

ความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ต่อสื่อประชาสัมพันธ์โครงการปลูกป่าชายเลนเฉลิมพระเกียรติ ณ ตำบลท่าข้าม อำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา

SATISFACTION OF ROYAL THAI ARMY CHANNELLED 5 OFFICIALS TOWARD PUBLIC
RELATIONS MEDIA OF THE MANGROVE FOREST PLANTING PROJECT TO
HONOR HIS MAJESTY THE KING AT THAKHAM SUB-DISTRICT, BANGPRAKONG
DISTRICT, CHACHOENSAO PROVINCE

ปานิศา พรหมตรุษ

PANISA PROMTRUT

ACC NO. T 153785
DATE RECEIVED ๙.๗.๒๕๕๒
CALL NO.

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต

บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยคริสตุเมธิ

พ.ศ. 2552

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยคริสตุเมธิ

**SATISFACTION OF ROYAL THAI ARMY CHANNELLED 5 OFFICIALS TOWARD PUBLIC
RELATIONS MEDIA OF THE MANGROVE FOREST PLANTING PROJECT TO
HONOR HIS MAJESTY THE KING AT THAKHAM SUB-DISTRICT, BANGPRAKONG
DISTRICT, CHACHOENSAO PROVINCE**

PANISA PROMTRUT

**AN INDEPENDENT STUDY SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF THE
REQUIREMENTS FOR THE DEGREE OF MASTER OF COMMUNICATION ARTS**

**GRADUATE SCHOOL
SRIPATUM UNIVERSITY**

2009

ชื่อหัวข้อการค้นคว้าอิสระ ความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ต่อสื่อ
ประชาชนสัมพันธ์โครงการปลูกป่าเลนเหลินพระเกียรติ ตำบลท่าข้าม อำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา
นักศึกษา ปาณิชา พรหมตรุษ รหัสประจำตัว 50501341
หลักสูตร นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต
คณะ บัณฑิตวิทยาลัย
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ รองศาสตราจารย์ ดร. พฤทธิพย์ ดีสมโชค

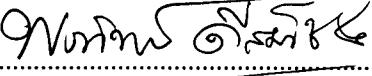
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีปทุม อนุมัติให้นับการค้นคว้าอิสระฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรนักบริโภคผู้นำอาชญากรรมและอาชญากรรมทางไซเบอร์



คณะบัณฑิตวิทยาลัย

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ

.....
.....ประธานกรรมการ
(ดร.วรัชญา ครุจิต)

.....กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ¹
(รองศาสตราจารย์ ดร.พฤทธิพย์ ดีสมโชค)

หัวข้อเรื่อง	ความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ต่อสื่อประชาสัมพันธ์โครงการปลูกป่าชายเลนเฉลิมพระเกียรติ ณ ตำบลท่าข้าม อำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา
นักศึกษา	นางสาวปาณิศา พرحمตุรุษ
อาจารย์ผู้ควบคุม	ดร.พรทิพย์ ดีสม โภค
ระดับการศึกษา	นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต
คณะวิชา	บัณฑิตวิทยาลัย
พ.ศ.	2552

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจกลุ่มตัวอย่างคือเจ้าหน้าที่สถานีวิทยุโทรทัศน์ กองทัพบกช่อง 5 เป็นเพศชายและเพศหญิง จำนวน 300 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ร้อยละ t-test และ ANOVA

ผลการวิจัย (1.) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ต่อสื่อประชาสัมพันธ์โครงการปลูกป่าชายเลนเฉลิมพระเกียรติ พบว่า ผู้เข้าร่วมกิจกรรมโครงการปลูกป่าชายเลนเฉลิมพระเกียรติมีความพึงพอใจกับสื่อเสียงตามสายมากที่สุด (2.) การเปรียบเทียบ ความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 พบว่า ผู้เข้าร่วมกิจกรรมโครงการปลูกป่าชายเลนเฉลิมพระเกียรติมีความพึงพอใจในการรับรู้ข่าวประชาสัมพันธ์จากเสียงตามสายอยู่ในระดับปานกลาง

การเปรียบเทียบความพึงพอใจ พบว่าลักษณะประชากรศาสตร์กับความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์เสียงตามสาย สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโทรทัศน์ มีความแตกต่างกันผู้เข้าร่วมกิจกรรมจะมีความพึงพอใจต่อสื่อเสียงตามสายมากที่สุด เปรียบเทียบความพึงพอใจจำแนกตามสถานภาพกับสื่อสิ่งพิมพ์ เปรียบเทียบความพึงพอใจจำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุดที่สำเร็จกับสื่อเสียงตามสาย เปรียบเทียบความพึงพอใจจำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุดที่สำเร็จกับสื่อสิ่งพิมพ์ เปรียบเทียบความพึงพอใจจำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุดที่สำเร็จกับสื่อโทรทัศน์ เปรียบเทียบความพึงพอใจจำแนกตามฝ่ายที่สังกัดกับสื่อเสียงตามสาย เปรียบเทียบความพึงพอใจจำแนกตามฝ่ายที่สังกัดกับสื่อโทรทัศน์ มีความแตกต่างกัน และเมื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจจำแนกตามสถานภาพสมรสกับสื่อเสียงตามสาย เปรียบเทียบความพึงพอใจจำแนกตามสถานภาพสื่อโทรทัศน์ และตามอายุกับเสียงตามสาย อายุกับสื่อโทรทัศน์ไม่มีความแตกต่างกัน

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์เรื่อง “ความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ที่เข้าร่วมกิจกรรมโครงการปลูกป่าชายเลนเฉลิมพระเกียรติ ณ ตำบลท่าข้าม อำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา” นี้ จะดำเนินการจัดทำด้วยคิด ขอทราบขอบพระคุณ ดร.พรพิพย์ ดีสมโชค อาจารย์ที่ปรึกษาสารพิพนธ์ และ ดร. วรัชญ์ ครุจิต ที่ให้คำปรึกษาชี้แนะแนวทาง และให้กำลังใจตลอดระยะเวลาในการเรียนปริญญาโทครั้งนี้ และตรวจแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ เพื่อให้การฝึกปฏิบัติเฉพาะบุคคลฉบับนี้สมบูรณ์ และขอทราบขอบพระคุณ อาจารย์ สุรีย์ ชิตะปรีชา พร้อมทั้งคณาจารย์ คณะนิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีปทุม ทุกท่านที่ได้ประสิทธิประสาทวิชาความรู้ทางวิชาการแก่ ข้าพเจ้า ตลอดระยะเวลาของการศึกษาหลักสูตรนิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต

ขอทราบขอบพระคุณ พันเอกสุเมธ พรหมตรุษ ที่ให้ความอนุเคราะห์การเรียนปริญญาโท ขอบคุณพี่ฯ น้องๆ ทุกคนที่เรียนมาด้วยกันและที่ ททบ.5 ที่ให้ความช่วยเหลือให้สารนิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จสมบูรณ์

ขอบทราบขอบพระคุณ อาจารย์รัชนีพร พุคยาภรณ์ พุกภาน อดีกรบเดิมมหาวิทยาลัย ศรีปทุมที่ให้ทุนการศึกษาแก่ ข้าพเจ้าและเป็นกำลังใจที่ดีที่สุดตลอดมาค่ะ

ปานิศา พรหมตรุษ

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	I
กิตติกรรมประกาศ	II
สารบัญ	III
สารบัญสารบัญตาราง	V
บทที่ 1 บทนำ	
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
ปัญหานำวิจัย	3
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
สมมุติฐานการวิจัย	3
ขอบเขตการวิจัย	4
กรอบแนวคิด	4
นิยามศัพท์เฉพาะ	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
บทที่ 2 แนวคิดทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์และสื่อประชาสัมพันธ์	6
แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับ	9
แนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎีความพึงพอใจ	14
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	16
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	
ประชากร / กลุ่มตัวอย่าง	18
วิธีการสุ่มตัวอย่าง	19
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	19
วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	20
การวิเคราะห์ข้อมูล	21
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์	22

สารบัญ (ต่อ)

บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล	
ส่วนที่ 1 ลักษณะประชากรของผู้เข้าร่วมกิจกรรม	23
ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์สื่อเสียงตามสาย	28
ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์สื่อสิ่งพิมพ์	30
ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์โทรศัพท์	32
ส่วนที่ 5 การทดสอบสมมุติฐาน	33
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ	
สรุปผลการวิจัย	40
อภิปรายผล	41
ข้อเสนอแนะ	42
บรรณานุกรม	43
ภาคผนวก	44
ประวัติสถานีวิทยุโทรศัพท์กองทัพบกช่อง 5	45
แบบสอบถาม	50
ประวัติผู้วิจัย	54

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ	25
ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพสมรส	25
ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ	26
ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามวุฒิการศึกษาสูงสุด	26
ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามฝ่ายที่สังกัด	27
ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ	27
ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความถี่ในการเปิดรับสื่อ	28
ตารางที่ 8 แสดงจำนวนพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์	29
ตารางที่ 9 แสดงจำนวนความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์เสียงตามสาย	29
ตารางที่ 10 แสดงจำนวนความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์สิ่งพิมพ์	31
ตารางที่ 11 แสดงจำนวนความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์โทรทัศน์	33
ตารางที่ 12 แสดงค่าเปรียบเทียบระหว่างทางประชาราศาสตร์กับความพึงพอใจต่อสื่อ	34
เสียงตามสาย	
ตารางที่ 13 แสดงค่าเปรียบเทียบความพึงพอใจตามสถานภาพกับสื่อเสียงตามสาย	34
ตารางที่ 14 แสดงค่าเปรียบเทียบความพึงพอใจตามสถานภาพกับสื่อสิ่งพิมพ์	35
ตารางที่ 15 แสดงค่าเปรียบเทียบความพึงพอใจตามสถานภาพกับสื่อโทรทัศน์	35
ตารางที่ 16 แสดงค่าเปรียบเทียบความพึงพอใจตามอายุกับสื่อเสียงตามสาย	36
ตารางที่ 17 แสดงค่าเปรียบเทียบความพึงพอใจตามอายุกับสื่อสิ่งพิมพ์	36
ตารางที่ 18 แสดงค่าเปรียบเทียบความพึงพอใจตามอายุกับสื่อโทรทัศน์	36
ตารางที่ 19 แสดงค่าเปรียบเทียบความพึงพอใจจำแนกตามการศึกษาสูงสุดกับสื่อเสียงตามสาย	37
ตารางที่ 20 แสดงค่าเปรียบเทียบความพึงพอใจตามระดับการศึกษาสูงสุดกับสื่อสิ่งพิมพ์	37
ตารางที่ 21 แสดงค่าเปรียบเทียบความพึงพอใจตามระดับการศึกษาสูงสุดกับสื่อโทรทัศน์	38
ตารางที่ 22 แสดงค่าเปรียบเทียบความพึงพอใจตามฝ่ายที่สังกัดกับสื่อเสียงตามสาย	38
ตารางที่ 23 แสดงค่าเปรียบเทียบความพึงพอใจตามฝ่ายที่สังกัดกับสื่อสิ่งพิมพ์	39
ตารางที่ 24 แสดงค่าเปรียบเทียบความพึงพอใจตามฝ่ายที่สังกัดกับสื่อโทรทัศน์	39

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญและความเป็นมาของปัญหา

การประชาสัมพันธ์ เป็นการปฏิบัติทุกวิถีทางอย่างมีแผนการต่อประชาชนหรือกลุ่มไดก่อนหนึ่ง เพื่อให้กลุ่มนั้นมีความรู้ ความเข้าใจในเรื่องราวและก่อให้เกิดความสัมพันธ์อันดีต่อกันในที่สุด ซึ่งเป็นคำที่ใช้กันอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน เพราะงานประชาสัมพันธ์กำลังเป็นที่ได้รับความสนใจด้วยเหตุที่เป็นงานที่ช่วยสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างองค์กรกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องกับองค์กรนั้นา มนุษย์เราทุกคนต้องมีการสื่อสาร เพราะมนุษย์ไม่สามารถอยู่คนเดียวได้ในสังคม จึงต้องมีการสื่อสาร ถ้าไม่มีการสื่อสารกันไม่มีการพูดจา กัน อยู่นั่งเฉย หรือไม่แสดงกริยาอะไรออกมาเลย ไม่มีการติดต่อสร้างความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันจะเกิดการสื่อสารขึ้นไม่ได้เลยและมีคำจำกัดความของการประชาสัมพันธ์ว่า เป็นการประชาสัมพันธ์ได้แก่ การแข่งขันสถานการณ์ การกระทำหรือคำพูดที่สามารถจูงใจหรือซักชวนให้ประชาชนเห็นด้วยหรือประسانความร่วมมือในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง โดยที่มีการวางแผนไว้ก่อนแล้วเพื่อให้การสื่อสารการประชาสัมพันธ์สัมฤทธิ์ผล ได้ด้วยดีผู้รับสารต้องตอบสนองด้วยการตอบกลับโดยการเข้าร่วมกิจกรรมด้วย การประชาสัมพันธ์สามารถทำได้หลายวิธี มีทั้งแบบให้ประชาชนผู้รับสาร ได้รับข่าวสารแล้วเข้าร่วมกิจกรรมด้วย และได้รับข่าวสารและรับทราบและปฏิบัติตาม ให้ความร่วมมือสนับสนุน โดยการใช้สื่อต่างๆ ในการประชาสัมพันธ์ หรือจัดกิจกรรมขึ้น ถ้าประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อก็มี ทีวี วิทยุ อินเตอร์เน็ต สื่อบุคคล สื่อสื่อยางตามสายนิตยสาร หนังสือพิมพ์ ป้ายโฆษณา โปสเตอร์ การจัดกิจกรรมจะเป็นการลงพื้นที่เข้าหากลุ่มเป้าหมาย โดยการให้กลุ่มเป้าหมายได้มีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์ด้วย ใน การประชาสัมพันธ์จะให้สัมฤทธิ์ผล ได้ก็ต้องใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยและใช้วิธีโน้มน้าวซักจุ่งใจให้กลุ่มเป้าหมายได้มีการตอบสนองกลับมา โดยการวางแผนการประชาสัมพันธ์นี้เพื่อให้เกิดอิทธิพลต่อกลุ่มประชาชนนั้นา และเป็นการติดต่อสื่อสารระหว่างสถาบัน องค์กรกับประชาชน หรือกลุ่มเป้าหมาย เพื่อส่งเสริมความเข้าใจอันดีและถูกต้อง เพื่อสร้าง ความเชื่อถือศรัทธา และจำเป็นต้องมีการรับฟังความคิดเห็นซึ่งกันและกันเพื่อนำไปปฏิบัติอย่างต่อเนื่องเพื่อให้เกิดการยอมรับและให้เกิดความร่วมมือสนับสนุนจากกลุ่มเป้าหมายในที่สุด

การทำโครงการปฏิบัติการเคลื่อนพระเกียรติขึ้นในแต่ละครั้งนี้ เพื่อเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ให้กับสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ให้ประชาชนทั่วไปได้รับทราบ ซึ่งเป็นนโยบายของ ทบ.

โดยการร่วมมือกับภาครัฐและภาคเอกชน บริษัทผู้จัดรายการและประชาชน ดาวา นักแสดง แม่บ้าน ทหารบก และให้จังหวัดที่ติดชายทะเลและพื้นที่ใกล้เคียงได้เข้าร่วมกิจกรรมด้วย พร้อมกันทุกพื้นที่ รวม 24 จังหวัด

การปลูกป่าชายเลนของ ตำบลท่าข้าม อำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา นี้ เพื่อต้องการฟื้นฟูทรัพยากรป่าชายเลน และทรัพยากรธรรมชาติและพื้นที่อนุรักษ์ซึ่งเป็นของคนทั้งประเทศ และเป็นสมบัติของชาติที่ทุกคนเป็นเจ้าของ การเข้าไปใช้ประโยชน์ต้องเป็นไปเพื่อส่วนรวม เพื่อความยั่งยืน ของทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมการ นำเอาสิ่งอำนวยความสะดวกท่องเที่ยวโดยปราศจากการวางแผนรับมือที่ดีเป็นผลเสียและทำลายแหล่งทรัพยากรธรรมชาติที่สมบูรณ์ของประเทศไทย ทั้งแหล่งน้ำ ป่าไม้และทุ่งหญ้าที่ เป็นที่อยู่อาศัยของสัตว์ได้ลดจำนวนลงอย่างรวดเร็วสิ่งแวดล้อมให้มีสภาพที่ดีขึ้นให้กับประชาชนที่อยู่ บริเวณนี้ และการที่ผู้วิจัยเลือกการปลูกป่าที่ เกาะกลางน้ำแม่น้ำบางปะกง ตำบลท่าข้าม อำเภอ บางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา นี้ เพราะเป็นการประชาสัมพันธ์ในช่วงระยะเวลาที่ประชาชนมีความสนใจมากกว่าครึ่งต่อ ๆ

การประชาสัมพันธ์ในเรื่องโครงการปลูกป่าถาวรสอดคลุมพระเกียรติ ของททบ.5 ก็เป็นการสื่อสาร อย่างหนึ่งที่จะสร้างความสัมพันธ์อันดี ระหว่างองค์กร ททบ.5 กับ ประชาชน โดยการโน้มน้าวใจให้ ประชาชนมาร่วมกิจกรรมโครงการปลูกป่าถาวรสอดคลุมพระเกียรติ ซึ่งประโยชน์ที่จะได้รับก็ได้รับกับ ประชาชนเองและเป็นการช่วยลดภาวะโลกร้อน เพราะว่าการปลูกป่าชายเลนมีประโยชน์มากและมี ความสำคัญเป็นอย่างยิ่งในการอนุรักษ์แหล่งพลังงาน ช่วยป้องกันแนวชายฝั่งทะเลเมื่อคลื่นซัดเข้าฝั่ง น้ำไม่ไปผลิตเป็นเชื้อเพลิง เป็นแหล่งที่อยู่อาศัยของสัตว์น้ำ ในการเป็นการสร้างภาพลักษณ์ให้กับ ททบ.5 การประชาสัมพันธ์ก็ต้องมีการสื่อสารให้ข่าวสารให้กับประชาชนได้รับทราบว่า ทางททบ.5 กำลังจะมีโครงการปลูกป่าขึ้นที่ ตำบลท่าข้าม อำเภอ บางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา ทางททบ.5 จึงต้อง วางแผนการประชาสัมพันธ์เพื่อให้การประชาสัมพันธ์โครงการนี้สัมฤทธิ์ผล และให้ประชาชนมีส่วน ร่วมในกิจกรรมโครงการปลูกป่าถาวรสอดคลุมพระเกียรติ โดยการประชาสัมพันธ์ด้วยต้องใช้เครื่องมือ คือ สื่อเสียงตามสายกีจจะใช้ภายในองค์กรสื่อโทรทัศน์จะประชาสัมพันธ์ทางโทรทัศน์ให้ประชาชนได้รับ ทราบข้อมูลข่าวสาร โดยที่ไม่ต้องเดินทางมารับทราบข้อมูลอยู่ที่บ้านกีสามารถรับข้อมูลได้ สื่อสิ่งพิมพ์ ก็ จะเป็นในรูปแบบของหนังสือเวียนทราบภายในองค์กร การติดข่าวสารรายในลิฟต์ ททบ.5

จากเหตุผลข้างต้นทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมที่มี ต่อการรับทราบข้อมูลข่าวสารผ่านทาง สื่อโทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์และเสียงตามสาย ในรูปแบบการ สื่อสารการเผยแพร่ข้อมูลประชาสัมพันธ์ ที่สามารถครอบคลุมพื้นที่กลุ่มเป้าหมายได้รับข่าวสาร

ปัญหาการนำการวิจัย

1. ความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมต่อสื่อประชาสัมพันธ์โครงการปลูกป่าชาวเณลินพระเกียรติเป็นอย่างไร
2. ความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมต่อสื่อประชาสัมพันธ์สื่อ สิ่งพิมพ์ เสียงตามสาย โทรทัศน์ เป็นอย่างไร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมที่เป็นเจ้าหน้าที่สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ต่อสื่อประชาสัมพันธ์โครงการปลูกป่าชาวเณลินพระเกียรติ
2. เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมที่เป็นเจ้าหน้าที่สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ต่อสื่อประชาสัมพันธ์โครงการปลูกป่าชายเลนเณลินพระเกียรติทางสื่อ สิ่งพิมพ์ เสียงตามสาย โทรทัศน์

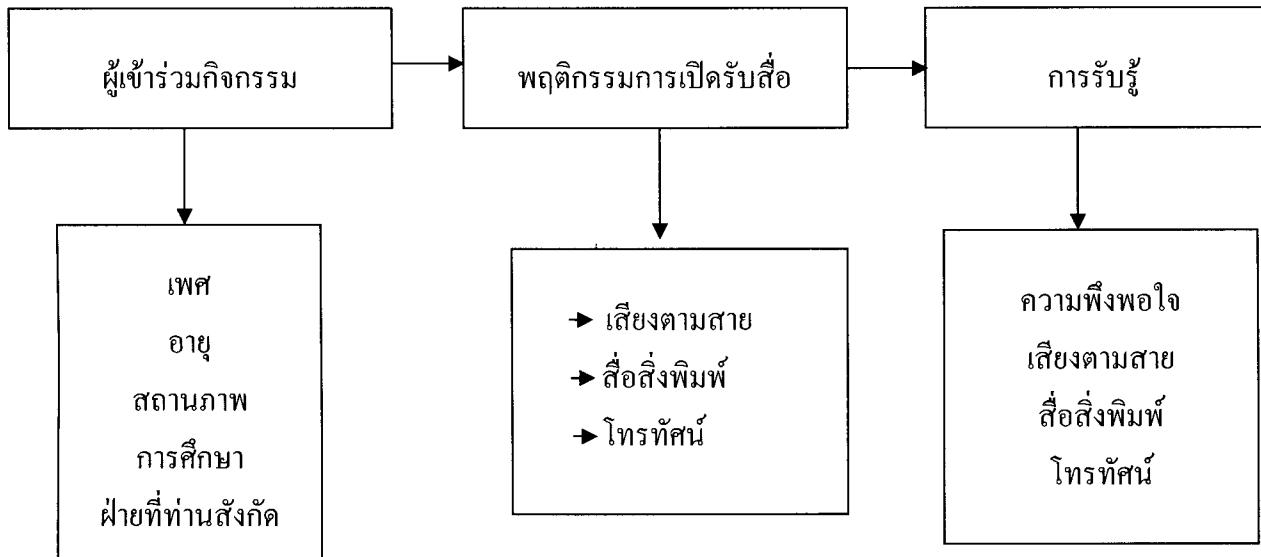
สมมุติฐานของการวิจัย

1. ผู้เข้าร่วมกิจกรรมที่มีลักษณะประชากรต่างกัน มีความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของโครงการปลูกป่าชาวเณลินพระเกียรติแตกต่างกัน
2. ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ทางสื่อสิ่งพิมพ์ เสียงตามสาย โทรทัศน์ ตามสถานภาพของบุคคลแตกต่างกันของเขตการวิจัย

ขอบเขตการวิจัย

1. ด้านเนื้อหา การวิจัยครั้งนี้มีขอบเขตด้านเนื้อหาในการศึกษา คือ ศึกษาระดับความพึงพอใจในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารผ่านทางสื่อสิ่งพิมพ์ เสียงตามสาย โทรทัศน์ โดยศึกษาความพึงพอใจในประเภทของข้อมูลในการรับสื่อของผู้เข้าร่วมกิจกรรม
2. ด้านประชากร ศึกษาผู้เข้าร่วมกิจกรรมที่เป็นเจ้าหน้าที่สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 โดยไม่จำกัด เพศ อายุ สถานภาพ วุฒิการศึกษา ฝ่าย

กรอบแนวคิด



นิยามศัพท์เฉพาะ

ความพึงพอใจ หมายถึง ระดับความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมกิจกรรมที่เป็นเจ้าหน้าที่สถานีวิทยุ โทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ต่อโครงการปลูกป่าชายเลนเฉลิมพระเกียรติ ต่อสื่อประชาสัมพันธ์ เสียงตามสาย สื่อสิ่งพิมพ์ โทรทัศน์

สื่อประชาสัมพันธ์ หมายถึง สื่อเสียงตามสาย สื่อสิ่งพิมพ์ โทรทัศน์ ที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ โครงการปลูกป่าชายเลนเฉลิมพระเกียรติของสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5

สื่อสิ่งพิมพ์ หมายถึง หนังสือเวียนทราบ บอร์ดประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร

สื่อเสียงตามสาย หมายถึง เป็นเครื่องมือการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ที่เก่าแก่ มีใช้กันมาตั้งแต่โบราณเป็นสื่อที่ใช้สะควร รวดเร็ว และประหยัด สื่อบุคคลและสื่อคำพูด เป็นสื่อที่ต้องใช้ความคุ้นเคยอยู่เสมอซึ่งในขณะที่ต้องใช้คำพูดเป็นเครื่องมือ ในการสื่อสารประชาสัมพันธ์ต้องอาศัยบุคคล

เป็นผู้ส่งสาร ตามหลักการติดต่อสื่อสารนั้น ณ ที่นี่ คือเดียวกันตามสายตามอาคารต่างๆ ที่ทางแผนกประชาสัมพันธ์ได้ประกาศให้เจ้าหน้าที่สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ทราบ

สื่อโทรทัศน์ หมายถึง ภาพยินต์โฆษณาที่ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 จัดทำขึ้น เพื่อประชาสัมพันธ์โครงการปลูกป่าชายเลนเคลื่อนพระเกียรติ

พฤติกรรมการเปิดรับ หมายถึง ผู้เข้าร่วมกิจกรรมที่เป็นเจ้าหน้าที่สถานีวิทยุโทรทัศน์ กองทัพบกช่อง 5 ได้รับข่าวสารผ่านสื่อเสียงตามสาย สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโทรทัศน์ ความถี่ในการเปิดรับ และปริมาณความถี่ที่รับจากสื่อประชาสัมพันธ์โครงการปลูกป่าชายเลนเคลื่อนพระเกียรติ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผลการวิจัยจะสามารถนำไปเป็นข้อมูลอ้างอิงในการวางแผนการประชาสัมพันธ์และพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์แต่ละประเภท ของ ททบ.5

2.สามารถนำข้อมูลไปปรับปรุงและเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของ ททบ.5 ให้มีประสิทธิภาพต่อไปและทำให้สามารถเลือกสื่อให้ตรงตามกลุ่มเป้าหมาย

3. ผลการศึกษาจะใช้เป็นแนวทางให้องค์กรอื่น ๆ นำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ในองค์กร เพื่อให้สัมฤทธิ์ผล ได้ตามเป้าหมาย

บทที่2

แนวคิด ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยเรื่อง “ความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมต่อสื่อประชาสัมพันธ์โครงการปลูกป่าชาวเณลินพระเกียรติ” ผู้วิจัยได้นำแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาสนับสนุนในการวิจัยครั้งนี้ โดยแยกเป็นหัวข้อต่อเนื่องกันไป

1. แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์และสื่อประชาสัมพันธ์
2. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับ
3. แนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎีความพึงพอใจ
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์ คือ การติดต่อสื่อสารและการสื่อความหมายทางด้านความคิดเห็นจากองค์กรสถาบันไปสู่กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งรับฟังความคิดเห็นและประชามติที่ประชาชนมีต่อองค์กรสถาบันด้วยความพยายามอย่างจริงใจ โดยนุ่งที่จะสร้างผลประโยชน์ร่วมกันและช่วยให้สถาบันสามารถปรับตัวเองให้สอดคล้องกับกลุ่มคน ดังนี้การประชาสัมพันธ์จึงถูกนำมาใช้ในลักษณะความหมาย 2 ประการคือ

1. การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรสถาบันกับกลุ่มประชาชน
2. วิธีการท่องค์กรสถาบันใช้เพื่อสร้างความสัมพันธ์คุณภาพและสถาบันภาพแห่ง

ความสัมพันธ์นี้ ฯ (วิรช ลภิรัตนกุล, 2549, หน้า 15)

สื่อประชาสัมพันธ์ ประเภทของสื่อประชาสัมพันธ์ มีนักวิชาการได้กล่าวไว้วัดนี้

สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์มีบทบาทในการนำสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสารซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. Controlled Media คือ สื่อที่นักประชาสัมพันธ์จัดทำขึ้นเองทั้งในด้านเนื้อหาวิธีการรูปแบบ การผลิต รวมทั้งวิธีการดำเนินการเผยแพร่ไปสู่ประชาชนกลุ่มเป้าหมาย การใช้สื่อประเภทนี้นักประชาสัมพันธ์สามารถเจาะจงประชาชนกลุ่มเป้าหมายได้เป็นกุญแจ ฯ สื่อเหล่านี้ได้แก่ สิ่งพิมพ์ ภาพและเสียง การจัดเหตุการณ์พิเศษ การโฆษณาเพื่อการประชาสัมพันธ์

2. Mass Media กือสื่อที่นักประชาสัมพันธ์สามารถใช้เผยแพร่ข่าวสารไปยังผู้รับซึ่งเป็นประชาชนจำนวนมาก หรือที่เรียกว่ามวลชน ประชาชนเหล่านี้อยู่กันกระจัดกระจายในที่ต่างๆ กัน แต่ด้วยพัฒนาการทางด้านเทคโนโลยีการสื่อสาร จึงทำให้สามารถใช้สื่อประเภทนี้ถ่ายทอดข่าวสารการประชาสัมพันธ์ไปสู่คนจำนวนมากได้ในเวลาเดียวกันหรือใกล้เคียงกันอย่างรวดเร็ว สื่อมวลชนเหล่านี้ ได้แก่ วิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และภาพนิ่ง นักประชาสัมพันธ์จะต้องระลึกอยู่เสมอว่าองค์การหรือสถาบันไม่ได้เป็นเจ้าของสื่อเหล่านี้ และในขณะเดียวกันองค์การหรือนักประชาสัมพันธ์ก็ไม่มีอำนาจในการควบคุมหรือไม่มีอำนาจในการบังคับให้สื่อเหล่านี้เสนอข่าวสารให้ และในขณะเดียวกันองค์การหรือนักประชาสัมพันธ์ก็ไม่มีอำนาจในการควบคุมหรือไม่มีอำนาจในการบังคับให้สื่อเหล่านี้เสนอข่าวสารให้แก่องค์การได้ การที่สื่อมวลชนจะเสนอข่าวให้หรือไม่ สั้นหรือยาว หากหรือน้อย องค์การไม่สามารถไปบังคับได้ขึ้นอยู่กับสื่อมวลชนจะเป็นผู้พิจารณาคัดเลือก และการเผยแพร่ก็เป็นการมุ่งไปสู่มวลชนทั่วไป จะไม่มุ่งเผยแพร่เฉพาะเจาะจงประชาชนกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง เท่านั้น เพราะฉะนั้นการเผยแพร่ข่าวสารในเรื่องใดก็ตามที่มุ่งถึงประชาชนเฉพาะกลุ่มจึงไม่เหมาะสมที่จะเลือกใช้สื่อประเภทนี้ จะใช้ได้เฉพาะเรื่องที่มีวัตถุประสงค์ต้องการมุ่งเผยแพร่ให้ประชาชนเพื่อได้รับทราบ (ลักษณ statsuthin,2542,หน้า104-105)

คุณสมบัติของสื่อในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย

สื่อแต่ละชนิดมีคุณสมบัติที่แตกต่างกันในความสามารถถ่ายทอดข่าวสารเพื่อการปฏิบัติงาน ประชาสัมพันธ์ ผู้ปฏิบัติงานควรจัดแบ่งกลุ่มเป้าหมายของตนออกเป็น 2 ประเภทคือ

1. ประชาชนกลุ่มเป้าหมายภายในองค์การ ได้แก่ กลุ่มคนที่มีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับองค์การ
2. ประชาชนกลุ่มเป้าหมายภายนอกองค์การ ได้แก่ กลุ่มคนที่ไม่มีความสัมพันธ์กับองค์การโดยตรง

การใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์

เมื่อพูดถึงสื่อในการประชาสัมพันธ์แล้ว หลายคนจะคิดถึงแต่สื่อสารมวลชนที่เราคุ้นเคย อันได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ป้ายโฆษณา หรือสื่อภายนอก อาคารสถานที่ เท่านั้น หรือคนที่มองกล้องไปกว่านั้นก็อาจจะมองเอกสารหรือสิ่งพิมพ์ต่างๆ เป็นสื่อการประชาสัมพันธ์ได้ เช่น ใบปิด แผ่นพับ ใบปลิว เอกสาร ใบราชโองการ เป็นต้น แต่กรณีนี้ก็ยังไม่อาจกล่าวได้ว่าเป็นการมองสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ได้อย่างครบถ้วน

การมองสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ให้ครบถ้วนนั้น ควรจะนิยามสื่อว่า “เครื่องมือที่ใช้ในการกระจายข้อมูลข่าวสารที่ก่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจที่จะนำไปสู่ภาพจนที่ดี” หากมองเห็นนั้นแล้วก็ จะเห็นได้ว่า สื่อประชาสัมพันธ์มีทั้งสิ่งที่เป็นสื่อมวลชน และที่ไม่ใช่สื่อมวลชน เพราะว่าสิ่งที่ไม่ใช่ สื่อมวลชนนั้นก็สามารถสื่อข่าวสารได้ สามารถสร้างภาพจนได้หากจะประมวลเป็นหมวดหมู่แล้ว สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์จะมีดังนี้ 1. สื่อสารมวลชน 2. สื่อมวลชนสัมพันธ์ 3. สื่อสิ่งพิมพ์พิเศษ 4. สื่อกิจกรรมพิเศษ 5. สื่อบุคคล 6. สื่อสิ่งของ 7. สื่ออิเล็กทรอนิกส์ 8. สื่อพื้นบ้าน 9. ศูนย์กิจกรรม 10. สื่อโสตทัศนูปกรณ์ความถี่ที่เราจะใช้สื่อประเภทใดก็ตาม วัตถุประสงค์ในการใช้สื่อจะมีดังนี้ 1. การเข้าถึงเราต้องเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายให้ได้มากที่สุด 2. ความถี่ เราจะต้องเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายด้วย ความถี่ที่เหมาะสม มีจำนวนมากครึ่งพอที่จะก่อให้เกิดความสัมฤทธิ์ทางการสื่อสาร ได้ 3. ความสัมฤทธิ์ เมื่อเราได้ใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์เราต้องบรรลุวัตถุประสงค์ที่วางไว้ ไม่ว่าจะเป็นการรับรู้ความ เข้าใจ การยอมรับ หรือ ความพร้อม ความยินดีที่จะทำตามข้อแนะนำหรือการซักชวนใดๆ 4. ความ ต่อเนื่อง คือการศึกษาประชาสัมพันธ์ที่มีความต่อเนื่องในระยะเวลาที่เหมาะสม และเพียงพอที่จะ ก่อให้เกิดผลสัมฤทธิ์ทางการสื่อสาร วิธีที่ใช้เป็นการทำงานแบบไฟฟ้าเม้มfangเพียงเพื่อให้ได้ชื่อว่าได้ทำ แล้ว

ในการดำเนินการวางแผนใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ เราควรจะมีขั้นตอนและข้อพิจารณา ดังนี้

- ศึกษางานการประชาสัมพันธ์ให้รู้ว่ากลุ่มเป้าหมายเป็นใคร วัตถุประสงค์ของการ ประชาสัมพันธ์ครั้งนี้คืออะไร ข้อความที่จะต้องสื่อออกไปคืออะไร ยุทธิ์วิธีของการสร้างสื่อในการ ประชาสัมพันธ์ข้อความเหล่านั้นเหมาะสมกับสื่อประเภทใด 2. คุณข้อจำกัดของงบประมาณ 3. เลือกสื่อที่ เหมาะสมสอดคล้องกับเป้าหมายของข้อมูลข่าวสารที่ต้องการสื่อออกไป 4. เลือกสื่อที่เข้าถึง กลุ่มเป้าหมายให้ได้มากที่สุด 5. เลือกสื่อที่สามารถควบคุมได้มากที่สุด เพื่อให้ได้ข้อความที่เรา ต้องการสื่อออกไป มีความถูกต้องและครบถ้วน 6. สร้างความน่าสนใจให้สื่อมวลชน เพื่อให้มีการ เผยแพร่สิ่งที่เราทำต่อเนื่อง เป็นการขยายผลให้กว้างขวางมากขึ้น 7. เปรียบเทียบค่าใช้จ่ายในการใช้สื่อ แต่ละชนิดเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการใช้งบประมาณ 8. พิจารณาทั้งสื่อมวลชน และครื่องมือการ ประชาสัมพันธ์ที่ไม่ใช่สื่อมวลชน เพื่อจะได้พิจารณาสื่อที่เหมาะสมอย่างครบถ้วน ไม่มองข้ามเครื่องมือ การประชาสัมพันธ์ที่ไม่ใช่สื่อมวลชน 9. พิจารณาพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายในการบริโภคสื่อ เพื่อให้ การใช้สื่อนั้นสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายและเป็นที่น่าสนใจของกลุ่มเป้าหมายอย่างแท้จริง 10. พยายามสร้างความถี่ที่เหมาะสม อย่าให้น้อยเกินไปจนไม่เกิดความสัมฤทธิ์ และอย่าให้มากเกินไปจน เกิดความเบื่อหน่ายรำคาญ แต่อย่างไรก็ตามต้องยึดถือหลักว่า “ความคุ้นเคยก่อให้เกิดความชื่นชอบ”

ดังนั้นค้าทำให้เรื่องราวทางองค์กรหรือสินค้าขององค์กรเป็นที่คุ้นเคยของกลุ่มเป้าหมาย ความชื่นชอบจะเกิดขึ้นได้จากความคุ้นเคย (เสรี วงศ์วนา, หน้า 28-31)

แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์

การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ มีหลักต่างๆ ซึ่งนักวิชาการได้กล่าวไว้ดังนี้ การเลือกเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของผู้รับสารยอมแตกต่างกันไปตามความต้องการจากตัวบุคคลและปัจจัยภายนอก โดยทั่วไปผู้รับสารมักเปิดรับสื่อด้วยเหตุผล 5 ประการ ดังนี้

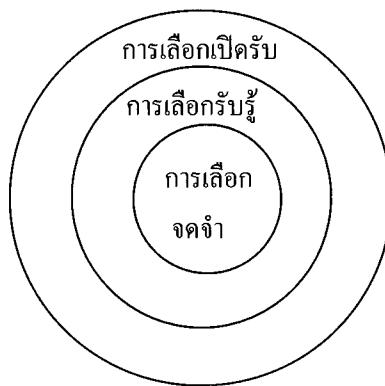
1. เลือกสื่อที่สามารถจัดหามาได้ คือ สื่อที่จะเปิดรับ โดยผู้รับสารนั้นจะต้องไม่ใช้สื่อทำหายากนัก
2. เลือกสื่อที่สอดคล้องกับความรู้ ความนิยม ความเชื่อและทัศนคติของคน
3. เลือกสื่อที่ค้นพบว่า ในปัจจุบันมีสื่อที่สามารถเปิดรับข่าวสาร ได้จำนวนมากหลายชนิด ผู้รับสารจะไม่เปิดรับสารจากสื่อทุกสื่อ แต่จะเลือกเฉพาะที่ตนเองสนใจในการจัดหามาเป็นหลัก
4. เลือกสื่อตามความเคยชิน ปกติจะมีผู้รับสารกลุ่มนี้ที่จะไม่ค่อยเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการรับข่าวสารของคน ถึงแม้จะมีสื่อใหม่มากก็ตาม
5. ลักษณะเฉพาะของสื่อ คุณลักษณะของสื่อเอง เช่น มีภาพ มีแสง หรือมีเทคนิคใหม่ๆ ที่อาจสร้างความสนใจแก่ผู้รับสารได้

นอกจากนี้ นักวิชาการโดยทั่วไป ได้กล่าวไว้ว่า การประชาสัมพันธ์การส่งข่าวสาร การให้การศึกษา ย่อมต้องอาศัยสื่อ (Media) เป็นเครื่องช่วยในการประชาสัมพันธ์การส่งข่าวสาร และการให้การศึกษานั้นๆ ก็ต้องอาศัยสื่อ เป็นการยังผลให้ผู้ประชาสัมพันธ์ผู้สื่อข้อมูล หรือเนื้อหาไปยังผู้รับเกิดความเข้าใจอย่างชัดเจนอย่างถูกต้อง รวดเร็ว แต่การจะใช้อะไร อย่างไร จึงจะบังเกิดผลความต้องการนั้นไม่ใช่เรื่องง่าย ๆ เราต้องทำความเข้าใจกันสื่อเหล่านี้ให้ดีเสียก่อน เราจำเป็นต้องเรียนรู้ถึงธรรมชาติและหน้าที่ของแต่ละชนิดซึ่งแตกต่างกัน เป็นเรื่องลำบากที่จะต้องเลือกใช้สื่อที่ถูกต้อง และได้รับผลตามต้องการนอกจากนี้ เราต้องรู้จักพิจารณา เพื่อการวางแผนการใช้สื่อให้เหมาะสมอีกด้วย โดยเราต้องคำนึงถึงส่วนประกอบอื่นๆ เช่น เราพอจะหาสื่ออะไรมาใช้ได้บ้าง ผู้รับมีข้อขึ้นความสามารถที่จะรับข่าว และเข้าใจว่าสารได้แค่ไหน สื่ออย่างไรจะให้ผล ได้ดีกว่ากันประกอบกับความยากในการดำเนินการประชาสัมพันธ์ อยู่ที่ว่าเราจะเผยแพร่เรื่องใด “สื่อ” อย่างไรจะจะเหมาะสม สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายระดับต่างๆ ได้อย่างได้ผล (อนันต์ธนา อังกินันท์, 2535, หน้า 4, อ้างถึงใน มนกต จุลรัตน์, 2549, หน้า 22)

การเลือกสรรของผู้รับข่าวสาร

แนวคิดเกี่ยวกับการเลือกสรรของผู้รับสาร (selective processes of audiences) กระบวนการเลือกสรรของผู้รับสารเป็นปัจจัยหนึ่งในการกำหนดประสิทธิผลและ ความล้มเหลวของการสื่อสาร เนื่องจากผู้รับสารแต่ละคนจะมีกระบวนการเลือกสรรข่าวสาร ข้อมูลที่แตกต่างกันไปตามประสบการณ์ ความเชื่อ ทัศนคติ ค่านิยม วัฒนธรรม ฯลฯ ซึ่งไม่เหมือนกัน

กระบวนการเลือกสรรทำหน้าที่เสมือนเครื่องกรอง (filters) ในกระบวนการรับรู้ของมนุษย์



จากภาพที่ 9.2 แสดงให้เห็นว่ากระบวนการเลือกสรรของผู้รับสารประกอบด้วย

1. การเลือกปฏิรับหรือเลือกสนใจ (selective exposure or selective attention) หมายถึง แนวโน้มที่ผู้รับสารจะเลือกสนใจหรือเลือกปฏิรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อมวลชนประเภทหนึ่งประเภทใด ซึ่งขึ้นอยู่กับปัจจัยต่างๆ เช่น ทัศนคติของผู้รับสาร โดยปกติผู้รับสารมักแสวงหาข่าวสารซึ่ง สอดคล้องหรือสนับสนุนทัศนคติที่มีอยู่ และหลีกเลี่องการรับข่าวสารข้อมูลซึ่งไม่สอดคล้องกับทัศนคติ หรือความรู้ความเข้าใจเดิมที่มีอยู่ นอกจากทัศนคติแล้วยังมีปัจจัยอื่นๆ อีก เช่น ภูมิหลัง ประสบการณ์ ความเชื่อ ค่านิยม ศาสนา ประเพณีวัฒนธรรม ฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมเป็นต้น

2. การเลือกรับรู้ หรือการเลือกแปลความหมาย (selective perception or selective interpretation) เมื่อผู้รับสารปฏิรับข้อมูลข่าวสารตามที่สนใจแล้ว ข้อมูลข่าวสารนั้นก็จะผ่านตัวกรองชั้นที่สอง คือการเลือกแปลความหมายของสารที่ได้รับเพื่อให้เข้าใจเนื้อหาสาระของข่าวสารข้อมูลนั้น ในกระบวนการแปลความหมายนี้ผู้รับสารจะใช้ความรู้ ประสบการณ์ ทัศนคติ ความเชื่อ ค่านิยม ความคาดหวัง สภาพอารมณ์ความรู้สึก ฯลฯ เป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความหมายสำหรับตนเอง ดังนั้น

ความหมายของสารจาก การรับรู้ หรือการแปลความหมายของผู้รับสารอาจคลาดเคลื่ง หรือแตกต่างจากความหมายของผู้ส่งสาร ได้

3. การเลือกจดจำ (selective retention) หมายถึง แนวโน้มในการเลือกจดจำข่าวสารในส่วนที่สอดคล้องกับความสนใจ ความต้องการ ทัศนคติ ความคาดหวัง ฯลฯ ของผู้รับสารดังนั้น สารที่ผู้ส่งสารส่งมาจึงไม่ได้อยู่ในความทรงจำของผู้รับสารทั้งหมด

สรุปข้อมูลข่าวสารจากสื่อมวลชนไม่ได้มีอิทธิพลโดยตรงอย่างมากตามหลักการสื่อสาร เพราะสารที่ส่งมานั้นจะถูกกรองด้วยกระบวนการเลือกสรรของผู้รับสารทำให้ผู้รับสารมีความหมายของสาร และจดจำสาร ได้ตามที่ตนเองต้องการ

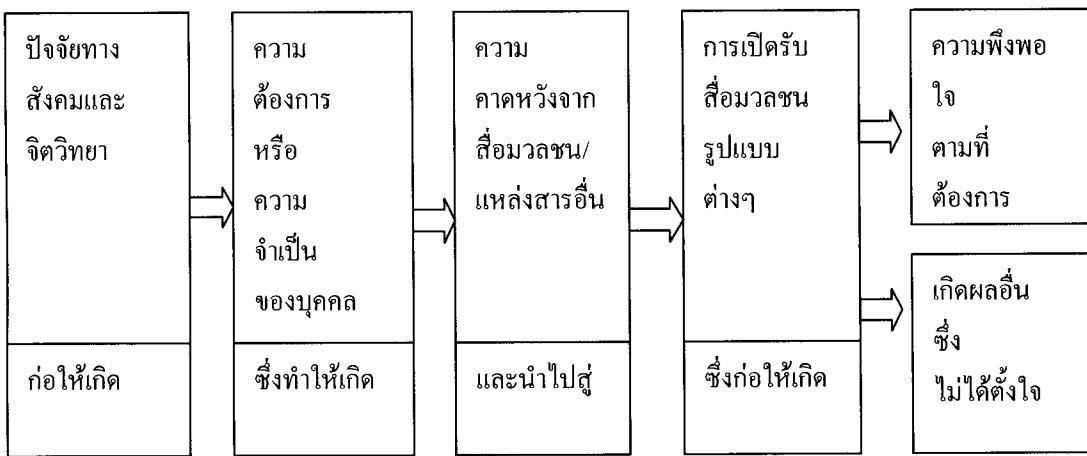
การแสวงหาข่าวสาร

การแสวงหาข่าวสาร (information seeking)

ในปี ก.ศ. 1973 โดโนหิว และทิปตัน (Donohew, & Tipton, 1973 อ้างถึงใน ประมะ สถาเทวน, 2541) ได้เสนอแนวคิดและแบบจำลองในการแสวงหา การหลีกเลี่ยงและการจัดการข่าวสาร มีสาระสำคัญคือ การแสวงหาข่าวสารของผู้รับสารนั้นเกิดจากปัจจัยด้านจิตวิทยาสังคมแนวคิดเรื่อง “ความลงรอยกับทัศนคติ (attitude congruence) ที่ว่าบุคคลจะทึ่งข่าวสารที่เป็นอันตรายหรือไม่ สอดคล้องกับทัศนคติที่ตนมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งและจะเลือกรับข่าวสารที่สอดคล้องกับทัศนคติที่ตนมี ต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

การทำให้เกิดความพึงพอใจจากสื่อมวลชน

แนวคิดเรื่องการใช้และการทำให้เกิดความพอดใจจากสื่อมวลชนนี้ เป็นอีกแนวคิดหนึ่งซึ่งสนับสนุนกระบวนการทัศน์ที่ว่าสื่อมวลชนไม่ได้มีอิทธิพลมากmanyอย่างที่เคยเข้าใจ เนื่องจากแนวคิดนี้ อนิบาลให้เห็นว่าผู้รับสารเลือกรับสารจากสื่อมวลชนเพื่อสนองความต้องการและความพึงพอใจของตน ไม่ได้รับสารทุกอย่างที่สื่อมวลชนนำเสนอผ่านสื่อมวลชนดังรายละเอียดปรากฏตามแบบจำลองในภาพ



แคทซ์ บลูมเลอร์ และกูเรอวิทซ์ (Katz, Blumler, & Gurevitch. 1974) อธิบายถึงวัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัยเรื่องการใช้และการทำให้เกิดความพึงพอใจจากสื่อมวลไว้ว่าเป็นการศึกษาเกี่ยวกับ

1. ปัจจัยด้านสังคมและจิตวิทยา เป็นปัจจัยก่อให้เกิด
2. ความต้องการหรือความจำเป็นของบุคคล
3. ความคาดหวังจากสื่อมวลชน หรือแหล่งสารอื่น และนำไปสู่
4. การเปิดรับสื่อมวลชนในรูปแบบต่างๆ ซึ่งก่อให้เกิด
5. การได้รับความพึงพอใจตามที่ต้องการ
6. เกิดผลอื่นๆ ซึ่งไม่ได้ตั้งใจให้เกิด

แนวคิดทฤษฎีนี้พบว่ามีทฤษฎีสนับสนุนให้เห็นถึงอิทธิพลที่จำกัดของสื่อมวลชนนั้น คือทฤษฎีความแตกต่างของปัจจัยบุคคล ซึ่งช่วยสร้างพื้นฐานความเข้าใจที่ว่าเด็กจะทางจิตวิทยา เช่น ความสนใจ ความต้องการ ค่านิยมความเชื่อ หรือโครงสร้างความเข้าใจ ของปัจจัยบุคคล คือปัจจัยสำคัญในการกำหนดความสนใจที่มีต่อสื่อมวลชน รวมทั้งพฤติกรรมที่บุคคลนั้นจะแสดงออกหลังการเปิดรับสื่อมวลชน ทฤษฎีนี้ก่อให้เกิดการปรับเปลี่ยนแนวคิดในการสร้างสารของสื่อมวลชน จากแนวคิดเดิมที่ว่า “สารชนิดเดียวกันเหมือนสำหรับผู้รับสารทุกคน” มาเป็นการสร้างสารที่เหมาะสมสำหรับกลุ่มคนที่มีพื้นฐานทางจิตวิทยาที่ใกล้เคียงกันแทน (สุรัตน์ ตรีสกุล, 2546, หน้า 271-274)

แนวคิดเกี่ยวกับการชักจูงและโน้มน้าวใจ

การจูงใจ หมายถึง การนำเอาปัจจัยต่างๆ มาเป็นแรงผลักดันให้บุคคลแสดงพฤติกรรมออกมาระดับหนึ่งโดยเน้นบุคคลต่างก็มีพื้นฐานของประสบการณ์ความต้องการตลอดจนความรู้ความเข้าใจในบางสิ่งบางอย่างอยู่ก่อนแล้ว ดังนั้นผู้ที่ทำหน้าที่จูงใจ จะต้องพยายามค้นหาว่า บุคคลที่เขาต้องการจูงใจ นี่

ความต้องการหรือมีความคาดหวังอย่างไร มีประสบการณ์ ความรู้ และทัศนคติในเรื่องนั้นๆ อย่างไร แล้วพยายามดึงเอาสิ่งเหล่านั้นมาเป็นแรงจูงใจ ในการที่จะก่อให้เกิดปฏิกริยา เกิดพฤติกรรม หรือเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมต่างๆ จึง ทฤษฎีว่าด้วยการชักจูงใจ การโน้มน้าวใจ เป็นทฤษฎีหนึ่งที่อยู่ในกลุ่มโครงการสร้างในสมอง ทฤษฎีนี้มีความเชื่อว่า การชักจูงใจบุคคลโดยบุคคลหนึ่งนั้นเหมือนกับการกระตุ้นบุคคลนั้น เพื่อให้เกิดการตอบสนอง ในสิ่งที่เราต้องการให้เป็น และในกระบวนการที่เราสื่อสารจะมีช่องว่างหรือตัวกลางระหว่างการกระตุ้นและการตอบสนองซึ่งเรียกว่า พื้นเพเดินของบุคคล ซึ่งถือว่าเป็นตัวกลางที่สำคัญมากในการสื่อสาร ดังนั้นในการจูงใจบุคคลหรือจะสื่อสารสิ่งใดนั้น เราจะต้องศึกษาถึง องค์ประกอบต่างๆ ของบุคคล เช่น ทัศนคติ ความเชื่อ ระดับการศึกษา ความแน่นแฟ้นของครอบครัว แล้วจึงพยายามออกแบบสาระให้สอดคล้องกับพื้นเพเดินของบุคคล ทฤษฎีนี้จะทำให้เรารอกแบบข้อมูลข่าวสาร ได้อย่างเหมาะสมและเลือกเวลาในการประชาสัมพันธ์ได้ถูกต้อง

ทฤษฎีนี้ได้แบ่งประชากรออกเป็น 4 กลุ่ม คือ

1. กลุ่มเชื่อ เป็นกลุ่มที่ง่ายที่สุดในการประชาสัมพันธ์หรือชักจูง เพราะเป็นกลุ่มที่ได้รับทัศนคติ ความรู้ ประสบการณ์ข้อมูลต่างๆ เป็นแนวเดียวกันกับผู้ทำการประชาสัมพันธ์ ดังนั้นการเริ่มต้นจากคนกลุ่มนี้ก่อนเพื่อเป็นแนวร่วมเพื่อออกแบบมาเป็นกลุ่มเคลื่อนไหว

2. กลุ่มสงสัย เป็นกลุ่มที่ได้รับข้อมูล ความรู้ และประสบการณ์เกี่ยวกับสิ่งที่จะสื่อสาร ทั้งในด้านบวกและลบ คนกลุ่มนี้มักจะเกิดความสงสัยในเรื่องนั้นๆ ระหว่างประโยชน์และโทษสิ่งใดมีมากกว่ากัน ดังนั้นจึงต้องตอบข้อสงสัยของกลุ่มนี้ก่อน ก่อนที่จะบอกเหตุผลที่ควรกระทำการเป็นกลุ่มนี้

3. กลุ่มเฉื่อย เป็นกลุ่มที่ไม่สนใจ ไม่โตตื่นไม่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับงานประชาสัมพันธ์ เนื่องจากคิดว่าเป็นเรื่องที่ไม่เกี่ยวข้องกับตน ฉะนั้นการประชาสัมพันธ์จึงต้องดึงเรื่องให้เข้าใกล้ตัวให้เข้าใจก่อน ไม่ควรนิ่งเฉย เรื่องที่เขานิ่งเฉยเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับเขามีผลกระทบกับเขาโดยตรง และเขามีความจำเป็นที่จะต้องทำความเข้าใจสุดเปลี่ยนมาเป็นกลุ่มนี้

4. กลุ่มปรปักษ์ กลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่ยากที่สุดในการประชาสัมพันธ์ เพราะไม่เห็นด้วยกับสิ่งที่เราต้องการจะสื่อสารและพยายามต่อต้าน ซึ่งเบื้องต้นต้องทำให้เกิดความปั่นป่วนในเรื่องของความคิดหรือความไม่สมดุลไม่กลมกลืนทางความคิดเสียก่อน โดยอาจจะให้ผู้ที่เขานับถือเป็นผู้ชักจูง และให้เขากลับไปจากกลุ่มปรปักษ์ มาเป็นกลุ่มส่งสัย ในช่วงนี้มองมนุษย์จะเริ่มเปิดรับข้อมูล เราควรใช้เวลานี้เริ่มการประชาสัมพันธ์โดยให้ข้อมูลที่ดี เป็นประโยชน์ต่อการประชาสัมพันธ์ จนกลับเป็นกลุ่มนี้

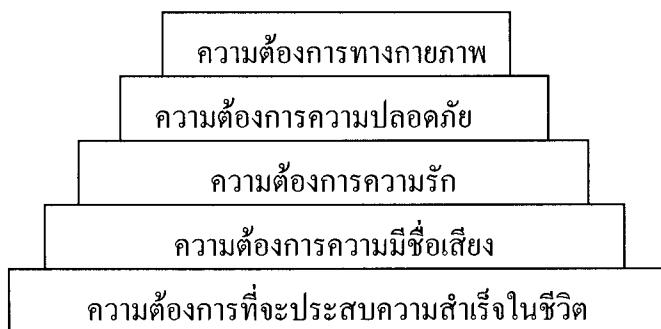
แนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎีความพึงพอใจ

การศึกษาคิดเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจนี้เป็นการศึกษาระหว่างประโยชน์ของสื่อกับผู้รับสาร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้รับสารทราบถึงความต้องการที่แท้จริงของตนเองว่ารับสารนั้นเพื่อประโยชน์อะไร และสารนั้น ๆ สามารถตอบสนองความต้องการของตนเองหรือไม่รวมทั้งสารใดที่สามารถตอบสนองความต้องการของตนเองมากที่สุด(ยุบลเบญจรงค์กิจ, 2534, หน้า 6)

วิธีการตามแนวทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์จะกระทำให้ผู้รับสารเกิดพฤติกรรมด้านการสื่อสารขึ้น โดยใช้บัญชีรายการตามความต้องการของผู้รับสารเป็นตัวบ่งชี้ เพื่อแสดงให้เห็นว่าความต้องการ บุคลิกภาพและองค์ประกอบทางสังคมนั้นมีส่วนให้ผู้รับสารเกิดการแสดงทางบ่าவสารที่พึงประสงค์และนำมาใช้ประโยชน์ได้ หรือเกิดการหลีกเลี่ยงbehaviorที่ไม่พึงประสงค์ได้เช่นกัน

ทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจมุ่งศึกษาถึงความต้องการของผู้ใช้ทฤษฎีนี้ อธิบายว่ามาจากความต้องการขึ้นพื้นฐานของมนุษย์ทั้ง 5 ลำดับตามที่ Maslow

1. ความต้องการทางกายภาพ (physiological needs)
2. ความต้องการความปลอดภัย (safety needs)
3. ความต้องการความรัก (social needs)
4. ความต้องการความมีชื่อเสียง (ego needs)
5. ความต้องการที่จะประสบความสำเร็จในชีวิต (self-actualization)



แบบจำลองลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์

นอกจากนี้มนุษย์ยังมีความต้องการอย่างจะเรียนรู้ (Needs for cognition) ซึ่งเป็นการแสวงหาระเบียบและความเข้าใจในสภาพแวดล้อมของตนเองโดยส่งผลให้มนุษย์มีการอยู่ร่วมกันในสังคม การศึกษาวิธีนี้ยอมรับว่า มนุษย์แสวงหาและเปิดรับข่าวสารตามความพึงพอใจของตนเองได้ (สมควร กวียะ, 2546, หน้า 103-104)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมต่อสื่อประชาสัมพันธ์ โครงการปลูกป่าสาธารณะเฉลิมพระเกียรติ ของสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 แต่ละประเภทที่แตกต่างกัน ซึ่งมีผู้ทำการศึกษาในลักษณะที่คล้ายกันทั้งงานวิจัยของไทยและงานวิจัยของต่างประเทศ ผู้วิจัยได้รวบรวมเพื่อศึกษาทบทวน ได้ดังนี้

กิรากร อภิสรารกรุล(2550) ได้ศึกษาเรื่อง สื่อประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อการยอมรับของนักศึกษา มหาวิทยาลัยสูงทัยธรรมราช มีลักษณะคล้ายกับผู้วิจัยคือวัดการรับรู้ข่าวสาร ประชาสัมพันธ์ การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ ประเภทและรูปแบบ รวมทั้งเนื้อหาของสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อการยอมรับสื่อประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยสูงทัยธรรมราช

จากการวิจัย โดยกลุ่มตัวอย่างจำนวน 370 คนพบว่า เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ กลุ่มตัวอย่างติดตามข่าวสารการประชาสัมพันธ์ และรู้จัก มสธ. ครั้งแรกจากสื่อวิทยุ โทรทัศน์ มีการติดตามข่าวสารที่บ้านแต่มีความถี่ของการติดตามน้อยมาก กล่าวคือ ไม่ค่อยได้ติดตาม กลุ่มตัวอย่างใช้เวลาในการติดตามนานมากกว่า 2 ปีการศึกษา สาเหตุของการติดตามคือต้องการทราบข้อมูลข่าวสาร และประโยชน์ที่กลุ่มตัวอย่างได้รับคือ ทำให้ทราบข้อมูลข่าวสารต่างๆ ที่เป็นปัจจุบัน สำหรับข้อมูลเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อประเภทต่างๆ มีดังนี้กลุ่มตัวอย่างเคยอ่านข่าว มสธ. เคยเห็น ไปสตอเรอร์ เคยดูโทรทัศน์รายการประกอบชุดวิชา แต่ไม่เคยอ่านแผ่นพับ ไม่ฟังรายการวิทยุ ไม่ใช้ Internet และไม่เปิด Website ของมหาวิทยาลัยสูงทัย

สรุป การรับสื่อประชาสัมพันธ์ของ มสธ. จะรับทางวิทยุ โทรทัศน์ ไม่มีความถี่ในการติดตาม ข่าวสารของ มสธ.

มรกต จุลรัตน์ (2549) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ เกี่ยวข้องกับงานวิจัยของผู้วิจัยในเรื่องที่เป็นการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อสื่อ

ประชาสัมพันธ์ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ เช่นเดียวกัน แต่จะต่างกันตรงที่กลุ่มตัวอย่างเป็นประโยชน์ต่อลูกค้า ผู้วิจัยเห็นควรจะนำผลจากการศึกษาวิจัยไปพัฒนา ปรับปรุงวิธีการนำเสนอข้อมูล ข่าวสารแก่ลูกค้าให้เป็นที่พึงพอใจ ตรงกับความต้องการ สะดวก และได้รับประโยชน์มากที่สุด เพื่อการรับรู้ข่าวสารของลูกค้าธนาคาร ในยุคที่ข้อมูลข่าวสารต้องทันต่อเหตุการณ์ ทันสมัย เพื่อธนาคาร อาคารสงเคราะห์เป็นธนาคารที่จะต้องมีสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์การที่ดี ทัดเทียมกับธนาคารอื่นๆ เพื่อความสะดวก ทันโลก ทันเหตุการณ์และช่วยเป็นตัวขับเคลื่อนหนึ่งให้กับธนาคารให้มีความเจริญก้าวหน้าต่อไปในอนาคต

สรุป ผู้วิจัยพบว่า การประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อบุคคลทำให้ลูกค้าได้รับข่าวสารได้มากกว่าสื่ออื่นๆ เพราะสื่อบุคคลสามารถเข้าถึงลูกค้าได้โดยตรง

นริส ประทุมสุวรรณ (2549) ได้ศึกษาเรื่องประสิทธิผลของสื่อประชาสัมพันธ์ภายในกองทัพเรือ : กรณีศึกษานั้นว่ายังคงกองทัพเรือในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เกี่ยวข้องกับงานผู้วิจัยในการรับรู้ข่าวสารของประเทศ และพบว่าประเทศส่วนใหญ่ในกรุงเทพมหานคร โดยกลุ่มตัวอย่างของประเทศที่ทำการศึกษามีพฤติกรรมในการรับสื่อโดยกลุ่มตัวอย่างของประเทศที่ทำการศึกษามีพฤติกรรมในการรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายในกองทัพเรือมากที่สุด คือ เสียงตามสายเนื่องจากกองประชาสัมพันธ์ผลิตสื่อเสียงตามสายของกระจายเสียงทุกวัน ข่าวสารซึ่งมีความทันสมัยเป็นที่น่าพอใจของผู้รับสื่อและกำลังพลมีพฤติกรรมในการรับสื่อเว็บไซต์ของกองทัพเรือน้อยที่สุด เนื่องจากเว็บไซต์ต้องใช้อุปกรณ์คอมพิวเตอร์ และระบบสื่อสาร เช่น Local Area Network (LAN) หรือระบบโทรศัพท์เพื่อเชื่อมต่อกับอินเตอร์เน็ต ซึ่งกำลังพลยังไม่ทั่วถึง จึงไม่ค่อยได้รับความสนใจจากกำลังพลมากนัก ประสิทธิผลโดยรวมของสื่อประชาสัมพันธ์ภายในกองทัพเรือนอยู่ในระดับต่ำ หัวข้อการกิจของผู้บังคับบัญชา เป็นหัวข้อที่มีค่าเฉลี่ยการรับรู้มากที่สุด และผลงานที่นำเสนอของกำลังพล เป็นหัวข้อที่มีค่าเฉลี่ยการรับรู้น้อยที่สุด

สรุป จากการศึกษาพบว่าเสียงตามสายเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ที่กลุ่มตัวอย่างรับสมำเสมอมากรีดสุด

จิตติพร ไตรทาน (2549) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจและการรับรู้ของผู้เข้าอบรมต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี เกี่ยวข้องกับงานผู้วิจัยคือศึกษาผลการรับรู้ข่าวประชาสัมพันธ์ ของประเทศ ผู้วิจัยพบว่าการรับรู้ ชนิดของสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของเทคโนโลยี มทส. เป็นกลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ข่าวสารและได้รับสารประโยชน์มากที่สุดได้แก่ แผ่นพับและใบปลิว ตามลำดับ เหตุผลส่วนใหญ่ในการเลือกรับสื่อ ได้แก่ เนื้อหาข่าวสารทันสมัยและเป็นประโยชน์จากการได้รับข่าวสาร มทส. คือการรับข่าวสารรับจากสื่อสิ่งพิมพ์มากที่สุด และส่วนใหญ่จะรับรู้การกิจเกี่ยวกับกิจกรรมจดอบรม ข่าวสารการจัดแสดงนิทรรศการหรือการจัดแสดงสินค้า และ

ข่าวสารการประชุมหรือสัมมนาทางวิชาการ ในด้านความพึงพอใจ กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากและมีความพึงพอใจมากที่สุดในด้านอรรถประโภชน์ ได้แก่ เนื้อหาข่าวสารทันสมัย ความรู้ที่ได้รับจากสื่อ และการนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง

สรุป การประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อสิ่งพิมพ์จะทำให้ประชาชนได้รับข่าวสารได้มากที่สุด และมีความพึงพอใจมากที่สุด

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมต่อสื่อประชาสัมพันธ์ต่อสื่อโครงการปลูกป่าสาธารณะเฉลิมพระเกียรติ ของสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 เป็นการศึกษาลิงสื่อประชาสัมพันธ์ ของสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ซึ่งมีผลต่อความพึงพอใจต่อสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อโทรทัศน์ ที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์โครงการปลูกป่าสาธารณะเฉลิมพระเกียรติ ทางผู้วิจัยได้กำหนดแนวทางในการดำเนินการวิจัย เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ โดยเริ่มศึกษาจากข้อมูลและรูปแบบการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจความคิดเห็น (survey research) โดยการดำเนินการวิจัยมีขั้นตอนดังนี้

1. การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ
4. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การจัดทำและการวิเคราะห์ข้อมูล
6. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ เจ้าหน้าที่สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 จำนวน 1,502 (อ้างอิง งบประมาณปี 2550)

กลุ่มตัวอย่าง คือ เจ้าหน้าที่สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ที่เข้าร่วมกิจกรรมโครงการปลูกป่าชายเลนเฉลิมพระเกียรติ ในวันที่ 15 พฤศจิกายน 2551 จำนวน 300 คน

วิธีการสุ่มตัวอย่าง

การสุ่มตัวอย่างได้ใช้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นจริง โดยพิจารณาจากฝ่ายหรือหน่วยงานบริหารภายในองค์กร โดยแบ่งกลุ่มของฝ่ายออกเป็น 5 ฝ่าย แล้วทำการสุ่มตัวอย่างตามสัดส่วนของประชากรในแต่ละฝ่าย จนครบตามจำนวนที่กำหนดไว้ดังนี้

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

กำหนดให้	n	คือ ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
	N	คือ จำนวนประชากรกลุ่มตัวอย่าง
	e	คือ ความคาดเคลื่อนในการประมาณค่า (0.1)

แทนค่าในสูตร ได้ดังนี้

$$n = \frac{1,502}{1 + 1,502(0.05)^2}$$

$$N = 315.88 \text{ คน}$$

เพื่อระดับความเชื่อมั่นที่สูงขึ้นการศึกษาครั้งนี้จะใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 คน

ฝ่าย	จำนวนประชากร	ขนาดกลุ่มตัวอย่าง (คน) n
รายการ	487	97
เทคนิค	442	89
สนับสนุน	329	66
แผนและโครงการ	201	40
การเงิน	43	8
รวม	1,502	300

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเพื่อศึกษาความพึงพอใจในการรับข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อแต่ละประเภทของผู้เข้าร่วมกิจกรรม โดยลักษณะของแบบสอบถามจะเป็นคำถามแบบปลายปิดและปลายเปิด ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ตอน ดังนี้คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทางประชาราษฎร์เป็นเพศ อายุ สถานภาพ วุฒิการศึกษาสูงสุด ฝ่ายที่ท่านสังกัด การรับรู้ข้อมูลของผู้เข้าร่วมกิจกรรม โครงการปลูกป่าสาธารณะเฉลิมพระเกียรติ ของสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทบุคคล(เสียงตามสาย)แบบสอบถามปลายปิดเป็นลักษณะมาตราวัดตามระดับ rating scale แบ่งออกเป็น 5 ระดับ

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสื่อถึงพิมพ์ เช่น หนังสือเวียนทราบ เป็นลักษณะมาตราวัดตามระดับ rating scale แบ่งออกเป็น 5 ระดับ

ตอนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสื่อ โทรทัศน์แบบสอบถามปลายปิดเป็นลักษณะมาตราวัดตามระดับ rating scale แบ่งออกเป็น 5 ระดับ

ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทต่างๆ คำแนะนำปลายเปิด

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือตามลำดับดังนี้

- ศึกษาข้อมูลจากเอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจในการใช้บริการรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อแต่ละประเภทเพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

- สร้างแบบสอบถาม ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 2 ส่วนดังนี้

- ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทางประชาราษฎร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

- ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้รับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อแต่ละประเภท

- นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบและเสนอแนะเพิ่มเติม

4. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้ว ไปให้อาจารย์ที่ปรึกษา ตรวจสอบความถูกต้อง จากนั้นนำไปทดลองใช้

5. นำแบบสอบถามไปทดลองใช้จำนวน 30 ชุด กับผู้เข้าร่วมกิจกรรมที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ที่ไม่ได้ไปร่วมกิจกรรมโครงการปลูกป่าสาธารณะเฉลิมพระเกียรติ ของ ททบ.5 เพื่อนำผลไปหาค่าความเชื่อมั่นโดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลfa

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยกำหนดวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ โดยการกำหนดแบบสอบถามที่ได้รับการปรับปรุงจนสมบูรณ์แล้วจำนวน 300 ชุด แจกจ่ายให้กับกลุ่มตัวอย่าง โดยผู้วิจัยขอความร่วมมือจากผู้เข้าร่วมกิจกรรมตอบแบบสอบถามการวิจัย โดยใช้วิธีการเก็บและรวบรวมข้อมูลด้วยตัวเอง รวมถึงขอความร่วมมือจากผู้เข้าร่วมกิจกรรมในโครงการปลูกป่าสาธารณะเฉลิมพระเกียรติ กรอกแบบสอบถามให้ และผู้วิจัยจะรอเก็บแบบสอบถามทันที ที่ตอบเสร็จ กำหนดระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งหมด วันที่เข้าร่วมกิจกรรมวันที่ 15 พฤศจิกายน 2551

จากนั้นผู้วิจัยรวบรวมแบบสอบถามที่ได้ทั้งหมดจนครบ 300 ชุด และตรวจสอบความสมบูรณ์ของคำตอบ เพื่อนำไปประมวลผลต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยข้อมูลจากการสอนกลับที่สมบูรณ์มาวิเคราะห์และทำการประมวลผลจากเครื่องคอมพิวเตอร์

หลักเกณฑ์ในการให้คะแนน

มาตรฐานระดับความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมโดยแต่ละระดับได้กำหนดค่าไว้ดังนี้

ระดับคะแนน 5 หมายถึง มากที่สุด

ระดับคะแนน 4 หมายถึง มาก

ระดับคะแนน 3 หมายถึง ปานกลาง

ระดับคะแนน 2 หมายถึง น้อย

ระดับคะแนน 1 หมายถึง น้อยที่สุด

การจัดระดับค่าเฉลี่ย คือ การประเมินความสำคัญของระดับค่าเฉลี่ย ผู้วิจัยได้แบ่งระดับค่าเฉลี่ยออกเป็น 5 ระดับ โดยกำหนดความกว้างของแต่ละอันตรภาคชั้น จากสูตรดังนี้

สำหรับเกณฑ์ในการหาความกว้างของอันตรภาคชั้น (บุญเรือง, 2545) ดังนี้

$$\text{ความกว้างของแต่ละอันตรภาคชั้น} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด}-\text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$$

$$= \underline{5-1}$$

$$5$$

$$= 0.8$$

เกณฑ์ในการแปลความหมายของค่าเฉลี่ย

ระดับคะแนนเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ
4.21-5.0	ระดับความพึงพอใจมากที่สุด
3.41-4.20	ระดับความพึงพอใจมาก
2.61-3.40	ระดับความพึงพอใจปานกลาง
1.81-2.60	ระดับความพึงพอใจน้อย
1.00-1.80	ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

- ค่าความถี่ และค่าร้อยละ ใช้วิเคราะห์ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ สถานภาพสมรส อายุ การศึกษาสูงสุดที่สำเร็จ ฝ่ายที่ก่อตัวอย่างสังกัด
- ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้วิเคราะห์ความพึงพอใจในการรับเข้าว ประชาสัมพันธ์ โครงการปลูกป่าตัวเรียนพะเกีຍรติ ของ ททบ.5 ของผู้เข้าร่วมกิจกรรม
- การทดสอบแบบ T-test และ ANOVA ใช้สำหรับทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจ ในการรับเข้ามูลข่าวประชาสัมพันธ์ของผู้เข้าร่วมกิจกรรม โดยจำแนกตามข้อมูลทางประชากรศาสตร์ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา ฝ่ายที่ท่านสังกัด

บทที่ 4

การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมต่อสื่อประชาสัมพันธ์โครงการปลูกป่าชายเลนเฉลิมพระเกียรติ ตำบลท่าข้าม อำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา ของสถานีวิทยุโทรทัศน์ กองทัพนักช่อง 5 เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research) โดยใช้วิธีการสำรวจความคิดเห็น (survey research) ของผู้เข้าร่วมกิจกรรม ในวันที่ 15 พฤษภาคม 2551 โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้กรอกแบบสอบถามเอง ผลการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย 5 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ลักษณะประชากรของผู้เข้าร่วมกิจกรรมโครงการปลูกป่าชายเลนเฉลิมพระเกียรติ (ตารางที่ 1- 8)

ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์เสียงตามสายโครงการปลูกป่าชายเลนเฉลิมพระเกียรติ (ตารางที่ 9)

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์สื่อสิ่งพิมพ์โครงการปลูกป่าชายเลนเฉลิมพระเกียรติ (ตารางที่ 10)

ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์สื่อโทรทัศน์โครงการปลูกป่าชายเลนเฉลิมพระเกียรติ (ตารางที่ 11)

ส่วนที่ 5 การทดสอบสมมุติฐาน (ตารางที่ 12 – 24)

ส่วนที่ 1 ลักษณะประชากรของผู้เข้าร่วมกิจกรรมโครงการปลูกป่าชายเลนเฉลิมพระเกียรติ

การวิเคราะห์ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างเป็นการสรุปลักษณะของกลุ่มตัวอย่างในด้านแพร่ ด้านต่าง ๆ คือ ลักษณะประชากรและพฤติกรรมการเบิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ความพึงพอใจของ ผู้เข้าร่วมกิจกรรมต่อสื่อสิ่งพิมพ์ ความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมต่อสื่อเสียงตามสาย ความพึง พ odio ใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมต่อสื่อโทรทัศน์

ลักษณะประชากรและพฤติกรรมการเบิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ ที่ผู้วิจัยนำมาวิเคราะห์ ได้แก่ เพศ สถานภาพ อายุ การศึกษาสูงสุดที่สำเร็จ ฝ่ายที่ท่านสังกัด ซึ่งจะนำเสนอข้อมูลเป็นจำนวนและ ร้อยละ ดังตามตาราง 1-8

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	170	56.7
หญิง	130	43.3
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 1 พบร่วมกันว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 170 คน คิดเป็นร้อยละ 56.7 รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิง จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 43.3

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพสมรส

สถานภาพสมรส	จำนวน	ร้อยละ
โสด	96	32.0
สมรส	200	66.7
หย่า/หม้าย	4	1.3
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 2 พบร่วมกันว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส คือ สมรสแล้ว จำนวน 200 คน คิดเป็น ร้อยละ 66.7 รองลงมา ได้แก่ กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพโสด จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 32.0 กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพหย่า/หม้าย จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3 ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนน้อยที่สุด

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
20-30	29	9.7
31-40	113	37.7
41-50	102	34.0
มากกว่า 51 ปี	56	18.7
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 3 พนว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุ 31-40 ปี จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 37.7 รองลงมา ได้แก่ กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 41-50 ปี จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 34.0 กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมากกว่า 51 ปี มีจำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 18.7 และกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนน้อยที่สุด คือกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20-30 ปี จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 9.7

ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวุฒิการศึกษาสูงสุด

วุฒิการศึกษาสูงสุด	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	25	8.3
ปริญญาตรี	195	65.0
ปริญญาโท	79	26.3
จบสูงกว่าปริญญาโท	1	.3
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 4 พนว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จบการศึกษาสูงสุดปริญญาตรี จำนวน 195 คน คิดเป็นร้อยละ 65.0 กลุ่มตัวอย่างรองลงมา ได้แก่ ปริญญาโท จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 26.3 ต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 8.3 และน้อยที่สุดคือจบสูงกว่าปริญญาโท จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ .3

ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามฝ่ายที่ก่อตัวอย่างสังกัด

ฝ่ายที่ท่านสังกัด	จำนวน	ร้อยละ
เทคนิค	83	27.7
รายการ	97	32.3
สนับสนุน	57	19.0
การเงิน	15	5.0
แผนและโครงการ	46	15.3
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ฝ่าย รายการ จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 32.3 และรองลงมาเป็นฝ่ายเทคนิค จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 27.7 ฝ่ายสนับสนุนจำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 19.0 ฝ่ายแผนและโครงการ จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 15.3 และฝ่ายที่น้อยที่สุดคือฝ่ายการเงินจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 5.0

ตารางที่ 6 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ โครงการปลูกป่าชายเลนเคลื่อนพระเกียรติ

ชนิดสื่อที่เปิดรับ	จำนวน	ร้อยละ
เสียงตามสาย	127	42.3
สื่อสิ่งพิมพ์	86	28.7
โทรทัศน์	80	26.7
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 6 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์จากเสียงตามสายมากที่สุดจำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 42.3 รองลงมาเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 28.7 โทรทัศน์ จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 26.7 และที่น้อยที่สุดคือจากสื่ออื่น ๆ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 2.3

ตารางที่ 7 จำนวนและร้อยละของความถี่ในการเปิดรับสื่อของกลุ่มตัวอย่าง

ความถี่ในการเปิดรับสื่อ	จำนวน	ร้อยละ
1. 2 สัปดาห์/ครึ่ง	81	27.0
2. 3 สัปดาห์/ครึ่ง	100	33.3
3. 4 สัปดาห์/ครึ่ง	33	11.0
4. ไม่ค่อยได้ติดตาม	86	28.7
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 7 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการติดตามข่าวการประชาสัมพันธ์โครงการปลูกป่าชายเลนเคลื่อนพระเกียรติมากที่สุด 3 สัปดาห์ต่อครึ่งจำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 และรองลงมาไม่ค่อยได้ติดตาม 86 คน คิดเป็นร้อยละ 28.7 และ 2 สัปดาห์ต่อครึ่งจำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 27.0 และ 4 สัปดาห์ต่อครึ่ง จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 11.0

ตารางที่ 8 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์

สื่อ	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	\bar{x}	SD.	ระดับการ เปิดรับสื่อ
1. เสียงตามสาย	44	119	77	59	1	3.50	.976	มาก
2. สื่อลิ้งพินพ์	50	117	77	56	-	3.55	.972	มาก
3. โทรทัศน์	58	113	74	54	1	3.59	1.002	มาก
รวม	152	349	228	169	2	3.55	.983	มาก

จากตารางที่ 8 พบว่า ผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้รับข่าวประชาสัมพันธ์โครงการปลูกป่าชายเลนเฉลี่ย เพาะเกียรติจากสื่อสิ่งพิมพ์และเสียงตามสาย อยู่ในระดับ มาก และได้รับข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์ใน ระดับมาก

ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์โครงการปลูกป่าชายเลนเฉลิมพระเกียรติ
ตารางที่ 9 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจต่อสื่อเสียงตามสาย

ความพึงพอใจต่อสื่อเสียงตามสาย	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	\bar{x}	SD.	ระดับความ พึงพอใจ
1. ความเหมาะสมในการนำเสนอรายละเอียดของเสียงตามสาย	31 (10.3)	110 (36.7)	87 (29.0)	69 (23.0)	2 (.7)	3.44	1.913	มาก
2. ความน่าสนใจของน้ำเสียงผู้ประกาศ	40 (13.3)	100 (33.3)	92 (30.7)	66 (22.0)	2 (.7)	3.38	.986	ปานกลาง
3. ความเหมาะสมของเนื้อหาข่าวสารมีความทันสมัยของเสียงตามสาย	39 (13.0)	99 (33.0)	91 (30.3)	70 (23.3)	1 (.3)	3.36	.984	ปานกลาง
4. ความเหมาะสมของภาษาที่ใช้กับสื่อเสียงตามสาย	35 (11.7)	100 (33.3)	94 (31.3)	68 (22.7)	2 (.7)	3.48	2.488	มาก
5. ความรู้ที่ได้รับจากสื่อเสียงตามสาย	37 (12.3)	100 (33.3)	93 (31.0)	68 (22.7)	2 (.7)	3.36	.983	ปานกลาง
6. ความชัดเจนในการรับสื่อเสียงตามสาย	34 (11.3)	102 (34.0)	93 (31.0)	70 (23.3)	1 (.3)	3.35	.968	ปานกลาง
7. ความเหมาะสมของช่วงระยะเวลาและความถี่ในการประชาสัมพันธ์เสียงตามสาย	32 (10.7)	96 (32.0)	94 (31.6)	77 (25.7)	1 (.3)	3.29	.973	ปานกลาง
8. ความหลากหลายของสื่อเสียงตามสาย	33 (11.0)	89 (29.7)	95 (31.7)	80 (26.7)	3 (1.0)	3.25	1.005	ปานกลาง
9. ความรวดเร็วในการนำเสนอข้อมูลของเสียงตามสาย	35 (11.7)	85 (28.3)	96 (32.0)	81 (27.0)	2 (.7)	3.25	1.007	ปานกลาง
10. ความเหมาะสมของระดับเสียงที่ได้ยินจากสื่อเสียงตามสาย	37 (12.3)	78 (26.0)	104 (34.7)	78 (26.0)	3 (1.0)	3.24	1.010	ปานกลาง
รวม	300	-	-	-	-	3.34	.983	ปานกลาง

จากตารางที่ 9 พบร้าความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมโครงการปลูกป่าชายเลนเฉลิมพระเกียรติทางด้านเสียงตามสาย

เสียงตามสาย กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่า รูปแบบ เนื้อหา และการนำเสนอที่ได้รับจากการประกาศ มีผลต่อความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ความเหมาะสมในการนำเสนอรายละเอียด เมื่อได้รับฟังแล้วสามารถเข้าใจได้ในทันที ภาษาที่ใช้สามารถเข้าใจได้ง่าย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.44, 3.48 ตามลำดับ และกลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่า รูปแบบเนื้อหา และการนำเสนอที่ได้รับจากการประกาศเสียง ตามสายดังต่อไปนี้มีผลต่อความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ความน่าสนใจของผู้ประกาศมี น้ำเสียงที่ทำให้ผู้ฟังเกิดความพึงพอใจในระดับปานกลาง เนื้อหาข่าวสารมีความทันสมัย ความรู้ที่ได้รับ จากเสียงตามสายอยู่ในระดับปานกลาง มีความชัดเจนในการรับสื่อเสียงตามสาย ระดับเสียงตามสายที่ จะได้ยินการประกาศอยู่ในระดับปานกลาง และการประกาศทางเสียงตามสายมีความหลากหลายและ ความรวดเร็วในการนำเสนอข้อมูลของเสียงตามสายอยู่ในระดับความพึงพอใจปานกลาง ข้อมูลมี ประโยชน์ ให้ความรู้ ทำให้ทราบถึงข้อมูลการเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ของโครงการปลูกป่าชายเลนเฉลิม พระเกียรติจักรต่อการเข้าร่วมกิจกรรม แต่มีความเหมาะสมในช่วงของระยะเวลาและความถี่ในการ ประชาสัมพันธ์ของเสียงตามสายมีในระดับปานกลาง

สรุปโดยภาพรวม พบว่า ในความพึงพอใจต่อเสียงตามสาย ส่วนใหญ่ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมี ความพึงพอใจในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.34

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์สิ่งพิมพ์

ตารางที่ 10 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจต่อสื่อสิ่งพิมพ์

ความพึงพอใจต่อสื่อสิ่งพิมพ์	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	\bar{x}	SD.	ระดับความ พึงพอใจ
11. ความเหมาะสมสมของภาษาที่ใช้กับสื่อสิ่งพิมพ์ในการประชาสัมพันธ์	38 (12.7)	99 (33.0)	112 (37.3)	51 (17.0)	- -	3.42	.916	มาก
12. ความเหมาะสมสมของเนื้อหาที่ใช้กับสื่อสิ่งพิมพ์นำเสนอตรงประเด็น	29 (9.7)	110 (36.7)	108 (36.0)	52 (17.3)	1 (.3)	3.39	.894	ปานกลาง
13. เนื้อหาของสื่อสิ่งพิมพ์มีความชัดเจนในการนำเสนอ	27 (9.0)	104 (34.7)	119 (39.7)	49 (16.3)	1 (.3)	3.39	.872	ปานกลาง
14. เนื้อหาของสื่อสิ่งพิมพ้มีความทันสมัยต่อเหตุการณ์	26 (8.7)	101 (33.7)	116 (38.7)	54 (18.0)	3 (1.0)	3.31	.904	ปานกลาง
15. ความเหมาะสมในการนำเสนอเนื้อหาของสื่อสิ่งพิมพ์	26 (8.7)	97 (32.3)	118 (39.3)	55 (18.3)	4 (1.3)	3.29	.914	ปานกลาง
16. เนื้อหาของสื่อสิ่งพิมพ์รับรู้เข้าใจได้ง่าย	23 (7.7)	97 (32.3)	121 (40.3)	56 (18.7)	2 (.7)	3.28	.883	ปานกลาง
17. ความน่าสนใจของเนื้อหาสื่อสิ่งพิมพ์	20 (99.7)	98 (6.7)	124 (32.7)	55 (41.3)	2 (18.3)	3.27	864	ปานกลาง
18. ประโยชน์ที่ได้รับจากเนื้อหาสื่อสิ่งพิมพ์	23 (7.7)	92 (30.7)	127 (42.3)	56 (18.7)	1 (.3)	3.27	.869	ปานกลาง
19. สื่อสิ่งพิมพ์ทำให้ทราบกิจกรรมต่างๆของ ททบ.5	20 (6.7)	93 (31.0)	127 (42.3)	57 (19.0)	2 (.7)	3.24	.865	ปานกลาง
20. ความเหมาะสมสมของขนาดตัวอักษรการให้สิ่งสันและขนาดของสื่อสิ่งพิมพ์	20 (6.7)	92 (30.7)	131 (43.7)	56 (18.7)	- -	3.26	.842	ปานกลาง
รวม	300	-	-	-	-	3.31	8.823	ปานกลาง

จากตารางที่ 10 กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่า รูปแบบ เนื้อหา และการนำเสนอที่ได้รับจาก สื่อสิ่งพิมพ์ มีผลต่อความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ความเหมาะสมของภาษาที่ใช้กับสื่อสิ่งพิมพ์ในการประชาสัมพันธ์ ใช้ภาษาจ่ายต่อการเข้าใจ ส่วนเนื้อหาที่ตรงประเด็น ความชัดเจน เนื้อหามีความทันสมัยต่เหตุการณ์ ความเหมาะสมในการนำเสนอ เนื้อหาเข้าใจได้ง่าย มีความน่าสนใจ เป็นประโยชน์ ทำให้ทราบกิจกรรมต่างๆ ของ ททบ.5 และมีความเหมาะสมในการใช้สีสันและตัวอักษร มีความชัดเจน ความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรม โครงการปลูกป่าชายเลนเฉลิมพระเกียรติอยู่ในระดับปานกลาง

สรุป ความพึงพอใจต่อสื่อสิ่งพิมพ์ ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความพึงพอใจค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 8.823 และระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับ ปานกลาง

ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์โทรทัศน์

ตารางที่ 11 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจต่อสื่อโทรทัศน์

ความพึงพอใจต่อสื่อโทรทัศน์	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	\bar{x}	SD.	ระดับความ พึงพอใจ
21. ความง่ายในการเข้าใจเมื่อรับชมโฆษณาแล้วข้าใจทันทีว่าเป็นโครงการปลูกป่าชายเลนเฉลิมพระเกียรติ	26 (8.7)	93 (31.0)	127 (42.3)	50 (16.7)	3 (1.0)	3.31	.882	ปานกลาง
22. ความน่าสนใจในตัวพรีเซ็น เตอร์น่าสนใจ ชมแล้วติดตา	23 (7.7)	95 (31.7)	124 (41.3)	55 (18.3)	2 (.7)	3.28	.869	ปานกลาง
23. การให้ความรู้ของโครงการปลูกป่าชายเลนเฉลิมพระเกียรติ	24 (8.0)	99 (33.0)	119 (39.7)	57 (19.0)	- -	3.31	.863	ปานกลาง
24. ความรวดเร็วของข่าวสารที่เผยแพร่ทำให้ทันต่อเหตุการณ์ความเคลื่อนไหวต่างๆ ของโครงการปลูกป่าชายเลนเฉลิมพระเกียรติ	25 (8.3)	96 (32.0)	114 (38.0)	60 (20.0)	4 (1.3)	3.27	.919	ปานกลาง
25. ความชัดเจนของการโฆษณาเพื่อการประชาสัมพันธ์โครงการปลูกป่าชายเลนเฉลิมพระเกียรติ	28 (9.3)	80 (26.7)	129 (43.0)	58 (19.3)	4 (1.3)	3.25	.915	ปานกลาง
รวม	300	-	-	-	-	16.42	4.448	ปานกลาง

จากตารางที่ 11 ด้านความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมโครงการปลูกป่าชายเลนเฉลิมพระเกียรติ ด้านสื่อโทรทัศน์กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่า รูปแบบ เนื้อหา และการนำเสนอที่ได้รับจากสื่อโทรทัศน์ มีผลต่อความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ความง่ายในการเข้าใจเมื่อรับชมโฆษณาแล้วเข้าใจได้ทันทีว่าเป็นโครงการปลูกป่าชายเลนเฉลิมพระเกียรติ ของททบ.5 มีความน่าสนใจในตัวพรีเซ็นเตอร์ มีการให้ความรู้ความเข้าใจในโครงการ มีความรวดเร็วในการเผยแพร่ข่าวสารและมีความชัดเจนในการนำเสนอข่าวสารทางโทรทัศน์

สรุป ความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์โทรทัศน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.448 ระดับความพึงพอใจปานกลาง

ส่วนที่ 5 การทดสอบสมมุติฐาน

ตารางที่ 12 แสดงค่าเปรียบเทียบระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับความพึงพอใจต่อสื่อโครงการปฐกป้าชายเลนเฉลี่มพระเกียรติ อำเภอทางประมง จังหวัดฉะเชิงเทรา ของ ททบ.5

ความพึงพอใจ	เพศชาย		เพศหญิง		t	Sig
	X	SD	X	SD		
เสียงตามสาย	3.4713	.86620	130	3.0777	3.822	0.000*
สื่อสิ่งพิมพ์	3.4688	.74279	130	3.0762	4.277	0.000*
โทรทัศน์	3.4212	.76307	130	3.0946	3.384	0.001*
รวม	-	-	300	-	-	

P*<.05

จากตารางที่ 12 พบร่วาเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ เสียงตามสาย ($t = 4.277, P = 0.000$) สื่อสิ่งพิมพ์ ($t = 3.822, P = 0.000$) โทรทัศน์ ($3.384, P = 0.000$) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 13 เปรียบเทียบความพึงพอใจจำแนกตามสถานภาพสมรสกับสื่อเสียงตามสาย

เสียงตามสาย	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig
	ระหว่างกลุ่ม	2	.266	.133	.162	0.851
ภายในกลุ่ม		297	244.015	.822		
รวม		299				

จากตารางที่ 13 พบร่วาสถานภาพแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์เสียงตามสายไม่แตกต่างกัน ($F = 0.162, P = 0.8$)

ตารางที่ 14 เปรียบเทียบความพึงพอใจจำแนกตามสถานภาพกับสื่อสิ่งพิมพ์

สื่อสิ่งพิมพ์	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig
	ระหว่างกลุ่ม	2	2.081	1.041	1.590	0.206
	ภายในกลุ่ม	297	194.318	.654		
	รวม	299	196.399			

จากตารางที่ 14 พบร่วมกันมีความพึงพอใจต่อสื่อสิ่งพิมพ์ตามสถานภาพไม่แตกต่างกัน ($F = 1.590$, $P = 0.206$)

ตารางที่ 15 เปรียบเทียบความพึงพอใจจำแนกตามสถานภาพกับสื่อโทรทัศน์

สื่อโทรทัศน์	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig
	ระหว่างกลุ่ม	2	3.623	1.812	2.589	0.077
	ภายในกลุ่ม	296	207.090	.700		
	รวม	298	210.714			

จากตารางที่ 15 พบร่วมกันมีความพึงพอใจต่อสื่อโทรทัศน์ตามสถานภาพไม่แตกต่างกัน ($F = 2.589$, $P = 0.077$)

ตารางที่ 16 เปรียบเทียบความพึงพอใจจำแนกตามอายุกับสื่อเสียงตามสาย

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
ระหว่างกลุ่ม	3	1.403	.468	.570	.635
ภายในกลุ่ม	296	242.877	.821		
รวม	299	244.280			

จากตารางที่ 16 พบร่วมกันมีความพึงพอใจต่อสื่อสิ่งพิมพ์ไม่แตกต่างกัน ($F = .570, P = 0.635$)

ตารางที่ 17 เปรียบเทียบความพึงพอใจจำแนกตามอายุกับสื่อสิ่งพิมพ์

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
ระหว่างกลุ่ม	3	1.023	.341	.517	0.671
ภายในกลุ่ม	296	195.376	.660		
รวม	299	196.399			

จากตารางที่ 17 พบร่วมกันมีความพึงพอใจต่อสื่อเสียงตามสายไม่แตกต่างกัน($F = 0.671$)

ตารางที่ 18 เปรียบเทียบความพึงพอใจจำแนกตามอายุกับสื่อโทรทัศน์

แหล่งความแปรปรวน	DF	SS	MS	F	P
ระหว่างกลุ่ม	3	3.710	1.237	1.762	0.154
ภายในกลุ่ม	295	207.003	.702		
รวม	298	210.714			

จากตารางที่ 18 พบร่วมกันมีความพึงพอใจต่อสื่อโทรทัศน์ไม่แตกต่างกัน($F = 1.762, P = 0.154$)

ตารางที่ 19 เปรียบเทียบความพึงพอใจจำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุดที่สำเร็จกับสื่อเสียงตามสาย

เสียงตามสาย	แหล่งความแปรปรวน	df	ss	MS	F	P
	ระหว่างกลุ่ม	3	13.043	4.348	5.565	0.001*
	ภายในกลุ่ม	296	231.237	.781		
	รวม	299	244.280			

P * < 0.5

จากตารางที่ 19 พบร่วงค์ดับการศึกษาสูงสุดที่สำเร็จแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อสื่อเสียงตามสายแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($F = 5.565$, $P = 0.001^*$)

ตารางที่ 20 เปรียบเทียบความพึงพอใจจำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุดที่สำเร็จกับสื่อสิ่งพิมพ์

สื่อสิ่งพิมพ์	แหล่งความแปรปรวน	DF	SS	MS	F	P
	ระหว่างกลุ่ม	3	9.797	3.266	5.180	0.002*
	ภายในกลุ่ม	296	186.603	.630		
	รวม	299	196.399			

P * < 0.5

จากตารางที่ 20 พบร่วงค์ดับการศึกษาสูงสุดที่สำเร็จแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อสื่อสิ่งพิมพ์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($F = 5.180^*$, $P = 0.002^*$)

ตารางที่ 21 เปรียบเทียบความพึงพอใจจำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุดที่สำเร็จกับสื่อโทรทัศน์

สื่อโทรทัศน์	แหล่งความแปรปรวน	DF	SS	MS	F	P
	ระหว่างกลุ่ม	3	7.837	2.612	3.799	0.011*
	ภายในกลุ่ม	295	202.876	.688		
	รวม	298	210.714			

P * < 0.5

จากตารางที่ 21 พบร่วงดับการศึกษาสูงสุดที่สำเร็จแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อสื่อโทรทัศน์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($F = 3.799^*$, $P = 0.011^*$)

ตารางที่ 22 เปรียบเทียบความพึงพอใจจำแนกตามฝ่ายที่สังกัดกับสื่อเสียงตามสาย

เสียงตามสาย	แหล่งความแปรปรวน	DF	SS	MS	F	P
	ระหว่างกลุ่ม	4	98.276	24.569	49.641	0.000*
	ภายในกลุ่ม	295	146.005	.495		
	รวม	299	244.280			

P * < 0.5

จากตารางที่ 22 พบร่วงฝ่ายที่สังกัดแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อสื่อเสียงตามสายแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($F = 49.641$, $P = 0.000^*$)

ตารางที่ 23 เปรียบเทียบความพึงพอใจจำแนกตามฝ่ายที่สังกัดกับสื่อสิ่งพิมพ์

สื่อสิ่งพิมพ์	แหล่งความแปรปรวน	DF	SS	MS	F	P
	ระหว่างกลุ่ม	4	63.828	15.957	35.508	0.000*
	ภายในกลุ่ม	295	132.571	.449		
	รวม	299	196.399			

P * < 0.5

จากตารางที่ 23 พบร่วงฝ่ายที่สังกัดแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อสื่อสิ่งพิมพ์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($F = 35.508$, $P = 0.000^*$)

ตารางที่ 24 เปรียบเทียบความพึงพอใจจำแนกตามฝ่ายที่สังกัดกับสื่อโทรทัศน์

สื่อโทรทัศน์	แหล่งความแปรปรวน	DF	SS	MS	F	P
	ระหว่างกลุ่ม	4	63.006	15.752	31.352	0.000*
	ภายในกลุ่ม	294	147.707	.502		
	รวม	298	210.714			

P * < 0.5

จากตารางที่ 24 พบว่าฝ่ายที่สังกัดแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อสื่อโทรทัศน์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($F = 31.35$, $P = 0.000^*$)

ตารางที่ 25 สรุปการทดสอบสมมุติฐาน	การทดสอบสมมุติฐานไม่แตกต่าง
การทดสอบสมมุติฐานแตกต่าง	
ตารางที่ 12 ลักษณะประชากรศาสตร์กับความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์เสียงตามสาย สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโทรทัศน์	
	ตารางที่ 13 เปรียบเทียบความพึงพอใจจำแนกตามสถานภาพสมรสกับสื่อเสียงตามสาย
ตารางที่ 14 เปรียบเทียบความพึงพอใจจำแนกตามสถานภาพกับสื่อสิ่งพิมพ์	ตารางที่ 15 เปรียบเทียบความพึงพอใจจำแนกตามสถานภาพกับสื่อโทรทัศน์
	ตารางที่ 16 เปรียบเทียบความพึงพอใจจำแนกตามอายุกับสื่อเสียงตามสาย
	ตารางที่ 17 เปรียบเทียบความพึงพอใจจำแนกตามอายุกับสื่อสิ่งพิมพ์
	ตารางที่ 18 เปรียบเทียบความพึงพอใจจำแนกตามอายุกับสื่อโทรทัศน์
ตารางที่ 19 เปรียบเทียบความพึงพอใจจำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุดที่สำเร็จกับสื่อเสียงตามสาย	
ตารางที่ 20 เปรียบเทียบความพึงพอใจจำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุดที่สำเร็จกับสื่อสิ่งพิมพ์	
ตารางที่ 21 เปรียบเทียบความพึงพอใจจำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุดที่สำเร็จกับสื่อโทรทัศน์	
ตารางที่ 22 เปรียบเทียบความพึงพอใจจำแนกตามฝ่ายที่สังกัดกับสื่อเสียงตามสาย	
ตารางที่ 23 เปรียบเทียบความพึงพอใจจำแนกตามฝ่ายที่สังกัดกับสื่อสิ่งพิมพ์	
ตารางที่ 24 เปรียบเทียบความพึงพอใจจำแนกตามฝ่ายที่สังกัดกับสื่อโทรทัศน์	

บทที่ 5

สรุปผลและข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมต่อสื่อประชาสัมพันธ์โครงการปลูกป่าชายเลนเฉลิมพระเกียรติ ณ ตำบลท่าข้าม อำเภอทางปะงang จังหวัดยะลา ของ ททบ.5 เป็นการศึกษาถึงปัจจัยสำคัญต่างๆ ที่มีผลต่อกำลังพึงพอใจ ต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของโครงการปลูกป่าชายเลนเฉลิมพระเกียรติ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะประชากรของเข้าร่วมกิจกรรมต่อสื่อประชาสัมพันธ์ โครงการปลูกป่าชายเลนเฉลิมพระเกียรติ เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมต่อสื่อประชาสัมพันธ์ทางเสียงตามสาย สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโทรทัศน์

จากการวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยการสำรวจความคิดเห็น และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลซึ่งกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้กรอกแบบสอบถามเอง กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาจึงเป็นผู้เข้าร่วมกิจกรรมโครงการปลูกป่าชายเลนเฉลิมพระเกียรติ โดยกำหนดเป็น ชาย-หญิง ในวัยทำงาน อายุ 20 ปีขึ้นไป จำนวน 300 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างด้วยวิธีโควต้า โดยผู้วิจัยเลือกผู้ที่เข้าร่วมกิจกรรม 5 ฝ่าย ดังนี้คือ ฝ่ายรายการ 97 คน ฝ่ายเทคนิค 89 คน ฝ่ายสนับสนุน 66 คน ฝ่ายแผนและโครงการ 40 คน ฝ่ายการเงิน 8 คน เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 คน จากนั้นเมื่อได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างแล้ว จึงดำเนินการสำรวจความคิดเห็นกับกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงแล้ว

สรุปผลการวิจัย

1. ความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ที่เข้าร่วมกิจกรรมโครงการปลูกป่าชายเลนเฉลิมพระเกียรติ ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความพึงพอใจกับสื่อที่ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ได้ประชาสัมพันธ์ในระดับปานกลางและพอใจกับการเข้าร่วมกิจกรรมโครงการปลูกป่าชายเลนเฉลิมพระเกียรติ ส่วนสื่อเสียงตามสายพอใจมากที่สุดซึ่งส่วนมากจะเป็นผู้ชายที่มีครอบครัวแล้วผู้หญิงมีเป็นส่วนน้อยนี่องจากอาชีวศึกษาและสกปรก

2. การเปรียบเทียบความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ที่เข้าร่วมกิจกรรมโครงการปลูกป่าชายเลนเฉลิมพระเกียรติต่อสื่อประชาสัมพันธ์พบว่าผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความพึงพอใจการรับรู้ข่าวประชาสัมพันธ์โครงการปลูกป่าชายเลนเฉลิมพระเกียรติมีความพึงพอใจกับสื่อเสียงตามสายอยู่ในระดับปานกลางและเมื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจจำแนกตามสถานภาพกับสื่อโทรทัศน์ เปรียบความพึงพอใจจำแนก

ตามอายุกับสื่อเสียงตามสาย เบรียนเทียบความพึงพอใจจำแนกตามอายุกับสื่อสิ่งพิมพ์ ไม่แตกต่างกัน และมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด

อภิปรายผลการวิจัย

1.) **ความพึงพอใจความรู้ความเข้าใจด้านสื่อ** จากการวิจัยครั้งนี้มีประเด็นเรื่องความพึงพอใจเกี่ยวกับสื่อประชาสัมพันธ์ที่ใช้ในโครงการปลูกป่าชายเลนเฉลิมพระเกียรติ สามารถอภิปรายผลได้ว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้รับข่าวสารข้อมูลจากสื่อเสียงตามสายได้มากที่สุด เพราะว่าสื่อเสียงตามสายจะประกาศให้ทุกฝ่ายให้ทุกฝ่ายได้ยินแต่ก็มีบางฝ่ายที่เสียงไม่ดังพอ ก็จะทำให้มีทราบข่าวบางข่าวส่วนสื่อสิ่งพิมพ์ก็จะล่าช้า เป็นประจำที่ก็มานั่งโครงการจนไปแล้วหนังสือจึงตามมา ทำให้บางฝ่ายได้รับข้อมูลที่ล่าช้าไป ส่วนสื่อโทรทัศน์มีพรีเซ็นเตอร์ที่นำเสนอติดตาผู้ชมแต่ได้รับข้อมูลข่าวสารน้อย

2.) **ความพึงพอใจด้านรูปแบบ เนื้อหาและการนำเสนอ** จากการวิจัยพบว่า รูปแบบ เนื้อหา และการนำเสนอที่ได้รับจากการประกาศ มีผลต่อความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ได้แก่ ความเหมาะสมในการนำเสนอรายละเอียด เมื่อได้รับพึงเถิดสามารถเข้าใจได้ในทันที รองลงมาคือ ภาษาที่ใช้สามารถเข้าใจได้ง่าย ในขณะที่ ความน่าสนใจของผู้ประกาศมีน้ำเสียงที่ทำให้ฟังเกิดความพึงพอใจ และ เนื้อหาข่าวสารมีความทันสมัย หรือความรู้ที่ได้รับจากเสียงตามสายหรือความชัดเจนในการรับสื่อเสียงตามสาย ตลอดจนระดับเสียงตามสายที่จะได้ยินการประกาศ และการประกาศทางเสียงตามสายมีความหลากหลายและความรวดเร็วในการนำเสนอข้อมูลของเสียงตามสาย การนำเสนอข้อมูลมีประโยชน์ ทำให้เกิดความรู้ รับทราบถึงข้อมูลการเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ของโครงการปลูกป่าชายเลน เฉลิมพระเกียรติจึงย่อต่อการเข้าร่วมกิจกรรม ในขณะที่การนำเสนอ รูปแบบ เนื้อหา และการนำเสนอที่ได้รับจากสื่อสิ่งพิมพ์ ที่สำคัญได้แก่ความเหมาะสมของภาษาที่ใช้กับสื่อสิ่งพิมพ์ในการประชาสัมพันธ์ ใช้ภาษาง่ายต่อการเข้าใจ ส่วนเนื้อหาที่ตรงประเด็น ความชัดเจน เนื้อหามีความทันสมัยต่อเหตุการณ์ ความเหมาะสมในการนำเสนอ เนื้อหาเข้าใจได้ง่าย มีความน่าสนใจ เป็นประโยชน์ ทำให้ทราบกิจกรรมต่างๆ ของ ททบ.5 และมีความเหมาะสมในการใช้สีสันและตัวอักษร มีความชัดเจน และการนำเสนอ ผ่านสื่อโทรทัศน์กกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่า รูปแบบ เนื้อหา และการนำเสนอที่ได้รับจากสื่อโทรทัศน์ มีผลต่อความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ความง่ายในการเข้าใจเมื่อรับชมโฆษณาแล้ว เข้าใจได้ทันทีว่าเป็น โครงการปลูกป่าชายเลนเฉลิมพระเกียรติ ของ ททบ.5 มีความน่าสนใจในตัวพรีเซ็นเตอร์ มีการให้ความรู้ความเข้าใจในโครงการ มีความรวดเร็วในการเผยแพร่ข่าวสาร และมีความชัดเจนในการนำเสนอข่าวสารทางโทรทัศน์

3.) **ปัจจัยทางด้านลักษณะประชากรศาสตร์ มีประเด็นน่าสนใจคือ ปัจจัยทางลักษณะทางประชากรศาสตร์ ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์เสียงตามสาย สื่อหนังสือเวียน**

ทราบ สื่อโทรทัศน์ พบว่าเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ เสียงตามสาย โทรทัศน์ แต่ก็ต่างกันในส่วนประชาชนที่มีระดับการศึกษาสูงสุดที่สำเร็จแต่ก็ต่างกันมีความพึงพอใจต่อสื่อเสียงตามสาย สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโทรทัศน์แตกต่างกัน ในขณะที่ ประชารที่สังกัดฝ่ายที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อสื่อเสียงตามสาย สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อโทรทัศน์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.5

4.) ระดับการประชาสัมพันธ์มีผลต่อประชารทผู้เข้าร่วมกิจกรรมในโครงการปลูกป่าชายเลน เคลิมพระเกียรติ ของสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 พบว่าถ้ามีการประชาสัมพันธ์มากเท่าใดจะทำให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความกระตือรือร้นอย่างที่จะเข้าร่วมกิจกรรมด้วย ถ้ากลุ่มเป้าหมายได้รับรายละเอียดจากสื่อการประชาสัมพันธ์มากก็จะมีความเชื่อใจว่าทำไมจึงต้องมีการจัดทำโครงการนี้ขึ้นมา เพื่อประโยชน์อะไรจากการทำการวิจัยโครงการปลูกป่าชายเลน เคลิมพระเกียรติ ผู้คิดจัดทำกิจกรรมนี้ ขึ้นมาโดยยึดตามแนวพระราชดำรัสของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวมาใช้ทำให้ประชาชนสนใจ เพราะมีแรงดึงดูดจากการทำเพื่อความในหลวง และโครงการนี้ส่วนมากกลุ่มเป้าหมายจะได้รับข้อความการประชาสัมพันธ์จากสื่อเสียงตามสายมากที่สุด เพราะสื่อเสียงตามสายจะเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ง่าย และทำให้รับฟังรายละเอียดของโครงการได้ง่ายทำให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความรู้สึกอย่างเข้าร่วมกิจกรรมด้วย ถือว่าการประชาสัมพันธ์ของโครงการปลูกป่าชายเลน เคลิมพระเกียรตินี้ประสบความสำเร็จได้เป็นอย่างดี ส่วนมากจะเป็นผู้ชายที่มีการสมรสแล้วอายุอยู่ในระหว่างวัยกลางๆ คน เป็นพระอาชีวะระดับนี้จะมีความตระหนักในการรักษาป่าไม้และไม่กลัวความร้อนของแดดและความสกปรก เพราะว่าต้องลุยกองลงไปปลูกต้นไม้ทำให้เลอะเทอะ แต่ก็มีบางฝ่ายที่เป็นง่ายเด็กๆ ซึ่งมีผู้เข้าร่วมกิจกรรมน้อย อาจเนื่องมาจากฝ่ายนี้มีบุคลากรน้อย และมีผู้สูงอายุมากร่างกายไม่แข็งแรง เพื่อการปลูกป่าชายเลน ต้องตากแดดและต้องประสบกับภาวะอากาศร้อน และบางฝ่ายได้รับข้อมูลไม่ถูกต้องเนื่องจากระบบของเสียงตามสายนั้นไม่ชัดเจน หรือลำโพงไม่ดัง ไม่ได้ยินเสียงจากการประกาศของโครงการ หนังสือเวียนของทางราชการบางครั้งก็มีฝ่ายล้าเกินไป ทำให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมไม่ทราบรายละเอียดว่าโครงการนี้จะทำการปลูกว่าวันไหน ที่ใด และเมื่อใด ขณะนั้นหนังสือเวียนทราบจะได้ผลกระทบต่อประชาสัมพันธ์ไม่ถูกต้องประสบความสำเร็จ ส่วนสื่อโทรทัศน์บางฝ่ายก็จะไม่ได้รับข่าวเพราะว่าประชาสัมพันธ์ทางโทรทัศน์น้อยเกินไป

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ควรจะมีการพัฒนาความน่าสนใจของสื่อที่นำเสนอจะมีการประชาสัมพันธ์มากๆ กว่านี้

2. การนำเสนอข้อมูลข่าวสารยังขาดความสมบูรณ์ในการเชิญชวนให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีการตัดสินใจ

3. ผลการวิจัย ด้านสื่อเสียงตามสายของสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ควรจะปรับปรุงให้เสียงดังฟังชัดเจนทุกฝ่าย

4. รูปแบบในการนำเสนอ ควรนำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาประยุกต์ใช้ในการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อทำให้สื่อประชาสัมพันธ์เกิดความน่าสนใจยิ่งขึ้น

5. เนื้อหาสื่อประชาสัมพันธ์ ควรเพิ่มเติมเนื้อหาให้มีความหลากหลาย แต่ทั้งนี้ต้องให้เกิดความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในสื่อสารแต่ละเรื่องและกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการ ภาษาที่ใช้สามารถเข้าใจได้ง่าย เพื่อที่เนื้อหาของสื่อไม่เกิดความซับซ้อนกลุ่มเป้าหมายสามารถเข้าใจได้ทันที

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการของผู้เข้าร่วมกิจกรรมของสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5

2. ศึกษาแผนงานการประชาสัมพันธ์ของเอกชนในการสนับสนุน หรือส่งเสริมการเข้าร่วมกิจกรรม

3. ควรจะมีการวิจัยโดยนำไปศึกษากับกลุ่มอื่น ๆ เช่น ประชาชนทั่วไป ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายทั้งในองค์กรและนอกองค์กร เพื่อนำผลการวิจัยมาใช้ได้ใกล้เคียงกับความจริงมากขึ้น

4. ควรมีการวิจัยโดยเฉพาะสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทใดประเภทหนึ่ง ซึ่งจะทำให้ข้อมูลของสื่อแต่ละประเภทลึกกว่าเดิม

5. ควรมีการวิจัยเบื้องต้นข่าวสารของผู้เข้าร่วมกิจกรรม เพื่อนำผลการศึกษามาปรับเทียบกับสื่อประชาสัมพันธ์ และเพื่อเป็นแนวทางในการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ของธนาคารต่อไป

6. การศึกษารั้งต่อไป ควรสามารถดับความพึงพอใจในแบบสอบถามให้มีความละเอียดในเนื้อหาของสื่อ ที่สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้ จึงจะแสดงผลความพึงพอใจของสื่อได้ชัดเจนมากขึ้น

บรรณานุกรม

- บุพฯ สุกาคุล. (2540). **การสื่อสาร.** (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพ: ไอ.เอ.ส.พรีนติ้ง เอเชียส์.
 ลักษณะ สะเตะเวทิน . 2542 . การประชาสัมพันธ์ . กรุงเทพมหานคร . สำนักพิมพ์เพื่องฟ้าพรีนติ้ง.
 วิรช ลภิรัตนกุล. (2549) . **การประชาสัมพันธ์ (ฉบับสมบูรณ์).**กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่ง
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. (พิมพ์ครั้งที่ 11).
 สมควร กวียะ , พิศิษฐ์ ชาลาธวัช . (2546) . **ทฤษฎีการสื่อสารประยุกต์.** กรุงเทพมหานคร .
 สำนักพิมพ์พิพิธวิสุทธิ์.
 ถุรัตน์ ตรีสกุล. (2547) . **การสื่อสาร.** กรุงเทพมหานคร . ศูนย์หนังสือวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
 เศรี วงศ์มนษา. (2546). **สื่อประชาสัมพันธ์.** กรุงเทพมหานคร. นนท์การพิมพ์.
 อนันต์ธนา อังกินานันท์ . (2535) . **การผลิตและการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ .** กรุงเทพมหานคร :
 สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง .
 กิรากร อภิสรากรกุล. 2550. **สื่อประชาสัมพันธ์ที่มีต่อการยอมรับของนักศึกษา**
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมธิราช.
 จิตติพง ไตรทาน.2549. ความพึงพอใจและการรับรู้ของผู้เข้าอบรมต่อสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของ
 เทคโนธานี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี. วิทยานิพนธ์ ปริญญาโท.
 มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
 นริส ประทุมสุวรรณ. 2549. ประสิทธิผลของสื่อประชาสัมพันธ์ภายในกองทัพเรือ : กรณีศึกษาหน่วย
 ของกองทัพเรือในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. วิทยานิพนธ์. มหาวิทยาลัยบูรพา.
 mgrkt จุลรัตน์. 2549. ความพึงพอใจของลูกค้าต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของธนาคารอาคารสงเคราะห์.
 มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
 Chung, I. (1998). Effects of struture on efficacy of public relation problem solving processes.
 Dissertation Abstracts international, 59(04), 994-A. (UMI No. 9828797).

ภาคผนวก

ความเป็นมาของสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5

สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก Royal Thai Army Radio and Television (Channel 5) มีจุดกำเนิดมาจากข้อบังคับกระทรวงกลาโหม ว่าด้วยการกำหนดกำลังเจ้าหน้าที่ของกองทัพบกในเวลาปกติ ซึ่งได้กำหนดหน้าที่ของกรรมการทหารสื่อสารไว้เมื่อ พ.ศ.2495 ให้มีแผนกวิทยุโทรทัศน์สังกัดอยู่ในกองการกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ ซึ่งเป็นหน่วยขึ้นตรงของกรรมการทหารสื่อสาร ขึ้นเป็นครั้งแรก ซึ่งแสดงว่ากองทัพบกได้มอบภารกิจนี้ให้แก่เหล่าทหารสื่อสาร โดยเฉพาะ

จนถึง พ.ศ.2497 จึงได้กำหนดอัตราการจัดและกำลังพลแผนกวิทยุโทรทัศน์ ไว้ในอัตราเดียว ของกรรมการทหารสื่อสาร มีภารกิจในการดำเนินการเกี่ยวกิจวิทยุโทรทัศน์ การจัดรายการวิทยุโทรทัศน์ และการถ่ายทอดโทรทัศน์จนถึงปัจจุบัน ขณะนี้มีกำลังพลตามอัตรา นายทหาร, นายสิบ รวม 52 ตำแหน่ง

การจัดตั้ง

ด้วยความคำริและความอนุเคราะห์ของ ฯพลฯ จอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ ผู้บัญชาการทหารบก ได้แต่งตั้งให้ พลเอก ไสว ไสวແສນยากร ผู้ช่วยผู้บัญชาการทหารบก เป็นประธานคณะกรรมการดำเนินกิจการวิทยุโทรทัศน์ของกองทัพบก เมื่อ 25 กุมภาพันธ์ 2500 มีหน้าที่วางแผนการจัดตั้งสถานีวิทยุโทรทัศน์ของกองทัพบก เพื่อประโยชน์ต่อการพัฒนาการทางทหาร จัดหาอุปกรณ์การส่งวิทยุโทรทัศน์ และวางแผนอำนวยการกับควบคุมการดำเนินการทั้งปวง โดยใช้บประมาณที่กองทัพบกให้ยืมไปดำเนินการเป็นจำนวน 10 ล้านบาทเศษ

สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกได้วางศึกษาถყมย์ อาคารสถานี ณ บริเวณกองพลทหารม้า สนามเป้า ถนนพลโยธิน เขตพญาไท กรุงเทพมหานคร เมื่อ 24 มิถุนายน 2500 และก่อสร้างแล้วเสร็จออกอากาศเป็นปฐมฤกษ์เมื่อ 25 ม.ค.2500 ซึ่งเป็นวันกองทัพบก ด้วยระบบ FCC (Federal Communication Committee) สัญญาณ 525 เส้น ภาพขาว - ดำ ออกอากาศช่อง 7 มีชื่อสากแล้ว His Majesty Station; Army Television (HSATV) ชื่อย่อ " ททบ."

ความมุ่งหมาย

สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ได้ตั้งขึ้นด้วยความมุ่งหมาย 3 ประการ คือ

- เพื่อประโยชน์ในการฝึกศึกษาของเจ้าหน้าที่ให้มีความรู้ความชำนาญ สามารถติดตามความรู้และความก้าวหน้าของวิทยาการด้านวิทยุโทรทัศน์ได้ดียิ่งขึ้น

2. เพื่อให้บริการความรู้ความบันเทิง แก่ทหารและประชาชน
3. เพื่อเป็นสื่อสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างทหารของชาติกับประชาชน

ความมุ่งหมายการดำเนินงานด้านໂທຣທັນ໌ ໃນການຈັດຕັ້ງສະຖານີເພື່ອ

1. เป็นเครื่องมือในการแจ้งข่าว
2. เพย়ແພຣົກິຈກາຮອງກອງທັບກ ແລະ ສ່ວນຮາຈກາອື່ນ
3. ຕ່ອຕ້ານກາຮ ໂມຍຄາຂອງຝ່າຍຕຽນຂໍານ
4. ດຳເນີນກາຮທາງດ້ານຈິຕິວິທາຢາໃນການອໍານວຍກາຮອງກອງທັບ
5. ເພຍແພຣ່ນ ໂອຍນາຍຂອງຮັສູ
6. ບໍາຮຸງການຮູ້ການບັນທຶກແກ່ທຫາຮແລະປະຊາຊາດ
7. ສັນນຸນກາຮອນຮົມຄືລ່ຽມຂອງໝາດແກ່ທຫາຮແລະປະຊາຊາດ
8. ກະຈາຍຂ່າວສາຮທີ່ກາຍໃນແກ່ຍານອກປະເທດ
9. ສ່າງເສີມການເຂົ້າໄວອັນດີຮ່ວງທຫາຮກັບປະຊາຊາດ
10. ສ່າງເສີມໃຫ້ໜ່ວຍຕ່າງ ມີການຮູ້ ການໝໍານາງທາງວິທຸໂທຣທັນ໌

ຈາກກາຮສັນກາຍຜູ້ອໍານວຍກາຮສະຖານີວິທຸໂທຣທັນ໌

“ກາຮແໜ່ງຂັ້ນກາຮນໍາເສັນອ່າວປະສັນພັນຮີໃນປັຈຸບັນນີ້ໄໝໄດ້ມີພື້ຍງ
ກວາມຮວດເຮົວ ແມ່ນຢໍາ ແລະ ວິຄຣາຮ໌ທີ່ເຈົ້າລຶກຄົງປະເດືອນຍ່າງທີ່ຜ່ານມາ
ໜ້າກແຕ່ຍັງຕ້ອງມີຕົວແປຣໃໝ່ໆ ໃນກາຮນໍາເສັນອ່າວຄູ່ເໝັ້ນຈະມີອິທີພົດ
ຈື້ນເວື່ອຍ໏ ໄນວ່າຈະເປັນຕົວອອງຜູ້ປະກາດຕ້ອງມີໜ້າຕາດີ ອລ່ອ ອຸດີ
ມີການເຂີຍບາດເຂີຍບຄມໃນກາຮຮາງຈາກວິຄຣາຮ໌່ອ່າວ ພບວນກາຮແໜ່ງຂັ້ນ
ຄົງໃໝ່ປັນຈອກທີ່ເວີ້ນປະຫຼຸງຈື້ນເອິກຄົງ ໂດຍຄົງນີ້ໄໝໄດ້ເກື່ອງກັບ
ບຸກຄາກຮ້ອງຜູ້ປະກາດ່ອ່າວແຕ່ຍ່າງໄດ້ແຕ່ເປັນເຮືອງຂອງທັກໂນໂລຢີ
ໃນກາຮນໍາເສັນອ່າວເໝັ້ນວ່າແຕ່ລະຫ່ອງຈະໄໝຍອນນ້ອຍໜ້າກັນ”

(ພລ ໂທ ກິຕິທັນ໌ ບໍາແນ້ນີ້ພັນຮີ,ຜູ້ອໍານວຍກາຮສະຖານີວິທຸໂທຣທັນ໌ກອງທັບກຊ່ອງ 5)

ສະຖານີວິທຸໂທຣທັນ໌ກອງທັບກຊ່ອງ 5 ເປັນສະຖານີທີ່ຄ່າຍທອດ່າວສາຮສູ່ປະຊາຊາດ ໂດຍຍູ້ໃນກາຮ
ຄວບຄຸມດູແລຂອງກອງທັບກ ຫຼືນີ້ທີ່ສະຖານີວິທຸ ແລະ ໂທຣທັນ໌ ສະຖານີວິທຸໂທຣທັນ໌ກອງທັບກຊ່ອງ 5 ທຳ
ຫຼຽກິຈໃນຮູ່ປະບວງຂອງກາຮບາຍເວລາແລະໃຫ້ຜູ້ຈັດ ໄດ້ນໍາເວລາໄປຈັດສຽງທຳຮາຍກາຮເອງ ແລະ ບາຍໄມຍ່າງ
ທັບກ.5 ໃຫ້ການຮູ້ແລະ ການບັນທຶກ ພຣ້ອມເນື້ອຫາສາຮທີ່ມີປະໂຍົນກັບປະຊາຊາດ ແລະ ໃນກາຮທີ່
ເປັນສະຖານີໂທຣທັນ໌ ຈຶ່ງມີກາຮສ້າງກາພລັກພື້ນໄທກັບອົງກົງ ເນື່ອມີນໍາທ່ວມປະຊາຊາດເດືອດຮັອນທີ່ໃຫ້ກາຮ

ททบ.5 ก็จะเป็นตัวแทนในการช่วยเหลือประชาชนแทนรัฐบาล ในรูปแบบต่างๆ เช่น เซี่ยงคารานักแสดง นาร่าว่รวมกิจกรรมรับบริจากเงินช่วยเหลือประชาชน โดยการตั้งหน่วยช่วยเหลือผู้ประสบภัยทางหน้าสถานี

โครงการของททบ.5 ที่สำคัญมีดังนี้

1. ททบ.5 ร่วมภัยต้านภัยหนาว 5.ททบเนื่องในโอกาสครบรอบ 51 ปี วันสถาปนา ททบ.คณ พื้นบริหารและเจ้าหน้าที่ร่วมเดินทางไปบริจากผ้าห่มและเครื่องกันหนาว ณ. อำเภอวังทองหลาง จังหวัดพิษณุโลก ในวันเสาร์ที่ 24 ถึง วันอาทิตย์ที่ 25 มกราคม 2552 ในช่วงที่มีอากาศหนาวจัด ททบ.5 ได้มองเห็นถึงความลำบากของราภูที่อยู่ในพื้นที่ตอนเหนือที่ประสบภัยหนาว เพื่ออบรมผลกระบที่เกิดขึ้นทาง ททบ. และผู้จัดรายการร่วมกันจัดหาผ้าห่มและเครื่องกันหนาวร่วมในโครงการครั้งนี้

2. แฟมิลี่สัมพันธ์ครั้งที่ 3 สมาคมผู้ประกอบการวิชาชีพและโตรทัศน์ ททบ.5 มีกำหนดการแข่งขันแรลลี่การกุศล "ททบ.5 แฟมิลี่สัมพันธ์ ครั้งที่3"ชิงถ้วยพระราชทาน สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ ในวันที่ 7-9 ก.พ. 2552 เส้นทาง กรุงเทพฯ - อาราญาน่า ภูพามานรีสอร์ต แอนสปานครราชสีมา รายได้ส่วนหนึ่งทูลเกล้าทูลกระหม่อมถวายเป็นทุนการกุศล สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ตามพระราชอัธยาศัย ส่วนที่เหลือสมทบเป็นเงินช่วยเหลือกิจการต่างๆของทางสมาคมฯ และเพื่อสาธารณกุศล

3. กันตนาจันมีอีกับททบ.5 อุยกะครก่อนข่าว บริษัทกันตนากรรูปจำกัด(มหาชน) ร่วมกับสถานีวิทยุกองทัพบกขัดบ่วงสรวงและແດลงข่าวโครงการละครสองชุด คือ วีรชนคนกล้าแห่งสยาม และ THE GANG พลพรครักษแผ่นดิน ได้รับเกียรติจาก พลโท กิตติทัศน์ บำเน็จพันธุ์ ผู้อำนวยการสถานีวิทยุโตรทัศน์กองทัพบก และคุณศศิกร ณัทท์เศรษฐี กรรมการบริษัทกันตนากรรูปจำกัด(มหาชน) และนักแสดงจากละครทั้งสองชุดเข้าร่วมพิธีบ่วงสรวง ละครทั้งสองจะออกอากาศทุกวันจันทร์-พฤหัสบดี วันละครึ่งชั่วโมง โดย วีรชนคนกล้าแห่งสยาม ออกอากาศเวลา 18.00-18.30 น. และ THE GANG พลพรครักษแผ่นดิน ออกอากาศเวลา 18.30-19.00 น.

4. โครงการเฉลิมพระเกียรติ กิจกรรมเปิดตัวโครงการเฉลิมพระเกียรติพระบรมสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวประจำปี2552ในวันศุกร์ที่21พ.ย51 51.

5. โครงการ “พี่ให้น้อง ” เป็นโครงการที่ก่อตั้งขึ้น โดยฝ่ายข่าวสถานีวิทยุโตรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 เมื่อปี พ.ศ. 2549 จากการลงพื้นที่ของผู้สื่อข่าวพบว่า ยังมีโรงเรียนในหลายพื้นที่ของประเทศไทยขาดการสนับสนุนทางด้านการศึกษา ขาดแคลนอาคารเรียน อุปกรณ์การเรียน พาหนะในการเดินทาง และสิ่งของที่จำเป็น อาทิ หนังสือ อุปกรณ์กีฬา ชุดนักเรียน จักรยาน คอมพิวเตอร์ เนื่องจากความช่วยเหลือจากภาครัฐไม่สามารถเข้าไปช่วยเหลือได้อย่างทั่วถึง โดยเฉพาะโรงเรียนที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ทุรกันดาร ฝ่ายข่าวสถานีวิทยุโตรทัศน์กองทัพบกได้ตระหนักถึงปัญหาดังกล่าว จึงมีแนวคิดในการ

เปิดรับบริจาคเงินและอุปกรณ์การเรียนจากหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนรวมถึงประชาชนทั่วไป ทั้งนี้ เพื่อนำความช่วยเหลือจากผู้มีจิตศรัทธาไปมอบให้กับนักเรียนโรงเรียนที่ยังขาดโอกาสทางด้าน การศึกษาปีละ 2 ครั้งเพื่อเป็นการช่วยเหลือสังคม ด้วยโทรศัพท์รวมการเฉพาะกิจแห่งประเทศไทย จะมี การกิจสำคัญร่วมกับกรมประชาสัมพันธ์และสถานีโทรทัศน์ทุกช่องในการดำเนินการถ่ายทอดสดพระ ราชพิธีพระราชทานเพลิงศพ สมเด็จเจ้าพี่นางเธอ เจ้าฟ้ากัลยาณิวัฒนา กรมหลวงราชวิวารณ์ครินทร์

6. โครงการปลูกป่าสาธารณะเฉลิมพระเกียรติโครงการป่าชายเลนและโครงการปลูกป่า เป็นการช่วยลดภาวะโลกร้อนและการหยุดยั้งการแผ่ขยายการทำลายป่าชายเลนจึงควรที่จะห้ามกิจกรรมใดๆ ที่จะนำไปสู่การเปลี่ยนสภาพป่าชายเลนตอบสนองความต้องการได้ของมนุษย์จะต้องเป็นโดยไม่ทำให้ส่งผลเสียต่อพืชและสัตว์ในเขตอนุรักษ์ป่าชายเลนควรจะได้รับการจัดการในรูปแบบของการจัดการทรัพยากรที่เกิดทดแทนได้ เพื่อให้มีการใช้ประโยชน์ทั้งทางตรงและทางอ้อม ตลอดจนการใช้บริการทางด้านสิ่งแวดล้อมต่างๆ ได้อย่างต่อเนื่องและยาวนานควรจะถือว่าป่าชายเลนเป็นส่วนหนึ่งของเขตชายฝั่งทะเล โดยไม่มีการแบ่งแยกการพิจารณาเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์ป่าชายเลน จะต้องคำนึงถึงลักษณะการพึ่งพาของป่าชายเลนที่ขึ้นอยู่กับการใช้ที่ดินเพื่อการเก็บกักน้ำ และลักษณะความสัมพันธ์ที่สำคัญระหว่างป่าชายเลนที่ขึ้นอยู่กับการใช้ที่ดินเพื่อการเก็บกักน้ำ และลักษณะความสัมพันธ์ที่สำคัญระหว่างป่าชายเลนกับผืนน้ำชายฝั่งที่อยู่ติดกันควรจะมีการจัดทำการประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อมสำหรับโครงการที่อยู่ในป่าชายเลนหรือที่อยู่ติดกับป่าชายเลน โดยถือว่าระบบนิเวศป่าชายเลนนี้เปลี่ยนได้ง่ายและควรจะเน้นถึงความสำคัญของกระบวนการภายนอกที่เกี่ยวข้องกับแหล่งน้ำจีดและน้ำเค็มและการผลิตอาหารควรจะมีการปรับปรุงฐานข้อมูลป่าชายเลน และแผนชาติเกี่ยวกับป่าชายเบนให้ทันสมัยอยู่เสมอรองรับให้ประชาชนและผู้บุกรุกป่าชายเลนเข้าใจถึงความสำคัญของป่าชายเลนและให้ความร่วมมือในการอนุรักษ์ป่าชายเลน

โครงการปลูกป่าชายเลนเฉลิมพระเกียรติของทาง ททบ.5 ดำเนินการมีดังนี้

ครั้งที่ 1 วันที่ 15 พฤศจิกายน 2550 บริเวณ เกาะกลางน้ำแม่น้ำบางปะกง ตำบลท่าข้าม อำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา

ครั้งที่ 2 วันที่ 4 สิงหาคม 2551 บริเวณพื้นที่ก่อสร้างวิทยาเขตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อำเภอแก่งคอย จังหวัดสระบุรี

ครั้งที่ 3 วันที่ 25 พฤศจิกายน 2551 บริเวณพื้นที่ หมู่ 3 ตำบลโคลาขาม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร

sluakenของเราก็อ “เลี้ยงสละพัฒนา นำคุณค่าสู่สังคมไทย”

แบบสอบถาม

ความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ที่เข้าร่วมกิจกรรมโครงการปลูกป่าชายเลนเฉลี่ยมพระเกียรติ
ชายเลนเฉลี่ยมพระเกียรติต่อสื่อประชาสัมพันธ์ ณ ตำบลท่าข้าม อำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา
ประกอบด้วย 5 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ลักษณะประชากรของผู้เข้าร่วมกิจกรรม โครงการปลูกป่าชายเลนเฉลี่ยมพระเกียรติ ของททบ.5

ตอนที่ 1 ลักษณะประชากรของผู้เข้าร่วมกิจกรรม โครงการปลูกป่าชายเลนเฉลี่ยมพระเกียรติ (โปรดใส่เครื่องหมาย ✓)

- | | | |
|----------------------------|--|---|
| 1. เพศ | <input type="radio"/> (1) ชาย | <input type="radio"/> (2) หญิง |
| 2. สถานภาพ | <input type="radio"/> (1) โสด | <input type="radio"/> (2) สมรส |
| | <input type="radio"/> (3) หย่า/หม้าย | |
| 3. อายุ | <input type="radio"/> (1) 20 -30 ปี | <input type="radio"/> (2) 31-40 ปี |
| | <input type="radio"/> (3) 41-50 ปี | <input type="radio"/> (4) มากกว่า 51 ปี |
| 4. การศึกษาสูงสุดที่สำเร็จ | | |
| | <input type="radio"/> (1) ต่ำกว่าปริญญาตรี | <input type="radio"/> (2) ปริญญาตรี |
| | <input type="radio"/> (3) ปริญญาโท | <input type="radio"/> (4) จบสูงกว่าปริญญาโท |
| 5. ฝ่ายที่ท่านสังกัด | | |
| | <input type="radio"/> (1) เทคนิค | <input type="radio"/> (2) รายการ |
| | <input type="radio"/> (3) สนับสนุน | <input type="radio"/> (4) การเงิน |
| | <input type="radio"/> (5) แผนและโครงการ | |

พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์

1. ท่านได้รับข่าวสารของสื่อประชาสัมพันธ์โครงการปลูกป่าชายเลนเฉลี่ยมพระเกียรติจากสื่อใดมากที่สุด

<input type="radio"/> (1) เสียงตามสาย	<input type="radio"/> (2) สื่อสิ่งพิมพ์
<input type="radio"/> (3) โทรทัศน์	
2. ท่านติดตามข่าวการประชาสัมพันธ์โครงการปลูกป่าชายเลนเฉลี่ยมพระเกียรติบ่อยครั้งเพียงใด

<input type="radio"/> (1) 2 สัปดาห์/ครั้ง	<input type="radio"/> (2) 3 สัปดาห์/ครั้ง
<input type="radio"/> (3) 4 สัปดาห์/ครั้ง	<input type="radio"/> (4) ไม่ค่อยได้ติดตาม

ท่านได้รับข่าวสารของสื่อประชาสัมพันธ์โครงการปลูกป่าชายเลนเฉลิมพระเกียรติจากสื่อใด

สื่อประชาสัมพันธ์โครงการปลูกป่าชายเลนเฉลิมพระเกียรติ	5 มาก ที่สุด	4 มา ก	3 ปาน กลาง	2 น้อย ย	1 น้อย ที่สุด
1. สื่อเสียงตามสาย					
2. สื่อสิ่งพิมพ์					
3. สื่อโทรทัศน์					

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมต่อสื่อประชาสัมพันธ์

คำชี้แจง โปรดจัดเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

1. ท่านมีความพึงพอใจต่อสื่อเสียงตามสายทบบ. มากน้อยเพียงไร

ความพึงพอใจต่อสื่อเสียงตามสายโครงการปลูกป่าชายเลนเฉลิมพระเกียรติ	5 มาก ที่สุด	4 มา ก	3 ปาน กลาง	2 น้อย ย	1 น้อย ที่สุด
1. ความเหมาะสมในการนำเสนอรายละเอียดของเสียงตามสาย					
2. ความเหมาะสมของน้ำเสียงของน้ำเสียงผู้ประกาศเสียงตามสาย					
3. ความเหมาะสมเนื้อหาข่าวสารทันสมัยของเสียงตามสาย					
4. ความเหมาะสมของภาษาที่ใช้กับสื่อเสียงตามสาย					
5. ความรู้ที่ได้รับจากสื่อเสียงตามสาย					
6. ความชัดเจนในการรับสื่อเสียงตามสาย					
7. ความเหมาะสมของช่วงระยะเวลาและความถี่ในการประชาสัมพันธ์ของเสียงตามสาย					
8. ความหลากหลายของสื่อเสียงตามสาย					
9. ความเหมาะสมของความรวดเร็วในการนำเสนอข้อมูลของเสียงตามสาย					
10. ความเหมาะสมของระดับเสียงที่ได้ยินจากสื่อเสียงตามสาย					

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสิ่งพิมพ์

ความพึงพอใจต่อสื่อประเภทสิ่งพิมพ์ (หนังสือเวียนทราบ) โครงการปลูกป่าชายเลนเฉลิมพระเกียรติ	5 มาก ที่สุด	4 มาก	3 ปาน กลาง	2 น้อย	1 น้อย ที่สุด
11. ความเหมาะสมของภาษาที่ใช้สื่อสิ่งพิมพ์ในการประชาสัมพันธ์					
12. ความเหมาะสมของเนื้อหาที่ใช้สื่อสิ่งพิมพ์นำเสนอตรงประเด็น					
13. เนื้อหาของสื่อสิ่งพิมพ์มีความชัดเจนในการนำเสนอ					
14. เนื้อหาของสื่อสิ่งพิมพ์มีความทันสมัยต่อเหตุการณ์					
15. ความเหมาะสมในการนำเสนอเนื้อหาของสื่อสิ่งพิมพ์					
16. เนื้อหาของสื่อสิ่งพิมพ์รับรู้เข้าใจได้ง่าย					
17. ความน่าสนใจของเนื้อหาสื่อสิ่งพิมพ์					
18. ประโยชน์ที่ได้รับจากเนื้อหาสื่อสิ่งพิมพ์					
19. สื่อสิ่งพิมพ์ทำให้ทราบกิจกรรมต่างๆ ของ ททบ.5					
20. ความเหมาะสมของขนาดตัวอักษรการให้สีสันและขนาดของไปสแตอร์					

ตอนที่ 4. ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสื่อโทรทัศน์

ความพึงพอใจของสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสื่อโทรทัศน์	5 มาก ที่สุด	4 มาก	3 ปาน กลาง	2 น้อย	1 น้อย ที่สุด
21. ความง่ายในการเข้าใจเมื่อรับชมโฆษณาแล้วเข้าใจทันทีว่าเป็นโครงการปลูกป่าชายเลนเฉลิมพระเกียรติ					
22. ความน่าสนใจในตัวพรีเซ็นเตอร์น่าสนใจ ชมแล้วติดตา					
23. การให้ความรู้ของโครงการปลูกป่าชายเลนเฉลิมพระเกียรติ					
24. ความรวดเร็วของข่าวสารที่เผยแพร่ทำให้ทันต่อเหตุการณ์ความเคลื่อนไหวต่างๆ ของ โครงการปลูกป่าชายเลนเฉลิมพระเกียรติ					
25. ความชัดเจนของการโฆษณาเพื่อการประชาสัมพันธ์โครงการปลูกป่าชายเลนเฉลิมพระเกียรติ					

ตอนที่ ๕ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทต่างๆ (สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

.....

.....

.....

.....

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ	นางสาวปานิชา พรมตรุษ
วัน เดือน ปีเกิด	4 กุมภาพันธ์ 2513
สถานที่เกิด	จังหวัดอุตรดิตถ์
วุฒิการศึกษา	พ.ศ 2536
ประสบการณ์ในการทำงาน	บริหารการธุรกิจบัณฑิตย์ สาขาวิศวกรรม มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ เจ้าหน้าที่ควบคุมเทปโภymna สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5
ตำแหน่งหน้าที่ปัจจุบัน	เจ้าหน้าที่ควบคุมเทปโภymna
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	125/33 ซอยสายไหม 15/1 แขวงสายไหม เขตสายไหม กรุงเทพฯ 10220