเอง

7.2 เพิ่มการสัมภาษณ์บุคลากรของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เช่น คณบดี หัวหน้าภาควิชา ผู้ชำนาญการ ฯลฯ ให้หมุนเวียนไปตามคณะและภาควิชาต่าง ๆ ในเรื่องการใช้ความรู้และวิชาการด้านต่าง ๆ ที่สามารถประยุกต์ใช้สู่การปฏิบัติได้จริงและสอดสอดคล้องกับหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ที่นับเป็นการใช้ทรัพยากรบุคคลที่มีองค์ความรู้ทางวิชาการโดยตรง ซึ่งทางสถานีวิทยุ ม.ก. ได้เปรียบกว่าสถานีวิทยุอื่น ๆ อยู่แล้ว และยังนับเป็นการช่วยลดช่องว่างระหว่างนักวิชาการกับประชาชนทั่วไปให้มากขึ้นด้วย

8. ด้านการนำรายการไปใช้ประโยชน์ต่อเนื่อง

8.1 ควรนำเนื้อหาที่ออกอากาศไปแล้วมาออกอากาศซ้ำในวันและเวลาที่เหมาะสม ผ่านทั้งทางเครือข่ายวิทยุ ม.ก. 4 ภูมิภาค หรือทาง Website ของสถานีให้มีการรับฟังรายการย้อนหลังได้ตลอดเวลา

8.2 ใช้ประโยชน์จากสื่ออินเทอร์เน็ต ผ่านทางสังคมออนไลน์ต่าง ๆ (Social-network) เช่น Facebook Twitter เป็นต้น ด้วยการนำเสนอรูปภาพ ข้อมูล ข่าวสารใหม่ ๆ ของรายการให้มีความสอดคล้องกับการดำเนินรายการในแต่ละวันและช่วงรายการ

8.3 จัดสร้างแอพพลิเคชั่น (Application) ของสถานีวิทยุ ม.ก. เพื่อให้ผู้ฟังรายการสามารถดาวน์โหลดมาเก็บไว้ใช้ติดตามรายการ “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” และรายการอื่น ๆ ของสถานี ที่ใช้ผ่านแท็บเล็ต คอมพิวเตอร์ (Tablet Computer) หรือโทรศัพท์มือถือในรุ่นที่รองรับการใช้งาน ซึ่งนับเป็นช่องทางสำคัญในการประชาสัมพันธ์และสร้างความสัมพันธ์ระหว่างรายการและรายการต่าง ๆ ของสถานี กับผู้ฟังรายการรุ่นใหม่ให้เพิ่มมากขึ้น

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

8.4 นำเนื้อหาที่ออกอากาศไปแล้วมาตีพิมพ์เป็นสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ แจกแก่สมาชิกรายการที่อยากได้มาศึกษาต่อ เดือนละ 1 เล่ม โดยอาจใช้วิธีการให้ผู้ฟังรายการส่งซองเปล่าติดแสตมป์มาเพื่อขอรับสื่อสิ่งพิมพ์

8.5 จัดประชุมสัมมนาหรือจัดทัศนศึกษา พาผู้ฟังรายการไปศึกษาดูโครงการหรือหน่วยงานของผู้ที่เคยได้รับเชิญมาร่วมในรายการ เพื่อเป็นการให้ผู้ฟังรายการเห็นภาพที่ชัดเจนสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้อย่างรวดเร็ว

8.6 นำเทปบันทึกเสียงของรายการ “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ไปเผยแพร่ต่อผ่านสถานีวิทยุชุมชนต่าง ๆ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

เพื่อให้การวิจัย เรื่อง ความคิดเห็นของผู้ฟังรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก. เป็นไปอย่างครอบคลุม ต่อเนื่อง และสามารถนำผลการวิจัยมาเป็นแนวทางในการพัฒนา ปรับปรุงคุณภาพ และองค์ประกอบในรายการ ให้ตรงกับความต้องการของผู้รับฟังรายการมากที่สุดต่อจากผลการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยขอเสนอแนะแนวทาง ดังนี้

1. ควรมีการสำรวจหรือประเมินความคิดเห็นของผู้ฟังรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก. อย่างต่อเนื่อง เพื่อจะได้เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาการผลิตรายการ ในด้านการวางแผน ปรับปรุง ดัดแปลง แก้ไข คงไว้ หรือกำหนดองค์ประกอบในรายการให้ตรงกับความต้องการของผู้ฟังรายการมากที่สุด

2. ควรมีการศึกษาความต้องการรูปแบบของรายการว่า รูปแบบรายการเช่นใดที่ผู้ฟังรายการชื่นชอบ หรือสามารถนำความรู้ที่ได้รับจากการรับฟังไปประยุกต์ปฏิบัติตามได้มากที่สุด ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อแนวทางการวางรูปแบบของรายการ

3. ควรมีการศึกษา วิจัย เชิงเปรียบเทียบการนำเสนอข้อมูลหรือการได้รับข้อมูลการน้อมนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินชีวิต ระหว่างรายการที่ผลิตผ่านสื่อมวลชนประเภทวิทยุกระจายเสียงด้วยกันหรือระหว่างสื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ เพื่อนำผลที่ได้มาเป็นข้อมูลในการพัฒนากลยุทธ์การนำเสนอรายการ

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

เอกสารและสิ่งอ้างอิง

กมลรัตน์ หล้าสุวงษ์. 2527. **จิตวิทยาสังคม.** ภาควิชาการแนะแนวและจิตวิทยาการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร. กรุงเทพมหานคร:

เกษมศักดิ์ แสนโภชน์. 2542. **โครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ เศรษฐกิจแบบพอเพียงเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสุรินทร์.** สุรินทร์: โรงพิมพ์รุ่งธนเกียรติออฟเซ็ท. (เอกสารโครงการลำดับที่ 1/2542).

กาญจนา มีศิลปวิกกัย. 2549. **ความรู้เบื้องต้นและทฤษฎีการสื่อสาร.** พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: ห้างหุ้นส่วนจำกัด วี.เจ. พริ้นติ้ง.

กิติมา สุรสนธิ. 2548. **ความรู้ทางการสื่อสาร.** กรุงเทพมหานคร: จามจุรี โปรดักท์.

ก่อเกียรติ พานิชกุล. 2545. **พจนานุกรม ศัพท์นิเทศศาสตร์.** กรุงเทพมหานคร: บริษัท พิมพ์ดีการพิมพ์ จำกัด.

คณะอนุกรรมการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียง สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. 2550. **เศรษฐกิจพอเพียงคืออะไร.** พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพมหานคร:

_____. 2551. **การประยุกต์ใช้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง.** พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพมหานคร:

จำรอง เงินดี, บังอร ชินกุลกิจนิวัฒน์, บัวทอง สว่างโสภากุล, พวงเพชร วัชรอยู่, วิภา ภักดี, ศิรินภา จามรมาน, สุปราณี สนธิรัตน, เสาวภา วัชรกิตติ และ อารี เพชรผุด. 2545. **จิต วิทยาทั่วไป.** กรุงเทพมหานคร: จามจุรีโปรดักท์. แปลจาก Silverman. Robert E. 1975. **Psychology**.

จิราภรณ์ สุวรรณวาจกกสิกิจ. 2530. **เอกสารการสอนชุดวิชา 16416 การจัดรายการวิทยุกระจาย เสียง ชุดที่ 1-7 มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.** นนทบุรี: มหาวิทยาลัย สุโขทัยธรรมาธิราช.

จุมพล รอดคำดี. 2525. **คู่มือการผลิตรายการวิทยุกระจายเสียง.** กรุงเทพมหานคร: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. อ้างใน อรุณ งามดี และ สุมน อยู่สิน. 2530. **เอกสาร**

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

การสอนชุดวิชา 16418 การบริหารงานวิทยุกระจายเสียง หน่วยที่ 1-8. กรุงเทพมหานคร: ห้างหุ้นส่วนจำกัด โรงพิมพ์ชวนพิมพ์.

จุมพล รอดคำดี. 2531. **เอกสารการสอนชุดวิชา 51202 พลศาสตร์ของการสื่อสาร หน่วยที่ 1-7.** พิมพ์ครั้งที่ 5. นนทบุรี: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

ชยพล สุทธิโยธิน. 2550. **เอกสารการสอนชุดวิชา 15234 การสร้างสารในงานนิเทศศาสตร์ ชุดที่ 1-7 มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช สาขาวิชานิเทศศาสตร์.** พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพมหานคร: ห้างหุ้นส่วนจำกัด อรุณการพิมพ์.

ชวรัตน์ เชิดชัย. 2527. **ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการสื่อสารมวลชน.** กรุงเทพมหานคร: บริษัท บพิธการพิมพ์ จำกัด.

ณรงค์ สมพงษ์. 2535. **สื่อเพื่องานส่งเสริมเผยแพร่.** พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: โอ.เอส.พริ้นติ้ง เฮ้าส์.

_____. 2543. **สื่อสารมวลชนเพื่องานส่งเสริม.** กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ณัฐธนัญ ศรีชูชาติ. 2547. **ความพึงพอใจของกลุ่มผู้ฟังที่มีต่อรายการวิทยุ "เปิดโลกสื่อสาร" : ศึกษาเฉพาะกรณีกลุ่มผู้ฟังที่รับฟังทางสถานีวิทยุ ม.ก..** วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาส่งเสริมการเกษตร, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ดวงทิพย์ วรพันธ์. 2530. **เอกสารการสอนชุดวิชา 16416 การจัดรายการวิทยุกระจายเสียง ชุดที่ 8-15 มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.** นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

ถวิล ธาราโภชน์. 2526. **จิตวิทยาสังคม.** กรุงเทพมหานคร: O.S.PRINTING HOUSE CO., LTD.

ทัศนีย์ ทองสกุล. 2540. **ทัศนคติของกลุ่มผู้ฟังที่มีต่อรายการของสถานีวิทยุออสเตรเลีย : ศึกษาเฉพาะ กรณีผู้ฟังที่เขียนจดหมายถึงผู้จัดรายการ.** วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาส่งเสริมการเกษตร, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ธรรมรัฐ ศิริเจริญ. 2544. **ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ฟังที่มีต่อสถานีวิทยุกระจายเสียงองค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย รายการ อีซี่ เอฟเอ็ม 105.5.** วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารสื่อสารมวลชน, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

นพมาศ ธีรเวคิน. 2539. **จิตวิทยาสังคมกับชีวิต.** พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

นภาภรณ์ อัจฉริยะกุล. 2530. **เอกสารการสอนชุดวิชา 16416 การจัดรายการวิทยุกระจายเสียง หน่วยที่ 1-7.** นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

_____. 2540. **เอกสารการสอนชุดวิชา 15203 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับวิทยุและโทรทัศน์ หน่วยที่ 1-7.** พิมพ์ครั้งที่ 11. กรุงเทพมหานคร: หจก.บางกอกบล๊อก.

นภาภรณ์ อัจฉริยะกุล และ วิจิตร ภักดีรัตน์. 2540. **เอกสารการสอนชุดวิชา 15203 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับวิทยุและโทรทัศน์ หน่วยที่ 1-7.** พิมพ์ครั้งที่ 11. กรุงเทพมหานคร: หจก.บางกอกบล๊อก.

บุญเกื้อ ควรหาเวช. 2540. **คู่มือผลิตรายการวิทยุกระจายเสียง.** กรุงเทพมหานคร: ภาควิชาเทคโนโลยีทางการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

_____. 2545. **การผลิตรายการวิทยุกระจายเสียง วิทยุศึกษาและวิทยุโรงเรียน เอกสารประกอบคำบรรยาย วิชาเทคโน.312 วิทยุโรงเรียน**. พิมพ์ครั้งที่ 4. นนทบุรี: หจก.เอส อาร์ พริ้นติ้ง จำกัด.

ปรมะ สตะเวทิน. 2539. **การสื่อสารมวลชน : กระบวนการ และทฤษฎี.** กรุงเทพมหานคร: ห้างหุ้นส่วนจำกัด ภาพพิมพ์.

_____. 2546. **หลักนิเทศศาสตร์.** พิมพ์ครั้งที่ 10. กรุงเทพมหานคร: ห้างหุ้นส่วนจำกัดภาพพิมพ์.

ประสาร มาลากุล ณ อยุธยา, เดือน สินธุพันธ์ประทุม, นิรมล ชยุตสาหกิจ, ไพบูลย์ เทวรักษ์, โยธิน ศันสนยุทธ, วัชรี ทรัพย์มี และ สุภาพรรณ พหมพิทักษ์. 2516. **เอกสารประกอบ**

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

การสอนวิชาจิตวิทยาทั่วไป ฉบับที่ 2. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพมหานคร: แผนกวิชาจิตวิทยา คณะคุรุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ปิยพงศ์ เขตปิยรัตน์. 2550. **ความพึงพอใจของกลุ่มผู้รับฟังที่มีต่อรายการวิทยุ "ธ.ก.ส. เพื่อนเกษตร":ศึกษาเฉพาะกรณีผู้ฟังที่รับฟังจากทางสถานีวิทยุมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.** วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาส่งเสริมการเกษตร, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

พรทิพย์ วรกิจโภคาทร. 2535. **เอกสารการสอนชุดวิชา 15201 หลักและทฤษฎีการสื่อสาร หน่วยที่ 1-8.** พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพมหานคร: ห้างหุ้นส่วนจำกัด โรงพิมพ์ชวนพิมพ์.

พระบรมราโชวาทในพิธีพระราชทานปริญญาบัตร ของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. 2517. 19 กรกฎาคม 2517. อ้างใน คณะอนุกรรมการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียง สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. 2550. **เศรษฐกิจพอเพียงคืออะไร.** พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพมหานคร:

พระราชดำรัสพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว. 2542. **วารสารชัยพัฒนา ประจำเดือนสิงหาคม 2542.** อ้างใน สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. 2550 ก. **การประยุกต์ใช้หลักเศรษฐกิจพอเพียง.** พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร:

พระราชดำรัสพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เนื่องในวโรกาสวันเฉลิมพระชนมพรรษา. 2517. 4 ธันวาคม 2517. อ้างใน คณะอนุกรรมการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียง สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. 2550. **เศรษฐกิจพอเพียงคืออะไร.** พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพมหานคร:

_____. 2542. 23 ธันวาคม 2542. อ้างใน สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. 2550ก. **การประยุกต์ใช้หลักเศรษฐกิจพอเพียง.** พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร:

พีระ จิระโสภณ. 2535. **เอกสารการสอนชุดวิชา 15201 หลักและทฤษฎีการสื่อสาร หน่วยที่ 9-15 สาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.** พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพมหานคร: ห้างหุ้นส่วนจำกัด โรงพิมพ์ชวนพิมพ์.

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

พีระ จิระโสภณ. 2535. **เอกสารการสอนชุดวิชา 15201 หลักและทฤษฎีการสื่อสาร หน่วยที่ 9-15 สาขา วิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.** พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพมหานคร: ห้างหุ้น ส่วนจำกัด โรงพิมพ์ชวนพิมพ์. อ้างถึง Allport, G. W. and. Postman, L 1947. **The psyc- hology of rumor**. New York: Holt.

_____. 2535. **เอกสารการสอนชุดวิชา 15201 หลักและทฤษฎีการสื่อสาร หน่วยที่ 9-15 สาขา วิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.** พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพมหานคร: ห้างหุ้น ส่วนจำกัด โรงพิมพ์ชวนพิมพ์. อ้างถึง Atkin, Charles K. 1973. **New Model For Mass Communiaction Research**. New York: The Free Press.

_____. 2535. **เอกสารการสอนชุดวิชา 15201 หลักและทฤษฎีการสื่อสาร หน่วยที่ 9-15 สาขา วิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.** พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพมหานคร: ห้างหุ้น ส่วนจำกัด โรงพิมพ์ชวนพิมพ์. อ้างถึง Festinger, L. A. 1957. **Theory of Cognitive Dis-sonance**. Stanford University Press, Stanford, CA,.

พัชนี เชยจรรยา, เมตตา วิวัฒนานุกูล, และ ถิรนันท์ อนวัชศิริวงศ์. 2541. **แนวคิดหลักนิเทศศาสตร์.** พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพมหานคร: บริษัทเยลโล่การพิมพ์ (1988) จำกัด.

มูลนิธิชัยพัฒนา. 2550. **เศรษฐกิจพอเพียงและทฤษฎีใหม่.** กรุงเทพมหานคร: บริษัทอมรินทร์พริ้น ติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด.

ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. 2542. **การวิเคราะห์ผู้รับสาร.** กรุงเทพมหานคร: บริษัท ที.พี.พริ้นท์ จำกัด.

รัชนี จารุสันต์. 2543. **การศึกษาความคิดเห็นของผู้รับฟังรายการ "ช่วยคิดช่วยทำ" ที่ออกอากาศทางเครือข่ายสถานีวิทยุเกษตรศาสตร์.** วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเทคโน-โลยีการศึกษา, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ราชบัณฑิตสถาน. 2546. **พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542.** กรุงเทพมหานคร : นาน มีบุ๊คส์พับลิเคชั่นส์.

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

วัชรีวรรณ ทรัพย์รุ่งเรือง. 2543. **ความต้องการรูปแบบรายการวิทยุทางการเกษตรของสถานีวิทยุ ม.ก. บางเขน ศึกษาเฉพาะผู้ฟังที่มีจดหมายติดต่อเข้ามาในรายการช่วยคิด ช่วยทำ.** วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาส่งเสริมการเกษตร, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

วิศิษฐ์ จันทรโณทัย. 2544. **ความคิดเห็นของราษฎรที่มีต่อโครงการป่าพื้นบ้านอาหารชุมชนของป่าโคกหนองนอ อำเภอบ้านใหม่ไชยพจน์ จังหวัดบุรีรัมย์.** วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารทรัพยากรป่าไม้, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

วิษณุ บุญมารัตน์. 2549. "เศรษฐกิจพอเพียง." **รัฐสภาสาร** ธันวาคม 2549: 12-13.

สงวน สุทธิเลิศอรุณ, จำรัส ด้วงสุวรรณ และ ฐิติพงษ์ ธรรมานุสรณ์. 2522. **จิตวิทยาสังคม.** พิมพ์ครั้งที่ 2. นนทบุรี: ชัยศิริการพิมพ์.

สถานีวิทยุกระจายเสียงมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (สถานีวิทยุ ม.ก.). 2551. **คู่มือการประกันคุณภาพสถานีวิทยุกระจายเสียง มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.** กรุงเทพมหานคร: สถานีวิทยุ ม.ก. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ บางเขน.

_____. 2554. ใน **พื้นที่บริการ Cover- age Area** (Online)**.** http://www.radio.ku.ac.th/coveragearea/coveragearea.pdf, 27 กรกฎา คม 2554.

สมาคมสันนิบาตเทศบาลแห่งประเทศไทย. 2550. "บทความพิเศษ : เศรษฐกิจพอเพียง แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๐ (พ.ศ.๒๕๕๐-๒๕๕๔)." **นิตยสารท้องถิ่น** มีนาคม 2550: 7.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. 2549. ปฐมบท. ใน **แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10** (Online). http://www.nesdb.go.th/Portals/0/news/plan/p10/plan10/ book/ปฐมบท.pdf, 20 สิงหาคม 2552.

_____. 2550ก. **การประยุกต์ใช้หลักเศรษฐกิจพอเพียง.** พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร:

_____. 2550ข. **ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง.** กรุงเทพมหานคร:

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

สำนักงานปฏิรูประบบสุขภาพแห่งชาติ (สปรส.). 2549. **คู่มือนำทางชีวิต รักพ่อ เพื่อพ่อ ขอดำเนินชีวิต ด้วยหลักเศรษฐกิจพอเพียง.** บ.คุณไทยจำกัด (วนิดาการพิมพ์).

สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร. 2547. **รายงานการสำรวจสื่อมวลชน (วิทยุ) พ.ศ.2546**. กรุงเทพมหานคร: กลุ่มสถิติประชากรและสังคม สำนักสถิติเศรษฐกิจและสังคม

สำนักพจนานุกรมมติชน. 2547. **พจนานุกรม ฉบับมติชน.** กรุงเทพมหานคร: บริษัท พิฆเณศ พริ้นท์ติ้ง เซ็นเตอร์ จำกัด.

สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ. 2549. **การสื่อสารเพื่อการพัฒนา พัฒนาการ แนวคิด สภาพการณ์ในสังคมไทย.** พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์สื่อและสิ่งพิมพ์แก้วเจ้าจอม.

สุกัญญา บูรณเดชาชัย. 2549. **การสื่อสารมวลชน : แนวคิด ทฤษฎี และสถานการณ์ในประเทศไทย.** ชลบุรี: ภาควิชานิเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.

สุทิติ ขัตติยะ และ วิไลลักษณ์ สุวจิตตานนท์. 2552. **พฤติกรรมการรับฟังและความพึงพอใจต่อรายการและเทคนิค ของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย กรมประชาสัมพันธ์.** กรุงเทพมหานคร: สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยเพื่อการศึกษา กรมประชาสัมพันธ์.

อนุวรรตน์ ศิลาเรืองอำไพ. 2549. “Quality Sufficiency : เศรษฐกิจพอเพียง.” **For Quality** ธันวาคม 2549: 60.

อรทัย ศรีสันติสุข. 2540. **เอกสารการสอนชุดวิชา 15203 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับวิทยุและโทรทัศน์ หน่วยที่ 1-7.** พิมพ์ครั้งที่ 11. กรุงเทพมหานคร: หจก.บางกอกบล๊อก.

อรุณ งามดี และ สุมน อยู่สิน. 2530. **เอกสารการสอนชุดวิชา 16418 การบริหารงานวิทยุกระจายเสียง หน่วยที่ 1-8.** กรุงเทพมหานคร: ห้างหุ้นส่วนจำกัดโรงพิมพ์ชวนพิมพ์.

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

อินทิรา อาดศิริ. 2553. ผู้ช่วยผู้อำนวยการ ฝ่ายสร้างสรรค์รายการและข่าว สถานีวิทยุ ม.ก.. **สัมภาษณ์**, 10 มกราคม 2553.

อำพน กิตติอำพน. 2550. **ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงกับสังคมไทย.** นนทบุรี: บริษัท เพชรรุ่งการพิมพ์.

อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ และ เมธา เสรีธนาวงศ์. 2550. **สื่อสารมวลชนเบื้องต้น : สื่อมวลชน วัฒนธรรม และสังคม.** พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เอื้อจิต วิโรจน์ไตรรัตน์. 2552. **"การผลิตรายการวิทยุอย่างไรให้น่าฟัง" ใน 79 ปี สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย.** กรุงเทพมหานคร: ห้างหุ้นส่วนจำกัด เปเปอร์เฮ้าส์. อ้างใน สุทิติ ขัตติยะ และ วิไลลักษณ์ สุวจิตตานนท์. 2552. **พฤติกรรมการรับฟังและความพึงพอใจต่อรายการและเทคนิค ของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยกรมประชาสัมพันธ์.** กรุงเทพมหานคร: สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยเพื่อการศึกษา กรมประชาสัมพันธ์.

Atkin, C.K. 1973. **Anticipated Communication and Mass Media Information Seeking.** New York: Free Press. อ้างใน จิรัชญา โยธาอภิรักษ์. 2551. **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ของบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) และผลของภาพลักษณ์ต่อทัศนคติที่มีต่อราคาสินค้า ปตท..** วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ธุรกิจ, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

Becker, Barbara Wehner, Josef. 1960. **Electronic Media and Civil Society.** German National Research Center for information Technology (On-line). Available: http://www.cios.org/www/ejc/v8n398.htm. อ้างใน จิรัชญา โยธาอภิรักษ์. 2551. **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ของบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) และผลของภาพลักษณ์ ต่อทัศนคติที่มีต่อราคาสินค้า ปตท..** วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ธุรกิจ, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

Berlo, David K. 1960. **The Process of Communication.** New York: Holt, Rinehart and Winston Inc.,. อ้างใน ปรมะ สตะเวทิน. 2546. **หลักนิเทศศาสตร์.** พิมพ์ครั้งที่ 10. กรุงเทพมหานคร: ห้างหุ้นส่วนจำกัด ภาพพิมพ์.

_____. 1960. **The Process of Communication.** New York: Holt, Rinehart and Winston Inc.,. อ้างใน กิติมา สุรสนธิ. 2548. **ความรู้ทางการสื่อสาร.** กรุงเทพมหานคร: จามจุรีโปรดักท์.

Best, J.W. 1977. **Research in Education.** 3rd ed. Engle Wood Cliffs, New Jersey: Precntice Hall Inc. อ้างใน พุทธรัตน์ สุขพงษ์ไทย. 2550. **ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการบริการการท่องเที่ยวเกษตรของศูนย์วิจัยพืชสวนจันทบุรี.** วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาส่งเสริมการเกษตร, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

Burgoon, M. 1974. **Approaching Speech / Communication.** New York: Holt, Rinehart and Winston, lnc.,. อ้างใน ปรมะ สตะเวทิน. 2539. **การสื่อสารมวลชน : กระบวนการ และทฤษฎี.** กรุงเทพมหานคร: ห้างหุ้นส่วนจำกัด ภาพพิมพ์.

Crisell, A. 1986. **Understanding Radio.** London: Routledge. อ้างใน อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ และเมธา เสรีธนาวงศ์. 2550. **สื่อสารมวลชนเบื้องต้น : สื่อมวลชน วัฒนธรรม และสังคม.** พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

_____. 1997. **British Broadcasting.** London: Routledge. อ้างใน อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ และเมธา เสรีธนาวงศ์. 2550. **สื่อสารมวลชนเบื้องต้น : สื่อมวลชน วัฒนธรรม และสังคม.** พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

Defleur, M. 1966. **Theories of Mass Commuincation.** New York: David Mckay Co., อ้างใน พีระ จิระโสภณ. 2535. **เอกสารการสอนชุดวิชา 15201 หลักและทฤษฎีการสื่อสาร หน่วยที่ 9-15 สาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.** พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพมหานคร: ห้างหุ้นส่วนจำกัด โรงพิมพ์ชวนพิมพ์.

Feldman, M.P. 1971. **Psychology in the Industrial Environment.** London: Butterworth and Co. (publishers) Ltd. อ้างใน พุทธรัตน์ สุขพงษ์ไทย 2550. **ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มี**

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ต่อการบริการการท่องเที่ยวเกษตรของศูนย์วิจัยพืชสวนจันทบุรี. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาส่งเสริมการเกษตร, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

Foster, C.R. 1952. **Psychology for Life Adjustment.** Chicago: America Technical Society. อ้างใน จันทนา จุฑาวรรธนะ. 2541. **การรับรู้และความคิดเห็นเกี่ยวกับการรื้อปรับระบบที่มีต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานตรวจรับบัตรโดยสารระหว่างประเทศ ของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน).** วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาจิตวิทยาอุตสาหกรรม, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

Hunt, T. and B.D. Ruben (eds.). 1993. **Mass Communication : Producers and Consumers.** New York: Harper Collins College Publishers. อ้างใน ปรมะ สตะเวทิน. 2539. **การสื่อสารมวลชน : กระบวนการ และทฤษฎี.** กรุงเทพมหานคร: ห้างหุ้นส่วนจำกัด ภาพพิมพ์.

Katz, E. and P.F. Lazarsfeld 1955. **Personal Influence.** Glencoe: Free Press. อ้างใน สวนิต ยมาภัย และ ระวีวรรณ ประกอบผล. 2528. **แบบจำลองการสื่อสาร สำหรับการศึกษาการสื่อสารมวลชน.** กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

Klapper, J.T. 1967. **The Effect of Mass Media.** New York: The Free Press. อ้างใน สุกัญญา บูรณเดชาชัย. 2549. **การสื่อสารมวลชน : แนวคิด ทฤษฎี และสถานการณ์ในประเทศไทย.** ชลบุรี: ภาควิชานิเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.

McLeish, R. 1981. **The Technique of Radio Production.** England: Focal Press. อ้างใน ธีรารักษ์ โพธิสุวรรณ. 2542. **เทคนิคการสื่อข่าวและการเขียนข่าววิทยุกระจายเสียงเบื้องต้น.** นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

_____. 1994. **Radio Production : A Manual for Broadcasters.** 3rd ed. Oxford : Focal Press. อ้างใน อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ และ เมธา เสรีธนาวงศ์. 2550. **สื่อสารมวลชนเบื้องต้น : สื่อมวลชน วัฒนธรรม และสังคม.** พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

McLeish, R. 1999. **Radio Production : A Manual for Broadcasters.** 6th ed. Oxford : Focal Press. อ้างใน อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ และ เมธา เสรีธนาวงศ์. 2550. **สื่อสาร มวลชนเบื้องต้น : สื่อมวลชน วัฒนธรรม และสังคม.** พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

Mcquire, W.J. 1969. **The handbook of Social Psychology**. 2nd ed. Massachusetts: Assision Weslay Publishing Company. อ้างใน พุทธรัตน์ สุขพงษ์ไทย. 2550. **ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการบริการการท่องเที่ยวเกษตรของศูนย์วิจัยพืชสวนจันทบุรี.** วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาส่งเสริมการเกษตร, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

Oskamp, S. 1977. **Attuitdes and Opinions.** 6th ed. New Jersey: Prentice-Hall, Inc. อ้างใน ศรินา คงกัน. 2545. **ความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ท่าอากาศยาน ที่มีต่อการเปลี่ยนรูปแบบการบริหารท่าอากาศยานส่วนภูมิภาคเป็นองค์การมหาชน.** วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขารัฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

Reeder, W.W. 1973. **Belief Disbelief and Social Sociology Bulletin.** New York: Conal University. อ้างใน วิโรจน์ ธีระแนว. 2547. **ความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อโครงการปลูกป่าเขื่อนป่าสักชลสิทธิ์ ตำบลบ่อไทย อำเภอหนองไผ่ จังหวัดเพชรบูรณ์.** วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารทรัพยากรป่าไม้, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

Remmer, H.H. 1954. **Introduction to Opinion and Attitude Measurement.** New York: Harper & Row Publisher. อ้างใน จันทนา จุฑาวรรธนะ. 2541. **การรับรู้และความคิดเห็นเกี่ยวกับการรื้อปรับระบบที่มีต่อผลการปฏิบัติงานของ พนักงานตรวจรับบัตรโดยสารระหว่างประเทศ ของ บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน).** วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาจิตวิทยาอุตสาหกรรม, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

Rogers, E.M. 1976. **Communication and Development : The passing of a dominant paradigm, Communication Research.** อ้างใน กิติมา สุรสนธิ. 2548. **ความรู้ทางการสื่อสาร.** กรุงเทพมหานคร: จามจุรีโปรดักท์.

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

Vivian, J. 1991. **The Media of Mass Communication.** Boston: Allyn and Bacon. อ้างใน ณรงค์ สมพงษ์. 2543. **สื่อสารมวลชนเพื่องานส่งเสริม.** กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

Schramm, W. 1954. **The Process and Effects of Mass Communication.** Urbana: University of Illionis Press. อ้างใน ชวรัตน์ เชิดชัย. 2527. **ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการสื่อสารมวลชน.** กรุงเทพมหานคร: บริษัท บพิธการพิมพ์ จำกัด.

_____. 1973. **Channel and Audience in Handbook of Communication.** Chicago: Rand Menelly College Publishing Company. อ้างใน ทิพวรรณ พุทธคุณ. 2549. **ความพึงพอใจในการเปิดรับชมข่าวสารการเมืองทางสถานีโทรทัศน์ของนักศึกษาโครงการนิติศาสตร์ภาคบัณฑิต คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.** วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขารัฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

Traindis, H.C. 1971. **Attitude and Attitude Change**. New York: John Wiley & Sons Inc. อ้างใน พุธรัตน์ สุขพงษ์ไทย. 2550. **ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการบริการการท่องเที่ยวเกษตรของศูนย์วิจัยพืชสวนจันทบุรี.** วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาส่งเสริมการเกษตร, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

Zadrozny, J.J. 1959. **Dictionary of Social Science.** Washington, D.C.: Public Affair Press. อ้างใน อุษณีย์ มหาวันสุ. 2547. **ความคิดเห็นของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน ที่มีต่อธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน).** วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเทคโนโลยีการศึกษา, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

แบบสอบถาม
เรื่อง ความคิดเห็นของผู้ฟังรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า”
ของสถานีวิทยุ ม.ก.

<u>คำชี้แจง</u>

1. แบบสอบถามชุดนี้จัดทำขึ้นเพื่อใช้ประกอบการศึกษาวิจัยของนิสิตระดับบัณฑิตศึกษา ภาควิชาส่งเสริมและนิเทศศาสตร์เกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
2. มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคิดเห็นจากผู้ฟังรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก. เพื่อประโยชน์ในการวางแผนพัฒนาปรับปรุงคุณภาพรายการให้ตรงกับความต้องการของผู้ฟังรายการ
3. ข้อมูลของท่าน ผู้วิจัยจะเก็บเป็นความลับ

แบบสอบถามชุดนี้ แบ่งเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคลของผู้ฟังรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า”

ตอนที่ 2 การเปิดรับฟังรายการของผู้ฟังรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า”

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า”

ตอนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ฟังเพื่อการพัฒนารายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า”

ผู้วิจัยใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่าน ตอบแบบสอบถามให้ครบทุกข้อ ตรงตามความเป็นจริงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด และ**“ <u>โปรดส่งแบบสอบถามคืน ด้วยการใส่ซองเปล่าติดแสตมป์ที่แนบมา โดยเร็วที่สุด</u>** ” ผู้วิจัยขอขอบพระคุณในความร่วมมือมา ณ ที่นี้

นางสาววิภาดา แก่นจันทร์หอม
นิสิตปริญญาโท ภาควิชาส่งเสริมและนิเทศศาสตร์เกษตร
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

แบบสอบถาม ชุดที่.....

ความคิดเห็นของผู้ฟังรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า”

ของสถานีวิทยุ ม.ก.

วันที่.....เดือน.....พ.ศ. .....

ชื่อ-นามสกุล ผู้ตอบแบบสอบถาม (นาย/นาง/นางสาว).....

เบอร์โทรศัพท์ที่สามารถติดต่อได้สะดวก.....

<u>ตอนที่ 1</u> ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคลของผู้ฟังรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า”

<u>คำชี้แจง</u> โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ❑ หน้าข้อความที่ตรงกับข้อมูลของท่าน และกรอกข้อความลงในช่องว่างตามข้อมูลความเป็นจริง

1. เพศ
   - ❑ ชาย
   - ❑ หญิง

2. ปัจจุบันอายุ.....ปี

3. ระดับการศึกษาขั้นสูงสุด
   - ❑ ไม่ได้เข้ารับการศึกษา
   - ❑ ประถมศึกษา (ป.1-ป.6)
   - ❑ มัธยมศึกษาตอนต้น (ม.1-ม.3)
   - ❑ มัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.4-ม.6)
   - ❑ ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.)
   - ❑ ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)
   - ❑ ปริญญาตรี
   - ❑ อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

4. อาชีพ
   - ❑ เกษตรกรรม
   - ❑ ประกอบธุรกิจส่วนตัว
   - ❑ ค้าขาย
   - ❑ รับราชการ
   - ❑ พนักงานรัฐวิสาหกิจ
   - ❑ พนักงานบริษัทเอกชน
   - ❑ นักเรียน
   - ❑ นักศึกษา
   - ❑ อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

5. รายได้ต่อเดือน

❑ ต่ำกว่า 5,000 บาท ❑ ระหว่าง 5,000 - 10,000 บาท

❑ ระหว่าง 10,001 - 15,000 บาท ❑ ระหว่าง 15,001 - 20,000 บาท

❑ สูงกว่า 20,000 บาทขึ้นไป

6. ที่อยู่ปัจจุบัน

บ้านเลขที่..... หมู่ที่..... หมู่บ้าน.....

ถนน..... ตรอก/ซอย.....

ตำบล/แขวง..... อำเภอ/เขต.....

จังหวัด..... รหัสไปรษณีย์.....

<u>ตอนที่ 2</u> การเปิดรับฟังรายการของผู้ฟังรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า”

<u>คำชี้แจง</u> โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ❑ หน้าข้อความที่ตรงกับข้อมูลของท่าน และกรอกข้อความลงในช่องว่างตามข้อมูลความเป็นจริง

1. ท่านรับฟังรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” จากเครือข่ายสถานีวิทยุ ม.ก. จากสถานี หรือ Website ใด **(ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)**

❑ สถานีวิทยุ ม.ก. ส่วนกลาง-บางเขน (คลื่นความถี่ A.M. 1107 กิโลเฮิรตซ์)

❑ สถานีวิทยุ ม.ก. เชียงใหม่ (คลื่นความถี่ A.M. 612 กิโลเฮิรตซ์)

❑ สถานีวิทยุ ม.ก. ขอนแก่น (คลื่นความถี่ A.M. 1314 กิโลเฮิรตซ์)

❑ สถานีวิทยุ ม.ก. สงขลา (คลื่นความถี่ A.M. 1269 กิโลเฮิรตซ์)

❑ Website ที่ http://www.radio.ku.ac.th

❑ Website ที่ http://www.kugreenradio.net

2. ท่านรับฟังรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” มานานเท่าใด

❑ ..... เดือน (โปรดระบุ) ❑ ..... ปี (โปรดระบุ)

❑ อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

.....

.....

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

3. จำนวนวันต่อสัปดาห์ ที่ท่านรับฟังรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า”

❑ 1 วันต่อสัปดาห์ ❑ 2 วันต่อสัปดาห์

❑ 3 วันต่อสัปดาห์ ❑ 4 วันต่อสัปดาห์

❑ ทุกวันที่ออกอากาศ (5วันต่อสัปดาห์)

4. วันและช่วงใดของรายการที่ท่านรับฟังบ่อยที่สุด

❑ วันจันทร์ ช่วงสืบสานงานพัฒนากับสำนักงานกปร.

เพราะ (โปรดระบุ) .....

.....

.....

❑ วันอังคาร ช่วงสืบสานงานพัฒนากับสำนักงานกปร.

เพราะ (โปรดระบุ) .....

.....

.....

❑ วันพุธ ช่วงคำพ่อสอน

เพราะ (โปรดระบุ) .....

.....

.....

❑ วันพฤหัสบดี ช่วงคำพ่อสอน

เพราะ (โปรดระบุ) .....

.....

.....

❑ วันศุกร์ ช่วงคำพ่อสอน

เพราะ (โปรดระบุ) .....

.....

.....

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

❑ ทุกวันและทุกช่วงรายการที่ออกอากาศ (5วันต่อสัปดาห์)
เพราะ (โปรดระบุ) .....
.....
.....

5. ท่านรู้จักรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ด้วยวิธีใด **(ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)**
❑ เปิดฟังวิทยุ ม.ก. เป็นประจำจึงรู้จัก ❑ ที่บ้าน/ที่ทำงาน เปิดฟังจึงได้ฟังไปด้วย
❑ เพื่อน/บุคคลอื่น แนะนำให้ฟัง ❑ เห็นจาก Website เลยลองเปิดฟัง
❑ อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

6. โดยส่วนใหญ่ท่านรับฟังรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ที่ใด
❑ รับฟังที่บ้าน ❑ รับฟังที่ทำงาน
❑ รับฟังในรถยนต์ ❑ อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

7. ลักษณะการรับฟังรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของท่านคือ **(ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)**
❑ ฟังคนเดียว ❑ ฟังเป็นกลุ่มเล็กตั้งแต่ 2-8 คน
❑ ฟังเป็นกลุ่มใหญ่ตั้งแต่ 9 คนขึ้นไป ❑ อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

8. ในแต่ละครั้งท่านมีการติดตามรับฟังรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” อย่างไร
❑ ฟังจนจบรายการโดยตั้งใจ ❑ ฟังจนจบรายการแบบไม่จดจ่อกับรายการ
❑ ฟังเฉพาะหัวเรื่อง ❑ ฟังเพียงบางส่วนของรายการประมาณ 3-4 นาที
❑ อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

9. ขณะที่ท่านรับฟังรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ท่านทำกิจกรรมอื่นไปด้วยหรือไม่
❑ ไม่ได้ทำ ❑ ทำ
กิจกรรมที่ท่านทำไปด้วยขณะรับฟังรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” คือ **(ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)**

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

- ❑ ปฏิบัติกิจวัตรประจำวันส่วนตัว
- ❑ ทำงานบ้าน/ทำอาหาร
- ❑ ทำงานในสถานที่ทำงาน
- ❑ อ่านหนังสือ
- ❑ ขับรถ
- ❑ อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

10. เหตุผลที่ท่านเลือกรับฟังรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” **(ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)**

- ❑ เพื่อเพิ่มพูนความรู้ ความเข้าใจ และวิธีการประยุกต์ใช้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง
- ❑ นำความรู้และวิธีการประยุกต์ใช้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาปรับใช้กับตนเอง
- ❑ เพื่อนำความรู้และวิธีการประยุกต์ใช้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงที่ได้รับฟังไปเผยแพร่แลกเปลี่ยนความรู้กับผู้อื่น
- ❑ อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

11. ท่านเคยติดต่อกับทางรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” หรือไม่

❑ ไม่เคย ❑ เคย (โปรดระบุจำนวนครั้งต่อปี) .....

โดยช่องทางใด **(ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)**

- ❑ จดหมาย
- ❑ โทรศัพท์
- ❑ ไปรษณียบัตร
- ❑ อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

12. จุดประสงค์ที่ท่านติดต่อกับทางรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” เพื่อ **(ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)**

- ❑ แลกเปลี่ยนความรู้/ประสบการณ์ ในการน้อมนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปประยุกต์ใช้กับผู้ดำเนินรายการ วิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิ บุคคลหรือองค์กรตัวอย่าง
- ❑ ขอความรู้และคำปรึกษาในการน้อมนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปประยุกต์ใช้จากผู้ดำเนินรายการ วิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิ บุคคลหรือองค์กรตัวอย่าง
- ❑ ขอเอกสาร สิ่งพิมพ์ และสื่อต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการน้อมนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปประยุกต์ใช้
- ❑ ร่วมกิจกรรมต่าง ๆ กับทางรายการ เช่น ตอบปัญหาชิงรางวัล ขอรับเมล็ดพันธุ์ผักสวนครัว สมัครสมาชิกรายการ
- ❑ อื่น ๆ (โปรดระบุ) .....

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

<u>ตอนที่ 3</u> ความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า”

<u>คำชี้แจง</u> โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ช่อง ที่ตรงหรือใกล้เคียงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด โดยมีเกณฑ์ให้คะแนนดังนี้ (ดี = 3 พอใช้ = 2 ควรปรับปรุง = 1)

1. ด้านช่วงเวลา ความยาวรายการ และความถี่ในการออกอากาศของรายการ

ข้อที่	ข้อคำถาม	ระดับความคิดเห็น		
		(3)	(2)	(1)
1.1	ช่วงเวลาการออกอากาศของรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ใน เวลา 08.30 - 08.55 น. มีความเหมาะสม			
1.2	ในการออกอากาศของรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า”คือ 25 นาทีต่อวันมีความยาวรายการเหมาะสม			
1.3	การออกอากาศจำนวน 5 วันต่อสัปดาห์ คือ วันจันทร์ถึงวันศุกร์ ของรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” มีความเหมาะสม			

2. ด้านรูปแบบรายการและเนื้อหาข่าวสารในรายการ

ข้อที่	ข้อคำถาม	ระดับความคิดเห็น		
		(3)	(2)	(1)
2.1	รายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” เป็นรายการประเภทมุ่งให้ความรู้และการศึกษา ส่งเสริมด้านวิชาความรู้ วัฒนธรรม อาชีพ แนวทางในการดำเนินชีวิตที่น้อมนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินชีวิตและการทำงานได้			
2.2	รูปแบบรายการมีความหลากหลาย คือ มีรายการพูดคุยกับผู้ฟัง รายการสนทนา รายการสัมภาษณ์ รายการสารคดีแบบด็อกคิวเมนทารี (การถ่ายทอดประสบการณ์ตรงจากผู้ร่วมรายการ) และรายการถาม-ตอบปัญหาทำให้เกิดความน่าติดตามรับฟัง			

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตอนที่ 3 (ต่อ)

ข้อที่	ข้อคำถาม	ระดับความคิดเห็น		
		(3)	(2)	(1)
2.3	ทางรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยาม เช้า” มีการสรรหาวิทยากรผู้ทรคุณวุฒิ บุคคลตัวอย่าง หรือตัวแทนองค์กรตัวอย่าง มาร่วมเผยแพร่ความรู้และประสบการณ์ได้ดี			
2.4	เนื้อหาที่นำเสนอในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” มีความทันสมัยต่อเหตุการณ์ หลากหลาย และน่าสนใจ			
2.5	การนำเสนอเนื้อหาในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” เป็นข้อมูลที่ดี มีสาระประโยชน์ น่าเชื่อถือ อ้างอิงได้			
2.6	ข้อมูลที่นำเสนอในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ตรงกับความต้องการและส่งเสริมให้ผู้ฟังรายการเกิดแนวความคิดใหม่ ในการน้อมนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน			
2.7	เนื้อหาในรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” มีคติสอนใจและสร้างค่านิยมที่ดีให้กับสังคม			
2.8	การนำเสนอเนื้อหาของรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ในทุกช่วงรายการตั้งแต่วันจันทร์ถึงวันศุกร์มีความสอดคล้องไปในทิศทางเดียวกัน คือ มุ่งให้ความรู้ส่งเสริมการน้อมนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันแก่ทุกภาคส่วนของประเทศ			

3. ด้านผู้ดำเนินรายการ

ข้อที่	ข้อคำถาม	ระดับความคิดเห็น		
		(3)	(2)	(1)
3.1	มีน้ำเสียงเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว ชวนติดตามรับฟัง และจดจำได้ง่าย			

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตอนที่ 3 (ต่อ)

ข้อที่	ข้อคำถาม	ระดับความคิดเห็น		
		(3)	(2)	(1)
3.2	พูดได้คล่องแคล่ว ชัดเจน ไม่ติดขัด			
3.3	มีลีลาการนำเสนอที่ทำให้รายการมีบรรยากาศเป็นกันเอง			
3.4	ใช้ภาษาไทยได้ถูกต้อง ชัดเจน			
3.5	พูดเชื่อมโยงรายการในแต่ละช่วงได้ดี ไม่สะดุด			
3.6	นำเสนอเนื้อหาได้อย่างเป็นขั้นตอนตามลำดับ			
3.7	อธิบายเนื้อหาได้กระชับ เข้าใจง่าย ไม่ต้องแปลความหมาย			
3.8	ตั้งคำถามได้เสมือนเป็นตัวแทนผู้ฟังรายการอย่างครบถ้วน ทุกประเด็น			
3.9	ใช้ปฏิภาณไหวพริบ แก้ปัญหาเฉพาะหน้าในขณะดำเนินรายการได้ดี			
3.10	สรุปเนื้อหาและให้ข้อคิดที่ดีกับผู้ฟังรายการ			
3.11	สามารถพูดเปิดรายการได้ดี ทำให้ผู้ฟังรายการเกิดความรู้สึกอยากติดตามเนื้อหาตลอดรายการได้			
3.12	สามารถพูดปิดรายการ ด้วยการเกริ่นเนื้อหาที่จะนำเสนอครั้งต่อไป จนทำให้ผู้ฟังรายการเกิดความรู้สึกอยากติดตามรับฟังเนื้อหาในครั้งต่อไป			

4. ด้านผู้ร่วมดำเนินรายการ (วิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิ บุคคลตัวอย่าง และตัวแทนองค์กรตัวอย่าง)

ข้อที่	ข้อคำถาม	ระดับความคิดเห็น		
		(3)	(2)	(1)
4.1	มีน้ำเสียงเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว ชวนติดตามรับฟัง และจดจำได้ง่าย			
4.2	พูดได้คล่องแคล่ว ชัดเจน ไม่ติดขัด			
4.3	ใช้ภาษาไทยได้ถูกต้อง ชัดเจน			
4.4	อธิบายเนื้อหาได้กระชับ เข้าใจง่าย ไม่ต้องแปลความหมาย			

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตอนที่ 3 (ต่อ)

ข้อที่	ข้อคำถาม	ระดับความคิดเห็น		
		(3)	(2)	(1)
4.5	ตอบคำถามและให้ความรู้แก่ผู้ฟังรายการได้อย่างครบถ้วน ตรงประเด็น			
4.6	สามารถพูดให้ผู้ฟังรายการเข้าใจและนึกเห็นภาพตามได้ทันที			
4.7	มีความน่าเชื่อถือ			
4.8	มีความรู้และประสบการณ์เป็นอย่างดี			
4.9	ให้ข้อคิดที่ดีกับผู้ฟังรายการ สามารถนำไปประยุกต์ปฏิบัติตามได้จริง			

5. ด้านดนตรีและเสียงประกอบในรายการ

ข้อที่	ข้อคำถาม	ระดับความคิดเห็น		
		(3)	(2)	(1)
5.1	ดนตรีประจำรายการ เป็นสัญลักษณ์ที่ทำให้จำได้ว่าเป็นรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” ของสถานีวิทยุ ม.ก.			
5.2	ดนตรีประจำรายการและดนตรีคั่นรายการ มีความเหมาะสมกับเนื้อหาของรายการ			
5.3	ในการสัมภาษณ์วิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิ บุคคลตัวอย่าง หรือตัวแทนองค์กรตัวอย่างนอกสถานที่ จะมีเสียงประกอบจากธรรมชาติ เช่น นกร้อง ไก่ขัน ทำให้เกิดความน่าสนใจในการดำเนินรายการ			
5.4	รายการมีความหลากหลายทางเสียง จากหลายแหล่งประกอบกันอย่างกลมกลืน เช่น เสียงผู้ดำเนินรายการ เสียงผู้ร่วมดำเนินรายการ และเสียงประกอบจากธรรมชาติที่เกิดจากการสัมภาษณ์นอกสถานที่			

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตอนที่ 3 (ต่อ)

ข้อที่	ข้อคำถาม	ระดับความคิดเห็น		
		(3)	(2)	(1)
5.5	เนื้อหา เพลง และเสียงประกอบในรายการ ทำให้ผู้ฟังรายการเกิดอารมณ์คล้อยตามรับฟังรายการจนจบทุกวัน			

<u>ตอนที่ 4</u> ปัญหาและข้อเสนอ แนะของผู้ฟังเพื่อการพัฒนารายการวิทยุ เรื่อง "พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า"

<u>คำชี้แจง</u> โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ❑ หน้าข้อความที่ตรงกับข้อมูลของท่าน และกรอกข้อความลงในช่องว่างตามความเป็นจริงหรือตามความคิดเห็นของท่าน

1. คุณภาพสัญญาณในการรับฟังรายการ

1.1 ในการปรับหาคลื่นความถี่ เพื่อรับฟังรายการวิทยุ "พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า" สำหรับท่านมีความยากหรือง่ายเพียงใด

❑ ยาก ❑ ค่อนข้างยาก
❑ ง่าย ❑ อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

1.2 ท่านสามารถรับฟังรายการวิทยุ "พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า" ได้ชัด เจนเพียงใด

❑ ไม่ชัดเจนเลย ❑ ชัดเจนน้อย
❑ ชัดเจน ❑ อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

1.3 ขณะที่ท่านรับฟังรายการวิทยุ "พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า" มีการรบกวนจากคลื่นความถี่หรือสถานีใกล้เคียงหรือไม่

❑ ไม่มี
❑ มี (โปรดระบุคลื่น/ชื่อสถานี) .....

สัญญาณมีการรบกวนมากน้อยเพียงใด

❑ รบกวนมาก ❑ รบกวนค่อนข้างมาก
❑ รบกวนน้อย ❑ อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

2. ปัญหาที่พบขณะรับฟังรายการ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

3. ข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนารายการที่ท่านมีต่อรายการวิทยุ เรื่อง "พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า" (เช่น การเปิดโอกาสให้ผู้ฟังมีส่วนร่วมแสดงความคิด เห็นสดในรายการ, การจัดประชุมสัมมนา, การนำเนื้อหาที่ออกอากาศไปแล้ว มาตีตีพิมพ์เป็นสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ แจกแก่สมาชิกรายการ หรือการพัฒนารูปแบบรายการและเนื้อหาในแต่ละช่วงของรายการ ฯลฯ)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

****<u>หมายเหตุ</u>****

ผู้วิจัยใคร่ขอขอบพระคุณท่านเป็นอย่างสูง ที่สละเวลาในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้ กรุณาตรวจสอบว่าท่านได้ตอบแบบสอบถามครบทุกข้ออย่างสมบูรณ์แล้ว จากนั้น**"<u>โปรดส่งแบบสอบถามคืนมายังผู้วิจัย ด้วยการใส่ซองเปล่าติดแสตมป์ที่แนบมา โดยเร็วที่สุด</u>"**

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ภาพผนวก ข

บันทึกข้อความและหนังสือขอความอนุเคราะห์

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ ภาควิชาส่งเสริมและนิเทศศาสตร์เกษตร คณะเกษตร 1371 , 1374

ที่ ศธ.0513.10209/ว 066 **วันที่** 19 มกราคม 2554

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ตรวจแบบสอบถาม

เรียน รองผู้อำนวยการสำนักส่งเสริมและฝึกอบรม (ผศ.ไพโรจน์ สังข์เดช)

ด้วย นางสาววิภาดา แก่นจันทร์หอม รหัสประจำตัว 49611528 นิสิตปริญญาโทสาขาส่งเสริมการเกษตร คณะเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ได้รับอนุมัติให้ทำวิทยานิพนธ์เรื่อง ความคิดเห็นของผู้ฟังรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า” โดยมี ผศ.ดร.สุพัตรา ศรีสุวรรณ เป็นประธานกรรมการที่ปรึกษาประจำตัวนิสิต นั้น

ในการนี้เพื่อให้การทำวิทยานิพนธ์ของนิสิตประสบผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ ภาควิชาส่งเสริมและนิเทศศาสตร์เกษตร ใคร่ขอความอนุเคราะห์ในการตรวจแบบสอบถามเพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์เพื่อเกิดความชัดเจนมากยิ่งขึ้น สำหรับรายละเอียดนิสิตจักเป็นผู้ประสานงานต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

(รองศาสตราจารย์ ดร.พิชัย ทองดีเลิศ)
หัวหน้าภาควิชาส่งเสริมและนิเทศศาสตร์เกษตร

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ ภาควิชาส่งเสริมและนิเทศศาสตร์เกษตร คณะเกษตร 1371 , 1374

ที่ ศธ.0513.10209/ว 066 **วันที่** 19 มกราคม 2554

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ตรวจแบบสอบถาม

เรียน หัวหน้าฝ่ายพัฒนาสื่อการส่งเสริม (คุณไพโรจน์ กลิ่นจันทร์)

ด้วย นางสาววิภาดา แก่นจันทร์หอม รหัสประจำตัว 49611528 นิสิตปริญญาโทสาขาส่งเสริมการเกษตร คณะเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ได้รับอนุมัติให้ทำวิทยานิพนธ์เรื่อง ความคิดเห็นของผู้ฟังรายการวิทยุ เรื่อง "พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า" โดยมี ผศ.ดร.สุพัตรา ศรีสุวรรณ เป็นประธานกรรมการที่ปรึกษาประจำตัวนิสิต นั้น

ในการนี้เพื่อให้การทำวิทยานิพนธ์ของนิสิตประสบผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ ภาควิชาส่งเสริมและนิเทศศาสตร์เกษตร ใคร่ขอความอนุเคราะห์ในการตรวจแบบสอบถามเพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์เพื่อเกิดความชัดเจนมากยิ่งขึ้น สำหรับรายละเอียดนิสิตจักเป็นผู้ประสานงานต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

(รองศาสตราจารย์ ดร.พิชัย ทองดีเลิศ)
หัวหน้าภาควิชาส่งเสริมและนิเทศศาสตร์เกษตร

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ ภาควิชาส่งเสริมและนิเทศศาสตร์เกษตร คณะเกษตร 1371 , 1374
ที่ ศธ.0513.10209/ว 066 **วันที่** 19 มกราคม 2554
เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ตรวจแบบสอบถาม

เรียน ผู้ช่วยผู้อำนวยการฝ่ายสร้างสรรค์รายการและข่าวสถานีวิทยุ ม.ก. (คุณอินทิรา มะหะหมัด)

ด้วย นางสาววิภาดา แก่นจันทร์หอม รหัสประจำตัว 49611528 นิสิตปริญญาโทสาขาส่งเสริมการเกษตร คณะเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ได้รับอนุมัติให้ทำวิทยานิพนธ์เรื่อง ความคิดเห็นของผู้ฟังรายการวิทยุ เรื่อง "พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า" โดยมี ผศ.ดร.สุพัตรา ศรีสุวรรณ เป็นประธานกรรมการที่ปรึกษาประจำตัวนิสิต นั้น

ในการนี้เพื่อให้การทำวิทยานิพนธ์ของนิสิตประสบผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ ภาควิชาส่งเสริมและนิเทศศาสตร์เกษตร ใคร่ขอความอนุเคราะห์ในการตรวจแบบสอบถามเพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์เพื่อเกิดความชัดเจนมากยิ่งขึ้น สำหรับรายละเอียดนิสิตจักเป็นผู้ประสานงานต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

(รองศาสตราจารย์ ดร.พิชัย ทองดีเลิศ)
หัวหน้าภาควิชาส่งเสริมและนิเทศศาสตร์เกษตร

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

สถานีวิทยุกระจายเสียงมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
50 Phaholyothin Rd., Ladyao Jatujak Bangkok 10900
Tel. 02-9428069-72 Fax. 02-9405482

วันที่ 14 มกราคม 2554

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถาม

เรียน ท่านผู้ฟัง รายการ "พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า"

สิ่งที่แนบมาด้วย แบบสอบถาม 1 ชุด พร้อมซองเปล่าติดแสตมป์

เนื่องด้วย นางสาววิภาดา แก่นจันทร์หอม นิสิตปริญญาโท ภาควิชาส่งเสริมและนิเทศศาสตร์เกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ความคิดเห็นของผู้ฟังรายการทางสถานีวิทยุ ม.ก. ในรายการ" พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า " ของสถานีวิทยุ ม.ก. เพื่อนำผลการศึกษาที่ได้มาพัฒนารายการให้เหมาะสมกับผู้ฟังมากยิ่งขึ้น

ทางสถานีวิทยุ ม.ก. จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านผู้ฟังในการตอบแบบสอบถามที่ได้จัดส่งมาและโปรดส่งคืนโดยเร็วที่สุดเพื่อทางผู้วิจัยจะได้นำคำตอบจากแบบสอบถามไปทำการวิเคราะห์ทางสถิติต่อไป ทั้งนี้เพื่อความสมบูรณ์แห่งวิทยานิพนธ์

จึงเรียนมาเพื่อทราบ และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้เป็นการล่วงหน้า ในการที่ท่านผู้ฟังได้ให้ความอนุเคราะห์ในโอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(นางอินทิรา อาดศิริ)

ผู้ช่วยผู้อำนวยการสถานีวิทยุ ม.ก.

ฝ่ายสร้างสรรค์รายการและข่าว

หมายเหตุ * หากท่านมีข้อสงสัยหรือต้องการข้อมูลเพิ่มเติม สามารถติดต่อได้ที่ โทร.084-761-9528

ภาคผนวก ค

ภาพอาคารที่ตั้ง จานดาวเทียมส่งสัญญาณ และเสาส่งสัญญาณ ระบบ U-Link

ของสถานีวิทยุกระจายเสียงมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (บางเขน)

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ภาพผนวกที่ 1 อาคารที่ตั้งสถานีวิทยุกระจายเสียงมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (บางเขน)

ภาพผนวกที่ 2 จานดาวเทียมส่งสัญญาณ และเสาส่งสัญญาณ ระบบ U-Link ของสถานีวิทยุกระจายเสียงมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (บางเขน)

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ภาคผนวก ง

ภาพบรรยากาศขณะดำเนินรายการวิทยุ เรื่อง “พอเพียง เพื่อ เพียงพอ กับ ม.ก. ยามเช้า”
ของสถานีวิทยุกระจายเสียงมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ภาพผนวกที่ 3 คุณสุทธินี ขำปริก ผู้ดำเนินรายการ สัมภาษณ์ อาจารย์ปราโมทย์ ไม้กลัด วิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิประจำรายการในวันพุธ ช่วงคำพ่อสอน

ภาพผนวกที่ 4 ทีมงานของสถานีวิทยุ ม.ก. รับโทรศัพท์จากผู้ฟังรายการที่โทรเข้ามาร่วมกิจกรรมขณะดำเนินรายการสด

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ประวัติการศึกษา และการทำงาน

ชื่อ - นามสกุล	นางสาววิภาดา แก่นจันทร์หอม
วัน เดือน ปี ที่เกิด	วันที่ 1 เดือนสิงหาคม พ.ศ. 2524
สถานที่เกิด	จังหวัดลำปาง
ประวัติการศึกษา	พ.ศ. 2546 ระดับปริญญาตรี ศิลปศาสตรบัณฑิต สาขานิเทศศาสตร์ แขนงวิชาวารสารศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร จังหวัดกรุงเทพมหานคร
ผลงานดีเด่นและ/ หรือรางวัลทางวิชาการ	พ.ศ. 2542 คณะกรรมการนักเรียน (ฝ่ายประชาสัมพันธ์) โรงเรียนธัญบุรี รองชนะเลิศอันดับที่ 1 การประกวดความสามารถด้านวิชาภาษาไทย ประเภทตอบปัญหาภาษาไทย ระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนธัญบุรี พ.ศ. 2544-2545 นักศึกษาดีเด่นด้านกิจกรรมและค่ายอาสาพัฒนาชนบท มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์