สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	I
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	III
กิตติกรรมประกาศ	VI
สารบัญ	VII
สารบัญรูปภาพ	X
สารบัญตาราง	XIII

บทที่

1	**บทนำ**	1
	ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
	วัตถุประสงค์ของการวิจัย	6
	คำถามนำการวิจัย	6
	ขอบเขตของการวิจัย	6
	ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	7
	นิยามศัพท์	7
2	**แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง**	9
	แนวคิดที่เกี่ยวผู้ประกาศข่าวและผู้สื่อข่าวภาคสนาม	9
	แนวคิดและทฤษฎีการสร้างแบรนด์บุคคลและการสื่อสารแบรนด์บุคคล	17
	แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวังจากสื่อ	34
	แนวคิดและทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ	37
	แนวคิดและทฤษฎีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร	40
	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	43

สารบัญ (ต่อ)

บทที่		หน้า
3	**ระเบียบวิธีวิจัย**	46
	การวิจัยเชิงคุณภาพ	46
	ขั้นตอนการดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพ	48
	ประชากรและกลุ่มตัวอย่างเชิงคุณภาพ	47
	เครื่องมือในการวิจัยเชิงคุณภาพ	54
	การเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ.....	54
4	**ผลการวิจัย**	55
	ตอนที่ 1 เริ่มต้นก้าวแรกของการเข้าสู่อาชีพของผู้นำเสนอข่าวทางสื่อโทรทัศน์	55
	ตอนที่ 2 ความสำคัญของการสร้างแบรนด์บุคคลของผู้นำเสนอข่าวที่ประสบความสำเร็จ	82
	ตอนที่ 3 วิธีสร้างแบรนด์บุคคลของผู้นำเสนอข่าว	102
	ตอนที่ 4 กลยุทธ์การสื่อสารแบรนด์บุคคลของผู้นำเสนอข่าว	132
	ตอนที่ 5 ทัศนคติของผู้ชมที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้นำเสนอข่าว	148
5	**การสรุปผลการวิจัย อภิปรายผล ข้อเสนอแนะ**	177
	สรุปผลการวิจัย	177
	การอภิปรายผล	205
	ข้อเสนอแนะ	224
บรรณานุกรม		225

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

ภาคผนวก 230

ก แบบสัมภาษณ์ผู้นำเสนอข่าว 231

ข แบบสัมภาษณ์นักวิชาการด้านการสร้างแบรนด์ 234

ค แบบสัมภาษณ์บรรณาธิการ โปรดิวเซอร์รายการ และบุคคลในสมาคมผู้สื่อข่าววิทยุและโทรทัศน์ 237

ง แบบสัมภาษณ์ผู้ชมที่ติดตามและชื่นชอบผู้นำเสนอข่าว 240

จ รูปภาพที่ลงพื้นที่สัมภาษณ์ 243

ประวัติผู้วิจัย 249

สารบัญรูปภาพ

ภาพประกอบที่		หน้า
1.1	ตัวอย่างการวัดเรตติ้งรายการข่าว	1
1.2	คุณจั๊ดธีมะ กาญจนไพรินทร์ ผู้ดำเนินรายการข่าวสถานีโทรทัศน์ช่อง ONE 31.....	3
1.3	คุณไบรท์ พิชญทัฬห์ จันทร์พุฒ ผู้ดำเนินรายการข่าวสถานีโทรทัศน์ ช่อง 3.....	4
1.4	คุณแยม ฐปณีย์ เอียดศรีไชย ผู้สื่อข่าวภาคสนามสถานีโทรทัศน์ช่อง 3 ...	4
2.1	องค์ประกอบสำคัญในการสร้างชื่อเสียงให้กับแบรนด์บุคคล.....	29
2.2	แบบจำลองความคาดหวังและความพึงพอใจที่ได้รับ.....	35
2.3	แบบจำลองกระบวนการของความพึงพอใจสื่อ.....	39
2.4	กระบวนการเลือกสรรข่าวในการรับรู้ของมนุษย์	42
4.1	คุณกนก รัตน์วงศ์สกุล พิธีกรรายการข่าวข้นคนเนชั่น ทางเนชั่นทีวี ช่อง 22	56
4.2	คุณเปรมสุดา สันติวัฒนา พิธีกรรายการฝนฟ้าอากาศ ช่อง 7HD ช่อง 35	58
4.3	คุณบัญชา ชุมชัยเวทย์ พิธีกรรายการจอโลกเศรษฐกิจ ช่อง 3 HD ช่อง 33	60
4.4	คุณสุวิช สุทธิประภา ผู้อำนวยการคลื่นวิทยุFM 100.5 อสทม. พิธีกร รายการคุยขโมงบ่าย 3 โมง ช่อง 9 อสมท.	62
4.5	คุณเขมสรณ์ หนูขาว พิธีกรรายการไทยรัฐนิวส์โชว์ ช่องไทยรัฐทีวีช่อง 32	64
4.6	คุณจั๊ด ธีมะ กาญจนไพริน พิธีกรรายการข่าวเย็นช่องวันและรายการ จั๊ดซัดทุกความจริง ช่อง ONE 31	65
4.7	คุณต๊ะ พิภู พุ่มแกล้วกล้า พิธีกรรายการข่าวเช้า MONO ช่อง 29	67
4.8	คุณกรสุมา เจียมสระน้อย ผู้ประกาศข่าวสถานีโทรทัศน์ช่อง PPTV 36 ...	69
4.9	คุณสืบสกุล พันธ์ดี พิธีกรรายการข่าวเที่ยงไทยรัฐ ช่องไทยรัฐทีวี ช่อง 32.	71
4.10	คุณหลี่แช วิยดา พีรรัฐกุล พิธีกรรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 ช่อง 27.....	72

สารบัญรูปภาพ (ต่อ)

ภาพประกอบที่		หน้า
4.11	คุณอนุวัต เฟื่องทองแดง พิธีกรรายการสนามข่าว 7 สี และรายการอนุวัตจัดให้ ช่อง 7HD ช่อง 35	74
4.12	คุณจตุรงค์ สุขเอียด บรรณาธิการข่าวและผู้สื่อข่าวรายการข่าว 3 มิติ ช่อง 33	76
4.13	คุณปอเปี๊ยะ กาลเวลา เสาเรือน ผู้สื่อข่าวช่องเวิร์คพอยท์ ช่อง 23	78
4.14	คุณเบญจพจน์ ทิพย์กมลแสง ผู้สื่อข่าวช่องไทยพีบีเอส	79
4.15	คุณชญตร์ มุกดาหาร ผู้สื่อข่าวสถานีโทรทัศน์ ช่อง 3HD ช่อง 33	81
4.16	ผศ.ดร. ชุษณะ เตชะคณา นักวิชาการด้านการสื่อสารการตลาดและการสร้างแบรนด์	85
4.17	คุณบรรจง ชีวมงคลกานต์ รองผู้อำนวยการฝ่ายข่าวเวิร์คพอยท์ ช่อง 23	86
4.18	ดร.นเรศ ล้วนไพรินทร์ ที่ปรึกษาด้านการพัฒนาภาวะผู้นำ	86
4.19	คุณศักดา จิวัธยากูล กรรมการสมาคมสื่อวิทยุและโทรทัศน์ไทยปี 2562	87
4.20	ผศ.ดร.โอภาส กิจกำแหง คณะบดีคณะบริหารธุรกิจวิทยาลัยเทคโนโลยีสยาม	88
4.21	ดร.จิรา กฤตยพงษ์ อาจารย์ประจำคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.....	88
4.22	คุณจิรโรจน์ จิตรพัฒนานันท์ ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายข่าว ช่อง 7HD ช่อง 35 ..	89
4.23	คุณชยธร ธนวรเจต ผู้อำนวยการอาวุโสเนชั่นทีวี ช่อง 22	89
4.24	รศ.ดร.เสรี วงษ์มณฑา นักวิชาการด้านสื่อสารมวลชน	90
4.25	คุณสุพรรษา เมฆลาย โปรดิวเซอร์รายการจัดซัดทุกความจริง ช่อง ONE	90
5.1	ความสำคัญของการสร้างแบรนด์บุคคลของผู้นำเสนอข่าวที่ประสบความสำเร็จ.....	178
5.2	จุดเริ่มต้นของการเป็นแบรนด์บุคคลที่ประสบความสำเร็จ	180
5.3	มุมมองที่มีต่อการสร้างแบรนด์บุคคลที่ประสบความสำเร็จ	181

สารบัญรูปภาพ (ต่อ)

ภาพประกอบที่		หน้า
5.4	วิธีการสร้างแบรนด์บุคคลของผู้นำเสนอข่าวที่ประสบความสำเร็จ	183
5.5	การรักษาภาพลักษณ์ของแบรนด์บุคคลของผู้นำเสนอข่าวที่ประสบความสำเร็จ.....	184
5.6	การต่อยอดอาชีพที่ได้จากการเป็นแบรนด์บุคคลของผู้นำเสนอข่าวที่ประสบความสำเร็จ	186
5.7	กลยุทธ์ในการใช้สื่อโซเชียลมีเดียในการสื่อสารแบรนด์บุคคล.....	188
5.8	กลยุทธ์การใช้เนื้อหาการสื่อสารแบรนด์บุคคลผ่านโซเชียลมีเดีย	189
5.9	ข้อควรระวังในการใช้สื่อโซเชียลมีเดียของแบรนด์บุคคล	190
5.10	แรงจูงใจในการติดตามข่าวทางสื่อโทรทัศน์	191
5.11	ผู้นำเสนอข่าวที่ประสบความสำเร็จในมุมมองของผู้ชมในประเด็นผู้นำเสนอข่าวมีผลต่อการติดตามข่าว	192
5.12	ผู้นำเสนอข่าวที่ประสบความสำเร็จในมุมมองของผู้ชม ในประเด็นบุคลิกผู้นำเสนอข่าวที่ทำให้ข่าวน่าติดตาม	193
5.13	ปัจจัยที่ทำให้ผู้ชมเกิดการจดจำผู้นำเสนอข่าวและติดตามผู้นำเสนอข่าว	194
5.14	รูปแบบรายการและการนำเสนอที่ตอบสนองความต้องการของผู้ชม	195
5.15	ความจำเป็นต้องสร้างแบรนด์บุคคลของผู้นำเสนอข่าว	196
5.16	การเข้าถึงของผู้นำเสนอข่าวผ่านสื่อโซเชียลมีเดียของผู้ชม	198
5.17	การตอกย้ำภาพลักษณ์แบรนด์บุคคลของผู้นำเสนอข่าวผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย	199
5.18	การช่วยเผยแพร่แบรนด์บุคคลของผู้นำเสนอข่าวผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย ...	200
5.19	สาเหตุที่ผู้ชมจะเลิกติดตามผู้นำเสนอข่าว	201
5.20	โมเดลผลการวิจัย การสร้างแบรนด์บุคคลของผู้นำเสนอข่าวที่ประสบความสำเร็จทางสื่อโทรทัศน์	202

สารบัญตาราง

ตารางประกอบที่		หน้า
3.1	รายชื่อผู้ชมที่ติดตามผู้นำเสนอข่าวที่ประสบความสำเร็จ.....	53