

รายงานการวิจัยการประเมินผลการผลิตรายการวิทยุท้องถิ่น

รายการรัฐสภาของเรา ประจำปีงบประมาณ ๒๕๕๖

“ ความพึงพอใจในการรับฟังและการพัฒนารายการวิทยุรัฐสภาของเรา ”



สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร
สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย กรมประชาสัมพันธ์
วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

หน้าว่าง

คำนำ

วิทยุกระจายเสียงเป็นสื่อที่ครอบคลุมพื้นที่ส่วนใหญ่ของประเทศ และมีความสำคัญมากที่สุดในการส่งข่าวสารไปยังประชาชน โดยเฉพาะในพื้นที่ชนบทที่อยู่ห่างไกล ประชาชนได้รับทราบเหตุการณ์หรือภัยพิบัติต่างๆ ที่เกิดขึ้นผ่านทางรายการข่าววิทยุกระจายเสียง อีกทั้งการณรงคืให้เด็กเยาวชน และประชาชนได้รับรู้ถึงสิทธิ เสรีภาพ หน้าที่ และความเสมอภาคในฐานะพลเมืองไทย

ดังนั้น สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎรและสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย กรมประชาสัมพันธ์ ได้ร่วมกันผลิตและเผยแพร่รายการวิทยุท้องถิ่นรายการรัฐสภาของเราขึ้นทางสื่อวิทยุกระจายเสียง เพื่อส่งเสริมความรู้ความเข้าใจด้านการเมืองการปกครองในระบอบประชาธิปไตย เผยแพร่ทางสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยในส่วนภูมิภาคที่เข้าร่วมโครงการ จำนวน 50 สถานี 44 จังหวัดทั่วประเทศ และเพื่อให้การผลิตรายการที่มีคุณภาพเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากยิ่งขึ้น จึงจำเป็นต้องจัดทำโครงการวิจัยและประเมินผลโครงการผลิตรายการวิทยุท้องถิ่นรายการรัฐสภาของเรา ประจำปีงบประมาณ 2556 ภายใต้หัวข้อ “ความพึงพอใจในการรับฟังและการพัฒนา รายการวิทยุรัฐสภาของเรา” เพื่อศึกษาการรับฟังความต้องการ ความพึงพอใจของเยาวชน และประชาชนต่อรายการรัฐสภาของเรา และค้นหาปัญหาอุปสรรคและแนวทางในการพัฒนาการนำเสนอรายการรัฐสภาของเรา

รายงานการวิจัยฉบับนี้ จึงเป็นประโยชน์ในการนำผลการวิจัยไปปรับปรุง เปลี่ยนแปลง และพัฒนาการนำเสนอรายการให้มีความน่าสนใจติดตามของเด็ก เยาวชน และประชาชนทั่วไป อันจะทำให้เด็ก เยาวชน และประชาชนทั่วไปได้รับรู้ ตระหนักคิด และปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการปกครองระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข รวมทั้งให้เกิดความตระหนักในสิทธิ หน้าที่ และเสรีภาพตามที่รัฐธรรมนูญกำหนดไว้และกระตุ้นให้เกิดจิตสำนึกในการมีส่วนร่วมในการพัฒนาประชาธิปไตยของประเทศต่อไป

สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย

กันยายน พ.ศ. 2556

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร (Executive Summary)

โครงการวิจัยประเมินผลการผลิตรายการวิทยุท้องถิ่นรายการรัฐสภาของเราประจำปีงบประมาณ ๒๕๕๖ ภายใต้หัวข้อเรื่อง “ความพึงพอใจในการรับฟังและการพัฒนารายการวิทยุรัฐสภาของเรา” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการรับฟังความต้องการและความพึงพอใจของเยาวชนและประชาชนต่อรายการรัฐสภาของเรา ค้นหาปัญหาและอุปสรรคในการเปิดรับรายการรัฐสภาของเรา รวมทั้ง หาแนวทางในการพัฒนาการนำเสนอรายการรัฐสภาของเราให้มีคุณภาพและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น การศึกษาใช้การวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการวิจัยเชิงปริมาณเป็นวิธีการศึกษาหลักใช้รูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามความคิดเห็นของเด็ก เยาวชน และประชาชนกลุ่มเป้าหมายในพื้นที่เขตบริการของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยในภูมิภาคที่เข้าร่วมโครงการ จำนวน ๕๐ สถานี ๔๔ จังหวัดทั่วประเทศ การวิจัยเชิงคุณภาพใช้การศึกษาวิเคราะห์เอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง จำนวน ๔ เรื่อง

การวัดความพึงพอใจในการรับฟังและการพัฒนารายการวิทยุรัฐสภาของเรา ในการศึกษาครั้งนี้ใช้กรอบแนวคิดความพึงพอใจในการรับฟังและการพัฒนารายการวิทยุรัฐสภาของเรา ซึ่งมีองค์ประกอบ ๖ ด้าน ได้แก่

๑. ลักษณะทางประชากรศาสตร์
๒. พฤติกรรมการเปิดรับสารจากสื่อ
๓. ความพึงพอใจในการเปิดรับสารจากสื่อ
๔. การรณรงค์ทางการสื่อสาร
๕. รายการวิทยุรัฐสภาของเรา
๖. ความต้องการเปิดรับสื่อ

ผลการวิจัยการสำรวจความคิดเห็นของเด็ก เยาวชน และประชาชนด้วยแบบสอบถาม

๑. จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม

เด็กและเยาวชนที่มีอายุระหว่าง ๑๕ - ๒๕ ปี และประชาชนทั่วไปที่ร่วมตอบแบบสอบถาม มีจำนวนทั้งสิ้น ๔๔๐ คน คิดเป็นร้อยละ ๘๘.๐ ของจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ (๕๐๐ คน)

๒. ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

๒.๑ แบ่งเป็นบุคคลเพศชาย จำนวน ๒๔๐ คน (ร้อยละ ๕๔.๕๕) และเพศหญิง จำนวน ๒๐๐ คน (ร้อยละ ๔๕.๔๕)

๒.๒ อายุเฉลี่ย ๒๑ ปี ๖ เดือน ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากที่สุดคือ ๕๑ ปี และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุน้อยที่สุด คือ ๑๕ ปี

๒.๓ ระดับการศึกษา ปวช./ปวส. จำนวน ๑๕๐ คน (ร้อยละ ๓๔.๐๙) ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน ๑๔๐ คน (ร้อยละ ๓๑.๘๒) ระดับปริญญาตรี จำนวน ๑๑๐ คน (ร้อยละ ๒๕.๐๐) และมัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน ๔ คน (ร้อยละ ๙.๐๙)

๒.๔ อาชีพ เป็นนักเรียน/นักศึกษา จำนวน ๒๗๐ คน (ร้อยละ ๖๑.๓๖) พนักงานรัฐวิสาหกิจ/ข้าราชการ และอาชีพอิสระ/รับจ้างทั่วไป จำนวน ๖๐ คน (ร้อยละ ๑๓.๖๔) ธุรกิจส่วนตัว จำนวน ๔๐ คน (ร้อยละ ๙.๐๙) และบริษัทเอกชน จำนวน ๑๐ คน (ร้อยละ ๒.๒๗)

๒.๕ รายได้ ส่วนใหญ่ไม่มีรายได้ จำนวน ๒๗๐ คน (ร้อยละ ๖๑.๓๖) รายได้ ๕,๐๐๑ - ๑๐,๐๐๐ บาท จำนวน ๗๐ คน (ร้อยละ ๑๕.๙๑) รายได้ ๑๐,๐๐๑ - ๑๕,๐๐๐ บาท จำนวน ๖๐ คน (ร้อยละ ๑๓.๖๔) และรายได้ ๒๐,๐๐๑ บาทขึ้นไป จำนวน ๔๐ คน (ร้อยละ ๙.๐๙)

๓. พฤติกรรมการเปิดรับรายการรัฐสภาของเรา

๓.๑ ผู้ตอบแบบสอบถามที่รับฟังรายการสดมากที่สุด จำนวน ๔๓๐ คน (ร้อยละ ๙๗.๗๓) และน้อยที่สุด คือ การรับฟังโดยการบันทึกเสียงรายการ จำนวน ๑๐ คน (ร้อยละ ๒.๒๗)

๓.๒ ผู้ตอบแบบสอบถามรับฟังรายการรัฐสภาของเราช่วงเวลา ๑๗.๐๐ - ๑๘.๐๐ น. มากที่สุดจำนวน ๔๓๐ คน (ร้อยละ ๙๗.๗๓) และน้อยที่สุดคือ รับฟังช่วงเวลา ๒๑.๐๐ - ๒๒.๐๐ น. จำนวน ๑๐ คน (ร้อยละ ๒.๒๗)

๓.๓ ผู้ตอบแบบสอบถามรับฟังรายการรัฐสภาของเราทุกวันหรือรับฟังเป็นประจำ จำนวน ๑๑๐ คน (ร้อยละ ๒๕.๐๐) สัปดาห์ละ ๕ - ๖ วัน จำนวน ๖๐ คน (ร้อยละ ๑๓.๖๔) สัปดาห์ละ ๓ - ๔ วัน จำนวน ๑๖๐ คน (ร้อยละ ๓๖.๓๖) สัปดาห์ละ ๑ - ๒ วัน จำนวน ๑๐๐ คน (ร้อยละ ๒๒.๗๓) และเดือนละ ๑ - ๒ วัน จำนวน ๑๐ คน (ร้อยละ ๒.๒๗)

๓.๔ ผู้ตอบแบบสอบถามรับฟังรายการรัฐสภาของเราอยู่ที่บ้านตนเอง จำนวน ๓๓๐ คน (ร้อยละ ๗๕.๐๐) บ้านเพื่อน จำนวน ๒๐ คน (ร้อยละ ๔.๕๕) ที่ทำงาน จำนวน ๔๐ คน (ร้อยละ ๙.๐๙) โรงเรียน/สถานศึกษา จำนวน ๑๐ คน (ร้อยละ ๒.๒๗) และในระหว่างเดินทาง จำนวน ๔๐ คน (ร้อยละ ๙.๐๙)

๓.๕ ผู้ตอบแบบสอบถามรับฟังรายการรัฐสภาของเราตั้งแต่เริ่มต้นจนจบรายการ จำนวน ๓๓๐ คน (ร้อยละ ๗๕.๐๐) เลือกรับฟังเฉพาะช่วงข่าวสารความเคลื่อนไหวในรัฐสภา จำนวน ๒๐ คน (ร้อยละ ๔.๕๕) เลือกรับฟังเฉพาะช่วงความรู้เกี่ยวกับประชาธิปไตย การเมืองภาคประชาชน และรัฐธรรมนูญ จำนวน ๓๐ คน (ร้อยละ ๖.๘๒) การมีส่วนร่วมของสมาชิกรัฐสภาและเลือกรับฟังเฉพาะความรู้เกี่ยวกับรัฐสภาหรือ ศัพท์รัฐสภา จำนวน ๓๐ คน (ร้อยละ ๖.๘๒)

๓.๖ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความชื่นชอบเนื้อหาสาระความรู้ต่างๆ ในการปกครองระบอบประชาธิปไตย จำนวน ๑๙๐ คน (ร้อยละ ๔๓.๑๘) ทำให้ติดตามรับฟังรายการรัฐสภาของเราเป็นประจำ ผู้ดำเนินรายการ จำนวน ๑๒๐ คน (ร้อยละ ๒๗.๒๗) เยาวชนร่วมจัดรายการ จำนวน ๗๐ คน (ร้อยละ ๑๕.๙๑)

๔. สื่อที่ทำให้กลุ่มผู้ฟังรู้จักรายการรัฐสภาของเรา

สื่อวิทยุกระจายเสียงเป็นสื่อที่ทำให้ผู้ฟังรู้จักรายการรัฐสภาของเรามากที่สุดด้วยคะแนนเฉลี่ย ๔.๓๒ รองลงมาคือสื่อบุคคลด้วยคะแนนเฉลี่ย ๓.๗๕ สื่ออินเทอร์เน็ตด้วยคะแนนเฉลี่ย ๓.๕๕ และน้อยที่สุดคือ สื่อนิตยสารหรือวารสารด้วยคะแนนเฉลี่ย ๒.๑๖ และในภาพรวมที่สื่อต่างๆ ทำให้ผู้ฟังรู้จักรายการรัฐสภาของเราในระดับปานกลางด้วยคะแนนเฉลี่ย ๒.๘๗

๕. กิจกรรมที่กลุ่มผู้ฟังมีส่วนร่วมในรายการรัฐสภาของเรา

ผู้รับฟังรายการรัฐสภาของเรา มีส่วนร่วมในรายการรัฐสภาของเราโดยโทรศัพท์ขอเพลง และพูดคุยเรื่องรัฐสภาผ่านทางเฟสบุ๊กมากที่สุดด้วยคะแนนเฉลี่ย ๓.๐๕ หรืออยู่ระดับปานกลาง รองลงมาคือ

โทรศัพท์ไปเล่นเกมชิงรางวัลด้วยคะแนนเฉลี่ย ๒.๙๓ หรืออยู่ระดับปานกลาง โทรศัพท์ไปสอบถามเรื่องรัฐสภา ด้วยคะแนนเฉลี่ย ๒.๙๑ หรืออยู่ระดับปานกลาง และมีส่วนร่วมในรายการด้วยการร่วมพูดคุยทางโทรศัพท์ กับนักการเมืองที่มาร่วมในรายการน้อยที่สุดด้วยคะแนนเฉลี่ย ๒.๑๖ หรืออยู่ระดับน้อย และในภาพรวมการมีส่วนร่วมของผู้รับฟังรายการรัฐสภาของเราอยู่ในระดับปานกลางด้วยคะแนนเฉลี่ย ๒.๖๖

๖. ความต้องการในการรับฟังรายการรัฐสภาของเรา

ผู้รับฟังรายการรัฐสภาของเรามีความต้องการเป็นคนทันสมัยทันเหตุการณ์มากที่สุดด้วยคะแนนเฉลี่ย ๔.๓๐ หรืออยู่ระดับมากที่สุด รองลงมาคือต้องการความรู้ใหม่ๆ เกี่ยวกับรัฐสภาด้วยคะแนนเฉลี่ย ๔.๒๗ หรืออยู่ในระดับมากที่สุด เยาวชนได้เข้าใจเรื่องการเมืองมากขึ้นด้วยคะแนนเฉลี่ย ๔.๒๓ หรืออยู่ระดับมากที่สุด และผู้รับฟังรายการรัฐสภาของเรามีความต้องการน้อยที่สุด คือ ได้เพื่อนใหม่ๆ จากการมีส่วนร่วมในกิจกรรมของรายการด้วยคะแนนเฉลี่ย ๓.๔๕ หรืออยู่ระดับมาก และในภาพรวมที่ผู้รับฟังมีความต้องการในการรับฟังรายการรัฐสภาของเราอยู่ในระดับมากด้วยคะแนนเฉลี่ย ๓.๙๓

๗. ประโยชน์ที่ได้รับจากเนื้อหาสาระรายการรัฐสภาของเรา

ผู้รับฟังรายการรัฐสภาของเราได้รับประโยชน์จากเนื้อหาสาระรายการรัฐสภาของเราที่ทำให้มีความรู้ความเข้าใจถึงสิทธิหน้าที่และเสรีภาพของประชาชน ตามบทบัญญัติในรัฐธรรมนูญมากที่สุดด้วยคะแนนเฉลี่ย ๔.๕๐ หรืออยู่ระดับมากที่สุด รองลงมา คือ ทำให้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการปกครองระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์เป็นประมุขด้วยคะแนนเฉลี่ย ๔.๓๖ หรืออยู่ระดับมากที่สุด ทำให้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการปกครองระบอบประชาธิปไตย และทำให้มีความเข้าใจเกี่ยวกับคำศัพท์รัฐสภาด้วยคะแนนเฉลี่ย ๔.๒๗ หรืออยู่ระดับมากที่สุด และได้รับประโยชน์น้อยที่สุด คือ ทำให้มีความเข้าใจในเรื่องบัญญัติ/แปรญัตติด้วยคะแนนเฉลี่ย ๓.๗๗ หรืออยู่ระดับมาก และประโยชน์ในภาพรวมจากเนื้อหาสาระรายการรัฐสภาของเราอยู่ในระดับมากด้วยคะแนนเฉลี่ย ๔.๑๑ หรืออยู่ระดับมาก

๘. ความพึงพอใจต่อรายการรัฐสภาของเรา

ผู้รับฟังรายการรัฐสภาของเรามีความพึงพอใจต่อรายการรัฐสภาของเราโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากด้วยคะแนนเฉลี่ย ๔.๑๑ และมีความพึงพอใจในด้านเทคนิคในการส่งกระจายเสียงมากที่สุดด้วยคะแนนเฉลี่ย ๔.๒๑ หรืออยู่ระดับมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านช่วงเวลาในการออกอากาศและความยาวของรายการด้วยคะแนนเฉลี่ย ๔.๑๖ หรืออยู่ระดับมาก ด้านผู้ดำเนินรายการด้วยคะแนนเฉลี่ย ๔.๑๒ หรืออยู่ระดับมาก ด้านเนื้อหาสาระรายการด้วยคะแนนเฉลี่ย ๔.๐๗ หรืออยู่ระดับมาก และมีความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ ด้านรูปแบบรายการด้วยคะแนนเฉลี่ย ๔.๐๐ หรืออยู่ระดับมาก

หากมองลึกลงไปรายละเอียดของแต่ละด้าน ผู้รับฟังมีความพึงพอใจเกี่ยวกับสัญญาณเสียงที่ออกอากาศมีความชัดเจนมากที่สุดด้วยคะแนนเฉลี่ย ๔.๕๐ หรืออยู่ระดับมากที่สุด รองลงมาเนื้อหาสาระมีความทันสมัย ทันต่อเหตุการณ์ การนำเสนอเข้าสู่รายการได้น่าฟังและดึงดูดความสนใจ พูด และใช้ภาษาไทยได้ถูกต้อง ชัดเจน เข้าใจง่าย ด้วยคะแนนเฉลี่ย ๔.๒๐ หรืออยู่ในระดับมาก และมีความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ เพลงประกอบรายการมีความเหมาะสมด้วยคะแนนเฉลี่ย ๓.๘๔ หรืออยู่ระดับมาก

๙. ความคิดเห็นและแนวทางในการพัฒนาการนำเสนอรายการรัฐสภาของเราของกลุ่มเป้าหมาย

ผู้ฟังกลุ่มเป้าหมายที่รับฟังรายการรัฐสภาของเราในภูมิภาคทั่วประเทศไทย จำนวน ๔๔๐ คน ได้แสดงความคิดเห็นและแนวทางในการพัฒนาการนำเสนอรายการรัฐสภาของเรา รวม ๖ ประเด็น ดังนี้

๙.๑ ด้านรูปแบบรายการ มีการนำเสนอรายการที่ทันสมัยต่อเหตุการณ์อย่างหลากหลาย รูปแบบและเหมาะสมกับรายการ แต่ควรจัดรูปแบบผสมผสานเพื่อให้กลุ่มประชาชนทั่วไปรับฟังได้ด้วย

๙.๒ ด้านเนื้อหารายการ เนื้อหารายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย นำไปใช้ประโยชน์กับชีวิตประจำวันได้ และเนื้อหาสาระเข้าใจง่าย

๙.๓ ด้านผู้ดำเนินรายการ ผู้ดำเนินรายการมีความรู้ความสามารถในการใช้ทักษะ การพูด และใช้ภาษาไทยได้ถูกต้องตามอักขระ มีน้ำเสียงที่ชัดเจนและศึกษาค้นคว้าสาระความรู้ใหม่ๆ มานำเสนอ ในรายการ แต่ควรจะพัฒนาทักษะการเชื่อมโยงเนื้อหารายการในแต่ละช่วงให้มีความกลมกลืนและเป็นเอกภาพ

๙.๔ ด้านเทคนิค สัญญาณเสียงที่ออกอากาศมีความชัดเจน ใส และความนุ่มนวลของเสียงทุ้ม เสียงแหลม เด่นชัด และระดับสัญญาณเสียงมีความสม่ำเสมอ

๙.๕ ด้านการมีส่วนร่วม กลุ่มผู้ฟังมีส่วนร่วมในรายการบ้าง เช่น การตอบปัญหาในรายการ สอบถามเรื่องการเมืองและสถานการณ์การเมือง

๙.๖ ด้านเนื้อหาสาระความรู้เกี่ยวกับรัฐสภา ผู้ฟังได้รับรู้กิจการและความเคลื่อนไหวภายใน รัฐสภามากขึ้น มีความรู้ความเข้าใจในระบอบการปกครองแบบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็น ประมุข เข้าใจการทำงานของฝ่ายนิติบัญญัติ สิทธิประโยชน์ของประชาชนในการแสดงออก การมีส่วนร่วม ในการปกครองดีมากยิ่งขึ้น จึงขอให้ดำเนินการผลิตรายการรัฐสภาต่อไป

ผลการวิจัยการศึกษาวิเคราะห์เอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

การวิเคราะห์เอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อสนับสนุนการวิจัยเชิงปริมาณให้มีความเด่นชัดมากขึ้น โดยเฉพาะปัญหา อุปสรรค และแนวทางการพัฒนาการนำเสนอรายการรัฐสภาของเรา ซึ่งประกอบด้วย ๔ เรื่อง ดังนี้

๑. การวิเคราะห์เอกสารการศึกษาของนางสาวอินทุกร ชนะนนท์ เกี่ยวกับการเพิ่ม ประสิทธิภาพการผลิตรายการรัฐสภาของเราทาง สวท.

๒. การวิเคราะห์เอกสารการประชุมทางวิชาการมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขต กำแพงแสน ครั้งที่ ๖ ภายใต้หัวข้อเรื่องการประเมินผลคุณภาพรายการวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาของเรา

๓. การวิเคราะห์เอกสารรายงานการวิจัยโครงการวิจัยและประเมินผลการผลิตรายการวิทยุ ท้องถิ่นรายการรัฐสภาของเรา ภายใต้หัวข้อเรื่องการรับรู้การรับฟังและการพัฒนารายการวิทยุรัฐสภาของเรา ประจำปีงบประมาณ ๒๕๕๕

๔. การวิเคราะห์เอกสารรายงานการวิจัยความพึงพอใจในการรับฟังสถานีวิทยุกระจายเสียง แห่งประเทศไทยอำเภอทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช ภายใต้หัวข้อเรื่อง หลักการเข้าถึงกลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย และเทคนิคการดึงดูดผู้ฟังให้ติดตามรับฟังพุทธศักราช ๒๕๔๙

ผลการวิจัยการศึกษาวิเคราะห์เอกสารทั้ง ๔ เรื่อง แสดงให้เห็นว่าการผลิตรายการรัฐสภาของเรา มีปัญหาอุปสรรคและแนวทางในการพัฒนาการนำเสนอรายการรัฐสภาของเราให้มีประสิทธิภาพ ดังนี้

ปัญหาอุปสรรคในการผลิตรายการ	แนวทางการปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพรายการ
<ol style="list-style-type: none"> ๑. รายการขาดการมีส่วนร่วมของสมาชิกรัฐสภา ๒. ทีมงานผลิตรายการขาดการติดตามหรือสำรวจสมาชิกรัฐสภาเข้าร่วมรายการ ๓. รูปแบบรายการไม่สามารถดึงดูดความสนใจ ๔. ยังไม่เป็นรายการสดในทุกสถานี ๕. ยังไม่สามารถเชิญชวนให้สมาชิกรัฐสภาเข้ามามีส่วนร่วมรายการ ๖. เนื้อหาสาระที่เกี่ยวข้องกับความเคลื่อนไหวในรัฐสภายังไม่ถูกต้องชัดเจน ๗. เนื้อหาสาระที่เกี่ยวข้องกับงานของฝ่ายนิติบัญญัติมีความผิดพลาด ๘. ผู้ดำเนินรายการขาดความรู้ในงานของฝ่ายนิติบัญญัติอย่างแท้จริง ๙. ผู้ดำเนินรายการขาดความสามารถในการดึงดูดให้ผู้รับฟังรายการเข้ามามีส่วนร่วม ๑๐. ขาดเครื่องมือและอุปกรณ์ทางเทคโนโลยีที่ทันสมัย ๑๑. ขาดประสบการณ์ ทักษะ และการสร้างความน่าสนใจของรายการ 	<ol style="list-style-type: none"> ๑. จัดทำคู่มือชี้แจงหลักเกณฑ์ วิธีการ กระบวนการ ขั้นตอนต่างๆ ในการผลิตรายการ ๒. จัดให้มีการประชุมสัมมนา เสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจทางด้านองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องในระบบงานของฝ่ายนิติบัญญัติและด้านการเมือง การปกครอง ๓. สนับสนุนให้มีการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ ความรู้ ความคิด และทักษะต่างๆ ในการดึงดูดกลุ่มผู้ฟัง ๔. พุดเชื่อมโยงรูปแบบการนำเสนอที่หลากหลายเข้าด้วยกันและสอดคล้องกับเนื้อหา ๕. ปรับปรุงวิธีการนำเสนอรายการให้น่าสนใจ การใช้เพลงและเสียงประกอบจะต้องเหมาะสมกับกลุ่มผู้รับฟัง ๖. เนื้อหาสาระและข้อมูลจะต้องเลือกเรื่องที่อยู่ในกรอบตัวชีวิตและเป็นเรื่องที่อยู่ในความสนใจของกลุ่มผู้ฟัง ๗. เพิ่มเครือข่ายและการมีส่วนร่วมของกลุ่มผู้ฟังด้วยการให้รางวัลจูงใจ นำกลุ่มผู้ฟังมาร่วมผลิต รายการ เผยแพร่ประชาสัมพันธ์รายการและทำกิจกรรมร่วมกับกลุ่มผู้ฟัง ๘. จัดทำหนังสือแจ้งสมาชิกรัฐสภารับทราบในการเข้ามาร่วมแสดงความคิดเห็น ๙. ควรบริหารจัดการให้ผู้ผลิตรายการได้เข้าใจในระบบงานของรัฐสภาให้มากขึ้น ๑๐. ควรศึกษาและทำความเข้าใจในเนื้อหาสาระให้ชัดเจนระหว่างฝ่ายนิติบัญญัติกับฝ่ายบริหาร ๑๑. ควรเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจทั้งด้านเนื้อหา สาระ ข้อกำหนดต่างๆ ตามตัวชีวิตอย่างถูกต้องชัดเจน ๑๒. จัดทำระบบศูนย์กลางข้อมูลข่าวสาร ๑๓. ควรตรวจสอบความพร้อมของ สวท. แต่ละแห่งที่เข้าร่วมโครงการทั้งเทคโนโลยี ความสมบูรณ์ของระบบ และเขตพื้นที่บริการ ๑๔. ควรตรวจสอบคุณสมบัติของผู้จัดรายการทั้งด้านการใช้อุปกรณ์ทางเทคนิค ความรู้เรื่องหลักการผลิตรายการตามหลักวิชาการ

ปัญหาอุปสรรคในการผลิตรายการ	แนวทางการปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพรายการ
	๑๕. ควรแบ่งช่วงของรายการที่ชัดเจนและเหมาะสม กระชับ ไม่เยิ่นเย้อ และอาจใช้ภาษาถิ่นเพื่อเพิ่มความใกล้ชิด ๑๖. ส่งเสริมการจัดกิจกรรมนอกสถานที่อย่างต่อเนื่อง ๑๗. ติดตามการพัฒนาหรือการเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยีและพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายสม่ำเสมออย่างต่อเนื่อง

ข้อเสนอแนะที่สำคัญต่อสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยในภูมิภาคต่างๆ ที่เข้าร่วมโครงการผลิตรายการวิทยุท้องถิ่นรายการรัฐสภาของเรา ควรจะทำความเข้าใจและศึกษาเรียนรู้หลักการเข้าถึงกลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย ๖ ด้าน คือ ๑) การวางแผนกำหนดกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายให้เด่นชัด ๒) รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับความสนใจและความต้องการของกลุ่มผู้ฟัง ๓) วางแผนกำหนดวัตถุประสงค์ของรายการ ๔) วางแผนกำหนดวิธีการนำเสนอรายการ ๕) กำหนดเวลาในการนำเสนอรายการ และ ๖) กำหนดวิธีการแสดงปฏิริยาสะท้อนกลับ นอกจากนี้ยังต้องเรียนรู้ถึงเทคนิคการดึงดูดผู้ฟังให้ติดตามรับฟังรายการ ๖ ด้าน คือ ๑) การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความนิยมในตัวผู้จัดรายการ รายการ และสถานี ๒) รูปแบบการจัดรายการ ๓) ความหลากหลายของรายการ ๔) การจัดรายการที่เหมาะสมกับเวลาและกลุ่มเป้าหมาย ๕) การจัดรายการเพื่อพัฒนาผู้ฟัง และ ๖) คุณภาพเสียงและกำลังส่งของเครื่องส่งครอบคลุมพื้นที่เขตบริการ

สารบัญ

	หน้า
คำนำ	ก
บทสรุปผู้บริหาร	ข
สารบัญ	ค
สารบัญตาราง	ง
สารบัญแผนภาพ	จ
บทที่ 1 บทนำ	
หลักการและเหตุผลในการศึกษาวิจัย	1
วัตถุประสงค์ในการศึกษาวิจัย	3
ขอบเขตของการศึกษาวิจัย	3
นิยามศัพท์ที่ได้รับ	4
กรอบแนวคิดในการวิจัย	5
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	
ทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์	6
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความต้องการ	10
ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับสารจากสื่อ	13
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ	15
แนวคิดเกี่ยวกับการรณรงค์ทางการสื่อสาร	18
แนวคิดเกี่ยวกับรายการรัฐสภาของเรา	31
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	37
บทที่ 3 ระเบียบการวิจัย	
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	40
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	40
วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	41
การวิเคราะห์ข้อมูล	41
หลักเกณฑ์การให้คะแนน	42
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	45
ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับรายการรัฐสภาของเรา	46
ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับสื่อที่ทำให้กลุ่มผู้ฟังรู้จักรายการ	49
ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมที่กลุ่มผู้ฟังมีส่วนร่วมในรายการรัฐสภาของเรา	50
ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการในการรับฟังรายการรัฐสภาของเรา	51

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ส่วนที่ 6 ข้อมูลเกี่ยวกับประโยชน์ที่ได้รับจากเนื้อหาสาระรายการรัฐสภาของเรา	53
ส่วนที่ 7 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อรายการรัฐสภาของเรา	54
ส่วนที่ 8 ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ	56
1. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นและแนวทางในการพัฒนา การนำเสนอรายการรัฐสภาของเราของกลุ่มเป้าหมาย	56
2. การวิเคราะห์เอกสารการศึกษาของนางสาวอินทุกร ชนชนนท์ เกี่ยวกับการ เพิ่มประสิทธิภาพการผลิตรายการรัฐสภาของเราทาง สวท.	57
3. การวิเคราะห์เอกสารการประชุมทางวิชาการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน ครั้งที่ 6 ภายใต้หัวข้อเรื่องการประชุมผลคุณภาพรายการวิทยุ กระจายเสียงรัฐสภาของเรา	67
4. การวิเคราะห์เอกสารรายงานการวิจัยโครงการวิจัยและประเมินผล การผลิตรายการวิทยุท้องถิ่นรายการรัฐสภาของเราภายใต้หัวข้อเรื่อง การรับรู้การรับฟัง และการพัฒนารายการวิทยุรัฐสภาของเรา ประจำปีงบประมาณ 2555	68
5. การวิเคราะห์เอกสารรายงานการวิจัยความพึงพอใจในการรับฟังสถานี วิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย อำเภอรุ่งแสง จังหวัดนครศรีธรรมราช ภายใต้หัวข้อเรื่อง หลักการเข้าถึงกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายและเทคนิคการดึงดูดผู้ฟังให้ติดตามรับฟังพุทธศักราช 2549	69
บทที่ 5 สรุป อภิปรายและข้อเสนอแนะ	
สรุปผลการศึกษาวิจัย	73
อภิปรายผลการศึกษาวิจัย	78
ข้อเสนอแนะทั่วไป	81
ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป	83
บรรณานุกรม	84
ภาคผนวก	
ภาคผนวก 1 โครงการวิจัยและประเมินผลโครงการผลิตรายการวิทยุท้องถิ่นรายการ รัฐสภาของเรา ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2556	85
ภาคผนวก 2 แบบสอบถามโครงการศึกษาวิจัยความพึงพอใจในการรับฟังและการพัฒนา รายการวิทยุรัฐสภาของเรา ประจำปี 2556	86
ภาคผนวก 3 รายชื่อ สวท. ภูมิภาค จำนวน 50 สถานี ที่เข้าร่วมโครงการผลิตรายการ วิทยุท้องถิ่นรายการรัฐสภาของเรา ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2556	87
ภาคผนวก 4 รายชื่อคณะผู้ศึกษาวิจัยของมหาวิทยาลัยพาณิชย์ศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา และคณะผู้ศึกษาวิจัยของ สวท.สำนักงานกลาง	88

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1. แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	45
2. แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	45
3. แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา	45
4. แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ	46
5. แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้	46
6. แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายการที่รับฟัง	46
7. แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาในการรับฟัง	47
8. แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความถี่ในการรับฟัง รายการรัฐสภาของเรา	47
9. แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่ในการรับฟัง รายการรัฐสภาของเรา	48
10. แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะรับฟัง รายการรัฐสภาของเรา	48
11. แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความชื่นชอบ ที่ทำให้ติดตามรับฟังรายการรัฐสภาของเราเป็นประจำ	49
12. แสดงจำนวนคะแนน คะแนนรวม และคะแนนเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ทำให้กลุ่มผู้รับฟังรู้จักรายการรัฐสภาของเรา	49
13. แสดงจำนวนคะแนน คะแนนรวม และคะแนนเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามกิจกรรมที่มีส่วนร่วมในรายการรัฐสภาของเรา	50
14. แสดงจำนวนคะแนน คะแนนรวม และคะแนนเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความต้องการการรับฟังรายการรัฐสภาของเรา	51
15. แสดงจำนวนคะแนน คะแนนรวม และคะแนนเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประโยชน์ที่ได้รับจากเนื้อหาสาระรายการรัฐสภาของเรา	53
16. แสดงจำนวน คะแนนรวม และคะแนนเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนก ตามความพึงพอใจต่อรายการรัฐสภาของเรา	54

สารบัญแผนภาพ

	หน้า
1. กรอบแนวคิดในการวิจัยความพึงพอใจในการรับฟังและการพัฒนารายการวิทยุ รัฐสภาของเรา	5
2. แบบจำลองอธิบายการใช้สื่อเพื่อสนองความพึงพอใจ	12
3. แผนภาพแสดงขั้นตอนการจัดทำแผนการรณรงค์	30

บทที่ 1

บทนำ

1. หลักการและเหตุผลในการศึกษาวิจัย

วิทยุเป็นสิ่งที่ครอบคลุมพื้นที่ส่วนใหญ่ของประเทศ และมีความสำคัญมากที่สุดในการส่งข่าวสารไปยังประชาชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในพื้นที่ชนบทดังที่เคยเห็นภาพประชาชนออกไปทำไร่ทำนา และพกพาวิทยุไปด้วย ขณะเดียวกันเมื่อมีเหตุการณ์หรือภัยต่าง ๆ เกิดขึ้น การรายงานข่าวทางสื่อวิทยุจะทำได้อย่างรวดเร็ว จึงสามารถทำความเข้าใจกับภาคประชาชนได้เป็นอย่างดี แต่อย่างไรก็ตาม ในยุคปัจจุบันซึ่งเทคโนโลยีมีความก้าวไกลไปมาก สื่อวิทยุจะต้องปรับตัวทั้งด้านโครงสร้าง เทคโนโลยี การมุ่งพัฒนาตัวเองให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายให้ได้มากที่สุดและทั่วถึง เพื่อให้ประชาชนได้รับข่าวสารที่มีประสิทธิภาพและที่สำคัญไม่อาจจะละเลยได้ก็เป็นเรื่องเนื้อหาสาระ เพราะวิทยุมีอิทธิพลต่อการรับรู้ของประชาชนอย่างมาก สามารถส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้ สร้างความรู้ ความเข้าใจ

และเป็นที่ยอมรับกันดีแล้วว่าประชาชนชาวไทยทุกคนมีสิทธิ เสรีภาพ หน้าที่และความเสมอภาคในฐานะพลเมืองไทย และเหตุที่การปกครองในระบอบประชาธิปไตยเป็นการปกครองของประชาชน โดยประชาชนและเพื่อประชาชน ดังนั้นเพื่อให้ประชาธิปไตยแบ่งบานและเติบโตขึ้นในจิตวิญญาณของประชาชนชาวไทย จึงต้องช่วยกันเสริมสร้างให้ประชาชนชาวไทยมีบทบาทในฐานะของความเป็นพลเมืองประชาธิปไตยควบคู่กันไปด้วย อันจะทำให้การปกครองในระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุขเป็นระบอบการปกครองที่ดีที่สุทธระบอบหนึ่ง ซึ่งในช่วงเวลาที่ผ่านมามีการปกครองในระบอบประชาธิปไตยของไทย ได้มีการพัฒนาขึ้นตามลำดับ แต่อย่างไรก็ดียังมีประชาชนจำนวนไม่น้อยที่ยังมีความเข้าใจเรื่องประชาธิปไตยไม่ชัดเจน และมีความรู้ที่คลาดเคลื่อนไปจากความเป็นจริง ซึ่งทุกรัฐบาลที่ผ่านมาก็ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของการปกครองในระบอบประชาธิปไตยเป็นอย่างมาก และได้มุ่งเน้นให้เด็ก เยาวชน ซึ่งเป็นอนาคตของชาติได้สนใจ มีความรู้ ความเข้าใจ รวมทั้งให้มีส่วนร่วมในการปกครองโดยระบอบประชาธิปไตย

ปัจจุบันการให้จะให้เยาวชน นักศึกษาได้แสดงสิทธิ เสรีภาพทางการเมืองของตนเอง เหมือนกับในประวัติศาสตร์นั้น ทำได้ยาก บทบาทของเยาวชนในตอนนี้ที่เหลืออยู่คือการออกไปใช้สิทธิเลือกตั้ง แท้จริงแล้วบทบาทที่สังคมในระบอบประชาธิปไตยได้หยิบยื่นให้ นั้นมีมากกว่า เยาวชนสามารถแสดงความคิดเห็นได้อย่างเสรี วิพากษ์ วิจารณ์ทางการเมืองหรือแม้แต่การเสนอ เรียกร้อง ความเป็นธรรมในสังคมก็สามารถทำได้อย่างเสรี ซึ่งอาจมีหลายปัจจัยทำให้เยาวชนไม่สามารถทำได้ เนื่องจากยุคสมัยได้แปรเปลี่ยนไปตามกาลเวลา อุดมการณ์เริ่มแปรเปลี่ยนไปเป็นค่านิยมที่คิดว่าการเมืองเป็นเรื่องไกลตัว การเมืองเป็นเรื่องของผู้ใหญ่ อุดมการณ์ในยุคนี้มีนิยามที่ต่างออกไปตามกระแสสังคม

ในโลกยุคโลกาภิวัตน์ บทบาทของการสื่อสารมีอิทธิพลกว้างขวาง การแสวงหาความรู้จากข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ สามารถทำได้โดยไม่มีที่สิ้นสุด ทุกคนมีโอกาสในการรับรู้ข้อมูล ความรู้ ตอบสนองความต้องการได้ตลอดเวลา สื่อวิทยุกระจายเสียงซึ่งถือเป็นสื่อที่ลงทุนต่ำเมื่อเทียบกับสื่ออื่น ๆ แต่สามารถเข้าถึงประชาชนได้มากกว่า สามารถสื่อเรื่องราวต่าง ๆ ไปถึงผู้ฟังในทุกสถานการณ์และสื่อวิทยุยังสร้างจินตนาการได้อย่างกว้างไกล หากพิจารณาอย่างผิวเผินแล้ว การเป็นผู้ผลิตรายการ /และการจัดรายการนั้น ดูจะเป็นเรื่องง่าย แต่ในความจริงนั้นไม่ง่ายอย่างที่คิด เพราะผู้ผลิตรายการต้องคำนึงถึงธรรมชาติของสื่อ เทคนิคต่าง ๆ ของการจัดรายการที่เหมาะสม รูปแบบต่าง ๆ ของรายการ นโยบายของทางสถานีหรือนโยบายของรัฐบาล และที่สำคัญก็คือ กลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย การกำหนดกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายที่ชัดเจน จะทำให้รู้ว่าใครคือผู้ฟัง ควรพูดเรื่องอะไร ใช้เทคนิคอะไร เพื่อให้เหมาะสมกับผู้ฟัง

เยาวชน คือ กลุ่มเป้าหมายหนึ่งที่สำคัญโดยธรรมชาติการรับรู้สื่อของเยาวชนนั้น เนื้อหาสาระต้องไม่ยากเกินกว่าที่จะเข้าใจได้เป็นเรื่องที่ใกล้ตัว เช่น เรื่องที่อยู่ในความสนใจ และเยาวชนได้มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น บอกความต้องการ มีผู้รับฟังและพร้อมที่จะเข้าใจ ซึ่งสื่อต่าง ๆ จึงให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกของการนำเด็ก เยาวชนร่วมเป็นผู้ฟังและให้ความร่วมมือในกิจกรรมต่าง ๆ ในที่สุด นอกจากผู้ผลิตรายการจะต้องเข้าใจถึงความต้องการของเด็ก เยาวชน อันจะนำไปสู่การเป็นผู้ฟังที่ดีแล้ว สิ่งหนึ่งที่ต้องคำนึงถึงนั่นคือ หลักศีลธรรม จริยธรรม ที่ต้องปลูกฝังให้เด็กและเยาวชน โดยผ่านการสื่อสารในรูปแบบต่าง ๆ ที่คำนึงถึงความสนใจของเด็ก เยาวชน อาทิ นิทาน เรื่องสั้น ละคร เพราะสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้จะทำให้รายการน่าสนใจมากยิ่งขึ้น

การทำหน้าที่ของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย ที่ผ่านมานับเป็นสื่อที่มีคุณภาพ มีจุดเด่นคือสามารถกระจายเสียงได้ครอบคลุมพื้นที่ในทุกจังหวัดของประเทศ ทำให้ประชาชนที่อาศัยอยู่ในต่างจังหวัดมีโอกาสได้รับฟังข่าวสาร สถานการณ์สำคัญต่าง ๆ และข่าวสารที่ออกอากาศมีความน่าเชื่อถือเป็นข่าวสารที่ถูกต้อง เป็นกลาง ไม่มีอคติ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการถ่ายทอดความคิดเห็นหรือเสียงปราศรัยของสมาชิกรัฐสภาไปสู่ประชาชน การนำข้อมูลข่าวสารจากฝ่ายนิติบัญญัติของรัฐสภาไทยไปสู่ภาคประชาชนได้อย่างกว้างขวาง นอกจากนั้น การส่งข่าวสารการส่งเสริมประชาธิปไตย การรณรงค์ให้ประชาชนออกไปใช้สิทธิเลือกตั้ง เป็นต้น

ดังนั้น สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย กรมประชาสัมพันธ์ ได้ร่วมกับสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร ดำเนินการผลิตและเผยแพร่รายการวิทยุท้องถิ่นรายการรัฐสภาของเรา เพื่อส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจด้านการเมืองการปกครองในระบอบประชาธิปไตย เผยแพร่ทางสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยในส่วนภูมิภาค เข้าร่วมโครงการจำนวน 50 สถานี 44 จังหวัด ทั่วประเทศ จากหลักการและเหตุผลดังกล่าวการจัดการความรู้ ความต้องการและความพึงพอใจของเยาวชน ประชาชนต่อรายการรัฐสภาของเราให้มีคุณภาพและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น จึงได้ดำเนินโครงการประเมินผลการผลิตรายการวิทยุท้องถิ่นรายการรัฐสภาของเราประจำปีงบประมาณ 2556 ในหัวข้อความพึงพอใจในการรับฟังและการพัฒนารายการวิทยุรัฐสภาของเรา

2. วัตถุประสงค์ในการศึกษาวิจัย

- 2.1 เพื่อศึกษาการรับฟังความต้องการและความพึงพอใจของเยาวชนและประชาชนต่อรายการรัฐสภาของเรา
- 2.2 เพื่อค้นหาปัญหาและอุปสรรคในการเปิดรับรายการรัฐสภาของเรา
- 2.3 เพื่อค้นหาแนวทางในการพัฒนาการนำเสนอรายการรัฐสภาของเราให้มีคุณภาพและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น

3. ขอบเขตของการศึกษาวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาถึงพฤติกรรมการเปิดรับความต้องการและความพึงพอใจต่อรายการรัฐสภาของเรา ของเยาวชนเพื่อนำองค์ความรู้มาใช้ในการผลิตรายการให้มีคุณภาพ และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น โดยมีขอบเขตของการศึกษาวิจัย ดังนี้

3.1 ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยเป็นเยาวชนและประชาชนในพื้นที่เขตบริหารของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย ในภูมิภาคที่เข้าร่วมโครงการ จำนวน 50 สถานี 44 จังหวัดทั่วประเทศ ดังนี้

1. สำนักประชาสัมพันธ์เขต 1 ขอนแก่น จำนวน 8 จังหวัด 9 สถานี คือ สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยจังหวัดกาฬสินธุ์ ขอนแก่น ชัยภูมิ มหาสารคาม เลย หนองคาย อ่างทอง (ขอนแก่น) บึงกาฬ และหนองบัวลำภู

2. สำนักประชาสัมพันธ์เขต 2 อุบลราชธานี จำนวน 7 จังหวัด 7 สถานี คือ สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยจังหวัดบุรีรัมย์ มุกดาหาร ร้อยเอ็ด สุรินทร์ อำนาจเจริญ ศรีสะเกษ และยโสธร

3. สำนักประชาสัมพันธ์เขต 3 เชียงใหม่ จำนวน 8 จังหวัด 9 สถานี คือ สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยจังหวัดเชียงราย น่าน พะเยา แพร่ แม่ฮ่องสอน ลำปาง ลำพูน อ่างทอง (เชียงใหม่) และอำเภอแม่สะเรียง(แม่ฮ่องสอน)

4. สำนักประชาสัมพันธ์เขต 4 พิษณุโลก จำนวน 6 จังหวัด 7 สถานี คือ สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยจังหวัดกำแพงเพชร ตาก นครสวรรค์ เพชรบูรณ์ สุโขทัย อุตรดิตถ์ และอำเภอแม่สอด(ตาก)

5. สำนักประชาสัมพันธ์เขต 5 สุราษฎร์ธานี จำนวน 5 จังหวัด 7 สถานี คือ สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยจังหวัดกระบี่ ชุมพร อำเภอทุ่งสง(นครศรีธรรมราช) ระนอง ชุมพร พังงา ภูเก็ต

6. สำนักประชาสัมพันธ์เขต 6 สงขลา จำนวน 5 จังหวัด 6 สถานี คือ สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยจังหวัดตรัง ปัตตานี สตูล พัทลุง อำเภอสุไหง-โกลก(นราธิวาส) และนราธิวาส

7. สำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 จันทบุรี จำนวน 3 จังหวัด 3 สถานี คือ สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยจังหวัดจันทบุรี ชลบุรี และตราด

8. สำนักประชาสัมพันธ์เขต 8 กาญจนบุรี จำนวน 2 จังหวัด 2 สถานี คือ สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยจังหวัดราชบุรี และสุพรรณบุรี

โดยการสุ่มตัวอย่างประชากรแบบเจาะจงจากกลุ่มประชากรในเขตพื้นที่บริการของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย ที่เข้าร่วมโครงการทั้ง 8 สำนักประชาสัมพันธ์เขตทั่วประเทศ จำนวน 50 สถานี 44 จังหวัด สถานีละ 10 คน รวมจำนวน 500 คน

3.2 มุ่งศึกษาพฤติกรรมการรับฟังความต้องการและความพึงพอใจของเยาวชนและประชาชนต่อรายการรัฐสภาของเรา

3.3 มุ่งศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคในการเปิดรับรายการรัฐสภาของเรา

3.4 มุ่งศึกษาถึงแนวทางในการพัฒนาการนำเสนอรายการรัฐสภาของเราให้มีคุณภาพและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น

3.5 ช่วงเวลาในการศึกษาระหว่างวันที่ 1 เดือน มิถุนายน ถึง วันที่ 30 เดือน สิงหาคม พุทธศักราช 2556

4. นิยามศัพท์เฉพาะ

พฤติกรรมการรับฟัง หมายถึง การรับฟัง ความถี่ในการรับฟัง ลักษณะการรับฟัง วัตถุประสงค์ในการรับฟัง ช่วงเวลา สถานีและกิจกรรมการมีส่วนร่วมในการรับฟังรายการรัฐสภาของเราผ่านทางสื่อวิทยุกระจายเสียงของกรมประชาสัมพันธ์ในภูมิภาคต่าง ๆ 50 สถานี 44 จังหวัด

ความต้องการ หมายถึง ความอยากได้ อยากให้มีการพัฒนารายการรัฐสภาของเราในด้านรูปแบบรายการ เนื้อหารายการ ด้านเทคนิคเกี่ยวกับสัญญาณเสียงที่ออกอากาศ การมีส่วนร่วมของผู้ฟังในรายการและความรู้เรื่องรัฐสภา ที่มีคุณภาพทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ

ความพึงพอใจในการรับฟัง หมายถึง ระดับความรู้สึกชอบของบุคคลที่มีต่อรายการรัฐสภาของเราในด้านรูปแบบรายการ เนื้อหารายการ ผู้ดำเนินรายการ และด้านเทคนิคที่เกี่ยวกับสัญญาณเสียงต่าง ๆ

รายการรัฐสภาของเรา หมายถึง รายการที่ผลิตโดยสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย ในส่วนภูมิภาคทั่วประเทศ ร่วมกับสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร ซึ่งเป็นรายการสดมุ่งกลุ่มผู้ฟังหลักเป็น เยาวชนอายุระหว่าง 15-25 ปี และกลุ่มเป้าหมายเป็นประชาชนทั่วไป โดยมีเนื้อหาสาระเกี่ยวกับการปกครองในระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข ข้อมูลข่าวสารของรัฐสภา บทบัญญัติของรัฐธรรมนูญ การเมืองภาคประชาชน ความคิดเห็นต่าง ๆ ของสมาชิกรัฐสภา รวมทั้งการมีส่วนร่วมของผู้ฟังรายการ

5. ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษาวิจัย

5.1 ได้สารสนเทศถึงพฤติกรรมการรับฟัง ความต้องการ และความพึงพอใจของเยาวชนและประชาชนที่มีต่อรายการรัฐสภาของเรา

5.2 ได้สารสนเทศถึงปัญหาและอุปสรรคในการเปิดรับรายการรัฐสภาของเรา

5.3 ได้สารสนเทศถึงแนวทางในการพัฒนาการนำเสนอรายการรัฐสภาของเราให้มีคุณภาพและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น



กรอบแนวคิดในการวิจัย “ความพึงพอใจในการรับฟังและการพัฒนารายการวิทยุรัฐสภาของเรา”

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การประเมินผลโครงการผลิตรายการท้องถิ่นรายการ รัฐสภาของเรา ประจำปีงบประมาณ 2556 ในหัวข้อความพึงพอใจในการรับฟังและการพัฒนารายการวิทยุรัฐสภาของเรา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการรับรู้และความพึงพอใจของเยาวชนและประชาชนต่อรายการวิทยุรัฐสภาของเรา และเพื่อศึกษาแนวทางในการพัฒนาการผลิตรายการวิทยุรัฐสภาของเราให้มีคุณภาพและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายให้มากที่สุด ทางคณะผู้วิจัยได้นำแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาประกอบการศึกษา ดังนี้

1. ทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความต้องการ
3. ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมกรการเปิดรับสารจากสื่อ
4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ
5. แนวคิดเกี่ยวกับการรณรงค์ทางการสื่อสาร
6. แนวคิดเกี่ยวกับรายการรัฐสภาของเรา
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. ทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์

การวิเคราะห์ผู้รับสารเป็นการศึกษาวิจัยที่นักวิชาการสื่อสาร ให้ความสนใจมานานแล้ว เนื่องจากผู้รับสารเป็นตัวแปรที่สามารถให้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์ต่อการปรับปรุงประสิทธิภาพของการสื่อสารได้ดีที่สุด และเมื่อวิชาการสื่อสารได้พัฒนามาจนถึงยุคของการนำมาใช้ประโยชน์ทางการตลาด การมองผู้รับสารว่าเป็นตลาดที่สามารถขายสินค้า บริการ ตลอดจนข่าวสารข้อมูลได้ผู้รับสารได้กลายเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการวิชาชีพทางการสื่อสาร เช่น นักประชาสัมพันธ์ นักโฆษณาและผู้จัดรายการวิทยุ โทรทัศน์ ให้ความสนใจมากเกือบจะเป็นอันดับแรก การศึกษาวิจัยเกี่ยวกับผู้รับสารจึงมีการพัฒนาทั้งในแง่ของทฤษฎีแนวคิดและรูปแบบมากกว่าการศึกษาวิเคราะห์องค์ประกอบอื่น ๆ ของการสื่อสาร

การศึกษาวิจัยเกี่ยวกับผู้รับสารในยุคเริ่มแรกเป็นการวิเคราะห์แบบง่ายไม่ได้ใช้ตัวแปรที่เป็นนามธรรมหรือตัวแปรที่เป็นลักษณะทางจิตใจ เช่น ทศนคติ หรือแรงจูงใจ ตัวแปรที่มักจะใช้กันในการศึกษาวิจัยจึงมักเป็นตัวแปรที่เห็นได้ชัดเจน หรืออาจวัดได้ด้วยการใช้คำถามแบบตรงไปตรงมาหรือบางตัวแปรอาจไม่ต้องใช้การถามเลยก็ได้ เช่น เพศ ลักษณะของตัวแปรกลุ่มนี้เราเรียกกันรวม ๆ ว่าตัวแปรทางประชากร (Demographic Variables) ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ ฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม (Socioeconomic Status) ภูมิลำเนา ศาสนา ฯลฯ จะเห็นได้ว่าการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับสิ่งเหล่านี้ไม่ใช่เรื่องยาก แม้ว่าอาจไม่ได้ข้อมูลที่ถูกต้องแน่นอน และหลายตัวแปรนั้นสามารถ

ประเมินเอาด้วยวิธีสังเกต หรือวิธีอื่น ๆ ก็สามารถคาดคะเนได้ถูกต้องใกล้เคียงพอสมควร เช่น กรณีของอายุหรือรายได้ ซึ่งหากผู้รับสารไม่ต้องการแจ้งข้อมูลตามความจริง ก็อาจใช้วิธีการคาดคะเนเอาได้ ไม่คลาดเคลื่อนไปมากนัก

แนวคิดด้านประชากรนี้เป็นทฤษฎีที่ใช้หลักการของความเป็นเหตุเป็นผล กล่าวคือ พฤติกรรมต่าง ๆ ของมนุษย์เกิดขึ้นตามแรงบังคับจากภายนอกมากระตุ่น เป็นความเชื่อว่ามนุษย์ดำเนินชีวิตตามแบบฉบับที่สังคมได้วางเป็นแม่บทไว้ให้ พฤติกรรมของคนที่มีอายุในวันเดียวกัน จะเป็นเช่นเดียวกัน เนื่องจากสภาพสังคมได้วางแบบอย่างไว้ให้แล้ว สำหรับคนรุ่นนั้น ๆ สังคมทำให้ผู้หญิงมีลักษณะนิสัย และพฤติกรรมแตกต่างจากผู้ชาย คนที่มีการศึกษาแตกต่างไปจากคนที่ด้อยการศึกษา กล่าวโดยสรุปคือ แนวคิดด้านประชากรเชื่อในความคิดที่ว่า คนที่มีคุณสมบัติทางประชากรที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันไปด้วย

การสื่อสารก็จัดเป็นพฤติกรรมสำคัญอย่างหนึ่งของมนุษย์ เมื่อบุคคลที่มีคุณสมบัติทางประชากรแตกต่างกัน มีพฤติกรรมทั่ว ๆ ไปแตกต่างกัน ดังนั้นนักวิชาการสื่อสารบางกลุ่ม จึงเชื่อว่า พฤติกรรมเกี่ยวกับการสื่อสารของบุคคลนั้น ๆ จึงน่าจะแตกต่างกันด้วย พฤติกรรมการสื่อสารดังกล่าว นอกจากจะหมายถึง การเลือกใช้ถ้อยคำในภาษาหรือการใช้วัจนะภาษา ตลอดจนกลยุทธ์ต่าง ๆ ในการสื่อสารให้สำเร็จตามประสงค์แล้ว ยังรวมไปถึงการเลือกหรือเปิดรับข่าวสารข้อมูลจากสื่อต่าง ๆ ตามที่ผู้รับสารต้องการ งานวิจัยที่ใช้ทฤษฎีประชากรมักจะมองหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้านประชากรกับพฤติกรรมเปิดรับสารจากสื่อต่าง ๆ เนื่องจากบุคคลที่อยู่ในแต่ละกลุ่มประชากรย่อมจะมีกิจกรรมและการดำเนินชีวิต ตลอดจนการมีเวลาว่างที่แตกต่างกัน ผู้หญิงที่เป็นกลุ่มแม่บ้านมักนิยมฟังวิทยุและดูโทรทัศน์มากกว่าเปิดรับสื่ออย่างอื่น คนที่มีการศึกษาน้อยนิยมฟังวิทยุ หรือดูโทรทัศน์มากกว่าอ่านหนังสือหรือหนังสือพิมพ์ คุณสมบัติทางประชากรได้ผลักดันให้คนที่มีคุณสมบัติเช่นเดียวกันต้องมีกิจกรรมในทำนองเดียวกันและพฤติกรรมต่าง ๆ ก็คล้ายคลึงกันหรือเหมือนกัน นักวิชาการสื่อสารจะให้ความสนใจกับปริมาณการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ ที่มีงานวิจัยที่ใช้แนวคิดทางประชากรเกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งงานวิจัยเกี่ยวกับผู้รับสารในสังคมอเมริกัน ซึ่งเป็นประเทศที่มีการพัฒนาทางสื่อสารมวลชนล้ำหน้าไปก่อนประเทศอื่น ๆ แม้จะเป็นเพียงที่ได้เห็นจากการศึกษาเพียงแคในสังคมเดียว แต่ก็เป็นที่น่าสนใจมากเนื่องจากสังคมต่าง ๆ ในโลกกำลังพัฒนาไปในทิศทางเดียวกัน คือการนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามาใช้ในประเทศและประชาชนทั่วไปมีโอกาสได้สัมผัสกับเทคโนโลยีที่จะได้รับข่าวสารจากสื่อมวลชนได้สะดวกรวดเร็วมากยิ่งขึ้น แม้แต่ในประเทศสังคมนิยมทั่วไปก็เริ่มปรับนโยบายเพื่อพัฒนาประเทศให้เปิดรับความเป็นเสรีนิยมด้านเศรษฐกิจ นับตั้งแต่สหภาพโซเวียต จีน และหลายประเทศในกลุ่มยุโรปตะวันตก

ซึ่งโดยทั่วไปผู้จัดรายการอาจจัดประเภทกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายได้หลายแนว เช่น จำแนกกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายตามสภาพสังคมที่แตกต่างกัน จำแนกกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายตามสภาพภูมิศาสตร์ เป็นต้น อย่างไรก็ตามส่วนใหญ่กลุ่มผู้ฟังมักจะมี ความแตกต่างกันในลักษณะต่อไปนี้ คือ

1. อายุ
2. เพศ
3. สภาพแวดล้อม ถิ่นที่อยู่

4. การศึกษา

5. อาชีพ

ความแตกต่างกันเหล่านี้จะส่งผลให้ความสนใจและความต้องการแตกต่างกันไปด้วย กล่าวคือ

อายุ กลุ่มผู้ฟังรายการวิทยุกระจายเสียงอาจมีตั้งแต่อายุ 3 ขวบ ไปจนถึงอายุ 80 หรือ 90 ปี ก็ได้ แต่ถ้าพิจารณาแบ่งกลุ่มผู้ฟัง อาจแบ่งตามช่วงวัยอย่างคร่าว ๆ เป็น ช่วงก่อนวัยเรียน ช่วงวัยเรียน ช่วงวัยรุ่น และช่วงวัยผู้ใหญ่ แต่ละช่วงวัยล้วนมีความสนใจและความต้องการแตกต่างกันไป

ช่วงก่อนวัยเรียน ความสนใจของกลุ่มผู้ฟังในช่วงวัยนี้มักจะให้ความสนใจอยากทำความรู้จักกับเรื่องที่อยู่แวดล้อมใกล้ตัว อยากรู้เกี่ยวกับธรรมชาติของตน นก สัตว์ ต้นไม้ สิ่งแวดล้อม และยังสนใจชอบฟังเรื่องเทพดา นางฟ้า นิทาน นิยายต่าง ๆ

ช่วงวัยเรียน กลุ่มผู้ฟังช่วงวัยนี้ในช่วงต้น ๆ อายุ 6-8 ปี ยังชอบนิทาน ตำนานต่าง ๆ แต่จะเริ่มสนใจเกี่ยวกับชีวิตจริงมากขึ้นตามอายุที่ผ่านไป เด็กชายจะชอบเรื่องการผจญภัย เรื่องลึกลับ เครื่องยนต์กลไก กีฬา ส่วนเด็กหญิงก็จะชอบเรื่องเกี่ยวกับชีวิตในบ้าน เลี้ยงสัตว์

ช่วงวัยรุ่น ในช่วงวัยนี้จะมีความเป็นตัวเองมากขึ้น มีความสนใจมีความต้องการและรสนิยมเป็นของตัวเอง สนใจกับเรื่องของสังคมมากขึ้น

ช่วงวัยผู้ใหญ่ สำหรับความสนใจของกลุ่มผู้ฟังกลุ่มนี้อาจจะต้องพิจารณาร่วมไปกับปัจจัยอื่น ๆ เช่น อาชีพ ระดับการศึกษา ถิ่นที่อยู่ เป็นต้น แต่กล่าวโดยทั่วไปช่วงวัยผู้ใหญ่เป็นวัยแห่งการทำงาน ดังนั้นสิ่งที่ผู้ฟังกลุ่มนี้ให้ความสนใจจะเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการทำงานอาชีพเป็นส่วนใหญ่

เพศ ความสนใจของเพศหญิงและเพศชายจะมีความแตกต่างกันตั้งแต่ช่วงวัยเด็กตั้งจะเห็นได้ว่า เด็กผู้หญิงส่วนใหญ่มักจะชอบเล่นในลักษณะที่ไม่โลดโผน เช่น เล่นขายของ เล่นบ้าน ในขณะที่เด็กผู้ชายให้ความสนใจกับกิจกรรมที่มีความท้าทายตื่นเต้นเหมาะสมกับวัยต่อไป เช่น บางคนอาจจะชอบการแข่งขัน ในขณะที่อีกคนชอบกีฬา เป็นต้น

สภาพแวดล้อม ถิ่นที่อยู่ คำว่าสภาพแวดล้อมในที่นี้ หมายถึง ตั้งแต่สภาพรอบ ๆ ตัวบุคคล ในระดับครอบครัวไปจนถึงระดับชุมชน ความแตกต่างกันในด้านสภาพแวดล้อมนี้ก่อให้เกิดความแตกต่างในรายละเอียดปลีกย่อยที่มีความสำคัญ ได้แก่

1. ความแตกต่างกันในเรื่องภูมิหลัง เช่น ในครอบครัวแต่ละครอบครัวจะมีวิธีการเลี้ยงดูลูกแตกต่างกัน ซึ่งจะมีผลต่อความสนใจของบุคคลด้วย ยกตัวอย่างเช่น ในครอบครัวที่แม่สนใจดนตรีตลอดเวลาแม่มักจะเปิดดนตรี เพลงให้ลูกฟัง ชวนลูกคุยเกี่ยวกับดนตรีลูก ๆ ในครอบครัวนี้อาจจะสนใจดนตรีมากกว่าเพื่อน ๆ ดังนั้น เด็กคนหนึ่งอาจให้ความสนใจที่จะเปิดรับฟังรายการดนตรีมากกว่ารายการประเภทอื่น ๆ เป็นต้น

2. ความแตกต่างกันในเรื่องประสบการณ์ กลุ่มผู้ฟังที่อยู่ในแต่ละภาคมักจะให้ความสนใจกับรายการที่มีความเกี่ยวข้องกับถิ่นที่อยู่ของตนมากกว่า เมื่อพูดถึงเรื่องใดเรื่องหนึ่งก็จะสามารถเข้าใจได้ง่าย เพราะมีประสบการณ์เดิมอยู่ เช่น ผู้ที่อยู่ใกล้ทะเลมักจะสนใจรายการที่มีเนื้อหาเกี่ยวเนื่องกับทะเล ในขณะที่ชาวตอยไม่สนใจรายการนี้ เพราะไม่มีประสบการณ์นี้ภาพไม่ออก หรือเมื่อพูดถึงคอมพิวเตอร์ คนในเมืองใหญ่รู้จักดีแต่คนที่อยู่ห่างออกไปอาจจะนึกภาพไม่ออก เป็นต้น

3. ความแตกต่างกันในเรื่องการใช้ภาษา ถึงแม้ประเทศไทยจะไม่กว้างใหญ่นักแต่ในแต่ละท้องถิ่นก็มีความแตกต่างกันในเรื่องการใช้ภาษาอยู่บ้าง ทั้งนี้อาจจะแตกต่างกันในลักษณะภาษาถิ่นกับภาษากลาง เช่น ถ้าจะถามว่า “จะไปไหน” คนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือจะถามว่า “ไปไส” หรือความแตกต่างกันในรายละเอียดของภาษา เช่น คนกรุงเทพฯ อาจบอกว่า “กรุณานำบัตรประจำตัวมาด้วย” แต่ถ้าพูดกับคนใต้อาจจะต้องบอกว่า “พาบัตรประจำตัวมาด้วย” เป็นต้น

การศึกษา ด้านการศึกษานั้นพิจารณาได้ 2 ประเด็นใหญ่ ๆ คือ

1. ความแตกต่างของระดับการศึกษา
2. ความแตกต่างของสาขาวิชา

1. ความแตกต่างของระดับการศึกษา ส่วนใหญ่กลุ่มผู้ฟังที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันนั้นยังระดับการศึกษาแตกต่างกันมากเท่าไร แนวโน้มความสนใจย่อมแตกต่างกันไปมากเท่านั้น เช่น กลุ่มผู้ฟังกลุ่มแรกจบการศึกษาระดับประถมศึกษาปีที่ 4 กับกลุ่มผู้ฟังกลุ่มที่ 2 ที่จบการศึกษาระดับปริญญาเอก ถ้าเราจัดรายการเกี่ยวกับเรื่องสินค้าส่งออกของไทย กลุ่มผู้ฟังกลุ่มแรกอาจจะอยากฟังเพียงแต่ว่าสินค้าที่ตนมีอะไรบ้างที่จะส่งออกได้ ในขณะที่กลุ่มผู้ฟังกลุ่มหลังอาจจะสนใจอยากทราบตั้งแต่ลักษณะสินค้าที่จะส่งออกได้ไปจนถึงปัญหาอุปสรรคการส่งออก แนวโน้มการขยายในอนาคตรวมทั้งการวิเคราะห์เปรียบเทียบการส่งออกของประเทศอื่น ๆ เหล่านี้ เป็นต้น

2. ความแตกต่างของสาขาวิชา เช่น กลุ่มผู้ฟังที่ศึกษาคนละสาขาวิชา เช่น นักวิทยาศาสตร์กับนักภาษาศาสตร์ อาจให้ความสนใจในการฟังรายการแตกต่างกันไป รายการที่จัดขึ้นโดยใช้ศัพท์เทคนิคเชิงวิทยาศาสตร์มาก ๆ นักภาษาศาสตร์อาจฟังไม่เข้าใจและไม่สนใจ เป็นต้น

อาชีพ กลุ่มผู้ฟังที่มีอาชีพแตกต่างกันมักจะให้ความสนใจในการฟังรายการแตกต่างกัน เช่น เกษตรกรมักจะให้ความสนใจในเรื่องที่เกี่ยวกับการเกษตร ในขณะที่นักวิชาการมักจะให้ความสนใจเกี่ยวกับเรื่องราวเชิงวิชาการ อาจกล่าวโดยสรุปได้ว่ากลุ่มผู้ฟังประกอบอาชีพใดก็มักจะให้ความสนใจในวิชาชีพของตนเอง

ความแตกต่างกันในลักษณะต่าง ๆ ดังรายละเอียดข้างต้นนี้เป็นผลทำให้ความสนใจ ความต้องการ ตลอดจนพฤติกรรมการรับฟังรายการวิทยุแตกต่างกันออกไป ในเรื่องนี้ได้มีผู้ทำการวิจัยเชิงสำรวจเกี่ยวกับความต้องการรายการวิทยุกระจายเสียงของประชาชนไว้ ที่จะช่วยสนับสนุนให้เห็นชัดขึ้น ดังได้ตัดตอนผลการวิจัยบางส่วนมาเสนอในเรื่องต่อไป

ดังได้กล่าวไว้ในตอนต้นแล้วว่า การกำหนดกลุ่มเป้าหมายผู้ฟังรายการวิทยุ นั้น เพื่อจะหาตัวร่วมในด้านความสนใจ และความต้องการของผู้ฟัง ดังนั้น จึงสรุปได้ว่า โดยหลักการใหญ่ในการจัดประเภทกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายจะต้องพยายามจัดให้กลุ่มผู้ฟังเป้าหมายมีความแตกต่างกันให้น้อยที่สุด โดยอาจแบ่งประเภทกลุ่มเป้าหมายได้หลายแบบดังนี้ คือ

1. แบ่งตามวัน
2. แบ่งตามเพศ
3. แบ่งตามสภาพแวดล้อม ถิ่นที่อยู่
4. แบ่งตามการศึกษา
5. แบ่งตามอาชีพ

หากผู้จัดรายการกำหนดประเภทกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายได้เด่นชัดเช่นนี้ จะช่วยเป็นแนวทางให้สามารถจัดรายการได้ง่ายขึ้น โดยจะสามารถกำหนดเนื้อหาตลอดจนรูปแบบรายการและสามารถเลือกใช้ภาษาได้เหมาะสมกับความสนใจ ความต้องการ ทำให้มีแนวโน้มที่จะประสบผลสำเร็จในการจัดรายการสูงขึ้น ดังนั้นทุกครั้งที่วางแผนจัดรายการใหม่ จึงควรคำนึงถึงและกำหนดประเภทกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายก่อนดำเนินการจัดรายการ

2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความต้องการ

ความหมายของความต้องการ (พจนานุกรมในไทยฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2525) กล่าวถึง “ความต้องการ” ว่าหมายถึง ความอยากได้ ใครได้หรือประสงค์จะได้ และเมื่อเกิดความรู้สึกดังกล่าวจะทำให้ร่างกายเกิดความขาดสมดุล เนื่องจากมีสิ่งเร้ามากระตุ้นมีแรงขับภายในเกิดขึ้นทำให้ร่างกายไม่อาจอยู่นิ่ง จึงต้องพยายามดิ้นรนและแสวงหาเพื่อตอบสนองความต้องการนั้น ๆ เมื่อร่างกายได้รับการตอบสนองแล้วร่างกายมนุษย์ก็จะกลับสู่สภาวะสมดุลอีกครั้งหนึ่ง และก็จะเกิดความต้องการใหม่ ๆ เกิดขึ้นมาทดแทนวนเวียนอยู่ไม่มีที่สิ้นสุด ดังที่กล่าวว่ามีมนุษย์นั้นเพียรพยายามทุกวิถีทางที่จะบรรลุลความต้องการขั้นแรกได้รับการตอบสนองแล้ว ความต้องการขั้นนั้นก็ลดลง ความสำคัญลงจนหมดความสำคัญไป แต่จะเกิดความสนใจและความต้องการสิ่งใหม่อีกต่อไป แต่ความต้องการขั้นต้น ๆ ที่ได้รับการตอบสนองไปเรียบร้อยแล้วนั้น อาจกลับมาเป็นความจำเป็นหรือความต้องการครั้งใหม่อีกได้ เมื่อการตอบสนองความต้องการครั้งแรกได้สูญเสียหรือขาดไป และความต้องการที่เคยมีความสำคัญจะลดความสำคัญลงเมื่อมีความต้องการใหม่ ๆ เข้ามาแทนที่นอกจากนั้นแล้ว Gilmer(1960) (อ้างถึงในธีระศักดิ์ ศรีวิชัย,2540) กล่าวว่า “มนุษย์มีความต้องการหลากหลายสิ่งหลายอย่าง เช่น อาหาร อากาศ น้ำ ที่อยู่อาศัย รวมทั้งสิ่งอื่น ๆ ด้วย เช่น การยอมรับนับถือ สถานภาพ การเป็นเจ้าของ ฯลฯ แต่อย่างไรก็ตาม โดยทั่วไปความต้องการเหล่านี้ยากที่จะได้รับความต้องการทางด้านปัญญานั้นยังไม่เพียงพอ เพราะสามารถสารสนเทศอาจสนองความต้องการทางอารมณ์ เช่น ต้องการความสำเร็จ การได้รับความยกย่อง ความภาคภูมิใจ นอกจากนี้ความต้องการทางอารมณ์อาจเป็นปัจจัยในการเลือกช่องทางการสื่อสารอีกด้วย (ทรงพล ภูมิพัฒน์,2538)

ทฤษฎีความต้องการของ Maslow (1970) (อ้างในโยธิน ศันสนยุทธ์,2533) แบ่งชนิดความต้องการตามหลักพัฒนาการของมนุษย์ออกเป็น 5 ชั้น คือ

1. ความต้องการทางร่างกาย (Physiological Need) เป็นความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์ ได้แก่ ความต้องการในเรื่องของอากาศ ความต้องการอาหาร น้ำ เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย ยารักษาโรค และความต้องการทางเพศ เป็นต้น

2. ความต้องการความมั่นคง และความปลอดภัยในชีวิต (Safety and Security Needs) ได้แก่ ความต้องการอยู่อย่างมั่นคง และปลอดภัยจากการถูกทำร้ายหรือถูกขโมยทรัพย์สินหรือความมั่นคงในการทำงาน และการมีชีวิตอยู่อย่างมั่นคงในสังคม

3. ความต้องการด้านสังคม (Social Needs) ได้แก่ ความต้องการที่จะให้สังคมยอมรับว่าตนเป็นส่วนหนึ่งของสังคม

4. ความต้องการที่จะมีเกียรติยศชื่อเสียง (Esteem Needs) เป็นความต้องการดีเด่นในเรื่องใดเรื่องหนึ่งที่จะให้ได้รับการยกย่องจากบุคคลอื่น ความต้องการด้านนี้เป็นความต้องการระดับสูงที่เกี่ยวกับความมั่นใจในตนเองในเรื่องขอความรู้ ความสามารถ และความสำเร็จของบุคคล

5. ความต้องการประสบความสำเร็จในชีวิต (Self Actualization Needs) นอกจากความต้องการทั้ง 4 ข้อแล้ว มนุษย์ยังมีความต้องการสูงสุดคือความสำเร็จในชีวิต ซึ่งนับว่าเป็นการนำมาสู่ความสุขอีกรูปแบบหนึ่ง ซึ่งเป็นความต้องการที่อยากจะให้เกิดความสำเร็จในทุกอย่างตามความนึกคิดของตนเอง เพื่อที่จะพัฒนาตัวเองให้ดีที่สุดเท่าที่จะทำได้

ความต้องการระดับนี้แล้ว ความต้องการความมั่นคงและปลอดภัยในชีวิต จึงจะมีความสำคัญต่อตนเองเพิ่มขึ้น และตราบดีที่บุคคลยังไม่รู้สึกปลอดภัยหรือมั่นคง ความต้องการด้านอื่น ๆ ที่สูงขึ้นไปจะยังไม่เกิดขึ้น

ดังนั้น ในการศึกษาถึงความต้องการนั้นๆ ความต้องการนี้จะจัดอยู่ในระดับต้น ๆ ที่ไม่ใช่ลำดับที่ 5 ลำดับที่ 5 จะเป็นความต้องการในขั้นของการประสบความสำเร็จในทุก ๆ ด้านแล้ว ซึ่งความต้องการในการเปิดรับข่าวสารของนักเรียนนั้นเป็นการค้นคว้าหาความรู้เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ มีการมุ่งหวังให้เกิดผลต่อจากการเปิดรับข่าวสารนั้น ๆ อาจจะเพื่อหน้าที่การงานหรือเพื่อระดับความรู้ หรือเพื่อใช้ในการทำกิจกรรม ฯลฯ

ทฤษฎีสองปัจจัย Frederick Herzber (1959) (อ้างถึงในทรงพล ภูมิพัฒน์, 2538) ได้สร้างทฤษฎีขึ้นมาโดยได้ลบล้างความเชื่อว่า เงินเป็นเพียงสิ่งเดียวที่กระตุ้นให้คนอยากจะทำงานจากการสัมภาษณ์วิศวกร และนักบัญชี 200 คน จากโรงเรียนอุตสาหกรรมในเมืองพิทส์เบิร์ก มลรัฐเพนซิลวาเนีย สหรัฐอเมริกา เพื่อหาว่าองค์ประกอบอะไรที่จะมีความสัมพันธ์กับความรู้สึกในด้านที่ทำให้เกิดความสุขในการทำงาน และความเป็นทุกข์ในการทำงาน ซึ่งได้สรุปว่าองค์ประกอบที่ทำให้เกิดความพอใจงานจะไม่เหมือนกับองค์ประกอบที่นำไปสู่ความไม่พอใจงาน ปัจจัยที่อาจสร้างความไม่พอใจงาน อาจเรียกได้ว่าเป็นปัจจัยบำรุงรักษาจิตใจหรือปัจจัยค้ำจุน ได้แก่ นโยบายต่าง ๆ และลักษณะการบริหารงาน การนิเทศ สภาพะของการทำงาน สัมพันธภาพระหว่างบุคคล เงิน สถานภาพ และหลักประกันความมั่นคง ปัจจัยเหล่านี้ไม่ได้เพิ่มขีดความสามารถในการทำงานของคนงาน แต่จะเป็นตัวประกอบที่ป้องกันการสูญเสียในการปฏิบัติงานของคนงาน ปัจจัยที่สร้างความพอใจหรือปัจจัยกระตุ้นจิตใจให้คนทำงาน อันได้แก่ ความรู้สึกสัมฤทธิ์ผล ความเจริญก้าวหน้าในอาชีพ และการได้รับการยกย่อง ซึ่งคนงานจะมีประสบการณ์ในงานและงานนั้นเป็นลักษณะที่ทำให้หายความสามารถ ปัจจัยเหล่านี้จะช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการทำงานให้แก่บุคคล

จะเห็นว่าปัจจัยค้ำจุนนั้นเป็นองค์ประกอบเสริมเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดความไม่พอใจ ถือเป็นปัจจัยหลักที่จำเป็นต้องมีอยู่ในองค์กรหรือหน่วยงาน เช่น ค่าจ้าง สภาพแวดล้อมการทำงาน รวมทั้งการบริหารงาน หากสิ่งเหล่านี้ได้รับการเอาใจใส่ดูแลอย่างเพียงพอ ความไม่พอใจจะหายไป แต่ก็จะมีผลทำให้ทัศนคติทางด้านบวก หรือแรงจูงใจขึ้น ส่วนปัจจัยกระตุ้นนั้นถือว่าเป็นปัจจัยกระตุ้นให้เกิดแรงจูงใจในการทำงาน ในการทำงาน รวมทั้งการชื่นชมยินดีในผลงาน และความสามารถของตนได้เกิดความเชื่อมั่นในตนเอง

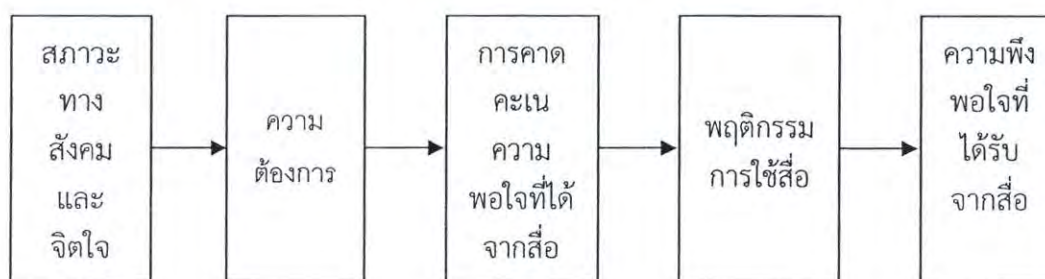
ทฤษฎีความต้องการความสำเร็จ McClland (1961) (อ้างถึงในทรงพล ภูมิพัฒน์, 2538) นักจิตวิทยาได้ทำการวิจัยในเรื่องความต้องการความสำเร็จว่า ผู้ที่ประสบความสำเร็จสูงทั้งหลาย แตกต่างกับบุคคลอื่นโดยทั่วไป โดยจะมีลักษณะ ดังนี้

1. มีความรับผิดชอบสูง แสวงหาโอกาสเพื่อจะได้มีโอกาสในการรับผิดชอบแก้ไขปัญหาที่มีอยู่พวกนี้จะมีความปรารถนาจะกระทำสิ่งต่าง ๆ ให้ดีขึ้นกว่าเดิมอยู่เสมอ
2. มีเป้าหมายระดับกลาง เพราะหากไม่ประสบผลสำเร็จแล้วจะรู้สึกไม่สบายใจ ดังนั้นจึงไม่ตั้งเป้าหมายไว้สูงเกินไป เพื่อลดความเสี่ยงและให้ความเชื่อมั่นในความสำเร็จสูง
3. ต้องการได้รับรู้ข้อมูลกลับที่ทันการณ์เกี่ยวกับงานของตนว่าสำเร็จหรือล้มเหลว เพื่อการตัดสินใจของตนในครั้งต่อไป
4. ต้องการทำงานร่วมกับผู้อื่นที่มีความสามารถ เพื่อที่จะพยายามปรับปรุงความสามารถของเขาได้ทัดเทียมผู้ที่มีความสามารถความรู้ เช่นนี้จะเริ่มจากแรงจูงใจเพื่อให้เกิดความมานะที่จะประสบความสำเร็จที่สูงต่อไป

นอกจากความต้องการความสำเร็จหรือสัมฤทธิ์ผลจะเป็นแรงจูงใจในการทำงานแล้ว ยังมีความต้องการอีก 2 อย่าง ที่มีส่วนทำให้เกิดแรงจูงใจ คือ ความต้องการความรัก ความเป็นพวกพ้อง ปรารถนาให้ผู้อื่นนิยมชมชอบ และยอมรับนับถือผู้อื่นด้วย และความต้องการมีอำนาจจะมีปรารถนาจะควบคุมบังคับ หรือมีอิทธิพลเหนือผู้อื่น ต้องการที่จะทำให้อื่นมีความประพฤติหรือมีพฤติกรรมตามที่ต้องการ ส่วนมากมักจะเป็นคนที่พูดเก่ง ชอบการโต้แย้ง ชอบมีการติดต่อสัมพันธ์กับคนอื่น ๆ และมีการแสดงการใช้อำนาจ ผู้บริหารที่มีมักจะเป็นคนที่มีแรงจูงใจทางด้านอำนาจว่ามีสูงกว่าทางด้านความสำเร็จ และมักจะเป็นอำนาจที่มีใช้ในด้านสังคมเสียมากกว่า

สรุปได้ว่า ความต้องการ คือ สิ่งที่อยู่ภายในจิตใจของแต่ละบุคคล และแสดงออกมาในด้านของการกระทำ การแสวงหาความรู้ ความอยากได้ อยากมี ซึ่งแต่ละบุคคลก็จะแสดงออกมาต่างกัน ขึ้นอยู่กับเพศ อายุ การศึกษา ประสบการณ์ เป็นต้น

จากแบบจำลองที่ Katz และคณะ 1974 พยายามสร้างขึ้นนี้อาจอธิบายได้ดังนี้ คือ สภาวะของสังคมและจิตใจที่แตกต่างกัน ก่อให้มนุษย์มีความต้องการแตกต่างกันไป ความต้องการที่แตกต่างกันนี้ทำให้แต่ละคนคาดคะเนว่าสื่อแต่ละประเภทจะสนองความพอใจได้ต่างกันออกไปด้วย ดังนั้นลักษณะของการใช้สื่อของบุคคลที่มีความต้องการไม่เหมือนกันจะแตกต่างกันไป ขั้นสุดท้ายความพอใจที่ได้รับจากการใช้สื่อจะต่างกันออกไปด้วย แบบจำลองดังกล่าวอาจเขียนออกมาเป็นแผนภาพได้ ดังนี้



รูปที่ 1 แบบจำลองอธิบายการใช้สื่อเพื่อสนองความพึงพอใจ

Wright (1950) กล่าวคือ ลักษณะของการศึกษาสื่อโดยไม่ได้มองเพียงว่า สื่อมีอิทธิพลต่อมนุษย์แต่มองว่า มนุษย์ต่างหากที่ใช้สื่อสนองความพอใจของตนที่แท้จริง คือ การมองดูหน้าหน้าของสื่อมวลชนที่มีต่อผู้รับสาร (Functional Approach) ดังนั้น การศึกษาการใช้สื่อและความพอใจในยุคเริ่มต้นจึงค่อนข้างเน้นหนักเกี่ยวกับการแบ่งประเภทของหน้าที่ที่สื่อมวลชนมีต่อผู้รับสาร Mc Quail และคณะ (1972) ได้สรุปหน้าที่ของสื่อไว้เป็นสี่ประเภทด้วยกัน

1. หน้าที่เสนอข่าวสาร (Information) สอนองความต้องการของมนุษย์ที่จะรับข่าวสารความเป็นไปของสังคมที่แวดล้อมตัวบุคคล
2. สร้างเสริมเอกลักษณ์ (Personal Identity) ของบุคคลสนองความต้องการที่จะมีสิ่งที่มีอ้างอิงถึงและความต้องการที่จะสร้างค่านิยมของตนเอง
3. สร้างเสริมการติดต่อกับสังคม (Social Interaction) สอนองความต้องการที่จะมีเพื่อนและติดต่อกับสังคมภายนอก
4. หน้าที่เสนอความบันเทิง (Entertainment) สอนองความต้องการที่จะหนีพ้นชั่วขณะ (Escape) ไปจากหน้าที่การงานอันจำเจเพื่อผ่อนคลายและสนุกสนานไปกับการปล่อยอารมณ์

3. ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการเปิดรับสารจากสื่อ

ในสังคมปัจจุบันข้อมูลข่าวสารมีความสำคัญที่จะทำให้ผู้คนรู้เท่าทันต่อเหตุการณ์ต่าง ๆ สามารถก้าวทันสังคมและโลกที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างเข้าใจและสามารถนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์และช่วยในการตัดสินใจ การที่คนเราต้องการข่าวสารมากขึ้นเท่าใด ก็ยิ่งต้องเปิดรับข่าวสารมากขึ้นตามไปด้วยเท่านั้นกล่าวคือ บุคคลยิ่งเปิดรับข่าวสารและมีทักษะในการแสวงหาข้อมูลมากเท่าใด ก็ยิ่งมีความรู้และทำทันสภาวะแวดล้อมมากขึ้นเป็นเงาตามตัวเท่านั้น และข่าวสารที่ลดความไม่รู้ที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมภายนอกนั้น จะเป็นเครื่องมือช่วยในการตัดสินใจช่วยเพิ่มพูนความรู้ความคิดและแก้ปัญหาต่าง ๆ (กาญจนา แก้วเทพ, 2541, หน้า 187) นอกจากนี้ Becker (1987, p.267) ให้ความหมายของการเปิดรับข่าวสาร โดยจำแนกตามพฤติกรรมกรรมการเปิดรับข่าวสาร ดังนี้

1. การแสวงหาข้อมูล (Information Seeking) บุคคลจะแสวงหาข้อมูลเมื่อต้องการให้มีความคล้ายคลึงกับบุคคลอื่นในเรื่องใดเรื่องหนึ่งหรือเรื่องทั่วไป
2. การเปิดรับข้อมูล (Information Receptivity) บุคคลจะเปิดรับข่าวสารเพื่อต้องการทราบข้อมูลที่ตนเองสนใจอยากรู้ เช่น เปิดดูโทรทัศน์เฉพาะรายการที่สนใจหรือมีผู้แนะนำมาหรือขณะอ่านหนังสือพิมพ์หรือดูโทรทัศน์หากมีข้อมูลข่าวสารที่มีความสำคัญเกี่ยวข้องกับตนเองก็จะให้ความเอาใจใส่ อ่าน หรือดูเป็นพิเศษ
3. การเปิดรับประสบการณ์ (Experience Receptivity) บุคคลจะเปิดรับข่าวสารเพราะต้องการกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือเพื่อผ่อนคลายอารมณ์

ฉะนั้นข้อมูลข่าวสาร จึงเป็นสิ่งที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของบุคคลในการรับรู้และเข้าใจ เพื่อให้เกิดความคิดเพื่อตัดสินใจแก้ปัญหา หรือตอบสนองต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือจะส่งผลต่อทัศนคติและพฤติกรรมที่ส่งออกไป

McCombs และ Becker (1979,pp.52-54) ได้กล่าวว่า บุคคลจะใช้สื่อหรือรับข้อมูลข่าวสารเพื่อการสนองตอบความต้องการของตนด้วยกัน 6 ประการ คือ

1. เพื่อต้องการรู้เหตุการณ์ (Surveillance) โดยสังเกตการณ์และติดตามความเคลื่อนไหวต่าง ๆ จากสื่อมวลชนเพื่อให้รู้เท่าทันต่อเหตุการณ์ และรู้ว่าอะไรมีความสำคัญพอที่จะเรียนรู้
2. เพื่อต้องการคำแนะนำ (Action Guidance) ในการปฏิบัติตนให้ถูกต้องและช่วยในการตัดสินใจแต่ละวัน เพื่อความอยู่รอดในระบบสังคมและการเมืองที่เป็นอยู่
3. ความตื่นเต้น (Exciting) เพื่อสร้างความรู้สึกว่าได้ร่วมอยู่ในเหตุการณ์ที่กำลังเกิดขึ้น
4. เพื่อเสริมความคิดเห็น (Reinforcement) ช่วยเสริมความคิดเห็นเดิมให้มั่นคงขึ้นหรือช่วยสนับสนุนการตัดสินใจที่ได้กระทำไปแล้ว
5. เพื่อประกอบการณ์สนทนากับบุคคลอื่น (Anticipate Communication) ช่วยเพิ่มอรรถรสในการสนทนา
6. เพื่อความบันเทิง (Entertainment) เพื่อผ่อนคลายอารมณ์

กระบวนการในการเปิดข่าวสารก็นับว่าสำคัญเนื่องจากจะทำให้เข้าใจภาพรวมทั้งหมดของความสัมพันธ์กันระหว่างการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ความรู้ความเข้าใจ และเจตคติที่มีความเกี่ยวข้องกันอย่างไรและมีกระบวนการในภาพรวมเป็นเช่นไร

Klapper(1960,p.198) ได้มีแนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการเลือกรับข่าวสารของมนุษย์ว่า บุคคลจะเลือกรับสื่อ (Selective Exposure) ที่ตรงกับความคิดเห็นที่มีอยู่ก่อนแล้วและเลือกรับรู้ (Selective Perception) เฉพาะสารที่มีความสอดคล้องกับความคิดเห็น รวมทั้งเลือกที่จะเก็บรักษา (Selective Retention) ที่สอดคล้องกับความคิดมากกว่าสิ่งที่ไม่เห็นด้วย

ปรมะ สตะเวทิน (2541, หน้า 71) ได้อธิบายถึงการเลือกเปิดรับหรือการเลือกใช้สื่อว่าในการเปิดรับสื่อผู้รับสารสามารถที่จะเลือกใช้หรือไม่ใช้สื่อก็ได้ ผู้ส่งสารจึงไม่สามารถจัดการเลือกของผู้รับสารได้และไม่อาจมีอิทธิพลต่อผู้ที่ไม่ได้ใช้สื่อได้ ส่วนในกรณีการใช้สื่อ บุคคลผู้รับสารอาจจะไม่มีทางเลือกหรือไม่มีความหลีกเลี่ยงการเปิดรับได้ สำหรับการเลือกและเปิดรับสื่อ นั้น ก็จะขึ้นอยู่กับความสนใจหรือทัศนคติส่วนบุคคล และขึ้นอยู่กับปัจจัยและองค์ประกอบต่าง ๆ ผู้รับสารส่วนใหญ่จะเลือกรับสารที่สนองตอบความพอใจและเพื่อสนับสนุนทัศนคติความเชื่อของตน และมักจะมีอิทธิพลต่อความรู้สึนึกคิด ทัศนคติ และพฤติกรรมตอบสนอง

ฉะนั้นสิ่งที่ได้กล่าวไปแล้วนั้นจะเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกันและมีประเด็นในภาพรวมที่เหมือนกับทฤษฎีโครงสร้างระบบความคิดในสมองและพฤติกรรมของมนุษย์ (Cognitive and Behavioural Theories) ตามที่ ชูษณะ เตชคณา (2548, หน้า 75-77) ได้กล่าวไว้ ซึ่งเป็นทฤษฎีการสื่อสารที่พัฒนามาจากการศึกษาทางด้านจิตวิทยา ทฤษฎีนี้เชื่อว่าความรู้ได้มาจากการค้นพบ ซึ่งสนใจการศึกษาพฤติกรรมของมนุษย์เป็นการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการแสดงออกภายนอกของมนุษย์ เป็นทฤษฎีที่ศึกษาพฤติกรรมตอบสนอง (Response) ของมนุษย์เมื่อเผชิญกับสิ่งเร้า (Stimulus) โดยเฉพาะในด้านการสื่อสารนั้น จะศึกษาพฤติกรรมของมนุษย์เมื่อได้เผชิญกับข้อมูลข่าวสาร โดยศึกษาในประเด็น ดังต่อไปนี้

- มุ่งเปิดรับ (Exposure) ข่าวสารนั้นหรือไม่
- มนุษย์สนใจ (Attention) ข่าวสารนั้นหรือไม่
- มนุษย์เข้าใจ (Understand) ข่าวสารนั้นอย่างไร
- มนุษย์เห็นใจ (Yielding) กับข่าวสารนั้นอย่างไร
- มนุษย์มีกระบวนการในการประมวล (Process) ข่าวสารนั้นอย่างไร
- มนุษย์จดจำ (Retention) ข่าวสารนั้นได้มากน้อยเพียงใด
- มนุษย์เก็บข่าวสารดังกล่าวไว้ในความคิดคำนึง (Perception) อย่างไร
- มนุษย์เกิดความรู้สึกหรือมีทัศนคติ (Attitudes) อย่างไรเมื่อรับรู้ข่าวสารนั้น
- มนุษย์มีความคิดเห็น (Opinion) อย่างไรกับข่าวสารนั้น
- มนุษย์มีความเชื่อ (Belief) ในข่าวสารนั้นหรือไม่
- มนุษย์มีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม (Behavior) อย่างไรเมื่อรับรู้ข่าวสารนั้น

สรุปได้ว่าการแสวงหาข่าวสารหรือการเลือกรับข่าวสารนั้น นอกจากเพื่อสนับสนุนทัศนคติหรือความคิดและความเข้าใจที่มีอยู่เดิมแล้ว ยังเป็นการแสวงหาเพื่อการนำไปใช้ประโยชน์ในการตัดสินใจแก้ปัญหา รวมทั้งเพื่อสนองความสนใจส่วนบุคคลและเพื่อความบันเทิง นอกจากนี้การที่บุคคลใดจะตัดสินใจแสวงหาข่าวสารเฉยเมยต่อข่าวสาร หรือหลีกเลี่ยงการเปิดรับข่าวสารนั้น ก็ขึ้นอยู่กับการประเมินเปรียบเทียบถึงความพยายามใช้และผลตอบแทนในการที่จะรับรู้ข่าวสารด้วย นอกจากนี้ในเรื่องของการวัดการเปิดรับข่าวสารสามารถศึกษาความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารได้โดยอาศัยการศึกษาช่วงระยะเวลาและความถี่ที่แต่ละบุคคลใช้ในการเปิดรับสื่อ โดยตัวชี้วัด (Index) ที่ใช้ในการวัดพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ (Media Exposure) มี 2 ชนิด คือ (1) วัดจากเวลาที่ใช้กับสื่อ หมายถึง การวัดจากเวลาที่บุคคลใช้ในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อ และ (2) วัดจากความถี่ของการใช้สื่อ หมายถึง การวัดความถี่ที่บุคคลเปิดรับข่าวสารจากสื่อ (McLeod, 1972, p.123)

4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ความพึงพอใจ ซึ่งตรงกับคำภาษาอังกฤษว่า Satisfaction โดยมีผู้ให้ความหมายดังต่อไปนี้ Wehrich & Koontz(1993) (อ้างถึงใน อนงค์ เอื้อวัฒนา, 2542) กล่าวว่า ความพึงพอใจ (Satisfaction) คือ ความพอใจเมื่อต้องการได้รับการตอบสนอง ซึ่งมีการจูงใจเป็นสิ่งเร้าเพื่อให้ได้ผลลัพธ์คือ ความพึงพอใจ

Morse(1992) (อ้างถึงใน พรทิพย์ วรกิจโกคาทร, 2536) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ทุกสิ่งทุกอย่างที่สามารถลดความตึงเครียดของบุคคลให้น้อยลงได้ ถ้าความตึงเครียดมีมากก็จะทำให้เกิดความไม่พึงพอใจ ซึ่งความตึงเครียดนี้มีผลมาจากความต้องการของมนุษย์ หากมนุษย์มีความต้องการมาก ก็จะเกิดปฏิกิริยาเรียกร้องแต่ถ้าเมื่อใดความต้องการได้รับการตอบสนอง ก็จะทำให้เกิดความพอใจ

Gilmer (1996) (อ้างถึงใน ศราณี มณีโชติ, 2545) กล่าวว่า ความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน หมายถึง ผลของทัศนคติต่าง ๆ ของบุคคลที่มีต่อองค์ประกอบของงานและมีส่วนสัมพันธ์กับลักษณะ

งานและสภาพแวดล้อมในการทำงานซึ่งความพอใจนั้น ได้แก่ รู้สึกมีความสำเร็จในผลงาน รู้สึกว่าได้รับการยกย่องและรู้สึกว่ามีโอกาสก้าวหน้าในการปฏิบัติงาน

สมพงษ์ เกษมสิน (2525) กล่าวว่า มีปัจจัยเป็นจำนวนมากที่ทำให้เกิดความพึงพอใจและความไม่พอใจในงาน ความรู้สึกชอบงาน หรือความพอใจในงานนั้นจะขึ้นอยู่กับว่างานนั้นสามารถทำให้บุคคลนั้นได้รับการตอบสนองความต้องการ ทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจมากน้อยเพียงใด การที่จะทำให้ผู้ปฏิบัติงานมีความพึงพอใจในงาน และคงปฏิบัติงานในองค์กรต่อไปนั้นจะต้องคำนึงถึงความแตกต่างของบุคคล ซึ่งมีความต้องการและระบบของความแตกต่างกันคนบางคนทำงานเพื่อต้องการให้มีสังคมมีกลุ่มพรรคพวกมีโอกาสได้รับการยอมรับนับถือ

Charles Reddick (1972) (อ้างใน สมควร เจริญสุข, 2539) กล่าวว่า ความพึงพอใจในการติดต่อ หมายถึง ระดับความพอใจที่บุคลากรในองค์กรนั้น ๆ มีต่อข่าวสารต่าง ๆ ที่มีอยู่ในสภาพแวดล้อมของการติดต่อสื่อสาร โดยรวมเป็นระดับของความพึงพอใจที่พิจารณาจากข่าวสารที่มีอยู่นั้นว่าสามารถตอบสนองความต้องการข่าวสารของบุคลากรภายในองค์กรนั้นหรือไม่อย่างไร และข่าวสารนั้นมาจากไหน มีวิธีการรับและเผยแพร่ข่าวสารอย่างไรบ้าง

สมยศ นาวิการ (2527) ได้ให้ทัศนะในเรื่องนี้ว่า ความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารขึ้นอยู่กับสิ่งที่บุคคลได้มาเปรียบเทียบกับสิ่งที่บุคคลต้องการความพึงพอใจไม่ควรผูกอยู่กับประสิทธิภาพของข่าวสารใด ๆ ถ้าหากว่าการติดต่อสื่อสารเป็นไปตามความต้องการ ความพึงพอใจการติดต่อสื่อสารจะเกิดขึ้นเราอาจจะรู้สึกต้องการข่าวสารบางอย่าง หรือเสนอข่าวสารตามแนวทางบางอย่างของเรา เมื่อข่าวสารถูกสื่อสารตามแนวทางที่สอดคล้องกับความรู้สึกของเรา เราจึงจะมีความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสาร

Aday and Andersen (1975) (อ้างถึงใน อนงค์ เอื้อวัฒนา, 2542) ให้ความหมายของความพึงพอใจว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกหรือความคิดเห็นที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติของคนที่เกิดจากประสบการณ์ที่ผู้รับบริการเข้าไปในสถานที่ให้บริการนั้น ๆ และประสบการณ์นั้นเป็นไปตามความคาดหวังของผู้รับบริการ ซึ่งความพึงพอใจมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับปัจจัยที่แตกต่างกัน

สร้อยตระกูล ติวยานนท์ (2542) กล่าวว่า ความพึงพอใจในงานเป็นทัศนคติหรือความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบ โดยเฉพาะของผู้ปฏิบัติงานซึ่งเกี่ยวกับงานจะเห็นได้ว่าเรื่องความพึงพอใจในงานนี้เป็นเรื่องทัศนคติหรือเจตคติโดยตรง

วิรุฬ พรรณเทวี (2542) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกภายในจิตใจของมนุษย์ไม่เหมือนกัน ขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคลว่าจะคาดหวังกับสิ่งหนึ่งสิ่งใดอย่างไร ถ้าคาดหวังหรือมีความตั้งใจมากและได้รับการตอบสนองด้วยดี จะมีความพึงพอใจอย่างมากแต่ในทางตรงข้ามอาจผิดหวังหรือไม่พึงพอใจเป็นอย่างยิ่งเมื่อไม่ได้รับการตอบสนองตามที่คาดหวังไว้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสิ่งที่ตนตั้งใจไว้จะมากหรือน้อยความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) เป็นผลที่เกิดขึ้นเมื่อลูกค้าได้รับสินค้าหรือบริการที่ตรงตามความต้องการ เนื่องจากลูกค้าแต่ละกลุ่มอาจมีความต้องการที่แตกต่างกัน ดังนั้นองค์กรจะต้องแยกแยะตามความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่มให้ได้โดยเฉพาะกลุ่มลูกค้า หลัก ๆ ซึ่งจะให้องค์กรสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่มได้ ความต้องการดังกล่าวมักจะเกี่ยวข้องกับราคา คุณภาพ การส่งมอบ และการบริการ เป็นต้น

Codler (1998) (อ้างถึงใน เสนีย์ เขตสกุล, 2547) กล่าวว่า ความพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) ขึ้นอยู่กับประโยชน์หรือคุณค่าที่รับรู้ได้จากการใช้ผลิตภัณฑ์เมื่อเทียบกับสิ่งที่ลูกค้าคาดหวัง ซึ่งหากประโยชน์ที่ได้รับจากผลิตภัณฑ์ต่ำกว่าที่ผู้ซื้อคาดหวังไว้ ผู้ซื้อก็ไม่พอใจในผลิตภัณฑ์นั้น ในทางตรงข้ามกันหากประโยชน์ที่ได้รับสอดคล้องหรือเกินกว่าที่ผู้ซื้อคาดหวัง ผู้ซื้อจะรู้สึกพอใจหรือประทับใจ ได้ให้ทัศนะในเรื่องนี้ว่าความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารขึ้นอยู่กับสิ่งที่บุคคลได้มาเปรียบเทียบกับสิ่งที่บุคคลต้องการ ความพึงพอใจไม่ควรผูกอยู่กับความมีประสิทธิภาพของข่าวสารใด ๆ ถ้าหากว่าการติดต่อสื่อสารเป็นไปตามความต้องการความพึงพอใจ การติดต่อสื่อสารจะเกิดขึ้นเราอาจจะรู้สึกต้องการข่าวสารบางอย่าง หรือเสนอข่าวสารตามแนวทางบางอย่างของเรา เมื่อข่าวสารถูกสื่อสารตามแนวทางที่สอดคล้องกับความรู้สึกของเรา เราจะมี ความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสาร นักวิชาการการสื่อสารได้สร้างแนวคำถามเพื่อวัดปัจจัยที่สร้างความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารในองค์กรประกอบไปด้วยลักษณะที่แตกต่างกันไป 6 ประการ ดังต่อไปนี้

1. ความพึงพอใจในความเพียงพอของข่าวสาร ปัจจัยดังกล่าวประกอบด้วย เงินเดือน สวัสดิการ การเลื่อนตำแหน่งและตัวงาน ความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ ของงานที่จะมีส่วนช่วยสร้างความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสาร

2. ความพึงพอใจในการเพียงพอของข่าวสาร ปัจจัยดังกล่าวประกอบด้วย ระดับความพึงพอใจ ข่าวสารเกี่ยวกับนโยบาย เทคนิคใหม่ ๆ การเปลี่ยนแปลงทางการบริหารงานในอนาคตและผลการปฏิบัติงานส่วนบุคคล ความพึงพอใจข่าวสารเกี่ยวกับองค์กรที่ได้รับจึงมีความสำคัญต่อแนวความคิดของความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารขององค์กร

3. ความพึงพอใจความสามารถเสนอแนะปรับปรุงให้ดีขึ้นของบุคคล ปัจจัยดังกล่าวนี้ประกอบด้วย สิ่งต่าง ๆ เช่น สถานที่ของการติดต่อสื่อสารควรจะถูกปรับปรุงให้ดีขึ้น และกลยุทธ์ที่ใช้ในการเปลี่ยนแปลง ความพึงพอใจประเภทของการเปลี่ยนแปลง การเปลี่ยนแปลงถูกดำเนินการอย่างไร การได้รับการบอกกล่าว เปลี่ยนแปลงมีความเกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ การติดต่อสื่อสารขององค์กร

4. ความพึงพอใจความมีประสิทธิภาพของช่องทางการติดต่อสื่อสารต่าง ๆ ปัจจัยดังกล่าวประกอบด้วยวิธีการเผยแพร่ข่าวสารภายในองค์กร เช่น หนังสือพิมพ์ บันทึกรายการและเอกสารลายลักษณ์อักษรอื่น ๆ ความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับการมองของบุคคลว่าสื่อกลางขององค์กรถูกใช้ในการเผยแพร่ข่าวสารอย่างมีประสิทธิภาพเพียงใด

5. ความพึงพอใจคุณภาพของสื่อกลางปัจจัยดังกล่าว ได้แก่ เอกสารลายลักษณ์อักษรใช้ถ้อยคำที่แค่นั้น คุณค่าของข่าวสารที่ได้รับและการมาถึงของข่าวสารอย่างทันที่ปัจจัยเหล่านี้มีผลกระทบต่อความพึงพอใจของบุคคลต่อการสื่อสารในองค์กร

6. ความพึงพอใจวิธีการติดต่อสื่อสารกับเพื่อนร่วมงานปัจจัยดังกล่าวประกอบด้วย การติดต่อสื่อสารตามแนวนอน การติดต่อสื่อสารที่ไม่เป็นทางการและระดับความพึงพอใจที่ได้รับจากการอภิปราย และการได้รับข่าวสารจากเพื่อนร่วมงานปัจจัยเหล่านี้แสดงความหมายว่า ความพึงพอใจการติดต่อสื่อสารในองค์กรเกี่ยวกับความพึงพอใจความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงานในเรื่องข่าวสารที่อยู่ในภาพแวดล้อมขององค์กรนั้น มักจะเป็นข่าวสารในเรื่องต่อไปนี้

6.1 ข่าวสารการปฏิบัติงาน ได้แก่ ข่าวสารเกี่ยวกับการทำงาน การบริการ ผลของการบริการและกิจกรรมต่าง ๆ เป็นข่าวสารที่จำเป็นสำหรับบุคลากรในการปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

6.2 ข่าวสารทะนุบำรุง ได้แก่ ข่าวสารเกี่ยวกับกฎ ระเบียบ ข้อบังคับต่าง ๆ การควบคุมงานเป็นข่าวสารที่จำเป็นสำหรับบุคลากรในการปฏิบัติหน้าที่ต่อไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ และราบรื่นตามกฎหมายที่องค์กรได้วางไว้

6.3 ข่าวสารมนุษย์สัมพันธ์ ได้แก่ ข่าวสารการประชุม ข่าวการสัมภาษณ์ บุคคลดีเด่น ข่าวการแข่งขันกีฬา ข่าวสังคมโดยทั่วไปเป็นข่าวจำเป็นในการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคลากรและสร้างขวัญในการทำงานให้เกิดขึ้น

6.4 ข่าวสารนวัตกรรม ได้แก่ ข่าวสารเกี่ยวกับสิ่งใหม่ ๆ ที่เปลี่ยนแปลงไป การกำหนดนโยบายแผนการทำงาน โครงการใหม่ ผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ เป็นข่าวสารที่บุคลากรควรจะได้รับทราบและแสดงความคิดเห็น

จากที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่าความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสาร เป็นเรื่องของความพึงพอใจในการข่าวสารที่ได้รับ ถ้าข่าวสารที่ได้รับสอดคล้องกับความต้องการก็จะเกิดความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสาร ข่าวสารที่สอดคล้องกับความต้องการนั้น จะเป็นข่าวสารในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการทำงานการเปลี่ยนแปลงการทำงาน กฎระเบียบ ข้อบังคับต่าง ๆ บุคลากรจะต้องได้รับข่าวสารต่าง ๆ เหล่านี้สอดคล้องกับความต้องการในการปฏิบัติงาน การวางแผน การตัดสินใจ และการสร้างเป้าหมายของบุคลากร โดยข่าวสารต่าง ๆ ที่อยู่ในองค์กรจะต้องกระจายหรือหมุนเวียนอยู่ในสภาพแวดล้อมขององค์กรในรูปของการบอกกล่าว การสั่งการและการชี้แนะ (เสนีย์ เขตสกุล,2547)

5. แนวคิดเกี่ยวกับการรณรงค์ทางการสื่อสาร

การรณรงค์มาจากรากศัพท์ภาษาอังกฤษว่า Campaign มีนักวิชาการหลายท่านได้ให้คำจำกัดความของคำว่า การรณรงค์ ไว้ดังนี้

Kendall (1996,p.3) ได้ให้นิยามของคำว่ารณรงค์ว่า หมายถึง การออกแบบการปฏิบัติการอย่างเป็นลำดับและต่อเนื่อง เพื่อให้ได้มาซึ่งผลที่ต้องการอย่างหนึ่งอย่างใดโดยเฉพาะเจาะจง

Paisley (19901,p.94) ได้ให้นิยามของคำว่ารณรงค์โดยเน้นองค์ประกอบของการรณรงค์ว่ามี 2 ประการ คือ จุดประสงค์ (Intention) และกระบวนการ (Process) ดังนั้น การรณรงค์จึงหมายถึงแนวทางการใช้กิจกรรมที่จัดขึ้นอย่างต่อเนื่องของคนกลุ่มหนึ่งกลุ่มใด เพื่อก่อให้เกิดผลในการปรับเปลี่ยนความเชื่อและพฤติกรรมของคนอีกหนึ่งกลุ่ม

โดยสรุปแล้วการรณรงค์ หมายถึง การจัดและระดมกิจกรรมทางการสื่อสารของคนกลุ่มหนึ่งกลุ่มใด หรือองค์กรหนึ่งองค์กรใดไปสู่เป้าหมายโดยมุ่งให้เกิดการปรับเปลี่ยนความคิด ความเชื่อทัศนคติและพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย

จากที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นว่าการรณรงค์เป็นคำที่มีผู้ให้ความหมายไว้หลายทัศนะ ซึ่งมีแนวคิดโดยรวมที่สำคัญด้านการวางแผนในโครงการที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารและการมีจุดมุ่งหมายสำคัญด้านการสื่อสาร เช่น การรณรงค์โฆษณา การรณรงค์ประชาสัมพันธ์ การรณรงค์ทางการตลาด

การรณรงค์ส่งเสริม การรณรงค์จัดหาทุน การรณรงค์ทางการกุศล และการรณรงค์ทางสังคม เป็นต้น ซึ่งล้วนมีเป้าหมายทางการสื่อสารทั้งสิ้น ดังนั้นหากจะเรียกและทำความเข้าใจร่วมกันก็น่าจะกล่าวได้ว่า การรณรงค์ต่าง ๆ เป็น “การรณรงค์ทางการสื่อสาร” กล่าวคือ มีวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายทางการสื่อสาร ซึ่ง Newsom (2000,p.434) กล่าวคือ การรณรงค์ คือ พยายามอย่างยิ่งยวดที่มีเป้าหมายและการประสานร่วมกันให้

บรรลุผลสำเร็จเฉพาะเจาะจงเรื่องใดเรื่องหนึ่งหรือหลายเรื่องที่เกี่ยวข้องเพื่อให้องค์กรได้สัมฤทธิ์ผลตามวัตถุประสงค์ในระยะยาว การรณรงค์มีการวางรูปแบบและพัฒนาขึ้นมาเพื่อยกประเด็นหนึ่งขึ้นมาเพื่อใช้แก้ปัญหาหรือปรับปรุงสถานการณ์นั้น โดยความสำเร็จจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อบรรลุผลตามวัตถุประสงค์ในการเปลี่ยนแปลงหรือรักษาความคิดเห็น ทศนคติ และพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายองค์กร

กล่าวโดยสรุปการรณรงค์ทางการสื่อสาร หมายถึง การสื่อสารเพื่อเผยแพร่ให้ความรู้ข้อมูลข่าวสารกระตุ้นและชักจูงแก่กลุ่มเป้าหมาย และแนวทางที่ใช้หรือกิจกรรมที่จัดขึ้นอย่างต่อเนื่องเพื่อเป็นเครื่องมือชักจูงโน้มน้าวใจให้กลุ่มเป้าหมายคล้อยตาม สนับสนุนเห็นชอบกับวัตถุประสงค์การดำเนินงาน อันนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมตามที่วัตถุประสงค์กำหนดไว้ในที่สุด

นับตั้งแต่ปี 1960 - 1970 การรณรงค์ได้เริ่มพัฒนาขึ้นในประเทศโลกที่สาม มุ่งให้เกิดผลสำคัญ คือ การให้ประชาชนได้มาซึ่งความรู้ การเปลี่ยนแปลงทัศนคติและการตัดสินใจที่จะรับเอาความคิดใหม่ ๆ เกี่ยวกับสุขภาพ การเกษตร และการวางแผนครอบครัว โดยมีวัตถุประสงค์หลักที่ต้องการให้เกิดขึ้นก็คือ เพื่อให้ข้อมูลข่าวสารความรู้ (To Inform) โน้มน้าวใจให้คล้อยตาม (To Persuade) อันจะนำไปสู่การระดมให้เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรม (To Mobilize) และท้ายที่สุดก็จะเกิดการเปลี่ยนแปลงทางการกระทำปรากฏให้เห็น อาทิ การรณรงค์ทางการเมืองและการโฆษณาที่มุ่งสร้างการตระหนักรู้เกี่ยวกับตัวผู้สมัครรับเลือกตั้งหรือเรียนรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพื่อชักจูงให้ผู้รับสารไปออกเสียงเลือกตั้ง สำหรับประเทศไทยการรณรงค์เป็นการสื่อสารประเภทหนึ่งที่มีการวางแผนอย่างเป็นระบบเป็นขั้นตอน โดยมีจุดหมายสำคัญคือ การเปลี่ยนแปลงความรู้ ทศนคติ และพฤติกรรมของบุคคลในสังคม

จากคำนิยามข้างต้นสามารถแสดงให้เห็นถึงคุณลักษณะโดยรวมที่สำคัญ ๆ ของการรณรงค์ (Roger,1981) ดังนี้

1. การรณรงค์เป็นการกระทำที่ต้องมีเป้าหมาย ในการจัดทำโครงการรณรงค์เพื่อพัฒนาสังคม นับรณรงค์ต้องกำหนดวัตถุประสงค์และผลกระทบที่เกิดจากการสื่อสารของตนไปยังกลุ่มเป้าหมายของโครงการ ซึ่งผลกระทบที่เกิดขึ้นจะมีความหลากหลาย ตั้งแต่ผลกระทบระดับความนึกคิดของปัจเจกบุคคลไปจนถึงการเปลี่ยนแปลงในระดับโครงสร้างทางสังคม โดยผลนั้นจะเป็นประโยชน์ต่อองค์กรของนักรณรงค์ไทย หรือกลุ่มเป้าหมายของโครงการ ดังที่ กิตติ กันภัย (2543,หน้า 234-239) ได้อธิบายถึงมิติของวัตถุประสงค์และผลกระทบของการรณรงค์ไว้ 3 ลักษณะ ได้แก่

1.1 ระดับของวัตถุประสงค์ หากจัดระดับของวัตถุประสงค์โดยอาศัยเกณฑ์ระดับของความยากง่ายและความท้าทายต่อนักรณรงค์พบว่า วัตถุประสงค์ของการรณรงค์อาจจัดได้เป็น 3 ระดับ คือเพื่อแจ้งข้อมูลข่าวสาร เพื่อโน้มน้าวใจให้กระทำตามและเพื่อระดมพลังการเปลี่ยนแปลง

พฤติกรรม โดยปกติแล้วโครงการรณรงค์มักจะมีวัตถุประสงค์อย่างน้อยที่สุดในระดับแจ้งข้อมูลข่าวสาร เพื่อเพิ่มระดับความรู้ของกลุ่มเป้าหมายของโครงการ เพื่อสร้างสำนึก (Awareness) ถึงผลลัพธ์ที่อาจตามมาของการแสดงพฤติกรรมมีส่วนร่วมกับโครงการ รวมทั้งเพื่อสร้างความโดดเด่นของแนวคิดในโครงการให้ชัดเจนยิ่งขึ้น โครงการรณรงค์ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อโน้มน้าวใจ ก็จำเป็นต้องอาศัยวัตถุประสงค์ขั้นต้นคือการแจ้งข่าวสารเป็นพื้นฐาน แต่ขณะเดียวกันก็มีเป้าหมายเพื่อสร้างทัศนคติหรือพฤติกรรมใหม่ หรือเพื่อเปลี่ยนแปลงทัศนคติหรือพฤติกรรมเก่าที่เคยมีอยู่ สำหรับโครงการรณรงค์เพื่อระดมพลัง (Mobilization Campaigns) ให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในระดับที่สูงขึ้นก็เช่นเดียวกัน ที่จำเป็นต้องใช้ฐานการตั้งเป้าหมายตั้งแต่ระดับข้อมูลข่าวสาร ระดับโน้มน้าวให้เกิดการเปลี่ยนแปลง เพื่อผลในระดับสูงสุดที่ต้องการทำให้เกิดการสนับสนุนหรือการลด ละ เลิก ซึ่งในที่สุดทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเชิงพฤติกรรมที่เห็นชัดในวงกว้าง โดยส่วนใหญ่มักพบเห็นการรณรงค์ลักษณะนี้ในโครงการรณรงค์ระดับชาติ

1.2 ระดับการเปลี่ยนแปลงเชิงพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย ผลของการรณรงค์สามารถเกิดขึ้นได้ตั้งแต่ระดับการเปลี่ยนแปลง โดยเริ่มตั้งแต่การเปลี่ยนแปลงในระดับการรับรู้ของปัจเจกบุคคลไปจนถึงการเปลี่ยนแปลงในแง่โครงสร้างของระบบสังคม กล่าวคือ ถึงแม้ว่าจะเป็นการรณรงค์ที่ต้องการเปลี่ยนแปลงในระดับมหภาค แต่ก็จำเป็นต้องอาศัยการเปลี่ยนแปลงในระดับปัจเจกบุคคลเป็นพื้นฐาน ทั้งนี้เพราะหน่วยย่อยของสังคม คือ สมาชิกในสังคม ดังนั้นความสำเร็จของโครงการรณรงค์จึงขึ้นอยู่กับทำให้ประชาชนคิดถึงพฤติกรรมของตนด้วยมุมมองในบริบทอนาคตและความเจริญถาวรของประเทศชาติ ข้อสังเกตอีกประการหนึ่งคือ การรณรงค์นั้นเกี่ยวข้องโดยตรงกับปฏิกริยาตอบสนองของปัจเจกบุคคลที่มีต่อการสื่อสารจากสถาบันผู้ส่งสาร การรณรงค์ต้องอาศัยช่องทางการสื่อสารหลากหลาย ได้แก่ สื่อมวลชนเพื่อการแพร่กระจายข้อมูลข่าวสาร การสร้างความสำนึก และการเพิ่มพูนความรู้ในวงกว้าง รวมทั้งการใช้ช่องทางการสื่อสารระหว่างบุคคลเพื่อการก่อรูป เปลี่ยนแปลง กระตุ้นเร้าทัศนคติและเพื่อระดมให้เกิดพฤติกรรมที่พึงปรารถนาในระดับปัจเจกบุคคลในเชิงลึก การสื่อสารระหว่างบุคคลยังช่วยให้เนื้อหาสาระของการรณรงค์ที่ผูกติดอยู่กับบริบททางสังคมมีความหมายเชื่อมโยงกับปัจเจกบุคคล ทำให้การรณรงค์สามารถมองเห็นผลกระทบของการรณรงค์ในระดับต่าง ๆ ได้โดยมองผ่านช่องทางการสื่อสารหลากหลายรูปแบบ อันได้แก่ สื่อมวลชน การพูดคุยในกลุ่มย่อย และเครือข่ายการสื่อสารระหว่างบุคคล ซึ่งอาจอยู่ในลักษณะการกระจายข่าวสารชนิดปากต่อปาก อันเกิดจากการสื่อสารเชิงกิจกรรม หรือปฏิบัติตนในบางสิ่งบางอย่างร่วมกัน อันมีลักษณะสอดคล้องกับทัศนคติและความต้องการ ตลอดจนรูปแบบวิถีชีวิตของกลุ่มในสังคม

1.3 ผู้ได้รับประโยชน์จากผลของการรณรงค์ หากลองตั้งคำถามว่าใครจะได้ประโยชน์จากการรณรงค์บ้าง คำตอบที่ถูกก็คือไม่คนส่งสารก็คนรับสาร หรือทั้งคนส่งสารและคนรับสาร หรืออาจเป็นไปได้ที่มีมือที่สามจะมีส่วนได้รับผลประโยชน์ไปด้วย ในกรณีของโครงการรณรงค์เพื่อพัฒนาสังคมที่

จัดทำโดยองค์กรที่แสวงหากำไรแล้ว ส่วนใหญ่องค์กรจะได้รับประโยชน์โดยตรง ได้แก่ ภาพลักษณ์ที่ดี สายตาของกลุ่มเป้าหมายของโครงการ ในทางตรงกันข้ามหากพิจารณาโครงการรณรงค์ที่จัดทำโดย

องค์กรที่ไม่แสวงกำไรพบว่า ผู้ที่ได้รับประโยชน์โดยตรง คือกลุ่มเป้าหมายของโครงการ ในขณะที่สังคม และองค์กรอาจจะได้ประโยชน์อยู่บ้างเล็กน้อยเท่านั้น เช่น ความศรัทธาและสนับสนุนทุน เป็นต้น

2. การรณรงค์ที่มีกลุ่มเป้าหมายเป็นจำนวนมากหรือกลุ่มคนขนาดใหญ่ การรณรงค์ต้องส่งผลต่อคนจำนวนมาก ซึ่งค่าใช้จ่ายและสรรพกำลังที่ทุ่มเทไปในการสื่อสารรณรงค์มักจะถูกวัดความคุ้มค่าด้วยจำนวนกลุ่มเป้าหมายที่เข้าร่วมโครงการ โดยลักษณะของการรณรงค์ที่มีการจัดระบบระเบียบอย่างดีและครอบคลุมผู้คนจำนวนมาก นอกจากนั้นโครงการรณรงค์ต้องมีลักษณะที่สามารถเรียกร้องความสนใจจากกลุ่มเป้าหมายได้ ซึ่งความสนใจและความตั้งใจที่จะรับข่าวสารของโครงการนั้น ย่อมเกิดจากความน่าสนใจและความสอดคล้องของเนื้อหาที่มีต่อกลุ่มเป้าหมายต่อแรงจูงใจ และต่อความพร้อมของกลุ่มเป้าหมายอีกทั้งการรณรงค์ควรวางน้ำหนักอยู่ที่ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสารเป็นอย่างมาก ความรู้สึกและศีลธรรมระหว่างผู้รับสารกับสื่อ รวมทั้งความเชื่อถือของผู้รับสารต่อความเที่ยงตรงของแหล่งผู้ส่งสาร และการไม่มีผลประโยชน์เข้ามาเกี่ยวข้อง ซึ่งสิ่งเหล่านี้สามารถเอื้ออำนวยต่อความสำเร็จของโครงการรณรงค์ได้

3. การรณรงค์ที่มีการระบุระยะเวลาที่ชัดเจน โดยผู้ดำเนินการรณรงค์จะต้องเป็นผู้กำหนดช่วงระยะเวลาของการรณรงค์ หมายถึง ช่วงเวลาตั้งแต่เริ่มมีการวางแผนจนถึงขั้นตอนของการประเมินผลการรณรงค์ที่เป็นขั้นตอนสุดท้าย ซึ่งระยะเวลาของการรณรงค์สามารถเป็นได้ตั้งแต่ 2-3 สัปดาห์ หรือ 2-3 เดือน ซึ่งจัดว่าเป็นการรณรงค์ระยะสั้น และ 5-10 ปี สำหรับการรณรงค์ระยะยาว อย่างไรก็ตามจุดเริ่มต้นและจุดสิ้นสุดของการรณรงค์อาจไม่ชัดเจน หากมีการวางแผนและประเมินสถานการณ์ที่ละเอียดและใช้เวลามากหรือผลกระทบที่เกิดขึ้นกับกลุ่มเป้าหมายของโครงการเป็นผลระยะยาวที่ต้องใช้เวลาสังเกตต่อเนื่อง ซึ่งในกรณีนี้อาจก่อให้เกิดปัญหาในการบริหารทรัพยากรและเงินทุน รวมทั้งความยากลำบากในการปรับแผนงานเป็นระยะ เพื่อให้เกิดความต่อเนื่องได้

4. การรณรงค์เกี่ยวข้องกับชุดของกิจกรรมการสื่อสารที่มีการจัดการวางแผนการไว้ล่วงหน้า ชุดของการสื่อสารมักถูกจัดเตรียมขึ้นเพื่อเจาะกลุ่มเป้าหมายและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการ โดยความสัมฤทธิ์ของผลการสื่อสารนั้นขึ้นอยู่กับวิธีการสื่อสารกลยุทธ์ที่ใช้ว่าจะประสานและมีส่วนสนับสนุนกันมากน้อยเพียงใด โดยทั่วไปกลยุทธ์การสื่อสารหลัก ได้แก่ การผลิตเนื้อหาสาร (Message Production) และการแพร่กระจายสาร (Message Distribution) ผ่านช่องทางการสื่อสารหลากหลายรูปแบบกิจกรรมเหล่านี้ถูกจัดวางไว้เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการรณรงค์ โดยที่สื่อและองค์กรที่รับผิดชอบการรณรงค์ได้กำหนดไว้แล้ว ด้วยการจัดกิจกรรมการสื่อสารผ่านสื่อมวลชน เนื่องจาก

สื่อมวลชนเป็นช่องทางการกระจายข้อมูลที่มีประสิทธิภาพในคนกลุ่มใหญ่ ซึ่งเป็นลักษณะของกลุ่มเป้าหมายในการรณรงค์โดยทั่วไป และมีการใช้การสื่อสารระหว่างบุคคลเข้าเสริมเพราะสื่อมวลชนเพียงอย่างเดียวอาจไม่สามารถสื่อสารให้บรรลุเป้าหมายของการรณรงค์ได้ การใช้การสื่อสารระหว่างบุคคลนั้นจะช่วยให้การสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายมีประสิทธิภาพในด้านการสร้างผลกระทบมากยิ่งขึ้น

ในส่วนต่อไปจะกล่าวถึงบทบาทและความสำคัญของการรณรงค์ในสภาพสังคมปัจจุบัน กล่าวคือ จากสภาพในปัจจุบันพบว่าส่วนต่าง ๆ ในสังคม ล้วนมีการเปลี่ยนแปลงทั้งด้านบวกและลบ ส่งผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อมแก่บุคคลในสังคมแตกต่างกัน และในบางกรณีสิ่งที่เกิดจากการ

เปลี่ยนแปลงอาจอยู่ในสภาพปัญหาหรือแนวทางใหม่ ๆ ที่ต้องการให้เกิดการยอมรับจากสังคมโดย Duncan (2005,p.9) ได้อธิบายเกี่ยวกับการรณรงค์ว่า ช่วยในการพัฒนาองค์กรโดยใช้การรณรงค์เป็นเครื่องมือในการทำ “Cause Related Issues” เพื่อเพิ่มการรับรู้และให้ข้อมูลแก่กลุ่มเป้าหมายเกี่ยวกับประเด็นเฉพาะที่น่าเป็นห่วง หรือการพัฒนาในรูปแบบใหม่ขององค์กรและสังคม ดังนั้นการรณรงค์จึงเข้ามามีบทบาทด้านการสื่อสารต่อสถาบัน องค์กรทั้งภาครัฐและเอกชนในสังคม ในการร่วมกันเผยแพร่แนวทางในรูปแบบใหม่ เพื่อสนับสนุนส่งเสริมและป้องกัน ตลอดจนแก้ไขปัญหาในสังคมด้าน ต่าง ๆ บทบาทของการรณรงค์ที่มีต่อสถาบัน องค์กร และองค์กรสาธารณกุศล สามารถสรุปได้ดังนี้

- ปลุกฝังหรือเผยแพร่แนวคิดที่ดีมีประโยชน์ต่อสังคม ความรู้ในด้านต่าง ๆ ไปสู่ประชาชนให้ตระหนักในความสำคัญเรื่องใดเรื่องหนึ่ง จะนำไปสู่การประพฤติ หรือปฏิบัติตามโครงการรณรงค์ที่กำหนดขึ้น

- เร่งระดมเงินบริจาคและขยายจำนวนสมาชิก ที่จะเข้ามาสนับสนุนการดำเนินงานที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม

- ส่งเสริมและพัฒนาให้เกิดพัฒนาการเมือง สังคม และเศรษฐกิจ เป็นต้น

- ช่วยแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นทั้งต่อองค์กรของรัฐ องค์กรธุรกิจ ตลอดจนองค์กรสาธารณกุศล

- ใช้เป็นเครื่องมือในการสื่อสารระหว่างสถาบัน องค์กรต่าง ๆ กับประชาชนกลุ่มเป้าหมายให้เกิดความเข้าใจที่ดีต่อกัน และสร้างค่านิยม ภาพลักษณ์ที่ดีแก่สถาบัน และองค์กร

โดยทั่วไปหลักการพื้นฐานของการรณรงค์ทางการสื่อสารมีอยู่ 3 ประการ (พรพรรณ สุขจิตรจุล, 2545) คือ

1. การประเมินถึงความต้องการ (Needs) เป้าหมาย (Goals) และความสามารถในการตอบสนองของผู้รับสาร ในขั้นตอนแรกของการรณรงค์ทางการสื่อสาร โดยทั่วไปมักเริ่มด้วยการประเมินหรือวิจัยถึงความต้องการ เป้าประสงค์ ความสามารถในการตอบสนองของกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้แผนการดำเนินงานเป็นไปอย่างสัมฤทธิ์ผลและมีประสิทธิภาพ

2. การวางแผนงานรณรงค์และผลิตสื่ออย่างมีระบบ คือ ในส่วนของการวางแผนงานการรณรงค์ประกอบด้วย 3 ส่วน คือ การวางแผนเป้าหมายทางการสื่อสาร (Communication Goals) กลยุทธ์ (Message Strategy) และช่องทางแพร่กระจายสาร (Message Distribution) ทั้งนี้ข้อมูลข่าวสารนับเป็นแก่นสำคัญในกระบวนการโน้มน้าวใจ การทำให้กลุ่มเป้าหมายเปิดรับการรณรงค์ทางการสื่อสาร เนื้อหาสาระที่สื่อออกไปนั้นต้องมีอิทธิพลต่อการโน้มน้าวใจ ซึ่งขึ้นอยู่กับ การเร้าอารมณ์ที่ใช้ (Type of Appeals) รูปแบบการนำเสนอ (Presentation Style) มีความถี่ในการนำเสนอ (Frequency) ซึ่งมีผลอย่างมากต่อการรับรู้ รูปแบบ (Style) ลักษณะเนื้อหาที่ใช้กระตุ้นความสนใจ (Content Appeal) การออกแบบเนื้อหาข่าวสารสอดคล้องกับจุดมุ่งหมายหรือวัตถุประสงค์ ส่วนช่องทางแพร่กระจายข่าวสาร (Message Distribution) จะต้องวางแผนให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย โดยคำนึงถึงส่วนประกอบทั้งหมดให้รอบด้าน

3. การประเมินผลอย่างต่อเนื่อง ในการรณรงค์ทางการสื่อสาร ควรมีการประเมินผลอย่างต่อเนื่อง นับตั้งแต่ก่อนการเริ่มทำการรณรงค์ในระหว่างการรณรงค์และหลังจากดำเนินกิจกรรมการ

รณรงค์ เพื่อประเมินความสำเร็จความผิดพลาดในช่วงเวลาต่าง ๆ เพื่อนำผลไปเป็นแนวทางในการปรับปรุงสื่อสารให้มีประสิทธิภาพมากที่สุด

จากหลักฐานของการรณรงค์ทางการสื่อสารดังกล่าวสามารถจำแนกเป็นขั้นตอน โดยมีรายละเอียด (อรวรรณ ปิรันธน์โอวาท, 2549) ดังนี้

1. การวิเคราะห์สถานการณ์/ความจำเป็น/ปัญหา/ที่มาตามสภาพความเป็นจริง คือการระบุลงไปให้ชัดเจนว่า ต้องการจะเปลี่ยนแปลงหรือปรับอะไรในพฤติกรรมของคนในสังคม ซึ่งสิ่งนี้จะเกิดขึ้นหลังจากที่ได้มีการทบทวน ทำความเข้าใจกับสถานการณ์ อาจทำอย่างเป็นระบบที่ต้องอาศัยกำลังคนและงบประมาณ เพื่อให้ได้ผลที่ใกล้เคียงความเป็นจริงที่สุดว่าปัญหาในเชิงพฤติกรรมคืออะไร มีปัจจัยอะไรเป็นองค์ประกอบที่สำคัญ มีสาเหตุมาจากอะไรด้วยการใช้วิธีการวิจัยที่เรียกว่า “Formative Research” โดยผู้เชี่ยวชาญเฉพาะสาขาที่เกี่ยวข้องกับปัญหาโดยเฉพาะอย่างยิ่งหากปัญหานั้นมีความสลับซับซ้อนและสัมพันธ์กับมิติต่าง ๆ ของชีวิตและสังคมผู้เชี่ยวชาญจากสหสาขาวิชา มีบทบาทสำคัญในขั้นทบทวนสถานการณ์ เพื่อหาคำตอบในเชิงประเมินสถานการณ์และสภาพปัญหา หรือเป็นการประเมินถึงความต้องการ เป้าหมาย และความสามารถในการตอบสนองของผู้รับสารเป็นอันดับแรกก่อนลงมือวางแผนในขั้นต่อไปนั่นเอง

2. ขั้นตอนวางแผนการรณรงค์ ในขั้นตอนนี้โครงการรณรงค์จะอาศัยข้อมูลจากขั้นตอนที่ 1 ในด้านการวิเคราะห์สถานการณ์เพื่อใช้ในการวางแผนงานหลักสำหรับการออกแบบกิจกรรมการสื่อสาร โดยเลือกใช้แนวคิดการตลาดเป็นกรอบของการรณรงค์ ซึ่งในตอนนี้จะครอบคลุมด้านงบประมาณ กำลังคน นอกจากนี้ยังต้องมีการกำหนดองค์ประกอบที่สำคัญ 3 ประการอย่างชัดเจน คือ

2.1 การวางเป้าหมายทางการสื่อสาร (Communication Goals) การวางโครงการรณรงค์เพื่อเข้าถึงมวลชน จำเป็นต้องมีการวางจุดประสงค์หลักเกี่ยวกับระดับผลกระทบของเนื้อหาสารที่ต้องการให้เกิดขึ้นกับองค์ประกอบทางด้านจิตวิทยาของบุคคล การวางเป้าหมายทางการสื่อสารเพื่อถึงสื่อมวลชน ต้องมีการวางจุดประสงค์ทางการสื่อสารที่เกี่ยวข้องกับผลกระทบของเนื้อหาข่าวสารที่สื่อสารออกไป โดย Roger (1976) ได้กล่าวถึงผลกระทบของการสื่อสารหรือที่เรียกว่า KAP มีดังนี้คือ

- 1) ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงความรู้ของผู้รับสาร
(Knowledge/Cognitive=K)
- 2) ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของผู้รับสาร
(Attitude/Affective=A)
- 3) ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านพฤติกรรมของผู้รับสาร
(Performance/Behavior=P)

โดยการเปลี่ยนแปลงทั้ง 3 ประการ จะเกิดขึ้นต่อเนื่องตามลำดับขั้นและถ้าต้องการให้เกิดผลกระทบอย่างต่อเนื่องไปทั้ง 3 ประการ ก็ควรพิจารณาเลือกแบบจำลองขั้นของผลกระทบใน 3 ลักษณะ ดังต่อไปนี้

- The Learning Hierarchy: Cognitive-Affective Effect ลำดับขั้นของปฏิบัติการตอบสนองต่อการสื่อสารที่ได้รับในลักษณะนี้ให้ความสำคัญกับประสบการณ์ การเรียนรู้

ข้อมูลข่าวสารเป็นเรื่องแรก โดยมาจากความเชื่อที่ว่า การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของบุคคล ต้องเริ่มต้นจากการให้ความรู้ที่พอเพียง จึงนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทัศนคติต่อเรื่องนั้น โดยสื่อมวลชนมีบทบาทอย่างมากในการก่อให้เกิดการตระหนักรู้แก่ผู้รับสาร

- The Dissonance – Attribution Hierarchy: Cognitive-Cognitive Effect การตอบสนองในลักษณะนี้เชื่อว่าแหล่งข้อมูลข่าวสารเริ่มแรกอาจไม่ได้มาโดยสื่อมวลชน แต่ได้รับผ่านประสบการณ์ส่วนบุคคล

- The Low – Involvement Hierarchy : Cognitive-Cognitive Affective Effect การตอบสนองในลักษณะนี้ให้ความสำคัญกับการเปิดรับข่าวสารอย่างสม่ำเสมอจากมวลชน โดยเฉพาะการเรียนรู้ประเด็นเรื่องที่ได้รับสารยังไม่ได้พัฒนาทัศนคติ และถ้ามีโอกาสสัมผัสหรือมีประสบการณ์ในเรื่องนั้นด้วยตัวเอง ก็จะทำให้เกิดความคุ้นเคยและปรับเปลี่ยนทัศนคติเดิมไปได้ในที่สุด

กล่าวโดยสรุปการวางเป้าหมายทางการสื่อสารมีองค์ประกอบในการกำหนด 3 แนวทาง คือ (1) การกำหนดจุดประสงค์จากองค์ประกอบด้านปัญญา (Cognition) ซึ่งเป็นการรวมเอาตัวแปรในเรื่องความตั้งใจในการรับสาร การตระหนักรู้ ความเข้าใจและการเรียนรู้ (2) การกำหนดจุดประสงค์จากองค์ประกอบด้านเจตคติ (Affective) ที่เกี่ยวข้องกับความสนใจการประเมิน ทัศนคติ ความรู้สึก ความเชื่อและการคล้อยตาม และ (3) การกำหนดจุดประสงค์จากองค์ประกอบด้านพฤติกรรม (Behavior) ซึ่งเกี่ยวข้องกับเรื่องของความเข้าใจหรือเจตนาพฤติกรรมและการลงมือกระทำ ดังนั้นในการวางแผนการรณรงค์นั้น ผู้ทำการรณรงค์ต้องวางจุดประสงค์หรือเป้าหมายให้ชัดเจนลงไปว่าการรณรงค์ที่ทำนั้น ต้องการให้ได้รับผลระดับใด

2.2 กลยุทธ์ “สาร” (Message Strategy) ข้อมูลสารนับเป็นแก่นสำคัญในกระบวนการโน้มน้าวใจ การทำให้บุคคลเป้าหมายเปิดรับการรณรงค์ทางการสื่อสารเรื่องใดเรื่องหนึ่งก็ด้วยความหวังที่ว่าบุคคลเหล่านั้นจะได้รับอิทธิพลจากเนื้อหาสารดังกล่าว ที่สื่อสารออกไป สำหรับประสิทธิภาพของสารส่วนใหญ่จะขึ้นอยู่กับลักษณะการเรออารมณ์ที่ใช้ (Type of Appeals) รูปแบบการนำเสนอ (Presentation Style) ชนิดของสารที่ต้องการสร้างให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่พึงปรารถนา รวมไปถึงปัจจัยทางด้านผู้ส่งสารหรือผู้นำเสนอสาร หลักเกณฑ์ที่จะวิเคราะห์ซึ่งถูกนำเสนอออกไปจะให้ความสำคัญในเรื่องต่าง ๆ ดังนี้

2.2.1 ความถี่ (Frequency) ความถี่ในการนำเสนอมีผลเป็นอย่างมากต่อการเรียนรู้และการโน้มน้าว แม้บางครั้งเนื้อหาอาจจะไม่น่าสนใจก็ตาม ทั้งนี้ความถี่ในการนำเสนอจะต้องมีความพอเหมาะพอควร มิฉะนั้นก็อาจจะเกิดผลในทางตรงกันข้ามได้ ถ้าหากมีความถี่ในการนำเสนอมากจนเกินควร ขณะเดียวกันเนื้อหาที่ถูกนำเสนอซ้ำกันบ่อย โดยไม่เปลี่ยนแปลงตามควร ก็จะได้ผลตื้นๆ เนื้อหาที่นำเสนอควรจะต้องมีความหลากหลายควบคู่ไปกับความถี่ด้วยคุณภาพและปริมาณควรจะต้องผสมผสานกันไป ช่วงเวลา (Timing) ของการนำเสนอก็เป็นสิ่งที่จะต้องพิจารณาเช่นกัน เวลาที่นำเสนอควรจะเป็นเวลาที่มีผู้ชมให้ความสนใจที่จะชมมากพอควร การได้นำเสนอในเวลาที่ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายแต่มีผู้ชมน้อย ก็อาจจะไม่เกิดประโยชน์อันใด ดังนั้นการลงทุนเพื่อได้เวลาในการนำเสนอที่ดีกว่าก็อาจจะได้ผลที่คุ้มค่ากว่า

2.2.2 รูปแบบ (Style) การนำเสนอรูปแบบทั่วไปนั้น อาจไม่ค่อยชักจูงใจเท่าใดนัก ดังนั้นการนำเสนอด้วยรูปแบบของละคร (Dramatic) หรือแบบอารมณ์ขัน (Humorous) หรือรูปแบบที่เข้าใจง่ายจะทำให้ น่าสนใจกว่า ซึ่งการนำเสนอที่นี้อาจจะออกมาในรูปแบบการ์ตูน มีการถามและตอบหรือทำเป็นละครสั้น รูปแบบของรายการที่สั้น กะทัดรัด ไม่เยิ่นเย้อ จะเรียกร่องผู้ชมได้มากกว่ารายการที่ค่อนข้างยาว เห็นได้ว่ารูปแบบการนำเสนอไม่สามารถกำหนดลงไปตายตัวได้ ทั้งนี้ขึ้นกับความพอใจของผู้รับสาร สิ่งสำคัญก็คือพยายามให้รูปแบบและเนื้อหาสาระ สามารถเกี่ยวข้องกับชีวิตของผู้รับสารหรือเกิดประโยชน์ต่อผู้รับสาร ง่ายต่อการเข้าใจก็จะสามารถสร้างความน่าสนใจ

2.2.3 เนื้อหาที่ใช้กระตุ้นความสนใจ (Content Appeal) เช่น ในการรณรงค์เรื่องสุขอนามัย (Health Campaign) การกระตุ้นให้เกิดความกลัว (Fear) เป็นวิธีการที่ใช้ได้ผลอย่างหนึ่ง โดยใช้วิธีการสร้างความกลัวให้เกิดขึ้นพร้อมทั้งชี้แนะวิธีการป้องกันรักษาไปด้วย วิธีนี้จะได้ผลมากขึ้นถ้าหากผู้นำเสนอ (แหล่งข้อมูล) มีความน่าเชื่อถือ (Highly Credible Source) ลักษณะการนำเสนอเพื่อการชักจูงหรือโน้มน้าว ด้วยการนำเสนอด้านเดียว (One-Sided Argument) เหมาะสำหรับเนื้อหาที่มีข้อสรุปตายตัวอยู่แล้ว ยังมีวิธีการนำเสนออีกรูปแบบหนึ่งคือ การนำเสนอสองด้าน (Two-Sided Arguments) เป็นลักษณะของการนำเสนอเนื้อหาโดยมีการโต้แย้งกันทางความคิดเกิดขึ้น วิธีการเหมาะสมสำหรับผู้ชมที่ค่อนข้างจะมีการศึกษาและมีที่ท่าจะโต้แย้งข้อมูลได้ง่าย หรือผู้รับสารที่ค่อนข้างจะเป็นคนขี้สงสัยและเกรงว่าข้อมูลที่นำเสนอเนื้อหาโดยมีการโต้แย้งข้อมูลได้ง่าย หรือผู้รับสารที่ค่อนข้างจะเป็นคนขี้สงสัยและเกรงว่าข้อมูลที่นำเสนอจะเป็นการโฆษณาชวนเชื่อ การออกแบบเนื้อหาสาระต้องสอดคล้องไปกับเป้าหมายของผลกระทบที่วางไว้ในขั้นตอนแรก โดยคำนึงถึงว่าควรจะทำอย่างไร และใช้รูปแบบในการนำเสนออย่างไร เช่น ควรให้เนื้อหาสาระทั้งด้านดี ล้วนเสียหรือเพียงด้านเดียว (Positive VS Negative Appeals) ใช้สารที่กระตุ้นให้เกิดความกลัวหรือเป็นเป็นการเสนอแนะ (Fear VS Rational Appeals) ให้ข้อสรุปที่ชัดเจนหรือเปิดให้ไว้คิดเอง (Definition VS Open Conclusion) การเสนอซ้ำ ๆ หลายครั้งในเรื่องที่ยากต่อความเข้าใจก็อาจให้ผลดีกว่าการเสนอเพียงหนเดียวแล้วจบกัน การออกแบบกิจกรรมการสื่อสารถือเป็นขั้นตอนเกี่ยวกับการใช้ผู้สื่อสาร การผลิตเนื้อหาสาระ และการเลือกช่องทางการสื่อสารในกระบวนการรณรงค์ ในขั้นตอนนี้มีบุคคลที่เกี่ยวข้องที่สำคัญ ได้แก่ นักรณรงค์ผู้เชี่ยวชาญด้านการผลิตเนื้อหาสื่อที่รู้ว่าจะออกแบบสารอย่างไรจึงจะโดนใจผู้รับสาร รวมทั้งนักจิตวิทยาการสื่อสารที่เข้าใจฝั่งความคิดและแกนของการรณรงค์ที่สอดคล้องกัน เพื่อช่วยให้การออกแบบกิจกรรมการสื่อสารสมบูรณ์และมีประสิทธิภาพที่สุด

2.3 ช่องทางการแพร่กระจายสาร (Message Distribution) หลังจากกำหนดเป้าหมายและวางกลยุทธ์ในการสร้างเนื้อหาสาระแล้ว นักสื่อสารการตลาดเพื่อสังคมต้องจัดทำแผนงานการใช้สื่อ เพื่อส่งเสริมให้เข้าถึงผู้รับสารเป้าหมายโดยต้องคำนึงถึงเทคนิควิธีการเสนอสารในแต่ละชนิด ความบ่อยครั้งและการเปิดรับอย่างเลือกสรรของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งมีความแตกต่างกันในทางสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม ตลอดจนจนลักษณะและรูปแบบของสื่อแต่ละชนิด รวมถึงประสิทธิภาพในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายของสื่อแต่ละประเภท รูปแบบของช่องทางการแพร่กระจายที่นิยมใช้ในการรณรงค์ก็คือการสื่อสารเพื่องานเฉพาะกิจ ซึ่งในการรณรงค์ต่าง ๆ นั้น การสื่อสารเพื่องาน

เฉพาะกิจเป็นการสื่อสารอีกประเภทหนึ่งที่นิยมใช้กันมาก เพราะเป็นการสื่อสารที่อาศัยสื่อมากมายหลายชนิดนำมาใช้ในคราวเดียวกัน หรือรวมเอาวิธีการสื่อสารในรูปแบบต่าง ๆ มาใช้ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามกิจกรรมนั้น ๆ เช่น ต้องการจะให้ความรู้แก่ผู้รับสารเป้าหมายในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หรือการจูงใจให้ผู้รับสารยอมรับสิ่งใหม่หรือต้องการเพียงแต่กระตุ้นให้เกิดความคิดเห็นในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หรืออาจต้องการไปถึงขั้นให้ผู้รับสารเป้าหมายเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการใช้สื่อต่าง ๆ ร่วมกัน หรือใช้วิธีการสื่อสารหลากหลายรูปแบบร่วมกัน ใช้หลักที่ว่าสื่อแต่ละชนิดมีข้อดี ข้อจำกัด หรือคุณสมบัติที่แตกต่างกันและในทำนองเดียวกัน วิธีการสื่อสารแต่ละรูปแบบก็มีข้อได้เปรียบเสียเปรียบต่างกันด้วย แต่เมื่อนำเอาส่วนดีของสื่อแต่ละชนิดและข้อดีของวิธีการสื่อสารแต่ละประเภทมาใช้ร่วมกัน ก็อาจจะทำให้เกิดผลสัมฤทธิ์ทางการสื่อสารที่สูงที่สุดได้ ดังนั้น การรณรงค์ทางการสื่อสารจึงเป็นการใช้สื่อแบบผสมผสานกล่าวคือ สื่อมวลชนมีความสามารถในการเข้าถึง เพื่อสร้างความตระหนักรู้ในข้อมูลข่าวสาร เพื่อกระตุ้นพฤติกรรมนอกจากนี้ยังสามารถใช้สื่อระหว่างบุคคลที่สามารถวัดการตอบรับได้ดี สามารถแสดงปฏิกิริยาตอบกลับได้ ซึ่งถือเป็นสื่อสร้างเสริมประสบการณ์ (Experience Media) อย่างไรก็ตามบางครั้งสื่อระหว่างบุคคลก็ไม่ประสบผลสำเร็จเท่าที่ควรหากขาดการวางแผนกำหนดกลยุทธ์เชิงกิจกรรมที่สอดคล้องระหว่างกลุ่มเป้าหมายกับกิจกรรมของโครงการรณรงค์ทางการสื่อสาร

3. การประเมินผลโครงการรณรงค์ ในการรณรงค์ทางการสื่อสารทุกครั้งจำเป็นต้องมีการประเมินผลที่ต่อเนื่อง ตั้งแต่เริ่มทำการรณรงค์ ระหว่างรณรงค์ และหลังจากดำเนินกิจกรรมเพื่อสามารถประเมินความสำเร็จ หรือข้อผิดพลาดในการรณรงค์ในช่วงเวลาต่าง ๆ และเพื่อนำผลการประเมินมาวางแผนแนวทางแก้ไขปรับปรุงการรณรงค์ให้มีประสิทธิภาพมากที่สุด การประเมินผลแบ่งออกเป็น 4 ลักษณะ (Rogers & Storey, 1978, pp.817-814) โดยมีรายละเอียดดังนี้

3.1 ประเมินติดตามผลระหว่างโครงการ (Monitoring) ในแต่ละขั้นตอนของการวางแผนออกแบบและปฏิบัติการรณรงค์ นักรณรงค์ควรจัดให้มีการติดตามประเมินผลควบคู่ไปกับการปรับแผนให้สอดคล้องกับผลจากการประเมิน ซึ่งการประเมินลักษณะนี้อาจทำอย่างไม่เป็นทางการก็ได้ และการติดตามผลระหว่างโครงการที่สำคัญอย่างขาดไม่ได้ก็คือ การทดลองใช้สื่อที่ได้ออกแบบและผลิตไว้แล้วกับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นตัวแทนจำนวนหนึ่งด้วยวิธีการ “Pilot Testing” เพื่อค้นหาข้อดีและข้อบกพร่องของตัวสื่อและช่องทางการใช้สื่อ อันจะนำมาปรับปรุงให้เกิดประสิทธิผลกับการใช้งานกับกลุ่มเป้าหมายจริงที่มีขนาดใหญ่กว่าต่อไป อีกทั้งยังมีประโยชน์ในแง่ของการใช้ทรัพยากรที่คุ้มค่า และป้องกันความเสี่ยงจากความเสียหายที่อาจเกิดจากการออกแบบสื่อและสารผิดพลาด นอกจากนี้หลังจากได้มีการปล่อยสื่อต่าง ๆ ออกไปเป็นระยะตามแผนที่วางไว้แล้ว นักรณรงค์ควรติดตามผลกระทบเป็นระยะเช่นเดียวกันว่าสื่อเหล่านั้นก่อให้เกิดผลกระทบตามที่คาดหวังไว้หรือไม่ หรือหากเกิดผลกระทบในทางลบที่ไม่คาดฝันหรือผลข้างเคียง นักรณรงค์ผู้รับผิดชอบโครงการจะได้ปรับปรุงแก้ไขสื่อและเนื้อหาสาระได้ทันทั่วทั้งก่อนโครงการจะสิ้นสุดลง

3.2 การประเมินประสิทธิผล (Efficiency Evaluation) การประเมินผลกระทบที่เกิดขึ้นกับกลุ่มเป้าหมายของโครงการ หลังจากที่โครงการรณรงค์ด้วยสื่อประเภทต่าง ๆ สิ้นสุดลง การประเมินผลกระทบลักษณะนี้วัดได้โดยตรงกับกลุ่มเป้าหมายของโครงการว่า มีการเปลี่ยนแปลงเชิง

พฤติกรรมตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้หรือไม่ โดยนัยนี้หากมีการตั้งวัตถุประสงค์ไว้อย่างชัดเจน และมีความเป็นไปได้ในทางปฏิบัติการประเมินประสิทธิผลจะทำได้ไม่ยาก อย่างไรก็ตามการประเมินประสิทธิผลโครงการรณรงค์ยังข้อวิจารณ์อีกประการหนึ่ง คือ ผลที่ได้จากการประเมินอาจไม่น่าเชื่อถือ ทั้งนี้เพราะปัจเจกบุคคลมีวิถีชีวิตที่สัมพันธ์กับองค์ประกอบอื่นของสังคม ซึ่งถือเป็นแหล่งข้อมูลความรู้ที่อาจมีอิทธิพลต่อวิถีคิดและแบบแผนพฤติกรรมอันนอกเหนือไปจากการเปิดรับข่าวสารจากโครงการ ยิ่งไปกว่านั้นหากการรณรงค์เรื่องใดก็ตามที่มีหน่วยงานเกี่ยวข้องเป็นจำนวนมาก และต่างก็พร้อมใจกันรณรงค์ซึ่งอาจทำให้เกิดสภาพแข่งขันกันรณรงค์หรือร่วมกันรณรงค์ เช่น กรณีเหตุการณ์คลื่นยักษ์สึนามิถล่มภาคใต้ 6 จังหวัด ที่คนไทยทั่วประเทศเกิดแนวร่วมจิตวิทยามวลชนขึ้นโดยการร่วมรณรงค์ช่วยเหลือผู้ประสบภัย เกิดแรงกระตุ้นทางสังคมทั้งในภาคประชาชน รัฐบาล เอกชน และหน่วยงานต่าง ๆ การประเมินผลครั้งนั้นก็อาจไม่สามารถมั่นใจได้ว่าผลที่เกิดขึ้นเพราะโครงการของใครบ้าง ทั้งนี้ก็เพราะนักรณรงค์ไทยไม่อาจควบคุมบริบทในการใช้ชีวิตของกลุ่มเป้าหมายของโครงการ หรือการบริหารงานในเครือข่ายองค์กรที่ทำการรณรงค์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ไม่ให้เกิดความซ้ำซ้อนได้นั่นเอง

3.3 การประเมินประสิทธิภาพ (Effectiveness Evaluation) ทางออกของการ

ประเมินประสิทธิผล คือ ประสิทธิภาพของการรณรงค์ การประเมินลักษณะนี้จำเป็นต้องอาศัยมาตรฐานทางวิชาการและวิชาชีพที่ได้รับการยอมรับโดยทั่วไปในวงวิชาการและวิชาชีพแล้วว่าดี หากออกแบบและใช้แล้วน่าจะได้ผลตามแนวทางที่มาตรฐานดังกล่าวกำหนดไว้ การประเมินประสิทธิภาพจะทำให้เกิดความมั่นใจสำหรับคนทำงานรณรงค์ว่า แผนงานที่ได้ทำลงไปตั้งอยู่บนมาตรฐานที่เหมาะสม และมีแนวโน้มว่าการรณรงค์จะได้ผลตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

3.4 การประเมินความคุ้มค่า (Cost – Effectiveness Evaluation) เป็นการประเมินความคุ้มค่าของต้นทุนที่ลงไปเมื่อเทียบกับผลลัพธ์ที่ได้ว่าอยู่ในระดับโดยยอมรับได้หรือไม่ ซึ่งต้นทุนในที่นี้หมายถึงงบประมาณค่าจ้างคนทำงาน รวมทั้งการผลิต และการซื้อสิ่งต่าง ๆ เป็นหลัก ซึ่งวิธีการประเมินทำได้โดยอาศัยวิธีการคำนวณหาค่าเฉลี่ยของงบประมาณที่ใช้ไปต่อการเปลี่ยนแปลงที่มีหน่วยเป็นคนตลอดจนการประเมินความคุ้มค่าของทรัพยากรที่ใช้ไป ซึ่งถือเป็นเรื่องจำเป็นสำหรับประเทศไทยที่มีทรัพยากรจำกัดที่ควรใช้ทรัพยากรจำกัดที่ควรใช้ทรัพยากรให้คุ้มค่าที่สุดนั่นคือ ก่อให้เกิดผลสูงสุด โดยเสียเงินลงทุนน้อยที่สุด อย่างไรก็ตามการประเมินความคุ้มค่าจะเป็นไปได้ยาก เนื่องจากประสิทธิผลของการรณรงค์ไม่อาจวัดได้ เพราะอุปสรรคจากการตั้งวัตถุประสงค์ที่ไม่เหมาะสมการแข่งขันภายในหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งการแข่งขันของข้อมูลข่าวสารจากภายนอกที่ควบคุมไม่ได้ ทั้งนี้อาจวัดได้จากบทบาทเสริมของสื่อมวลชนและการสื่อสารระหว่างบุคคล ถือเป็นเรื่องสำคัญอีกเรื่องหนึ่งสำหรับการรณรงค์ซึ่งต้องอาศัยบทบาทเสริมของสื่อมวลชนในการเป็นสื่อกลางที่สำคัญในการสื่อสารกิจกรรมต่าง ๆ ในการรณรงค์ไปสู่กลุ่มเป้าหมายหลักได้อย่างทั่วถึงและเนื่องจากสื่อแต่ละประเภทมีข้อดีและข้อจำกัดในตัวเอง ดังนั้นจึงต้องเลือกใช้สื่อหลายประเภทเพื่อเสริมข้อเด่นและลดข้อด้อย การเลือกสรรสื่อที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายนับเป็นเรื่องจำเป็นอีกขั้นตอนหนึ่งของการรณรงค์ทางการสื่อสาร เพื่อให้การสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายมีประสิทธิภาพสูงสุด เพราะการเลือกสรรสื่อที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายจะช่วยให้กลุ่มเป้าหมายได้รับสารได้เต็มที่มากขึ้น หากผู้ส่งสารตัดสินใจเลือกสื่อที่ไม่เหมาะสมก็อาจทำให้การส่งสารครั้งนั้นล้มเหลวได้

กล่าวโดยสรุปแนวทางในการจัดทำแผนการรณรงค์โดยทั่วไปของสถาบัน องค์กรต่าง ๆ มีขั้นตอนสรุปได้ดังต่อไปนี้ (วิรัช ลภีรัตนกุล, 2546, หน้า 15-17)

1. ศึกษา วิเคราะห์ สถานการณ์ ตลอดจนสภาพภูมิหลังของสถาบัน องค์กรสถานการณ์สังคมในขณะนั้น เพื่อศึกษาค้นหาข้อมูลที่เกี่ยวข้อง เช่น นโยบายและเป้าหมาย ภารกิจของสถาบัน องค์กร กระแสสังคม หรือค่านิยมในสังคม เพื่อนำมาใช้พิจารณาในการตัดสินใจกำหนดแนวคิดในการรณรงค์การสื่อสาร และการกำหนดรายละเอียดของแผนงาน

2. กำหนดวัตถุประสงค์ การกำหนดในแผนการรณรงค์การสื่อสารต้องชัดเจนว่า จะทำการรณรงค์ไปเพื่ออะไร ต้องการสื่ออะไรในเรื่องอะไร และต้องการให้เกิดผลอย่างไร เพราะวัตถุประสงค์ของโครงการรณรงค์ การสื่อสารที่กำหนด จะนำไปสู่การกำหนดรายละเอียดของแผนการรณรงค์ รวมทั้งการใช้สื่อและกิจกรรม

3. กำหนดกลุ่มเป้าหมาย จะต้องระบุให้ชัดว่า แผนการรณรงค์การสื่อสารที่จัดทำขึ้นนี้ ต้องการมุ่งสื่อสารกับใคร ใครเป็นกลุ่มเป้าหมาย เช่น วัยรุ่น กลุ่มแม่บ้าน กลุ่มทำงาน หรือประชาชนทั่วไป เพราะลักษณะของประชาชนกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่มมีความแตกต่างกันทางลักษณะประชากร (Demographics) ลักษณะเชิงจิตวิทยา (Psychographics) ค่านิยม (Values) รูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) และลักษณะสภาวะทางอารมณ์ (Emotionality) เมื่อได้ศึกษาหรือทำความเข้าใจกับกลุ่มเป้าหมายที่จะสื่อสารด้วยแล้ว จะทำให้สามารถกำหนดรายละเอียดของเนื้อหาข่าวสาร กลยุทธ์ในการรณรงค์ และการใช้สื่อได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม

4. กำหนดแนวคิดในการนำเสนอเนื้อหาข่าวสารของโครงการทางการสื่อสาร คือ การกำหนดประเด็นหรือแก่นแห่งสาระ หรือ “Theme/Concept” ซึ่งหมายถึง แนวคิดหรือจุดยืนในประเด็นหนึ่งที่สามารถมีคำตอบได้มากกว่าหนึ่ง การรณรงค์การสื่อสารจะต้องยกประเด็นที่สำคัญมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับสังคม หรือที่จะเกิดผลกระทบต่อประชาชนกลุ่มเป้าหมาย จะต้องกำหนดให้แน่ชัดว่าแนวคิดหรือประเด็นที่ต้องการสื่อสารกับประชาชนกลุ่มเป้าหมายนั้นจะเน้นไปในทางใดเพื่อนำไปสร้างสรรค์ สื่อ และกิจกรรม ได้มีโอกาสเข้าร่วมในโครงการนั้นด้วย

Duncan (2005, p.9) กล่าวได้ว่า มีความท้าทายอยู่ในระบบส่งสารและการปรับตัวให้เหมาะสมภายใต้ข้อมูลข่าวสารที่ใช้ในการรณรงค์ทางการสื่อสารนั้น มีลักษณะข่าวสารภายใต้ร่มเดียวกัน (The Challenges are in The Logistics and Adaptation of The Umbrella Key Message) ที่มีความทันสมัย แตกต่าง โดยไม่ขาดหายอันเป็นแก่นแท้ของข่าวสาร (Core Message) ตลอดจนเริ่มใช้เครื่องมือการสื่อสารในแนวกว้างไปยังกลุ่มเป้าหมายที่บริโภคสินค้า การรวมตัวทางด้านการค้า พนักงานองค์กร กลุ่ม NGOs และสื่อ เป็นต้น

5. สื่อและกิจกรรมที่ใช้ในการรณรงค์ มีความสำคัญต่อแผนการรณรงค์ ถ้าเลือกสื่อและกิจกรรมที่ไม่ตรงกับความสนใจของกลุ่มเป้าหมายแล้ว การรณรงค์ทางการสื่อสารนั้นอาจไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มประชาชนเป้าหมาย และไม่ได้ได้รับความสนใจเลย ดังนั้นการใช้สื่อในการรณรงค์จึงต้องซื้อสื่อหรือพื้นที่และเวลาเพื่อเผยแพร่กิจกรรมไปยังกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งการซื้อสื่อทำให้สถาบันและองค์กรสามารถควบคุมเวลาและเนื้อหาได้อย่างแน่นอน หากแต่ในปัจจุบันมีการแบ่งสื่อออกเป็น 2 กลุ่มใหญ่คือ สื่อแบบโจ่งแจ้ง (Above the Line) และสื่อแบบแฝงเร้น (Below the Line) หรือบางครั้งเรียกว่า

“การแบ่งสื่อเหนือเส้นและใต้เส้นหรือสื่อมวลชนและไม่ใช้สื่อมวลชน” อย่างไรก็ตาม เนื่องจากบางครั้งสื่อมวลชนดูเหมือนจะมีพลังในการเข้าถึงกว้างขวาง แต่ขณะเดียวกันก็ทำให้เกิดผลกระทบของการสื่อสารที่จำกัดว่ากิจกรรมที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่เจาะจงและสร้างผลกระทบได้แรงกว่าตามแนวทางของการสื่อสารเชิงกิจกรรม

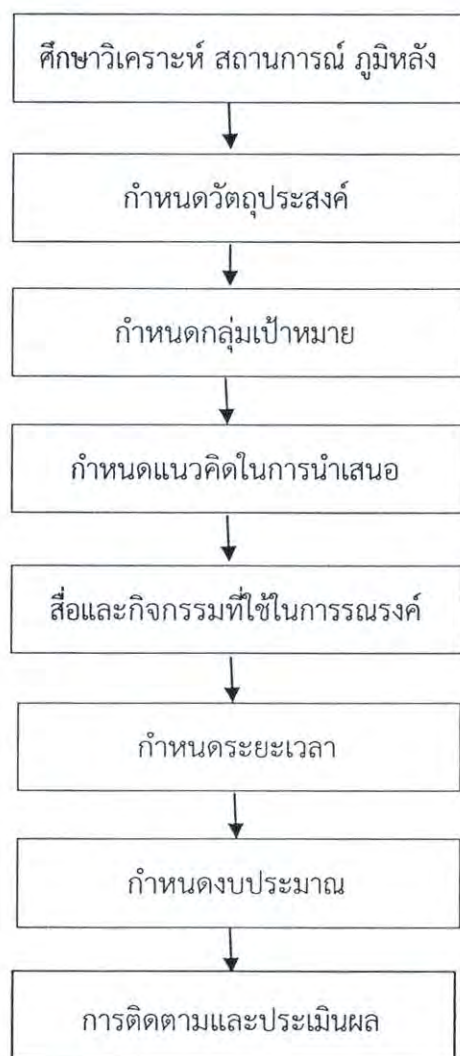
การกำหนดกิจกรรมหลักของการรณรงค์จะต้องพิจารณาอย่างรอบคอบ โดยคณะทำงานทุกคนจะต้องทำการพิจารณาร่วมกันก่อนมีการตัดสินใจอย่างใดอย่างหนึ่ง จากนั้นจึงกำหนดกิจกรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งต้องให้สอดคล้องกับกิจกรรมหลัก และการให้ความสำคัญกับการสร้างสรรค์กิจกรรมเชิงรุก แล้วจัดทำเป็นตารางของการรณรงค์ขึ้นสำหรับใช้ในการตรวจสอบความถูกต้อง การจัดทำตารางรณรงค์จะทำให้ผู้ปฏิบัติงานทุกคนได้เข้าใจถึงภาพรวมของโครงการรณรงค์ เพราะเป็นการแสดงรายละเอียดทุกอย่างลงในตารางทำให้เกิดความชัดเจนและยึดหยุ่นได้ สิ่งสำคัญในการกำหนดกิจกรรมหลักและกิจกรรมเฉพาะอย่างต้องพิจารณาให้มีความสอดคล้องกับประเด็นหรือแนวคิดของการรณรงค์การสื่อสารที่ได้กำหนดไว้ การเลือกใช้สื่อเพื่อเผยแพร่แนวคิดหรือประเด็นกิจกรรมควรเหมาะสมกับประชาชน กลุ่มเป้าหมายและสาธารณชน การเลือกใช้สื่อจะต้องสอดคล้องกับความต้องการ ต้องการกระจายข่าวสารได้อย่างกว้างขวางและมีความถี่ในการเผยแพร่ข่าวสารนั้นด้วย หากแต่กิจกรรมที่เลือกจัดขึ้นในการรณรงค์มีพลังการสื่อสารเพียงพอที่จะสามารถสร้างการแพร่กระจาย (Spin of Effects) โดยสื่อมวลชนตามแนวทางการสื่อสารเชิงกิจกรรมในแผนรณรงค์สื่อสารทางการตลาดแล้ว การแพร่กระจายข่าวสารและการสร้างกระแสบอกต่อก็จะตามมาโดยไม่เสียค่าใช้จ่ายผ่านสื่อมวลชน

6. กำหนดระยะเวลาของการรณรงค์ ต้องกำหนดระยะเวลาให้ชัดเจนและเหมาะสมกับเวลาและกลุ่มเป้าหมาย คำนึงถึงความพอเพียงในการที่จะให้การปฏิบัติงานบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมาย บางครั้งระยะเวลาการรณรงค์การสื่อสารอาจกำหนดเป็นช่วงตามความเหมาะสม Duncan (2005,yp.9) กล่าวว่า การใช้ระยะเวลานานแค่ไหนสำหรับการวางแผนการรณรงค์ขึ้นอยู่กับข้อสรุปและลักษณะของโครงการที่จะเปลี่ยนแปลงไป ทั้งนี้เนื่องจากมีประเด็นสำคัญที่ต้องพิจารณาเกี่ยวกับเรื่องระยะเวลาคือ การพิจารณาว่าใครคือกลุ่มเป้าหมายที่จะสื่อสารด้วย เช่น หากเป็นกลุ่มเป้าหมายใหญ่กระจายกว้างขวางจำเป็นต้องใช้ระยะเวลาสื่อสารที่มากและสัมพันธ์กับคุณสมบัติของสื่อและกิจกรรม ซึ่งก็คือประเด็นสำคัญอีกประการคือ การใช้สื่อหรือช่องทาง ตลอดจนเครื่องมือสื่อสารที่ว่าทำอย่างไรเราจึงจะพูดกับเขาได้ และผ่านช่องทางใดที่เราจะใช้สื่อสารออกไป

7. กำหนดงบประมาณ การกำหนดงบประมาณที่ใช้ในการรณรงค์การสื่อสารต้องให้ครอบคลุมถึงการดำเนินงานทั้งโครงการ ได้แก่ การกำหนดค่าใช้จ่ายที่จะเกิดขึ้น เช่น ค่าผลิต ค่าสื่อ ค่าบริหารจัดการโครงการ ค่าสาธารณูปโภค เป็นต้น งบประมาณมีความสำคัญต่อความสำเร็จของการรณรงค์ หากกำหนดงบประมาณน้อยเกินไป อาจทำให้การรณรงค์การสื่อสารไม่สามารถกระทำได้ งบประมาณที่มากเกินไปอาจทำให้ผลที่ได้รับจากการรณรงค์ไม่คุ้มค่างบค่าใช้จ่ายที่เสียไป ดังนั้นการกำหนดงบประมาณสำหรับใช้ในการรณรงค์การสื่อสาร นอกจากจะต้องคำนึงถึงความครอบคลุมในการดำเนินงานแล้ว ต้องพิจารณาถึงความเหมาะสมในแต่ละปัจจัยด้วย

8. การติดตามประเมินผล เป็นขั้นตอนสุดท้ายในการดำเนินงานการรณรงค์การสื่อสารเพื่อติดตามและประเมินผลหลังจากการรณรงค์สิ้นสุดลงตามระยะเวลาที่กำหนดไว้ว่าผลของการดำเนินงานนั้นเป็นอย่างไร สามารถบรรลุถึงวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่ต้องการหรือไม่ ซึ่งเป็นการตรวจสอบประสิทธิภาพของแผนการรณรงค์ และตรวจสอบถึงการใช้ทรัพยากรการสื่อสารในขั้นตอนการรณรงค์ทางการสื่อสารให้เกิดประโยชน์สูงสุด อย่างไรก็ตามการรณรงค์ทางการสื่อสารได้มีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนไว้ตั้งแต่เริ่มแรก ดังนั้นจึงยากที่จะประเมินถึงผลลัพธ์และผลรายงานกลับไปยังลูกค้า กอปรกับปัจจุบันมีหน่วยงาน องค์กร ที่มีความเป็นมืออาชีพในการติดตามและประเมินผล เช่น บริษัทตัวแทนให้บริการด้านการวิจัย ซึ่งองค์กรสามารถมอบหมายหน้าที่ให้กับบริษัทตัวแทนที่ให้บริการนี้

จากภายนอกเป็นผู้ประเมินผลและวัดผลตามการรณรงค์ในแนวทาง ก็สามารถกระทำได้เพื่อความเข้าใจขั้นตอนการจัดทำแผนการรณรงค์ จึงขอสรุปดังภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 1 แสดงขั้นตอนการจัดทำแผนการรณรงค์

ที่มา : วิรัช ลภีรัตน์กุล (2546 , หน้า 15-17)

6. แนวคิดเกี่ยวกับรายการรัฐสภาของเรา

โครงการผลิตรายการวิทยุท้องถิ่นรายการ “รัฐสภาของเรา” เป็นโครงการที่ได้ดำเนินงาน จากความร่วมมือของ 2 หน่วยงาน ประกอบด้วย สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร และกรม ประชาสัมพันธ์ ภายใต้ยุทธศาสตร์ความคาดหวังที่จะเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจ ทางการเมือง การปกครองระบอบประชาธิปไตยในระบบรัฐสภา ปลุกจิตสำนึกให้เยาวชน และประชาชนเห็น ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมทางการเมือง (คู่มือการผลิตรายการรัฐสภาของเรา,2552)

6.1 ลักษณะของรายการรัฐสภาของเรา

การผลิตรายการรัฐสภาของเรา โดยสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย ในส่วน ภูมิภาคทั่วประเทศ มีสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎรเป็นผู้กำหนดกรอบเนื้อหา รายการ และ คณะกรรมการอำนวยการบริหารสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย กรุงเทพมหานคร เป็นฝ่าย ดูแลในภาพรวมทั้งหมดของรายการ ซึ่งสามารถสรุปลักษณะของรายการรัฐสภาของเราได้ ดังนี้

- 1) เป็นรายการสด ที่ให้ทั้งความรู้และความบันเทิง
- 2) กลุ่มผู้ฟังเป้าหมายหลักคือ เยาวชน อายุระหว่าง 15-25 ปี และกลุ่มเป้าหมายรอง คือ ประชาชนทั่วไป
- 3) เนื้อหารายการเน้นการเผยแพร่ความรู้ ความเข้าใจด้านการปกครองในระบอบ ประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของ รัฐสภา รวมทั้งเชิญชวนให้สมาชิกรัฐสภา เยาวชน และประชาชนได้มีส่วนร่วมใน รายการ
- 4) ออกอากาศอย่างน้อยสัปดาห์ละ 5 วัน ๆ ละ 50-55 นาที รวมแล้วไม่น้อยกว่า 250 ตอน/ปี
- 5) รูปแบบรายการให้ดำเนินรายการโดยยึดกรอบเนื้อหาตามกรอบตัวชี้วัด การ ประเมินผลด้านการปริมาณและการประเมินผลด้านคุณภาพของรายการ
- 6) เวลาออกอากาศให้คำนึงถึงเวลาที่เยาวชน สามารถรับฟังรายการได้ เช่น 17.00- 18.00 น. หรือ 21.00 – 22.00 น.

6.2 วิธีการประเมินผลรายการ

การประเมินผลเป็นการประเมินผลจากการติดตามรับฟังรายการซีดีของการ ออกอากาศ ที่ผู้จัดได้จัดส่งมายังสถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา โดยใช้วิธีการสุ่ม ตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Possive Selection) ไม่น้อยกว่าร้อยละ 30 ซีดีรายการที่จัดส่งมาของแต่ ละสถานี โดยยึดตามวัตถุประสงค์ของโครงการ เพื่อเป็นเกณฑ์ในการชี้วัดและประเมินผลโครงการตาม กรอบตัวชี้วัด สำหรับปีงบประมาณ 2556 มีกรอบตัวชี้วัดและสัดส่วนคะแนนสรุปได้ ดังนี้

1) การมีส่วนร่วมของผู้ฟัง โดยมีตัวชี้วัด คือ ระดับของผู้ฟังรายการให้ความสนใจ โทรศัพท์แสดงความคิดเห็น การส่งจดหมาย ไปรษณียบัตรเข้ามาในรายการ ซึ่งมีเกณฑ์คะแนน 15 คะแนน

2) เสนอข่าวสารความเคลื่อนไหวในรัฐสภา โดยมีตัวชี้วัดคือระดับการนำเสนอข้อมูล ข่าวสารความเคลื่อนไหวในรัฐสภา ซึ่งมีเกณฑ์คะแนน 15 คะแนน

3) ความรู้เกี่ยวกับประชาธิปไตย การเมืองภาคประชาชน และรัฐธรรมนูญโดยมีตัวชี้วัด ระดับการให้ความรู้เกี่ยวกับประชาธิปไตย บทบัญญัติรัฐธรรมนูญ และการเมืองภาคประชาชน ซึ่งมีเกณฑ์คะแนน 15 คะแนน

4) คุณภาพของการผลิตรายการ โดยมีตัวชี้วัดคือ ระดับของการผลิตรายการตามเกณฑ์ประเมินด้านคุณภาพรายการที่กำหนดไว้ 25 ข้อ ซึ่งมีเกณฑ์คะแนน 15 คะแนน

5) การมีส่วนร่วมของสมาชิกรัฐสภา โดยมีตัวชี้วัด คือ ระดับการเข้ามามีส่วนร่วม ของสมาชิกรัฐสภา ซึ่งมีเกณฑ์คะแนน 10 คะแนน

6) การทำกิจกรรมเชิงรุก โดยมีตัวชี้วัด คือ ระดับการเผยแพร่รายการรัฐสภาของเราในสถาบันการศึกษา ซึ่งมีเกณฑ์คะแนน 10 คะแนน

7) ความรู้เกี่ยวกับรัฐสภาหรือเนื้องานรัฐสภา โดยมีตัวชี้วัด คือ ระดับการนำเสนอข้อมูลความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับรัฐสภา คือ การแนะนำศัพท์รัฐสภา ซึ่งมีเกณฑ์คะแนน 10 คะแนน

8) การประชาสัมพันธ์รายการโดยมีตัวชี้วัด คือ ระดับการประชาสัมพันธ์รายการรัฐสภาของเราในรูปแบบต่าง ๆ ซึ่งมีเกณฑ์คะแนน 5 คะแนน

9) สปอตกิจกรรมของรัฐสภา โดยมีตัวชี้วัด คือ ระดับจำนวนการเปิดสปอตกิจกรรมของรัฐสภา ซึ่งมีเกณฑ์คะแนน 5 คะแนน

ส่วนการประเมินผลโครงการผลิตรายการวิทยุท้องถิ่นรายการรัฐสภาของเรามีการประเมินผลใน 2 มิติ ประกอบด้วย การประเมินผลด้านปริมาณ และการประเมินผลด้านคุณภาพรายการ ซึ่งสามารถสรุปได้ ดังนี้

1. การประเมินผลด้านปริมาณ ด้วยการประเมินจากกรอบตัวชี้วัด 9 ประการ โดยมีขั้นตอนการประเมิน ดังนี้

1.1 สุ่มตัวอย่าง (Random Sampling) จากซีดีรายการในแต่ละเดือนของแต่ละสถานีไม่น้อยกว่าร้อยละ 30

1.2 วิเคราะห์ข้อมูลตามกรอบตัวชี้วัดจากซีดีรายการที่สุ่มได้

1.3 ตรวจสอบหลักฐานจากเอกสาร เช่น จดหมาย ไปรษณียบัตร ฯลฯ

1.4 รวบรวมข้อมูลจากการวิเคราะห์ข้อมูล เอกสาร หลักฐานต่าง ๆ

1.5 สรุปประมวลผลด้วยค่าสถิติร้อยละ และค่าเฉลี่ย

สำหรับระดับการให้คะแนนตามกรอบตัวชี้วัด 9 ประการ มีดังนี้

กรอบที่ 1 การมีส่วนร่วมของผู้ฟังรายการ

1) ออกจัดกิจกรรมเพื่อให้เยาวชนมีได้ส่วนร่วมในรายการ ระดับการให้คะแนน 100 เปอร์เซ็นต์

2) มีผู้ฟังโทรศัพท์ร่วมในรายการ (เยาวชน) หรือมีจุดมุ่งหมายและไปรษณียบัตร เข้าตอบคำถามซึ่งเป็นคำถามที่มีเนื้อหาสาระเกี่ยวกับฝ่ายนิติบัญญัติ ระดับการให้คะแนน 80 เปอร์เซ็นต์

3) มีผู้ฟังโทรศัพท์เข้าร่วมในรายการ โดยตอบคำถามที่เป็นเนื้อหาสาระความรู้เกี่ยวกับการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม ระดับการให้คะแนน 50 เปอร์เซ็นต์

4) มีผู้ฟังโทรศัพท์เข้าร่วมในรายการ โดยขอเพลงเพียงอย่างเดียว ระดับการให้คะแนน 20 เปอร์เซ็นต์

5) ไม่มีตาม 1,2,3 และ 4 ไม่มีคะแนน

กรอบที่ 2 ข่าวสารความเคลื่อนไหวในรัฐสภา

1) นำเสนอข่าวสารความเคลื่อนไหวในรัฐสภาได้อย่างถูกต้อง ชัดเจนได้ใจความ และมีข่าวความเคลื่อนไหวในรัฐสภาไม่น้อยกว่า 3 ข่าว ระดับการให้คะแนน 100 เปอร์เซ็นต์

2) นำเสนอข่าวสารความเคลื่อนไหวในรัฐสภาได้อย่างถูกต้อง ชัดเจน ได้ใจความ และมีข่าวความเคลื่อนไหวในรัฐสภาไม่น้อยกว่า 2 ข่าว ระดับการให้คะแนน 80 เปอร์เซ็นต์

3) นำเสนอข่าวสารความเคลื่อนไหวในรัฐสภาได้อย่างถูกต้อง ชัดเจน ได้ใจความและมีข่าวความเคลื่อนไหวในรัฐสภา ไม่น้อยกว่า 1 ข่าว ระดับการให้คะแนน 60 เปอร์เซ็นต์

4) ไม่มีตามข้อ 1,2, และ 3 ไม่มีคะแนน

กรอบที่ 3 ความรู้เกี่ยวกับประชาธิปไตย รัฐธรรมนูญ และการเมือง ภาคประชาชน

1) นำเสนอความรู้เกี่ยวกับประชาธิปไตย รัฐธรรมนูญ และการเมืองภาคประชาชนได้อย่างถูกต้อง ชัดเจน ได้ใจความ อาจทำในรูปแบบของสารคดีสั้น หรือบทความสั้นเพื่อให้ง่ายต่อการจดจำของเยาวชน ระดับการให้คะแนน 100 เปอร์เซ็นต์

2) นำเสนอความรู้เกี่ยวกับประชาธิปไตย รัฐธรรมนูญและการเมืองภาคประชาชนได้อย่างถูกต้อง แต่ไม่มีรายละเอียดหรือความชัดเจนยังไม่เพียงพอ ระดับการให้คะแนน 70 เปอร์เซ็นต์

3) ไม่มีตามข้อ 1 และข้อ 2 ไม่มีคะแนน

กรอบที่ 4 คุณภาพและการผลิตรายการ

วิเคราะห์ข้อมูลจากซีดีรายการโดยการสุ่มตัวอย่างตามแบบสอบถามในแบบประเมินคุณภาพที่กำหนด ซึ่งเป็นการประเมินค่าเชิงน้ำหนักไม่ใช่ประเมินค่าเชิงร้อยละ โดยคณะกรรมการประเมินผลด้านคุณภาพรายการระดับการให้คะแนน เปอร์เซ็นต์ตามค่าเฉลี่ย

กรอบที่ 5 การมีส่วนร่วมของสมาชิกรัฐสภา

1) สัมภาษณ์หรือสนทนากับสมาชิกรัฐสภา โดยมีเนื้อหาเกี่ยวกับภารกิจหน้าที่ หรือการดำเนินงานต่าง ๆ ของสมาชิก มีเนื้อหาให้ได้ใจความ สามารถทำได้โดยสัมภาษณ์ออกอากาศสด สัมภาษณ์สดทางโทรศัพท์ หรือบันทึกเทป ระดับการให้คะแนน 100 เปอร์เซ็นต์

2) ให้สมาชิกรัฐสภาพูดแต่เพียงลำพัง โดยไม่มีเนื้อหาได้ใจความสามารถทำได้โดยสด หรือบันทึกเทป ระดับการให้คะแนน 80 เปอร์เซ็นต์

3) ตัดเสียงสมาชิกรัฐสภาจากการประชุมรัฐสภาหรือรายการต่าง ๆ ไม่มีคะแนน

4) ไม่มีตามข้อ 1 และ 2 ไม่มีคะแนน

กรอบที่ 6 ความรู้เกี่ยวกับรัฐสภาหรือนำคำพ้องรัฐสภา

1) นำเสนอความรู้ที่เกี่ยวข้องในวงงานรัฐสภา หรือศัพท์ที่ใช้ในการประชุมสภาผู้แทนราษฎรได้อย่างถูกต้อง ชัดเจนได้ใจความ ระดับการให้คะแนน 100 เปอร์เซ็นต์

2) ไม่มีตามข้อ 1 ไม่มีคะแนน

กรอบที่ 7 การประชาสัมพันธ์รายการ

1) มีการจัดกิจกรรม เพื่อประชาสัมพันธ์รายการนอกสถานที่ เช่น จัดกิจกรรมในสถาบันการศึกษา หรือที่อื่น ๆ และติดป้ายประชาสัมพันธ์ในสถานีสภาธารณะทั่วไป พร้อมทั้งจัดทำสโปตแนะนำรายการออกอากาศในรายการหรือผ่านสื่อต่าง ๆ ระดับการให้คะแนน 100 เปอร์เซ็นต์

2) จัดทำป้ายประชาสัมพันธ์ และติดป้ายไว้ ณ สถานที่สาธารณะทั่วไป และจัดทำสโปตแนะนำรายการเพื่อออกอากาศในรายการหรือผ่านสื่อต่าง ๆ ระดับการให้คะแนน 80 เปอร์เซ็นต์

3) จัดทำสโปตแนะนำรายการ และนำออกในรายการหรือผ่านสื่อต่าง ๆ ระดับการให้คะแนน 50 เปอร์เซ็นต์

4) ไม่มีตามข้อ 1,2 และ 3 ไม่มีคะแนน

กรอบที่ 8 สโปตกิจกรรมของรัฐสภา

1) ผลิตสโปต กิจกรรมของรัฐสภาหรือสโปตกิจกรรมที่ทางรัฐสภาจัดทำขึ้น ซึ่งอาจจัดส่งให้หรือให้ดาวน์โหลดทางเว็บไซต์ w.w.Our-prliament.com และนำมาออกอากาศทางรายการ ระดับการให้คะแนน 100 เปอร์เซ็นต์

2) ไม่มีตามข้อ 1 ไม่มีคะแนน

กรอบที่ 9 เปิดเพลงสอดแทรกรายการ

1) เปิดเพลงสอดแทรกในรายการไม่เกิน 15 เปอร์เซ็นต์ หรือ 3 เพลง ระดับการให้คะแนน 100 เปอร์เซ็นต์

2) เปิดเพลงเกิน 15 เปอร์เซ็นต์ หรือเกิน 3 เพลง ระดับการให้คะแนนเปอร์เซ็นต์ ลดตามอัตราส่วน

กรอบที่ 10 จำนวนการส่งซีดีรายการ

1) ส่งซีดีรายการได้ตามข้อกำหนด 250 ตอน/ปี ระดับการให้คะแนน 100 เปอร์เซ็นต์

2) ส่งซีดีรายการได้ไม่ครบถ้วนตามข้อ 1 ระดับการให้คะแนน เปอร์เซ็นต์ลดตามอัตราส่วน

2. การประเมินผลด้านคุณภาพรายการ ประเมินโดยใช้องค์ประกอบ 4 ประการ คือ ด้านรูปแบบรายการ ด้านเนื้อหาสาระ ด้านผู้ดำเนินรายการและด้านเทคนิค จากแบบสอบถามที่ประเมินค่าน้ำหนักเป็นค่าเฉลี่ย โดยมีรายละเอียดในแต่ละด้าน ดังนี้

2.1) ด้านรูปแบบรายการ มีองค์ประกอบ ดังนี้ ไต่เต้ล้นำเข้ารายการมีความเหมาะสมและน่าสนใจ เพลงประกอบรายการมีความเหมาะสมและสอดคล้องกับเนื้อหา การใช้เสียงประกอบในรายการเหมาะสมหรือดึงดูดความสนใจ การนำเสนอรายการมีรูปแบบที่มีความหลากหลาย การคัดเลือกผู้ร่วมรายการมีความเหมาะสมกับเนื้อหาของรายการ และความถูกต้องและความต่อเนื่องของเนื้อหาในรายการ

2.2) ด้านเนื้อหาสาระ มีองค์ประกอบ ดังนี้ ความน่าสนใจของเรื่องที่น่าสนใจนำเสนอในรายการ เนื้อหาสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ เนื้อหาเหมาะสมหรือสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายเนื้อหาที่มีความทันสมัย และทันต่อเหตุการณ์

2.3) ด้านผู้ดำเนินรายการ มืองค์ประกอบดังนี้ การนำเข้าสู่รายการได้นำฟังและดึงดูดความสนใจ ผู้ดำเนินรายการดำเนินรายการได้เหมาะสมและน่าสนใจ พูดและใช้ภาษาได้อย่างถูกต้อง ชัดเจน เหมาะสม สร้างการมีส่วนร่วมระหว่างผู้ฟังและผู้ดำเนินรายการให้คำแนะนำหรือตอบข้อซักถามของผู้ดำเนินรายการ ความรู้ ความสามารถในการนำเสนอรายการ ดำเนินรายการได้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ และควบคุมสถานการณ์ขณะออกอากาศให้เป็นไปด้วยความราบรื่น

2.4) ด้านเทคนิค มืองค์ประกอบ ดังนี้ สัญญาณเสียงที่ออกอากาศมีความชัดเจน ความสม่ำเสมอของระดับเสียงขณะออกอากาศ คุณภาพเสียงที่ออกอากาศ ความชัดเจนของเสียงสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์และความราบรื่นของเสียงช่วงต่อรายการแต่ละช่วง หรือความต่อเนื่องของสัญญาณเสียง

สำหรับขั้นตอนการประเมินผลด้านคุณภาพรายการ มีดังนี้

- 1) สุ่มตัวอย่าง (Random Sampling) จากซีดีรายการ
- 2) วิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) แล้วตอบแบบสอบถามตามที่กำหนด โดยคณะกรรมการด้านการประเมินคุณภาพรายการ
- 3) สรุป ประมวลผลด้วยค่าสถิติ ค่าเฉลี่ย หรือ \bar{x}

6.3 ข้อเสนอแนะให้แต่ละด้านตามกรอบประเด็นตัวชี้วัดและข้อเสนอแนะอื่น ๆ มีดังนี้

1) การมีส่วนร่วมของผู้ฟังรายการ ถือเป็นการวัดความนิยมของผู้รับฟังรายการได้เป็นอย่างดี ซึ่งผู้ดำเนินรายการสามารถวัดผลหรือเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการกำหนดเป็นตัวชี้วัดได้ว่า การผลิตรายการรัฐสภาของเรา เป็นที่นิยมของผู้รับฟังมากน้อยเพียงใด และการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นของผู้ฟังรายการจะเป็นการสะท้อนความคิดว่าผู้ฟังมีความเข้าใจในการสื่อความหมายของผู้ดำเนินรายการเพียงใด หากผู้ฟังรายการส่งจดหมาย ไปรษณียบัตร หรืออื่น ๆ ที่แสดงให้เห็นว่าผู้ฟังได้มีส่วนร่วมในรายการ นอกจากนี้ควรมีการออกไปทำกิจกรรมนอกสถานที่ เพื่อให้เยาวชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมและคุ้นเคยกับผู้จัดรายการ ทำให้เยาวชนกล้าแสดงออกและเกิดความสนใจที่จะเข้าร่วมแสดงความคิดเห็นในรายการได้มากยิ่งขึ้น และเป็นการสร้างเครือข่ายเยาวชนให้สนใจต่อการเมืองการปกครอง ระบบประชาธิปไตยในระบบรัฐสภา ซึ่งเป็นเป้าหมายสูงสุดของโครงการ

2) ข่าวสารความเคลื่อนไหวในรัฐสภา การนำข่าวสารความเคลื่อนไหวในรัฐสภามาเสนอในรายการแต่ละครั้ง ควรเกี่ยวข้องต่อการดำเนินงานของรัฐสภา เช่น การประชุมสภาผู้แทนราษฎร หรือประชุมวุฒิสภา มีร่างพระราชบัญญัติหรือกระทู้ถามต่าง ๆ ว่ามีเรื่องอะไรบ้างที่บรรจุเข้าสู่ระเบียบวาระการประชุม หรือคณะกรรมการการคณะต่าง ๆ ได้พิจารณาเรื่องอะไรบ้าง หรือที่รัฐสภามีกิจกรรมความเคลื่อนไหวอย่างไร ซึ่งอาจจะมีการนำเสนอเสียงที่ตัดต่อมาจากรายการต่าง ๆ หรือการประชุมสภาผู้แทนราษฎรหรือการประชุมวุฒิสภา ก็จะเป็นสีสันอย่างหนึ่งที่ทำให้ผู้ฟังได้รรถรสมากขึ้น

3) ความรู้เกี่ยวกับประชาธิปไตย การเมือง ภาคประชาชนและรัฐธรรมนูญ ประชาธิปไตยถือเป็นพื้นฐานทางการเมือง การปกครอง ที่ฝังรากลึกอยู่ในจิตสำนึก และความรู้สึกของประชาชน หากประชาชนมีความรู้ความเข้าใจในความเป็นประชาธิปไตยเกี่ยวกับสิทธิ เสรีภาพในการแสดงออกทางการเมืองและสามารถรับรู้เจตนารมณ์ของรัฐธรรมนูญได้อย่างต่อเนื่อง ก็จะเป็นประโยชน์

ต่อการพัฒนาการเมือง และสังคมได้เป็นอย่างดี ซึ่งเนื้อหาสาระของความเป็นประชาธิปไตย จำเป็นต้องได้รับการเผยแพร่อย่างถูกต้องผ่านทางรายการ รัฐสภาของเรา ไปสู่เยาวชนโดยอาจนำเสนอความรู้ด้านใดด้านหนึ่งสลับไป-มา แต่ละวันก็ได้

4) คุณภาพรายการ การดำเนินรายการในช่วงเวลาที่กำหนดแต่ละครั้งแต่ละคน หากดำเนินรายการได้อย่างมีคุณภาพ จะทำให้ได้รับความนิยมนจากผู้ฟังรายการได้เป็นอย่างดี ซึ่งขณะทำงานด้านคุณภาพรายการเห็นว่าควรดำเนินรายการให้เข้าเกณฑ์ตามที่ได้กำหนดไว้

5) การมีส่วนร่วมของสมาชิกรัฐสภา ในการดำเนินรายการควรจัดช่วงเวลาที่เหมาะสมเพื่อเชิญชวนสมาชิกรัฐสภาผู้แทนราษฎร หรือสมาชิกวุฒิสภาเข้ามาสนทนาในรายการเพราะสมาชิกรัฐสภาถือเป็นบุคคลสำคัญของฝ่ายนิติบัญญัติ และเป็นจุดมุ่งหมายสำคัญตามวัตถุประสงค์ที่จะเผยแพร่การทำหน้าที่ต่าง ๆ ของสมาชิกผ่านทางรายการ (เช่น สมาชิก อบต. อบจ. ทนายความ อัยการ เป็นต้น ไม่ใช่สมาชิกรัฐสภา ไม่ควรนำมาออกรายการทุกวัน)

6) ความรู้เกี่ยวกับรัฐสภาหรือแนะนำศัพท์รัฐสภา ในการดำเนินรายการแต่ละครั้ง ควรนำเสนอความรู้เกี่ยวกับรัฐสภา หรือแนะนำศัพท์รัฐสภา เช่น อำนาจหน้าที่ของรัฐสภา สมัยประชุม กระทั่งถาม พระราชบัญญัติ อำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการการเลือกตั้ง ประญัตติ แปรญัตติ สงวนคำแปลญัตติ สงวนความเห็น ฯลฯ ทั้งนี้ความรู้เกี่ยวกับรัฐสภา สามารถหาข้อมูลได้จากหนังสือระบบงานรัฐสภา หรือเอกสารแผ่นพับประชาสัมพันธ์ ซึ่งคำศัพท์รัฐสภาจะเป็นศัพท์เฉพาะรัฐสภาเท่านั้น ไม่ใช่ศัพท์ทางการเมืองทั่วไป

7) การประชาสัมพันธ์รายการ ควรจัดทำสโปดประชาสัมพันธ์รายการเผยแพร่ผ่านรายการ รัฐสภาของเรา และผ่านทางสื่ออื่น ๆ เช่น จัดทำป้ายโฆษณาออกสถานที่ จัดทำแผ่นพับ และกิจกรรมในสถาบันการศึกษาต่าง ๆ ฯลฯ และควรจัดทำอย่างต่อเนื่องเพื่อให้รายการได้เป็นที่รู้จักของผู้ฟังอย่างกว้างขวาง ซึ่งการจัดทำแผ่นป้ายหรือกิจกรรมดังกล่าวจะมีระดับของคะแนนตามความยากง่าย

8) สโปดกิจกรรมของรัฐสภา ที่ทางรัฐสภาได้จัดทำหรือแต่ละสถานีได้ผลิตขึ้นมาเอง จะเป็นสีสันในรายการ ซึ่งการผลิตสโปดจะนำกิจกรรมต่าง ๆ มาจัดทำ เช่น การแข่งขันตอบปัญหาความรู้เกี่ยวกับรัฐสภา การประกวดวรรณกรรมเรื่องสั้น และบทกวีการเมืองรางวัลพานแว่นฟ้า ประกวดเรียงความเพื่อส่งเสริมประชาธิปไตย โครงการยุวชนประชาธิปไตย ฯลฯ ซึ่งข้อมูลดังกล่าวสามารถหาได้จากเว็บไซต์ของรัฐสภา ที่ w.w.w.parliament.go.th/w.w.w.senate.go.th/w.w.w.our-parliament.com

9) การเปิดเพลงสอตแทรกรายการไม่เกิน 15 เปอร์เซ็นต์ ในการจัดรายการแต่ละครั้ง ผู้ดำเนินรายการควรเปิดเพลงไม่เกิน 3 เพลง ในแต่ละวันของการดำเนินรายการ ซึ่งจะทำให้การเปิดเพลงสอตแทรกรายการละไม่เกิน 15 เปอร์เซ็นต์ ตามที่กำหนด

10) จำนวนการส่งซีดี ขอให้บันทึกเสียงการจัดรายการเป็นซีดีและบันทึกไว้รวบรวมมาทุกครั้งที่ดำเนินรายการ โดยส่งมาเดือนละ 1 ครั้ง ภายในสัปดาห์แรกของเดือน โดยสามารถตรวจสอบการจัดส่งซีดีและจำนวนตอนในแต่ละเดือนได้ที่ w.w.w.our-parliament.com

6.4 เทคนิคการจัดรายการ

1) การเตรียมตัวของผู้จัดรายการ

- 1.1 เสียง พยายามใช้เสียงธรรมชาติของตัวเอง
- 1.2 ภาษา ใช้ภาษาไทยที่ถูกต้องวิธี
- 1.3 ลีลา การพูดให้มีจังหวะเว้นวรรคที่เหมาะสม
- 1.4 อารมณ์ ต้องควบคุมอารมณ์ในขณะที่จัดรายการให้เหมาะสม

2) เทคนิคการจัดรายการวิทยุ

- 2.1 ใช้วิธีการเล่าเรื่องแทนการอ่านข้อความจะทำให้ได้รรถรสในการฟัง
- 2.2 ตั้งชื่อ เรื่องสคริปที่จะพูดในแต่ละวัน มีเพลงหรือพุดนำเข้าสู่รายการเป็นเอกลักษณ์ของรายการ
- 2.3 เตรียมข้อมูลให้พร้อมก่อนจัดรายการ
- 2.4 เลือกเพลงให้เหมาะสมกับเนื้อหา
- 2.5 ชั่ว สารคดี ควรใช้เวลาพูดไม่เกิน 15 นาที สลับด้วยเพลง หรือใช้สปอตสั้นเปิดสลับรายการ
- 2.6 สร้างจินตนาการให้ผู้ฟังมองเห็นภาพ
- 2.7 ก่อนจัดรายการต้องศึกษาเรื่องที่จะพูดแล้วตัดเฉพาะส่วนที่น่าสนใจ มาพูดหรือตัดเสียงสัมภาษณ์บุคคลที่น่าสนใจมาประกอบเปิดก็ได้

7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ชัยวัฒน์ ทับเพชร (2548) ได้ศึกษา เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการบริหารงานวิทยุ : กรณีการบริหารรายการวิทยุในแบบ Format Station โดยการศึกษาเปรียบเทียบ 3 บริษัทใหญ่ ได้แก่ บริษัท อสมท. จำกัด (มหาชน) บริษัท สกาย-โฮ เน็ตเวิร์ก และกลุ่มบริษัท คลิค เรดิโอ จำกัด พบว่า แนวทางการบริหารองค์การแตกต่างกันไปตามวิสัยทัศน์และพันธกิจขององค์การ โดยมีปัจจัยแวดล้อมภายในด้านบุคลากร เทคโนโลยี การผลิตและออกอากาศ การลงทุน และวัฒนธรรมองค์การ ส่วนปัจจัยภายนอก ได้แก่ คู่แข่งขัน การตลาด กฎหมายและระเบียบต่าง ๆ แรงกดดันทางสังคม และการรบกวนของคลื่นวิทยุชุมชน ทั้งนี้ให้ความสำคัญกับกลยุทธ์ที่สามารถกำหนดเป้าหมายและจุดยืนทางการตลาดที่ชัดเจน ทำการตลาดเชิงรุก และปรับรูปแบบเนื้อหาให้เป็นไปตามแนวโน้มของผู้ฟัง

บุษบา หินเธาว์ (2549) ได้ศึกษา เรื่อง การศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ทักษะคิด และการมีส่วนร่วมในการกำหนดรูปแบบและเนื้อหารายการวิทยุชุมชน ตำบลหัวรอ อำเภอเมือง จังหวัด พิษณุโลก พบว่า ผู้ที่รับฟังรายการวิทยุชุมชนส่วนมากเป็นนักศึกษา แม่บ้าน และข้าราชการบ้านาญ ส่วนมากฟังที่บ้านปัจจัยในการกำหนดรูปแบบและเนื้อหารายการวิทยุชุมชน คือ ผู้ฟังรายการ ผู้จัดรายการ หน่วยงานต้นสังกัดของผู้จัดรายการ คณะกรรมการบริหารวิทยุ ชุมชนตำบลหัวรอ กฎและระเบียบของวิทยุชุมชนตำบลหัวรอ และกระบวนการ

บัวผิน โดทรัพย์ ผ2550) ได้ศึกษา เรื่อง การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ฟังที่มีต่อรายการวิทยุชุมชนเครดิตยูเนียน ภาคใต้ (เครือข่ายจังหวัดสุราษฎร์ธานี) พบว่า เพศ อายุ อาชีพ รายได้ และความเกี่ยวข้องกับชมรมฯ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับฟังรายการวิทยุชุมชนฯ และ

พบว่ารายได้และความเกี่ยวข้องกับชมรมฯ ต่างกัน มีการใช้ประโยชน์จากรายการวิทยุชุมชนแตกต่างกัน ส่วนพฤติกรรมกาเปิดรับฟังรายการวิทยุชุมชนของกลุ่มผู้ฟังต่างกัน มีการใช้ประโยชน์จากรายการไม่แตกต่างกันและพฤติกรรมของกลุ่มผู้ฟังที่มีเวลาในการรับฟังรายการต่อวัน และระยะเวลาในการติดตามฟังรายการทางสถานีฯ ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อรายการสถานีวิทยุชุมชนชมรมฯ ต่างกัน

ชรินทร์ สมโลก (2551) ได้ศึกษา เรื่อง เนื้อหารายการวิทยุชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดตรัง ผลการวิจัยพบว่า ส่วนใหญ่นำเสนอรูปแบบในรายการนิตยสารทางอากาศ และแบบเจาะจงเนื้อหา ได้แก่ ข่าวความรู้ ความคิดเห็น และความบันเทิง เมื่อวิเคราะห์ความสอดคล้องระหว่างนำเสนอเนื้อหาของนักจัดรายการวิทยุชุมชน กับความต้องการเนื้อหารายการของประชาชน พบว่า การเสนอเนื้อหา ด้านความบันเทิงสอดคล้องกับความต้องการเนื้อหาความบันเทิงของประชาชน แต่การเสนอเนื้อหา ประเภทข่าว ความรู้ และความคิดเห็นไม่สอดคล้องกับความต้องการของประชาชน เนื่องจากประชาชน มีความต้องการเนื้อหาทั้ง 3 ประเภทในระดับค่อนข้างสูง ขณะที่การนำเสนอเนื้อดังกล่าวอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ

วลัย จิตรสมุทร (2551) ได้ศึกษา เรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับฟังและความพึงพอใจรายการ สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จังหวัดสุรินทร์ A.M.ความถี่ 909 KMz พบว่า 1)กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่ฟังรายการในช่วงเช้า สถานที่ที่เปิดรับฟังรายการส่วนใหญ่ฟังที่บ้าน โดยมีลักษณะการเปิดฟัง รายการประเภทข่าวมากที่สุด และหากจำแนกรายการพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุชอบฟังรายการ บันเทิงสถานการณ์ 2) กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อรายการสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จังหวัดสุรินทร์ A.M.ความถี่ 909 KMz อยู่ในระดับมาก

สำนักประชาสัมพันธ์เขต 1 จังหวัดขอนแก่น (2551) ได้สำรวจความต้องการและความพึงพอใจของผู้รับบริการสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย อำเภอด่านซ้าย จังหวัดเลย พบว่า ผู้รับบริการส่วนใหญ่เป็นเพศชาย พฤติกรรมการรับสื่อวิทยุกระจายเสียง พบว่า ผู้รับบริการทุกคนเคย รับฟังวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย ช่วงเวลาที่รับฟัง คือ ช่วงเวลา 06.00 – 09.00 น. มากที่สุด ร้อยละ ความถี่ในการรับฟัง 1-2 ครั้ง/วัน ด้านความพึงพอใจของผู้รับบริการ พบว่า ความพึงพอใจของผู้รับบริการด้านเทคนิค สัญญาณเสียง มีความพึงพอใจระดับมาก ด้านรายการ มีความพึงพอใจมาก ได้แก่ ข่าวสาร สารความรู้ บันเทิง พึ่งพอใจระดับปานกลาง คือ สารคดี และการถ่ายทอดเสียง

ณัฐกร ไคนุ่นภา (2552) ได้ศึกษา เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการรับฟังสถานีวิทยุ เอฟ.เอ็ม. 97.5 เมกะเฮิรตซ์ ของผู้ฟังในกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ฟังส่วนใหญ่มีลักษณะความต้องการรับฟังรายการ เฉพาะช่วงเวลาที่เปิดเพลงมากกว่าการฟังรายการตลอดทั้งวัน และผู้ฟังที่เปิดรับฟังรายการเฉพาะช่วงดี เจทีตนเองชื่นชอบ มีมากกว่าผู้ฟังรายการแบบไม่แน่นอน เพราะฟังสลับไปมากับคลื่นอื่น โดยส่วนใหญ่มี วัตถุประสงค์ในการเปิดรับฟังรายการเพื่อความบันเทิง ผ่อนคลายความตึงเครียดมากกว่าเพื่อติดตาม ข่าวสารต่าง ๆ และผู้ฟังที่มีวัตถุประสงค์ในการเปิดรับฟังรายการ เพื่อนำไปเป็นประเด็นในการพูดคุยกับ ผู้อื่นมากกว่าผู้ฟังที่เปิดรับฟังรายการเพื่อร่วมแสดงความคิดเห็นกับผู้อื่นผ่านทางรายการวิทยุและผู้ฟัง ส่วนใหญ่ติดตามฟังรายการ ประมาณ 3-4 ปี ผู้ที่เปิดรับฟังสถานีวิทยุกระจายเสียง เอฟ.เอ็ม. 97.5 เมกะเฮิรตซ์ มีแนวเพลงที่ชื่นชอบต่างกันไม่มีผลต่อความต้องการคุณสมบัติผู้ดำเนินรายการวิทยุทาง สถานีทางสถานีวิทยุกระจายเสียงเอฟ.เอ็ม. 97.5 เมกะเฮิรตซ์ และผู้ฟังที่เปิดรับฟังวิทยุกระจายเสียง

เอฟ.เอ็ม. 97.5 เมกะเฮิร์ตซ์ และผู้ฟังที่เปิดฟังสถานีวิทยุกระจายเสียงเอฟ.เอ็ม. 97.5 เมกะเฮิร์ตซ์ ที่มีลักษณะการรับรู้ข่าวสารของสถานีวิทยุแตกต่างกัน ไม่มีผลต่อความต้องการคุณสมบัติผู้ดำเนินรายการวิทยุทางสถานีวิทยุกระจายเสียงเอฟ.เอ็ม. 97.5 เมกะเฮิร์ตซ์ ที่ผู้เปิดรับฟังสถานีวิทยุกระจายเสียงเอฟ.เอ็ม. 97.5 เมกะเฮิร์ตซ์ ที่ชื่นชอบการจัดรายการของดีเจแตกต่างกัน ไม่มีผลต่อความต้องการคุณสมบัติผู้ดำเนินรายการวิทยุสถานีวิทยุกระจายเสียงเอฟ.เอ็ม. 97.5 เมกะเฮิร์ตซ์

สุทธิ ชัตติยะ และวิไลลักษณ์ สวจิตตานนท์ (2552) ได้ศึกษา เรื่อง พฤติกรรมการรับฟังและความพึงพอใจต่อรายการและเทคนิควิทยุกระจายเสียงแห่งชาติ ระบบ เอฟ.เอ็ม. ความถี่ 92.5 เมกะเฮิร์ตซ์ และระบบ เอ.เอ็ม. ความถี่ 891 กิโลเฮิร์ตซ์ สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย กรมประชาสัมพันธ์ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ฟังรายการเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ส่วนมากอยู่ในช่วงอายุ 46 ปีขึ้นไป เป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ/ข้าราชการ มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี และมีรายได้ระดับ 7,000 – 10,000 บาทและอยู่ในกรุงเทพมหานครเป็นส่วนใหญ่ นอกจากนี้ โดยภาพรวมพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรับฟังรายการข่าวภาคบังคับ (07.00 น. และ 19.00 น.) โดยอยู่ในช่วงเวลา 19.00 – 23.00 น. และฟังนาน ๆ ครั้ง ส่วนใหญ่ฟังที่บ้านและขณะขับรถ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีพฤติกรรมรับฟังอยู่ในระดับต่ำ โดยมีพฤติกรรมการรับฟังไม่ขึ้นอยู่กับสถานภาพทางเพศ แต่อายุ อาชีพ การศึกษาและรายได้ มีระดับความพึงพอใจต่อเทคนิคอยู่ในระดับปานกลาง โดยภาพรวมพบว่า ความพึงพอใจของผู้ฟังไม่มีความแตกต่างกัน ทั้งด้านรายการและเทคนิคเมื่อจำแนกตามตัวแปร เพศ อายุ อาชีพ รายได้และการศึกษา

สุพจน์ สุกุลธรรม (2552) ได้ศึกษา เรื่อง ความพึงพอใจของผู้ฟังต่อการเปิดรับฟังรายการวิทยุชุมชน เขตเทศบาลเมืองฉะเชิงเทรา พบว่า ปัจจัยที่ทำให้ผู้ฟังรายการวิทยุชุมชนในเขตเทศบาลเมืองฉะเชิงเทรา ฟังรายการวิทยุชุมชนมากที่สุด คือ ข่าวสาร-ชุมชน สารความรู้ และรายการเพลง นอกจากนี้ยังพบว่าสถานภาพและการศึกษาของผู้ฟังต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการเปิดรับฟังรายการวิทยุชุมชนแตกต่างกันระยะเวลาในการฟังแต่ละวันครั้ง ระยะเวลาในการรับฟังรายการ และสาเหตุที่ทำให้เลือกฟังรายการของผู้ฟังต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการเปิดรับรายการวิทยุชุมชนแตกต่างกัน ประเภทของรายการ ความคิดเห็นต่อเนื้อหาของรายการ และความรู้ที่สอดแทรกในเนื้อหาของรายการวิทยุชุมชนต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการเปิดรับรายการวิทยุชุมชนแตกต่างกัน ส่วนรูปแบบการผลิตรายการ และการนำเสนอรายการที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการเปิดรับฟังรายการวิทยุชุมชนไม่แตกต่างกัน

บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ความพึงพอใจในการรับฟังและการพัฒนารายการวิทยุรัฐสภาของเรา” ผู้ศึกษาวิจัยได้กำหนดระเบียบวิธีวิจัย เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์การรับฟังความต้องการและความพึงพอใจของเยาวชนที่มีต่อรายการรัฐสภาของเรา การค้นหาปัญหาและอุปสรรคในการเปิดรับรายการรัฐสภาของเรา และการค้นหาแนวทางในการพัฒนาการนำเสนอรายการรัฐสภาของเราให้มีคุณภาพและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

3.1 การออกแบบวิจัย

โครงการศึกษาวิจัยนี้ใช้ระเบียบวิธีเชิงปริมาณเป็นหลัก (Quantitative Research) โดยใช้รูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) และใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ โดยวิเคราะห์เอกสารที่เกี่ยวข้องเพื่อสนับสนุนข้อมูลที่ได้จากการวิจัยเชิงปริมาณ หน่วยการวิเคราะห์คือระดับองค์กรหรือหน่วยงานต่าง ๆ ซึ่งประกอบด้วย สถานีวิทยกระจายเสียงแห่งประเทศไทยในส่วนภูมิภาคทั่วประเทศ จำนวน 50 สถานี 44 จังหวัด ที่เข้าร่วมโครงการวิทยุท้องถิ่นรายการ รัฐสภาของเรา

3.2 วิธีวิจัยเชิงปริมาณ

3.2.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษาวิจัย ประกอบด้วย เด็ก เยาวชนอายุระหว่าง 15-25 ปี และประชาชนทั่วไปในพื้นที่เขตบริการของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยในส่วนภูมิภาคที่เข้าร่วมโครงการวิทยุท้องถิ่น รัฐสภาของเรา จำนวน 50 สถานี ใน 44 จังหวัด โดยการประมาณขนาดกลุ่มตัวอย่างตามเกณฑ์ของบูมส์มา (Boomsma, 1983) เสนอว่าขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมในการวิเคราะห์ข้อมูลควรเป็น 400 คน เพื่อป้องกันความผิดพลาดจากการตอบแบบสอบถามอย่างไม่สมบูรณ์ จึงได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างเพิ่มเท่ากับ 500 คน

3.2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จาก เด็ก และเยาวชนที่มีอายุระหว่าง 15-25 ปี และประชาชนทั่วไปในพื้นที่เขตบริการของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยในส่วนภูมิภาคที่เข้าร่วมโครงการวิทยุท้องถิ่น รัฐสภาของเรา จำนวน 50 สถานี ใน 44 จังหวัด โดยพัฒนาแบบสอบถามจากกรอบแนวคิดในการศึกษาวิจัยความพึงพอใจในการรับฟังและการพัฒนารายการวิทยุ รัฐสภาของเรา และแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ประกอบการพัฒนาแบบสอบถามภาคภาษาไทยในครั้งนี้

โครงสร้างแบบสอบถามประกอบด้วยข้อคำถาม 8 ส่วน รวม 76 ข้อ ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 5 ข้อ ประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้หลักต่อเดือนโดยเฉลี่ย

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับรายการรัฐสภาของเรา จำนวน 6 ข้อ ประกอบด้วย การที่รับฟัง ช่วงเวลาที่รับฟัง ลักษณะการรับฟัง ความถี่ในการรับฟัง สถานที่รับฟัง และความชื่นชอบที่ทำให้ติดตามรับฟังรายการ รัฐสภาของเรา

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับสื่อที่ทำให้รู้จักรายการ รัฐสภาของเรา จำนวน 11 ข้อ

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมที่มีส่วนร่วมในรายการ รัฐสภาของเรา จำนวน 9 ข้อ

ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการจากการรับฟังรายการ รัฐสภาของเรา จำนวน 10 ข้อ

ส่วนที่ 6 ข้อมูลเกี่ยวกับประโยชน์ที่ได้รับจากเนื้อหาสาระจากรายการ รัฐสภาของเรา จำนวน 13 ข้อ

ส่วนที่ 7 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อรายการ รัฐสภาของเรา จำนวน 15 ข้อ

ส่วนที่ 8 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นและแนวทางในการพัฒนาการนำเสนอรายการ รัฐสภาของเรา จำนวน 7 ข้อ

3.2.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

จากเป้าประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ ของสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร และ สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย กรมประชาสัมพันธ์ ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของโครงการ ประเมินผลการผลิตรายการวิทยุท้องถิ่น “รายการรัฐสภาของเรา” เป็นประจำทุกปี และในปี 2556 การประเมินผลการผลิตรายการวิทยุท้องถิ่น รัฐสภาของเรา ภายใต้หัวข้อ “ความพึงพอใจในการรับฟัง และการพัฒนารายการวิทยุรัฐสภาของเรา” ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการพัฒนารายการวิทยุ รัฐสภาของเรา

สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย เพื่อการศึกษาสำนักงานกลาง เป็นหน่วยงานรับผิดชอบในการทดสอบแบบสอบถามที่คณะผู้วิจัยเป็นผู้จัดเตรียมให้กับบุคลากรในแต่ละ สถานี ในภูมิภาคที่เข้าร่วมโครงการจำนวน 50 สถานี 44 จังหวัด ช่วยดำเนินการทดสอบแบบสอบถาม อีกขั้นตอนหนึ่ง ซึ่งเป็นหน่วยงานที่รู้จักกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายของตนเองดีอยู่แล้ว ตามจำนวนและ คุณสมบัติที่กำหนดให้และสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยเพื่อการศึกษาสำนักงานกลาง จะเป็นหน่วยในการติดตามและรวบรวมมาแบบสอบถามคืนให้คณะผู้วิจัย ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ใช้ ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามตั้งแต่วันที่ _____ ถึงวันที่ _____ รวมระยะเวลา _____ วัน

3.2.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้จากแบบสอบถามจะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติต่าง ๆ ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แสดงข้อมูลโดยการแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าต่ำสุด และค่าสูงสุด

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับรายการรัฐสภาของเรา โดยการแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าต่ำสุดและค่าสูงสุด

ส่วนที่ 3 3,4,5,6 และ 7 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับสื่อที่ทำให้รู้จักรายการรัฐสภาของเรา ข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมที่มีส่วนร่วมในรายการรัฐสภาของเรา ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการรับฟังรายการรัฐสภาของเรา ข้อมูลเกี่ยวกับประโยชน์ที่ได้รับจากเนื้อหาสาระจากรายการรัฐสภาของเรา และข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อรายการรัฐสภาของเรา วิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

เกณฑ์ในการพิจารณาระดับของสื่อที่ทำให้รู้จักรายการรัฐสภาของเรา กิจกรรมที่มีส่วนร่วมในรายการ ความต้องการจากการรับฟังรายการ ประโยชน์ที่ได้รับจากเนื้อหาสาระจากรายการ และความพึงพอใจต่อรายการรัฐสภาของเรา แบ่งเกณฑ์ออกเป็น 5 ระดับ ในแต่ละระดับมีอันดับราคาชั้น ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ระยะห่างของค่าคะแนน} &= \frac{\text{ค่าคะแนนสูงสุด} - \text{ค่าคะแนนต่ำสุด}}{\text{ช่วงระดับคะแนน}} \\ &= \frac{5-1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

ดังนั้น การแปลผลคะแนนเฉลี่ยของระดับของสื่อที่ทำให้รู้จักรายการรัฐสภาของเรา กิจกรรมที่มีส่วนร่วมในรายการ ความต้องการจากการรับฟังรายการ ประโยชน์ที่ได้รับจากเนื้อหาสาระจากรายการ และความพึงพอใจต่อรายการรัฐสภาของเรากำหนดได้ ดังนี้

ตารางที่ 3.1 เกณฑ์ในการพิจารณาระดับของสื่อ กิจกรรม ความต้องการ ประโยชน์ และ ความพึงพอใจต่อรายการรัฐสภาของเรา

ค่าเฉลี่ย	การแปลผล
4.21 – 5.00	ระดับของสื่อ กิจกรรม ความต้องการ ประโยชน์ และความพึงพอใจต่อรายการรัฐสภาของเราอยู่ในระดับมากที่สุด
3.41 – 4.20	ระดับของสื่อ กิจกรรม ความต้องการ ประโยชน์ และความพึงพอใจต่อรายการรัฐสภาของเราอยู่ในระดับมาก
2.61 – 3.40	ระดับของสื่อ กิจกรรม ความต้องการ ประโยชน์ และความพึงพอใจต่อรายการรัฐสภาของเราอยู่ในระดับปานกลาง
1.81 – 2.60	ระดับของสื่อ กิจกรรม ความต้องการ ประโยชน์ และความพึงพอใจต่อรายการรัฐสภาของเราอยู่ในระดับน้อย
1.00 – 1.80	ระดับของสื่อ กิจกรรม ความต้องการ ประโยชน์ และความพึงพอใจต่อรายการรัฐสภาของเราอยู่ในระดับน้อยที่สุด

3.3 วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ

โครงการศึกษาวิจัยนี้ใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อสนับสนุนข้อมูลที่ได้จากวิธีวิจัยเชิงปริมาณ การวิจัยเชิงคุณภาพเก็บรวบรวมข้อมูลโดย การวิเคราะห์เอกสารของการศึกษาในหลักสูตร การพัฒนานักบริหารระดับสูงรุ่นที่ 5 สำหรับข้าราชการรัฐสภาสามัญระดับ 8 ในการเข้ารับการ

ประเมินให้ดำรงตำแหน่งในระดับ 9 ประเภทเชี่ยวชาญเฉพาะของนางสาวอินทุกร ชนะนนท์ ภายใต้หัวข้อการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตรายการรัฐสภาของเรา ทางสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย พุทธศักราช 2553

การวิเคราะห์เอกสารประชุมทางวิชาการมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสนครั้งที่ 6 ภายใต้หัวข้อเรื่องการประชุมผลคุณภาพรายการวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาของเรา ดำเนินการประชุมโดยนายสุทธิ ชัดติยะ พุทธศักราช 2552

การวิเคราะห์เอกสารรายงานการวิจัยโครงการวิจัย และประเมินผลการผลิตรายการวิทยุท้องถิ่นรายการรัฐสภาของเรา ภายใต้หัวข้อเรื่อง การรับรู้ การรับฟัง และการพัฒนารายการวิทยุรัฐสภาของเราประจำปี 2555

การวิเคราะห์เอกสารรายงานการวิจัยความพึงพอใจในการรับฟังสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดนครศรีธรรมราช ภายใต้หัวข้อเรื่อง หลักการเข้าถึงกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายและเทคนิคการดึงดูดผู้ฟังให้ติดตามรับฟังพุทธศักราช 2549

3.3.1 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเชิงคุณภาพนั้นใช้การวิเคราะห์ด้วยการจัดระเบียบข้อมูลทางกายภาพและเนื้อหาข้อมูล การให้รหัสข้อมูล การแสดงข้อมูล การสรุป ดีความและการตรวจสอบความถูกต้องของผลการศึกษาวิจัย (ชาย โพรสิตา,2550)

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การเสนอรายงานประเมินผลโครงการผลิตรายการวิทยุท้องถิ่นรายการรัฐสภาของเรา ประจำปีงบประมาณ 2556 ภายใต้หัวข้อเรื่อง “ความพึงพอใจในการรับฟังและการพัฒนารายการวิทยุรัฐสภาของเรา” โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาครั้งนี้เพื่อศึกษาการรับฟังความต้องการและความพึงพอใจของเยาวชน และประชาชนต่อรายการรัฐสภาของเรา เพื่อค้นหาปัญหาและอุปสรรคในการเปิดรับรายการรัฐสภาของเรา และเพื่อค้นหาแนวทางในการพัฒนาการนำเสนอรายการรัฐสภาของเรา ให้มีคุณภาพและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น โดยให้กลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่างจากกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายในพื้นที่ต่างๆ ของสถานีวิทยุแห่งประเทศไทยในภูมิภาคที่เข้าร่วมโครงการจำนวน 50 สถานี 44 จังหวัดทั่วประเทศ ซึ่งเป็นเด็ก เยาวชน ที่มีอายุระหว่าง 15 – 25 ปี และประชาชนทั่วไป รวมจำนวน 440 ตัวอย่าง โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์เอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง จึงได้นำเสนอการศึกษาออกเป็น 8 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการแจกแจงความถี่ (Frequency Distribution) นำเสนอด้วยค่าร้อยละ (Percentage)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับรายการรัฐสภาของเรา วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการแจกแจงความถี่ (Frequency Distribution) นำเสนอด้วยค่าร้อยละ (Percentage)

ส่วนที่ 3, 4, 5, 6 และส่วนที่ 7 ข้อมูลเกี่ยวกับสื่อที่ทำให้ผู้ฟังรู้จักรายการรัฐสภาของเรา ข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมที่ผู้ฟังมีส่วนร่วมในรายการรัฐสภาของเรา ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการการรับฟังรายการรัฐสภาของเรา ข้อมูลเกี่ยวกับประโยชน์ที่ได้รับจากเนื้อหาสาระจากรายการรัฐสภาของเรา และข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อรายการรัฐสภาของเรา วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการแจกแจงความถี่ (Frequency Distribution) นำเสนอด้วยค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) หรือ \bar{X}

ส่วนที่ 8 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นและแนวทางในการพัฒนาการนำเสนอรายการรัฐสภาของเราของกลุ่มเป้าหมาย และการวิเคราะห์เอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง วิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีวิเคราะห์เชิงคุณภาพด้วยการจัดระเบียบข้อมูลทางกายภาพและเนื้อหาข้อมูล การใช้รหัสข้อมูล การแสดงข้อมูล การสรุป ตีความและการตรวจสอบความถูกต้องของผลการศึกษา (ชาย โพธิสิตา, 2550)

ผลการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
หญิง	200	45.45
ชาย	240	54.55
รวม	440	100.00

จากตารางที่ 1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง โดยเป็นเพศชายจำนวน 240 คน คิดเป็นร้อยละ 54.55 และเพศหญิง 200 คน คิดเป็นร้อยละ 45.45 ซึ่งเพศชายตอบแบบสอบถามมากกว่าเพศหญิงจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 9.09

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 15 ปี	-	-
15 - 17 ปี	130	29.55
18 - 20 ปี	90	20.45
21 - 25 ปี	60	13.64
มากกว่า 25 ปี	160	36.36
รวม	440	100.00

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 25 ปี มากที่สุด จำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 36.36 รองลงมา คือ อายุ 15-17 ปี จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 29.55 อายุ 18-20 ปี จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 20.45 และน้อยที่สุดอายุ 21-25 ปี จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 13.64 อายุเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามคือ 21 ปี 6 เดือน ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากที่สุดคือ 51 ปี และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุน้อยที่สุดคือ 15 ปี

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มัธยมศึกษาตอนต้น	40	9.09
มัธยมศึกษาตอนปลาย	140	31.82
ปวช. / ปวส.	150	34.09
ปริญญาตรี	110	25.00
รวม	440	100.00

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาระดับ ปวช./ปวส. มากที่สุดจำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 34.09 รองลงมาคือระดับการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย

จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 31.82 ระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 และน้อยที่สุดคือระดับการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 90.9

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
นักเรียน / นักศึกษา	270	61.36
พนักงานรัฐวิสาหกิจ/ข้าราชการ	60	13.64
บริษัทเอกชน	10	2.27
ธุรกิจส่วนตัว	40	9.09
อาชีพอิสระ / รับจ้างทั่วไป	60	13.64
รวม	440	100.00

จากตารางที่ 4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษามากที่สุด จำนวน 270 คน คิดเป็นร้อยละ 61.36 รองลงมาคืออาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ/ข้าราชการ และอาชีพอิสระ/รับจ้างทั่วไป จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 13.64 ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 9.09 และน้อยที่สุดคืออาชีพบริษัทเอกชน จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.27

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้

รายได้	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่มีรายได้	170	61.36
5,001 – 10,000 บาท	70	15.91
10,001 – 15,000 บาท	60	13.64
20,001 บาทขึ้นไป	40	9.09
รวม	440	100.00

จากตารางที่ 5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่มีรายได้มากที่สุด จำนวน 170 คน คิดเป็นร้อยละ 61.36 รองลงมาคือมีรายได้ 5,001-10,000 บาท จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 15.91 รายได้ 10,001-15,000 บาท จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 13.64 และน้อยที่สุดคือมีรายได้ 20,001 บาทขึ้นไป จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 9.09

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกาเปิดรับรายการรัฐสภาของเรา

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายการที่รับฟัง

รายการที่รับฟัง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รายการสด	430	97.73
บันทึกเสียงรายการ	10	2.27
รวม	440	100.00

จากตารางที่ 6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่รับฟังรายการสดมากที่สุด จำนวน 430 คน คิดเป็นร้อยละ 97.73 และน้อยที่สุด คือ การรับฟังโดยการบันทึกเสียงรายการ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.27

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาในการรับฟัง

ช่วงเวลาในการรับฟัง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
17.00 – 18.00 น.	430	97.73
21.00 – 22.00 น.	10	2.27
รวม	440	100.00

จากตารางที่ 7 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรับฟังรายการรัฐสภาของเรา ในช่วงเวลา 17.00-18.00 น. มากที่สุด จำนวน 430 คน คิดเป็นร้อยละ 97.73 และน้อยที่สุด รับฟังรายการรัฐสภาของเราในช่วงเวลา 21.00-22.00 น. จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.27

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความถี่ในการรับฟังรายการรัฐสภาของเรา

ความถี่ในการรับฟัง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ฟังทุกวัน (ฟังประจำ)	110	25.00
สัปดาห์ละ 5 – 6 วัน	60	13.64
สัปดาห์ละ 3 – 4 วัน	160	36.36
สัปดาห์ละ 1 – 2 วัน	100	22.73
เดือนละ 1 – 2 วัน	10	2.27
รวม	440	100.00

จากตารางที่ 8 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่รับฟังรายการรัฐสภาของเราที่มีความถี่ในการรับฟังสัปดาห์ละ 3-4 วัน มากที่สุด จำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 36.36 รองลงมาคือรับฟังทุกวันหรือฟังเป็นประจำ จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 รับฟังสัปดาห์ละ 1-2 วัน จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 22.73 รับฟังสัปดาห์ละ 5-6 วัน จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 13.64 และน้อยที่สุดรับฟังเดือนละ 1-2 วัน จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.27

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่ในการรับฟังรายการ
รัฐสภาของเรา

สถานที่ในการรับฟัง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
บ้านตนเอง	330	75.00
บ้านเพื่อน	20	4.55
ที่ทำงาน	40	9.09
โรงเรียน / สถานศึกษา	10	2.27
ในระหว่างเดินทาง	40	9.09
รวม	440	100.00

จากตารางที่ 9 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรับฟังรายการรัฐสภาของเราที่บ้านตนเองมากที่สุด จำนวน 330 คน คิดเป็นร้อยละ 75.00 รองลงมาคือรับฟังที่ทำงานและในระหว่างเดินทาง จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 9.09 รับฟังที่บ้านเพื่อน จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 4.55 และน้อยที่สุดรับฟังที่โรงเรียนหรือสถานศึกษา จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.27

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะการรับฟังรายการ
รัฐสภาของเรา

ลักษณะการรับฟัง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รับฟังตั้งแต่เริ่มต้นจนจบรายการ	330	75.00
เลือกรับฟังช่วงข่าวสารในรัฐสภา	20	4.54
เลือกรับฟังช่วงความรู้ประชาธิปไตย	30	6.82
เลือกรับฟังช่วงการมีส่วนร่วมสมาชิก รัฐสภา	30	6.82
เลือกรับฟังช่วงความรู้เกี่ยวกับรัฐสภา	30	6.82
รวม	440	100.00

จากตารางที่ 10 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเปิดรับฟังรายการรัฐสภาของเราในลักษณะการรับฟังตั้งแต่เริ่มต้นจนจบรายการมากที่สุด จำนวน 330 คน คิดเป็นร้อยละ 75.00 รองลงมา คือ เลือกรับฟังเฉพาะช่วงความรู้เกี่ยวกับประชาธิปไตยการเมืองภาคประชาชนและรัฐธรรมนูญ การมีส่วนร่วมของสมาชิกรัฐสภา และช่วงความรู้เกี่ยวกับรัฐสภาหรือศัพท์รัฐสภา จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 6.82 และน้อยที่สุด คือ เลือกรับฟังเฉพาะช่วงข่าวสารความเคลื่อนไหวในรัฐสภา จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 4.54

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความชื่นชอบที่ทำให้ติดตาม
รับฟังรายการรัฐสภาของเราเป็นประจำ

ความชื่นชอบ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โต้เถียง/จิงเกิ้ลรายการ	10	2.27
ผู้ดำเนินรายการ	120	27.27
เพลงที่เปิดในรายการ	30	6.82
เกม / ชิงรางวัล	20	4.55
เยาวชนร่วมจัดรายการ	70	15.91
เนื้อหาสาระความรู้ต่างๆ ในการปกครอง ระบอบประชาธิปไตย	190	43.18
รวม	440	100.00

จากตารางที่ 11 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความชื่นชอบเนื้อหาสาระความรู้ต่างๆ ในการปกครองระบอบประชาธิปไตยมากที่สุด จึงทำให้ติดตามรับฟังรายการรัฐสภาของเราเป็นประจำ จำนวน 190 คน คิดเป็นร้อยละ 43.18 รองลงมา คือ ผู้ดำเนินรายการ จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 27.7 เยาวชนร่วมจัดรายการ จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 15.91 เพลงที่เปิดในรายการ จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 6.82 เกม/ชิงรางวัล จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 4.55 และน้อยที่สุด คือ โต้เถียง/จิงเกิ้ลรายการ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.27

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับสื่อที่ทำให้กลุ่มผู้ฟังรู้จักรายการรัฐสภาของเรา
ตารางที่ 12 แสดงจำนวนคะแนน คะแนนรวมและคะแนนเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม
สื่อที่ทำให้กลุ่มผู้รับฟังรู้จักรายการรัฐสภาของเรา

สื่อ	ความถี่ในการรับข้อมูลข่าวสาร					คะแนนรวม	คะแนนเฉลี่ย	แปลผล
	มากกว่า 3 ครั้ง ต่อ สัปดาห์ (5)	2-3 ครั้งต่อ สัปดาห์ (4)	1 ครั้ง ต่อ สัปดาห์ (3)	นานๆ ครั้ง (2)	ไม่ค่อยรับรู้เลย (1)			
1. โทรทัศน์	300	320	240	160	140	1,160	2.64	ปานกลาง
2. วิทยุกระจายเสียง	1,050	720	90	40	-	1,900	4.32	มากที่สุด
3. วิทยุชุมชน	300	240	120	160	180	1,000	2.27	น้อย
4. หนังสือพิมพ์	200	160	330	140	180	1,010	2.30	น้อย
5. นิตยสาร/วารสาร	150	280	180	160	180	950	2.16	น้อย
6. อินเทอร์เน็ต/facebook	700	520	150	140	50	1,560	3.55	มาก
7. แผ่นพับ/โปสเตอร์/ป้ายไว้นิล	100	360	360	280	50	1,150	2.61	ปานกลาง

สื่อ	ความถี่ในการรับข้อมูลข่าวสาร					คะแนนรวม	คะแนนเฉลี่ย	แปลผล
	มากกว่า 3 ครั้ง ต่อ สัปดาห์ (5)	2-3 ครั้งต่อ สัปดาห์ (4)	1 ครั้ง ต่อ สัปดาห์ (3)	นานๆ ครั้ง (2)	ไม่ค่อยรับรู้เลย (1)			
8. สื่อบุคคล เช่น เพื่อน/เจ้าหน้าที่ของสถานที่จัดรายการรัฐสภาของเรา/บุคคลในครอบครัวและบุคคลอื่นๆ	700	560	300	60	30	1,650	3.75	มาก
9. กิจกรรมสัญจรรายการรัฐสภาของเราที่โรงเรียน/มหาวิทยาลัย	300	160	270	260	60	1,050	2.39	น้อย
10. โรงเรียน/สถานศึกษา	250	480	180	240	80	1,230	2.80	ปานกลาง
11. หมุนคลื่นเจอโดยบังเอิญ	200	520	240	180	80	1,220	2.77	ปานกลาง
รวม						13,880	2.87	ปานกลาง

จากตารางที่ 12 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรู้จักรายการรัฐสภาของเรา โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลางด้วยคะแนนเฉลี่ย 2.87 จากคะแนนเต็ม 5.00 เมื่อพิจารณาลงในรายละเอียดพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรู้จักรายการรัฐสภาของเราจากสื่อวิทยุกระจายเสียงมากที่สุดด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.32 รองลงมาคือ สื่อบุคคลด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.75 สื่ออินเทอร์เน็ตด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.55 และน้อยที่สุด คือ สื่อนิตยสารหรือวารสารด้วยคะแนนเฉลี่ย 2.16

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมที่กลุ่มผู้ฟังมีส่วนร่วมในรายการรัฐสภาของเรา ตารางที่ 13 แสดงจำนวนคะแนน คะแนนรวมและคะแนนเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามกิจกรรมที่มีส่วนร่วมในรายการรัฐสภาของเรา

กิจกรรม	ความถี่ในการร่วมกิจกรรม					คะแนนรวม	คะแนนเฉลี่ย	แปลผล
	มากกว่า 3 ครั้ง ต่อ สัปดาห์ (5)	2-3 ครั้งต่อ สัปดาห์ (4)	1 ครั้ง ต่อ สัปดาห์ (3)	นานๆ ครั้ง (2)	ไม่ค่อยรับรู้เลย (1)			
1. ส่ง SMS ไปขอเพลง	200	360	240	200	120	1,120	2.55	น้อย
2. ส่ง SMS ไปตอบคำถาม	200	160	330	220	140	1,050	2.39	น้อย
3. โทรศัพท์ขอเพลง	300	520	330	120	70	1,340	3.05	ปานกลาง
4. โทรศัพท์ไปสอบถามเรื่องรัฐสภา	250	360	450	140	80	1,280	2.91	ปานกลาง
5. โทรศัพท์ไปเล่นเกมชิงรางวัล	300	480	270	160	80	1,290	2.93	ปานกลาง

กิจกรรม	ความถี่ในการร่วมกิจกรรม					คะแนนรวม	คะแนนเฉลี่ย	แปลผล
	มากกว่า 3 ครั้ง ต่อ สัปดาห์ (5)	2-3 ครั้งต่อ สัปดาห์ (4)	1 ครั้ง ต่อ สัปดาห์ (3)	นานๆ ครั้ง (2)	ไม่ค่อย รับรู้ เลย (1)			
6. ร่วมจัดรายการหรือดำเนิน รายการรัฐสภาของเรา	300	200	180	180	170	1,030	2.34	น้อย
7. ร่วมพูดคุยทางโทรศัพท์กับ นักการเมืองที่มาร่วมรายการ	200	160	210	200	180	950	2.16	น้อย
8. พูดคุยเรื่องรัฐสภาผ่านทาง เฟสบุ๊ก	400	480	180	200	80	1,340	3.05	ปานกลาง
9. พูดคุยเรื่องรัฐสภาผ่านทาง อีเมลล์	250	320	240	200	120	1,130	2.57	น้อย
รวม						10,530	2.66	ปานกลาง

จากตารางที่ 13 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีส่วนร่วมในรายการรัฐสภาของเรา โดยภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง ด้วยคะแนนเฉลี่ย 2.66 จากคะแนนเต็ม 5.00 เมื่อพิจารณาลงในรายละเอียด พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีส่วนร่วมในรายการรัฐสภาของเราโดยโทรศัพท์ขอเพลง และพูดคุยเรื่อง รัฐสภาผ่านทางเฟสบุ๊กมากที่สุดด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.05 รองลงมาคือโทรศัพท์ไปเล่นเกมชิงรางวัลด้วย คะแนนเฉลี่ย 2.93 โทรศัพท์ไปสอบถามเรื่องรัฐสภาด้วยคะแนนเฉลี่ย 2.91 และมีส่วนร่วมในรายการ น้อยที่สุด คือ ร่วมพูดคุยทางโทรศัพท์กับนักการเมืองที่มาร่วมในรายการด้วยคะแนนเฉลี่ย 2.16

ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการในการรับฟังรายการรัฐสภาของเรา

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนคะแนน คะแนนรวมและคะแนนเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนตาม ความต้องการการรับฟังรายการรัฐสภาของเรา

ความต้องการในการรับฟัง	ระดับของความต้องการ					คะแนนรวม	คะแนนเฉลี่ย	แปลผล
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)			
1. ความรู้ใหม่ๆ เกี่ยวกับรัฐสภา	1,000	680	180	20	-	1,880	4.27	มากที่สุด
2. ทำให้เป็นคนทันสมัยทัน เหตุการณ์	1,050	600	240	-	-	1,890	4.30	มากที่สุด
3. ข้อมูลในการประกอบการ ตัดสินใจในชีวิตประจำวัน	300	720	570	20	-	1,610	3.66	มาก
4. ข้อมูลไปพูดคุยกับเพื่อนๆ ในที่ เรียนหรือที่ทำงาน	450	680	480	40	-	1,650	3.75	มาก

ความต้องการในการรับฟัง	ระดับของความต้องการ					คะแนนรวม	คะแนนเฉลี่ย	แปลผล
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)			
5. ข้อมูลมาเพื่อสนับสนุนความคิดหรือทัศนคติของตนเอง	500	840	360	20	-	1,720	3.91	มาก
6. เพื่อนใหม่ๆ จากการมีส่วนร่วมในกิจกรรมของรายการ	350	480	570	120	-	1,520	3.45	มาก
7. ความบันเทิงและผ่อนคลายความเครียด	350	680	510	60	-	1,600	3.64	มาก
8. เสริมสร้างความสัมพันธ์ในครอบครัว	500	960	210	60	-	1,730	3.93	มาก
9. เห็นถึงการพัฒนาหรือการเปลี่ยนแปลงทางการเมือง	850	680	300	-	-	1,830	4.16	มาก
10. ให้เยาวชนได้เข้าใจเรื่องการเมืองมากขึ้น	900	760	180	20	-	1,860	4.23	มากที่สุด
รวม						17,290	3.93	มาก

จากตารางที่ 14 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการรับฟังรายการรัฐสภาของเรา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.93 จากคะแนนเต็ม 5.00 เมื่อพิจารณาลงในรายละเอียดพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการเป็นคนทันสมัยมากที่สุดในการรับฟังรายการรัฐสภาของเราด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.30 รองลงมาคือต้องการความรู้ใหม่ๆ เกี่ยวกับรัฐสภาด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.27 ทำให้เยาวชนได้เข้าใจเรื่องการเมืองมากขึ้น ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.23 และมีความต้องการน้อยที่สุด คือ ได้เพื่อนใหม่ๆ จากการมีส่วนร่วมในกิจกรรมของรายการด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.45

ส่วนที่ 6 ข้อมูลเกี่ยวกับประโยชน์ที่ได้รับจากเนื้อหาสาระรายการรัฐสภาของเรา
 ตารางที่ 15 แสดงจำนวนคะแนน คะแนนรวมและคะแนนเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม
 ประโยชน์ที่ได้รับจากเนื้อหาสาระรายการรัฐสภาของเรา

ประโยชน์ที่ได้จากเนื้อหาสาระ	ระดับของประโยชน์					คะแนนรวม	คะแนนเฉลี่ย	แปลผล
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)			
1. ทำให้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการปกครองระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์เป็นประมุข	1,050	720	150	-	-	1,920	4.36	มากที่สุด
2. ทำให้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการปกครองระบอบประชาธิปไตย	900	800	180	-	-	1,880	4.27	มากที่สุด
3. ทำให้มีความรู้ความเข้าใจถึงสิทธิหน้าที่และเสรีภาพของประชาชนตามบทบัญญัติในรัฐธรรมนูญ	1,050	720	210	-	-	1,980	4.50	มากที่สุด
4. ทำให้มีความรู้ความเข้าใจการทำงานของฝ่ายนิติบัญญัติมากขึ้น	850	760	240	-	-	1,850	4.20	มาก
5. ทำให้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการแต่งตั้งและถอดถอนผู้ดำรงตำแหน่งทางการเมือง	800	600	360	40	-	1,800	4.09	มาก
6. ทำให้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับหน้าที่และการทำงานของคณะกรรมการการเลือกตั้ง	950	680	180	20	10	1,840	4.18	มาก
7. ทำให้มีความรู้เกี่ยวกับอำนาจหน้าที่ของรัฐสภา	700	800	240	40	-	1,780	4.05	มาก
8. ทำให้มีความรู้ความเข้าใจในการนำเสนอร่างพระราชบัญญัติ	650	640	420	20	-	1,730	3.93	มาก
9. ทำให้มีความเข้าใจในเรื่องนิติ/การปรญัตติ	500	640	480	40	-	1,660	3.77	มาก
10. ทำให้มีความเข้าใจเกี่ยวกับคำพิพากษารัฐสภา	1,000	640	240	-	-	1,880	4.27	มากที่สุด
11. ทำให้มีความรู้ความเข้าใจในกระบวนการตราพระราชบัญญัติ	350	840	480	-	-	1,670	3.80	มาก

ประโยชน์ที่ได้จากเนื้อหาสาระ	ระดับของประโยชน์					คะแนนรวม	คะแนนเฉลี่ย	แปลผล
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)			
12. ทำให้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการทำหน้าที่ของฝ่ายนิติบัญญัติในเรื่องต่างๆ จากความคิดเห็นของสมาชิกวุฒิสภา	350	960	300	60	-	1,670	3.80	มาก
13. ทำให้รับรู้กิจกรรมและความเคลื่อนไหวต่างๆ ภายในรัฐสภา	1,050	480	240	60	-	1,830	4.16	มาก
รวม						23,490	4.11	มาก

จากตารางที่ 15 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามได้รับประโยชน์จากเนื้อหาสาระจากรายการรัฐสภาของเราโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.11 จากคะแนนเต็ม 5.00 เมื่อพิจารณาลงในรายละเอียดพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามได้รับประโยชน์ที่ทำให้มีความรู้ความเข้าใจถึงสิทธิหน้าที่และเสรีภาพของประชาชนตามบทบัญญัติในรัฐธรรมนูญมากที่สุดด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.50 รองลงมาคือ ทำให้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการปกครองระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์เป็นประมุขด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.36 ทำให้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการปกครองระบอบประชาธิปไตย และทำให้มีความเข้าใจเกี่ยวกับคำศัพท์รัฐสภาด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.27 และน้อยที่สุดคือทำให้มีความเข้าใจในเรื่องนิติ/การแปรญัตติด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.77

ส่วนที่ 7 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อรายการรัฐสภาของเรา

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนคะแนน คะแนนรวมและคะแนนเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความพึงพอใจต่อรายการรัฐสภาของเรา

ความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ					คะแนนรวม	คะแนนเฉลี่ย	แปลผล
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)			
ด้านรูปแบบรายการ								
1. เพลงประกอบรายการมีความเหมาะสม	550	680	420	40	-	1,690	3.84	มาก
2. การนำเสนอรายการทันสมัยและหลากหลาย	650	840	300	-	-	1,790	4.07	มาก
3. ผู้ร่วมรายการเหมาะสมกับเนื้อหาของรายการ	750	760	270	20	-	1,800	4.09	มาก

ความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ					คะแนนรวม	คะแนนเฉลี่ย	แปลผล
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)			
ด้านเนื้อหารายการ								
1. เนื้อหาน่าสนใจ เหมาะสม สอดคล้องกับกลุ่มผู้ฟัง	700	840	240	20	-	1,800	4.09	มาก
2. เนื้อหามีความทันสมัยทันต่อเหตุการณ์	900	680	270	-	-	1,850	4.20	มาก
3. เนื้อหารายการมีประโยชน์ สามารถนำไปปรับใช้ในชีวิตประจำวันได้	400	960	360	-	-	1,720	3.91	มาก
ด้านผู้ดำเนินรายการ								
1. การนำเข้าสู่รายการได้น่าฟังและดึงดูดความสนใจ	800	880	150	20	-	1,850	4.20	มาก
2. พูดและใช้ภาษาไทยได้ถูกต้อง ชัดเจน เข้าใจง่าย	850	800	180	20	-	1,850	4.20	มาก
3. สร้างการมีส่วนร่วมกับผู้ฟัง	650	720	360	20	-	1,750	3.98	มาก
4. มีความรู้ความสามารถในการนำเสนอรายการและเนื้อหาที่น่าสนใจ	750	720	330	-	-	1,800	4.09	มาก
ด้านเทคนิค								
1. สัญญาณเสียงที่ออกอากาศมีความชัดเจน	1,200	720	60	-	-	1,980	4.50	มากที่สุด
2. เสียงสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์มีความชัดเจน ไม่มีเสียงรบกวน	550	920	240	40	-	1,750	3.98	มาก
3. ระดับเสียงขณะออกอากาศมีความสม่ำเสมอและชัดเจน	850	840	120	20	10	1,830	4.16	มาก
ด้านช่วงเวลาในการออกอากาศและความยาวของรายการ								
1. ช่วงเวลาในการออกอากาศมีความเหมาะสม	750	920	150	20	-	1,840	4.18	มาก
2. ความยาวของรายการมีความเหมาะสมกับรูปแบบรายการ	600	1,080	120	20	-	1,820	4.14	มาก
รวม						27,120	4.11	มาก

จากตารางที่ 16 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อรายการรัฐสภาของเรา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.11 จากคะแนนเต็ม 5.00 เมื่อพิจารณาลงในรายละเอียดพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในด้านเทคนิคในการส่งกระจายเสียงมากที่สุดด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.21 รองลงมาคือด้านช่วงเวลาในการออกอากาศและความยาวของรายการด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.16 ด้านผู้ดำเนินรายการด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.12 ด้านเนื้อหาสาระรายการด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.07 และมีความพึงพอใจน้อยที่สุดคือด้านรูปแบบรายการด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.00

หากมองลึกลงไป ในรายละเอียดของแต่ละด้านพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจเกี่ยวกับสัญญาณเสียงที่ออกอากาศมีความชัดเจนมากที่สุดด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.50 รองลงมาเนื้อหาสาระมีความทันสมัยทันต่อเหตุการณ์ การนำเข้าสู่รายการได้น่าฟังและดึงดูดความสนใจ พูดและใช้ภาษาไทยได้ถูกต้อง ชัดเจน เข้าใจง่าย ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.20 ช่วงเวลาในการออกอากาศมีความเหมาะสมด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.18 และมีความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ เพลงประกอบรายการมีความเหมาะสมด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.84

ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

รายงานผลการวิจัยส่วนนี้เป็นการรายงานผลการวิจัยจากความคิดเห็นและแนวทางในการพัฒนาการนำเสนอรายการรัฐสภาของเราของกลุ่มเป้าหมายที่รับฟังรายการวิทยุรัฐสภาของเราในภูมิภาค จำนวน 440 กลุ่มตัวอย่างทั่วประเทศ โดยมีเนื้อหาเกี่ยวกับด้านรูปแบบรายการ เนื้อหา รายการ ผู้ดำเนินรายการ เทคนิคเกี่ยวกับสัญญาณเสียงที่ออกอากาศ การมีส่วนร่วมของผู้ฟังรายการ และเนื้อหาสาระความรู้เกี่ยวกับรัฐสภา

และการวิเคราะห์เอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตรายการวิทยุรัฐสภาของเราเพื่อสนับสนุนข้อมูลที่ได้จากวิธีวิจัยเชิงปริมาณ โดยการวิเคราะห์เอกสารของการศึกษาในหลักสูตรการพัฒนานักบริหารระดับสูง รุ่นที่ 5 สำหรับข้าราชการรัฐสภาสามัญระดับ 8 ในการเข้ารับการประเมินให้ดำรงตำแหน่งในระดับ 9 ประเภทเชี่ยวชาญเฉพาะของนางสาวอินทกร ชนะนนท์ ภายใต้หัวข้อการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตรายการรัฐสภาของเราทางสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย พุทธศักราช 2553

การวิเคราะห์เอกสารการประชุมทางวิชาการมหาวิทยาลัทยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน ครั้งที่ 6 ภายใต้หัวข้อเรื่องการประชุมผลคุณภาพรายการวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาของเรา ดำเนินการประชุมโดยนายสุทิตี ชัตติยะ พุทธศักราช 2552

การวิเคราะห์เอกสารรายงานการวิจัยโครงการวิจัยและประเมินผลการผลิตรายการวิทยุท้องถิ่นรายการรัฐสภาของเราภายใต้หัวข้อเรื่องการรับรู้ การรับฟัง และการพัฒนารายการวิทยุรัฐสภาของเรา ประจำปี 2555

การวิเคราะห์เอกสารรายงานการวิจัยความพึงพอใจในการรับฟังสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย อำเภอทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช ภายใต้หัวข้อเรื่อง หลักการเข้าถึงกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายและเทคนิคการดึงดูดผู้ฟังให้ติดตามรับฟัง พุทธศักราช 2549

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นและแนวทางในการพัฒนาการนำเสนอรายการรัฐสภาของเราของกลุ่มเป้าหมาย

จากแบบสอบถามซึ่งเป็นคำถามลักษณะปลายเปิด เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายที่รับฟังรายการวิทยุรัฐสภาของเราในภูมิภาค จำนวน 440 กลุ่มตัวอย่าง ได้เสนอความคิดเห็นและแนวทางในการพัฒนาการนำเสนอรายการรัฐสภาของเราให้เป็นที่ชื่นชอบและติดตามรับฟังมากๆ ซึ่งสามารถสรุปประเด็นต่างๆ ได้ดังนี้

1. ด้านรูปแบบรายการ มีการนำเสนอรายการที่ทันสมัยต่อเหตุการณ์บ้านเมืองอย่างหลากหลายรูปแบบและเหมาะสมกับรายการ จึงควรให้เยาวชนมีส่วนร่วมในการผลิตรายการ การแสดงความคิดเห็นต่อเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเมืองให้มากกว่านี้ นอกจากนั้นรูปแบบรายการส่วนใหญ่ได้มุ่งเน้นไปที่กลุ่มเป้าหมายที่เป็นเยาวชน โดยเปิดเพลงที่ทันสมัยนิยมของเยาวชน แต่ควรจัดรูปแบบผสมผสานเพื่อให้กลุ่มประชาชนทั่วไปสามารถเปิดรับฟังรายการวิทยุรัฐสภาของเราได้ด้วย

2. ด้านเนื้อหารายการ เนื้อหารายการของวิทยุรัฐสภาของเราส่วนใหญ่มีความเหมาะสมกับกลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย ซึ่งสามารถนำไปใช้ประโยชน์กับชีวิตประจำวันได้ อีกทั้งเนื้อหาสาระยังเข้าใจง่าย และปรับใช้กับชีวิตประจำวันได้ตามสถานการณ์ต่างๆ ได้เป็นอย่างดี

3. ด้านผู้ดำเนินรายการ ผู้ดำเนินรายการมีความรู้ความสามารถในการใช้ทักษะการพูดและใช้ภาษาไทยได้ถูกต้องตามอักขระ มีน้ำเสียงที่ชัดเจนน่ารับฟัง อีกทั้งได้มีการศึกษาค้นคว้าสาระความรู้ใหม่ๆ มานำเสนอในรายการและมีความเป็นกันเองกับผู้ฟัง แต่ควรจะพัฒนาทักษะการเชื่อมโยงเนื้อหารายการในแต่ละช่วงให้มีความกลมกลืนและเป็นเอกภาพ อันจะทำให้รายการมีความน่าสนใจมากขึ้น

4. ด้านเทคนิค ทางเจ้าหน้าที่เทคนิคได้ดูแลเอาใจใส่ให้การทำงานของเครื่องส่งกระจายเสียงและห้องส่งกระจายเสียง สามารถส่งกระจายเสียงออกอากาศที่มีสัญญาณเสียงชัดเจน ใส และความนุ่มนวลของเสียงทุ้ม เสียงแหลม เด่นชัด ซึ่งทำให้อรรถรสในการรับฟังเป็นอย่างดี รวมทั้งในช่วงของการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์มีเสียงรบกวนน้อยมาก รับฟังได้ชัดเจน และระดับสัญญาณเสียงมีความสม่ำเสมออีกด้วย

5. ด้านการมีส่วนร่วม กลุ่มผู้ฟังได้มีส่วนร่วมในการตอบปัญหาในรายการและสอบถามเรื่องการเมืองและสถานการณ์การเมืองบ้าง อันจะทำให้ผู้ฟังมีความรู้ความเข้าใจในสิทธิหน้าที่และเสรีภาพมากขึ้น รวมทั้งทำให้มีความรู้ใหม่ๆ และทันต่อเหตุการณ์ แต่จริงๆ แล้วไม่ค่อยได้มีส่วนร่วมในรายการเท่าที่ควร

6. ด้านเนื้อหาสาระความรู้เกี่ยวกับรัฐสภา กลุ่มผู้ฟังเป้าหมายและกลุ่มผู้ฟังทั่วไปได้รับรู้กิจการและความเคลื่อนไหวภายในรัฐสภามากขึ้น มีความรู้ความเข้าใจในระบบการปกครองแบบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข รวมทั้งทำให้มีความเข้าใจการทำงานของฝ่ายนิติบัญญัติและสิทธิประโยชน์ของประชาชนในการแสดงออกและมีส่วนร่วมในการปกครองตามระบอบประชาธิปไตยมากยิ่งขึ้น ซึ่งเหมาะสมกับรายการวิทยุรัฐสภาของเรา จึงขอให้การผลิตรายการวิทยุรัฐสภาของเราดำเนินต่อไปอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ความรู้และทักษะชีวิตแก่เยาวชนและประชาชนในท้องถิ่นภูมิภาคและชนบทอันเป็นกุศลอย่างมาก

2. การวิเคราะห์เอกสารการศึกษาของนางสาวอินทพร ชนะนนท์ เกี่ยวกับการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตรายการรัฐสภาของเราทางสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย

นางสาวอินทพร ชนะนนท์ ได้ศึกษาเกี่ยวกับการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตรายการวิทยุรายการรัฐสภาของเราทางสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยในส่วนภูมิภาค โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพการดำเนินงานโครงการวิทยุท้องถิ่นรายการรัฐสภาของเรา ซึ่งเป็นการศึกษาสภาพ

ปัญหาและสาเหตุของการผลิตรายการและแนวทางในการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตรายการ อันเป็นการศึกษาจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง วิเคราะห์ข้อมูลจากข้อเท็จจริงในการผลิตรายการและรายงานสรุปผลการประเมินการผลิตรายการรัฐสภาของเรา ตั้งแต่ปี 2545 ถึงปี 2553 ซึ่งสามารถวิเคราะห์ตามประเด็นต่างๆ ได้ดังนี้

1. ปัญหาด้านคุณภาพรายการ ซึ่งนับว่ามีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งที่เป็นสิ่งบ่งบอกถึงความสำเร็จของการผลิตรายการ ที่จะต้องคำนึงถึงกรอบตัวชี้วัดและวัตถุประสงค์ของรายการเป็นสำคัญ แต่ที่ผ่านมามีการผลิตรายการของแต่ละ สวท. ในภูมิภาคยังมีข้อผิดพลาดที่สามารถสรุปว่ามีปัญหาสำคัญๆ ดังนี้

- 1) การผลิตรายการไม่เป็นไปตามข้อกำหนด
- 2) การผลิตรายการไม่เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของโครงการ

การผลิตรายการไม่เป็นไปตามข้อกำหนด ซึ่งมีข้อกำหนดทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยเฉพาะข้อกำหนดเชิงปริมาณ ได้กำหนดให้การดำเนินงานและการผลิตรายการเป็นไปตามกรอบตัวชี้วัด 9 ประเด็น ได้แก่ การมีส่วนร่วมของผู้ฟังเสนอข่าวความเคลื่อนไหวในสภา นำเสนอความรู้เกี่ยวกับประชาธิปไตย รัฐธรรมนูญ การเมืองภาคประชาชน การมีส่วนร่วมของสมาชิกรัฐสภา นำเสนอความรู้เกี่ยวกับรัฐสภาหรือแนะนำศัพท์รัฐสภา การประชาสัมพันธ์รายการ นำเสนอสื่อบทกิจกรรมของรัฐสภา เปิดเพลงสอดแทรกรายการไม่เกินร้อยละ 15 และจำนวนตอนที่ผลิต 250 ตอนต่อปี

- การมีส่วนร่วมของผู้ฟังรายการระหว่างปี 2549-2553 โดยเฉลี่ยร้อยละ 42.52
- เสนอข่าวความเคลื่อนไหวในรัฐสภาระหว่างปี 2549-2553 โดยเฉลี่ยร้อยละ 67.43
- ความรู้เกี่ยวกับประชาธิปไตย รัฐธรรมนูญ การเมืองภาคประชาชนระหว่างปี 2549-2553 โดยเฉลี่ยร้อยละ 40.52
- การมีส่วนร่วมของสมาชิกรัฐสภาระหว่างปี 2549-2553 โดยเฉลี่ยร้อยละ 32.26
- เสนอความรู้เกี่ยวกับรัฐสภา/ศัพท์รัฐสภา ระหว่างปี 2549-2553 โดยเฉลี่ยร้อยละ 40.52
- การประชาสัมพันธ์รายการระหว่างปี 2551-2553 โดยเฉลี่ยร้อยละ 66.82
- เสนอสื่อบทกิจกรรมของรัฐสภาระหว่างปี 2549-2553 โดยเฉลี่ยร้อยละ 40.34
- เปิดเพลงสอดแทรกในรายการระหว่างปี 2549-2553 โดยเฉลี่ยร้อยละ 96.07
- จำนวนตอนที่ผลิตครบตามกำหนดระหว่างปี 2549-2553 โดยเฉลี่ยร้อยละ 80.95

การผลิตรายการในเชิงคุณภาพ ได้กำหนดการดำเนินงานในภาพรวมของการผลิตรายการให้มีคุณภาพในองค์ประกอบต่างๆ 4 ด้าน ได้แก่ รูปแบบรายการ เนื้อหาสาระ ผู้ดำเนินรายการ และด้านองค์ประกอบด้านเทคนิค

1. ด้านรูปแบบรายการประกอบด้วย

- 1.1 เพลงประกอบรายการมีความเหมาะสมและสอดคล้องกับเนื้อหา
- 1.2 การใช้เสียงประกอบในรายการเหมาะสมและดึงดูดความสนใจ
- 1.3 การนำเสนอรายการมีรูปแบบที่มีความหลากหลาย
- 1.4 การคัดเลือกผู้ร่วมรายการมีความเหมาะสมกับเนื้อหาของรายการ

- 1.5 ความถูกต้องและความต่อเนื่องของเนื้อหาในรายการ
2. ด้านเนื้อหาสาระประกอบด้วย
 - 2.1 ความน่าสนใจของเรื่อง que เลือกมานำเสนอในรายการ
 - 2.2 เนื้อหาสอดคล้องกับวัตถุประสงค์
 - 2.3 เนื้อหาเหมาะสมและสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย
 - 2.4 เนื้อหาที่มีความทันสมัยและทันต่อเหตุการณ์
3. ด้านผู้ดำเนินรายการประกอบด้วย
 - 3.1 นำเข้าสู่รายการได้น่าฟังและดึงดูดความสนใจ
 - 3.2 ดำเนินรายการได้เหมาะสมและน่าสนใจ
 - 3.3 พูดและใช้ภาษาได้อย่างถูกต้อง ชัดเจน เหมาะสม
 - 3.4 สร้างการมีส่วนร่วมระหว่างผู้ดำเนินรายการกับผู้ฟัง
 - 3.5 ให้คำแนะนำหรือตอบข้อซักถามของผู้ดำเนินรายการ
 - 3.6 ความรู้ความสามารถในการนำเสนอรายการ
4. ด้านองค์ประกอบด้านเทคนิคประกอบด้วย
 - 4.1 สัญญาณเสียงที่ออกอากาศมีความชัดเจน
 - 4.2 ความสม่ำเสมอของระดับเสียงขณะออกอากาศ
 - 4.3 คุณภาพเสียงที่ออกอากาศ
 - 4.4 ความชัดเจนของเสียงสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์
 - 4.5 ความราบรื่นของเสียงช่วงต่อรายการในแต่ละช่วง

การผลิตรายการวิทยุรัฐสภาของเราของ สวท. ต่างๆ ในภูมิภาคระหว่างปี 2551 ถึงปี 2553 ในเชิงคุณภาพ โดยเฉลี่ยร้อยละ 57.42

การผลิตรายการไม่เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของโครงการ การผลิตรายการรัฐสภาของเรา มีวัตถุประสงค์หลักที่สำคัญหลายประการ เพื่อให้การดำเนินการให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งมีวัตถุประสงค์หลักของการผลิตรายการ ดังนี้

1. เพื่อเผยแพร่ความรู้ด้านการเมืองการปกครองระบอบประชาธิปไตยในระบบรัฐสภาและกิจกรรมด้านต่างๆ ของรัฐสภา
2. เพื่อเผยแพร่ผลงานของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรและสมาชิกวุฒิสภาและให้สมาชิกในพื้นที่สามารถใช้ช่วงเวลาต่างๆ ในการประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่างๆ ได้
3. เพื่อเป็นการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในทางการเมืองของประชาชน

จากการผลิตรายการที่ผ่านมามีปัญหาอุปสรรคสำคัญที่ทำให้การผลิตรายการไม่เป็นไปตามวัตถุประสงค์ดังนี้

- 1) การเผยแพร่ผลงานของสมาชิกรัฐสภาและการเชิญสมาชิกในพื้นที่มาร่วมรายการ อันเนื่องจากปัญหาส่วนใหญ่สมาชิกไม่ให้ความสำคัญ ไม่สนใจมาร่วมรายการและบางครั้งไม่มาตามนัด ไม่มีกิจกรรมหรือผลงานที่จะนำมาเสนอ ทำให้รายการขาดการมีส่วนร่วมของสมาชิก
- 2) ผู้จัดรายการหรือทีมงานที่เกี่ยวข้องไม่ติดตามหรือสำรวจสมาชิกท่านอื่นๆ ไว้

3) การเผยแพร่การเมืองการปกครองและส่งเสริมการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนนั้น สวท. ส่วนใหญ่ในภูมิภาคสามารถทำได้ตามวัตถุประสงค์และอยู่ในเกณฑ์ที่น่าพอใจ

แนวทางการแก้ไขการผลิตรายการไม่เป็นไปตามข้อกำหนดและวัตถุประสงค์ของโครงการนั้นมีแนวทางในการแก้ไขปัญหาดังนี้

1) จัดให้มีการประชุมสัมมนาเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจทางด้านองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องในระบบงานของฝ่ายนิติบัญญัติและด้านการเมืองการปกครองให้ผู้จัดรายการในทุกสถานี ตั้งแต่ต้นปีงบประมาณ

2) จัดทำคู่มือชี้แจงหลักเกณฑ์ วิธีการ กระบวนการ ขั้นตอนต่างๆ ในการผลิตรายการให้เป็นไปตามเป้าหมายและข้อกำหนดอย่างถูกต้อง

3) สนับสนุนให้มีการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ ความรู้ ความคิด และทักษะต่างๆ ในการติดตามความสนใจเยาวชนและประชาชนให้เข้ามามีส่วนร่วมในรายการโดยใช้เทคโนโลยีผ่านเว็บไซต์ทางอินเทอร์เน็ต

2. ปัญหาด้านรูปแบบรายการ รูปแบบรายการเป็นปัจจัยหนึ่งที่จะบ่งบอกว่ารายการที่ผลิตนั้นมีเป้าหมาย วัตถุประสงค์ กลุ่มเป้าหมาย และเป็นรายการเพื่อการศึกษาหรือเพื่อความบันเทิง และทิศทางของการผลิตรายการจะพิจารณาได้จากรูปแบบรายการที่ค้างไว้และสามารถตรวจสอบได้ว่ารายการนั้นๆ ประสบผลสำเร็จเป็นไปตามวัตถุประสงค์มากน้อยเพียงใด ซึ่งปัญหาที่พบในด้านรูปแบบรายการรัฐสภาของเรา มีดังนี้

1) ยังไม่เป็นรายการสดในทุกสถานีที่เข้าร่วมโครงการ

2) รูปแบบรายการยังไม่สามารถดึงดูดความสนใจของเยาวชนให้ร่วมแสดงความคิดเห็นเข้ามาในรายการ

3) ยังไม่สามารถเชิญชวนให้สมาชิกรัฐสภาเข้ามามีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็นในรายการได้อย่างทั่วถึง

1. ยังไม่เป็นรายการสด ในทุกสถานีที่เข้าร่วมโครงการจะต้องมีความพร้อมทางด้านบุคลากรผู้ดำเนินรายการ ทีมงาน และแนวทางการสร้างเครือข่ายเยาวชนเพื่อเสริมสร้างความรู้ทางการเมืองการปกครองระบอบประชาธิปไตยในระบบรัฐสภาและได้เน้นถึงการสร้างการมีส่วนร่วมของสมาชิกรัฐสภาในพื้นที่ การสร้างความสนใจให้เกิดการมีส่วนร่วมทางการเมืองของเยาวชนและประชาชนทั่วไป ดังนั้น การจัดรายการสดในการออกอากาศทุกครั้ง ซึ่งได้กำหนดไว้เดือนละไม่ต่ำกว่า 20 ตอน หากผู้จัดรายการไม่สามารถออกอากาศสดหรือเป็นรายการที่บันทึกเทปแล้ว จะเป็นปัญหาต่อการสร้างการมีส่วนร่วมของสมาชิกรัฐสภา เพราะทำให้ข้อมูลข่าวสารหรือกิจกรรมที่จะเผยแพร่ไม่เป็นปัจจุบัน และที่สำคัญไม่สามารถสร้างการมีส่วนร่วมของผู้รับฟังรายการที่จะใช้เป็นเวทีในการแสดงความคิดเห็นหรือแลกเปลี่ยนความรู้ ข้อมูลข่าวสารระหว่างสมาชิกรัฐสภากับผู้ฟังได้ ซึ่งการศึกษาพบว่า มี สวท. บางแห่งไม่ได้จัดรายการสดทุกครั้ง และยังมีการบันทึกเสียงรายการออกอากาศบ้าง ทำให้ขาดการมีส่วนร่วมของสมาชิกและผู้รับฟังรายการ อีกทั้งทำให้รายการไม่เป็นไปตามรูปแบบรายการที่กำหนด

2. รูปแบบรายการยังไม่สามารถดึงดูดความสนใจของเยาวชนให้ร่วมแสดงความคิดเห็นเข้ามาในรายการ การกำหนดรูปแบบรายการจะต้องใช้ทักษะและความสามารถในการดึงดูดความสนใจให้เยาวชนค่อนข้างสูง ซึ่งการผลิตรายการที่ผ่านมาผู้จัดรายการของสถานีวิทยุที่เข้าร่วมโครงการแต่ละแห่งยังไม่สามารถกำหนดรูปแบบรายการให้เป็นที่น่าสนใจและยังไม่สามารถดึงดูดเยาวชนซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายได้อย่างเพียงพอ โดยผู้เชี่ยวชาญได้วิเคราะห์พบว่าผู้จัดรายการของ สวท. หลายแห่งที่เข้าร่วมโครงการ เริ่มต้นเปิดรายการยังไม่เข้าถึงความรู้สึกหรือความต้องการของกลุ่มผู้ฟัง การใช้เพลงหรือเสียงประกอบยังไม่เหมาะสมหรือเข้าถึงรสนิยมของเด็กและเยาวชน นอกจากนี้การแบ่งช่วงเวลาในการดำเนินรายการที่ต้องรอบรู้ด้านข้อมูลสาระและเนื้อหาต่างๆ ตามกรอบที่กำหนดยังมีความเยิ่นเย้อไม่กระชับเท่าที่ควร ทำให้ไม่น่าสนใจที่จะติดตามรับฟังรายการอย่างต่อเนื่องและอาจเปลี่ยนคลื่นไปรับฟังรายการอื่นๆ แทน

3. ยังไม่สามารถเชิญชวนให้สมาชิกรัฐสภาเข้ามามีส่วนร่วม แสดงความคิดเห็นในรายการไปอย่างทั่วถึง การจัดแบ่งช่วงเวลาของรายการรัฐสภาของเราหรือการจัดรูปแบบรายการจะต้องคำนึงถึงลักษณะต่างๆ ที่สำคัญ 2 ประการ คือ 1) ต้องคำนึงถึงความต้องการ ความรู้สึก ความสนใจของเด็กและเยาวชนให้เกิดความพึงพอใจต่อการรับฟังรายการ 2) ต้องคำนึงถึงช่วงเวลาที่เหมาะสมต่อการเปิดโอกาสหรือเป็นเวทีในการเผยแพร่กิจกรรมการดำเนินงานของสมาชิกรัฐสภา จากกรณีวิเคราะห์พบว่าในการจัดรูปแบบรายการของแต่ละ สวท. นั้น มักจะมีปัญหาทางด้านการจัดแบ่งช่วงเวลาของสมาชิกรัฐสภาในแต่ละพื้นที่ยังไม่ค่อยเหมาะสม เนื่องจากสมาชิกรัฐสภาบางคนต้องการเวลามากกว่าที่กำหนดไว้ให้ เพราะต้องการพูดคุยกับประชาชนให้มากที่สุด หากให้เวลาจำกัดเพียงเล็กน้อย 3-5 นาที ก็อาจไม่สนใจเข้าร่วมรายการ นอกจากนี้สมาชิกรัฐสภาบางพื้นที่มีจำนวนน้อย และไม่คอยอยู่ในพื้นที่ ทำให้ไม่สามารถติดต่อหรือไม่สามารถประสานการมีส่วนร่วมของสมาชิกให้เข้ามาในรายการได้

แนวทางแก้ไขเกี่ยวกับปัญหาด้านรูปแบบรายการ ในวงการวิทยุกระจายเสียงได้เจาะลึกลงไปเพื่อการผลิตรายการที่มีความเป็นเลิศหรือความโดดเด่นของรายการวิทยุกระจายเสียงที่ถูกสร้างสรรค์รายการวิทยุกระจายเสียงด้วยการคิดค้นและผลิตรายการให้เป็นที่ประสบความสำเร็จและมีความสมบูรณ์ครบถ้วน จึงจะนับว่ารายการนั้นมีคุณภาพ จากปัญหาดังกล่าวข้างต้นมีแนวทางในการแก้ไขปัญหานี้ ดังนี้

1. ปรับปรุงรูปแบบการนำเสนอรายการด้วยการพูดเชื่อมโยงรูปแบบการนำเสนอของรายการที่หลากหลายเข้าด้วยกัน เพื่อให้เกิดความต่อเนื่องและสอดคล้องกับเนื้อหาในรายการ โดยการนำเอาเพลงหรือเสียงประกอบที่มีเนื้อหาสอดคล้องกับรูปแบบและเนื้อหาของรายการให้มากขึ้น

2. ปรับปรุงวิธีการนำเสนอรายการ เช่น การเปิดรายการให้น่าสนใจ การใช้เพลงหรือเสียงประกอบจะต้องเหมาะสมกับกลุ่มผู้ฟังที่เป็นเด็ก เยาวชน ตลอดจนผู้ดำเนินรายการจะต้องมีทักษะด้านภาษา พูดถูกต้องตามอักขระ มีลีลาและน้ำเสียงที่ชวนฟังเป็นธรรมชาติ เข้าถึงความรู้สึกและเป็นกันเองกับผู้ฟังมีการแบ่งช่วงเวลาของรายการที่ชัดเจนและเหมาะสม กระชับไม่เยิ่นเย้อ และอาจใช้ภาษาถิ่นเพื่อเพิ่มความใกล้ชิดกับผู้ฟังมากขึ้น หรือนำเสนอในรูปแบบของสารคดีสั้น บทความสั้นๆ เพื่อให้ง่ายต่อการเข้าใจและน่าสนใจมากขึ้น

3. เนื้อหาสาระและข้อมูลที่นำเสนอในรายการ ควรเลือกเรื่องที่อยู่ในกรอบตัวชี้วัด และเป็นเรื่องที่อยู่ในความสนใจของกลุ่มผู้ฟังมาถ่ายทอดให้เกิดความเข้าใจได้ง่ายและสามารถเชื่อมโยงให้เรื่องเหล่านั้นเป็นเรื่องใกล้ตัวที่ผู้ฟังเห็นว่านำไปใช้ประโยชน์ได้จริง นอกจากนี้ต้องนำเสนอเนื้อหาเป็นขั้นตอนจากง่ายไปหายาก โดยไม่ควรนำเสนอเนื้อหามากเกินไปในความเดียวกัน และมีการสำรวจความสนใจของกลุ่มผู้ฟังเพื่อพัฒนาเนื้อหาสาระรูปแบบรายการให้สอดคล้องกับความนิยมของเด็กและเยาวชน

4. เพิ่มเครือข่ายและการมีส่วนร่วมของกลุ่มผู้ฟังรายการ โดยใช้วิธีการต่างๆ เช่น การให้รางวัลจูงใจในการตอบคำถามหรือการใช้เทคโนโลยีอื่นๆ การโทรศัพท์เข้ามาในรายการ (phone in) และอินเทอร์เน็ต การนำกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายเข้ามาร่วมจัดรายการ ตลอดจนการไปเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ทำกิจกรรมร่วมกับกลุ่มผู้ฟังในสถานศึกษาเพื่อให้กลุ่มผู้ฟังได้รับรู้และอยากติดตามรับฟังรายการมากขึ้น

5. จัดทำหนังสือแจ้งสมาชิกรัฐสภาที่อยู่ในเขตพื้นที่ของ สวท. ที่ผลิตรายการรัฐสภาของเราให้ได้รับทราบเพื่อให้สมาชิกรัฐสภาสามารถเข้ามาร่วมแสดงความคิดเห็นและเผยแพร่ภารกิจต่างๆ ของรัฐสภาให้ประชาชนได้รับทราบ

3. ปัญหาด้านเนื้อหาสาระรายการ การนำเสนอจะต้องมีเนื้อหาสาระที่ถูกต้องชัดเจน โดยเฉพาะเนื้อหาสาระที่เกี่ยวข้องกับความเคลื่อนไหวในรัฐสภาและเป็นความรู้ที่เกี่ยวกับงานของฝ่ายนิติบัญญัติได้อย่างถูกต้อง สมบูรณ์ ไม่ผิดพลาด ซึ่งผู้ดำเนินรายการที่เป็นบุคคลผู้นำเสนอจะต้องมีความรอบรู้ในงานของฝ่ายนิติบัญญัติได้อย่างแท้จริงและมีความสามารถดึงดูดให้ผู้รับฟังรายการสามารถร่วมแสดงความคิดเห็นเข้ามาในรายการได้ ซึ่งสามารถสรุปปัญหาด้านเนื้อหาสาระได้ 2 ประการดังนี้

1) การนำเสนอเนื้อหาสาระที่เกี่ยวข้องกับความเคลื่อนไหวในรัฐสภายังไม่ถูกต้องชัดเจน

2) การนำเสนอเนื้อหาสาระที่เกี่ยวข้องกับงานของฝ่ายนิติบัญญัติมีความผิดพลาด

1. การนำเสนอเนื้อหาสาระที่เกี่ยวข้องกับความเคลื่อนไหวในรัฐสภายังไม่ถูกต้องชัดเจน

ประเด็นทางด้านข่าวสารความเคลื่อนไหวในรัฐสภาที่ผู้ดำเนินรายการจะต้องนำเสนอในรายการแต่ละตอนจะต้องเกี่ยวข้องต่อการดำเนินงานของรัฐสภา เช่น การประชุมสภาผู้แทนราษฎรหรือการประชุมวุฒิสภา การนำเสนอร่างพระราชบัญญัติหรือกระทู้ถามต่างๆ ว่ามีเรื่องอะไรบ้างที่บรรจุเข้าสู่ระเบียบวาระการประชุมหรือคณะกรรมการอิสระต่างๆ ได้มีการพิจารณาเรื่องอะไรบ้าง นอกจากนั้นจะต้องมีการนำเสนอสถานการณ์ภายในรัฐสภาว่ามีกิจกรรมความเคลื่อนไหวอย่างไร จากการวิเคราะห์พบว่าผู้ดำเนินรายการมีการนำเสนอข้อมูลที่ยังไม่ชัดเจนเพียงพอ ข้อมูลมีความผิดพลาดอันเนื่องมาจากบางครั้งผู้ผลิตรายการได้นำข้อมูลจากแหล่งข่าวใดแหล่งข่าวหนึ่งที่ไม่เป็นทางการ และนำข้อมูลนั้นมานำเสนอโดยขาดการศึกษา วิเคราะห์ข้อมูล

อย่างรอบคอบ ทำให้การนำเสนอที่ถ่ายทอดไปถึงกลุ่มผู้ฟังเกิดความผิดพลาดและคลาดเคลื่อนได้

2. การนำเสนอเนื้อหาสาระที่เกี่ยวข้องกับงานของฝ่ายนิติบัญญัติมีความผิดพลาด

ประเด็นนี้ได้ถูกกำหนดให้การดำเนินรายการแต่ละครั้งจะต้องนำเสนอความรู้เกี่ยวกับรัฐสภาหรือแนะนำศัพท์รัฐสภา เช่น อำนาจหน้าที่ของรัฐสภา การกำหนดสมัยประชุม การตั้งกระทู้กระทู้ถาม-ตอบ กระบวนการตราพระราชบัญญัติ อำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการแต่ละคณะ บัญญัติการแปรญัตติ การสงวนคำแปรญัตติ การสงวนความเห็น ซึ่งจากปัญหาที่พบจะมี สวท. หลายแห่งค่อนข้างสับสนในการแนะนำศัพท์รัฐสภา เนื่องจากไม่มั่นใจในคำศัพท์ต่างๆ จะอธิบายข้อความเหล่านั้นอย่างไร จึงจะทำให้ผู้ฟังกลุ่มเป้าหมายซึ่งเป็นเด็ก เยาวชนเกิดความเข้าใจและไม่รู้สึกว่าเป็นคำศัพท์ที่ยากเกินกว่าการรับรู้และทำความเข้าใจในคำนั้นๆ ได้ นอกจากนี้ผู้ผลิตรายการยังขาดความรู้ ความสามารถ เกี่ยวกับความรู้ทางด้านระบบงานรัฐสภา กระบวนการดำเนินงานของฝ่ายนิติบัญญัติ เรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับแวดวงทางการเมือง ซึ่งเป็นความรู้ที่ต้องมีการสั่งสมกันมาอย่างยาวนานและอาศัยอุดมการณ์ทางความคิด จึงต้องเป็นบุคคลที่ต้องมีความมุ่งมั่นสนใจติดตามสถานการณ์ทางการเมืองโดยตลอด

แนวทางแก้ไขปัญหาที่เกิดจากการนำเสนอเนื้อหาสาระรายการ จะต้องเป็นไปในเชิงระบบ ด้วยการนำทฤษฎีการบริหารงานแบบมุ่งผลสัมฤทธิ์และทฤษฎีการรับรู้ข่าวสารด้านการเมือง เข้ามาใช้ในการปรับสภาวะแวดล้อมที่เกี่ยวข้องให้เข้ามามีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาโดยมีแนวทางแก้ไขปัญหาดังนี้

1) ผู้อำนวยการแต่ละสถานที่ควรบริหารจัดการให้ผู้ผลิตรายการได้เข้าใจในระบบงานของรัฐสภาให้มากยิ่งขึ้น เช่น เข้าใจในอำนาจหน้าที่ของรัฐสภา เข้าใจงานของกรรมการ เข้าใจในกระบวนการตรากฎหมายว่ามีกระบวนการขั้นตอน วาระต่างๆ เป็นอย่างไร เป็นต้น ซึ่งจะทำให้ผู้ดำเนินรายการได้ทราบถึงช่องทางในการติดตามข่าวสารความเคลื่อนไหวในแวดวงรัฐสภาและสามารถดำเนินรายการได้ตรงต่อวัตถุประสงค์มากยิ่งขึ้น

2) ผู้ผลิตรายการหรือผู้ที่เกี่ยวข้องควรศึกษาและทำความเข้าใจในเนื้อหาสาระให้ชัดเจนว่างานของฝ่ายนิติบัญญัติและงานของฝ่ายบริหารมีความแตกต่างกันอย่างไร เพื่อแยกแยะอำนาจหน้าที่ของแต่ละฝ่ายให้เกิดความชัดเจนและเห็นภาพมากขึ้น

3) ควรเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจในการผลิตรายการรัฐสภาของเราในแต่ละสถานีที่เข้าร่วมโครงการ เพื่อให้ผู้จัดรายการและผู้ดูแลรับผิดชอบรายการได้มีความรู้ความเข้าใจทั้งด้านเนื้อหาสาระ ข้อกำหนดต่างๆ ตามตัวชี้วัดอย่างถูกต้อง ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

4. ปัญหาด้านผู้ดำเนินรายการ ปัญหาที่เกิดขึ้นจากความรู้ของผู้ดำเนินรายการยังเป็นปัญหาสำคัญต่อปัจจัยความสำเร็จของการผลิตรายการ ฉะนั้นผู้ดำเนินรายการจะต้องมีองค์ความรู้ที่เป็นส่วนประกอบสำคัญในการจัดทำรายการให้ประสบความสำเร็จอยู่ 2 ประการ คือ องค์ความรู้ของงานฝ่ายนิติบัญญัติและองค์ความรู้ในด้านการเป็นนักจัดรายการที่ดีตามหลักวิชาการ ซึ่งสามารถสรุปปัญหาได้ดังนี้

- 1) ขาดความรู้ในงานของฝ่ายนิติบัญญัติอย่างแท้จริง
- 2) ขาดความสามารถในการดึงดูดให้ผู้รับฟังรายการเข้ามามีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็นในรายการ

1. ขาดความรู้ในงานของฝ่ายนิติบัญญัติอย่างแท้จริง ผู้ดำเนินรายการจะต้องมีคุณสมบัติของการเป็นนักจัดรายการที่มีอุดมการณ์ สนใจใฝ่หาความรู้ทางด้านการเมืองการปกครอง มีเจตคติในการสร้างประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าส่วนตน คิดค้นหาวิธีการในการสร้างการมีส่วนร่วมระหว่างผู้จัดรายการกับผู้ฟังกลุ่มเป้าหมายมีความกระตือรือร้นในการติดตามข่าวสารความเคลื่อนไหว เหตุการณ์ต่างๆ ในแวดวงรัฐสภา สนใจเสริมสร้างความรู้ที่เป็นอำนาจหน้าที่ในกระบวนการนิติบัญญัติ เช่น การตรากฎหมาย การตรวจสอบการบริหารราชการแผ่นดิน การแต่งตั้งถอดถอนบุคคลผู้ดำรงตำแหน่งทางการเมืองและกิจกรรมการทำหน้าที่ของคณะกรรมการอิสระต่างๆ และอำนาจหน้าที่ของสมาชิกรัฐสภา ซึ่งจากการผลิตรายการที่ผ่านมาปัญหาของผู้ดำเนินรายการทางด้านองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับงานของฝ่ายนิติบัญญัตินั้นจะเป็นปัญหาสำคัญของ สวท. แต่ละแห่งในการจัดหาบุคคลที่จะเข้ามาเป็นผู้ดำเนินรายการ โดยปัญหาที่พบส่วนใหญ่จะมีปัญหาในด้านขาดความรู้ ความเชี่ยวชาญ ทางด้านการเมือง การปกครอง นอกจากนี้ปัญหาก็คือมีการนำเสนอข่าวสารการเมืองที่ไม่มีการวิเคราะห์เนื้อหาข้อมูลอย่างละเอียดรอบคอบเท่าที่ควร จึงทำให้การนำเสนอความรู้ในงานของฝ่ายนิติบัญญัติเกิดความผิดพลาดบ่อยๆ

2. ขาดความสามารถในการดึงดูดให้ผู้รับฟังรายการเข้ามามีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็นในรายการ ปัญหาองค์ความรู้ตามหลังวิชาการของนักจัดรายการถือเป็นคุณสมบัติสำคัญที่ผู้ดำเนินรายการในฐานะเป็นผู้ส่งสารหรือผู้สื่อสาร จะต้องเข้าใจถึงหลักการตามทฤษฎีสื่อสารและทฤษฎีความหมายของการสื่อสารเช่นเดียวกับหลักและทฤษฎีการสื่อสาร ดังนั้น ผู้ดำเนินรายการจะต้องใช้หลักวิชาการมากำหนดสิ่งที่กระทำหรือการเผยแพร่ข้อมูลที่ต้องการให้เกิดประสิทธิภาพ โดยต้องใช้ความสามารถในการสร้างเนื้อหาสาระของรายการตามที่มีกรอบตัวชีวิตที่เหมาะสมกับกลุ่มผู้ฟัง ต้องมีความรู้ความสามารถในการคิดสร้างเค้าโครง เนื้อหาสาระ พร้อมทั้งรูปแบบรายการโดยใช้ประสบการณ์ ลีลาในการอธิบายและถ่ายทอดความคิดของตน หรือความรู้ต่างๆ ให้แก่ผู้ฟังได้เห็นภาพเป็นเรื่องเป็นราวอย่างสมบูรณ์และถูกต้องได้ จากการวิเคราะห์ตรวจสอบและได้มีการประเมินผลพบว่าผู้ดำเนินรายการจำนวนมากยังขาดคุณสมบัติของนักจัดรายการตามหลักวิชาการในบางส่วน รองลงมาเป็นปัญหาทางด้านประสบการณ์ของผู้จัดรายการที่ยังใหม่ต่อการทำรายการ จึงไม่สามารถดึงดูดผู้ฟังและไม่สามารถสร้างการมีส่วนร่วมของกลุ่มผู้ฟังได้เท่าที่ควร

แนวทางการแก้ไขปัญหาด้านผู้ดำเนินรายการ การผลิตรายการรัฐสภาของเราในแต่ละปีได้มีการติดตามตรวจสอบและวิเคราะห์ระบบวิธีการทำงานในส่วนของผู้ที่เกี่ยวข้องมาโดยตลอด อีกทั้งยังได้มีการประเมินผลสำเร็จในทุกๆ ด้าน ปรากฏแล้ว แต่ขณะเดียวกันปัญหาเดิมๆ ที่ยังไม่สามารถแก้ไขได้อย่างมีประสิทธิภาพมากนัก มักจะเป็นปัญหาเกี่ยวกับองค์ความรู้ในส่วนของข้อมูลข่าวสารและประสบการณ์ของผู้ดำเนินรายการ ซึ่งเป็นปัญหาสำคัญที่ยังทำทลายการผลิตรายการให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพได้ สำหรับแนวทางการแก้ไขปัญหาเหล่านั้นสามารถสรุปได้ดังนี้

1. จัดให้มีการบรรยายให้ความรู้ความเข้าใจในงานของฝ่ายนิติบัญญัติ โดยผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญทางด้านการเมืองการปกครอง ด้านกระบวนการของฝ่ายนิติบัญญัติในทุกๆ ปี เนื่องจากผู้ดำเนินรายการมักมีการเปลี่ยนแปลงตัวบุคคลอยู่บ่อยๆ โดยการจัดบรรยายให้ความรู้ที่ควรจัดกลุ่มเป็นภาคๆ เพื่อให้ผู้ดำเนินรายการและผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถเข้าร่วมรับฟังการบรรยายได้อย่างครบถ้วน

2. จัดหาผู้จัดรายการที่มีประสบการณ์ มีความเชี่ยวชาญ รู้กลยุทธและหลักวิชาการของนักจัดรายการที่ดีมาให้ความรู้ เพื่อช่วยฝึกฝนให้กับผู้จัดรายการที่อาจขาดประสบการณ์ในด้านใดด้านหนึ่งและสามารถใช้เป็นเวทีแลกเปลี่ยนประสบการณ์ของผู้จัดรายการหน้าใหม่ที่อาจต้องเชื่อมโยงประสานความคิดและข้อมูลอื่นๆ ได้

3. จัดทำระบบศูนย์กลางข้อมูลข่าวสาร โดยจัดตั้งทีมงานที่เชื่อมโยงประสานระหว่างกรมประชาสัมพันธ์และสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร ซึ่งศูนย์กลางข้อมูลข่าวสารนี้จะติดตามการผลิตรายการของผู้ดำเนินรายการให้เป็นไปตามกรอบตัวชี้วัด ซึ่งหากผู้ดำเนินรายการประสบปัญหาทางด้านข้อมูลด้านใด ศูนย์กลางข้อมูลข่าวสารนี้ก็จะเชื่อมโยงประสานมายังสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร เพื่อจัดหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องไปใช้ประโยชน์ในรายการได้อย่างถูกต้องครบถ้วน และเป็นประโยชน์ต่อผู้ฟังรายการได้มากยิ่งขึ้น

4. เมื่อมีการเปลี่ยนผู้ผลิตรายการ ผู้ดูแลหรือผู้ควบคุมรายการรัฐสภาของเราควรชี้แจงถึงการดำเนินรายการรัฐสภาของเราให้กับผู้ผลิตรายการคนใหม่ เพื่อให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ตามกรอบที่กำหนด และให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของโครงการ

5. ปัญหาด้านเทคนิคการผลิตรายการ การผลิตรายการวิทยุกระจายเสียงมีองค์ประกอบที่สำคัญอยู่หลายประการ ในส่วนของเทคนิคการผลิตรายการ ซึ่งหมายถึงเทคโนโลยีสารสนเทศ อุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ทางเทคนิครวมทั้งเทคนิคในการนำเสนอของผู้จัดรายการ ซึ่งเป็นศิลปะอย่างหนึ่งที่มีความหมายรวมอยู่ในด้านเทคนิคนี้ด้วย ซึ่งการผลิตรายการรัฐสภาของเราที่ผ่านมามีปัญหาองค์ประกอบทางเทคนิคที่ขาดความสมบูรณ์จากสาเหตุจากปัจจัย 2 ประการ ดังนี้

- 1) ขาดเครื่องมือและอุปกรณ์ทางเทคโนโลยีที่ทันสมัย
- 2) ขาดประสบการณ์ ทักษะ และการสร้างความสนใจของรายการ

1. ขาดเครื่องมือและอุปกรณ์ทางเทคโนโลยีที่ทันสมัย การผลิตรายการวิทยุกระจายเสียงจำเป็นต้องอาศัยเครื่องมือต่างๆ เพื่อผลิตรายการให้ออกมาอย่างสมบูรณ์นั้น จะต้องมีความพร้อมของระบบเทคโนโลยีและอุปกรณ์ต่างๆ ต้องมีอยู่อย่างครบถ้วน เช่น ห้องผลิตรายการต้องเป็นห้องที่ปราศจากเสียงรบกวนจากภายนอก ห้องควบคุมเสียงเป็นห้องที่ใช้ควบคุมสั่งการหรือบันทึกเสียง ได้แก่ คอนโซลหรือแผงผสมเสียง (Mixer) ต้องมีคุณภาพ และต้องมีอุปกรณ์ที่ใช้ในการประกอบการจัดรายการ เช่น เครื่องเล่น CD คอมแพ็คดิสก์ เทปบันทึกเสียง ไมโครโฟน และอุปกรณ์ต่างๆ ซึ่งจะต้องถูกจัดอยู่ในระยะที่พอเหมาะเพื่อสะดวกในการใช้ มีระบบการสื่อสารระหว่างห้องควบคุมเสียง ห้องผู้ประกาศ และห้องการจัดรายการ ซึ่งจะต้องเป็นอุปกรณ์ที่ทันสมัย มีอุณหภูมิที่พอเหมาะต่อการทำงานได้อย่างเต็มที่ ไม่สร้างความหงุดหงิดของผู้ทำงาน ซึ่งต้องใช้ความคิดและต้องใช้สมาธิในการทำงานอย่างเต็มที่ นอกจากนี้อุปกรณ์ต่างๆ ที่ใช้ประกอบการรายการที่สำคัญจะต้องอยู่ใน

สภาพที่พร้อมใช้อยู่ตลอดเวลา เช่น คอนโซล ไมโครโฟน เครื่องบันทึกเสียง คอมพิวเตอร์ และจะต้องมีการปรับปรุงโปรแกรมในการใช้ให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีอยู่เสมอ

มีปัญหาเกิดขึ้นจากการใช้เทคโนโลยีที่ไม่เหมาะสม ระบบไม่สมบูรณ์และขาดเครื่องมืออุปกรณ์ที่ทันสมัยนั้น ทำให้คุณภาพในการผลิตรายการลดลง มีเสียงสอดแทรก ระบบการมีส่วนร่วมของผู้ฟังหรือการโฟนอินมีเสียงดังจากโทรศัพท์เข้ามาในรายการ การควบคุมเสียงดังค่อยไม่สม่ำเสมอ ระบบจัดเก็บเสียงนอกสถานที่ เช่น การสัมภาษณ์ การตัดต่อเสียงของสมาชิกมีเสียงรบกวนทำให้ผู้ฟังเกิดความรำคาญและอาจไม่สนใจฟังต่อ

2. ขาดประสบการณ์ ทักษะ และการสร้างความน่าสนใจของผู้จัดรายการ ปัญหาที่ผู้ดำเนินรายการจะต้องมีความรู้ความเข้าใจในการใช้เครื่องมืออุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับการกระจายเสียงทั้งในห้องส่ง (Studio) และในห้องควบคุม (Control room) เพื่อป้องกันการเกิดเสียงก้องและต้องรู้ระยะห่างของไมโครโฟนและสามารถปรับปุ่มต่างๆ ที่อยู่บนแผงควบคุมเสียงได้เป็นอย่างดี รู้จักการใช้อุปกรณ์ประกอบเสียงทุกชนิด และต้องเรียนรู้การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีใหม่ๆ อยู่ตลอดเวลา เข้าใจเทคนิค กรรมวิธี และสามารถผลิตเสียงประกอบจริง บันทึกการสัมภาษณ์ทั้งในและนอกสถานที่ เลือกเสียงประกอบและเพลงประกอบได้อย่างเหมาะสม อีกทั้งยังต้องเรียนรู้ เข้าใจวิธีการตัดต่ออย่างไรให้เกิดความนุ่มนวลต่อการรับฟัง เพื่อไม่ให้ผู้ฟังเกิดความรู้สึกสะดุดเสียงที่ทำให้เกิดการเบี่ยงเบนความสนใจในทางอื่นได้

นอกจากนี้องค์ประกอบของการผลิตรายการของผู้ดำเนินรายการจะมีปัจจัยที่เกี่ยวข้องหลายประการ ทั้งทางด้านความรู้ในข้อมูลข่าวสารที่เป็นเชิงลึก ซึ่งเป็นศิลปะในการนำเสนอ และเป็นเทคนิคที่ผู้ดำเนินรายการจะต้องเรียนรู้หาประสบการณ์ ความเชี่ยวชาญ เพื่อให้การนำเสนอเป็นที่ดึงดูดความสนใจแก่ผู้รับฟังรายการ ซึ่งถือเป็นเทคนิคเฉพาะบุคคลของผู้ดำเนินรายการ นอกจากนี้ผู้ดำเนินรายการจะต้องเชี่ยวชาญทางเทคนิค ทั้งทางด้านความรู้ความเข้าใจในการใช้อุปกรณ์ทางเทคโนโลยีให้เกิดความถูกต้อง ซึ่งต้องเข้าใจวิธีการทำงานตามระบบของอุปกรณ์อย่างถูกวิธีและเรียนรู้ต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีที่เกิดขึ้นใหม่ๆ ซึ่งสิ่งเหล่านี้ยังเป็นปัญหาของผู้ดำเนินรายการหลายๆ คนที่เป็นผู้ดำเนินรายการหน้าใหม่ ที่มีประสบการณ์น้อยอาจเกิดการผิดพลาดในระหว่างการจัดรายการขึ้นได้

แนวทางการแก้ไขปัญหาด้านเทคนิคการผลิตรายการนั้นการแก้ไขปัญหาที่เกิดจากองค์ประกอบทางเทคนิคที่ไม่สมบูรณ์และการขาดความรู้ความเข้าใจในการใช้เทคโนโลยีของบุคลากรแต่ละ สวท. นั้น ควรใช้แนวทางนโยบายขององค์กร และความพร้อมของ สวท. แต่ละแห่งมาเป็นข้อกำหนด ซึ่งมีแนวทางในการแก้ไขปัญหาดังนี้

1. ตรวจสอบความพร้อมของ สวท. แต่ละแห่งที่ขอเข้าร่วมโครงการว่า สวท.นั้นๆ มีความพร้อมในด้านต่างๆ อย่างเพียงพอหรือไม่ เช่น เทคโนโลยีที่เหมาะสม ความสมบูรณ์ของระบบการส่งสัญญาณออกอากาศ ระบบ FM มีเขตการรับฟังรายการครอบคลุมพื้นที่กว้างขวางเพียงใด เครื่องมืออุปกรณ์ในการบันทึกเสียงสัมภาษณ์สมาชิกรัฐสภาหรือบุคคลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องนอกสถานที่ที่มีความทันสมัยหรือไม่ รวมทั้งบุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ทางเทคนิคมีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญเพียงใด

2. ตรวจสอบคุณสมบัติของผู้จัดรายการ โดยการแต่งตั้งคณะทำงานเพื่อกำหนดเกณฑ์ในการคัดเลือกกว่าผู้จัดรายการของ สวท. ที่ขอเข้าร่วมโครงการมีความเข้าใจในระบบ การใช้ อุปกรณ์ทางเทคนิคที่ดีเพียงใด การใช้เสียงประกอบรายการต่างๆ มีความชัดเจน เหมาะสมน่าฟัง หรือไม่ มีการกำหนดรูปแบบการใช้ครอบครัวตามกรอบตัวชี้วัดและมีความรู้ความเข้าใจสามารถถ่ายทอดความรู้ เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารด้วยลีลา ประสบการณ์ ทักษะในการดึงดูดผู้ฟัง ซึ่งเป็นเยาวชน และประชาชนได้ดีเพียงใด

3. การวิเคราะห์เอกสารการประชุมทางวิชาการมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน ครั้งที่ 6 ภายใต้หัวข้อเรื่องการประชุมผลคุณภาพรายการวิทยุกระจายเสียง รัฐสภาของเรา

การประชุมผลคุณภาพรายการวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาของเราเพื่อศึกษาวิเคราะห์ถึงข้อดีข้อบกพร่องของการผลิตรายการวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาของเราและค้นหาแนวทางการปรับปรุง แกไขรายการวิทยุกระจายเสียงให้มีคุณภาพตามแนวคิดของการสร้างสรรค์รายการที่เป็นแบบแผนทางวิชาการ โดยใช้วิธีการประเมินคุณภาพรายการจากผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญ จำนวน 17 คน ซึ่งเป็นนักวิชาการหรืออาจารย์ที่มีความรอบรู้และประสบการณ์ด้านนิเทศศาสตร์และนักวิชาชีพด้านสื่อสารมวลชน โดยใช้เทคนิคเดลฟายในการศึกษาทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ดำเนินการประชุมโดยนายสุทิต ชาติติยะ พุทธศักราช 2552 ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

1. ข้อดีและข้อบกพร่องในการผลิตรายการวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาของเรา โดยสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยในภูมิภาค จำนวน 40 แห่ง 36 จังหวัดในปีงบประมาณ 2552 มีหลายประการ ดังนี้

1.1 ข้อดีประกอบด้วยวัตถุประสงค์ของรายการ เนื้อหาสาระ และความยาวของรายการนั้น การผลิตรายการรัฐสภาของเรามีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ เนื้อหาสาระที่น่าเสนอมีความเหมาะสมสอดคล้องกับกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายและวัตถุประสงค์ของโครงการ เนื่องจากเนื้อหาครอบคลุมหลายด้าน ได้แก่ การเมือง ระบบรัฐสภา และประชาธิปไตยและความยาวของเวลาที่มีความเหมาะสมสอดคล้องกับกลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย เนื่องจากรูปแบบรายการส่วนใหญ่มีความหลากหลาย เช่น การสนทนาและสัมภาษณ์ ทำให้ความยาวของรายการเหมาะสมกับเนื้อหาที่น่าเสนอ อย่างไรก็ตามช่วงเวลานำเสนอไม่ควรอยู่ในช่วงเวลาหลัง 21.00 น. เพราะตึกเกินไปสำหรับกลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย

1.2 ข้อบกพร่องประกอบด้วยรูปแบบการนำเสนอ วิธีการนำเสนอและข้อมูลในการผลิตรายการ นั่นคือ รูปแบบการนำเสนอไม่เหมาะสมสอดคล้องกับกลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย เนื่องจากขาดการเชื่อมโยงไม่ชัดเจน ไม่กระชับ เยิ่นเย้อ และไม่น่าสนใจ วิธีการนำเสนอไม่เหมาะสมสอดคล้องกับกลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย เพลงกับเนื้อหาสาระไม่สอดคล้องกันและเนื้อหาที่น่านำมาใช้เป็นข้อมูลในการผลิตรายการรัฐสภาของเราควรตอบสนองความสนใจของกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายที่เป็นเด็กและเยาวชน เช่น การนำเยาวชนที่มีประสบการณ์ด้านรัฐสภาและนักการเมืองมาร่วมสนทนาในรายการ ซึ่งควรได้มาจากการสำรวจความต้องการล่วงหน้า

อย่างไรก็ตามผู้เชี่ยวชาญส่วนใหญ่เห็นด้วยกับรูปแบบการนำเสนอที่มีความหลากหลายแต่ต้องบอกหัวข้อเป็นช่วงๆ เช่น ในการสัมภาษณ์พูดคุยและเสนอข่าวสารเป็นตอนและควรปรับปรุงการนำเข้าสู่รายการ ตลอดจนผู้ดำเนินรายการที่ขาดทักษะการพูดและการเชื่อมโยงทำให้รายการไม่น่าสนใจ

2. แนวทางการปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพรายการรัฐสภาของเรานี้ดังนี้

2.1 เนื้อหาสาระและข้อมูลที่นำเสนอในรายการควรเป็นเรื่องที่มาจากความสนใจของกลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย และควรเป็นเรื่องใกล้ตัว ท้องถิ่น ชุมชน ซึ่งกลุ่มผู้ฟังสามารถเชื่อมโยงและนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง นอกจากนี้ควรนำเสนอเนื้อหาเป็นขั้นตอนจากง่ายไปหายาก และไม่ควรนำเสนอเนื้อหามากเกินไปในคราวเดียวกันและมีการสำรวจความสนใจของกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายเพื่อพัฒนาเนื้อหาสาระของรายการให้สอดคล้องกับความต้องการ

2.2 เพิ่มการมีส่วนร่วมของกลุ่มผู้ฟังกลุ่มเป้าหมายในรายการ โดยใช้วิธีการต่างๆ เช่นการให้รางวัลจูงใจในการตอบคำถามหรือการใช้เทคโนโลยี เช่น การโทรศัพท์เข้ามาในรายการ (phone in) และอินเทอร์เน็ต ตลอดจนการนำกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายเข้ามาร่วมจัดรายการ

2.3 ปรับปรุงวิธีการนำเสนอรายการ เช่น การเปิดรายการให้น่าสนใจ การใช้เพลงหรือเสียงประกอบควรให้เหมาะสมกับกลุ่มผู้ฟังที่เป็นเด็กและเยาวชน ตลอดจนผู้ดำเนินรายการควรเป็นผู้ที่มีทักษะด้านภาษา พูดถูกต้องตามอักขระ มีลีลาและน้ำเสียงที่ชวนฟัง เป็นธรรมชาติและเป็นกันเองกับผู้ฟัง มีการแบ่งช่วงของรายการที่ชัดเจนและเหมาะสม กระชับไม่เยิ่นเย้อ และอาจใช้ภาษาถิ่นเพื่อเพิ่มความใกล้ชิดกับผู้ฟัง

2.4 ปรับปรุงรูปแบบการนำเสนอรายการโดยพูดเชื่อมโยงรูปแบบการนำเสนอของรายการที่หลากหลายเข้าด้วยกัน เพื่อให้เกิดความต่อเนื่อง และความสอดคล้องของเนื้อหาในรายการ เพลง หรือเสียงประกอบที่ใช้ควรสอดคล้องกับรูปแบบและเนื้อหาสาระ

4. การวิเคราะห์เอกสารรายงานการวิจัยโครงการวิจัยและประเมินผลการผลิตรายการวิทยุท้องถิ่นรายการรัฐสภาของเรา ภายใต้หัวข้อเรื่องการรับรู้ การรับฟัง และการพัฒนารายการวิทยุรัฐสภาของเราประจำปีงบประมาณ 2555

การวิเคราะห์ข้อมูลจากรายงานประเมินผลโครงการผลิตรายการวิทยุท้องถิ่นรายการรัฐสภาของเราตั้งแต่มีพุทธศักราช 2546-2554 ในภาพรวม เด็ก เยาวชน และประชาชนมีการได้รับความรู้เรื่องการเมืองการปกครองในระบอบประชาธิปไตยในรอบ 10 ปี ที่ผ่านมา รายการรัฐสภามีการพัฒนาปรับปรุงรายการโดยเฉพาะผู้ดำเนินรายการให้ดึงดูดความสนใจจากเยาวชนและประชาชนมากขึ้น ขยายช่วงทางการสื่อสาร สื่อประชาสัมพันธ์และเทคโนโลยี เช่น พัฒนาเว็บไซต์ เปิดแฟนเพจบน Facebook Twitter ให้เยาวชนและประชาชนมีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็นมากขึ้น เปลี่ยนแปลงรูปแบบการนำเสนอ เพิ่มความสนุกสนาน เนื้อหาสาระให้เข้าใจง่าย เพิ่มความชัดเจนของคลื่นวิทยุ ขยายเครือข่ายสถานีให้เข้าถึงกลุ่มผู้ฟังมากขึ้น เพิ่มการเข้าถึงเยาวชนโดยการจัดกิจกรรมรัฐสภาสัญจรในโรงเรียน สถานศึกษา จัดกิจกรรมร่วมสนุก ชิงรางวัล เผยแพร่กิจกรรมรัฐสภาอย่างต่อเนื่อง ทำให้รายการรัฐสภาของเรามีผู้ติดตามรับฟังรายการอย่างต่อเนื่องและเกิดการบอกต่อแบบปากต่อปาก

ความพึงพอใจในการรับฟังรายการวิทยุท้องถิ่นรายการรัฐสภาของเราในภาพรวม ระหว่างปีพุทธศักราช 2546-2554 ในรอบ 10 ปี มีคะแนนอยู่ในระดับมากด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.76 และในปีพุทธศักราช 2555 ความพึงพอใจในการรับฟังรายการวิทยุท้องถิ่นรายการรัฐสภาของเราในภาพรวมอยู่ในระดับมากเช่นเดียวกันด้วย คะแนนเฉลี่ย 4.12 ซึ่งจะเห็นว่าเยาวชนและประชาชนมีความพึงพอใจในการรับฟังมากขึ้น นอกจากนี้ผมว่าคะแนนความรู้เรื่องการเมืองการปกครองในระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์เป็นประมุขในภาพรวมรอบ 10 ปี อยู่ในระดับมากด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.95 และปีพุทธศักราช 2555 ความรู้เรื่องการเมืองการปกครองระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์เป็นประมุขอยู่ในระดับมากที่สุดด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.23 ซึ่งจะเห็นว่าเยาวชนและประชาชนได้รับความรู้ความเข้าใจในเรื่องการเมืองการปกครองระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์เป็นประมุขมากขึ้น

สำหรับข้อเสนอแนะในการพัฒนารายการรัฐสภาของเราให้มีคุณภาพและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายมากขึ้นสามารถสรุปได้ดังนี้

1. ส่งเสริมการจัดกิจกรรมนอกสถานที่อย่างต่อเนื่อง โดยมุ่งกลุ่มเป้าหมายในระดับมัธยมศึกษาตอนต้น มัธยมศึกษาตอนปลาย และอาชีวศึกษาตามสถานศึกษา มหาวิทยาลัย หรือสถานที่ต่างๆ เพื่อขยายเครือข่ายเยาวชนและเป็นการสร้างการตระหนักรู้ ความสนใจ และเกิดการมีส่วนร่วมในรายการอย่างต่อเนื่อง

2. ติดตามการพัฒนาหรือการเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยี Social Media และพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย เด็ก เยาวชน และประชาชน เช่นทัศนคติการรับรู้ ความเข้าใจ การคล้อยตามกลุ่มเพื่อน กลุ่มสังคม เพื่อนำข้อมูลมาพัฒนาวิธีการนำเสนอรายการ

3. รักษามาตรการควบคุมความสำเร็จให้บรรลุเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ของโครงการอย่างต่อเนื่อง ให้รางวัลคุณภาพกับสถานีที่ผลิตรายการได้ตามข้อกำหนดและวัตถุประสงค์ของโครงการ เป็นสถานีวิทยุตัวอย่าง Good Practice พร้อมประชาสัมพันธ์ให้หน่วยงานภายในและภายนอกรับรู้

5. การวิเคราะห์เอกสารรายงานการวิจัยความพึงพอใจในการรับฟังสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย อำเภอกุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช ภายใต้หัวข้อเรื่องหลักการเข้าถึงกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายและเทคนิคการดึงดูดผู้ฟังให้ติดตามรับฟัง พุทธศักราช 2549

การศึกษาความพึงพอใจในการรับฟังวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย อำเภอกุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยนายสวัสดิ์ มีแต้ม ถือว่ามีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งในการได้มาซึ่งข้อมูลมาใช้ในการผลิตรายการวิทยุกระจายเสียงที่ตรงต่อความต้องการของประชาชนอย่างแท้จริง ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

1. ในการจัดรายการเมื่อกำหนดกลุ่มเป้าหมายได้แล้ว ผู้จัดรายการมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องพยายามเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายให้ได้เพราะนั่นย่อหมายถึงความสำเร็จของรายการโดยมีแนวทางในการวางแผนจัดรายการเพื่อเข้าถึงกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายดังนี้ คือ

1.1 วางแผนกำหนดกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายให้เด่นชัด เช่น จะจัดรายการสำหรับกลุ่มผู้ฟังที่เป็นแม่บ้านหรือกลุ่มผู้ฟังที่เป็นเด็กก่อนวัยเรียน เป้านี้เป็นต้น

1.2 รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับความสนใจและความต้องการของกลุ่มผู้ฟัง เนื่องจากผู้ฟังจะมีลักษณะความสนใจและความต้องการแตกต่างกันไป ดังนั้นเมื่อกำหนดกลุ่มเป้าหมายผู้ฟังที่ชัดเจนแล้ว จึงต้องศึกษารวบรวมรายละเอียดเกี่ยวกับความสนใจ ความต้องการ เพื่อเป็นพื้นฐานในการกำหนดเนื้อหาและรูปแบบรายการต่อไป

1.3 วางแผนกำหนดวัตถุประสงค์ของรายการ เพื่อเป็นทิศทางในการวางแผนจัดรายการต่อไป โดยกำหนดให้ชัดเจนว่ารายการที่จัดขึ้นนั้นมุ่งที่จะให้อะไรแก่ผู้ฟังในระดับใด เช่น มุ่งที่จะให้ข่าวสารหรือมุ่งที่จะให้ความรู้ ความบันเทิง ในบางรายการอาจวางแผนการจัดรายการเพื่อให้ฟังข่าวสารและบันเทิง เป็นต้น ทั้งนี้ผู้จัดรายการอาจจะมุ่งให้ผู้ฟังได้รับข่าวสารหรืออาจมุ่งหมายถึงถึงขั้นการนำไปใช้หรือการเปลี่ยนพฤติกรรม เป็นต้น

1.4 วางแผนกำหนดวิธีการนำเสนอรายการ การนำเสนอรายการ ควรวางแผนเรื่องรูปแบบรายการ ความยาวของรายการ นอกจากนี้การวางแผนเรื่องผู้ออกเสียงในรายการไม่ว่าจะเป็นผู้ดำเนินรายการ ผู้ร่วมรายการให้เหมาะสมกับกลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย รวมทั้งจะต้องมีการวางแผนการใช้ภาษาตลอดจนเลือกดนตรีที่จะใช้ในรายการให้เหมาะสมกับกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายด้วย เช่น ถ้ากลุ่มผู้ฟังเป็นเกษตรกร โดยทั่วไปมักจะให้ความสนใจกับเรื่องราวทางการเกษตร ดังนั้นการนำเสนอเนื้อหาเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มผู้ฟัง ผู้ดำเนินรายการควรมีความเป็นลูกทุ่งพอสมควร ในการพูดคุย การใช้ภาษาตลอดจนความยาวของรายการ ควรจะพอเหมาะกับความสนใจ การเลือกใช้ดนตรีและเพลงประจำรายการ ดนตรีและเพลงประกอบรายการอาจเลือกใช้ดนตรีและเพลงไทยสากลหรือเพลงลูกทุ่งแทนที่จะเป็นเพลงสากล เป็นต้น

1.5 กำหนดเวลาในการนำเสนอรายการ ช่วงเวลาในการนำเสนอรายการนั้นเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการเข้าถึงกลุ่มผู้ฟังรายการ หากรายการมีผู้จัดรายการนำเสนอรายการไม่เหมาะสมกับความสามารถในการรับฟังของกลุ่มผู้ฟัง รายการนั้นย่อมไปไม่ถึงผู้ฟัง เช่น กลุ่มผู้ฟังที่เป็นเกษตรกรอาจสะดวกที่จะรับฟังรายการในช่วงเวลา 05.00 – 0.630 น. เพราะเป็นช่วงเวลาที่ตื่นและเตรียมตัวไปไร่ไปนา ส่วนกลุ่มผู้ฟังที่เป็นแม่บ้านอาจกำลังนอนหลับสบายและสะดวกที่จะรับฟังรายการในช่วง 09.00 – 11.00 น. ซึ่งเป็นเวลาที่สมาชิกในบ้านออกไปปฏิบัติภารกิจกันหมดแล้วมากกว่า เป็นต้น

1.6 กำหนดวิธีการแสดงปฏิริยาสะท้อนกลับ ดังได้กล่าวมาแล้วว่า ลักษณะเฉพาะอย่างหนึ่งของสื่อวิทยุกระจายเสียงคือการเป็นสื่อที่ให้การสื่อสารทางเดียว (One-way communication) เพราะผู้สื่อสารหรือผู้จัดรายการไม่มีโอกาสที่จะได้เห็นปฏิริยาของผู้ฟังว่ามีความรู้สึกร้อย่างไรต่อรายการ ดังนั้น การกำหนดวิธีการแสดงปฏิริยาสะท้อนกลับจึงมีความจำเป็น เพื่อให้การสื่อสารหรือการจัดรายการของเรานั้นเป็นการสื่อสารแบบ 2 ทาง (Two-way communication) การกำหนดวิธีการแสดงปฏิริยาสะท้อนกลับนี้อาจทำได้โดย การเปิดโอกาสให้ผู้ฟังเขียนจดหมายเข้ามาในรายการ จัดให้ผู้ฟังได้มาร่วมพบปะกันในรายการ เปิดโอกาสให้ผู้ฟังร่วมแสดงความคิดเห็นโดยมีการชิงโชคในรายการและให้ผู้ฟังโทรศัพท์เข้ามาในรายการ

2. เทคนิคการดึงดูดผู้ฟังให้ติดตามรับฟังรายการ การดึงดูดผู้ฟังให้ติดตามนั้นของเราเป็นสิ่งจำเป็นมาก ยิ่งในปัจจุบันเทคโนโลยีก้าวหน้าไปไกลมาก การหมุนเวียนคลื่น

ไม่ต้องเดินทางไปหมุนที่คลื่นเหมือนอย่างเมื่อก่อน เพียงแต่ใช้มือกดปุ่มเครื่องก็จะทำงานวิ่งไปหาคลื่นเอง หรือบางครั้งก็สามารถตั้งคลื่นของสถานีที่ตนชอบไว้ล่วงหน้า เมื่อถึงเวลาที่เคยฟังสถานีนั้นก็จะกดที่เดียวก็สามารถรับฟังสถานีที่ตั้งไว้ ด้วยเหตุนี้จึงมีส่วนจำเป็นอย่างยิ่งที่จะใช้เทคนิคทุกรูปแบบมาดึงดูดผู้ฟังด้วยวิธีการต่างๆ คือ

1. การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความนิยมในตัวผู้จัดรายการหรือสถานี

2. รูปแบบการจัดรายการ
3. ความหลากหลายของรายการ
4. การจัดรายการที่เหมาะสมกับเวลาและกลุ่มผู้ฟัง
5. การจัดรายการเพื่อพัฒนาผู้ฟัง
6. คุณภาพเสียงและกำลังส่งของเครื่องส่ง

การที่จะดึงดูดผู้ฟังให้ติดตามรายการหรือสถานีทั้ง 6 วิธีการนี้มีหลักเกณฑ์โดยสรุปได้ดังนี้

2.1 การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความนิยมในตัวผู้จัดรายการหรือสถานี การหาผู้จัดรายการที่เป็นที่รู้จักดีในกลุ่มผู้ฟังวิทยุหรือบุคคลที่รู้จักกันในวงการใดวงการหนึ่ง ก็ถือว่าเป็นการได้เปรียบผู้จัดทำคนอื่นๆ ที่ไม่มีใครรู้จักเลย วิธีนี้ผู้จัดทำนั้นทำการประชาสัมพันธ์ตัวเองในทางใดทางหนึ่งก็ได้ อาจจะไม่ใช้บุคคลที่เริ่มรายการวิทยุมาก่อนก็ได้ เมื่อเข้ามาจัดทำและรายการแรกสามารถผ่านไปได้อย่างดีแล้ว ก็เป็นทางหนึ่งที่สามารถดึงดูดผู้ฟังได้

2.2 รูปแบบการจัดรายการ รูปแบบการจัดรายการของสถานีวิทยุกระจายเสียงเป็นการวางรูปแบบการจัดที่เริ่มตั้งแต่เปิดสถานีจนกระทั่งปิดสถานีว่าควรจะจัดรายการใดในช่วงเวลาไหน และเวลาดังกล่าวนั้นมีรายการใดที่อยู่ในความนิยมสูงของผู้ฟังอยู่ก่อนหรือไม่ และรายการที่จะส่งเข้าประกบรายการอื่นนั้นจะสามารถดึงดูดผู้ฟังได้บ้างหรือไม่ และจะวางรูปแบบใดเพื่อแย่งผู้ฟังได้

2.3 ความหลากหลายของรายการนั้น มีรายการสั้นๆ ในช่วงรายการจะมีการค้นตอนเวลาครึ่งชั่วโมงหรือรายการค้นตอนต้นชั่วโมงก็ตาม เช่น การเสนอข่าวสั้น ความรู้เบ็ดเตล็ดเกี่ยวกับเรื่องสุขภาพบ้างหรือเกร็ดความรู้อื่นใดที่อยู่ในความสนใจในช่วงเวลานั้นๆ

2.4 การจัดการที่เหมาะสมกับเวลาและกลุ่มผู้ฟัง ผู้จัดรายการจะต้องคำนึงถึงกลุ่มผู้ฟังในขณะนั้นว่ารายการที่จัดนั้นผู้ฟังกลุ่มใดรับฟังอยู่บ้าง เช่น เวลากลางคืน คนส่วนมากที่อยู่กับบ้านและชมโทรทัศน์ แม้บ้านทำงานบ้านไปหูก็ฟังวิทยุไปหรือตอนเช้าผู้ที่ต้องไปทำงานก็ต้องขับรถไปหูก็ฟังวิทยุระหว่างขับรถ ตามช่วงต่างๆ เหล่านี้ ผู้จัดจะต้องคำนึงถึงว่าระยะใดผู้มีอาชีพใดฟังวิทยุมาก การจัดรายการก็ต้องให้เหมาะสมกับกลุ่มผู้ฟังด้วย

2.5 นักนิเทศศาสตร์ที่ดีต้องมีจิตสำนึกอยู่ตลอดเวลาว่าการป้อนรายการสู่ผู้ฟังนั้นนอกจากทำเพื่อตนเองหรืออาจจะเรียกว่าเพื่อความนิยมของตนเองแล้ว ควรจะต้องมีเป้าหมายในการจัดเพื่อประโยชน์และมีเนื้อหาสาระต่อชุมชนด้วย แม้ว่ารายการที่เป็นความรู้หรือรายการที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชนอาจเป็นรายการที่น่าเบื่อ ถ้าเป็นนักนิเทศศาสตร์ที่มีความสามารถ

แล้ว ก็ย่อมจะหาวิธีผสมผสานจัดรายการให้ไปสู่เป้าหมายทั้งสองทางได้พร้อมๆ กัน การจัดรายการที่สามารถนำไปสู่เป้าหมายทั้งสองอย่างได้พร้อมๆ กันนี้ จึงถือว่าเป็นศิลปะหรือเทคนิคของผู้จัดด้วย

2.6 คุณภาพของเสียงและกำลังของเครื่องส่ง ทั้งสองอย่างนี้ถึงจะเป็นเรื่องของทางฝ่ายเทคนิค แต่ก็ยังเป็นปัจจัยหนึ่งในการดึงดูดผู้ฟัง เช่น ผู้ที่ชอบฟังดนตรี เขาก็ต้องสนใจในเรื่องคุณภาพของเสียงเป็นเรื่องสำคัญ สามารถมีเสียงทุ้ม แแหลม แยกด้านซ้ายขวาได้ กำลังเครื่องส่งก็เช่นเดียวกัน แม้ว่ากำลังที่ถูกจำกัดตามระเบียบของ กสทช. ก็ตาม แต่เจ้าหน้าที่ทางเทคนิคขาดการเอาใจใส่ปรับเครื่องไม่ดี กำลังส่งก็จะได้ไม่เต็มกำลัง เครื่องส่งที่มีกำลังอ่อนมีโอกาสถูกรบกวนจากสถานีที่อยู่ใกล้เคียงได้ง่าย

บทที่ 5

สรุปอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

รายงานส่วนนี้เป็นการสรุปและอภิปรายผลการวิจัยที่ได้จากวิธีการศึกษาเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามและวิธีการศึกษาเชิงคุณภาพ โดยใช้การวิเคราะห์เอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้ คณะผู้วิจัยได้เสนอข้อเสนอแนะจากผลการวิจัยเพื่อการพัฒนาการนำเสนอรายการรัฐสภาของเราให้มีคุณภาพและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น รวมถึงข้อจำกัดในการศึกษาและข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

5.1 การสรุปผลการวิจัย

5.1.1 พฤติกรรมการเปิดรับรายการรัฐสภาของเรา

การวัดพฤติกรรมการเปิดรับรายการรัฐสภาของเรา ซึ่งได้จากการประมวลผลข้อมูลจากแบบสอบถามทัศนคติของกลุ่มผู้รับฟังรายการรัฐสภาของเราจากสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยในภูมิภาคที่เข้าร่วมโครงการ จำนวน 50 สถานี 44 จังหวัดทั่วประเทศ จำนวน 440 คน สรุปผลได้ดังนี้

1. ผู้รับฟังรายการรัฐสภาของเรารับฟังรายการสดมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 97.73 และน้อยที่สุดโดยการบันทึกเสียงรายการ ร้อยละ 2.27
2. ผู้รับฟังรายการรัฐสภาของเรารับฟังรายการรัฐสภาของเราช่วงเวลา 17.00-18.00 น. มากที่สุด ร้อยละ 97.73 และน้อยที่สุดช่วงเวลา 21.00-22.00 น. ร้อยละ 2.27
3. ผู้รับฟังรายการรัฐสภาของเรารับฟังรายการรัฐสภาของเราสัปดาห์ละ 3-4 วัน หรือบ่อยที่สุด ร้อยละ 36.36 และรับฟังทุกวันหรือเป็นประจำ ร้อยละ 25.00 และน้อยที่สุดรับฟังเดือนละ 1-2 วัน ร้อยละ 2.27
4. ผู้รับฟังรายการรัฐสภาของเรารับฟังรายการรัฐสภาของเราที่บ้านตนเองมากที่สุด ร้อยละ 75.00 ที่ทำงานและในรถระหว่างเดินทาง ร้อยละ 9.09 และน้อยที่สุดรับฟังที่โรงเรียนหรือสถานศึกษา ร้อยละ 2.27
5. ผู้รับฟังรายการรัฐสภาของเรารับฟังรายการรัฐสภาของเราตั้งแต่เริ่มต้นจนจบรายการมากที่สุด ร้อยละ 75.00 เลือกรับฟังเฉพาะช่วงความรู้เกี่ยวกับประชาธิปไตย การเมืองภาคประชาชน และรัฐธรรมนูญ การมีส่วนร่วมของสมาชิกรัฐสภาและความรู้เกี่ยวกับรัฐสภาหรือศัพท์รัฐสภา ร้อยละ 6.82 และรับฟังน้อยที่สุดคือ เลือกรับฟังเฉพาะช่วงข่าวสารความเคลื่อนไหวในรัฐสภา ร้อยละ 4.54
6. ผู้รับฟังรายการรัฐสภาของเรามีความชื่นชอบเนื้อหาสาระความรู้ต่างๆ ในการปกครองระบอบประชาธิปไตยมากที่สุด ร้อยละ 43.18 ซึ่งทำให้ติดตามรับฟังรายการรัฐสภาของเราเป็นประจำ ผู้ดำเนินรายการ ร้อยละ 27.27 และมีความชื่นชอบการมีส่วนร่วมของเยาวชนร่วมจัดรายการน้อยที่สุด ร้อยละ 15.91

5.1.2 สื่อที่ทำให้กลุ่มผู้ฟังรู้จักรายการรัฐสภาของเรา

สื่อวิทยุกระจายเสียงเป็นสื่อที่ทำให้ผู้รับฟังรู้จักรายการรัฐสภาของเรามากที่สุดด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.32 สื่อบุคคลด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.75 และน้อยที่สุดคือสื่อนิตยสารหรือวารสารด้วยคะแนนเฉลี่ย 2.16 และในภาพรวมที่สื่อต่างๆ ทำให้ผู้รับฟังรู้จักรายการรัฐสภาของเราในระดับปานกลางด้วยคะแนนเฉลี่ย 2.87

5.1.3 กิจกรรมที่กลุ่มผู้ฟังมีส่วนร่วมในรายการรัฐสภาของเรา

ผู้รับฟังรายการรัฐสภาของเรามีส่วนร่วมในรายการรัฐสภาของเรา โดยโทรศัพท์ขอเพลงและพูดคุยเรื่องรัฐสภาผ่านทางเฟสบุ๊กมากที่สุดด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.05 หรืออยู่ระดับปานกลาง โทรศัพท์ไปเล่นเกมชิงรางวัลด้วยคะแนนเฉลี่ย 2.93 หรืออยู่ระดับปานกลาง และผู้รับฟังรายการรัฐสภาของเรามีส่วนร่วมในรายการน้อยที่สุดคือการร่วมพูดคุยทางโทรศัพท์กับนักการเมืองที่มาร่วมในรายการด้วยคะแนนเฉลี่ย 2.16 หรืออยู่ระดับน้อย และในภาพรวมการมีส่วนร่วมของผู้รับฟังรายการรัฐสภาของเราอยู่ในระดับปานกลางด้วยคะแนนเฉลี่ย 2.66

5.1.4 ความต้องการในการรับฟังรายการรัฐสภาของเรา

ผู้รับฟังรายการรัฐสภาของเรามีความต้องการเป็นคนทันสมัยทันเหตุการณ์มากที่สุดด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.30 หรืออยู่ระดับมากที่สุด เยาวชนเข้าใจเรื่องการเมืองมากขึ้นด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.23 หรืออยู่ระดับมากที่สุด และผู้รับฟังมีความต้องการน้อยที่สุดในการรับฟังรายการรัฐสภาของเราคือ ได้เพื่อนใหม่ๆ จากการมีส่วนร่วมในกิจกรรมของรายการด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.45 หรืออยู่ในระดับมาก และในภาพรวมที่ผู้รับฟังมีความต้องการในการรับฟังรายการรัฐสภาของเราอยู่ในระดับมากด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.93

5.1.5 ประโยชน์ที่ได้รับจากเนื้อหาสาระรายการรัฐสภาของเรา

ผู้รับฟังรายการรัฐสภาของเราได้รับประโยชน์จากเนื้อหาสาระรายการรัฐสภาของเราที่ทำให้มีความรู้ความเข้าใจถึงสิทธิหน้าที่ และเสรีภาพของประชาชนตามบัญญัติในรัฐธรรมนูญมากที่สุดด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.50 หรือระดับมากที่สุด ทำให้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการปกครองระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์เป็นประมุขด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.36 หรืออยู่ระดับมากที่สุด ทำให้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการปกครองระบอบประชาธิปไตย และมีความเข้าใจเกี่ยวกับคำศัพท์รัฐสภาด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.27 หรืออยู่ในระดับมากที่สุด และประโยชน์ที่ได้รับน้อยที่สุดคือทำให้มีความเข้าใจในเรื่องญาติหรือการแปรญาติด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.77 หรืออยู่ระดับมาก และประโยชน์ในภาพรวมจากเนื้อหาสาระรายการรัฐสภาของเราอยู่ในระดับมากด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.11

5.1.6 ความพึงพอใจต่อรายการรัฐสภาของเรา

ผู้รับฟังรายการรัฐสภาของเรามีความพึงพอใจต่อรายการรัฐสภาของเราโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.11 และมีความพึงพอใจในด้านเทคนิคในการส่งกระจายเสียงมากที่สุดด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.21 หรืออยู่ระดับมากที่สุด รองลงมาคือด้านช่วงเวลาในการออกอากาศ และความยาวของรายการด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.16 หรืออยู่ระดับมาก ด้านผู้ดำเนินรายการด้วยคะแนน

เฉลี่ย 4.12 หรืออยู่ระดับมาก ด้านเนื้อหาสาระรายการด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.07 หรืออยู่ระดับมาก และมีความพึงพอใจน้อยที่สุดคือด้านรูปแบบรายการด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.00 หรืออยู่ระดับมาก

หากมองลึกลงไปในเรื่องละเอียดของแต่ละด้านผู้รับฟังมีความพึงพอใจเกี่ยวกับสัญญาณเสียงที่ออกอากาศมีความชัดเจนมากที่สุดด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.50 หรืออยู่ระดับมากที่สุด รองลงมาเนื้อหาสาระมีความทันสมัย ทันต่อเหตุการณ์การนำเสนอเข้าสู่รายการได้นำฟังและดึงดูดความสนใจ พูดและใช้ภาษาไทยได้ถูกต้อง ชัดเจน เข้าใจง่ายด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.20 หรืออยู่ในระดับมากและมีความพึงพอใจน้อยที่สุดคือ เพลงประกอบรายการมีความเหมาะสมด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.84 หรืออยู่ระดับมาก

5.1.7 ความคิดเห็นและแนวทางในการพัฒนาการนำเสนอรายการรัฐสภาของเราของกลุ่มเป้าหมาย

ผู้ฟังกลุ่มเป้าหมายที่รับฟังรายการรัฐสภาของเราในภูมิภาคทั่วประเทศไทย จำนวน 440 คน ได้แสดงความคิดเห็นและแนวทางในการพัฒนาการนำเสนอรายการรัฐสภาของเรา รวม 6 ประเด็น ดังนี้

1. ด้านรูปแบบรายการ มีการนำเสนอรายการที่ทันสมัยต่อเหตุการณ์อย่างหลากหลายรูปแบบและเหมาะสมกับรายการ แต่ควรจัดรูปแบบผสมผสานเพื่อให้กลุ่มประชาชนทั่วไปรับฟังได้ด้วย
2. ด้านเนื้อหารายการ เนื้อหารายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายนำไปใช้ประโยชน์กับชีวิตประจำวันได้และเนื้อหาสาระเข้าใจง่าย
3. ด้านผู้ดำเนินรายการ ผู้ดำเนินรายการมีความรู้ความสามารถในการใช้ทักษะ การพูด และใช้ภาษาไทยได้ถูกต้องตามอักขระ มีน้ำเสียงที่ชัดเจนและศึกษาค้นคว้าสาระความรู้ใหม่ๆ มาเสนอในรายการ แต่ควรจะพัฒนาทักษะการเชื่อมโยงเนื้อหารายการในแต่ละช่วงให้มีความกลมกลืนและเป็นเอกภาพ
4. ด้านเทคนิค สัญญาณเสียงที่ออกอากาศมีความชัดเจน ใส และความนุ่มนวลของเสียงทึม เสียงแหลมเด่นชัด และระดับสัญญาณเสียงมีความสม่ำเสมอ
5. ด้านการมีส่วนร่วม กลุ่มผู้ฟังมีส่วนร่วมในรายการบ้าง เช่น การตอบปัญหาในรายการ ถามเรื่องการเมืองและสถานการณ์การเมือง
6. ด้านเนื้อหาสาระความรู้เกี่ยวกับรัฐสภา ผู้ฟังได้รับรู้กิจการและความเคลื่อนไหวภายในรัฐสภามากขึ้น มีความรู้ความเข้าใจในระบอบการปกครองแบบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์เป็นประมุข เข้าใจการทำงานของฝ่ายนิติบัญญัติ สิทธิประโยชน์ของประชาชนในการแสดงออก การมีส่วนร่วมในการปกครองดีมากยิ่งขึ้น จึงขอให้ดำเนินการผลิตรายการรัฐสภาต่อไป

5.1.8 ผลการวิจัยการศึกษาวิเคราะห์เอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

การวิเคราะห์เอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อสนับสนุนการวิจัยเชิงปริมาณให้มีความเด่นชัดมากขึ้นโดยเฉพาะปัญหา อุปสรรค และแนวทางการพัฒนาการนำเสนอรายการรัฐสภาของเรา ซึ่งประกอบด้วย 4 เรื่อง ดังนี้

1. การวิเคราะห์เอกสารการศึกษาของนางสาวอินทุกร ชนะนนท์ เกี่ยวกับการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตรายการรัฐสภาของเราทาง สวท.

2. การวิเคราะห์เอกสารการประชุมทางวิชาการมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน ครั้งที่ 6 ภายใต้หัวข้อเรื่องการประเมินผลคุณภาพรายการวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาของเรา

3. การวิเคราะห์เอกสารรายงานการวิจัยโครงการวิจัยและประเมินผลการผลิตรายการวิทยุท้องถิ่นรายการรัฐสภาของเราภายใต้หัวข้อเรื่องการรับรู้ การรับฟัง และการพัฒนารายการวิทยุรัฐสภาของเรา ประจำปีงบประมาณ 2555

4. การวิเคราะห์เอกสารรายงานการวิจัยความพึงพอใจในการรับฟังสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย อำเภอกู่สง จังหวัดนครศรีธรรมราช ภายใต้หัวข้อเรื่อง หลักการเข้าถึงกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายและเทคนิคการดึงดูดผู้ฟังให้ติดตามรับฟัง พุทธศักราช 2549

ผลการวิจัยการศึกษาวิเคราะห์เอกสารทั้ง 4 เรื่อง แสดงให้เห็นว่าการผลิตรายการรัฐสภาของเรามีปัญหาอุปสรรคและแนวทางในการพัฒนาการนำเสนอรายการรัฐสภาของเราให้มีประสิทธิภาพ ดังนี้

ปัญหาอุปสรรคในการผลิตรายการ	แนวทางการปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพรายการ
1. รายการขาดการมีส่วนร่วมของสมาชิกรัฐสภา	1. จัดทำคู่มือชี้แจงหลักเกณฑ์ วิธีการ กระบวนการ ขั้นตอนต่างๆ ในการผลิตรายการ
2. ทีมงานผลิตรายการขาดการติดตามหรือสำรวจสมาชิกรัฐสภาเข้าร่วมรายการ	2. จัดให้มีการประชุมสัมมนา เสริมสร้างความรู้ความเข้าใจทางด้านองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องในระบบงานของฝ่ายนิติบัญญัติด้านการเมืองการปกครอง
3. รูปแบบรายการไม่สามารถดึงดูดความสนใจ	3. สนับสนุนให้มีการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ความรู้ ความคิด และทักษะต่างๆ ในการดึงดูดกลุ่มผู้ฟัง
4. ยังไม่เป็นรายการสดในทุกสถานี	4. พุดเชื่อมโยงรูปแบบการนำเสนอที่หลากหลายเข้าด้วยกันและสอดคล้องกับเนื้อหา
5. ยังไม่สามารถเชิญชวนให้สมาชิกรัฐสภาเข้ามามีส่วนร่วมรายการ	5. ปรับปรุงวิธีการนำเสนอรายการให้น่าสนใจการใช้เพลงและเสียงประกอบจะต้องเหมาะสมกับกลุ่มผู้รับฟัง
6. เนื้อหารายการที่เกี่ยวข้องกับความเคลื่อนไหวในรัฐสภายังไม่ถูกต้องชัดเจน	6. เนื้อหาสาระและข้อมูลจะต้องเลือกเรื่องที่อยู่ในกรอบตัวชี้วัดและเป็นเรื่องที่อยู่ในความสนใจของกลุ่มผู้ฟัง
7. เนื้อหาสาระที่เกี่ยวข้องกับงานของฝ่ายนิติบัญญัติมีความผิดพลาด	
8. ผู้ดำเนินรายการขาดความรู้ในงานของฝ่ายนิติบัญญัติอย่างแท้จริง	
9. ผู้ดำเนินรายการขาดความสามารถในการดึงดูดให้ผู้รับฟังรายการเข้ามามีส่วนร่วม	
10. ขาดเครื่องมือและอุปกรณ์ทางเทคโนโลยีที่ทันสมัย	
11. ขาดประสบการณ์ ทักษะ และการสร้างความน่าสนใจของรายการ	

ปัญหาอุปสรรคในการผลิตรายการ	แนวทางการปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพรายการ
	<p>7. เพิ่มเครือข่ายและการมีส่วนร่วมของกลุ่มผู้ฟัง ด้วยการให้รางวัลใจ นำกลุ่มผู้ฟังมาร่วมผลิต รายการ เผยแพร่ประชาสัมพันธ์รายการและทำ กิจกรรมร่วมกับกลุ่มผู้ฟัง</p> <p>8. จัดทำหนังสือแจ้งสมาชิกรัฐสภารับทราบในการ เข้ามาร่วมแสดงความคิดเห็น</p> <p>9. ควรบริหารจัดการให้ผู้ผลิตรายการได้เข้าใจใน ระบบงานของรัฐสภาให้มากขึ้น</p> <p>10. ควรศึกษาและทำความเข้าใจเนื้อหาสาระให้ ชัดเจนระหว่างฝ่ายนิติบัญญัติกับฝ่ายบริหาร</p> <p>11. ควรเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจทั้งด้าน เนื้อหาสาระ ข้อกำหนดต่างๆ ตามตัวชี้วัดอย่าง ถูกต้องชัดเจน</p> <p>12. จัดทำระบบศูนย์กลางข้อมูลข่าวสาร</p> <p>13. ควรตรวจสอบความพร้อมของ สวท. แต่ละ แห่งที่เข้าร่วมโครงการ ทั้งเทคโนโลยี ความ สมบูรณ์ของระบบ และเขตพื้นที่บริการ</p> <p>14. ควรตรวจสอบคุณสมบัติของผู้จัดรายการทั้ง ด้านการใช้อุปกรณ์ทางเทคนิค ความรู้เรื่อง หลักการผลิตรายการตามหลักวิชาการ</p> <p>15. ควรแบ่งช่วงของรายการที่ชัดเจนและ เหมาะสม กระชับไม่เยิ่นเย้อ และอาจใช้ภาษาถิ่น เพื่อเพิ่มความใกล้ชิด</p> <p>16. ส่งเสริมการจัดกิจกรรมนอกสถานที่อย่าง ต่อเนื่อง</p> <p>17. ติดตามการพัฒนาหรือการเปลี่ยนแปลง ทางด้านเทคโนโลยี และพฤติกรรม ของ กลุ่มเป้าหมายสม่ำเสมออย่างต่อเนื่อง</p>

การผลิตรายการวิทยุกระจายเสียงตามหลักวิชาการนิเทศศาสตร์ที่ผู้ผลิตรายการจะต้องเรียนรู้ และให้ความสำคัญเป็นอย่างมากในการผลิตรายการให้ประสบความสำเร็จตามเป้าประสงค์และเป็นที่พึงพอใจในการติดตามรับฟังรายการอย่างสม่ำเสมอเป็นประจำ ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

ปัญหาอุปสรรคในการผลิตรายการ	แนวทางการปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพรายการ
1. การวางแผนกำหนดกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายให้เด่นชัด	1. การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความนิยมในตัวผู้จัดรายการ รายการและสถานี
2. รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับความสนใจและความต้องการของกลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย	2. รูปแบบการจัดรายการ
3. วางแผนกำหนดวัตถุประสงค์ของรายการ	3. ความหลากหลายของรายการ
4. วางแผนกำหนดวิธีการนำเสนอรายการ	4. การจัดรายการที่เหมาะสมกับเวลาและกลุ่มเป้าหมาย
5. กำหนดเวลาในการนำเสนอรายการ	5. การจัดรายการเพื่อพัฒนาผู้ฟัง
6. กำหนดวิธีการแสดงปฏิริยาสะท้อนกลับ	6. คุณภาพเสียงและกำลังส่งของเครื่องส่งครอบคลุมพื้นที่เขตบริการ

5.2 การอภิปรายผลการวิจัย

การนำผลที่ได้พบจากการวิจัย โดยเฉพาะที่เกี่ยวกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยมาอภิปรายผล เพื่อสร้างความเข้าใจและเชื่อมโยงกับองค์ความรู้ แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งจะได้ดำเนินการอภิปรายไปที่ละเอียดตามลำดับ ดังนี้

5.2.1 พฤติกรรมการเปิดรับรายการรัฐสภาของเรา

จากผลการวิจัยพฤติกรรมการเปิดรับรายการรัฐสภาของเราของผู้รับฟังรายการรัฐสภาของเรามีพฤติกรรมเปิดรับฟังรายการสดมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 97.73 และเปิดรับในช่วงเวลา 17.00-18.00 น. มากที่สุด ร้อยละ 97.73 โดยเปิดรับสัปดาห์ละ 3-4 วัน หรือบ่อยครั้งมากที่สุดร้อยละ 36.36 รับฟังรายการที่บ้านตนเองมากที่สุดร้อยละ 75.00 ซึ่งมีลักษณะการรับฟังตั้งแต่เริ่มต้นจนจบรายการมากที่สุดร้อยละ 75.00 รวมทั้งมีความชื่นชอบเนื้อหาสาระความรู้ต่างๆ ในการปกครองระบอบประชาธิปไตยมากที่สุดร้อยละ 43.18 ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของปรเม สตะเวทิน ประการหนึ่งว่าการเลือกเปิดรับหรือการเลือกใช้สื่อว่าในการเปิดรับสื่อผู้รับสามารถที่จะเลือกใช้หรือไม่ใช้สื่อก็ได้ ผู้ส่งสารจึงไม่สามารถจัดการเลือกของผู้รับสารได้และไม่อาจมีอิทธิพลต่อผู้ที่ไม่ได้ใช้สื่อได้ การเลือกและเปิดรับสื่อนั้น จะขึ้นอยู่กับความสนใจหรือทัศนคติส่วนบุคคลและขึ้นอยู่กับปัจจัยและองค์ประกอบต่างๆ ผู้รับสารส่วนใหญ่จะเลือกรับสารที่สนองตอบความพอใจและเพื่อสนับสนุนทัศนคติความเชื่อของตนและมักจะมีอิทธิพลต่อความรู้สึนึกคิด ทัศนคติ และพฤติกรรมตอบสนองสอดคล้องกับแนวคิดของกาญจนา แก้วเทพ ที่ว่าคนเราต้องการข่าวสารมากขึ้นเท่าใดก็ยิ่งต้องเปิดรับข่าวสารมากขึ้นตามไปด้วยเท่านั้น เพื่อเป็นเครื่องมือช่วยในการตัดสินใจช่วยเพิ่มพูนความรู้ความคิดและแก้ปัญหาต่างๆ อีกทั้งยังสอดคล้องกับแนวคิดของ Mc Combs และ Becker ซึ่งกล่าวว่าบุคคลจะใช้สื่อหรือรับข้อมูลข่าวสารเพื่อการสนองความต้องการของตนด้วยกัน 6 ประการ คือ ต้องการรู้เหตุการณ์ ต้องการคำแนะนำ ความตื่นเต้น เสริมความคิดเห็นประกอบการสนทนากับบุคคลอื่น และเพื่อความบันเทิง และสอดคล้อง

กับทฤษฎีโครงสร้างระบบความคิดในสมองและพฤติกรรมของมนุษย์ (อ้างในขณะ เทศคณา) ว่าการที่บุคคลใดจะตัดสินใจแสวงหาข่าวสาร เฉยเมยต่อข่าวสารหรือหลีกเลี่ยงการเปิดรับข่าวสารนั้น ก็ขึ้นอยู่กับ การประเมินเปรียบเทียบถึงความพยายามใช้และผลตอบแทนในการที่จะรับรู้ข่าวสารด้วย ซึ่ง พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้วยการศึกษาช่วงระยะเวลาและความถี่ของแต่ละบุคคลใช้ในการเปิดรับสื่อ รวมทั้งสอดคล้องกับงานวิจัยของบุชบา หินเซวี่ เรื่องพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ทักษะคิดและการมีส่วนร่วมในการกำหนดรูปแบบและเนื้อหารายการวิทยุชุมชน ตำบลหัวรอ อำเภอเมือง จังหวัด พิษณุโลก ที่พบว่าผู้รับฟังรายการวิทยุชุมชนส่วนมากฟังที่บ้าน

5.2.2 สิ่งที่ทำให้กลุ่มผู้ฟังรู้จักรายการรัฐสภาของเรา

ผลการวิจัยสื่อที่ทำให้กลุ่มผู้ฟังรู้จักรายการรัฐสภาของเราพบว่าสื่อวิทยุกระจายเสียง เป็นสื่อที่ทำให้ผู้รับฟังรู้จักรายการรัฐสภาของเรามากที่สุดหรืออยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของวีรัช ลภรัตนกุล เกี่ยวกับการจัดทำแผนการรณรงค์ทางการสื่อสารโดยเฉพาะสื่อและ กิจกรรมที่ใช้ในการรณรงค์นั้น มีความสำคัญต่อแผนการรณรงค์ ถ้าเลือกสื่อและกิจกรรมที่ไม่ตรงกับ ความสนใจของกลุ่มเป้าหมายและไม่ได้รับความสนใจเลย ดังนั้นการใช้สื่อในการรณรงค์จึงต้องซื้อสื่อ หรือพื้นที่ และเวลาเพื่อเผยแพร่กิจกรรมไปยังกลุ่มเป้าหมาย โดยเฉพาะสื่อวิทยุกระจายเสียง ซึ่งเป็น สื่อมวลชนที่มีพลังในการเข้าถึงอย่างกว้างขวางและลักษณะของสื่อสามารถรับฟังได้ทุกสถานการณ์ ที่ ไหนก็รับฟังได้และไม่มีความยุ่งยากในการรับฟัง ขอแต่เพียงไม่มีความพิการทางการได้ยินก็เพียงพอ แล้ว และสอดคล้องกับแนวคิดของ Duncan ที่ว่าการรณรงค์จะช่วยในการพัฒนาองค์กรโดยใช้การ รณรงค์เป็นเครื่องมือในการทำ Cause Related Issues เพื่อเพิ่มการรับรู้และให้ข้อมูลแก่ กลุ่มเป้าหมายเกี่ยวกับประเด็นเฉพาะที่น่าห่วงหรือการพัฒนาในรูปแบบใหม่ขององค์กรและสังคมเพื่อ ปลุกฝังหรือเผยแพร่แนวคิดที่ดีมีประโยชน์ต่อสังคม ความรู้ในด้านต่างๆ ไปสู่ประชาชนให้ตระหนักใน ความสำคัญเรื่องใดเรื่องหนึ่งจะนำไปสู่การประพฤติหรือปฏิบัติตามโครงการรณรงค์ที่กำหนดและ ส่งเสริมและพัฒนาให้เกิดพัฒนาการเมือง สังคม และเศรษฐกิจ

5.2.3 กิจกรรมที่กลุ่มผู้ฟังมีส่วนร่วมในรายการรัฐสภาของเรา

ผลการวิจัยกิจกรรมที่กลุ่มผู้ฟังมีส่วนร่วมในรายการรัฐสภาของเราโดยกลุ่มผู้ฟัง เป้าหมายเลือกคือเด็กและเยาวชนใช้โทรศัพท์ขอเพลงและพูดคุยเรื่องรัฐสภาผ่านทางเฟสบุ๊คมากที่สุด ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.05 หรืออยู่ระดับปานกลางและในภาพรวมการมีส่วนร่วมของผู้รับฟังรายการ รัฐสภาของเราอยู่ในระดับปานกลางด้วยคะแนนเฉลี่ย 2.66 ซึ่งไม่ค่อยจะสอดคล้องกับแนวคิดของ Duncan ที่ว่าความท้าทายในระบบส่งสารและการปรับตัวให้เหมาะสมภายใต้ข้อมูลข่าวสารที่ใช้ในการ รณรงค์ทางการสื่อสารนั้น มีลักษณะข่าวสารภายใต้ร่มเดียวกันที่มีความทันสมัยแตกต่างกัน โดยไม่ขาด หายอันเป็นแก่นแท้ของข่าวสารตลอดจนมีการเริ่มใช้เครื่องมือการสื่อสารในแนวกว้างไปยัง กลุ่มเป้าหมายที่บริโภคสินค้า และไม่สอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับการรณรงค์ทางการสื่อสารในการ กำหนดกิจกรรมจะต้องให้ความสำคัญกับการสร้างสรรค์กิจกรรมเชิงรุก และเหมาะสมกับประชาชน กลุ่มเป้าหมายและสาธารณชน หากกิจกรรมที่เลือกจัดขึ้นในการรณรงค์มีพลังการสื่อสารเพียงพอที่จะ

5.2.4 ความต้องการในการรับฟังรายการรัฐสภาของเรา

ผลการวิจัยความต้องการในการรับฟังรายการรัฐสภาของรากลุ่มผู้รับฟังมีความต้องการเป็นคนทันสมัยทันเหตุการณ์มากที่สุด ต่อดูอยู่ระดับมากที่สุด ความรู้ใหม่ๆ เกี่ยวกับรัฐสภา เยาวชน เข้าใจเรื่องการเมืองมากขึ้นอยู่ในระดับมากที่สุด และในภาพรวมผู้รับฟังมีความต้องการในการรับฟังรายการรัฐสภาของเราอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Mc Celland อ้างถึงในทรงพล ภูมิพัฒน์ ที่ได้ทำการวิจัยเรื่องความต้องการความเร็วว่า ผู้ที่ประสบความสำเร็จสูงทั้งหลายแตกต่างกันกับบุคคลอื่นโดยทั่วไป เช่น ต้องการได้รับรู้ข้อมูลกลับที่ทันการณ์เพื่อการตัดสินใจของตน และสอดคล้องกับแนวคิดของ Gilmer ที่ว่ามนุษย์มีความต้องการหลากหลาย สิ่งหลายอย่างโดยเฉพาะความต้องการทางด้านปัญญา เพราะสารสนเทศอาจสนองความต้องการทางอารมณ์ เช่น ต้องการความสำเร็จ ความภาคภูมิใจ การได้รับการยกย่อง รวมทั้งการสอดคล้องกับแนวคิดของ Maslow ซึ่งแบ่งชนิดความต้องการตามหลักพัฒนาการของมนุษย์ออกเป็น 5 ชั้น คือ ความต้องการทางร่างกาย ความต้องการความมั่นคง และความปลอดภัยในชีวิต ความต้องการด้านสังคม ความต้องการที่จะมีเกียรติยศชื่อเสียง และความต้องการประสบความสำเร็จในชีวิต และสอดคล้องกับแนวคิดของ Wright ที่ว่าลักษณะของสื่อไม่ได้มองเพียงว่าสื่อมีอิทธิพลต่อมนุษย์ แต่มองว่ามนุษย์ต่างหากที่ใช้สื่อสนองความพอใจของตนที่แท้จริง และแนวคิดของ Mc Quail ที่เกี่ยวข้องกับหน้าที่ของสื่อมวลชนที่มีต่อผู้รับสาร โดยเฉพาะหน้าที่เสนอข่าวสารสนองความต้องการของมนุษย์ที่จะรับข่าวสารความเป็นไปของสังคมที่แวดล้อมตัวบุคคล และการสร้างเสริมการติดต่อกับสังคม รวมทั้งการสร้างเสริมเอกลักษณ์ที่จะสร้างค่านิยมของตนเอง

5.2.5 ประโยชน์ที่ได้รับจากเนื้อหาสาระรายการรัฐสภาของเรา

ผลการวิจัยประโยชน์ที่ได้รับจากเนื้อหาสาระรายการรัฐสภาของเราทำให้ผู้รับฟังมีความรู้ความเข้าใจถึงสิทธิหน้าที่และเสรีภาพของประชาชนตามบทบัญญัติในรัฐธรรมนูญมากที่สุด หรืออยู่ในระดับมากที่สุด ทำให้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการปกครองระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์เป็นประมุข การมีส่วนร่วมของประชาชนในการปกครองระบอบประชาธิปไตยและมีความเข้าใจเกี่ยวกับคำศัพท์รัฐสภาอยู่ในระดับมากที่สุด และประโยชน์ในภาพรวมจากเนื้อหาสาระรายการรัฐสภาของเราอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Roger เกี่ยวกับคุณลักษณะโดยรวมที่สำคัญของการรณรงค์ ที่ว่าการรณรงค์เป็นการกระทำที่ต้องมีเป้าหมายโดยการจัดทำโครงการรณรงค์เพื่อพัฒนาสังคมนั้นการรณรงค์ต้องกำหนดวัตถุประสงค์และผลกระทบที่เกิดจากการสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมาย ตั้งแต่ผลกระทบระดับความนึกคิดของปัจเจกบุคคลไปจนถึงการเปลี่ยนแปลงในระดับโครงสร้างทางสังคม ซึ่งวัตถุประสงค์และผลกระทบของการรณรงค์มีลักษณะคือระดับของวัตถุประสงค์ในการแจ้งข้อมูลข่าวสาร เพื่อโน้มน้าวใจให้กระทำตามและเพื่อระดมพลังการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม เพื่อเพิ่มระดับความรู้ของกลุ่มเป้าหมายเพื่อสร้างสำนึกถึงผลลัพธ์ที่อาจตามมาของการแสดงพฤติกรรมมีส่วนร่วมกับโครงการ ระดับการเปลี่ยนแปลงในระดับการรับรู้ของปัจเจกบุคคลไปจนถึงการเปลี่ยนแปลงในแง่โครงสร้างของระบบสังคม และผู้ที่ได้รับประโยชน์โดยตรงคือกลุ่มเป้าหมายของโครงการและสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับรายการรัฐสภาของเราตามกรอบตัวชี้วัด 9 ประการ เช่น การมีส่วนร่วมของผู้ฟังรายการ ข่าวสารความเคลื่อนไหวในรัฐสภา ความรู้

เกี่ยวกับประชาธิปไตย การเมืองภาคประชาชนและรัฐธรรมนูญ เป็นต้น โดยมีความคาดหวังที่จะเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจทางการเมืองการปกครองระบอบประชาธิปไตยในระบบรัฐสภา ปลุกจิตสำนึกให้เยาวชนและประชาชนเห็นความสำคัญกับการมีส่วนร่วมทางการเมือง

5.2.6 ความพึงพอใจต่อรายการรัฐสภาของเรา

ผลการวิจัยความพึงพอใจต่อรายการรัฐสภาของเรานั้น ผู้รับฟังมีความพึงพอใจต่อรายการรัฐสภาของเราโดยภาพรวมในระดับมาก และมีความพอใจในด้านเทคนิคในการส่งกระจายเสียงมากที่สุดอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านช่วงเวลาในการออกอากาศและความยาวของรายการ ด้านผู้ดำเนินรายการ ด้านเนื้อหาสาระรายการอยู่ในระดับมากและด้านรูปแบบรายการ ผู้รับฟังมีความพึงพอใจน้อยที่สุดแต่อยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Charles Reddick ที่ว่าความพึงพอใจในการติดต่อที่บุคคลนั้นๆ มีต่อข่าวสารต่างๆ ที่มีอยู่ในสภาพแวดล้อมของการติดต่อสื่อสารรวมทั้งระดับของความพึงพอใจที่พิจารณาจากข่าวสารที่มีอยู่นั้นสามารถตอบสนองความต้องการและสอดคล้องกับแนวคิดของ สมยศ นาวิการ ที่กล่าวถึงความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารขึ้นอยู่กับสิ่งที่บุคคลได้มาเปรียบเทียบกับสิ่งที่บุคคลต้องการ ซึ่งความพึงพอใจไม่ควรผูกอยู่กับประสิทธิภาพของข่าวสารใดๆ ถ้าหากว่าการติดต่อสื่อสารเป็นไปตามความต้องการและข่าวสารถูกสื่อสารตามแนวทางที่สอดคล้องกับความรู้สึกรับสาร อีกทั้งยังสอดคล้องกับแนวคิดของ Codler ที่ว่าความพอใจของลูกค้านั้นขึ้นอยู่กับประโยชน์หรือคุณค่าที่รับรู้ได้จากการใช้ผลิตภัณฑ์ โดยเฉพาะความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารเกี่ยวพันกับการมองของบุคคลว่าสื่อกลางขององค์กรถูกใช้ในการเผยแพร่ข่าวสารอย่างมีประสิทธิภาพเพียงใด และสอดคล้องกับสำนักประชาสัมพันธ์เขต 1 จังหวัดขอนแก่น ที่ได้สำรวจความต้องการและความพึงพอใจของผู้รับบริการสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย อำเภอด่านซ้าย จังหวัดเลย พบว่าความพึงพอใจของผู้รับบริการด้านเทคนิค สัญญาณเสียงมีความพึงพอใจระดับมาก ด้านรายการมีความพึงพอใจระดับมากได้แก่ ข่าวสาร สาระความรู้

5.3 ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

5.3.1 ข้อเสนอแนะต่อสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยในภูมิภาคที่เข้าร่วมโครงการ จำนวน 50 สถานี 44 จังหวัดทั่วประเทศ

1. การให้ความรู้เกี่ยวกับการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตรายการวิทยุกระจายเสียงแก่บุคลากร

ความรู้และความเข้าใจของบุคลากรในการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตรายการวิทยุกระจายเสียงเป็นปัจจัยพื้นฐานสำคัญในการผลิตรายการวิทยุกระจายเสียง ซึ่งปัจจัยในการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตรายการจำแนกตามคุณภาพรายการ รูปแบบรายการ เนื้อหาสาระ ผู้ดำเนินรายการและเทคนิคการผลิตรายการที่ทันสมัย รวมทั้งปัญหาและอุปสรรคในการผลิตรายการ สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยในภูมิภาค ในแต่ละสำนักประชาสัมพันธ์เขต ควรจะร่วมกันบริหารจัดการองค์ความรู้ในการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตรายการวิทยุกระจายเสียงในการอบรมผู้บริหารระดับต่างๆ รวมถึงสนับสนุนให้หน่วยงานต่างๆ ร่วมสร้างความรู้และความเข้าใจแก่บุคลากรทุก

ระดับอันเป็นกลไกที่สำคัญในการสร้างการรับรู้แนวคิด การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตรายการวิทยุกระจายเสียงให้แก่บุคลากรในหน่วยงานต่างๆ ได้ ซึ่งสามารถสรุปเนื้อหาสาระได้ ดังนี้

- 1) ควรให้ความรู้เกี่ยวกับหลักการแบ่งช่วงของเนื้อหาสาระรายการให้เหมาะสมกับกลุ่มผู้ฟังและถ่ายทอดความคิดให้แก่ผู้ฟังให้เห็นภาพได้
- 2) ควรเสริมสร้างให้ผู้ผลิตรายการมีความรู้และความเข้าใจในการคิดสร้างเค้าโครง เนื้อหาสาระ และรูปแบบของรายการ
- 3) ควรให้ความรู้ในการประเมินรายการทั้งก่อนผลิต ระหว่างผลิต และหลังจากรายการออกอากาศไปแล้ว โดยเฉพาะเกี่ยวกับเนื้อหาสาระ
- 4) ควรให้ความรู้เกี่ยวกับเทคนิค กรรมวิธี การผลิตเสียงประกอบจริง การบันทึกการสัมภาษณ์ทั้งในและนอกสถานที่ เลือกเสียงประกอบและเพลงประกอบได้อย่างเหมาะสม
- 5) ให้ความรู้ในเทคนิคการตัดต่อ (Edit) เทปที่สัมภาษณ์ที่นำมาประกอบในรายการได้อย่างน่าฟัง
- 6) ให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับวิธีการใช้อุปกรณ์ต่างๆ เพื่อใช้ในการผลิตรายการ
- 7) เสริมสร้างความรอบรู้ในเพลงประกอบต่างๆ เป็นอย่างดีและสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้อย่างเหมาะสมกับรายการและกลุ่มผู้ฟัง

2. การพัฒนาการผลิตรายการรัฐสภาของเรา

ผลการวิจัยความพึงพอใจต่อรายการรัฐสภาของเราในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ยังไม่ถึงระดับมากที่สุดหรือเป็นรายการยอดเยี่ยม แสดงให้เห็นถึงช่องว่างเพื่อการพัฒนาสู่ความเป็นรายการยอดเยี่ยมที่ยั่งยืนในทุกๆ ด้าน จึงขอเสนอแนะแนวทางที่สำคัญดังนี้

- 1) ส่งเสริมการจัดกิจกรรมนอกสถานที่อย่างต่อเนื่องตามสถานศึกษามหาวิทยาลัย เพื่อสร้างและขยายเครือข่ายเยาวชน รวมทั้งการสร้างความตระหนัก การรับรู้ความสนใจ และเกิดการมีส่วนร่วมในรายการอย่างต่อเนื่อง
- 2) รักษามาตรฐานความสำเร็จในการผลิตรายการให้บรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์ของโครงการอย่างต่อเนื่อง
- 3) ติดตามการพัฒนาความก้าวหน้าและการเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยี Social Media และพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย ทั้งทัศนคติ การรับรู้ ความเข้าใจ การคล้อยตามกลุ่มเพื่อน กลุ่มสังคม เพื่อนำข้อมูลมาพัฒนาวิธีการนำเสนอรายการ
- 4) จัดให้มีการประชาสัมพันธ์รายการรัฐสภาของเราอย่างจริงจังและต่อเนื่อง เช่น สปอตแนะนำรายการ ป้ายข้อความตามสถานที่ต่างๆ ในแต่ละจังหวัด คัทเอ้าท์ เบื้องต้น เพื่อให้เยาวชนและประชาชนได้รับทราบและรับฟังรายการได้อย่างกว้างขวางมากยิ่งขึ้น
- 5) จัดให้มีการอบรมเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจให้ผู้ดำเนินรายการรัฐสภาของเราเข้าใจในกระบวนการของฝ่ายนิติบัญญัติ
- 6) ผู้บริหารในทุกกระดับที่เกี่ยวข้องจะต้องช่วยกันผลักดันและกระตุ้นให้สถานที่เข้าร่วมโครงการได้เห็นถึงความสำคัญของการผลิตรายการรัฐสภาของเราอย่างจริงจัง

5.3.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาครั้งนี้คือการศึกษาในเรื่องความพึงพอใจในการรับฟังและการพัฒนารายการวิทยุรัฐสภาของเรา ทางสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยในส่วนภูมิภาค ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไปควรจะศึกษาในเรื่องรูปแบบการนำเสนอรายการรัฐสภาของเราในกลุ่มเด็กและเยาวชน

2. การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคในการผลิตรายการรัฐสภาของเรา การศึกษาครั้งต่อไปควรจะเป็นการศึกษาวิเคราะห์เกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของเยาวชนและสมาชิกรัฐสภาในการเพิ่มประสิทธิภาพของรายการต่อไป

บรรณานุกรม

- จินตนา ปาทาน. การเปิดรับและความพึงพอใจของบุคลากรภายในส่วนราชการที่มีต่อสื่อวีดิทัศน์
แนะนำจังหวัดปทุมธานีในเว็บไซต์. ปรินญาณิพนธ์ สาขาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศ
ศาสตร์. มหาวิทยาลัยรังสิต, 2555.
- ชม ภูมิภาค. หลักการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร: โอเดียนสโตร์. 2526.
- ชรินทร์ สมโลก. เนื้อหารายการวิทยุชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดตรัง. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตร
มหาบัณฑิต. สาขาภาษาและวัฒนธรรมเพื่อการสื่อสารและการพัฒนาบัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยมหิดล, 25513.
- ชัยรัตน์ ทับเพชร. ปัจจัยที่มีผลต่อการบริหารงานวิทยุ: กรณีการบริหารรายการวิทยุในแบบ Format
Station. วิทยานิพนธ์วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาการบริหารสื่อสารมวลชน. คณะ
วารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2548.
- ชิบ จิตนิยม. ความต้องการข่าวสาร การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของกลุ่มประชาชนผู้ใช้บริการ
เคเบิลทีวี. วิทยานิพนธ์วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาสื่อสารมวลชน. คณะวารสารศาสตร์
และสื่อสารมวลชน. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2534.
- ณัฐกร ไคนุ่นภา. ปัจจัยที่มีผลต่อการรับฟังสถานีวิทยุ เอฟ.เอ็ม. 97.5 เมกะเฮิร์ตซ์ ของผู้ฟังใน
กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาสื่อสารมวลชน. บัณฑิต
วิทยาลัย. มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2552
- ดวงพร คำบุญรัตน์ และวาสนา จันท์สว่าง. สื่อสารการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์
แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2536.
- ทัศนัย สุนทรวิภาต. พฤติกรรมการเปิดรับของผู้รับสารที่มีต่อข่าวสารจากสื่อมวลชน. วิทยานิพนธ์
ปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2532.
- บัวผัน โตทรัพย์. การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ฟังที่มีต่อรายการวิทยุชุมชน ชมรมเครดิต
ยูเนียนภาคใต้ (เครือข่ายจังหวัดสุราษฎร์ธานี) วิทยานิพนธ์วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต. สาขา
การบริหารสื่อสารมวลชน. คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2548.
- บุษบา หินเขาว. การศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ทศนคติ และการมีส่วนร่วมในการกำหนด
รูปแบบและเนื้อหารายการวิทยุชุมชนตำบลหัวรอ อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก. พิษณุโลก:
สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม, 2549
- ปรมะ สตะเวทิน. หลักนิเทศศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ภาพพิมพ์, 2533.
- ประจวบ อินอืด. การวางแผนเพื่อการประชาสัมพันธ์ หน่วยที่ 7-15. พิมพ์ครั้งที่ 8. นนทบุรี:
สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2538.
- พรสิทธิ์ พัฒนานุรักษ์. เอกสารการสอนชุดวิชาหลักและทฤษฎีการสื่อสาร. นนทบุรี: สำนักพิมพ์
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2541.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- พัชนี เขยจรรยา. แนวคิดหลักนิเทศศาสตร์: ประมวลศัพท์วิชาการ ทฤษฎีสำคัญ. กรุงเทพมหานคร: ชั่วฟ้า, 2541.
- ลักษณ์ สตะเวทิน. หลักการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์เฟื่องฟ้าพรินต์, 2540.
- วลัย จิตรสมุทร. พฤติกรรมการเปิดรับฟังและความพึงพอใจรายการสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จังหวัดสุรินทร์ A.M. ความถี่ 909 KHz วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต. สาขานิเทศศาสตร์. คณะนิเทศศาสตร์. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2551.
- วิจิตร อวาทะกุล. การประชาสัมพันธ์: หลักและวิธีปฏิบัติ. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช, 2539.
- วิรัช ลภีรัตนกุล. นักประชาสัมพันธ์กับงานประชาสัมพันธ์ในเชิงปฏิบัติยุคสารสนเทศ. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.
- สวัสดิ์ มีแต่้ม. รายงานผลการวิจัยความพึงพอใจในการรับฟังสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย อำเภอบึงสามพัน จังหวัดนครศรีธรรมราช, 2549.
- สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา. แผนยุทธศาสตร์การสื่อสารและประชาสัมพันธ์การปฏิรูปการศึกษาในทศวรรษที่สอง. พิมพ์ครั้งที่ 1 กรุงเทพมหานคร: ร้านพลก๊อปปี้ เซอร์วิสแอนด์ซัพพลาย, 2554.
- สุทธิ ชัดดียะและวิไลลักษณ์ รุ่งจิตตานนท์. พฤติกรรมการรับฟังและความพึงพอใจต่อรายการและเทคนิควิทยุกระจายเสียงแห่งชาติ ระบบ เอฟ.เอ็ม. ความถี่ 92.5 เมกะเฮิร์ตซ์ และระบบ เอ.เอ็ม. ความถี่ 891 กิโลเฮิร์ตซ์ สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย กรมประชาสัมพันธ์ กรุงเทพมหานคร: สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยเพื่อการศึกษา. กรมประชาสัมพันธ์, 2552.
- สุพจน์ สกุลธรรม. ความพึงพอใจของผู้ฟังต่อการเปิดรับฟังรายการวิทยุชุมชน. เขตเทศบาลเมืองฉะเชิงเทรา. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาสื่อสารมวลชน. บัณฑิตวิทยาลัย. มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2552.
- อรทัย ผ่องใส. ความต้องการของสื่อมวลชนที่มีต่อการให้บริการข้อมูล ข่าวสารและสารสนเทศของสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดปทุมธานี. วิทยานิพนธ์สาขาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์. มหาวิทยาลัยรังสิต, 2555
- อรรธรรม ปิลันธน์โอวาท. การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2549.
- อินทุกร ชนชนนท์. การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตรายการวิทยุรายการรัฐสภาของเราทางสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยในภูมิภาค. กรุงเทพมหานคร: สำนักวิชาการ สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร, 2553
- อุบล เบ็ญจรงค์กิจ. การวิเคราะห์ผู้รับสาร. หนังสือตำราของภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Duncan, T. (2002). IMC: Using advertising and promotions to build brands. New York : McGraw – Hill.
- Duncan, s. (2005, June/July). Applying the lessons of campaign planning. Corporate Responsibility Management, 1(6), 9.
- Freidson, E. (1954) Communications research and the concept of the mass. In w.2 schramm (Ed.), The process and Effects of Mass Communication. (pp. 380-388). Unbana, IL: University of Illinois. Press.
- Hornby, A.F. (2000). Advance Learner's Dictionary (6 th ed.). Englewood Cliffs, NJ: Prentice – Hall.
- Mc Combs, M.E. and Becker, L.E. (1979). Using mass Communication. Theory. Englewood cliffs: N.J. Princtice Hall

ภาคผนวก 1

โครงการวิจัยและประเมินผลโครงการผลิตรายการวิทยุท้องถิ่น

“รายการรัฐสภาของเรา”

ประจำปีงบประมาณ 2556

๓. คุณสมบัติของผู้เชี่ยวชาญ

เป็นสถาบันการศึกษา ที่รับจ้างงานวิจัยและประเมินผลจากหน่วยงานภาครัฐ และหน่วยงาน เอกชนเป็นหลัก

๔. วงเงินค่าจ้างผู้เชี่ยวชาญ จัดจ้างในวงเงิน ๒๒๕,๐๐๐.- บาท (สองแสนสองหมื่นห้าพันบาทถ้วน)

๕. กำหนดเวลาแล้วเสร็จของงาน ภายใน ๔๕ วัน นับจากวันลงนามในสัญญา

๖. วิธีจัดจ้างผู้เชี่ยวชาญและเหตุผล จัดจ้างในวงเงิน ๒๒๕,๐๐๐.- บาท (สองแสนสองหมื่นห้าพันบาทถ้วน) โดยตกลง เนื่องจากเป็นการจ้างในกรณีที่ทราบแน่ชัดว่า ผู้เชี่ยวชาญในงานที่จะให้บริการตามที่ต้องการมีจำนวน จำกัด ไม่เหมาะสมที่จะดำเนินการโดยวิธีคัดเลือก และเป็นการจ้างที่มีค่างานจ้างไม่เกิน ๒,๐๐๐,๐๐๐.- บาท

๗. ข้อเสนออื่นๆ เห็นควรใช้ข้อกำหนดตามที่เสนอแนบท้ายนี้ และแต่งตั้งคณะกรรมการดำเนินการดังนี้

คณะกรรมการจัดจ้างผู้เชี่ยวชาญโดยวิธีตกลง

- | | |
|-------------------------------|---------------------|
| ๑. นายไชยวัฒน์ รัตนประสิทธิ์ | ประธานกรรมการ |
| ๒. นางนันทิยา จันทโรบล | กรรมการ |
| ๓. นางสาวพนาวรรณ จิตรสมุทร | กรรมการ |
| ๔. นางสาวจุฑาทิพย์ แสนยศ | กรรมการ |
| ๕. นางสาวจรุงกาญจน์ จตุรพิชพร | กรรมการและเลขานุการ |
- โดยกำหนดให้แล้วเสร็จภายใน ๓ วัน นับจากวันที่ประธานกรรมการได้รับแจ้ง

คณะกรรมการตรวจรับงาน

- | | |
|---------------------------|---------------------|
| ๑. นายสุชาติ แก้วเพชร | ประธานกรรมการ |
| ๒. นายทวีศักดิ์ รัตวีจิตร | กรรมการ |
| ๓. นางภัทรานิษฐ์ นิรติศัย | กรรมการและเลขานุการ |

โดยกำหนดให้แล้วเสร็จภายใน ๑ วัน นับจากวันที่ประธานกรรมการได้รับแจ้งในแต่ละงวด ทั้งนี้ ตามระเบียบฯ ว่าด้วยการพัสดุ พ.ศ. ๒๕๓๕ และแก้ไขเพิ่มเติมข้อ ๗๗(๑), ๗๘, ๗๙(๑), ๘๐, ๘๒, ๘๓(๔) และ ๘๔

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาอนุมัติต่อไปด้วย จะขอบคุณยิ่ง

ลงชื่อ.....ผู้เสนอ
(นางสาวนภัสสร อุตอามาตย์)

ลงชื่อ.....เจ้าหน้าที่พัสดุผู้รายงาน
(นางอนงค์ จันทะจร)



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ สถานีวิทยุกระจ่ายเสียงแห่งประเทศไทยเพื่อการศึกษา (สวศ.) โทร. ๐ - ๒๒๗๑ - ๓๔๔๘

ที่ นร ๐๒๐๗.๗๙/ วันที่ กรกฎาคม ๒๕๕๖

เรื่อง ขออนุมัติจ้างผู้เชี่ยวชาญวิจัยและประเมินผลโครงการผลิตรายการวิทยุท้องถิ่น “รัฐสภาของเรา”

เรียน ผอ.สวท.

ด้วย สถานีวิทยุกระจ่ายเสียงแห่งประเทศไทย (สวท.) มีความจำเป็นต้องดำเนินการจ้างผู้เชี่ยวชาญวิจัยและประเมินผลโครงการผลิตรายการวิทยุท้องถิ่น “รัฐสภาของเรา” เพื่อใช้ในราชการตามรายละเอียดดังนี้

๑. เหตุผลและความจำเป็น

ตามที่กรมประชาสัมพันธ์ ได้ร่วมกับสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร ผลิตและเผยแพร่รายการวิทยุท้องถิ่น รายการ “รัฐสภาของเรา” เพื่อขยายพื้นที่การส่งกระจายเสียงของสถานีวิทยุกระจ่ายเสียงรัฐสภาให้ครอบคลุมพื้นที่ โดยมีสถานีวิทยุกระจ่ายเสียงแห่งประเทศไทยในส่วนภูมิภาคเข้าร่วมโครงการฯ ๕๐ สถานี ใน ๔๔ จังหวัด ทั่วประเทศในการประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนโดยเฉพาะอย่างยิ่งเด็กและเยาวชนมีความสนใจเรื่องประชาธิปไตยมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นเพื่อเป็นการพัฒนาคุณภาพของรายการ “รัฐสภาของเรา” สถานีจึงมีความจำเป็นต้องจัดทำโครงการวิจัยและประเมินผลโครงการผลิตรายการวิทยุท้องถิ่น รายการ “รัฐสภาของเรา” ประจำปีงบประมาณ ๒๕๕๖ ต่อไป

๒. ขอบเขตของงาน

โครงการวิจัยและประเมินผลโครงการผลิตรายการวิทยุท้องถิ่น รายการ “รัฐสภาของเรา” ประจำปีงบประมาณ ๒๕๕๖ ประกอบด้วย

๒.๑ สร้างแบบสอบถามในการสำรวจวิจัยผู้ฟังในลักษณะข้อมูลเชิงปริมาณ โดยผ่านการตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามจากผู้ว่าจ้างก่อนดำเนินการในขั้นต่อไป

๒.๒ ผู้เชี่ยวชาญจะส่งแบบสอบถามในการสำรวจวิจัยผู้ฟังเป้าหมายหลัก คือ เด็กเยาวชน อายุระหว่าง ๑๕ - ๒๕ ปี กลุ่มเป้าหมายรองคือ ประชาชนทั่วไป

๒.๓ รวบรวมข้อมูลแบบสอบถามรวมวิเคราะห์จำนวน ๕๐๐ ชุด

๒.๔ วิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติในเชิงปริมาณและวิเคราะห์เนื้อหาสำหรับข้อมูลเชิงคุณภาพ

๒.๕ จัดทำรายงานจนเสร็จสมบูรณ์พร้อมพิมพ์เป็นรูปเล่ม

๒.๖ จัดทำรายงานฉบับสมบูรณ์ จำนวน ๑๐๐ เล่ม พร้อมบันทึกแผ่นซีดีรอม จำนวน

๑ แผ่น

**ข้อกำหนดและเงื่อนไขการจ้างผู้เชี่ยวชาญ
วิจัยและประเมินผลโครงการผลิตรายการวิทยุท้องถิ่นรายการ “รัฐสภาของเรา”
ปีงบประมาณ ๒๕๕๖**

๑. ความเป็นมาของโครงการ

สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย กรมประชาสัมพันธ์ ร่วมกับสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร ดำเนินการผลิตและเผยแพร่รายการวิทยุท้องถิ่น รายการ “รัฐสภาของเรา” เพื่อส่งเสริมความรู้ความเข้าใจด้านการเมือง การปกครองในระบอบประชาธิปไตย เผยแพร่ทางสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยในเขตพื้นที่ที่ไม่สามารถรับฟังรายการของสถานีวิทยุรัฐสภาได้ โดยมีสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยในส่วนภูมิภาค เข้าร่วมโครงการจำนวน ๕๐ สถานี เพื่อเป็นการพัฒนาคุณภาพของรายการ “รัฐสภาของเรา” ให้มีคุณภาพยิ่งขึ้นอย่างต่อเนื่อง สถานีจึงจำเป็นต้องจัดทำโครงการวิจัยและประเมินผลโครงการผลิตรายการวิทยุท้องถิ่น รายการ “รัฐสภาของเรา” ประจำปีงบประมาณ ๒๕๕๖ หัวข้อ “ความพึงพอใจในการรับฟังและการพัฒนารายการวิทยุ รัฐสภาของเรา”

๒. วัตถุประสงค์

๒.๑ เพื่อศึกษาการรับรู้และความพึงพอใจของประชาชนต่อรายการ “รัฐสภาของเรา”

๒.๒ เพื่อเป็นข้อมูลในการพัฒนาการนำเสนอรายการ “รัฐสภาของเรา” ให้มีคุณภาพและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น

๓. พื้นที่ศึกษา

สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยในส่วนภูมิภาคเข้าร่วมโครงการ จำนวน ๕๐ สถานี ใน ๔๔ จังหวัด ดังนี้

สำนักประชาสัมพันธ์เขต ๑ ขอนแก่น จำนวน ๙ สถานี (๘ จังหวัด) คือ สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จังหวัดกาฬสินธุ์ ขอนแก่น ชัยภูมิ มหาสารคาม เลย หนองคาย อ่างทองชุมแพ (จังหวัดขอนแก่น) บึงกาฬ และหนองบัวลำภู

สำนักประชาสัมพันธ์เขต ๒ อุบลราชธานี จำนวน ๗ สถานี (๗ จังหวัด) คือ สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จังหวัดบุรีรัมย์ มุกดาหาร ร้อยเอ็ด สุรินทร์ อำนาจเจริญ ศรีสะเกษ และยโสธร

สำนักประชาสัมพันธ์เขต ๓ เชียงใหม่ จำนวน ๙ สถานี (๘ จังหวัด) คือ สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จังหวัดเชียงราย น่าน พะเยาแพร่ แม่ฮ่องสอน ลำปาง ลำพูน อ่างทองฝาง (เชียงใหม่) และอำเภอแม่สะเรียง (แม่ฮ่องสอน)

สำนักประชาสัมพันธ์เขต ๔ พิษณุโลก จำนวน ๗ สถานี (๖ จังหวัด) คือ สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จังหวัดกำแพงเพชร ตาก นครสวรรค์ เพชรบูรณ์ สุโขทัย อุตรดิตถ์ และอำเภอแม่สอด (ตาก)

สำนักประชาสัมพันธ์เขต ๕ สุราษฎร์ธานี จำนวน ๗ สถานี (๕ จังหวัด) คือ สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จังหวัดกระบี่ ชุมพร อำเภอกันตัง (นครศรีธรรมราช) นครศรีธรรมราช อำเภอตะกั่วป่า (พังงา) พังงา และระนอง

สำนักประชาสัมพันธ์เขต ๖ สงขลา จำนวน ๖ สถานี (๕ จังหวัด) คือ สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จังหวัดตรัง ปัตตานี สตูล พัทลุง อำเภอสุไหงโก - ลก (นราธิวาส) และนราธิวาส

สำนักประชาสัมพันธ์เขต ๗ จันทบุรี จำนวน ๓ สถานี (๓ จังหวัด) คือ สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จังหวัดจันทบุรี ชลบุรี และตราด

สำนักประชาสัมพันธ์เขต ๘ กาญจนบุรี จำนวน ๒ สถานี (๒ จังหวัด) คือ สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จังหวัดราชบุรี และสุพรรณบุรี

๔. ขอบเขตของงาน

โครงการวิจัยและประเมินผลโครงการผลิตรายการวิทยุท้องถิ่น รายการ “รัฐสภาของเรา” ประจำปีงบประมาณ ๒๕๕๖ ประกอบด้วย

๔.๑ สร้างแบบสอบถามในการสำรวจวิจัยผู้ฟังในลักษณะข้อมูลเชิงปริมาณ โดยผ่านการตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามจากผู้ว่าจ้างก่อนดำเนินการในขั้นตอนต่อไป ภายใน ๑๐ วัน นับจากวันลงนามในสัญญา

๔.๒ ผู้รับจ้างจะส่งแบบสอบถามในการสำรวจวิจัยผู้ฟังเป้าหมายหลัก คือ เด็ก เยาวชน อายุระหว่าง ๑๕ ปีขึ้นไป กลุ่มเป้าหมายรอง คือ ประชาชนทั่วไป ตามรายละเอียดข้อกำหนดฯ ข้อ ๓ ภายใน ๒๐ วัน นับจากวันลงนามในสัญญา

๔.๓ วิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติในเชิงปริมาณและวิเคราะห์เนื้อหาสำหรับข้อมูลเชิงคุณภาพ

๔.๔ จัดทำรายงานจนเสร็จสมบูรณ์ นำส่งให้คณะกรรมการฯ ตรวจสอบก่อนพิมพ์เป็นรูปเล่ม ภายใน ๓๕ วัน นับจากวันลงนามในสัญญา

๔.๕ จัดทำรายงานฉบับสมบูรณ์ จำนวน ๑๐๐ เล่ม พร้อมสำเนาต้นฉบับบันทึกลงแผ่นซีดี จำนวน ๑ ชุด ภายใน ๔๕ วัน นับจากวันที่ลงนามในสัญญา

๕. ระยะเวลาดำเนินการ ภายใน ๔๕ วัน นับจากวันที่ลงนามในสัญญา

๖. เงื่อนไขการเบิกจ่ายและส่งมอบงาน แบ่งเป็น ๒ งวด

งวดที่ ๑ จำนวนเงิน ๔๐% ของวงเงินตามสัญญาจ้าง โดยเบิกจ่ายเมื่อผู้เชี่ยวชาญส่งเค้าโครงประเมินผลโครงการผลิตรายการวิทยุท้องถิ่น รายการ “รัฐสภาของเรา” ประจำปีงบประมาณ ๒๕๕๖ หัวข้อ “ความพึงพอใจในการรับฟังและการพัฒนารายการวิทยุ รัฐสภาของเรา” พร้อมแบบสอบถามให้คณะกรรมการตรวจรับเพื่อดำเนินการตรวจรับภายใน ๓๐ วัน นับตั้งแต่วันลงนามในสัญญาจ้างตามข้อ ๔.๑ - ๔.๒

งวดที่ ๒ จำนวนเงิน ๖๐% ของวงเงินตามสัญญาจ้าง โดยเบิกจ่ายเมื่อผู้เชี่ยวชาญส่งรายงาน ประเมินผลโครงการการผลิตรายการวิทยุท้องถิ่น รายการ “รัฐสภาของเรา” ประจำปีงบประมาณ ๒๕๕๖ หัวข้อ “ความพึงพอใจในการรับฟังและการพัฒนารายการวิทยุ รัฐสภาของเรา” ฉบับสมบูรณ์ เป็นรูปเล่ม จำนวน ๑๐๐ เล่ม พร้อมสำเนาต้นฉบับบันทึกลงแผ่นซีดี จำนวน ๑ ชุด ตามข้อ ๔.๓ - ๔.๕ เสนอคณะกรรมการตรวจรับพัสดุ ตรวจรับงานถูกต้องเรียบร้อยแล้ว

๗. เงื่อนไขการปรับ

กรณีผู้เชี่ยวชาญดำเนินการล่าช้า ไม่สามารถส่งงานได้ตามสัญญาจ้าง สถานีวิทยุกระจายเสียง แห่งประเทศไทย กรมประชาสัมพันธ์ จะปรับค่าส่งงานล่าช้ารายวันๆ ละ ๐.๑๐% ของวงเงินจัดจ้าง

๘. คุณสมบัติผู้เชี่ยวชาญ

๑. เป็นผู้มีความรู้และประสบการณ์ในการวิจัย
๒. เป็นผู้ที่มีประสบการณ์ด้านการเป็นที่ปรึกษาในหน่วยงานภาครัฐหรือเอกชน
๓. เป็นสถาบันการศึกษา ที่รับจ้างงานวิจัยและประเมินผลจากหน่วยงานภาครัฐ และหน่วยงาน

เอกชนเป็นหลัก

ภาคผนวก 2

แบบสอบถามโครงการศึกษาวิจัยความพึงพอใจ

และพัฒนารายการวิทยุรัฐสภาของเรา

ประจำปีงบประมาณ 2556



แบบสอบถาม

โครงการศึกษาวิจัย “ความพึงพอใจในการรับฟังและการพัฒนา รายการวิทยุรัฐสภาของเรา” ประจำปี 2556

ผู้สนับสนุนโครงการ	สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร
ที่ปรึกษาโครงการ	1. นายสุวิจักขณ์ นาควัชระชัย เลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร 2. ดร.จรรยา ไชยศรี ผู้อำนวยการสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย 3. นางนุชริน กลิ่นละออ ผู้อำนวยการส่วนผลิตรายการ สวท.

คำชี้แจง

- แบบสอบถามชุดนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวัดระดับความพึงพอใจและการพัฒนารายการวิทยุรัฐสภาของเรา ประจำปี 2556 ผลการศึกษาครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ในการพัฒนาการนำเสนอรายการวิทยุรัฐสภาของเราให้มีคุณภาพและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายมากขึ้นและแก้ไขปัญหาในการเปิดรับรายการวิทยุรัฐสภาของเรา
- โปรดทำเครื่องหมาย ในช่องสี่เหลี่ยม ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด และกรอกข้อมูลต่างๆ ลงในช่องว่างที่กำหนดให้
- การร่วมตอบแบบสอบถามหรือไม่ จะไม่มีผลกระทบต่อหน้าที่การงานหรือสวัสดิการที่พึงมีของท่านแต่ประการใด ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามจะถูกเก็บรักษาไว้ ไม่เปิดเผยต่อสาธารณะ การรายงานผลการวิจัยจะแสดงเป็นข้อมูลส่วนรวมเท่านั้น

ในฐานะที่ท่านเป็นส่วนหนึ่งในการรับฟังรายการวิทยุรัฐสภาของเรา ข้อมูลจากท่านจึงมีคุณค่าเป็นอย่างยิ่ง ทางคณะผู้ศึกษาวิจัย ขอขอบพระคุณอย่างสูงที่ท่านเสียสละเวลาให้ข้อมูล หากท่านมีข้อสงสัยประการใด กรุณาติดต่อคณะผู้ศึกษาวิจัยโดยตรง ที่หมายเลขโทรศัพท์ 089-7301486 นายสวัสดิ์ มีแต้ม (กรุณาตอบแบบสอบถามทุกข้อ)

โปรดส่งแบบสอบถามคืนที่ สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยเพื่อการศึกษา สำนักงานกลาง
ชอยอารีย์สัมพันธ์ ถนนพหลโยธิน เขตพญาไท กรุงเทพฯ 10400 ภายในวันที่ 2556

ด้วยความเคารพอย่างสูง
คณะผู้ศึกษาวิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ ชาย หญิง
2. อายุ น้อยกว่า 15 ปี 15 – 17 ปี
 18 – 20 ปี 21 – 25 ปี มากกว่า 25 ปี
3. ระดับการศึกษา ประถมศึกษา มัธยมศึกษาตอนต้น
 มัธยมศึกษาตอนปลาย ปวช. / ปวส.
ปริญญาตรี สูงกว่าปริญญาตรี
4. อาชีพ นักเรียน / นักศึกษา พนักงานรัฐวิสาหกิจ / ข้าราชการ
 บริษัทเอกชน ธุรกิจส่วนตัว
 อาชีพอิสระ / รับจ้างทั่วไป อื่นๆ (ระบุ.....)
5. รายได้หลักต่อเดือนโดยเฉลี่ย ยังไม่มีรายได้ ต่ำกว่า 5,000 บาท
 5,001 – 10,000 บาท 10,001 – 15,000 บาท
 15,001 – 20,000 บาท 20,001 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับรายการรัฐสภาของเรา

1. รายการที่ท่านรับฟัง รายการสด บันทึกเสียงรายการ
2. ช่วงเวลาที่ท่านรับฟัง 17.00 – 18.00 น. 21.00 – 22.00 น.
3. ท่านรับฟังรายการรัฐสภาของเราบ่อยครั้งเพียงใด
 ฟังทุกวัน (ฟังประจำ) สัปดาห์ละ 5 – 6 วัน (บ่อยมาก)
 สัปดาห์ละ 3 – 4 วัน (บ่อย) สัปดาห์ละ 1 – 2 วัน (ไม่ค่อยบ่อย)
 เดือนละ 1 – 2 วัน (นานๆ ครั้ง)
4. ท่านรับฟังรายการรัฐสภาของเราจากที่ใด
 บ้านตนเอง บ้านเพื่อน ที่ทำงาน
 โรงเรียน / สถานศึกษา ในรถระหว่างเดินทาง อื่นๆ (ระบุ.....)
5. ลักษณะการรับฟังรายการรัฐสภาของเราของท่านเป็นอย่างไร
 รับฟังตั้งแต่เริ่มต้นจนจบรายการ
 เลือกรับฟังเฉพาะช่วงข่าวสารความเคลื่อนไหวในรัฐสภา
 เลือกรับฟังเฉพาะช่วงความรู้เกี่ยวกับประชาธิปไตย การเมืองภาคประชาชน และรัฐธรรมนูญ
 เลือกรับฟังเฉพาะช่วงการมีส่วนร่วมของสมาชิกรัฐสภา
 เลือกรับฟังเฉพาะช่วงความรู้เกี่ยวกับรัฐสภา/ศัพท์รัฐสภา
6. ท่านชื่นชมอะไรมากที่สุดจึงทำให้ติดตามรับฟังรายการรัฐสภาของเราเป็นประจำ
 โดเต็ล / จิงเกิ้ลรายการ ผู้ดำเนินรายการ เพลงที่เปิดในรายการ
 เกม / ชิงรางวัล เยาวชนร่วมจัดรายการ
 เนื้อหาสาระความรู้ต่างๆ ในการปกครองระบอบประชาธิปไตย
 อื่นๆ (ระบุ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับสื่อที่ทำให้ท่านรู้จักรายการรัฐสภาของเรา

สื่อ	ความถี่ในการได้รับข้อมูล				
	มากกว่า 3 ครั้งต่อสัปดาห์ (5)	2-3 ครั้งต่อสัปดาห์ (4)	1 ครั้งต่อสัปดาห์ (3)	นานๆ ครั้ง (2)	ไม่ค่อยรับรู้เลย (1)
1. โทรทัศน์					
2. วิทยุกระจายเสียง					
3. วิทยุชุมชน					
4. หนังสือพิมพ์					
5. นิตยสาร / วารสาร					
6. อินเทอร์เน็ต / facebook					
7. แผ่นพับ / โปสเตอร์ / ป้ายไวเนล					
8. สื่อบุคคล เช่น เพื่อน / เจ้าหน้าที่ของสถานที่จัดรายการรัฐสภาของเรา / บุคคลในครอบครัวและบุคคลอื่นๆ					
9. กิจกรรมสัญจรรายการรัฐสภาของเราที่โรงเรียน / มหาวิทยาลัย					
10. โรงเรียน / สถานศึกษา					
11. หมุนคลื่นเจอโดยบังเอิญ					

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมที่ท่านมีส่วนร่วมในรายการรัฐสภาของเรา

กิจกรรม	ความถี่ในการร่วมกิจกรรม				
	มากกว่า 3 ครั้งต่อสัปดาห์ (5)	2-3 ครั้งต่อสัปดาห์ (4)	1 ครั้งต่อสัปดาห์ (3)	นานๆ ครั้ง (2)	ไม่ค่อยรับรู้เลย (1)
1. ส่ง SMS ไปขอเพลง					
2. ส่ง SMS ไปตอบคำถาม					
3. โทรศัพท์ขอเพลง					
4. โทรศัพท์ไปสอบถามเรื่องรัฐสภา					
5. โทรศัพท์ไปเล่นเกมชิงรางวัล					
6. ร่วมจัดรายการหรือดำเนินรายการรัฐสภาของเรา					
7. ร่วมพูดคุยทางโทรศัพท์กับนักการเมืองที่มาร่วมรายการ					
8. พูดคุยเรื่องรัฐสภาผ่านทางเฟสบุ๊ก					
9. พูดคุยเรื่องรัฐสภาผ่านทางอีเมลล์					

ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการการรับฟังรายการรัฐสภาของเรา

ความต้องการจากการรับฟัง	ระดับของความต้อการ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
1. ความรู้ใหม่ๆ เกี่ยวกับรัฐสภา					
2. ทำให้เป็นคนทันสมัยทันเหตุการณ์					
3. ข้อมูลในการประกอบการตัดสินใจในชีวิตประจำวัน					
4. ข้อมูลไปพูดคุยกับเพื่อนๆ ในที่เรียนหรือที่ทำงาน					
5. ข้อมูลมาเพื่อสนับสนุนความคิดหรือทัศนคติของตนเอง					
6. เพื่อนใหม่ๆ จากการมีส่วนร่วมในกิจกรรมของรายการ					
7. ความบันเทิงและผ่อนคลายความเครียด					
8. เสริมสร้างความสัมพันธ์ในครอบครัว					
9. เห็นถึงการพัฒนาหรือการเปลี่ยนแปลงทางการเมือง					
10. ให้เยาวชนได้เข้าใจเรื่องการเมืองมากขึ้น					

ส่วนที่ 6 ข้อมูลเกี่ยวกับประโยชน์ที่ได้รับจากเนื้อหาสาระจากรายการรัฐสภาของเรา

ประโยชน์ที่ได้จากเนื้อหาสาระ	ระดับของประโยชน์				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
1. ทำให้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการปกครองระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์เป็นประมุข					
2. ทำให้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการปกครองระบอบประชาธิปไตย					
3. ทำให้มีความรู้ความเข้าใจถึงสิทธิหน้าที่และเสรีภาพของประชาชนตามบทบัญญัติในรัฐธรรมนูญ					
4. ทำให้มีความรู้ความเข้าใจการทำงานของฝ่ายนิติบัญญัติมากขึ้น					
5. ทำให้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการแต่งตั้งและถอดถอนผู้ดำรงตำแหน่งทางการเมือง					
6. ทำให้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับหน้าที่และการทำงานของคณะกรรมการการเลือกตั้ง					
7. ทำให้มีความรู้เกี่ยวกับอำนาจหน้าที่ของรัฐสภา					
8. ทำให้มีความรู้ความเข้าใจในการนำเสนอร่างพระราชบัญญัติ					
9. ทำให้มีความเข้าใจในเรื่องนิติ / การแปรญัตติ					
10. ทำให้มีความเข้าใจเกี่ยวกับคำศัพท์รัฐสภา					

ประโยชน์ที่ได้จากเนื้อหาสาระ	ระดับของประโยชน์				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
11. ทำให้มีความรู้ความเข้าใจในกระบวนการตราพระราชบัญญัติ					
12. ทำให้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการทำหน้าที่ของฝ่ายนิติบัญญัติในเรื่องต่างๆ จากความคิดเห็นของสมาชิกวุฒิสภา					
13. ทำให้รับรู้กิจกรรมและความเคลื่อนไหวต่างๆ ภายในรัฐสภา					

ส่วนที่ 7 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อรายการรัฐสภาของเรา

ความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
ด้านรูปแบบรายการ					
1. เพลงประกอบรายการมีความเหมาะสม					
2. การนำเสนอรายการทันสมัยและหลากหลาย					
3. ผู้ร่วมรายการเหมาะสมกับเนื้อหาของรายการ					
ด้านเนื้อหารายการ					
1. เนื้อหาน่าสนใจ เหมาะสม สอดคล้องกับกลุ่มผู้ฟัง					
2. เนื้อหามีความทันสมัยทันต่อเหตุการณ์					
3. เนื้อหารายการมีประโยชน์ สามารถนำไปปรับใช้ในชีวิตประจำวันได้					
ด้านผู้ดำเนินรายการ					
1. การนำเข้าสู่รายการได้น่าฟังและดึงดูดความสนใจ					
2. พูดและใช้ภาษาไทยได้ถูกต้อง ชัดเจน เข้าใจง่าย					
3. สร้างการมีส่วนร่วมกับผู้ฟัง					
4. มีความรู้ความสามารถในการนำเสนอรายการและเนื้อหาที่นำเสนอ					
ด้านเทคนิค					
1. สัญญาณเสียงที่ออกอากาศมีความชัดเจน					
2. เสียงสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์มีความชัดเจน ไม่มีเสียงรบกวน					
3. ระดับเสียงขณะออกอากาศมีความสม่ำเสมอและชัดเจน					
ด้านช่วงเวลาในการออกอากาศและความยาวของรายการ					
1. ช่วงเวลาในการออกอากาศมีความเหมาะสม					
2. ความยาวของรายการมีความเหมาะสมกับรูปแบบรายการ					

ส่วนที่ 8 ท่านมีความคิดเห็นและมีแนวทางในการพัฒนาการนำเสนอรายการรัฐสภาของเราอย่างไรบ้าง

1. ด้านรูปแบบรายการ.....
.....
2. ด้านเนื้อหารายการ.....
.....
3. ด้านผู้ดำเนินรายการดี.เจ.....
.....
4. ด้านเทคนิคเกี่ยวกับสัญญาณเสียงที่ออกอากาศ.....
.....
5. ด้านการมีส่วนร่วมของผู้ฟังรายการ.....
.....
6. ด้านเนื้อหาสาระความรู้เกี่ยวกับรัฐสภา.....
.....
7. อื่นๆ (ระบุ).....
.....
.....

ขอขอบคุณทุกท่าน
รายการรัฐสภาของเรา
สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย กรมประชาสัมพันธ์
และสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร

ภาคผนวก 3

รายชื่อ สวท. ภูมิภาค จำนวน 50 สถานี ที่เข้าร่วม
โครงการผลิตรายการวิทยุท้องถิ่นรายการรัฐสภาของเรา
ประจำปีงบประมาณ 2556

รายชื่อ สวท. ภูมิภาค จำนวน 50 แห่ง ที่เข้าร่วมโครงการ
ผลิตรายการวิทยุท้องถิ่น “รายการรัฐสภาของเรา” ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2556

สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยในส่วนภูมิภาค เข้าร่วมโครงการ จำนวน 50 สถานี 44 จังหวัดทั่วประเทศ ดังนี้

สำนักงานประชาสัมพันธ์เขต 1 ขอนแก่น จำนวน 8 จังหวัด 9 สถานี คือ

- สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยจังหวัดกาฬสินธุ์
- สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยจังหวัดขอนแก่น
- สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยจังหวัดชัยภูมิ
- สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยจังหวัดมหาสารคาม
- สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยจังหวัดเลย
- สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยจังหวัดหนองคาย
- สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยอำเภอชุมแพ (ขอนแก่น)
- สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยจังหวัดบึงกาฬ
- สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยจังหวัดหนองบัวลำภู

สำนักงานประชาสัมพันธ์เขต 2 อุบลราชธานี จำนวน 7 จังหวัด 7 สถานี คือ

- สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยจังหวัดบุรีรัมย์
- สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยจังหวัดมุกดาหาร
- สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยจังหวัดร้อยเอ็ด
- สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยจังหวัดสุรินทร์
- สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยจังหวัดอำนาจเจริญ
- สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยจังหวัดศรีสะเกษ
- สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยจังหวัดยโสธร

สำนักงานประชาสัมพันธ์เขต 3 เชียงใหม่ จำนวน 8 จังหวัด 9 สถานี คือ

- สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยจังหวัดเชียงราย
- สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยจังหวัดน่าน
- สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยจังหวัดพะเยา
- สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยจังหวัดแพร่
- สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยจังหวัดแม่ฮ่องสอน
- สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยจังหวัดลำปาง
- สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยจังหวัดลำพูน
- สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยอำเภอฝาง (เชียงใหม่)
- สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยอำเภอแม่สะเรียง (แม่ฮ่องสอน)

สำนักงานประชาสัมพันธ์เขต 4 พิษณุโลก จำนวน 6 จังหวัด 7 สถานี คือ

สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยจังหวัดกำแพงเพชร
สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยจังหวัดตาก
สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยจังหวัดนครสวรรค์
สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยจังหวัดเพชรบูรณ์
สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยจังหวัดสุโขทัย
สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยจังหวัดอุตรดิตถ์
สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยอำเภอแม่สอด (ตาก)

สำนักงานประชาสัมพันธ์เขต 5 สุราษฎร์ธานี จำนวน 5 จังหวัด 7 สถานี คือ

สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยจังหวัดกระบี่
สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยจังหวัดชุมพร
สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยจังหวัดระนอง
สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยจังหวัดพังงา
สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยจังหวัดนครศรีธรรมราช
สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยอำเภอทุ่งสง (นครศรีธรรมราช)
สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยอำเภอตะกั่วป่า (พังงา)

สำนักงานประชาสัมพันธ์เขต 6 สงขลา จำนวน 5 จังหวัด 6 สถานี คือ

สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยจังหวัดตรัง
สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยจังหวัดปัตตานี
สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยจังหวัดสตูล
สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยจังหวัดพัทลุง
สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยอำเภอสุไหงโก-ลก (นราธิวาส)
สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยจังหวัดนราธิวาส

สำนักงานประชาสัมพันธ์เขต 7 จันทบุรี จำนวน 3 จังหวัด 3 สถานี คือ

สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยจังหวัดจันทบุรี
สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยจังหวัดชลบุรี
สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยจังหวัดตราด

สำนักงานประชาสัมพันธ์เขต 8 กาญจนบุรี จำนวน 2 จังหวัด 2 สถานี คือ

สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จังหวัดราชบุรี
สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยจังหวัดสุพรรณบุรี

ภาคผนวก 4

รายชื่อคณะผู้ศึกษาวิจัยของวิทยาลัยพาณิชยศาสตร์

มหาวิทยาลัยบูรพา

และคณะผู้ศึกษาวิจัยของ สวศ.สำนักงานกลาง

รายชื่อคณะผู้ศึกษาวิจัยของวิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บรรพต วิรุณราช หัวหน้าโครงการ
2. ดร.สุชนี เมธิโยธิน นักวิจัยอาวุโส
3. นางโสพิษา เกกิงเกียรติ นักวิจัย
4. นายธนวัฒน์ ตีกสันเทียะ ผู้ช่วยนักวิจัย

รายชื่อคณะผู้ศึกษาวิจัยร่วมจาก สวศ.สำนักงานกลาง

1. นายสวัสดิ์ มีแต่้ม นักวิจัยอาวุโส
2. นางสาวผกามาศ พิศเพ็ง ผู้ช่วยนักวิจัย
3. นายประธาน ก่ออำไพร ผู้ช่วยนักวิจัย
4. นายประจวบ หวันวิเศษ ผู้ช่วยนักวิจัย
5. นายวุฒิชชาติ ศรีนครา ผู้ช่วยผู้วิจัย



สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย
๒๓๖ ถ.วิภาวดีรังสิต แขวงดินแดง เขตดินแดง
กรุงเทพฯ ๑๐๔๐๐
โทรศัพท์ ๐-๒๒๗๗-๔๐๒๒, ๐-๒๒๗๗-๓๙๔๕