

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่อง "ความพึงพอใจรายการเดินหน้าประเทศไทยที่มีผลต่อความเชื่อมั่นคณะรักษาความสงบแห่งชาติ" ผู้วิจัยได้นำแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาใช้เป็นกรอบในการศึกษา ดังนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความเชื่อมั่น
4. แนวคิดเกี่ยวกับรายการโทรทัศน์
5. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ เป็นการศึกษาความเป็นเหตุเป็นผลของบุคคลด้วยลักษณะทางประชากรศาสตร์ โดย ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ (2542, หน้า 44-52) ได้กล่าวถึงแนวความคิดด้านประชากรศาสตร์ ว่าเป็นทฤษฎีที่ใช้หลักการของความเป็นเหตุเป็นผล กล่าวคือ พฤติกรรมต่างๆ ของมนุษย์เกิดขึ้นตามแรงบังคับจากภายนอกมากระตุ้น โดยพฤติกรรมส่วนใหญ่จะเป็นไปตามแบบที่สังคมวางเอาไว้ รวมทั้งเป็นการวิเคราะห์ผู้รับสารที่ว่าพฤติกรรมต่างๆ ของมนุษย์เกิดขึ้นจากแรงขับภายนอก (Exogenous Factors) ที่มากระตุ้นต่อมนุษย์ ซึ่งเป็นความหลากหลายทางภูมิหลังของบุคคล โดย อรทัย ศรีสันติสุข (2541, หน้า 22) ได้อธิบายแนวคิดทางด้านประชากรศาสตร์ไว้ว่า บุคคลที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมที่แตกต่างกัน เนื่องจากคุณสมบัติของบุคคลในแต่ละกลุ่มช่วงวัย การศึกษา อาชีพ และรายได้ นั้น จะมีรูปแบบการดำเนินชีวิต การทำกิจกรรมที่แตกต่างกัน โดยส่วนใหญ่พฤติกรรมจะเป็นไปตามแบบที่สังคมวางเอาไว้ ซึ่งสอดคล้องกับ กาญจนา แก้วเทพ (2541, หน้า 302) ที่ว่าในสังคมต่างๆ ไป มักจะกำหนดให้บุคคลที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมที่แตกต่างกัน และบุคคลที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ใกล้เคียงกัน มักจะมีความต้องการและความสนใจในเรื่องเดียวกันด้วย

ปรมะ สตะเวทิน (2546, หน้า 105) ได้ทำการวิเคราะห์ลักษณะของผู้รับสารตามหลักประชากรศาสตร์ โดยได้กล่าวว่า เมื่อผู้ส่งสารต้องการที่จะรู้จักและเข้าใจผู้รับสารที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของตน ผู้ส่งสารจะใช้ลักษณะทางด้านจิตวิทยาและลักษณะทางด้าน

ประชากรศาสตร์ของผู้รับสาร ประกอบกัน โดยลักษณะทางประชากรศาสตร์จะบอกว่าผู้รับสารเพศอะไร อายุเท่าไร มีฐานะอย่างไร มีระดับการศึกษา และอาชีพใด ในขณะที่ลักษณะทางจิตวิทยาจะบอกว่าผู้รับสารนั้น มีความรู้สึก มีความนึกคิดอย่างไร มีความชอบและความต้องการอย่างไร วิธีการวิเคราะห์ผู้รับสารนี้เรียกว่า การวิเคราะห์ผู้รับสารตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ โดยมีสมมติฐานว่า ผู้รับสารที่อยู่ในกลุ่มประชากรศาสตร์เดียวกัน จะมีความพึงพอใจคล้ายคลึงกัน และผู้รับสารที่อยู่ในกลุ่มประชากรศาสตร์ที่ต่างกัน ก็จะมีมีความพึงพอใจที่แตกต่างกัน รวมทั้งสมมติฐานที่ว่าผู้รับสารที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน ก็จะมีมีความเชื่อที่ต่างกันอย่าง ด้วย โดยลักษณะทางประชากรศาสตร์ประกอบด้วย

1. อายุ ถือเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญที่ทำให้คนมีความเหมือนหรือความต่างกันในเรื่องของความคิด ความเชื่อและพฤติกรรม รวมทั้งลักษณะการตอบสนองต่อเหตุการณ์ต่างๆ โดย กิติมา สุรสนธิ (2544, หน้า 19) กล่าวว่า บุคคลที่มีอายุน้อยจะมีความคิดในเชิงเสรี มองโลกในแง่ดี แต่จะอารมณ์ร้อน ส่วนบุคคลที่มีอายุมากจะมองโลกในแง่ร้ายและไม่ชอบเปลี่ยนแปลง ดังนั้นอายุจึงเป็นตัวกำหนดลักษณะของการใช้สื่อมวลชนของผู้รับสารที่ต่างกันอย่าง ด้วย กล่าวคือ คนที่มีอายุมากมักจะแสวงหาข่าวสารหนักๆ แสวงหาข่าวสารบ้านเมือง ข่าวการเมือง ข่าวความเป็นไปของโลก มากกว่าจะแสวงหาข่าวสารเพื่อความบันเทิง นิยมอ่านจดหมายถึงบรรณาธิการ บทบรรณาธิการมากกว่าเรื่องตลก หรือข่าวกีฬา สนใจที่จะรับรู้เรื่องเกี่ยวกับสังคมและความต้องการของตนเอง อีกทั้งคนที่อายุมากมักรับชมรายการโทรทัศน์ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา และข่าวสารด้วย ในขณะที่คนอายุต่ำกว่า 20 ปี ไม่ค่อยนิยมอ่านบทบรรณาธิการ มักไม่ค่อยแสวงหาข่าวสารบ้านเมือง ข่าวการเมือง มักแสวงหาเรื่องความบันเทิง หรือเรื่องสนุกสนานมากกว่า และในการฟังวิทยุก็เช่นเดียวกัน คนที่มีอายุมากมักจะฟังรายการหนักๆ เช่น การอภิปรายปัญหาสังคม ดนตรีคลาสสิก รายการศาสนา และไม่นิยมฟังดนตรีสมัยใหม่

2. เพศ จะพบว่ามีความแตกต่างระหว่างเพศชายและเพศหญิง โดย ปรมะ สตะเวทิน (2546, หน้า 114) กล่าวว่า เพศชายกับเพศหญิงมีความแตกต่างกันทางความคิด ค่านิยม และทัศนคติ รวมถึงพฤติกรรมความต้องการ ตลอดจนการตัดสินใจยอมรับสิ่งต่างๆ สอดคล้องกับการวิจัยทางจิตวิทยาหลายๆ งานวิจัย ได้แสดงให้เห็นว่าเพศชายกับเพศหญิงมีความแตกต่างกันอย่างมากในเรื่องความคิด ความเชื่อ ค่านิยมและทัศนคติ ทั้งนี้เพราะสังคมและวัฒนธรรมกำหนดบทบาทและกิจกรรมของคนทั้งสองเพศไว้ โดยในประชากรกลุ่มใดๆ ก็ตาม จะประกอบไปด้วยประชากรเพศชาย และประชากรเพศหญิงซึ่งพบว่าความแตกต่างทางเพศดังกล่าวได้ส่งผลให้บุคคลมีพฤติกรรมติดต่อสื่อสารที่ต่างกันอย่าง คือ เพศหญิงจะมีแนวโน้มและความต้องการ

ที่จะส่งและรับข่าวสารมากกว่าเพศชาย ในขณะที่เพศชายไม่ต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารเพียงอย่างเดียว แต่มีความต้องการที่จะสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นจากการรับข่าวสารนั้นด้วย (Wilo Goldhabor & Yates, 1980, หน้า 114 อ้างถึงใน กิ่งแก้ว ทรัพย์พระวงศ์, 2546) นอกจากนี้ เบอเนต และโคเฮน (Bennett & Cohen, 1959 อ้างถึงใน สุรางค์ ใคว์ตระกูล, 2541) ยังได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับธรรมชาติของความแตกต่างระหว่างเพศชายและเพศหญิงพบว่า ในเรื่องความหนักแน่นทางความคิดเพศชายจะมีความหนักแน่นทางความคิดมากกว่าเพศหญิง แต่ถ้าในส่วนของความละเอียดและความรอบคอบในด้านความคิดเพศหญิงจะมีความละเอียดและความรอบคอบมากกว่าเพศชาย ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อกระบวนการรับรู้ข่าวสาร การวิเคราะห์ข้อมูล และนำมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินชีวิตด้วย นอกจากนี้ ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ (2542) ยังพบว่าเพศหญิงชอบรับชมโทรทัศน์มากกว่าเพศชาย และเพศหญิงนิยมดูรายการบันเทิง ในขณะที่เพศชายชอบดูข่าว ส่วน กิติมา สุรสุนธิ (2544, หน้า 19) กล่าวว่า เพศมีความสัมพันธ์ต่อบุคลิกลักษณะจิตใจและอารมณ์ของบุคคล เพศหญิงมักสนใจข่าวสารประเภทความสวยงาม ความบันเทิง ในขณะที่เพศชายจะชอบข่าวสารหนักๆ และข่าวสารประเภททำทนาย ผจญภัย เป็นต้น

3. รายได้ รายได้เป็นเครื่องกำหนดความความต้องการตลอดจนความคิดเห็นเกี่ยวกับสิ่งต่างๆ และพฤติกรรมของบุคคล โดยผู้ที่มีรายได้สูงมักเปิดรับสื่อสิ่งพิมพ์และไม่สนใจเนื้อหาทางด้านบันเทิง ในขณะที่ผู้ที่มีรายได้ต่ำมักมีการศึกษาน้อย มีทักษะในการอ่านน้อย จึงนิยมเปิดรับสื่อโทรทัศน์มากกว่า ดังนั้นจะพบว่าคนที่มีฐานะดีหรือรายได้สูงจะใช้สื่อมวลชนมาก ซึ่งการใช้สื่อมวลชนของคนที่มีฐานะที่ดีนั้น มักจะเป็นเพื่อการแสวงหาข่าวสารหนักๆ สำหรับนำไปใช้ประโยชน์ในโอกาสต่อไปได้ เช่น ฟังหรือดูข่าวสารบ้านเมือง ปัญหาสังคมและเศรษฐกิจของประเทศ เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ชรามม์ และ ไวท์ (Schramm & White, 1949 อ้างถึงใน ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2542) ที่พบว่า ผู้ที่มีรายได้สูงในสังคมอเมริกันจะนิยมรับสื่อสิ่งพิมพ์และนิยมเนื้อหาที่เป็นเนื้อหาหนัก ไม่ใช่ความบันเทิง

นอกจากนี้ ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ (2542) ยังได้ทำการศึกษาและพบว่ารายได้ถือเป็นตัวแปรสำคัญเช่นเดียวกับตัวแปรการศึกษาเมื่อใช้ในการอธิบายพฤติกรรมการสื่อสารของบุคคล โดยทั้งสองตัวแปรมีความสัมพันธ์กันสูงมาก กล่าวคือ ผู้ที่มีรายได้สูงมักจะมีการศึกษาสูง มีตำแหน่งหน้าที่การงานที่ดี จึงมักถูกผลักดันให้มีความจำเป็นต้องเรียนรู้หาข้อมูลต่างๆ ให้ทันต่อเหตุการณ์อยู่เสมอ จึงเป็นความจำเป็นของผู้รับสารที่มีรายได้ดีที่จะติดตามข่าวสารบ้านเมือง เศรษฐกิจความเป็นไปของรัฐบาล และประเทศ เพื่อเป็นประโยชน์ทั้งตนเอง และการแสดงความคิดเห็นทัศนคติและความเชื่ออย่างรอบรู้อยู่เสมอ

4. การศึกษา การศึกษาหรือความรู้เป็นลักษณะอีกลักษณะหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อผู้รับสาร ดังนั้นคนที่ได้รับการศึกษาที่แตกต่างกัน ในยุคต่างกัน ในระบบการศึกษาที่ต่างกัน ในสาขาวิชาที่ต่างกัน จึงมีความรู้สึกนึกคิด ค่านิยม และความต้องการที่แตกต่างกันไป คนที่มีการศึกษาสูงจะได้เปรียบอย่างมากในการเป็นผู้รับสารที่ดี เพราะบุคคลเหล่านี้จะมีความรู้ที่กว้างขวางในหลายเรื่อง และมีความเข้าใจสารได้ดี โดย กิตติมา สุรสนธิ (2544, หน้า 19) พบว่าคนที่มีการศึกษาสูงมักจะเปิดรับสื่อสิ่งพิมพ์มากกว่าคนที่มีการศึกษาต่ำ โดยทั่วไปแล้วคนที่มีการศึกษาสูงมักจะใช้สื่อมวลชนมากกว่า คนที่มีการศึกษาต่ำ และคนที่มีการศึกษาสูงมักจะใช้สื่อสิ่งพิมพ์ ในขณะที่คนที่มีการศึกษาต่ำมักจะใช้สื่อวิทยุ โทรทัศน์ และภาพยนตร์

สอดคล้องกับ ยุบล เบญจรงค์กิจ (2542) กล่าวว่า คนที่มีการศึกษาสูง มักจะเพิ่มพูนความรู้ของตนมากขึ้นโดยใช้สื่อมวลชน เช่น การเปิดรับสื่อโทรทัศน์ จะให้ความสนใจในสาระความรู้ต่างๆ ที่สอดแทรกในรายการด้วย ดังนั้นผู้รับสารที่มีการศึกษาแตกต่างกันจึงมีพฤติกรรมการสื่อสารที่แตกต่างกันด้วย

5. อาชีพ คนที่มีอาชีพต่างกันย่อมมีแนวคิด มีอุดมการณ์และค่านิยมที่แตกต่างกัน โดย ประมว สตะเวทิน (2546) กล่าวว่า คนที่มีอาชีพต่างกัน ย่อมมีแนวความคิด มีอุดมการณ์และมีค่านิยมต่อสิ่งต่างๆ แตกต่างกันไป ทำให้มีพฤติกรรมในการรับสารที่แตกต่างกันด้วย กล่าวคือ คนที่รับราชการจะมียศถาบรรดาศักดิ์ มีความยึดมั่นถือมั่น มีความตระหนงในความรู้ความสามารถของตน จึงมักจะคำนึงถึงเรื่องเกียรติยศ ชื่อเสียงของวงศ์ตระกูล ศักดิ์ศรีของความเป็นข้าราชการ ในขณะที่คนทำงานธุรกิจเอกชนอาจคำนึงถึงรายได้ และการมีศักดิ์ศรีของตนด้วยเงินทองที่สามารถหาซื้อสิ่งที่ตนต้องการเพื่อรักษาสถานภาพทางสังคมของเขา โดยบุคคลที่รับราชการด้วยกันก็มีความคิดเห็น ความเชื่อ ค่านิยม และพฤติกรรมที่แตกต่างกันไป เช่น ทหาร ตำรวจ แพทย์ พยาบาล เป็นต้น

จากแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ ทำให้ทราบว่าผู้รับสารที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน จะมีการรับรู้ ความนึกคิด ความต้องการ ความเชื่อที่แตกต่างกัน ซึ่งประสบการณ์จากการรับรู้ที่แตกต่างกันของบุคคลนั้นๆ มีองค์ประกอบและปัจจัยที่หลากหลาย เช่น เหตุการณ์และสิ่งแวดล้อม การรับรู้และความประทับใจ ซึ่งการที่บุคคลจะรับรู้ได้นั้น บุคคลจะเลือกและกลั่นกรองความคิดต่างๆ อันจะนำมาซึ่งความพึงพอใจและความเชื่อมั่นที่แตกต่างกันด้วย ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ มาใช้ในการศึกษาวิจัยเรื่อง "ความพึงพอใจรายการเดินหน้าประเทศไทยที่มีผลต่อความเชื่อมั่นคณะรักษาความสงบแห่งชาติ"

2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

จากการศึกษาค้นคว้างานเอกสาร แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับความพึงพอใจนั้นมีผู้วิจัยหลายท่านได้ให้คำนิยามหรือความหมาย ไว้ดังนี้

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2542, หน้า 775) ความพึงพอใจ หมายถึง พอใจ ชอบใจ

พิทักษ์ ตระขุทิม (2538 อ้างถึงใน วรภัทร จตุชัย, 2548, หน้า 31) ความพึงพอใจ เป็นความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่งในเชิงการประเมินค่า ซึ่งจะเห็นว่าเกี่ยวข้องกับทัศนคติอย่างแยกกันไม่ออก

ชรีณี เดชจินดา (2530 อ้างถึงใน วรภัทร จตุชัย, 2548, หน้า 31) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึงความรู้สึกหรือทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องของความรู้สึกพอใจ จะเกิดขึ้นเมื่อความต้องการของบุคคลได้รับการตอบสนอง หรือบรรลุจุดมุ่งหมายในระดับหนึ่ง ความรู้สึกดังกล่าวจะลดลงหรือไม่เกิดขึ้น หากความต้องการหรือจุดหมายนั้นไม่ได้รับการตอบสนอง

วรูม (Vroom, 1964 อ้างถึงใน วรภัทร จตุชัย, 2548, หน้า 31) กล่าวว่า ทัศนคติและความพึงพอใจในสิ่งหนึ่งสามารถใช้แทนกันได้ เพราะทั้งสองคำนี้จะหมายถึง ผลที่ได้จากการที่บุคคลเข้าไปมีส่วนร่วมในสิ่งนั้น ทัศนคติด้านบวกจะแสดงให้เห็นสภาพความพึงพอใจในสิ่งนั้น และทัศนคติด้านลบจะแสดงให้เห็นสภาพความไม่พึงพอใจ

โวลแมน (Wolman, 1973 อ้างถึงใน วรภัทร จตุชัย, 2548, หน้า 31) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึงความรู้สึก (Feeling) มีความสุขเมื่อเราได้รับผลสำเร็จตามจุดหมาย (Goals) ความต้องการ (Wants) หรือแรงจูงใจ (Motivation)

แดเนียล (Daniel, 1975 อ้างถึงใน วรภัทร จตุชัย, 2548, หน้า 31) ได้ให้ความหมายว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความสำเร็จ (Aspiration) ในงานนั้นๆ ซึ่งอาจเขียนเป็นสูตรได้ดังนี้

$$\text{Satisfaction} = \text{Achievement} + \text{Aspiration}$$

(ความพึงพอใจ คือ การบรรลุความสำเร็จตามความปรารถนา)

กู๊ด (Good อ้างถึงใน สุรพล เย็นเจริญ, 2543, หน้า 6) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจว่าหมายถึง คุณภาพหรือระดับความพอใจซึ่งเป็นผลจากความสนใจต่างๆ และทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งนั้น

มอร์ส (Morse อ้างถึงใน กมลมาศ อุเทนสุด พันโทหญิง, 2548) ได้กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ทุกสิ่งทุกอย่างที่สามารถลดความตึงเครียดของบุคคลให้น้อยลงได้ ถ้าความตึงเครียดมี

มากก็จะทำให้เกิดความไม่พอใจ ซึ่งความตึงเครียดนี้มีผลมาจากความต้องการของมนุษย์ หากมนุษย์มีความต้องการมากก็จะเกิดปฏิกิริยาเรียกร้อง แต่ถ้าเมื่อใดความต้องการได้รับการตอบสนอง ก็จะทำให้เกิดความพอใจ

โทมัส และ เอิร์ล (Thomas & Earl อ้างถึงใน กมลมาศ อุเทนสุด พันโทหญิง, 2548) ได้ให้แนวคิดความพึงพอใจว่า การวัดความพึงพอใจเป็นวิธีหนึ่งที่ใช้กันอยู่เพื่อทราบผลของการให้บริการที่เลิศทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ เป็นสิ่งที่บริษัทเชื่อว่ามีคุณค่าและควรให้ความสำคัญในความต้องการและปัญหาของลูกค้าในการให้บริการด้านสุขภาพ ผู้บริหารขององค์กรจึงต้องมีความรับผิดชอบในการปรับปรุงคุณภาพให้เกิดประสิทธิผลและให้ผลดีอย่างต่อเนื่อง

วอลเลอ์สแตน (Wallerstein, 1971, หน้า 256 อ้างถึงใน วลัยพร ตอมพุดชา, 2556, หน้า 21) ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่เกิดขึ้นเมื่อได้รับผลความสำเร็จตามความมุ่งหมาย ความพึงพอใจเป็นกระบวนการทางจิตวิทยา ไม่สามารถมองเห็นได้ชัดเจน แต่สามารถคาดคะเนได้ว่ามีหรือไม่มีจากการสังเกตพฤติกรรมของคนเท่านั้น การที่จะให้เกิดความพึงพอใจจะต้องศึกษาปัจจัยและองค์ประกอบที่เป็นสาเหตุแห่งความพึงพอใจ

เทพพนม เมืองแมน และสวิง สุวรรณ (2540, หน้า 98 อ้างถึงใน วลัยพร ตอมพุดชา, 2556, หน้า 21) ความพึงพอใจ หมายถึง ภาวะของความพึงพอใจหรือภาวะของการมีอารมณ์ในทางบวกที่มีผลเกิดขึ้น เนื่องจากการประเมินประสบการณ์ของคนๆ หนึ่ง สิ่งที่เขาคาดหวังไประหว่างการเสนอให้กับสิ่งที่ได้รับจะเป็นรากฐานแห่งความพอใจและไม่พอใจ

จากความหมายของความพึงพอใจของผู้วิจัยข้างต้น สรุปได้ว่า ความพึงพอใจหมายถึง เรื่องที่เกี่ยวกับอารมณ์ ความรู้สึก ความนึกคิดของบุคคล อันเกิดจากสิ่งเร้าและแรงจูงใจ เป็นความรู้สึกพอใจต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เมื่อได้รับการตอบสนองทั้งด้านร่างกายและจิตใจจะเกิดความพอใจ เกิดเป็นทัศนคติด้านบวกที่แสดงให้เห็นถึงความพึงพอใจต่อสิ่งนั้น หากเป็นทัศนคติในด้านลบก็จะเกิดความไม่พึงพอใจ ความพึงพอใจเป็นองค์ประกอบด้านความรู้สึกของทัศนคติ ไม่จำเป็นต้องแสดงหรืออธิบายเหตุผลเสมอไป ความพึงพอใจเป็นเพียงปฏิกิริยาด้านความรู้สึกต่อสิ่งเร้าหรือสิ่งกระตุ้นที่แสดงออกมาซึ่งความพึงพอใจของแต่ละบุคคลย่อมมีความแตกต่างกัน

พีระสิทธิ์ สุวรรณเลิศ (2553 อ้างถึงใน วลัยพร ตอมพุดชา, 2556, หน้า 21-22) กล่าวถึงลักษณะของความพึงพอใจ ดังนี้

1. สิ่งที่เกิดจากความรู้สึก อารมณ์ มิใช่มีมาแต่กำเนิด หมายความว่า การที่ใครจะมีความพึงพอใจต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือบุคคลใดบุคคลหนึ่งได้นั้น เขาจะต้องมีความรู้สึกที่ดีต่อสิ่งนั้นหรือบุคคลนั้นก่อน

2. เป็นสภาพจิตใจที่มีอิทธิพลต่อความรู้สึก กล่าวคือ ถ้าบุคคลมีความพึงพอใจเช่นใดต่อสิ่งใดหรือต่อบุคคลใด ความพึงพอใจนั้นย่อมมีผลต่อความรู้สึก อารมณ์ของบุคคลนั้นด้วย

3. เป็นสภาพทางจิตทั่วไป เป็นสิ่งที่เปลี่ยนแปลงได้ง่าย เพราะเมื่อบุคคลเกิดความไม่พึงพอใจอย่างใดอย่างหนึ่งหรือบุคคลใดบุคคลหนึ่งแล้ว จะทำให้เขาเปลี่ยนความรู้สึกหรืออารมณ์ไป

นอกจากนี้ สุรพล เย็นเจริญ (2543 อ้างถึงใน วลัยพร ตอมพุดชา, 2556, หน้า 22) ยังกล่าวไว้ว่า องค์ประกอบของความพึงพอใจประกอบด้วย

1. องค์ประกอบทางด้านความคิด หมายถึง ความคิดความเชื่อถือของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่ได้พบหรือได้รับมา

2. องค์ประกอบทางด้านความรู้สึก เป็นองค์ประกอบที่ต่อเนื่องจากองค์ประกอบด้านความคิดซึ่งเกี่ยวข้องกับอารมณ์ความรู้สึกที่แสดงออกมาในลักษณะที่ยอมรับหรือต่อต้าน

3. องค์ประกอบด้านพฤติกรรม เป็นองค์ประกอบที่ต่อเนื่องมาจากองค์ประกอบข้อที่ 1 และองค์ประกอบข้อที่ 2 เช่น ความพร้อมที่จะกระทำต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งของบุคคล โดยการแสดงออกด้านพฤติกรรมภายนอกของบุคคลที่มีต่อบุคคลหรือสิ่งของโดยตรง

จิตตินันท์ เตชะคุปต์ (2543, หน้า 26 อ้างถึงใน วลัยพร ตอมพุดชา, 2556, หน้า 22) ได้กล่าวถึงความพึงพอใจมีความสำคัญต่อการดำเนินงานบริการให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพซึ่งมีลักษณะดังต่อไปนี้

1. ความพึงพอใจเป็นการแสดงออกทางอารมณ์และความรู้สึกในทางบวกของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง บุคคลจำเป็นต้องปฏิสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมรอบตัวการตอบสนองความต้องการส่วนบุคคลด้วยการโต้ตอบกับบุคคลอื่นและสิ่งต่างๆ ในชีวิตประจำวันทำให้แต่ละบุคคลมีประสบการณ์การรับรู้เรียนรู้สิ่งที่ยากได้รับตอบแทนแตกต่างกันไป

2. ความพึงพอใจเกิดจากการประเมินความแตกต่างระหว่างสิ่งที่คาดหวังกับสิ่งที่ได้รับจริงในสถานการณ์หนึ่งสถานการณ์ การบริการก่อนที่ลูกค้าจะมาใช้บริการ ก่อนที่ลูกค้าจะมาใช้บริการใดก็ตามมักจะมีมาตรฐานของบริการนั้นไว้ในใจอยู่แล้ว

3. ความพึงพอใจเปลี่ยนแปลงไปตลอดเวลาตามปัจจัยแวดล้อมและสถานการณ์ที่เกิดขึ้น ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกชอบสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่ผันแปรได้ตามปัจจัยที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับความคาดหวังไว้ของบุคคลในแต่ละสถานการณ์

จากแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ จะเห็นได้ว่าความพึงพอใจไม่สามารถเห็นได้ชัดเจน เป็นทัศนคติที่เป็นนามธรรมเกี่ยวกับจิตใจ อารมณ์ ความรู้สึกนึกคิดที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งซึ่งสามารถวิเคราะห์ได้จากบุคลิกลักษณะของบุคคลว่าพึงพอใจหรือไม่ และสามารถเปลี่ยนแปลงได้

ตามค่านิยมและประสบการณ์ ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้วิจัยเรื่อง “ความพึงพอใจรายการเดินทางหน้าประเทศไทยที่มีผลต่อความเชื่อมั่นคณะรักษาความสงบแห่งชาติ” โดยในเรื่องของความพึงพอใจจะพิจารณาใน 4 ด้าน ได้แก่

1. ด้านเนื้อหารายการ
2. ด้านการผลิตรายการ
3. ด้านรูปแบบรายการ
4. ด้านผู้ดำเนินรายการ

เพื่อให้รับทราบข้อมูลที่ถูกต้องและเป็นประโยชน์ต่อการปรับปรุงและพัฒนารายการเดินทางหน้าประเทศไทยให้มากที่สุด

3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความเชื่อมั่น

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความเชื่อมั่น เป็นกรอบแนวทางที่ผู้วิจัยนำมาใช้ในการศึกษาวิจัยเรื่อง “ความพึงพอใจรายการเดินทางหน้าประเทศไทยที่มีผลต่อความเชื่อมั่นคณะรักษาความสงบแห่งชาติ” โดยนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายของความเชื่อมั่นและความไว้วางใจไว้ดังนี้

ประพนธ์ สหพัฒนา (2556) กล่าวว่า

ความเชื่อมั่น (Confidence) มีความหมายเช่นเดียวกับความเชื่อถือหรือความไว้วางใจ (Trust) ซึ่งหมายถึงการให้ความสะดวกสบาย หรือความเชื่อในความสามารถที่จะทำให้เราสมหวังหรือความสามารถที่จะให้การช่วยเหลือเราได้

บวรศักดิ์ อุวรรณโณ (2542) กล่าวว่า

ความเชื่อมั่นเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับความรู้สึก ซึ่งเป็นผลที่ได้รับมาจากประสบการณ์ที่ได้รับ ไม่ว่าจะมาจากบุคคลหรือองค์กร

มูร์แมน เดสซ์แพนด์ และซอลท์แมน (Moorman, Deshpande & Zaltman, 1992 อ้างถึงใน มะลิวัลย์ แสงสวัสดิ์, 2556) ให้คำจำกัดความว่า

ความเชื่อมั่น คือ ความเต็มใจที่จะวางใจต่อหุ้นส่วนการแลกเปลี่ยนของคนคนหนึ่งด้วยความเชื่อมั่น จะปรากฏเมื่อผู้บริโภคพิจารณาผู้ให้บริการที่เป็นทางเลือก 2 ประการ คือความน่าเชื่อถือและมีความซื่อสัตย์ และยังกล่าวไว้ว่า พันธะสัญญา (Commitment) ถูกกำหนดขึ้นมาเพื่อใช้ในการรักษาคุณค่าของความสัมพันธ์กับลูกค้า

มูร์แมน เดสซ์แพนด์ และซอลท์แมน (Moorman, Deshpande & Zaltman, 1993, หน้า 82 อ้างถึงใน ปัญจาภรณ์ ศรีกุลชา, 2553) กล่าวว่า

ความเชื่อมั่น คือ ความเต็มใจที่จะยอมแลกเปลี่ยนสิ่งต่างๆ ระหว่างกันและกันในผู้ที่มีความมั่นใจต่อกันและกัน

Whitney (1996 อ้างถึงใน ปัญญาภรณ์ ศรีกุลชา, 2553) ความเชื่อมั่น คือความมั่นใจในความซื่อสัตย์ ความน่าเชื่อถือ และความยุติธรรมในบุคคลหรือสิ่งใดๆ

Berry. 1995 ; Dwyer, Schurr, and Oh. (1987, อ้างถึงใน ปัญญาภรณ์ ศรีกุลชา, 2553) กล่าวว่า ความเชื่อมั่นตามนิยามความหมายของ Moorman, Deshpande, and Zaltman (1993, หน้า 82) หมายถึงความเต็มใจที่จะมีความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดกับผู้ที่เราติดต่อกอยู่ (Exchange Partner) โดยบุคคลหรือหน่วยงานเหล่านั้นเป็นบุคคลหรือหน่วยงานที่เราให้ความเชื่อถือ ซึ่งความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการส่วนใหญ่จะสัมพันธ์กับความสามารถในการดำเนินงานหรือความเชี่ยวชาญของหน่วยงานความน่าเชื่อถือ และความตั้งใจจริงที่จะทำงานสนองตอบความต้องการของผู้ใช้บริการ

มอร์แกน และฮันท์ (Morgan & Hunt, 1994 อ้างถึงใน ปัญญาภรณ์ ศรีกุลชา, 2553) กล่าวถึงความเชื่อมั่น คือสภาพความเป็นจริงเมื่อคนจำนวนหนึ่งเกิดความเชื่อมั่น โดยเป็นผู้ที่มีส่วนร่วมในการแลกเปลี่ยนความเชื่อถือ (Reliability) และความซื่อสัตย์จริงใจ (Integrity) โดยมีความสัมพันธ์ใกล้ชิด และขนานกับกรอบแนวคิดทางการตลาดที่ศึกษาเรื่องบุคลิกภาพ และจิตวิทยา และ (Morgan & Hunt, 1994 อ้างถึงใน ปัญญาภรณ์ ศรีกุลชา, 2553) ความเชื่อมั่นจะเกิดขึ้นเมื่อเกิดความมั่นใจและเชื่อมั่นระหว่างกันและกัน โดยที่ความเชื่อมั่นนี้ได้เป็นศูนย์กลางของการแลกเปลี่ยนความสัมพันธ์ทั้งหลายภายใต้รูปแบบของความสัมพันธ์ของพันธะสัญญาและความเชื่อมั่น สำหรับการตลาดเชิงสัมพันธ์

มอร์แกน และฮันท์ (Morgan & Hunt, 1994 อ้างถึงใน ดวงฤดี อุทัยหอม และสิทธิเสกข์ พิมพ์ธนะพูนพร, การประชุมมหาดใหญ่วิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 6 มหาวิทยาลัยมหาดใหญ่, 2558, หน้า 1032) ความเชื่อมั่น เป็นปัจจัยหลักในการกำหนดความสัมพันธ์ ความเชื่อมั่นจะนำไปสู่ความจงรักภักดี เนื่องจากความเชื่อมั่นสร้างความเปลี่ยนแปลงให้ความสัมพันธ์นั้นมีคุณค่ามากขึ้น

รุจ เจริญลาภ (2548, หน้า 12 อ้างถึงใน สุทธาทิพ เจริญนิพนธ์วานิช, 2556, หน้า 67) ความไว้วางใจ หมายถึง ความเชื่อมั่น ความเชื่อ หรือความคาดหวังในแง่บวกของบุคคลหนึ่งที่มีต่อบุคคลหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

มอร์แกน และฮันท์ (Morgan & Hunt, 1994, หน้า 23 อ้างถึงใน เดชา ศิลปสนอง และ ดร.ไกรชิต สุตะเมือง, วารสารการเงิน การลงทุน การตลาด และการบริหารธุรกิจ ปีที่ 4 ฉบับที่ 1, 2557, หน้า 9) ความไว้วางใจมีความสำคัญอย่างยิ่งในการกำหนดลักษณะข้อมูลผูกมัดเพื่อแสดง

สัมพันธภาพระหว่างลูกค้าและองค์กร ความไว้วางใจ คือสภาพความเป็นจริงเมื่อคนจำนวนหนึ่งเกิดความเชื่อมั่นโดยเป็นผู้ที่มีส่วนร่วมในการแลกเปลี่ยนความเชื่อถือ (Reliability) และความซื่อสัตย์จริงใจ (Integrity)

สุทธาทิพ เจริญนิพนธ์วานิช (2556, หน้า 67) ความไว้วางใจ หมายถึง ความเชื่อมั่นและความคาดหวังที่เกิดขึ้นระหว่างบุคคล เป็นการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ทางบวกต่อการทำงานและต่อบุคคล มีส่วนสำคัญในการสร้างบรรยากาศของการทำงานในทุกด้าน ได้แก่ ความจริงใจ ความซื่อสัตย์ การเปิดเผย ความผูกพัน การมีส่วนร่วม และการทำงานเป็นทีมที่แสดงออกทั้งจากคำพูดและการกระทำ

มิสชา (Mishra, 1996 อ้างถึงใน จำลองลักษณ์ อินทวัน, วารสารกระบวนการยุติธรรม ปีที่ 8 เล่มที่ 2, 2558, หน้า 48) ความไว้วางใจ คือ เป็นความเต็มใจของบุคคลที่มีความมั่นคงต่อบุคคลอื่น โดยมีความเชื่อว่า บุคคลนั้นเป็นบุคคลที่มีความสามารถ มีความเปิดเผย ให้ความสนใจห่วงใย และความน่าเชื่อถือ

เมเยอร์ (Mayer, 1995 อ้างถึงใน จำลองลักษณ์ อินทวัน, วารสารกระบวนการยุติธรรม ปีที่ 8 เล่มที่ 2, 2558, หน้า 49) ได้กล่าวว่า ความเชื่อถือ ไว้วางใจ คือ ความยินยอมของบุคคลที่จะยอมรับผลการกระทำที่อาจเป็นผลทางลบของบุคคลอื่น โดยอยู่บนพื้นฐานความคาดหวังที่ว่าบุคคลอื่นจะปฏิบัติ หรือทำงานใดๆ ที่สำคัญสำหรับผู้ที่ให้ความเชื่อถือไว้วางใจ

روبบิน (Robbins, 2000, หน้า 147 อ้างถึงใน จำลองลักษณ์ อินทวัน, วารสารกระบวนการยุติธรรม ปีที่ 8 เล่มที่ 2, 2558, หน้า 48) ความไว้วางใจเป็นความคาดหวังในทางบวกต่อบุคคลอื่นไม่ว่าจะเป็นคำพูด การกระทำหรือการตัดสินใจที่จะกระทำตามสมควรแล้วแต่โอกาส

มาแชล (Marshall, 2000, หน้า 48 อ้างถึงใน จำลองลักษณ์ อินทวัน, วารสารกระบวนการยุติธรรม ปีที่ 8 เล่มที่ 2, 2558, หน้า 48) ความไว้วางใจเป็นผลสะท้อนให้เกิดความเชื่อมั่น ความซื่อสัตย์ของบุคคลที่มีต่อคุณลักษณะและความสามารถของบุคคลอื่น

มอร์แกน และฮันท์ (Morgan & Hunt, 1994 อ้างถึงใน มะลิวัลย์ แสงสวัสดิ์, 2556, หน้า 11) ได้กล่าวว่า ความเชื่อถือจะมีอยู่ ถ้าฝ่ายหนึ่งมีความมั่นใจในความน่าเชื่อถือและความซื่อสัตย์ของอีกฝ่าย เป็นความไว้วางใจที่แต่ละฝ่ายมีให้กันแสดงออกให้รู้สึกเชื่อมั่น ความคาดหวังที่ถูกสร้างขึ้นต่ออีกฝ่ายว่าสามารถวางใจหรือเชื่อถือได้

จากความหมายของความเชื่อมั่น ความเชื่อถือและความไว้วางใจข้างต้น จะเห็นได้ว่าความเชื่อมั่นเป็นนามธรรม ไม่สามารถจับต้องได้ แต่ความเชื่อมั่นเป็นสิ่งที่มีความสำคัญ เนื่องจากความเชื่อมั่นเหมือนความไว้วางใจ ซึ่งเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับความรู้สึก ดังนั้นจึงมักเกิดจากความ

ไว้วางใจ ความมั่นใจ ตลอดจนความพึงพอใจในสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือประสบการณ์อย่างใดอย่างหนึ่ง จึงเกิดเป็นความเชื่อถือและไว้วางใจจนทำให้มั่นใจ และกลายเป็นความเชื่อมั่น ดังนั้น ผู้วิจัยสรุปได้ว่า ความเชื่อมั่น หมายถึง ความเชื่อถือ ความไว้วางใจ หรือความมั่นใจ ซึ่งเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับความรู้สึกของบุคคลหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ตั้งอยู่บนพื้นฐานของความรู้ความเข้าใจ ความพึงพอใจ โดยการรับรู้ โดยความรู้สึก ตลอดจนการแสดงออก การยอมรับที่มีต่อบุคคลหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งภายใต้สถานการณ์หนึ่ง เมื่อเราเกิดความพึงพอใจต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือบุคคลใดบุคคลหนึ่ง จนทำให้เรารู้สึกไว้วางใจ มีความมั่นใจ เชื่อใจ ก็จะเกิดเป็นความเชื่อมั่นตามมานั่นเอง

การวัดความเชื่อมั่น ได้พัฒนาขึ้นโดย Cros, Evans and Cowles (1990), Morgan & Hunt, (1994) และ Garbarino and Johnson, (1999) และถูกนำมาปรับปรุงเพิ่มเติมโดย Lin et al., (2003) อ้างถึงใน ปรากฏการณ์ ศรีกุลชา, 2553, หน้า 32) ซึ่งได้กำหนดวิธีในการวัดความเชื่อมั่นไว้ 4 เรื่อง ได้แก่

1. ความน่าเชื่อถือของบริษัท
2. สินค้าและบริการมีคุณภาพดี
3. การทำให้ลูกค้าเกิดความสนใจก่อนเป็นเจ้าของ
4. การรักษาสัญญาหรือคำพูด

แม้ว่าความเชื่อมั่นจะเป็นนามธรรมที่ไม่สามารถจับต้องได้ อย่างไรก็ตาม มีนักวิชาการได้กล่าวถึงความเชื่อมั่นว่ามีองค์ประกอบที่ทำให้เกิดความเชื่อมั่น โดย บูน และ โฮลเมส (Boon & Holmes, 1991) อ้างถึงใน จำลองลักษณะ อินทวัน, วารสารกระบวนการยุติธรรม ปีที่ 8 เล่มที่ 2, 2558, หน้า 48-49) ได้กล่าวว่า ความเชื่อมั่นหรือความไว้วางใจเป็นสภาพการณ์ที่รวมถึงความมั่นใจ สิ่งที่คาดหวังในทางบวกเกี่ยวกับเหตุจูงใจของผู้อื่น ประกอบกับการคำนึงถึงตนเองในสถานการณ์ที่มี ความเสี่ยง โดยขึ้นอยู่กับ 3 องค์ประกอบ ดังนี้

1. แนวโน้มที่มีต่อความไว้วางใจที่เป็นนิสัยของบุคคลนั้น
2. ปัจจัยกำหนดสถานการณ์
3. ประวัติความสัมพันธ์

ซึ่งปัจจัยที่ก่อให้เกิดความเชื่อมั่น มีองค์ประกอบในหลายด้าน โดย เมเยอร์ เดวิส และชัวร์แมน (Mayer, Davis & Schoorman, 1995, หน้า 709-734) อ้างถึงใน จำลองลักษณะ อินทวัน, วารสารกระบวนการยุติธรรม ปีที่ 8 เล่มที่ 2, 2558, หน้า 49-50) ได้ศึกษา รวบรวมปัจจัยคุณลักษณะ และ จิตลักษณะที่ก่อให้เกิดความไว้วางใจ พบว่า มีหลายปัจจัย ที่ปรากฏอยู่ในตัวของผู้ที่ได้รับความไว้วางใจ (Trustee) ซึ่งจะส่งผลก่อให้เกิดความไว้วางใจ จากผู้ที่มอบความ

ไว้วางใจ (Trustor) ได้แก่ ศักยภาพหรือความสามารถ ประสบการณ์ ความรอบคอบ ความยุติธรรม ความซื่อสัตย์ ความเมตตากรุณา ความเปิดเผย การรักษาสัญญา การเป็นมิตร ความเอาใจใส่ เป็นต้น นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับบุรุษ และคนอื่น (Burke, et al., 2007, หน้า 610-613) อ้างถึงใน จำลองลักษณะ อินทวัน, วารสารกระบวนการยุติธรรม ปีที่ 8 เล่มที่ 2, 2558, หน้า 50) ยังได้แสดงถึงองค์ประกอบ หรือปัจจัยเหตุของความไว้วางใจมี 3 ปัจจัย เช่นเดียวกัน คือ ความสามารถ ความเมตตากรุณา และการยึดหลักคุณธรรม

ดิเอทซ์และคนอื่น (Dietz, et al., 2006, หน้า 557-588 อ้างถึงใน จำลองลักษณะ อินทวัน, วารสารกระบวนการยุติธรรม ปีที่ 8 เล่มที่ 2, 2558, หน้า 50) เสนอว่า องค์ประกอบหรือปัจจัยที่มีผลต่อความไว้วางใจ ประกอบด้วย การยึดหลักคุณธรรม ซึ่งรวมถึงความเปิดเผย และความซื่อสัตย์ ความเมตตากรุณา สมรรถนะ และความสามารถพยากรณ์ได้ เช่นเดียวกับกับรอบบิน (Robbins, 2000, หน้า 502-503)

Sako (1992 อ้างถึงใน ดวงฤดี อุทัยหอม และสิทธิเสกข์ พิมพ์ธนะพูนพร, การประชุมหาคนใหญ่วิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 6 มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, 2558, หน้า 1032) กล่าวถึงองค์ประกอบของความเชื่อมั่น ประกอบด้วย 3 ด้าน ดังนี้

1. องค์ประกอบด้านความสามารถ (Competency Trust) หมายถึง ความสามารถที่จะปฏิบัติหน้าที่ให้อยู่ในระดับที่กำหนด ซึ่งก็คือ ความเชี่ยวชาญ ความสามารถ และคุณลักษณะที่จะก่อให้เกิดการจูงใจ

2. องค์ประกอบด้านคำมั่นสัญญา (Contractual Trust) หมายถึง การยึดมั่นในคำมั่นสัญญาที่ได้เขียนหรือกล่าวไว้ องค์ประกอบด้านคำมั่นสัญญาจะถูกแสดงให้เห็นเมื่อมีการสนับสนุนหลักจริยธรรมพื้นฐาน ซึ่งก็คือการรักษาสัญญา

3. องค์ประกอบด้านความเป็นมิตร (Goodwill Trust) คือ ความตั้งใจที่จะปฏิบัติให้มากกว่าความคาดหวังที่กำหนด องค์ประกอบด้านความเป็นมิตรจะถูกพัฒนายิ่งขึ้นเมื่อมีการสัญญาว่าจะตอบสนองกับคำขอบางอย่างที่นอกเหนือจากมาตรฐาน ยิ่งกว่านั้น องค์ประกอบด้านความเป็นมิตรสามารถกำหนดเป็นพฤติกรรมของกลุ่มๆ หนึ่งที่จะเปลี่ยนความสนใจของอีกกลุ่มหนึ่งจากความสนใจเดิมได้

จากแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความเชื่อมั่น จึงทำให้ทราบว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน ย่อมจะทำให้บุคคลมีความคิด ความเชื่อ ความไว้วางใจที่แตกต่างกัน ซึ่งขึ้นอยู่กับปัจจัยที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นการศึกษา สิ่งแวดล้อม และความรู้สึก เป็นต้น โดย ความเชื่อมั่นต้องได้รับการพึงพอใจ การไว้วางใจ ความเชื่อถือต่างๆ ที่เป็นองค์ประกอบ

จนทำให้เกิดความเชื่อมั่น ดังนั้นผู้วิจัยจึงใช้แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความเชื่อมั่นมาทำการวิจัยเรื่อง "ความพึงพอใจรายการเดินหน้าประเทศไทยที่มีผลต่อความเชื่อมั่นคณะรักษาความสงบแห่งชาติ" เพื่อที่จะได้รับทราบถึงความเชื่อมั่นคณะรักษาความสงบแห่งชาติต่อ

1. หัวหน้าคณะรักษาความสงบแห่งชาติ/นายกรัฐมนตรี
2. คณะรัฐมนตรี/รัฐบาล
3. นโยบายรัฐบาล
4. ผลงานของรัฐบาล

ว่าผู้ชมมีความเชื่อมั่นอย่างไรเมื่อรับชมรายการเดินหน้าประเทศไทย ของคณะรักษาความสงบแห่งชาติ

4. แนวคิดเกี่ยวกับรายการโทรทัศน์

สื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่ทุกคนให้การยอมรับว่าเข้าถึงบุคคลได้ง่าย โดยเฉพาะมีผู้ผลิตรายการโทรทัศน์นำเสนอรายการโทรทัศน์ออกมามากมายในหลากหลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นการมุ่งเน้นการให้ข่าวสาร ให้ความรู้ ให้ความบันเทิง ทั้งนี้เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้ชมให้ได้มากที่สุด ดังนั้นสื่อโทรทัศน์จึงเป็นสื่อที่อยู่ใกล้ตัวเรา แม้ปัจจุบันจะมีโทรศัพท์ที่สามารถรับชมรายการของสถานีต่างๆ ได้ก็ตาม แต่โทรทัศน์ก็ยังคงเป็นสื่อที่เปรียบเสมือนเพื่อนที่เปิดไว้คู่กันได้

รายการโทรทัศน์ถือเป็นการสื่อสารอย่างหนึ่งที่ได้รับคามนิยม เป็นลักษณะของสื่อสารมวลชนที่อยู่กับเรามาเนาน ซึ่งรายการโทรทัศน์นั้นมีความหลากหลายในการนำเสนอ โดยสื่อโทรทัศน์จะมีลักษณะเฉพาะตัว ให้ทั้งภาพและเสียงแก่ผู้รับสาร เมื่อสื่อโทรทัศน์ส่งสารสู่ผู้ชมผ่านการมองเห็นและการฟังจึงเกิดผลในการสื่อสาร ดังนี้ (จิราภรณ์ สุวรรณวาจกกสิกิจ, 2547, หน้า 39-40 อ้างถึงใน ศันสนีย์ นิธิจินดา, 2552, หน้า 8-9)

1. ความสามารถในการถ่ายทอดความเป็นจริง ด้วยภาพและเสียงทำให้สื่อโทรทัศน์สามารถนำเสนอเรื่องราวที่เป็นจริงให้ผู้ชมได้รับรู้อย่างชัดเจน

2. ความสามารถในการสร้างความน่าเชื่อถือ เนื่องจากการที่ผู้ชมได้เห็นภาพ ได้ฟังเสียงจากจอโทรทัศน์ ทำให้เกิดความน่าเชื่อถือว่าเป็นจริง เช่น การสัมภาษณ์นายกรัฐมนตรี ทำให้เป็นข้อได้เปรียบของสื่อโทรทัศน์ที่ต่างจากหนังสือพิมพ์ที่ต้องใช้การอ้างคำพูด

3. ความสามารถในการโน้มน้าวใจสูง เพราะสื่อโทรทัศน์สามารถกำหนดภาพผ่านมุกกล้องตลอดจนการให้แสง สี เสียง ที่ดึงดูดให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกร่วมและผูกพันกับเรื่องราวโดยไม่รู้ตัว และอาจเกิดความคิดคล้อยตามสารที่โทรทัศน์นำเสนอได้ง่าย

รายการต่างๆ ที่กำหนดในผังรายการจะมีลักษณะดังต่อไปนี้ (มนัสนันท์ อภิรมย์วิจิตร, 2554, หน้า 30-31)

1. รายการสด (Live Program) หมายถึง รายการวิทยุโทรทัศน์ที่ถ่ายภาพสดๆ แล้วออกอากาศ แพร่ภาพในทันที รายการสดนี้แบ่งออกเป็น 2 แบบด้วยกัน คือ 1) รายการสดในสตูดิโอ หมายถึง รายการที่ทำกันในสถานี ห้องสตูดิโอแล้วออกอากาศทันที 2) รายการสดนอกสถานที่ หมายถึง รายการที่ออกไปถ่ายนอกสถานี แล้วส่งสัญญาณออกอากาศโดยมีรถสำหรับการถ่ายทอดรายการไปพร้อมกัน

2. รายการบันทึกเทปโทรทัศน์ อาจเรียกว่ารายการแห้ง รายการประเภทนี้เป็นรายการที่มีวิธีการผลิตที่ถูกต้อง เพราะการบันทึกเทปโทรทัศน์ไม่ได้แพร่ภาพในทันที เพราะสามารถเก็บภาพไว้เผยแพร่ทีหลัง ซึ่งเมื่อทำการบันทึกแล้ว อาจมีการแก้ไข ตัดต่อลำดับภาพได้ จึงทำให้คุณภาพของการผลิตรายการมีคุณค่าและมาตรฐานสูง การบันทึกเทปจึงนับว่าดีกว่า และสามารถเตรียมงานไว้ล่วงหน้า รายการที่จัดไว้ดำเนินไปได้ถูกต้องตามแผน หาข้อบกพร่องได้น้อยและประหยัด

สำหรับผู้ผลิตรายการควรคำนึงถึงองค์ประกอบต่างๆ ของรายการโทรทัศน์ ดังนี้ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราช, 2534, หน้า 720-723 อ้างถึงใน ศันสนีย์ นิธิจินดา, 2552, หน้า 10-13)

1. วัตถุประสงค์ของรายการ ผู้ผลิตรายการจำเป็นต้องกำหนดวัตถุประสงค์ของรายการ ไว้เด่นชัดว่าต้องการให้ผู้ชมได้เปลี่ยนแปลงพฤติกรรมไปด้านใด

2. ประเภทและรูปแบบรายการ ผู้ผลิตรายการต้องทราบรูปแบบของรายการ และทราบข้อดีข้อเสียของรูปแบบรายการต่างๆ ซึ่งในปัจจุบันมีรายการโทรทัศน์หลายรูปแบบ โดยแบ่งตามวัตถุประสงค์ได้ 4 ประเภท (ชัยยงค์ พรหมวงศ์ และคณะ, 2547, หน้า 144-148 อ้างถึงใน ศันสนีย์ นิธิจินดา, 2552, หน้า 10) ได้แก่ 1) รายการประเภทข่าวสาร 2) รายการประเภทความรู้หรือการศึกษา 3) รายการประเภทบันเทิง 4) รายการประเภทโฆษณาและบริการธุรกิจ

3. วิธีเสนอรายการ คือ การดำเนินเรื่องราวของรายการที่จะทำให้น่าสนใจ ดึงดูดผู้ชมให้ติดตาม โดยมี 2 แบบ ดังนี้ 1) การเสนอรายการแบบเรียงลำดับก่อนหลัง เป็นการเสนอรายการแบบตรงไปตรงมา โดยเรียงลำดับตามขั้นตอน เวลา และเหตุการณ์หรือระยะทาง 2) การเสนอรายการแบบผกผัน เป็นการดำเนินเรื่องในรายการแบบไม่เรียงลำดับก่อนหลัง โดยเริ่มจุดใดจุดหนึ่งที่มีใช้เริ่มต้นและไม่เรียงไปตามลำดับขั้นตอน เวลา เหตุการณ์ หรือระยะทาง โดยอาจเริ่มต้นตอนจบเรื่องแล้วย้อนกลับเริ่มต้นตรงกลางเรื่องแล้วย้อนเรื่องกลับ และต่อเรื่องให้จบในตอนหลัง หรืออาจเป็นการเล่าเรื่องแล้วย้อนภาพอดีต เป็นต้น

4. ผู้ดำเนินรายการ ผู้ดำเนินรายการโทรทัศน์เป็นองค์ประกอบที่สำคัญอย่างยิ่งที่จะทำให้ผู้รับสารเลือกเปิดรับสื่อเหล่านั้นๆ ซึ่งคุณสมบัติของผู้ดำเนินรายการที่ดี มีผู้กล่าว ดังนี้

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช (2531, หน้า 152 อ้างถึงใน ศันสนีย์ นิธิจินดา, 2552) ได้แก่ 1) เป็นผู้มีความบุคลิกดีและมีมนุษยสัมพันธ์ดี 2) มีไหวพริบ ฉลาดหลักแหลม แก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี 3) มีความรู้ในการผลิตรายการวิทยุโทรทัศน์ 4) ใช้ภาษาพูดได้ดี มีการพูดที่เป็นจังหวะ พูดไม่เร็ว ไม่ช้าเกินไป 5) น้ำเสียงชัดเจนหนักแน่น ภาษาสุภาพ 6) มีใบหน้าที่ยิ้มแย้มแจ่มใสเป็นกันเอง 7) รู้จักขนบธรรมเนียมประเพณีและวัฒนธรรมไทย 8) การแต่งกายสุภาพถูกกาลเทศะ 9) เป็นผู้มีความซื่อสัตย์ 10) มีใบอนุญาตการเป็นผู้ประกาศจากกรมประชาสัมพันธ์

ส่วน วิทยากร ท่อแก้ว และคณะ (2549, หน้า 9) ได้กล่าวว่าลักษณะของผู้ประกาศข่าวที่ดี มีคุณสมบัติที่สำคัญของผู้ประกาศข่าว ดังนี้ 1) ภูมิอำนาจ มีความเด็ดขาด (Authority) 2) มีบุคลิกภาพที่ดี (Personality) 3) มีความน่าเชื่อถือ (Credibility) 4) ความเป็นมืออาชีพ (Professionalism) 5) มีความชัดเจน (Clarity) 6) มีน้ำเสียงดี (Good Voice) 7) มีบุคลิกอบอุ่น (Warmth) 8) มีภาพลักษณ์ที่ดี (Good Looks)

โดยในส่วนของผู้ประกาศข่าวนั้นต้องไม่ใส่ความคิดเห็นผสมลงไประหว่างรายงานข่าว เนื่องจากลีลาการนำเสนอมีความใกล้ชิดและเป็นกันเองกับผู้ชม จึงอาจแสดงความคิดเห็นต่อข่าวลงไปได้ (อังธิดา ลิ้มปีปัทมปาณี, 2547)

5. เนื้อหาสาระของรายการ จะต้องมีความต่อเนื่องและน่าสนใจ เพื่อดึงดูดให้ผู้ชมอยากชม

6. อารมณ์ของรายการ คือ บรรยากาศที่ต้องให้เกิดขึ้นในจิตใจของผู้ชมรายการ จะทำให้ผู้ชมอยากติดตามรายการต่อไปจนจบ โดยไม่หมุนหรือเปลี่ยนแปลงไปช่องอื่น ดังนั้น ผู้จัดรายการจึงต้องพยายามสร้างอารมณ์ของรายการให้เกิดขึ้นตามรูปแบบของรายการนั้น

7. เวลาและจังหวะของรายการ การจัดรายการต้องกำหนดช่วงเวลาและความยาวของรายการให้เหมาะสมกับเนื้อหาสาระรูปแบบและวิธีการเสนอ และมีจังหวะการเดินเรื่องที่เหมาะสม ต้องไม่ช้าหรือเร็วจนจับประเด็นไม่ได้ ซึ่งจะเกิดขึ้นจากการตัดภาพหรือการตัดต่อเชื่อมต่อระหว่างภาพในแต่ละตอนหรือแต่ละฉาก

8. อุปกรณ์ทางเทคนิค ในการผลิตรายการโทรทัศน์นั้น อุปกรณ์ทางเทคนิคด้านต่างๆ สามารถช่วยให้รายการมีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้นและยังช่วยทำให้การนำเสนอเนื้อหาเป็นไปตามความต้องการ ประกอบด้วย

8.1 ฉาก

8.2 กราฟิก

8.3 ภาพและแสง สี เสียง

สำหรับรูปแบบรายการโทรทัศน์ที่เป็นที่รู้จัก และนิยมใช้ในการจัดรายการโทรทัศน์กันอย่างแพร่หลาย มีหลายรูปแบบ ซึ่งมีลักษณะเฉพาะ และมีวิธีการนำเสนอที่แตกต่างกันออกไป (ชัยยงค์ พรหมวงศ์, นิคม ทาแดง และไพบูรณ์ คะเชนทรพรรค, 2547, หน้า 149-155) มีดังต่อไปนี้

1. พูดคุย รายการพูดคุย (Talk Program) เป็นรูปแบบรายการที่เป็นผู้มาปรากฏตัวเพื่อพูดคุย กับผู้ชม โดยการหยิบยกเอา ประเด็นเกี่ยวกับข่าวสาร ความเคลื่อนไหว เหตุการณ์ สาระความรู้หรือความบันเทิง ที่กำลังอยู่ในความสนใจของผู้ชมรายการมานำเสนอและพูดคุยกับผู้ชมโดยตรงในสหรัฐอเมริกา นิยมเรียกว่ารายการ Talk Show ลักษณะการนำเสนอรายการพูดคุยมีพัฒนาการที่เปลี่ยนแปลงไปแต่เดิมจะใช้การนำเสนอด้วยการพูดเป็นหลักและมีภาพประกอบเพื่อจะได้ไม่เห็นหน้าผู้พูดตลอดรายการ ในระยะหลังเริ่มใช้รูปแบบอื่นๆ มาผสมผสาน เช่น การสัมภาษณ์ การสนทนา ฯลฯ การพูดคุยสามารถสอดแทรกความบันเทิง ซึ่งอาจจะเป็นการแสดงดนตรี แสดงตลก หรือแสดงมายากล เพียงแต่การแสดงเหล่านี้ถือเป็นส่วนประกอบของรายการเท่านั้นโดยที่ถือว่าการพูดคุยเป็นจุดเด่นกว่า รายการพูดคุยจะมีคุณภาพและน่าสนใจยิ่งขึ้นหากผู้ดำเนินรายการหรือผู้ที่ทำหน้าที่พูดคุยกับผู้ชมเป็นผู้มีความรู้ความสามารถในการพูดและการนำเสนอเนื้อหาของรายการ สามารถดำเนินรายการได้อย่างราบรื่นและเป็นธรรมชาติ

2. สนทนา รายการสนทนา (Conversational Program) เป็นรูปแบบรายการที่มีคนมาพูดคุยกัน 2 หรือ 3 คน โดยมีคนหนึ่งเป็นผู้ดำเนินรายการ หรือดำเนินการสนทนา ส่วนบุคคลที่เหลือจะเป็นผู้ร่วมสนทนา ผู้ดำเนินรายการจะทำหน้าที่นำการสนทนา และคอยควบคุมการสนทนาให้เป็นไปตาม ขอบเขตและวัตถุประสงค์ของรายการคอยเชื่อมโยงประเด็นการสนทนา เพื่อไม่ให้ผู้ชมเกิดความสับสนกับประเด็นที่สนทนาผู้ดำเนินการสนทนาอาจร่วมแสดงความคิดเห็นด้วยการพูดคุย กับผู้ร่วมรายการในขณะเดียวกันก็จะต้องคอยพูดคุยกับผู้ชมรายการด้วย โดยเฉพาะในช่วงต้น ที่ต้องเปิดประเด็นการสนทนาและช่วงท้ายที่ต้องสรุปประเด็นการสนทนา รายการสนทนาแตกต่างกับรายการพูดคุยกล่าวคือรายการพูดคุยเป็นการพูดคุยกับผู้ชมโดยตรงในขณะที่รายการสนทนามิใช่เป็นการพูดคุยกับผู้ชมโดยตรง แต่เป็นการสนทนามันระหว่างผู้ร่วมรายการการนำเสนอรายการสนทนาที่ดี มิใช่เพียงการนำเสนอภาพผู้ร่วมสนทนาตัดสลับกันไปมาเท่านั้น หากแต่ควรจะต้องมีภาพเหตุการณ์หรือเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อหรือประเด็นที่กำลังสนทนา มาติดต่อประกอบกับรายการด้วย

3. อภิปราย รายการอภิปราย (Discussion Program) เป็นรูปแบบรายการพูดคุยลักษณะหนึ่ง แต่ไม่ใช่เป็นการพูดคุยกับผู้ชมโดยตรง หากแต่เป็นการพูดคุยระหว่างผู้ดำเนินการอภิปราย หรือ

ผู้ดำเนินรายการกับผู้ร่วมรายการ ซึ่งอาจจะมีตั้งแต่ 2-4 คน ผู้ร่วมรายการมักจะเป็นผู้ทรงคุณวุฒิ มีความรู้ความสามารถมีประสบการณ์ มีความเชี่ยวชาญหรือเป็นผู้ที่เกี่ยวข้องกับหัวข้ออภิปราย ผู้ทรงคุณวุฒิที่เชิญมาร่วมรายการแต่ละครั้งควรมีความหลากหลายเพื่อผู้ชมจะได้รับรู้ในทฤษฎีหรือมุมมองที่แตกต่างกันไป โดยหัวข้อที่หยิบยกมาอภิปรายในรายการ ควรเป็นหัวข้อที่กำลังเป็นที่สนใจ ของสังคมในขณะนั้น ซึ่งผู้จัดรายการ จะต้องเป็นผู้กำหนดขึ้นมา ผู้ดำเนินรายการจะเป็นผู้ทำหน้าที่พูดกล่าวถึงหัวข้อที่หยิบยกมาอภิปราย คอยป้อนประเด็นคำถามให้ผู้ร่วมรายการแต่ละคน ได้ร่วมแสดงทัศนคติและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นที่ละคน อย่างมีกติกามารยาทและต้องคอยควบคุมการอภิปรายให้อยู่ในขอบเขตของประเด็นที่กำหนดไว้ ผู้ดำเนินรายการจะทำหน้าที่เป็นเพียงผู้นำการอภิปรายและสรุปความคิดเห็นของผู้ร่วมอภิปราย ในช่วงจังหวะที่เหมาะสมเท่านั้นจะไม่ร่วมแสดงทฤษฎีและความคิดเห็นเหมือนรายการสนทนา วัตถุประสงค์ของรายการอภิปรายส่วนใหญ่ต้องการให้เป็นเวทีแสดงทฤษฎีหรือความคิดเห็น และแลกเปลี่ยนแนวความคิดระหว่างผู้ร่วมรายการหากเป็นรายการอภิปรายที่ถ่ายทอดสด (live) อาจเปิดโอกาสให้ผู้ชมทางบ้านร่วมแสดงความคิดเห็นด้วยหัวข้อหรือประเด็นที่อภิปราย มักเป็นเรื่องที่มีสาระทางวิชาการและเป็นประโยชน์ต่อสังคมส่วนรวม ไม่เป็นเรื่องไร้สาระ

4. สัมภาษณ์ รายการสัมภาษณ์ (Interview Program) เป็นรูปแบบรายการที่มีบุคคล 2 คน หรือมากกว่ามาร่วมพูดคุยซักถามปัญหา ข้อสงสัย หรือชี้แจงข้อเท็จจริง ตามหัวข้อที่กำหนดในแต่ละรายการ โดยมีผู้ดำเนินรายการ 1 คน ทำหน้าที่สัมภาษณ์หรือซักถาม และผู้ร่วมรายการหรือผู้ให้สัมภาษณ์เป็นผู้ตอบหรือชี้แจงข้อเท็จจริงต่อข้อคำถาม ซึ่งอาจจะมีจำนวนมากกว่า 1 คน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความเหมาะสมของเวลาและขอบข่ายเนื้อหาของหัวข้อที่สัมภาษณ์ว่ามีมากน้อยเพียงใด

5. สาธิตและทดลอง รายการสาธิตและทดลอง (Demonstration and Experimental Program) เป็นรูปแบบรายการที่นำเสนอด้วยการอธิบายกรรมวิธี เทคนิค วิธีการ กระบวนการและขั้นตอน หรือรายละเอียดอื่น ๆ ของการกระทำหรือการประดิษฐ์สิ่งใดสิ่งหนึ่ง ด้วยการนำเสนอภาพและเสียงประกอบการสาธิตและทดลองในแต่ละเทคนิค แต่ละวิธีการหรือแต่ละขั้นตอนที่เป็นรูปธรรมสามารถนำไปปฏิบัติหรือทำได้จริง เช่น การสาธิตการเสริมสวย การทำผม การแต่งหน้า การสาธิตการปรุงอาหาร การสาธิตการประดิษฐ์สิ่งของต่าง ๆ เป็นต้น

6. ข่าว รายการข่าว (News Program) เป็นรูปแบบรายการที่นำเสนอเหตุการณ์ เรื่องราวข้อเท็จจริง หรือข้อคิดเห็น ที่น่าสนใจ มีความสดใหม่ มีผลกระทบต่อประชาชนส่วนใหญ่ หรือมีองค์ประกอบข่าวอื่น ๆ โดยใช้วิธีการนำเสนอทั้งในลักษณะของการประกาศ การอ่านคำบรรยาย

ข่าวประกอบภาพโดยผู้ประกาศข่าว การรายงานพิเศษหรือการสัมภาษณ์ โดยผู้สื่อข่าว หรือผู้รายงานข่าว ในสถานที่จริง หรือลักษณะอื่น ๆ

7. สารคดี รายการสารคดี (Documentary Program) เป็นรูปแบบรายการที่นำเสนอเรื่องราว ที่เป็นจริงหรือมีพื้นฐานอยู่บนข้อเท็จจริง ไม่ใช่จากเรื่องที่แต่งขึ้นหรือจากนวนิยาย หรือจากจินตนาการ ส่วนใหญ่จะเป็นเรื่องที่ผูกพันกับเหตุการณ์และบุคคลจริง เกี่ยวข้องหรือสัมพันธ์กับมนุษย์อย่างไรก็ตามแม้จะเป็นการนำเสนอเรื่องจริง แต่การนำเสนอจะต้องมีลักษณะสร้างสรรค์ ไม่ใช่ลอกเลียนแบบจากของจริงทั้งหมดโดยไม่มีการตกแต่ง การนำเสนอเนื้อหาสาระ ในรายการสารคดีโดยทั่วไป อาจเสนอด้วยภาพและเสียงบรรยายตลอดรายการโดยไม่มีผู้ดำเนินรายการปรากฏตัวเพื่อคอยพูดเกริ่นนำหรือเชื่อมโยงรายการ หรืออาจมีผู้ดำเนินรายการปรากฏตัวและทำหน้าที่พูดนำเข้าสู่รายการคอยพูดเชื่อมโยงรายการในแต่ละช่วงแต่ละตอน และคอยพูดสรุปในช่วงท้ายของรายการ

8. ละคร รายการละคร (Drama Program) เป็นรูปแบบรายการที่นำเสนอเรื่องราวโดยใช้การแสดงตามบทบาทในเรื่องราวที่แต่งขึ้นหรือดัดแปลงจากเรื่องจริง เพื่อสื่อความหมายเกี่ยวกับสาระข้อคิด คติเตือนใจ และความบันเทิงไปสู่ผู้ชมรายการ โดยอาศัยองค์ประกอบและเทคนิคทางการละครศิลปะการแสดง เทคนิคการถ่ายทำ การตัดต่อลำดับภาพ และการให้เสียงดนตรีและเสียงประกอบเพื่อให้เรื่องราวมีความสมจริงสมจัง ผู้ชมชมแล้วมีอารมณ์ร่วม และเกิดความรู้สึกคล้อยตาม

9. สาระละคร รายการสาระละคร (Docudrama Program) เป็นรูปแบบรายการที่นำเสนอโดยอาศัยรูปแบบสารคดีผสมผสานกับรูปแบบละคร เป็นนำเอารูปแบบของละครมาใช้เพื่อสื่อความหมายถ่ายทอดสาระความรู้ หรือสะท้อนปัญหาต่าง ๆ โดยการผูกเรื่องราวเป็นละครที่สะท้อนให้ผู้ชมตระหนักและรับรู้ถึงปัญหา สาเหตุของปัญหา และอาจรวมถึงแนวทางการแก้ไขปัญหานั้น ๆ และมีผู้ดำเนินรายการเป็นผู้ทำหน้าที่เกริ่นนำ อธิบายหรือขยายสาระ และสรุปประเด็น

10. เพลงและดนตรี รายการเพลง (Music Program) เป็นรายการที่นำเสนอเพลงหรือการแสดงดนตรี ซึ่งสามารถจัดนำเสนอในลักษณะเป็นเพลง ที่มีภาพประกอบเป็นเรื่องราวตามเนื้อหาของเพลงที่เรียกว่า มิวสิควิดีโอ ((Music Video) หรือเป็นการจัดแสดงดนตรีที่เรียกว่าการแสดงคอนเสิร์ตซึ่งอาจจะเป็นการบันทึกเทปโทรทัศน์ไว้ล่วงหน้าก่อนออกอากาศแพร่หลายหรือเป็นการถ่ายทอดสด โดยมีพิธีกรหรือผู้ดำเนินรายการเป็นผู้พูดเปิดนำรายการ พูดเชื่อมโยงเข้าสู่เพลงหรือการแสดงดนตรีของนักร้อง และพูดปิดรายการ

11. นิตยสาร รายการนิตยสาร (Magazine Program) เป็นรูปแบบรายการที่นำเสนอเนื้อหาสาระที่หลากหลาย ซึ่งอาจจัดแบ่งเป็นเรื่องย่อยต่างกันหลาย ๆ เรื่อง แต่ละเรื่องจะเป็นแนวเดียวกัน หรือต่างแนวกันก็ได้ และใช้รูปแบบการนำเสนอที่หลากหลายในรายการเดียวกัน เช่น อาจเริ่มด้วยรายการเพลง สลับด้วยรายการสัมภาษณ์ รายการสารคดี รายการสนทนา หรือรายการละคร แต่สิ่งสำคัญของรูปแบบนิตยสารก็คือ การเชื่อมโยงหรือการร้อยเรียงแต่ละเรื่องย่อยหรือแต่ละตอน ให้เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน มีความสอดคล้องและกลมกลืนกัน

12. ปกิณกะ รายการปกิณกะ (Variety Program) หรือที่นิยมเรียกว่ารายการวาไรตี้ (variety) เป็นรูปแบบรายการที่มุ่งเน้นนำเสนอความบันเทิง หลายเรื่อง หลายรส โดยใช้รูปแบบการนำเสนอที่หลากหลายคล้าย ๆ กับรายการนิตยสารต่างกันเพียงรายการ ปกิณกะไม่จำเป็นต้องเชื่อมโยง หรือร้อยเรียงแต่ละช่วงแต่ละตอนของรายการให้เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน รายการปกิณกะจึงมีความหลากหลายทั้งในด้านเนื้อหารายการ และรูปแบบการนำเสนอด้วยความมุ่งหวังที่จะสร้างความ พึงพอใจ สร้างความสนุกสนานบันเทิงใจ ให้กับกลุ่มผู้ชมรายการที่มีความชอบแตกต่างกัน รูปแบบรายการที่มักปรากฏในรายการปกิณกะได้แก่ รายการแสดงดนตรีและร้องเพลง รายการแสดงตลกหรือละครตลกเบาสมองรายการสัมภาษณ์นักร้องหรือนักแสดงที่มีชื่อเสียง พร้อมการแสดงความสามารถพิเศษ ฯลฯ และองค์ประกอบหนึ่งที่มีความสำคัญในการสร้างสรรค์รายการปกิณกะก็คือพิธีกรประจำรายการผู้ทำหน้าที่เหมือนตัวแทนของผู้ชมรายการ ซึ่งจะต้องเป็นผู้ที่มีความสามารถในด้านการนำเสนอ มีไหวพริบดีแก้ปัญหาเฉพาะหน้าเก่งและมีบุคลิกภาพเหมาะสมกับกลุ่มผู้ชมเป้าหมาย

13. เกมโชว์ รายการเกมโชว์ (Game Show Program) เป็นรูปแบบรายการที่จัดให้มีการแข่งขันกันระหว่างผู้ร่วมรายการด้วยการเล่นเกม หรือตอบปัญหาที่ผู้จัดรายการกำหนดขึ้นภายใต้เงื่อนไข ของกฎและกติกาที่กำหนดไว้ล่วงหน้า เกมหรือกิจกรรมที่จัดอาจเป็นการแข่งขันทางร่างกาย หรือ ใช้สติปัญญาระหว่างผู้เข้าร่วมแข่งขัน ฝ่ายชนะจะได้รับรางวัลเป็นเงินหรือของรางวัลที่มีมูลค่าจำนวนมาก ในขณะที่ผู้แพ้จะได้รับเงินหรือของรางวัลตอบแทน โดยมีพิธีกรหรือผู้ดำเนินรายการเป็นผู้อธิบายชี้แจงกติกา คอยดำเนินการและควบคุมการแข่งขัน ให้เกิดความสนุกสนานและยุติธรรม ในกรณีที่เป็นการแข่งขันตอบปัญหาโดยตรงอาจเรียกว่าเป็นรายการตอบปัญหา (Quiz Program) ซึ่งมักเป็นการทดสอบความรู้หรือเชาว์ปัญญาในเรื่องต่าง ๆ

14. สปอต รายการสปอต (Spot Program) เป็นรูปแบบรายการที่นำเสนอเนื้อหาสาระที่ผ่านกระบวนการผูกเรื่องและเรียบเรียงให้สั้นกะทัดรัด และใช้ศิลปะการนำเสนอด้วยภาพและเสียงที่สอดคล้อง และกลมกลืนกับเนื้อหาสาระโดยใช้ระยะเวลารวมทั้งสิ้น 30-60 วินาที วัตถุประสงค์

ขอการนำเสนอในรูปแบบสποตวิทยุโทรทัศน์ก็เพื่อจะตอกย้ำซ้ำเตือน ด้วยการออกอากาศแพร่ภาพบ่อยครั้งเช่น สποตประชาสัมพันธ์ สποตโฆษณา หรือสποตรณรงค์ในเรื่องราวหรือประเด็นปัญหาหนึ่งของสังคม ซึ่งผู้รณรงค์ต้องการโน้มน้าวหรือชักจูงใจ ให้ประชาชนทั่วไปได้รับรู้และร่วมมือกันปฏิบัติตาม

สำหรับคณะอาจารย์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช (2554, หน้า10-13) ได้แบ่งประเภทรายการโทรทัศน์ ออกได้เป็น 9 ประเภท ได้แก่

1. ละคร (Drama) รูปแบบเป็นการนำเสนอเรื่องราวที่อาจเป็นตอนเดียวจบ หรือหลายตอนจบ โดยจะมีการผูกปมเรื่องราวและดำเนินอย่างมีอรรถรส อาจมีเนื้อหาอยู่บนฐานข้อเท็จจริงหรือไม่ก็ได้ เพื่อความบันเทิงในการรับชม

2. คอมเมดี้ (Comedy) หรือรายการตลก เน้นความบันเทิงชวนหัว และสร้างเสียงหัวเราะในการรับชมจากการสร้างสถานการณ์โศกนาฏกรรมหนึ่ง เบาสมอง และเพลิดเพลินในการรับชม

3. เรียลลิตี้ (Reality) มีลักษณะรูปแบบรายการเน้นชีวิตจริงในการทำกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่ง โดยมีความเป็นธรรมชาติ มักจะนำเสนอผ่านตัวแทนที่เป็นบุคคลธรรมดา หรือเป็นบุคคลที่ไม่มีชื่อเสียงหรือมีชื่อเสียงก็ได้

4. เกมโชว์ (Game show) เป็นรูปแบบรายการที่มีการเล่นเกมเข้ามาเกี่ยวข้อง หรือการทำกิจกรรมใดๆ เพื่อชิงความเป็นที่หนึ่ง และมีรางวัลเป็นผลตอบแทน

5. วาไรตี้ (Variety show) เป็นรายการที่มุ่งเน้นการนำเสนอความบันเทิงสู่ผู้ชมรายการ มีเนื้อหาหลากหลาย เช่น การร้องเพลง เล่นดนตรี โชว์การเต้น เป็นต้น นอกจากนี้ยังอาจมีการรวมเอาเกมโชว์มาประยุกต์รวมกับการแสดงได้อีกด้วย

6. ดนตรี (Music) เป็นรายการประเภทดนตรี เช่น ถ่ายทอดคอนเสิร์ตหรือมิวสิกวิดีโอ การประกวดร้องเพลง เป็นต้น

7. ข่าว (News) นำเสนอรายการด้วยการเน้นข่าวเป็นหลัก เช่น การรายงานข่าว การสนทนาข่าว วิเคราะห์ข่าว สก๊อปข่าว เป็นต้น

8. สารคดี (Documentary) เป็นการนำเสนอที่เจาะลึกในเรื่องราวใดเรื่องราวหนึ่ง นำเสนอแง่มุมต่างๆ ในสังคม หรืออาจเป็นเรื่องราวที่เป็นที่สนใจอยู่ในสังคม

9. กีฬา (Sports) เป็นการรายงานผลการแข่งขันกีฬา ตลอดจนการสัมภาษณ์ หรือความเคลื่อนไหวเกี่ยวกับวงการกีฬา หรือการถ่ายทอดสดกีฬา เป็นต้น

นอกจากนี้ สุรพล บุญลือ (มหาวิทยาลัยพระจอมเกล้าธนบุรี, 2551 อ้างถึงใน สายทิพย์ ลิ้มปิยะเชื้อย, 2550, หน้า 15) ยังได้จำแนกรูปแบบรายการโทรทัศน์ ดังนี้

1. รายการสดในสตูดิโอ/ห้องส่ง (Live Program in Studio) เป็นรายการที่จัดทำขึ้นสดๆ ในห้องส่ง และออกอากาศพร้อมกันไปทันที จะต้องมีการซ้อมการออกอากาศล่วงหน้า และมีการนัดหมายกันระหว่างผู้ผลิต ผู้กำกับรายการ และผู้ร่วมงานอื่นๆ เพื่อป้องกันการผิดพลาด ข้อดี คือ ประหยัดเงิน และเวลา แต่เป็นการเสี่ยงถ้าเจออุปสรรคใดๆ ระหว่างออกอากาศ ก็อาจจะแก้ไขไม่ได้ทันท่วงที

2. รายการสดนอกห้องส่งสถานที่ เป็นรายการที่จัดทำขึ้นนอกห้องส่ง หรือเป็นการถ่ายทอดโดยใช้รถถ่ายทอดซึ่งมีอุปกรณ์ครบครัน รายการประเภทนี้จะจัดทำขึ้นในกรณีพิเศษ เช่น การถ่ายทอดพระราชพิธีต่างๆ ก็พาดสำคัญ ฯลฯ รายการดังกล่าวไม่สามารถจัดทำในห้องส่งได้

3. รายการที่มีการบันทึกเทปไว้ล่วงหน้า หรือรายการแห้ง เป็นรายการที่ได้จัดทำไว้ล่วงหน้าโดยบันทึกรายการลงในเทปโทรทัศน์ แล้วนำเทปโทรทัศน์ที่บันทึกรายการลงไว้แล้วมาแพร่ภาพออกอากาศจริงๆ อีกทีหนึ่ง รายการแบบนี้นับว่าเป็นรายการที่ผลิตได้ถูกต้อง เพราะมีปัญหาใดๆ สามารถแก้ไขข้อผิดพลาดได้ด้วยการบันทึกและตัดต่อเทป ในบางครั้งต้องใช้เงินลงทุนสูง เพื่อให้รายการมีคุณภาพ

มนัสวรรณ หลินพันธุ์ (2556 , หน้า 13) ได้กล่าวว่า รายการข่าวโทรทัศน์มีองค์ประกอบด้านการสร้างสรรค์ 4 ส่วนดังนี้

1. ส่วนเนื้อหารายการ หมายถึง ข่าวประเภทต่างๆ
2. ผู้นำเสนอ ได้แก่ผู้ประกาศข่าว และผู้สื่อข่าว รวมทั้งวิธีการที่พวกเขาเหล่านี้นำเสนอข่าว เช่น บุคลิก น้ำเสียง เป็นต้น
3. การผลิตรายการ เช่น ภาพลักษณะรายการ ฉาก รวมทั้งเสื้อผ้า กราฟิกต่างๆ เป็นต้น
4. วิธีการนำเสนอ การเลือกผู้ประกาศ การจัดเรียงลำดับของเนื้อหา การตัดสินใจจะรายงานสดหรือเป็นเทป เป็นต้น

จากแนวคิดเกี่ยวกับรายการโทรทัศน์ข้างต้น จะเห็นได้ว่ารายการโทรทัศน์ในปัจจุบันมีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น โดยมีการพัฒนาเนื้อหา รายการ รูปแบบรายการ วิธีการผลิต รวมทั้งการนำเสนอจากผู้ดำเนินรายการที่ต้องมีภาพลักษณ์และมีความสามารถด้วย ดังนั้นการวิจัยในครั้งนี้ จึงนำเอาแนวคิดเกี่ยวกับรายการโทรทัศน์มาทำการวิจัยเรื่อง “ความพึงพอใจรายการเดินหน้าประเทศไทยที่มีผลต่อความเชื่อมั่นคณะรักษาความสงบแห่งชาติ” เพื่อที่จะได้รับทราบถึงการนำเสนอรายการเดินหน้าประเทศไทยให้มีความเหมาะสมและสมบูรณ์มากที่สุด

5. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นพขวิญ นาคนวล (2555, หน้า 8, หน้า 28 และ หน้า 46-48) ศึกษาเรื่องทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการเก็บตกทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ทำการศึกษาเฉพาะในส่วนที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการ “เก็บตก” ของสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 โดยผลการวิจัยพบว่า

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31-40 ปี การศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในระดับปริญญาตรี มีรายได้ต่อเดือน 15,000- 25,000 บาท กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ “เก็บตก” โดยส่วนใหญ่เลือกเปิดชมรายการ “เก็บตก” ทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ดูจนจบเวลา ความพึงพอใจของผู้ชมรายการ “เก็บตก” ต่อรูปแบบรายการ “เก็บตก” และเทคนิคการนำเสนอรายการ “เก็บตก” อยู่ในระดับมากที่สุด ระดับทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมรายการ “เก็บตก” ทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ต่อด้านผู้ประกาศข่าวและผู้บรรยายเนื้อเรื่องอยู่ในระดับมากที่สุด ผู้ชมมีความพึงพอใจและรับชมรายการ “เก็บตก” ทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 อยู่ในระดับมาก รูปแบบของรายการ “เก็บตก” มีความแปลกใหม่ ภาพข่าวสอดคล้องกับเสียงบรรยายเข้าใจผลช่วยให้ผู้ชมได้คลายเครียด หลังจากเหนื่อยล้าจากการทำงาน ผู้ชมรายการ “เก็บตก” ต้องการคลายเครียดในชีวิตประจำวันจึงได้ขึ้นชมรายการ “เก็บตก”

วลัยพร ตอมพุดชา (2556, หน้า 5, หน้า 7 และ หน้า 71) ศึกษาเรื่องทัศนคติและความพึงพอใจของนักลงทุนต่อรายการข่าวเช้า News@07.00 A.M. ของสถานีโทรทัศน์มั้งนี่ แชนแนล การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติและความพึงพอใจของนักลงทุนต่อรายการข่าวเช้า News@07.00A.M. ของสถานีโทรทัศน์ Money Channel โดยศึกษานักลงทุนรายใหญ่และนักลงทุนรายย่อย ที่ลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ตลาดหลักทรัพย์ Mai ตลาดตราสารหนี้ และตลาดโภคภัณฑ์ และเคยรับชมรายการข่าวเช้า News@07.00A.M. ของสถานีโทรทัศน์ Money Channel จำนวน 400 คน ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) บรรยายหรืออธิบายลักษณะต่างๆ ของกลุ่มตัวอย่าง และใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตามในสมมติฐานต่างๆ ด้วยค่าสถิติระดับนัยสำคัญ 0.05 ผลการวิจัยพบว่า

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการติดตามรับชมรายการข่าวเช้า News@07.00A.M. ของสถานีโทรทัศน์ Money Channel เป็นระยะเวลา น้อยกว่า 1 ปี และจะมีการรับชมบ้างนานๆ ครั้ง โดยใช้ระยะเวลารับชมในแต่ละครั้ง 15 - 30 นาที ส่วนใหญ่จะสนใจรับชมช่วงที่ 2 ของรายการคือ ช่วงวิเคราะห์ประเด็นเศรษฐกิจและการลงทุนจากผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีทัศนคติ

ในเชิงบวก และมีความพึงพอใจระดับมากต่อภาพรวมของรายการข่าวเช้า News@07.00A.M. ของสถานีโทรทัศน์ Money Channel โดยที่กลุ่มนักลงทุนรายใหญ่จะมีทัศนคติและความพึงพอใจต่อเนื้อหาข่าว การผลิต รูปแบบรายการ และผู้ดำเนินรายการในระดับสูงกว่ากลุ่มนักลงทุนรายย่อย และพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจระดับมากต่อเนื้อหาข่าวทันต่อเหตุการณ์ น่าเชื่อถือและเป็นประโยชน์ ในด้านการผลิตกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจระดับมากต่อความคมชัดของภาพข่าวมากที่สุด ด้านรูปแบบรายการกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจระดับมากต่อการเจาะลึก ตรงประเด็นมากที่สุด และส่วนด้านผู้ดำเนินรายการ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจระดับมากต่อการที่ผู้ดำเนินรายการสรุปประเด็นเนื้อหาได้ชัดเจนและมีบุคลิก น่าเชื่อถือมากที่สุด

อุทุมพร สุขวงกฎ (2557) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการเปิดรับชมและความพึงพอใจต่อรายการห้องข่าว 7 สี ทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับ และความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการห้องข่าว 7 สี รวมถึงศึกษาเปรียบเทียบลักษณะประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการเปิดรับชมและความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อรายการห้องข่าว 7 สี เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้ตัวแทนประชาชนจำนวน 400 คน เครื่องมือในการวิจัย คือ แบบสอบถาม ใช้สถิติเชิงพรรณนาและสถิติเชิงอ้างอิง Chi-square test T-test F-test ใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS Version 20 ผลการวิจัยพบว่า

ลักษณะประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการเปิดรับชมและความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อรายการ ห้องข่าว 7 สี คือ ระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ ห้องข่าว 7 สี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิสูจน์ ความแตกต่างรายคู่ด้วย Scheffe พบว่า การศึกษาระดับประถมศึกษาที่มีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการห้องข่าว 7 สีมากกว่าระดับอื่นๆ ขณะที่เพศแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อภาพรวม ด้านความพึงพอใจต่อเนื้อหา ด้านความพึงพอใจต่อผู้ดำเนินรายการ ด้านความพึงพอใจต่อรูปแบบการนำเสนอ และด้านความพึงพอใจต่อการนำไปใช้ประโยชน์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ขณะที่รายได้ของกลุ่มตัวอย่างต่างกันมีความพึงพอใจต่อการนำไปใช้ประโยชน์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาด้วย Scheffe พบว่าระดับรายได้ ต่ำกว่า 5,000 บาท มีความพึงพอใจแตกต่างจากระดับรายได้อื่น ๆ ส่วนความพึงพอใจด้านอื่นของกลุ่มตัวอย่างที่รายได้ต่างกัน มีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการห้องข่าว 7 สี กับความพึงพอใจที่มีต่อรายการ ห้องข่าว 7 สี ด้านเนื้อหา ด้านผู้ดำเนินรายการ ด้านรูปแบบการนำเสนอ ด้านนำไปใช้ประโยชน์ พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ

ห้องข่าว 7 สี ต่างกัน มีความความพึงพอใจ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิสูจน์ด้วย Scheffe แล้วพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการห้องข่าว 7 สี ชมทุกวัน (3 ครั้ง/สัปดาห์) มีความแตกต่างจากชม 1-2 วัน/สัปดาห์ และชมบ้างนาน ๆ ครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เช่นกัน

ธีรศักดิ์ อริยะอรุณ (2555) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการเปิดรับและความพึงพอใจต่อรายการข่าวทางสถานีโทรทัศน์ดาวเทียม มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับรายการข่าวทางสถานีโทรทัศน์ดาวเทียม MEDIA NEWS CHANNEL ของผู้ชมในกรุงเทพมหานครเพื่อศึกษาความพึงพอใจของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการข่าวทางสถานีโทรทัศน์ดาวเทียม MEDIA NEWS CHANNEL และเพื่อศึกษาความคาดหวังของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการข่าวทาง สถานีโทรทัศน์ดาวเทียม MEDIA NEWS CHANNEL เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้วิธีสำรวจความคิดเห็น และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้กลุ่มตัวอย่างผู้ชมทั่วไปที่รับชมรายการข่าวทางสถานีโทรทัศน์ดาวเทียม MEDIA NEWS CHANNEL ทั้งสิ้น 400 คน แบบเฉพาะเจาะจงในพื้นที่ ที่กำหนดไว้ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า

กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจที่มีต่อรายการข่าวทาง MEDIA NEWS ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาระดับความพึงพอใจเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ รูปแบบรายการข่าวแต่ละรายการเหมาะกับผู้ชมทุกเพศทุกวัย รองลงมาคือ มีการรายงานความคืบหน้าเกาะติดในประเด็นสำคัญที่กำลังอยู่ในความสนใจ และมีการนำเสนอหัวข้อข่าวเด่นก่อนเข้ารายการ ตามลำดับ

จิรายุ น่วงทรัพย์ (2548) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจจากการเปิดรับรายการข่าวโทรทัศน์บนเฮลิคอปเตอร์ทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวีของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับชมของผู้ชมข่าวบนเฮลิคอปเตอร์ทางไอทีวี พบว่า

มีการชมข่าวไอทีวีแทบทุกวันรองลงมาจะรับชม 5-6 ครั้ง/สัปดาห์ และ 1-2 ครั้ง/สัปดาห์ ตามลำดับ โดยการรับชมแต่ละครั้งของผู้ชมจะใช้เวลารับชมมากที่สุดประมาณ 21-30 นาที โดยรายการข่าวภาคค่ำในช่วงเวลา 18.00-20.00 น. มีคนรับชมมากที่สุด ขณะที่ข่าวภาคดึกเป็นช่วงที่มีผู้ชมน้อยที่สุด โดยกลุ่มตัวอย่างระบุว่าชมไอทีวี เพราะเป็นข่าวที่มีความเจาะลึก รวดเร็วทันต่อเหตุการณ์ โดยชมข่าวประเภท เจาะลึก สืบสวนสอบสวน ข่าวเปิดโปงพฤติกรรมที่ไม่ชอบมาพากลต่างๆ มากที่สุด ส่วนข่าวต่างประเทศมีผู้ชมน้อยที่สุด ในการศึกษาถึงความพึงพอใจจากการรับชม

รายการข่าวโทรทัศน์บนเฮลิคอปเตอร์ของไอทีวีพบว่า ผู้ชมมีความพึงพอใจในการรับทราบข้อมูล เหตุการณ์และข่าวสารใหม่ๆ ร่องลงมาคือ การได้รับทราบข่าวที่รวดเร็วทันต่อเหตุการณ์ และทำให้ทราบสภาพการจราจรเป็นอันดับสุดท้าย แต่ถึงแม้ว่าเหตุผลเหล่านี้จะทำให้ผู้ชมมีความพึงพอใจมาก แต่มีบางสิ่งที่จะต้องทำการแก้ไขและปรับปรุง คือ เสียบบกวางในขณะที่ยางงานข่าว ประเภทของข่าว ที่นำเสนอค่อนข้างหลากหลายน้อยไป และผู้ชมมักจะจำการรายงานข่าวในประเภทสิ่งแวดล้อมได้ มากเกินไป รวมทั้งยังขาดการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องเพื่อเพิ่มกลุ่มผู้ชมให้มากขึ้น

ภาวดี สิงห์รัตน์ (2552) ได้ศึกษาถึงเรื่อง ผลกระทบการเลียนแบบ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของวัยรุ่นจากรายการเพลงร่วมสมัย Five Live ผลการศึกษาพบว่า

วัยรุ่นที่ชมรายการมีจุดประสงค์หลักเพื่อการผ่อนคลายความเครียดและเพื่อความบันเทิง โดยเลือกจากความพึงพอใจในเนื้อหาของรายการและพิธีกรรายการ นอกจากนี้ความถี่ในการรับชมต่อสัปดาห์ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการเลียนแบบของวัยรุ่นอีกด้วย

จารุวรรณ นิธิไพบูลย์ (2549) ได้ศึกษาถึงเรื่อง รูปแบบรายการเพลงทางโทรทัศน์สำหรับวัยรุ่น ผลการศึกษาพบว่า

รายการเพลงทางโทรทัศน์สำหรับวัยรุ่นจะมีการปรับเปลี่ยนเนื้อหาไปตามรูปแบบของรายการโดยมีพิธีกรให้ข้อมูลเกี่ยวกับเพลงอย่างครบถ้วน และมีความรู้เกี่ยวกับเพลงมีความสนุกสนาน ไม่ก้าวร้าว ทั้งนี้ผู้ที่มาชมรายการขณะบันทึกเทปก็ต้องมีความสนุกสนานตามไปด้วย รวมทั้งต้องมีความสนใจในตัวแขกรับเชิญรายการและกล้าแสดงออก

พีระสิทธิ์ สุวรรณเลิศ (2553) ได้ศึกษาถึงเรื่อง ความพึงพอใจของประชาชนต่อการรับชมรายการแพร่ภาพทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ในเขตจังหวัดเลย ผลการศึกษาพบว่า

โทรทัศน์เป็นสื่อที่มีบทบาทสำคัญในการเผยแพร่ข่าวสารและความบันเทิงต่อผู้ชม ซึ่งมีระดับความพึงพอใจต่อรายการประเภทบันเทิงในระดับมาก โดยการรับชมรายการใดๆ นั้นต้องมีรูปแบบรายการที่นำเสนอไปจนถึงพิธีกร เวลาออกอากาศ ที่มีเนื้อหาสอดคล้องเหมาะสมกับกลุ่มผู้รับชมตามวัย และต้องมีเนื้อหาที่ถูกต้องและเชื่อถือได้อีกด้วย

จิตโสภณ วอนิล (2552) ทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาพลักษณ์ความเชื่อมั่น และความพึงพอใจที่มีต่อความภาคภูมิใจของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ โดยศึกษากับกลุ่มตัวอย่างคือ ลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน ด้วยแบบสอบถามให้ผู้ตอบกรอกด้วยตนเองสถิติที่ใช้ ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบสมมติฐาน

โดยใช้ค่าสถิติ T-Test, F-Test, LSD, Pearson Correlation และ Regression ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ผลการศึกษาพบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกันมีผลต่อบัจจัยด้านภาพลักษณ์ในด้านลูกค้าและบริการเอกลักษณ์ภายนอก และกิจกรรมเพื่อสังคม ความเชื่อมั่น ความพึงพอใจ และความภักดีของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์แตกต่างกัน กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่างกันมีปัจจัยภาพลักษณ์ในด้านกิจกรรมเพื่อสังคม ความเชื่อมั่น และความภักดีของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์แตกต่างกัน ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่างกัน มีปัจจัยภาพลักษณ์ในด้านกิจกรรมเพื่อสังคม ความพึงพอใจ และความภักดีของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์แตกต่างกัน แต่กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศและระดับการศึกษาต่างกันมีปัจจัยภาพลักษณ์ไม่แตกต่างกันในทุกด้าน และปัจจัยภาพลักษณ์ด้านการปรับเปลี่ยนองค์กร และกิจกรรมเพื่อสังคม ความเชื่อมั่น และความพึงพอใจสามารถร่วมกันพยากรณ์ความภักดีของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ได้

วุฒิพร ลูกบัว (2549) ทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจต่อองค์กรกับความภักดีต่อตราสินค้าของผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 473 คน ผลการวิจัยพบว่า

- 1) ผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคล มีความพึงพอใจต่อองค์กรโดยรวมและแยกรายด้านทุกด้านอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านคุณภาพสินค้าและบริการ ด้านภาพลักษณ์องค์กร และความรับผิดชอบต่อสังคมและด้านข้อมูลที่ได้รับบริการ
- 2) ผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลมีความภักดีต่อตราสินค้าโดยรวมและเป็นรายด้านทุกด้านอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านทัศนคติต่อตราสินค้า และด้านพฤติกรรมการซื้อซ้ำ
- 3) ผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลที่มีอายุ รายได้ อาชีพ และยี่ห้อรถยนต์แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อองค์กรโดยรวมและเป็นรายด้านทุกด้าน ได้แก่ ด้านคุณภาพสินค้าและบริการด้านภาพลักษณ์องค์กรและความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านราคา และด้านข้อมูลที่ได้รับบริการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
- 4) ผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อองค์กรโดยรวม ด้านคุณภาพสินค้าและบริการและด้านข้อมูลที่ได้รับบริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
- 5) ผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลที่มีอายุและอาชีพแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีความภักดีต่อตราสินค้าโดยรวม ด้านทัศนคติต่อตราสินค้า และด้านพฤติกรรมการซื้อซ้ำแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
- 6) ผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลที่มีรายได้และยี่ห้อรถยนต์แตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีความภักดีต่อตราสินค้าด้านพฤติกรรมการซื้อซ้ำแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
- 7) ผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคล

บุคคลที่มีเพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อองค์กรและความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีความภาคภูมิใจต่อตราสินค้าโดยรวมและเป็นรายได้ทุกด้านไม่แตกต่างกัน และ 8) จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์และผลกระทบของความพึงพอใจต่อองค์กรและความคิดเห็นต่อตราสินค้า พบว่าความพึงพอใจต่อองค์กร ด้านคุณภาพสินค้าและบริการ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความภาคภูมิใจต่อตราสินค้า ด้านทัศนคติต่อตราสินค้า และด้านพฤติกรรมการซื้อซ้ำ ส่วนความพึงพอใจต่อองค์กร ด้านภาพลักษณ์องค์กร และความรับผิดชอบต่อสังคม มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความภาคภูมิใจต่อตราสินค้า ด้านพฤติกรรมการซื้อซ้ำ และความพึงพอใจต่อองค์กรด้านข้อมูลที่ได้รับบริการ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความภาคภูมิใจต่อตราสินค้าโดยรวมและเป็นรายได้ทุกด้าน

จำลองลักษณ์ อินทวัน (2558) ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของประชาชนในกระบวนการยุติธรรมทางอาญาผลการวิจัย พบว่า 1) ปัจจัยที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของประชาชนในกระบวนการยุติธรรมทางอาญาประกอบด้วย ปัจจัยด้าน สถานการณ์ ได้แก่ การรับรู้เกี่ยวกับการบริหาร จัดการตามหลักธรรมาภิบาล การรับรู้สภาพ เศรษฐกิจ การเมืองการปกครอง และสังคม การรับรู้ความสามารถของบุคลากรในกระบวนการยุติธรรมทางอาญา และการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับกระบวนการยุติธรรมทางอาญา ปัจจัย ด้านจิตลักษณะเดิม ได้แก่ เหตุผลเชิงจริยธรรม ลักษณะมุ่งอนาคตและความมุ่งมั่น แรงจูงใจ ใฝ่สัมฤทธิ์ และสุขภาพจิตดี และปัจจัยด้านจิต ลักษณะตามสถานการณ์ ได้แก่ ทัศนคติต่อ กระบวนการยุติธรรมทางอาญา 2) ปัจจัยที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของประชาชนในกระบวนการยุติธรรมทางอาญาที่มีอิทธิพล ทางตรง ได้แก่ การรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ กระบวนการยุติธรรมทางอาญา ทัศนคติที่ดีต่อ กระบวนการยุติธรรมทางอาญา และการรับรู้ สภาพเศรษฐกิจ การเมืองการปกครอง และ สังคม ตามลำดับ โดยทั้ง 3 ตัวแปรสามารถ อธิบายความแปรปรวนของความเชื่อมั่นใน กระบวนการยุติธรรมทางอาญา ได้ร้อยละ 41