



กสทช.



กทปส.

กองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์
และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ (สำนักงาน กสทช.)

ส่วนที่ 2

รายงานฉบับสมบูรณ์
(Final Report)

(เล่ม 2/4)

โครงการ
ติดตามและประเมินผล
การผลิตรายการที่ได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนเงินจาก
กองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์
และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ (กทปส.)

TRIS
CORP

บริษัท ทริส คอร์ปอเรชั่น จำกัด

สารบัญ

บทที่	หน้า
ส่วนที่ 2 การติดตามและประเมินผลการผลิตรายการที่ได้รับการส่งเสริมฯ ประจำปี 2562	เล่มที่ 2
6. การศึกษารวบรวมข้อมูลของการผลิตรายการที่ได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนเงินจาก กทปส. ประจำปี 2562	6-1
7. สรุปรายงานผลการสัมภาษณ์ผู้ผลิตรายการปี 2562 และผู้เชี่ยวชาญด้านการเขียนบทและการกำกับรายการรวมทั้งผลการจัดประชุม Focus Group ของกลุ่มเป้าหมายรายการ กลุ่มผู้ผลิตรายการ และกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ	7-1
7.1 สรุปรายงานผลการสัมภาษณ์ผู้ผลิตรายการปี 2562	7-1
7.2 สรุปรายงานผลการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการเขียนบทและการกำกับรายการ	7-103
7.3 สรุปรายงานผลการจัดประชุม 4 ภาคสำหรับรายการปี 2562	7-110
7.4 สรุปรายงานผลการจัดประชุมตัวแทนผู้ผลิตรายการสำหรับรายการปี 2562	7-300
7.5 สรุปรายงานผลการจัดประชุมตัวแทนผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาสำหรับรายการปี 2562	7-338
8. รายงานผลการติดตามประเมินผลฯ ผลการจัดทำ Online survey / Social listening และ ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย ปี 2562	8-1
8.1 สรุปผลการกำหนดค่าใช้จ่าย ค่าตอบแทนบุคลากร ค่าใช้จ่ายในการผลิตแต่ละประเภทรายการ	8-1
8.2 ผลการสำรวจและวิเคราะห์ความเต็มใจบริจาคเพื่อสนับสนุนการผลิตรายการทีวี เพื่อประโยชน์สาธารณะ	8-43
8.3 ผลการรวบรวมข้อมูลความคิดเห็นต่อรายการจากสื่อ Social Media ต่างๆ (Social Listening)	8-249
8.4 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย ปี 2562	8-306

ส่วนที่ 2

การติดตามและประเมินผล
การผลิตรายการที่ได้รับการส่งเสริมฯ
ประจำปี 2562

บทที่ 6

การศึกษารวบรวมข้อมูลของการผลิตรายการ ที่ได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนเงินจาก กทปส. ประจำปี 2562

การศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลในภาพรวมของรายการที่ได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนเงินจาก กทปส. ประจำปี 2562 จำนวนทั้งหมด 21 รายการ เพื่อติดตามและประเมินผลการผลิตรายการผ่านการเก็บรวบรวมข้อมูลเบื้องต้นจากเอกสารและแหล่งข้อมูลที่เกี่ยวข้องในแต่ละรายการ อาทิเช่น ข้อเสนอโครงการ (Proposal) รายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report) รวมถึงการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมกับผู้ประสานงานของแต่ละรายการ โดยทริสได้ศึกษาและรวบรวมข้อมูลในประเด็นต่างๆ ได้แก่ ข้อมูลพื้นฐานของรายการ (เช่น วัตถุประสงค์ รายการ รูปแบบ/เนื้อหารายการ กลุ่มเป้าหมายรายการ ช่องทางการเผยแพร่ ช่วงเวลาออกอากาศ เป็นต้น) และผลการผลิตรายการ (เช่น ผลการดำเนินงานตามแผนงาน ผลการประเมิน การบริหารจัดการทรัพยากรบุคคล ปัญหาอุปสรรคหรือข้อจำกัดในการดำเนินงาน เป็นต้น) ดังรายละเอียดที่จะแสดงในบทนี้ต่อไป

โครงการส่งเสริมการผลิตและออกอากาศรายการโทรทัศน์ระบบดิจิทัล

รายการสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว



1. รายการ Tamacot

1. ข้อมูลพื้นฐาน

1.1 ชื่อโครงการ : โครงการ “Tamacot”

1.2 ชื่อหน่วยงาน : บริษัท ทำมะอะทำ จำกัด

1.3 รูปแบบรายการ : รายการประเภท Animation เพื่อชวนให้เด็กๆ ติดตามเรื่องที่ Tamacot เรียนรู้ ซึ่งเป็นสิ่งที่อยู่รอบๆ ตัว ไม่ว่าจะเป็นพระอาทิตย์ ภูเขา แม่น้ำ หรือสิ่งเล็กๆ ต้องเรียนรู้ เช่น รูปร่าง รูปทรง สี ตัวอักษร และสัตว์ต่างๆ

1.4 วัตถุประสงค์ของรายการ :

- (1) เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดการผลิตรายการเพื่อพัฒนาองค์ความรู้ในเชิงสร้างสรรค์ไปสู่เด็ก เยาวชน และครอบครัว ซึ่งผู้ผลิตรายการทั่วไปดำเนินการได้ยาก เนื่องจากข้อจำกัดด้านต้นทุนการผลิต
- (2) เพื่อให้รายการได้เป็นสื่อกลางในการเรียนรู้ของเด็ก เยาวชน และครอบครัว ให้สามารถนำสาระ ความรู้จากรายการไปต่อยอด พัฒนาคุณภาพชีวิต และก่อให้เกิดความสัมพันธ์อันดีของสมาชิกใน ครอบครัวได้อย่างยั่งยืน
- (3) เพื่อสนับสนุนให้สถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัล มีรายการเนื้อหาเชิงสร้างสรรค์ มีคุณภาพนำเสนอต่อ ผู้ชมเพิ่มมากขึ้น โดยที่ทางช่องไม่มีข้อจำกัดเรื่องภาระค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการ

1.5 กลุ่มเป้าหมายของรายการ : กลุ่มเด็กปฐมวัยในช่วงอายุ 3-5 ปี (กลุ่มเป้าหมายหลัก) และกลุ่มผู้ปกครอง ครู ผู้ที่เกี่ยวข้องกับเด็กปฐมวัย (กลุ่มเป้าหมายรอง)

1.6 เนื้อหารายการโดยสรุป : Animation การเรียนรู้สิ่งรอบตัวผ่านตัวละครมาสคอตจากธรรมชาติ “มังโคจิ” “มาเคจิ” และเพื่อนๆ สอนให้เด็กปฐมวัยเรียนรู้สิ่งต่างๆ รอบตัว เช่น พระอาทิตย์ ภูเขา แม่น้ำ สัตว์ต่างๆ รูปร่าง รูปทรง สี ตัวอักษร เป็นต้น โดยจะแทรกการอนุรักษ์ธรรมชาติเข้าไป เพื่อปลูกฝังการรักธรรมชาติ ของเด็กด้วย

1.7 ประโยชน์จากการเผยแพร่รายการ :

- 1) กลุ่มเด็กปฐมวัย (3-5 ปี) มีความรู้ความเข้าใจสิ่งรอบตัว และสามารถต่อยอดความคิดจากรายการเพื่อ พัฒนาความรู้ในชีวิตประจำวัน
- 2) การเพิ่มการตระหนักถึงกลุ่มเด็กปฐมวัย (3-5 ปี) ด้วยการส่งเสริมให้เด็ก เยาวชนและครอบครัว ได้พัฒนาความรู้ในเชิงสร้างสรรค์
- 3) รายการเป็นสื่อกลางให้เด็ก เยาวชนและครอบครัวได้เรียนรู้และนำสาระจากรายการไปต่อยอดพัฒนา คุณภาพชีวิตและก่อให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีในครอบครัว

1.8 ระยะเวลาการนำเสนอรายการ : 40 ตอน ความยาวตอนละ 5 นาที

1.9 ช่องทางการนำเสนอรายการ :

(1) ช่องทางสถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัลและช่วงเวลาออกอากาศ :

- True 4U ช่อง 24 ทุกวันเสาร์ – อาทิตย์ เวลา 6.55 – 7.00 น. (เริ่มออกอากาศวันที่ 7 พฤศจิกายน 2563 – 21 มีนาคม 2564)

(2) ช่องทางสื่อออนไลน์ :

- YouTube : Niji Station
- Facebook Fanpage : Niji Station

2. ผลการผลิตรายการ

2.1 ตัวชี้วัดความสำเร็จ : ภาพรวมผลการดำเนินงานโดยเปรียบเทียบแผนและผลจากการดำเนินโครงการ

ตัวชี้วัดความสำเร็จ	แผน	ผล	สรุปผล
1. ระยะเวลาการดำเนินโครงการ ระยะเวลาที่ใช้ในการผลิตรายการ ตั้งแต่กระบวนการก่อนการผลิต ช่วงการผลิตรายการและหลังการ ผลิตรายการ	365 วัน / 12 เดือน	365 วัน / 12 เดือน	เป็นไปตามแผน
2. ผลการดำเนินงาน มีรายการสำหรับเด็ก เยาวชนและ ครอบครัวจำนวน 1 รายการ รายการ "Tamacot" ความยาว ตอนละ 5 นาที จำนวน 40 ตอน	จำนวน 40 ตอน ความยาว 5 นาที	จำนวน 40 ตอน ความยาว 5 นาที	เป็นไปตามแผน
3. การเผยแพร่รายการทาง ช่องทางสถานีโทรทัศน์ระบบ ดิจิทัลและช่องทางสื่อ ออนไลน์ มีการเผยแพร่รายการ "Tamacot" ทางสื่อโทรทัศน์ที่ให้บริการเป็นการ ทั่วไป (ทีวีดิจิทัล) และสื่อ อินเทอร์เน็ตที่เป็นที่รู้จักอย่าง แพร่หลาย อาทิเช่น YouTube Facebook Line เป็นต้น	เผยแพร่รายการทาง สื่อโทรทัศน์ที่ ให้บริการเป็นการ ทั่วไป (ทีวีดิจิทัล) และ สื่ออินเทอร์เน็ตที่เป็น ที่รู้จักอย่างแพร่หลาย	1) True 4U ช่อง 24 2) YouTube 3) Facebook	เป็นไปตามแผน
4. การบริการเพื่อส่งเสริมการ เข้าถึงของคนพิการ มีบริการคำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption: CC) หรือล่าม ภาษา มี อ (Sign Language Interpretation: SL) และบริการ เสียงบรรยายภาพ (Audio Description: AD)	มี CC หรือล่ามภาษา มี อ SL และ AD	จัดทำคำบรรยายแทน เสียง (CC) สำหรับ ผู้พิการทางการได้ยิน และเสียงบรรยาย ภาพ (AD) สำหรับ ผู้พิการทางสายตา	เป็นไปตามแผน

ตัวชี้วัดความสำเร็จ	แผน	ผล	สรุปผล
5. สถิติการรับชมในแต่ละช่องทางที่เผยแพร่รายการ มีจำนวนการเข้ารับชมทางช่องโทรทัศน์ระบบดิจิทัล มีค่าเฉลี่ยเรตติ้งของรายการ ไม่น้อยกว่า 0.05 ตลอดระยะเวลาการออกอากาศ หรือจำนวนการเข้ารับชมสื่อออนไลน์รวมกันไม่น้อยกว่า 550,000 views	ค่าเฉลี่ยเรตติ้งของรายการ ไม่น้อยกว่า 0.05 หรือ จำนวนการเข้ารับชมสื่อออนไลน์รวมกัน ไม่น้อยกว่า 550,000 views	1) ค่าเฉลี่ยเรตติ้งของรายการ 0.02 2) จำนวนการเข้ารับชมสื่อออนไลน์ 677,874 views	เป็นไปตามแผน
6. การประเมินผลความพึงพอใจของผู้ชมรายการที่จัดทำโดยผู้ผลิตรายการ มีการประเมินผลความพึงพอใจของผู้ชม โดยระดับความพึงพอใจอย่างน้อยต้องอยู่ในระดับดีหรือไม่น้อยกว่า 8 คะแนนจาก 10 คะแนน	ความพึงพอใจของผู้ชมกลุ่มเป้าหมาย ไม่น้อยกว่า 80%	มีการจัดทำ การประเมินผลรายการ "Tamacot" แต่ไม่มีข้อคำถามเพื่อสำรวจความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการ	ไม่เป็นไปตามแผน

หมายเหตุ: ข้อมูลจากเอกสารส่งมอบรายงาน ครั้งที่ 4 โครงการรายการ "Tamacot"

2.2 การบริหารจัดการทรัพยากรบุคคล : ข้อมูลการจัดการบุคลากรในโครงการให้มีความเหมาะสมตามความเชี่ยวชาญ

รายการ Tamacot มีการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลที่เหมาะสมตามความเชี่ยวชาญ โดยหัวหน้าโครงการ ผู้อำนวยการผลิตและผู้ประสานงาน ล้วนเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในด้านนิเทศศาสตร์และอยู่ในวงการการผลิตรายการโทรทัศน์ซึ่งรวมถึงรายการเด็กมาอย่างยาวนาน นอกจากนี้ รายการยังมีที่ปรึกษาโครงการที่เป็นผู้เชี่ยวชาญในด้านเด็กปฐมวัย โดยให้คำปรึกษาเกี่ยวกับหัวข้อเรื่องที่จะนำเสนอในแต่ละตอนและให้คำแนะนำเกี่ยวกับบทรายการโทรทัศน์ (Script) เพื่อจัดทำเนื้อหารายการที่เหมาะสมสำหรับกลุ่มเด็กปฐมวัย

2.3 ปัญหาอุปสรรคหรือข้อจำกัดในการดำเนินงาน

สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค COVID-19 ส่งผลให้ทางบริษัทฯ มุ่งเน้นแนวทางการทำงานในรูปแบบใหม่ ซึ่งก็คือรูปแบบ Work From Home มากขึ้น โดยสลับทีมงานเข้ามาทำงานที่บริษัทฯ และจัดการประชุมทางออนไลน์ เพื่อความปลอดภัยของทีมงานและเพื่อให้งานมีความคืบหน้าอย่างต่อเนื่อง ส่วนงานบางขั้นตอนที่ต้องเข้ามาทำงานที่บริษัทฯ อาทิเช่นการลงเสียงที่ห้องบันทึกเสียง บริษัทฯ จะอนุญาตเฉพาะผู้ที่เกี่ยวข้องและจำเป็นในการควบคุมคุณภาพงานเท่านั้น นอกจากนี้ เพื่อไม่ให้งานล่าช้ากว่าแผนงานที่กำหนดไว้ ทางบริษัทฯ ได้วางแผนและเพิ่มจำนวนทีมงานและจำนวนชั่วโมงในการทำงาน รวมถึงการทำโอทีเพื่อทำงานและนำส่งผลผลิตให้ทันตามเวลาที่กำหนด



2. รายการ จ๊อบคิดส์พิชิตฝัน

1. ข้อมูลพื้นฐาน

1.1 ชื่อโครงการ : โครงการรายการ "จ๊อบคิดส์ พิชิตฝัน"

1.2 ชื่อหน่วยงาน : บริษัท ไคลแม็กซ์แอนด์เวอร์ไทซ์เอเยนซี จำกัด

1.3 รูปแบบรายการ : รายการเด็กประเภทวาไรตี้ที่ให้ความรู้สอดแทรกไปกับการทำกิจกรรมในแต่ละอาชีพ เพื่อสร้างแรงบันดาลใจและเป็นเข็มทิศให้กับเด็กๆ ในการก้าวไปสู่อาชีพที่ใฝ่ฝันได้อย่างถูกต้อง

1.4 วัตถุประสงค์ของรายการ :

- (1) เพื่อให้เด็กและเยาวชนได้เรียนรู้และเข้าใจถึงอาชีพต่างๆ อย่างถูกต้อง
- (2) เพื่อปลูกฝังการเรียนรู้ด้วยตัวเองจากอาชีพที่ใฝ่ฝัน
- (3) เพื่อสอนให้เด็กรู้จักแบ่งปัน ช่วยเหลือกันและทำงานเป็นทีม
- (4) เพื่อส่งเสริมพัฒนาการและศักยภาพของเด็กในด้านต่างๆ ทั้งด้านสติปัญญา สังคม และอารมณ์
- (5) เพื่อให้เด็กและเยาวชนได้เรียนรู้ทักษะ มีทัศนคติในเชิงบวกต่อการดำเนินชีวิตประจำวันกับเหตุการณ์รอบตัว
- (6) เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดการผลิตรายการ เพื่อพัฒนาองค์ความรู้ในเชิงสร้างสรรค์ ไปสู่เด็กเยาวชนและครอบครัว ซึ่งผู้ผลิตรายการทั่วไปดำเนินการได้ยากเนื่องจากข้อจำกัดด้านทุนการผลิต

1.5 กลุ่มเป้าหมายของรายการ : กลุ่มเด็กวัยเรียนในช่วงอายุ 6-12 ปี (กลุ่มเป้าหมายหลัก) และกลุ่มผู้ปกครอง ครู ผู้ที่เกี่ยวข้องกับเด็กวัยเรียนและบุคคลทั่วไป (กลุ่มเป้าหมายรอง)

1.6 เนื้อหารายการโดยสรุป : นำเสนอรายการโดยมีพิธีกรเป็นผู้เชื่อมโยงเรื่องราวของแต่ละอาชีพที่เด็กๆ สนใจ และมีผู้เชี่ยวชาญในแต่ละสาขาอาชีพมาเป็นผู้ให้คำแนะนำแก่เด็กๆ ที่สนใจในอาชีพในฝันที่อยากเป็น โดยเด็กๆ จะได้เรียนรู้ ลงมือทำและปฏิบัติจริง เพื่อมาต่อเติมฝันและสร้างแรงบันดาลใจให้กับเด็กๆ

1.7 ประโยชน์จากการเผยแพร่รายการ :

- 1) เด็กๆ ได้เรียนรู้และเข้าใจถึงอาชีพต่างๆ
- 2) เด็กๆ ได้รับแนวทาง แรงบันดาลใจ และประสบการณ์จากอาชีพที่ตนเองใฝ่ฝัน

- 3) เด็กๆ ได้รับการพัฒนาศักยภาพในด้านต่างๆ ทั้งด้านสติปัญญา สังคม และอารมณ์ มีทัศนคติในเชิงบวกต่อการดำเนินชีวิตประจำวันกับเหตุการณ์รอบตัว
- 4) เด็กๆ จะได้ทำกิจกรรมการเรียนรู้ผ่านประสบการณ์ทำงานในแต่ละอาชีพ และได้เรียนรู้หลากหลายทักษะในการใช้ชีวิตที่เป็นประโยชน์ในชีวิตจริง เช่นการเคารพตนเองและผู้อื่น การพึ่งตนเอง การอยู่ร่วมกันในสังคม การรู้คุณค่าของอาชีพนั้นๆ นอกจากนี้ยังส่งเสริมให้เด็กมีความมั่นใจและกล้าแสดงออก
- 5) พ่อแม่และผู้ปกครอง ได้เรียนรู้ทักษะ ความสามารถของลูก ได้เห็นความถนัดและแรงบันดาลใจของลูก เพื่อที่จะเป็นแนวทางในการส่งเสริมให้ลูกได้ไปสู่อาชีพที่ใฝ่ฝัน

1.8 ระยะเวลาการนำเสนอรายการ : 48 ตอน ความยาวตอนละ 15 นาที

1.9 ช่องทางการนำเสนอรายการ :

(1) ช่องทางสถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัลและช่วงเวลาออกอากาศ :

- อมรินทร์ทีวี เอชดี ช่อง 34 ทุกวันเสาร์ – อาทิตย์ เวลา 12.45 – 13.00 น. (เริ่มออกอากาศวันที่ 1 สิงหาคม 2563 – 9 มกราคม 2564)

(2) ช่องทางสื่อออนไลน์ :

- YouTube : จ๊อบคิดส์ พิซิตฝัน
- Facebook Fanpage : จ๊อบคิดส์ พิซิตฝัน

2. ผลการผลิตรายการ

2.1 ตัวชี้วัดความสำเร็จ : ภาพรวมผลการดำเนินงานโดยเปรียบเทียบแผนและผลจากการดำเนินโครงการ

ตัวชี้วัดความสำเร็จ	แผน	ผล	สรุปผล
1. ระยะเวลาการดำเนินโครงการ ระยะเวลาที่ใช้ในการผลิตรายการ ตั้งแต่กระบวนการก่อนการผลิต ช่วงการผลิตรายการและหลังการผลิตรายการ	365 วัน / 12 เดือน	365 วัน / 12 เดือน	เป็นไปตามแผน
2. ผลการดำเนินงาน มีรายการสำหรับเด็ก เยาวชนและครอบครัวจำนวน 1 รายการ รายการ "จ๊อบคิดส์ พิซิตฝัน" ความยาวตอนละ 15 นาที จำนวน 48 ตอน	จำนวน 48 ตอน ความยาว 15 นาที	จำนวน 48 ตอน ความยาว 15 นาที	เป็นไปตามแผน
3. การเผยแพร่รายการทางช่องทางสถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัลและช่องทางสื่อออนไลน์ มีการเผยแพร่รายการ "จ๊อบคิดส์ พิซิตฝัน" ทางสื่อโทรทัศน์ ที่ให้บริการเป็นการทั่วไป (ทีวีดิจิทัล) และสื่ออินเทอร์เน็ตที่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย	เผยแพร่รายการทางสื่อโทรทัศน์ ที่ให้บริการเป็นการทั่วไป (ทีวีดิจิทัล) และสื่ออินเทอร์เน็ตที่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย	1) อมรินทร์ทีวี เอชดี ช่อง 34 2) YouTube 3) Facebook	เป็นไปตามแผน

ตัวชี้วัดความสำเร็จ	แผน	ผล	สรุปผล
และสื่ออินเทอร์เน็ตที่เป็นที่รู้จัก อย่างแพร่หลาย อาทิเช่น YouTube Facebook Line เป็นต้น			
4. การบริการเพื่อส่งเสริมการ เข้าถึงของคนพิการ มีบริการคำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption: CC) หรือล่าม ภาษา มือ (Sign Language Interpretation: SL) และบริการ เสียงบรรยายภาพ (Audio Description: AD)	มี CC หรือล่ามภาษา มือ SL และ AD	จัดทำคำบรรยายแทน เสียง (CC) สำหรับ ผู้พิการทางการได้ยิน และเสียงบรรยาย ภาพ (AD) สำหรับ ผู้พิการทางสายตา	เป็นไปตามแผน
5. สถิติการรับชมในแต่ละ ช่องทางที่เผยแพร่รายการ มีจำนวนการเข้ารับชมทางช่อง โทรทัศน์ระบบดิจิทัล มีค่าเฉลี่ยเรท ติ้งของรายการ ไม่น้อยกว่า 0.05 ตลอดระยะเวลาการออกอากาศ หรือจำนวนการเข้ารับชมสื่อ ออนไลน์รวมกันไม่น้อยกว่า 649,000 views	ค่าเฉลี่ยเรทติ้งของ รายการ ไม่น้อยกว่า 0.05 หรือ จำนวนการเข้ารับชม สื่อออนไลน์รวมกัน ไม่น้อยกว่า 649,000 views	1) ค่าเฉลี่ยเรทติ้งของ รายการ 0.17 2) ยอดการเข้าถึง ช่องทาง Facebook Fanpage 112,060 คน	เป็นไปตามแผน
6. การประเมินผลความพึงพอใจ ของผู้ชมรายการที่จัดทำโดย ผู้ผลิตรายการ มีการประเมินผลความพึงพอใจของ ผู้ชม โดยระดับความพึงพอใจอย่าง น้อยต้องอยู่ในระดับดีหรือไม่น้อย กว่า 8 คะแนนจาก 10 คะแนน	ความพึงพอใจของ ผู้ชมกลุ่มเป้าหมายไม่ น้อยกว่า 80%	ความพึงพอใจของ ผู้ชมจากการรับชม รายการ “จ๊อบคิดส์ พิชิตฝัน” ในระดับ ความพึงพอใจมาก ที่สุด มีค่าเฉลี่ยทุก ด้านอยู่ที่ 4.66 จาก 5 คะแนนหรือ 93.2%	เป็นไปตามแผน

หมายเหตุ: ข้อมูลจากเอกสารส่งมอบรายงาน ครั้งที่ 4 โครงการรายการ "จ๊อบคิดส์พิชิตฝัน"
วันที่ 7 พฤษภาคม พ.ศ. 2564

2.2 การบริหารจัดการทรัพยากรบุคคล : ข้อมูลการจัดการบุคลากรในโครงการให้มีความเหมาะสมตามความเชี่ยวชาญ

รายการ จีอบคิดส์ พิชิตฝัน มีการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลที่เหมาะสมตามความเชี่ยวชาญ โดยหัวหน้าโครงการ ผู้กำกับรายการและผู้ประสานงาน ล้วนเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในด้านนิเทศศาสตร์และอยู่ในวงการการผลิตรายการโทรทัศน์ซึ่งรวมถึงรายการเด็กมาอย่างยาวนานหลายปี นอกจากนี้ รายการยังมีที่ปรึกษาโครงการที่เป็นนักจิตวิทยาเด็ก โดยให้คำแนะนำเกี่ยวกับกิจกรรมที่เหมาะสมสำหรับกลุ่มเด็กวัยเรียน

2.3 ปัญหาอุปสรรคหรือข้อจำกัดในการดำเนินงาน

ไม่มีปัญหาในการดำเนินงาน เนื่องจากทีมงานผลิตรายการเสร็จก่อนที่สถานการณ์ COVID-19 จะระบาด ประกอบกับมีการวางแผนเตรียมตัวกันมาอย่างดี โดยทีมงานได้คัดเลือกเด็กที่จะเข้าร่วมรายการล่วงหน้าแล้วค่อยถ่ายทำรายการ นอกจากนี้ หัวหน้าโครงการเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในการทำรายการโทรทัศน์มากกว่า 20 ปี จึงสามารถทำงานร่วมกับทีมงานได้อย่างเต็มที่ในการจัดทำรายการที่แนะนำอาชีพเพื่ออนาคตของประเทศไทย



3. รายการ Kids Zone

1. ข้อมูลพื้นฐาน

1.1 ชื่อโครงการ : โครงการ “Kids Zone”

1.2 ชื่อหน่วยงาน : บริษัท เทีนียม จำกัด

1.3 รูปแบบรายการ : รายการประเภท Education Variety ที่ให้ทั้งสาระและความสนุกกับเด็กๆ โดยนำเสนอรายการผ่านพิธีกรที่ชวนน้องๆ มาร่วมกิจกรรมพัฒนาทักษะด้านต่างๆ เปรียบเสมือนสวนสนุกสำหรับเด็ก ดำเนินรายการในสตูดิโอเป็นหลักและมีกิจกรรมนอกสถานที่ประกอบ

1.4 วัตถุประสงค์ของรายการ :

- (1) เพื่อส่งเสริมทักษะการเรียนรู้แบบบูรณาการ และเตรียมความพร้อมให้กับเด็กวัยเรียน (6-12 ปี) ในด้านพัฒนาการทางร่างกาย อารมณ์ สังคม และสติปัญญา
- (2) เพื่อเสริมสร้างและเพิ่มพูนองค์ความรู้อันเป็นประโยชน์ให้กับเด็กในวัยเรียนและเยาวชน พร้อมนำความรู้ที่ได้จากการรับชมรายการไปต่อยอดพัฒนาทักษะเพื่อใช้ประโยชน์ได้จริงในชีวิตประจำวัน
- (3) เพื่อส่งเสริมให้เด็กในวัยเรียนและเยาวชนได้มีส่วนร่วมในรายการ เกิดความกล้าคิด กล้าทำ กล้าค้นหาตัวเอง และกล้าแสดงออกอย่างสร้างสรรค์
- (4) พ่อแม่ผู้ปกครองและครอบครัวเกิดความรู้ความเข้าใจเพิ่มมากขึ้นในการเลี้ยงดูบุตรหลานวัยเรียน ลดช่องว่าง ส่งเสริมความรักและความเข้าใจอันดีระหว่างพ่อแม่ผู้ปกครองและเด็กในวัยเรียน
- (5) เพื่อให้รายการได้เป็นต้นแบบในการนำเสนอสื่อสำหรับเด็กในวัยเรียน และเป็นรายการที่ได้รับการยอมรับจากผู้ปกครอง ชุมชนและองค์กรต่างๆ ในสังคม

1.5 กลุ่มเป้าหมายของรายการ : กลุ่มเด็กวัยเรียนในช่วงอายุ 6-12 ปี (กลุ่มเป้าหมายหลัก) และกลุ่มผู้ปกครอง ครู ผู้ที่เกี่ยวข้องกับเด็กวัยเรียน (กลุ่มเป้าหมายรอง)

1.6 เนื้อหารายการโดยสรุป : รายการที่เปรียบเหมือนสนามเด็กเล่นสำหรับเด็กที่พร้อมเปิดกว้างให้เด็กวัยเรียนทุกๆ คน ได้มาร่วมกันสนุกคิด สนุกแสดงออก และสนุกกับการลงมือทำ เพื่อค้นหาคำตอบในสิ่งที่เด็กๆ อยากรู้ และสามารถเอาไปใช้ประโยชน์ได้จริงในชีวิตประจำวัน โดยส่งเสริมการเรียนรู้และพัฒนาการของเด็กวัยเรียนในทุกๆ ด้านควบคู่กันอย่างบูรณาการ

1.7 ประโยชน์จากการเผยแพร่รายการ :

- 1) เด็กในวัยเรียนเกิดความรู้ความเข้าใจ และมีพัฒนาการทางการเรียนรู้ในด้านต่างๆ เพิ่มมากขึ้น ทั้งพัฒนาการทางร่างกาย อารมณ์ สังคม และสติปัญญา
- 2) เป็นพื้นที่ที่เปิดกว้างสำหรับเด็กวัยเรียนในการแสดงออกทางความคิดและการกระทำอย่างสร้างสรรค์
- 3) เด็กวัยเรียนได้นำความรู้ต่างๆ ที่ได้รับจากรายการไปขยายผลต่อยอดพัฒนาทักษะของตนเองในทางที่ ถูกที่ควรได้จริง
- 4) ผู้ปกครอง บุคคลในครอบครัวและบุคลากรในโรงเรียน เกิดความตระหนักและเห็นความสำคัญของการพัฒนาองค์ความรู้และเสริมสร้างทักษะต่างๆ สำหรับเด็กวัยเรียนเพิ่มมากขึ้น มีการนำองค์ความรู้ ต่างๆ จากรายการไปเผยแพร่ต่อยอด

1.8 ระยะเวลาการนำเสนอรายการ : 28 ตอน ความยาวตอนละ 25 นาที

1.9 ช่องทางการนำเสนอรายการ :

(1) ช่องทางสถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัลและช่วงเวลาออกอากาศ :

- ช่อง 9 MCOT HD ทุกวันเสาร์ เวลา 6.30 – 7.00 น. (เริ่มออกอากาศวันที่ 3 ตุลาคม 2563 – 10 เมษายน 2564)

(2) ช่องทางสื่อออนไลน์ :

- YouTube : Kids Zone
- Facebook : KIDS ZONE

2. ผลการผลิตรายการ

2.1 ตัวชี้วัดความสำเร็จ : ภาพรวมผลการดำเนินงานโดยเปรียบเทียบแผนและผลจากการดำเนินโครงการ

ตัวชี้วัดความสำเร็จ	แผน	ผล	สรุปผล
1. ระยะเวลาการดำเนินโครงการ ระยะเวลาที่ใช้ในการผลิตรายการ ตั้งแต่กระบวนการก่อนการผลิต ช่วงการผลิตรายการและหลังการ ผลิตรายการ	365 วัน / 12 เดือน	365 วัน / 12 เดือน	เป็นไปตามแผน
2. ผลการดำเนินงาน มีรายการสำหรับเด็ก เยาวชนและ ครอบครัวจำนวน 1 รายการ รายการ "Kids Zone" ความยาว ตอนละ 25 นาที จำนวน 28 ตอน	จำนวน 28 ตอน ความยาว 25 นาที	จำนวน 28 ตอน ความยาว 25 นาที	เป็นไปตามแผน

ตัวชี้วัดความสำเร็จ	แผน	ผล	สรุปผล
3. การเผยแพร่รายการทางช่องทางสถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัลและช่องทางสื่อออนไลน์ มีการเผยแพร่รายการ "Kids Zone" ทางสื่อโทรทัศน์ที่ให้บริการเป็นการทั่วไป (ทีวีดิจิทัล) และสื่ออินเทอร์เน็ตที่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย อาทิเช่น YouTube Facebook Line เป็นต้น	เผยแพร่รายการทางสื่อโทรทัศน์ที่ให้บริการเป็นการทั่วไป (ทีวีดิจิทัล) และสื่ออินเทอร์เน็ตที่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย	1) ช่อง 9 MCOT HD 2) YouTube 3) Facebook	เป็นไปตามแผน
4. การบริการเพื่อส่งเสริมการเข้าถึงของคนพิการ มีบริการคำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption: CC) หรือล่ามภาษามือ (Sign Language Interpretation: SL) และบริการเสียงบรรยายภาพ (Audio Description: AD)	มี CC หรือล่ามภาษามือ SL และ AD	จัดทำคำบรรยายแทนเสียง (CC) สำหรับผู้พิการทางการได้ยิน และเสียงบรรยายภาพ (AD) สำหรับผู้พิการทางสายตา	เป็นไปตามแผน
5. สถิติการรับชมในแต่ละช่องทางที่เผยแพร่รายการ มีจำนวนการเข้ารับชมทางช่องทางโทรทัศน์ระบบดิจิทัล มีค่าเฉลี่ยเรตติ้งของรายการ ไม่น้อยกว่า 0.05 หรือจำนวนการเข้ารับชมสื่อออนไลน์รวมกัน ไม่น้อยกว่า 686,000 views	ค่าเฉลี่ยเรตติ้งของรายการ ไม่น้อยกว่า 0.05 หรือจำนวนการเข้ารับชมสื่อออนไลน์รวมกัน ไม่น้อยกว่า 686,000 views	1) ค่าเฉลี่ยเรตติ้งของรายการ 0.35 2) จำนวนการเข้ารับชมสื่อออนไลน์ 715,866 views	เป็นไปตามแผน
6. การประเมินผลความพึงพอใจของผู้ชมรายการที่จัดทำโดยผู้ผลิตรายการ	ความพึงพอใจของผู้ชมกลุ่มเป้าหมาย ไม่น้อยกว่า 80%	ความพึงพอใจด้านการเสริมสร้างการเรียนรู้ที่ได้รับจากรายการ "Kids	เป็นไปตามแผน

ตัวชี้วัดความสำเร็จ	แผน	ผล	สรุปผล
มีการประเมินผลความพึงพอใจของผู้ชม โดยระดับความพึงพอใจอย่างน้อยต้องอยู่ในระดับดีหรือน้อยกว่า 8 คะแนนจาก 10 คะแนน		Zone" ของผู้ชมในภาพรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยทุกช่วงรายการอยู่ที่ 4.386 จาก 5 คะแนนหรือ 87.71%	

หมายเหตุ: ข้อมูลจากเอกสารส่งมอบรายงาน ครั้งที่ 4 โครงการรายการ "Kids Zone"

2.2 การบริหารจัดการทรัพยากรบุคคล : ข้อมูลการจัดการบุคลากรในโครงการให้มีความเหมาะสมตามความเชี่ยวชาญ

รายการ Kids Zone มีการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลที่เหมาะสมตามความเชี่ยวชาญ โดยหัวหน้าโครงการ ผู้อำนวยการผลิตและผู้บริหารโครงการ ล้วนเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในด้านนิเทศศาสตร์และอยู่ในวงการการผลิตรายการโทรทัศน์โดยเฉพาะอย่างยิ่งรายการเด็กมาอย่างยาวนาน นอกจากนี้ รายการยังมีที่ปรึกษาโครงการที่เป็นอาจารย์ผู้เชี่ยวชาญในด้านจิตวิทยาและมีประสบการณ์ในการทำงานกับเด็กและเยาวชน

2.3 ปัญหาอุปสรรคหรือข้อจำกัดในการดำเนินงาน

ผลการดำเนินงานแต่ละกิจกรรมได้ดำเนินงานครบถ้วน ถึงแม้จะมีสถานการณ์โควิดเกิดขึ้น แต่ทางผู้รับผิดชอบโครงการได้เตรียมพร้อมในการดำเนินงานไว้แล้ว จึงไม่กระทบกับแผนที่วางไว้และทำให้โครงการดำเนินงานได้เสร็จสมบูรณ์ตามแผน



4. รายการ ปริศนาร่างกาย

1. ข้อมูลพื้นฐาน

1.1 ชื่อโครงการ : โครงการรายการ “ปริศนาร่างกาย”

1.2 ชื่อหน่วยงาน : บริษัท เอ็นดู 2015 จำกัด

1.3 รูปแบบรายการ : รายการประเภทวิทยาศาสตร์ว่าไรตี้ โดยนำเสนอเกี่ยวกับความรู้รอบตัวเรื่องร่างกาย และสุขภาพ ด้วยเรื่องราวสนุกสนาน เข้าใจง่าย และสอดแทรกการ์ตูน infographic อธิบายการทำงาน และไขปริศนาต่างๆ ในร่างกาย เพื่อกระตุ้นการเรียนรู้ของเด็กๆ ให้อยากติดตามและช่วยสร้างความจดจำ ปิดท้ายด้วยผู้เชี่ยวชาญมาแนะนำการดูแลสุขภาพและร่างกายของเด็กๆ ที่เกี่ยวกับหัวข้อปริศนาร่างกาย ประจำสัปดาห์

1.4 วัตถุประสงค์ของรายการ :

- (1) เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดการผลิตรายการเพื่อพัฒนาองค์ความรู้ในเชิงสร้างสรรค์ไปสู่เด็ก เยาวชน และครอบครัว ซึ่งผู้ผลิตรายการทั่วไปดำเนินการได้ยาก เนื่องจากข้อจำกัดด้านต้นทุนการผลิต
- (2) เพื่อให้รายการได้เป็นสื่อกลางในการเรียนรู้ของเด็ก เยาวชนและครอบครัว ให้สามารถนำสาระ ความรู้จากรายการไปต่อยอด พัฒนาคุณภาพชีวิต และก่อให้เกิดความสัมพันธ์อันดีของสมาชิกใน ครอบครัวได้อย่างยั่งยืน
- (3) เพื่อสนับสนุนให้สถานีโทรทัศน์ระบบดิจิตอลมีรายการเนื้อหาเชิงสร้างสรรค์ มีคุณภาพนำเสนอต่อ ผู้ชมเพิ่มมากขึ้น โดยที่ทางช่องไม่มีข้อจำกัดเรื่องภาระค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการ

1.5 กลุ่มเป้าหมายของรายการ : กลุ่มเด็กวัยเรียนในช่วงอายุ 6-12 ปี (กลุ่มเป้าหมายหลัก) และกลุ่ม ผู้ปกครอง ครู ผู้ที่เกี่ยวข้องกับเด็กวัยเรียน (กลุ่มเป้าหมายรอง)

1.6 เนื้อหารายการโดยสรุป : นำเสนอผ่านพิธีกรร่วมกับการ์ตูน Infographic และคุณหมอผู้เชี่ยวชาญ เพื่ออธิบายการทำงานของอวัยวะต่างๆ ในร่างกาย และชวนเด็กๆ มาร่วมไขปริศนาต่างๆ ที่เกิดขึ้นกับร่างกาย เพราะร่างกายของเรามีความมหัศจรรย์และมีกลไกในการทำงานที่ซับซ้อนมากมาย

1.7 ประโยชน์จากการเผยแพร่รายการ :

- 1) กลุ่มเด็ก เยาวชนและครอบครัวที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย คือ กลุ่มเด็กวัยเรียน (อายุ 6-12 ปี) ได้รับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ มีทางเลือกในการรับชมรายการที่มีเนื้อหาที่เหมาะสมกับช่วงวัยในการส่งเสริมพัฒนาการและการเรียนรู้ของเด็กในวัยนี้มากขึ้น ทั้งในด้านสติปัญญา อารมณ์และสังคม
- 2) ช่องรายการโทรทัศน์ระบบดิจิทัลมีรายการที่หลากหลายและมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งรายการสำหรับกลุ่มเด็กวัยเรียน (อายุ 6-12 ปี) โดยไม่ต้องจัดซื้อรายการมาจากต่างประเทศ และยังสามารถแข่งขันกับต่างประเทศได้
- 3) สร้างแรงจูงใจให้กับผู้ผลิตในการผลิตรายการเชิงสร้างสรรค์ที่ส่งเสริมการพัฒนาการและการเรียนรู้สำหรับกลุ่มเด็กวัยเรียน (อายุ 6-12 ปี) และสามารถนำไปเป็นต้นแบบสำหรับการผลิตรายการเกี่ยวกับเด็ก เยาวชนและครอบครัวได้ในอนาคต
- 4) เพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานให้กับผู้ผลิตในการผลิตเนื้อหารายการสำหรับกลุ่มเด็กวัยเรียน (อายุ 6-12 ปี) เพื่อให้เกิดการพัฒนาศักยภาพในด้านการผลิตรายการเชิงสร้างสรรค์สำหรับเด็ก เยาวชนและครอบครัวเพิ่มมากขึ้น
- 5) มีรายการที่มีคุณภาพ เหมาะสมสำหรับเด็ก เยาวชนและครอบครัว อีกทั้งเป็นการสร้างทางเลือกในการรับชมให้กับผู้ชมกลุ่มเป้าหมาย

1.8 ระยะเวลาการนำเสนอรายการ : 50 ตอน ความยาวตอนละ 10 นาที

1.9 ช่องทางการนำเสนอรายการ :

(1) ช่องทางสถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัลและช่วงเวลาออกอากาศ :

- PPTV HD ช่อง 36 ทุกวันศุกร์เวลา 16.50 – 17.00 น. และวันเสาร์เวลา 8.50 – 9.00 น. (เริ่มออกอากาศวันที่ 17 กรกฎาคม 2563 – 2 มกราคม 2564)

(2) ช่องทางสื่อออนไลน์ :

- YouTube : PPTV HD 36 และ ปรีศนาร่างกาย
- Facebook Fanpage : ปรีศนาร่างกาย

2. ผลการผลิตรายการ

2.1 ตัวชี้วัดความสำเร็จ : ภาพรวมผลการดำเนินงานโดยเปรียบเทียบแผนและผลจากการดำเนินโครงการ

ตัวชี้วัดความสำเร็จ	แผน	ผล	สรุปผล
1. ระยะเวลาการดำเนินโครงการ ระยะเวลาที่ใช้ในการผลิตรายการ ตั้งแต่กระบวนการก่อนการผลิต ช่วงการผลิตรายการและหลังการผลิต รายการ	365 วัน / 12 เดือน	365 วัน / 12 เดือน	เป็นไปตามแผน
2. ผลการดำเนินงาน มีรายการสำหรับเด็ก เยาวชนและ ครอบครัวจำนวน 1 รายการ รายการ "ปรีศนาร่างกาย" ความยาว ตอนละ 10 นาที จำนวน 50 ตอน	จำนวน 50 ตอน ความยาว 10 นาที	จำนวน 50 ตอน ความยาว 10 นาที	เป็นไปตามแผน

ตัวชี้วัดความสำเร็จ	แผน	ผล	สรุปผล
<p>3. การเผยแพร่รายการทางช่องทางสถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัลและช่องทางสื่อออนไลน์</p> <p>มีการเผยแพร่รายการ "ปริศนาร่างกาย" ทางสื่อโทรทัศน์ที่ให้บริการเป็นการทั่วไป (ทีวีดิจิทัล) และสื่ออินเทอร์เน็ตที่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย อาทิเช่น YouTube Facebook Line เป็นต้น</p>	<p>เผยแพร่รายการทางสื่อโทรทัศน์ที่ให้บริการเป็นการทั่วไป (ทีวีดิจิทัล) และสื่ออินเทอร์เน็ตที่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย</p>	<p>1) PPTV HD ช่อง 36 2) YouTube 3) Facebook</p>	<p>เป็นไปตามแผน</p>
<p>4. การบริการเพื่อส่งเสริมการเข้าถึงของคนพิการ</p> <p>มีบริการคำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption: CC) หรือล่ามภาษามือ (Sign Language Interpretation: SL) และบริการเสียงบรรยายภาพ (Audio Description: AD)</p>	<p>มี CC หรือล่ามภาษามือ SL และ AD</p>	<p>จัดทำคำบรรยายแทนเสียง (CC) สำหรับผู้พิการทางการได้ยิน และเสียงบรรยายภาพ (AD) สำหรับผู้พิการทางสายตา</p>	<p>เป็นไปตามแผน</p>
<p>5. สถิติการรับชมในแต่ละช่องทางที่เผยแพร่รายการ</p> <p>มีจำนวนการเข้ารับชมทางช่องทางโทรทัศน์ระบบดิจิทัล มีค่าเฉลี่ยเรตติ้งของรายการ ไม่น้อยกว่า 0.05 หรือจำนวนการเข้ารับชมสื่อออนไลน์รวมกัน ไม่น้อยกว่า 621,000 views</p>	<p>ค่าเฉลี่ยเรตติ้งของรายการ ไม่น้อยกว่า 0.05 หรือจำนวนการเข้ารับชมสื่อออนไลน์รวมกัน ไม่น้อยกว่า 621,000 views</p>	<p>1) ค่าเฉลี่ยเรตติ้งของรายการ 0.069 2) จำนวนการเข้ารับชมสื่อออนไลน์ 2,227,518 views</p>	<p>เป็นไปตามแผน</p>
<p>6. การประเมินผลความพึงพอใจของผู้ชมรายการที่จัดทำโดยผู้ผลิตรายการ</p> <p>มีการประเมินผลความพึงพอใจของผู้ชม โดยระดับความพึงพอใจอย่างน้อยต้องอยู่ในระดับดีหรือมากกว่า 8 คะแนนจาก 10 คะแนน</p>	<p>ความพึงพอใจของผู้ชมกลุ่มเป้าหมาย ไม่น้อยกว่า 80%</p>	<p>ความพึงพอใจของผู้ชมจากการรับชมรายการ “ปริศนาร่างกาย” ในภาพรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยทุกด้านอยู่ที่ 4.74 จาก 5 คะแนน หรือ 94.8%</p>	<p>เป็นไปตามแผน</p>

หมายเหตุ: ข้อมูลจากเอกสารส่งมอบรายงาน ครั้งที่ 4 โครงการรายการ "ปริศนาร่างกาย"

2.2 การบริหารจัดการทรัพยากรบุคคล : ข้อมูลการจัดการบุคลากรในโครงการให้มีความเหมาะสมตามความเชี่ยวชาญ

รายการ ปริตนาร่างกาย มีการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลที่เหมาะสมตามความเชี่ยวชาญ โดยหัวหน้าโครงการ ผู้ควบคุมการผลิตรายการ ฝ่ายตัดต่อและคอมพิวเตอร์กราฟฟิก และฝ่ายสร้างสรรค์รายการและสคริปต์ ล้วนเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในด้านนิเทศศาสตร์และอยู่ในวงการการผลิตรายการโทรทัศน์ ซึ่งรวมถึงรายการเด็กมาอย่างยาวนาน นอกจากนี้ รายการยังมีที่ปรึกษาโครงการที่เป็นแพทย์ผู้เชี่ยวชาญในด้านเวชศาสตร์ครอบครัวและแพทย์บูรณาการ โดยทำหน้าที่ตรวจสอบความถูกต้องในการนำเสนอเนื้อหาในส่วนของสคริปต์รายการและตรวจสอบความถูกต้องในส่วนของการนำเสนอภาพการ์ตูน 2D Infographic ที่เกี่ยวข้องกับการสื่อความหมายต่างๆ ในการทำงานของกลไกร่างกาย

2.3 ปัญหาอุปสรรคหรือข้อจำกัดในการดำเนินงาน

ไม่มีปัญหาในการดำเนินงาน เนื่องจากมีการวางแผนเตรียมตัวกันมาอย่างดี ประกอบกับการใช้ทีมงานที่มีคุณภาพ มีฝีมือและไว้ใจได้ เนื่องจากเคยร่วมทำงานด้วยกันมานาน จึงสามารถดำเนินงานให้สำเร็จตามแผนที่ระบุไว้ในสัญญา



5. รายการ บ้านมหัศจรรย์ (Wonder House)

1. ข้อมูลพื้นฐาน

1.1 ชื่อโครงการ : โครงการส่งเสริมการผลิตและออกอากาศรายการโทรทัศน์ระบบดิจิทัล รายการสำหรับเด็ก
เยาวชนและครอบครัว (กลุ่มเด็กอายุ 3-5 ปี) “รายการบ้านมหัศจรรย์ (Wonder House)”

1.2 ชื่อหน่วยงาน : บริษัท เบสโซ จำกัด

1.3 รูปแบบรายการ : รายการสาระบันเทิงประเภท Mascot การเรียนรู้ผ่านการทำกิจกรรม โดยนำเสนอด้วย
ตัวการ์ตูน Mascot ชวนน้องๆ หนูๆ เข้าร่วมกิจกรรม Play & Learn เรียนรู้ผ่านกิจกรรมการเล่น พัฒนา
ทักษะด้านภาษาอังกฤษแบบง่ายๆ ด้วยการลงมือทำ เพื่อเสริมสร้างพัฒนาการด้านต่างๆ ของเด็กอายุ 3 - 5 ปี

1.4 วัตถุประสงค์ของรายการ :

- (1) เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดการผลิตรายการเพื่อพัฒนาองค์ความรู้ในเชิงสร้างสรรค์ไปสู่เด็ก
เยาวชนและครอบครัว ซึ่งผู้ผลิตรายการทั่วไปดำเนินการได้ยาก เนื่องจากข้อจำกัดด้านต้นทุนการผลิต
- (2) เพื่อให้รายการได้เป็นสื่อกลางในการเรียนรู้ของเด็ก เยาวชนและครอบครัว ให้สามารถนำสาระ
ความรู้จากรายการไปต่อยอด พัฒนาคุณภาพชีวิตและก่อให้เกิดความสัมพันธ์อันดีของสมาชิก
ในครอบครัวได้อย่างยั่งยืน
- (3) เพื่อสนับสนุนให้สถานีโทรทัศน์ระบบดิจิตอลมีรายการเนื้อหาเชิงสร้างสรรค์ มีคุณภาพนำเสนอต่อ
ผู้ชมเพิ่มมากขึ้น โดยที่ทางช่องไม่มีข้อจำกัดเรื่องภาระค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการ

1.5 กลุ่มเป้าหมายของรายการ : กลุ่มเด็กปฐมวัยในช่วงอายุ 3-5 ปี (กลุ่มเป้าหมายหลัก) และกลุ่มผู้ปกครอง
ครู ผู้ที่เกี่ยวข้องกับเด็กปฐมวัย (กลุ่มเป้าหมายรอง)

1.6 เนื้อหารายการโดยสรุป : นำเสนอรายการผ่านพี “ตราโก้” ที่เป็นตัว Mascot รูปมังกรสีชมพู เพื่อสร้าง
การจดจำให้กับเด็ก โดยในแต่ละตอนจะมีเด็กชายและหญิงอายุ 3 - 5 ปีประมาณ 3 - 4 คนมาร่วมรายการ
และทันทีที่เด็กๆ เข้ามาในบ้านมหัศจรรย์ เด็กๆ จะมาทำกิจกรรมร่วมกับพี “ตราโก้” ผู้ดำเนินรายการ
ที่อยู่ในบ้านมหัศจรรย์ ซึ่งเป็นเสมือนอีกมิติหนึ่งสำหรับเด็กๆ จะได้สัมผัสความสนุกสนานผ่านกิจกรรมการเล่น
ที่เสริมสร้างความรู้ทักษะด้วยคำศัพท์ภาษาอังกฤษจากการทำกิจกรรมสำหรับเด็กอายุ 3-5 ปี

1.7 ประโยชน์จากการเผยแพร่รายการ :

- 1) กลุ่มเด็ก เยาวชนและครอบครัวที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย คือ กลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี) ได้รับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ มีทางเลือกในการรับชมรายการที่มีเนื้อหาที่เหมาะสมกับช่วงวัยในการส่งเสริมพัฒนาการและการเรียนรู้ของเด็กในวัยนี้มากขึ้น ทั้งในด้านสติปัญญา อารมณ์และสังคม
- 2) ช่องรายการโทรทัศน์ระบบดิจิทัลมีรายการที่หลากหลายและมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งรายการสำหรับกลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี) โดยไม่ต้องจัดซื้อรายการมาจากต่างประเทศและยังสามารถแข่งขันกับต่างประเทศได้
- 3) สร้างแรงจูงใจให้กับผู้ผลิตในการผลิตรายการเชิงสร้างสรรค์ที่ส่งเสริมการพัฒนาการและการเรียนรู้สำหรับกลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี) และสามารถนำไปเป็นต้นแบบสำหรับการผลิตรายการเกี่ยวกับเด็ก เยาวชนและครอบครัวได้ในอนาคต
- 4) เพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานให้กับผู้ผลิตในการผลิตเนื้อหารายการ สำหรับกลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี) เพื่อให้เกิดการพัฒนาศักยภาพในด้านการผลิตรายการเชิงสร้างสรรค์สำหรับเด็ก เยาวชนและครอบครัวเพิ่มมากขึ้น
- 5) มีรายการที่มีคุณภาพเหมาะสมสำหรับเด็ก เยาวชนและครอบครัว อีกทั้งเป็นการสร้างทางเลือกในการรับชมให้กับผู้ชมกลุ่มเป้าหมาย

1.8 ระยะเวลาการนำเสนอรายการ : 32 ตอน ความยาวตอนละ 5 นาที

1.9 ช่องทางการนำเสนอรายการ :

(1) ช่องทางสถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัลและช่วงเวลาออกอากาศ :

- ช่อง GMM25 ทุกวันเสาร์ – อาทิตย์ เวลา 07.30 – 07.35 น. (ตอนที่ 1-12) และเวลา 07.55 – 08.00 น. (ตอนที่ 13-32) (เริ่มออกอากาศวันที่ 21 พฤศจิกายน 2563 – 7 มีนาคม 2564)

(2) ช่องทางสื่อออนไลน์ :

- YouTube : บ้านมหัศจรรย์ Wonderhouse
- Facebook Fanpage : บ้านมหัศจรรย์ Wonderhouse

2. ผลการผลิตรายการ

2.1 ตัวชี้วัดความสำเร็จ : ภาพรวมผลการดำเนินงานโดยเปรียบเทียบแผนและผลจากการดำเนินโครงการ

ตัวชี้วัดความสำเร็จ	แผน	ผล	สรุปผล
1. ระยะเวลาการดำเนินโครงการ ระยะเวลาที่ใช้ในการผลิตรายการ ตั้งแต่กระบวนการก่อนการผลิต ช่วงการผลิตรายการและหลังการ ผลิตรายการ	365 วัน / 12 เดือน	365 วัน / 12 เดือน	เป็นไปตามแผน

ตัวชี้วัดความสำเร็จ	แผน	ผล	สรุปผล
<p>2. ผลการดำเนินงาน มีรายการสำหรับเด็ก เยาวชนและครอบครัวจำนวน 1 รายการ รายการ "บ้านมหัศจรรย์ (Wonder house)" ความยาวตอนละ 5 นาที จำนวน 32 ตอน</p>	จำนวน 32 ตอน ความยาว 5 นาที	จำนวน 32 ตอน ความยาว 5 นาที	เป็นไปตามแผน
<p>3. การเผยแพร่รายการทางช่องทางสถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัลและช่องทางสื่อออนไลน์ มีการเผยแพร่รายการ "บ้านมหัศจรรย์ (Wonder house)" ทางสื่อโทรทัศน์ที่ให้บริการเป็นการทั่วไป (ทีวีดิจิทัล) และสื่ออินเทอร์เน็ตที่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย อาทิเช่น YouTube Facebook Line เป็นต้น</p>	เผยแพร่รายการทางสื่อโทรทัศน์ที่ให้บริการเป็นการทั่วไป (ทีวีดิจิทัล) และสื่ออินเทอร์เน็ตที่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย	1) ช่อง GMM25 2) YouTube 3) Facebook	เป็นไปตามแผน
<p>4. การบริการเพื่อส่งเสริมการเข้าถึงของคนพิการ มีบริการคำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption: CC) หรือล่ามภาษามือ (Sign Language Interpretation: SL) และบริการเสียงบรรยายภาพ (Audio Description: AD)</p>	มี CC หรือล่ามภาษามือ SL และ AD	จัดทำคำบรรยายแทนเสียง (CC) สำหรับผู้พิการทางการได้ยิน และเสียงบรรยายภาพ (AD) สำหรับผู้พิการทางสายตา	เป็นไปตามแผน
<p>5. สถิติการรับชมในแต่ละช่องทางที่เผยแพร่รายการ มีจำนวนการเข้ารับชมทางช่องทางโทรทัศน์ระบบดิจิทัล มีค่าเฉลี่ยเรตติ้งของรายการ ไม่น้อยกว่า 0.05 ตลอดระยะเวลาการออกอากาศ หรือจำนวนการเข้ารับชมสื่อออนไลน์รวมกันไม่น้อยกว่า 422,000 views</p>	ค่าเฉลี่ยเรตติ้งของรายการ ไม่น้อยกว่า 0.05 หรือจำนวนการเข้ารับชมสื่อออนไลน์รวมกัน ไม่น้อยกว่า 422,000 views	1) ค่าเฉลี่ยเรตติ้งของรายการ 0.032 2) จำนวนการเข้ารับชมสื่อออนไลน์ 453,547 views	เป็นไปตามแผน

ตัวชี้วัดความสำเร็จ	แผน	ผล	สรุปผล
<p>6. การประเมินผลความพึงพอใจของผู้ชมรายการที่จัดทำโดยผู้ผลิตรายการ</p> <p>มีการประเมินผลความพึงพอใจของผู้ชม โดยระดับความพึงพอใจอย่างน้อยต้องอยู่ในระดับดีหรือไม่น้อยกว่า 8 คะแนนจาก 10 คะแนน</p>	<p>ความพึงพอใจของผู้ชมกลุ่มเป้าหมาย ไม่น้อยกว่า 80%</p>	<p>ความพึงพอใจของผู้ชมจากการรับชมรายการ “บ้านมหัศจรรย์ (Wonder House)” ในภาพรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยทุกด้านอยู่ที่ 4.22 จาก 5 คะแนน หรือ 84.4%</p>	<p>เป็นไปตามแผน</p>

หมายเหตุ: ข้อมูลจากเอกสารส่งมอบรายงาน ครั้งที่ 4 โครงการรายการ “บ้านมหัศจรรย์ (Wonder House)”

2.2 การบริหารจัดการทรัพยากรบุคคล : ข้อมูลการจัดการบุคลากรในโครงการให้มีความเหมาะสมตามความเชี่ยวชาญ

รายการ บ้านมหัศจรรย์ (Wonder House) มีการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลที่เหมาะสมตามความเชี่ยวชาญ โดยหัวหน้าโครงการ ผู้ควบคุมการผลิตรายการ ผู้ช่วยหัวหน้าโครงการ และผู้ประสานงานโครงการล้วนเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในด้านนิเทศศาสตร์และอยู่ในวงการการผลิตรายการโทรทัศน์มาอย่างยาวนาน นอกจากนี้ รายการยังมีที่ปรึกษาโครงการที่เป็นผู้เชี่ยวชาญในด้านเด็กปฐมวัย ซึ่งดำรงตำแหน่งเป็นผู้อำนวยการกลุ่มกิจการสภาและเครือข่ายเด็กและเยาวชน กองส่งเสริมการพัฒนาและสวัสดิการเด็ก เยาวชน และครอบครัว โดยให้คำปรึกษาเกี่ยวกับเนื้อหาที่เหมาะสมกับเด็กอายุ 3-5 ปี รวมถึงความยากง่ายของคำศัพท์ที่เหมาะสมสำหรับกลุ่มเด็กปฐมวัย

2.3 ปัญหาอุปสรรคหรือข้อจำกัดในการดำเนินงาน

ถึงแม้จะอยู่ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค COVID-19 แต่ทีมงานมีการถ่ายทำและผลิตรายการเสร็จก่อนที่สถานการณ์ COVID-19 จะระบาดอย่างรุนแรงอีกประการ ประกอบกับการที่ทีมงานทุกคนทำงานอย่างเต็มที่ตามหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย การดำเนินงานทุกอย่างจึงเป็นไปตามแผน ยกเว้นเพียงแค่งิจกรรมที่เดินทางไปตามโรงเรียนที่มีการยกเลิกอันเนื่องมาจากสถานการณ์ COVID-19



6. รายการ ใจใส ใสใจ

1. ข้อมูลพื้นฐาน

1.1 ชื่อโครงการ : โครงการผลิตรายการเพื่อการพัฒนาการเด็กปฐมวัย “ใจใส ใสใจ”

1.2 ชื่อหน่วยงาน : บริษัท สื่อดิจิทัล จำกัด

1.3 รูปแบบรายการ : การเล่าเรื่องผ่านนิทานที่วาดภาพและระบายสีด้วยสีน้ำ ร่วมกับการใช้คำคล้องจองและคำซ้ำ

1.4 วัตถุประสงค์ของรายการ :

- (1) เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดการผลิตรายการเพื่อพัฒนาองค์ความรู้ในเชิงสร้างสรรค์ไปสู่เด็กเยาวชน และ ครอบครัว ซึ่งผู้ผลิตรายการทั่วไปดำเนินการได้ยาก เนื่องจากข้อจำกัดด้านต้นทุนการผลิต
- (2) เพื่อให้รายการได้เป็นสื่อกลางในการเรียนรู้ของเด็ก เยาวชน และครอบครัว ให้สามารถนำสาระความรู้จากรายการ ไปต่อยอด พัฒนาคุณภาพชีวิต และก่อให้เกิดความสัมพันธ์อันดีของสมาชิกในครอบครัวได้อย่างยั่งยืน
- (3) เพื่อสนับสนุนให้สถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัล มีรายการเนื้อหาเชิงสร้างสรรค์ มีคุณภาพนำเสนอต่อผู้ชมเพิ่มมากขึ้น โดยที่ทางช่องไม่มีข้อจำกัดเรื่องภาระค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการ

1.5 กลุ่มเป้าหมายของรายการ : กลุ่มเด็กปฐมวัยในช่วงอายุ 3-5 ปี (กลุ่มเป้าหมายหลัก) และกลุ่มผู้ปกครอง ครู ผู้ที่เกี่ยวข้องกับเด็กปฐมวัย (กลุ่มเป้าหมายรอง)

1.6 เนื้อหารายการโดยสรุป : การเล่าเรื่องผ่านนิทานที่วาดภาพและระบายสีด้วยสีน้ำ โดยเป็นเรื่องราวของพี่น้อง ใจกล้า โดยบอกเล่าเรื่องราวการใช้ชีวิตในบ้านและความสัมพันธ์กับพ่อแม่ เพื่อนบ้าน ผู้คนรอบข้าง สิ่งแวดล้อมรอบตัว เพื่อให้เห็นถึงพัฒนาการของเด็กตามลำดับเวลา โดยเรื่องราวจะถูกเล่าด้วยคำคล้องจองและคำซ้ำ เพื่อสร้างการจดจำให้กับเด็กที่รับชมรายการ ตอนท้ายจะมีการสนทนาว่ารูปที่เกี่ยวข้องกับตอนนั้นๆ ด้วยวิธีง่ายๆ เพื่อกระตุ้นให้เด็กปฐมวัยที่รับชมรายการได้แรงบันดาลใจ โดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่องด้วยการวาดภาพและระบายสี

1.7 ประโยชน์จากการเผยแพร่รายการ :

- 1) เด็กปฐมวัยได้รับความรู้ความเข้าใจในเนื้อหารายการที่มุ่งเน้นส่งเสริมพัฒนาการทั้ง 4 ด้าน (ร่างกาย สังคม อารมณ์ สติปัญญา) จนเกิดแรงกระตุ้นแรงจูงใจให้เกิดการทำตาม
- 2) มีรายการสำหรับเด็กปฐมวัย (ป) ในช่องทางนี้โทรทัศน์ระบบดิจิทัลและสื่อออนไลน์เพิ่มความหลากหลายในการเรียนรู้ของเด็กปฐมวัย
- 3) สร้างแรงจูงใจให้กับผู้ผลิตรายการและ Content Creator ในการผลิตรายการเชิงสร้างสรรค์ที่ส่งเสริมพัฒนาการและการเรียนรู้สำหรับกลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี)
- 4) เป็นรายการและสื่อเพื่อการพัฒนาการต้นแบบสำหรับเด็กปฐมวัยในอนาคต

1.8 ระยะเวลาการนำเสนอรายการ : 50 ตอน ความยาวตอนละ 3 นาที

1.9 ช่องทางการนำเสนอรายการ :

(1) ช่องทางสถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัลและช่วงเวลาออกอากาศ :

- ช่อง MCOT HD ช่อง 30 ทุกวันเสาร์-อาทิตย์ เวลา 06.27-06.30 น. (เริ่มออกอากาศวันที่ 24 ตุลาคม 2563 – 11 เมษายน 2564)

(2) ช่องทางสื่อออนไลน์ :

- YouTube : ใจใส ใสใจ
- Facebook Fanpage : ใจใส ใสใจ
- Internet TV: Cartoon Club

2. ผลการผลิตรายการ

2.1 ตัวชี้วัดความสำเร็จ : ภาพรวมผลการดำเนินงานโดยเปรียบเทียบแผนและผลจากการดำเนินโครงการ

ตัวชี้วัดความสำเร็จ	แผน	ผล	สรุปผล
1. ระยะเวลาการดำเนินโครงการ ระยะเวลาที่ใช้ในการผลิตรายการ ตั้งแต่กระบวนการก่อนการผลิต ช่วงการผลิตรายการและหลังการผลิตรายการ	365 วัน / 12 เดือน	365 วัน / 12 เดือน	เป็นไปตามแผน
2. ผลการดำเนินงาน มีรายการสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว จำนวน 1 รายการ รายการ “ใจใส ใสใจ” ความยาวตอนละ 3 นาที จำนวน 50 ตอน	จำนวน 50 ตอน ความยาว 3 นาที	จำนวน 50 ตอน ความยาว 3 นาที	เป็นไปตามแผน

ตัวชี้วัดความสำเร็จ	แผน	ผล	สรุปผล
<p>3. การเผยแพร่รายการทางช่องทางสถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัลและช่องทางสื่อออนไลน์</p> <p>มีการเผยแพร่รายการ “ใจใส ใสใจ” ทางสื่อโทรทัศน์ที่ให้บริการเป็นการทั่วไป (ทีวีดิจิทัล) และสื่ออินเทอร์เน็ตที่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย อาทิเช่น Line Youtube Facebook เป็นต้น</p>	<p>เผยแพร่รายการทางสื่อโทรทัศน์ที่ให้บริการเป็นการทั่วไป (ทีวีดิจิทัล) และสื่ออินเทอร์เน็ตที่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย</p>	<p>1) MCOT HD ช่อง 30 2) YouTube 3) Facebook 4) Internet TV</p>	<p>เป็นไปตามแผน</p>
<p>4. การบริการเพื่อส่งเสริมการเข้าถึงของคนพิการ</p> <p>มีบริการคำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption: CC) หรือล่ามภาษามือ (Sign Language Interpretation: SL) และบริการเสียงบรรยายภาพ (Audio Description: AD)</p>	<p>มี CC หรือล่ามภาษามือ SL และ AD</p>	<p>จัดทำคำบรรยายแทนเสียง (CC) สำหรับผู้พิการทางการได้ยิน และเสียงบรรยายภาพ (AD) สำหรับผู้พิการทางสายตา</p>	<p>เป็นไปตามแผน</p>
<p>5. สถิติการรับชมในแต่ละช่องทางที่เผยแพร่รายการ</p> <p>มีจำนวนการเข้ารับชมทางช่องทางโทรทัศน์ระบบดิจิทัล มีค่าเฉลี่ยเรตติ้งของรายการ ไม่น้อยกว่า 0.05 ตลอดระยะเวลาการออกอากาศ หรือจำนวนการเข้ารับชมสื่อออนไลน์รวมกันไม่น้อยกว่า 361,000 views</p>	<p>ค่าเฉลี่ยเรตติ้งของรายการ ไม่น้อยกว่า 0.05 หรือจำนวนการเข้ารับชมสื่อออนไลน์รวมกันไม่น้อยกว่า 361,000 views</p>	<p>1) ค่าเฉลี่ยเรตติ้งของรายการ 0.019 2) จำนวนการเข้ารับชมสื่อออนไลน์ 612,086 views</p>	<p>เป็นไปตามแผน</p>
<p>6. การประเมินผลความพึงพอใจของผู้ชมรายการที่จัดทำโดยผู้ผลิตรายการ</p> <p>มีการประเมินผลความพึงพอใจของผู้ชม โดยระดับความพึงพอใจอย่างน้อยต้องอยู่ในระดับดีหรือมากกว่า 8 คะแนนจาก 10 คะแนน</p>	<p>ความพึงพอใจของผู้ชมกลุ่มเป้าหมาย ไม่น้อยกว่า 80%</p>	<p>ความพึงพอใจของผู้ชมจากการรับชมรายการ “ใจใส ใสใจ” ในภาพรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยทุกด้านอยู่ที่ 4.4 จาก 5 คะแนน หรือ 88%</p>	<p>เป็นไปตามแผน</p>

หมายเหตุ: ข้อมูลจากเอกสารส่งมอบรายงาน ครั้งที่ 4 โครงการรายการ “ใจใส ใสใจ”

2.2 การบริหารจัดการทรัพยากรบุคคล : ข้อมูลการจัดการบุคลากรในโครงการให้มีความเหมาะสมตามความเชี่ยวชาญ

รายการ ใจใส ใสใจ มีการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลที่เหมาะสมตามความเชี่ยวชาญในด้านพัฒนาการของเด็กปฐมวัย โดยมีกุมารแพทย์ให้คำแนะนำเกี่ยวกับเนื้อหารายการและกิจกรรมเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมผ่านสื่อออนไลน์ ซึ่งมุ่งเน้นการเสริมสร้างพัฒนาการเด็กทั้ง 4 ด้านและทักษะกระบวนการทางความคิด รวมทั้งยังมีการเลือกพิธีกรและศิลปินวาดภาพที่มีประสบการณ์ในการเป็นนักเขียนการ์ตูน ซึ่งมีความเหมาะสมและสอดคล้องกับตัวเนื้อหารายการ ทำให้สามารถนำเสนอผลงานได้ตรงตามเป้าหมาย และมีการจัดสรรบุคลากรในการประชาสัมพันธ์ รวมทั้งการจัดกิจกรรมและผลิตเนื้อหาสาระผ่านช่องทางออนไลน์ ซึ่งก่อให้เกิดปฏิสัมพันธ์และเปิดโอกาสให้ผู้ชมได้แสดงความคิดเห็นและมีส่วนร่วมกับรายการ

2.3 ปัญหาอุปสรรคหรือข้อจำกัดในการดำเนินงาน

รายการออกอากาศในช่วงวันเสาร์-อาทิตย์ เวลา 06.27-06.30 น. และมีระยะเวลารายการเพียงตอนละ 3 นาที จึงอาจเป็นสาเหตุที่ทำให้มีค่าเฉลี่ยเรตติ้งเพียง 0.019 ซึ่งน้อยกว่าตัวชี้วัดความสำเร็จที่มีเป้าหมายเท่ากับ 0.05 ดังนั้น ทีมงานจึงมุ่งเน้นการประชาสัมพันธ์และนำเสนอรายการผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ ซึ่งสามารถเข้าถึงได้สะดวกและมีความหลากหลาย โดยมีจำนวนผู้ชมทางออนไลน์มากกว่า 6 แสน view ซึ่งถือว่าสามารถเผยแพร่รายการได้มากกว่าตัวชี้วัดตามแผนการผลิตค่อนข้างมาก ดังนั้น จากพฤติกรรมการรับชมสื่อที่เปลี่ยนแปลงไปของผู้คนในปัจจุบันที่บริโภคสื่อผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น การสนับสนุนการผลิตรายการเพื่อเด็กปฐมวัยในอนาคตจึงควรมุ่งเน้นการนำเสนอผ่านช่องทางออนไลน์ หรือแพลตฟอร์มที่สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคสื่อของกลุ่มเป้าหมาย โดยการจัดทำตัวชี้วัดความสำเร็จที่เน้นการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย และตอบสนองพฤติกรรม รวมถึงความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย นอกจากนี้ อาจมีการพิจารณาการนำรายการที่ผลิตแล้วเสร็จมาขยายผลและต่อยอดไปใช้ประโยชน์เพิ่มเติม เช่น การนำไปใช้เป็นสื่อการสอนสำหรับเด็กปฐมวัย ตามโรงเรียนและสถานศึกษาต่างๆ



7. รายการ คิตตี้ ธรรมดี

1. ข้อมูลพื้นฐาน

1.1 ชื่อโครงการ : โครงการคิตตี้ ธรรมดี

1.2 ชื่อหน่วยงาน : บริษัท แรงดิงดูต สตูดิโอ จำกัด

1.3 รูปแบบรายการ : รายการวาไรตี้กึ่งเรียลลิตี้ สำหรับเด็กวัยเรียน

1.4 วัตถุประสงค์ของรายการ :

- (1) เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดการผลิตรายการเพื่อพัฒนาองค์ความรู้ในเชิงสร้างสรรค์ไปสู่เด็กเยาวชน และ ครอบครัว ซึ่งผู้ผลิตรายการทั่วไปดำเนินการได้ยาก เนื่องจากข้อจำกัดด้านต้นทุนการผลิต
- (2) เพื่อให้รายการได้เป็นสื่อกลางในการเรียนรู้ของเด็ก เยาวชน และครอบครัว ให้สามารถนำสาระความรู้จากรายการ ไปต่อยอด พัฒนาคุณภาพชีวิต และก่อให้เกิดความสัมพันธ์อันดีของสมาชิกในครอบครัวได้อย่างยั่งยืน
- (3) เพื่อสนับสนุนให้สถานีโทรทัศน์ระบบดิจิตอล มีรายการเนื้อหาเชิงสร้างสรรค์ มีคุณภาพนำเสนอต่อผู้ชมเพิ่มมากขึ้น โดยที่ทางช่องไม่มีข้อจำกัดเรื่องภาระค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการ

1.5 กลุ่มเป้าหมายของรายการ : กลุ่มเด็กวัยเรียนในช่วงอายุ 6-12 ปี (กลุ่มเป้าหมายหลัก) และกลุ่มผู้ปกครอง ครู ผู้ที่เกี่ยวข้องกับเด็กวัยเรียนและประชาชนทั่วไป (กลุ่มเป้าหมายรอง)

1.6 เนื้อหารายการโดยสรุป : รายการเรียลลิตี้สำหรับเด็กและผู้ปกครองที่นำเอาความคิดสร้างสรรค์ของเยาวชนมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาสังคมในปัจจุบัน ผ่านการแนะนำของผู้เชี่ยวชาญในด้านต่างๆ โดยให้เด็กเยาวชนทำกิจกรรมตามภารกิจที่ได้รับมอบหมาย เพื่อสร้างเสริมจินตนาการ ความคิดสร้างสรรค์ และเปิดโอกาสในการแสดงออกของเด็กตามภารกิจที่ได้รับ

1.7 ประโยชน์จากการเผยแพร่รายการ :

- 1) กลุ่มเด็กวัยเรียน (6-12 ปี) มีความรู้ ความเข้าใจและให้ความสำคัญในการร่วมรักษาระเบียบวินัย ทั้งจากในห้องเรียน โรงเรียน ที่บ้าน และสังคมอย่างเป็นปรกตินิสัย
- 2) การเพิ่มการตระหนักถึงการอยู่ร่วมกันในสังคมของเด็กวัยเรียน (6-12 ปี) ด้วยการรู้จักเคารพ และร่วมรักษาระเบียบวินัย ทั้งจากในห้องเรียน โรงเรียน ที่บ้าน อย่างเป็นปรกตินิสัย

- 3) ส่งเสริมให้ผู้ที่เกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็น เพื่อน คุณพ่อคุณแม่ ผู้ปกครอง ครู อาจารย์ มีส่วนร่วมในการรับรู้ และตระหนักถึงความสำคัญในการร่วมรักษาระเบียบวินัย และก่อให้เกิดความตระหนักรู้ถึงความสำคัญในการดำเนินการอย่างเป็นปรกตินิสัย

1.8 ระยะเวลาการนำเสนอรายการ : 26 ตอน ความยาวตอนละ 25 นาที

1.9 ช่องทางการนำเสนอรายการ :

(1) ช่องทางสถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัลและช่วงเวลาออกอากาศ :

- ช่อง True4U ช่อง 24 ทุกวันเสาร์ เวลา 9.30-10.00 น. และวันอาทิตย์ เวลา 8.00-8.30 น. ในช่วงวันที่ 14 พฤศจิกายน – 27 ธันวาคม 2563 จากนั้นมีการปรับผังรายการโดยออกอากาศในวันเสาร์เวลา 09.30-10.00 น. ตั้งแต่วันที่ 2 มกราคม – 20 มีนาคม 2564

(2) ช่องทางสื่อออนไลน์ :

- YouTube : KIDS DEE ธรรมดี
- Facebook Fanpage : KIDS DEE ธรรมดี

2. ผลการผลิตรายการ

2.1 ตัวชี้วัดความสำเร็จ : ภาพรวมผลการดำเนินงานโดยเปรียบเทียบแผนและผลจากการดำเนินโครงการ

ตัวชี้วัดความสำเร็จ	แผน	ผล	สรุปผล
1. ระยะเวลาการดำเนินโครงการ ระยะเวลาที่ใช้ในการผลิตรายการ ตั้งแต่กระบวนการก่อนการผลิต ช่วงการผลิตรายการและหลังการ ผลิตรายการ	365 วัน / 12 เดือน	365 วัน / 12 เดือน	เป็นไปตามแผน
2. ผลการดำเนินงาน มีรายการสำหรับเด็ก เยาวชน และ ครอบครัว จำนวน 1 รายการ รายการ "คิดส์ดี ธรรมดี" ความยาว ตอนละ 25 นาที จำนวน 26 ตอน	จำนวน 26 ตอน ความยาว 25 นาที	จำนวน 26 ตอน ความยาว 25 นาที	เป็นไปตามแผน
3. การเผยแพร่รายการทาง ช่องทางสถานีโทรทัศน์ระบบ ดิจิทัล และ ช่องทางสื่อ ออนไลน์ มีการเผยแพร่รายการ “คิดส์ดี ธรรมดี” ทางสื่อโทรทัศน์ที่	เผยแพร่รายการทาง สื่อโทรทัศน์ที่ ให้บริการเป็นการ ทั่วไป (ทีวีดิจิทัล) และ สื่ออินเทอร์เน็ตที่เป็น ที่รู้จักอย่างแพร่หลาย	1) True4U ช่อง 24 2) YouTube 3) Facebook	เป็นไปตามแผน

ตัวชี้วัดความสำเร็จ	แผน	ผล	สรุปผล
ให้บริการเป็นการทั่วไป (ทีวีดิจิทัล) และสื่ออินเทอร์เน็ตที่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย อาทิเช่น Line Youtube Facebook เป็นต้น			
4. การบริการเพื่อส่งเสริมการเข้าถึงของคนพิการ มีบริการคำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption: CC) หรือล่ามภาษามือ (Sign Language Interpretation: SL) และบริการเสียงบรรยายภาพ (Audio Description: AD)	มี CC หรือล่ามภาษามือ SL และ AD	จัดทำคำบรรยายแทนเสียง (CC) สำหรับผู้พิการทางการได้ยิน และเสียงบรรยายภาพ (AD) สำหรับผู้พิการทางสายตา	เป็นไปตามแผน
5. สถิติการรับชมในแต่ละช่องทางที่เผยแพร่รายการ มีจำนวนการเข้ารับชมทางช่องโทรทัศน์ระบบดิจิทัล มีค่าเฉลี่ยเรตติ้งของรายการ ไม่น้อยกว่า 0.05 ตลอดระยะเวลาการออกอากาศ หรือจำนวนการเข้ารับชมสื่อออนไลน์รวมกันไม่น้อยกว่า 621,000 views	ค่าเฉลี่ยเรตติ้งของรายการ ไม่น้อยกว่า 0.05 หรือจำนวนการเข้ารับชมสื่อออนไลน์รวมกันไม่น้อยกว่า 621,000 views	1) ค่าเฉลี่ยเรตติ้งของรายการ 0.024 2) จำนวนการเข้ารับชมสื่อออนไลน์ 727,892 views	เป็นไปตามแผน
6. การประเมินผลความพึงพอใจของผู้ชมรายการที่จัดทำโดยผู้ผลิตรายการ มีการประเมินผลความพึงพอใจของผู้ชม โดยระดับความพึงพอใจอย่างน้อยต้องอยู่ในระดับดีหรือมากกว่า 8 คะแนนจาก 10 คะแนน	ความพึงพอใจของผู้ชมกลุ่มเป้าหมาย ไม่น้อยกว่า 80%	มีการจัดทำการสำรวจพฤติกรรมการรับชมรายการ “คิดส์ดีธรรมดี” แต่ไม่มีข้อความคำถามเพื่อสำรวจความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการ	ไม่เป็นไปตามแผน

หมายเหตุ: ข้อมูลจากเอกสารส่งมอบรายงาน ครั้งที่ 4 โครงการรายการ "คิดส์ดีธรรมดี"

2.2 การบริหารจัดการทรัพยากรบุคคล : ข้อมูลการจัดการบุคลากรในโครงการให้มีความเหมาะสมตามความ เชี่ยวชาญ

รายการ คิตส์ดี ธรรมดี มีการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลที่เหมาะสมตามความเชี่ยวชาญ โดยมี
ที่ปรึกษาโครงการที่เป็นนักจิตวิทยาพัฒนาการเฉพาะทางด้านการศึกษาปฐมวัย จิตเวชเด็กและวัยรุ่น
และการศึกษาพิเศษ โดยให้คำแนะนำการออกแบบภารกิจและกิจกรรมต่างๆ ให้กับเด็กที่จะมาเข้าร่วมรายการ
และมีทีมงานในการผลิตรายการที่มีประสบการณ์ในการผลิตรายการสำหรับเด็กที่มุ่งเน้นการนำประเด็นปัญหา
ในสังคมที่มักเจอในชีวิตประจำวันมาให้เด็กแก้ปัญหา เรียนรู้และทำความเข้าใจด้วยตนเอง

2.3 ปัญหาอุปสรรคหรือข้อจำกัดในการดำเนินงาน

จากการแพร่ระบาดของ COVID-19 ในช่วงปี 2563 ที่มีการดำเนินมาตรการเว้นระยะห่างทางสังคม
และมีการ Lockdown ที่จำกัดการเดินทางและจำกัดจำนวนการรวมตัว ซึ่งส่งผลกระทบต่อการทำรายการ
เนื่องจากการกำหนดทีมงานในการถ่ายทำไม่เกิน 5 คน และต้องมีมาตรการรักษาความสะอาดและตรวจสอบ
การเข้าออกพื้นที่ โดยปัจจัยเหล่านี้มีผลกระทบต่อแผนการผลิต รวมถึงการเปลี่ยนแปลงสถานที่ที่ใช้ในการถ่ายทำ
แต่โดยรวมทีมงานสามารถบริหารจัดการให้การดำเนินงานเป็นไปตามกำหนดการได้

ทั้งนี้ในแง่ของเรตติ้งในการออกอากาศผ่านทางโทรทัศน์ที่ได้ต่ำกว่าเป้าหมาย เนื่องจากพฤติกรรม
รับชมสื่อในปัจจุบันของกลุ่มเป้าหมายที่บริโภคสื่อผ่านสื่อออนไลน์เป็นหลัก จึงอาจเป็นสาเหตุที่ทำให้เรตติ้ง
ของรายการโทรทัศน์ลดลง รวมถึงรายการมีการเปลี่ยนแปลงเวลาออกอากาศหลังจากเผยแพร่รายการไประยะ
หนึ่งแล้ว เนื่องจากทางช่อง True4U มีการปรับผังการออกอากาศ โดยอาจเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้ผู้ชมมีความ
สับสนและไม่ได้รับชมรายการในช่วงเวลาใหม่



8. รายการ Let's be a Doctor

1. ข้อมูลพื้นฐาน

1.1 ชื่อโครงการ : โครงการ Let's be a Doctor

1.2 ชื่อหน่วยงาน : บริษัท เดอะ เน็กซ์ เพจ จำกัด

1.3 รูปแบบรายการ : รายการประเภทการ์ตูนแอนิเมชันที่นำเสนอความรู้แก่เด็กเกี่ยวกับอวัยวะต่างๆ ภายในร่างกาย ผ่านการวาดภาพโดยใช้ลายเส้นที่ดูง่าย ไม่ซับซ้อน เพื่อความเข้าใจง่ายของเด็ก

1.4 วัตถุประสงค์ของรายการ :

- (1) เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดการผลิตรายการเพื่อพัฒนาองค์ความรู้ในเชิงสร้างสรรค์ไปสู่เด็กเยาวชน และ ครอบครัว ซึ่งผู้ผลิตรายการทั่วไปดำเนินการได้ยาก เนื่องจากข้อจำกัดด้านต้นทุนการผลิต
- (2) เพื่อให้รายการได้เป็นสื่อกลางในการเรียนรู้ของเด็ก เยาวชน และครอบครัว ให้สามารถนำสาระความรู้จากรายการ ไปต่อยอด พัฒนาคุณภาพชีวิต และก่อให้เกิดความสัมพันธ์อันดีของสมาชิกในครอบครัวได้อย่างยั่งยืน
- (3) เพื่อสนับสนุนให้สถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัล มีรายการเนื้อหาเชิงสร้างสรรค์ มีคุณภาพนำเสนอต่อผู้ชมเพิ่มมากขึ้น โดยที่ทางช่องไม่มีข้อจำกัดเรื่องภาระค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการ

1.5 กลุ่มเป้าหมายของรายการ : กลุ่มเด็กปฐมวัยในช่วงอายุ 3-5 ปี (กลุ่มเป้าหมายหลัก) และกลุ่มผู้ปกครองครู ผู้ที่เกี่ยวข้องกับเด็กปฐมวัยและประชาชนทั่วไป (กลุ่มเป้าหมายรอง)

1.6 เนื้อหารายการโดยสรุป : รายการการ์ตูนแอนิเมชันที่นำเสนอเกี่ยวกับร่างกาย การทำงานของร่างกายและอวัยวะต่างๆ ภายในร่างกาย เพื่อให้เด็กและเยาวชนเข้าใจถึงกลไกการทำงานของร่างกายมากยิ่งขึ้น โดยการวาดโดยใช้ลายเส้นที่ดูง่าย มีรายละเอียดไม่ซับซ้อน เพื่อให้เด็กเข้าใจง่าย ตัวการ์ตูนมีความคล้ายกับตัวเด็กที่เป็นผู้ชม เพราะเด็กในช่วงวัย 3-5 ปีอยู่ในช่วงวัยที่ยึดตัวเองเป็นศูนย์กลาง เชื่อในสิ่งที่ตัวเองเห็น จึงใช้ตัวการ์ตูนในการสื่อสารกับเด็ก นอกจากนี้ยังมีการพากย์เสียงและใส่ดนตรีประกอบที่มีความน่าสนใจและเหมาะสมกับเด็กในวัย 3-5 ปี

1.7 ประโยชน์จากการเผยแพร่รายการ :

- 1) กลุ่มเด็ก เยาวชนและครอบครัวที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย คือ กลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี) ได้รับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ มีทางเลือกในการรับชมรายการที่มีเนื้อหาที่เหมาะสมกับช่วงวัยในการส่งเสริมพัฒนาการและการเรียนรู้ของเด็กในวัยนี้มากขึ้น ทั้งในด้านสติปัญญา อารมณ์และสังคม
- 2) ช่องรายการโทรทัศน์ระบบดิจิตอลมีรายการที่หลากหลายและมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งรายการสำหรับกลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี) โดยไม่ต้องจัดซื้อรายการมาจากต่างประเทศและยังสามารถแข่งขันกับต่างประเทศได้
- 3) สร้างแรงจูงใจให้กับผู้ผลิตในการผลิตรายการเชิงสร้างสรรค์ที่ส่งเสริมการพัฒนาการและการเรียนรู้สำหรับกลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี) และสามารถนำไปเป็นต้นแบบสำหรับการผลิตรายการเกี่ยวกับเด็ก เยาวชนและครอบครัวได้ในอนาคต
- 4) เพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานให้กับผู้ผลิตในการผลิตเนื้อหารายการสำหรับกลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี) เพื่อให้เกิดการพัฒนาศักยภาพในด้านการผลิตรายการเชิงสร้างสรรค์สำหรับเด็ก เยาวชนและครอบครัวเพิ่มมากขึ้น
- 5) มีรายการที่มีคุณภาพ เหมาะสมสำหรับเด็ก เยาวชนและครอบครัว อีกทั้งเป็นการสร้างทางเลือกในการรับชมให้กับผู้ชมกลุ่มเป้าหมาย

1.8 ระยะเวลาการนำเสนอรายการ : 40 ตอน ความยาวตอนละ 5 นาที

1.9 ช่องทางการนำเสนอรายการ :

(1) ช่องทางสถานีโทรทัศน์ระบบดิจิตอลและช่วงเวลาออกอากาศ :

- ช่อง GMM 25 ช่อง 25 ทุกวันจันทร์ - ศุกร์ เวลา 7.00 – 7.05 น. (เริ่มออกอากาศวันที่ 19 ตุลาคม – 11 ธันวาคม 2563)

(2) ช่องทางสื่อออนไลน์ :

- YouTube : Let's be a doctor มาเป็นหมอกันเถอะ
- Facebook Fanpage : Let's be a doctor มาเป็นหมอกันเถอะ

2. ผลการผลิตรายการ

2.1 ตัวชี้วัดความสำเร็จ : ภาพรวมผลการดำเนินงานโดยเปรียบเทียบแผนและผลจากการดำเนินโครงการ

ตัวชี้วัดความสำเร็จ	แผน	ผล	สรุปผล
1. ระยะเวลาการดำเนินโครงการ ระยะเวลาที่ใช้ในการผลิตรายการ ตั้งแต่กระบวนการก่อนการผลิต ช่วงการผลิตรายการและหลังการผลิตรายการ	365 วัน / 12 เดือน	365 วัน / 12 เดือน	เป็นไปตามแผน

ตัวชี้วัดความสำเร็จ	แผน	ผล	สรุปผล
2. ผลการดำเนินงาน มีรายการสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว จำนวน 1 รายการ รายการ "Let's be a Doctor" ความยาวตอนละ 5 นาที จำนวน 40 ตอน	จำนวน 40 ตอน ความยาว 5 นาที	จำนวน 40 ตอน ความยาว 5 นาที	เป็นไปตามแผน
3. การเผยแพร่รายการทางช่องทางสถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัลและช่องทางสื่อออนไลน์ มีการเผยแพร่รายการ "Let's be a Doctor" ทางสื่อโทรทัศน์ที่ให้บริการเป็นการทั่วไป (ทีวีดิจิทัล) และสื่ออินเทอร์เน็ตที่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย อาทิเช่น Line Youtube Facebook เป็นต้น	เผยแพร่รายการทางสื่อโทรทัศน์ที่ให้บริการเป็นการทั่วไป (ทีวีดิจิทัล) และสื่ออินเทอร์เน็ตที่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย	1) GMM 25 ช่อง 25 2) YouTube 3) Facebook	เป็นไปตามแผน
4. การบริการเพื่อส่งเสริมการเข้าถึงของคนพิการ มีบริการคำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption: CC) หรือล่ามภาษามือ (Sign Language Interpretation: SL) และบริการเสียงบรรยายภาพ (Audio Description: AD)	มี CC หรือล่ามภาษามือ SL และ AD	จัดทำคำบรรยายแทนเสียง (CC) สำหรับผู้พิการทางการได้ยิน และเสียงบรรยายภาพ (AD) สำหรับผู้พิการทางสายตา	เป็นไปตามแผน
5. สถิติการรับชมในแต่ละช่องทางที่เผยแพร่รายการ มีจำนวนการเข้ารับชมทางช่องทางโทรทัศน์ระบบดิจิทัล มีค่าเฉลี่ยเรตติ้งของรายการ ไม่น้อยกว่า 0.05 ตลอดระยะเวลาการออกอากาศ หรือจำนวนการเข้ารับชมสื่อออนไลน์รวมกันไม่น้อยกว่า 687,000 views	ค่าเฉลี่ยเรตติ้งของรายการ ไม่น้อยกว่า 0.05 หรือจำนวนการเข้ารับชมสื่อออนไลน์รวมกันไม่น้อยกว่า 687,000 views	1) ค่าเฉลี่ยเรตติ้งของรายการ 0.027 2) จำนวนการเข้ารับชมสื่อออนไลน์ 942,339 views	เป็นไปตามแผน

ตัวชี้วัดความสำเร็จ	แผน	ผล	สรุปผล
6. การประเมินผลความพึงพอใจของผู้ชมรายการที่จัดทำโดยผู้ผลิตรายการ มีการประเมินผลความพึงพอใจของผู้ชม โดยระดับความพึงพอใจอย่างน้อยต้องอยู่ในระดับดีหรือน้อยกว่า 8 คะแนนจาก 10 คะแนน	ความพึงพอใจของผู้ชมกลุ่มเป้าหมาย ไม่น้อยกว่า 80%	ความพึงพอใจของผู้ชมจากการรับชมรายการ “Let's be a Doctor” ในภาพรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยทุกด้านอยู่ที่ 4.25 จาก 5 คะแนน หรือ 85%	เป็นไปตามแผน

หมายเหตุ: ข้อมูลจากเอกสารส่งมอบรายงาน ครั้งที่ 4 โครงการรายการ "Let's be a Doctor"

2.2 การบริหารจัดการทรัพยากรบุคคล : ข้อมูลการจัดการบุคลากรในโครงการให้มีความเหมาะสมตามความเชี่ยวชาญ

รายการ Let's be a Doctor มีการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลที่เหมาะสมตามความเชี่ยวชาญในด้านพัฒนาการเด็ก โดยมีที่ปรึกษาโครงการที่เป็นแพทย์ให้คำแนะนำเกี่ยวกับความถูกต้องของเนื้อหารายการต่างๆ และกิจกรรมเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมผ่านสื่อออนไลน์ รวมถึงมีการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญและผู้ที่มีความสามารถเฉพาะทางเกี่ยวกับพัฒนาการของเด็กอายุ 3-5 ปี สำหรับการเตรียมสื่อของรายการ

2.3 ปัญหาอุปสรรคหรือข้อจำกัดในการดำเนินงาน

รายการมีค่าเฉลี่ยเรตติ้งโดยรวมเพียง 0.027 ซึ่งน้อยกว่าตัวชี้วัดความสำเร็จที่มีเป้าหมายเท่ากับ 0.05 โดยอาจมีสาเหตุมาจากการออกอากาศในช่วงวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 7.00 น. ซึ่งเป็นเวลาที่กลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นเด็กอาจไม่ได้รับชมผ่านทางโทรทัศน์ เนื่องจากอยู่ในช่วงที่กำลังไปโรงเรียน ทีมงานจึงมุ่งเน้นไปที่การนำเสนอผ่านสื่อออนไลน์แทน เพื่อตอบสนองต่อพฤติกรรมมารับชมสื่อของคนในยุคปัจจุบัน ดังนั้นการสนับสนุนการผลิตรายการในระยะถัดไปจึงควรมีการพิจารณาช่วงเวลาในการออกอากาศที่เหมาะสม และสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้จริง รวมทั้งมุ่งเน้นการนำเสนอรายการผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ที่ตรงกับพฤติกรรมการใช้สื่อของคนในปัจจุบัน และการปรับปรุงตัวชี้วัดที่สอดคล้องเพื่อประเมินผลรายการให้ตรงกับพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปดังกล่าว

โครงการส่งเสริมการผลิตและออกอากาศเนื้อหารายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ



9. รายการ แก่งกระจาน สุ่มรดกโลก

1. ข้อมูลพื้นฐาน

1.1 ชื่อโครงการ : โครงการผลิตสารคดี แก่งกระจาน สุ่มรดกโลก

1.2 ชื่อหน่วยงาน : ห้างหุ้นส่วนจำกัด โคแปง กราฟฟิก

1.3 รูปแบบรายการ : รายการสารคดีเพื่อเปิดโลกของสัตว์ป่าที่หายาก ซึ่งยังไม่มีหรือนำเสนอหรือถูกเปิดเผยที่ไหนหรือผ่านสื่อใดๆ มาก่อน

1.4 วัตถุประสงค์ของรายการ :

- (1) เพื่อเผยแพร่ให้เห็นถึงความหลากหลายทางชีวภาพของสัตว์ป่า พันธุ์พืช ที่มีคุณค่าโดดเด่นในระดับโลกของพื้นที่กลุ่มป่าแก่งกระจานที่เป็นซอกเงยของคณะกรรมการมรดกโลก
- (2) เพื่อผลิตสารคดีที่สนับสนุนเนื้อหารายการเชิงสร้างสรรค์ น่าสนใจ และมีคุณภาพในมิติของการสร้างองค์ความรู้ ถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ ตลอดจนสร้างความตระหนักถึงความสำคัญของป่าไม้และร่วมส่งเสริมการอนุรักษ์ผืนป่าให้คงความอุดมสมบูรณ์ให้แก่ประชาชนทั่วไปผ่านสารคดีชุด “แก่งกระจาน สุ่มรดกโลก”
- (3) เพื่อนำเสนอประเด็นความอุดมสมบูรณ์ของผืนป่าแก่งกระจานในเชิงระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ เพื่อแสดงให้เห็นถึงความพร้อมและคุณสมบัติของผืนป่าแก่งกระจานในการขึ้นทะเบียนให้ป่าแก่งกระจานเป็นมรดกโลกทางธรรมชาติแห่งที่ 3 ของประเทศไทย

1.5 กลุ่มเป้าหมายของรายการ : กลุ่มประชาชนทั่วไป

1.6 เนื้อหารายการโดยสรุป : สารคดี “แก่งกระจาน สุ่มรดกโลก” เป็นการสร้างสรรค์ความแตกต่างจากสารคดีของสื่ออื่นๆ ที่ผลิตออกมาสู่สายตาประชาชนที่ผ่านมา โดยจะเป็นการเปิดโลกของการพบสัตว์ป่าที่หายาก ซึ่งยังไม่มีหรือนำเสนอหรือถูกเปิดเผยที่ไหนหรือผ่านสื่อใดๆ มาก่อนจากกรมอุทยานแห่งชาติสัตว์ป่าและพันธุ์พืช ยกตัวอย่างเช่น ในอุทยานของประเทศไทย มีการพบเสือขนาดเล็กจำนวน 7 สายพันธุ์ แต่ที่ผืนป่าแก่งกระจานนี้ ได้มีการค้นพบเสือขนาดเล็กเพิ่มอีก 1 ชนิด ได้แก่ “เสือกระทาย” ซึ่งเป็นชนิดสัตว์ที่หายาก

โดยในกระบวนการผลิตสารคดีชุดพิเศษนี้จะมีการลงพื้นที่เฝ้าติดตาม“เสื่อกระท้าย” จนกระทั่งพบหลักฐานว่ามีเสื่อกระท้ายอยู่จริงในเขตพื้นที่ป่าอุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน ซึ่งจะทำให้ผืนป่าแก่งกระจานแห่งนี้สร้างสถิติการมีเสื่อขนาดเล็กในพื้นที่ป่าแก่งกระจานเพิ่มขึ้นรวมเป็น 8 ชนิด

1.7 ประโยชน์จากการเผยแพร่รายการ :

- 1) ประชาชนทั่วไปมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ โดยสามารถนำความรู้ที่ได้รับจากเนื้อหารายการไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้
- 2) เพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของผู้ผลิตรายการและช่องทางรายการได้เกิดการพัฒนาศักยภาพในด้านการผลิตรายการเชิงสร้างสรรค์เพื่อสังคมและสาธารณประโยชน์
- 3) ช่องรายการโทรทัศน์มีเนื้อหารายการที่มีความหลากหลายและมีคุณภาพมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งรายการซึ่งส่งเสริมความรู้ด้านศิลปะ วัฒนธรรม สุขภาพและคุณภาพชีวิต โดยไม่ต้องจัดซื้อรายการจากต่างประเทศและยังสามารถแข่งขันกับต่างประเทศได้
- 4) เป็นการสร้างแรงจูงใจในการสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์ให้กับผู้ผลิตรายการหรือสถานีโทรทัศน์ที่ส่งเสริมการพัฒนาและการเรียนรู้ที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ โดยมุ่งหมายให้โครงการดังกล่าวเป็นโครงการต้นแบบสำหรับการผลิตรายการที่ให้ความรู้แก่ประชาชนทั่วไปในด้านประวัติศาสตร์ ศาสนา ศิลปวัฒนธรรม สุขภาพ และคุณภาพชีวิต นวัตกรรมเทคโนโลยีต่างๆ ในกิจการกระจายเสียง โทรทัศน์ และโทรคมนาคม
- 5) สร้างทางเลือกในการรับชมรายการที่มีคุณภาพสำหรับประชาชน

1.8 ระยะเวลาการนำเสนอรายการ : 8 ตอน ความยาวตอนละ 30 นาที

1.9 ช่องทางการนำเสนอรายการ :

(1) ช่องทางสถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัลและช่วงเวลาออกอากาศ :

- ช่องอมรินทร์ทีวี เอชดี ช่อง 34 ทุกวันเสาร์ เวลา 10.00-10.30 น. (เริ่มออกอากาศวันที่ 9 มกราคม 2564 – 27 กุมภาพันธ์ 2564)

(2) ช่องทางสื่อออนไลน์ :

- YouTube : AMARIN TV และ ผลิตดีทีวี

2. ผลการผลิตรายการ

2.1 ตัวชี้วัดความสำเร็จ : ภาพรวมผลการดำเนินงานโดยเปรียบเทียบแผนและผลจากการดำเนินโครงการ

ตัวชี้วัดความสำเร็จ	แผน	ผล	สรุปผล
1. ระยะเวลาการดำเนินโครงการ ระยะเวลาที่ใช้ในการผลิตรายการ ตั้งแต่กระบวนการก่อนการผลิต ช่วงการผลิตรายการและหลังการผลิตรายการ	365 วัน / 12 เดือน	365 วัน / 12 เดือน	เป็นไปตามแผน

ตัวชี้วัดความสำเร็จ	แผน	ผล	สรุปผล
<p>2. ผลการดำเนินงาน มีรายการเพื่อประโยชน์สาธารณะ จำนวน 1 รายการ รายการสารคดี “แก๊งกระจានสู่มรดกโลก” ความยาวตอนละ 30 นาที จำนวน 8 ตอน</p>	<p>จำนวน 8 ตอน ความยาว 30 นาที</p>	<p>จำนวน 8 ตอน ความยาว 30 นาที</p>	<p>เป็นไปตามแผน</p>
<p>3. การเผยแพร่รายการทางช่องทางสถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัลและช่องทางสื่อออนไลน์ มีการเผยแพร่รายการ “แก๊งกระจานสู่มรดกโลก” ทางสื่อโทรทัศน์ที่ให้บริการเป็นการทั่วไป (ทีวีดิจิทัล) และสื่ออินเทอร์เน็ตที่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย อาทิเช่น Line Youtube Facebook เป็นต้น</p>	<p>เผยแพร่รายการทางสื่อโทรทัศน์ที่ให้บริการเป็นการทั่วไป (ทีวีดิจิทัล) และสื่ออินเทอร์เน็ตที่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย</p>	<p>1) อมรินทร์ทีวี เอชดี ช่อง 34 2) YouTube</p>	<p>เป็นไปตามแผน</p>
<p>4. การบริการเพื่อส่งเสริมการเข้าถึงของคนพิการ มีบริการคำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption: CC) หรือล่ามภาษามือ (Sign Language Interpretation: SL) และบริการเสียงบรรยายภาพ (Audio Description: AD)</p>	<p>มี CC หรือล่ามภาษามือ SL และ AD</p>	<p>จัดทำคำบรรยายแทนเสียง (CC) สำหรับผู้พิการทางการได้ยิน และเสียงบรรยายภาพ (AD) สำหรับผู้พิการทางสายตา</p>	<p>เป็นไปตามแผน</p>
<p>5. สถิติการรับชมในแต่ละช่องทางที่เผยแพร่รายการ มีจำนวนการเข้ารับชมทางช่องทางโทรทัศน์ระบบดิจิทัล มีค่าเฉลี่ยเรตติ้งของรายการ ไม่น้อยกว่า 0.1 ตลอดระยะเวลาการออกอากาศ หรือจำนวนการเข้ารับชมสื่อออนไลน์รวมกันไม่น้อยกว่า 1,793,000 views</p>	<p>ค่าเฉลี่ยเรตติ้งของรายการ ไม่น้อยกว่า 0.1 หรือจำนวนการเข้ารับชมสื่อออนไลน์รวมกัน ไม่น้อยกว่า 1,793,000 views</p>	<p>1) ค่าเฉลี่ยเรตติ้งของรายการ 0.5 2) จำนวนการเข้ารับชมสื่อออนไลน์ 196,436 views</p>	<p>เป็นไปตามแผน</p>

ตัวชี้วัดความสำเร็จ	แผน	ผล	สรุปผล
<p>6. การประเมินผลความพึงพอใจของผู้ชมรายการที่จัดทำโดยผู้ผลิตรายการ</p> <p>มีการประเมินผลความพึงพอใจของผู้ชม โดยระดับความพึงพอใจอย่างน้อยต้องอยู่ในระดับดีหรือไม่น้อยกว่า 8 คะแนนจาก 10 คะแนน</p>	<p>ความพึงพอใจของผู้ชมกลุ่มเป้าหมาย ไม่น้อยกว่า 80%</p>	<p>ความพึงพอใจของผู้ชมจากการรับชมรายการ “แก๊งกระเจาน สุ่มรดกโลก” ในภาพรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยคะแนนอยู่ที่ 4.425 จาก 5 คะแนนหรือ 88.5%</p>	<p>เป็นไปตามแผน</p>

หมายเหตุ: ข้อมูลจากเอกสารส่งมอบรายงานฉบับสมบูรณ์ โครงการผลิตสารคดี "รายการ แก๊งกระเจาน สุ่มรดกโลก"

2.2 การบริหารจัดการทรัพยากรบุคคล : ข้อมูลการจัดการบุคลากรในโครงการให้มีความเหมาะสมตามความเชี่ยวชาญ

รายการสารคดี แก๊งกระเจาน สุ่มรดกโลก มีการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลที่เหมาะสมตามความเชี่ยวชาญ ทั้งหัวหน้าโครงการ ผู้กำกับเนื้อหา และที่ปรึกษาโครงการล้วนเป็นผู้มีประสบการณ์ที่อยู่ในวงการการผลิตรายการและการทำรายงานข่าวมาอย่างยาวนาน นอกจากนี้ รายการยังได้มีการประสานงานกับเจ้าหน้าที่ดูแลอุทยานแห่งชาติแก่งกระเจานและผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้อง เพื่อรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับสิ่งมีชีวิตและระบบนิเวศน์ที่อุดมสมบูรณ์ของอุทยานแห่งชาติแก่งกระเจานอีกด้วย

2.3 ปัญหาอุปสรรคหรือข้อจำกัดในการดำเนินงาน

ปัญหาอุปสรรคหรือข้อจำกัดในการดำเนินโครงการที่สำคัญที่สุดคือ ระยะเวลาการผลิตรายการที่ต้องจัดทำ ถ่ายทำ และรวมภาพและวิดีโอให้ทันต่อฤดูกาลที่มีความเหมาะสมที่สุด อันได้แก่ พฤติกรรมของสัตว์ พืชที่อาศัยอยู่ในอุทยานแห่งชาติแก่งกระเจาน เนื่องจากหากเลยฤดูกาลที่เหมาะสมไปแล้ว จะต้องรออีก 1 ปีเพื่อให้ได้ภาพหรือเนื้อหาที่ต้องการ ซึ่งบางช่วงบางตอนจะไปทับซ้อนกับการออกหากิน การผสมพันธุ์ของสัตว์ การบานของดอกไม้พรรณไม้ ซึ่งอาจจะส่งผลให้ไม่สามารถได้ภาพที่ดีที่สุด



10. รายการ Thaitive

1. ข้อมูลพื้นฐาน

1.1 ชื่อโครงการ : โครงการ Thaitive

1.2 ชื่อหน่วยงาน : บริษัท เกรท สตาร์ ดิจิตอล จำกัด

1.3 รูปแบบรายการ : รายการประเภท Reality จัดทำภายใต้แนวคิดเพื่อถ่ายทอดเรื่องราวชุมชนต้นแบบวิถีพอเพียง

1.4 วัตถุประสงค์ของรายการ :

- (1) เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการผลิตเนื้อหารายการเชิงสร้างสรรค์ และมีคุณภาพเพื่อประโยชน์ต่อสาธารณะ
- (2) เพื่อให้รายการเป็นช่องทางในการสร้างองค์ความรู้ด้านต่างๆ อาทิ ด้านการดำเนินชีวิตบนพื้นฐานความพอเพียง ด้านภูมิปัญญาชาวบ้าน ด้านการเกษตร ด้านนวัตกรรมเทคโนโลยี เพื่อให้เกษตรกรรุ่นใหม่ประชาชนทั่วไป เด็กและเยาวชน ผู้สูงอายุ ผู้พิการ ผู้ด้อยโอกาสรวมไปถึงชาวต่างชาติที่พำนักในประเทศไทยสามารถนำสาระความรู้จากรายการไปพัฒนาคุณภาพชีวิตได้อย่างยั่งยืน
- (3) เพื่อสนับสนุนให้สถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัลมีรายการที่มีเนื้อหาเชิงสร้างสรรค์ส่งคมนำเสนอต่อผู้ชม โดยที่ช่องไม่มีข้อจำกัดเรื่องภาระค่าใช้จ่ายในการผลิต

1.5 กลุ่มเป้าหมายของรายการ : กลุ่มประชาชนทั่วไป

1.6 เนื้อหารายการโดยสรุป : รายการ Thaitive มีเนื้อหาที่นำเสนอปัญหาสังคมและการแก้ไขโดยน้อมนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงและการพึ่งพาตนเอง โดยแบ่งการเล่าเรื่องออกเป็น 2 ตอนต่อแขกรับเชิญ 1 ท่าน

1.7 ประโยชน์จากการเผยแพร่รายการ :

- 1) ประชาชนทั่วไปมีความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้องในเรื่องหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง สร้างกระบวนการเรียนรู้ได้เข้าใจปัญหาและความต้องการที่แท้จริงของตนเอง เกษตรกรและประชาชนทั่วไปได้นำแนวคิดไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน และสามารถอยู่ได้ด้วยพึ่งพาตนเอง ร่วมพัฒนาชุมชนแบบบูรณาการตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และกลายเป็นแบบอย่าง สร้างแรงบันดาลใจให้กับผู้อื่นได้ต่อไป เกิดเครือข่ายชุมชนตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจในวงกว้าง

- 2) เพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของผู้ผลิตรายการและช่องรายการ ได้เกิดการพัฒนาศักยภาพในด้าน การผลิตรายการเชิงสร้างสรรค์ เพื่อสังคมและสาธารณประโยชน์
- 3) มีช่องรายการโทรทัศน์ที่มีความหลากหลายและมีรายการที่มีคุณภาพมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งเป็น รายการที่ส่งเสริมองค์ความรู้ โดยไม่ต้องจัดซื้อจากต่างประเทศและยังสามารถแข่งขันได้
- 4) เป็นการสร้างแรงจูงใจในการสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์ให้กับผู้ผลิตรายการหรือสถานีโทรทัศน์ที่ ส่งเสริมการพัฒนาและการเรียนรู้ที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ โดยให้โครงการนี้เป็นโครงการต้นแบบ สำหรับการผลิตรายการที่ให้ความรู้แก่ประชาชนทั่วไปในด้านต่างๆ ในกิจการการกระจายเสียง โทรทัศน์ และโทรคมนาคม
- 5) สร้างทางเลือกในการรับชมรายการที่มีคุณภาพสำหรับประชาชน

1.8 ระยะเวลาการนำเสนอรายการ : 24 ตอน ความยาวตอนละ 30 นาที

1.9 ช่องทางการนำเสนอรายการ :

(1) ช่องทางสถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัลและช่วงเวลาออกอากาศ :

- ช่อง 9 MCOT HD ช่อง 30 ทุกวันจันทร์ เวลา 10.30-11.00 น. (เริ่มออกอากาศวันที่ 26 ตุลาคม 2563 – 5 เมษายน 2564)

(2) ช่องทางสื่อออนไลน์ :

- YouTube: GREAT STARS OFFICIAL
- Facebook Fanpage: Thaitive ขบวนการไทยทีฟ

2. ผลการผลิตรายการ

2.1 ตัวชี้วัดความสำเร็จ : ภาพรวมผลการดำเนินงานโดยเปรียบเทียบแผนและผลจากการดำเนินโครงการ

ตัวชี้วัดความสำเร็จ	แผน	ผล	สรุปผล
1. ระยะเวลาการดำเนินโครงการ ระยะเวลาที่ใช้ในการผลิตรายการ ตั้งแต่กระบวนการก่อนการผลิต ช่วงการผลิตรายการและหลังการผลิต รายการ	365 วัน / 12 เดือน	365 วัน / 12 เดือน	เป็นไปตามแผน
2. ผลการดำเนินงาน มีรายการเพื่อประโยชน์สาธารณะ จำนวน 1 รายการ รายการ "Thaitive" ความยาวตอนละ 30 นาที จำนวน 24 ตอน	จำนวน 24 ตอน ความยาว 30 นาที	จำนวน 24 ตอน ความยาว 30 นาที	เป็นไปตามแผน

ตัวชี้วัดความสำเร็จ	แผน	ผล	สรุปผล
<p>3. การเผยแพร่รายการทางช่องทางสถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัลและช่องทางสื่อออนไลน์</p> <p>มีการเผยแพร่รายการ “Thaitive” ทางสื่อโทรทัศน์ที่ให้บริการเป็นการทั่วไป (ทีวีดิจิทัล) และสื่ออินเทอร์เน็ตที่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย อาทิเช่น Line Youtube Facebook เป็นต้น</p>	<p>เผยแพร่รายการทางสื่อโทรทัศน์ที่ให้บริการเป็นการทั่วไป (ทีวีดิจิทัล) และสื่ออินเทอร์เน็ตที่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย</p>	<p>1) 9 MCOT HD ช่อง 30</p> <p>2) YouTube</p> <p>3) Facebook</p>	<p>เป็นไปตามแผน</p>
<p>4. การบริการเพื่อส่งเสริมการเข้าถึงของคนพิการ</p> <p>มีบริการคำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption: CC) หรือล่ามภาษามือ (Sign Language Interpretation: SL) และบริการเสียงบรรยายภาพ (Audio Description: AD)</p>	<p>มี CC หรือล่ามภาษามือ SL และ AD</p>	<p>จัดทำคำบรรยายแทนเสียง (CC) สำหรับผู้พิการทางการได้ยิน และเสียงบรรยายภาพ (AD) สำหรับผู้พิการทางสายตา</p>	<p>เป็นไปตามแผน</p>
<p>5. สถิติการรับชมในแต่ละช่องทางที่เผยแพร่รายการ</p> <p>มีจำนวนการเข้ารับชมทางช่องทางโทรทัศน์ระบบดิจิทัล มีค่าเฉลี่ยเรตติ้งของรายการ ไม่น้อยกว่า 0.1 หรือจำนวนการเข้ารับชมสื่อออนไลน์รวมกัน ไม่น้อยกว่า 1,793,000 views</p>	<p>ค่าเฉลี่ยเรตติ้งของรายการ ไม่น้อยกว่า 0.1 หรือจำนวนการเข้ารับชมสื่อออนไลน์รวมกัน ไม่น้อยกว่า 1,793,000 views</p>	<p>1) ค่าเฉลี่ยเรตติ้งของรายการ 0.103</p> <p>2) จำนวนการเข้ารับชมสื่อออนไลน์ 945,582 views</p>	<p>เป็นไปตามแผน</p>
<p>6. การประเมินผลความพึงพอใจของผู้ชมรายการที่จัดทำโดยผู้ผลิตรายการ</p>	<p>ความพึงพอใจของผู้ชมกลุ่มเป้าหมาย ไม่น้อยกว่า 80%</p>	<p>ความพึงพอใจของผู้ชมจากการรับชมรายการ “Thaitive” ในภาพรวมอยู่ใน</p>	<p>เป็นไปตามแผน</p>

ตัวชี้วัดความสำเร็จ	แผน	ผล	สรุปผล
มีการประเมินผลความพึงพอใจของผู้ชม โดยระดับความพึงพอใจอย่างน้อยต้องอยู่ในระดับดีหรือไม่น้อยกว่า 8 คะแนนจาก 10 คะแนน		ระดับความพึงพอใจมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยคะแนนอยู่ที่ 4.61 จาก 5 คะแนน หรือ 92.2%	

หมายเหตุ: ข้อมูลจากเอกสารส่งมอบรายงานฉบับสมบูรณ์ โครงการ "รายการ Thaitive"

2.2 การบริหารจัดการทรัพยากรบุคคล : ข้อมูลการจัดการบุคลากรในโครงการให้มีความเหมาะสมตามความเชี่ยวชาญ

รายการ Thaitive มีการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลที่เหมาะสมตามความเชี่ยวชาญ โดยหัวหน้าโครงการ ทีมงานฝ่ายผลิตรายการ และผู้ประสานงานโครงการล้วนเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในด้านนิเทศศาสตร์ และอยู่ในวงการการผลิตรายการโทรทัศน์มาอย่างยาวนาน เพื่อผลิตรายการที่มีคุณภาพให้แก่สังคม

2.3 ปัญหาอุปสรรคหรือข้อจำกัดในการดำเนินงาน

ปัญหาและอุปสรรคในการผลิตรายการ Thaitive ขบวนการไทยทีฟ ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงแอสและบุคคลตัวอย่างในบางตอน เนื่องด้วยสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 ทำให้บุคคลตัวอย่างในหลายๆ ตอน ไม่อนุญาตให้ทีมงานเข้าพื้นที่เพื่อถ่ายทำได้ จึงเป็นเหตุให้ทีมงานต้องดำเนินการสลับลำดับตอนในการออกอากาศตามตอนที่ได้ถ่ายทำก่อน นอกจากนี้ ยังมีปัญหาอุปสรรคในเรื่องการเดินทางไปถ่ายทำในพื้นที่หลายๆ พื้นที่ เนื่องจากต้องใช้จำนวนคนออกกองอย่างจำกัด



11. รายการ Go GREEN เปลี่ยนโลก

1. ข้อมูลพื้นฐาน

1.1 ชื่อโครงการ : โครงการ GO GREEN เปลี่ยนโลก

1.2 ชื่อหน่วยงาน : บริษัท ยู อีเวนท์ จำกัด

1.3 รูปแบบรายการ : รายการประเภทวาไรตี้ สนุกสนานและสอดแทรกความรู้เรื่องรักษ์โลก เพื่อประโยชน์สาธารณะอย่างเป็นรูปธรรม ผ่านการนำเสนอนวัตกรรมเพื่อการลดการเกิดขยะ การดูแลสิ่งแวดล้อม โดยมีเป้าหมายภารกิจ Zero Waste

1.4 วัตถุประสงค์ของรายการ :

- (1) เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการผลิตเนื้อหารายการเชิงสร้างสรรค์ น่าสนใจ และมีคุณภาพเพื่อประโยชน์ต่อสาธารณะ ซึ่งผู้ผลิตรายการทั่วไปไม่สามารถดำเนินการได้หรือดำเนินการได้ยาก เพราะข้อจำกัดด้านต้นทุน หรือ รายได้จากการโฆษณา
- (2) เพื่อให้รายการเป็นช่องทางในการสร้างองค์ความรู้ด้านสุขภาพและคุณภาพชีวิต เพื่อให้ประชาชนทั่วไป เด็กและเยาวชน ผู้สูงอายุ ผู้พิการ ผู้ด้อยโอกาส รวมไปถึงชาวต่างชาติที่พำนักในประเทศไทย สามารถนำสาระความรู้จากรายการไปพัฒนาคุณภาพชีวิตได้อย่างยั่งยืน
- (3) เพื่อสนับสนุนให้สถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัล มีรายการที่มีเนื้อหาเชิงสร้างสรรค์ มีคุณภาพนำเสนอต่อผู้ชม โดยที่ทางช่องไม่มีข้อจำกัดเรื่องภาระค่าใช้จ่ายในการผลิต

1.5 กลุ่มเป้าหมายของรายการ : กลุ่มประชาชนทั่วไป

1.6 เนื้อหารายการโดยสรุป : รายการนำเสนอเรื่องราว องค์กร หน่วยงานและบุคคลตัวอย่างที่มีการนำนวัตกรรมสิ่งแวดล้อมมาประยุกต์ใช้และร่วมพูดคุยถึงแนวความคิดและผลลัพธ์ที่ได้ โดยมีพิธีกรที่มีความสนใจในด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเข้าร่วมพูดคุยและจัดกิจกรรมพิเศษร่วมกัน

1.7 ประโยชน์จากการเผยแพร่รายการ :

- 1) รายการ GO GREEN เปลี่ยนโลก จำนวน 24 ตอน เผยแพร่สู่สาธารณะในวงกว้าง
- 2) ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการดูแลสิ่งแวดล้อม นวัตกรรมเพื่อการลดการเกิดขยะ โดยมีเป้าหมาย Zero Waste

3) มีจำนวนการเข้ารับชมทางช่องโทรทัศน์ระบบดิจิทัล มีค่าเฉลี่ยเรตติ้งของรายการ ไม่น้อยกว่า 0.1 ตลอดระยะเวลาการออกอากาศ

4) ผู้พิภกรทางการได้ยินและทางสายตาได้เข้าถึงรายการ GO GREEN เปลี่ยนโลก

1.8 ระยะเวลาการนำเสนอรายการ : 24 ตอน ความยาวตอนละ 30 นาที

1.9 ช่องทางการนำเสนอรายการ :

(1) ช่องทางสถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัลและช่วงเวลาออกอากาศ :

- ช่อง ไทยรัฐทีวี ช่อง 32 HD ทุกวันเสาร์ เวลา 08.00 - 08.30 น. (เริ่มออกอากาศตั้งแต่วันที่ 3 ตุลาคม 2563 - วันที่ 13 มีนาคม 2564)

(2) ช่องทางสื่อออนไลน์ :

- YouTube: GO GREEN เปลี่ยนโลก
- Facebook Fanpage: GO GREEN เปลี่ยนโลก

2. ผลการผลิตรายการ

2.1 ตัวชี้วัดความสำเร็จ : ภาพรวมผลการดำเนินงานโดยเปรียบเทียบแผนและผลจากการดำเนินโครงการ

ตัวชี้วัดความสำเร็จ	แผน	ผล	สรุปผล
1. ระยะเวลาการดำเนินโครงการ ระยะเวลาที่ใช้ในการผลิตรายการ ตั้งแต่กระบวนการก่อนการผลิต ช่วงการผลิตรายการและหลังการ ผลิตรายการ	365 วัน / 12 เดือน	365 วัน / 12 เดือน	เป็นไปตามแผน
2. ผลการดำเนินงาน มีรายการเพื่อประโยชน์สาธารณะ จำนวน 1 รายการ รายการ "Go GREEN เปลี่ยนโลก" ความยาว ตอนละ 30 นาที จำนวน 24 ตอน	จำนวน 24 ตอน ความยาว 30 นาที	จำนวน 24 ตอน ความยาว 30 นาที	เป็นไปตามแผน
3. การเผยแพร่รายการทาง ช่องทางสถานีโทรทัศน์ระบบ ดิจิทัล และ ช่องทางสื่อ ออนไลน์ มีการเผยแพร่รายการ "Go GREEN เปลี่ยนโลก" ทางสื่อโทรทัศน์ที่ ให้บริการเป็นการทั่วไป (ทีวีดิจิทัล)	เผยแพร่รายการทาง สื่อโทรทัศน์ที่ ให้บริการเป็นการ ทั่วไป (ทีวีดิจิทัล) และ สื่ออินเทอร์เน็ตที่เป็น ที่รู้จักอย่างแพร่หลาย	1) ไทยรัฐทีวี ช่อง 32 HD 2) YouTube 3) Facebook	เป็นไปตามแผน

ตัวชี้วัดความสำเร็จ	แผน	ผล	สรุปผล
และสื่ออินเทอร์เน็ตที่เป็นที่รู้จัก อย่างแพร่หลาย อาทิเช่น Line Youtube Facebook เป็นต้น			
4. การบริการเพื่อส่งเสริมการ เข้าถึงของคนพิการ มีบริการคำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption: CC) หรือล่าม ภาษา มือ (Sign Language Interpretation: SL) และบริการ เสียงบรรยายภาพ (Audio Description: AD)	มี CC หรือล่ามภาษา มือ SL และ AD	จัดทำคำบรรยายแทน เสียง (CC) สำหรับ ผู้พิการทางการได้ยิน และเสียงบรรยาย ภาพ (AD) สำหรับ ผู้พิการทางสายตา	เป็นไปตามแผน
5. สถิติการรับชมในแต่ละ ช่องทางที่เผยแพร่รายการ มีจำนวนการเข้ารับชมทางช่อง โทรทัศน์ระบบดิจิทัล มีค่าเฉลี่ยเรท ติ้งของรายการ ไม่น้อยกว่า 0.1 ตลอดระยะเวลาการออกอากาศ หรือจำนวนการเข้ารับชมสื่อ ออนไลน์รวมกันไม่น้อยกว่า 1,814,000 views	ค่าเฉลี่ยเรทติ้งของ รายการ ไม่น้อยกว่า 0.1 หรือ จำนวนการเข้ารับชม สื่อออนไลน์รวมกัน ไม่น้อยกว่า 1,814,000 views	1) ค่าเฉลี่ยเรทติ้งของ รายการ 0.105 2) จำนวนการเข้า รับชมสื่อออนไลน์ 1,816,506 views	เป็นไปตามแผน
6. การประเมินผลความพึงพอใจ ของผู้ชมรายการที่จัดทำโดย ผู้ผลิตรายการ มีการประเมินผลความพึงพอใจของ ผู้ชม โดยระดับความพึงพอใจอย่าง น้อยต้องอยู่ในระดับดีหรือน้อย กว่า 8 คะแนนจาก 10 คะแนน	ความพึงพอใจของ ผู้ชมกลุ่มเป้าหมาย ไม่น้อยกว่า 80%	ความพึงพอใจของ ผู้ชมจากการรับชม รายการ “Go Green เปลี่ยนโลก” ใน ภาพรวมอยู่ในระดับ ความพึงพอใจมาก ที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย คะแนนอยู่ที่ 4.43 จาก 5 คะแนน หรือ 88.5%	เป็นไปตามแผน

หมายเหตุ: ข้อมูลจากเอกสารส่งมอบรายงานฉบับสมบูรณ์ โครงการ "GO GREEN เปลี่ยนโลก"

2.2 การบริหารจัดการทรัพยากรบุคคล : ข้อมูลการจัดการบุคลากรในโครงการให้มีความเหมาะสมตามความ เชี่ยวชาญ

รายการ GO GREEN เปลี่ยนโลก มีการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลที่เหมาะสมตามความเชี่ยวชาญ โดยมีที่ปรึกษาโครงการที่มีความรู้ในด้านสิ่งแวดล้อมและลดการเกิดขยะภายใต้แนวคิด 5R ซึ่งเป็นเป้าหมายของรายการที่มุ่งเน้นให้เยาวชนและประชาชนทั่วไปได้ตระหนักถึงสิ่งแวดล้อม และสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในด้านสิ่งแวดล้อมซึ่งกำลังอยู่ในกระแสสังคมในปัจจุบัน ทั้งนี้ รายการยังประกอบด้วยหัวหน้าโครงการ ทีมงานฝ่ายผลิตรายการ และผู้ประสานงานโครงการ ที่มีประสบการณ์ในด้านนิเทศศาสตร์อยู่ในวงการการผลิตรายการโทรทัศน์มาอย่างยาวนาน และมีความเชี่ยวชาญในการถ่ายทำรายการเป็นอย่างดี เพื่อผลิตรายการที่มีคุณภาพให้แก่สังคม

2.3 ปัญหาอุปสรรคหรือข้อจำกัดในการดำเนินงาน

ในการถ่ายทำรายการช่วงการแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 ส่งผลให้ทีมงานต้องมีการเลื่อนการถ่ายทำในบางพื้นที่ออกไป เนื่องจากกลุ่มพื้นที่เป้าหมายของรายการบางแห่งเป็นโรงงานผลิต ซึ่งเป็นพื้นที่เสี่ยงและต้องมีมาตรการป้องกันโรค COVID-19 อย่างเข้มงวด อย่างไรก็ตาม ทีมงานได้แก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าโดยการหากกลุ่มพื้นที่เป้าหมายทดแทนที่ได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการ และมีมาตรการป้องกันโรค COVID-19 ภายในกองถ่ายเป็นอย่างดี เพื่อให้การถ่ายทำรายการเป็นไปตามกรอบระยะเวลาที่กำหนด



12. รายการ ตามรอยลูกเสือ

1. ข้อมูลพื้นฐาน

1.1 ชื่อโครงการ : โครงการตามรอยลูกเสือ กุลแก้ววัฒนธรรม นำพาความมั่นคง

1.2 ชื่อหน่วยงาน : บริษัท แฟร์ โอเพอร์เรชั่น จำกัด

1.3 รูปแบบรายการ : รายการประเภทวาไรตี้

1.4 วัตถุประสงค์ของรายการ :

- (1) เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการผลิตเนื้อหารายการเชิงสร้างสรรค์ น่าสนใจ และมีคุณภาพเพื่อประโยชน์ต่อสาธารณะซึ่งผู้ผลิตรายการทั่วไปไม่สามารถดำเนินการได้หรือดำเนินการได้ยาก เพราะข้อจำกัดด้านต้นทุน หรือ รายได้จากการโฆษณา
- (2) เพื่อให้รายการเป็นช่องทางในการสร้างองค์ความรู้ด้านประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของลูกเสือ เพื่อให้ประชาชนทั่วไป เด็กและเยาวชน ผู้สูงอายุ ผู้พิการ ผู้ด้อยโอกาสรวมถึงชาวต่างชาติที่พำนักในประเทศไทยสามารถนำสาระความรู้จากรายการไปพัฒนาคุณภาพชีวิตได้อย่างยั่งยืน
- (3) เพื่อกระตุ้นให้คนดูและผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้ปรับเปลี่ยนทัศนคติและปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในการใช้ชีวิตให้เป็นไปในทางที่ดี สร้างให้เกิดวัฒนธรรมที่ดีงามเพื่อความมั่นคงของชาติสืบไป โดยใช้เรื่องราวกิจกรรมลูกเสือและนำเสนอผ่านสื่อสารคดีโทรทัศน์
- (4) เพื่อส่งเสริมวัฒนธรรมของชาติให้ตั้งงามในพื้นฐานใจของประชาชนผ่านการเรียนรู้กฎลูกเสือ 10 ข้อ
- (5) เพื่อให้รายการส่งเสริมปลูกฝังเรื่องจิตอาสา จิตสาธารณะให้เกิดขึ้นถาวรในสังคมไทย

1.5 กลุ่มเป้าหมายของรายการ : กลุ่มประชาชนทั่วไป (กลุ่มเป้าหมายหลัก) และกลุ่มเด็กและเยาวชน (กลุ่มเป้าหมายรอง)

1.6 เนื้อหารายการโดยสรุป : รายการสารคดีชุด “ตามรอยลูกเสือ” จัดทำขึ้นเพื่อมุ่งเผยแพร่ประวัติความเป็นมาของกิจการลูกเสือไทยที่ได้กำเนิดขึ้นจากพระราชปณิธานของพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว เพื่อเตรียมพร้อมให้เด็กชายไทยตั้งแต่ปฐมวัยได้มีความรู้ทางเสือป่า รู้จักระเบียบวินัย และมีความจงรักภักดีต่อสถาบันชาติ ศาสนา และพระมหากษัตริย์ เมื่อเติบโตขึ้นจะได้รู้จักหน้าที่และประพฤติตนให้เป็นประโยชน์ต่อชาติบ้านเมือง

1.7 ประโยชน์จากการเผยแพร่รายการ :

- 1) เยาวชนและประชาชนทั่วไปได้มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ โดยสามารถนำความรู้ที่ได้รับจากเนื้อหารายการไปประยุกต์ใช้ให้เกิดในชีวิตประจำวันได้
- 2) ได้ผลิตรายการเชิงสร้างสรรค์ เพื่อสังคมและสาธารณประโยชน์
- 3) เป็นหนึ่งในรายการที่มีความหลากหลายและมีคุณภาพมากขึ้นโดยเฉพาะอย่างยิ่งรายการซึ่งส่งเสริมความรู้ด้านศิลปะ วัฒนธรรม โดยไม่ต้องจัดซื้อรายการมาจากต่างประเทศ
- 4) สร้างทางเลือกในการรับชมรายการที่มีคุณภาพสำหรับเยาวชนและประชาชน
- 5) ได้สร้างพลังสื่อในหลายรูปแบบหลายช่องทางเพื่อกระตุ้นให้เกิดประโยชน์ต่อสาธารณะโดยทั่วกัน
- 6) ได้กระตุ้นให้คนดูได้ปรับเปลี่ยนทัศนคติและปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในการใช้ชีวิตให้เป็นไปในทางที่ดี สร้างให้เกิดวัฒนธรรมที่ดีงามเพื่อความมั่นคงของชาติสืบไป
- 7) ได้สร้างเสริมวัฒนธรรมอันดีงามทั้งเรื่อง ความรักชาติ ศาสน์ กษัตริย์ ความอดทน ความกล้าหาญ ความซื่อสัตย์ ความขยันหมั่นเพียร ความมีน้ำใจต่อคนในสังคม การเสียสละ มีความมัธยัสถ์ ใช้ชีวิตด้วยความไม่ประมาท เป็นต้น

1.8 ระยะเวลาการนำเสนอรายการ : 24 ตอน ความยาวตอนละ 10 นาที

1.9 ช่องทางการนำเสนอรายการ :

(1) ช่องทางสถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัลและช่วงเวลาออกอากาศ :

- ช่อง 9 MCOT HD ทุกวันพฤหัสบดีและศุกร์ เวลา 14.25 - 14.35 น. (เริ่มออกอากาศตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม - วันที่ 24 ธันวาคม 2563)

(2) ช่องทางสื่อออนไลน์ :

- YouTube: Mixhead Music Space

2. ผลการผลิตรายการ

2.1 ตัวชี้วัดความสำเร็จ : ภาพรวมผลการดำเนินงานโดยเปรียบเทียบแผนและผลจากการดำเนินโครงการ

ตัวชี้วัดความสำเร็จ	แผน	ผล	สรุปผล
1. ระยะเวลาการดำเนินโครงการ ระยะเวลาที่ใช้ในการผลิตรายการ ตั้งแต่กระบวนการก่อนการผลิต ช่วงการผลิตรายการและหลังการ ผลิตรายการ	365 วัน / 12 เดือน	365 วัน / 12 เดือน	เป็นไปตามแผน
2. ผลการดำเนินงาน มีรายการเพื่อประโยชน์สาธารณะ จำนวน 1 รายการ รายการ "ตาม รอยลูกเสือ" ความยาวตอนละ 10 นาที จำนวน 24 ตอน	จำนวน 24 ตอน ความยาว 10 นาที	จำนวน 24 ตอน ความยาว 10 นาที	เป็นไปตามแผน

ตัวชี้วัดความสำเร็จ	แผน	ผล	สรุปผล
<p>3. การเผยแพร่รายการทางช่องทางสถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัลและช่องทางสื่อออนไลน์</p> <p>มีการเผยแพร่รายการ “ตามรอยลูกเสือ” ทางสื่อโทรทัศน์ที่ให้บริการเป็นการทั่วไป (ทีวีดิจิทัล) และสื่ออินเทอร์เน็ตที่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย อาทิเช่น Line Youtube Facebook เป็นต้น</p>	<p>เผยแพร่รายการทางสื่อโทรทัศน์ที่ให้บริการเป็นการทั่วไป (ทีวีดิจิทัล) และสื่ออินเทอร์เน็ตที่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย</p>	<p>1) ช่อง 9 MCOT HD 2) YouTube</p>	<p>เป็นไปตามแผน</p>
<p>4. การบริการเพื่อส่งเสริมการเข้าถึงของคนพิการ</p> <p>มีบริการคำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption: CC) หรือล่ามภาษามือ (Sign Language Interpretation: SL) และบริการเสียงบรรยายภาพ (Audio Description: AD)</p>	<p>มี CC หรือล่ามภาษามือ SL และ AD</p>	<p>จัดทำคำบรรยายแทนเสียง (CC) สำหรับผู้พิการทางการได้ยิน และเสียงบรรยายภาพ (AD) สำหรับผู้พิการทางสายตา</p>	<p>เป็นไปตามแผน</p>
<p>5. สถิติการรับชมในแต่ละช่องทางที่เผยแพร่รายการ</p> <p>มีจำนวนการเข้ารับชมทางช่องทางโทรทัศน์ระบบดิจิทัล มีค่าเฉลี่ยเรตติ้งของรายการ ไม่น้อยกว่า 0.1 ตลอดระยะเวลาการออกอากาศ หรือจำนวนการเข้ารับชมสื่อออนไลน์รวมกันไม่น้อยกว่า 911,000 views</p>	<p>ค่าเฉลี่ยเรตติ้งของรายการ ไม่น้อยกว่า 0.1 หรือจำนวนการเข้ารับชมสื่อออนไลน์รวมกัน ไม่น้อยกว่า 911,000 views</p>	<p>1) ค่าเฉลี่ยเรตติ้งของรายการ 0.121 2) จำนวนการเข้ารับชมสื่อออนไลน์ 219,157 views</p>	<p>เป็นไปตามแผน</p>
<p>6. การประเมินผลความพึงพอใจของผู้ชมรายการที่จัดทำโดยผู้ผลิตรายการ</p> <p>มีการประเมินผลความพึงพอใจของผู้ชม โดยระดับความพึงพอใจอย่างน้อยต้องอยู่ในระดับดีหรือไม่น้อยกว่า 8 คะแนนจาก 10 คะแนน</p>	<p>ความพึงพอใจของผู้ชมกลุ่มเป้าหมาย ไม่น้อยกว่า 80%</p>	<p>ความพึงพอใจของผู้ชมจากการรับชมรายการ “ตามรอยลูกเสือ” ในภาพรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยคะแนนอยู่ที่ 4.57 จาก 5 คะแนน หรือ 91.42%</p>	<p>เป็นไปตามแผน</p>

หมายเหตุ: ข้อมูลจากเอกสารส่งมอบรายงานฉบับสมบูรณ์ โครงการ "รายการ ตามรอยลูกเสือ"

2.2 การบริหารจัดการทรัพยากรบุคคล : ข้อมูลการจัดการบุคลากรในโครงการให้มีความเหมาะสมตามความเชี่ยวชาญ

รายการ ตามรอยลูกเสือ มีการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลที่เหมาะสมตามความเชี่ยวชาญ โดยมีที่ปรึกษาโครงการที่มีความรู้ในด้านประวัติความเป็นมาและความสำคัญของกิจการลูกเสือไทย ทั้งนี้ รายการยังประกอบด้วยหัวหน้าโครงการ ทีมงานฝ่ายผลิตรายการ และผู้ประสานงานโครงการ ที่มีความเชี่ยวชาญในการถ่ายทำรายการและมีความเข้าใจในกิจการลูกเสือไทยเป็นอย่างดี เพื่อผลิตรายการที่มีคุณภาพให้แก่สังคม

2.3 ปัญหาอุปสรรคหรือข้อจำกัดในการดำเนินงาน

ระยะเวลาในการผลิตรายการเป็นไปตามแผนงานในสัญญา ถึงแม้ว่าจะเป็นช่วงเวลาที่มีการระบาดของ COVID-19 ซึ่งส่งผลกระทบต่อการทำงานที่ต้องใช้ลูกเสือ เนตรนารีและบุคลากรทางการลูกเสือในการถ่ายทำ โดยทีมงานได้ดำเนินการตามมาตรการป้องกันอย่างเข้มงวด เพื่อความปลอดภัยของเด็กและผู้ร่วมรายการทุกคน จึงอาจได้ภาพและเสียงที่ขาดความสมบูรณ์ในระดับหนึ่ง อีกทั้งบางช่วงเป็นเวลาหยุดและปิดเทอมของโรงเรียนอีกด้วย อย่างไรก็ตาม ช่วงเวลาในการออกอากาศทางโทรทัศน์ไม่สอดคล้องกับแผนงานการผลิตสารคดีตามสัญญาที่ได้ลงนามไว้ เนื่องจากการจัดทำผังรายการของสถานีโทรทัศน์ทุกช่องจะประกาศในเดือนมกราคมของทุกปี แต่ด้วยกระบวนการและขั้นตอนในการพิจารณาโครงการและการลงนามในสัญญาเป็นช่วงเวลาที่สถานีโทรทัศน์ได้ประกาศผังไปแล้ว จึงส่งผลให้ทางสถานีโทรทัศน์ไม่สามารถจัดสรรช่วงเวลาตามแผนงานได้



13. รายการ ประชาบดีคนดีได้ฝันฟ้า

1. ข้อมูลพื้นฐาน

1.1 ชื่อโครงการ : โครงการสื่อสร้างสรรค์รางวัลประชาบดี : รายการคนดีได้ฝันฟ้า

1.2 ชื่อหน่วยงาน : บริษัท ปันฝันปันยิ้ม จำกัด

1.3 รูปแบบรายการ : รายการประเภทละครสั้น โดยนำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับบุคคลผู้อยู่ในภาวะยากลำบากที่ประสบอุบัติเหตุเป็นแบบอย่างที่ดี หรือบุคคลที่ได้รับรางวัลประชาบดี เพื่อเป็นแรงบันดาลใจให้แก่ผู้ที่อยู่ในภาวะยากลำบากและบุคคลทั่วไปให้สามารถกลับมาใช้ชีวิตอย่างปกติสุขและสร้างสิ่งดีๆ ให้กับสังคมมากยิ่งขึ้น

1.4 วัตถุประสงค์ของรายการ :

- (1) เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการผลิตเนื้อหารายการเชิงสร้างสรรค์ น่าสนใจ และมีคุณภาพเพื่อประโยชน์ต่อสาธารณะ ซึ่งผู้ผลิตรายการทั่วไปไม่สามารถดำเนินการได้หรือดำเนินการได้ยาก เพราะข้อจำกัดด้านต้นทุน หรือ รายได้จากการโฆษณา
- (2) เพื่อให้รายการเป็นช่องทางในการถ่ายทอดเรื่องราวของบุคคลผู้อยู่ในภาวะยากลำบากที่ประสบอุบัติเหตุเป็นแบบอย่างที่ดี เพื่อให้ประชาชนทั่วไป เด็กและเยาวชน ผู้สูงอายุ ผู้พิการ ผู้ด้อยโอกาสรวมถึงชาวต่างชาติที่พำนักในประเทศไทยสามารถนำสาระความรู้จากรายการไปพัฒนาคุณภาพชีวิตได้อย่างยั่งยืน
- (3) เพื่อสนับสนุนให้สถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัล มีรายการที่มีเนื้อหาเชิงสร้างสรรค์ มีคุณภาพนำเสนอต่อผู้ชม โดยที่ทางช่องไม่มีข้อจำกัดเรื่องภาระค่าใช้จ่ายในการผลิต

1.5 กลุ่มเป้าหมายของรายการ : กลุ่มประชาชนทั่วไป

1.6 เนื้อหารายการโดยสรุป : การนำเสนอเนื้อเรื่องเป็นละครชีวิตประวัติโดยย่อของกลุ่มบุคคลต้นแบบที่เป็นต้นแบบของการทำความดีและทำคุณประโยชน์ให้แก่ผู้อยู่ในภาวะยากลำบากจนได้รับรางวัลประชาบดี เพื่อให้ประชาชนทั่วไปในสังคมได้รับรู้ในวงกว้างและหันมาสร้างสิ่งที่ดีให้กับสังคมมากยิ่งขึ้น

1.7 ประโยชน์จากการเผยแพร่รายการ :

- 1) ประชาชนทั่วไปมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการดำเนินชีวิต โดยสามารถนำความรู้ที่ได้รับจากเนื้อหา รายการไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้
- 2) เพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของผู้ผลิตรายการและช่องรายการได้เกิดการพัฒนาศักยภาพในด้านการ ผลิตรายการเชิงสร้างสรรค์ เพื่อสังคมและสาธารณประโยชน์อย่างแท้จริง
- 3) ช่องรายการโทรทัศน์มีรายการที่มีความหลากหลายและมีคุณภาพมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งรายการ คนดีได้ฝันฟ้า ที่เป็นการถ่ายทอดเรื่องราวคุณงามความดีที่มีในสังคมให้เป็นที่ประจักษ์ในวงกว้าง
- 4) เป็นการสร้างแรงจูงใจในการสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์ให้กับผู้ผลิตรายการหรือสถานีโทรทัศน์ที่ ส่งเสริมการพัฒนาและการเรียนรู้ที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ โดยมุ่งหมายให้โครงการดังกล่าวเป็น โครงการต้นแบบสำหรับการผลิตรายการที่ให้ความรู้แก่ประชาชนทั่วไปในด้านการพัฒนาสังคมและ พัฒนาคูณภาพชีวิตของคนในสังคม ในกิจการกระจายเสียง โทรทัศน์ และโทรคมนาคม
- 5) สร้างทางเลือกที่หลากหลายในการรับชมรายการที่มีคุณภาพและสาระสำหรับประชาชน

1.8 ระยะเวลาการนำเสนอรายการ : 16 ตอน ความยาวตอนละ 10 นาที

1.9 ช่องทางการนำเสนอรายการ :

(1) ช่องทางสถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัลและช่วงเวลาออกอากาศ :

- ช่อง PPTV HD 36 ทุกวันศุกร์ เวลา 00.20 - 00.30 น. (เริ่มออกอากาศตั้งแต่วันที่ 2 ตุลาคม 2563 - วันที่ 15 มกราคม 2564)

(2) ช่องทางสื่อออนไลน์ :

- YouTube: Punfun Channel
- Facebook Fanpage: ปันฝันปันยิ้ม
- Instagram: punfunpunyim
- Application: PPTV HD36

2. ผลการผลิตรายการ

2.1 ตัวชี้วัดความสำเร็จ : ภาพรวมผลการดำเนินงานโดยเปรียบเทียบแผนและผลจากการดำเนินโครงการ

ตัวชี้วัดความสำเร็จ	แผน	ผล	สรุปผล
1. ระยะเวลาการดำเนินโครงการ ระยะเวลาที่ใช้ในการผลิตรายการ ตั้งแต่กระบวนการก่อนการผลิต ช่วงการผลิตรายการและหลังการ ผลิตรายการ	365 วัน / 12 เดือน	365 วัน / 12 เดือน	เป็นไปตามแผน

ตัวชี้วัดความสำเร็จ	แผน	ผล	สรุปผล
2. ผลการดำเนินงาน มีรายการเพื่อประโยชน์สาธารณะ จำนวน 1 รายการ รายการ "ประชาชนดีคนดีได้ผืนฟ้า" ความยาวตอนละ 10 นาที จำนวน 16 ตอน	จำนวน 16 ตอน ตอนละ 10 นาที	จำนวน 16 ตอน ตอนละ 10 นาที	เป็นไปตามแผน
3. การเผยแพร่รายการทางช่องทางสถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัลและช่องทางสื่อออนไลน์ มีการเผยแพร่รายการ “ประชาชนดีคนดีได้ผืนฟ้า” ทางสื่อโทรทัศน์ที่ให้บริการเป็นการทั่วไป (ทีวีดิจิทัล) และสื่ออินเทอร์เน็ตที่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย อาทิเช่น Line Youtube Facebook เป็นต้น	เผยแพร่รายการทางสื่อโทรทัศน์ที่ให้บริการเป็นการทั่วไป (ทีวีดิจิทัล) และสื่ออินเทอร์เน็ตที่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย	1) ช่อง PPTV HD 36 2) YouTube 3) Facebook 4) Instagram 5) Application	เป็นไปตามแผน
4. การบริการเพื่อส่งเสริมการเข้าถึงของคนพิการ มีบริการคำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption: CC) หรือล่ามภาษามือ (Sign Language Interpretation: SL) และบริการเสียงบรรยายภาพ (Audio Description: AD)	มี CC หรือล่ามภาษามือ SL และ AD	จัดทำคำบรรยายแทนเสียง (CC) สำหรับผู้พิการทางการได้ยิน และเสียงบรรยายภาพ (AD) สำหรับผู้พิการทางสายตา	เป็นไปตามแผน
5. สถิติการรับชมในแต่ละช่องทางที่เผยแพร่รายการ มีจำนวนการเข้ารับชมทางช่องโทรทัศน์ระบบดิจิทัล มีค่าเฉลี่ยเรตติ้งของรายการ ไม่น้อยกว่า 0.1 ตลอดระยะเวลาการออกอากาศ หรือจำนวนการเข้ารับชมสื่อออนไลน์รวมกันไม่น้อยกว่า 1,090,000 views	ค่าเฉลี่ยเรตติ้งของรายการ ไม่น้อยกว่า 0.1 หรือจำนวนการเข้ารับชมสื่อออนไลน์รวมกัน ไม่น้อยกว่า 1,090,000 views	1) ค่าเฉลี่ยเรตติ้งของรายการ 0.227 2) จำนวนการเข้ารับชมสื่อออนไลน์ 4,004 views	เป็นไปตามแผน

ตัวชี้วัดความสำเร็จ	แผน	ผล	สรุปผล
<p>6. การประเมินผลความพึงพอใจของผู้ชมรายการที่จัดทำโดยผู้ผลิตรายการ</p> <p>มีการประเมินผลความพึงพอใจของผู้ชม โดยระดับความพึงพอใจอย่างน้อยต้องอยู่ในระดับดีหรือน้อยกว่า 8 คะแนนจาก 10 คะแนน</p>	<p>ความพึงพอใจของผู้ชมกลุ่มเป้าหมาย ไม่น้อยกว่า 80%</p>	<p>ความพึงพอใจของผู้ชมจากการรับชมรายการ “ประชาธิปไตยคืนดีคืนฟ้า” ในภาพรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมาก โดยมีค่าเฉลี่ยคะแนนอยู่ที่ 4.05 จาก 5 คะแนน หรือ 81%</p>	<p>เป็นไปตามแผน</p>

หมายเหตุ: ข้อมูลจากเอกสารส่งมอบรายงานฉบับสมบูรณ์ โครงการ "รายการ ประชาบดีคืนดีคืนฟ้า"

2.2 การบริหารจัดการทรัพยากรบุคคล : ข้อมูลการจัดการบุคลากรในโครงการให้มีความเหมาะสมตามความเชี่ยวชาญ

รายการ ประชาบดีคืนดีคืนฟ้า มีการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลที่เหมาะสมตามความเชี่ยวชาญ โดยมีที่ปรึกษาโครงการที่เป็นคณะกรรมการมูลนิธิพระประชาบดีและคณะกรรมการส่งเสริมและพัฒนากิจการเพื่อสังคม ทั้งนี้ รายการยังประกอบด้วยหัวหน้าโครงการ ทีมงานฝ่ายผลิตรายการ และผู้ประสานงานโครงการที่ล้วนเป็นผู้ที่มีความเชี่ยวชาญในการผลิตรายการและมีความเข้าใจในเนื้อหาของรางวัลประชาบดีเป็นอย่างดี

2.3 ปัญหาอุปสรรคหรือข้อจำกัดในการดำเนินงาน

ปัญหาอุปสรรคในด้านความร่วมมือในการให้ข้อมูล โดยผู้ที่ได้รับรางวัลไม่สะดวกให้นำเสนอข้อมูลรายละเอียดชีวิตประวัติ หรือบางท่านไม่อนุญาตให้นำเสนอข้อมูลบางส่วน ซึ่งทำให้เกิดปัญหาในการนำเสนอความต่อเนื่องของเหตุการณ์ต่างๆ ในการเชื่อมโยงเรื่องราวประวัติความเป็นมาทั้งหมด นอกจากนี้ การสื่อหรือจำลองสถานการณ์ชีวิตของผู้ที่ได้รับรางวัลแต่ละบุคคล ต้องมีการลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลและสำรวจสภาพแวดล้อมในการถ่ายทำ ซึ่งทำให้สถานที่ในการถ่ายทำมีความแตกต่างกันและหลากหลาย จึงเกิดความล่าช้าในการถ่ายทำรายการอยู่บ้าง



14. รายการ ไทยสปิริต

1. ข้อมูลพื้นฐาน

1.1 ชื่อโครงการ : โครงการไทยสปิริต

1.2 ชื่อหน่วยงาน : บริษัท วิวไวด์ จำกัด

1.3 รูปแบบรายการ : รายการประเภทวาไรตี้ เชิงสารคดี

1.4 วัตถุประสงค์ของรายการ :

- (1) เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการผลิตเนื้อหารายการเชิงสร้างสรรค์ น่าสนใจ และมีคุณภาพเพื่อประโยชน์ต่อสาธารณะ ซึ่งผู้ผลิตรายการทั่วไปไม่สามารถดำเนินการได้หรือดำเนินการได้ยาก เพราะข้อจำกัดด้านต้นทุนหรือรายได้จากการโฆษณา
- (2) เพื่อให้รายการเป็นช่องทางในการสร้างองค์ความรู้ด้านต่างๆ อาทิเช่น ด้านการเทิดทูนสถาบันชาติ ศาสนาและด้านความมั่นคงของชาติ ด้านประวัติศาสตร์ ศิลปะ และวัฒนธรรม ด้านสังคม ด้านสุขภาพและคุณภาพชีวิต ด้านนวัตกรรมเทคโนโลยีกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อให้ประชาชนทั่วไป เด็กและเยาวชน ผู้สูงอายุ ผู้พิการ ผู้ด้อยโอกาสรวมถึงชาวต่างชาติที่พำนักในประเทศไทยสามารถนำสาระความรู้จากรายการไปพัฒนาคุณภาพชีวิตได้อย่างยั่งยืน
- (3) เพื่อสนับสนุนให้สถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัล มีรายการที่มีเนื้อหาเชิงสร้างสรรค์ มีคุณภาพนำเสนอต่อผู้ชมโดยที่ทางช่องไม่มีข้อจำกัดเรื่องภาระค่าใช้จ่ายในการผลิต

1.5 กลุ่มเป้าหมายของรายการ : กลุ่มประชาชนทั่วไป

1.6 เนื้อหารายการโดยสรุป : รายการวาไรตี้เชิงสารคดีที่นำเสนอความรู้ ความสนุก แรงบันดาลใจผ่านประวัติ เรื่องราวของบุคคลสำคัญของไทยที่มีชื่อเสียงในระดับประเทศและระดับโลกในวงการต่างๆ อาทิเช่น นักวิชาการ นักดนตรี ศิลปิน นักสร้างสรรค์ นักวิทยาศาสตร์ นักกีฬา ฯลฯ รวมถึงส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมไทย ควบคู่ไปกับการเดินทางไปในสถานที่ที่น่าสนใจในประเทศไทย

1.7 ประโยชน์จากการเผยแพร่รายการ :

- 1) ประชาชนทั่วไปมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ โดยสามารถนำความรู้ที่ได้รับจากเนื้อหา รายการไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้
- 2) เพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของผู้ผลิตรายการและช่องรายการ ได้เกิดการพัฒนาศักยภาพในด้านการ ผลิตรายการเชิงสร้างสรรค์ เพื่อสังคมและสาธารณประโยชน์
- 3) ช่องรายการโทรทัศน์มีรายการที่มีความหลากหลายและมีคุณภาพมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งรายการ ซึ่งส่งเสริมความรู้ด้านศิลปะ วัฒนธรรม สุขภาพและคุณภาพชีวิต โดยไม่ต้องจัดซื้อรายการมาจาก ต่างประเทศและยังสามารถแข่งขันกับต่างประเทศได้
- 4) เป็นการสร้างแรงจูงใจในการสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์ให้กับผู้ผลิตรายการหรือสถานีโทรทัศน์ที่ ส่งเสริมการพัฒนาและการเรียนรู้ที่ประโยชน์ต่อสาธารณะ โดยมุ่งหมายให้โครงการดังกล่าวเป็น โครงการต้นแบบสำหรับการผลิตรายการที่ให้ความรู้แก่ประชาชนทั่วไปในด้านประวัติศาสตร์ ศาสนา ศิลปะ วัฒนธรรม สุขภาพและคุณภาพชีวิต นวัตกรรมเทคโนโลยีต่างๆ ในกิจการกระจายเสียง โทรทัศน์ และโทรคมนาคม
- 5) สร้างทางเลือกในการรับชมรายการที่มีคุณภาพสำหรับประชาชน

1.8 ระยะเวลาการนำเสนอรายการ : 24 ตอน ความยาวตอนละ 25 นาที

1.9 ช่องทางการนำเสนอรายการ :

(1) ช่องทางสถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัลและช่วงเวลาออกอากาศ :

- ช่อง MCOT HD ช่อง 30 ทุกวันอังคาร เวลา 10.30-11.00 น. (เริ่มออกอากาศตั้งแต่วันที่ 3 พฤศจิกายน 2563 – 27 กรกฎาคม 2564)

(2) ช่องทางสื่อออนไลน์ :

- YouTube: Thaispirit
- Facebook Fanpage: Thaispirit
- TikTok: Thaispirit

2. ผลการผลิตรายการ

2.1 ตัวชี้วัดความสำเร็จ : ภาพรวมผลการดำเนินงานโดยเปรียบเทียบแผนและผลจากการดำเนินโครงการ

ตัวชี้วัดความสำเร็จ	แผน	ผล	สรุปผล
1. ระยะเวลาการดำเนินโครงการ ระยะเวลาที่ใช้ในการผลิตรายการ ตั้งแต่กระบวนการก่อนการผลิต ช่วงการผลิตรายการและหลังการ ผลิตรายการ	365 วัน / 12 เดือน	มีการขอขยายเวลาส่ง มอบงานออกไป 3 เดือน เนื่องจากไม่ สามารถผลิตรายการ ในช่วงสถานการณ์ COVID-19	ไม่เป็นไปตามแผน เนื่องจากได้รับ ผลกระทบจาก สถานการณ์ COVID-19

ตัวชี้วัดความสำเร็จ	แผน	ผล	สรุปผล
<p>2. ผลการดำเนินงาน มีรายการเพื่อประโยชน์สาธารณะ จำนวน 1 รายการ รายการ “ไทยสปิริต” ความยาวตอนละ 25 นาที จำนวน 24 ตอน</p>	จำนวน 24 ตอน ตอนละ 25 นาที	จำนวน 24 ตอน ตอนละ 25 นาที	เป็นไปตามแผน
<p>3. การเผยแพร่รายการทางช่องทางสถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัลและช่องทางสื่อออนไลน์ มีการเผยแพร่รายการ “ไทยสปิริต” ทางสื่อโทรทัศน์ที่ให้บริการเป็นการทั่วไป (ทีวีดิจิทัล) และสื่ออินเทอร์เน็ตที่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย อาทิเช่น YouTube Facebook เป็นต้น</p>	เผยแพร่รายการทางสื่อโทรทัศน์ที่ให้บริการเป็นการทั่วไป (ทีวีดิจิทัล) และสื่ออินเทอร์เน็ตที่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย	1) ช่อง MCOT HD ช่อง 30 2) YouTube 3) Facebook 4) TikTok	เป็นไปตามแผน
<p>4. การบริการเพื่อส่งเสริมการเข้าถึงของคนพิการ มีบริการคำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption: CC) หรือล่ามภาษามือ (Sign Language Interpretation: SL) และบริการเสียงบรรยายภาพ (Audio Description: AD)</p>	มี CC หรือล่ามภาษามือ SL และ AD	จัดทำคำบรรยายแทนเสียง (CC) สำหรับผู้พิการทางการได้ยิน และเสียงบรรยายภาพ (AD) สำหรับผู้พิการทางสายตา	เป็นไปตามแผน
<p>5. สถิติการรับชมในแต่ละช่องทางที่เผยแพร่รายการ มีจำนวนการเข้ารับชมทางช่องโทรทัศน์ระบบดิจิทัล มีค่าเฉลี่ยเรตติ้งของรายการ ไม่น้อยกว่า 0.1 ตลอดระยะเวลาการออกอากาศ หรือจำนวนการเข้ารับชมสื่อออนไลน์รวมกันไม่น้อยกว่า 2,007,000 views</p>	ค่าเฉลี่ยเรตติ้งของรายการ ไม่น้อยกว่า 0.1 หรือจำนวนการเข้ารับชมสื่อออนไลน์รวมกัน ไม่น้อยกว่า 2,007,000 views	1) ค่าเฉลี่ยเรตติ้งของรายการ 0.125 2) จำนวนการเข้ารับชมสื่อออนไลน์ 521,269 views	เป็นไปตามแผน

ตัวชี้วัดความสำเร็จ	แผน	ผล	สรุปผล
6. การประเมินผลความพึงพอใจของผู้ชมรายการที่จัดทำโดยผู้ผลิตรายการ มีการประเมินผลความพึงพอใจของผู้ชม โดยระดับความพึงพอใจอย่างน้อยต้องอยู่ในระดับดีหรือไม่น้อยกว่า 8 คะแนนจาก 10 คะแนน	ความพึงพอใจของผู้ชมกลุ่มเป้าหมาย ไม่น้อยกว่า 80%	ความพึงพอใจของผู้ชมจากการรับชมรายการ “ไทยสปิริต” ในภาพรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมาก โดยมีค่าเฉลี่ยทุกด้านอยู่ที่ 82.9%	เป็นไปตามแผน

หมายเหตุ: ข้อมูลจากเอกสารส่งมอบรายงานฉบับสมบูรณ์ โครงการ "รายการ ไทยสปิริต"

2.2 การบริหารจัดการทรัพยากรบุคคล : ข้อมูลการจัดการบุคลากรในโครงการให้มีความเหมาะสมตามความเชี่ยวชาญ

รายการ ไทยสปิริต มีการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลที่เหมาะสมตามความเชี่ยวชาญ โดยหัวหน้าโครงการ ผู้กำกับเนื้อหา และที่ปรึกษาโครงการล้วนเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ มีความรู้และความเชี่ยวชาญทั้งในด้านเนื้อหาและการผลิต นอกจากนี้ รายการยังได้มีการวางแผนและแบ่งการทำงานให้กับทีมงานที่รับผิดชอบในแต่ละส่วนตามเนื้องานและกิจกรรมโครงการ

2.3 ปัญหาอุปสรรคหรือข้อจำกัดในการดำเนินงาน

- สถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 ส่งผลให้ไม่สามารถผลิตรายการได้ 2 เดือน (ม.ค.-ก.พ. 2564) และต้องหยุดการออกอากาศในช่วงเดือน ก.พ. – เม.ย. 2564 ทำให้ทีมงานต้องขอขยายเวลาส่งมอบงานออกไป 3 เดือน
- การจ่ายเงินจากกองทุนฯ ค่อนข้างล่าช้า โดยเฉพาะในงวดแรกที่ผู้ผลิตรายงานส่งมอบงานไปแล้วในเดือน มิ.ย. 2563 แต่ได้รับเงินในเดือน ธ.ค. 2563
- ภาระค่าใช้จ่ายในการดำเนินการเพิ่มเติมสำหรับการประชาสัมพันธ์รายการในช่องทางออนไลน์ เพื่อให้มีจำนวนผู้รับชมรายการมากขึ้น เนื่องจากคณะกรรมการตรวจรับได้มีข้อเสนอแนะให้เพิ่มตัวชี้วัดเรื่องยอดวิวทางออนไลน์ ซึ่งไม่ได้อยู่ในเงื่อนไขของการขอรับทุนสนับสนุนตั้งแต่ต้น



15. รายการ สุภาพชน คำ ปัง ปัง (คำดั่งอินเทรนด์)

1. ข้อมูลพื้นฐาน

1.1 ชื่อโครงการ : โครงการสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์ "สุภาพชน คำ ปัง ปัง" (คำดั่ง อินเทรนด์)

1.2 ชื่อหน่วยงาน : บริษัท เซเท่น กราฟฟิก แอนด์ มีเดีย จำกัด

1.3 รูปแบบรายการ : รายการประเภท Edutainment

1.4 วัตถุประสงค์ของรายการ :

- (1) เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการผลิตเนื้อหารายการเชิงสร้างสรรค์ น่าสนใจ และมีคุณภาพเพื่อประโยชน์ต่อสาธารณะ ซึ่งผู้ผลิตรายการทั่วไปไม่สามารถดำเนินการได้หรือดำเนินการได้ยาก เพราะข้อจำกัดด้านต้นทุนหรือรายได้จากการโฆษณา
- (2) เพื่อให้รายการเป็นช่องทางในการสร้างองค์ความรู้ด้านวิวัฒนาการของภาษาไทย ในแต่ละยุคสมัย และคงคุณค่าทางวัฒนธรรมภาษาไทย จากคนรุ่นเก่าสู่คนรุ่นใหม่ เพื่อให้ประชาชนทั่วไป เด็กและเยาวชน ผู้สูงอายุ ผู้พิการ ผู้ด้อยโอกาสรวมถึงชาวต่างชาติที่พำนักในประเทศไทยสามารถนำสาระความรู้จากรายการไปพัฒนาคุณภาพชีวิตได้อย่างยั่งยืน
- (3) เพื่อสนับสนุนให้สถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัล มีรายการที่มีเนื้อหาเชิงสร้างสรรค์ มีคุณภาพนำเสนอต่อผู้ชมโดยที่ทางช่องไม่มีข้อจำกัดเรื่องภาระค่าใช้จ่ายในการผลิต

1.5 กลุ่มเป้าหมายของรายการ : แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

- 1) เยาวชนคนรุ่นใหม่ หรือ Gen Z ซึ่งถือเป็นผู้สืบทอดวัฒนธรรมทางภาษาต่อไป
- 2) วัยทำงานตอนต้น หรือ Gen Y คือผู้สานต่อส่งผ่านวัฒนธรรมสู่คนรุ่นใหม่
- 3) คนวัยทำงานตอนกลาง - ตอนปลาย หรือ Gen X ถือเป็นผู้สืบทอดวัฒนธรรมภาษาดั้งเดิม

1.6 เนื้อหารายการโดยสรุป : รายการที่หยิบยกคำดั่งอินเทรนด์ในกระแส มาเทียบเคียงกับสุภาพชน สำนวนไทย เพื่อให้ไม่ลืมหูลืมตาของภาษาไทย เข้าใจวิวัฒนาการของภาษา และทำให้คนรุ่นเก่าและรุ่นใหม่เข้าใจกัน โดยนำเสนอวิวัฒนาการของภาษาไทยผ่านการอธิบายด้วยการ insert ภาพประกอบ และการทำกราฟฟิก ใส่ชาตต์เอฟเฟ็ค มีการสัมภาษณ์กลุ่มวัยรุ่น (Vox POP) ถึงความหมายของคำที่นำมาใช้แต่ละตอน ซึ่งคำที่นำเสนอจะพิจารณาจากคำที่อยู่ในกระแส แชนแนล หรือเป็นที่นิยมพูดอยู่ในขณะนั้น นำมาเปรียบเทียบกับความหมายกับสำนวน สุภาพชน คำพังเพยไทยที่ใช้กันมาในอดีต โดยมีอาจารย์ผู้เชี่ยวชาญด้านภาษาไทย เป็นผู้อธิบายให้เข้าใจง่าย ร่วมกับพิธีกรตัวแทนของคนรุ่นใหม่

1.7 ประโยชน์จากการเผยแพร่รายการ :

- 1) ประชาชนทั่วไปมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ โดยสามารถนำความรู้ที่ได้รับจากเนื้อหา รายการไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้
- 2) เพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของผู้ผลิตรายการและช่องรายการ ได้เกิดการพัฒนาศักยภาพในด้านการ ผลิตรายการเชิงสร้างสรรค์ เพื่อสังคมและสาธารณประโยชน์
- 3) ช่องรายการโทรทัศน์มีรายการที่มีความหลากหลายและมีคุณภาพมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งรายการ ซึ่งส่งเสริมความรู้ด้านศิลปะ วัฒนธรรม สุขภาพและคุณภาพชีวิต โดยไม่ต้องจัดซื้อรายการมาจาก ต่างประเทศและยังสามารถแข่งขันกับต่างประเทศได้
- 4) เป็นการสร้างแรงจูงใจในการสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์ให้กับผู้ผลิตรายการหรือสถานีโทรทัศน์ที่ ส่งเสริมการพัฒนาและการเรียนรู้ที่ประโยชน์ต่อสาธารณะ โดยมุ่งหมายให้โครงการดังกล่าวเป็น โครงการต้นแบบสำหรับการผลิตรายการที่ให้ความรู้แก่ประชาชนทั่วไปในด้านประวัติศาสตร์ ศาสนา ศิลปะ วัฒนธรรม สุขภาพและคุณภาพชีวิต นวัตกรรมเทคโนโลยีต่างๆ ในกิจการกระจายเสียง โทรทัศน์ และโทรคมนาคม
- 5) สร้างทางเลือกในการรับชมรายการที่มีคุณภาพสำหรับประชาชน

1.8 ระยะเวลาการนำเสนอรายการ : 24 ตอน ความยาวตอนละ 5 นาที

1.9 ช่องทางการนำเสนอรายการ :

(1) ช่องทางสถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัลและช่วงเวลาออกอากาศ :

- ช่อง PPTV HD ช่อง 36 ทุกวันเสาร์-อาทิตย์ เวลา 08.00-08.05 น. (เริ่มออกอากาศตั้งแต่ววันที่ 24 ตุลาคม 2563 – 10 มกราคม 2564)

(2) ช่องทางสื่อออนไลน์ :

- YouTube: Supasid Intrend
- Facebook Fanpage: สุภาจิต คำ ปัง ปัง - คำดั่งอินเทรนด์

2. ผลการผลิตรายการ

2.1 ตัวชี้วัดความสำเร็จ : ภาพรวมผลการดำเนินงานโดยเปรียบเทียบแผนและผลจากการดำเนินโครงการ

ตัวชี้วัดความสำเร็จ	แผน	ผล	สรุปผล
1. ระยะเวลาการดำเนินโครงการ ระยะเวลาที่ใช้ในการผลิตรายการ ตั้งแต่กระบวนการก่อนการผลิต ช่วงการผลิตรายการและหลังการ ผลิตรายการ	365 วัน / 12 เดือน	365 วัน / 12 เดือน	เป็นไปตามแผน

ตัวชี้วัดความสำเร็จ	แผน	ผล	สรุปผล
<p>2. ผลการดำเนินงาน มีรายการเพื่อประโยชน์สาธารณะ จำนวน 1 รายการ รายการ “สุภาพิต คำ ปัง ปัง” (คำดั่งอินเทอร์เน็ต) ความยาวตอนละ 5 นาที จำนวน 24 ตอน</p>	จำนวน 24 ตอน ตอนละ 5 นาที	จำนวน 24 ตอน ตอนละ 5 นาที	เป็นไปตามแผน
<p>3. การเผยแพร่รายการทางช่องทางสถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัลและช่องทางสื่อออนไลน์ มีการเผยแพร่รายการ “สุภาพิต คำ ปัง ปัง” (คำดั่งอินเทอร์เน็ต) ทางสื่อโทรทัศน์ที่ให้บริการเป็นการทั่วไป (ทีวีดิจิทัล) และสื่ออินเทอร์เน็ตที่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย อาทิ Line, YouTube, Facebook เป็นต้น</p>	เผยแพร่รายการทางสื่อโทรทัศน์ที่ให้บริการเป็นการทั่วไป (ทีวีดิจิทัล) และสื่ออินเทอร์เน็ตที่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย	1) PPTV HD ช่อง 36 2) YouTube 3) Facebook	เป็นไปตามแผน
<p>4. การบริการเพื่อส่งเสริมการเข้าถึงของคนพิการ มีบริการคำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption: CC) หรือล่ามภาษามือ (Sign Language Interpretation: SL) และบริการเสียงบรรยายภาพ (Audio Description: AD)</p>	มี CC หรือล่ามภาษามือ SL และ AD	จัดทำคำบรรยายแทนเสียง (CC) สำหรับผู้พิการทางการได้ยิน และเสียงบรรยายภาพ (AD) สำหรับผู้พิการทางสายตา	เป็นไปตามแผน
<p>5. สถิติการรับชมในแต่ละช่องทางที่เผยแพร่รายการ มีจำนวนการเข้ารับชมทางช่องทางโทรทัศน์ระบบดิจิทัล มีค่าเฉลี่ยเรตติ้งของรายการ ไม่น้อยกว่า 0.1 ตลอดระยะเวลาการออกอากาศ หรือจำนวนการเข้ารับชมสื่อออนไลน์รวมกันไม่น้อยกว่า 1,072,000 views</p>	ค่าเฉลี่ยเรตติ้งของรายการ ไม่น้อยกว่า 0.1 หรือจำนวนการเข้ารับชมสื่อออนไลน์รวมกันไม่น้อยกว่า 1,072,000 views	1) ค่าเฉลี่ยเรตติ้งของรายการ 0.145 2) จำนวนการเข้ารับชมสื่อออนไลน์ 665,023 views	เป็นไปตามแผน

ตัวชี้วัดความสำเร็จ	แผน	ผล	สรุปผล
6. การประเมินผลความพึงพอใจของผู้ชมรายการที่จัดทำโดยผู้ผลิตรายการ มีการประเมินผลความพึงพอใจของผู้ชม โดยระดับความพึงพอใจอย่างน้อยต้องอยู่ในระดับดีหรือไม่ต่ำกว่า 8 คะแนนจาก 10 คะแนน	ความพึงพอใจของผู้ชมกลุ่มเป้าหมายไม่น้อยกว่า 80%	ความพึงพอใจของผู้ชมจากการรับชมรายการ “สุภาชิต คำ ปัง ปัง” (คำดั่งอินทเรนต์) ในภาพรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยทุกด้านอยู่ที่ 4.53 จาก 5 คะแนนหรือ 90.6%	เป็นไปตามแผน

หมายเหตุ: ข้อมูลจากเอกสารส่งมอบรายงานฉบับสมบูรณ์ โครงการ "สุภาชิต คำ ปัง ปัง (คำดั่งอินทเรนต์)"

2.2 การบริหารจัดการทรัพยากรบุคคล : ข้อมูลการจัดการบุคลากรในโครงการให้มีความเหมาะสมตามความเชี่ยวชาญ

รายการ สุภาชิตคำ ปัง ปัง มีการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลที่เหมาะสมตามความเชี่ยวชาญ โดยมีที่ปรึกษาโครงการเป็นศิลปินแห่งชาติและเป็นผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความรู้และความเชี่ยวชาญในด้านภาษาไทย เพื่อให้คำแนะนำในการพัฒนาเนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอรายการ รวมทั้งยังมีผู้ดำเนินรายการเป็นอาจารย์ผู้เชี่ยวชาญในการสอนภาษาไทยในสถาบันการศึกษาที่มีชื่อเสียง ซึ่งช่วยสร้างความน่าเชื่อถือในการนำเสนอรายการ นอกจากนี้ รายการยังประกอบด้วยหัวหน้าโครงการ ทีมงานฝ่ายผลิตรายการ และผู้ประสานงานโครงการที่เป็นผู้มีประสบการณ์ในการผลิตรายการมาอย่างยาวนาน จึงทำให้ดำเนินการผลิตรายการแล้วเสร็จได้ตามแผน

2.3 ปัญหาอุปสรรคหรือข้อจำกัดในการดำเนินงาน

- สถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 และสภาพอากาศในช่วงฤดูฝนส่งผลให้ต้องใช้เวลาในการถ่ายทำรายการนานขึ้น
- การจ่ายเงินจากกองทุนฯ ค่อนข้างล่าช้าเป็นระยะเวลา 1-2 เดือน ทำให้ผู้ผลิตรายการต้องสำรองเงินล่วงหน้าสำหรับใช้ในการถ่ายทำรายการ



16. รายการ Young@Heart Show: Celeb Talk

1. ข้อมูลพื้นฐาน

1.1 ชื่อโครงการ : โครงการ Young@Heart Show: Celeb Talk

1.2 ชื่อหน่วยงาน : บริษัท เดียร์ จำกัด

1.3 รูปแบบรายการ : รายการประเภท Talk Show

1.4 วัตถุประสงค์ของรายการ :

- (1) เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการผลิตเนื้อหารายการเชิงสร้างสรรค์ น่าสนใจ และมีคุณภาพ เพื่อประโยชน์ต่อสาธารณะ ซึ่งผู้ผลิตรายการทั่วไปไม่สามารถดำเนินการได้หรือดำเนินการได้ยาก เพราะข้อจำกัดด้านต้นทุนหรือรายได้จากการโฆษณา
- (2) เพื่อให้รายการเป็นช่องทางในการสร้างองค์ความรู้ด้านสุขภาพและคุณภาพชีวิต เพื่อให้ประชาชนทั่วไป เด็กและเยาวชน ผู้สูงอายุ ผู้พิการ ผู้ด้อยโอกาสรวมถึงชาวต่างชาติที่พำนักในประเทศไทย สามารถนำสาระความรู้จากรายการไปพัฒนาคุณภาพชีวิตได้อย่างยั่งยืน
- (3) เพื่อสนับสนุนให้สถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัล มีรายการที่มีเนื้อหาเชิงสร้างสรรค์ มีคุณภาพนำเสนอต่อผู้ชมโดยที่ทางช่องไม่มีข้อจำกัดเรื่องภาระค่าใช้จ่ายในการผลิต

1.5 กลุ่มเป้าหมายของรายการ : กลุ่มประชาชนทั่วไป

1.6 เนื้อหารายการโดยสรุป : รายการทอล์คโชว์ โดยสัมภาษณ์แขกรับเชิญที่เป็นดารานักแสดงเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพ เคล็ดลับในการใช้ชีวิต ข้อคิดต่างๆ จากการใช้ชีวิตของผู้ให้สัมภาษณ์แต่ละท่าน โดยแบ่งแขกรับเชิญเป็น 2 กลุ่ม คือ

- 1) กลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์ที่เป็นบุคคลที่มีชื่อเสียงและได้รับความนิยมจากสังคมที่มีการดูแลสุขภาพของตัวเองอย่างสม่ำเสมอ มาพูดคุยและแบ่งปันประสบการณ์และสร้างแรงบันดาลใจที่ดีให้แก่ผู้ชมเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพ
- 2) กลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์ที่เป็นบุคคลที่มีชื่อเสียงและได้รับความนิยมจากสังคมที่ไม่ดูแลสุขภาพของตัวเองเท่าที่ควรในอดีต เป็นข้อควรระวังในการใช้ชีวิตและให้ข้อคิดที่ดีแก่ผู้ชม

1.7 ประโยชน์จากการเผยแพร่รายการ :

- 1) ประชาชนทั่วไปมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ โดยสามารถนำความรู้ที่ได้รับจากเนื้อหา รายการไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้
- 2) เพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของผู้ผลิตรายการและช่องรายการ ได้เกิดการพัฒนาศักยภาพในด้าน การผลิตรายการเชิงสร้างสรรค์ เพื่อสังคมและสาธารณประโยชน์
- 3) ช่องรายการโทรทัศน์มีรายการที่มีความหลากหลายและมีคุณภาพมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งรายการ ซึ่งส่งเสริมความรู้ด้านศิลปะ วัฒนธรรม สุขภาพและคุณภาพชีวิต โดยไม่ต้องจัดซื้อรายการมาจาก ต่างประเทศและยังสามารถแข่งขันกับต่างประเทศได้
- 4) เป็นการสร้างแรงจูงใจในการสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์ให้กับผู้ผลิตรายการหรือสถานีโทรทัศน์ที่ ส่งเสริมการพัฒนาและการเรียนรู้ที่ประโยชน์ต่อสาธารณะ โดยมุ่งหมายให้โครงการดังกล่าวเป็น โครงการต้นแบบสำหรับการผลิตรายการที่ให้ความรู้แก่ประชาชนทั่วไปในด้านประวัติศาสตร์ ศาสนา ศิลปะ วัฒนธรรม สุขภาพและคุณภาพชีวิต นวัตกรรมเทคโนโลยีต่างๆ ในกิจการกระจายเสียง โทรทัศน์ และโทรคมนาคม
- 5) สร้างทางเลือกในการรับชมรายการที่มีคุณภาพสำหรับประชาชน

1.8 ระยะเวลาการนำเสนอรายการ : 20 ตอน ความยาวตอนละ 5 นาที

1.9 ช่องทางการนำเสนอรายการ :

(1) ช่องทางสถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัลและช่วงเวลาออกอากาศ :

- ช่อง 3 HD ช่อง 33 ทุกวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 03.18 - 03.23 น. (เริ่มออกอากาศตั้งแต่วันที่ 1 กันยายน 2563 – 28 กันยายน 2563)

(2) ช่องทางสื่อออนไลน์ :

- YouTube: Young at Heart Show
- Facebook Fanpage: Young at Heart Show

2. ผลการผลิตรายการ

2.1 ตัวชี้วัดความสำเร็จ : ภาพรวมผลการดำเนินงานโดยเปรียบเทียบแผนและผลจากการดำเนินโครงการ

ตัวชี้วัดความสำเร็จ	แผน	ผล	สรุปผล
1. ระยะเวลาการดำเนินโครงการ ระยะเวลาที่ใช้ในการผลิตรายการ ตั้งแต่กระบวนการก่อนการผลิต ช่วงการผลิตรายการและหลังการ ผลิตรายการ	365 วัน / 12 เดือน	365 วัน / 12 เดือน	เป็นไปตามแผน

ตัวชี้วัดความสำเร็จ	แผน	ผล	สรุปผล
2. ผลการดำเนินงาน มีรายการเพื่อประโยชน์สาธารณะ จำนวน 1 รายการ รายการ “ Young@Heart Show: Celeb Talk” ความยาวตอนละ 5 นาที จำนวน 20 ตอน	จำนวน 20 ตอน ตอนละ 5 นาที	จำนวน 20 ตอน ตอนละ 5 นาที	เป็นไปตามแผน
3. การเผยแพร่รายการทางช่องทางสถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัลและช่องทางสื่อออนไลน์ มีการเผยแพร่รายการ “ Young@Heart Show: Celeb Talk” ทางสื่อโทรทัศน์ที่ให้บริการเป็นการทั่วไป (ทีวีดิจิทัล) และสื่ออินเทอร์เน็ตที่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย อาทิเช่น YouTube Facebook เป็นต้น	เผยแพร่รายการทางสื่อโทรทัศน์ที่ให้บริการเป็นการทั่วไป (ทีวีดิจิทัล) และสื่ออินเทอร์เน็ตที่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย	1) 3 HD ช่อง 33 2) YouTube 3) Facebook	เป็นไปตามแผน
4. การบริการเพื่อส่งเสริมการเข้าถึงของคนพิการ มีบริการคำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption: CC) หรือล่ามภาษามือ (Sign Language Interpretation: SL) และบริการเสียงบรรยายภาพ (Audio Description: AD)	มี CC หรือล่ามภาษามือ SL และ AD	จัดทำคำบรรยายแทนเสียง (CC) สำหรับผู้พิการทางการได้ยิน และเสียงบรรยายภาพ (AD) สำหรับผู้พิการทางสายตา	เป็นไปตามแผน
5. สถิติการรับชมในแต่ละช่องทางที่เผยแพร่รายการ มีจำนวนการเข้ารับชมทางช่องทางโทรทัศน์ระบบดิจิทัล มีค่าเฉลี่ยเรตติ้งของรายการ ไม่น้อยกว่า 0.1 ตลอดระยะเวลาการออกอากาศ หรือจำนวนการเข้ารับชมสื่อออนไลน์รวมกันไม่น้อยกว่า 1,446,000 views	ค่าเฉลี่ยเรตติ้งของรายการ ไม่น้อยกว่า 0.1 หรือจำนวนการเข้ารับชมสื่อออนไลน์รวมกัน ไม่น้อยกว่า 1,446,000 views	1) ค่าเฉลี่ยเรตติ้งของรายการ 0.542 2) จำนวนการเข้ารับชมสื่อออนไลน์ 1,285,718 views	เป็นไปตามแผน

ตัวชี้วัดความสำเร็จ	แผน	ผล	สรุปผล
<p>6. การประเมินผลความพึงพอใจของผู้ชมรายการที่จัดทำโดยผู้ผลิตรายการ</p> <p>มีการประเมินผลความพึงพอใจของผู้ชม โดยระดับความพึงพอใจอย่างน้อยต้องอยู่ในระดับดีหรือไม่น้อยกว่า 8 คะแนนจาก 10 คะแนน</p>	<p>ความพึงพอใจของผู้ชมกลุ่มเป้าหมาย ไม่น้อยกว่า 80%</p>	<p>ความพึงพอใจของผู้ชมจากการรับชมรายการ</p> <p>“Young@Heart Show: Celeb Talk”</p> <p>ในภาพรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยทุกด้านอยู่ที่ 4.48 จาก 5 คะแนน หรือ 89.6%</p>	<p>เป็นไปตามแผน</p>

หมายเหตุ: ข้อมูลจากเอกสารส่งมอบรายงานฉบับสมบูรณ์ โครงการ "Young@Heart Show: Celeb Talk"

2.2 การบริหารจัดการทรัพยากรบุคคล : ข้อมูลการจัดการบุคลากรในโครงการให้มีความเหมาะสมตามความเชี่ยวชาญ

รายการ Young @ Heart Show: Celeb Talk มีการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลที่เหมาะสมตามความเชี่ยวชาญ โดยมีที่ปรึกษาโครงการเป็นแพทย์ที่มีประสบการณ์ ความรู้และความเชี่ยวชาญในด้านเนื้อหาที่นำเสนอ รวมถึงผู้ร่วมดำเนินรายการยังเป็นผู้ที่มีชื่อเสียงและมีประสบการณ์โดยตรงจากการดูแลรักษาสุขภาพ ซึ่งช่วยให้รายการมีความน่าสนใจ เป็นประโยชน์กับผู้ชมรายการที่จะได้สาระความรู้ด้านการดูแลรักษาสุขภาพ และสอดคล้องกับเทรนด์ของโลกยุคปัจจุบันที่คนหันมาใส่ใจเรื่องสุขภาพร่างกายมากขึ้น นอกจากนี้ ทีมงานในการผลิตรายการเป็นผู้มีประสบการณ์และมีความรู้ความสามารถ จึงทำให้ดำเนินการผลิตรายการแล้วเสร็จได้ตามแผน

2.3 ปัญหาอุปสรรคหรือข้อจำกัดในการดำเนินงาน

- สถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ส่งผลกระทบต่อการนัดหมายแขกรับเชิญเพื่อมาถ่ายทำรายการในช่วงที่มีประกาศ Lockdown แต่ผู้ผลิตรายการสามารถดำเนินการให้เป็นไปตามแผนได้
- ปัญหาในช่วงเปลี่ยนผ่านช่องการออกอากาศเดิมจากช่อง 3 Family เป็นช่อง 3 HD ต้องมีการปรับผังรายการใหม่
- การจ่ายเงินของกองทุนฯ ค่อนข้างล่าช้า ซึ่งส่งผลให้ผู้ผลิตรายการต้องรับภาระค่าใช้จ่ายในการดำเนินการบางส่วนไปก่อนและสำรองเงินล่วงหน้าสำหรับการถ่ายทำรายการ



17. รายการ เจาะสายแทงชุมชน

1. ข้อมูลพื้นฐาน

1.1 ชื่อโครงการ : โครงการเศรษฐกิจชุมชน: รายการเจาะสายแทงชุมชน

1.2 ชื่อหน่วยงาน : บริษัท 236 โปรดักชั่น จำกัด

1.3 รูปแบบรายการ : รายการประเภทสารคดี

1.4 วัตถุประสงค์ของรายการ :

- (1) เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการผลิตเนื้อหารายการเชิงสร้างสรรค์ น่าสนใจ และมีคุณภาพ เพื่อประโยชน์ต่อสาธารณะ ซึ่งผู้ผลิตรายการทั่วไปไม่สามารถดำเนินการได้หรือดำเนินการได้ยาก เพราะข้อจำกัดด้านต้นทุนหรือรายได้จากการโฆษณา
- (2) เพื่อให้รายการเป็นช่องทางในการสร้างองค์ความรู้ด้านสุขภาพและคุณภาพชีวิต เพื่อให้ประชาชนทั่วไป เด็กและเยาวชน ผู้สูงอายุ ผู้พิการ ผู้ด้อยโอกาสรวมถึงชาวต่างชาติที่พำนักในประเทศไทย สามารถนำสาระความรู้จากรายการไปพัฒนาคุณภาพชีวิตได้อย่างยั่งยืน
- (3) เพื่อสนับสนุนให้สถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัล มีรายการที่มีเนื้อหาเชิงสร้างสรรค์ มีคุณภาพนำเสนอต่อผู้ชมโดยที่ทางช่องไม่มีข้อจำกัดเรื่องภาระค่าใช้จ่ายในการผลิต

1.5 กลุ่มเป้าหมายของรายการ : กลุ่มประชาชนทั่วไป

1.6 เนื้อหารายการโดยสรุป : รายการประเภทสารคดี โดยนำเสนอรายการเพื่อประชาสัมพันธ์วิสาหกิจชุมชนที่สามารถเป็นตัวอย่างหรือเป็นต้นแบบให้กับวิสาหกิจชุมชนอื่นๆ ที่เจาะลึกให้เห็นถึงการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนที่ดี การกำหนดทิศทางและเป้าหมาย ความรับผิดชอบต่อชุมชน การจัดทำแผนงาน การบริหารตลาด การจัดการความรู้และข้อมูลข่าวสาร การบริหารสมาชิก กระบวนการจัดการสินค้าและบริการ เพื่อให้ได้มาซึ่งผลลัพธ์ในการดำเนินการและคุณภาพของสินค้าและบริการที่ดี ส่งผลให้มีศักยภาพในการเติบโตอย่างยั่งยืนต่อไป

1.7 ประโยชน์จากการเผยแพร่รายการ :

- 1) ประชาชนทั่วไปมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ โดยสามารถนำความรู้ที่ได้รับจากเนื้อหา รายการไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้
- 2) เพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของผู้ผลิตรายการและช่องรายการ ได้เกิดการพัฒนาศักยภาพในด้าน การผลิตรายการเชิงสร้างสรรค์ เพื่อสังคมและสาธารณประโยชน์
- 3) ช่องรายการโทรทัศน์มีรายการที่มีความหลากหลายและมีคุณภาพมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งรายการ ซึ่งส่งเสริมความรู้ด้านศิลปะ วัฒนธรรม สุขภาพและคุณภาพชีวิต โดยไม่ต้องจัดซื้อรายการมาจาก ต่างประเทศและยังสามารถแข่งขันกับต่างประเทศได้
- 4) เป็นการสร้างแรงจูงใจในการสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์ให้กับผู้ผลิตรายการหรือสถานีโทรทัศน์ที่ ส่งเสริมการพัฒนาและการเรียนรู้ที่ประโยชน์ต่อสาธารณะ โดยมุ่งหมายให้โครงการดังกล่าวเป็น โครงการต้นแบบสำหรับการผลิตรายการที่ให้ความรู้แก่ประชาชนทั่วไปในด้านประวัติศาสตร์ ศาสนา ศิลปะ วัฒนธรรม สุขภาพและคุณภาพชีวิต นวัตกรรมเทคโนโลยีต่างๆ ในกิจการกระจายเสียง โทรทัศน์ และโทรคมนาคม
- 5) สร้างทางเลือกในการรับชมรายการที่มีคุณภาพสำหรับประชาชน

1.8 ระยะเวลาการนำเสนอรายการ : 20 ตอน ความยาวตอนละ 5 นาที

1.9 ช่องทางการนำเสนอรายการ :

(1) ช่องทางสถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัลและช่วงเวลาออกอากาศ :

- ช่อง 3 HD ช่อง 33 ทุกวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 02.08 - 02.18 น. (เริ่มออกอากาศตั้งแต่วันที่ 14 กันยายน 2563 – 9 ตุลาคม 2563)

(2) ช่องทางสื่อออนไลน์ :

- YouTube: BTimes by MisterBan
- Facebook Fanpage: BTimes

2. ผลการผลิตรายการ

2.1 ตัวชี้วัดความสำเร็จ : ภาพรวมผลการดำเนินงานโดยเปรียบเทียบแผนและผลจากการดำเนินโครงการ

ตัวชี้วัดความสำเร็จ	แผน	ผล	สรุปผล
1. ระยะเวลาการดำเนินโครงการ ระยะเวลาที่ใช้ในการผลิตรายการ ตั้งแต่กระบวนการก่อนการผลิต ช่วงการผลิตรายการและหลังการ ผลิตรายการ	365 วัน / 12 เดือน	365 วัน / 12 เดือน	เป็นไปตามแผน

ตัวชี้วัดความสำเร็จ	แผน	ผล	สรุปผล
2. ผลการดำเนินงาน มีรายการเพื่อประโยชน์สาธารณะ จำนวน 1 รายการ รายการ “ลายแทงชุมชน” ความยาวตอนละ 5 นาที จำนวน 20 ตอน	จำนวน 20 ตอน ตอนละ 5 นาที	จำนวน 20 ตอน ตอนละ 5 นาที	เป็นไปตามแผน
3. การเผยแพร่รายการทางช่องทางสถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัลและช่องทางสื่อออนไลน์ มีการเผยแพร่รายการ “ลายแทงชุมชน” ทางสื่อโทรทัศน์ที่ให้บริการเป็นการทั่วไป (ทีวีดิจิทัล) และสื่ออินเทอร์เน็ตที่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย อาทิเช่น YouTube Facebook เป็นต้น	เผยแพร่รายการทางสื่อโทรทัศน์ที่ให้บริการเป็นการทั่วไป (ทีวีดิจิทัล) และสื่ออินเทอร์เน็ตที่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย	1) 3 HD ช่อง 33 2) YouTube 3) Facebook	เป็นไปตามแผน
4. การบริการเพื่อส่งเสริมการเข้าถึงของคนพิการ มีบริการคำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption: CC) หรือล่ามภาษามือ (Sign Language Interpretation: SL) และบริการเสียงบรรยายภาพ (Audio Description: AD)	มี CC หรือล่ามภาษามือ SL และ AD	จัดทำคำบรรยายแทนเสียง (CC) สำหรับผู้พิการทางการได้ยิน และเสียงบรรยายภาพ (AD) สำหรับผู้พิการทางสายตา	เป็นไปตามแผน
5. สถิติการรับชมในแต่ละช่องทางที่เผยแพร่รายการ มีจำนวนการเข้ารับชมทางช่องทางโทรทัศน์ระบบดิจิทัล มีค่าเฉลี่ยเรตติ้งของรายการ ไม่น้อยกว่า 0.1 ตลอดระยะเวลาการออกอากาศ หรือจำนวนการเข้ารับชมสื่อออนไลน์รวมกันไม่น้อยกว่า 1,274,000 views	ค่าเฉลี่ยเรตติ้งของรายการ ไม่น้อยกว่า 0.1 หรือจำนวนการเข้ารับชมสื่อออนไลน์รวมกัน ไม่น้อยกว่า 1,274,000 views	1) ค่าเฉลี่ยเรตติ้งของรายการ 0.0613 2) จำนวนการเข้ารับชมสื่อออนไลน์ 1,310,685 views	เป็นไปตามแผน

ตัวชี้วัดความสำเร็จ	แผน	ผล	สรุปผล
6. การประเมินผลความพึงพอใจของผู้ชมรายการที่จัดทำโดยผู้ผลิตรายการ มีการประเมินผลความพึงพอใจของผู้ชม โดยระดับความพึงพอใจอย่างน้อยต้องอยู่ในระดับดีหรือน้อยกว่า 8 คะแนนจาก 10 คะแนน	ความพึงพอใจของผู้ชมกลุ่มเป้าหมาย ไม่น้อยกว่า 80%	ความพึงพอใจของผู้ชมจากการรับชมรายการ “ลายแทงชุมชน” ในภาพรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมาก โดยมีค่าเฉลี่ยทุกด้านอยู่ที่ 4.14 จาก 5 คะแนน หรือ 82.8%	เป็นไปตามแผน

หมายเหตุ: ข้อมูลจากเอกสารส่งมอบรายงานฉบับสมบูรณ์ โครงการ "ลายแทงชุมชน"

2.2 การบริหารจัดการทรัพยากรบุคคล : ข้อมูลการจัดการบุคลากรในโครงการให้มีความเหมาะสมตามความเชี่ยวชาญ

รายการ ลายแทงชุมชน มีการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลที่เหมาะสมตามความเชี่ยวชาญ โดยมีที่ปรึกษาโครงการเป็นที่ปรึกษาสมาคมพันธ์ SME ไทยและเป็นผู้เชี่ยวชาญในด้าน SME ที่มีประสบการณ์ ความรู้และความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับการส่งเสริมธุรกิจ SME นอกจากนี้ ทีมงานประกอบด้วยผู้มีประสบการณ์และมีความรู้ความสามารถในการผลิตรายการ จึงทำให้ดำเนินการผลิตรายการแล้วเสร็จได้ตามแผน

2.3 ปัญหาอุปสรรคหรือข้อจำกัดในการดำเนินงาน

- รูปแบบรายการเป็นการถ่ายทำนอกสถานที่ ซึ่งได้รับผลกระทบจากสภาพอากาศ เช่น ฝนตก แต่ผู้ผลิตรายการสามารถแก้ไขปัญหา โดยการถ่าย insert ซ่อมในบางตอนได้
- การจ่ายเงินของกองทุนฯ ค่อนข้างล่าช้า ทำให้ผู้ผลิตรายการต้องสำรองเงินล่วงหน้าสำหรับใช้ในการถ่ายทำรายการ



18. รายการ กาลครั้งหนึ่ง

1. ข้อมูลพื้นฐาน

1.1 ชื่อโครงการ : โครงการเสียงแห่งสายลม : Wing Song

1.2 ชื่อหน่วยงาน : บริษัท สยาม เอ็นอีเอส จำกัด

1.3 รูปแบบรายการ : รายการวาไรตี้ในรูปแบบ Music Videos ถ่ายทอดเรื่องราวประวัติศาสตร์ ประเพณี และวัฒนธรรมผ่านเสียงเพลง โดยนักร้อง นักแต่งเพลงที่มีชื่อเสียง

1.4 วัตถุประสงค์ของรายการ :

- (1) เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการผลิตเนื้อหารายการเชิงสร้างสรรค์ น่าสนใจ และมีคุณภาพ เพื่อประโยชน์ต่อสาธารณะ ซึ่งผู้ผลิตรายการทั่วไปไม่สามารถดำเนินการได้หรือดำเนินการได้ยาก เพราะข้อจำกัดด้านต้นทุนหรือรายได้จากการโฆษณา
- (2) เพื่อให้รายการเป็นช่องทางในการสร้างองค์ความรู้ด้านประเพณีและศิลปวัฒนธรรม เพื่อให้ประชาชนทั่วไป เด็กและเยาวชน ผู้สูงอายุ ผู้พิการ ผู้ด้อยโอกาสรวมถึงชาวต่างชาติที่พำนักในประเทศไทย สามารถนำสาระความรู้จาก รายการไปพัฒนาคุณภาพชีวิตได้อย่างยั่งยืน
- (3) เพื่อสนับสนุนให้สถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัล มีรายการที่มีเนื้อหาเชิงสร้างสรรค์ มีคุณภาพนำเสนอต่อผู้ชมโดยที่ทางช่องไม่มีข้อจำกัดเรื่องภาระค่าใช้จ่ายในการผลิต

1.5 กลุ่มเป้าหมายของรายการ : กลุ่มประชาชนทั่วไป

1.6 เนื้อหารายการโดยสรุป : รายการที่ถ่ายทอดเรื่องราวประวัติศาสตร์ ประเพณี และวัฒนธรรม อารยธรรม ของเมืองโบราณสู่ปัจจุบัน เพื่ออนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยนักร้อง นักแต่งเพลงที่มีชื่อเสียงจะเป็นผู้ถ่ายทอดเรื่องราวผ่านเสียงเพลง

1.7 ประโยชน์จากการเผยแพร่รายการ :

- 1) ประชาชนทั่วไปมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ โดยสามารถนำความรู้ที่ได้รับจากเนื้อหา รายการไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้
- 2) เพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของผู้ผลิตรายการและช่องรายการ ได้เกิดการพัฒนาศักยภาพในด้าน การผลิตรายการเชิงสร้างสรรค์ เพื่อสังคมและสาธารณประโยชน์

- 3) ช่องรายการโทรทัศน์มีรายการที่มีความหลากหลาย และมีคุณภาพมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งรายการซึ่งส่งเสริมความรู้ด้านประเพณีและศิลปวัฒนธรรม โดยไม่ต้องจัดซื้อรายการมาจากต่างประเทศและยังสามารถแข่งขันกับต่างประเทศได้
- 4) เป็นการสร้างแรงจูงใจในการสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์ให้กับผู้ผลิตรายการหรือสถานีโทรทัศน์ที่ส่งเสริมการพัฒนาและการเรียนรู้ที่ประโยชน์ต่อสาธารณะ โดยมุ่งหมายให้โครงการดังกล่าวเป็นโครงการต้นแบบสำหรับการผลิตรายการที่ให้ความรู้แก่ประชาชนทั่วไปในด้านประเพณีและศิลปวัฒนธรรม นวัตกรรมเทคโนโลยีต่างๆ ในกิจการกระจายเสียงโทรทัศน์ และโทรคมนาคม
- 5) สร้างทางเลือกในการรับชมรายการที่มีคุณภาพสำหรับประชาชน

1.8 ระยะเวลาการนำเสนอรายการ : 10 ตอน ความยาวตอนละ 10 นาที

1.9 ช่องทางการนำเสนอรายการ :

(1) ช่องทางสถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัลและช่วงเวลาออกอากาศ :

- ช่อง อมรินทร์ทีวี HD ช่อง 34 ทุกวันอาทิตย์ เวลา 12.35-12.45 น. (เริ่มออกอากาศตั้งแต่วันที่ 4 ตุลาคม 2563 – 6 ธันวาคม 2563)

(2) ช่องทางสื่อออนไลน์ :

- YouTube: กาลครั้งหนึ่ง
- Facebook Fanpage: Galakrungneungthailand

2. ผลการผลิตรายการ

2.1 ตัวชี้วัดความสำเร็จ : ภาพรวมผลการดำเนินงานโดยเปรียบเทียบแผนและผลจากการดำเนินโครงการ

ตัวชี้วัดความสำเร็จ	แผน	ผล	สรุปผล
1. ระยะเวลาการดำเนินโครงการ ระยะเวลาที่ใช้ในการผลิตรายการ ตั้งแต่กระบวนการก่อนการผลิต ช่วงการผลิตรายการและหลังการ ผลิตรายการ	365 วัน / 12 เดือน	365 วัน / 12 เดือน	เป็นไปตามแผน
2. ผลการดำเนินงาน มีรายการเพื่อประโยชน์สาธารณะ จำนวน 1 รายการ รายการ “กาลครั้งหนึ่ง” ความยาวตอนละ 10 นาที จำนวน 10 ตอน	จำนวน 10 ตอน ตอนละ 10 นาที	จำนวน 10 ตอน ตอนละ 10 นาที	เป็นไปตามแผน

ตัวชี้วัดความสำเร็จ	แผน	ผล	สรุปผล
<p>3. การเผยแพร่รายการทางช่องทางสถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัลและช่องทางสื่อออนไลน์</p> <p>มีการเผยแพร่รายการ “กาลครั้งหนึ่ง” ทางสื่อโทรทัศน์ที่ให้บริการเป็นการทั่วไป (ทีวีดิจิทัล) และสื่ออินเทอร์เน็ตที่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย อาทิเช่น Line, YouTube, Facebook เป็นต้น</p>	<p>เผยแพร่รายการทางสื่อโทรทัศน์ที่ให้บริการเป็นการทั่วไป (ทีวีดิจิทัล) และสื่ออินเทอร์เน็ตที่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย</p>	<p>1) อมรินทร์ทีวี HD ช่อง 34</p> <p>2) YouTube</p> <p>3) Facebook</p>	<p>เป็นไปตามแผน</p>
<p>4. การบริการเพื่อส่งเสริมการเข้าถึงของคนพิการ</p> <p>มีบริการคำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption: CC) หรือล่ามภาษามือ (Sign Language Interpretation: SL) และบริการเสียงบรรยายภาพ (Audio Description: AD)</p>	<p>มี CC หรือล่ามภาษามือ SL และ AD</p>	<p>จัดทำคำบรรยายแทนเสียง (CC) สำหรับผู้พิการทางการได้ยิน และเสียงบรรยายภาพ (AD) สำหรับผู้พิการทางสายตา</p>	<p>เป็นไปตามแผน</p>
<p>5. สถิติการรับชมในแต่ละช่องทางที่เผยแพร่รายการ</p> <p>มีจำนวนการเข้ารับชมทางช่องทางโทรทัศน์ระบบดิจิทัล มีค่าเฉลี่ยเรตติ้งของรายการ ไม่น้อยกว่า 0.1 ตลอดระยะเวลาการออกอากาศ หรือจำนวนการเข้ารับชมสื่อออนไลน์รวมกันไม่น้อยกว่า 1,814,000 views</p>	<p>ค่าเฉลี่ยเรตติ้งของรายการ ไม่น้อยกว่า 0.1 หรือจำนวนการเข้ารับชมสื่อออนไลน์รวมกันไม่น้อยกว่า 1,814,000 views</p>	<p>1) ค่าเฉลี่ยเรตติ้งของรายการ 0.275</p> <p>2) จำนวนการเข้ารับชมสื่อออนไลน์ 55,782 views</p>	<p>เป็นไปตามแผน</p>

ตัวชี้วัดความสำเร็จ	แผน	ผล	สรุปผล
<p>6. การประเมินผลความพึงพอใจของผู้ชมรายการที่จัดทำโดยผู้ผลิตรายการ</p> <p>มีการประเมินผลความพึงพอใจของผู้ชม โดยระดับความพึงพอใจอย่างน้อยต้องอยู่ในระดับดีหรือไม่น้อยกว่า 8 คะแนนจาก 10 คะแนน</p>	<p>ความพึงพอใจของผู้ชมกลุ่มเป้าหมาย ไม่น้อยกว่า 80%</p>	<p>ความพึงพอใจของผู้ชมจากการรับชมรายการ “กาลครั้งหนึ่ง” ในภาพรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมาก โดยมีค่าเฉลี่ยทุกด้านอยู่ที่ 8.32 จาก 10 คะแนนหรือ 83.2%</p>	<p>เป็นไปตามแผน</p>

หมายเหตุ: ข้อมูลจากเอกสารส่งมอบรายงานฉบับสมบูรณ์ โครงการ "กาลครั้งหนึ่ง"

2.2 การบริหารจัดการทรัพยากรบุคคล : ข้อมูลการจัดการบุคลากรในโครงการให้มีความเหมาะสมตามความเชี่ยวชาญ

รายการ กาลครั้งหนึ่ง มีการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลที่เหมาะสมตามความเชี่ยวชาญ โดยมีและที่ปรึกษาที่มีประสบการณ์ ความรู้และความเชี่ยวชาญในด้านเนื้อหา เพื่อให้คำแนะนำในประเด็นสำคัญที่ต้องการนำเสนอให้มีความถูกต้อง รวมทั้งหัวหน้าโครงการเป็นผู้มีประสบการณ์ในการสร้างสรรค์ดนตรีและบทเพลงมาอย่างยาวนาน นอกจากนี้ ทีมงานยังประกอบด้วยผู้มีความรู้ความสามารถในการผลิตรายการและเลือกใช้สถานที่ในการถ่ายทำและถ่ายทอดเรื่องราวประวัติศาสตร์ ประเพณี และศิลปวัฒนธรรมในแต่ละจังหวัดผ่านบทเพลง จึงทำให้ดำเนินการผลิตรายการแล้วเสร็จได้ตามแผน

2.3 ปัญหาอุปสรรคหรือข้อจำกัดในการดำเนินงาน

- สถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาและสภาพอากาศในช่วงการถ่ายทำรายการเป็นช่วงฤดูฝน ซึ่งส่งผลให้ใช้เวลาในการถ่ายทำรายการนานขึ้น แต่ทีมงานสามารถควบคุมให้ดำเนินการได้ตามแผนที่กำหนดไว้
- การจ่ายเงินจากกองทุนฯ ค่อนข้างล่าช้าเป็นระยะเวลา 1-2 เดือน ทำให้ผู้ผลิตรายการต้องสำรองเงินล่วงหน้าสำหรับใช้ในการถ่ายทำรายการ

โครงการผลิตสารคดีเชิงประวัติศาสตร์เพื่อนำเสนอข้อมูลเชิงบวกและสร้างสรรค์ ในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้



19. รายการ ย้อนอดีตที่ปลายด้ามขวาน

1. ข้อมูลพื้นฐาน

1.1 ชื่อโครงการ : โครงการสารคดีย้อนอดีตที่ปลายด้ามขวาน

1.2 ชื่อหน่วยงาน : บริษัท ธิงค์กิ้ง เอิร์ด จำกัด

1.3 รูปแบบรายการ : สารคดีเชิงประวัติศาสตร์ที่เล่าเรื่องผ่านเสียงบรรยายและบทสัมภาษณ์ของผู้นในพื้นที่จริง คือ จังหวัดชายแดนภาคใต้ ด้วยการเจาะลึกถึงความเป็นมาของแต่ละเรื่องราวในพื้นที่ชายแดนภาคใต้ ทั้งมิติด้านประวัติศาสตร์ ศาสนาวัฒนธรรม จากแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือ ทั้งจากผู้นำศาสนาอิสลาม นักประวัติศาสตร์ท้องถิ่นและครูภูมิปัญญา จากเรื่องราวในประวัติศาสตร์จะถูกร้อยเรียงและเชื่อมโยงเข้าสู่วิถีชีวิตความเป็นอยู่ในปัจจุบัน เห็นความผูกพัน การอยู่ร่วมกันของผู้นทั้งชาวมุสลิมและชาวไทยพุทธ เป็นสังคมพหุนิยมที่มีการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม อันจะนำไปสู่เป้าหมายสูงสุด นั่นก็คือ ความเป็นเอกภาพบนความหลากหลาย เป็นการหลอมรวมวัฒนธรรมอย่างกลมกลืน

1.4 วัตถุประสงค์ของรายการ :

- (1) เพื่อผลิตรายการโทรทัศน์ที่น่าเสนอข้อเท็จจริงเกี่ยวกับความเป็นมาและประวัติศาสตร์ของพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ ศาสนา ศิลปวัฒนธรรม และวิถีชีวิตของมุสลิม (สายกลาง) ทั้งในประเทศและต่างประเทศ
- (2) เพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับข้อเท็จจริงในพื้นที่ สร้างความเข้าใจอันดีซึ่งกันและกันของประชาชนในชุมชน ลดความขัดแย้งและความรุนแรงให้เกิดขึ้นอย่างยั่งยืน
- (3) เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการอยู่ร่วมกันอย่างสันติสุขระหว่างทุกศาสนาของประชาชน ชุมชนและสังคมในพื้นที่ภายใต้หลักการเอกภาพบนความหลากหลาย แตกต่างแต่ไม่แตกแยก
- (4) เพื่อเป็นแบบอย่างที่ดีของสื่อในการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร ข้อเท็จจริงที่ถูกต้องและเป็นประโยชน์ต่อประชาชนและสังคมประเทศ

1.5 กลุ่มเป้าหมายของรายการ : กลุ่มชาวมุสลิมในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ กลุ่มประชาชนทั่วไปในประเทศไทย และชาวมุสลิมทั่วโลก

1.6 เนื้อหารายการโดยสรุป : รายการทางโทรทัศน์ประเภทสารคดีเชิงประวัติศาสตร์ ศาสนา ศิลปวัฒนธรรม และวิถีชีวิตของประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนใต้ ซึ่งจะนำไปสู่การเรียนรู้และการค้นพบความจริงและความงามในประวัติศาสตร์ที่สะท้อนถึงความเป็นสังคมแห่งความหลากหลายที่ชุมชนท้องถิ่นชายแดนใต้เคยอยู่ด้วยกันอย่างสงบร่มเย็นภายใต้ความแตกต่างทางศาสนา ภาษาและวัฒนธรรม

1.7 ประโยชน์จากการเผยแพร่รายการ :

- 1) เกิดรายการโทรทัศน์ประเภทสารคดีเชิงประวัติศาสตร์ ศาสนา ศิลปวัฒนธรรม และวิถีชีวิตที่เป็นการเปิดมุมมองใหม่ อันเป็นการให้ความรู้ใหม่แก่สังคม
- 2) เกิดความเข้าใจอันดีของคนในพื้นที่ อันจะนำไปสู่ความสามัคคีที่ขยายวงกว้างในอนาคต
- 3) เกิดการอยู่ร่วมกันอย่างสันติสุขระหว่างทุกศาสนาของประชาชน ชุมชน และสังคมในพื้นที่เกิดความเข้มแข็ง

1.8 ระยะเวลาการนำเสนอรายการ : 45 ตอน ความยาวตอนละ 25 นาที

1.9 ช่องทางการนำเสนอรายการ :

(1) ช่องทางสถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัลและช่วงเวลาออกอากาศ :

- ช่อง 9 MCOT HD ทุกวันเสาร์-อาทิตย์ เวลา 06.00 - 06.30 น. (เริ่มออกอากาศตั้งแต่วันที่ 5 กันยายน 2563 – 6 กุมภาพันธ์ 2564)

(2) ช่องทางสื่อออนไลน์ :

- YouTube: Plydamkwan Channel
- Facebook Fanpage: ย้อนอดีตที่ปลายด้ามขวาน
- Line Official ย้อนอดีตปลายด้ามขวาน

2. ผลการผลิตรายการ

2.1 ตัวชี้วัดความสำเร็จ : ภาพรวมผลการดำเนินงานโดยเปรียบเทียบแผนและผลจากการดำเนินโครงการ

ตัวชี้วัดความสำเร็จ	แผน	ผล	สรุปผล
1. ระยะเวลาการดำเนินโครงการ ระยะเวลาที่ใช้ในการผลิตรายการ ตั้งแต่กระบวนการก่อนการผลิต ช่วงการผลิตรายการและหลังการ ผลิตรายการ	365 วัน / 12 เดือน	365 วัน / 12 เดือน	เป็นไปตามแผน

ตัวชี้วัดความสำเร็จ	แผน	ผล	สรุปผล
2. ผลการดำเนินงาน มีรายการสารคดีเชิงประวัติศาสตร์ จำนวน 1 รายการ รายการ “ย้อนอดีตที่ปลายด้ามขวาน” ความยาวตอนละ 25 นาที จำนวน 45 ตอน	จำนวน 45 ตอน ตอนละ 25 นาที	จำนวน 45 ตอน ตอนละ 25 นาที	เป็นไปตามแผน
3. การเผยแพร่รายการทางช่องทางสถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัลและช่องทางสื่อออนไลน์ มีการเผยแพร่รายการ “ย้อนอดีตที่ปลายด้ามขวาน” ทางสื่อโทรทัศน์ที่ให้บริการเป็นการทั่วไป (ทีวีดิจิทัล) และสื่ออินเทอร์เน็ตที่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย อาทิเช่น Line, YouTube, Facebook เป็นต้น	เผยแพร่รายการทางสื่อโทรทัศน์ที่ให้บริการเป็นการทั่วไป (ทีวีดิจิทัล) และสื่ออินเทอร์เน็ตที่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย	1) ช่อง 9 MCOT HD 2) YouTube 3) Facebook 4) Line	เป็นไปตามแผน
4. บริการคำบรรยาย มีบริการคำบรรยาย (Subtitle) ภาษาอังกฤษและภาษาอาหรับ	มีบริการคำบรรยาย (Subtitle) ภาษาอังกฤษและภาษาอาหรับ	จัดทำบริการคำบรรยาย (Subtitle) ภาษาอังกฤษและภาษาอาหรับ	เป็นไปตามแผน
5. สถิติการเข้าชมในแต่ละช่องทางที่เผยแพร่รายการ มีจำนวนการเข้าชมรายการทาง YouTube และ Facebook รวมกัน ไม่น้อยกว่า 4,500,000 views	จำนวนการเข้าชมรายการทาง YouTube และ Facebook รวมกัน ไม่น้อยกว่า 4,500,000 views	จำนวนการเข้ารับชมสื่อออนไลน์ 5,031,801 views	เป็นไปตามแผน
6. สถิติผู้ติดตามบัญชี มีผู้ติดตามบัญชี Line และ Facebook ของรายการ รวมกัน ไม่น้อยกว่า 100,000 คน	จำนวนผู้ติดตามบัญชี Line และ Facebook รวมกัน ไม่น้อยกว่า 100,000 คน	จำนวนผู้ติดตามบัญชี Line และ Facebook ของรายการ 104,182 คน	เป็นไปตามแผน

ตัวชี้วัดความสำเร็จ	แผน	ผล	สรุปผล
7. การประเมินผลความพึงพอใจของผู้ชมรายการที่จัดทำโดยผู้ผลิตรายการ มีการประเมินผลความพึงพอใจของผู้ชมจากการสำรวจจำนวนกลุ่มตัวอย่างไม่น้อยกว่า 500 กลุ่มตัวอย่าง โดยระดับความพึงพอใจอย่างน้อยต้องอยู่ในระดับดีหรือไม่ต่ำกว่า 8 คะแนนจาก 10 คะแนน	ความพึงพอใจของผู้ชมกลุ่มเป้าหมายไม่น้อยกว่า 80%	ความพึงพอใจของผู้ชมจากการรับชมรายการ “ย้อนอดีตที่ปลายด้ามขวาน” ในภาพรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมาก โดยมีค่าเฉลี่ยทุกด้านอยู่ที่ 4.16 จาก 5 คะแนนหรือ 83.2%	เป็นไปตามแผน

หมายเหตุ: ข้อมูลจากเอกสารส่งมอบรายงานฉบับสมบูรณ์ โครงการ "ย้อนอดีตที่ปลายด้ามขวาน"

2.2 การบริหารจัดการทรัพยากรบุคคล : ข้อมูลการจัดการบุคลากรในโครงการให้มีความเหมาะสมตามความเชี่ยวชาญ

รายการ ย้อนอดีตที่ปลายด้ามขวาน มีการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลที่เหมาะสมตามความเชี่ยวชาญ ทั้งหัวหน้าโครงการ ผู้กำกับเนื้อหาและที่ปรึกษาโครงการที่มีประสบการณ์ ความรู้และความเชี่ยวชาญ โดยเฉพาะผู้เชี่ยวชาญของรายการที่ได้ใช้เวลาศึกษารวบรวมข้อมูลจากเอกสารต่างๆ เป็นพื้นฐานสำคัญในการวางโครงเนื้อหาในการนำเสนอ รวมถึงได้ข้อมูลเชิงลึกจากผู้รู้/ผู้นำศาสนาในพื้นที่ และนักวิชาการที่มีความเชี่ยวชาญในด้านศาสนาอิสลามและประวัติศาสตร์ในพื้นที่ 3 จังหวัด นอกจากนี้ ทีมงานในการผลิตรายการ ผู้ประสานงานในพื้นที่ เครือข่ายในพื้นที่ 3 จังหวัด ตลอดจนเครือข่ายในต่างประเทศ เป็นผู้ที่มีประสบการณ์และมีความรู้ความสามารถ นับเป็นปัจจัยสนับสนุนสำคัญที่ทำให้การผลิตรายการแล้วเสร็จได้ตามแผนที่กำหนดไว้

2.3 ปัญหาอุปสรรคหรือข้อจำกัดในการดำเนินงาน

ไม่พบปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงาน เนื่องจากทีมงานผู้ผลิตรายการมีกระบวนการในการเตรียมการที่ครบถ้วนทั้งในมิติของการค้นคว้าข้อมูลจากแหล่งอ้างอิงต่างๆ โดยผู้เชี่ยวชาญของรายการเป็นผู้ที่มีพื้นฐานความรู้และมีความสนใจในประวัติศาสตร์ของจังหวัดชายแดนใต้ รวมถึงมีผู้ประสานงานในพื้นที่ ซึ่งมีเครือข่ายและรู้จักกับผู้รู้/ผู้นำทางศาสนา และนักวิชาการที่มีความเชี่ยวชาญในพื้นที่ ทำให้ข้อมูลที่ใช้ในการนำเสนอของรายการมีความน่าเชื่อถือและได้รับการยอมรับจากผู้ชม ซึ่งจะช่วยสร้างความรู้และความเข้าใจที่ถูกต้องให้กับผู้ชมรายการได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ รายการยังมีการเดินทางไปถ่ายทำในประเทศมุสลิมสายกลางเพื่อสะท้อนมุมมองและใช้เป็นต้นแบบในการอยู่ร่วมกันอย่างสันติสุขในสังคมพหุวัฒนธรรมอีกด้วย

โครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อเพิ่มความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อ



20. รายการ บริษัท (ไม่) จำกัด จำกัด

1. ข้อมูลพื้นฐาน

1.1 ชื่อโครงการ : โครงการผลิต Sitcom รูปแบบเชิงสารคดี (Mockumentary) “บริษัท (ไม่) จำกัด จำกัด”
เพื่อความบันเทิงและความรู้เท่าทันสื่อ

1.2 ชื่อหน่วยงาน : บริษัท เจ เอส แอล โกลบอล มีเดีย จำกัด

1.3 รูปแบบรายการ : รายการประเภท Situation Comedy ในสไตล์ Mockumentary โดยนำเสนอละคร
Sitcom ที่แทรกวิธีการเล่าเรื่อง (Storytelling) ที่ให้ความรู้เชิง “สารคดี” (Documentary) ผสมผสานไปกับ
เนื้อหาการนำเสนอของ Sitcom

1.4 วัตถุประสงค์ของรายการ :

- (1) เพื่อผลิตสื่อในรูปแบบที่เน้นกลยุทธ์การผลิตด้วยลักษณะวิธีการแบบสื่อ “บันเทิง” เพื่อเป็นการดึงดูด
ใจผู้รับชม โดยสอดแทรกความรู้เท่าทันสื่อ เป็นโครงสร้างเรื่อง (Theme) พล็อตเรื่อง รวมถึงวิธีการ
นำเสนอ (Style) และการเล่าเรื่อง (Storytelling) เพื่อทำให้เกิดการตระหนักรู้ ตื่นตัว และเห็นถึง
ความสำคัญของการรู้เท่าทันสื่อ และการปกป้องตนเองจากการนำเสนอของสื่ออย่างเท่าทัน ในขณะที่
รับชมด้วยความรู้สึกที่กำลังชมสื่อบันเทิงอย่างเป็นธรรมชาติ ทำให้ได้รับทั้งความบันเทิงและรับรู้
ความเท่าทันสื่อ
- (2) เพื่อเสนอสื่อรูปแบบสาระบันเทิงแนวใหม่ที่เรียกว่า Situation Comedy ในสไตล์ Mockumentary
โดยนำเสนอละคร Sitcom ที่แทรกวิธีการเล่าเรื่อง (Storytelling) ที่ให้ความรู้เชิง “สารคดี”
(Documentary) ผสมผสานไปกับเนื้อหาการนำเสนอของ Sitcom ความยาวเนื้อหาตอนละ 25 นาที
จำนวน 18 ตอน เผยแพร่ทางสื่อดิจิทัลทีวีและสื่อออนไลน์ที่กำหนด
- (3) เพื่อกระตุ้นให้เกิดการผลิตสื่อที่ทำให้ผู้รับสื่อมีวิจารณญาณ เกิดความตระหนักถึงความสำคัญความ
จำเป็นและประโยชน์ของการรู้เท่าทันสื่อ เพื่อเน้นขจัดปัญหาความไม่ใส่ใจของผู้บริโภคสื่อ กระตุ้น
ความสนใจรับชมสื่อด้วยทัศนคติที่ถูกต้อง เปลี่ยนผู้บริโภคสื่อแบบ Passive เป็นผู้บริโภคแบบ

Active โดยดึงให้ผู้บริโภคสื่อเข้ามามีส่วนร่วม (Engagement) ด้วยเงื่อนไขการนำเสนอและการให้
ความรู้ต้องมีลักษณะและรูปแบบที่น่าสนใจ ไม่น่าเบื่อ ไม่ยืดเยื้อ รูปแบบการนำเสนอต้องมีความถี่
สูงเพียงพอ ไม่น้อยกว่าเงื่อนไขตามที่ TOR กำหนด ความรู้ต้องไม่แปลกแยก ไม่ลดทอนคุณค่าด้าน
ความคิดสร้างสรรค์และความบันเทิง ใช้การนำเสนอผ่านเนื้อหาที่ผู้บริโภคจำนวนมากให้ความสนใจ
และเป็นเนื้อหาที่สามารถอธิบายถึงความรู้เท่าทันสื่อได้อย่างชัดเจนไม่คลุมเครือ แทรกซึมความรู้และ
ทักษะในการใช้วิจารณญาณในการทำความเข้าใจเนื้อหาสื่อ โดยที่ผู้รับสื่อไม่ทันรู้สึกตัวเป็นการรับ
ความรู้ที่เป็นธรรมชาติและไม่ถูกปฏิเสธ โดยมุ่งหวังว่าเมื่อประชาชนมีความสามารถในการพิจารณา
ถึงคุณค่าและประโยชน์จากการรู้เท่าทันสื่อแล้ว ผู้บริโภคจะนำทักษะและความรู้เท่าทันสื่อมาใช้
ประโยชน์ในชีวิตประจำวัน

1.5 กลุ่มเป้าหมายของรายการ : ประชาชนทั่วไป (กลุ่มเป้าหมายหลัก) และสำนักงาน กสทช. องค์กรและ
หน่วยงานด้านสื่อ องค์กรเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค และองค์กรด้านการจัดการศึกษาในการนำรายการ
ที่ผลิตไปใช้ประโยชน์ (กลุ่มผู้ได้รับประโยชน์โดยอ้อม)

1.6 เนื้อหารายการโดยสรุป : ละครแนว Situation Comedy สไตล์ Mockumentary เรื่อง บริษัท (ไม่) จัดฉาก
จำกัด เพื่อความบันเทิงและความรู้เท่าทันสื่อ โดยอธิบายและขยายความรู้ความเข้าใจเพื่อให้ผู้รับสื่อใน
ประเด็นของสื่อที่ประกอบสร้างขึ้น โดยมีแนวคิดสร้างสรรค์เป็นสิ่งที่กำหนดรูปแบบและวิธีการเสนอเนื้อหา
ไปสู่ผู้รับสื่อ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายของการผลิตสื่อแต่ละชนิดแต่ละประเภท เช่น สื่อโฆษณาสินค้าและ
ผลิตภัณฑ์ประกอบสร้างขึ้นเพื่อนำเสนอข้อมูลและทำให้ผู้รับสื่อเกิดความรู้สึกน่าเชื่อถือ อยากรู้ผลิตภัณฑ์
และบริการ ทั้งนี้ มีเนื้อหาที่เกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อผ่านการนำเสนอในหัวข้อต่างๆ เช่น ความหมายของ
คำว่าสื่อ โดยสื่อคือสิ่งที่เกิดจากการประกอบสร้าง มีความมุ่งหมายในการผลิตเพื่อวัตถุประสงค์ของ
เจ้าของสื่อ, การเข้าใจความหมายของคำว่า ข่าวปลอม (Fake News) และกระบวนการผลิตข่าวปลอม,
สื่อที่ใช้กระบวนการความคิดสร้างสรรค์เพื่อนำเสนอผู้ชม, สื่อที่แฝงไว้ด้วยการนำเสนอคุณค่าและทัศนคติ
เพื่อจูงใจให้ผู้รับสื่อเกิดการตีความหมาย

1.7 ประโยชน์จากการเผยแพร่รายการ :

- 1) ผู้ชมเกิดความรู้ความเข้าใจถึงหลักการของ "สื่อทุกสื่อล้วนเกิดจากการประกอบสร้าง" (All media messages are 'constructed') การประกอบสร้างมีความหมายอย่างไรและมีกระบวนการ ขั้นตอน
อย่างไรก่อนกลายเป็นสื่อที่ได้รับชม ซึ่งเมื่อผู้รับสื่อมีความรู้ความเข้าใจว่าสื่อทุกสื่อล้วนแล้วแต่
เกิดขึ้นจากการประกอบสร้างทั้งสิ้น การผลิตสื่อมีกระบวนการผลิตอย่างไร มีขั้นตอนเทคนิคและ
วิธีการอย่างไรแล้ว ก็จะไม่ถูกสื่อชักนำให้คิดไปว่าสื่อเหล่านั้นคือข้อเท็จจริงทั้งหมด
- 2) ผู้ชมเกิดความรู้ความเข้าใจถึงหลักการของ "การผลิตสื่อด้วยความคิดสร้างสรรค์เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย
ของการผลิตสื่อ" (Media messages are constructed using a creative language with its own
rules) ผู้ชมจะสามารถแยกแยะได้ว่าการผลิตสื่อที่ผู้ชมรับชมนั้นผลิตขึ้นด้วยแนวคิดและวิธีการ
อย่างไร จึงเป็นสื่อที่น่าเสนอได้ตามความมุ่งหมาย

- 3) ผู้ชมมีความตระหนักและรู้ความเข้าใจจนสามารถแยกแยะได้ว่า ส่วนใดในสื่อเป็นความจริง ส่วนใดเกิดจากความคิดสร้างสรรค์ ผู้ชมสามารถแยกแยะได้ว่าข้อมูลใดเป็นการสร้างความหมายในเชิงสัญลักษณ์หรือความหมายเชิงคุณค่า เพื่อนำมาพิจารณาให้ผู้รับสื่อหลงเชื่อ เช่น สื่อโฆษณาที่ผลิตและสร้างความหมายเชิงคุณค่าให้ผู้บริโภคหลงเชื่อในคุณสมบัติ สรรพคุณ หรือผลประโยชน์ที่ผู้บริโภคจะได้รับเมื่อบริโภค เมื่อผู้บริโภคมีความรู้และตระหนักถึงเป้าหมายของผู้ผลิตสื่อ ก็จะสามารถใช้ความรู้และวิจารณญาณในการตัดสินใจเลือกรับแต่เฉพาะข้อมูลที่เหมาะสมและเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภค โดยไม่หลงคล้อยตามไปกับการโฆษณาของผู้ผลิตสื่อ

1.8 ระยะเวลาการนำเสนอรายการ : 18 ตอน ความยาวตอนละ 25 นาที

1.9 ช่องทางการนำเสนอรายการ : ไม่มี (รายการอยู่ในระหว่างการผลิต)

2. ผลการผลิตรายการ

2.1 ตัวชี้วัดความสำเร็จ : ภาพรวมผลการดำเนินงานโดยเปรียบเทียบแผนและผลจากการดำเนินโครงการ

ตัวชี้วัดความสำเร็จ	แผน	ผล	สรุปผล
1. ระยะเวลาการดำเนินโครงการ ระยะเวลาที่ใช้ในการผลิตรายการ ตั้งแต่กระบวนการก่อนการผลิต ช่วงการผลิตและหลังการผลิต	365 วัน / 12 เดือน	อยู่ในระหว่าง การผลิตรายการและ ขยายระยะเวลา โครงการ เนื่องจาก ได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของ COVID-19	ไม่เป็นไปตามแผน โดยดำเนินการล่าช้ากว่าแผนที่กำหนด เนื่องจากไม่สามารถผลิตรายการในช่วง COVID-19
2. ผลการดำเนินงาน ผลิตเนื้อหารายการที่เสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ โครงการการผลิต Sitcom รูปแบบเชิงสารคดี (Mockumentary) "บริษัท (ไม่) จำกัด จำกัด" 1 รายการ ความยาวตอนละ 25 นาที จำนวน 18 ตอน	จำนวน 18 ตอน ความยาว 25 นาที	อยู่ในระหว่าง การผลิตรายการ	ไม่เป็นไปตามแผน โดยดำเนินการล่าช้ากว่าแผนที่กำหนด

ตัวชี้วัดความสำเร็จ	แผน	ผล	สรุปผล
<p>3. การเผยแพร่รายการทางช่องทางสถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัลและช่องทางสื่อออนไลน์</p> <p>โครงการการผลิต Sitcom รูปแบบเชิงสารคดี (Mockumentary) “บริษัท (ไม่) จำกัด จำกัด” เผยแพร่ผ่านโทรทัศน์ที่ให้บริการเป็นการทั่วไป (ทีวีดิจิทัล) อย่างน้อย 15 ชั่วโมง</p>	<p>เผยแพร่รายการทางสื่อโทรทัศน์ ที่ให้บริการเป็นการทั่วไป (ทีวีดิจิทัล) และสื่ออินเทอร์เน็ตที่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย</p>	<p>อยู่ในระหว่างการผลิตรายการ</p>	<p>ไม่เป็นไปตามแผน โดยดำเนินการล่าช้ากว่าแผนที่กำหนด</p>
<p>4. การบริการเพื่อส่งเสริมการเข้าถึงของคนพิการ</p> <p>มีบริการคำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption: CC) หรือล่ามภาษามือ (Sign Language Interpretation: SL) และบริการเสียงบรรยายภาพ (Audio Description: AD)</p>	<p>มี CC หรือล่ามภาษามือ SL และ AD</p>	<p>อยู่ในระหว่างการผลิตรายการ</p>	<p>ไม่เป็นไปตามแผน โดยดำเนินการล่าช้ากว่าแผนที่กำหนด</p>
<p>5. สถิติการรับชมในแต่ละช่องทางที่เผยแพร่รายการ</p> <p>มีจำนวนการเข้ารับชมทางช่องทางโทรทัศน์ระบบดิจิทัล มีค่าเฉลี่ยเรตติ้งของรายการ ไม่น้อยกว่า 0.06 ตลอดระยะเวลาการออกอากาศ และมีจำนวนการเข้ารับชมสื่อออนไลน์รวมกันโดยเฉลี่ยไม่น้อยกว่า 120,000 views</p>	<p>ค่าเฉลี่ยเรตติ้งของรายการไม่น้อยกว่า 0.06 และจำนวนการเข้ารับชมสื่อออนไลน์รวมกันโดยเฉลี่ยไม่น้อยกว่า 120,000 views</p>	<p>อยู่ในระหว่างการผลิตรายการ</p>	<p>ไม่เป็นไปตามแผน โดยดำเนินการล่าช้ากว่าแผนที่กำหนด</p>

หมายเหตุ: ข้อมูลจากเอกสารส่งมอบรายงานฉบับสมบูรณ์ โครงการ “บริษัท (ไม่) จำกัด จำกัด”

2.2 การบริหารจัดการทรัพยากรบุคคล : ข้อมูลการจัดการบุคลากรในโครงการให้มีความเหมาะสมตามความ เชี่ยวชาญ

รายการ บริษัท (ไม่) จำกัด ยังอยู่ในระหว่างการผลิตรายการ ทั้งนี้ทางผู้รับทุนมีการจัดทำหนังสือขอขยายระยะเวลาโครงการ โดยคาดว่าจะส่งมอบงานการผลิตรายการในช่วงเดือนธันวาคม 2564 และเผยแพร่ผ่านทางโทรทัศน์และทางออนไลน์ในช่วงเดือนเมษายน 2565 เป็นต้นไป และคาดว่าจะส่งมอบงานในงวดสุดท้ายภายในเดือนมิถุนายน 2565

2.3 ปัญหาอุปสรรคหรือข้อจำกัดในการดำเนินงาน

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ซึ่งส่งผลกระทบต่อทำให้ไม่สามารถดำเนินการถ่ายทำรายการภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดได้ เนื่องจากไม่สามารถออกกองได้ตามประกาศของศูนย์บริหารสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (ศบค.) ทำให้มีความจำเป็นต้องเลื่อนระยะเวลาการส่งงานในงวดที่ 2 ซึ่งกระทบต่อแผนการผลิต ออกอากาศ และเผยแพร่ทางโทรทัศน์และทางออนไลน์ โดยคาดว่าจะจำเป็นต้องมีการขยายระยะเวลาสัญญาฯ ต่อไป ดังนั้น จึงควรมีการติดตามการผลิตและแผนการดำเนินงานใหม่อย่างใกล้ชิด

โครงการจัดทำรายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมให้คนพิการรู้จักสิทธิและใช้ประโยชน์ จากกิจการโทรทัศน์ได้อย่างรู้เท่าทัน



21. รายการ D-มีดี

1. ข้อมูลพื้นฐาน

1.1 **ชื่อโครงการ :** โครงการจัดทำรายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมให้คนพิการรู้จักสิทธิและใช้ประโยชน์จาก กิจการโทรทัศน์ได้อย่างรู้เท่าทัน

1.2 **ชื่อหน่วยงาน :** มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

1.3 **รูปแบบรายการ :** รายการประเภท Reality & Mission ที่นำเสนอประเด็นเรื่องราวหรือปัญหาในการรู้เท่าทันสื่อของคนพิการ และนำเสนอในแนวทางของสารประโยชน์ควบคู่กับภารกิจในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการรู้เท่าทันสื่อ รวมถึงประเด็นที่ต้องการสอดแทรกให้กับทั้งคนพิการและประชาชนได้รับทราบ

1.4 วัตถุประสงค์ของรายการ :

- (1) เพื่อส่งเสริมให้คนพิการมีความรู้ ความเข้าใจในสิทธิและประโยชน์ในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร รวมถึงการใช้ประโยชน์จากกิจการโทรทัศน์ได้อย่างเท่าเทียมกับบุคคลทั่วไป และตระหนักในสิทธิและการปกป้องสิทธิของตนเอง
- (2) เพื่อส่งเสริมให้คนพิการสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารผ่านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ได้อย่างเสมอภาคกับบุคคลทั่วไป

1.5 **กลุ่มเป้าหมายของรายการ :** กลุ่มคนพิการ อันได้แก่ คนพิการด้านการได้ยิน บุคคลที่ใช้ภาษามือในการสื่อสาร คนพิการด้านการเห็น บุคคลที่มีข้อจำกัดด้านการรับสื่อ (กลุ่มเป้าหมายหลัก) และบุคคลทั่วไป (กลุ่มเป้าหมายรอง)

1.6 **เนื้อหารายการโดยสรุป :** รายการนำเสนอเรื่องการรู้เท่าทันสื่อผ่านเรื่องราวของคนพิการหลากหลายประเภท โดยนำเสนอประเด็นการรู้เท่าทันสื่อของคนพิการ กระบวนการพัฒนาทักษะการรู้เท่าทันสื่อของคนพิการ รวมถึงแนวการดำเนินชีวิตที่มีความตระหนักถึงสิทธิและการปกป้องสิทธิของคนพิการที่สังคมควรรับรู้และช่วยกันสนับสนุน โดยผ่านประสบการณ์ชีวิตของแขกรับเชิญที่มีความพิการหลากหลายรูปแบบ เพื่อที่ว่าพวกเขาจะมีวิธีการอย่างไรที่จะ “รู้ทันสื่อ” ได้ทั้งการ “เข้าถึง” “เข้าใจ” และ “เข้าไปมีส่วนร่วม” รวมทั้งยังมีภารกิจที่พวกเขาจะต้องทำเพื่อให้เห็นชัดถึงกระบวนการเหล่านี้อีกด้วย โดยคนพิการทั่วไปจะได้เห็นตัวอย่างในการรู้เท่าทันสื่อที่สามารถนำไปปรับใช้ให้เหมาะสมกับตนเองได้เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตต่อไป

1.7 ประโยชน์จากการเผยแพร่รายการ :

- 1) คนพิการมีช่องทางในการเข้าถึงรายการโทรทัศน์ เพื่อส่งเสริมการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้อย่างเท่าเทียมและทั่วถึง
- 2) คนพิการมีความตื่นตัว เข้มแข็ง รู้จักปกป้องตนเอง สามารถเข้าถึง เข้าใจ และใช้สื่ออย่างมีประสิทธิภาพ เกิดประโยชน์แก่ตนเอง ผ่านกระบวนการรู้เท่าทันสื่อและการณรงค์ทางสังคม
- 3) ผู้ประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ตระหนักและให้ความสำคัญกับการจัดให้มีบริการสำหรับคนพิการในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร

1.8 ระยะเวลาการนำเสนอรายการ : 26 ตอน ความยาวตอนละ 25 นาที

1.9 ช่องทางการนำเสนอรายการ :

(1) ช่องทางสถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัลและช่วงเวลาออกอากาศ :

- ช่อง ททบ.5 HD1 ทุกวันเสาร์-อาทิตย์ เวลา 18.00 - 18.30 น. (เริ่มออกอากาศวันที่ 3 เมษายน - 4 กรกฎาคม 2564)

(2) ช่องทางสื่อออนไลน์ :

- YouTube : JSL Global Media และ Thai Deaf TV
- Facebook Fanpage : Thai Deaf TV
- แพลตฟอร์มออนไลน์อื่นๆ ได้แก่ True ID TV

2. ผลการผลิตรายการ

2.1 ตัวชี้วัดความสำเร็จ : ภาพรวมผลการดำเนินงานโดยเปรียบเทียบแผนและผลจากการดำเนินโครงการ

ตัวชี้วัดความสำเร็จ	แผน	ผล	สรุปผล
1. ระยะเวลาการดำเนินโครงการ ระยะเวลาที่ใช้ในการผลิตรายการ ตั้งแต่กระบวนการก่อนการผลิต ช่วงการผลิตรายการและหลังการ ผลิตรายการ	365 วัน / 12 เดือน	ขยายระยะเวลาการ ส่งงานไปอีก 90 วัน จาก 365 วัน เนื่องจากได้รับ ผลกระทบจากการ แพร่ระบาดของของ COVID-19	ไม่เป็นไปตามแผน โดยดำเนินการ ผลิตแล้วเสร็จแต่ การส่งงานล่าช้า กว่าแผนที่กำหนด ไว้เนื่องจาก COVID-19
2. ผลการดำเนินงาน มีรายการโทรทัศน์ที่จัดให้มีบริการ ภาษามือเต็มจอ (Sign Language) บริการเสียงบรรยายในช่วงการ ดำเนินรายการด้วยภาษามือแบบ	จำนวน 26 ตอน ความยาว 25 นาที	จำนวน 26 ตอน ความยาว 25 นาที	เป็นไปตามแผน

ตัวชี้วัดความสำเร็จ	แผน	ผล	สรุปผล
<p>เต็มจอ (Audio) บริการเสียงบรรยายภาพในช่วงของรายการที่ไม่มีเสียงบรรยายตามปกติ (Audio Description) และคำบรรยาย (Captions) เพื่อส่งเสริมการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้อย่างเท่าเทียมและทั่วถึง 1 รายการ ความยาวตอนละ 25 นาที จำนวน 26 ตอน</p>			
<p>3. การเผยแพร่รายการทางช่องทางสถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัลและช่องทางสื่อออนไลน์</p> <p>มีการเผยแพร่รายการ “D-มีดี” ทางสื่อโทรทัศน์ที่ให้บริการเป็นการทั่วไป (ทีวีดิจิทัล) และสื่ออินเทอร์เน็ตที่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย อาทิเช่น Youtube Facebook เป็นต้น</p>	<p>เผยแพร่รายการทางสื่อโทรทัศน์ที่ให้บริการเป็นการทั่วไป (ทีวีดิจิทัล) และสื่ออินเทอร์เน็ตที่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย</p>	<p>1) ททบ.5 HD1 2) YouTube 3) Facebook 4) True ID TV</p>	<p>เป็นไปตามแผน</p>
<p>4. การบริการเพื่อส่งเสริมการเข้าถึงของคนพิการ</p> <p>ผลิตรายการโทรทัศน์ที่จัดให้มีบริการภาษามือเต็มจอ (Sign Language) บริการเสียงบรรยายในช่วงการดำเนินรายการด้วยภาษามือแบบเต็มจอ (Audio) บริการเสียงบรรยายภาพในช่วงของรายการที่ไม่มีเสียงบรรยายตามปกติ (Audio Description) และคำบรรยาย (Captions) เพื่อส่งเสริมให้คนพิการด้านการได้ยินบุคคลที่ใช้ภาษามือในการสื่อสาร</p>	<p>มีบริการภาษามือเต็มจอ (Sign Language) บริการเสียงบรรยายในช่วงการดำเนินรายการด้วยภาษามือแบบเต็มจอ (Audio) บริการเสียงบรรยายภาพในช่วงของรายการที่ไม่มีเสียงบรรยายตามปกติ (Audio Description) และคำบรรยาย (Captions)</p>	<p>จัดทำบริการภาษามือเต็มจอ (Sign Language) บริการเสียงบรรยายในช่วงการดำเนินรายการด้วยภาษามือแบบเต็มจอ (Audio) บริการเสียงบรรยายภาพในช่วงของรายการที่ไม่มีเสียงบรรยายตามปกติ (Audio Description) และคำบรรยาย (Captions)</p>	<p>เป็นไปตามแผน</p>

ตัวชี้วัดความสำเร็จ	แผน	ผล	สรุปผล
คนพิการด้านการเห็น บุคคลที่มีข้อจำกัดด้านการรับสื่อ และบุคคลทั่วไป สามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารผ่านทางกิจการโทรทัศน์ได้			
5. สถิติ การรับชมในแต่ละช่องทางที่เผยแพร่รายการ มีจำนวนการรับชมรายการในทุกช่องทาง รวมจำนวนไม่น้อยกว่า 80% (กำหนด 100% ที่ 5,000 view/ตอน)	จำนวนการเข้ารับชมรายการในทุกช่องทาง รวมกันไม่น้อยกว่า 80% หรือ 4,000 view/ตอน รวมทั้งสิ้น 104,000 view	จำนวนผู้รับชมผ่านช่อง Youtube, Facebook, โทรทัศน์ดิจิทัล และ True ID TV รวมทั้งสิ้น 292,973 view	เป็นไปตามแผน

หมายเหตุ: ข้อมูลจากเอกสารส่งมอบรายงานฉบับสมบูรณ์ โครงการ "D-มีดี"

2.2 การบริหารจัดการทรัพยากรบุคคล : ข้อมูลการจัดการบุคลากรในโครงการให้มีความเหมาะสมตามความเชี่ยวชาญ

รายการ D-มีดี มีการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลที่เหมาะสมตามความเชี่ยวชาญในด้านการผลิตสื่อสำหรับผู้พิการ โดยมีบุคลากรที่มีประสบการณ์ในการผลิตสื่อสำหรับผู้พิการทั้งทางโทรทัศน์และทางช่อง Thai Deaf TV มากกว่า 10 ปี รวมถึงมีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสื่อสำหรับผู้พิการ จึงทำให้ทีมงานสามารถผลิตรายการที่มีล่ามภาษามือแบบเต็มจอ (sign language) บริการเสียงบรรยายในช่วงการดำเนินรายการด้วยภาษามือเต็มจอ (audio) บริการเสียงบรรยายภาพในช่วงของรายการที่ไม่มีเสียงบรรยายตามปกติ (audio description) และคำบรรยาย (captions) เพื่อส่งเสริมให้คนพิการด้านการได้ยิน บุคคลที่ใช้ภาษามือในการสื่อสาร คนพิการด้านการมองเห็น บุคคลที่มีข้อจำกัดในการรับสื่อ และบุคคลทั่วไปสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารผ่านทางกิจการโทรทัศน์ได้

2.3 ปัญหาอุปสรรคหรือข้อจำกัดในการดำเนินงาน

ในช่วงการถ่ายทำรายการนั้น มีการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 ที่ทวีความรุนแรงมากขึ้นที่ส่งผลกระทบต่อแผนการผลิต กระบวนการถ่ายทำและการจัดหาสถานที่ในการถ่ายทำ เพราะบางสถานที่ที่วางไว้แต่เดิมนั้นปิดให้บริการ และแขกรับเชิญบางท่านไม่สามารถเดินทางมาถ่ายทำรายการตามแผนที่วางไว้ได้ นอกจากนี้ การถ่ายทำรายการใช้เวลานานกว่ารายการทั่วไป เนื่องจากมีคนพิการหลากหลายประเภทที่มีข้อจำกัดต่างกันและมีรายละเอียดการถ่ายทำที่ซับซ้อน อีกทั้งมีการปรับรูปแบบและเนื้อหารายการโดยมุ่งเน้นเรื่องการเรียนรู้เท่าทันสื่อ เข้าถึง เข้าใจ เข้าร่วม ที่ค่อนข้างสอดแทรกเรื่องวิชาการที่ใกล้ชิดตัวแขกรับเชิญ จึงทำให้เข้าใจเนื้อหาหายากและต้องใช้เวลาในการอธิบายบรรยายรายการนานขึ้น

สรุปผลการดำเนินงานตามแผน

จากการศึกษารวบรวมข้อมูลของการผลิตรายการที่ได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนเงินจาก กทปส. ประจำปี 2562 ดังกล่าวข้างต้น ทริสได้จัดทำตารางสรุปผลการดำเนินงานในภาพรวมของแต่ละโครงการและแต่ละรายการ โดยสรุปผลการประเมินตามตัวชี้วัดความสำเร็จที่ผู้รับทุนเสนอ โดยมีรายละเอียดดังตารางต่อไปนี้

ผลการดำเนินงาน โดยสรุป	ระยะเวลา การดำเนิน โครงการ	ผลการผลิต รายการ	การบริการเพื่อ การเข้าถึงของ คนพิการ	ช่องทาง การเผยแพร่	สถิติการรับชม ในแต่ละช่องทาง	การประเมินผล ความพึงพอใจของผู้ชม	ตัวชี้วัด ความสำเร็จ อื่นๆ
1. โครงการส่งเสริมการผลิตและออกอากาศรายการโทรทัศน์ระบบดิจิทัล รายการสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว							
1.1 รายการ Tamacot	365 วัน / 12 เดือน เป็นไปตามแผน	จำนวน 40 ตอน ความยาว 5 นาที เป็นไปตามแผน	จัดทำ CC และ AD เป็นไปตามแผน	1) True 4U 24 2) YouTube 3) Facebook เป็นไปตามแผน	ค่าเฉลี่ยเรตติ้งของรายการ 0.02 /ยอดการชมสื่อ ออนไลน์โดยรวม 677,874 views เป็นไปตามแผน	มีการประเมินผลรายการ แต่ไม่มีข้อความเพื่อสำรวจ ความพึงพอใจ ไม่เป็นไปตามแผน	-
1.2 รายการ จ๊อบคิดส์พิชิตฝัน	365 วัน / 12 เดือน เป็นไปตามแผน	จำนวน 48 ตอน ความยาว 15 นาที เป็นไปตามแผน	จัดทำ CC และ AD เป็นไปตามแผน	1) Amarin HD 34 2) YouTube 3) Facebook เป็นไปตามแผน	ค่าเฉลี่ยเรตติ้งของรายการ 0.17 /ยอดการชมสื่อ ออนไลน์ทาง Facebook 112,060 views เป็นไปตามแผน	ภาพรวมอยู่ในระดับความพึง พอใจมากที่สุด เฉลี่ยทุกด้าน อยู่ที่ 4.66 จาก 5 คะแนน หรือ 93.2% เป็นไปตามแผน	-
1.3 รายการ Kids Zone	365 วัน / 12 เดือน เป็นไปตามแผน	จำนวน 28 ตอน ความยาว 25 นาที เป็นไปตามแผน	จัดทำ CC และ AD เป็นไปตามแผน	1) MCOT HD 30 2) YouTube 3) Facebook เป็นไปตามแผน	ค่าเฉลี่ยเรตติ้งของรายการ 0.35 /ยอดการชมสื่อ ออนไลน์รวม 715,866 views เป็นไปตามแผน	ภาพรวมอยู่ในระดับความพึง พอใจมากที่สุด เฉลี่ยทุกด้าน อยู่ที่ 4.386 จาก 5 คะแนน หรือ 87.71% เป็นไปตามแผน	-

ผลการดำเนินงาน โดยสรุป	ระยะเวลา การดำเนิน โครงการ	ผลการผลิต รายการ	การบริการเพื่อ การเข้าถึงของ คนพิการ	ช่องทาง การเผยแพร่	สถิติการรับชม ในแต่ละช่องทาง	การประเมินผล ความพึงพอใจของผู้ชม	ตัวชี้วัด ความสำเร็จ อื่นๆ
1.4 รายการ ปริศนาร่างกาย	365 วัน / 12 เดือน เป็นไปตามแผน	จำนวน 50 ตอน ความยาว 10 นาที เป็นไปตามแผน	จัดทำ CC และ AD เป็นไปตามแผน	1) PPTV HD ช่อง 36 2) YouTube 3) Facebook เป็นไปตามแผน	ค่าเฉลี่ยเรตติ้งของรายการ 0.069 /ยอดการชมสื่อออนไลน์รวม 2,227,518 views เป็นไปตามแผน	ภาพรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด เฉลี่ยทุกด้าน อยู่ที่ 4.74 จาก 5 คะแนน หรือ 94.8% เป็นไปตามแผน	-
1.5 รายการ บ้านมหัศจรรย์ (Wonder House)	365 วัน / 12 เดือน เป็นไปตามแผน	จำนวน 32 ตอน ความยาว 5 นาที เป็นไปตามแผน	จัดทำ CC และ AD เป็นไปตามแผน	1) GMM 25 2) YouTube 3) Facebook เป็นไปตามแผน	ค่าเฉลี่ยเรตติ้งของรายการ 0.032 /ยอดการชมสื่อออนไลน์รวม 453,547 views เป็นไปตามแผน	ภาพรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด เฉลี่ยทุกด้าน อยู่ที่ 4.22 จาก 5 คะแนน หรือ 84.4% เป็นไปตามแผน	-
1.6 รายการ ใจใส ใสใจ	365 วัน / 12 เดือน เป็นไปตามแผน	จำนวน 50 ตอน ความยาว 3 นาที เป็นไปตามแผน	จัดทำ CC และ AD เป็นไปตามแผน	1) MCOT HD 30 2) YouTube 3) Facebook 4) Internet TV เป็นไปตามแผน	ค่าเฉลี่ยเรตติ้งของรายการ 0.019 /ยอดการชมสื่อออนไลน์รวม 612,086 views เป็นไปตามแผน	ภาพรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด เฉลี่ยทุกด้าน อยู่ที่ 4.4 จาก 5 คะแนนหรือ 88% เป็นไปตามแผน	-
1.7 รายการ คិតส์ดี ธรรมดี	365 วัน / 12 เดือน เป็นไปตามแผน	จำนวน 26 ตอน ความยาว 25 นาที เป็นไปตามแผน	จัดทำ CC และ AD เป็นไปตามแผน	1) True4U ช่อง24 2) YouTube 3) Facebook เป็นไปตามแผน	ค่าเฉลี่ยเรตติ้งของรายการ 0.024 /ยอดการชมสื่อออนไลน์รวม 727,892 views เป็นไปตามแผน	มีการประเมินผลรายการ แต่ไม่มีข้อคำถามเพื่อสำรวจ ความพึงพอใจ ไม่เป็นไปตามแผน	-

ผลการดำเนินงาน โดยสรุป	ระยะเวลา การดำเนิน โครงการ	ผลการผลิต รายการ	การบริการเพื่อ การเข้าถึงของ คนพิการ	ช่องทาง การเผยแพร่	สถิติการรับชม ในแต่ละช่องทาง	การประเมินผล ความพึงพอใจของผู้ชม	ตัวชี้วัด ความสำเร็จ อื่นๆ
1.8 รายการ Let's be a Doctor	365 วัน / 12 เดือน เป็นไปตามแผน	จำนวน 40 ตอน ความยาว 5 นาที เป็นไปตามแผน	จัดทำ CC และ AD เป็นไปตามแผน	1) GMM ช่อง 25 2) YouTube 3) Facebook เป็นไปตามแผน	ค่าเฉลี่ยเรตติ้งของรายการ 0.027 /ยอดการชมสื่อออนไลน์รวม 942,339 views เป็นไปตามแผน	ภาพรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด เฉลี่ยทุกด้าน อยู่ที่ 4.25 จาก 5 คะแนน หรือ 85% เป็นไปตามแผน	-
2. โครงการส่งเสริมการผลิตและออกอากาศเนื้อหารายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ							
2.1 รายการ แก่งกระจานสู่ มรดกโลก	365 วัน / 12 เดือน เป็นไปตามแผน	จำนวน 8 ตอน ความยาว 30 นาที เป็นไปตามแผน	จัดทำ CC และ AD เป็นไปตามแผน	1) Amarin HD 34 2) YouTube เป็นไปตามแผน	ค่าเฉลี่ยเรตติ้งของรายการ 0.5 /ยอดการชมสื่อออนไลน์รวม 196,436 views เป็นไปตามแผน	ภาพรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด เฉลี่ยทุกด้าน อยู่ที่ 4.425 จาก 5 คะแนน หรือ 88.5% เป็นไปตามแผน	-
2.2 รายการ Thaitive	365 วัน / 12 เดือน เป็นไปตามแผน	จำนวน 24 ตอน ความยาว 30 นาที เป็นไปตามแผน	จัดทำ CC และ AD เป็นไปตามแผน	1) MCOT HD 30 2) YouTube 3) Facebook เป็นไปตามแผน	ค่าเฉลี่ยเรตติ้งของรายการ 0.103 /ยอดการชมสื่อออนไลน์รวม 945,582 views เป็นไปตามแผน	ภาพรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด เฉลี่ยทุกด้าน อยู่ที่ 4.61 จาก 5 คะแนน หรือ 92.2% เป็นไปตามแผน	-
2.3 รายการ Go GREEN เปลี่ยนโลก	365 วัน / 12 เดือน เป็นไปตามแผน	จำนวน 24 ตอน ความยาว 30 นาที เป็นไปตามแผน	จัดทำ CC และ AD เป็นไปตามแผน	1) ไทยรัฐทีวี 32 2) YouTube 3) Facebook เป็นไปตามแผน	ค่าเฉลี่ยเรตติ้งของรายการ 0.105 /ยอดการชมสื่อออนไลน์รวม 1,816,506 views เป็นไปตามแผน	ภาพรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด เฉลี่ยทุกด้าน อยู่ที่ 4.43 จาก 5 คะแนน หรือ 88.5% เป็นไปตามแผน	-

ผลการดำเนินงาน โดยสรุป	ระยะเวลา การดำเนิน โครงการ	ผลการผลิต รายการ	การบริการเพื่อ การเข้าถึงของ คนพิการ	ช่องทาง การเผยแพร่	สถิติการรับชม ในแต่ละช่องทาง	การประเมินผล ความพึงพอใจของผู้ชม	ตัวชี้วัด ความสำเร็จ อื่นๆ
2.4 รายการ ตามรอยลูกเสือ	365 วัน / 12 เดือน เป็นไปตามแผน	จำนวน 24 ตอน ความยาว 10 นาที เป็นไปตามแผน	จัดทำ CC และ AD เป็นไปตามแผน	1) MCOT HD 30 2) YouTube เป็นไปตามแผน	ค่าเฉลี่ยเรตติ้งของรายการ 0.121 /ยอดการชมสื่อออนไลน์รวม 219,157 views เป็นไปตามแผน	ภาพรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด เฉลี่ยทุกด้าน อยู่ที่ 4.57 จาก 5 คะแนน หรือ 91.42% เป็นไปตามแผน	-
2.5 รายการ ประชาบดีคนดีได้ ผืนฟ้า	365 วัน / 12 เดือน เป็นไปตามแผน	จำนวน 16 ตอน ความยาว 10 นาที เป็นไปตามแผน	จัดทำ CC และ AD เป็นไปตามแผน	1) PPTV HD 36 2) YouTube 3) Facebook 4) Instagram 5) Application เป็นไปตามแผน	ค่าเฉลี่ยเรตติ้งของรายการ 0.227 /ยอดการชมสื่อออนไลน์รวม 4,004 views เป็นไปตามแผน	ภาพรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด เฉลี่ยทุกด้าน อยู่ที่ 4.05 จาก 5 คะแนน หรือ 81% เป็นไปตามแผน	-
2.6 รายการ ไทยสปิริต	มีการขอขยายเวลา ส่งมอบงานออกไป 3 เดือน เนื่องจาก ไม่สามารถผลิต รายการในช่วง สถานการณ์ COVID-19 ไม่เป็นไปตาม แผน	จำนวน 24 ตอน ความยาว 25 นาที เป็นไปตามแผน	จัดทำ CC และ AD เป็นไปตามแผน	1) ช่อง MCOT HD ช่อง 30 2) YouTube 3) Facebook 4) TikTok เป็นไปตามแผน	ค่าเฉลี่ยเรตติ้งของรายการ 0.125 /ยอดการชมสื่อออนไลน์รวม 521,269 views เป็นไปตามแผน	ภาพรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมาก โดยมีค่าเฉลี่ยทุกด้านอยู่ที่ 82.9% เป็นไปตามแผน	-

ผลการดำเนินงาน โดยสรุป	ระยะเวลา การดำเนิน โครงการ	ผลการผลิต รายการ	การบริการเพื่อ การเข้าถึงของ คนพิการ	ช่องทาง การเผยแพร่	สถิติการรับชม ในแต่ละช่องทาง	การประเมินผล ความพึงพอใจของผู้ชม	ตัวชี้วัด ความสำเร็จ อื่นๆ
2.7 รายการ สุภาพิต คำ ปัง ปัง (คำดังอินเทรนด์)	365 วัน / 12 เดือน เป็นไปตามแผน	จำนวน 24 ตอน ความยาว 5 นาที เป็นไปตามแผน	จัดทำ CC และ AD เป็นไปตามแผน	1) PPTV HD ช่อง 36 2) YouTube 3) Facebook เป็นไปตามแผน	ค่าเฉลี่ยเรตติ้งของรายการ 0.145 /ยอดการชมสื่อ ออนไลน์รวม 665,023 views เป็นไปตามแผน	ภาพรวมอยู่ในระดับความพึง พอใจมากที่สุด เฉลี่ยทุกด้าน อยู่ที่ 4.53 จาก 5 คะแนน หรือ 90.6% เป็นไปตามแผน	-
2.8 รายการ Young@Heart Show: Celeb Talk	365 วัน / 12 เดือน เป็นไปตามแผน	จำนวน 20 ตอน ความยาว 5 นาที เป็นไปตามแผน	จัดทำ CC และ AD เป็นไปตามแผน	1) 3 HD ช่อง 33 2) YouTube 3) Facebook เป็นไปตามแผน	ค่าเฉลี่ยเรตติ้งของรายการ 0.542 /ยอดการชมสื่อ ออนไลน์รวม 1,285,718 views เป็นไปตามแผน	ภาพรวมอยู่ในระดับความพึง พอใจมากที่สุด เฉลี่ยทุกด้าน อยู่ที่ 4.48 จาก 5 คะแนน หรือ 89.6% เป็นไปตามแผน	-
2.9 รายการ ลายแทงชุมชน	365 วัน / 12 เดือน เป็นไปตามแผน	จำนวน 20 ตอน ความยาว 5 นาที เป็นไปตามแผน	จัดทำ CC และ AD เป็นไปตามแผน	1) 3 HD ช่อง 33 2) YouTube 3) Facebook เป็นไปตามแผน	ค่าเฉลี่ยเรตติ้งของรายการ 0.0613 /ยอดการชมสื่อ ออนไลน์รวม 1,310,685 views เป็นไปตามแผน	ภาพรวมอยู่ในระดับความพึง พอใจมากที่สุด เฉลี่ยทุกด้าน อยู่ที่ 4.14 จาก 5 คะแนน หรือ 82.8% เป็นไปตามแผน	-
2.10 รายการ กาลครั้งหนึ่ง	365 วัน / 12 เดือน เป็นไปตามแผน	จำนวน 10 ตอน ความยาว 10 นาที เป็นไปตามแผน	จัดทำ CC และ AD เป็นไปตามแผน	1) Amarin HD 34 2) YouTube 3) Facebook เป็นไปตามแผน	ค่าเฉลี่ยเรตติ้งของรายการ 0.275 /ยอดการชมสื่อ ออนไลน์รวม 55,782 views เป็นไปตามแผน	ภาพรวมอยู่ในระดับความพึง พอใจมากที่สุด เฉลี่ยทุกด้าน อยู่ที่ 8.32 จาก 10 คะแนน หรือ 83.2% เป็นไปตามแผน	-

ผลการดำเนินงาน โดยสรุป	ระยะเวลา การดำเนิน โครงการ	ผลการผลิต รายการ	การบริการเพื่อ การเข้าถึงของ คนพิการ	ช่องทาง การเผยแพร่	สถิติการรับชม ในแต่ละช่องทาง	การประเมินผล ความพึงพอใจของผู้ชม	ตัวชี้วัด ความสำเร็จ อื่นๆ
3. โครงการผลิตสารคดีเชิงประวัติศาสตร์เพื่อนำเสนอข้อมูลเชิงบวกและสร้างสรรค์ในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้							
3.1 รายการ ย้อนอดีตที่ปลาย ด้ามขวาน	365 วัน / 12 เดือน เป็นไปตามแผน	จำนวน 45 ตอน ความยาว 25 นาที เป็นไปตามแผน	จัดทำบริการคำบรรยาย (Subtitle) ภาษาอังกฤษและ ภาษาอาหรับ เป็นไปตามแผน	1) MCOT HD 30 2) YouTube 3) Facebook 4) Line เป็นไปตามแผน	ยอดการชมสื่อออนไลน์รวม 5,031,801 views เป็นไปตามแผน	ภาพรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด เฉลี่ยทุกด้าน อยู่ที่ 4.16 จาก 5 คะแนน หรือ 83.2% เป็นไปตามแผน	จำนวนผู้ติดตาม บัญชี Line และ Facebook ของ รายการ 104,182 คน เป็นไปตามแผน
4. โครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อ							
4.1 รายการ บริษัท (ไม่) จัดฉาก จำกัด	อยู่ในระหว่างการผลิตรายการและขยายระยะเวลาโครงการ เนื่องจากได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของ COVID-19 ไม่เป็นไปตามแผน						
5. โครงการจัดทำรายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมให้คนพิการรู้จักสิทธิและใช้ประโยชน์ จากกิจการโทรทัศน์ได้อย่างรู้เท่าทัน							
5.1 รายการ D-มิติ	มีการขอขยาย เวลาส่งมอบงาน ออกไป 3 เดือน เนื่องจาก ไม่สามารถผลิต รายการในช่วง	จำนวน 26 ตอน ความยาว 25 นาที เป็นไปตามแผน	บริการภาษามือ เต็มจอ (Sign Language) บริการเสียงบรรยายในช่วง การดำเนิน รายการด้วยภาษา	1) ททบ.5 HD1 2) YouTube 3) Facebook 4) True ID TV เป็นไปตามแผน	ยอดการชมสื่อในทุก ช่องทางรวม 292,973 view เป็นไปตามแผน	ไม่มีเกณฑ์การกำหนดให้มีการประเมินความพึงพอใจ ของผู้ชม จึงไม่มีการเก็บ ข้อมูลผลการประเมินความ พึงพอใจของผู้ชม	-

ผลการดำเนินงาน โดยสรุป	ระยะเวลา การดำเนิน โครงการ	ผลการผลิต รายการ	การบริการเพื่อ การเข้าถึงของ คนพิการ	ช่องทาง การเผยแพร่	สถิติการรับชม ในแต่ละช่องทาง	การประเมินผล ความพึงพอใจของผู้ชม	ตัวชี้วัด ความสำเร็จ อื่นๆ
	สถานการณ์ COVID-19 ไม่เป็นไปตาม แผน		มีแอปเติมจอ (Audio) บริการ เสียงบรรยายภาพ ในช่วงของ รายการที่ไม่มี เสียงบรรยาย ตามปกติ (Audio Description) และคำบรรยาย (Captions) เป็นไปตามแผน				

บทที่ 7

สรุปรายงานผลการสัมภาษณ์ผู้ผลิตรายการปี 2562 และผู้เชี่ยวชาญด้านการเขียนบทและการกำกับรายการ รวมทั้งผลการจัดประชุม Focus Group ของ กลุ่มเป้าหมายรายการ กลุ่มผู้ผลิตรายการ และกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ

7.1 สรุปรายงานผลการสัมภาษณ์ผู้ผลิตรายการปี 2562

7.1.1 แผนการสัมภาษณ์

ตารางที่ 7.1 สรุปแผนการสัมภาษณ์ผู้ผลิตรายการปี 2562

ลำดับ	ชื่อหัวหน้าโครงการ	บริษัท	รายการ	แผนการสัมภาษณ์
1	คุณชลธิ์ อินทรสาสุขพร	บริษัท ทำมะอะทำ จำกัด	1. Tamacot	02 ส.ค. 64 (14.00-15.00)
2	คุณปกฤตม์ หงษ์เทียมทอง	บริษัท ไคลแม็กซ์ แอ็ดเวอร์ไทซิง เอเยนซี จำกัด	2. จ๊อบคิดส์ พิชิตฝัน	12 ส.ค. 64 (14.00-15.00)
3	คุณสรารุช เตโชชาลัย	บริษัท เทนิยม จำกัด	3. Kids Zone	30 ก.ค. 64 (16.00-17.00)
4	คุณกาญจนา อับดุลลาฮาย	บริษัท เอ็นดู 2015 จำกัด	4. ปริศนาร่างกาย	02 ส.ค. 64 (17.00-18.00)
5	คุณเบญจมาพร อินทบริบูรณ์	บริษัท เบสโซ จำกัด	5. บ้านมหัศจรรย์ (Wonder house)	29 ก.ค. 64 (19.00-20.00)
6	คุณขวัญเรือน ถาวรทวีวงศ์	บริษัท สื่อดลใจ	6. ใจใส ใสใจ	02 ส.ค. 64 (13.30-14.30)
7	คุณโรจน์อรินทร์ ทองกัญชร	บริษัท แรงดิงดูต สตูดิโอ จำกัด	7. คิดส์ดี ธรรมดี	02 ส.ค. 64 (10.00-11.00)
8	คุณสิริกร วาจาจุฑ	บริษัท เดอะ เน็กซ์ เพจ จำกัด	8. Let's be a Doctor	05 ส.ค. 64 (13.00-14.00)
9	คุณวสุ ลิมปบุญทัย	ห้างหุ้นส่วนจำกัด โคแปง กราฟิก	1. แก่งกระจาน สุ่มรดกโลก	28 ก.ค. 64 (13.00-14.00)
10	คุณรุ่งทิภา หลวงปา	บริษัท เกรท สตาร์ ดิจิตอล จำกัด	2. Thaitive	09 ส.ค. 64 (13.00-14.00)
11	คุณมาลี ลักกิตโร	บริษัท ยู อีเวนท์ จำกัด	3. GO GREEN เปลี่ยนโลก	28 ก.ค. 64 (15.00-16.00)
12	คุณทิพย์วัลย์ โพธิ์ทองนาค	บริษัท แฟร์ โอเปอร์เรชั่น จำกัด	4. โครงการตามรอยลูกเสือ กุลแก้ววัฒนธรรม นำพาความมั่นคง	02 ส.ค. 64 (13.00-14.00)

ลำดับ	ชื่อหัวหน้าโครงการ	บริษัท	รายการ	แผนการสัมภาษณ์
13	คุณเพียงเพ็ญ วงศ์นิมิตรกุล	บริษัท ปันฝันปันยิ้ม จำกัด	5. โครงการสื่อสร้างสรรค์ รางวัลประชาชนดี : รายการ คนดีได้ฝันฟ้า	30 ก.ค. 64 (13.00-14.00)
14	คุณจันทร์ชจี พงนี	บริษัท วิวไวต์ จำกัด	6. ไทยสปิริต	5 ส.ค. 64 (13.00-14.00)
15	คุณโชติกา บุญนุช	บริษัท เซเท่น กราฟิก แอนด์ มีเดีย จำกัด	7. การสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์ “สุภาชีวิตคำ ปังปัง” (คำดัง อินเทอร์เน็ต)	30 ก.ค. 64 (11.00-12.00)
16	คุณทวีรัตน์ จิรติลก	บริษัท เดียร์ 36 จำกัด	8. Young@Heart Show: Celeb Talk	2 ส.ค. 64 (14.30-15.30)
17	คุณชลิตา เพ็องอารมย์	บริษัท 236 โปรดักชั่น จำกัด	9. ลายแทงชุมชน	6 ส.ค. 64 (15.00-16.00)
18	คุณณรงค์วรรณ เมฆทิพย์พาศัย	บริษัท สยาม เอ็นอีเอส จำกัด	10. กาลครั้งหนึ่ง	6 ส.ค. 64 (10.00-11.00)
19	คุณจิรพันธุ์ พูลผล	บริษัท อิงค์กิ้ง เวิร์ด จำกัด	สารคดี...ย้อนอดีตที่ปลายด้ามขวาน	30 ก.ค. 64 (13.00-14.00)
20	คุณรติวัลค์ ธนาธรรมโรจน์	บริษัท เจ เอส แอล โกลบอล มีเดีย จำกัด	บริษัท (ไม่) จัดฉาก จำกัด	05 ส.ค. 64 (9.00-10.00)
21	คุณกอบกิจ ประดิษฐ์ผลพานิช	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต	D-มีตี	06 ส.ค. 64 (10.00-11.00)

7.1.2 ประเด็นสัมภาษณ์

ข้อมูลทั่วไป

- 1) ชื่อบริษัท/หน่วยงานของผู้รับทุน
- 2) ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์
- 3) ตำแหน่งของผู้ให้สัมภาษณ์
- 4) เพศ
- 5) อายุ
- 6) การศึกษา

ข้อมูลรายการ

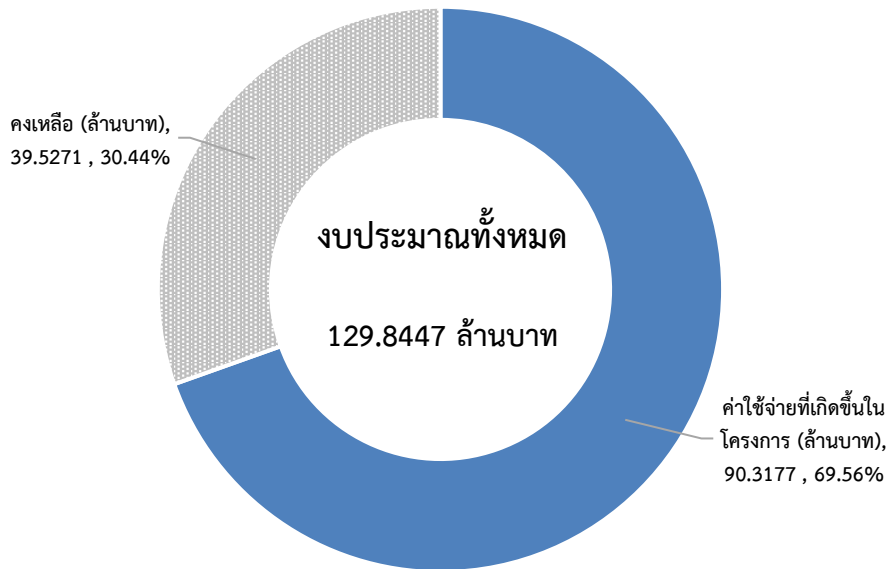
- 7) ชื่อรายการ
- 8) รูปแบบรายการ
- 9) จำนวนตอน / ระยะเวลาต่อตอน
- 10) กลุ่มเป้าหมายของรายการ
- 11) เนื้อหารายการโดยสรุป
- 12) แหล่งข้อมูลหรือองค์ความรู้ในการจัดทำเนื้อหารายการ

- 13) ประโยชน์ที่ท่านอยากให้เกิดขึ้นจากการเผยแพร่รายการ
- 14) ระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินโครงการตามแผนที่เสนอ กทปส. (Proposal)
- 15) ระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินโครงการจริง
- 16) จำนวนตอนที่ผลิตแล้วเสร็จ (จนถึงวันที่สัมภาษณ์) ระยะเวลาตามแผนที่เสนอ / ระยะเวลาที่ใช้จริง
- 17) จำนวนตอนที่ออกอากาศสำเร็จ (จนถึงวันที่สัมภาษณ์) ระยะเวลาตามแผนที่เสนอ / ระยะเวลาที่ใช้จริง
- 18) จำนวนบุคลากรทั้งหมดในโครงการ (เช่น ผู้กำกับ, ทีมถ่ายทำ, พิธีกร)
- 19) ช่องทางการออกอากาศ: สถานีโทรทัศน์ (On Air)
- 20) งบประมาณที่ได้รับอนุมัติจาก กทปส. ทั้งหมดบาท
- 21) ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในโครงการ
- 22) รายได้จากการผลิตรายการ
- 23) รายการของท่านมีการประเมินผลความพึงพอใจของผู้ชมหรือไม่ ความคิดเห็น/ ข้อเสนอแนะ/Feedback จากผู้ชมรายการ มีอะไรบ้าง
- 24) รายการได้มีการจัดทำบริการคำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption) หรือบริการล่ามภาษามือ (Sign Language Interpretation) และบริการเสียงบรรยายภาพ (Audio Description) หรือไม่

ปัจจัยความสำเร็จ ปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะ

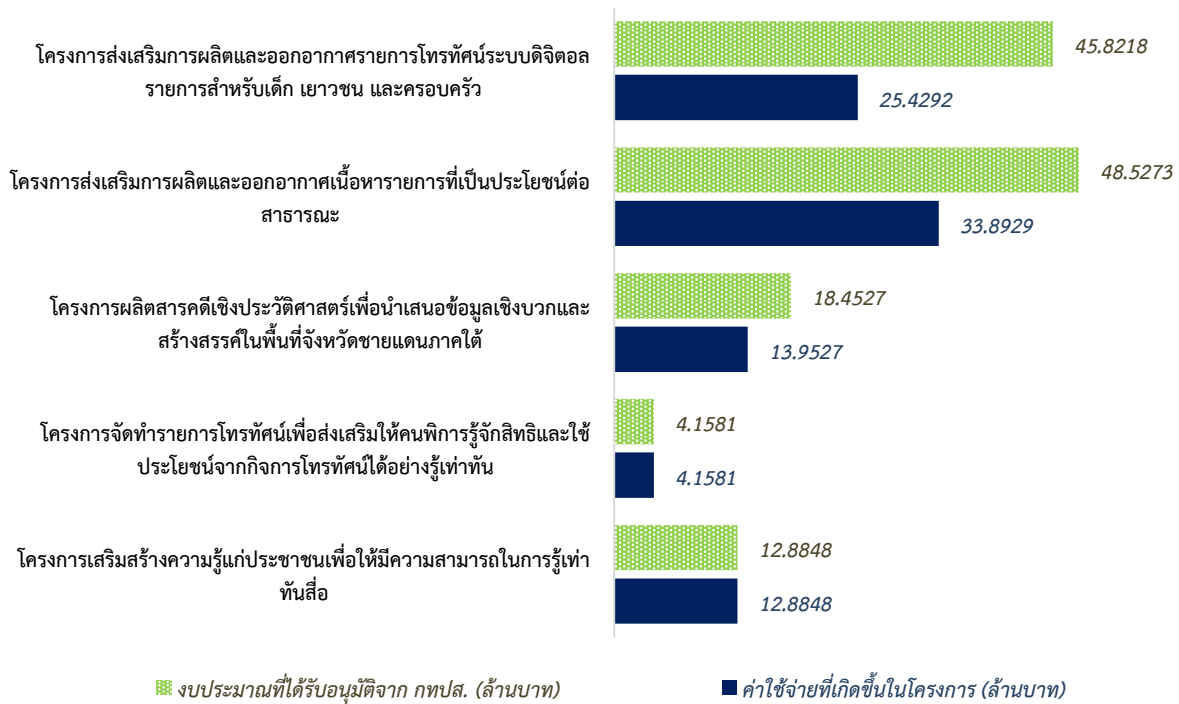
- 25) ผลการดำเนินงานในภาพรวมเป็นไปตามแผนที่ท่านเสนอให้แก่กองทุน กทปส. ไว้หรือไม่ อย่างไร
- 26) กรุณาเล่าถึงการบริหารจัดการโครงการของท่านในด้านการบริหารงบประมาณ, การบริหารบุคลากร, การบริหารเวลาในการดำเนินงาน การบริหารทรัพยากรในการผลิต และด้านอื่นๆ
- 27) ปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินงานของท่านมีอะไรบ้าง กรุณายกตัวอย่างเหตุการณ์ หรือสิ่งที่ทำให้ท่านสามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ของโครงการ
- 28) ปัญหาอุปสรรคหรือข้อจำกัดในการดำเนินงานของท่านมีอะไรบ้าง กรุณายกตัวอย่าง เหตุการณ์หรือสิ่งที่ทำให้ท่านไม่สามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ของโครงการ เช่น การขอรับทุนจาก กทปส., งบประมาณที่ได้รับ, ผลการดำเนินงาน (ก่อน ระหว่าง และหลังการผลิตรายการ) เป็นต้น
- 29) ข้อเสนอแนะที่ท่านอยากเสนอให้ทาง กทปส. นำไปพัฒนาหรือปรับปรุง เพื่อให้ท่านสามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ของโครงการได้ เช่น ขั้นตอนการพิจารณาให้ทุน, ความช่วยเหลือที่อยากได้รับจาก กทปส. เป็นต้น
- 30) ข้อเสนอแนะอื่นๆ (ถ้ามี)

ผลการสัมภาษณ์ผู้ผลิตรายการปี 2562 โดยภาพรวม



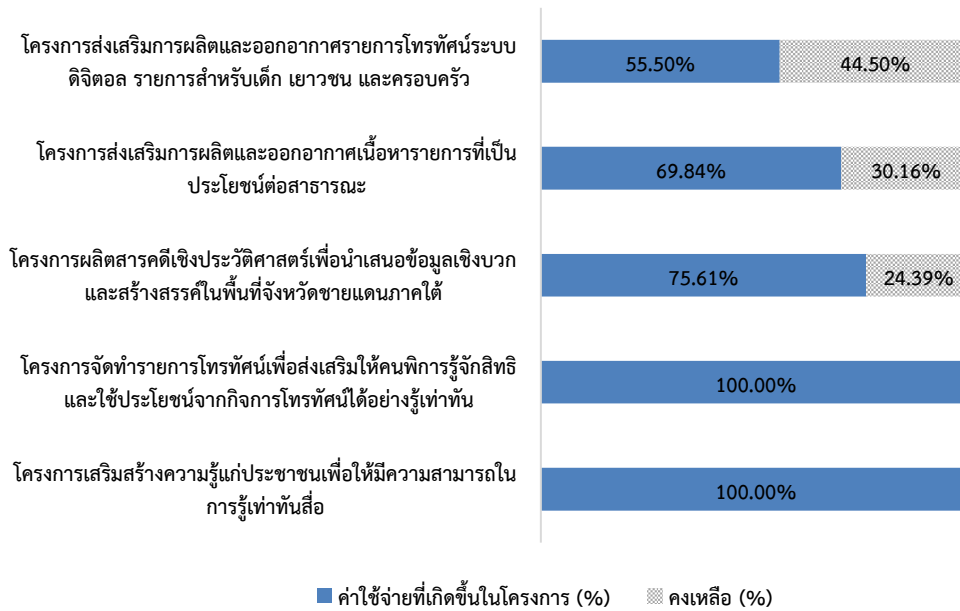
แผนภาพที่ 7.1 งบประมาณและค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นสำหรับรายการปี 2562

สำหรับภาพรวมงบประมาณและค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นสำหรับรายการที่ได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนเงินจากกองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ (กทปส.) ปี 2562 พบว่า งบประมาณทั้งหมดของการผลิตรายการที่ได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนเงินจากกองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ (กทปส.) มีค่าเท่ากับ 129.8447 ล้านบาท โดยค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในโครงการ เท่ากับ 90.3177 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 69.56 ของงบประมาณทั้งหมด และมีจำนวนเงินคงเหลือ 39.5271 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 30.44 ของงบประมาณทั้งหมด



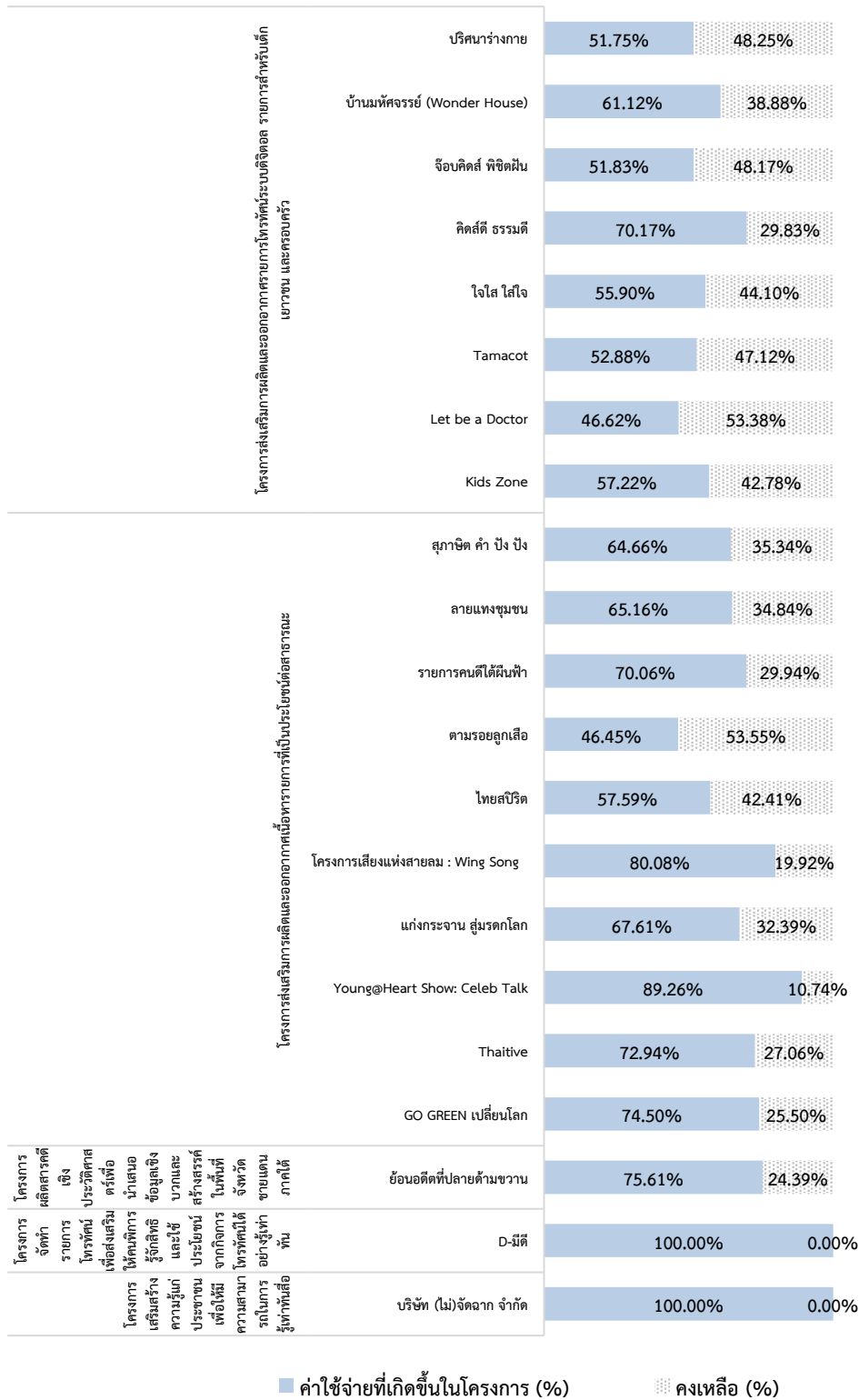
แผนภาพที่ 7.2 งบประมาณที่ได้รับอนุมัติจาก กทปส. และค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นแต่ละประเภทโครงการ

สำหรับภาพรวมงบประมาณที่ได้รับอนุมัติจาก กทปส. และค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นแต่ละประเภทโครงการ ปี 2562 พบว่า งบประมาณที่ได้รับอนุมัติจาก กทปส. และค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นแต่ละประเภทโครงการมากที่สุด ได้แก่ โครงการส่งเสริมการผลิตและออกอากาศเนื้อหารายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ ซึ่งมีงบประมาณที่ได้รับอนุมัติจาก กทปส. เท่ากับ 48.5273 ล้านบาท โดยมีค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในโครงการ เท่ากับ 33.8929 ล้านบาท รองลงมา ได้แก่ โครงการส่งเสริมการผลิตและออกอากาศรายการโทรทัศน์ระบบดิจิทัล รายการสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว ซึ่งมีงบประมาณที่ได้รับอนุมัติจาก กทปส. เท่ากับ 45.8218 ล้านบาท โดยมีค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในโครงการ เท่ากับ 25.4292 ล้านบาท โครงการผลิตสารคดีเพื่อส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนใต้ ซึ่งมีงบประมาณที่ได้รับอนุมัติจาก กทปส. เท่ากับ 18.4527 ล้านบาท โดยมีค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในโครงการ เท่ากับ 13.9527 ล้านบาท โครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อ ซึ่งมีงบประมาณที่ได้รับอนุมัติจาก กทปส. เท่ากับ 12.8848 ล้านบาท โดยมีค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในโครงการ เท่ากับ 12.8848 ล้านบาท และโครงการจัดทำรายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมให้คนพิการรู้จักสิทธิและใช้ประโยชน์จากกิจการโทรทัศน์ได้อย่างรู้เท่าทัน ซึ่งมีงบประมาณที่ได้รับอนุมัติจาก กทปส. เท่ากับ 4.1581 ล้านบาท โดยมีค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในโครงการ เท่ากับ 4.1581 ล้านบาท ตามลำดับ



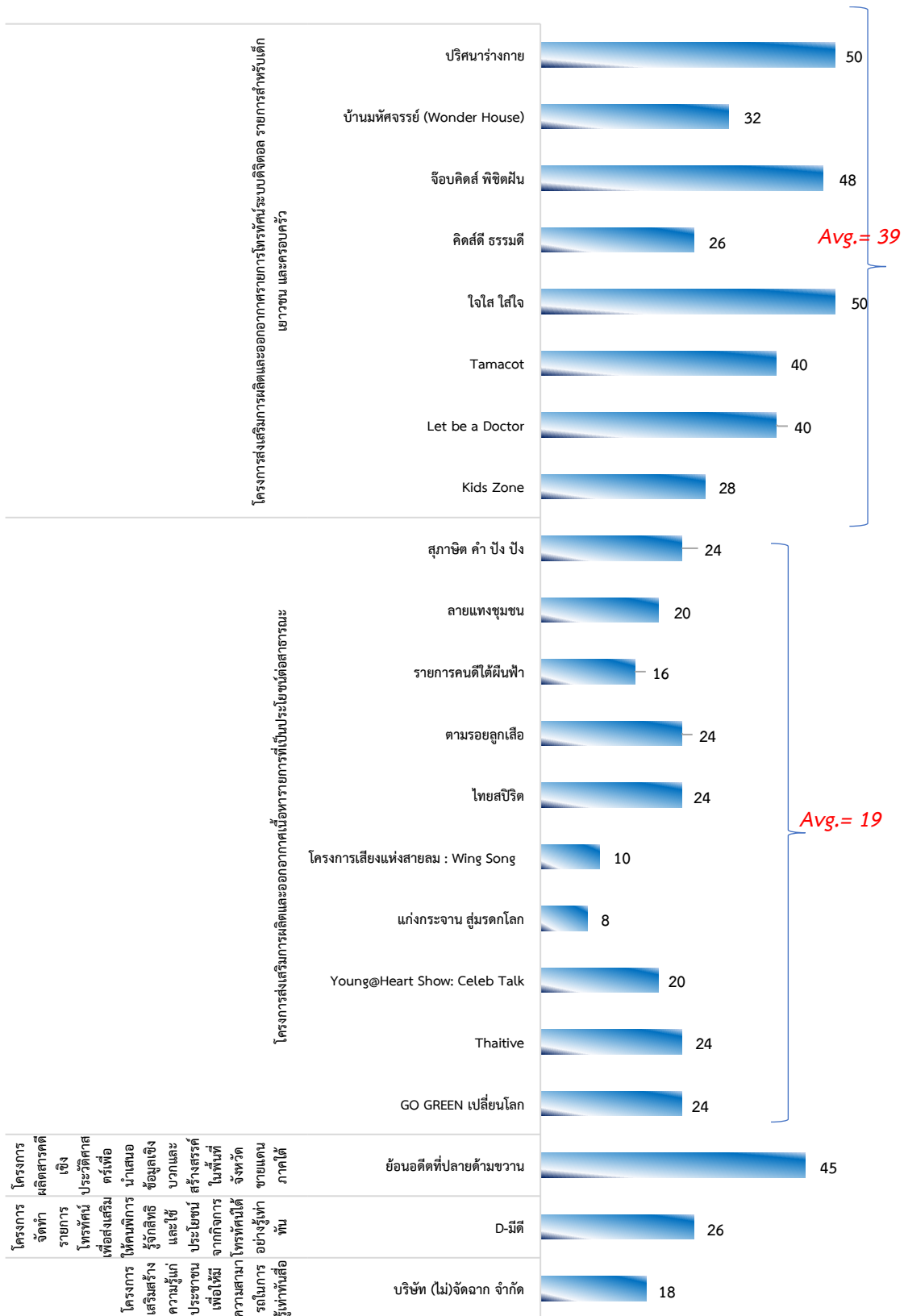
แผนภาพที่ 7.3 สัดส่วนค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในแต่ละประเภทโครงการ

สำหรับภาพรวมสัดส่วนค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในแต่ละประเภทโครงการ ปี 2562 พบว่า สัดส่วนค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นมากที่สุด ได้แก่ โครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้ความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อ และโครงการจัดทำรายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมให้คนพิการรู้จักสิทธิและใช้ประโยชน์จากกิจการโทรทัศน์ได้อย่างรู้เท่าทัน ซึ่งมีสัดส่วนค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นร้อยละ 100 ของงบประมาณที่ได้รับอนุมัติจาก กทปส. รองลงมาได้แก่ โครงการผลิตสารคดีเพื่อส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนใต้ ซึ่งมีสัดส่วนค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นร้อยละ 75.61 ของงบประมาณที่ได้รับอนุมัติจาก กทปส. โครงการส่งเสริมการผลิตและออกอากาศเนื้อหารายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ ซึ่งมีสัดส่วนค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นร้อยละ 69.84 ของงบประมาณที่ได้รับอนุมัติจาก กทปส. และ โครงการส่งเสริมการผลิตและออกอากาศรายการโทรทัศน์ระบบดิจิทัลรายการสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว ซึ่งมีสัดส่วนค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นร้อยละ 55.50 ของงบประมาณที่ได้รับอนุมัติจาก กทปส. ตามลำดับ



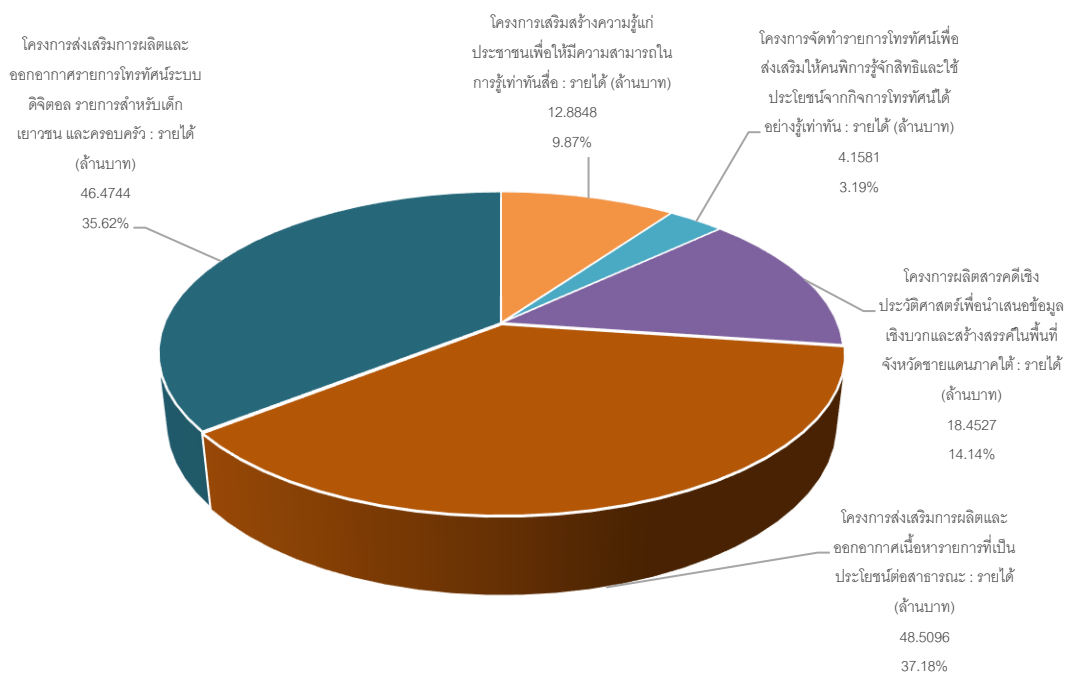
แผนภาพที่ 7.4 สัดส่วนค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในแต่ละรายการ

สำหรับภาพรวมสัดส่วนค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในแต่ละรายการ ปี 2562 พบว่า 3 รายการที่มีสัดส่วนค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นต้องงบประมาณที่ได้รับการสนับสนุนจาก กทปส. มากที่สุด ได้แก่ **รายการ D-มีดี, รายการ บริษัท (ไม่)จัดฉาก จำกัด** ซึ่งมีสัดส่วนค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นร้อยละ 100 ของงบประมาณที่ได้รับอนุมัติจาก กทปส. และ **รายการ Young@Heart Show: Celeb Talk** ซึ่งมีสัดส่วนค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นร้อยละ 89.26 ของงบประมาณที่ได้รับอนุมัติจาก กทปส. ตามลำดับ



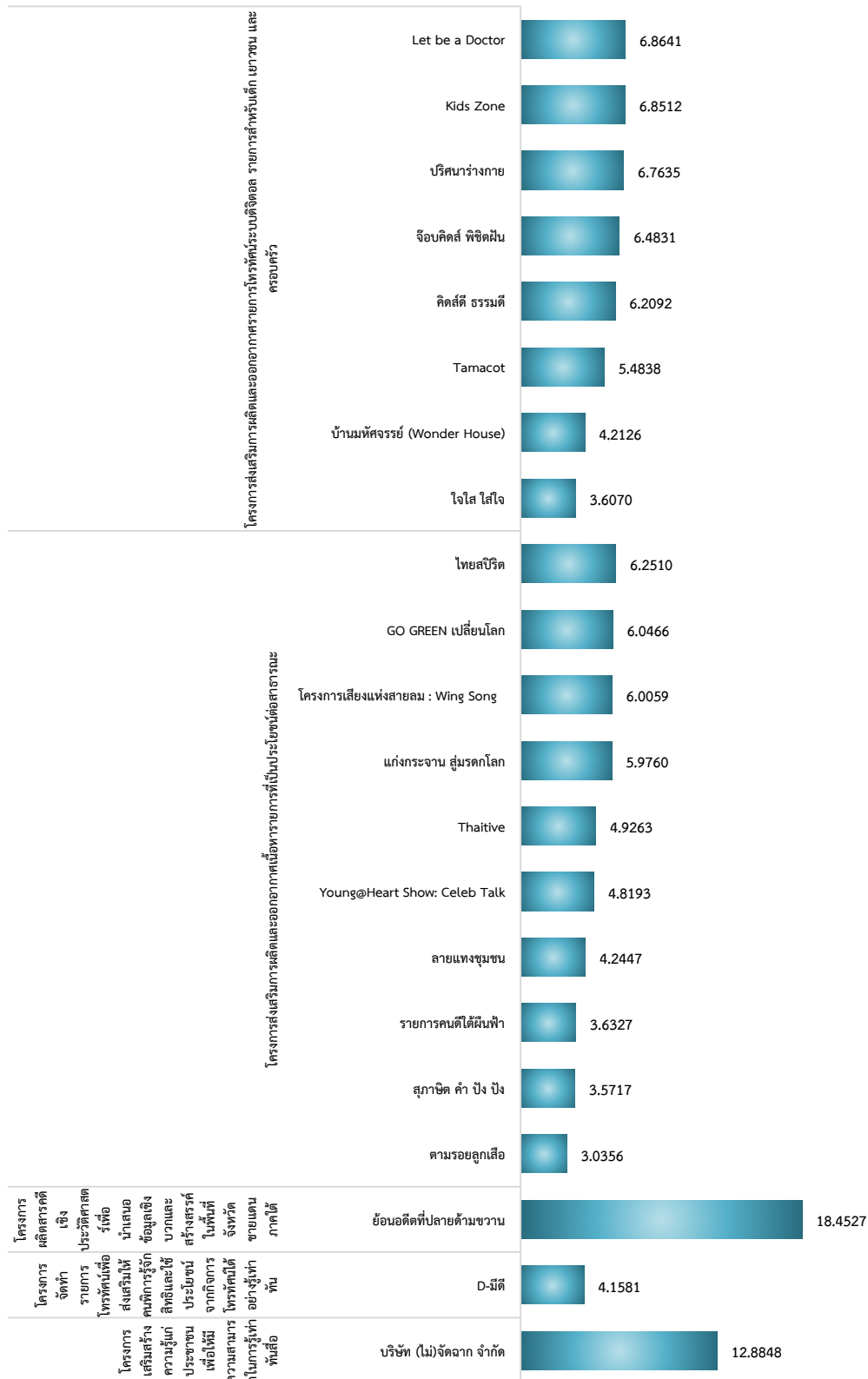
แผนภาพที่ 7.5 จำนวนตอนแบ่งแยกตามรายการ

สำหรับภาพรวมจำนวนตอนแบ่งแยกตามแต่ละประเภทโครงการ ปี 2562 พบว่า จำนวนตอนเฉลี่ยในแต่ละประเภทโครงการที่เกิดขึ้นมากที่สุด ได้แก่ โครงการผลิตสารคดีเพื่อส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนใต้ ซึ่งมีจำนวนตอนเฉลี่ย เท่ากับ 45 ตอน รองลงมาได้แก่ โครงการส่งเสริมการผลิตและออกอากาศรายการโทรทัศน์ระบบดิจิตอลรายการสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว ซึ่งมีจำนวนตอนเฉลี่ย เท่ากับ 39 ตอน โครงการจัดทำรายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมให้คนพิการรู้จักสิทธิและใช้ประโยชน์จากกิจการโทรทัศน์ได้อย่างรู้เท่าทัน ซึ่งมีจำนวนตอนเฉลี่ย เท่ากับ 26 ตอน โครงการส่งเสริมการผลิตและออกอากาศเนื้อหารายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ ซึ่งมีจำนวนตอนเฉลี่ย เท่ากับ 19 ตอน และ โครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อ ซึ่งมีจำนวนตอนเฉลี่ย เท่ากับ 18 ตอน ตามลำดับ



แผนภาพที่ 7.6 สัดส่วนของรายได้จากการผลิตแต่ละโครงการ

สำหรับภาพรวมสัดส่วนของรายได้จากการผลิตแต่ละโครงการ ปี 2562 พบว่า สัดส่วนของรายได้จากการผลิตแต่ละโครงการที่เกิดขึ้นมากที่สุด ได้แก่ โครงการส่งเสริมการผลิตและออกอากาศเนื้อหารายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ ซึ่งมีสัดส่วนของรายได้จากการผลิต เท่ากับ 48.5096 คิดเป็นร้อยละ 37.18 รองลงมา ได้แก่ โครงการส่งเสริมการผลิตและออกอากาศรายการโทรทัศน์ระบบดิจิตอลรายการสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว ซึ่งมีสัดส่วนของรายได้จากการผลิต เท่ากับ 46.4744 คิดเป็นร้อยละ 35.62 โครงการผลิตสารคดีเพื่อส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนใต้ ซึ่งมีสัดส่วนของรายได้จากการผลิต เท่ากับ 18.4527 คิดเป็นร้อยละ 14.14 โครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อ ซึ่งมีสัดส่วนของรายได้จากการผลิต เท่ากับ 12.8848 คิดเป็นร้อยละ 9.87 และ โครงการจัดทำรายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมให้คนพิการรู้จักสิทธิและใช้ประโยชน์จากกิจการโทรทัศน์ได้อย่างรู้เท่าทัน ซึ่งมีสัดส่วนของรายได้จากการผลิต เท่ากับ 4.1581 คิดเป็นร้อยละ 3.19 ตามลำดับ



แผนภาพที่ 7.7 รายได้จากการผลิตแต่ละรายการ

สำหรับภาพรวมสัดส่วนของรายได้จากการผลิตแต่ละรายการ ปี 2562 พบว่า รายได้จากการผลิตแต่ละรายการที่เกิดขึ้นมากที่สุด ได้แก่ รายการย้อนอดีตที่ปลายด้ามขวาน โดยมีสัดส่วนรายได้ เท่ากับ 18.4527 ล้านบาท รองลงมา ได้แก่ รายการบริษัท (ไม่)จัดฉาก จำกัด โดยมีสัดส่วนรายได้ เท่ากับ 12.8848 ล้านบาท และ รายการ Let be a Doctor โดยมีสัดส่วนรายได้ เท่ากับ 6.8641 ล้านบาท ตามลำดับ

7.1.3 ผลการสัมภาษณ์ผู้ผลิตรายการปี 2562

7.1.3.1 โครงการส่งเสริมการผลิตและออกอากาศรายการโทรทัศน์ระบบดิจิทัล รายการสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว

1. รายการ Tamacot



ข้อมูลพื้นฐาน

1. ชื่อบริษัท/หน่วยงานของผู้รับทุน	บริษัท ทำมาอะทำ จำกัด
2. ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์	คุณชลธิ์ อินทราสุขพร
3. ตำแหน่งของผู้ให้สัมภาษณ์	หัวหน้าโครงการ
4. เพศ	ชาย
5. อายุ	41 - 50 ปี
6. การศึกษา	ปริญญาตรี

ข้อมูลรายการ

7. ชื่อรายการ	Tamacot
8. รูปแบบรายการ	Animation เพื่อสอนให้เด็กเรียนรู้สิ่งรอบตัว โดยเฉพาะเรื่องธรรมชาติ
9. จำนวนตอน 40 ตอน	ระยะเวลาต่อตอน 5 นาที
10. กลุ่มเป้าหมายของรายการ	กลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี)
11. เนื้อหารายการโดยสรุป	Animation การเรียนรู้สิ่งรอบตัว โดยตัวละครมาสดจากธรรมชาติ "มังโคจิ" "มาเคจิ" และเพื่อนๆ สอนให้เด็กปฐมวัยเรียนรู้สิ่งต่างๆ รอบตัว เช่น พระอาทิตย์ ภูเขา แม่น้ำ สัตว์ต่างๆ รูปร่างรูปทรง สี ตัวอักษร เป็นต้น นำเสนอการเรียนรู้สิ่งที่อยู่รอบๆ ตัว พระอาทิตย์ ภูเขา แม่น้ำ รูปร่าง รูปทรง สี ตัวอักษร และสัตว์ต่างๆ โดยจะแทรกการอนุรักษ์ธรรมชาติเข้าไป เพื่อปลูกฝังการรักธรรมชาติของเด็กด้วย
12. แหล่งข้อมูลหรือองค์ความรู้ในการจัดทำเนื้อหารายการ	1) ที่ปรึกษา คุณส้ม ซึ่งจบปริญญาเอกด้านเด็กปฐมวัย: ปรึกษาหัวข้อเรื่อง (ยากหรือง่ายเกินไปไหม) + script (แก้ไข เพิ่มเติมหรือตัดออก) 2) หนังสือนิทานเด็ก: ใช้เป็น reference วิธีสอนและอธิบายเด็ก

13. ประโยชน์ที่ท่านอยากให้เกิดขึ้นจากการเผยแพร่รายการ	1. ให้เด็กกระตือรือร้น โดยเรียนรู้ว่าธรรมชาติเกิดขึ้นได้อย่างไร และ ดูแลรักษาธรรมชาติ 2. สอดแทรกเรื่องชีวิตประจำวัน เช่น สี การนับเลข แปรงพื้น ระวังของตก
14. ระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินโครงการตามแผนที่เสนอ กทปส. (Proposal)	365 วัน / 12 เดือน
15. ระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินโครงการจริง	1 ปี วัน/เดือน (ไม่มีเลื่อนงวดงาน ส่งตรงตามงวดงาน)
16. จำนวนตอนที่ผลิตแล้วเสร็จ (จนถึงวันที่สัมภาษณ์)	40 ตอน ระยะเวลาตามแผนที่เสนอ กทปส. (Proposal) 150 วัน (6 ก.ย. 63 - 2 ก.พ. 64) ระยะเวลาตามที่ใช้จริง 5 เดือน (ช่วงโควิด ทำงาน WFH เวลาเลยค่อนข้างกระชั้น เพราะต้องทำ animation)
17. จำนวนตอนที่ออกอากาศสำเร็จ (จนถึงวันที่สัมภาษณ์)	40 ตอน ระยะเวลาตามแผนที่เสนอ กทปส. (Proposal) 5 เดือน ระยะเวลาตามที่ใช้จริง 5 เดือน
18. จำนวนบุคลากรทั้งหมดในโครงการ (เช่น ผู้กำกับ, ทีมถ่ายทำ, พิธีกร)	15-17 คน (Production = 10-12)
19. ช่องทางการออกอากาศ: สถานีโทรทัศน์ (On Air)	ช่อง True4U ช่วงเวลาออกอากาศ (วันและเวลา) ทุกวันเสาร์ – อาทิตย์ เวลา 6.55 – 7.00 น. <u>ค่าเฉลี่ย Rating ตลอดระยะเวลาการออกอากาศ</u> ➢ ค่าเฉลี่ย Rating ตามแผนที่เสนอ กทปส. (Proposal) ไม่น้อยกว่า 0.05 ➢ ค่าเฉลี่ย Rating จริง 0.02 (เลือกช่องนี้ (ถึงแม้ rating น้อย ไม่ mass) เพราะช่องอื่น slot เต็ม (ระยะเวลาต่อตอนสั้น)
20. ช่องทางการออกอากาศ: สื่อออนไลน์ (Online)	❖ ช่องทางที่ 1 Youtube จำนวนผู้ติดตาม 480 subscribers https://www.youtube.com/channel/UCWLid2csdBC BohSRodAZGkQ (Hashtag : #tamacot #True4U #สื่อสร้างสรรค์ #สื่อสำหรับเด็ก Keyword : นิทานสอนเด็ก นิทานออนไลน์ สื่อสอนเด็ก การดูให้ความรู้) ชื่อช่อง Niji Station จำนวนยอด Views ตามแผนที่เสนอ กทปส. รวมกันไม่น้อยกว่า 549,000 views จำนวนยอด Views จริง 344,390 (จำนวนยอด Views โดยรวม / จำนวนครั้งที่วิดีโอถูกเล่นทุกตอน) จำนวนยอด Views โดยเฉลี่ย 6,853 จำนวนยอด Likes 1,494 ระยะเวลาการรับชมโดยเฉลี่ย (นาที) 1.89 อัตราการดูวิดีโอจนจบ (Videos Completion Rate) ร้อยละ 19.41 ตัวอย่าง Comment ของผู้ชมรายการ ปิดคอมเมนต์ ❖ ช่องทางที่ 2 Facebook จำนวนผู้ติดตาม 171 followers ชื่อช่อง Niji Station จำนวนยอด Views ตามแผนที่เสนอ กทปส. รวมกันไม่น้อยกว่า 549,000 views จำนวนยอด Views จริง 333,612 (จำนวนยอด Views โดยรวม / จำนวนครั้งที่วิดีโอถูกเล่นทุกตอน) จำนวนยอด Views โดยเฉลี่ย 8,340 จำนวนยอด Likes 317 จำนวนยอด Comment 3 จำนวนยอด Share 20 ระยะเวลาการรับชมโดยเฉลี่ย (นาที) 0.21

	<p>อัตราการดูวิดีโอจนจบ (Videos Completion Rate) ร้อยละ 14.15 ตัวอย่าง Comment ของผู้ชมรายการ Comment เชิงบวก: น่ารัก..และสนุกด้วย.. คุณหลานชอบมาก..</p> <p>Comment ได้จากคนรู้จัก และ ทีม Production ที่ทำงานด้วยกัน: เนื้อหาเข้าใจ ง่าย, ภาพสีสวย, character น่ารัก</p>
21. งบประมาณที่ได้รับอนุมัติจาก กทปส. ทั้งหมด	5,483,750 บาท (4,400,000 บาท Proposal = ผู้รับทุน)
22. ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในโครงการ	<p>ค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการ (กรณาระบุ ประเภทรายการและยอดเงินที่ใช้จ่ายจริง) 2,900,000 บาท (3,200,000 บาท Proposal) รายละเอียด Budget: ค่าผลิตรายการที่ได้รับอนุมัติ = 80,000 บาทต่อตอน (40 ตอน) = 3,200,000 Actual: ค่าผลิตรายการ = 2,175,841 1) ค่างานตัดต่อภาพและเสียง = 72,000 บาทต่อตอน (40 ตอน) = 2,880,000 2) ค่าผลิตงานเพลง = 20,000</p> <p>ค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ (กรณาระบุ ประเภทรายการและยอดเงินที่ใช้จ่ายจริง) 1,500,000 บาท รายละเอียด Budget: ค่าเช่าเวลาออกอากาศรายการ 30,000 บาทต่อตอน (40 ตอน) = 1,200,000 บาท Actual: 1) ค่าเช่าเวลาออกอากาศรายการ 30,000 บาทต่อตอน (40 ตอน) = 1,200,000 บาท 2) ค่าโฆษณาออนไลน์ (Youtube 60%, Facebook 40%) = 7,500 บาทต่อตอน (40 ตอน) = 300,000 บาท</p>
23. รายได้จากการผลิตรายการ (บอกตัวเลขคร่าวๆ ได้)	<p>รายได้จากกองทุน (งบประมาณ) 5,483,750 บาท รายได้จากโฆษณา – (ไม่ได้ขาย ad) บาท รายได้จากช่องทางอื่นๆ - บาท</p>
24. รายการของท่านมีการประเมินผลความพึงพอใจของผู้ชมหรือไม่	<p><input checked="" type="checkbox"/> มี คะแนนความพึงพอใจโดยเฉลี่ยของผู้ชมต่อรายการ ร้อยละ 80 คะแนนเต็ม 10 (เป้าหมาย : ไม่น้อยกว่า 8) ความคิดเห็น/ข้อเสนอแนะ/Feedback จากผู้ชมรายการ มีอะไรบ้าง Online survey: ผู้ปกครอง/คนดูแลเด็ก ที่ติดตาม Facebook fanpage 104 samples (post ให้ทำแบบสอบถาม) ผล: 80% มองว่า เป็นรายการที่เด็กสนใจเพราะเป็นการ์ตูน, ช่วยพัฒนาความรู้ความคิด</p> <p>Feedback: - ดูช่องทางออนไลน์หรือดูย้อนหลังทางอินเทอร์เน็ต Youtube & Facebook (Tablet/Notebook) มากกว่าดูช่องทางโทรทัศน์ TV - อยากรายการในช่วงตอนเย็น (17.00 - 20.00 น.) มากกว่าตอนเช้า - รายการได้รับการจัดอันดับความนิยมเป็นอันดับ 2 ในช่วง 6.00 - 10.00 น.</p>
25. รายการได้มีการจัดทำบริการคำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption) หรือบริการล่ามภาษามือ (Sign Language Interpretation) และบริการเสียงบรรยายภาพ (Audio Description) หรือไม่	<p><input checked="" type="checkbox"/> มี ได้แก่</p> <ul style="list-style-type: none"> ● คำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption) ● เสียงบรรยายภาพ (Audio Description)

ปัจจัยความสำเร็จ ปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะ

<p>26. ผลการดำเนินงานในภาพรวมเป็นไปตามแผนที่ท่านเสนอให้แก่งกองทุน กทปส. ไว้หรือไม่ อย่างไร</p>	<p>เป็นไปตามแผน แต่ทั้งนี้ ได้รับผลกระทบจากโควิดจึงทำให้การทำงานมีความล่าช้าในบางช่วง</p>
<p>27. กรุณาเล่าถึงการบริหารจัดการโครงการของท่านในด้านการบริหารงบประมาณ, การบริหารบุคลากร, การบริหารเวลาในการดำเนินงาน การบริหารทรัพยากรในการผลิตและด้านอื่นๆ</p>	<p>การบริหารงบประมาณ : ไม่มีปัญหา เพราะมีการวางแผนและแจกแจงงบค่าใช้จ่ายในการทำงาน</p> <p>การบริหารบุคลากร : ไม่มีปัญหา</p> <p>การบริหารเวลาในการดำเนินงาน : เนื่องจากสถานการณ์โควิดทำให้ทำงานบางช่วงต้องหยุดชะงัก ทำให้ต้องปรับเวลาและเร่งกระบวนการทำงาน</p> <p>การบริหารทรัพยากรในการผลิต : ไม่มีปัญหา เพราะบริษัทมีอุปกรณ์เครื่องมือครบถ้วน</p>
<p>28. ปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินงานของท่านมีอะไรบ้าง กรุณายกตัวอย่างเหตุการณ์หรือสิ่งที่ทำให้ท่านสามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ของโครงการ</p>	<p>กลุ่มเป้าหมายเข้าใจเนื้อหาแต่ละตอน</p>
<p>29. ปัญหาอุปสรรคหรือข้อจำกัดในการดำเนินงานของท่านมีอะไรบ้าง กรุณายกตัวอย่างเหตุการณ์หรือสิ่งที่ทำให้ท่านไม่สามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ของโครงการ <i>เช่น การขอรับทุนจาก กทปส., งบประมาณที่ได้รับ, ผลการดำเนินงาน (ก่อน ระหว่าง และ หลังการผลิตรายการ) เป็นต้น</i></p>	<p>1) ผลกระทบจากโควิดต่อระยะเวลาในการผลิตรายการ</p> <p>2) ไม่ได้เผยแพร่รายการในช่วงเวลาออกอากาศที่ดีกว่านี้</p>
<p>30. ข้อเสนอแนะที่ท่านอยากเสนอให้ทาง กทปส. นำไปพัฒนาหรือปรับปรุง เพื่อให้ท่านสามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ของโครงการได้ <i>เช่น ขั้นตอนการพิจารณาให้ทุน, ความช่วยเหลือที่อยากได้รับจาก กทปส. เป็นต้น</i></p>	<p>1) ต้องการให้เพิ่มเวลาในการผลิตรายการ (production) มากกว่านี้ เนื่องจากได้รับผลกระทบจากโควิด</p> <p>2) ต้องการให้เพิ่มทุนในด้านค่าเช่าเวลาออกอากาศรายการ (30,000 บาทต่อตอนไม่เพียงพอ) เพื่อให้สามารถเลือกช่องและช่วงเวลาการเผยแพร่ที่มีผู้ชมมาก และสามารถนำเสนอในรูปแบบ HD ได้ เช่น PPTV HD, Thairath TV HD ซึ่งมีค่าเช่าประมาณ 50,000-75,000 บาทต่อตอน</p> <p>3) ต้องการให้เผยแพร่รายการในช่องทางอื่นๆ ได้หลากหลายมากกว่านี้ เพื่อโปรโมตรายการ เช่น ช่องโทรทัศน์อื่น ช่องทางสื่ออื่นๆ (หน่วยงานราชการที่เป็นพันธมิตรกับ กทปส. เช่น ThaiPBS, NBT, กองทุนสื่อ)</p> <p>4) ต้องการให้เพิ่มงบ เพื่อต่อรายการที่สามารถสอนเด็กได้ต่อเนื่อง เช่น ทำเป็นสื่อการเรียนการสอน เพื่อสอนเด็กตามสถานเลี้ยงเด็ก โรงเรียน ชุมชน พื้นที่ห่างไกล</p> <p>5) ต้องการให้เพิ่มความถี่ในการให้ทุนสำหรับโครงการผลิตรายการสำหรับเด็ก เช่น ปีละ 2 ครั้ง เพื่อเพิ่มผลงานรายการเด็กให้กับกองทุนและสังคม</p>
<p>31. ข้อเสนอแนะอื่นๆ (ถ้ามี)</p>	<p>ข้อเสนอแนะโครงการ : ควรมีทุนสำหรับค่าโฆษณารายการผ่านช่องทางออนไลน์ เนื่องจากมีประสิทธิผลสามารถดึงกลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้น ทำให้คนรู้จัก กทปส. มากขึ้น (hashtag) โดยได้ผลตอบรับ Youtube ดีกว่า Facebook เพราะ VDO ดูซ้ำได้ หลากหลาย ดูต่อเนื่องได้</p> <p>Youtube = ควรมีทุนสำหรับค่า keyword แบบราคาเหมา โดยใช้ target (ผู้ปกครองเป็นหลัก) เพื่อให้ได้ยอด views ตามตัวชี้วัดของ กทปส. เพราะ rating ค่อนข้างน้อย (claim รายการเด็ก average rating 0.02)</p> <p>Facebook = ควรมีทุนค่ายิงแอด</p>



2. รายการ จ๊อบคิดส์พิชิตฝัน



ข้อมูลพื้นฐาน

1. ชื่อบริษัท/หน่วยงานของผู้รับทุน	บริษัท ไคลแม็กซ์ แอ็ดเวอร์ไทซิง เอเจนซี จำกัด
2. ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์	คุณปกฤตม์ หงษ์เทียมทอง
3. ตำแหน่งของผู้ให้สัมภาษณ์	หัวหน้าโครงการ
4. เพศ	ชาย
5. อายุ	41 - 50 ปี
6. การศึกษา	สูงกว่าปริญญาตรี

ข้อมูลรายการ

7. ชื่อรายการ	จ๊อบคิดส์ พิชิตฝัน
8. รูปแบบรายการ	สร้างแรงบันดาลใจในการสร้างอาชีพให้กับเด็ก โดยถามเด็กว่าอยากเป็นอะไร เช่น YouTuber, Programmer, Esport, เกษตรกร
9. จำนวนตอน 48 ตอน	ระยะเวลาต่อตอน 15 นาที
10. กลุ่มเป้าหมายของรายการ	กลุ่มเด็กวัยเรียน (อายุ 6-12 ปี) (กลุ่มเป้าหมายรอง: ผู้ปกครอง)
11. เนื้อหารายการโดยสรุป	อาชีพต่างๆ เป็นแรงบันดาลใจ โดยพิธีกรเป็นผู้เชื่อมโยงเรื่องราวของแต่ละอาชีพที่เด็กวัยเรียนสนใจ และมีผู้เชี่ยวชาญในแต่ละสาขาอาชีพมาเป็นผู้ให้คำแนะนำ เพื่อให้เด็กและเยาวชนได้เรียนรู้ ลงมือปฏิบัติจริง และทดลองเป็นอาชีพในฝัน เพื่อต่อยอดฝันและสร้างแรงบันดาลใจให้กับเด็กๆ รายการสร้างแรงบันดาลใจ รับสมัครและคัดเลือกเด็กเข้าร่วมรายการ โดยให้ส่ง profile และอาชีพที่อยากเป็นผ่าน Facebook รายการ เช่น ถ้าเด็กอยากเป็นเกษตรกร รายการจะพาเด็กไปเจอและพูดคุยกับเกษตรกรต้นแบบ เพื่อเรียนรู้ว่า ถ้าอยากเป็นเกษตรกรต้องเริ่มจากอะไร เรียนอะไรและทำอะไรบ้าง แล้วลงมือทำโดยมีผู้เชี่ยวชาญคอยแนะนำ เช่น ปลูกข้าวและผัก
12. แหล่งข้อมูลหรือองค์ความรู้ในการจัดทำเนื้อหารายการ	องค์ความรู้ 2 ส่วน 1) อาชีพ: ทีมงานหาข้อมูลและผู้เชี่ยวชาญด้านอาชีพนั้น เช่น ติดต่อหาแบบมาสอน 2) จิตวิทยาเด็ก: ที่ปรึกษาโครงการเป็นคุณหมอ เพื่อให้คำแนะนำคำถามและกิจกรรมที่เด็กจะทำ เช่น ควรให้เด็กดูการรักษาสัตว์ประเภทใดที่เหมาะสม

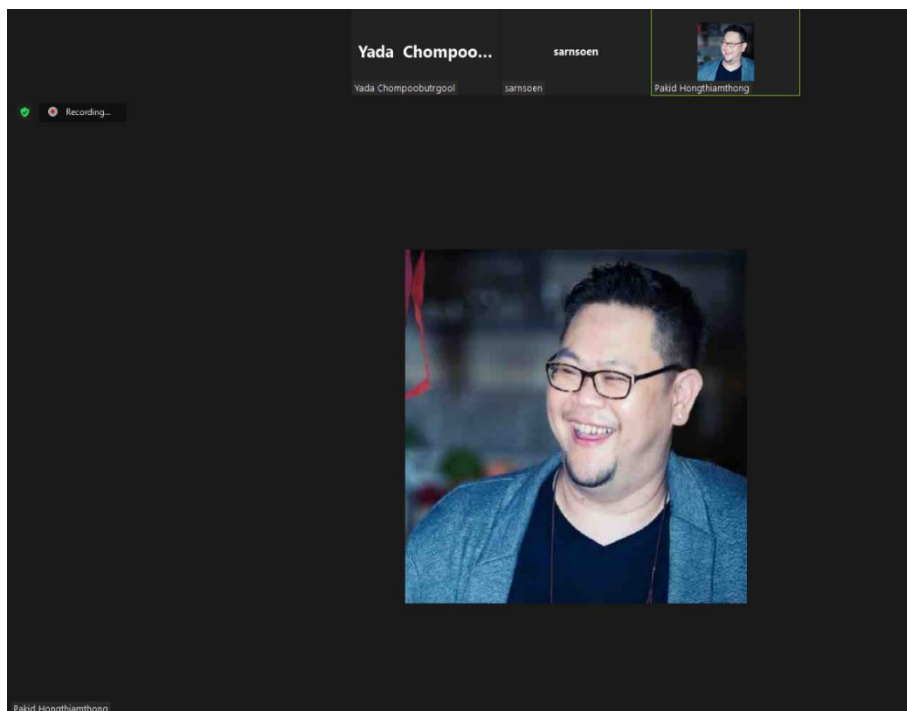
13. ประโยชน์ที่ท่านอยากให้เกิดขึ้นจากการเผยแพร่รายการ	1) เปิดมุมมองให้เด็กรู้ว่า อาชีพในฝันต้องทำอะไรและเรียนอะไรบ้าง เพื่อให้เดินถูกทางในสิ่งที่เด็กอยากเป็น 2) จาก 48 ตอนซึ่งมี 24 อาชีพ อยากให้เด็กเรียนรู้อาชีพที่อยากเป็นและมุ่งเรียนในสิ่งที่อยากเป็นได้ เช่น วิชาชีพ
14. ระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินโครงการตามแผนที่เสนอ กทปส. (Proposal)	365 วัน / 12 เดือน
15. ระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินโครงการจริง	366 วัน / 12 เดือน (ไม่มีการเลื่อน)
16. จำนวนตอนที่ผลิตแล้วเสร็จ (จนถึงวันที่สัมภาษณ์)	48 ตอน ระยะเวลาตามแผนที่เสนอ กทปส. (Proposal) 150 วัน (6 ก.ย. 63 - 2 ก.พ. 64) วัน/เดือน ระยะเวลาตามที่ใช้จริง 6-7 เดือน (ต้องรอเด็กสมัครเข้าร่วมรายการและถ่ายทำไปเรื่อยๆ (ไม่มีการถ่ายสต็อกเก็บไว้) Proposal: เสนอ 30-40 อาชีพ แต่ถ่ายทำจริง 24 อาชีพเพราะดูผลการสมัครของเด็ก เช่น ถ้าไม่มีเด็กสมัครเข้าร่วมอาชีพครู ก็จะยุบอาชีพนั้น)
17. จำนวนตอนที่ออกอากาศสำเร็จ (จนถึงวันที่สัมภาษณ์)	48 ตอน ระยะเวลาตามแผนที่เสนอ กทปส. (Proposal) 5 เดือน ระยะเวลาตามที่ใช้จริง 6 เดือน (สัปดาห์ละ 2 ตอน)
18. จำนวนบุคลากรทั้งหมดในโครงการ (เช่น ผู้กำกับ, ทีมถ่ายทำ, พิธีกร)	10 คน
19. ช่องทางการออกอากาศ: สถานีโทรทัศน์ (On Air)	ช่อง อมรินทร์ทีวี เอชดี ช่อง 34 ช่วงเวลาออกอากาศ (วันและเวลา) ทุกวันเสาร์ – อาทิตย์ เวลา 12.45 – 13.00 น. <u>ค่าเฉลี่ย Rating ตลอดระยะเวลาการออกอากาศ</u> ➢ ค่าเฉลี่ย Rating ตามแผนที่เสนอ กทปส. (Proposal) ไม่น้อยกว่า 0.05 ➢ ค่าเฉลี่ย Rating จริง 0.7-0.8 (rating ดีมาก/ประสบความสำเร็จ (ช่องอยากให้ทำต่อ) โฟกัสที่ rating TV > online views)
20. ช่องทางการออกอากาศ: สื่อออนไลน์ (Online)	❖ ช่องทางที่ 1 Youtube ชื่อช่อง จ๊อบคิดส์ พิชิตฝัน จำนวนยอด Views ตามแผนที่เสนอ กทปส. รวมกันไม่น้อยกว่า 649,000 views ตัวอย่าง Comment ของผู้ชมรายการ ปิดความคิดเห็น ❖ ช่องทางที่ 2 Facebook ชื่อช่อง จ๊อบคิดส์ พิชิตฝัน จำนวนยอด Views ตามแผนที่เสนอ กทปส. รวมกันไม่น้อยกว่า 649,000 views ตัวอย่าง Comment ของผู้ชมรายการ ผล Feedback จากผู้ปกครอง: ไม่มีเนื้อหารายการ - รายการหายไปไหน/อยากให้ทำอีก/มีอาชีพที่น่าสนใจเสนอใหม่/อยากให้ลูกเข้าร่วมรายการ
21. งบประมาณที่ได้รับอนุมัติจาก กทปส. ทั้งหมด	6,483,130 บาท
22. ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในโครงการ	ค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการ (กรณีระบุ ประเภทรายการและยอดเงินที่ใช้จ่ายจริง) 3,360,000 บาท รายละเอียด ค่าผลิตรายการ 70,000 บาทต่อตอน ค่าผลิตรายการ ได้แก่ Pre-Production, Production, Post-Production ประกอบด้วย ค่าเขียนบท, ค่า Animation, ค่าทีมพากย์เสียง, ค่าห้อง Studio, ค่าทีมตัดต่อ และค่าใช้จ่ายอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตรายการ เป็นต้น

	<p>ค่าโฆษณาออนไลน์บน Facebook (boost post ในกลุ่มเป้าหมาย): ใช้เงินไม่เยอะประมาณ 1,000 บาท/สัปดาห์ (ช่วงที่ออกอากาศ) ถัวเฉลี่ยจากค่าผลิตรายการ เพื่อกระตุ้นให้คนรู้จัก (ไม่ได้แจ้งกองทุน) (ไม่ทำ Youtube เพราะค่าใช้จ่ายมากกว่า)</p> <p>ค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ (กรณีระบุ ประเภทรายจ่ายและยอดเงินที่ใช้จ่ายจริง) 1,920,000 บาท</p> <p>รายละเอียด ค่าเช่าเวลาออกอากาศรายการ 40,000 บาทต่อตอน เหมาะสมแล้วกับช่องอมรินทร์ทีวี</p>
23. รายได้จากการผลิตรายการ (บอกตัวเลขคร่าวๆ ได้)	<p>รายได้จากกองทุน (งบประมาณ) 6,483,130 บาท</p> <p>รายได้จากโฆษณา - บาท (ไม่เอาโฆษณาเข้ามาเพราะไม่อยากโดน tie-in อยากให้รายการเน้นให้ความรู้)</p> <p>รายได้จากช่องทางอื่นๆ - บาท</p>
24. รายการของท่านมีการประเมินผลความพึงพอใจของผู้ชมหรือไม่	<p><input checked="" type="checkbox"/> มี</p> <p>คะแนนเต็ม 10</p> <p>ความคิดเห็น/ข้อเสนอแนะ/Feedback จากผู้ชมรายการ มีอะไรบ้าง</p> <p>ทำแบบสอบถาม โดยให้อาจารย์มหาวิทยาลัยเก็บตัวอย่าง</p> <p>Feedback: อยากให้นำเสนออาชีพที่หลากหลายมากขึ้น เช่น อาชีพที่น่าสนใจหลังโควิด (Martech/Digital marketing/Ecommerce/Chemical digital/นักเคมีวัคซีน)</p>
25. รายการได้มีการจัดทำบริการคำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption) หรือบริการล่ามภาษามือ (Sign Language Interpretation) และบริการเสียงบรรยายภาพ (Audio Description) หรือไม่	<p><input checked="" type="checkbox"/> มี ได้แก่</p> <ul style="list-style-type: none"> • คำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption) • เสียงบรรยายภาพ (Audio Description)

ปัจจัยความสำเร็จ ปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะ

26. ผลการดำเนินงานในภาพรวมเป็นไปตามแผนที่ท่านเสนอให้แก่กองทุน กทปส. ไว้หรือไม่ อย่างไร	ไม่มีปัญหา เพราะผลิตรายการเสร็จก่อนโควิดระบาด
27. กรุณาเล่าถึงการบริหารจัดการโครงการของท่านในด้านการบริหารงบประมาณ, การบริหารบุคลากร, การบริหารเวลาในการดำเนินงาน การบริหารทรัพยากรในการผลิตและด้านอื่นๆ	<p>การบริหารงบประมาณ : ไม่มีปัญหา เป็นไปตามแผน</p> <p>การบริหารบุคลากร : ไม่มีปัญหา หัวหน้าโครงการมีประสบการณ์ทำรายการทีวี 20 ปี, ทีมงานทำงานด้วยกันมานานและเต็มที่ เพราะทำรายการที่แนะนำอาชีพเพื่ออนาคตของประเทศ ไม่ได้ทำในเชิงพาณิชย์</p> <p>การบริหารเวลาในการดำเนินงาน : ไม่มีปัญหา เพราะมีแผนเตรียมตัว โดยคัดเลือกเด็กที่เข้าร่วมรายการก่อน 2-3 อาชีพแล้วถ่ายทำ</p> <p>การบริหารทรัพยากรในการผลิต : ไม่มีปัญหา เพราะใช้อุปกรณ์ production ของบริษัท</p>
28. ปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินงานของท่านมีอะไรบ้าง กรุณายกตัวอย่างเหตุการณ์หรือสิ่งที่ทำให้ท่านสามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ของโครงการ	เด็กและผู้ปกครองที่มาออกรายการ เพราะทุกคนให้ความร่วมมืออย่างดี พร้อมเรียนรู้
29. ปัญหาอุปสรรคหรือข้อจำกัดในการดำเนินงานของท่านมีอะไรบ้าง กรุณายกตัวอย่างเหตุการณ์หรือสิ่งที่ทำให้ท่านไม่สามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ของโครงการ	เจอปัญหาเงินออกช้า เนื่องจากใช้เวลานานในการตรวจรับงานในแต่ละงวด แต่ต้อง advance จ่ายค่าเช่าออกอากาศก่อนเอง (8 เทป/เดือน = 300,000 บาท) จึงอยากให้เบิกจ่ายเงินแต่ละงวดเร็วขึ้นหรือเบิกเงินที่จ่ายเฉพาะค่าเช่าออกอากาศก่อนได้

<p>เช่น การขอรับทุนจาก กทปส., งบประมาณที่ได้รับ, ผลการดำเนินงาน (ก่อน ระหว่าง และ หลังการผลิตรายการ) เป็นต้น</p>	
<p>30. ข้อเสนอแนะที่ท่านอยากเสนอให้ทาง กทปส. นำไปพัฒนาหรือปรับปรุง เพื่อให้ท่านสามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ของโครงการได้ เช่น ขั้นตอนการพิจารณาให้ทุน, ความช่วยเหลือที่ท่านอยากได้รับจาก กทปส. เป็นต้น</p>	<p>1) อยากให้สนับสนุนรายการที่ได้รับ rating ต่ำอย่างต่อเนื่อง เช่น จัดสรรให้ทุนต่อยอดกับรายการนี้ อีก 6 เดือนหรือ 1 ปี เพื่อนำเสนอรายการอย่างต่อเนื่อง โดยไม่ต้องยื่น proposal ใหม่ เพราะรายการกำลังได้รับความนิยมและมีกลุ่มผู้ชมที่อยากรับชมอาชีพอื่นๆ ต่อ (ถ้า rating รายการลดลง อาจพิจารณายุบโครงการในภายหลัง)</p> <p>2) อยากให้วัดผลความสำเร็จของทางออนไลน์จากการมีส่วนร่วมของผู้ชม (engagement) มากกว่ายอดวิว (awareness) เพราะยอดวิวสามารถซื้อได้ แต่การที่ผู้ชมเข้ามามีส่วนร่วมกับรายการเป็นสิ่งที่ซื้อด้วยเงินไม่ได้ เช่น ยอด share, comment (ผู้รับทุนอาจใช้โอกาสนี้ในการลดค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการเพื่อนำงบมาซื้อยอดวิวหรือโฆษณาออนไลน์ได้)</p> <p>3) อยากให้เพิ่มค่าผลิตรายการเป็น 100,000-120,000 บาทต่อตอน เพื่อผลิตรายการที่มีคุณภาพมากขึ้น นำเสนออาชีพเยาะขึ้น และมีงบเชิญเด็กที่อยู่ต่างจังหวัดมาร่วมรายการได้ (ค่าเดินทาง ค่าที่พัก)</p>
<p>31. ข้อเสนอแนะอื่นๆ (ถ้ามี)</p>	<p>สนใจสมัครกองทุน แต่ไม่มีรายการเด็ก เนื่องจากรายการมีผลตอบรับที่ดี และ rating ที่ดีมาก ข้อเสนอแนะโครงการ : ในกรณีไม่มีข้อจำกัดเรื่องงบประมาณ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) ต้องการเพิ่มช่องทางประชาสัมพันธ์ เช่น เชิญ Influencer มาเป็นแขกรับเชิญ เพื่อเพิ่มฐานคนดูจากคนกลุ่มนี้ (โพสต์ Facebook), ตัดเป็นคลิปสั้นออก Tiktok (คลิปเบื้องหลัง/คลิปโปรโมต) 2) ต้องการทำ omni channel (offline & online) 3) ต้องการเพิ่มอาชีพและเชิญเด็กที่อยู่ต่างจังหวัดมาร่วมรายการ <p>ค่าโฆษณาออนไลน์ (Facebook) ผลตอบรับค่อนข้างดี เพราะมีคนสนใจและมี engagement กับผู้ปกครอง</p> <p>รายการที่สนใจทำ: สร้าง inspiration การเรียนรู้ นอกห้องเรียน/ผ่านประสบการณ์จริง/ผ่านการผจญภัยที่ออกไปใช้ชีวิตข้างนอก เพื่อดึงเด็กออกจากโลกออนไลน์มาทำกิจกรรมที่มีประโยชน์ เช่น ปีนเขา</p>



3. รายการ Kids Zone



ข้อมูลพื้นฐาน

1. ชื่อบริษัท/หน่วยงานของผู้รับทุน	บริษัท เทีนียม จำกัด
2. ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์	คุณสรารัฐ เตโชชาลย์
3. ตำแหน่งของผู้ให้สัมภาษณ์	หัวหน้าโครงการ
4. เพศ	ชาย
5. อายุ	31 - 40 ปี
6. การศึกษา	ปริญญาตรี

ข้อมูลรายการ

7. ชื่อรายการ	Kids Zone
8. รูปแบบรายการ	Education Variety: Edutainment ให้สาระความรู้
9. จำนวนตอน 28 ตอน	ระยะเวลาต่อตอน 25 นาที
10. กลุ่มเป้าหมายของรายการ	กลุ่มเด็กวัยเรียน (อายุ 6-12 ปี) Primary Target : เด็กวัยเรียนที่อาศัยในประเทศไทย / Secondary Target : ผู้ปกครองที่มีบุตรหลานในวัยเรียน
11. เนื้อหารายการโดยสรุป	ทักษะด้านต่างๆ โดยพิธีกรชวนเด็กวัยเรียนมาร่วมกิจกรรมพัฒนาทักษะด้านต่างๆ เพื่อเรียนรู้ สนุกคิดไปกับเรื่องราวรอบตัว ออกสำรวจโลกกว้าง และแสดงความสามารถของตนเอง โดยรายการนี้เปรียบเสมือนสวนสนุกหรือสนามเด็กเล่นสำหรับเด็กและเยาวชน เนื้อหาเกี่ยวกับ “เด็กวัยเรียน (6-12 ปี)” เพื่อให้เกิดการเรียนรู้และส่งเสริมพัฒนาการของเด็กวัยเรียนในทุกๆ ด้านควบคู่กันอย่างบูรณาการ และสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริงในชีวิตประจำวัน
12. แหล่งข้อมูลหรือองค์ความรู้ในการจัดทำเนื้อหารายการ	- ทฤษฎีงานวิจัยเกี่ยวกับพัฒนาการเรียนรู้ 4 ด้านที่สำคัญสำหรับเด็กวัยเรียน: สติปัญญา อารมณ์ สังคม ร่างกาย - content: เด็กตั้งคำถามเกี่ยวกับความรู้หลายสาขา เรียนรู้ด้วยตัวเองร่วมกับพ่อแม่ และสรุปให้พิธีกรว่าเรียนรู้อะไรบ้าง + แสดงความสามารถของตนเอง - source: อาจารย์ที่ปรึกษา/ผู้เชี่ยวชาญในเรื่องนั้นๆ เช่น ผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับแมลง ที่พิพิธภัณฑ์เกษตร นักดาราศาสตร์ที่พิพิธภัณฑ์หอดูดาว พระ(สอนสมาธิ)
13. ประโยชน์ที่ท่านอยากให้เกิดขึ้นจากการเผยแพร่รายการ	1) อยากให้เกิดการเรียนรู้ โดยเข้ารับเชิญ (เด็กและพ่อแม่) และผู้ชมรายการ 2) อยากให้เกิดการต่อยอดความรู้สู่ความฝันหรืออาชีพในอนาคต 3) อยากให้พ่อแม่ร่วมเรียนรู้กับลูกด้วย เช่น พ่อแม่ทำอาหารกับลูกในรายการ 4) อยากให้พ่อแม่ลูกดูรายการร่วมกัน
14. ระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินโครงการตามแผนที่เสนอ กทปส. (Proposal)	365 วัน / 12 เดือน

15. ระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินโครงการจริง	ตามแผนที่เสนอ (ไม่มีการเลื่อนงวดงาน)
16. จำนวนตอนที่ผลิตแล้วเสร็จ (จนถึงวันที่สัมภาษณ์)	28 ตอน ระยะเวลาตามแผนที่เสนอ กทปส. (Proposal) 150 วัน (6 ก.ย. 63 - 2 ก.พ. 64) ระยะเวลาตามที่ใช้จริง 4-5 เดือน
17. จำนวนตอนที่ออกอากาศสำเร็จ (จนถึงวันที่สัมภาษณ์)	28 ตอน ระยะเวลาตามแผนที่เสนอ กทปส. (Proposal) 5 เดือน ระยะเวลาตามที่ใช้จริง 7 เดือน : ฉายสัปดาห์ละ 1 ครั้ง
18. จำนวนบุคลากรทั้งหมดในโครงการ (เช่น ผู้กำกับ, ทีมถ่ายทำ, พิธีกร)	10-15 คน (รวมฝ่ายประเมินผลรายการด้วย)
19. ช่องทางการออกอากาศ: สถานีโทรทัศน์ (On Air)	ช่อง MCOT HD ช่วงเวลาออกอากาศ (วันและเวลา) ทุกวันเสาร์ เวลา 6.30 – 7.00 น. <u>ค่าเฉลี่ย Rating ตลอดระยะเวลาการออกอากาศ</u> ➤ ค่าเฉลี่ย Rating ตามแผนที่เสนอ กทปส. (Proposal) ไม่น้อยกว่า 0.05 ➤ ค่าเฉลี่ย Rating จริง 0.35
20. ช่องทางการออกอากาศ: สื่อออนไลน์ (Online)	❖ ช่องทางที่ 1 Youtube จำนวนผู้ติดตาม 124 คน ชื่อช่อง KIDS ZONE จำนวนยอด Views ตามแผนที่เสนอ กทปส. รวมกันไม่น้อยกว่า 686,000 views จำนวนยอด Views จริง 744,478 (จำนวนยอด Views โดยรวม / จำนวนครั้งที่วิดีโอถูกเล่นทุกตอน) จำนวนยอด Views โดยเฉลี่ย 25,566 จำนวนยอด Likes 2,160 จำนวนยอด Comment 198 จำนวนยอด Share 456 ระยะเวลาการรับชมโดยเฉลี่ย (นาที) 13:58 อัตราการดูวิดีโอจนจบ (Videos Completion Rate) ร้อยละ 67 ตัวอย่าง Comment ของผู้ชมรายการ ปิดคอมเมนต์ Comment เชิงบวก (หลังบ้าน): น่องเก่งมากเลย / น่าเปิดให้หลานดู ❖ ช่องทางที่ 2 Facebook จำนวนผู้ติดตาม 413 คน ชื่อช่อง KIDS ZONE จำนวนยอด Views ตามแผนที่เสนอ กทปส. รวมกันไม่น้อยกว่า 686,000 views จำนวนยอด Views จริง 245,188 (จำนวนยอด Views โดยรวม / จำนวนครั้งที่วิดีโอถูกเล่นทุกตอน) จำนวนยอด Views โดยเฉลี่ย 8,757 จำนวนยอด Likes 8,280 จำนวนยอด Comment 234 จำนวนยอด Share 676 ระยะเวลาการรับชมโดยเฉลี่ย (นาที) 10:15 อัตราการดูวิดีโอจนจบ (Videos Completion Rate) ร้อยละ 61 ตัวอย่าง Comment ของผู้ชมรายการ Comment เชิงบวก: ชอบรายการนี้มากเลย / น่องมีลึคน่ารัก fc น่องมีลึค / อยากส่งคลิปเดินไปในรายการจัง Comment เชิงแนะนำ: อยากให้มีรายการอีก อยากให้ลูกมาแสดงออกบ้าง / ทำไม่ติดตามชมเมื่อวันเสาร์ที่ผ่านมา 17 เม.ย. ย้ายเวลาหรือครับ ไม่เห็นมีออกอากาศ อยากดูอีก (รายการออกอากาศครบแล้ว ผู้ชมที่ติดตามถามถึง)

	<p>Comment ทาง Inbox:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ยากส่ง clip เข้าร่วมรายการ - รายการมีความรู้ - อยากให้ทำเป็นบทเรียนออนไลน์ เพื่อการศึกษาในชั้นเรียน (เช่น แผลง ดวงดาว)
21. งบประมาณที่ได้รับอนุมัติจาก กทปส. ทั้งหมด	6,851,210 บาท
22. ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในโครงการ	<p>ค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการ (กรณีระบุ ประเภทรายการและยอดเงินที่ใช้จ่ายจริง) 3,920,000 บาท รายละเอียด Budget: ค่าผลิตรายการ = 140,000 บาทต่อตอน (28 ตอน) = 3,920,000 Actual: ค่าผลิตรายการ = 140,000 บาทต่อตอน (28 ตอน) = 3,920,000</p> <p>ค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ (กรณีระบุ ประเภทรายการและยอดเงินที่ใช้จ่ายจริง) 1,680,000 บาท รายละเอียด Budget: ค่าเช่าเวลาออกอากาศรายการ ช่อง 9 Mcot HD = 60,000 บาทต่อตอน (28 ตอน) = 1,680,000 Actual: ค่าเช่าเวลาออกอากาศรายการ ช่อง 9 Mcot HD = 60,000 บาทต่อตอน (28 ตอน) = 1,680,000</p>
23. รายได้จากการผลิตรายการ (บอกตัวเลขคร่าวๆ ได้)	<p>รายได้จากกองทุน (งบประมาณ) 6,851,210 บาท รายได้จากโฆษณา - บาท รายได้จากช่องทางอื่นๆ - บาท</p>

<p>24. รายการของท่านมีการประเมินผลความพึงพอใจของผู้ชมหรือไม่</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> มี คะแนนความพึงพอใจโดยเฉลี่ยของผู้ชมต่อรายการ รายงานผลความพึงพอใจตามกลุ่ม 3 กลุ่ม คะแนนเต็ม 10 (เป้าหมาย : ไม่น้อยกว่า 8) ความคิดเห็น/ข้อเสนอแนะ/Feedback จากผู้ชมรายการ มีอะไรบ้าง เก็บผลจาก 3 กลุ่ม: 1. กลุ่มผู้ปกครอง/ครู/ผู้ใหญ่ (405 samples), 2. เด็ก 6-12 ปี (400 samples) 3. ผู้พิการทางการได้ยินและสายตาคู่ศูนย์คนพิการรวมอินทรา/สายใหม่ (20 samples) เพื่อเช็ครับรู้ AD&CC</p> <p>1. ขอบรายการช่วง 3) เวทีเด็กเก่ง เพราะเด็กกล้าแสดงออก > 2) นักสำรวจ > 1) หนูอยากรู้ + รายการมีประโยชน์เพราะเด็กกล้าคิดกล้าทำ 2. ขอบรายการช่วง 2) นักสำรวจ เพราะเปิดโอกาสให้เรียนรู้และทำกิจกรรมหลากหลายนอกสถานที่ > 3) เวทีเด็กเก่ง > 1) หนูอยากรู้ + รายการมีประโยชน์เพราะใช้ในชีวิตจริงได้ 3. เด็กพิการ: ขอบรายการช่วง 2) นักสำรวจ เพราะได้วิเคราะห์และทดลองทำ > 3) เวทีเด็กเก่ง > 1) หนูอยากรู้</p> <p>ข้อเสนอแนะ/Feedback: - อยากให้เสนอความรู้ใหม่ๆ เช่น นวัตกรรม ความรู้วิทยาศาสตร์ที่ไม่เป็นอันตรายต่อเด็ก ปัญหาที่เด็กเผชิญในสมัยนี้เพื่อเอาตัวรอดในสังคมได้ - อยากให้เสนอพุทธศาสนา เพื่อขัดเกลาจิตใจเด็กให้เป็นคนดี - อยากให้เป็นสื่อการเรียนการสอน - อยากให้มีวิชาคณิตศาสตร์ วิทยาศาสตร์ ภาษาญี่ปุ่น/จีน, ความรู้ท่องโลกกว้าง, สอดแทรกเนื้อหาการใช้ชีวิตประจำวันในสังคม - อยากให้ออกอากาศ rerun ซ้ำ</p> <p>ตัวชี้วัดความสำเร็จ: มีการประเมินผลรายการ เห็นผลว่า เด็กที่เป็นกลุ่มเป้าหมายสามารถนำองค์ความรู้ต่างๆ ที่ได้รับจากรายการไปขยายผลต่อยอด พัฒนาทักษะ และใช้ประโยชน์ได้จริง</p>
<p>25. รายการได้มีการจัดทำบริการคำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption) หรือบริการล่ามภาษามือ (Sign Language Interpretation) และบริการเสียงบรรยายภาพ (Audio Description) หรือไม่</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> มี ได้แก่</p> <ul style="list-style-type: none"> ● คำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption) ● เสียงบรรยายภาพ (Audio Description)

ปัจจัยความสำเร็จ ปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะ

<p>26. ผลการดำเนินงานในภาพรวมเป็นไปตามแผนที่ท่านเสนอให้แก่กองทุน กทปส. ไว้หรือไม่ อย่างไร</p>	<p>เป็นไปตามแผนและได้ผลตอบรับเกินคาด เพราะกระตุ้นให้เกิดการเรียนรู้ในเด็กและผู้ปกครอง ผลสำเร็จ เช่น ครูอยากให้เป็นสื่อการเรียนการสอน สร้างกิจกรรมการเรียนรู้ร่วมกันในครอบครัว</p>
<p>27. กรุณาเล่าถึงการบริหารจัดการโครงการของท่านในด้านการบริหารงบประมาณ, การบริหารบุคลากร, การบริหารเวลาในการดำเนินงาน การบริหารทรัพยากรในการผลิตและด้านอื่นๆ</p>	<p>การบริหารงบประมาณ : ไม่มีปัญหา การบริหารบุคลากร : ไม่มีปัญหา การบริหารเวลาในการดำเนินงาน : เป็นไปตามแผน โควิดไม่กระทบมากนัก การบริหารทรัพยากรในการผลิต : บริษัทมีอุปกรณ์ครบ เช่น AD & CC เนื่องจากบริษัทสามารถดำเนินการเองได้</p>

<p>28. ปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินงานของท่านมีอะไรบ้าง กรุณายกตัวอย่างเหตุการณ์หรือสิ่งที่ทำให้ท่านสามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ของโครงการ</p>	<p>1) การวางแผน เช่น Content: ตั้งแต่ก่อนเริ่มทำรายการ เพื่อนำเสนอรายการที่ตอบโจทย์ โดยแบ่งออกเป็น 3 ช่วงรายการ (list ประเด็นข้อมูลที่เด็กสงสัยและขอข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญ) 2) ผู้ดำเนินรายการ: พี่บอยเข้ากับเด็กและผู้ปกครองได้ น้องนี่นำและมิวสิคเป็นตัวแทนของเด็กวัยเรียน 3) การคัดเลือกเด็ก: เด็กที่สงสัย มี character ที่หลากหลาย และเป็นตัวแทนของผู้ชม</p>
<p>29. ปัญหาอุปสรรคหรือข้อจำกัดในการดำเนินงานของท่านมีอะไรบ้าง กรุณายกตัวอย่างเหตุการณ์หรือสิ่งที่ทำให้ท่านไม่สามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ของโครงการ <i>เช่น การขอรับทุนจาก กทปส., งบประมาณที่ได้รับ, ผลการดำเนินงาน (ก่อน ระหว่าง และ หลังการผลิตรายการ) เป็นต้น</i></p>	<p>1) การประสานงานในพื้นที่ เนื่องจากผลกระทบจากโควิด ทำให้ต้องเปลี่ยนแปลง เช่น เปลี่ยนสถานที่ ปรับเรื่องให้เข้ากับสถานการณ์ปัจจุบัน 2) การประเมินผลและเก็บข้อมูลความพึงพอใจ โดยเฉพาะกลุ่มเด็ก (F2F survey) ในช่วง ก.พ. - มี.ค. ซึ่งเป็นช่วงก่อนโควิดระบาดอีกรอบพอดี เลยสามารถทำการสำรวจได้ทัน</p>
<p>30. ข้อเสนอแนะที่ท่านอยากเสนอให้ทาง กทปส. นำไปพัฒนาหรือปรับปรุง เพื่อให้ท่านสามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ของโครงการได้ <i>เช่น ขั้นตอนการพิจารณาให้ทุน, ความช่วยเหลือที่อยากได้รับจาก กทปส. เป็นต้น</i></p>	<p>1) อยากรให้ออกอากาศในช่องที่ rating สูงและช่วงเวลาที่ดีกว่านี้ แต่งบประมาณส่วนนี้ไม่เพียงพอ (60,000 บาทต่อตอน): ควรให้งบประมาณ 80,000 - 100,000 บาทต่อตอน 2) อยากรให้ระยะเวลาในการอนุมัติและการเบิกจ่ายเงินทุนเร็วกว่านี้ เพราะจะได้ออกอากาศเร็วกว่านี้ได้ตามแผน on air (ระยะเวลาที่ใช้จริงทั้งช่วงนาน เช่น การตรวจรับของกรรมการ) แต่บริษัทสามารถบริหารจัดการได้ เพราะมีแผนสำรองเวลา</p>
<p>31. ข้อเสนอแนะอื่นๆ (ถ้ามี)</p>	<p>ข้อเสนอแนะโครงการ : ควรมี Facebook กลุ่มที่เพื่อแลกเปลี่ยนพูดคุยกลุ่มผู้ปกครอง เพื่อคัดเลือกเด็กเข้าร่วมรายการ (เด็กส่ง clip เล่าสิ่งที่อยากเรียนรู้) และ ได้ feedback จากผู้ปกครอง</p>



4. รายการ ปริศนาร่างกาย



ข้อมูลพื้นฐาน

1. ชื่อบริษัท/หน่วยงานของผู้รับทุน	บริษัท เอ็นดู2015 จำกัด
2. ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์	คุณกาญจนา อับดุลลาฮาย
3. ตำแหน่งของผู้ให้สัมภาษณ์	หัวหน้าโครงการ
4. เพศ	หญิง
5. อายุ	41 - 50 ปี
6. การศึกษา	ปริญญาตรี

ข้อมูลรายการ

7. ชื่อรายการ	ปริศนาร่างกาย
8. รูปแบบรายการ	วิทยาศาสตร์ว่าไรดี เกี่ยวกับสุขภาพร่างกายสำหรับเด็กวัยเรียน (อายุ 6-12 ปี)
9. จำนวนตอน 50 ตอน	ระยะเวลาต่อตอน 10 นาที
10. กลุ่มเป้าหมายของรายการ	กลุ่มเด็กวัยเรียน (อายุ 6-12 ปี)
11. เนื้อหารายการโดยสรุป	<p>ร่างกายของเรา โดยพิธีกรร่วมกับการ์ตูน Infographic และคุณหมอ ขวนเด็กวัยเรียนมาร่วมไขปริศนาต่างๆ ที่เกิดขึ้นกับร่างกาย เพื่ออธิบายการทำงานของอวัยวะต่างๆ ในร่างกาย</p> <p>พิธีกรนำประเด็นข้อสงสัยมาเป็นหัวข้อในตอนนั้นๆ และพาไปหาคำตอบผ่านการดูสั้น animation และมีคุณหมอผู้เชี่ยวชาญให้ความรู้กับเด็กเพิ่มเติม เช่น บอกสาเหตุและวิธีป้องกันดูแลตัวเอง</p> <p>พิธีกรนำเสนอหัวข้อปริศนาร่างกายมาให้น้องๆ ขวนคิด ขวนสงสัย และหาคำตอบไปด้วยกันกับการ์ตูน 2D ที่จะมาเล่าเรื่องราวปริศนาร่างกายในหัวข้อนั้นๆ ปิดท้ายด้วยผู้เชี่ยวชาญมาให้ความรู้เกี่ยวกับหัวข้อปริศนาร่างกาย รวมไปถึงวิธีการดูแลตัวเองในเบื้องต้นอย่างถูกวิธี</p>
12. แหล่งข้อมูลหรือองค์ความรู้ในการจัดทำเนื้อหารายการ	<ol style="list-style-type: none"> 1) ที่ปรึกษา คุณหมอผู้เชี่ยวชาญ เพื่อช่วยเช็คและคัดกรองข้อมูลที่ถูกต้อง เช่น หัวข้อ script animation (graphics) 2) ถามเด็กวัยเรียนผ่านการทำ focus group กลุ่มเล็ก เพื่อทราบว่าเด็กฯ อยากรู้อะไรบ้าง 3) หนังสือแบบเรียนวิทยาศาสตร์ร่างกายสำหรับเด็กวัยเรียน เพื่อใช้เป็นไอเดียในการคิดและนำเสนอหัวข้อที่ใกล้เคียงกับสิ่งที่เด็กเรียนให้คุณหมอ และ กทปส. ต่อไป

13. ประโยชน์ที่ท่านอยากให้เกิดขึ้นจากการเผยแพร่รายการ	1) อยากให้เด็กเรียนรู้และเข้าใจร่างกายของตัวเองมากขึ้น เพื่อรับมือกับความเปลี่ยนแปลงในร่างกายอย่างมีความรู้ และดูแลร่างกายให้เหมาะสมตามวัย เพราะร่างกายเด็กวัยเรียนเปลี่ยนแปลงค่อนข้างเยอะ 2) อยากทำรายการที่มีประโยชน์สำหรับเด็ก โดยมีสาระความรู้และความสนุก
14. ระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินโครงการตามแผนที่เสนอ กทปส. (Proposal)	365 วัน / 12 เดือน
15. ระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินโครงการจริง	ตามแผนที่เสนอ (ไม่มีการเลื่อนงวดงาน)
16. จำนวนตอนที่ผลิตแล้วเสร็จ (จนถึงวันที่สัมภาษณ์)	50 ตอน ระยะเวลาตามแผนที่เสนอ กทปส. (Proposal) 150 วัน (6 ก.ย. 63 - 2 ก.พ. 64) ระยะเวลาตามที่ใช้จริง ตามแผนที่เสนอ: Production = 2-3 เดือน (Production ในการถ่ายทำใช้เวลาไม่นาน เช่น พิธีกร (ถ่ายทำ 10 ตอน/วัน) และคุณหมอ (ถ่ายทำ 5 ตอน/วัน) แต่การทำ Animation ใช้เวลานานมากกว่าจนถึงเวลาส่งงวดงาน)
17. จำนวนตอนที่ออกอากาศสำเร็จ (จนถึงวันที่สัมภาษณ์)	50 ตอน ระยะเวลาตามแผนที่เสนอ กทปส. (Proposal) 5 เดือน ระยะเวลาตามที่ใช้จริง 6 เดือนกว่า: 2 ตอน/สัปดาห์
18. จำนวนบุคลากรทั้งหมดในโครงการ (เช่น ผู้กำกับ, ทีมถ่ายทำ, พิธีกร)	20 คน
19. ช่องทางการออกอากาศ: สถานีโทรทัศน์ (On Air)	ช่อง ช่อง PPTV HD 36 ช่วงเวลาออกอากาศ (วันและเวลา) ทุกวันศุกร์ เวลา 16.50 - 17.00 น. และ ทุกวันเสาร์ เวลา 8.50 - 9.00 น. <u>ค่าเฉลี่ย Rating ตลอดระยะเวลาการออกอากาศ</u> ➢ ค่าเฉลี่ย Rating ตามแผนที่เสนอ กทปส. (Proposal) ไม่น้อยกว่า 0.05 ➢ ค่าเฉลี่ย Rating จริง 0.069 (ช่อง PPTV ตรงกับกลุ่มเป้าหมายรายการ เพราะเน้นสาระความรู้และไม่เน้นบันเทิงมากเกินไป)
20. ช่องทางการออกอากาศ: สื่อออนไลน์ (Online)	❖ ช่องทางที่ 1 Youtube จำนวนผู้ติดตาม 4.07 ล้าน https://www.youtube.com/playlist?list=PLN_SF2PTZdeXcMdy4mXhJ36dSynAY7c (Hashtag/Keyword ปริศนาร่างกาย กทปส. ชื่อตอน เช่น ทำไม่ต้องมีสะดือ ร่างกายของเรา) ชื่อช่อง PPTV HD 36 จำนวนยอด Views ตามแผนที่เสนอ กทปส. รวมกันไม่น้อยกว่า 677,000 view จำนวนยอด Views จริง 2,227,518 จำนวนยอด Views โดยเฉลี่ย 44,550 ตัวอย่าง Comment ของผู้ชมรายการ ปิดความคิดเห็น ❖ ช่องทางที่ 2 Facebook จำนวนผู้ติดตาม 313 คน ชื่อช่อง ปริศนาร่างกาย จำนวนยอด Views ตามแผนที่เสนอ กทปส. รวมกันไม่น้อยกว่า 677,000 view จำนวนยอด Views จริง ตัวอย่าง Comment ของผู้ชมรายการ Comment เชิงบวก: ไม่เคยเห็นรายการเด็กรูปแบบนี้มาก่อน / ชอบรายการ / ได้รับความรู้ / เป็นรายการที่จะเปิดให้ลูกดู Comment เชิงแนะนำ: อยากรู้เรื่อง.... / เสนอหัวข้อปริศนาร่างกายที่อยากให้รายการนำเสนอ / ส่วนใหญ่ผู้ปกครองฝากถามเรื่องต่างๆ เช่น ทำไมเด็กผู้หญิงมีประจำเดือน เพื่ออธิบายให้ลูกเข้าใจได้ง่ายๆ

21. งบประมาณที่ได้รับอนุมัติจาก กทปส. ทั้งหมด	6,763,470 บาท (5,500,000 บาท Proposal)
22. ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในโครงการ	<p>ค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการ (ค่าธรรมเนียม ประเภทรายจ่ายและยอดเงินที่ใช้จ่ายจริง) 3,500,000 บาท รายละเอียด ค่าผลิตรายการ = 70,000 บาทต่อตอน (50 ตอน) = 3,500,000</p> <p>ค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ (ค่าธรรมเนียม ประเภทรายจ่ายและยอดเงินที่ใช้จ่ายจริง) 2,000,000 บาท รายละเอียด ค่าเช่าเวลาออกอากาศรายการ = 40,000 บาทต่อตอน (50 ตอน) = 2,000,000</p>
23. รายได้จากการผลิตรายการ (บอกตัวเลขคร่าวๆ ได้)	<p>รายได้จากกองทุน (งบประมาณ) 6,763,470 บาท</p> <p>รายได้จากโฆษณา - บาท</p> <p>รายได้จากช่องทางอื่นๆ - บาท</p>
24. รายการของท่านมีการประเมินผลความพึงพอใจของผู้ชมหรือไม่	<p><input checked="" type="checkbox"/> มี</p> <p>คะแนนเต็ม 10 (เป้าหมาย : ไม่น้อยกว่า 8)</p> <p>ความคิดเห็น/ข้อเสนอแนะ/Feedback จากผู้ชมรายการ มีอะไรบ้าง</p> <p>ผลสำรวจ ผู้ปกครองและเด็ก 250+ samples ผ่านแบบสอบถาม ผ่านเกณฑ์</p>
25. รายการได้มีการจัดทำบริการคำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption) หรือบริการล่ามภาษามือ (Sign Language Interpretation) และบริการเสียงบรรยายภาพ (Audio Description) หรือไม่	<p><input checked="" type="checkbox"/> มี ได้แก่</p> <ul style="list-style-type: none"> • คำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption) • เสียงบรรยายภาพ (Audio Description)

ปัจจัยความสำเร็จ ปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะ

26. ผลการดำเนินงานในภาพรวมเป็นไปตามแผนที่ท่านเสนอให้แก่กองทุน กทปส. ไว้หรือไม่ อย่างไร	สำเร็จตามแผน เพื่อให้เป็นไปตามที่ระบุไว้ในสัญญา
27. กรุณาเล่าถึงการบริหารจัดการโครงการของท่านในด้านการบริหารงบประมาณ, การบริหารบุคลากร, การบริหารเวลาในการดำเนินงาน การบริหารทรัพยากรในการผลิตและด้านอื่นๆ	<p>การบริหารงบประมาณ : วางแผนการถ่ายทำจำนวนตอนต่อวันให้ได้มากที่สุด และเจรจากับผู้ว่าจ้างในราคาที่จำกัดแต่ผลงานมีคุณภาพ</p> <p>การบริหารบุคลากร : ใช้ทีมงานที่มีคุณภาพ มีฝีมือ และไว้ใจได้ เพราะเคยทำงานด้วยกันมาก่อน เช่น ทีมงาน graphic ที่เป็นพาร์ทเนอร์และร่วมงานกันมานาน</p> <p>การบริหารเวลาในการดำเนินงาน : ไม่มีปัญหา</p> <p>การบริหารทรัพยากรในการผลิต : ไม่มีปัญหา เพราะใช้ของบริษัท</p>
28. ปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินงานของท่านมีอะไรบ้าง กรุณายกตัวอย่างเหตุการณ์หรือสิ่งที่ทำให้ท่านสามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ของโครงการ	<ol style="list-style-type: none"> 1) รายการมีข้อมูลที่น่าเชื่อถือ มีที่มาและอ้างอิงทางวิชาการได้จริงผ่านคุณหมอฟันผู้เชี่ยวชาญ ทำให้รายการมีสาระความรู้โดยสมบูรณ์ รายการมีคนดู เด็กๆ สามารถเรียนรู้ด้วยความสนุกได้ตลอด และเกิดการแชร์บอกต่อข้อมูลข้อเท็จจริง 2) หยิบยกเรื่องใกล้ตัวที่เด็กถาม และกระตุ้นให้เด็กสงสัยและอยากดู 3) หัวข้อที่น่าจะเกิดกับเด็ก ทำให้เด็กอินเวลาดู
29. ปัญหาอุปสรรคหรือข้อจำกัดในการดำเนินงานของท่านมีอะไรบ้าง กรุณายกตัวอย่างเหตุการณ์หรือสิ่งที่ทำให้ท่านไม่สามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ของโครงการ	การเบิกจ่ายเงินของ กทปส. ฝ่ายบัญชีต้องรอการเบิกจ่ายเงินประมาณ 2-3 เดือนในแต่ละงวด เพราะไม่ทราบว่าจะได้เงินตอนไหน นอกจากนี้ บริษัทมีการกู้เงินเพื่อจ่ายค่าใช้จ่ายต่างๆล่วงหน้า โดยบริษัทต้องจ่ายดอกเบี้ยเงินกู้เพราะชำระไม่ทันตามกำหนด ซึ่งส่งผลให้กำไรของบริษัทลดน้อยลง

<p>เช่น การขอรับทุนจาก กทปส., งบประมาณที่ได้รับ, ผลการดำเนินงาน (ก่อน ระหว่าง และ หลังการผลิตรายการ) เป็นต้น</p>	
<p>30. ข้อเสนอแนะที่ท่านอยากเสนอให้ทาง กทปส. นำไปพัฒนาหรือปรับปรุง เพื่อให้ท่านสามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ของโครงการได้ เช่น ขั้นตอนการพิจารณาให้ทุน, ความช่วยเหลือที่อยากได้รับจาก กทปส. เป็นต้น</p>	<p>1) อยากให้แจ้งช่วงวันที่บริษัทจะได้รับเงินในแต่ละงวด เช่น 10-30 วันหลังจากวันที่ส่งงาน โดยประมาณ เพื่อให้บริษัทสามารถวางแผนทางการเงินได้</p> <p>2) อยากให้เพิ่มงบประมาณมากกว่านี้ ได้แก่</p> <ul style="list-style-type: none"> - ค่าผลิตรายการในส่วนที่ทำ animation ใช้เงินมากที่สุด แต่งบประมาณที่ได้รับมีข้อจำกัดและต้องต่อรองราคากับผู้ว่าจ้างหลายรอบเพื่อบริหารงบประมาณให้พอดีกับทั้งโครงการ (ปกติราคาคิดเป็นนาที แต่เจรจาให้คิดราคาเหมาแทน ถึงแม้งานกราฟิกที่ทำจะค่อนข้างยาก เพราะมีรายละเอียดเกี่ยวกับร่างกาย) จึงอยากให้เพิ่มงบค่าใช้จ่าย Production ประมาณ 90,000 - 100,000 บาทต่อตอน - ค่าเช่าออกอากาศ เพราะอยากได้ช่องและช่วงเวลาออกอากาศที่ดีกว่านี้ จึงอยากให้เพิ่มงบค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ ประมาณ 70,000 - 80,000 บาทต่อตอน
<p>31. ข้อเสนอแนะอื่นๆ (ถ้ามี)</p>	<p>เป็นโครงการที่เปิดโอกาสให้ผู้ผลิตรายการเสนอไอเดียและผลิตรายการที่มีคุณภาพ รู้สึกภูมิใจที่ได้รับทุน</p> <p>ข้อเสนอแนะโครงการ : ควรมีงบสำหรับซื้อโฆษณาออนไลน์ เนื่องจากจะช่วยให้ยอด views สูงขึ้น และทำให้ผู้รับชมเห็นรายการมากขึ้น</p>



5. รายการ บ้านมหัศจรรย์ (Wonder House)



ข้อมูลพื้นฐาน

1. ชื่อบริษัท/หน่วยงานของผู้รับทุน	บริษัท เบลโซ จำกัด
2. ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์	คุณ Apiwat
3. ตำแหน่งของผู้ให้สัมภาษณ์	อื่นๆ (ผู้ช่วยผู้จัดการโครงการ)
4. เพศ	ชาย
5. อายุ	31 - 40 ปี
6. การศึกษา	ปริญญาตรี

ข้อมูลรายการ

7. ชื่อรายการ	บ้านมหัศจรรย์ (Wonder House)
8. รูปแบบรายการ	รายการสาระบันเทิงที่สอดแทรกความรู้คำศัพท์ภาษาอังกฤษ
9. จำนวนตอน 32 ตอน	ระยะเวลาต่อตอน 5 นาที
10. กลุ่มเป้าหมายของรายการ	กลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี)
11. เนื้อหารายการโดยสรุป	Mascot การเรียนรู้ผ่านการทำกิจกรรม โดยตัวการ์ตูน Mascot ขวนให้เด็กปฐมวัยมาเล่น ลงมือทำ และเรียนรู้คำศัพท์ภาษาอังกฤษของสิ่งที่อยู่รอบตัวจากการทำกิจกรรม Play & Learn เพื่อพัฒนาทักษะและเสริมสร้างความรู้ รวมถึงพัฒนาการด้านต่างๆ สร้างความสนุกสนานและเปิดโลกแห่งการเรียนรู้พร้อมเสริมทักษะด้านภาษาอังกฤษแบบง่ายๆ ให้กับเด็กๆ โดยเน้น Concept เรียนรู้ผ่านกิจกรรมที่จะช่วยด้านพัฒนาการของเด็กๆ อายุ 3-5 ปี
12. แหล่งข้อมูลหรือองค์ความรู้ในการจัดทำ เนื้อหารายการ	1. อาจารย์ที่ปรึกษา ผู้อำนวยการโรงเรียนเด็กปฐมวัย/เด็กอนุบาล: เนื้อหาที่เหมาะสมกับเด็กอายุ 3-5 ปี ความยากง่ายของคำศัพท์ 2. Internet: คำศัพท์ที่เหมาะสมกับเด็กอายุ 3-5 ปี 3. คณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ กทปส. ที่กำกับดูแลรายการ: คำแนะนำที่เหมาะสมกับเด็กปฐมวัย รูปแบบรายการ ภาพ การเล่นเกมในรายการ มุมกล้อง การเล่นกับเด็กเพื่อดึงดูดความสนใจของเด็กให้ติดตาม

13. ประโยชน์ที่ท่านอยากให้เกิดขึ้นจากการเผยแพร่รายการ	1. อยากให้มีรายการที่มี Mascot ของคนไทย อยากให้เด็กรู้จักและจดจำตัวละครได้ 2. อยากให้เด็กฝึกภาษาอังกฤษที่เหมาะสมกับวัยและเรียนรู้คำศัพท์ง่าย ๆ รอบตัวและนำไปใช้ได้ 3. อยากให้มีกิจกรรมร่วมภายในครอบครัวระหว่างผู้ปกครองและเด็ก
14. ระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินโครงการตามแผนที่เสนอ กทปส. (Proposal)	365 วัน / 12 เดือน
15. ระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินโครงการจริง	ตามแผนที่เสนอ (ส่งตามงวดงาน)
16. จำนวนตอนที่ผลิตแล้วเสร็จ (จนถึงวันที่สัมภาษณ์)	32 ตอน ระยะเวลาตามแผนที่เสนอ กทปส. (Proposal) 150 วัน (6 ก.ย. 63 - 2 ก.พ. 64) ระยะเวลาตามที่ใช้จริง 1 เดือนกว่าๆ (มีเลื่อนแก้ไขรายการ/ปรับบทนิดหน่อย แต่ออกอากาศทันตามแผนเดิม (พอบทผ่านก็ถ่ายทุกวัน))
17. จำนวนตอนที่ออกอากาศสำเร็จ (จนถึงวันที่สัมภาษณ์)	32 ตอน ระยะเวลาตามแผนที่เสนอ กทปส. (Proposal) 5 เดือน ระยะเวลาตามที่ใช้จริง ตามแผนที่เสนอ (สัปดาห์ละ 2 ตอน)
18. จำนวนบุคลากรทั้งหมดในโครงการ (เช่น ผู้กำกับ, ทีมถ่ายทำ, พิธีกร)	20 คน (อนุมัติ 3 คน รวมทีมงานผลิต)
19. ช่องทางการออกอากาศ: สถานีโทรทัศน์ (On Air)	ช่อง GMM25 ช่วงเวลาออกอากาศ (วันและเวลา) ทุกวันเสาร์-อาทิตย์ เวลา 07.55 – 08.00 น. <u>ค่าเฉลี่ย Rating ตลอดระยะเวลาการออกอากาศ</u> <ul style="list-style-type: none"> ➢ ค่าเฉลี่ย Rating ตามแผนที่เสนอ กทปส. (Proposal) ไม่น้อยกว่า 0.05 ➢ ค่าเฉลี่ย Rating จริง 0.032
20. ช่องทางการออกอากาศ: สื่อออนไลน์ (Online)	<ul style="list-style-type: none"> ❖ ช่องทางที่ 1 Youtube จำนวนผู้ติดตาม 77 คน https://www.youtube.com/channel/UCzx7fgpCAO2AzvAj4PO6CJw ชื่อช่อง บ้านมหัศจรรย์ Wonderhouse จำนวนยอด Views ตามแผนที่เสนอ กทปส. รวมกันไม่น้อยกว่า 422,000 views จำนวนยอด Views จริง 1,290 (จำนวนยอด Views โดยรวม / จำนวนครั้งที่วิดีโอถูกเล่นทุกตอน) จำนวนยอด Views โดยเฉลี่ย 40.31 ตัวอย่าง Comment ของผู้ชมรายการ ปิดคอมเมนต์ เพราะกลัวคอมเมนต์ในเชิงลบ เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายรายการเป็นเด็กเล็ก ❖ ช่องทางที่ 2 Facebook https://www.facebook.com/%E0%B8%9A%E0%B9%89%E0%B8%B2%E0%B8%99%E0%B8%A1%E0%B8%AB%E0%B8%B1%E0%B8%A8%E0%B8%88%E0%B8%A3%E0%B8%A3%E0%B8%A2%E0%B9%8C-Wonderhouse-110390314167891 ชื่อช่อง บ้านมหัศจรรย์ Wonderhouse จำนวนยอด Views ตามแผนที่เสนอ กทปส. รวมกันไม่น้อยกว่า 422,000 views จำนวนยอด Views จริง 452,257 (จำนวนยอด Views โดยรวม / จำนวนครั้งที่วิดีโอถูกเล่นทุกตอน) จำนวนยอด Views โดยเฉลี่ย 14,133.03 จำนวนยอด Likes 1,200 ของเพจ / ไม่ทราบของ VDO ตัวอย่าง Comment ของผู้ชมรายการ เชียร์ลูกหลานที่เข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมฐานผู้ชมที่สอดคล้องกับเนื้อหารายการตอนนั้นๆ: ดึงดูดคนให้เข้ามาดูรายการ ไม่มีคอมเมนต์ที่เกี่ยวกับเนื้อหารายการ

21. งบประมาณที่ได้รับอนุมัติจาก กทปส. ทั้งหมด	3,560,000 บาท (4,212,590 บาท Proposal)
22. ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในโครงการ	<p>ค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการ (กรณีระบุ ประเภทรายการและยอดเงินที่ใช้จ่ายจริง) 2,175,841 บาท (ค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการทั้งหมด ไม่รวมค่าบุคลากร, ค่าซื้อแอด Facebook, ค่าตรวจสอบบัญชี และอื่นๆ) (2,240,000 บาท Proposal)</p> <p>รายละเอียด Budget: ค่าผลิตรายการที่ได้รับอนุมัติ = 70,000 บาทต่อตอน (32 ตอน) = 2,240,000</p> <p>Actual: ค่าผลิตรายการ = 2,175,841</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) ค่างานตัดต่อภาพและเสียง = 16,250 บาทต่อตอน (32 ตอน) = 520,000 2) ค่าผลิตงานกราฟิก = 5,000 บาทต่อตอน (32 ตอน) = 160,000 3) ค่าออกแบบและผลิตฉาก = 170,000 4) ค่าเครื่องมือ/อุปกรณ์ในการผลิตรายการ = 5,841 5) ค่าสถานที่ถ่ายทำ = 15,000 บาทต่อตอน (32 ตอน) = 480,000 6) ค่าตัวแสดงรับเชิญร่วมรายการ (น้องๆ) = 2,000 บาทต่อตอน (32 ตอน) = 64,000 7) ค่านักแสดงหลัก = 3,000 บาทต่อตอน (32 ตอน) = 96,000 8) ค่าทีมงานถ่ายทำ = 15,000 บาทต่อตอน (32 ตอน) = 480,000 9) ค่าตอบแทนครีเอทีฟ = 6,250 บาทต่อตอน (32 ตอน) = 200,000 <p>ค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ (กรณีระบุ ประเภทรายการและยอดเงินที่ใช้จ่ายจริง) 960,000 บาท (960,000 บาท Proposal)</p> <p>รายละเอียด Budget: ค่าเช่าเวลาออกอากาศรายการ 30,000 บาทต่อตอน (32 ตอน) = 960,000 บาท</p> <p>Actual: ค่าเช่าเวลาออกอากาศรายการ 30,000 บาทต่อตอน (32 ตอน) = 960,000 บาท</p>
23. รายได้จากการผลิตรายการ (บอกตัวเลขคร่าวๆ ได้)	<p>รายได้จากกองทุน (งบประมาณ) 4,212,590 บาท</p> <p>รายได้จากโฆษณา – (ไม่มีโฆษณาเลย) บาท</p> <p>รายได้จากช่องทางอื่นๆ – (ไม่มีเลย Youtube ไม่เปิดหารายได้) บาท</p>
24. รายการของท่านมีการประเมินผลความพึงพอใจของผู้ชมหรือไม่	<p><input checked="" type="checkbox"/> มี คะแนนความพึงพอใจโดยเฉลี่ยของผู้ชมต่อรายการ 4.38 / ระดับความพึงพอใจมากที่สุด</p> <p>คะแนนเต็ม 10 (เป้าหมาย : ไม่น้อยกว่า 8)</p> <p>ความคิดเห็น/ข้อเสนอแนะ/Feedback จากผู้ชมรายการ มีอะไรบ้าง</p> <p>สัมภาษณ์เด็ก 3-4, 4-5 ปี: ชอบมาก 92%, เฉย 8%</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) ความพึงพอใจต่อรายการ กลุ่มเด็กอายุ 3-5 ปี มีความพึงพอใจต่อรายการมาก กลุ่มพ่อแม่และผู้ปกครอง มีความพึงพอใจมากที่สุด 2) ความพึงพอใจต่อการเผยแพร่รายการ กลุ่มเด็กอายุ 3-5 ปี มีความพึงพอใจต่อรายการมาก กลุ่มพ่อแม่และผู้ปกครอง มีความพึงพอใจมาก 3) ความพึงพอใจต่อการเข้าชม กลุ่มเด็กอายุ 3-5 ปี มีความพึงพอใจต่อรายการมาก กลุ่มพ่อแม่และผู้ปกครอง มีความพึงพอใจมาก 4) ความพึงพอใจต่อการชม กลุ่มเด็กอายุ 3-5 ปี มีความพึงพอใจต่อรายการมาก กลุ่มพ่อแม่และผู้ปกครอง มีความพึงพอใจมากที่สุด <p>ข้อเสนอแนะในการดำเนินโครงการในอนาคตที่มีลักษณะเหมือนโครงการนี้คือ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. กลุ่มเด็กอายุ 3-5 ปี มีความเข้าใจและสามารถเข้าถึงเนื้อหาสาระรายการในรูปแบบของสื่อสังคมออนไลน์ได้เช่นเดียวกับกลุ่มอื่นๆ 2. รายการสามารถใช้สื่อสังคมออนไลน์ได้แก่ YouTube และ Facebook เป็นตัวขับเคลื่อนความนิยมและการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายทั้งสองกลุ่ม สามารถรับชมได้ทั้งครอบครัว 3. ในเรื่องของการผลิตเนื้อหาความบันเทิงสำหรับเด็ก ควรเน้นเรื่องของพัฒนาการที่เหมาะสมกับวัยที่มีความน่าสนใจ/การถ่ายทำที่มีความสวยงาม สนุกสนาน ตื่นเต้น จูงใจเด็กให้ความรู้ควบคู่

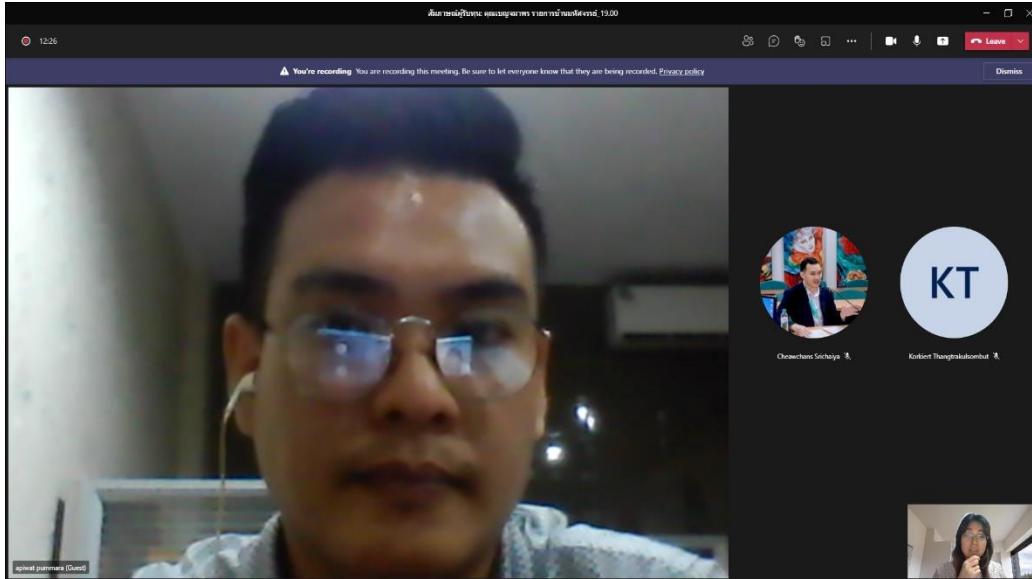
	กับการทำกิจกรรม ผู้ผลิตรายการควรเข้าใจถึงพัฒนาการของเด็กแต่ละช่วงอายุ เพื่อนำเนื้อหาหรือนำเสนอในรูปแบบที่ให้อรรถประโยชน์ความรู้ ความบันเทิง และส่งเสริมพัฒนาการให้กับเด็กได้อย่างชัดเจน
25. รายการได้มีการจัดทำบริการคำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption) หรือบริการล่ามภาษามือ (Sign Language Interpretation) และบริการเสียงบรรยายภาพ (Audio Description) หรือไม่	<input checked="" type="checkbox"/> มี ได้แก่ <ul style="list-style-type: none"> • คำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption) • เสียงบรรยายภาพ (Audio Description)

ปัจจัยความสำเร็จ ปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะ

26. ผลการดำเนินงานในภาพรวมเป็นไปตามแผนที่ท่านเสนอให้แก่กองทุน กทปส. ไว้หรือไม่ อย่างไร	เป็นไปตามแผน
27. กรุณาเล่าถึงการบริหารจัดการโครงการของท่านในด้านการบริหารงบประมาณ, การบริหารบุคลากร, การบริหารเวลาในการดำเนินงาน การบริหารทรัพยากรในการผลิตและด้านอื่นๆ	<p>การบริหารงบประมาณ : บริหารตามแผนที่เสนอ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพที่สุดและไม่เกินกรอบงบที่อนุมัติ</p> <p>การบริหารบุคลากร : บุคลากรทำตามหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย</p> <p>การบริหารเวลาในการดำเนินงาน : ระยะเวลาดำเนินการเป็นไปตามกรอบเวลา แต่ทั้งนี้ มีบางช่วงเวลาที่ไม่เป็นไปตามแผน เนื่องจากมีข้อคิดเห็นจากกรรมการในส่วนของ demo โดยให้ปรับปรุงให้เหมาะกับเด็กเล็กมากยิ่งขึ้น</p> <p>การบริหารทรัพยากรในการผลิต : ใช้ตามกรอบวงเงินให้เกิดประสิทธิภาพมากที่สุด เลือกสิ่งที่ดีที่สุดตามกรอบวงเงิน</p>
28. ปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินงานของท่านมีอะไรบ้าง กรุณายกตัวอย่างเหตุการณ์หรือสิ่งที่ทำให้ท่านสามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ของโครงการ	<ol style="list-style-type: none"> 1. คณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ กทปส. ให้คำแนะนำที่ดี (เช่น รูปแบบการติดต่อรายการ) 2. ทีมงาน ตั้งใจเร่งดำเนินโครงการ ก่อนเกิดสถานการณ์โควิด
29. ปัญหาอุปสรรคหรือข้อจำกัดในการดำเนินงานของท่านมีอะไรบ้าง กรุณายกตัวอย่างเหตุการณ์หรือสิ่งที่ทำให้ท่านไม่สามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ของโครงการ <i>เช่น การขอรับทุนจาก กทปส., งบประมาณที่ได้รับ, ผลการดำเนินงาน (ก่อน ระหว่าง และหลังการผลิตรายการ) เป็นต้น</i>	ประสบการณ์การทำงานรับมือกับเด็กเล็ก ที่ต้องใช้เวลาในการถ่ายทำมากกว่าปกติ
30. ข้อเสนอแนะที่ท่านอยากเสนอให้ทาง กทปส. นำไปพัฒนาหรือปรับปรุง เพื่อให้ท่านสามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ของโครงการได้ <i>เช่น ขั้นตอนการพิจารณาให้ทุน, ความช่วยเหลือที่อยากได้จาก กทปส. เป็นต้น</i>	อยากให้สนับสนุนทุนกับรายการประเภทนี้เพิ่มมากขึ้น เนื่องจากเห็นว่างบประมาณ 20-30 ล้านบาทต่อปีไม่เพียงพอ ควรเพิ่มทุนสำหรับโครงการผลิตรายการเด็ก และเฉลี่ยสำหรับหลายบริษัท เพื่อเพิ่มผลงานให้กับกองทุนมากยิ่งขึ้น
31. ข้อเสนอแนะอื่นๆ (ถ้ามี)	ข้อเสนอแนะโครงการ : ควรมีการทำกิจกรรมให้ผู้ชมมีส่วนร่วม เพื่อเพิ่ม customer participation โดยคดโด้ แชร์ คอมเมนต์สั้นๆ เพราะใน Facebook ได้รับ feedback ที่ดีและมีผู้เข้าร่วมจำนวนมาก รวมทั้ง ผู้ชมเข้า Facebook ง่ายกว่า Youtube เพราะตรงกลุ่มเป้าหมาย กลุ่มพ่อแม่ใช้ Facebook มากกว่าและเห็นปฏิสัมพันธ์ reaction ดี

คำถามเพิ่มเติม : มีความสนใจในการผลิต
รายการอะไร ถ้าไม่มีข้อจำกัดเรื่องเงินและ
เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ดีกว่านี้ (เช่น
นวัตกรรม รูปแบบรายการใหม่ๆ)

ต้องการทำ animation ที่สนุกเหมือนเช่นต่างประเทศ แต่ทั้งนี้ต้องใช้งบและเทคโนโลยีขั้นสูง



6. รายการ ใจใส ใสใจ



ข้อมูลพื้นฐาน

1. ชื่อบริษัท/หน่วยงานของผู้รับทุน	บริษัท สื่อคลใจ จำกัด
2. ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์	หัวหน้าโครงการ คุณขวัญเรือน ถาวรทวิวงษ์ / กรรมการบริษัท พิธีกร/ผู้วาดการ์ตูน คุณทิววัฒน์ ภัทรกุลวานิชย์ ผู้ควบคุมการผลิต คุณประชัย จิตรปัญญา
3. ตำแหน่งของผู้ให้สัมภาษณ์	หัวหน้าโครงการ
4. เพศ	หญิง
5. อายุ	41 - 50 ปี
6. การศึกษา	ปริญญาตรี

ข้อมูลรายการ

7. ชื่อรายการ	ใจใส ใสใจ
8. รูปแบบรายการ	นิทานสำหรับเด็ก พร้อมการวาดภาพประกอบ
9. จำนวนตอน 50 ตอน	ระยะเวลาต่อตอน 3 นาที
10. กลุ่มเป้าหมายของรายการ	กลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี) (เด็กปฐมวัย (3-5 ปี) / ผู้ปกครอง)
11. เนื้อหารายการโดยสรุป	รายการใจใส ใสใจ เป็นรายการที่ส่งเสริมพัฒนาการเด็กปฐมวัย โดยอิงการส่งเสริมพัฒนาการทั้ง 4 ด้าน และ EF 9 ด้าน ผ่านเรื่องราวต่างๆ ที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวันของครอบครัว ใจใส ใสใจ กล้า ที่ประกอบด้วย พี่ น้อง พ่อ แม่ สัตว์เลี้ยง สุนัข และแมว โดยใช้เทคนิคการวาดภาพสีน้ำ และบทที่มีลักษณะเป็นคำคล้องจอง คำซ้ำ เพื่อให้เด็กเข้าใจและจดจำได้ง่าย สอนการวาดรูปร่างต่างๆ เห็นที่มาของเส้นต่างๆ ที่ประกอบกันเป็นภาพ เพื่อสร้างจินตนาการให้แก่เด็กปฐมวัย
12. แหล่งข้อมูลหรือองค์ความรู้ในการจัดทำเนื้อหารายการ	มีการประชุมทีม ผลิต ทีมเขียนบท (อัย ชีรภัทร) พร้อมกับ กุมารแพทย์ (นพ. กิตติภัทร) และผู้วาดการ์ตูน ในการวางแผน รายการ 50 ตอน ผ่านกิจกรรมที่สอดคล้องกับพัฒนาการ 4 ด้านและ EF 9 ด้าน เพื่อการเล่าเรื่องที่เหมาะสม ทั้งการใช้คำ การวาดภาพประกอบ เทคนิคการผลิต จะเน้นการวาดภาพประกอบที่ชี้ให้เห็นถึงลายเส้น เพื่อส่งเสริมการสร้างจินตนาการ และใช้คำซ้ำๆ ซ้ำๆ เพื่อเหมาะกับพัฒนาการเด็ก โดยใช้บทบาท และเรื่องราวที่ใกล้กับชีวิตประจำวันของเด็กๆ โดยทั้งหมดมีการให้ความเห็นจากกุมารแพทย์เพื่อให้โครงสร้างรายการมีความสอดคล้องกับพัฒนาการ ทำยคลิบ สอนให้เด็กวาดภาพ

<p>13. ประโยชน์ที่ท่านอยากให้เกิดขึ้นจากการเผยแพร่รายการ</p>	<p>ทางตรง คือเด็ก ๆ ที่ได้รับชมรายการ จะได้รับผลตอบรับจากทั้งผู้ปกครองและอาจารย์ โดยมีการทำแบบสอบถามเพื่อประเมินรายการผ่าน Google form (ดูตาม Final report) คนตอบส่วนใหญ่เป็นผู้ปกครอง/อาจารย์ โดยเห็นว่าเป็นรายการที่ทำให้เกิดจินตนาการ และทำให้เด็กอยากวาดภาพ</p> <p>ความเห็น คือ โครงการเป็นโครงการปีเดียว หลังจบแล้วจะไม่ได้มีการพัฒนาต่อ หรือสานต่อก็จะหายไปเลย และหากปล่อยไว้นานก็จะกลับมาทำลำบาก และต้องสร้างฐานผู้ชมใหม่ ทำให้การส่งเสริมไม่เกิดอย่างต่อเนื่อง ซึ่งในอีกทางหนึ่งรายการอาจสามารถนำไปพัฒนาเป็นสื่อการเรียนการสอนสำหรับเด็กประถมวัยได้ ซึ่งทาง กสทช. หรือหน่วยงานรัฐ อาจนำไปต่อยอดการนำไปใช้พัฒนาต่อได้</p> <p>อยากให้มีความสำคัญกับรายการเด็กหลายๆ รายการ ที่หายไป ซึ่งในปัจจุบัน รายการไม่มี และขาดผู้ผลิตรายการเด็ก ที่ส่งเสริมในลักษณะนิทาน และภาพวาด สำหรับเด็ก อยากให้มีการทำต่อในปีต่อไป เพื่อเติบโตไปพร้อมกับรายการและเด็ก จึงควรสนับสนุนต่อเนื่องไม่ให้ขาดตอน โดยอาจมีการตั้งเงื่อนไข และตั้งงบประมาณสำหรับรายการที่ ควรทำต่อ โดยไม่จำเป็นต้องเสนอโครงการในรูปแบบรายการใหม่ทุกครั้ง เพราะรายการที่ดีที่ขาดการสนับสนุนต่อเนื่อง สุดท้ายก็จะเสียงบประมาณไปอย่างเสียโอกาส ทั้งๆ ที่สามารถนำไปพัฒนาเป็นสื่อการสอนได้ เช่น ในปัจจุบันที่มีการเรียนการสอนทางออนไลน์ รายการนี้อาจทำให้สามารถมีการโต้ตอบที่ครูสามารถเปิดเป็นสื่อการสอนได้ ซึ่งจะทำให้มีมาตรฐานการสอน และอาจต่อยอดไปสู่การสอนในรูปแบบ interactive ได้ หรือนำไปทำเป็นสมุดภาพวาด หนังสือนิทานต่อไปได้นอกจากการผลิตสื่อโทรทัศน์</p>
<p>14. ระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินโครงการตามแผนที่เสนอ กทปส. (Proposal)</p>	<p>365 วัน / 12 เดือน</p>
<p>15. ระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินโครงการจริง</p>	<p>1 ปี (ไม่มีเลื่อนงวดงาน ส่งตรงตามงวดงาน)</p>
<p>16. จำนวนตอนที่ผลิตแล้วเสร็จ (จนถึงวันที่สัมภาษณ์)</p>	<p>50 ตอน ระยะเวลาตามแผนที่เสนอ กทปส. (Proposal) 6 เดือน ระยะเวลาตามที่ใช้จริง 5 เดือน</p>
<p>17. จำนวนตอนที่ออกอากาศสำเร็จ (จนถึงวันที่สัมภาษณ์)</p>	<p>50 ตอน ระยะเวลาตามแผนที่เสนอ กทปส. (Proposal) 6 เดือน ระยะเวลาตามที่ใช้จริง 6 เดือน</p>
<p>18. จำนวนบุคลากรทั้งหมดในโครงการ (เช่น ผู้กำกับ, ทีมถ่ายทำ, พิธีกร)</p>	<p>15 คน</p>
<p>19. ช่องทางการออกอากาศ: สถานีโทรทัศน์ (On Air)</p>	<p>ช่อง MCOT HD 30 ช่วงเวลาออกอากาศ (วันและเวลา) เสาร์-อาทิตย์ 06.27-06.30 น. <u>ค่าเฉลี่ย Rating ตลอดระยะเวลาการออกอากาศ</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ ค่าเฉลี่ย Rating ตามแผนที่เสนอ กทปส. (Proposal) ไม่น้อยกว่า 0.05 (หรือ ยอดชมออนไลน์ไม่น้อยกว่า 361,000 Views) ➤ ค่าเฉลี่ย Rating จริง 0.019
<p>20. ช่องทางการออกอากาศ: สื่อออนไลน์ (Online)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ❖ ช่องทางที่ 1 Youtube จำนวนผู้ติดตาม 56 subscribers https://www.youtube.com/channel/UCfE9WtnjEwdWyXpla6aG6Wg <p>(Hashtag : #กทปส #รายการใจใสใจใจ #รายการนิทานสำหรับเด็ก #ใจใสใจใจช่อง 9MCOTHD30)</p> <p>ชื่อช่อง ใจใส ใจใจ</p> <p>จำนวนยอด Views ตามแผนที่เสนอ กทปส. รวมกันไม่น้อยกว่า 361,000 views จำนวนยอด Views จริง 25,512 (จำนวนยอด Views โดยรวม / จำนวนครั้งที่วิดีโอถูกเล่นทุกตอน)</p>

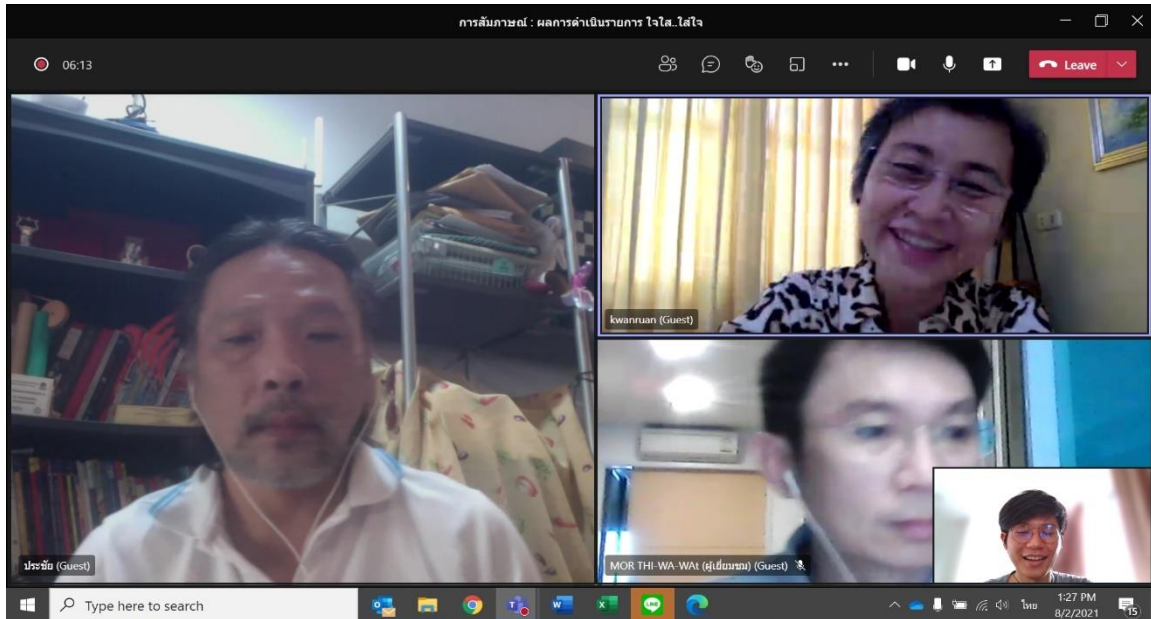
	<p>จำนวนยอด Views โดยเฉลี่ย 510 จำนวนยอด Likes 117 จำนวนยอด Comment 2 ระยะเวลาการรับชมโดยเฉลี่ย (นาที) 10.20 วินาที อัตราการดูวิดีโอจนจบ (Videos Completion Rate) ร้อยละ 49.20 ตัวอย่าง Comment ของผู้ชมรายการ เสริมจินตนาการเด็กๆ ได้ตื่นตะลึง กระตุ้นให้เกิดความอยากรู้อยากเห็น แนะนำให้ทำคลิปยาวอีกนิตครั้ง</p> <p>❖ ช่องทางที่ 2 Facebook จำนวนผู้ติดตาม 1,152 followers https://www.facebook.com/JAISAJIAIOFFICIAL ชื่อช่อง ใจใส ใสใจ จำนวนยอด Views ตามแผนที่เสนอ กทปส. รวมกันไม่น้อยกว่า 361,000 views จำนวนยอด Views จริง 514,514 (จำนวนยอด Views โดยรวม / จำนวนครั้งที่วิดีโอถูกเล่นทุกตอน) จำนวนยอด Views โดยเฉลี่ย 10,290 จำนวนยอด Likes 5,042 จำนวนยอด Comment 328 จำนวนยอด Share 798 ระยะเวลาการรับชมโดยเฉลี่ย (นาที) 0.21 อัตราการดูวิดีโอจนจบ (Videos Completion Rate) ร้อยละ 5.00 ตัวอย่าง Comment ของผู้ชมรายการ Nanthicha Noi ThaiEstate พาหลานดูสนุกและเพลิดเพลินตอบใจหทัยเด็กสมาธิสั้น ดูหลายคลิปค่ะ</p> <p>Playkidz เพราะแม่และลูก รายการดีเหมาะกับเด็กๆ มากเลยคะ น้องชอบมากเลย</p> <p>❖ ช่องทางที่ 3 อื่นๆ (Internet TV) www.cartoonclub.tv ชื่อช่อง Cartoon Club จำนวนยอด Views ตามแผนที่เสนอ กทปส. จำนวนยอด Views จริง 32,600</p>
21. งบประมาณที่ได้รับอนุมัติจาก กทปส. ทั้งหมด	3,606,970 บาท (3,606,970 บาท Proposal)
22. ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในโครงการ	<p>ค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการ (กรณีระบุ ประเภทรายการและยอดเงินที่ใช้จ่ายจริง) 2,016,317.29 บาท (1,500,000 บาท Proposal) รายละเอียด Budget: ค่าผลิตรายการที่ได้รับอนุมัติ = 30,000 บาทต่อตอน (50 ตอน) = 1,500,000 Actual: ค่าผลิตรายการ = 2,016,317.29</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) ค่าควบคุมการผลิต 391,750.00 2) ค่าตอบแทนศิลปินผู้วาดรูปสีน้ำ 500,000.00 3) ค่าเขียนบท 150,000.00 4) ค่าลงเสียงบรรยาย 155,000.00 5) ค่าเช่ากล้อง HD พร้อมช่างภาพ 230,500.00 6) ค่าจัดประชุมทีมงานและค่าอาหาร 29,548.29 7) ค่าตัดต่อ 305,500.00 8) ค่าห้องอัดรายการ 171,120.00 9) ค่าดนตรีประกอบ 2,899.00

	<p>10) ค่าวิจัยประเมินคุณภาพรายการ 80,000.00</p> <p>ค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ (ค่าธรรมเนียม ประเภทรายจ่ายและยอดเงินที่ใช้จ่ายจริง) 650,000 บาท (1,100,000 บาท Proposal)</p> <p>รายละเอียด Budget: ค่าเช่าเวลาออกอากาศรายการ 22,000 บาทต่อตอน (50 ตอน) = 1,100,000 บาท</p> <p>Actual:</p> <p>1) ค่าเช่าเวลาออกอากาศรายการ 10,000 บาทต่อตอน (50 ตอน) = 500,000 บาท</p> <p>2) ค่าประชาสัมพันธ์ออนไลน์ = 3,000 บาทต่อตอน (50 ตอน) = 150,000 บาท</p>
<p>23. รายได้จากการผลิตรายการ (บอกตัวเลขคร่าวๆ ได้)</p>	<p>รายได้จากกองทุน (งบประมาณ) 3,606,970 บาท</p> <p>รายได้จากโฆษณา - บาท</p> <p>รายได้จากช่องทางอื่นๆ - บาท</p>
<p>24. รายการของท่านมีการประเมินผลความพึงพอใจของผู้ชมหรือไม่</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> มี คะแนนความพึงพอใจโดยเฉลี่ยของผู้ชมต่อรายการ ร้อยละ 88.00</p> <p>คะแนนเต็ม 10 (เป้าหมาย : ไม่น้อยกว่า 8)</p> <p>ความคิดเห็น/ข้อเสนอแนะ/Feedback จากผู้ชมรายการ มีอะไรบ้าง</p> <p>สำหรับเหตุผลที่ผู้ปกครองผู้ทำแบบสอบถาม ระบุว่า เหตุใดจึงให้บุตรหลานหรือนักเรียนของตนเอง รับชม รายการใจใส ใจใจ นั้น พบว่า เหตุผลที่ถูกเลือกมากที่สุดคือ เพราะเนื้อหาเหมาะสมกับการเรียนรู้และการพัฒนาการของเด็กปฐมวัยมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 83.5 รองลงมา เป็นอันดับที่ 2 เพราะการนำเสนอมีความสนุกสนาน เพลิดเพลิน คิดเป็นร้อยละ 50.5 รองลงมา เป็นอันดับที่ 3 คือ เพราะเป็นรายการที่ส่งเสริมเรื่องศิลปะ คิดเป็นร้อยละ 42.5 และ</p> <p>ความพึงพอใจของผู้ปกครองต่อรายการฯ นั้น จากผลการสำรวจพบว่า มีผู้ตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ที่ค่าเฉลี่ยคะแนน 4.40 โดยมีความพึงพอใจในเรื่องเนื้อหาของรายการมีประโยชน์สามารถนำไปสอนเด็กๆ ได้มากที่สุดโดยมีค่าเฉลี่ยที่ 4.9 (พึงพอใจมากที่สุด) รองลงมาลำดับที่ 2 คือพึงพอใจในเนื้อเรื่อง เหมาะสมกับการเรียนรู้และ พัฒนาการของบุตรหลาน ค่าเฉลี่ยที่ 4.47 (พึงพอใจมากที่สุด) รองลงมาลำดับที่ 3 คือ พึงพอใจในบุคลิกการพูดของผู้ดำเนินรายการ (พี่หม่อมพ้อหมี่) มีความเหมาะสม ดูอบอุ่น ใจดี เป็นมิตรโดยมีค่าเฉลี่ยที่ 4.46 (พึงพอใจมากที่สุด) สำหรับความพึงพอใจนี้ พบว่า ผลการสำรวจ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจที่ใกล้เคียงกันมากในลำดับที่ 1-3</p>
<p>25. รายการได้มีการจัดทำบริการคำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption) หรือบริการล่ามภาษามือ (Sign Language Interpretation) และบริการเสียงบรรยายภาพ (Audio Description) หรือไม่</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> มี ได้แก่</p> <ul style="list-style-type: none"> ● คำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption) ● เสียงบรรยายภาพ (Audio Description)

ปัจจัยความสำเร็จ ปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะ

<p>26. ผลการดำเนินงานในภาพรวมเป็นไปตามแผนที่ท่านเสนอให้แก่งกองทุน กทปส. ไว้หรือไม่ อย่างไร</p>	<p>ในแง่การผลิตสามารถผลิตรายการเสร็จทั้งหมดก่อนจะมีการลือคตาวน และถ่ายทำในสตูดิโอเป็นส่วนใหญ่ แต่ทั้งนี้ ได้รับผลกระทบจากการลือคตาวนไม่มากนักทำให้เริ่มผลิตซ้ำออกไปเล็กน้อย ในช่วงเริ่มต้น แต่สามารถดำเนินการได้ตามแผนงานตามที่เสนอแก่งกองทุน</p>
<p>27. กรุณาเล่าถึงการบริหารจัดการโครงการของท่านในด้านการบริหารงบประมาณ, การบริหารบุคลากร, การบริหารเวลาในการดำเนินงาน การบริหารทรัพยากรในการผลิตและด้านอื่นๆ</p>	<p>การบริหารงบประมาณ : บริหารงบในการเจรจาขอลดราคาค่าออกอากาศ เพื่อนำไปใช้ในการทดแทนค่าผลิตรายการที่ถูกกองทุนปรับลดไปครึ่งหนึ่งจากที่เสนอไป และใช้ในการยิงโฆษณา</p> <p>การบริหารบุคลากร : สามารถบริหารจัดการคนได้ดี</p> <p>การบริหารเวลาในการดำเนินงาน : ในช่วงแรกผลิตและออกอากาศ มีการบริหารจัดการ และตรวจรายละเอียดร่วมกับกองทุนให้ได้เนื้อหาทันตามแผนการออกอากาศ</p> <p>การบริหารทรัพยากรในการผลิต : ไม่มีปัญหา</p>
<p>28. ปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินงานของท่านมีอะไรบ้าง กรุณายกตัวอย่างเหตุการณ์หรือสิ่งที่ทำให้ท่านสามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ของโครงการ</p>	<p>ตัวผลิตภัณฑ์รายการที่ผลิตออกมา ที่ได้ผลตอบรับที่ดีจากเด็ก เช่น การที่เด็กร้องขอเพื่อวาดภาพตามรายการจากการรับชม ตัวอย่างจากศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก</p> <p>การที่ทุกคนเข้าใจบทบาทของตัวเองในการดำเนินโครงการ ในแต่ละส่วนที่ทำงานสำเร็จได้ดี</p> <p>การผลิตรายการที่เรียบง่าย ไม่ต้องมีกราฟิก แอนิเมชัน มารบกวนสมาธิของเด็ก เพื่อให้เกิดสมาธิ จินตนาการ การจดจำ และเข้าใจได้ง่าย สามารถอดทนรอได้ตั้งแต่เริ่มต้นลากเส้นจนสีออกมาเป็นภาพ</p>
<p>29. ปัญหาอุปสรรคหรือข้อจำกัดในการดำเนินงานของท่านมีอะไรบ้าง กรุณายกตัวอย่างเหตุการณ์หรือสิ่งที่ทำให้ท่านไม่สามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ของโครงการ เช่น การขอรับทุนจาก กทปส., งบประมาณที่ได้รับ, ผลการดำเนินงาน (ก่อน ระหว่าง และหลังการผลิตรายการ) เป็นต้น</p>	<p>ข้อจำกัดในการรับฟังความคิดเห็นจากกรรมการ โดยหากก่อนส่งผลงานมีการนำเสนอผลงานต่อคณะกรรมการ เพื่อตรวจสอบและให้ข้อคิดเห็นโดยตรงจากคณะกรรมการ จะทำให้ได้รับคำแนะนำที่น่าจะทำรายการออกมาได้ดียิ่งขึ้น</p>
<p>30. ข้อเสนอแนะที่ท่านอยากเสนอให้ทาง กทปส. นำไปพัฒนาหรือปรับปรุง เพื่อให้ท่านสามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ของโครงการได้ เช่น ขั้นตอนการพิจารณาให้ทุน, ความช่วยเหลือที่อยากได้รับจาก กทปส. เป็นต้น</p>	<p>อยากให้พิจารณาในเรื่องของความต่อเนื่องของโครงการ รวมถึงการนำไปต่อยอดโครงการเพื่อให้รายการที่ดี สามารถทำได้อย่างต่อเนื่อง เช่น อาจมีการตั้งงบประมาณไว้สำหรับรายการที่มีคุณภาพให้สามารถทำได้อย่างต่อเนื่อง และสามารถต่อยอดไปสู่สื่อการสอนต่างๆ และการนำไปใช้เป็นสื่ออื่นๆ นอกเหนือจากการทำรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก</p> <p>มีผู้ต้องการทำสื่อสำหรับเด็กจำนวนมาก แต่ส่วนใหญ่จะประสบปัญหาขาดทุน จึงควรมีการสนับสนุนอย่างเต็มที่และต่อเนื่อง เนื่องจากนอกเหนือจากการทำสื่อ ยังมีต้นทุนในส่วนของอุปกรณ์สำหรับเด็ก หรือการประกวดการผลิตสื่อสำหรับเด็กอีกด้วย</p>
<p>31. ข้อเสนอแนะอื่นๆ (ถ้ามี)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - ควรให้ความสำคัญกับรายการเด็กหลายๆ รายการที่หายไป ซึ่งในปัจจุบันขาดผู้ผลิตรายการเด็ก ที่ส่งเสริมในลักษณะนิทานและภาพวาดสำหรับเด็ก - ควรให้มีการทำต่อในปีต่อไป เพื่อเติบโตไปพร้อมกับรายการและเด็ก จึงควรสนับสนุนต่อเนื่อง โดยอาจมีการตั้งเงื่อนไข และตั้งงบประมาณสำหรับรายการที่ควรทำต่อ โดยไม่จำเป็นต้องเสนอโครงการในรูปแบบรายการใหม่ทุกครั้ง เพราะรายการที่ดีสามารถนำไปพัฒนาเป็นสื่อการสอนได้ เช่น ในปัจจุบันที่มีการเรียนการสอนทางออนไลน์ รายการนี้อาจทำให้สามารถมีการโต้ตอบที่ครูสามารถเปิดเป็นสื่อการสอนได้ ซึ่งจะทำให้มีมาตรฐานการสอน และอาจต่อยอดไปสู่การสอนในรูปแบบ interactive ได้ หรือนำไปทำเป็นสมุดภาพวาด หนังสือนิทานต่อไปได้ <p>นอกเหนือจากการผลิตสื่อโทรทัศน์</p>

	<p>- ข้อเสนอแนะโครงการ : ไม่ได้มีการตั้งงบประมาณในส่วนของการประชาสัมพันธ์โครงการในรูปแบบออนไลน์ แต่กลับกับส่วนที่สามารถลดราคาค่าออกอากาศทางโทรทัศน์ เนื่องจากไม่ได้ออกอากาศในช่วง peak time และระยะเวลาออกอากาศไม่มากนัก</p>
--	--



7. รายการ คิด้ส์ดี ธรรมดี



ข้อมูลพื้นฐาน

1. ชื่อบริษัท/หน่วยงานของผู้รับทุน	บริษัท แรงดิงดูต สตูดิโอ จำกัด
2. ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์	นายโรจน์อรินทร์ ทองกัญชร
3. ตำแหน่งของผู้ให้สัมภาษณ์	หัวหน้าโครงการ
4. เพศ	ชาย
5. อายุ	41 - 50 ปี
6. การศึกษา	ปริญญาตรี

ข้อมูลรายการ

7. ชื่อรายการ	คิด้ส์ดี ธรรมดี
8. รูปแบบรายการ	รายการ REALITY สำหรับ เด็ก และผู้ปกครอง ที่จะนำเอาความคิดสร้างสรรค์ของเยาวชน มาประยุกต์ใช้ในการช่วยพัฒนาสังคมในปัจจุบัน ผ่านการแนะนำของผู้เชี่ยวชาญด้านต่างๆ
9. จำนวนตอน 26 ตอน	ระยะเวลาต่อตอน 25 นาที
10. กลุ่มเป้าหมายของรายการ	เด็กวัยเรียน (6-12 ปี) / ผู้ปกครอง
11. เนื้อหารายการโดยสรุป	รายการ REALITY สำหรับ เด็ก และผู้ปกครอง ที่จะนำเอาความคิดสร้างสรรค์ของเยาวชนมา ประยุกต์ใช้ในการช่วยพัฒนาสังคมในปัจจุบัน ผ่านการแนะนำของผู้เชี่ยวชาญด้านต่างๆ โดยให้ เด็ก เยาวชน ทำกิจกรรมตามภารกิจที่ได้รับมอบหมาย เพื่อมุ่งในการสร้างเสริมจินตนาการ ความคิดสร้างสรรค์ และเปิดโอกาสในการแสดงออกของเด็ก ตามภารกิจต่างๆ ที่ได้รับ
12. แหล่งข้อมูลหรือองค์ความรู้ในการจัดทำ เนื้อหารายการ	1. ที่ปรึกษาโครงการเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านพฤติกรรมเด็กและครอบครัว โดยนำ pain point ที่เป็นปัญหาสังคม ที่มักเจอให้เด็กมาแก้ปัญหา และเรียนรู้ทำความเข้าใจด้วยตัวเอง โดยใน ส่วนของการหาข้อมูลและการทำ research ทำโดยบริษัท maximize your future เป็นบริษัทที่ ทำงานเกี่ยวกับเด็กด้วยโอกาส เด็กกำพร้า และเชิญมาเป็นโค้ชในรายการ 2. อ้างอิงข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต และ การเก็บข้อมูลจากผู้ใหญ่ ผู้ปกครองในสังคม
13. ประโยชน์ที่ท่านอยากให้เกิดขึ้นจากการ เผยแพร่รายการ	ทำให้เป็นตัวอย่างสำหรับเด็ก และยังเป็นตัวอย่างสำหรับผู้ใหญ่ที่ชี้ให้เห็นถึงสิ่งที่ควรผลักดัน และ ปรับเปลี่ยน รวมถึง การที่เด็กมีความตระหนัก และปรับเปลี่ยนพฤติกรรม เช่น การใส่หมวก กันน๊อค การเคารพวินัยจราจร ช่วยให้เด็กมีสมาธิและมีการปรับปรุงตัวเองในทางที่ดี รับผิดชอบ และเข้าใจปัญหาสังคมมากขึ้น เช่น ปัญหาขยะ ทำให้ได้เรียนรู้ และเกิดพฤติกรรมที่ปรับเปลี่ยนอย่างเห็นได้ชัด
14. ระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินโครงการ ตามแผนที่เสนอ กทปส. (Proposal)	365 วัน / 12 เดือน
15. ระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินโครงการ จริง	20 เดือน (เริ่มเตรียมการตั้งต่อก่อนลงนามสัญญา 7-8 เดือน)
16. จำนวนตอนที่ผลิตแล้วเสร็จ (จนถึงวันที่ สัมภาษณ์)	26 ตอน ระยะเวลาตามแผนที่เสนอ กทปส. (Proposal) 6 เดือน ระยะเวลาตามที่ใช้จริง 5 เดือน

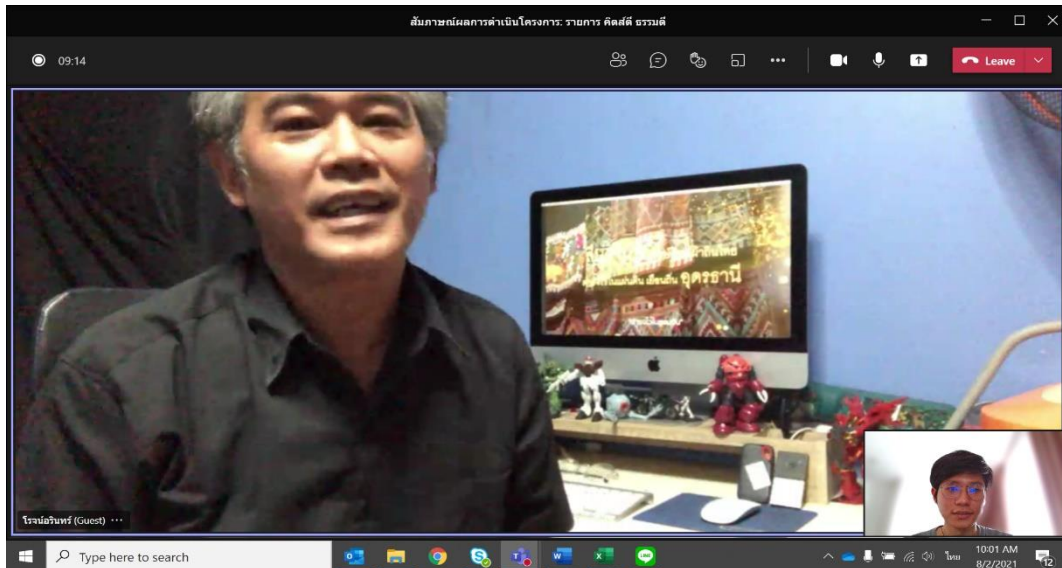
17. จำนวนตอนที่ออกอากาศสำเร็จ (จนถึงวันที่สัมฤทธิ์)	26 ตอน ระยะเวลาตามแผนที่เสนอ กทปส. (Proposal) 6 เดือน ระยะเวลาตามที่ใช้จริง 5 เดือน (ช่วงโควิด ทำงาน WFH เวลาเลยค่อนข้างกระชั้น เพราะต้องทำ animation)
18. จำนวนบุคลากรทั้งหมดในโครงการ (เช่น ผู้กำกับ, ทีมถ่ายทำ, พิธีกร)	25-30 คน (Production = 15 คน)
19. ช่องทางการออกอากาศ: สถานีโทรทัศน์ (On Air)	ช่อง True4U ช่วงเวลาออกอากาศ (วันและเวลา) วันเสาร์ เวลา 9.30 – 10.00 น. <u>ค่าเฉลี่ย Rating ตลอดระยะเวลาการออกอากาศ</u> ➤ ค่าเฉลี่ย Rating ตามแผนที่เสนอ กทปส. (Proposal) ไม่น้อยกว่า 0.05 (ออนไลน์รวมกันไม่น้อยกว่า 621,000 View) ➤ ค่าเฉลี่ย Rating จริง 0.024
20. ช่องทางการออกอากาศ: สื่อออนไลน์ (Online)	❖ ช่องทางที่ 1 Youtube จำนวนผู้ติดตาม 191 subscribers https://www.youtube.com/channel/UCymjIYHg1A_UkX5rHUsaHFg (Hashtag : #กทปส #คิดส์ดีธรรมดี #สื่อสร้างสรรค์ #KIDSDEEธรรมดี #เด็กคิดดี #เด็กทำดี Keyword : รายการสำหรับเด็ก รายการสอนเด็ก จิตอาสา กิจกรรมพัฒนาสังคม เรียลลิตี้สอนเด็ก) ชื่อช่อง KIDS DEE ธรรม ดี จำนวนยอด Views ตามแผนที่เสนอ กทปส. รวมกันไม่น้อยกว่า 621,000 View จำนวนยอด Views จริง 484,476 (จำนวนยอด Views โดยรวม / จำนวนครั้งที่วิดีโอถูกเล่นทุกตอน) จำนวนยอด Views โดยเฉลี่ย 19,583 จำนวนยอด Likes 336 จำนวนยอด Share 48 ระยะเวลาการรับชมโดยเฉลี่ย (นาที) 6.45 อัตราการดูวิดีโอจนจบ (Videos Completion Rate) ร้อยละ 27.80 ตัวอย่าง Comment ของผู้ชมรายการ ปิดคอมเมนต์
21. งบประมาณที่ได้รับอนุมัติจาก กทปส. ทั้งหมด	6,209,210 บาท (6,209,210 บาท Proposal = ผู้รับทุน)

<p>22. ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในโครงการ</p>	<p>ค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการ (กรณารับ ประเภทรายจ่ายและยอดเงินที่ใช้จ่ายจริง) 4,357,000 บาท (4,347,000 บาท Proposal) รายละเอียด Budget: ค่าผลิตรายการที่ได้รับอนุมัติ = 167,192.31 บาทต่อตอน (26 ตอน) = 4,347,000 Actual: ค่าผลิตรายการ = 4,357,000 1) ค่างานตัดต่อภาพและเสียง = 72,000 บาทต่อตอน (40 ตอน) = 3,640,000 2) ค่าใช้จ่ายอื่นๆ ในการผลิตรายการ = 717,000</p> <p>ค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ (กรณารับ ประเภทรายจ่ายและยอดเงินที่ใช้จ่ายจริง) 1,456,000 บาท (1,456,000 บาท Proposal) รายละเอียด Budget: ค่าเช่าเวลาออกอากาศรายการ 56,000 บาทต่อตอน (26 ตอน) = 1,456,000 บาท Actual: 1) ค่าเช่าเวลาออกอากาศรายการ 56,000 บาทต่อตอน (26 ตอน) = 1,456,000 บาท</p>
<p>23. รายได้จากการผลิตรายการ (บอกตัวเลขคร่าวๆ ได้)</p>	<p>รายได้จากกองทุน (งบประมาณ) 6,209,210 บาท รายได้จากโฆษณา - บาท (มี sponsor ติดต่อเข้ามา แต่ไม่ได้รับผลประโยชน์) รายได้จากช่องทางอื่นๆ - บาท</p>
<p>24. รายการของท่านมีการประเมินผลความพึงพอใจของผู้ชมหรือไม่</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> มี คะแนนเต็ม 10 (เป้าหมาย : ไม่น้อยกว่า 8) ความคิดเห็น/ข้อเสนอแนะ/Feedback จากผู้ชมรายการ มีอะไรบ้าง มีการสำรวจพฤติกรรมกรรมการรับชมรายการคดีดี ธรรมดาดี แต่ไม่มีการประเมินความพึงพอใจของผู้ชม อยากให้มีการแบบนี้อยู่ต่อไป เพราะไม่มีรายการที่ทำให้เด็กมาทำแบบนี้ ดีอยากให้เด็กให้ความสนใจและแก้ปัญหา สะท้อนถึงคนในสังคมในปัจจุบัน</p>
<p>25. รายการได้มีการจัดทำบริการคำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption) หรือบริการล่ามภาษามือ (Sign Language Interpretation) และบริการเสียงบรรยายภาพ (Audio Description) หรือไม่</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> มี ได้แก่</p> <ul style="list-style-type: none"> • คำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption) • เสียงบรรยายภาพ (Audio Description)

ปัจจัยความสำเร็จ ปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะ

<p>26. ผลการดำเนินงานในภาพรวมเป็นไปตามแผนที่ท่านเสนอให้แก่กองทุน กทปส. ไว้หรือไม่ อย่างไร</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ดำเนินการได้ตามแผนในภาพรวม มีการบริหารจัดการให้ผลิตสื่อได้ทัน • งานผลิต สามารถทำได้ดี กระจายงานและทำงานได้ตามงานที่มอบหมาย โดยรวมมีเรื่องการติดต่อส่งข้อมูล ซึ่งมีมาตรฐานของช่อง เช่น เรื่องเอฟเฟกต์ หรือการเซนเซอร์ที่ทางช่องไม่อนุญาตให้เผยแพร่
<p>27. กรุณาเล่าถึงการบริหารจัดการโครงการของท่านในด้านการบริหารงบประมาณ, การบริหารบุคลากร, การบริหารเวลาในการดำเนินงาน การบริหารทรัพยากรในการผลิตและด้านอื่นๆ</p>	<ul style="list-style-type: none"> - การบริหารงบประมาณ : ได้รับงบประมาณหลังการดำเนินการผลิต (งบประมาณล่าช้า) และบริษัทเป็นบริษัทขนาดเล็กมีสภาพคล่องไม่มาก ทำให้ติดปัญหาเรื่องการเบิกจ่ายค่อนข้างมาก - การบริหารบุคลากร : ไม่มีปัญหา - การบริหารเวลาในการดำเนินงาน : สามารถดำเนินการผลิตต่างๆ ได้ตามแผนงาน แต่มีการปรับเปลี่ยนแนวทางในการผลิตระหว่างถ่ายทำเพื่อให้เหมาะสมกับสถานการณ์โควิด - การบริหารทรัพยากรในการผลิต : ไม่มีปัญหา
<p>28. ปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินงานของท่านมีอะไรบ้าง กรุณาบอกตัวอย่างเหตุการณ์หรือสิ่งที่ทำให้ท่านสามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ของโครงการ</p>	<p>การที่สามารถผลิตและนำเสนอการผลิตสื่อได้ ตามไอเดียที่คิดขึ้นมา ซึ่งตรงกับความต้องการ ทำให้สามารถผลิตได้สำเร็จ การเปิดโอกาสให้นำเสนอแนวคิด ทำให้สำเร็จได้ด้วยดี</p>

<p>29. ปัญหาอุปสรรคหรือข้อจำกัดในการดำเนินงานของท่านมีอะไรบ้าง กรุณายกตัวอย่างเหตุการณ์หรือสิ่งที่ทำให้ท่านไม่สามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ของโครงการ</p> <p>เช่น การขอรับทุนจาก กทปส., งบประมาณที่ได้รับ, ผลการดำเนินงาน (ก่อน ระหว่าง และหลังการผลิตรายการ) เป็นต้น</p>	<ul style="list-style-type: none"> - การที่มีผู้ดำเนินรายการทั้งหมดเป็นเด็ก ทำให้มีอุปสรรคเรื่องการควบคุมเวลา หรืออุปกรณ์ต่างๆ เนื่องจากเด็กๆ หรือน้องๆ มีความคิดเป็นของตัวเอง ทำให้ต้องมีการเตรียมการเพื่อ support เด็กๆ มากขึ้น - สถานการณ์โควิด ทำให้ต้องปรับแผนและสถานที่ถ่ายทำ เนื่องจากมีมาตรการด้านโควิด และทำให้ต้องเร่งถ่ายก่อนที่มีสื่อคตาวาร รวมทั้งการขออนุญาตใช้สถานที่มีขั้นตอนมากขึ้น - มีการปรับผังรายการของช่องที่ออกอากาศ ทำให้ต้องเร่งทำการผลิต ในช่วงต้น และถูกเปลี่ยนผังมากกว่า 2 รอบ - การไม่ได้รับการยอมรับจากคนในพื้นที่ หรือมากกว่าจนระหว่างการทำ
<p>30. ข้อเสนอแนะที่ท่านอยากเสนอให้ทาง กทปส. นำไปพัฒนาหรือปรับปรุง เพื่อให้ท่านสามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ของโครงการได้</p> <p>เช่น ขั้นตอนการพิจารณาให้ทุน, ความช่วยเหลือที่อยากได้รับจาก กทปส. เป็นต้น</p>	<ul style="list-style-type: none"> - อยากให้สนับสนุนการทำสื่อที่ตรงกับสิ่งที่เด็กต้องการดูจริงๆ เช่น อะไรที่เกี่ยวข้องกับการทำกิจกรรม - ระยะเวลารายการไม่ต้องนานมาก ควรประมาณ 5-10 นาที ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมเด็กในปัจจุบัน - อยากให้ลดเกณฑ์ในการวัดผลทางโทรทัศน์เนื่องจากพฤติกรรมคนดูเปลี่ยนไป โดยไปเน้นในด้านออนไลน์ เนื่องจากเรตติ้งทีวี 0.05 สูงไปในปัจจุบัน - งบประมาณล่าช้า ควรมีขั้นตอนในการอนุมัติและตรวจสอบเร็วมากยิ่งขึ้น
<p>31. ข้อเสนอแนะอื่นๆ (ถ้ามี)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - ควรให้ทำรายการได้อย่างต่อเนื่อง และควรมีหลาย season - ในกรณีที่ กสทช. ไม่สนับสนุนรายการต่อเนื่อง ควรยกเลิกสิทธิ์ให้แก่ผู้ประกอบการ เพื่อจัดหาสปอนเซอร์และต่อยอดรายการต่อไป - ในกรณีที่สามารถขอทุนต่อเนื่องได้ ควรให้ทุนต่อเนื่องโดยไม่ต้องหยุดเพื่อขอทุนใหม่ เนื่องจากอาจส่งผลทำให้รายการถูกลืม



8. รายการ Let's be a Doctor



ข้อมูลพื้นฐาน

1. ชื่อบริษัท/หน่วยงานของผู้รับทุน	บริษัท เดอะเน็กซ์เพจ จำกัด (สำนักงานใหญ่)
2. ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์	นันทลักษณ์ มณีวัฒนาวงศ์
3. ตำแหน่งของผู้ให้สัมภาษณ์	ผู้ช่วยผู้ควบคุมการผลิต (Co-Producer)
4. เพศ	หญิง
5. อายุ	31 - 40 ปี
6. การศึกษา	ปริญญาตรี

ข้อมูลรายการ

7. ชื่อรายการ	Let be a Doctor
8. รูปแบบรายการ	รายการประเภท Animation
9. จำนวนตอน 40 ตอน	ระยะเวลาต่อตอน 5 นาที
10. กลุ่มเป้าหมายของรายการ	กลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี) (เด็กปฐมวัย (3-5 ปี) / ผู้ปกครอง ครอบครัว)
11. เนื้อหารายการโดยสรุป	รายการ การ์ตูนแอนิเมชัน นำเสนอเกี่ยวกับร่างกาย การทำงานของร่างกาย และอวัยวะต่างๆ ภายในร่างกาย เพื่อให้เด็กและเยาวชน เข้าใจถึงกลไกการทำงานของร่างกายมากยิ่งขึ้น โดยการวาดโดยใช้ลายเส้นที่ดูง่าย มีรายละเอียดไม่ซับซ้อน เพื่อให้เด็กเข้าใจง่าย ตัวการ์ตูนมีความคล้ายกับตัวเด็กที่เป็นผู้ชม เพราะเด็กในช่วงวัย 3-5 ปี อยู่ในช่วงวัยที่ยึดตัวเองเป็นศูนย์กลาง เชื่อในสิ่งที่ตัวเองเห็น จึงใช้ตัวการ์ตูนในการสื่อสารกับเด็ก นอกจากนี้ยังมีการพากย์เสียงและใส่ดนตรีประกอบที่มีความน่าสนใจ เหมาะสมกับเด็กในวัย 3-5 ปี
12. แหล่งข้อมูลหรือองค์ความรู้ในการจัดทำเนื้อหารายการ	ใช้ข้อมูลเชิงลึก จาก นพ. พิสนธิ์ จงตระกูล คณะแพทย์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เป็นผู้เชี่ยวชาญในการให้คำแนะนำ เกี่ยวกับกุมารเวชศาสตร์ ให้ข้อมูลต่างๆ เพื่อนำมาเขียนบท และให้คุณหมอปรับแก้ พร้อมทั้งส่งให้คณะกรรมการพิจารณา แต่ไม่ได้มีการปรับแก้ไข
13. ประโยชน์ที่ท่านอยากให้เกิดขึ้นจากการเผยแพร่รายการ	ช่วยให้เด็ก เข้าใจ และดูแลตัวเองเป็นมากขึ้น เข้าใจในร่างกายตัวเอง เกี่ยวกับสิ่งต่างๆ ในร่างกาย รู้สาเหตุ และรู้ว่าอะไรเป็นการดูแลตัวเอง รักษาสุขภาพ
14. ระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินโครงการตามแผนที่เสนอ กทปส. (Proposal)	365 วัน / 12 เดือน

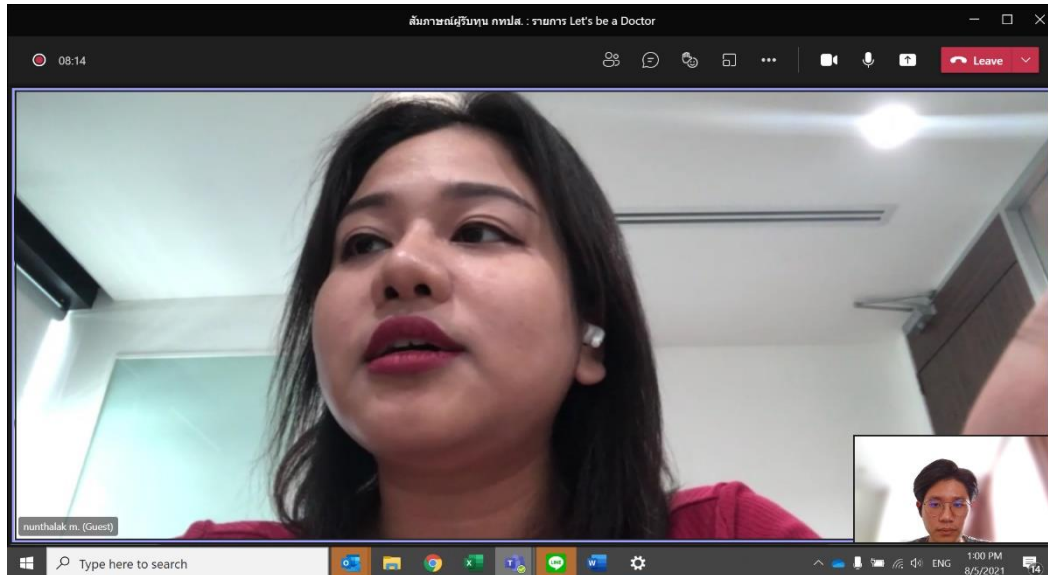
15. ระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินโครงการจริง	1 ปี
16. จำนวนตอนที่ผลิตแล้วเสร็จ (จนถึงวันที่สัมภาษณ์)	40 ตอน ระยะเวลาตามแผนที่เสนอ กทปส. (Proposal) 6 เดือน ระยะเวลาตามที่ใช้จริง 5 เดือน
17. จำนวนตอนที่ออกอากาศสำเร็จ (จนถึงวันที่สัมภาษณ์)	40 ตอน ระยะเวลาตามแผนที่เสนอ กทปส. (Proposal) 5 เดือน ระยะเวลาตามที่ใช้จริง 5 เดือน
18. จำนวนบุคลากรทั้งหมดในโครงการ (เช่น ผู้กำกับ, ทีมถ่ายทำ, พิธีกร)	30 คน
19. ช่องทางการออกอากาศ: สถานีโทรทัศน์ (On Air)	ช่อง GMM 25 ช่วงเวลาออกอากาศ (วันและเวลา) วันจันทร์ – ศุกร์ เวลา 7.00 – 7.05 น. <u>ค่าเฉลี่ย Rating ตลอดระยะเวลาการออกอากาศ</u> <ul style="list-style-type: none"> ➢ ค่าเฉลี่ย Rating ตามแผนที่เสนอ กทปส. (Proposal) ไม่น้อยกว่า 0.05 (หรือออนไลน์รวมกันไม่น้อยกว่า 687,000 views) ➢ ค่าเฉลี่ย Rating จริง 0.027
20. ช่องทางการออกอากาศ: สื่อออนไลน์ (Online)	<ul style="list-style-type: none"> ❖ ช่องทางที่ 1 Youtube จำนวนผู้ติดตาม 2.01k subscribers https://www.youtube.com/channel/UC6kPKOJAk5TG3g4ivLz8FcA/videos (Hashtag : #Lets be a doctor #มาเป็นหมอกันเถอะ #ร่างกาย #การ์ตูนเด็ก #สุขภาพ #กทปส) Keyword : Lets be a doctor มาเป็นหมอกันเถอะ การ์ตูน สุขภาพเด็ก กทปส เรียนรู้ร่างกาย) ชื่อช่อง Let's be a doctor มาเป็นหมอกันเถอะ จำนวนยอด Views ตามแผนที่เสนอ กทปส. รวมกันไม่น้อยกว่า 687,000 views จำนวนยอด Views จริง 116,253 (จำนวนยอด Views โดยรวม / จำนวนครั้งที่วิดีโอถูกเล่นทุกตอน) จำนวนยอด Views โดยเฉลี่ย 2,906 จำนวนยอด Likes 155 ระยะเวลาการรับชมโดยเฉลี่ย (นาที) 2.53 อัตราการดูวิดีโอจนจบ (Videos Completion Rate) ร้อยละ 30 ตัวอย่าง Comment ของผู้ชมรายการ ปิดคอมเมนต์ Youtube Kids ไม่อนุญาตให้คอมเมนต์ ❖ ช่องทางที่ 2 Facebook จำนวนผู้ติดตาม 3.1k followers https://www.facebook.com/Letsbeadoctor/?__tn__=-UC ชื่อช่อง Let's be a doctor มาเป็นหมอกันเถอะ จำนวนยอด Views ตามแผนที่เสนอ กทปส. รวมกันไม่น้อยกว่า 687,000 views จำนวนยอด Views จริง 826,086 (จำนวนยอด Views โดยรวม / จำนวนครั้งที่วิดีโอถูกเล่นทุกตอน) จำนวนยอด Views โดยเฉลี่ย 20,652 จำนวนยอด Likes 325 จำนวนยอด Comment 24 จำนวนยอด Share 20 ระยะเวลาการรับชมโดยเฉลี่ย (นาที) 2.44 อัตราการดูวิดีโอจนจบ (Videos Completion Rate) ร้อยละ 28 ตัวอย่าง Comment ของผู้ชมรายการ การ์ตูนน่ารักมากๆ / ผู้ใหญ่ก็ได้ความรู้ด้วยดีจัง

21. งบประมาณที่ได้รับอนุมัติจาก กทปส. ทั้งหมด	6,864,050 บาท (6,864,050 บาท Proposal= ผู้รับทุน)
22. ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในโครงการ	<p>ค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการ (กรณีระบุ ประเภทรายการและยอดเงินที่ใช้จ่ายจริง) 3,200,000 บาท (3,200,000 บาท Proposal) รายละเอียด Budget: ค่าผลิตรายการที่ได้รับอนุมัติ = 80,000 บาทต่อตอน (40 ตอน) = 3,200,000 Actual: ค่าจ้างผลิตรายการ = 3,200,000</p> <p>ค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ (กรณีระบุ ประเภทรายการและยอดเงินที่ใช้จ่ายจริง) 2,400,000 บาท (2,400,000 บาท Proposal) รายละเอียด Budget: ค่าเช่าเวลาออกอากาศรายการ 60,000 บาทต่อตอน (40 ตอน) = 2,400,000 บาท Actual: 1) ค่าเช่าเวลาออกอากาศรายการ 60,000 บาทต่อตอน (40 ตอน) = 2,400,000 บาท</p>
23. รายได้จากการผลิตรายการ (บอกตัวเลขคร่าวๆ ได้)	รายได้จากกองทุน (งบประมาณ) 6,864,050 บาท รายได้จากโฆษณา – (ไม่ได้ขาย ad) บาท รายได้จากช่องทางอื่นๆ – บาท
24. รายการของท่านมีการประเมินผลความพึงพอใจของผู้ชมหรือไม่	<input checked="" type="checkbox"/> มี คะแนนความพึงพอใจโดยเฉลี่ยของผู้ชมต่อรายการ ร้อยละ 84.60 คะแนนเต็ม 10 (เป้าหมาย : ไม่น้อยกว่า 8) ความคิดเห็น/ข้อเสนอแนะ/Feedback จากผู้ชมรายการ มีอะไรบ้าง คะแนนความพึงพอใจพบว่า กลุ่มตัวอย่างพึงพอใจในด้าน รายการ Let's be a Doctor มีประโยชน์ต่อเด็ก เยาวชน ครอบครัว และสังคม มากที่สุดโดยได้รับคะแนนความพึงพอใจรวม 441 คะแนน จากคะแนนเต็ม 500 รองลงมาเป็นด้านมีการนำเสนอเนื้อหาที่น่าสนใจและสร้างสรรค์ และ ช่วยพัฒนาจิตใจ ร่างกาย อารมณ์ สติปัญญา และสังคม ให้แก่เด็กอายุ 3-5 ปี ได้เป็นอย่างดี โดยได้รับคะแนนความพึงพอใจรวมเท่ากับคือ 428 คะแนน จากคะแนนเต็ม 500 คะแนน
25. รายการได้มีการจัดทำบริการคำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption) หรือบริการล่ามภาษามือ (Sign Language Interpretation) และบริการเสียงบรรยายภาพ (Audio Description) หรือไม่	<input checked="" type="checkbox"/> มี ได้แก่ <ul style="list-style-type: none"> ● คำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption) ● เสียงบรรยายภาพ (Audio Description)

ปัจจัยความสำเร็จ ปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะ

26. ผลการดำเนินงานในภาพรวมเป็นไปตามแผนที่ท่านเสนอให้แก่กองทุน กทปส. ไว้หรือไม่ อย่างไร	Covid-19 กระทบในแง่การทำงาน แต่ทุกอย่างสามารถดำเนินการได้ตามแผนงาน สามารถแก้ไขสถานการณ์ได้ เพราะงานส่วนใหญ่ ต้องถ่ายทำ เน้นการวาด และตัดต่อเป็นหลัก สามารถผลิตเสร็จได้ก่อนออกอากาศ
27. กรุณาเล่าถึงการบริหารจัดการโครงการของท่านในด้านการบริหารงบประมาณ, การบริหารบุคลากร, การบริหารเวลาในการดำเนินงาน การบริหารทรัพยากรในการผลิตและด้านอื่นๆ	<p>การบริหารงบประมาณ : ขาดสภาพคล่อง เนื่องจากไม่ได้รับเงินล่วงหน้าจากกองทุนฯ</p> <p>การบริหารบุคลากร : ไม่มีปัญหา</p> <p>การบริหารเวลาในการดำเนินงาน : ไม่มีปัญหา เนื่องจากส่วนใหญ่เป็นการทำแอนิเมชัน</p> <p>การบริหารทรัพยากรในการผลิต : ไม่มีปัญหา</p>

<p>28. ปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินงานของท่านมีอะไรบ้าง กรุณายกตัวอย่างเหตุการณ์หรือสิ่งที่ทำให้ท่านสามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ของโครงการ</p>	<p>- การทำการ์ตูนให้เด็กเข้าใจง่าย ซึ่งช่วยสอนให้เด็กเข้าใจร่างกายตัวเอง ช่วยให้พ่อแม่อธิบายหรือสอนลูกได้ดีขึ้น - การมีทีมงานที่กวาดที่มีประสบการณ์จากต่างประเทศ</p>
<p>29. ปัญหาอุปสรรคหรือข้อจำกัดในการดำเนินงานของท่านมีอะไรบ้าง กรุณายกตัวอย่างเหตุการณ์หรือสิ่งที่ทำให้ท่านไม่สามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ของโครงการ <i>เช่น การขอรับทุนจาก กทปส., งบประมาณที่ได้รับ, ผลการดำเนินงาน (ก่อน ระหว่าง และ หลังการผลิตรายการ) เป็นต้น</i></p>	<p>1) ปัญหาสภาพคล่องในการจ่ายค่าผลิตรายการ 2) โควิดที่ทำให้การติดต่อประสานงานมากขึ้นเล็กน้อย แต่รายการส่วนใหญ่ไม่ได้ถ่ายทำในสตูดิโอ จึงได้รับผลกระทบจากปัญหาโควิดไม่มากนัก</p>
<p>30. ข้อเสนอแนะที่ท่านอยากเสนอให้ทาง กทปส. นำไปพัฒนาหรือปรับปรุง เพื่อให้ท่านสามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ของโครงการได้ <i>เช่น ขั้นตอนการพิจารณาให้ทุน, ความช่วยเหลือที่อยากได้จาก กทปส. เป็นต้น</i></p>	<p>อยากให้เพิ่มความเร็วในการพิจารณาจ่ายเงินในแต่ละงวด เพราะกระทบสภาพคล่องของบริษัทค่อนข้างมาก แต่งบประมาณมีความสอดคล้องกับปริมาณงาน ซึ่งยังสามารถบริหารจัดการตามงบที่ได้รับได้ แต่อยากให้ช่วยสนับสนุนงบประมาณประชาสัมพันธ์ และการทำโฆษณาบนออนไลน์ด้วยก็จะดี</p>
<p>31. ข้อเสนอแนะอื่นๆ (ถ้ามี)</p>	<p>อยากให้ทำรายการ เกี่ยวกับสถานการณ์ปัจจุบัน เช่น การทำธุรกิจในช่วงโควิดของรายย่อยให้สามารถฟื้นตัวได้ ส่วนรายการเด็ก คิดว่าปัจจุบันรายการสำหรับเด็กจริงๆ น้อยมาก จึงอยากให้มีรายการสำหรับเด็ก ที่มีการเรียนการสอนนอกห้องเรียน อาจเป็นเกมส์ ที่มีความสนุก มีกิจกรรม เพื่อสอนเด็กอย่างไม่น่าเบื่อ</p>



7.1.3.2 โครงการส่งเสริมการผลิตและออกอากาศเนื้อหารายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ

9. รายการ แก่งกระจานสู่มรดกโลก



ข้อมูลพื้นฐาน

1. ชื่อบริษัท/หน่วยงานของผู้รับทุน	ห้างหุ้นส่วนจำกัด โคแปง กราฟิก
2. ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์	คุณวสุ ลิ้มปทุมทัย
3. ตำแหน่งของผู้ให้สัมภาษณ์	ผู้กำกับรายการ (Director)
4. เพศ	ชาย
5. อายุ	51 - 60 ปี
6. การศึกษา	ปริญญาตรี

ข้อมูลรายการ

7. ชื่อรายการ	แก่งกระจาน สู่มรดกโลก
8. รูปแบบรายการ	ความหลากหลายทางชีวภาพและความอุดมสมบูรณ์ของสัตว์ป่าพันธุ์พืชของแก่งกระจานสู่มรดกโลก
9. จำนวนตอน 8 ตอน	ระยะเวลาต่อตอน 30 นาที
10. กลุ่มเป้าหมายของรายการ	ประชาชนทั่วไป
11. เนื้อหารายการโดยสรุป	สารคดี “แก่งกระจาน สู่มรดกโลก” เป็นการสร้างสรรค์ความแตกต่างจากสารคดีของสื่ออื่นๆ ที่ผลิตออกมาสายตาประชาชนที่ผ่านมา โดยจะเป็นการเปิดโลกของการพบสัตว์ป่าที่หายาก ซึ่งยังไม่มีกรนำมาเสนอหรือถูกเปิดเผยที่ไหนหรือผ่านสื่อใดๆ มาก่อนจากกรมอุทยานแห่งชาติสัตว์ป่าและพันธุ์พืช ยกตัวอย่างเช่น ในอุทยานของประเทศไทย มีการพบเสือขนาดเล็กจำนวน 7 สายพันธุ์ แต่ที่ผืนป่าแก่งกระจานนี้ ได้มีการค้นพบเสือขนาดเล็กเพิ่มอีก 1 ชนิด ได้แก่ “เสือกระทาย” ซึ่งเป็นชนิดสัตว์ที่หายาก โดยในกระบวนการผลิตสารคดีชุดพิเศษนี้จะมีการลงพื้นที่เฝ้าติดตาม “เสือกระทาย” จนกระทั่งพบหลักฐานว่ามีเสือกระทายอยู่จริงในเขตพื้นที่ป่าอุทยานแก่งกระจาน ซึ่งจะทำให้ผืนป่าแก่งกระจานแห่งนี้ สร้างสถิติการมีเสือขนาดเล็กในผืนป่าแก่งกระจานเพิ่มขึ้นรวมเป็น 8 ชนิด
12. แหล่งข้อมูลหรือองค์ความรู้ในการจัดทำเนื้อหารายการ	เจ้าหน้าที่อุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน และหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

<p>13. ประโยชน์ที่ท่านอยากให้เกิดขึ้นจากการเผยแพร่รายการ</p>	<p>1) ประชาชนทั่วไปมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ โดยสามารถนำความรู้ที่ได้รับจากเนื้อหารายการไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้</p> <p>2) เพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของผู้ผลิตรายการและช่องทางรายการได้เกิดการพัฒนาศักยภาพในด้านการผลิตรายการเชิงสร้างสรรค์เพื่อสังคมและสาธารณประโยชน์</p> <p>3) ช่องรายการโทรทัศน์มีเนื้อหารายการที่มีความหลากหลายและมีคุณภาพมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งรายการซึ่งส่งเสริมความรู้ด้านศิลปะ วัฒนธรรม สุขภาพและคุณภาพชีวิต โดยไม่ต้องจัดซื้อรายการจากต่างประเทศและยังสามารถแข่งขันกับต่างประเทศได้</p> <p>4) เป็นการสร้างแรงจูงใจในการสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์ให้กับผู้ผลิตรายการหรือสถานีโทรทัศน์ที่ส่งเสริมการพัฒนาและการเรียนรู้ที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ โดยมุ่งหมายให้โครงการดังกล่าวเป็นโครงการต้นแบบสำหรับการผลิตรายการที่ให้ความรู้แก่ประชาชนทั่วไปในด้านประวัติศาสตร์ ศาสนา ศิลปวัฒนธรรม สุขภาพ และคุณภาพชีวิต นวัตกรรมเทคโนโลยีต่างๆ ในกิจการกระจายเสียง โทรทัศน์ และโทรคมนาคม</p> <p>5) สร้างทางเลือกในการรับชมรายการที่มีคุณภาพสำหรับประชาชน</p>
<p>14. ระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินโครงการตามแผนที่เสนอ กทปส. (Proposal)</p>	<p>365 วัน / 12 เดือน</p>
<p>15. ระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินโครงการจริง</p>	<p>ตามแผนที่เสนอ (ไม่มีการเลื่อนงวดงาน)</p>
<p>16. จำนวนตอนที่ผลิตแล้วเสร็จ (จนถึงวันที่สัมภาษณ์)</p>	<p>8 ตอน ระยะเวลาตามแผนที่เสนอ กทปส. (Proposal) 365 วัน ระยะเวลาตามที่ใช้จริง 365 วัน</p>
<p>17. จำนวนตอนที่ออกอากาศสำเร็จ (จนถึงวันที่สัมภาษณ์)</p>	<p>8 ตอน ระยะเวลาตามแผนที่เสนอ กทปส. (Proposal) 365 วัน ระยะเวลาตามที่ใช้จริง 365 วัน</p>
<p>18. จำนวนบุคลากรทั้งหมดในโครงการ (เช่น ผู้กำกับ, ทีมถ่ายทำ, พิธีกร)</p>	<p>20 คน</p>
<p>19. ช่องทางการออกอากาศ: สถานีโทรทัศน์ (On Air)</p>	<p>ช่องอมรินทร์ทีวี เอชดี ช่อง 34 ช่วงเวลาออกอากาศ (วันและเวลา) ทุกวันเสาร์ เวลา 10.00-10.30 น. <u>ค่าเฉลี่ย Rating ตลอดระยะเวลาการออกอากาศ</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ➢ ค่าเฉลี่ย Rating ตามแผนที่เสนอ กทปส. (Proposal) ไม่น้อยกว่า 0.01 ➢ ค่าเฉลี่ย Rating จริง 0.5
<p>20. ช่องทางการออกอากาศ: สื่อออนไลน์ (Online)</p>	<p>❖ ช่องทางที่ 1 Youtube จำนวนผู้ติดตาม 14.3 ล้าน (Hashtag/Keyword : แก่งกระจานลุ่มรดกโลก กทปส) ชื่อช่อง ช่องอมรินทร์ทีวี เอชดี ช่อง 34 จำนวนยอด Views ตามแผนที่เสนอ กทปส. รวมกันไม่น้อยกว่า 1,793,000 view จำนวนยอด Views จริง 196,436 (จำนวนยอด Views โดยรวม / จำนวนครั้งที่วิดีโอถูกเล่นทุกตอน) จำนวนยอด Views โดยเฉลี่ย 24,554.5 ตัวอย่าง Comment ของผู้ชมรายการ ควรประชาสัมพันธ์ ให้อ่อยๆ ชาวบ้านชุมชนจะได้รู้ และช่วยกันดูแลมากขึ้น ชีวิตสัตว์ป่า ใหญ่น้อยจะได้รับการดูแลช่วยเหลือต่างไป ได้ดีขึ้น ขอให้กำลังใจ อ.ส.อ.ท.ท.ตชด.ขอให้ปลอดภัยนะน้องๆ</p> <p>กลายเป็นมรดกโลกทางธรรมชาติ อันดับ 3 ของเมืองไทย</p>
<p>21. งบประมาณที่ได้รับอนุมัติจาก กทปส. ทั้งหมด</p>	<p>5,975,950 บาท (5,990,294.42 บาท Proposal)</p>

<p>22. ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในโครงการ</p>	<p>ค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการ (กรณีระบุ ประเภทรายการและยอดเงินที่ใช้จ่ายจริง) 4,040,166 บาท รายละเอียด ค่าผลิตรายการ = 505,020.75 บาทต่อตอน (8 ตอน) = 4,040,166</p> <p>ค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ (กรณีระบุ ประเภทรายการและยอดเงินที่ใช้จ่ายจริง) 1,950,128.42 บาท รายละเอียด 1. ค่าตอบแทนบุคลากร (3 คนๆ ละ 12 เดือน) = 590,000.00 2. ค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ = 80,000.00 บาทต่อตอน (8 ตอน) = 640,000.00 3. ค่าจัดทำ CC และ AD = 36,187.50 บาทต่อตอน (8 ตอน) = 289,500.00 4. ค่าใช้จ่ายอื่นๆ เช่น ค่าวัสดุ / ค่าจัดทำรายงาน / ค่าจัดทำบัญชี / ค่าประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ = 4,842.50 บาทต่อตอน (8 ตอน) = 38,740.00 5. ภาษีมูลค่าเพิ่ม (Vat 7%) = 391,888.42</p>
<p>23. รายได้จากการผลิตรายการ (บอกตัวเลขคร่าวๆ ได้)</p>	<p>รายได้จากกองทุน (งบประมาณ) 5,975,950 บาท รายได้จากโฆษณา - บาท รายได้จากช่องทางอื่นๆ - บาท</p>
<p>24. รายการของท่านมีการประเมินผลความพึงพอใจของผู้ชมหรือไม่</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> มี คะแนนความพึงพอใจโดยเฉลี่ยของผู้ชมต่อรายการ 8.85 คะแนนเต็ม 10 (เป้าหมาย : ไม่น้อยกว่า 8) ความคิดเห็น/ข้อเสนอแนะ/Feedback จากผู้ชมรายการ มีอะไรบ้าง ผลสำรวจ ประชาชนทั่วไป 108 คน</p>
<p>25. รายการได้มีการจัดทำบริการคำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption) หรือบริการล่ามภาษามือ (Sign Language Interpretation) และบริการเสียงบรรยายภาพ (Audio Description) หรือไม่</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> มี ได้แก่</p> <ul style="list-style-type: none"> ● คำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption) ● เสียงบรรยายภาพ (Audio Description)

ปัจจัยความสำเร็จ ปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะ

<p>26. ผลการดำเนินงานในภาพรวมเป็นไปตามแผนที่ท่านเสนอให้แก่กองทุน กทปส. ไว้หรือไม่ อย่างไร</p>	<p>สำเร็จตามแผน เพื่อให้เป็นไปตามที่ระบุไว้ในสัญญา</p>
<p>27. กรุณาเล่าถึงการบริหารจัดการโครงการของท่านในด้านการบริหารงบประมาณ, การบริหารบุคลากร, การบริหารเวลาในการดำเนินงาน การบริหารทรัพยากรในการผลิต และด้านอื่นๆ</p>	<p>การบริหารงบประมาณ : วางแผนการถ่ายทำจำนวนตอนต่อวันให้ได้มากที่สุด และเจรจากับผู้ว่าจ้างในราคาที่ยกเว้นแต่ผลงานมีคุณภาพ</p> <p>การบริหารบุคลากร : มีการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลที่เหมาะสมตามความเชี่ยวชาญทั้งหัวหน้าโครงการ ผู้กำกับเนื้อหา และที่ปรึกษาโครงการล้วนเป็นผู้มีประสบการณ์ที่อยู่ในวงการผลิตรายการและการทำรายงานข่าวมาอย่างยาวนาน นอกจากนี้ รายการยังได้มีการประสานงานกับเจ้าหน้าที่ดูแลอุทยานแห่งชาติแก่งกระจานและผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องเพื่อรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับสิ่งมีชีวิตและระบบนิเวศน์ที่อุดมสมบูรณ์ของอุทยานแห่งชาติแก่งกระจานอีกด้วย</p> <p>การบริหารเวลาในการดำเนินงาน : ระยะเวลาการผลิตรายการที่ต้องจัดทำ ถ่ายทำ และรวบรวมภาพและวิดีโอให้ทันต่อฤดูกาลที่มีความเหมาะสมที่สุด อันได้แก่ พฤติกรรมของสัตว์ พืชที่อาศัยอยู่ในอุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน เนื่องจากหากเลยฤดูกาลที่เหมาะสมไปแล้ว จะต้องรออีก 1 ปีเพื่อให้ได้ภาพหรือเนื้อหาที่ต้องการ ซึ่งบางช่วงบางตอนจะไปทับซ้อนกับการออกหากิน การผสมพันธุ์ของสัตว์ การบานของดอกไม้พรรณไม้ ซึ่งอาจจะส่งผลให้ไม่สามารถได้ภาพที่ดีที่สุด</p> <p>การบริหารทรัพยากรในการผลิต : ไม่มีปัญหา เพราะใช้ของบริษัท</p>

<p>28. ปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินงานของท่านมีอะไรบ้าง กรุณายกตัวอย่างเหตุการณ์หรือสิ่งที่ทำให้ท่านสามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ของโครงการ</p>	<p>1) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้การผลักดันให้แก่งกระงานเข้าสู่การเป็นมรดกโลก 2) เจ้าหน้าที่ให้ความสะดวกในการทำงานของทีมงานเป็นอย่างดี 3) หน่วยงานเครือข่าย นักวิชาการ ให้ความสำคัญเป็นอย่างมากก่อให้เกิดการให้ความร่วมมือในการถ่ายทอดองค์ความรู้ และความอุดมสมบูรณ์ของอุทยานแห่งชาติแก่งกระงาน</p>
<p>29. ปัญหาอุปสรรคหรือข้อจำกัดในการดำเนินงานของท่านมีอะไรบ้าง กรุณายกตัวอย่างเหตุการณ์หรือสิ่งที่ทำให้ท่านไม่สามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ของโครงการ</p> <p><i>เช่น การขอรับทุนจาก กทปส., งบประมาณที่ได้รับ, ผลการดำเนินงาน (ก่อน ระหว่าง และ หลังการผลิตรายการ) เป็นต้น</i></p>	<p>ระยะเวลา ธรรมชาติ และพฤติกรรมของสัตว์ถือเป็นข้อจำกัดเนื่องจากสัตว์บางชนิดอาศัยอยู่ในป่าลึก และมีจำนวนน้อย ทีมงานต้องเข้าไปถ่ายทำโดยรบกวนสัตว์เหล่านั้นให้น้อยที่สุด นอกจากนี้ ปัญหาเกี่ยวกับน้ำ ฝน น้ำป่า ส่งผลให้ไม่สามารถเก็บภาพได้ทั้งหมด ในด้านงบประมาณ พบว่า งบประมาณไม่เพียงพอต่อการผลิตรายการ แต่ไม่เกิดผลกระทบต่อการดำเนินงาน เนื่องจากโดยภาพรวมทีมงานสามารถบริหารจัดการงบประมาณได้</p>
<p>30. ข้อเสนอแนะที่ท่านอยากเสนอให้ทาง กทปส. นำไปพัฒนาหรือปรับปรุง เพื่อให้ท่านสามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ของโครงการได้</p> <p><i>เช่น ขั้นตอนการพิจารณาให้ทุน, ความช่วยเหลือที่อยากได้จาก กทปส. เป็นต้น</i></p>	<p>อยากให้การพิจารณาเงินทุนในส่วนของการผลิตสารคดีให้เพิ่มมากขึ้น เนื่องด้วยการผลิตสารคดีต้องใช้เงินทุนเป็นจำนวนมาก ไม่ค่อยมีนายทุน หรือภาคเอกชนให้การสนับสนุนเหมือนรายการประเภทอื่นๆ อีกทั้งยัง อยากให้ผลักดันให้เกิดการผลิตสารคดีให้เป็นมาตรฐานสากลมากขึ้น</p>

10. รายการ Thaitive



ข้อมูลพื้นฐาน

1. ชื่อบริษัท/หน่วยงานของผู้รับทุน	บริษัท เกรท สตาร์ ดิจิตอล จำกัด
2. ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์	คุณรุ่งทิภา หลวงปา
3. ตำแหน่งของผู้ให้สัมภาษณ์	ผู้ควบคุมการผลิต (Producer)
4. เพศ	หญิง
5. อายุ	ไม่ระบุ
6. การศึกษา	ปริญญาตรี

ข้อมูลรายการ

7. ชื่อรายการ	Thaitive
8. รูปแบบรายการ	รายการประเภท Reality จัดทำภายใต้แนวคิดเพื่อถ่ายทอดเรื่องราวชุมชนต้นแบบวิถีพอเพียง
9. จำนวนตอน 24 ตอน	ระยะเวลาต่อตอน 30 นาที
10. กลุ่มเป้าหมายของรายการ	ประชาชนทั่วไป
11. เนื้อหารายการโดยสรุป	รายการ Thaitive มีเนื้อหาที่นำเสนอปัญหาสังคมและการแก้ไขโดยนำมาปรึกษาเศรษฐกิจพอเพียงและการพึ่งพาตนเอง โดยแบ่งการเล่าเรื่องออกเป็น 2 ตอนต่อแขกรับเชิญ 1 ท่าน
12. แหล่งข้อมูลหรือองค์ความรู้ในการจัดทำเนื้อหารายการ	มีการปรึกษากับผู้เชี่ยวชาญในประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะปราชญ์ชาวบ้านที่มีความรู้ในการให้ข้อมูลและเป็นที่ปรึกษา
13. ประโยชน์ที่ท่านอยากให้เกิดขึ้นจากการเผยแพร่รายการ	<ol style="list-style-type: none"> 1) ประชาชนทั่วไปมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ โดยสามารถนำความรู้ที่ได้รับจากเนื้อหารายการไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้ 2) เพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของผู้ผลิตรายการและช่องทางรายการได้เกิดการพัฒนาศักยภาพในด้านการผลิตรายการเชิงสร้างสรรค์เพื่อสังคมและสาธารณประโยชน์ 3) ช่องรายการโทรทัศน์มีเนื้อหารายการที่มีความหลากหลายและมีคุณภาพมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งรายการซึ่งส่งเสริมความรู้ด้านศิลปะ วัฒนธรรม สุขภาพและคุณภาพชีวิต โดยไม่ต้องจัดซื้อรายการจากต่างประเทศและยังสามารถแข่งขันกับต่างประเทศได้ 4) เป็นการสร้างแรงจูงใจในการสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์ให้กับผู้ผลิตรายการหรือสถานีโทรทัศน์ที่ส่งเสริมการพัฒนาและการเรียนรู้ที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ โดยมุ่งหมายให้

	<p>โครงการดังกล่าวเป็นโครงการต้นแบบสำหรับการผลิตรายการที่ให้ความรู้แก่ประชาชนทั่วไปในด้านประวัติศาสตร์ ศาสนา ศิลปวัฒนธรรม สุขภาพ และคุณภาพชีวิต นวัตกรรมเทคโนโลยีต่างๆ ในกิจการกระจายเสียง โทรทัศน์ และโทรคมนาคม</p> <p>5) สร้างทางเลือกในการรับชมรายการที่มีคุณภาพสำหรับประชาชน</p>
14. ระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินโครงการตามแผนที่เสนอ กทปส. (Proposal)	365 วัน / 12 เดือน
15. ระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินโครงการจริง	ตามแผนที่เสนอ (ไม่มีการเลื่อนงวดงาน)
16. จำนวนตอนที่ผลิตแล้วเสร็จ (จนถึงวันที่สัมภาษณ์)	24 ตอน ระยะเวลาตามแผนที่เสนอ กทปส. (Proposal) 365 วัน ระยะเวลาตามที่ใช้จริง 365 วัน
17. จำนวนตอนที่ออกอากาศสำเร็จ (จนถึงวันที่สัมภาษณ์)	24 ตอน ระยะเวลาตามแผนที่เสนอ กทปส. (Proposal) 365 วัน ระยะเวลาตามที่ใช้จริง 365 วัน
18. จำนวนบุคลากรทั้งหมดในโครงการ (เช่น ผู้กำกับ, ทีมถ่ายทำ, พิธีกร)	7 คน
19. ช่องทางการออกอากาศ: สถานีโทรทัศน์ (On Air)	<p>9 MCOT HD ช่อง 30</p> <p>ช่วงเวลาออกอากาศ (วันและเวลา) ทุกวันจันทร์ เวลา 10.30 - 11.00 น.</p> <p><u>ค่าเฉลี่ย Rating ตลอดระยะเวลาการออกอากาศ</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ➢ ค่าเฉลี่ย Rating ตามแผนที่เสนอ กทปส. (Proposal) ไม่น้อยกว่า 0.1 ➢ ค่าเฉลี่ย Rating จริง 0.103
20. ช่องทางการออกอากาศ: สื่อออนไลน์ (Online)	<p>❖ ช่องทางที่ 1 Youtube จำนวนผู้ติดตาม 6.92 หมื่นคน</p> <p>https://www.youtube.com/watch?v=GwzPMO8wr7w&list=PLD3YKf0IAX25Sg7fTMcMp1O14oL1GnW0E&index=1</p> <p>(Hashtag/Keyword : Thaitive กทปส.)</p> <p>ชื่อช่อง Great Star Channel</p> <p>จำนวนยอด Views ตามแผนที่เสนอ กทปส. รวมกันไม่น้อยกว่า 1,793,000 view</p> <p>จำนวนยอด Views จริง 12,798 (จำนวนยอด Views โดยรวม / จำนวนครั้งที่วิดีโอถูกเล่นทุกตอน)</p> <p>จำนวนยอด Views โดยเฉลี่ย 533.25</p> <p>จำนวนยอด Likes 508</p> <p>จำนวนยอด Share 20</p> <p>ตัวอย่าง Comment ของผู้ชมรายการ เป็นรายการที่ดีนะ ทำไม่ยอดวิวน้อย เป็นกำลังใจให้นะครับ ติดตาม ข้อมูล สารคดี ผมอายุ23ก็ทำเกษตรอยู่บ้าน ไม่ไปสมัครงานที่ไหน เรียนจบมา ทุ่มกับเกษตรเต็มตัวเลยครับ</p> <p>ทำโครงการและต่อยอดร่วมกันในกลุ่มในชุมชนของตนเองตามศาสตร์พระราชา สร้างรายได้พอเพียง มีความรักความอบอุ่น เมตตา เอื้อเฟื้อ ซึ่งกันและกัน เป็นวิถีชีวิตธรรมชาติที่ควรถ่ายทอดสืบต่อกันชั่วลูกหลาน คนในสังคมไม่ทะเลาะเบาะแว้งกัน รากเหง้าของตน โดยยึดคำสอนของ ร.9 ไว้ให้มั่นคง...ขยัน ประหยัด ซื่อสัตย์ อดทน บ้านเมืองย่อมสงบสุขอย่างแน่นอน ขอชื่นชมปราชญ์ท่านนี้ค่ะ ถ้าทุก รร. มีครูเช่นนี้เยาวชนจะต้องเป็นคนดี ของสังคมแล้วบ้านเมืองจะสงบสุขเจริญรุ่งเรืองอย่างแน่นอนค่ะ</p>

	<p>❖ ช่องทางที่ 2 Facebook จำนวนผู้ติดตาม 2,240 คน (Hashtag/Keyword : Thaitive) ชื่อช่อง Thaitive ขบวนการไทยทีฟ จำนวนยอด Views จริง 934,024 (จำนวนยอด Views โดยรวม / จำนวนครั้งที่ วิดีโอถูกเล่นทุกตอน) จำนวนยอด Views โดยเฉลี่ย 38,917.67 จำนวนยอด Likes 20412 จำนวนยอด Comment 2628 จำนวนยอด Share 759 ตัวอย่าง Comment ของผู้ชมรายการ สุดยอดมากๆ ครับทำได้ดีมาก เก่งมาก แค่เห็นสีเขียวก็นึกสบายกายสบายใจแล้ว สวนของผมมีแค่หนึ่งงานกว่าๆ เทียบกับของคุณไม่ได้เลย แต่สิ่งที่ได้มากๆ เลยคือความสุขจากการที่ได้ทำเกษตรแบบอินทรีย์ ยิ่งผมก็ขอ ชื่นชมครอบครัวที่น่ารักของคุณมากๆ นะครับที่ได้ทำคุณประโยชน์ให้แก่ครอบครัว และแก่โลกใบนี้ด้วย</p> <p>คนจนแบบผม มาทำแบบนี้ ยิ่งจะจนซ้ำ ค่าเล่าเรียน ค่าใช้จ่าย ประจำวัน ผมว่า ไม่คุ้มครับ ไหนจะพ่อแม่ ลูกเมีย "ทุน".... ที่ควรมี.. ทุนทางความคิด, ทุนทางความรู้, ทุนทางสุขภาพ, ขาดสามทุนนี้.. มีเงินทุนร้อยก็หาความพอเพียงไม่ได้...</p>
<p>21. งบประมาณที่ได้รับอนุมัติจาก กทปส. ทั้งหมด</p>	<p>4,944,000 บาท (4,926,291.24 บาท Proposal)</p>
<p>22. ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในโครงการ</p>	<p>ค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการ (กรุณาระบุ ประเภทรายการและยอดเงินที่ใช้จ่ายจริง) 3,606,291.24 บาท รายละเอียด 1) ค่าผลิตรายการ Pre Production, Production, Post Production ค่าเขียนบท animation ตัดต่อ ค่าตัวนักแสดง และอุปกรณ์อื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตรายการ = 150,262.135 บาทต่อตอน (24 ตอน) = 3,606,291.24</p> <p>ค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ (กรุณาระบุ ประเภทรายการและยอดเงินที่ใช้จ่ายจริง) 1,320,000 บาท รายละเอียด 2. ค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ = 45,000 บาทต่อตอน (24 ตอน) = 1,080,000 3. ค่าจัดทำ CC และ AD = 10,000 บาทต่อตอน (24 ตอน) = 240,000.00</p>
<p>23. รายได้จากการผลิตรายการ (บอกตัวเลขคร่าวๆ ได้)</p>	<p>รายได้จากกองทุน (งบประมาณ) 4,926,291.24 บาท รายได้จากโฆษณา ไม่มี บาท รายได้จากช่องทางอื่นๆ ไม่มี บาท</p>
<p>24. รายการของท่านมีการประเมินผลความพึงพอใจของผู้ชมหรือไม่</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> มี คะแนนความพึงพอใจโดยเฉลี่ยของผู้ชมต่อรายการ 9.22 คะแนนเต็ม 10(เป้าหมาย : ไม่น้อยกว่า 8) ความคิดเห็น/ข้อเสนอแนะ/Feedback จากผู้ชมรายการ มีอะไรบ้าง ผลสำรวจ ประชาชนทั่วไป 6,404 คน</p>
<p>25. รายการได้มีการจัดทำบริการคำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption) หรือบริการล่ามภาษามือ (Sign Language Interpretation) และบริการเสียงบรรยายภาพ (Audio Description) หรือไม่</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> มี ได้แก่</p> <ul style="list-style-type: none"> ● คำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption) ● เสียงบรรยายภาพ (Audio Description)

ปัจจัยความสำเร็จ ปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะ

<p>26. ผลการดำเนินงานในภาพรวมเป็นไปตามแผนที่ท่านเสนอให้แก่องทุน กทปส. ไว้หรือไม่ อย่างไร</p>	<p>การดำเนินงานเป็นไปตามแผนที่วางไว้ คณะกรรมการมีข้อชี้แนะและให้ความช่วยเหลือเป็นอย่างดี อย่างไรก็ตาม ในงวด 1 ทีมงานไม่สามารถเข้าไปนำเสนองานได้เนื่องจากโควิด ส่วนงวดอื่นไม่มีปัญหา</p>
<p>27. กรุณาเล่าถึงการบริหารจัดการโครงการของท่านในด้านการบริหารงบประมาณ, การบริหารบุคลากร, การบริหารเวลาในการดำเนินงาน การบริหารทรัพยากรในการผลิตและด้านอื่นๆ</p>	<p>การบริหารงบประมาณ : มีการวางแผนการใช้จ่ายงบประมาณให้อยู่ภายใต้งบที่ได้รับการจัดสรรมา โดยใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด</p> <p>การบริหารบุคลากร : รายการ Thaitive มีการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลที่เหมาะสมตามความเชี่ยวชาญ โดยหัวหน้าโครงการ ทีมงานฝ่ายผลิตรายการ และผู้ประสานงานโครงการล้วนเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในด้านนิเทศศาสตร์และอยู่ในวงการการผลิตรายการโทรทัศน์มาอย่างยาวนาน เพื่อผลิตรายการที่มีคุณภาพให้แก่สังคม</p> <p>การบริหารเวลาในการดำเนินงาน : ระยะเวลาในการดำเนินงานมีความเหมาะสม ทีมงานสามารถดำเนินการได้ตามกรอบระยะเวลาที่กำหนด</p> <p>การบริหารทรัพยากรในการผลิต : ไม่มีปัญหา</p>
<p>28. ปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินงานของท่านมีอะไรบ้าง กรุณายกตัวอย่างเหตุการณ์หรือสิ่งที่ทำให้ท่านสามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ของโครงการ</p>	<p>เนื่องด้วยว่าส่วนหนึ่งของทีมงานมีประสบการณ์การทำงานกับ กทปส. มาแล้ว ส่งผลให้สามารถส่งมอบผลงานได้ตามปกติ บวกกับคณะกรรมการช่วยเหลือและชี้แนะเป็นอย่างดี</p>
<p>29. ปัญหาอุปสรรคหรือข้อจำกัดในการดำเนินงานของท่านมีอะไรบ้าง กรุณายกตัวอย่างเหตุการณ์หรือสิ่งที่ทำให้ท่านไม่สามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ของโครงการ</p> <p>เช่น การขอรับทุนจาก กทปส., งบประมาณที่ได้รับ, ผลการดำเนินงาน (ก่อน ระหว่าง และหลังการผลิตรายการ) เป็นต้น</p>	<p>ปัญหาและอุปสรรคในการผลิตรายการ Thaitive ขบวนการไทยทีฟ ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงเคสและบุคคลตัวอย่างในบางตอน เนื่องด้วยสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 ทำให้บุคคลตัวอย่างในหลายๆ ตอน ไม่นิยามให้ทีมงานเข้าพื้นที่เพื่อถ่ายทำได้ จึงเป็นเหตุให้ทีมงานต้องดำเนินการสลับลำดับตอนในการออกอากาศตามตอนที่ถ่ายทำก่อน นอกจากนี้ ยังมีปัญหาอุปสรรคในเรื่องการเดินทางไปถ่ายทำในพื้นที่หลายๆ พื้นที่ เนื่องจากต้องใช้จำนวนคนออกกองอย่างจำกัด</p>
<p>30. ข้อเสนอแนะที่ท่านอยากเสนอให้ทาง กทปส. นำไปพัฒนาหรือปรับปรุง เพื่อให้ท่านสามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ของโครงการได้</p> <p>เช่น ขั้นตอนการพิจารณาให้ทุน, ความช่วยเหลือที่อยากได้จาก กทปส. เป็นต้น</p>	<p>ไม่มี</p>



11. รายการ Go GREEN เปลี่ยนโลก



ข้อมูลพื้นฐาน

1. ชื่อบริษัท/หน่วยงานของผู้รับทุน	บริษัท ยู อีเวนท์ จำกัด
2. ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์	คุณมาลี ลักกิตโร
3. ตำแหน่งของผู้ให้สัมภาษณ์	ผู้ควบคุมการผลิต (Producer)
4. เพศ	หญิง
5. อายุ	41 - 50 ปี
6. การศึกษา	ปริญญาตรี

ข้อมูลรายการ

7. ชื่อรายการ	GO GREEN เปลี่ยนโลก
8. รูปแบบรายการ	รายการประเภทวาไรตี้ สนุกสนานและสอดแทรกความรู้เรื่องรักษ์โลก
9. จำนวนตอน 24 ตอน	ระยะเวลาต่อตอน 30 นาที
10. กลุ่มเป้าหมายของรายการ	ประชาชนทั่วไป
11. เนื้อหารายการโดยสรุป	รายการประเภทวาไรตี้ สนุกสนานและสอดแทรกความรู้เรื่องรักษ์โลก เพื่อประโยชน์สาธารณะ อย่างเป็นรูปธรรม ผ่านการนำเสนอนวัตกรรมเพื่อการลดการเกิดขยะ การดูแลสิ่งแวดล้อม โดยมี เป้าหมายภารกิจ Zero Waste โดยเริ่มจาก 5R (reduce, reuse, recycle, repair, reject)
12. แหล่งข้อมูลหรือองค์ความรู้ในการจัดทำ เนื้อหารายการ	ผู้เชี่ยวชาญ และผู้ประกอบการที่เป็นกรณีศึกษาต่างๆ เช่น โรงงานขยะหลอมใหม่ ผู้ประกอบการ ที่ทำ furniture จากพลาสติกส่งเมืองนอก
13. ประโยชน์ที่ท่านอยากให้เกิดขึ้นจากการ เผยแพร่รายการ	1) รายการ GO GREEN เปลี่ยนโลก จำนวน 24 ตอน เผยแพร่สู่สาธารณะในวงกว้าง 2) ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการดูแลสิ่งแวดล้อม นวัตกรรมเพื่อการลดการเกิดขยะโดย มีเป้าหมาย Zero Waste 3) มีจำนวนการเข้ารับชมทางช่องโทรทัศน์ระบบดิจิทัล มีค่าเฉลี่ยเรตติ้งของรายการ ไม่น้อยกว่า 0.1 ตลอดระยะเวลาการออกอากาศ 4) ผู้พิการทางการได้ยินและทางสายตาได้เข้าถึงรายการ GO GREEN เปลี่ยนโลก
14. ระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินโครงการ ตามแผนที่เสนอ กทปส. (Proposal)	365 วัน / 12 เดือน

15. ระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินโครงการจริง	ตามแผนที่เสนอ (ไม่มีการเลื่อนงวดงาน)
16. จำนวนตอนที่ผลิตแล้วเสร็จ (จนถึงวันที่สัมภาษณ์)	24 ตอน ระยะเวลาตามแผนที่เสนอ กทปส. (Proposal) 365 วัน ระยะเวลาตามที่ใช้จริง 365 วัน
17. จำนวนตอนที่ออกอากาศสำเร็จ (จนถึงวันที่สัมภาษณ์)	24 ตอน ระยะเวลาตามแผนที่เสนอ กทปส. (Proposal) 365 วัน ระยะเวลาตามที่ใช้จริง 365 วัน
18. จำนวนบุคลากรทั้งหมดในโครงการ (เช่น ผู้กำกับ, ทีมถ่ายทำ, พิธีกร)	20 คน
19. ช่องทางการออกอากาศ: สถานีโทรทัศน์ (On Air)	ช่อง ช่อง ไทยรัฐทีวี ช่อง 32 HD ช่วงเวลาออกอากาศ (วันและเวลา) ทุกวันเสาร์ เวลา 08.00 - 08.30 น. <u>ค่าเฉลี่ย Rating ตลอดระยะเวลาการออกอากาศ</u> ➢ ค่าเฉลี่ย Rating ตามแผนที่เสนอ กทปส. (Proposal) ไม่น้อยกว่า 0.1 ➢ ค่าเฉลี่ย Rating จริง 0.105
20. ช่องทางการออกอากาศ: สื่อออนไลน์ (Online)	❖ ช่องทางที่ 1 Youtube จำนวนผู้ติดตาม 961 คน https://www.youtube.com/channel/UCQ0p6P7Rtjkdw2OZzDV5CFQ (Hashtag/Keyword : แก่งกระจานสู่มรดกโลก ชื่อช่อง GO GREEN เปลี่ยนโลก จำนวนยอด Views ตามแผนที่เสนอ กทปส. รวมกันไม่น้อยกว่า 1,814,000 views จำนวนยอด Views จริง 5,132 (จำนวนยอด Views โดยรวม / จำนวนครั้งที่วิดีโอถูกเล่นทุกตอน) จำนวนยอด Views โดยเฉลี่ย 213 ตัวอย่าง Comment ของผู้ชมรายการ สนับสนุนให้รักขโมโลก ดูแลโลก เริ่มจากตนเองง่าย รอบตัวเรา แนะนำสถานที่และให้ดูแลเรื่องมลภาวะทางอากาศ
	❖ ช่องทางที่ 2 Facebook จำนวนผู้ติดตาม 213 คน ชื่อช่อง GO GREEN เปลี่ยนโลก จำนวนยอด Views ตามแผนที่เสนอ กทปส. จำนวนยอด Views จริง 1,811,374 จำนวนยอด Views โดยเฉลี่ย 75,473 จำนวนยอด Likes 830 จำนวนยอด Comment 100 จำนวนยอด Share 150 ระยะเวลาการรับชมโดยเฉลี่ย (นาที) 25
21. งบประมาณที่ได้รับอนุมัติจาก กทปส. ทั้งหมด	6,046,570 บาท (6,045,360.00 บาท Proposal)
22. ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในโครงการ	ค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการ (กรรมารระบุ ประเภทรายจ่ายและยอดเงินที่ใช้จ่ายจริง) 4,504,560 บาท รายละเอียด ค่าผลิตรายการ = 187,690 บาทต่อตอน (24 ตอน) = 4,504,560 ค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ (กรรมารระบุ ประเภทรายจ่ายและยอดเงินที่ใช้จ่ายจริง) 1,540,800 บาท รายละเอียด 1. ค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ = 64,200 บาทต่อตอน (24 ตอน) = 1,540,800

23. รายได้จากการผลิตรายการ (บอกตัวเลขคร่าวๆ ได้)	รายได้จากกองทุน (งบประมาณ) 6,046,570 บาท รายได้จากโฆษณา - บาท รายได้จากช่องทางอื่นๆ - บาท
24. รายการของท่านมีการประเมินผลความพึงพอใจของผู้ชมหรือไม่	<input checked="" type="checkbox"/> มี คะแนนความพึงพอใจโดยเฉลี่ยของผู้ชมต่อรายการ 8.86 คะแนนเต็ม 10 (เป้าหมาย : ไม่น้อยกว่า 8) ความคิดเห็น/ข้อเสนอแนะ/Feedback จากผู้ชมรายการ มีอะไรบ้าง ผลสำรวจ ประชาชนทั่วไป 434 คน
25. รายการได้มีการจัดทำบริการคำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption) หรือบริการล่ามภาษามือ (Sign Language Interpretation) และบริการเสียงบรรยายภาพ (Audio Description) หรือไม่	<input checked="" type="checkbox"/> มี ได้แก่ <ul style="list-style-type: none"> • คำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption) • ล่ามภาษามือ (Sign Language Interpretation) • เสียงบรรยายภาพ (Audio Description)

ปัจจัยความสำเร็จ ปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะ

26. ผลการดำเนินงานในภาพรวมเป็นไปตามแผนที่ท่านเสนอให้แก่กองทุน กทปส. ไว้หรือไม่ อย่างไร	เป็นไปตามแผน แต่มีปัญหาโควิด ส่งผลให้ไม่สามารถถ่ายได้ตามที่กำหนด เช่น ตลาด โรงงาน ปิดทำการ ต้องหาเคสอื่นมาถ่ายแทน แต่คณะกรรมการให้คำแนะนำดีมาก ช่วยในการแก้ปัญหาดี มาก
27. กรุณาเล่าถึงการบริหารจัดการโครงการของท่านในด้านการบริหารงบประมาณ, การบริหารบุคลากร, การบริหารเวลาในการดำเนินงาน การบริหารทรัพยากรในการผลิต และด้านอื่นๆ	การบริหารงบประมาณ : วางแผนการทำงาน และการเดินทางล่วงหน้า โดนจัดตารางเดินทางให้สามารถถ่ายทำได้มากกว่า 1 เคส เพื่อลดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง และค่าเช่าอุปกรณ์ให้ได้มากที่สุด การบริหารบุคลากร : รายการ GO GREEN เปลี่ยนโลก มีการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลที่เหมาะสมตามความเชี่ยวชาญ โดยมีที่ปรึกษาโครงการที่มีความรู้ในด้านสิ่งแวดล้อมและลดการเกิดขยะภายใต้แนวคิด 5R ซึ่งเป็นเป้าหมายของรายการที่มุ่งเน้นให้เยาวชนและประชาชนทั่วไปได้ตระหนักถึงสิ่งแวดล้อม และสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในด้านสิ่งแวดล้อมซึ่งกำลังอยู่ในกระแสสังคมในปัจจุบัน ทั้งนี้ รายการยังประกอบด้วยหัวหน้าโครงการ ทีมงานฝ่ายผลิตรายการ และผู้ประสานงานโครงการ ที่มีประสบการณ์ในด้านนิเทศศาสตร์อยู่ในวงการการผลิตรายการโทรทัศน์มาอย่างยาวนาน และมีความเชี่ยวชาญในการถ่ายทำรายการเป็นอย่างดี เพื่อผลิตรายการที่มีคุณภาพให้แก่สังคม การบริหารเวลาในการดำเนินงาน : วางแผนการทำงาน และการเดินทางล่วงหน้า โดยจัดตารางเดินทางให้สามารถถ่ายทำได้มากกว่า 1 เคส เพื่อลดเวลาในการทำงาน อีกทั้งยังมีการทำงานแบบขนานกันของแต่ละส่วนงานเพื่อให้งานทั้งหมดมีความคืบหน้าไปพร้อมๆ กัน การบริหารทรัพยากรในการผลิต : ไม่มีปัญหา
28. ปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินงานของท่านมีอะไรบ้าง กรุณายกตัวอย่างเหตุการณ์หรือสิ่งที่ทำให้ท่านสามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ของโครงการ	คณะกรรมการให้ความช่วยเหลือ และแนะนำเป็นอย่างดี ทีมงานมีความเป็นกันเอง มีความเป็นทีมงานสูง มีประสิทธิภาพการทำงาน และสามารถทำงานได้ในทุกๆ สถานที่ เคสให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี
29. ปัญหาอุปสรรคหรือข้อจำกัดในการดำเนินงานของท่านมีอะไรบ้าง กรุณายกตัวอย่างเหตุการณ์หรือสิ่งที่ทำให้ท่านไม่สามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ของโครงการ	ในการถ่ายทำรายการช่วงการแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 ส่งผลให้ทีมงานต้องมีการเลื่อนการถ่ายทำในบางพื้นที่ออกไป เนื่องจากกลุ่มพื้นที่เป้าหมายของรายการบางแห่งเป็นโรงงานผลิต ซึ่งเป็นพื้นที่เสี่ยง และต้องมีการมาตรการป้องกันโรค COVID-19 อย่างเข้มงวด อย่างไรก็ตาม ทีมงานได้แก้ไขข้อจำกัดเหล่านี้โดยการหาพื้นที่เป้าหมายทดแทนที่ได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการ และมีมาตรการป้องกันโรค COVID-19 ภายในกองถ่ายเป็นอย่างดี เพื่อให้การถ่าย

<p>เช่น การขอรับทุนจาก กทปส., งบประมาณที่ได้รับ, ผลการดำเนินงาน (ก่อน ระหว่าง และ หลังการผลิตรายการ) เป็นต้น</p>	<p>ทำรายการเป็นไปตามกรอบระยะเวลาที่กำหนด</p>
<p>30. ข้อเสนอแนะที่ท่านอยากเสนอให้ทาง กทปส. นำไปพัฒนาหรือปรับปรุง เพื่อให้ท่านสามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ของโครงการได้ เช่น ขั้นตอนการพิจารณาให้ทุน, ความช่วยเหลือที่อยากได้รับจาก กทปส. เป็นต้น</p>	<p>อยากให้มีการปรับปรุงเรื่องระยะเวลาในการพิจารณาข้อเสนอโครงการ กระบวนการภายใน และการเบิกจ่ายงบประมาณงานซึ่งเป็นกระบวนการที่ใช้ระยะเวลานาน ทำให้อาจจะกระทบกับการบริหารจัดการงานเงินของบริษัทโดยเฉพาะบริษัทขนาดเล็ก</p>

12. รายการ ตามรอยลูกเสือ



ข้อมูลพื้นฐาน

1. ชื่อบริษัท/หน่วยงานของผู้รับทุน	บริษัท แฟร์ โอเปอร์เรชั่น จำกัด
2. ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์	คุณณัฐรุจชัย โพธิ์ทองนาค
3. ตำแหน่งของผู้ให้สัมภาษณ์	ผู้กำกับรายการ (Director)
4. เพศ	ชาย
5. อายุ	41 - 50 ปี
6. การศึกษา	สูงกว่าปริญญาตรี

ข้อมูลรายการ

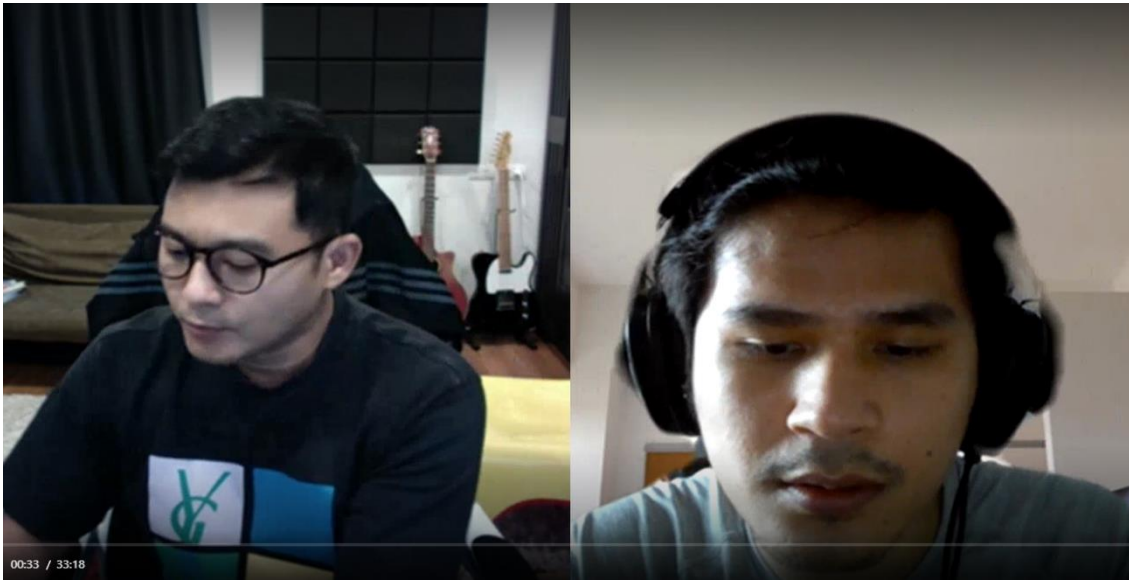
7. ชื่อรายการ	ตามรอยลูกเสือ
8. รูปแบบรายการ	รายการประเภทวาไรตี้
9. จำนวนตอน 24 ตอน	ระยะเวลาต่อตอน 10 นาที
10. กลุ่มเป้าหมายของรายการ	ประชาชนทั่วไป
11. เนื้อหารายการโดยสรุป	รายการสารคดีชุด “ตามรอยลูกเสือ” จัดทำขึ้นเพื่อมุ่งเผยแพร่ประวัติความเป็นมาของกิจการลูกเสือไทยที่ได้กำเนิดขึ้นจากราชปณิธานของพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว เพื่อเตรียมพร้อมให้เด็กชายไทยตั้งแต่ปฐมวัยได้มีความรู้ทางเสือป่า รู้จักระเบียบวินัย และมีความจงรักภักดีต่อสถาบันชาติ ศาสนา และพระมหากษัตริย์ เมื่อเติบโตขึ้นจะได้รู้จักหน้าที่และประพฤติตนให้เป็นประโยชน์ต่อชาติบ้านเมือง
12. แหล่งข้อมูลหรือองค์ความรู้ในการจัดทำเนื้อหารายการ	เจ้าหน้าที่ ผู้เชี่ยวชาญ และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในกิจการลูกเสือ
13. ประโยชน์ที่ท่านอยากให้เกิดขึ้นจากการเผยแพร่รายการ	<ol style="list-style-type: none"> 1) เยาวชนและประชาชนทั่วไปได้มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ โดยสามารถนำความรู้ที่ได้รับจากเนื้อหารายการไปประยุกต์ใช้ให้เกิดในชีวิตประจำวันได้ 2) ได้ผลิตรายการเชิงสร้างสรรค์ เพื่อสังคมและสาธารณประโยชน์ 3) เป็นหนึ่งในรายการที่มีความหลากหลายและมีคุณภาพมากขึ้นโดยเฉพาะอย่างยิ่งรายการซึ่งส่งเสริมความรู้ด้านศิลปะ วัฒนธรรม โดยไม่ต้องจัดซื้อรายการมาจากต่างประเทศ 4) สร้างทางเลือกในการรับชมรายการที่มีคุณภาพสำหรับเยาวชนและประชาชน 5) ได้สร้างพลังสื่อในหลายรูปแบบหลายช่องทางเพื่อกระตุ้นให้เกิดประโยชน์ต่อสาธารณะ โดยทั่วกัน

	<p>6) ได้กระตุ้นให้คนดูได้ปรับเปลี่ยนทัศนคติและปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในการใช้ชีวิตให้เป็นไปในทางที่ดีสร้างให้เกิดวัฒนธรรมที่ดีงามเพื่อความมั่นคงของชาติสืบไป</p> <p>7) ได้สร้างเสริมวัฒนธรรมอันดีงามทั้งเรื่อง ความรักชาติ ศาสน์ กษัตริย์ ความอดทน ความกล้าหาญ ความซื่อสัตย์ ความขยันหมั่นเพียร ความมีน้ำใจต่อคนในสังคม การเสียสละ มีความมัธยัสถ์ ใช้ชีวิตด้วยความไม่ประมาท เป็นต้น</p>
14. ระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินโครงการตามแผนที่เสนอ กทปส. (Proposal)	365 วัน / 12 เดือน
15. ระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินโครงการจริง	ตามแผนที่เสนอ (ไม่มีการเลื่อนงวดงาน)
16. จำนวนตอนที่ผลิตแล้วเสร็จ (จนถึงวันที่สัมภาษณ์)	24 ตอน ระยะเวลาตามแผนที่เสนอ กทปส. (Proposal) 365 วัน ระยะเวลาตามที่ใช้จริง 365 วัน (Production ในการถ่ายทำใช้เวลาไม่นาน เช่น พิธีกร (ถ่ายทำ 10 ตอน/วัน) และคุณหมอ (ถ่ายทำ 5 ตอน/วัน) แต่การทำ Animation ใช้เวลานานมากกว่าจนใกล้ถึงเวลาส่งงวดงาน)
17. จำนวนตอนที่ออกอากาศสำเร็จ (จนถึงวันที่สัมภาษณ์)	24 ตอน ระยะเวลาตามแผนที่เสนอ กทปส. (Proposal) 365 วัน ระยะเวลาตามที่ใช้จริง 365 วัน
18. จำนวนบุคลากรทั้งหมดในโครงการ (เช่น ผู้กำกับ, ทีมถ่ายทำ, พิธีกร)	20 คน
19. ช่องทางการออกอากาศ: สถานีโทรทัศน์ (On Air)	ช่อง 9 MCOT HD ช่วงเวลาออกอากาศ (วันและเวลา) ทุกวันพฤหัสบดีและศุกร์ เวลา 14.25 - 14.35 น. <u>ค่าเฉลี่ย Rating ตลอดระยะเวลาการออกอากาศ</u> <ul style="list-style-type: none"> ➢ ค่าเฉลี่ย Rating ตามแผนที่เสนอ กทปส. (Proposal) ไม่น้อยกว่า 0.1 ➢ ค่าเฉลี่ย Rating จริง 0.121
20. ช่องทางการออกอากาศ: สื่อออนไลน์ (Online)	❖ ช่องทางที่ 1 Youtube จำนวนผู้ติดตาม 201 คน ชื่อช่อง ตามรอยลูกเสือ จำนวนยอด Views ตามแผนที่เสนอ กทปส. รวมกันไม่น้อยกว่า 911,000 views จำนวนยอด Views จริง 216,029 (จำนวนยอด Views โดยรวม / จำนวนครั้งที่วิดีโอถูกเล่นทุกตอน) จำนวนยอด Views โดยเฉลี่ย 9,000 จำนวนยอด Comment 13 ตัวอย่าง Comment ของผู้ชมรายการ เยี่ยมมากเลยคะ...ให้ความรู้และประสบการณ์ตรงคะ....ทักษะชีวิต มีจิตสาธารณะกับสังคมคะ
21. งบประมาณที่ได้รับอนุมัติจาก กทปส. ทั้งหมด	3,035,590 บาท (2,370,000.00 บาท Proposal)
22. ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในโครงการ	<p>ค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการ (กรรมระบุ ประเภทรายจ่ายและยอดเงินที่ใช้จ่ายจริง) 1,410,000 บาท</p> <p>รายละเอียด ค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการ รวมถึงค่าจัดทำคำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption) และเสียงบรรยายภาพ (Audio Description) = 58,750 บาทต่อตอน (24 ตอน) = 1,410,000.00</p> <p>ค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ (กรรมระบุ ประเภทรายจ่ายและยอดเงินที่ใช้จ่ายจริง) 960,000 บาท</p> <p>รายละเอียด ค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ/ค่าเช่าเวลาออกอากาศรายการ = 40,000 บาทต่อตอน (24 ตอน) = 960,000.00 บาท</p>

23. รายได้จากการผลิตรายการ (บอกตัวเลขคร่าวๆ ได้)	รายได้จากกองทุน (งบประมาณ) 3,035,590 บาท รายได้จากโฆษณา - บาท รายได้จากช่องทางอื่นๆ - บาท
24. รายการของท่านมีการประเมินผลความพึงพอใจของผู้ชมหรือไม่	<input checked="" type="checkbox"/> มี คะแนนความพึงพอใจโดยเฉลี่ยของผู้ชมต่อรายการ 9.14 คะแนนเต็ม 10 (เป้าหมาย : ไม่น้อยกว่า 8) ความคิดเห็น/ข้อเสนอแนะ/Feedback จากผู้ชมรายการ มีอะไรบ้าง ผลสำรวจ ประชาชนทั่วไป 312 คน
25. รายการได้มีการจัดทำบริการคำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption) หรือบริการล่ามภาษามือ (Sign Language Interpretation) และบริการเสียงบรรยายภาพ (Audio Description) หรือไม่	<input checked="" type="checkbox"/> มี ได้แก่ <ul style="list-style-type: none"> ● คำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption) ● ล่ามภาษามือ (Sign Language Interpretation) ● เสียงบรรยายภาพ (Audio Description)

ปัจจัยความสำเร็จ ปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะ

26. ผลการดำเนินงานในภาพรวมเป็นไปตามแผนที่ท่านเสนอให้แก่กองทุน กทปส. ไว้หรือไม่ อย่างไร	สำเร็จตามแผน
27. กรุณาเล่าถึงการบริหารจัดการโครงการของท่านในด้านการบริหารงบประมาณ, การบริหารบุคลากร, การบริหารเวลาในการดำเนินงาน การบริหารทรัพยากรในการผลิตและด้านอื่นๆ	<p>การบริหารงบประมาณ : ต้องมีการนำงบประมาณที่ได้รับจัดสรรบางส่วนมาใช้จ่ายในการประชาสัมพันธ์เพื่อให้สามารถเข้าถึงผู้ชมได้มากขึ้น</p> <p>การบริหารบุคลากร : รายการ ตามรอยลูกเสือ มีการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลที่เหมาะสมตามความเชี่ยวชาญ โดยมีที่ปรึกษาโครงการที่มีความรู้ในด้านประวัติความเป็นมาและความสำคัญของกิจการลูกเสือไทย ทั้งนี้ รายการยังประกอบด้วยหัวหน้าโครงการ ทีมงานฝ่ายผลิตรายการ และผู้ประสานงานโครงการ ที่มีความเชี่ยวชาญในการถ่ายทำรายการและมีความเข้าใจในกิจการลูกเสือไทยเป็นอย่างดี เพื่อผลิตรายการที่มีคุณภาพให้แก่สังคม</p> <p>การบริหารเวลาในการดำเนินงาน : มีการวางแผนการถ่ายทำตลอดทั้งปีเพื่อป้องกันการถ่ายทำที่ล่าช้า และไม่ทันต่อกรอบระยะเวลาของโครงการ</p> <p>การบริหารทรัพยากรในการผลิต : ไม่มีปัญหา</p>
28. ปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินงานของท่านมีอะไรบ้าง กรุณายกตัวอย่างเหตุการณ์หรือสิ่งที่ทำให้ท่านสามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ของโครงการ	เนื้อหารายการที่มีประโยชน์ ทำให้ผู้ชมรับทราบเจตนารมณ์ของผู้ผลิต สามารถเข้าถึงกลุ่มเฉพาะ เช่น บุคลากรทางลูกเสือ ครู ฯลฯ เพื่อนำเนื้อหารายการไปสอน หรือใช้ประโยชน์ต่อในทางด้านการศึกษา เผยแพร่ความรู้ต่อ
29. ปัญหาอุปสรรคหรือข้อจำกัดในการดำเนินงานของท่านมีอะไรบ้าง กรุณา ยกตัวอย่างเหตุการณ์หรือสิ่งที่ทำให้ท่านไม่สามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ของโครงการ <i>เช่น การขอรับทุนจาก กทปส., งบประมาณที่ได้รับ, ผลการดำเนินงาน (ก่อน ระหว่าง และ หลังการผลิตรายการ) เป็นต้น</i>	ระยะเวลาในการผลิตรายการเป็นไปตามแผนงานในสัญญา ถึงแม้ว่าจะเป็นช่วงเวลาที่มีการระบาดของ COVID-19 ซึ่งส่งผลกระทบต่อการทำงานที่ต้องใช้ลูกเสือ เนตรนารีและบุคลากรทางการลูกเสือในการถ่ายทำ โดยทีมงานได้ดำเนินการตามมาตรการป้องกันอย่างเข้มงวดเพื่อความปลอดภัยของเด็กและผู้ร่วมรายการทุกคน จึงอาจได้ภาพและเสียงที่ขาดความสมบูรณ์ในระดับหนึ่ง อีกทั้งบางช่วงเป็นวันหยุดและปิดเทอมของโรงเรียนอีกด้วย อย่างไรก็ตาม ช่วงเวลาในการออกอากาศทางโทรทัศน์ไม่สอดคล้องกับแผนงานการผลิตสัปดาห์ตามสัญญาที่ได้ลงนามไว้ เนื่องจากการจัดทำผังรายการของสถานีโทรทัศน์ทุกช่องจะประกาศในเดือนมกราคมของทุกปี แต่ด้วยกระบวนการและขั้นตอนในการพิจารณาโครงการและการลงนามในสัญญา เป็นเวลาที่สถานีโทรทัศน์ได้ประกาศผังไปแล้ว จึงส่งผลให้ทางสถานีโทรทัศน์ไม่สามารถจัดสรรช่วงเวลาตามแผนงานได้
30. ข้อเสนอแนะที่ท่านอยากเสนอให้ทาง กทปส. นำไปพัฒนาหรือปรับปรุง เพื่อให้ท่านสามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ของโครงการได้ <i>เช่น ขั้นตอนการพิจารณาให้ทุน, ความช่วยเหลือที่อยากได้รับจาก กทปส. เป็นต้น</i>	ในงบประมาณบางหมวด เช่น เรื่องการโฆษณาประชาสัมพันธ์ อยากให้มีการสนับสนุนงบประมาณด้านนี้เพิ่มเติมเนื่องจากเกณฑ์ที่ตั้งไว้ ยอดวิว เรตติ้ง ฯลฯ ค่อนข้างสูง ส่งผลให้ผู้รับทุนต้องดึงงบประมาณจากส่วนอื่นมาทำในส่วนนี้ นอกจากนี้การทำรายการให้น่าสนใจ ต้องใช้พิธีกร หรือดาราที่น่าดึงดูด เพื่อให้ผู้ชมสนใจซึ่งต้องใช้งบประมาณพอสมควร



13. รายการ ประชาบดีคนดีได้ฝันฟ้า



ข้อมูลพื้นฐาน

1. ชื่อบริษัท/หน่วยงานของผู้รับทุน	บริษัท ปันฝันปันยิ้ม จำกัด
2. ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์	คุณเพียงเพ็ญ วงศ์นิมิตรกุล
3. ตำแหน่งของผู้ให้สัมภาษณ์	ผู้อำนวยการผลิต (Executive Producer)
4. เพศ	หญิง
5. อายุ	31 - 40 ปี
6. การศึกษา	ปริญญาตรี

ข้อมูลรายการ

7. ชื่อรายการ	รายการคนดีได้ฝันฟ้า
8. รูปแบบรายการ	รายการประเภทละครสั้น
9. จำนวนตอน 16 ตอน	ระยะเวลาต่อตอน 10 นาที
10. กลุ่มเป้าหมายของรายการ	กลุ่มบุคคลไร้ที่พึ่ง บุคคลที่อยู่ในสภาวะความยากลำบาก และประชาชนทั่วไป
11. เนื้อหารายการโดยสรุป	นำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับบุคคลผู้อยู่ในสภาวะยากลำบากที่ประหลาดฝันเป็นแบบอย่างที่ดี หรือ บุคคลที่ได้รับรางวัลประชาบดี เพื่อเป็นแรงบันดาลใจให้แก่ผู้ที่อยู่ในสภาวะยากลำบากและบุคคลทั่วไปให้สามารถกลับมาใช้ชีวิตอย่างปกติสุขและสร้างสิ่งดีๆ ให้กับสังคมมากยิ่งขึ้น
12. แหล่งข้อมูลหรือองค์ความรู้ในการจัดทำเนื้อหารายการ	บุคลากร และผู้ที่ได้รับรางวัลประชาบดี
13. ประโยชน์ที่ท่านอยากให้เกิดขึ้นจากการเผยแพร่รายการ	<ol style="list-style-type: none"> 1) ประชาชนทั่วไปมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการดำเนินชีวิต โดยสามารถนำความรู้ที่ได้รับจากเนื้อหารายการไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้ 2) เพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของผู้ผลิตรายการและช่องรายการได้เกิดการพัฒนาศักยภาพในด้านการผลิตรายการเชิงสร้างสรรค์ เพื่อสังคมและสาธารณประโยชน์อย่างแท้จริง 3) ช่องรายการโทรทัศน์มีรายการที่มีความหลากหลายและมีคุณภาพมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งรายการคนดีได้ฝันฟ้า ที่เป็นการถ่ายทอดเรื่องราวคุณงามความดีที่มีในสังคมให้เป็นที่ยอมรับในวงกว้าง 4) เป็นการสร้างแรงบันดาลใจในการสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์ให้กับผู้ผลิตรายการหรือสถานีโทรทัศน์ที่ส่งเสริมการพัฒนาและการเรียนรู้ที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ โดยมุ่งหมายให้โครงการดังกล่าวเป็นโครงการต้นแบบสำหรับการผลิตรายการที่ให้ความรู้แก่ประชาชนทั่วไปใน

	<p>ด้านการพัฒนาสังคมและพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในสังคม ในกิจการกระจายเสียง โทรทัศน์ และโทรคมนาคม</p> <p>5) สร้างทางเลือกที่หลากหลายในการรับชมรายการที่มีคุณภาพและสาระสำหรับประชาชน</p>
14. ระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินโครงการตามแผนที่เสนอ กทปส. (Proposal)	365 วัน / 12 เดือน
15. ระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินโครงการจริง	ตามแผนที่เสนอ
16. จำนวนตอนที่ผลิตแล้วเสร็จ (จนถึงวันที่สัมภาษณ์)	16 ตอน ระยะเวลาตามแผนที่เสนอ กทปส. (Proposal) 365 วัน ระยะเวลาตามที่ใช้จริง 365 วัน
17. จำนวนตอนที่ออกอากาศสำเร็จ (จนถึงวันที่สัมภาษณ์)	16 ตอน ระยะเวลาตามแผนที่เสนอ กทปส. (Proposal) 365 วัน ระยะเวลาตามที่ใช้จริง 365 วัน
18. จำนวนบุคลากรทั้งหมดในโครงการ (เช่น ผู้กำกับ, ทีมถ่ายทำ, พิธีกร)	25 คน
19. ช่องทางการออกอากาศ: สถานีโทรทัศน์ (On Air)	<p>ช่อง PPTV HD 36</p> <p>ช่วงเวลาออกอากาศ (วันและเวลา) ทุกวันศุกร์ เวลา 00.20 - 00.30 น.</p> <p><u>ค่าเฉลี่ย Rating ตลอดระยะเวลาการออกอากาศ</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ ค่าเฉลี่ย Rating ตามแผนที่เสนอ กทปส. (Proposal) ไม่น้อยกว่า 0.1 ➤ ค่าเฉลี่ย Rating จริง 0.227
20. ช่องทางการออกอากาศ: สื่อออนไลน์ (Online)	<ul style="list-style-type: none"> ❖ ช่องทางที่ 1 Youtube https://www.youtube.com/channel/UCm75YzCE9DEB MxqZ8Le3dfQ ชื่อช่อง Punfun Channel จำนวนยอด Views ตามแผนที่เสนอ กทปส. รวมกันไม่น้อยกว่า 1,090,000 views จำนวนยอด Views จริง 3,211 (จำนวนยอด Views โดยรวม / จำนวนครั้งที่วิดีโอถูกเล่นทุกตอน) จำนวนยอด Views โดยเฉลี่ย 200.69 จำนวนยอด Likes 349 ตัวอย่าง Comment ของผู้ชมรายการ เป็นรายการที่ดี ❖ ช่องทางที่ 2 Facebook ชื่อช่อง ปันฝันปันยิ้ม จำนวนยอด Views จริง 2,321 จำนวนยอด Views โดยเฉลี่ย 145.06 จำนวนยอด Likes 86 จำนวนยอด Comment 61 จำนวนยอด Share 294 ตัวอย่าง Comment ของผู้ชมรายการ เป็นรายการที่ดี อยากให้มีแบบนี้อีกหลายๆตอนค่ะ
21. งบประมาณที่ได้รับอนุมัติจาก กทปส. ทั้งหมด	3,632,650 บาท (3,632,814.97 บาท Proposal)

<p>22. ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในโครงการ</p>	<p>ค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการ (กรณีระบุ ประเภทรายการและยอดเงินที่ใช้จ่ายจริง) 2,545,160.82 บาท รายละเอียด ค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการ รวมถึงค่าจัดทำคำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption) และเสียงบรรยายภาพ (Audio Description) = 159,072.55 บาทต่อตอน (16 ตอน) = 2,545,160.82</p> <p>ค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ (กรณีระบุ ประเภทรายการและยอดเงินที่ใช้จ่ายจริง) 1,087,654.15 บาท รายละเอียด 1. ค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ = 15,000 บาทต่อตอน (16 ตอน) = 240,000.00 2. ค่าใช้จ่ายอื่นๆ เช่น ค่าจัดทำ CC และ AD ค่าใช้จ่ายอื่นๆ เช่น ค่าวัสดุ / ค่าจัดทำรายงาน / ค่าจัดทำบัญชี / ค่าประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ = 52,978.38 บาทต่อตอน (16 ตอน) = 847,654.15</p>
<p>23. รายได้จากการผลิตรายการ (บอกตัวเลขคร่าวๆ ได้)</p>	<p>รายได้จากกองทุน (งบประมาณ) 3,632,650 บาท รายได้จากโฆษณา - บาท รายได้จากช่องทางอื่นๆ - บาท</p>
<p>24. รายการของท่านมีการประเมินผลความพึงพอใจของผู้ชมหรือไม่</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> มี คะแนนความพึงพอใจโดยเฉลี่ยของผู้ชมต่อรายการ 8.1 คะแนนเต็ม 10 (เป้าหมาย : ไม่น้อยกว่า 8) ความคิดเห็น/ข้อเสนอแนะ/Feedback จากผู้ชมรายการ มีอะไรบ้าง ผลสำรวจ ประชาชนทั่วไป 478 คน</p>
<p>25. รายการได้มีการจัดทำบริการคำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption) หรือบริการล่ามภาษามือ (Sign Language Interpretation) และบริการเสียงบรรยายภาพ (Audio Description) หรือไม่</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> มี ได้แก่</p> <ul style="list-style-type: none"> ● คำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption) ● ล่ามภาษามือ (Sign Language Interpretation) ● เสียงบรรยายภาพ (Audio Description)

ปัจจัยความสำเร็จ ปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะ

<p>26. ผลการดำเนินงานในภาพรวมเป็นไปตามแผนที่ท่านเสนอให้แก่งกองทุน กทปส. ไว้หรือไม่ อย่างไร</p>	<p>สำเร็จตามแผน</p>
<p>27. กรุณาเล่าถึงการบริหารจัดการโครงการของท่านในด้านการบริหารงบประมาณ, การบริหารบุคลากร, การบริหารเวลาในการดำเนินงาน การบริหารทรัพยากรในการผลิตและด้านอื่นๆ</p>	<p>การบริหารงบประมาณ : วางแผนการใช้จ่ายงบประมาณให้มีความคุ้มค่า และนำงบประมาณบางส่วนมาถัวเฉลี่ยในการประชุมสัมมนา</p> <p>การบริหารบุคลากร : รายการ ประชาบดีคนดีได้ฝันฟ้า มีการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลที่เหมาะสมตามความเชี่ยวชาญ โดยมีที่ปรึกษาโครงการที่เป็นคณะกรรมการมูลนิธิพระประชาบดีและคณะกรรมการส่งเสริมและพัฒนากิจการเพื่อสังคม ทั้งนี้ รายการยังประกอบด้วยหัวหน้าโครงการ ทีมงานฝ่ายผลิตรายการ และผู้ประสานงานโครงการที่ล้วนเป็นผู้ที่มีความเชี่ยวชาญในการผลิตรายการและมีความเข้าใจในเนื้อหาารรางวัลประชาบดีเป็นอย่างดี</p> <p>การบริหารเวลาในการดำเนินงาน : มีการวางแผนการถ่ายทำตั้งแต่ต้นจนจบในช่วงแรกของการดำเนินโครงการ เพื่อเป็นกรอบการทำงาน และเป็นเครื่องมือในการติดตามการดำเนินงานในแต่ละช่วงของการถ่ายทำ</p> <p>การบริหารทรัพยากรในการผลิต : ไม่มีปัญหา</p>

<p>28. ปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินงานของท่านมีอะไรบ้าง กรุณายกตัวอย่างเหตุการณ์หรือสิ่งที่ทำให้ท่านสามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ของโครงการ</p>	<p>ทีมงานได้มีการหาข้อมูล และทำการวิจัยก่อนการดำเนินโครงการ ส่งผลให้เนื้อหา ประเด็น มีความครอบคลุมและน่าติดตาม</p>
<p>29. ปัญหาอุปสรรคหรือข้อจำกัดในการดำเนินงานของท่านมีอะไรบ้าง กรุณายกตัวอย่างเหตุการณ์หรือสิ่งที่ทำให้ท่านไม่สามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ของโครงการ <i>เช่น การขอรับทุนจาก กทปส., งบประมาณที่ได้รับ, ผลการดำเนินงาน (ก่อน ระหว่าง และ หลังการผลิตรายการ) เป็นต้น</i></p>	<p>ปัญหาอุปสรรคในด้านความร่วมมือในการให้ข้อมูล โดยผู้ที่ได้รับรางวัลไม่สะดวกให้นำเสนอข้อมูลรายละเอียดชีวประวัติ หรือบางท่านไม่อนุญาตให้นำเสนอข้อมูลบางส่วน ซึ่งทำให้เกิดปัญหาในการนำเสนอ ความต่อเนื่องของเหตุการณ์ต่างๆ ในการเชื่อมโยงเรื่องราวประวัติความเป็นมาทั้งหมด นอกจากนี้ การสื่อหรือจำลองสถานการณ์ชีวิตของผู้ที่ได้รับรางวัลแต่ละบุคคล ต้องมีการลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลและสำรวจสภาพแวดล้อมในการถ่ายทำ ซึ่งทำให้สถานที่ในการถ่ายทำมีความแตกต่างและหลากหลาย จึงเกิดความล่าช้าในการถ่ายทำรายการอยู่บ้าง</p>

14. รายการ ไทยสปิริต



ข้อมูลพื้นฐาน

1. ชื่อบริษัท/หน่วยงานของผู้รับทุน	บริษัท วิวไวด์ จำกัด
2. ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์	คุณจันทร์ชจี พงษ์
3. ตำแหน่งของผู้ให้สัมภาษณ์	หัวหน้าโครงการ
4. เพศ	หญิง
5. อายุ	41 - 50 ปี
6. การศึกษา	ปริญญาตรี

ข้อมูลรายการ

7. ชื่อรายการ	ไทยสปิริต
8. รูปแบบรายการ	รายการวาไรตี้เชิงสารคดี
9. จำนวนตอน 24 ตอน	ระยะเวลาต่อตอน 25 นาที
10. กลุ่มเป้าหมายของรายการ	ประชาชนทั่วไป
11. เนื้อหารายการโดยสรุป	รายการวาไรตี้เชิงสารคดี โดยผู้ชมจะได้ทั้งความรู้ความสนุกแรงบันดาลใจในเรื่องราวของบุคคลสำคัญรวมถึงส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมไทย ควบคู่ไปการเดินทางไปในที่สถานที่ที่น่าสนใจในประเทศไทย จำนวน 24 ตอน โดยการนำของบุคคลสำคัญของไทยที่มีชื่อเสียงในระดับประเทศและระดับโลก ในวงการต่างๆ อาทิเช่น นักวิชาการ นักดนตรี ศิลปิน นักสร้างสรรค์ นักวิทยาศาสตร์ นักกีฬา ฯลฯ ทั้งหมด 24 ท่าน ดำเนินรายการโดยพิธีกร ซึ่งเนื้อหาแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้ 1. แนะนำสถานที่บ้านเกิด หรือสถานที่สร้างผลงาน 2. แนะนำศิลปะ วัฒนธรรมพื้นถิ่น 3. เปิดประวัติบุคคลสำคัญ
12. แหล่งข้อมูลหรือองค์ความรู้ในการจัดทำเนื้อหารายการ	1) การสืบค้นทางอินเทอร์เน็ต 2) การติดต่อประสานงานจากคนรู้จักเพื่อหาข้อมูลเบื้องต้น 3) การค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติมจากเอกสาร และการสัมภาษณ์เชิงลึก
13. ประโยชน์ที่ท่านอยากให้เกิดขึ้นจากการเผยแพร่รายการ	ต้องการให้ประชาชนได้รู้ว่าคนไทยมีความสามารถ ไม่ว่าจะอยู่ที่ใดก็สามารถผลักดันตัวเองขึ้นมาได้ และสามารถเป็นแรงบันดาลใจให้กับผู้อื่นได้
14. ระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินโครงการตามแผนที่เสนอ กทปส. (Proposal)	365 วัน / 12 เดือน

15. ระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินโครงการจริง	1 ปี 5 เดือน มีการขยายเวลาจำนวน 2 ครั้ง ไปสิ้นสุดเดือนสิงหาคม จากเดิมที่ต้องแล้วเสร็จเดือนพฤษภาคม จากปัญหาการระบาดของเชื้อไวรัสโควิด
16. จำนวนตอนที่ผลิตแล้วเสร็จ (จนถึงวันที่สัมภาษณ์)	24 ตอน ระยะเวลาตามแผนที่เสนอ กทปส. (Proposal) 180 วัน (ก.ย. 63 - พ.ค. 64) ระยะเวลาตามที่ใช้จริง 9 เดือน (จากปัญหาการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด)
17. จำนวนตอนที่ออกอากาศสำเร็จ (จนถึงวันที่สัมภาษณ์)	24 ตอน ระยะเวลาตามแผนที่เสนอ กทปส. (Proposal) 5 เดือน ระยะเวลาตามที่ใช้จริง 5 เดือน มีการออกอากาศ 2 ช่วงเวลา คือ 3 พ.ย. 63 – 19 ม.ค. 64 และ 11 พ.ค. 64 – 3 ส.ค. 64 โดยมีการหยุดออกอากาศในช่วง เดือน ก.พ. - เม.ย. 63
18. จำนวนบุคลากรทั้งหมดในโครงการ (เช่น ผู้กำกับ, ทีมถ่ายทำ, พิธีกร)	15 คน
19. ช่องทางการออกอากาศ: สถานีโทรทัศน์ (On Air)	ช่อง MCOT HD ช่วงเวลาออกอากาศ (วันและเวลา) ทุกวันอังคาร เวลา 10.30 - 11.00 น. <u>ค่าเฉลี่ย Rating ตลอดระยะเวลาการออกอากาศ</u> ➢ ค่าเฉลี่ย Rating ตามแผนที่เสนอ กทปส. (Proposal) ไม่น้อยกว่า 0.1 ➢ ค่าเฉลี่ย Rating จริง 0.13
20. ช่องทางการออกอากาศ: สื่อออนไลน์ (Online)	<ul style="list-style-type: none"> ❖ ช่องทางที่ 1 Youtube จำนวนผู้ติดตาม 304 subscribers https://www.youtube.com/channel/UCjHnqea91J27G6t4SZOd9BQ (Hashtag : #thaispirit #รายการไทยสปิริต #ไทยสปิริต) ชื่อช่อง รายการไทยสปิริต ThaispiritChannel จำนวนยอด Views ตามแผนที่เสนอ กทปส. รวมกันไม่น้อยกว่า 2,000,700 views จำนวนยอด Views จริง 4,107 (จำนวนยอด Views โดยรวม / จำนวนครั้งที่วิดีโอถูกเล่นทุกตอน) จำนวนยอด Views โดยเฉลี่ย 171 จำนวนยอด Likes 110 ระยะเวลาการรับชมโดยเฉลี่ย (นาที) 3.55 อัตราการดูวิดีโอจนจบ (Videos Completion Rate) ร้อยละ 0.50 ตัวอย่าง Comment ของผู้ชมรายการ รายการดีมาก ❖ ช่องทางที่ 2 Facebook จำนวนผู้ติดตาม 241 followers ชื่อช่อง https://www.facebook.com/thaispiritTH จำนวนยอด Views ตามแผนที่เสนอ กทปส. รวมกันไม่น้อยกว่า 2,000,700 views จำนวนยอด Views จริง 517,162 (จำนวนยอด Views โดยรวม / จำนวนครั้งที่วิดีโอถูกเล่นทุกตอน) จำนวนยอด Views โดยเฉลี่ย 21,548 จำนวนยอด Likes 2,421 จำนวนยอด Comment 35 จำนวนยอด Share 69 ระยะเวลาการรับชมโดยเฉลี่ย (นาที) 5.0 อัตราการดูวิดีโอจนจบ (Videos Completion Rate) ร้อยละ 0.3 ตัวอย่าง Comment ของผู้ชมรายการ Comment เชิงบวก: เก่งจริง ❖ ช่องทางที่ 3 Tik Tok จำนวนผู้ติดตาม 241 followers ชื่อช่อง Thaispirit จำนวนยอด Views ตามแผนที่เสนอ กทปส. รวมกันไม่น้อยกว่า 2,000,700 views จำนวนยอด Views จริง 4,903 (จำนวนยอด Views โดยรวม / จำนวนครั้งที่วิดีโอถูกเล่นทุกตอน) จำนวนยอด Views โดยเฉลี่ย 222 จำนวนยอด Likes 172 จำนวนยอด Comment ไม่มี

	<p>จำนวนยอด Share ไม่มี</p> <p>ระยะเวลาการรับชมโดยเฉลี่ย (นาที) 1.0</p> <p>อัตราการดูวิดีโอจนจบ (Videos Completion Rate) ร้อยละ 34.0</p>
21. งบประมาณที่ได้รับอนุมัติจาก กทปส. ทั้งหมด	6,251,000 บาท (6,688,570 บาท Proposal = ผู้รับทุน)
22. ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในโครงการ	<p>ค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการ (กรณีระบุ ประเภทรายการและยอดเงินที่ใช้จ่ายจริง) 3,600,000 บาท</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) ค่างานตัดต่อภาพและเสียง 672,000 บาท 2) ค่าผลิตงานเพลง 240,000 บาท 3) ค่าผลิตงานกราฟิก 168,000 บาท 4) ค่าออกแบบและผลิตฉาก - 5) ค่าเครื่องมือ/อุปกรณ์ในการผลิตรายการ 600,000 บาท 6) ค่าสถานที่ถ่ายทำ 144,000 บาท 7) ค่ารถค่าเดินทางค่าที่พักค่าอาหาร 384,000 บาท 8) ค่าเขียนบท 192,000.00 บาท 9) ค่าทีมงาน ช่างภาพ ผู้ช่วย ผู้กำกับ โปรดิวเซอร์ 1,200,000 บาท <p>ค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ (กรณีระบุ ประเภทรายการและยอดเงินที่ใช้จ่ายจริง) 1,800,000 บาท</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) ค่าเช่าเวลาออกอากาศ 1,200,000 บาท 2) ค่าออกสื่อออนไลน์ Youtube, Tiktok, Facebook 600,000 บาท
23. รายได้จากการผลิตรายการ (บอกตัวเลขคร่าวๆ ได้)	<p>รายได้จากกองทุน (งบประมาณ) 6,251,000 บาท</p> <p>รายได้จากโฆษณา - (ไม่ได้ขาย ad) บาท</p> <p>รายได้จากช่องทางอื่นๆ - บาท</p>
24. รายการของท่านมีการประเมินผลความพึงพอใจของผู้ชมหรือไม่	<p><input checked="" type="checkbox"/> มี คะแนนความพึงพอใจโดยเฉลี่ยของผู้ชมต่อรายการ ร้อยละ 80 คะแนนเต็ม 10 (เป้าหมาย : ไม่น้อยกว่า 8)</p> <p>การติดตามประเมินผลรายการ “ไทยสปิริต” ได้กำหนดการเก็บแบบสอบถามในการประเมินรายการไว้จำนวน 400 กลุ่มตัวอย่าง จากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนของผู้ชมทั่วประเทศ โดยผลการสำรวจความพึงพอใจต่อการรับชมรายการไทยสปิริตในด้านต่างๆ มีผลการสำรวจที่สำคัญ อาทิ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) ความพึงพอใจของเนื้อหารายการที่น่าเสนอมีความเข้าใจง่าย ไม่ซับซ้อน มีระดับความพึงพอใจมากถึงมากที่สุดอยู่ที่ร้อยละ 93.1 2) ความพึงพอใจแก่รับเชิญที่มารายการในแต่ละเทป มีระดับความพึงพอใจมากถึงมากที่สุดอยู่ที่ร้อยละ 90.5 3) ความพึงพอใจต่อรายการไทยสปิริตมีความแปลกใหม่ น่าสนใจ ชวนติดตาม มีความคิดสร้างสรรค์ มีระดับความพึงพอใจมากถึงมากที่สุดอยู่ที่ร้อยละ 88.9
25. รายการได้มีการจัดทำบริการคำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption) หรือบริการล่ามภาษามือ (Sign Language Interpretation) และบริการเสียงบรรยายภาพ (Audio Description) หรือไม่	<p><input checked="" type="checkbox"/> มี ได้แก่</p> <ul style="list-style-type: none"> ● คำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption) ● เสียงบรรยายภาพ (Audio Description)

ปัจจัยความสำเร็จ ปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะ

<p>26. ผลการดำเนินงานในภาพรวมเป็นไปตามแผนที่ท่านเสนอให้แก่องค์กร กทปส. ไว้หรือไม่ อย่างไร</p>	<p>เป็นไปตามแผน แต่ได้รับผลกระทบจากการระบาดของเชื้อไวรัสโควิด ทำให้ต้องมีการขยายเวลา และมีการหยุดออกอากาศในบางช่วง แต่ผู้ผลิตรายการสามารถแก้ไขปัญหามาให้สำเร็จได้</p>
<p>27. กรุณาเล่าถึงการบริหารจัดการโครงการของท่านในด้านการบริหารงบประมาณ, การบริหารบุคลากร, การบริหารเวลาในการดำเนินงาน การบริหารทรัพยากรในการผลิตและด้านอื่นๆ</p>	<p>การบริหารงบประมาณ : ไม่มีปัญหา งบประมาณที่ได้รับมาสามารถบริหารจัดการได้ แม้ว่าจะมีค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นบ้างในช่วงที่เกิดการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด</p> <p>การบริหารบุคลากร : ไม่มีปัญหา มีความเป็น teamwork สามารถทำงานร่วมกันได้ดี</p> <p>การบริหารเวลาในการดำเนินงาน : ได้รับผลกระทบจากมาตรการล็อกดาวน์ ส่งผลต่อการเดินทางลงพื้นที่ในต่างจังหวัด</p> <p>การบริหารทรัพยากรในการผลิต : ไม่มีปัญหา เนื่องจากมี Partner เข้ามาช่วยสนับสนุนเรื่องอุปกรณ์การถ่ายทำ</p>
<p>28. ปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินงานของท่านมีอะไรบ้าง กรุณายกตัวอย่างเหตุการณ์หรือสิ่งที่ทำให้ท่านสามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ของโครงการ</p>	<p>มีแรงบันดาลใจร่วมกันที่จะสร้างสรรค์ผลงานออกมา และทีมงานมีความตั้งใจที่จะพัฒนางานให้ออกมาดี</p>
<p>29. ปัญหาอุปสรรคหรือข้อจำกัดในการดำเนินงานของท่านมีอะไรบ้าง กรุณายกตัวอย่างเหตุการณ์หรือสิ่งที่ทำให้ท่านไม่สามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ของโครงการ <i>เช่น การขอรับทุนจาก กทปส., งบประมาณที่ได้รับ, ผลการดำเนินงาน (ก่อน ระหว่าง และ หลังการผลิตรายการ) เป็นต้น</i></p>	<ol style="list-style-type: none"> 1) ผลกระทบจากโควิดต่อระยะเวลาในการผลิตรายการ 2) มีการหยุดออกอากาศจากผลกระทบของโควิด 3) แขกรับเชิญที่ตั้งใจจะเชิญมาออกรายการเปลี่ยนใจไม่สะดวกในการให้เข้าถ่ายทำ ต้องมีการปรับเปลี่ยน 4) ปัญหาจากการรับทุนจากกองทุนฯ เป็นครั้งแรก อาจจะไม่เข้าใจระเบียบขั้นตอนต่างๆ เท่าที่ควร มีการจ่ายเงินล่าช้า (งวดแรกควรจะจ่ายในวันที่ 6-8 มิ.ย แต่จ่ายจริงในเดือน ธ.ค.)
<p>30. ข้อเสนอแนะที่ท่านอยากเสนอให้ทาง กทปส. นำไปพัฒนาหรือปรับปรุง เพื่อให้ท่านสามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ของโครงการได้ <i>เช่น ขั้นตอนการพิจารณาให้ทุน, ความช่วยเหลือที่อยากได้จาก กทปส. เป็นต้น</i></p>	<ol style="list-style-type: none"> 1) เงินงบประมาณที่ให้กับผู้รับทุนไม่เพียงพอ 2) การจัดทำรายงานควรมีคู่มือ แบบฟอร์ม หรือฟอร์มที่ถูกต้องให้กับผู้ขอรับทุน จะได้ไม่มีปัญหาในการแก้ไขรายงานหลายครั้ง ส่งผลต่อค่าใช้จ่ายในการผลิตเอกสาร เนื่องจากมีคอมเมนต์จากกรรมการในการปรับแก้รายงานหลายรอบ 3) ควรมียกงบประมาณสำหรับเป็นค่าใช้จ่ายในการประชาสัมพันธ์รายการ หรือ การ Boost รายการในช่องทางออนไลน์
<p>31. ข้อเสนอแนะอื่นๆ (ถ้ามี)</p>	<p>ไม่มี</p>

15. รายการ สุภาพิต คำ ปัง ปัง (คำดั่งอินเทรนด์)



ข้อมูลพื้นฐาน

1. ชื่อบริษัท/หน่วยงานของผู้รับทุน	บริษัท เซเท่น กราฟฟิก แอนด์ มีเดีย จำกัด
2. ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์	คุณโชติกา บุญนุช
3. ตำแหน่งของผู้ให้สัมภาษณ์	หัวหน้าโครงการ
4. เพศ	หญิง
5. อายุ	41 - 50 ปี
6. การศึกษา	ปริญญาโท

ข้อมูลรายการ

7. ชื่อรายการ	สุภาพิต คำ ปัง ปัง
8. รูปแบบรายการ	รายการประเภท Edutainment
9. จำนวนตอน 24 ตอน	ระยะเวลาต่อตอน 5 นาที
10. กลุ่มเป้าหมายของรายการ	แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้ 1. เยาวชน คนรุ่นใหม่ หรือ Gen Z ซึ่งถือเป็นผู้สืบทอดวัฒนธรรมทางภาษาต่อไป 2. วัยทำงานตอนต้น หรือ Gen Y คือ ผู้สานต่อส่งผ่านวัฒนธรรมสู่คนรุ่นใหม่ 3. คนวัยทำงานตอนกลาง - ตอนปลาย หรือ Gen X ถือเป็นผู้สืบทอดวัฒนธรรมภาษาดั้งเดิม
11. เนื้อหารายการโดยสรุป	เป็นรายการที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับ “สุภาพิต คำปังปัง” (คำดั่งอินเทรนด์) ที่พบทั่วไปในชีวิตประจำวัน พร้อมนำมาอธิบายด้วยการ Insert ภาพประกอบ และการทำกราฟิก ใส่ขวามเเฟกต์ มีการใช้การสัมภาษณ์กลุ่มวัยรุ่น (Vox POP) ถึงความหมายของคำที่นำมาใช้ในแต่ละตอน ซึ่งคำที่นำเสนอจะพิจารณาจากคำที่อยู่ในกระแส แชนแท็ก หรือเป็นที่นิยมพูดอยู่ในขณะนั้น นำมาเปรียบเทียบความหมายกับ สำนวน สุภาพิต คำพังเพยไทยที่ใช้กันมาในอดีต โดยมีอาจารย์ผู้เชี่ยวชาญ ด้านภาษาไทยเป็นผู้อธิบายให้เข้าใจง่ายร่วมกับพิธีกรตัวแทนของคนรุ่นใหม่
12. แหล่งข้อมูลหรือองค์ความรู้ในการจัดทำเนื้อหารายการ	1) การสืบค้นข้อมูลคำที่อินเทรนด์จากอินเทอร์เน็ต 2) ขอคำปรึกษาจากอาจารย์ชัยภร บางคมบาง ศิลปินแห่งชาติ สาขาวรรณศิลป์
13. ประโยชน์ที่ท่านอยากให้เกิดขึ้นจากการเผยแพร่รายการ	ส่งเสริมการใช้ภาษาไทย ทั้งแบบใหม่และดั้งเดิม ให้คนรุ่นใหม่และคนรุ่นเก่าเข้าใจกัน โดยไม่ลืมรากฐานภาษาไทย
14. ระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินโครงการตามแผนที่เสนอ กทปส. (Proposal)	365 วัน / 12 เดือน
15. ระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินโครงการจริง	365 วัน (12 เดือน) ตั้งแต่ 29 เมษายน 2563 ถึง 28 เมษายน 2564
16. จำนวนตอนที่ผลิตแล้วเสร็จ (จนถึงวันที่สัมภาษณ์)	24 ตอน ระยะเวลาตามแผนที่เสนอ กทปส. (Proposal) 150 วัน ระยะเวลาตามที่ใช้จริง 150 วัน ตามแผน

17. จำนวนตอนที่ออกอากาศสำเร็จ (จนถึงวันที่สัมภาษณ์)	24 ตอน ระยะเวลาตามแผนที่เสนอ กทปส. (Proposal) 5 เดือน ระยะเวลาตามที่ใช้จริง 3 เดือน ตั้งแต่วันที่ 24 ตุลาคม 2563 ถึงวันที่ 10 มกราคม 2564
18. จำนวนบุคลากรทั้งหมดในโครงการ (เช่นผู้กำกับ, ทีมถ่ายทำ, พิธีกร)	10 คน
19. ช่องทางการออกอากาศ: สถานีโทรทัศน์ (On Air)	PPTV HD ช่อง 36 ช่วงเวลาออกอากาศ (วันและเวลา) ทุกวันเสาร์และอาทิตย์ เวลา 8.00 - 8.05 น. <u>ค่าเฉลี่ย Rating ตลอดระยะเวลาการออกอากาศ</u> ➢ ค่าเฉลี่ย Rating ตามแผนที่เสนอ กทปส. (Proposal) ไม่น้อยกว่า 0.1 ➢ ค่าเฉลี่ย Rating จริง 0.148
20. ช่องทางการออกอากาศ: สื่อออนไลน์ (Online)	❖ ช่องทางที่ 1 Youtube จำนวนผู้ติดตาม 118 subscribers https://www.youtube.com/channel/UChyEHEW5xISqUtjNOQK0RrQ (Hashtag : #กทปส #สุภาพดีคำปังปัง #คำดังอินเทรนด์ #สุภาพดี #ภาษาไทย #สำนวน) ชื่อช่อง Supasid Intrend จำนวนยอด Views ตามแผนที่เสนอ กทปส. รวมกันไม่น้อยกว่า 1,072,000 views จำนวนยอด Views จริง 285,290 (จำนวนยอด Views โดยรวม / จำนวนครั้งที่วิดีโอถูกเล่นทุกตอน) จำนวนยอด Views โดยเฉลี่ย 9,838 จำนวนยอด Likes 193 ระยะเวลาการรับชมโดยเฉลี่ย (นาที) 2.13 อัตราการดูวิดีโอจนจบ (Videos Completion Rate) ร้อยละ 10.49 ❖ ช่องทางที่ 2 Facebook จำนวนผู้ติดตาม 1,028 followers ชื่อช่อง https://www.facebook.com/supasidintrend จำนวนยอด Views ตามแผนที่เสนอ กทปส. รวมกันไม่น้อยกว่า 1,072,000 views จำนวนยอด Views จริง 380,287 (จำนวนยอด Views โดยรวม / จำนวนครั้งที่วิดีโอถูกเล่นทุกตอน) จำนวนยอด Views โดยเฉลี่ย 15,845 จำนวนยอด Likes 1,400 จำนวนยอด Comment 28 จำนวนยอด Share 19 ระยะเวลาการรับชมโดยเฉลี่ย (นาที) 0.20 อัตราการดูวิดีโอจนจบ (Videos Completion Rate) ร้อยละ 36
21. งบประมาณที่ได้รับอนุมัติจาก กทปส. ทั้งหมด	3,571,660 บาท (3,571,660 บาท Proposal = ผู้รับทุน)
22. ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในโครงการ	ค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการ (ค่าธรรมเนียม ประเภทรายจ่ายและยอดเงินที่ใช้จ่ายจริง) 2,309,585.60 บาท 1) ค่าตอบแทนบุคลากร หรือนักวิจัย 540,717.00 บาท 2) ค่าใช้สอยหรือค่าดำเนินการ 1,180,000.00 บาท 3) ค่าวัสดุ 135,392.60 บาท 4) ค่าครุภัณฑ์ 19,590.00 บาท 5) ค่าใช้จ่ายอื่นๆ 343,886.00 บาท 6) ค่าบริหารจัดการโครงการ 90,000.00 บาท ค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ (ค่าธรรมเนียม ประเภทรายจ่ายและยอดเงินที่ใช้จ่ายจริง) ค่าเช่าเวลาออกอากาศ 1,027,536.00 บาท
23. รายได้จากการผลิตรายการ (บอกตัวเลขคร่าวๆ ได้)	รายได้จากกองทุน (งบประมาณ) 3,571,660 บาท รายได้จากโฆษณา - ไม่มี รายได้จากช่องทางอื่นๆ - ไม่มี

<p>24. รายการของท่านมีการประเมินผลความพึงพอใจของผู้ชมหรือไม่</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> มี คะแนนความพึงพอใจโดยเฉลี่ยของผู้ชมต่อรายการ ร้อยละ 80 คะแนนเต็ม 10 (เป้าหมาย : ไม่น้อยกว่า 8)</p> <p>จากการเก็บข้อมูลแบบสอบถาม ความพึงพอใจและความคิดเห็นของผู้ที่ได้รับชมรายการ “สุภาสิต คำปัง ปัง” (คำตั้งอินทเรนต์) นั้น ได้ใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งสิ้น 1,200 ชุด มีผลการสำรวจที่สำคัญ ดังนี้</p> <p>1) สรุปผลของการสำรวจความพึงพอใจต่อเนื้อหารายการ พบว่า มีความพึงพอใจต่อรูปแบบรายการ มาก (ค่าเฉลี่ย = 4.57 จากคะแนนเต็ม 5.00) โดยผลสำรวจเรื่องเนื้อหาที่น่าสนใจ รายการ เข้าใจง่าย พึงพอใจมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.76 จากคะแนนเต็ม 5.00) และรองลงมาคือ เรื่องของให้ความบันเทิง สนุกสนาน (ค่าเฉลี่ย = 4.69 จากคะแนนเต็ม 5.00)</p> <p>2) สรุปผลของการสำรวจความพึงพอใจต่อผู้ดำเนินรายการ พบว่า มีความพึงพอใจต่อผู้ดำเนินรายการ มาก (ค่าเฉลี่ย = 4.66 จากคะแนนเต็ม 5.00) โดยผลสำรวจเรื่องมีไหวพริบ และ ปฏิภาณดี พึงพอใจมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.79 จากคะแนนเต็ม 5.00) และรองลงมาคือ เรื่อง การแต่งกายเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย = 4.77 จากคะแนนเต็ม 5.00) เป็นต้น</p>
<p>25. รายการได้มีการจัดทำบริการคำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption) หรือบริการล่ามภาษามือ (Sign Language Interpretation) และบริการเสียงบรรยายภาพ (Audio Description) หรือไม่</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> มี ได้แก่</p> <ul style="list-style-type: none"> ● คำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption) ● เสียงบรรยายภาพ (Audio Description)

ปัจจัยความสำเร็จ ปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะ

<p>26. ผลการดำเนินงานในภาพรวมเป็นไปตามแผนที่ท่านเสนอให้แก่องค์กร กทปส. ไว้หรือไม่ อย่างไร</p>	<p>เป็นไปตามแผน แต่ได้รับผลกระทบจากการระบาดของเชื้อไวรัสโควิด ส่งผลต่อการถ่ายทำรายการบ้างในบางช่วงเวลา แต่ผู้ผลิตรายการสามารถแก้ไขปัญหามาให้สำเร็จได้</p>
<p>27. กรุณาเล่าถึงการบริหารจัดการโครงการของท่านในด้านการบริหารงบประมาณ, การบริหารบุคลากร, การบริหารเวลาในการดำเนินงาน การบริหารทรัพยากรในการผลิตและด้านอื่นๆ</p>	<p>การบริหารงบประมาณ : ไม่พบปัญหา งบประมาณที่ได้รับมาสามารถบริหารจัดการได้ ทั้งนี้มีค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นจากการผลิตงานเอกสารฉบับที่ต้องแก้ไขตามคอมเมนต์ของคณะกรรมการ รวมถึงมีค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมจากการต้องแก้ไขการถ่ายทำรายการตามข้อเสนอแนะของคณะกรรมการ</p> <p>การบริหารบุคลากร : ไม่พบปัญหา</p> <p>การบริหารเวลาในการดำเนินงาน : ไม่พบปัญหา สามารถดำเนินการถ่ายทำและออกอากาศได้ตามกำหนด</p> <p>การบริหารทรัพยากรในการผลิต : ไม่พบปัญหา</p>
<p>28. ปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินงานของท่านมีอะไรบ้าง กรุณายกตัวอย่างเหตุการณ์หรือสิ่งที่ทำให้ท่านสามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ของโครงการ</p>	<p>ได้รับการตอบรับที่ดีจากคนรับชมรายการ เห็นคุณค่าและประโยชน์จากการรับชมรายการ การนำเสนอมีความน่าสนใจ สนุก ไม่น่าเบื่อ มีการใช้กราฟิกประกอบการนำเสนอ</p>
<p>29. ปัญหาอุปสรรคหรือข้อจำกัดในการดำเนินงานของท่านมีอะไรบ้าง กรุณายกตัวอย่างเหตุการณ์หรือสิ่งที่ทำให้ท่านไม่สามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ของโครงการ <i>เช่น การขอรับทุนจาก กทปส., งบประมาณที่ได้รับ, ผลการดำเนินงาน (ก่อน ระหว่าง และ หลังการผลิตรายการ) เป็นต้น</i></p>	<p>1. สภาพดินฟ้าอากาศ เนื่องจากช่วงเวลาในการถ่ายทำอยู่ในช่วงที่มีฝนตกแทบทุกวัน ทำให้ระยะเวลาในการถ่ายทำใน แต่ละวันมีน้อยลง ซึ่งทีมงานแก้ไขโดยจัดฉากใหม่ในอาคาร (Indoor) เพื่อให้การถ่ายทำในแต่ละครั้งลุล่วงไปได้ตาม เป้าหมายที่ตั้งไว้</p> <p>2. บรรยากาศรอบๆ สถานที่ถ่ายทำ การถ่ายทำส่วนใหญ่อยู่ในสถานที่ภายนอกอาคาร (Outdoor) มีบรรยากาศแบบสวนนั่งเล่น สภาพ แวดล้อมภายนอกจึงมีผลกระทบเป็นอย่างไร ทั้งเสียงรบกวน เสียงเครื่องยนต์ เสียงแตร เสียงก่อสร้าง เสียงรถไฟ เครื่องบิน รถยนต์ เรือ มอเตอร์ไซด์ รถขายของ เครื่องปั้มน้ำ ตลอดจนเสียงละหมาด ซึ่งปัจจัยภายนอกเหล่านี้ส่งผลกระทบโดยตรงต่อการถ่ายทำ ทำให้มีช่วงเวลางานที่สั้นลง ต้องรอจังหวะ ถ่ายทำได้เป็นระยะ เนื่องจากคณะผู้จัดทำนั้นคุณภาพของงาน ทุกองค์ประกอบจึงมีส่วนสำคัญในการผลิตรายการ</p>

	<p>3. สถานการณ์โควิด-19 จากสถานการณ์โควิด -19 ที่ประเทศไทยประสบอยู่ตั้งแต่ช่วงปี 2563 นั้นทำให้การทำงานล่าช้าและล่าช้าลง ส่งผลให้ช่วงเวลาในการผลิตรายการติดกับช่วงเวลาในการออกอากาศ ทางคณะผู้จัดทำจึงต้องวางแผนการทำงานให้รัดกุม เตรียมแผนสำรองล่วงหน้า บางครั้งต้องตัดงานไปส่งช่องไป แต่ผ่านไปได้ด้วยดีในที่สุด</p> <p>4. งบประมาณการทำงานที่จำกัด จากงบประมาณการดำเนินการที่จำกัด ทำให้ไม่สามารถจ่ายค่าสถานที่ถ่ายทำในสถานที่สาธารณะได้ จึงต้องปรับเนื้อหาและสถานการณ์ที่ใช้การถ่ายทำในสถานที่ส่วนบุคคลได้ เช่น บ้านพัก ที่อยู่อาศัย เป็นต้น โดยอาศัยเทคนิค การถ่ายทำ และตัดต่อช่วยเพิ่มความน่าสนใจให้กับรายการมากยิ่งขึ้น</p>
<p>30. ข้อเสนอแนะที่ท่านอยากเสนอให้ทาง กทปส. นำไปพัฒนาหรือปรับปรุง เพื่อให้ท่านสามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ของโครงการได้</p> <p>เช่น ขั้นตอนการพิจารณาให้ทุน, ความช่วยเหลือที่อยากได้รับจาก กทปส. เป็นต้น</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1) ควรมีการจ่ายเงินให้ตรงเวลา 2) คณะกรรมการที่พิจารณาให้ทุนกับคณะกรรมการตรวจรับควรจะมีการเชื่อมโยงข้อมูลกัน จะทำให้การพิจารณาตรวจรับงานอยู่บนข้อกำหนดที่ต้องยึดตามรายละเอียดในการให้ทุนเป็นหลัก เนื่องจากหากมีข้อเสนอแนะจากกรรมการตรวจรับให้ปรับเปลี่ยนการผลิตและถ่ายทำรายการที่แตกต่างจากข้อเสนอในตอนแรก อาจมีต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น 3) เจ้าหน้าที่เก็บเอกสารไม่ดี หาเอกสารไม่เจอ ทำให้ต้องส่งเอกสารกลับไปกลับมาหลายครั้ง 4) การผลิตเอกสารครั้งละ 7 เล่ม สิ้นเปลืองทรัพยากร 5) การให้ส่งไฟล์ในแผ่น CD-Rom ปัจจุบันไม่นิยมใช้กันแล้ว ควรส่งเป็น USB เหมาะสมกว่า
<p>31. ข้อเสนอแนะอื่นๆ (ถ้ามี)</p>	<p>ไม่มี</p>



16. รายการ Young@Heart Show: Celeb Talk



ข้อมูลพื้นฐาน

1. ชื่อบริษัท/หน่วยงานของผู้รับทุน	บริษัท เดียร์ 36 จำกัด
2. ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์	คุณทวีรัตน์ จิรดิถก
3. ตำแหน่งของผู้ให้สัมภาษณ์	หัวหน้าโครงการ
4. เพศ	หญิง
5. อายุ	41 - 50 ปี
6. การศึกษา	ปริญญาโท

ข้อมูลรายการ

7. ชื่อรายการ	Young@Heart Show: Celeb Talk
8. รูปแบบรายการ	รายการ Talk Show
9. จำนวนตอน 20 ตอน	20 ตอนๆ ละ 5 นาที
10. กลุ่มเป้าหมายของรายการ	1) วัยทำงาน 64% โดยคนในวัยนี้เป็นวัยที่ยังไม่เกิดโรคมามากนักจึงต้องมีการป้องกันโรคที่มีคุณภาพ 2) วันสูงอายุ 36% ส่วนใหญ่จะเกิดโรคขึ้นแล้ว จึงต้องเจาะจงไปที่การแก้ไขแต่อย่างไรประชากรทุกคนควรที่จะมีสุขภาพที่ดี
11. เนื้อหารายการโดยสรุป	การสัมภาษณ์แขกรับเชิญดารานักแสดง เกี่ยวกับการดูแลสุขภาพ เคล็ดลับในการใช้ชีวิต ข้อคิดต่างๆ จากการใช้ชีวิตของผู้ให้สัมภาษณ์แต่ละท่าน โดยแบ่งแขกรับเชิญเป็น 2 กลุ่ม คือ 1. กลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์ที่เป็นบุคคลที่มีชื่อเสียงและที่ได้รับความนิยมจากสังคม ที่มีการดูแลสุขภาพของตัวเองอย่างสม่ำเสมอ มาพูดคุยและแบ่งปันประสบการณ์และสร้างแรงบันดาลใจที่ดีให้แก่ผู้ชมเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพ 2. กลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์ที่เป็นบุคคลที่มีชื่อเสียงและที่ได้รับความนิยมจากสังคม ที่ไม่ดูแลสุขภาพของตัวเองเท่าที่ควรในอดีต เป็นข้อควรระวังในการใช้ชีวิตและให้ข้อคิดที่ดีแก่ผู้ชม
12. แหล่งข้อมูลหรือองค์ความรู้ในการจัดทำเนื้อหารายการ	1) ปรีกษา พญ. กอบกาญจน์ ชุณหสวัสติกุล ที่ปรึกษาโครงการ 2) ใช้ทีมวิชาการลงไปหาข้อมูลเกี่ยวกับการรักษาสุขภาพในปัจจุบัน
13. ประโยชน์ที่ท่านอยากให้เกิดขึ้นจากการเผยแพร่รายการ	ส่งเสริมให้คนรักษาสุขภาพให้แข็งแรงก่อนที่จะเกิดโรค และหากเจ็บป่วยก็สามารถรู้วิธีการดูแลการรักษาที่ถูกต้อง รวมถึงลดค่าใช้จ่ายในการรักษาโรคเมื่อตอนสูงวัย
14. ระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินโครงการตามแผนที่เสนอ กทปส. (Proposal)	365 วัน / 12 เดือน
15. ระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินโครงการจริง	365 วัน / 12 เดือน
16. จำนวนตอนที่ผลิตแล้วเสร็จ (จนถึงวันที่สัมภาษณ์)	20 ตอน ระยะเวลาตามแผนที่เสนอ กทปส. (Proposal) 150 วัน ระยะเวลาตามที่ใช้จริง 150 วัน ตามแผน

17. จำนวนตอนที่ออกอากาศสำเร็จ (จนถึงวันที่สัมฤทธิ์)	20 ตอน ระยะเวลาตามแผนที่เสนอ กทปส. (Proposal) 28 วัน ระยะเวลาตามที่ใช้จริง 28 วัน ตั้งแต่วันที่ 1 กันยายน 2563 ถึงวันที่ 28 กันยายน 2563
18. จำนวนบุคลากรทั้งหมดในโครงการ (เช่นผู้กำกับ, ทีมถ่ายทำ, พิธีกร)	25 คน
19. ช่องทางการออกอากาศ: สถานีโทรทัศน์ (On Air)	ช่อง 3 HD ช่วงเวลาออกอากาศ (วันและเวลา) จันทร์ - ศุกร์ เวลา 03.18 - 03.23 น. <u>ค่าเฉลี่ย Rating ตลอดระยะเวลาการออกอากาศ</u> ➤ ค่าเฉลี่ย Rating ตามแผนที่เสนอ กทปส. (Proposal) ไม่น้อยกว่า 0.1 ➤ ค่าเฉลี่ย Rating จริง 0.02
20. ช่องทางการออกอากาศ: สื่อออนไลน์ (Online)	❖ ช่องทางที่ 1 Youtube จำนวนผู้ติดตาม 4,050 subscribers https://www.youtube.com/channel/UC-9n2gjyra95AD2QtmYeRqW (Hashtag : # Young at Heart Show #Celeb talk #สุขภาพ #โควิด19 #มะเร็ง #กทปส) ชื่อช่อง Young at Heart Show จำนวนยอด Views ตามแผนที่เสนอ กทปส. รวมกันไม่น้อยกว่า 1,446,000 views จำนวนยอด Views จริง 220,818 (จำนวนยอด Views โดยรวม / จำนวนครั้งที่วิดีโอถูกเล่นทุกตอน) จำนวนยอด Views โดยเฉลี่ย 10,040 จำนวนยอด Likes 350 ระยะเวลาการรับชมโดยเฉลี่ย (นาที) 2.48 อัตราการดูวิดีโอจนจบ (Videos Completion Rate) ร้อยละ 32.0 ❖ ช่องทางที่ 2 Facebook จำนวนผู้ติดตาม 8,900 followers ชื่อช่อง https://www.facebook.com/YoungatHeartShow/ จำนวนยอด Views ตามแผนที่เสนอ กทปส. รวมกันไม่น้อยกว่า 1,446,000 views จำนวนยอด Views จริง 1,064,900 (จำนวนยอด Views โดยรวม / จำนวนครั้งที่วิดีโอถูกเล่นทุกตอน) จำนวนยอด Views โดยเฉลี่ย 53,245 จำนวนยอด Likes 212 จำนวนยอด Comment ไม่มี จำนวนยอด Share 54 ระยะเวลาการรับชมโดยเฉลี่ย (นาที) 2.53 อัตราการดูวิดีโอจนจบ (Videos Completion Rate) ร้อยละ 28
21. งบประมาณที่ได้รับอนุมัติจาก กทปส. ทั้งหมด	4,819,280.00 บาท (4,819,280.00 บาท Proposal = ผู้รับทุน)
22. ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในโครงการ	ค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการ (กรณีระบุ ประเภทรายจ่ายและยอดเงินที่ใช้จ่ายจริง) 4,301,500.00 บาท 1) ค่าตอบแทนบุคลากร หรือนักวิจัย 590,000.00 บาท 2) ค่าจ้างผลิตรายการ 1,400,000.00 บาท 3) ค่าดารารับเชิญ 1,100,000.00 บาท 4) ค่าวัสดุสำนักงาน 33,500.00 บาท 5) ค่าวัสดุเผยแพร่ 36,000.00 บาท 6) ค่าจัดทำคำบรรยายแทนเสียงและเสียงบรรยายภาพ = 60,000.00 บาท 7) ค่าโทรศัพท์ ไปรษณีย์ อากร = 36,000.00 บาท 8) ค่าจัดทำรายงาน = 31,000.00 บาท 9) ค่าตรวจสอบและจัดทำบัญชีค่าใช้จ่ายโครงการ = 15,000.00 บาท ค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ (กรณีระบุ ประเภทรายจ่ายและยอดเงินที่ใช้จ่ายจริง) ค่าเช่าเวลาออกอากาศ 1,200,000.00 บาท

23. รายได้จากการผลิตรายการ (บอกตัวเลขคร่าวๆ ได้)	รายได้จากกองทุน (งบประมาณ) 4,819,280.00 บาท รายได้จากโฆษณา - ไม่มี รายได้จากช่องทางอื่นๆ - ไม่มี
24. รายการของท่านมีการประเมินผลความพึงพอใจของผู้ชมหรือไม่	<input checked="" type="checkbox"/> มี คะแนนความพึงพอใจโดยเฉลี่ยของผู้ชมต่อรายการ ร้อยละ 80 คะแนนเต็ม 10 (เป้าหมาย : ไม่น้อยกว่า 8) การประเมินความพึงพอใจของผู้ชมรายการ Young@Heart Show : Celeb Talk โดยการสุ่มตัวอย่างจากกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้รับชมรายการ ประกอบด้วยผู้สูงอายุ ผู้พิการ และผู้ด้อยโอกาส จำนวน 100 ตัวอย่าง ผลการประเมิน พบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อรายการ Young@Heart Show : Celeb Talk ในระดับมากที่สุด รองลงมา มีความพึงพอใจในระดับมาก และระดับปานกลาง ตามลำดับ โดยส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อรูปแบบของรายการมากที่สุด รองลงมาเป็นด้านเนื้อหารายการ โดยค่าเฉลี่ยภาพรวมคะแนนความพึงพอใจ อยู่ที่ 4.48 คะแนน จากคะแนนเต็ม 5.00 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 89.6
25. รายการได้มีการจัดทำบริการคำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption) หรือบริการล่ามภาษามือ (Sign Language Interpretation) และบริการเสียงบรรยายภาพ (Audio Description) หรือไม่	<input checked="" type="checkbox"/> มี ได้แก่ <ul style="list-style-type: none"> ● คำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption) ● เสียงบรรยายภาพ (Audio Description)

ปัจจัยความสำเร็จ ปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะ

26. ผลการดำเนินงานในภาพรวมเป็นไปตามแผนที่ท่านเสนอให้แก่กองทุน กทปส. ไว้หรือไม่ อย่างไร	สามารถดำเนินการได้ตามแผน
27. กรุณาเล่าถึงการบริหารจัดการโครงการของท่านในด้านการบริหารงบประมาณ, การบริหารบุคลากร, การบริหารเวลาในการดำเนินงาน การบริหารทรัพยากรในการผลิตและด้านอื่นๆ	<p>การบริหารงบประมาณ : มีการสำรองเงินไว้สำหรับป้องกันความเสี่ยงจากเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิด เช่น ค่าเสียหายจากการออกกองแล้วไม่สามารถถ่ายทำได้ ค่าตัดต่องานที่ไม่เป็นไปตามแผน และค่าเสียหายจากการไม่สามารถออกอากาศได้ เป็นต้น</p> <p>การบริหารบุคลากร : ไม่พบปัญหา มีการบริหารทีมงานที่ดี วางแผนและแบ่งงานชัดเจน</p> <p>การบริหารเวลาในการดำเนินงาน : ไม่พบปัญหา สามารถดำเนินการถ่ายทำและออกอากาศได้ตามกำหนด รวมถึงมีการเผื่อเวลาไว้สำหรับเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิด</p> <p>การบริหารทรัพยากรในการผลิต : ไม่พบปัญหา</p>
28. ปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินงานของท่านมีอะไรบ้าง กรุณายกตัวอย่างเหตุการณ์หรือสิ่งที่ทำให้ท่านสามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ของโครงการ	<ol style="list-style-type: none"> 1) ใช้ดาร่า หรือผู้มีชื่อเสียง เป็นแขกรับเชิญในรายการ 2) มีที่ปรึกษารายการที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในการสื่อสาร และความรู้ทางการแพทย์และสุขภาพ 3) การนำเสนอเนื้อหาของรายการเป็นแบบองค์รวม สร้างความเข้าใจให้กับผู้รับชมอย่างลึกซึ้ง และสื่อสารได้ตรงจุดที่ผู้รับชมต้องการรู้
29. ปัญหาอุปสรรคหรือข้อจำกัดในการดำเนินงานของท่านมีอะไรบ้าง กรุณายกตัวอย่างเหตุการณ์หรือสิ่งที่ทำให้ท่านไม่สามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ของโครงการ <i>เช่น การขอรับทุนจาก กทปส., งบประมาณที่ได้รับ, ผลการดำเนินงาน (ก่อน ระหว่าง และ หลังการผลิตรายการ) เป็นต้น</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1) ปัญหาโควิด ส่งผลต่อการถ่ายทำรายการ ต้องมีการใส่หน้ากาก หรือ face shield 2) มีอุปสรรคต่อการนัดหมายถ่ายทำในช่วงลือคควาน์ 3) ปัญหารจากการเปลี่ยนผ่านของช่องที่ออกอากาศ ส่งผลต่อการปรับผังรายการ 4) ได้รับเงินจากกองทุนล่าช้า หลายเดือน 5) ขาดการสนับสนุนค่าใช้จ่ายในการประชาสัมพันธ์รายการ ต้องใช้เงินส่วนตัวดำเนินการ

<p>30. ข้อเสนอแนะที่ท่านอยากเสนอให้ทาง กทปส. นำไปพัฒนาหรือปรับปรุง เพื่อให้ท่านสามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ของโครงการได้</p> <p>เช่น ขั้นตอนการพิจารณาให้ทุน, ความช่วยเหลือที่อยากได้รับจาก กทปส. เป็นต้น</p>	<p>1) การตามงานจากเจ้าหน้าที่กองทุน และงบประมาณมีความล่าช้า ต้องมีการปรับปรุงการทำงานให้รวดเร็วยิ่งขึ้น</p> <p>2) หลักเกณฑ์ในการวัดเรตติ้ง จำเป็นต้องกำหนดให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน</p>
<p>31. ข้อเสนอแนะอื่นๆ (ถ้ามี)</p>	<p>ไม่มี</p>

17. รายการ วิทยุชุมชน



ข้อมูลพื้นฐาน

1. ชื่อบริษัท/หน่วยงานของผู้รับทุน	บริษัท 236 โปรดักชั่น จำกัด
2. ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์	คุณธัญรัตน์ ถิ่นเทศ
3. ตำแหน่งของผู้ให้สัมภาษณ์	เลขานุการโครงการ / ครีเอทีฟรายการ
4. เพศ	หญิง
5. อายุ	21 - 30 ปี
6. การศึกษา	ปริญญาตรี

ข้อมูลรายการ

7. ชื่อรายการ	ลายแทงชุมชน
8. รูปแบบรายการ	รายการประเภทสารคดี
9. จำนวนตอน 20 ตอน	20 ตอนๆ ละ 10 นาที
10. กลุ่มเป้าหมายของรายการ	ประชาชนทั่วไปจะได้รับความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ โดยสามารถนำความรู้ที่ได้รับจากเนื้อหารายการไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน
11. เนื้อหารายการโดยสรุป	เป็นรายการที่นำเสนอเรื่องราวของวิทยุชุมชน ซึ่งเป็นการรวมตัวของคนในชุมชน เพื่อส่งเสริมและขับเคลื่อนการผลิตสินค้าท้องถิ่น ซึ่งถ้าวิทยุชุมชนใดที่ประสบความสำเร็จ นั้นหมายความว่าชุมชนนั้นมีความเป็นอยู่และเศรษฐกิจที่ดี อย่างไรก็ตาม กว่าที่วิทยุชุมชนนั้นๆ จะประสบความสำเร็จ ต้องผ่านอุปสรรคในหลายๆ ด้าน ดังนั้น การนำเสนอเรื่องราวของชุมชนต้นแบบที่ประสบความสำเร็จ เพื่อให้วิทยุหรือหน่วยงานอื่นๆ นำไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินงานของกิจการของตนทั้งทางตรงและทางอ้อม
12. แหล่งข้อมูลหรือองค์ความรู้ในการจัดทำเนื้อหารายการ	ใช้วิธีการคัดเลือกจากผลการประกวดวิทยุชุมชนดีเด่นปี 2562 และลงพื้นที่ไปสำรวจข้อมูลใน 6 จังหวัด โดยมีที่ปรึกษาโครงการ คือคุณวีระยุทธ เชื้อไทย ซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านวิทยุชุมชนภาคกลางและขนาดย่อม และเป็นผู้ก่อตั้ง Fanpage Facebook SME Me Fan
13. ประโยชน์ที่ท่านอยากให้เกิดขึ้นจากการเผยแพร่รายการ	เพื่อประชาสัมพันธ์ วิทยุชุมชนที่สามารถเป็นตัวอย่าง หรือเป็นต้นแบบกับวิทยุชุมชนอื่นๆ ที่จะเสกให้เห็นถึงการบริหารจัดการ วิทยุชุมชนที่ดี การกำหนดทิศทางและเป้าหมาย ความรับผิดชอบต่อชุมชน การจัดทำแผนงาน การบริหารตลาด การจัดการความรู้และข้อมูลข่าวสาร การบริหารสมาชิก กระบวนการจัดการสินค้าและบริการ เพื่อให้ได้มาซึ่งผลลัพธ์ในการดำเนินการและคุณภาพของสินค้าและบริการที่ดี ส่งผลให้มีศักยภาพในการเติบโต อย่างยั่งยืนต่อไป

14. ระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินโครงการตามแผนที่เสนอ กทปส. (Proposal)	365 วัน / 12 เดือน
15. ระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินโครงการจริง	365 วัน / 12 เดือน
16. จำนวนตอนที่ผลิตแล้วเสร็จ (จนถึงวันที่สัมภาษณ์)	20 ตอน ระยะเวลาตามแผนที่เสนอ กทปส. (Proposal) 150 วัน ระยะเวลาตามที่ใช้จริง 150 วัน ตามแผน
17. จำนวนตอนที่ออกอากาศสำเร็จ (จนถึงวันที่สัมภาษณ์)	20 ตอน ระยะเวลาตามแผนที่เสนอ กทปส. (Proposal) 26 วัน ระยะเวลาตามที่ใช้จริง 26 วัน ตั้งแต่วันที่ 14 กันยายน 2563 – 9 ตุลาคม 2563
18. จำนวนบุคลากรทั้งหมดในโครงการ (เช่น ผู้กำกับ, ทีมถ่ายทำ, พิธีกร)	35 คน
19. ช่องทางการออกอากาศ: สถานีโทรทัศน์ (On Air)	ช่อง 3 HD ช่วงเวลาออกอากาศ (วันและเวลา) ทุกวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 02.08 – 02.18 น. ตั้งแต่วันที่ 14 กันยายน 2563 – 9 ตุลาคม 2563 <u>ค่าเฉลี่ย Rating ตลอดระยะเวลาการออกอากาศ</u> ➤ ค่าเฉลี่ย Rating ตามแผนที่เสนอ กทปส. (Proposal) ไม่น้อยกว่า 0.1 ➤ ค่าเฉลี่ย Rating จริง 0.0613
20. ช่องทางการออกอากาศ: สื่อออนไลน์ (Online)	❖ ช่องทางที่ 1 Youtube จำนวนผู้ติดตาม 1.65 หมื่น subscribers https://www.youtube.com/channel/UCqhnxwjtLow2X9ey5kTVqrw/featured (Hashtag : #หลายทางชุมชน #BTimes #เศรษฐกิจพอเพียง #กทปส #วิสาหกิจชุมชนต้นแบบ #วิสาหกิจชุมชน) ชื่อช่อง BTimes by MisterBan จำนวนยอด Views ตามแผนที่เสนอ กทปส. รวมกันไม่น้อยกว่า 1,274,000 views จำนวนยอด Views จริง 220,485 (จำนวนยอด Views โดยรวม / จำนวนครั้งที่วิดีโอถูกเล่นทุกตอน) จำนวนยอด Views โดยเฉลี่ย 11,024 จำนวนยอด Likes 228 ระยะเวลาการรับชมโดยเฉลี่ย (นาที) 2.33 อัตราการดูวิดีโอจนจบ (Videos Completion Rate) ร้อยละ 24.0 ❖ ช่องทางที่ 2 Facebook จำนวนผู้ติดตาม 340,401 followers https://www.facebook.com/btimesch3 ชื่อช่อง BTimes จำนวนยอด Views ตามแผนที่เสนอ กทปส. รวมกันไม่น้อยกว่า 1,274,000 views จำนวนยอด Views จริง 1,090,200 (จำนวนยอด Views โดยรวม / จำนวนครั้งที่วิดีโอถูกเล่นทุกตอน) จำนวนยอด Views โดยเฉลี่ย 54,510 จำนวนยอด Likes 991 จำนวนยอด Comment 11 จำนวนยอด Share 98 ระยะเวลาการรับชมโดยเฉลี่ย (นาที) 2.48 อัตราการดูวิดีโอจนจบ (Videos Completion Rate) ร้อยละ 27
21. งบประมาณที่ได้รับอนุมัติจาก กทปส. ทั้งหมด	4,244,690.00 บาท (4,224,690.00 บาท Proposal = ผู้รับทุน)

<p>22. ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในโครงการ</p>	<p>ค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการ (กรณีระบุ ประเภทรายจ่ายและยอดเงินที่ใช้จ่ายจริง) 2,765,800.00 บาท</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) ค่าตอบแทนบุคลากร หรือนักวิจัย 590,000.00 บาท 2) ค่าจ้างผลิตรายการ 1,400,000.00 บาท 3) ค่าพิธีกร 600,000.00 บาท 4) ค่าวัสดุสำนักงาน 36,000.00 บาท 5) ค่าโทรศัพท์ ไปรษณีย์ อากูร 34,800.00 บาท 6) ค่าจัดทำคำบรรยายแทนเสียงและเสียงบรรยายภาพ 60,000.00 บาท 7) ค่าจัดทำรายงาน 30,000.00 บาท 8) ค่าตรวจสอบและจัดทำบัญชีค่าใช้จ่ายโครงการ 15,000.00 <p>ค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ (กรณีระบุ ประเภทรายจ่ายและยอดเงินที่ใช้จ่ายจริง) ค่าเช่าเวลาออกอากาศ 1,200,000.00 บาท</p> <p>ค่าใช้จ่ายภาษี 277,606.00 บาท</p>
<p>23. รายได้จากการผลิตรายการ (บอกตัวเลขคร่าวๆ ได้)</p>	<p>รายได้จากกองทุน (งบประมาณ) 4,244,690.00 บาท รายได้จากโฆษณา - ไม่มี รายได้จากช่องทางอื่นๆ - ไม่มี</p>
<p>24. รายการของท่านมีการประเมินผลความพึงพอใจของผู้ชมหรือไม่</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> มี คะแนนความพึงพอใจโดยเฉลี่ยของผู้ชมต่อรายการ ร้อยละ 80 คะแนนเต็ม 10 (เป้าหมาย : ไม่น้อยกว่า 8)</p> <p>การประเมินความพึงพอใจของผู้ชมรายการ จำนวน 100 ตัวอย่าง ผลการประเมิน พบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อรายการ ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อรายการลายแทงชุมชน ในระดับพึงพอใจมากเป็นจำนวนมากที่สุด รองลงมาเป็นพึงพอใจมากที่สุด และพึงพอใจปานกลางตามลำดับ โดยพึงพอใจในด้านภาพรวมของรายการ ลายแทงชุมชน มากที่สุด โดยได้รับคะแนนความพึงพอใจรวม 424 คะแนน จากคะแนนเต็ม 500 รองลงมาเป็นการ “ลายแทงชุมชน” กระตุ้นให้ผู้รับชมต้องการพัฒนาชุมชนให้ดีขึ้น โดยได้รับคะแนนความพึงพอใจรวม 419 คะแนน จากคะแนนเต็ม 500 คะแนน โดยค่าเฉลี่ยภาพรวมคะแนนความพึงพอใจ อยู่ที่ 4.14 คะแนน จากคะแนนเต็ม 5.00 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 82.8</p>
<p>25. รายการได้มีการจัดทำบริการคำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption) หรือบริการล่ามภาษามือ (Sign Language Interpretation) และบริการเสียงบรรยายภาพ (Audio Description) หรือไม่</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> มี ได้แก่</p> <ul style="list-style-type: none"> ● คำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption) ● เสียงบรรยายภาพ (Audio Description) ● ล่ามภาษามือ (Sign Language Interpretation)

ปัจจัยความสำเร็จ ปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะ

<p>26. ผลการดำเนินงานในภาพรวมเป็นไปตามแผนที่ท่านเสนอให้แก่งกองทุน กทปส. ไว้หรือไม่ อย่างไร</p>	<p>สามารถดำเนินการได้ตามแผน</p>
<p>27. กรุณาลำถึงการบริหารจัดการโครงการของท่านในด้านการบริหารงบประมาณ, การบริหารบุคลากร, การบริหารเวลาในการดำเนินงาน การบริหารทรัพยากรในการผลิตและด้านอื่นๆ</p>	<p>การบริหารงบประมาณ : ได้รับผลกระทบจากการจ่ายเงินของกองทุนที่มีความล่าช้า</p> <p>การบริหารบุคลากร : ไม่พบปัญหา มีการบริหารทีมงานที่ดี วางแผนและแบ่งงานชัดเจน</p> <p>การบริหารเวลาในการดำเนินงาน : ไม่พบปัญหา สามารถดำเนินการถ่ายทำและออกอากาศได้ตามกำหนด แม้ว่าจะได้รับผลกระทบจากสถานการณ์โควิด</p> <p>การบริหารทรัพยากรในการผลิต : ไม่พบปัญหา</p>
<p>28. ปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินงานของท่านมีอะไรบ้าง กรุณายกตัวอย่างเหตุการณ์หรือสิ่งที่ทำให้ท่านสามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ของโครงการ</p>	<p>ศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนที่นำมาเป็นต้นแบบ</p>
<p>29. ปัญหาอุปสรรคหรือข้อจำกัดในการดำเนินงานของท่านมีอะไรบ้าง กรุณายกตัวอย่างเหตุการณ์หรือสิ่งที่ทำให้ท่านไม่สามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ของโครงการ เช่น การขอรับทุนจาก กทปส., งบประมาณที่ได้รับ, ผลการดำเนินงาน (ก่อน ระหว่าง และหลังการผลิตรายการ) เป็นต้น</p>	<p>การจ่ายเงินที่ล่าช้าของ กทปส.</p>
<p>30. ข้อเสนอแนะที่ท่านอยากเสนอให้ทาง กทปส. นำไปพัฒนาหรือปรับปรุง เพื่อให้ท่านสามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ของโครงการได้ เช่น ขั้นตอนการพิจารณาให้ทุน, ความช่วยเหลือที่อยากได้รับจาก กทปส. เป็นต้น</p>	<p>1) ควรพิจารณาจ่ายเงินให้รวดเร็วยิ่งขึ้น</p> <p>2) สนับสนุนการให้ทุนในการผลิตรายการที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการดูแลตนเองในช่วงโควิดให้ความรู้เรื่องสมุนไพรไทย เป็นต้น</p>
<p>31. ข้อเสนอแนะอื่นๆ (ถ้ามี)</p>	<p>ไม่มี</p>

18. รายการ กาลครั้งหนึ่ง



ข้อมูลพื้นฐาน

1. ชื่อบริษัท/หน่วยงานของผู้รับทุน	บริษัท สยาม เอ็นไอเอส จำกัด
2. ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์	คุณณรงค์วรรธ เมฆทิพย์พาศัย
3. ตำแหน่งของผู้ให้สัมภาษณ์	หัวหน้าโครงการ
4. เพศ	ชาย
5. อายุ	41 - 50 ปี
6. การศึกษา	ปริญญาตรี

ข้อมูลรายการ

7. ชื่อรายการ	โครงการเสียงแห่งสายลม : Wing Song
8. รูปแบบรายการ	รายการประเภทวาไรตี้ (Variety)
9. จำนวนตอน 10 ตอน	10 ตอนๆ ละ 10 นาที
10. กลุ่มเป้าหมายของรายการ	ประชาชนทั่วไปไม่มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ โดยสามารถนำความรู้ที่ได้รับจากเนื้อหารายการไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้ เป็นรายการเชิงสร้างสรรค์ เพื่อสังคมและสาธารณประโยชน์
11. เนื้อหารายการโดยสรุป	<p>ถ่ายทอดเรื่องราวประวัติศาสตร์ ประเพณี และวัฒนธรรม อารยธรรมของเมืองโบราณสู่ปัจจุบัน เพื่ออนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยนักร้อง นักแต่งเพลง ที่มีชื่อเสียงจะเป็นผู้ถ่ายทอดเรื่องราว โดยมีรูปแบบการนำเสนอ ดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) เปิดรายการด้วยภาพบรรยากาศความสวยงามของประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรมของทั้ง 10 จังหวัด และภาพจาก Music Videos บางส่วน 2) พิธีกรเปิดรายการ โดยการพูดเกี่ยวกับรายการคร่าวๆ เพื่อสร้างความเข้าใจให้กับผู้ชมรายการ 3) นำเสนอในรูปแบบ Music Videos รวมถึงมีช่วงที่พิธีกรเล่าถึงประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรมต่างๆ 4) พิธีกรกล่าวสรุปจบ และปิดรายการ
12. แหล่งข้อมูลหรือองค์ความรู้ในการจัดทำเนื้อหารายการ	จุดเริ่มต้นเลือกเมืองรองที่น่าสนใจ จากนั้นศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต และศึกษาข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญ

13. ประโยชน์ที่ท่านอยากให้เกิดขึ้นจากการเผยแพร่รายการ	ต้องการให้คนหันกลับมาสนใจวัฒนธรรม หรือรากเหง้าของตนเอง
14. ระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินโครงการตามแผนที่เสนอ กทปส. (Proposal)	365 วัน / 12 เดือน
15. ระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินโครงการจริง	365 วัน / 12 เดือน
16. จำนวนตอนที่ผลิตแล้วเสร็จ (จนถึงวันที่สัมภาษณ์)	10 ตอน ระยะเวลาตามแผนที่เสนอ กทปส. (Proposal) 150 วัน ระยะเวลาตามที่ใช้จริง 150 วัน ตามแผน
17. จำนวนตอนที่ออกอากาศสำเร็จ (จนถึงวันที่สัมภาษณ์)	10 ตอน ระยะเวลาตามแผนที่เสนอ กทปส. (Proposal) 2.5 เดือน ระยะเวลาตามที่ใช้จริง 2.5 เดือน ตั้งแต่วันที่ 4 ตุลาคม 2563 ถึงวันที่ 6 ธันวาคม 2563
18. จำนวนบุคลากรทั้งหมดในโครงการ (เช่น ผู้กำกับ, ทีมถ่ายทำ, พิธีกร)	30 คน
19. ช่องทางการออกอากาศ: สถานีโทรทัศน์ (On Air)	ช่องอมรินทร์ทีวี 34 ช่วงเวลาออกอากาศ (วันและเวลา) วันอาทิตย์ เวลา 12.30 <u>ค่าเฉลี่ย Rating ตลอดระยะเวลาการออกอากาศ</u> ➢ ค่าเฉลี่ย Rating ตามแผนที่เสนอ กทปส. (Proposal) ไม่น้อยกว่า 0.1 ➢ ค่าเฉลี่ย Rating จริง 0.275
20. ช่องทางการออกอากาศ: สื่อออนไลน์ (Online)	❖ ช่องทางที่ 1 Youtube จำนวนผู้ติดตาม 1,000 subscribers https://www.youtube.com/channel/UCA764ZEbWSYeWekLEFjZmFA (Hashtag : #กาลครั้งหนึ่ง #ศิลปวัฒนธรรมไทย #ประเพณีไทย #กทปส #พระธาตุพนม #กาแพ่ซัควาย) ชื่อช่อง กาลครั้งหนึ่ง จำนวนยอด Views ตามแผนที่เสนอ กทปส. รวมกันไม่น้อยกว่า 1,802,000 views จำนวนยอด Views จริง 22,672 (จำนวนยอด Views โดยรวม / จำนวนครั้งที่วิดีโอถูกเล่นทุกตอน) จำนวนยอด Views โดยเฉลี่ย 2,267 จำนวนยอด Likes 17 ระยะเวลาการรับชมโดยเฉลี่ย (นาที) 5.15 อัตราการดูวิดีโอจนจบ (Videos Completion Rate) ร้อยละ 22.0 ❖ ช่องทางที่ 2 Facebook จำนวนผู้ติดตาม 8,900 followers https://www.facebook.com/Galakrungeunghailand ชื่อช่อง กาลครั้งหนึ่ง จำนวนยอด Views ตามแผนที่เสนอ กทปส. รวมกันไม่น้อยกว่า 1,802,000 views จำนวนยอด Views จริง 33,110 (จำนวนยอด Views โดยรวม / จำนวนครั้งที่วิดีโอถูกเล่นทุกตอน) จำนวนยอด Views โดยเฉลี่ย 3,311 จำนวนยอด Likes 12 จำนวนยอด Comment 1 จำนวนยอด Share ไม่มี ระยะเวลาการรับชมโดยเฉลี่ย (นาที) 5.2 อัตราการดูวิดีโอจนจบ (Videos Completion Rate) ร้อยละ 23
21. งบประมาณที่ได้รับอนุมัติจาก กทปส. ทั้งหมด	6,005,910 บาท (6,005,910 บาท Proposal = ผู้รับทุน)

<p>22. ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในโครงการ</p>	<p>ค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการ (กรณีระบุ ประเภทรายจ่ายและยอดเงินที่ใช้จ่ายจริง) 4,809,800.00 บาท 1) ค่าตอบแทนบุคลากร หรือนักวิจัย 590,000.00 บาท 2) ค่าจ้างผลิตรายการ, ค่านักร้อง, ค่าครูประพันธ์, ค่าออกกองถ่าย 3,950,000.00 บาท 3) ค่าวัสดุสำนักงาน 32,800.00 บาท 4) ค่าวัสดุเผยแพร่ 60,000.00 บาท 5) ค่าวัสดุคอมพิวเตอร์ 36,000.00 บาท 6) ค่าส่งเอกสาร ค่าโทรศัพท์ ค่าอาหารแสดมภ์ 36,000.00 บาท 7) ค่าจัดทำคำบรรยายแทนเสียงและเสียงบรรยายภาพ 60,000.00 บาท 8) ค่าจัดทำรายงาน 30,000.00 บาท 9) ค่าตรวจสอบและจัดทำบัญชีค่าใช้จ่ายโครงการ 15,000.00 บาท ค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ (กรณีระบุ ประเภทรายจ่ายและยอดเงินที่ใช้จ่ายจริง) ค่าเช่าเวลาออกอากาศ 800,000.00 บาท ค่าใช้จ่ายภาษี 392,686.00 บาท</p>
<p>23. รายได้จากการผลิตรายการ (บอกตัวเลขคร่าวๆ ได้)</p>	<p>รายได้จากกองทุน (งบประมาณ) 6,005,910 บาท รายได้จากโฆษณา - ไม่มี รายได้จากช่องทางอื่นๆ - ไม่มี</p>
<p>24. รายการของท่านมีการประเมินผลความพึงพอใจของผู้ชมหรือไม่</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> มี คะแนนความพึงพอใจโดยเฉลี่ยของผู้ชมต่อรายการ ร้อยละ 80 คะแนนเต็ม 10 (เป้าหมาย : ไม่น้อยกว่า 8) การประเมินความพึงพอใจของผู้ชมรายการ โดยการสุ่มตัวอย่างจากกลุ่มเป้าหมาย จำนวน 400 ตัวอย่าง ผลการประเมิน พบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อรายการ “กาลครั้งหนึ่ง” ในระดับพึงพอใจมากเป็นจำนวนมากที่สุด รองลงมาเป็นพึงพอใจมาก และพึงพอใจมากที่สุด ตามลำดับ โดยส่วนใหญ่พึงพอใจในด้าน การถ่ายทอดให้ผู้รับชมรายการเข้าใจถึงศิลปวัฒนธรรมของไทยมากที่สุดโดยได้รับคะแนนความพึงพอใจรวม 1,704 คะแนน จากคะแนนเต็ม 2,000 รองลงมาเป็นด้านการเปิดโอกาสให้ผู้รับชมได้เรียนรู้เกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรมของไทยโดยได้รับคะแนนความพึงพอใจรวม 1,704 คะแนน จากคะแนนเต็ม 2,000 คะแนน โดยค่าเฉลี่ยภาพรวมคะแนนความพึงพอใจ อยู่ที่ 8.32 คะแนน จากคะแนนเต็ม 10.00 คะแนน</p>
<p>25. รายการได้มีการจัดทำบริการคำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption) หรือบริการล่ามภาษามือ (Sign Language Interpretation) และบริการเสียงบรรยายภาพ (Audio Description) หรือไม่</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> มี ได้แก่</p> <ul style="list-style-type: none"> ● คำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption) ● เสียงบรรยายภาพ (Audio Description) ● ล่ามภาษามือ (Sign Language Interpretation)

ปัจจัยความสำเร็จ ปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะ

26. ผลการดำเนินงานในภาพรวมเป็นไปตามแผนที่ท่านเสนอให้แก่งกองทุน กทปส. ไว้หรือไม่ อย่างไร	สามารถดำเนินการได้ตามแผนที่เสนอไว้กับกองทุน แต่พบปัญหาจากข้อเสนอแนะจากกรรมการตรวจรับที่ให้ผู้รับทุนไปปรับแก้ไขรายการแบบกระชั้นชิดเกินไป
27. กรุณาเล่าถึงการบริหารจัดการโครงการของท่านในด้านการบริหารงบประมาณ, การบริหารบุคลากร, การบริหารเวลาในการดำเนินงาน การบริหารทรัพยากรในการผลิตและด้านอื่นๆ	<p>การบริหารงบประมาณ : ไม่พบปัญหาสามารถบริหารจัดการได้</p> <p>การบริหารบุคลากร : ไม่พบปัญหา มีการบริหารทีมงานที่ดี วางแผนและแบ่งงานชัดเจน</p> <p>การบริหารเวลาในการดำเนินงาน : ไม่พบปัญหา สามารถดำเนินการถ่ายทำและออกอากาศได้ตามกำหนด</p> <p>การบริหารทรัพยากรในการผลิต : ไม่พบปัญหา</p>
28. ปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินงานของท่านมีอะไรบ้าง กรุณายกตัวอย่างเหตุการณ์หรือสิ่งที่ทำให้ท่านสามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ของโครงการ	<ol style="list-style-type: none"> 1) การเลือกช่วงเวลาออกอากาศที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย 2) เลือกเพลงที่ติดหูในการประกอบการนำเสนอ ทั้งเนื้อเพลง เมโลดี้ การ arrangement เครื่องดนตรี
29. ปัญหาอุปสรรคหรือข้อจำกัดในการดำเนินงานของท่านมีอะไรบ้าง กรุณายกตัวอย่างเหตุการณ์หรือสิ่งที่ทำให้ท่านไม่สามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ของโครงการ <i>เช่น การขอรับทุนจาก กทปส., งบประมาณที่ได้รับ, ผลการดำเนินงาน (ก่อน ระหว่าง และ หลังการผลิตรายการ) เป็นต้น</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1) สถานการณ์โควิด 2) สภาพอากาศ 3) การจ่ายเงินล่าช้าของกองทุน
30. ข้อเสนอแนะที่ท่านอยากเสนอให้ทาง กทปส. นำไปพัฒนาหรือปรับปรุง เพื่อให้ท่านสามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ของโครงการได้ <i>เช่น ขั้นตอนการพิจารณาให้ทุน, ความช่วยเหลือที่อยากได้จาก กทปส. เป็นต้น</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1) ควรมีการจ่ายเงินให้เร็วขึ้น 2) วาระการประชุมควรเลื่อนให้เร็วขึ้น เพื่อให้ผู้รับทุนมีเวลาแก้ไขและปรับปรุงการผลิตรายการได้ทันกับการออกอากาศ 3) ควรเพิ่มงบประมาณสำหรับการประชาสัมพันธ์รายการ
31. ข้อเสนอแนะอื่นๆ (ถ้ามี)	ไม่มี

7.1.3.3 โครงการผลิตสารคดีเชิงประวัติศาสตร์เพื่อนำเสนอข้อมูลเชิงบวกและสร้างสรรค์ ในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้

19. รายการ ย้อนอดีตที่ปลายด้ามขวาน



ข้อมูลพื้นฐาน

1. ชื่อบริษัท/หน่วยงานของผู้รับทุน	บริษัท ริงคิง เอิร์ด จำกัด
2. ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์	คุณจิรพันธ์ พูลผล
3. ตำแหน่งของผู้ให้สัมภาษณ์	หัวหน้าโครงการ
4. เพศ	ชาย
5. อายุ	41 - 50 ปี
6. การศึกษา	ปริญญาตรี

ข้อมูลรายการ

7. ชื่อรายการ	ย้อนอดีตที่ปลายด้ามขวาน
8. รูปแบบรายการ	สารคดีเชิงประวัติศาสตร์ที่เล่าเรื่องผ่านเสียงบรรยาย และบทสัมภาษณ์ของผู้คนในพื้นที่จริง
9. จำนวนตอน 45 ตอน	45 ตอนๆ ละ 25 นาที
10. กลุ่มเป้าหมายของรายการ	1. กลุ่มชาวมุสลิมในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ 2. ประชาชนในประเทศไทย 3. ชาวมุสลิมทั่วโลก
11. เนื้อหารายการโดยสรุป	เป็นรายการที่นำเสนอวิถีชีวิตผ่านมุมมองที่งดงาม มีศิลปะ เหมือนภาพยนตร์ ประกอบภาพกราฟิกเพื่อความเข้าใจยิ่งขึ้น ร้อยเรื่องราวผ่านเสียงบรรยาย และบทสัมภาษณ์ของผู้คนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ด้วยการเจาะลึก ถึงความเป็นมาของแต่ละเรื่องราวในพื้นที่ชายแดนภาคใต้ ทั้งมิติด้านประวัติศาสตร์ ศาสนา วัฒนธรรม จากแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือ ทั้งจากผู้นำศาสนาอิสลาม นักประวัติศาสตร์ท้องถิ่นและครูภูมิปัญญา จากเรื่องราวในประวัติศาสตร์ จะถูกร้อยเรียง และเชื่อมโยงเข้าสู่วิถีชีวิตความเป็นอยู่ในปัจจุบัน เห็นความผูกพัน การอยู่ร่วมกันของผู้คนทั้งชาวมุสลิม และชาวไทยพุทธ เป็นสังคมพหุนิยมที่มีการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม อันจะนำไปสู่เป้าหมายสูงสุด นั่นก็คือ ความเป็นเอกภาพบนความหลากหลาย เป็นการหลอมรวมวัฒนธรรมอย่างกลมกลืน
12. แหล่งข้อมูลหรือองค์ความรู้ในการจัดทำเนื้อหารายการ	ค้นคว้าหาข้อมูลจากเอกสารต่างๆ ได้แก่ ตำนานการสร้างเมืองปัตตานี เอกสารแปลของชาวมุสลิม การค้นหาข้อมูลในอินเทอร์เน็ต การขอความรู้จากผู้เชี่ยวชาญ นักวิชาการ

13. ประโยชน์ที่ท่านอยากให้เกิดขึ้นจากการเผยแพร่รายการ	1) สร้างเอกภาพบนความหลากหลายทางวัฒนธรรม 2) ต้องการให้ภาครัฐและสังคมสามารถสร้างความเข้าใจร่วมกันด้วยความจริงใจและเข้าใจซึ่งกันและกัน
14. ระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินโครงการตามแผนที่เสนอ กทปส. (Proposal)	365 วัน / 12 เดือน
15. ระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินโครงการจริง	365 วัน / 12 เดือน
16. จำนวนตอนที่ผลิตแล้วเสร็จ (จนถึงวันที่สัมภาษณ์)	45 ตอน ระยะเวลาตามแผนที่เสนอ กทปส. (Proposal) 150 วัน ระยะเวลาตามที่ใช้จริง 150 วัน ตามแผน
17. จำนวนตอนที่ออกอากาศสำเร็จ (จนถึงวันที่สัมภาษณ์)	45 ตอน ระยะเวลาตามแผนที่เสนอ กทปส. (Proposal) 90 วัน ระยะเวลาตามที่ใช้จริง 90 วัน ตั้งแต่วันที่ 5 กันยายน 2563 – วันที่ 6 กันยายน 2564
18. จำนวนบุคลากรทั้งหมดในโครงการ (เช่น ผู้กำกับ, ทีมถ่ายทำ, พิธีกร)	30-50 คน
19. ช่องทางการออกอากาศ: สถานีโทรทัศน์ (On Air)	ช่อง 9 MCOT HD ช่วงเวลาออกอากาศ (วันและเวลา) ทุกวันเสาร์-อาทิตย์ เวลา 06.00 – 06.30 น.
20. ช่องทางการออกอากาศ: สื่อออนไลน์ (Online)	<ul style="list-style-type: none"> ❖ ช่องทางที่ 1 Youtube จำนวนผู้ติดตาม 2,200 subscribers https://www.youtube.com/channel/UCMdPS1ErgHaTNu-PsDkM5xw (Hashtag : # ย้อนอดีตที่ปลายด้ามขวาน #กทปส) ชื่อช่อง Plydamkwan Channel จำนวนยอด Views ตามแผนที่เสนอ กทปส. รวมกันไม่น้อยกว่า 4,500,000 views จำนวนยอด Views จริง 5,031,801 (จำนวนยอด Views โดยรวม / จำนวนครั้งที่วิดีโอถูกเล่นทุกตอน) จำนวนยอด Views โดยเฉลี่ย 111,817 จำนวนยอด Likes 5,900 จำนวนยอด Share 606 จำนวนยอด Comment 267 ระยะเวลาการรับชมโดยเฉลี่ย (นาที) 15.50 อัตราการดูวิดีโอจนจบ (Videos Completion Rate) ร้อยละ 72.1 ตัวอย่าง Comment เชิงบวกของผู้ชมรายการ 1) 4 รัฐไทยเสียไป เคยเรียนอยู่แต่เนื้อหาน้อย พอมาดูคลิปนี้รู้ละเอียดขึ้นมากเลยคะ 2) สุดยอดรายการครับ 3) รายการน่าติดตามมากๆ ตัวอย่าง Comment เชิงลบของผู้ชมรายการ ฝ่ายรัฐสร้างรายการก็จะเข้าข้างตัวเองหน่อยประมาณนั้น ตัวอย่าง Comment เชิงแนะนำของผู้ชมรายการ เป็นสารคดีที่ดีมากให้โรงเรียนมหาวิทยาลัยนำไปเปิดตอนพักกลางวัน เปิดตามไปรษณีย์ ศาลาว่าการ โรงพยาบาลให้คนมาติดต่อราชการได้ดูเพลินๆ ได้ทั้งความรู้ได้ฝึกเรียนภาษาอังกฤษ คนไทยจะรักกันมากขึ้น เด็กๆ จะได้ระลึกว่าเรามาถึงตรงนี้ได้ มีความเป็นมาอย่างไร คนไทยโบราณกว่าจะมาถึงตรงนี้ต้องฝ่าฟันอะไรมาบ้าง ❖ ช่องทางที่ 2 Facebook จำนวนผู้ติดตาม 93,069 followers https://www.facebook.com/DocumentaryPlydamkwan ชื่อช่อง ย้อนอดีตที่ปลายด้ามขวาน จำนวนยอด Views ตามแผนที่เสนอ กทปส. รวมกันไม่น้อยกว่า 4,500,000 views จำนวนยอด Views จริง 2,710,686 (จำนวนยอด Views โดยรวม / จำนวนครั้งที่วิดีโอถูกเล่นทุกตอน) จำนวนยอด Views โดยเฉลี่ย 60,237.47 จำนวนยอด Likes 60,067 จำนวนยอด Comment 6,664 จำนวนยอด Share 16,901

	ระยะเวลาการรับชมโดยเฉลี่ย (นาทีย) 1.00 อัตราการดูวิดีโอจนจบ (Videos Completion Rate) ร้อยละ 52
21. งบประมาณที่ได้รับอนุมัติจาก กทปส. ทั้งหมด	18,452,685.00 บาท (18,452,685.00 บาท Proposal = ผู้รับทุน)
22. ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในโครงการ	<p>ค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการ (กรณีระบุ ประเภทรายจ่ายและยอดเงินที่ใช้จ่ายจริง) 13,952,685 บาท</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) ค่าหัวหน้าโครงการ 360,000 บาท 2) ค่าที่ปรึกษาโครงการ 100,000 บาท 3) ค่าผลิตรายการในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนใต้ จำนวน 30 ตอน 6,210,000 บาท 4) ค่าผลิตรายการในต่างประเทศ จำนวน 15 ตอน 4,870,500 บาท 5) ค่าจัดทำเอกสารรายงานและการประเมิน 40,000 บาท 6) ค่าจัดทำคำบรรยายภาษาอังกฤษและภาษาอาหรับ 900,000 บาท 7) ค่าประเมินผล จำนวน 500 กลุ่มตัวอย่าง 250,000 บาท 8) ค่าตรวจสอบและจัดทำบัญชีค่าใช้จ่ายโครงการ 15,000 บาท 9) ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับภาษี 1,207,185 บาท <p>ค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ (กรณีระบุ ประเภทรายจ่ายและยอดเงินที่ใช้จ่ายจริง) ค่าเช่าเวลาออกอากาศ 4,500,000.00 บาท</p>
23. รายได้จากการผลิตรายการ (บอกตัวเลขคร่าวๆ ได้)	รายได้จากกองทุน (งบประมาณ) 18,452,685.00 บาท รายได้จากโฆษณา - ไม่มี รายได้จากช่องทางอื่นๆ - ไม่มี
24. รายการของท่านมีการประเมินผลความพึงพอใจของผู้ชมหรือไม่	<input checked="" type="checkbox"/> มี คะแนนความพึงพอใจโดยเฉลี่ยของผู้ชมต่อรายการ ร้อยละ 80 คะแนนเต็ม 10 (เป้าหมาย : ไม่น้อยกว่า 8) การประเมินความพึงพอใจของผู้ชมรายการ Young@Heart Show : Celeb Talk โดยการสุ่มตัวอย่างจากกลุ่มเป้าหมายที่ จำนวน 1,280 ตัวอย่าง ผลการประเมิน พบว่า ผู้รับชมรายการมีความพึงพอใจรายการย้อนอดีตที่ปลายด้ามขวาน ในระดับมากที่สุดที่ค่าเฉลี่ยรวมร้อยละ 82.15 โดยมีความชื่นชอบ/ประทับใจองค์ประกอบรายการ “ย้อนอดีตที่ปลายด้ามขวาน” ด้านภาพและการถ่ายทำมากที่สุด ในระดับมากที่สุด ที่ค่าเฉลี่ย 4.33 หรือ คิดเป็นร้อยละ 86.6 รองลงมาชื่นชอบ/ประทับใจสถานที่ถ่ายทำ/บรรยากาศสถานที่ต่างๆ ในระดับมากที่สุดที่ค่าเฉลี่ย 4.22 หรือ คิดเป็นร้อยละ 84.4 และ ชื่นชอบ/ประทับใจการเล่าเรื่องดำเนินเรื่อง/การติดต่อลำดับภาพในระดับมากที่สุดที่ค่าเฉลี่ย 4.16 หรือ คิดเป็นร้อยละ 83.2
25. รายการได้มีการจัดทำบริการคำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption) หรือบริการล่ามภาษามือ (Sign Language Interpretation) และบริการเสียงบรรยายภาพ (Audio Description) หรือไม่	<input checked="" type="checkbox"/> ไม่มี มีคำบรรยายเป็นภาษาอังกฤษและภาษาอาหรับ

ปัจจัยความสำเร็จ ปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะ

26. ผลการดำเนินงานในภาพรวมเป็นไปตามแผนที่ท่านเสนอให้แก่กองทุน กทปส. ไว้หรือไม่ อย่างไร	เป็นไปตามแผน
27. กรุณาเล่าถึงการบริหารจัดการโครงการของท่านในด้านการบริหารงบประมาณ, การบริหารบุคลากร, การบริหารเวลาในการดำเนินงาน การบริหารทรัพยากรในการผลิตและด้านอื่นๆ	<p>การบริหารงบประมาณ : ไม่พบปัญหา สามารถบริหารจัดการได้ตามแผน</p> <p>การบริหารบุคลากร : ไม่พบปัญหา มีการบริหารทีมงานที่ดี วางแผนและแบ่งงานชัดเจน</p> <p>การบริหารเวลาในการดำเนินงาน : ไม่พบปัญหา สามารถดำเนินการถ่ายทำและออกอากาศได้ตามกำหนด</p> <p>การบริหารทรัพยากรในการผลิต : ไม่พบปัญหา</p>
28. ปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินงานของท่านมีอะไรบ้าง กรุณายกตัวอย่างเหตุการณ์หรือสิ่งที่ทำให้ท่านสามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ของโครงการ	<ol style="list-style-type: none"> 1) ได้รับความร่วมมือจากคนในพื้นที่อย่างดี ในการอำนวยความสะดวกและให้ข้อมูลจริง โดยอาศัยทีมงานในพื้นที่ที่มีความคุ้นเคยกับชาวบ้าน 2) บทโทรทัศน์ ที่เป็นการศึกษาค้นคว้าเชิงลึก มีการศึกษาค้นคว้ามาอย่างดี มีข้อมูลที่นำเชื่อถือจากผู้เชี่ยวชาญ และเอกสารทางวิชาการ 3) มีทีมงานครีเอทีฟ และทีมการผลิตที่ดี 4) มีการนำเสนอมุมมองที่คนทั่วไปมองไม่เห็น
29. ปัญหาอุปสรรคหรือข้อจำกัดในการดำเนินงานของท่านมีอะไรบ้าง กรุณายกตัวอย่างเหตุการณ์หรือสิ่งที่ทำให้ท่านไม่สามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ของโครงการ <i>เช่น การขอรับทุนจาก กทปส., งบประมาณที่ได้รับ, ผลการดำเนินงาน (ก่อน ระหว่าง และหลังการผลิตรายการ) เป็นต้น</i>	ไม่พบปัญหาและอุปสรรคในการทำงาน
30. ข้อเสนอแนะที่ท่านอยากเสนอให้ทาง กทปส. นำไปพัฒนาหรือปรับปรุง เพื่อให้ท่านสามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ของโครงการได้ <i>เช่น ขั้นตอนการพิจารณาให้ทุน, ความช่วยเหลือที่อยากได้รับจาก กทปส. เป็นต้น</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1) แนวโน้มในการผลิตสื่อไม่เหมือนในอดีต มีช่องทางในการเผยแพร่มากขึ้น อาทิ การ re-edit แล้วนำไปเผยแพร่ผ่าน Netflix หาก กทปส. สามารถออกหลักเกณฑ์มาสนับสนุนการทำงานในอนาคตจะช่วยให้การทำงานง่ายขึ้น 2) ควรมีการให้ทุนสนับสนุนการผลิตรายการเกี่ยวกับแต่ละภูมิภาคของไทย เช่น ชาตินันท์ หรือขยายการให้ทุนไปยังกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลายมากขึ้น 3) ควรสนับสนุนงบประมาณเพิ่มเติมในการจัดทำ AD และ CC เพื่อเพิ่มช่องทางในการรับรู้หรือเข้าถึงเนื้อหารายการให้ครอบคลุมถึงผู้พิการ
31. ข้อเสนอแนะอื่นๆ (ถ้ามี)	ไม่มี



7.1.3.4 โครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อ

20. รายการ บริษัท (ไม่) จัดฉาก จำกัด



ข้อมูลพื้นฐาน

1. ชื่อบริษัท/หน่วยงานของผู้รับทุน	บริษัท เจ เอสแอล โกลบอล มีเดีย จำกัด
2. ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์	คุณ ธารณี พูลพรรณ
3. ตำแหน่งของผู้ให้สัมภาษณ์	ผู้ช่วยผู้ควบคุมการผลิต (Co-Producer)
4. เพศ	หญิง
5. อายุ	41 - 50 ปี
6. การศึกษา	ปริญญาตรี

ข้อมูลรายการ

7. ชื่อรายการ	บริษัท (ไม่) จัดฉาก จำกัด
8. รูปแบบรายการ	Situation Comedy ในสไตล์ Mockumentary โดยนำเสนอละคร Sitom ที่แทรกวิธีการเล่าเรื่อง (Storytelling) ที่ให้ความรู้เชิง "สารคดี" (Documentary) ผสมผสานไปกับเนื้อหาการนำเสนอของ Sitcom
9. จำนวนตอน 18 ตอน	ระยะเวลาต่อตอน 25 นาที
10. กลุ่มเป้าหมายของรายการ	ประชาชนทั่วไป (กลุ่มเป้าหมายหลัก) และ สำนักงาน กสทช., องค์กรและหน่วยงานด้านสื่อ องค์กรเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค และองค์กรด้านการจัดการศึกษา ในการนำรายการที่ผลิตไปใช้ประโยชน์ (กลุ่มผู้ได้รับประโยชน์โดยอ้อม)
11. เนื้อหารายการโดยสรุป	ละครแนว Situation Comedy สไตล์ Mockumentary เรื่อง บริษัท (ไม่) จัดฉาก จำกัด เพื่อความบันเทิงและความรู้เท่าทันสื่อ โดยอธิบายและขยายความรู้ความเข้าใจเพื่อให้ผู้รับสื่อในประเด็นของ สื่อที่ประกอบสร้างขึ้นโดยมีแนวคิดสร้างสรรค์ เป็นสิ่งที่กำหนดรูปแบบและวิธีการเสนอเนื้อหาไปสู่ผู้รับสื่อ โดยความคิดสร้างสรรค์ที่นำมาใช้ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายของการผลิตสื่อแต่ละชนิดแต่ละประเภท เช่น สื่อโฆษณาสินค้าและผลิตภัณฑ์ประกอบสร้างขึ้น เพื่อนำเสนอข้อมูล และทำให้ผู้รับสื่อเกิดความรู้สึกน่าเชื่อถือ อยากรู้ผลิตภัณฑ์และบริการ ทั้งนี้มีเนื้อหาที่เกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อ ผ่านการนำเสนอในหัวข้อต่างๆ เช่น ความหมาย คำว่า สื่อคือสิ่งที่เกิดจากประกอบสร้าง, สื่อทุกสื่อ มีความมุ่งหมายในการผลิตเพื่อวัตถุประสงค์ของเจ้าของสื่อ, การเข้าใจความหมาย คำว่า ข่าวปลอม (Fake News) และกระบวนการผลิตข่าวปลอม, สื่อใช้กระบวนการความคิดสร้างสรรค์เพื่อนำมาผู้ชม, สื่อแฝงไว้ด้วยการนำเสนอคุณค่า และทัศนคติ เพื่อจูงใจให้ผู้รับสื่อเกิดการตีความหมาย

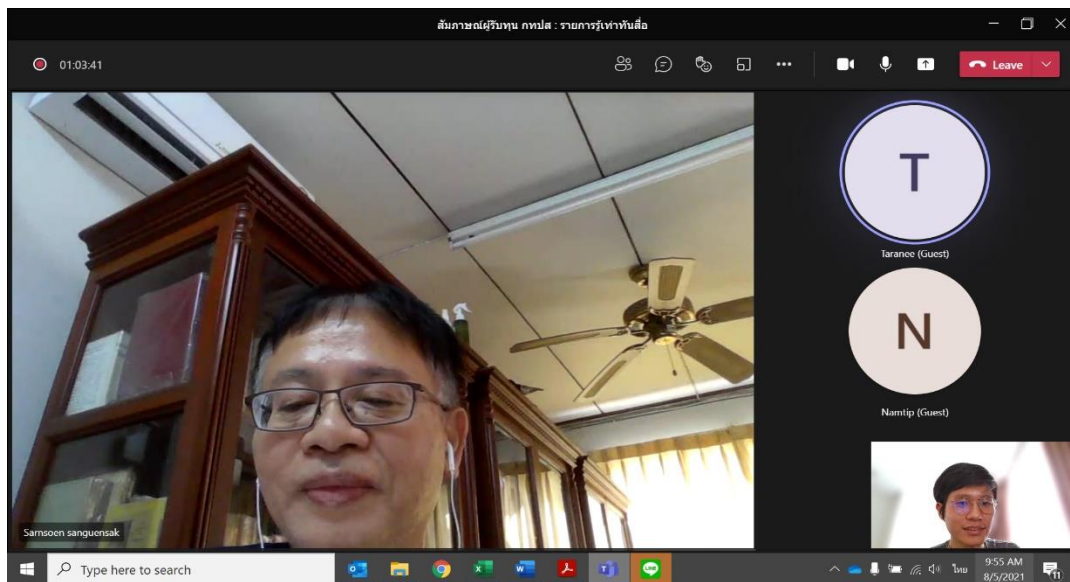
12. แหล่งข้อมูลหรือองค์ความรู้ในการจัดทำเนื้อหารายการ	มีการวางหัวข้อในการนำเสนอเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการรู้เท่าทันสื่อก่อน และปรึกษากับอาจารย์ที่มีความเชี่ยวชาญด้านการรู้เท่าทันสื่อ ในการแนะนำวิธีการ และการทำ factsheet เพื่อนำมาปรับเป็นบทละคร และนำมาทำเป็นเหตุการณ์จำลอง โดยแหล่งข้อมูลหลักคือ นักวิชาการ ที่ปรึกษาโครงการ และคณะกรรมการในการปรับรูปแบบสคริปให้เหมาะสม
13. ประโยชน์ที่ท่านอยากให้เกิดขึ้นจากการเผยแพร่รายการ	1. ผู้ชมเกิดความรู้ความเข้าใจ ถึงหลักการของ "สื่อทุกสื่อล้วนเกิดจากการประกอบสร้าง" (All media messages are 'constructed.') การประกอบสร้าง มีความหมายอย่างไร และมีกระบวนการ ขั้นตอนอย่างไรก่อนกลายมาเป็นสื่อที่ได้รับชม 2. ผู้ชมมีความตระหนัก และความรู้ความเข้าใจ จนสามารถแยกแยะได้ว่า ส่วนใดในสื่อเป็นความจริง ส่วนใดเกิดจากความคิดสร้างสรรค์ขึ้น ผู้ชมสามารถแยกแยะได้ว่าข้อมูลใดเป็นการสร้างความหมายในเชิงสัญลักษณ์ หรือความหมายเชิงคุณค่า เพื่อโน้มน้าวใจให้ผู้รับสื่อหลงเชื่อ
14. ระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินโครงการตามแผนที่เสนอ กทปส. (Proposal)	365 วัน / 12 เดือน
15. ระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินโครงการจริง	(ทำเรื่องขอขยายระยะเวลาโครงการ โดยขยายการส่งมอบงานงวดสุดท้าย ภายในวันที่ 30 มิ.ย. 65)
16. จำนวนตอนที่ผลิตแล้วเสร็จ (จนถึงวันที่สัมภาษณ์)	0 ตอน ระยะเวลาตามแผนที่เสนอ กทปส. (Proposal) 6 เดือน ระยะเวลาตามที่ใช้จริง ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์โควิด ทำให้ไม่สามารถถ่ายทำได้ เนื่องจากการมาตรการความปลอดภัย และการรวมตัวกันเกินกว่าที่รัฐกำหนด)
17. จำนวนตอนที่ออกอากาศสำเร็จ (จนถึงวันที่สัมภาษณ์)	0 ตอน ระยะเวลาตามแผนที่เสนอ กทปส. (Proposal) 5 เดือน วัน/เดือน ระยะเวลาตามที่ใช้จริง - วัน/เดือน
18. จำนวนบุคลากรทั้งหมดในโครงการ (เช่น ผู้กำกับ, ทีมถ่ายทำ, พิธีกร)	50 คน
19. ช่องทางการออกอากาศ: สถานีโทรทัศน์ (On Air)	ช่อง ช่อง Amarin และ Rerun ที่ช่อง Workpoint ช่วงเวลาออกอากาศ (วันและเวลา) - <u>ค่าเฉลี่ย Rating ตลอดระยะเวลาการออกอากาศ</u> ➤ ค่าเฉลี่ย Rating ตามแผนที่เสนอ กทปส. (Proposal) ไม่น้อยกว่า 0.06 (และ จำนวนการเข้าชมสื่อออนไลน์รวมกันไม่น้อยกว่า 120,000 views) ➤ ค่าเฉลี่ย Rating จริง -
20. ช่องทางการออกอากาศ: สื่อออนไลน์ (Online)	❖ ช่องทางที่ 1 Youtube ชื่อช่อง - จำนวนยอด Views ตามแผนที่เสนอ กทปส. รวมกันไม่น้อยกว่า 120,000 views ❖ ช่องทางที่ 2 Facebook ชื่อช่อง - จำนวนยอด Views ตามแผนที่เสนอ กทปส. รวมกันไม่น้อยกว่า 120,000 views
21. งบประมาณที่ได้รับอนุมัติจาก กทปส. ทั้งหมด	12,884,833 บาท (12,884,833 บาท Proposal = ผู้รับทุน)

<p>22. ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในโครงการ</p>	<p>ค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการ (กรณารายบุ ประเภทรายจ่ายและยอดเงินที่ใช้จ่ายจริง) (8,290,000 บาท Proposal) รายละเอียด Budget: ค่าผลิตรายการที่ได้รับอนุมัติ 1) ค่าผลิตเนื้อหาในรูปแบบละคร (18 ตอน) ตอนละ 430,000 รวม 7,740,000 2) ค่าจัดทำ CC และ AD 180,000 3) ค่าผลิตเนื้อหาออนไลน์ 350,000 4) ค่าผลิตคลิปลิ้น (18 ตอน) 20,000</p> <p>ค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ (กรณารายบุ ประเภทรายจ่ายและยอดเงินที่ใช้จ่ายจริง) (3,532,900 บาท Proposal) รายละเอียด Budget: ค่าเช่าเวลาออกอากาศรายการ 1) ค่าเช่าเวลาออกอากาศรายการ First Run 100,000 บาทต่อตอน (18 ตอน) = 1,800,000 บาท 2) ค่าเช่าเวลาออกอากาศรายการ Rerun 50,000 บาทต่อตอน (18 ตอน) = 900,000 บาท 3) ค่าโฆษณาออนไลน์ = 832,900 บาท</p>
<p>23. รายได้จากการผลิตรายการ (บอกตัวเลขคร่าวๆ ได้)</p>	<p>รายได้จากกองทุน (งบประมาณ) 12,884,833 บาท รายได้จากโฆษณา - บาท รายได้จากช่องทางอื่นๆ - บาท</p>
<p>24. รายการของท่านมีการประเมินผลความพึงพอใจของผู้ชมหรือไม่</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> มี ความคิดเห็น/ข้อเสนอแนะ/Feedback จากผู้ชมรายการ มีอะไรบ้าง ยังไม่มีการออกอากาศ</p>
<p>25. รายการได้มีการจัดทำบริการคำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption) หรือบริการล่ามภาษามือ (Sign Language Interpretation) และบริการเสียงบรรยายภาพ (Audio Description) หรือไม่</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> มี ได้แก่</p> <ul style="list-style-type: none"> • คำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption) • เสียงบรรยายภาพ (Audio Description)

ปัจจัยความสำเร็จ ปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะ

<p>26. ผลการดำเนินงานในภาพรวมเป็นไปตามแผนที่ท่านเสนอให้แก่กองทุน กทปส. ไว้หรือไม่ อย่างไร</p>	<p>ไม่เป็นไปตามแผน เนื่องจากได้รับผลกระทบจากโควิด ซึ่งทำให้ไม่สามารถดำเนินการถ่ายทำรายการได้ และจำเป็นต้องยื่นขอขยายระยะเวลาโครงการ ในการส่งมอบงานการผลิต / การเผยแพร่ทางโทรทัศน์และทางออนไลน์ / การส่งมอบงานงวดสุดท้าย ซึ่งโดยรวมขยายระยะเวลาจนถึงงวดสุดท้ายภายในวันที่ 30 มิ.ย. 65</p>
<p>27. กรุณาเล่าถึงการบริหารจัดการโครงการของท่านในด้านการบริหารงบประมาณ, การบริหารบุคลากร, การบริหารเวลาในการดำเนินงาน การบริหารทรัพยากรในการผลิตและด้านอื่นๆ</p>	<p>การบริหารงบประมาณ : ไม่มีปัญหา</p> <p>การบริหารบุคลากร : ไม่สามารถถ่ายทำได้เนื่องจาก มาตรการของรัฐที่มีการจำกัดจำนวนการรวมตัวกัน ทำให้ไม่สามารถออกกองถ่ายทำได้</p> <p>การบริหารเวลาในการดำเนินงาน : ไม่สามารถถ่ายทำได้ตามระยะเวลา และต้องวางแผนการถ่ายทำใหม่ โดย ณ ช่วงเวลาที่สัมภาษณ์ สามารถผลิตผลงานไปได้ประมาณ 30%</p> <p>การบริหารทรัพยากรในการผลิต : ไม่มีปัญหา</p>
<p>28. ปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินงานของท่านมีอะไรบ้าง กรุณายกตัวอย่างเหตุการณ์หรือสิ่งที่ทำให้ท่านสามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ของโครงการ</p>	<p>สถานการณ์การแพร่ระบาด</p>

<p>29. ปัญหาอุปสรรคหรือข้อจำกัดในการดำเนินงานของท่านมีอะไรบ้าง กรุณายกตัวอย่างเหตุการณ์หรือสิ่งที่ทำให้ท่านไม่สามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ของโครงการ</p> <p>เช่น การขอรับทุนจาก กทปส., งบประมาณที่ได้รับ, ผลการดำเนินงาน (ก่อน ระหว่าง และ หลังการผลิตรายการ) เป็นต้น</p>	<p>สถานการณ์การแพร่ระบาด</p>
<p>30. ข้อเสนอแนะที่ท่านอยากเสนอให้ทาง กทปส. นำไปพัฒนาหรือปรับปรุง เพื่อให้ท่านสามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ของโครงการได้</p> <p>เช่น ขั้นตอนการพิจารณาให้ทุน, ความช่วยเหลือที่อยากได้รับจาก กทปส. เป็นต้น</p>	<p>ได้รับคำแนะนำค่อนข้างดีจากคณะกรรมการ โดย กรอบระยะเวลาที่กำหนด ถือว่าเหมาะสมตามเวลาที่ต้องใช้ แต่เนื่องจากเหตุสุดวิสัย ทำให้การผลิตล่าช้า</p>
<p>31. ข้อเสนอแนะอื่นๆ (ถ้ามี)</p>	<p>อยากให้มีโครงการที่เน้นเฉพาะช่องทางออนไลน์อย่างเดียว เพราะ ปัจจุบันโทรทัศน์มีข้อจำกัดที่ต้องพิจารณาหลายขั้นตอน เช่น งบประมาณ ผังรายการ ความหลากหลายของรายการ และแนวโน้มของผู้ชมที่เปลี่ยนไป แต่ขั้นตอนการผลิตออนไลน์ที่น้อยกว่า และสามารถผลิต Content ที่หลากหลายกว่า จึงมีความเห็นว่า รายการที่เป็นเรื่อง การรู้เท่าทันสื่อ การสร้างเหตุการณ์จำลอง จะช่วยให้เห็นภาพมากที่สุด มากกว่าการฟัง หรือการเล่าอย่างเดียว ถ้าเสนอทางออนไลน์จะเหมาะสมกว่า</p>



7.1.3.5 โครงการจัดทำรายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมให้คนพิการรู้จักสิทธิและใช้ประโยชน์ จากกิจการโทรทัศน์ได้อย่างรู้เท่าทัน

21. รายการ D-มีดี



ข้อมูลพื้นฐาน

1. ชื่อบริษัท/หน่วยงานของผู้รับทุน	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
2. ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์	อาจารย์กอบกิจ ประดิษฐ์ผลพานิช (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ศิวารถ หงส์ประยูร ดร. พันธกานต์ ทานนท์ อาจารย์สิญาทิพย์ เพ็ญนภัทร์ นายวัชร เวววุฒินันท์)
3. ตำแหน่งของผู้ให้สัมภาษณ์	หัวหน้าโครงการ
4. เพศ	ชาย
5. อายุ	51 - 60 ปี
6. การศึกษา	สูงกว่าปริญญาตรี

ข้อมูลรายการ

7. ชื่อรายการ	D-มีดี
8. รูปแบบรายการ	Reality & Mission นำเสนอประเด็นเรื่องราว หรือปัญหา ในการรู้เท่าทันสื่อของคนพิการ และ นำเสนอในแนวทางของสารประโยชน์ควบคู่กับภารกิจ ในประเด็นเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อ รวมถึงประเด็นที่คนพิการต้องการสอดแทรกให้กับทั้งคนพิการและประชาชนได้รับทราบ
9. จำนวนตอน 26 ตอน	ระยะเวลาต่อตอน 25 นาที
10. กลุ่มเป้าหมายของรายการ	กลุ่มคนพิการและประชาชนทั่วไป
11. เนื้อหารายการโดยสรุป	นำเสนอเรื่อง “รู้เท่าทันสื่อ” ผ่านเรื่องราวของคนพิการหลายหลายประเภท รายการนี้จะ นำเสนอ “ประเด็นการรู้เท่าทันสื่อของคนพิการ และ กระบวนการพัฒนาทักษะการรู้เท่าทันสื่อ ของคนพิการ รวมถึง แนวทางดำเนินชีวิตที่มีความตระหนักถึงสิทธิและการปกป้องสิทธิของคน พิการ” ที่สังคมควรรับรู้ ช่วยกันสนับสนุน แก้ไข พัฒนา โดยผ่านประสบการณ์ชีวิตของ “แขก รับเชิญ” ที่มีความพิการหลากหลายรูปแบบ เพื่อดูว่าพวกเขามีวิธีการอย่างไรที่จะ “รู้ทันสื่อ” ได้ทั้งการ “เข้าถึง” “เข้าใจ” และ “เข้าไปมีส่วนร่วม” รวมทั้งยังมี “ภารกิจ” ที่พวกเขาจะต้องทำ เพื่อให้เห็นชัดถึงกระบวนการเหล่านี้อีกด้วย สำหรับคนพิการทั่วไปแล้ว ก็จะได้เห็นตัวอย่างในการรู้เท่าทันสื่อ ที่สามารถนำไปปรับใช้ให้เหมาะสมกับตนเองได้ เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตต่อไป

<p>12. แหล่งข้อมูลหรือองค์ความรู้ในการจัดทำเนื้อหารายการ</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ข้อมูลต่างๆ ผ่านการศึกษาจากบทความงานวิจัย และประกาศต่างๆ ของ กสทช. ทั้งในเรื่องของการรู้ทันสื่อ /นโยบายของ กสทช. /งานวิจัย และพีดีแบคของคณพิการ/ คู่มือการสอนคณพิการในการทันสื่อ และหนังสือเกี่ยวกับนิเทศศาสตร์ เพื่อปรับให้เหมาะสมกับตัวรายการ • ในแต่ละตอนหาข้อมูลเพื่อให้เหมาะกับแต่ละตอน เช่น ตอนรู้ทันข่าว Fake news มีการอ้างอิงคู่มือจาก ยูเนสโก ในการนำมาดัดแปลงเป็นกิจกรรม ที่ให้แขกรับเชิญได้เรียนรู้วิธีการในการทำจริง /รู้ทันสุขภาพ ได้มีการสอดแทรก เนื้อหาของ อย. มาประกอบการเขียนบท • สอบถามแต่ละสมาคม ทูทวีก ตาบอด ในการสรรหาแขกรับเชิญที่เหมาะสม และติดต่อคณพิการ ตามสาขาหรือความสามารถ ที่เหมาะสมกับตัวเนื้อหาในตอนนั้นๆ ว่า คนส่วนใหญ่รู้จักหรือมีผลงานที่เคยทำออกมาแล้ว เห็นผลงานแล้ว /มีประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับตอนนั้นๆ • เกณฑ์ในการคัดเลือกเนื้อหาแต่ละตอน อิงจาก ตำราการรู้ทันสื่อว่า ในเรื่องของการรู้ทันสื่อ คนทั่วไปควรรู้เท่าทันในเรื่องใดบ้าง จริงๆ มีมากกว่า 26 ตอน แต่ดึงมาในสวนที่คิดว่าใกล้ตัว และเป็นกระแสที่คนส่วนใหญ่ควรได้รับการนำเสนอ
<p>13. ประโยชน์ที่ท่านอยากให้เกิดขึ้นจากการเผยแพร่รายการ</p>	<ul style="list-style-type: none"> • เนื้อหารายการเน้นไปที่คณพิการ รวมถึงคนทั่วไปได้รู้เท่าทันสื่อ ซึ่งตัวรายการไม่ได้มีรูปแบบในการสร้างแรงบันดาลใจด้วย ในการนำคณพิการมาถ่ายทอดเรื่องราวชีวิต และแรงบันดาลใจแบบรายการคณพิการทั่วไป แต่ เน้นไปที่การสร้างความเข้าใจ และรู้เท่าทันสื่อ สำหรับคณพิการให้สามารถเข้าใจ รู้ทัน การประกอบสร้างความหมาย การโฆษณา รวมถึงการชี้ให้เห็นการเข้าถึง หรือมีส่วนร่วมในการแจ้ง ปัญหา เกี่ยวกับการเข้าถึงสื่อ หรือรู้ทันสื่อได้ • คนจึงจะได้ความรู้ในการรู้เท่าทันสื่อ ที่สามารถปรับใช้ในชีวิตประจำวันได้ • หลังจากถ่ายทำไประยะหนึ่ง คณะกรรมการได้ให้ความคิดเห็น ถึงประเด็นที่หลากหลายมากขึ้น และรู้ถึงเนื้อหาเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อมากขึ้น จากเดิมที่เป็น reality +mission จึงมีการปรับรูปแบบแนวทางการนำสื่อ เป็น สารประโยชน์ + ภารกิจ และแตกประเด็นเกี่ยวกับการรู้เท่าทัน เช่น การรู้ทันข่าว โฆษณา ละคร/การผลิตสื่อ และศักยภาพในการทำสื่อของคณพิการ รวมถึงประเด็นที่คณพิการต้องการ สอดแทรกไปกับรายการ โดยให้แขกรับเชิญกับพิธีกรพูดคุยกัน
<p>14. ระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินโครงการตามแผนที่เสนอ กทปส. (Proposal)</p>	<p>365 วัน / 12 เดือน</p>
<p>15. ระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินโครงการจริง</p>	<p>1 ปี + 90 วัน (ดำเนินการแล้วเสร็จแต่ล่าช้ากว่าแผนเนื่องจากผลกระทบจากการแพร่ระบาดของ COVID-19)</p>
<p>16. จำนวนตอนที่ผลิตแล้วเสร็จ (จนถึงวันที่สัมภาษณ์)</p>	<p>26 ตอน ระยะเวลาตามแผนที่เสนอ กทปส. (Proposal) 6 เดือน ระยะเวลาตามที่ใช้จริง 7 เดือน</p>
<p>17. จำนวนตอนที่ออกอากาศสำเร็จ (จนถึงวันที่สัมภาษณ์)</p>	<p>26 ตอน ระยะเวลาตามแผนที่เสนอ กทปส. (Proposal) 4 เดือน ระยะเวลาตามที่ใช้จริง 4 เดือน</p>
<p>18. จำนวนบุคลากรทั้งหมดในโครงการ (เช่น ผู้กำกับ, ทีมถ่ายทำ, พิธีกร)</p>	<p>20 คน</p>
<p>19. ช่องทางการออกอากาศ: สถานีโทรทัศน์ (On Air)</p>	<p>ช่อง ททบ. 5 ช่วงเวลาออกอากาศ (วันและเวลา) ทุกวันเสาร์ – อาทิตย์ เวลา 18.00 - 18.30 น. <u>ค่าเฉลี่ย Rating ตลอดระยะเวลาการออกอากาศ</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ➢ ค่าเฉลี่ย Rating ตามแผนที่เสนอ กทปส. (Proposal) ไม่กำหนดค่าเฉลี่ย Rating (จำนวนการเข้ารับชมรวมกันไม่น้อยกว่า 80% หรือ 4,000 view/ตอน รวม 104,000 view) ➢ ค่าเฉลี่ย Rating จริง 0.034 (จำนวนผู้รับชมผ่านช่อง Youtube : JSL และ Thai Deaf TV/ Facebook Thai Deaf TV/ โทรทัศน์ดิจิตอลช่อง ททบ. 5 และ True ID TV รวมทั้งสิ้น 292,973 view)
<p>20. ช่องทางการออกอากาศ: สื่อออนไลน์ (Online)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ❖ ช่องทางที่ 1 Youtube จำนวนผู้ติดตาม 4.31M subscribers https://www.youtube.com/c/jslglobalmedia/ (Hashtag #ภาษามือเต็มจอ #รู้เท่าทันสื่อ) ชื่อช่อง JSL Global Media จำนวนยอด Views ตามแผนที่เสนอ กทปส. จำนวนการเข้ารับชมรวมกันไม่น้อย

	<p>กว่า 80% หรือ 4,000 view/ตอน รวม 104,000 view จำนวนยอด Views จริง 20,486 (จำนวนยอด Views โดยรวม / จำนวนครั้งที่ วิดีโอถูกเล่นทุกตอน) จำนวนยอด Views โดยเฉลี่ย 787.92 จำนวนยอด Likes 208 จำนวนยอด Comment 32 ระยะเวลาการรับชมโดยเฉลี่ย (นาที) 1.29 อัตราการดูวิดีโอจนจบ (Videos Completion Rate) ร้อยละ 5.85 ตัวอย่าง Comment ของผู้ชมรายการ ในรูปแบบของคนที่มีการครบสามสิบสอง รังแกคนพิการบ่อยที่สุด ทั้งคำพูดและการกระทำ เป็นตัวอย่างให้คนคิดว่า จะทำอะไรกับคนพิการก็ได้ ซึ่งไม่ควรจะเป็นอย่างนั้น อยากเห็นละครที่จัดให้คนพิการลุกขึ้นมาสู้คนที่ไม่พิการบ้าง อย่างน้อยก็ทางวาจาที่ สามารถโต้ตอบ ไม่ใช่ยอม เพราะเพียงคำว่า พิการ</p> <p>❖ ช่องทางที่ 2 Facebook จำนวนผู้ติดตาม 171 followers https://www.facebook.com/deaftvthailand ชื่อช่อง Thai Deaf TV จำนวนยอด Views ตามแผนที่เสนอ กทปส. จำนวนการเข้ารับชมรวมกันไม่น้อย กว่า 80% หรือ 4,000 view/ตอน รวม 104,000 view จำนวนยอด Views จริง 40,171 (จำนวนยอด Views โดยรวม / จำนวนครั้งที่ วิดีโอถูกเล่นทุกตอน) จำนวนยอด Views โดยเฉลี่ย 1,545.04 จำนวนยอด Likes 3,026 จำนวนยอด Comment 66 จำนวนยอด Share 698 ระยะเวลาการรับชมโดยเฉลี่ย (นาที) 0.18 อัตราการดูวิดีโอจนจบ (Videos Completion Rate) ร้อยละ 3.34 ตัวอย่าง Comment ของผู้ชมรายการ ดูข่าวดีครับ, เยี่ยมมาก, ยอดเยี่ยม (สติ๊กเกอร์), ขอขอบคุณที่ทำรายการดีๆ ให้ชมนะคะ</p> <p>❖ ช่องทางที่ 3 Youtube จำนวนผู้ติดตาม 4.67K subscribers https://www.youtube.com/user/thaideaftv ชื่อช่อง Thai Deaf TV จำนวนยอด Views ตามแผนที่เสนอ กทปส. จำนวนการเข้ารับชมรวมกันไม่น้อย กว่า 80% หรือ 4,000 view/ตอน รวม 104,000 view จำนวนยอด Views จริง 3,671 จำนวนยอด Likes 89 ระยะเวลาการรับชมโดยเฉลี่ย (นาที) 4.25 อัตราการดูวิดีโอจนจบ (Videos Completion Rate) ร้อยละ 5.73</p> <p>❖ ช่องทางที่ 4 อื่นๆ ชื่อช่อง สถานีโทรทัศน์ช่อง 5 จำนวนยอด Views ตามแผนที่เสนอ กทปส. จำนวนการเข้ารับชมรวมกันไม่น้อย กว่า 80% หรือ 4,000 view/ตอน รวม 104,000 view จำนวนยอด Views จริง 196,699</p>
21. งบประมาณที่ได้รับอนุมัติจาก กทปส. ทั้งหมด	4,158,127 บาท (4,158,127 บาท Proposal)
22. ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในโครงการ	ค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการ (กรุณาระบุ ประเภทรายการและยอดเงินที่ใช้จ่ายจริง) (2,579,100 บาท Proposal) รายละเอียด รายการค่าใช้จ่ายทั้งหมด อยู่ระหว่างการรวบรวม และจัดทำ จึงยังไม่มีข้อมูลใน ส่วนนี้

	ค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ (กรณีระบุ ประเภทรายจ่ายและยอดเงินที่ใช้จ่ายจริง) (388,000 บาท Proposal) รายละเอียด รายการค่าใช้จ่ายทั้งหมด อยู่ระหว่างการรวบรวม และจัดทำ จึงยังไม่มีข้อมูลในส่วนนี้
23. รายได้จากการผลิตรายการ (บอกตัวเลขคร่าวๆ ได้)	รายได้จากกองทุน (งบประมาณ) 4,158,127 บาท รายได้จากโฆษณา - บาท รายได้จากช่องทางอื่นๆ - บาท
24. รายการของท่านมีการประเมินผลความพึงพอใจของผู้ชมหรือไม่	<input checked="" type="checkbox"/> ไม่มี ท่านจะมีการดำเนินการในภายหลังหรือไม่ เพราะเหตุใด ไม่มีเก็บข้อมูล เนื่องจากถูกตัดงบประมาณสำหรับงานเก็บข้อมูลวิจัยเชิงปริมาณจากผู้รับชม
25. รายการได้มีการจัดทำบริการคำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption) หรือบริการล่ามภาษามือ (Sign Language Interpretation) และบริการเสียงบรรยายภาพ (Audio Description) หรือไม่	<input checked="" type="checkbox"/> มี ได้แก่ <ul style="list-style-type: none"> • คำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption) • เสียงบรรยายภาพ (Audio Description)

ปัจจัยความสำเร็จ ปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะ

26. ผลการดำเนินงานในภาพรวมเป็นไปตามแผนที่ท่านเสนอให้แก่งกองทุน กทปส. ไว้หรือไม่ อย่างไร	ในภาพรวม การดำเนินงาน เนื่องจากแบ่งเป็น 3 งวด เริ่มจากทำวิจัย และนำผลมาผลิตรายการ แต่เนื่องจากสถานการณ์โควิด ที่มีการออกไปเก็บข้อมูลจากคนพิการ ในการทำ focus group ซึ่งได้รับผลกระทบจากโควิดทำให้ไม่สามารถลงพื้นที่เก็บข้อมูลได้ทัน เลยทำให้การผลิตล่าช้า บางส่วน จึงมีการทำเรื่องขยาระยะเวลางานเลื่อนออกไปเป็นระยะเวลา 90 วัน
27. กรุณาเล่าถึงการบริหารจัดการโครงการของท่านในด้านการบริหารงบประมาณ, การบริหารบุคลากร, การบริหารเวลาในการดำเนินงาน การบริหารทรัพยากรในการผลิตและด้านอื่นๆ	การบริหารงบประมาณ : ไม่มีปัญหา การบริหารบุคลากร : มีความติดขัดในเรื่องความต่อเนื่องของการประสานงานกับผู้ประสานงาน กทปส. เล็กน้อย ในช่วงที่มีการเปลี่ยนเจ้าหน้าที่ประสานงาน การบริหารเวลาในการดำเนินงาน : โควิดทำให้กระทบกับการเก็บข้อมูลและผลิตรายการ ทำให้จำเป็นต้องทำเรื่องขยาระยะเวลาการส่งมอบงาน การบริหารทรัพยากรในการผลิต : ไม่มีปัญหา
28. ปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินงานของท่านมีอะไรบ้าง กรุณายกตัวอย่างเหตุการณ์หรือสิ่งที่ทำให้ท่านสามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ของโครงการ	1. องค์ความรู้จากประสบการณ์ในการผลิตสื่อรายการสำหรับคนพิการมากกว่า 10 ปี รวมถึงการทำวิจัยจากผู้พิการ ผู้ผลิต นักวิชาการ และการมีเครือข่ายผู้พิการ ที่มีความสัมพันธ์ที่ดีกันอย่างต่อเนื่อง ซึ่งทำให้ตรงกับความต้องการกับผู้พิการจริงๆ 2. มีการทำวิจัยก่อนเริ่มการผลิตรายการ และการร่วมมือกันกับทาง บริษัทเจเอสแอลฯ ซึ่งมีความเชี่ยวชาญในการผลิตรายการทำให้รายการมีการนำเสนอที่ตรงกับรูปแบบการพิการได้ดีขึ้น 3. การมีคณะกรรมการที่มีระบบ ในการให้ความคิดเห็นในมุมมองที่กว้างมากขึ้น เมื่อรวมกับความรู้อุปสรรค ทำให้โครงการสามารถดำเนินการได้สำเร็จ
29. ปัญหาอุปสรรคหรือข้อจำกัดในการดำเนินงานของท่านมีอะไรบ้าง กรุณา ยกตัวอย่างเหตุการณ์หรือสิ่งที่ทำให้ท่านไม่สามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ของโครงการ <i>เช่น การขอรับทุนจาก กทปส., งบประมาณที่ได้รับ, ผลการดำเนินงาน (ก่อน ระหว่าง และ หลังการผลิตรายการ) เป็นต้น</i>	<ul style="list-style-type: none"> • ปัญหาการถ่ายทำรายการในช่วงโควิด ที่ทำให้ทำงานลำบากขึ้น การขออนุญาตถ่ายทำ และกฎระเบียบในแต่ละพื้นที่ รวมไปถึงการเลือกแขกรับเชิญ เนื่องจากอาจไม่สะดวกให้เข้าไปสัมภาษณ์ และแขกรับเชิญหรือพิธีกร เป็นกลุ่มเสี่ยง ซึ่งทำให้บางตอนต้องแยกกันถ่ายทำในสตูดิโอ เพื่อเว้นระยะห่างระหว่างผู้ร่วมรายการ หรือถ่ายทำคนละทีแล้วตัดต่อ • มีประเด็นการใส่หน้ากาก ว่า ล่ามภาษามือต้องใส่หน้ากากหรือไม่ จะให้กระทบต่อการสื่อความหมาย ดีความหรือไม่ แต่สุดท้าย ใส่หน้ากาก เพื่อการรับผิดชอบต่อสังคม • ระยะเวลาในการถ่ายทำจะนานกว่ารายการทั่วไปค่อนข้างมาก เนื่องจากผู้ร่วมรายการเป็นคนพิการ ซึ่งต้องมีบทพูดและเนื้อหารายการที่จะต้องสอดแทรก ที่อาจต้องมีการถ่ายทำหลายเทค ให้เข้าปากแขกรับเชิญ และพิธีกร เพราะส่วนใหญ่จะถ่ายต่อเนื่อง ไม่ได้ตัดต่อเป็นส่วนๆ และมีการสื่อสารจากทั้งคนพูด คนแปลภาษามือ เนื่องจากคนตัดต่อไม่ได้รู้ภาษามือ ทำให้ต้องถ่ายใหม่ตั้งแต่ต้น • มีปัญหาในการสื่อสารและทำงานร่วมกัน ในการทำความเข้าใจภาษามือที่ตรงกันของคนแต่ละกลุ่ม / คำศัพท์เฉพาะ เพื่อสื่อเป็นภาษามือ ให้ตรงกัน ทั้งนี้ภาษามือ ที่สื่อสารโดยพิธีกร จะเป็นมาตรฐานเดียวกัน จากวิทยาลัยสอน เป็นพิธีกรที่เป็นที่ยอมรับ ซึ่งค่อนข้างจัดคิวพิธีกรยาก

<p>30. ข้อเสนอแนะที่ท่านอยากเสนอให้ทาง กทปส. นำไปพัฒนาหรือปรับปรุง เพื่อให้ท่านสามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ของโครงการได้</p> <p>เช่น ขั้นตอนการพิจารณาให้ทุน, ความช่วยเหลือที่อยากได้รับจาก กทปส. เป็นต้น</p>	<p>1) การผลิตสื่อที่ตรงกับความต้องการของผู้พิการ และช่องทางที่คนพิการรับชม ซึ่งผู้พิการมีความต้องการรับสื่อไม่ต่างกับคนทั่วไป ดังนั้น จึงอาจไม่จำกัดอยู่เพียงแค่รายการรู้เท่าทันสื่อ และอาจเพิ่มคำสำคัญ หรือสอตแทรก Key message เพื่อให้ผู้ชมไปหาข้อมูลเพิ่มเติม</p> <p>2) การเข้าถึงและการรับรู้ถึงรายการที่มี เพราะจากข้อกำหนดของ กสทช. ในปัจจุบัน มีการจัดให้มีรายการสำหรับคนพิการ แต่บางครั้ง ผู้พิการไม่ทราบถึงช่วงเวลา และวันออกอากาศ ในแต่ละสถานี และไม่ทราบว่าแต่ละรายการมีบริการอะไรสำหรับผู้พิการได้บ้าง โดยอาจจะจัดเป็นผังรายการสำหรับ กทปส. และรายการสำหรับผู้พิการในช่องทางต่างๆ</p>
<p>31. ข้อเสนอแนะอื่นๆ (ถ้ามี)</p>	<p>ถ้าไม่มีกรอบรายการรู้เท่าทันสื่อสำหรับผู้พิการ รายการสำหรับคนพิการที่ คนพิการมีความต้องการรับสื่อ หรือมีความสนใจ จะมีลักษณะเหมือนคนทั่วไป เช่น ละคร ข่าว วาไรตี้ เกมโชว์ เหมือนกับคนปกติทั่วไป เพียงแต่จะต้องให้คนพิการสามารถเข้าถึงได้ โดยมี CC หรือล่ามภาษามือ เพื่อความเข้าใจ แต่ในส่วนของคนตาบอดอาจไม่ค่อยเน้นการรับชมผ่านโทรทัศน์ จะไปเน้นการรับสื่อจากสื่อออนไลน์เป็นหลัก เพราะไม่ค่อยมีคำบรรยาย เพื่อคนพิการเข้าถึงได้ ดังนั้นในอนาคต จึงควรเพิ่มช่องทางในการเข้าถึงที่หลากหลายเหมือนคนทั่วไป ในลักษณะเหมือนกันกับคนปกติ เพื่อเป็นส่วนเดียวและกลมกลืนไปกับสังคม</p>



7.2 สรุปรายงานผลการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการเขียนบทและการกำกับรายการ

7.2.1 แผนการสัมภาษณ์

ตารางที่ 7.2 สรุปแผนการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการเขียนบทและการกำกับรายการ

ลำดับ	ชื่อผู้เชี่ยวชาญ	ผู้เชี่ยวชาญด้าน	แผนการสัมภาษณ์
1	คุณปริญญาตรี อริยกุลสุทธิ	ผู้เชี่ยวชาญด้านการผลิตรายการ	21 ก.ค. 64
2	ผศ.ดร.มานา ปัจฉิมนันท์	ผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา	20 ก.ค. 64

7.2.2 ประเด็นสัมภาษณ์

ประเด็นสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการผลิตรายการ: คุณปริญญาตรี อริยกุลสุทธิ

1. ในฐานะผู้ผลิตรายการ ท่านเห็นว่า กทปส. ควรกำหนดเงื่อนไขในการให้ทุนสนับสนุนการผลิตรายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาเป็นประโยชน์ต่อสาธารณะอย่างไรบ้าง เพื่อดึงดูดให้ผู้ผลิตรายการอย่างท่านเข้ามาสมัครขอรับทุนสนับสนุนมากขึ้น
2. ในปัจจุบัน สื่อออนไลน์เข้ามามีอิทธิพลต่อสังคมอย่างมาก โดยเฉพาะต่อการรับรู้ของคน ในขณะเดียวกัน พฤติกรรมในการรับข้อมูลข่าวสารของคนก็เปลี่ยนแปลงไปด้วย ในฐานะผู้ผลิตรายการมองว่า สิ่งเหล่านี้มีผลกระทบต่อการผลิตรายการอย่างไรบ้าง
3. จากการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของปัจจัยต่างๆ ท่านคิดว่าสิ่งใดบ้างที่เป็นความท้าทายต่อผู้ผลิตรายการเพื่อปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว ทั้งในมิติเนื้อหารายการ รูปแบบรายการและช่องทางการนำเสนอ โดยเฉพาะรายการที่ได้รับทุนจาก กทปส. ที่ต้องมุ่งเน้นคุณภาพตามเงื่อนไขของ กทปส. และต้องคำนึงถึงผู้ชมกลุ่มเป้าหมายรายการด้วย (หากต้องการให้รายการได้รับกระแสความนิยมและมียอดจำนวนผู้ชมสูงในช่วงเวลาสั้นๆ) ตัวชี้วัดความสำเร็จเชิงปริมาณในการเผยแพร่รายการของ กทปส. ในปัจจุบันประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย rating (ช่องทางสถานีโทรทัศน์) และ ยอด Views (ช่องทางออนไลน์) กทปส. ควรเพิ่มตัวชี้วัดใดบ้างเพื่อตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว
4. ในปัจจุบัน ผู้ชมมีทางเลือกในการรับชมรายการหรือสื่อต่างๆ ที่หลากหลายมากมาย ในมุมมองของผู้ผลิตรายการ ปัจจัยอะไรที่จะทำให้ผู้ชมมีความผูกพันต่อรายการหรืออยากจะติดตามรับชมรายการอย่างต่อเนื่อง (loyalty/engagement) โดยเฉพาะรายการที่เป็นสารประโยชน์หรือรายการที่มุ่งเน้นเนื้อหาสาระเป็นหลัก ซึ่งส่วนใหญ่เป็นรายการที่ได้รับทุนสนับสนุนจาก กทปส. และมักจะถูกมองว่าไม่ได้รับความนิยมจากผู้ชมเท่าที่ควร

ประเด็นสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา : ผศ.ดร.มานา ปัจฉิมนันท์

1. ขอให้ท่านช่วยยกตัวอย่างกรณีศึกษาในต่างประเทศที่มีรูปแบบการให้ทุนเพื่อสนับสนุนการผลิตรายการโทรทัศน์ที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะผ่านกองทุนในลักษณะเดียวกับ กทปส. ซึ่งสามารถนำมาใช้เป็นต้นแบบได้ (ตัวอย่างเช่น มีรูปแบบการให้ทุนในลักษณะใดบ้างและมีประเภทรายการอะไรบ้าง)
2. ท่านมองว่าผู้ให้ทุนควรกำหนดหลักเกณฑ์ในการให้ทุนอย่างไร และความเหมาะสมของงบประมาณที่ให้ทุนควรมีหลักเกณฑ์ในการพิจารณาอย่างไร เช่น การคำนวณค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการ ค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ เป็นต้น
3. ท่านมองว่าการวัดความยั่งยืน (Sustainability) ที่เกิดจากการให้ทุนเพื่อสนับสนุนการผลิตรายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ จะสามารถพิจารณาได้จากปัจจัยใดบ้าง
4. ในปัจจุบัน สื่อออนไลน์เข้ามามีอิทธิพลต่อสังคมอย่างมาก โดยเฉพาะต่อการรับรู้ของคน ในขณะเดียวกันพฤติกรรมในการรับข้อมูลข่าวสารของคนก็เปลี่ยนแปลงไปด้วย ท่านมองว่าสิ่งเหล่านี้มีผลกระทบต่อการผลิตรายการอย่างไรบ้าง
 - สิ่งใดบ้างที่เป็น **ความท้าทายต่อผู้ผลิตรายการ** เพื่อปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว **ทั้งในมิติเนื้อหารายการ รูปแบบรายการและช่องทางการนำเสนอ** โดยเฉพาะรายการที่ได้รับทุนจาก กทปส. ที่ต้องมุ่งเน้นคุณภาพตามเงื่อนไขของ กทปส. และต้องคำนึงถึงผู้ชมกลุ่มเป้าหมายรายการด้วย (หากต้องการให้รายการได้รับกระแสความนิยมและมียอดจำนวนผู้ชมสูงในช่วงเวลาสั้นๆ)
 - **ตัวชี้วัดความสำเร็จเชิงปริมาณในการเผยแพร่รายการ** ของ กทปส. ในปัจจุบันประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย rating (ช่องทางสถานีโทรทัศน์) และ ยอด Views (ช่องทางออนไลน์) กทปส. **ควรเพิ่มตัวชี้วัดใดบ้าง** เพื่อตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว
 - **เนื้อหา (Content): Trend แนวโน้มเนื้อหาที่สอดคล้องหรือเกี่ยวข้องกับบริบทหรือสถานการณ์** ในสังคมไทยมีอะไรบ้าง ถ้ามองถึงอนาคตในอีก 3 ปี, 5 ปี และ 10 ปีข้างหน้า
 - **รูปแบบรายการ/เทคนิคการนำเสนอ/เทคนิคการผลิต: Trend แนวโน้มที่น่าสนใจมีอะไรบ้าง** เช่น รูปแบบรายการในต่างประเทศที่สามารถนำมาปรับให้เข้ากับสังคมไทย
 - **ช่องทางการเผยแพร่:** ในปัจจุบัน รายการที่ได้รับทุนจาก กทปส. มีการเผยแพร่ผ่าน 2 ช่องทางออนไลน์หลัก ได้แก่ YouTube และ Facebook **รายการควรเพิ่มช่องทางออนไลน์อื่นใดบ้างในการเผยแพร่เพื่อให้เข้าถึงผู้ชมมากขึ้น** (ขอให้ท่านช่วยแนะนำตามกลุ่มเป้าหมายของแต่ละโครงการ ทั้ง 5 โครงการ)
5. ในปัจจุบัน ผู้ชมมีทางเลือกในการรับชมรายการหรือสื่อต่างๆ ที่หลากหลายมากมาย ในมุมมองของท่าน ปัจจัยอะไรที่จะทำให้ผู้ชมมีความผูกพันต่อรายการหรืออยากจะติดตามรับชมรายการอย่างต่อเนื่อง (loyalty/engagement) โดยเฉพาะรายการที่เป็นสารประโยชน์หรือรายการที่มุ่งเน้นเนื้อหาสาระเป็นหลัก ซึ่งส่วนใหญ่เป็นรายการที่ได้รับทุนสนับสนุนจาก กทปส. และมักจะถูกมองว่าไม่ได้รับความนิยมจากผู้ชมเท่าที่ควร

7.2.3 ผลการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการเขียนบทและการกำกับรายการ

สรุปผลการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการผลิตรายการ : คุณริญญารัตน์ อริยกุลสุทธิ

1. ในฐานะผู้ผลิตรายการ ท่านเห็นว่า กทปส. ควรกำหนดเงื่อนไขในการให้ทุนสนับสนุนการผลิตรายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาเป็นประโยชน์ต่อสาธารณะอย่างไรบ้าง เพื่อดึงดูดให้ผู้ผลิตรายการอย่างท่านเข้ามาสมัครขอรับทุนสนับสนุนมากขึ้น

กทปส. ควรพิจารณารูปแบบรายการให้มีความทันสมัยแทนรูปแบบรายการเดิมๆ ที่ไม่ได้รับความนิยมแล้ว เช่น รายการในรูปแบบสารคดีที่มีรูปแบบการนำเสนอแบบเดิมๆ อาจจะไม่ตรงต่อความต้องการหรือพฤติกรรมของผู้รับชมแล้ว โดยเวลายื่นข้อเสนอโครงการ กทปส. สามารถถ่ายเป็น pilot คลิปสั้นๆ เพื่อประกอบการพิจารณา โดยกองทุนอาจจะสนับสนุนค่าใช้จ่าย หรืองบประมาณบางส่วน

ในประเด็นที่สอบถามว่า กทปส. ควรมีการดำเนินการเพื่อดึงดูดให้ผู้ผลิตรายการอย่างท่านเข้ามาสมัครขอรับทุนสนับสนุนมากขึ้นนั้น กทปส. ควรปรับปรุงกระบวนการดำเนินงานให้มีความคล่องตัวมากขึ้น โดยเฉพาะประเด็นเรื่องการเบิกจ่ายเงิน เนื่องจากหากมีความล่าช้า ผู้ขอรับทุนอาจจะไม่สามารถดำเนินโครงการได้อย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ กทปส. ควรเปิดโอกาสให้ผู้ขอรับทุนได้นำเสนอแนวคิด หรือไอเดียใหม่ๆ ในการผลิตรายการโดยการเปิดหัวข้อให้กว้างขึ้น หรือมีหัวข้อในการผลิตรายการที่หลากหลายทันต่อรูปแบบการบริโภคสื่อ และเนื้อหาที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง โดยหัวข้อที่ผู้คนน่าจะสนใจภายหลังสิ้นสุดการแพร่ระบาดของไวรัส COVID 19 จะเป็นเรื่องของการท่องเที่ยวทั้งภายในและต่างประเทศเนื่องจากประชาชนไม่ได้ท่องเที่ยวเป็นเวลานาน

2. ในปัจจุบัน สื่อออนไลน์เข้ามามีอิทธิพลต่อสังคมอย่างมาก โดยเฉพาะต่อการรับรู้ของคนในขณะเดียวกันพฤติกรรมในการรับข้อมูลข่าวสารของคนก็เปลี่ยนแปลงไปด้วย ในฐานะผู้ผลิตรายการมองว่า สิ่งเหล่านี้มีผลกระทบต่อการผลิตรายการอย่างไรบ้าง

จะเห็นได้ว่า เมื่อพฤติกรรมการบริโภคสื่อของผู้ชมเปลี่ยนไป โดยมีการหันไปบริโภคเนื้อหาตามที่ตนสนใจ (Content on demand) ตามแพลตฟอร์มต่างๆ มากขึ้น เช่น YouTube, WeTV, Netflix, LineTV, AIS TV, True Digital เป็นต้น โดยแพลตฟอร์มเหล่านี้มีฟีเจอร์ให้ผู้ชมสามารถค้นหา และรับชมเฉพาะเนื้อหาที่สนใจเท่านั้น อีกทั้งยังมีระบบ AI คอยแนะนำเนื้อหาที่อยู่ในหมวดเดียวกัน หรือมีลักษณะคล้ายกันให้ผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ กลุ่มผู้บริโภคที่เป็นเด็กและเยาวชนยังนิยมรับชมวิดีโอสั้นในแพลตฟอร์มที่เกิดขึ้นใหม่เป็นจำนวนมาก เช่น Twitter, Tiktok, IG เป็นต้น

รูปแบบการทำธุรกิจของแพลตฟอร์มเหล่านี้จะแบ่งออกเป็น 2 รูปแบบหลัก ได้แก่ผู้ผลิตนำเนื้อหาไปลงในแพลตฟอร์มแล้วจ่ายค่าเช่าแพลตฟอร์มตามที่กำหนด และทั้งผู้ผลิตเนื้อหาและแพลตฟอร์มร่วมกันเป็นเจ้าของเนื้อหาที่นำมาลง แล้วจัดสรรผลประโยชน์ตามที่ได้ตกลงกัน หากจะให้แนะนำ กทปส. ควรสนับสนุนรูปแบบแรก คือให้ผู้ผลิตรายการนำเนื้อหาไปลงในแพลตฟอร์มแล้วชำระค่าเช่าแพลตฟอร์มจะดีกว่า เนื่องจาก กทปส. เป็นหน่วยงานภาครัฐ และทรัพย์สินทางปัญญาหรือลิขสิทธิ์ต่างๆ ควรเป็นของ กทปส. มากกว่า

3. จากการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของปัจจัยต่างๆ ท่านคิดว่าสิ่งใดบ้างที่เป็นความท้าทายต่อผู้ผลิตรายการเพื่อปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว ทั้งในมิติเนื้อหารายการ รูปแบบรายการและช่องทางการนำเสนอ โดยเฉพาะรายการที่ได้รับทุนจาก กทปส. ที่ต้องมุ่งเน้นคุณภาพตามเงื่อนไขของ กทปส. และต้องคำนึงถึงผู้ชมกลุ่มเป้าหมายรายการด้วย (หากต้องการให้รายการได้รับกระแสความนิยมและมียอดจำนวนผู้ชมสูงในช่วงเวลาสั้นๆ) ตัวชี้วัดความสำเร็จเชิงปริมาณในการเผยแพร่รายการของ กทปส. ในปัจจุบันประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย rating (ช่องทางสถานีโทรทัศน์) และ ยอด Views (ช่องทางออนไลน์) กทปส. ควรเพิ่มตัวชี้วัดใดบ้างเพื่อตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว

การพิจารณาเรื่อง rating อาจจะเป็นตัวชี้วัดที่ไม่ได้สะท้อนถึงความนิยมของผู้ชมต่อรายการได้ดีเท่าที่ควร เนื่องจากวิธีวัดมันไม่สอดคล้องกับสภาพสังคมในปัจจุบัน โดยเฉพาะหลังจากการมาของ digital tv และแพลตฟอร์มออนไลน์อื่นๆ ที่ผู้ชมจะรับชมเนื้อหาผ่านทางอินเทอร์เน็ต และแนวโน้มการรับชมโทรทัศน์ยังคงลดลงอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น กทปส. ควรปรับเปลี่ยนตัวชี้วัดโดยมุ่งเน้นไปที่ช่องทางออนไลน์เป็นหลัก เช่น ยอด like, share, comments, ระยะเวลาในการดู เป็นต้น

4. ในปัจจุบัน ผู้ชมมีทางเลือกในการรับชมรายการหรือสื่อต่างๆ ที่หลากหลายมากมาย ในมุมมองของผู้ผลิตรายการ ปัจจัยอะไรที่จะทำให้ผู้ชมมีความผูกพันต่อรายการหรืออยากจะติดตามรับชมรายการอย่างต่อเนื่อง (loyalty/engagement) โดยเฉพาะรายการที่เป็นสารประโยชน์หรือรายการที่มุ่งเน้นเนื้อหาสาระเป็นหลัก ซึ่งส่วนใหญ่เป็นรายการที่ได้รับทุนสนับสนุนจาก กทปส. และมักจะถูกมองว่าไม่ได้รับความนิยมจากผู้ชมเท่าที่ควร

การสร้างความผูกพันต่อรายการ หรือการทำให้ผู้ชมอยากจะติดตามรับชมรายการอย่างต่อเนื่อง ถือเป็นโจทย์ที่สำคัญมากในการผลิตรายการในปัจจุบัน ผู้ผลิตรายการควรคำนึงถึงปัจจัยต่างๆ ดังนี้

การผลิตรายการที่มีความทันสมัย ตรงต่อความนิยม หรือความชอบของผู้บริโภคในขณะนั้น ทั้งในด้านเนื้อหา รูปแบบรายการ และการนำเสนอ

มีการใช้ influencer ที่เหมาะสมกับเนื้อหารายการเพื่อให้ผู้ชมสามารถเข้าใจสิ่งที่รายการต้องการสื่อ และเพื่อป้องกันการเข้าใจผิด พร้อมกับการทำการตลาดที่มีความเฉพาะเจาะจงตามแพลตฟอร์มออนไลน์ต่างๆ เช่น **รายการเด็ก** ควรทำการตลาดไปที่กลุ่มแม่บ้าน หรือผู้ปกครอง ซึ่งกลุ่มนี้โดยส่วนใหญ่จะใช้ Facebook เป็นหลัก **รายการรู้เท่าทันสื่อ** ควรเป็นช่วงวัยประมาณ 15-35 ปี ที่เข้ามาใช้ social media มากๆ โดยเฉพาะ twitter **รายการสารประโยชน์** เนื้อหาสาระธรรมะ สิ่งแวดล้อม สุขภาพ สามารถทำการตลาดผ่านช่องทาง Facebook, twitter, หรือทำความร่วมมือกับเพจเฉพาะทางได้ เช่น เพจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว สิ่งแวดล้อม การรักษาสุขภาพ เป็นต้น **รายการชายแดนใต้** ควรทำการตลาดให้เข้าถึงกลุ่มวัยรุ่น กลุ่มผู้สูงอายุ ที่มีการติดตามข่าวอย่างต่อเนื่อง **รายการคนพิการ** สามารถทำได้ทางวิทยุสำหรับผู้พิการทางสายตา ผู้พิการทางการได้ยิน รายการต้องทำภาษามือ หรือ close caption ซึ่งในปัจจุบันมีระบบการทำ close caption โดยใช้ AI ในการประมวลผล หรือ audio book ให้ผู้พิการทางสายตา

การสร้างสังคม หรือ community เพื่อให้เกิดการติดต่อสื่อสาร และแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างรายการและผู้ชม หรือระหว่างผู้ชมด้วยกันเอง โดยสามารถทำได้ผ่านการสร้างกลุ่ม หรือเพจ ใน social media ต่างๆ เช่น Facebook, Twitter, IG เป็นต้น เพื่อเป็นการรวบรวมกลุ่มผู้ชมที่มีความสนใจในประเด็นคล้ายคลึงกันให้สามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างกันได้ตลอดเวลา

สรุปผลการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา : อ.มานา

1) กรณีศึกษาในต่างประเทศที่มีรูปแบบการให้ทุนเพื่อสนับสนุนการผลิตรายการโทรทัศน์ที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะผ่านกองทุนในลักษณะเดียวกับ กทปส. ซึ่งสามารถนำมาใช้เป็นต้นแบบได้

ตัวอย่างในประเทศสหรัฐอเมริกา รูปแบบการสนับสนุนหรือส่งเสริมการผลิตรายการโทรทัศน์ที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ จะมีการตั้งคณะทำงานที่เป็นภาคประชาชน เข้ามาช่วยระดมความคิดเห็นว่าการผลิตรายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะนั้นประชาชนต้องการที่จะรับรู้รายการที่มีเนื้อหาอย่างไร หรือเนื้อหาสาระความรู้ อะไรที่ประชาชนผู้รับชมรายการจำเป็นต้องรู้ ซึ่งนับเป็นกลไกที่อาศัยการมีส่วนร่วมและให้ความสำคัญกับบทบาทของภาคประชาชนแทนที่จะให้ภาครัฐเป็นฝ่ายกำหนด ส่วนในประเทศนิวซีแลนด์ ให้ความสำคัญกับเรื่อง Local Culture เช่น การนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับชนเผ่าเมารี ซึ่งมีเป้าหมายเพื่อการอนุรักษ์ หรือรักษาวัฒนธรรมของชนเผ่าพื้นเมืองไว้ ผ่านการสนับสนุนเงินทุนในการผลิตสื่อ หรือเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับชนเผ่าดังกล่าว รวมไปถึงการจัดงานในลักษณะ Event หรือแพลตฟอร์มออนไลน์ที่มีการนำเสนอเนื้อหาหรือเรื่องราวเกี่ยวกับชนเผ่าดังกล่าวด้วยอีกทางหนึ่ง เป็นต้น ในขณะที่ประเทศออสเตรเลีย ให้ความสำคัญกับการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับ LGBTQ หรือบทบาทความเท่าเทียมทางเพศของกลุ่มที่มีความหลากหลายทางเพศ เป็นต้น ดังนั้น จะเห็นได้ว่าการสนับสนุนหรือส่งเสริมการผลิตสื่อสาธารณะจะขึ้นอยู่กับบริบท และการให้ความสนใจของประชาชนในแต่ละประเทศ

2) ผู้ให้ทุนควรกำหนดหลักเกณฑ์ในการให้ทุนอย่างไร และความเหมาะสมของงบประมาณที่ให้ทุนควรมีหลักเกณฑ์ในการพิจารณาอย่างไร เช่น การคำนวณค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการ ค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ เป็นต้น

หลักการเบื้องต้นของการให้ทุนมักจะกำหนดให้ผู้รับทุนเป็นผู้เขียนข้อเสนอโครงการที่แสดงค่าใช้จ่ายหรือต้นทุนในการผลิตรายการ จากนั้นขั้นตอนการพิจารณาอนุมัติคณะกรรมการจะพิจารณาอนุมัติค่าใช้จ่ายให้บางส่วน โดยอาจให้ผู้ขอรับทุนไปขอสนับสนุนแหล่งเงินทุนจากแหล่งอื่นด้วย ทั้งนี้ การพิจารณาสนับสนุนทุนดังกล่าวจะขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของผู้ให้ทุนว่าเนื้อหาสาระของรายการที่มาขอรับทุนนั้นตรงตามเป้าหมายและเจตนารมณ์ของผู้ให้ทุนหรือไม่เป็นสำคัญ นอกจากนี้ คุณสมบัติสำคัญที่คณะกรรมการผู้ให้ทุนมักจะพิจารณา คือ ความน่าเชื่อถือของผู้รับทุน และเนื้อหาสาระของรายการที่มาขอรับทุน อาทิ แนวคิดในการนำเสนอมีความน่าสนใจ มีเนื้อหาที่เปิดโอกาสให้กับคนทุกกลุ่มในสังคม เป็นต้น

3) การวัดความยั่งยืน (Sustainability) ที่เกิดจากการให้ทุนเพื่อสนับสนุนการผลิตรายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ จะสามารถพิจารณาได้จากปัจจัยใดบ้าง

การวัดความยั่งยืน ควรพิจารณาใน 2 มิติ ได้แก่ 1) ผลกระทบต่อผู้รับสารหรือผู้ชม (Impact) โดยพิจารณาถึงหลักการ KAP หรือ ความรู้ (Knowledge) ทักษะ (Attitude) และการยอมรับปฏิบัติ (Practice) ของผู้รับสารอันมีผลกระทบต่อพฤติกรรมจากการรับสารนั้นๆ การเปลี่ยนแปลงทั้งสามประเภทยี่จะเกิดขึ้นในลักษณะต่อเนื่อง กล่าวคือ เมื่อผู้รับสารได้รับสารจะทำให้เกิดความรู้ เมื่อเกิดความรู้ขึ้นก็จะไปมีผลทำให้เกิดทัศนคติ และขั้นสุดท้าย คือ การก่อให้เกิดการกระทำ ซึ่งมีลักษณะสัมพันธ์กันเป็นลูกโซ่ เป็นที่ยอมรับกันว่าการสื่อสารเป็นเครื่องมือ อันสำคัญในการเพิ่มพูนความรู้ สร้างทัศนคติที่ดี และเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมไปในทางที่เหมาะสม 2) ระยะเวลาการคงอยู่ของสื่อต่างๆ กล่าวคือ ความยาวนานของเนื้อหาของสื่อที่ผลิตขึ้นมา ยังคงอยู่ และสร้างการรับรู้ให้กับผู้รับชมอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนยังสามารถส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมของผู้รับชมรายการ หรือยังเป็นประโยชน์ที่นำไปประยุกต์ใช้ได้ เป็นต้น ทั้งนี้ ปัจจัยเสี่ยงสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อระยะเวลาในการคงอยู่ของสื่อคือ แพลตฟอร์มในการนำเสนอหรือถ่ายทอดไม่ได้เป็นของผู้ผลิตรายการ ถ้าหากแพลตฟอร์มที่เผยแพร่รายการถูกปิด/ระงับการออกอากาศ หรือรายการถูกถอดเนื้อหาออกจากแพลตฟอร์ม เป็นต้น

4) ในปัจจุบัน สื่อออนไลน์เข้ามามีอิทธิพลต่อสังคมอย่างมาก โดยเฉพาะต่อการรับรู้ของคนในสังคม ขณะเดียวกันพฤติกรรมในการรับข้อมูลข่าวสารของคนก็เปลี่ยนแปลงไปด้วย สิ่งเหล่านี้ย่อมมีผลกระทบต่อการผลิตรายการในอนาคต

▪ จากที่กล่าวมาข้างต้น สิ่งใดบ้างที่เป็นความท้าทายต่อผู้ผลิตรายการเพื่อปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว ทั้งในมิติเนื้อหารายการ รูปแบบรายการและช่องทางการนำเสนอ โดยเฉพาะรายการที่ได้รับทุนจาก กทปส. ที่ต้องมุ่งเน้นคุณภาพตามเงื่อนไขของ กทปส. และต้องคำนึงถึงผู้ชมกลุ่มเป้าหมายรายการด้วย (หากต้องการให้รายการได้รับกระแสความนิยมและมียอดจำนวนผู้ชมสูงในช่วงเวลาสั้นๆ)

ประเด็นแรก ความท้าทายจากปริมาณข้อมูลที่มีอยู่เป็นจำนวนมาก เป็นโจทย์สำคัญที่ผู้ผลิตรายการต้องหาวิธีการที่จะนำเสนอ หรือสอดแทรกข้อมูลให้สามารถเข้าถึงผู้รับสารได้ โดยจะต้องคำนึงถึงพฤติกรรมหรือความสนใจของกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่มที่มีความชอบที่แตกต่างกัน ผู้ผลิตรายการจึงต้องเลือกหรือปรับรูปแบบรายการ/การสื่อสารให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย อาทิ กลุ่มเป้าหมายรุ่นใหม่อาจมีความชอบรายการที่มีลักษณะเป็น Edutainment มากกว่ารายการที่มุ่งเน้นการนำเสนอแต่เนื้อหาสาระเพียงอย่างเดียว และชอบรูปแบบการนำเสนอที่เป็นวิดีโอขนาดสั้น ไม่เกิน 2 นาที หรือกลุ่มเป้าหมายที่มีอายุต่ำกว่า 15 ปีลงไป จะสนใจรับข้อมูลจาก Tik Tok มากกว่า YouTube เป็นต้น

ประเด็นที่สอง การปรับช่องทางการสื่อสารให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของคนในปัจจุบัน หากผู้ผลิตรายการมีช่องทางการนำเสนอผ่าน Mass Media อยู่แล้ว ความท้าทายที่ต้องเผชิญคือทำอย่างไรให้เนื้อหารายการมาอยู่บนแพลตฟอร์มออนไลน์ เพื่อเพิ่มช่องทางการสื่อสารให้สอดคล้องกับรูปแบบการรับสารที่เปลี่ยนไป รวมถึงการสร้างความผูกพันให้ผู้ชมรายการเข้ามามีส่วนร่วม เพื่อให้เกิดเป็น Community ซึ่งจะช่วยสร้างความยั่งยืนให้กับรายการได้ ตัวอย่างเช่น เกม ROV หรือ Pub G เป็นต้น โดยที่ผู้ใช้งานสามารถเข้าไปร่วมสร้างคอนเทนต์ในเกมได้ด้วย นอกจากนี้ Feedback จากคนรับชมรายการ ผู้ผลิตสามารถนำไปใช้ปรับปรุงหรือสร้างสรรค์เนื้อหารายการให้ตอบโจทย์ผู้ชมได้มากขึ้น ทั้งนี้ ในอนาคต Life Cycle ของแต่ละรายการจะสั้นลงโดยธรรมชาติ ดังนั้น การสร้าง Engagement ให้ผู้รับชมรายการเข้ามามีส่วนร่วมในการสร้างสรรค์เนื้อหารายการ (Co-creation) การเปิดช่องทางให้สามารถ Feedback ความคิดเห็นต่อรายการได้ รวมถึงตัวผู้ผลิตรายการที่มีการปรับรูปแบบรายการ โดยคำนึงถึงทิศทาง แนวโน้ม และพฤติกรรมการรับชมรายการที่เปลี่ยนแปลงไป นับเป็นปัจจัยสำคัญที่จะช่วยให้รายการนั้นๆ สามารถดำเนินต่อไปได้

▪ **ตัวชี้วัดความสำเร็จเชิงปริมาณ**ในการเผยแพร่รายการของ กทปส. ในปัจจุบันประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย rating (ช่องทางสถานีโทรทัศน์) และ ยอด Views (ช่องทางออนไลน์) กทปส. ควรเพิ่มตัวชี้วัดใดบ้างเพื่อตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว

ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ ควรพิจารณาการวัดเรื่อง Engagement อาทิ จำนวน Likes ยอด Share หรือ จำนวน Comment

ตัวชี้วัดคุณภาพ ควรพิจารณา Feedback Comment โดยจัดแบ่งกลุ่มเนื้อหาที่คอมเมนต์ออกเป็น Neutral, Negative และ Positive

▪ **เนื้อหา (Content): Trend แนวโน้มเนื้อหา**ที่สอดคล้องหรือเกี่ยวข้องกับบริบทหรือสถานการณ์ในสังคมไทยมีอะไรบ้าง ถ้ามองถึงอนาคตในอีก 3 ปี, 5 ปี และ 10 ปีข้างหน้า

แนวโน้มและทิศทางของการนำเสนอเนื้อหาในอนาคต ผู้ผลิตควรพิจารณาเนื้อหาที่สอดคล้องกับปัญหา หรือความสนใจของสังคม อาทิ สังคมผู้สูงอายุ (Aging Society) ประเด็นเรื่องความหลากหลายทางเพศ

(LGBTQ) ผู้พิการหรือผู้ด้อยโอกาส คนชายขอบ หรือคนต่างด้าว ประเด็นเรื่องการเมือง/ความเป็นประชาธิปไตย และ BCG เป็นต้น ตัวอย่างของประเทศนิวซีแลนด์ ที่สร้างความภาคภูมิใจในความเป็นท้องถิ่นของตนเอง โดยช่องทางการสื่อสารผ่านออนไลน์ ทำให้คนมีความสนใจรับสื่อจากต่างประเทศมากขึ้น นอกจากนี้ รายการทางด้านการศึกษามีคุณภาพ จะได้รับความสนใจจากผู้ชมมากขึ้น ซึ่งเป็นไปตามพฤติกรรมของคนที่ใช้ช่องทางออนไลน์ในการเรียนรู้และศึกษาหาข้อมูลด้วยตนเอง (Self-Learning) ดังนั้นความต้องการที่จะได้รับข้อมูลหรือสื่อการสอนที่มีคุณภาพจะเพิ่มขึ้นตามไปด้วย

▪ **รูปแบบรายการ/เทคนิคการนำเสนอ/เทคนิคการผลิต: Trend แนวโน้มที่น่าสนใจมีอะไรบ้าง**
เช่น รูปแบบรายการในต่างประเทศที่สามารถนำมาปรับให้เข้ากับสังคมไทย

ทิศทางและแนวโน้มของรูปแบบรายการ/เทคนิคการนำเสนอ/เทคนิคการผลิตจะมีรูปแบบเป็น Edutainment รูปแบบการนำเสนอเหมือนดูหนัง Hollywood หรือการใช้ Netflix เป็นแพลตฟอร์มในการรับชม โดยในประเทศนิวซีแลนด์มีการเสนอให้สร้างแพลตฟอร์มให้ดี จะสามารถทำให้เกิดการรวมกลุ่มของคนที่มีความสนใจเหมือนกัน เกิดการสร้าง Content ตามมา เป็นต้น

▪ **ช่องทางการเผยแพร่:** ในปัจจุบัน รายการที่ได้รับทุนจาก กทปส. มีการเผยแพร่ผ่าน 2 ช่องทางออนไลน์หลัก ได้แก่ YouTube และ Facebook รายการควรเพิ่มช่องทางออนไลน์อื่นใดบ้างในการเผยแพร่เพื่อให้เข้าถึงผู้ชมมากขึ้น สำหรับกลุ่มผู้พิการ ควรเพิ่มช่องทางการนำเสนอผ่าน Application สำหรับผู้พิการ โดยการสร้างนวัตกรรมด้านสื่อ อาทิ สร้างนวัตกรรมสำหรับผู้พิการทางสายตา ที่สามารถทำให้เกิดจินตนาการในการรับชม หรือการขยายขอบเขตการผลิตรายการให้ครอบคลุมกลุ่มผู้พิการมากขึ้น ส่วนกลุ่มเป้าหมายอื่นๆ ควรพิจารณาช่องทางการรับชมให้เหมาะสมกับวัย เช่น กลุ่ม Gen Y จะมีความสนใจรับชมผ่านอินสตาแกรม หรือ Tik Tok เป็นต้น นอกจากนี้ กทปส. ควรส่งเสริมให้เกิดการสร้าง Community ของผู้รับชมรายการ ซึ่งอาจทำได้จากแพลตฟอร์มที่มีอยู่ได้ หรือถ้าหากทำไม่ได้อาจพิจารณาสร้างแพลตฟอร์มขึ้นมาใหม่ โดยเปิดโอกาสให้ผู้รับชมรายการสามารถเสนอแนวคิด หรือร่วมสร้างสรรค์เนื้อหารายการ

5) ในปัจจุบัน ผู้ชมมีทางเลือกในการรับชมรายการหรือสื่อต่างๆ ที่หลากหลายมากมาย **ปัจจัยอะไรที่จะทำให้ผู้ชมมีความผูกพันต่อรายการหรืออยากติดตามรับชมรายการอย่างต่อเนื่อง (Loyalty / Engagement)** โดยเฉพาะรายการที่เป็นสารประโยชน์หรือรายการที่มุ่งเน้นเนื้อหาสาระเป็นหลัก ซึ่งส่วนใหญ่เป็นรายการที่ได้รับทุนสนับสนุนจาก กทปส. และมักจะถูกมองว่าไม่ได้รับความนิยมนจากผู้ชมเท่าที่ควร

ปัจจัยแรก การสร้างหรือการสนับสนุนให้เกิด Community ของผู้รับชมรายการ อาจพิจารณาใช้ Social Media ในการสร้าง Community โดยตัดเนื้อหาที่น่าสนใจเข้าไป Boost ในกลุ่ม เป็นต้น

ปัจจัยที่สอง กลุ่มเป้าหมาย หรือ Generation ผู้ผลิตรายการจำเป็นต้องเลือกรูปแบบหรือช่องทางในการสื่อสารที่เหมาะสม โดยให้สอดคล้องกับพฤติกรรมในการเลือกใช้สื่อของแต่ละกลุ่ม

ปัจจัยที่สาม การสร้างเนื้อหาให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย

ปัจจัยที่สี่ การประชาสัมพันธ์ ซึ่งความนิยมจะขึ้นอยู่กับการประชาสัมพันธ์ให้กลุ่มเป้าหมายได้รับรู้ โดยต้องมีการกระจายให้เกิดความหลากหลายให้มากที่สุดตามกลุ่มเป้าหมายของรายการ การสร้าง Content ใน Community ของผู้รับชมรายการอย่างต่อเนื่อง สามารถช่วยให้เนื้อหารายการมีการเคลื่อนไหวและได้รับความสนใจภายในกลุ่มตลอดเวลา ซึ่งวิธีการนี้ประสบความสำเร็จมากกว่าเมื่อเทียบกับการใช้ Ad ตลอดจนการวิจัย เพื่อค้นหาความสนใจของผู้รับชมใน Community เพื่อเป็นประโยชน์ในการปรับปรุงรูปแบบและเนื้อหารายการให้เหมาะสมและตอบโจทย์ความต้องการของผู้รับชมมากยิ่งขึ้น

7.3 สรุปรายงานผลการจัดประชุม 4 ภาคสำหรับรายการปี 2562

การประเมินผลการผลิตรายการที่ได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนเงินจากกองทุนวิจัยและพัฒนา กิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ (โครงการประจำปี 2562) โดยใช้เทคนิคการประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) ในการประชุมให้ความเห็นและประเมินผล ตัวแทนกลุ่ม ที่เกี่ยวข้อง โดยสุ่มตัวแทนที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของรายการที่ออกอากาศรวม 400 คน และจัดประชุมกลุ่มย่อย 4 ภูมิภาค ซึ่งกระจายไปที่ภาคเหนือ (จังหวัดเชียงใหม่) ภาคใต้ (จังหวัดสงขลา) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (จังหวัดขอนแก่น) และภาคกลาง (กรุงเทพมหานคร) โดยการจัดประชุมเพื่อประเมินผลการผลิตรายการฯ จากตัวแทนของกลุ่มเป้าหมายและกลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งประกอบด้วย 1) กลุ่มตัวแทนจากผู้ปกครอง จำนวน 80 ราย 2) กลุ่มตัวแทนจากประชาชน จำนวน 80 ราย 3) กลุ่มตัวแทนจากประชาชน จำนวน 80 ราย 4) กลุ่มตัวแทนจากประชาชน จำนวน 80 ราย และ 5) กลุ่มตัวแทนคนพิการและผู้ที่เกี่ยวข้องกับคนพิการ จำนวน 80 ราย โดยสามารถสรุปวิธีการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างได้ดังนี้

วิธีการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง

วิธีการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง จากการกำหนดเกณฑ์ การใช้สูตรคำนวณ ซึ่งสามารถอธิบายได้ต่อไปนี

สูตรของ Roscoe (1969) ใช้ในกรณีที่ประชากรมีจำนวนไม่แน่นอน ไม่ทราบจำนวนประชากร คือ

$$N = (Z_c \sigma / e_m)^2 \quad (\text{Roscoe, 1969: 156-157})$$

เมื่อ N = จำนวนตัวอย่างของประชากร Z_c = คะแนน (ตามระดับความมีนัยสำคัญที่กำหนดให้ (α))

$Z = 1.96$ ที่ระดับความมั่นใจ 95% ($\alpha = .05$)

$Z = 2.58$ ที่ระดับความมั่นใจ 99% ($\alpha = .01$)

e_m = ค่าความคลาดเคลื่อนมากที่สุดที่ยอมรับได้

σ = ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของประชากร

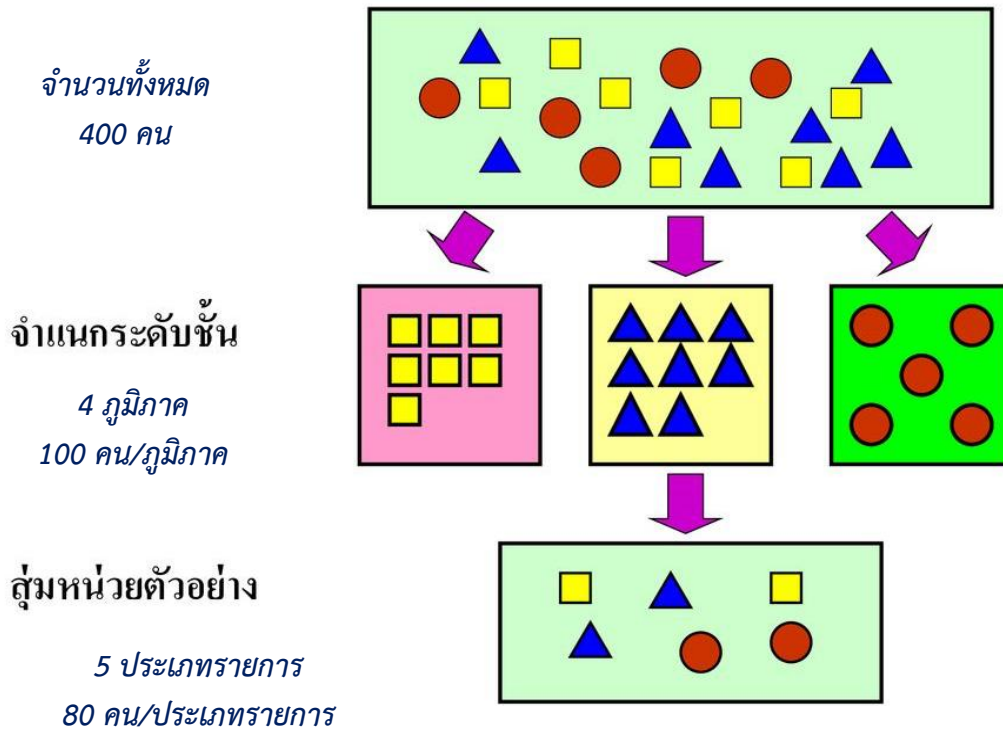
$$N = (Z_c \sigma / e_m)^2$$

$$N = (1.96 \times 10)^2$$

$$N = 19.6^2$$

$$N = 384.16$$

ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่คำนวณจากการไม่ทราบขนาดของประชากร คือ 384 หน่วย โดยกำหนด ความคลาดเคลื่อนมากที่สุดที่ยอมรับได้ เท่ากับ 1/10 ของส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ($e_m = \sigma / 10$) และระดับมี นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้การสุ่มตัวแทนที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของรายการที่ออกอากาศรวม 400 คน กลุ่มย่อย 4 ภูมิภาค และ 5 ประเภทรายการ จำนวนของการสุ่มใช้วิธีการสุ่มแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Sampling) เพื่อให้มีการกระจายของข้อมูลที่มีสัดส่วนเท่ากัน ผลรวมในแต่ละชั้นจะต้องรวมได้เท่ากับจำนวน ตัวอย่างที่ต้องการ



โดยสามารถสรุปจำนวนตัวอย่าง แสดงดังตารางต่อไปนี้

สรุปจำนวนกลุ่มตัวแทนแบ่งตาม ภูมิภาค และประเภทรายการ

ประเภท	ชื่อรายการ	ภาคเหนือ	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	ภาคกลาง (กรุงเทพฯ)	ภาคใต้	รวม
โครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อ	บริษัท (ไม่) จำกัด จำกัด	20	20	20	20	80
โครงการจัดทำรายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมให้คนพิการรู้จักสิทธิและใช้ประโยชน์จากกิจการโทรทัศน์ได้อย่างรู้เท่าทัน	D-มีดี	20	20	20	20	80
โครงการผลิตสารคดีเพื่อส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนใต้	ย้อนอดีตที่ปลายด้ามขวาน	20	20	20	20	80
โครงการส่งเสริมการผลิตและออกอากาศเนื้อหารายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ	แก๊งกระฉอน สุ่มรดกโลก	2	2	2	2	80
	Thaitive	2	2	2	2	
	GO GREEN เปลี่ยนโลก	2	2	2	2	
	ตามรอยลูกเสือ	2	2	2	2	
	ประชาชนดีคนดีได้ฝันฟ้า	2	2	2	2	
	ไทยสปิริต	2	2	2	2	
	สุภาพดี คำ ปัง ปัง (คำตั้งอินทเรนต์)	2	2	2	2	
	Young@Heart Show: Celeb Talk	2	2	2	2	
	ลายแทงชุมชน	2	2	2	2	
	กาลครั้งหนึ่ง	2	2	2	2	

ประเภท	ชื่อรายการ	ภาคเหนือ	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	ภาคกลาง (กรุงเทพฯ)	ภาคใต้	รวม
โครงการส่งเสริมการผลิตและออกอากาศรายการโทรทัศน์ระบบดิจิทัล รายการสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว	Tamacot	2	2	3	3	80
	จ๊อบคิดส์ พิชิตฝัน	2	3	3	1	
	Kids Zone	3	3	4	3	
	ปริศนาร่างกาย	3	2	2	3	
	บ้านมหัศจรรย์ (Wonder house)	3	4	2	3	
	ใจใส ใสใจ	3	3	2	3	
	KIDS DEE ธรรม ดี	2	2	2	2	
	Let's be a doctor	2	1	2	2	
รวม		100	100	100	100	400

โดยสามารถสรุปผลการประเมิน ได้ดังนี้

7.3.1 ภาคเหนือ

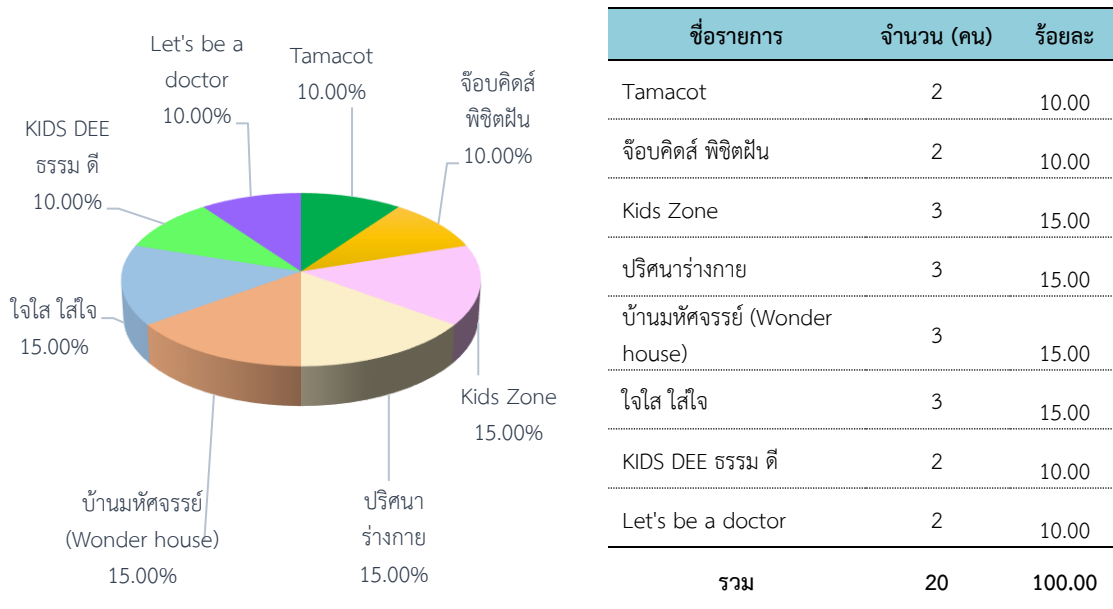
จากการลงพื้นที่ภาคเหนือ โดยการจัดประชุมเพื่อประเมินผลการผลิตรายการฯ จากตัวแทนของกลุ่มเป้าหมายและกลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งประกอบด้วย 5 ประเภทโครงการ ได้แก่ 1) กลุ่มตัวแทนจากผู้ปกครองโครงการส่งเสริมการผลิตและออกอากาศรายการโทรทัศน์ระบบดิจิทัลรายการสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว 2) กลุ่มตัวแทนจากประชาชนโครงการส่งเสริมการผลิตและออกอากาศเนื้อหาอาหารรายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ 3) กลุ่มตัวแทนจากประชาชนโครงการผลิตสารคดีเพื่อส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนใต้ 4) กลุ่มตัวแทนจากประชาชนโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อ และ 5) กลุ่มตัวแทนคนพิการและผู้ที่เกี่ยวข้องกับคนพิการ แบ่งเป็นประเภทโครงการละ 20 ราย รวมจำนวนทั้งสิ้น 80 ราย โดยสามารถสรุปผลการประเมิน ได้ดังนี้

7.3.1.1 โครงการส่งเสริมการผลิตและออกอากาศรายการโทรทัศน์ระบบดิจิตอลรายการ สำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว

มีผู้ตอบแบบประเมินโดยกลุ่มตัวแทนจากผู้ปกครอง จำนวน 20 ราย ประกอบด้วยข้อมูล ดังนี้

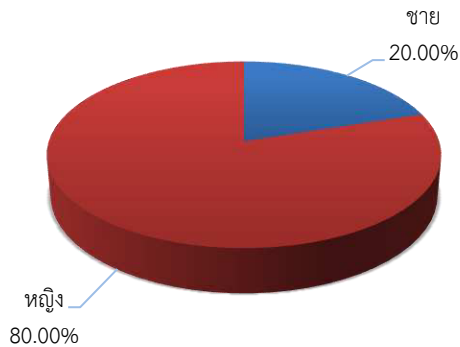
ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบประเมิน

ตารางที่ 7.3 จำนวนและร้อยละของรายการ



จากตารางที่ 7.3 ผู้ตอบแบบประเมินได้ส้อมรับชมรายการ “Kids Zone” จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 รายการ “ปริศนาร่างกาย” จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 รายการ “บ้านมหัศจรรย์ (Wonder house)” จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 รายการ “ใจใส ใสใจ” จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 รายการ “Tamacot” จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 รายการ “จ๊อบคิดส์ พิซิตฝัน” จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 รายการ “KIDS DEE ธรรม ดี” จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 และรายการ “Let's be a doctor” จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 ตามลำดับ

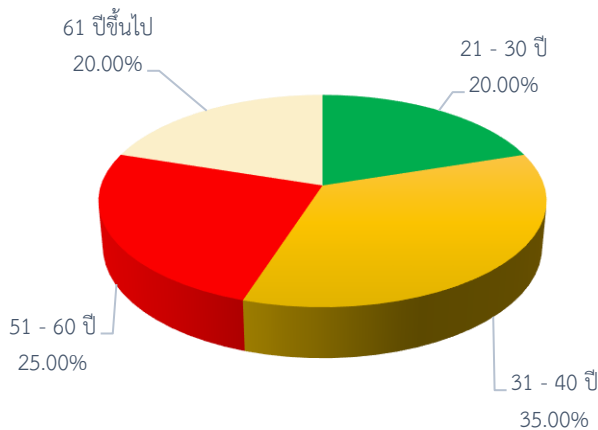
ตารางที่ 7.4 จำนวนและร้อยละของเพศ



เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	4	20.00
หญิง	16	80.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 7.4 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 80.00 รองลงมาคือ เพศชาย จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 ตามลำดับ

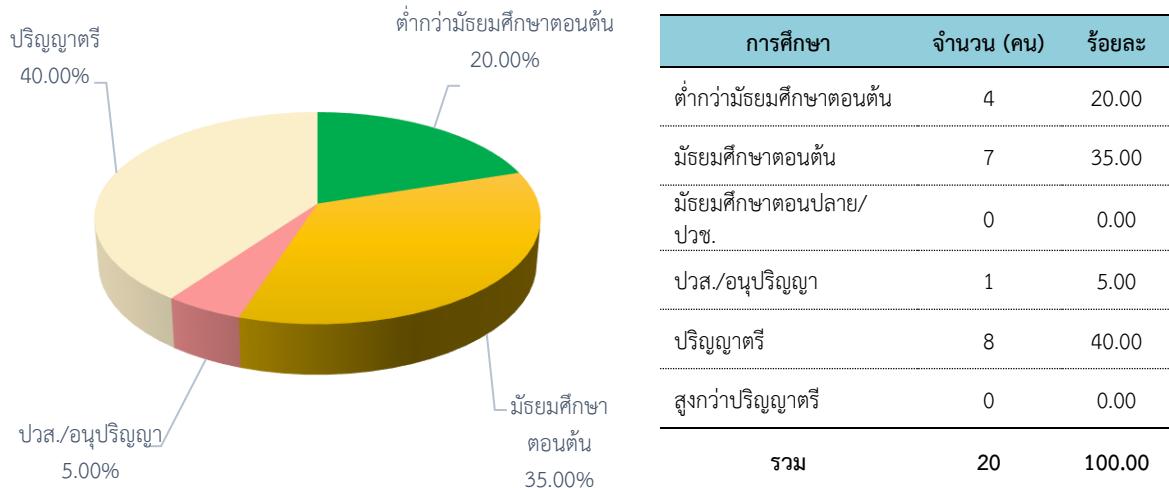
ตารางที่ 7.5 จำนวนและร้อยละของอายุ



อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	0	0.00
21 - 30 ปี	4	20.00
31 - 40 ปี	7	35.00
41 - 50 ปี	0	0.00
51 - 60 ปี	5	25.00
61 ปีขึ้นไป	4	20.00
รวม	20	100.00

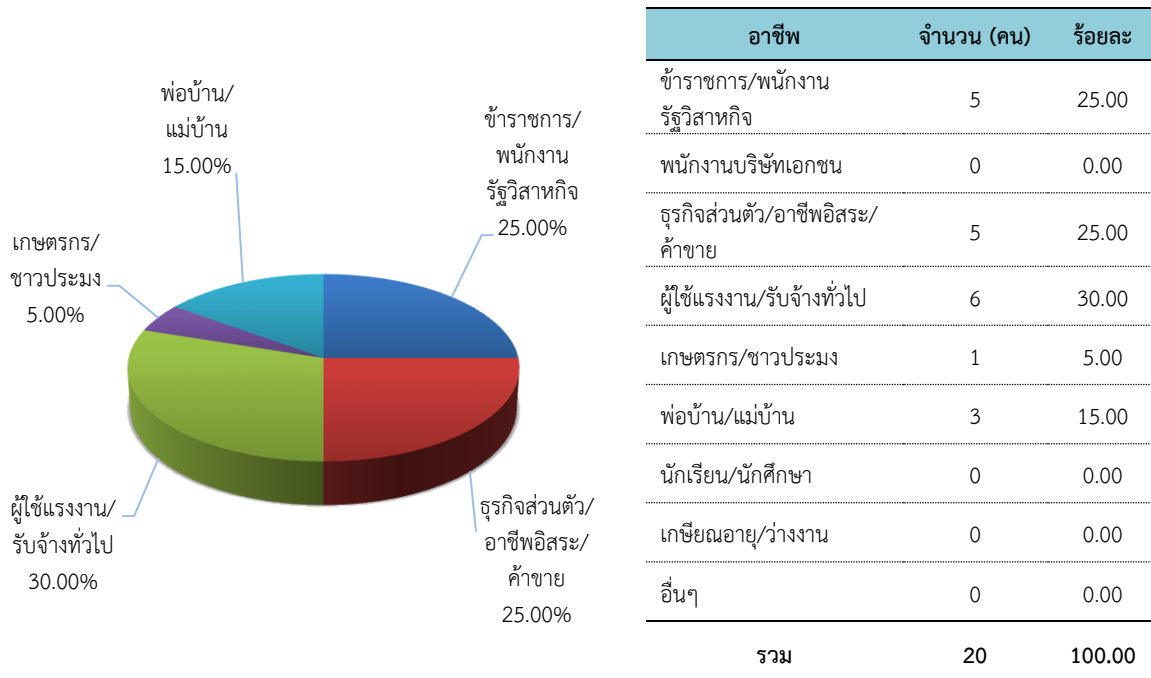
จากตารางที่ 7.5 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่อายุ 31 - 40 ปี จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 35.00 รองลงมาคือ อายุ 51 - 60 ปี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 อายุ 21 - 30 ปี จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 และอายุ 61 ปีขึ้นไป จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 7.6 จำนวนและร้อยละของการศึกษา



จากตารางที่ 7.6 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 รองลงมาคือ มัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 35.00 ระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 และระดับ ปวส./อนุปริญญา จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 7.7 จำนวนและร้อยละของอาชีพ



จากตารางที่ 7.7 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่ประกอบอาชีพผู้ใช้แรงงาน/รับจ้างทั่วไป จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 รองลงมาคือ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 พ่อบ้าน/แม่บ้าน จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 และเกษตรกร/ชาวประมง จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 7.8 จำนวนและร้อยละของจังหวัดที่ท่านอาศัยอยู่ในปัจจุบัน



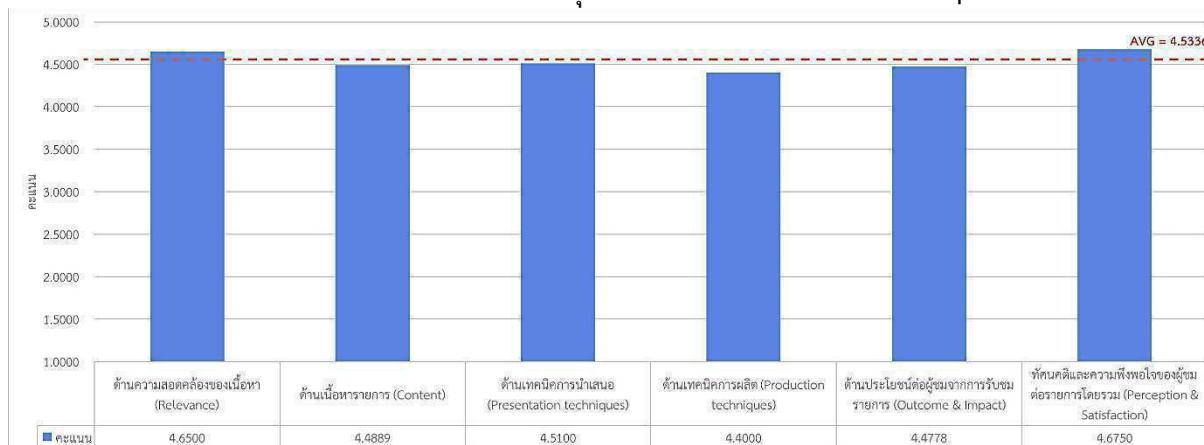
จังหวัดที่อาศัยอยู่ในปัจจุบัน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ภาคเหนือ	20	0.00
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	0	100.00
กรุงเทพฯ และปริมณฑล	0	0.00
ภาคกลาง	0	0.00
ภาคใต้	0	0.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 7.8 ผู้ตอบแบบประเมินทั้งหมดอาศัยอยู่ในจังหวัดของภาคเหนือ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00

สรุปผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ

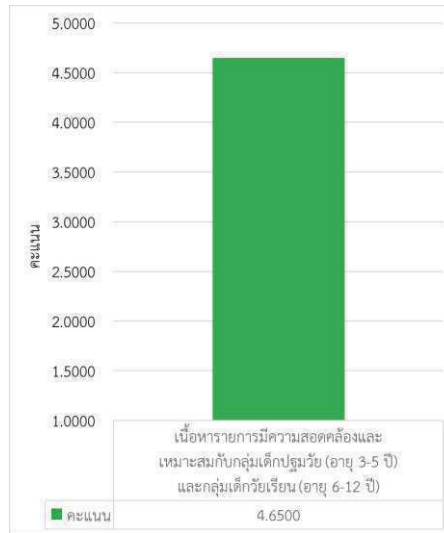
จากการตอบแบบประเมินโดยกลุ่มตัวแทนจากผู้ปกครอง จำนวน 20 ราย ในพื้นที่ภาคเหนือ มีระดับคะแนนการประเมินคุณภาพรายการทีวีในด้านต่างๆ โดยเฉลี่ย ที่ระดับ 4.5336 โดยมีระดับคะแนนการประเมินคุณภาพรายการทีวีในแต่ละด้าน ดังนี้

แผนภาพที่ 7.8 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ



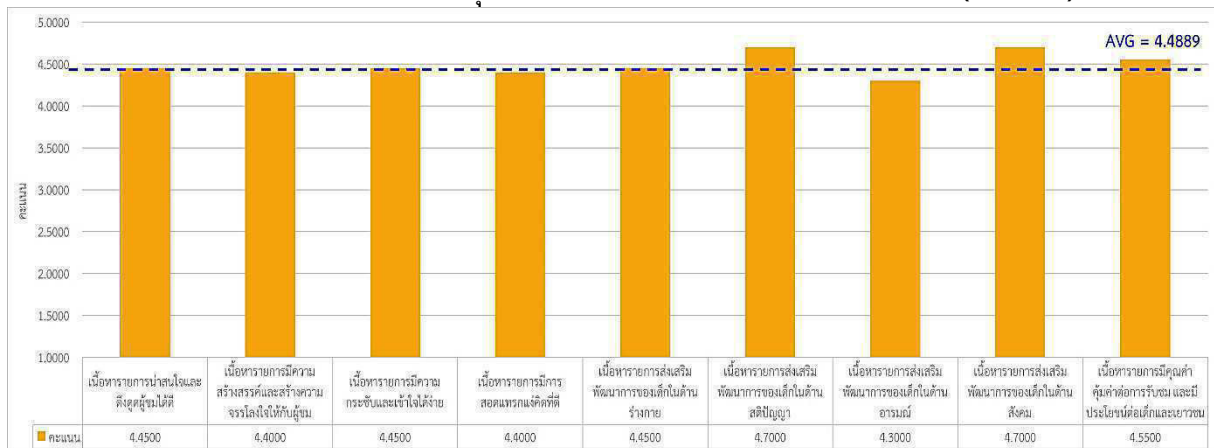
จากแผนภาพที่ 7.8 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance) ด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques) และทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction) มีระดับความเชื่อมั่นเท่ากัน ที่ระดับมากที่สุด สำหรับด้านเนื้อหารายการ (Content) ด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques) และด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact) มีระดับความเชื่อมั่นเท่ากันที่ระดับมาก ทั้งนี้ ทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction) มีระดับคะแนนมากที่สุด ที่ระดับ 4.6750 รองลงมาคือ ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance) มีระดับคะแนนที่ระดับ 4.6500 ด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques) มีระดับคะแนนที่ระดับ 4.5100 ด้านเนื้อหารายการ (Content) มีระดับคะแนนที่ระดับ 4.4889 ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact) มีระดับคะแนนที่ระดับ 4.4778 และด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques) มีระดับคะแนนที่ระดับ 4.4000 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 7.9 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance)



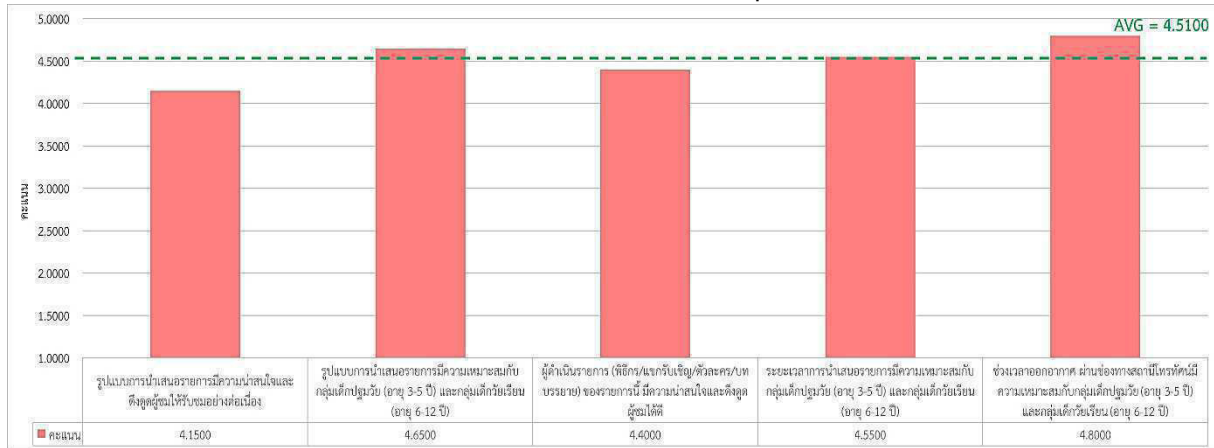
จากแผนภาพที่ 7.9 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance) อยู่ในระดับมากที่สุด จากประเด็นเนื้อหารายการมีความสอดคล้องและเหมาะสมกับกลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี) และกลุ่มเด็กวัยเรียน (อายุ 6-12 ปี) ที่ระดับคะแนน 4.6500

แผนภาพที่ 7.10 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเนื้อหารายการ (Content)



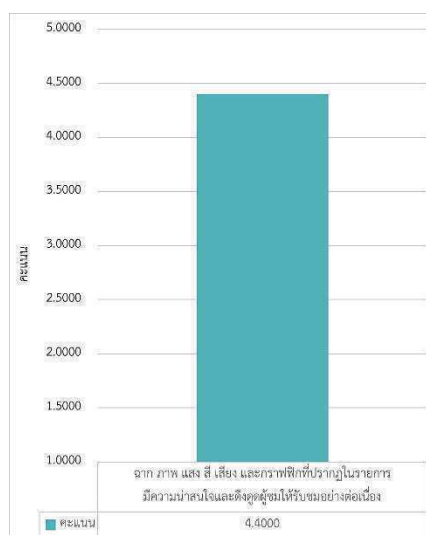
จากแผนภาพที่ 7.10 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเนื้อหารายการ (Content) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยประเด็นเนื้อหาการส่งเสริมพัฒนาการของเด็กในด้านสติปัญญา และเนื้อหาการส่งเสริมพัฒนาการของเด็กในด้านสังคม มีระดับคะแนนสูงสุดที่ระดับคะแนน 4.7000 รองลงมาคือ เนื้อหาการมีคุณค่า คุณค่าต่อการรับชม และมีประโยชน์ต่อเด็กและเยาวชน ที่ระดับคะแนน 4.5500 ประเด็นเนื้อหาการนำเสนอและดึงดูดผู้ชมได้ดี เนื้อหาการมีความกระชับและเข้าใจได้ง่าย และเนื้อหาการส่งเสริมพัฒนาการของเด็กในด้านร่างกาย มีคะแนนเท่ากันที่ระดับคะแนน 4.4500 ประเด็นเนื้อหาการมีความสร้างสรรค์และสร้างความจริงใจให้กับผู้ชม และเนื้อหาการมีการสอดแทรกแง่คิดที่ดี มีคะแนนเท่ากัน ที่ระดับคะแนน 4.4000 และเนื้อหาการส่งเสริมพัฒนาการของเด็กในด้านอารมณ์ ที่ระดับคะแนน 4.3000 ตามลำดับ

**แผนภาพที่ 7.11 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการนำเสนอ
 (Presentation techniques)**



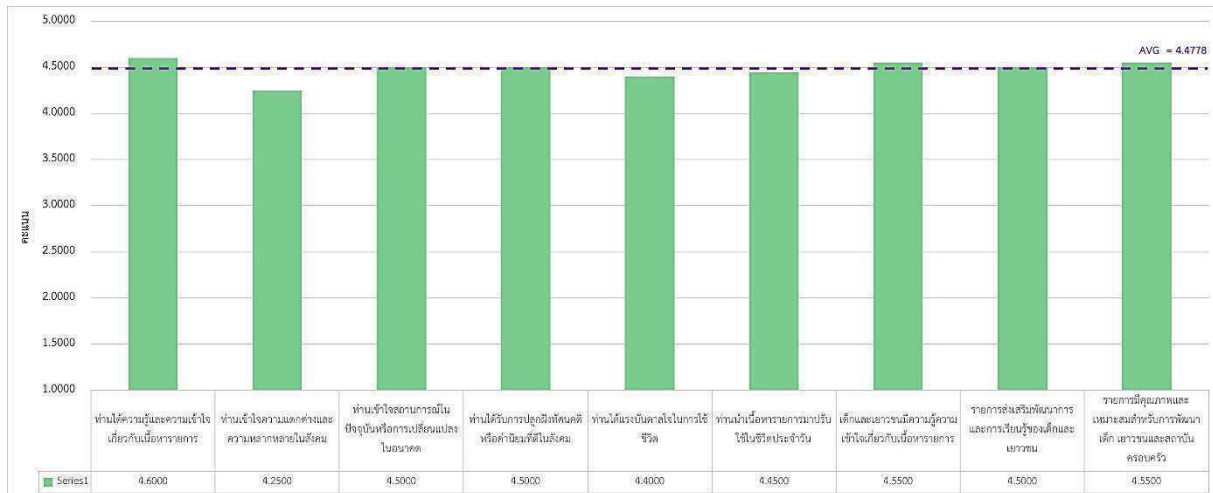
จากแผนภาพที่ 7.11 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques) ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยประเด็นช่วงเวลาออกอากาศ ผ่านช่องทางสถานีโทรทัศน์มีความเหมาะสมกับกลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี) และกลุ่มเด็กวัยเรียน (อายุ 6-12 ปี) มีระดับคะแนนสูงที่สุดที่ระดับคะแนน 4.8000 รองลงมาคือ รูปแบบการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี) และกลุ่มเด็กวัยเรียน (อายุ 6-12 ปี) ที่ระดับคะแนน 4.6500 ระยะเวลาการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี) และกลุ่มเด็กวัยเรียน (อายุ 6-12 ปี) ที่ระดับคะแนน 4.5500 ผู้ดำเนินรายการ (พิธีกร/แขกรับเชิญ/ตัวละคร/บทรบรยาย) ของรายการนี้ มีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี ที่ระดับคะแนน 4.4000 และรูปแบบการนำเสนอรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง มีคะแนนต่ำสุด ที่ระดับคะแนน 4.1500 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 7.12 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques)



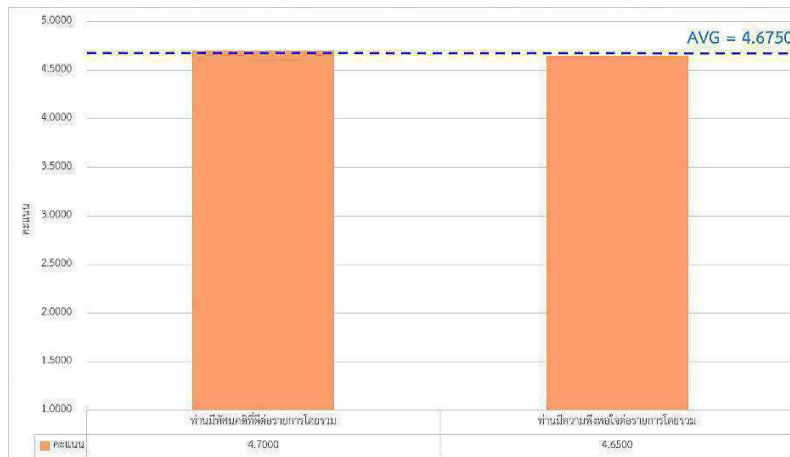
จากแผนภาพที่ 7.12 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชม ในด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques) อยู่ในระดับมาก จากประเด็นฉาก ภาพ แสง สี เสียง และกราฟฟิกที่ปรากฏในรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง ที่ระดับคะแนน 4.4000

แผนภาพที่ 7.13 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact)



จากแผนภาพที่ 7.13 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยประเด็นที่ท่านได้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ มีระดับคะแนนสูงสุดที่ระดับคะแนน 4.6000 รองลงมาคือ เด็กและเยาวชนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ และรายการมีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็ก เยาวชนและสถาบันครอบครัว มีคะแนนเท่ากันที่ระดับคะแนน 4.5500 ท่านเข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต ท่านได้รับการปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม และรายการส่งเสริมพัฒนาการและการเรียนรู้ของเด็กและเยาวชน มีคะแนนเท่ากันที่ระดับคะแนน 4.5000 ท่านนำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน ที่ระดับคะแนน 4.4500 ท่านได้แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต ที่ระดับคะแนน 4.4000 และท่านเข้าใจความแตกต่างและความหลากหลายในสังคม ที่ระดับคะแนน 4.2500 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 7.14 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction)



จากแผนภาพที่ 7.14 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction) อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีทัศนคติที่ดีต่อรายการโดยรวม ที่ระดับคะแนน 4.7000 และมีความพึงพอใจต่อรายการโดยรวมที่ระดับคะแนน 4.6500

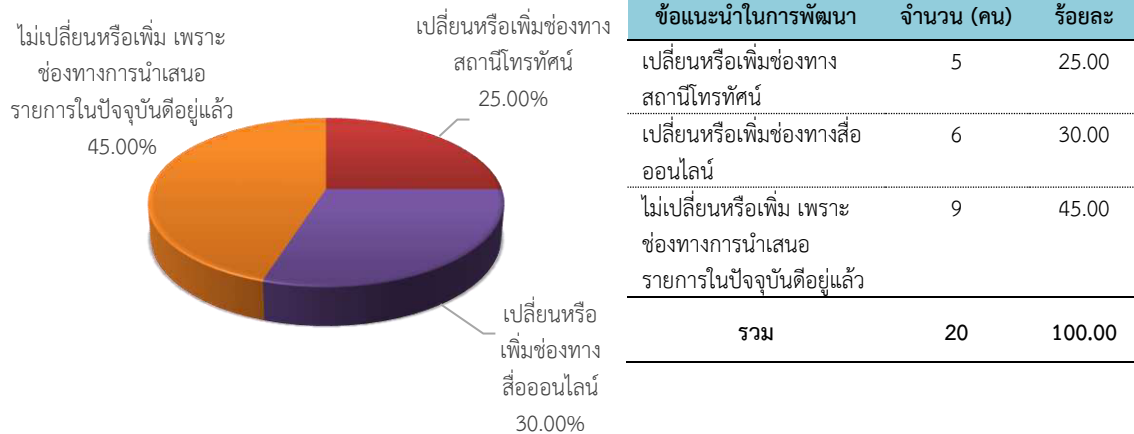
ตารางที่ 7.9 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ

ประเด็นความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
1. ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance)	4.6500	0.4894	พึงพอใจมากที่สุด
1.1 เนื้อหารายการมีความสอดคล้องและเหมาะสมกับกลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี) และกลุ่มเด็กวัยเรียน (อายุ 6-12 ปี)	4.6500	0.4894	พึงพอใจมากที่สุด
2. ด้านเนื้อหาของรายการ (Content)	4.4889	0.0950	พึงพอใจมาก
2.1 เนื้อหารายการน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี	4.4500	0.7592	พึงพอใจมาก
2.2 เนื้อหารายการมีความสร้างสรรค์และสร้างความจรรโลงใจให้กับผู้ชม	4.4000	0.5982	พึงพอใจมาก
2.3 เนื้อหารายการมีความกระชับและเข้าใจได้ง่าย	4.4500	0.5104	พึงพอใจมาก
2.4 เนื้อหารายการมีการสอดแทรกแง่คิดที่ดี	4.4000	0.7539	พึงพอใจมาก
2.5 เนื้อหารายการส่งเสริมพัฒนาการของเด็กในด้านร่างกาย	4.4500	0.6863	พึงพอใจมาก
2.6 เนื้อหารายการส่งเสริมพัฒนาการของเด็กในด้านสติปัญญา	4.7000	0.5712	พึงพอใจมากที่สุด
2.7 เนื้อหารายการส่งเสริมพัฒนาการของเด็กในด้านอารมณ์	4.3000	0.6569	พึงพอใจมาก
2.8 เนื้อหารายการส่งเสริมพัฒนาการของเด็กในด้านสังคม	4.7000	0.5712	พึงพอใจมากที่สุด
2.9 เนื้อหารายการมีคุณค่า คุ่มค่าต่อการรับชม และมีประโยชน์ต่อเด็กและเยาวชน	4.5500	0.5104	พึงพอใจมากที่สุด
3. ด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques)	4.5100	0.1007	พึงพอใจมากที่สุด
3.1 รูปแบบการนำเสนอรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง	4.1500	0.6708	พึงพอใจมาก
3.2 รูปแบบการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี) และกลุ่มเด็กวัยเรียน (อายุ 6-12 ปี)	4.6500	0.5871	พึงพอใจมากที่สุด
3.3 ผู้ดำเนินรายการ (พิธีกร/แขกรับเชิญ/ตัวละคร/บทบรรยาย) ของรายการนี้ มีค่าน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี	4.4000	0.5026	พึงพอใจมาก
3.4 ระยะเวลาการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี) และกลุ่มเด็กวัยเรียน (อายุ 6-12 ปี)	4.5500	0.6048	พึงพอใจมากที่สุด

ประเด็นความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
3.5 ช่วงเวลาออกอากาศ ผ่านช่องทางสถานีโทรทัศน์มีความเหมาะสมกับกลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี) และกลุ่มเด็กวัยเรียน	4.8000	0.4104	พึงพอใจมากที่สุด
4. ด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques)	4.4000	0.5982	พึงพอใจมาก
4.1 ฉาก ภาพ แสง สี เสียง และกราฟฟิกที่ปรากฏในรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง	4.4000	0.5982	พึงพอใจมาก
5. ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact)	4.4778	0.0692	พึงพอใจมาก
5.1 ท่านได้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	4.6000	0.5026	พึงพอใจมากที่สุด
5.2 ท่านเข้าใจความแตกต่างและความหลากหลายในสังคม	4.2500	0.6387	พึงพอใจมาก
5.3 ท่านเข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต	4.5000	0.6070	พึงพอใจมากที่สุด
5.4 ท่านได้รับการปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม	4.5000	0.6070	พึงพอใจมากที่สุด
5.5 ท่านได้แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต	4.4000	0.5026	พึงพอใจมาก
5.6 ท่านนำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน	4.4500	0.5104	พึงพอใจมาก
5.7 เด็กและเยาวชนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	4.5500	0.5104	พึงพอใจมากที่สุด
5.8 รายการส่งเสริมพัฒนาการและการเรียนรู้ของเด็กและเยาวชน	4.5000	0.6070	พึงพอใจมากที่สุด
5.9 รายการมีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็ก เยาวชนและสถาบันครอบครัว	4.5500	0.6863	พึงพอใจมากที่สุด
6. ทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction)	4.6750	0.0136	พึงพอใจมากที่สุด
6.1 ท่านมีทัศนคติที่ดีต่อรายการโดยรวม	4.7000	0.4702	พึงพอใจมากที่สุด
6.2 ท่านมีความพึงพอใจต่อรายการโดยรวม	4.6500	0.4894	พึงพอใจมากที่สุด
ภาพรวม	4.5336	0.2492	พึงพอใจมากที่สุด

สรุปข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

ตารางที่ 7.10 จำนวนและร้อยละข้อเสนอแนะในการพัฒนาช่องทางการนำเสนอรายการ



จากตารางที่ 7.10 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่มีข้อเสนอแนะ ไม่เปลี่ยนหรือเพิ่ม เพราะช่องทางการนำเสนอรายการในปัจจุบันดีอยู่แล้ว จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 45.00 รองลงมาคือ เปลี่ยนหรือเพิ่มช่องทางสถานีโทรทัศน์ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 และเปลี่ยนหรือเพิ่มช่องทางสื่อออนไลน์ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 ตามลำดับ

สรุปประเด็นข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงหรือพัฒนารายการ

จากผลการสำรวจ พบว่า ในภาพรวมกลุ่มเป้าหมายรายการในภาคเหนือมีระดับความพึงพอใจต่อโครงการส่งเสริมการผลิตและออกอากาศรายการโทรทัศน์ระบบดิจิตอลรายการสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว ในระดับดี-ดีมาก โดยมีคะแนนความพึงพอใจที่ 4.6500 คะแนน ซึ่งมีคะแนนต่ำกว่าคะแนนทัศนคติ/ความคาดหวังซึ่งมีคะแนนอยู่ที่ 4.7000 คะแนน ทั้งนี้ จากการสัมภาษณ์เชิงลึกเพิ่มเติม กลุ่มเป้าหมายมีข้อเสนอแนะในการพัฒนารายการเพิ่มเติม ดังนี้

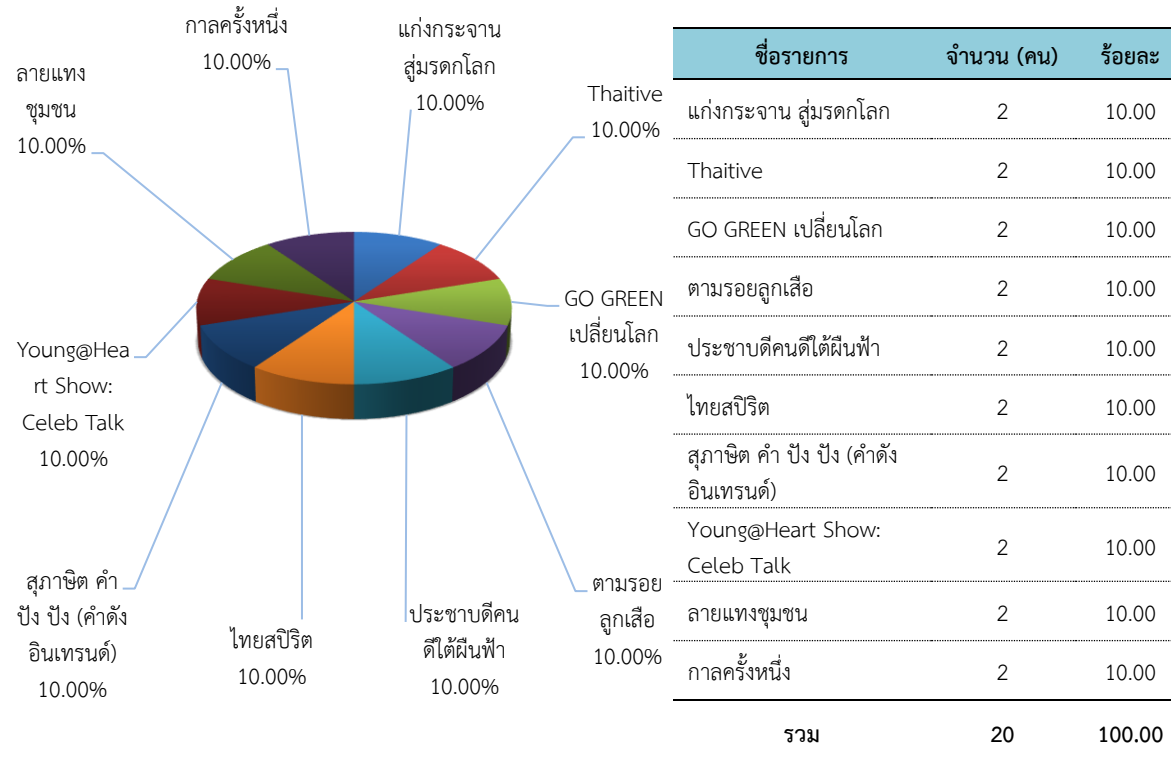
- 1) ควรปรับลดระยะเวลาการนำเสนอรายการไม่ใช้เวลามากจนเกินไป เนื่องจากบางรายการมีความยาวของระยะเวลาในการเสนอรายการมาก อาจปรับวิดีโอให้สั้นกระชับเพื่อเพิ่มความน่าสนใจ
- 2) รายการทีวีสำหรับเด็กควรเน้นสีสันรายการให้มีความน่าสนใจ ผู้ดำเนินรายการควรมีน้ำเสียงที่เป็นมิตรต่อเด็ก
- 3) ควรเพิ่มรายการที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาความสามารถทางภาษาให้แก่เยาวชน
- 4) ควรมีรายการที่มีเนื้อหาในการแนะนำอาชีพที่สอดคล้องกับสถานะสังคมในปัจจุบัน และสามารถนำไปปฏิบัติได้

7.3.1.2 โครงการส่งเสริมการผลิตและออกอากาศเนื้อหารายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ

มีผู้ตอบแบบสอบถามโดยกลุ่มตัวแทนจากประชาชน จำนวน 20 ราย ประกอบด้วยข้อมูล ดังนี้

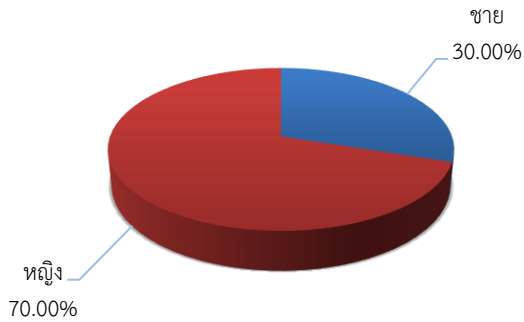
ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบประเมิน

ตารางที่ 7.11 จำนวนและร้อยละของรายการ



จากตารางที่ 7.11 ผู้ตอบแบบประเมินได้สุ่มรับชมรายการ “แก่งกระจาน สุ่มรดกโลก” จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 รายการ “Thaitive” จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 รายการ “GO GREEN เปลี่ยนโลก” จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 รายการ “ตามรอยลูกเสือ” จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 รายการ “ประชาบดีคนดีได้ฝันฟ้า” จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 รายการ “ไทยสปิริต” จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 รายการ “สุภาพิต คำ ปัง ปัง (คำตั้งอินเทรนด์)” จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 รายการ “Young@Heart Show: Celeb Talk” จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 รายการ “ลายแทงชุมชน” จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 และรายการ “กาลครั้งหนึ่ง” จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 ตามลำดับ

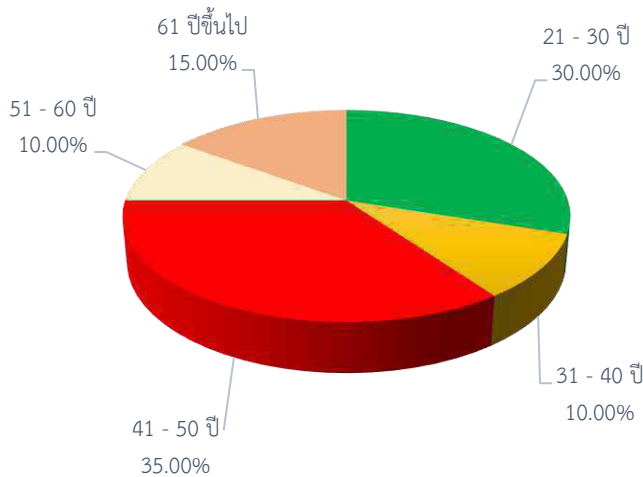
ตารางที่ 7.12 จำนวนและร้อยละของเพศ



เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	6	30.00
หญิง	14	70.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 7.12 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 70.00 รองลงมาคือ เพศชาย จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 ตามลำดับ

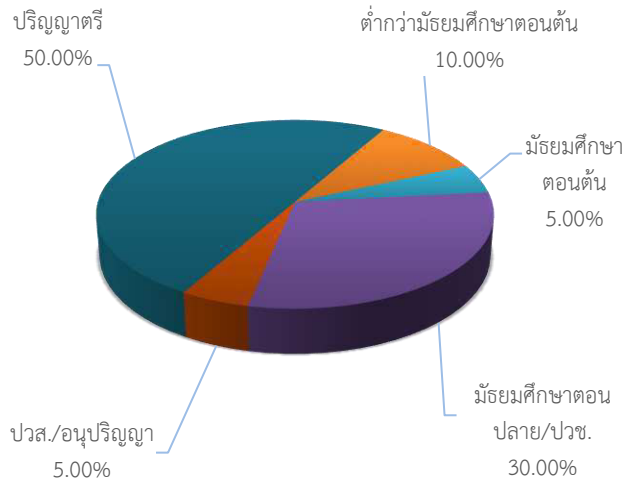
ตารางที่ 7.13 จำนวนและร้อยละของอายุ



อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	0	0.00
21 - 30 ปี	6	30.00
31 - 40 ปี	2	10.00
41 - 50 ปี	7	35.00
51 - 60 ปี	2	10.00
61 ปีขึ้นไป	3	15.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 7.13 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่อายุ 41 - 50 ปี จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 35.00 รองลงมาคือ อายุ 21 - 30 ปี จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 อายุ 61 ปีขึ้นไป จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 อายุ 31 - 40 ปี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 และอายุ 51 - 60 ปี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 ตามลำดับ

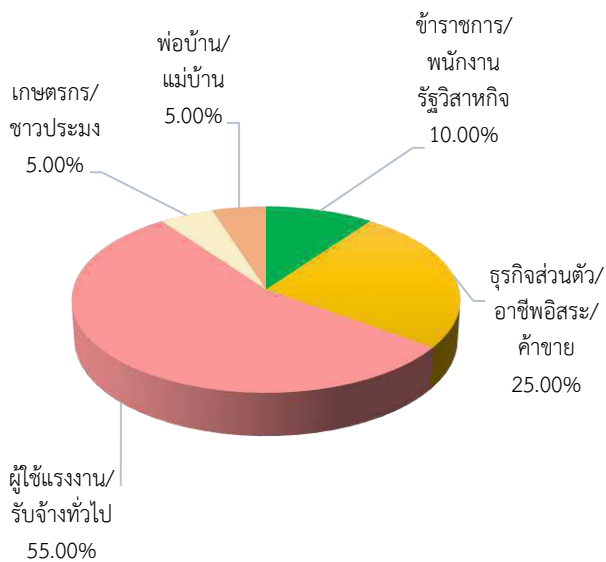
ตารางที่ 7.14 จำนวนและร้อยละของการศึกษา



การศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	2	10.00
มัธยมศึกษาตอนต้น	1	5.00
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	6	30.00
ปวส./อนุปริญญา	1	5.00
ปริญญาตรี	10	50.00
สูงกว่าปริญญาตรี	0	0.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 7.14 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมาคือ มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 ระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 และระดับ ปวส./อนุปริญญา จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 7.15 จำนวนและร้อยละของอาชีพ



อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	2	10.00
พนักงานบริษัทเอกชน	0	0.00
ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย	5	25.00
ผู้ใช้แรงงาน/รับจ้างทั่วไป	11	55.00
เกษตรกร/ชาวประมง	1	5.00
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	1	5.00
นักเรียน/นักศึกษา	0	0.00
เกษียณอายุ/ว่างงาน	0	0.00
อื่นๆ	0	0.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 7.15 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่ประกอบอาชีพผู้ใช้แรงงาน/รับจ้างทั่วไป จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 55.00 รองลงมาคือ ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 เกษตรกร/ชาวประมง จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 และพ่อบ้าน/แม่บ้าน จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 7.16 จำนวนและร้อยละของจังหวัดที่ท่านอาศัยอยู่ในปัจจุบัน



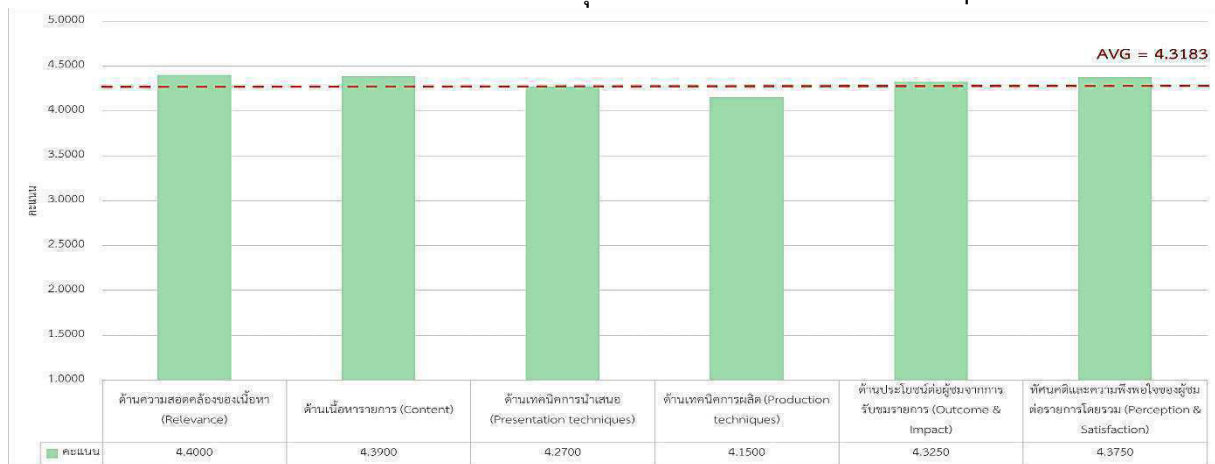
จังหวัดที่อาศัย อยู่ในปัจจุบัน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ภาคเหนือ	20	0.00
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	0	100.00
กรุงเทพฯ และปริมณฑล	0	0.00
ภาคกลาง	0	0.00
ภาคใต้	0	0.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 7.16 ผู้ตอบแบบประเมินทั้งหมดอาศัยอยู่ในจังหวัดของภาคเหนือ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00

สรุปผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ

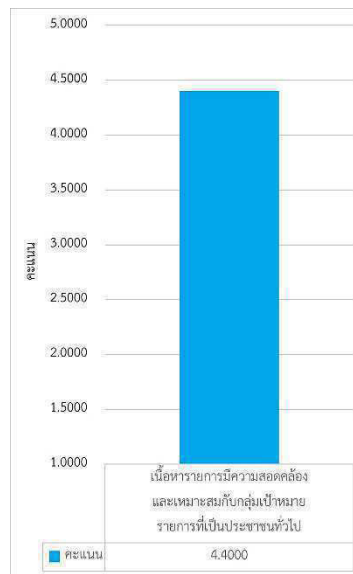
จากการตอบแบบประเมินโดยกลุ่มตัวแทนจากประชาชน จำนวน 20 ราย ในพื้นที่ภาคเหนือ มีระดับคะแนนการประเมินคุณภาพรายการทีวีในด้านต่างๆ โดยเฉลี่ย ที่ระดับ 4.3183 โดยมีระดับคะแนนการประเมินคุณภาพรายการทีวีในแต่ละด้าน ดังนี้

แผนภาพที่ 7.15 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ



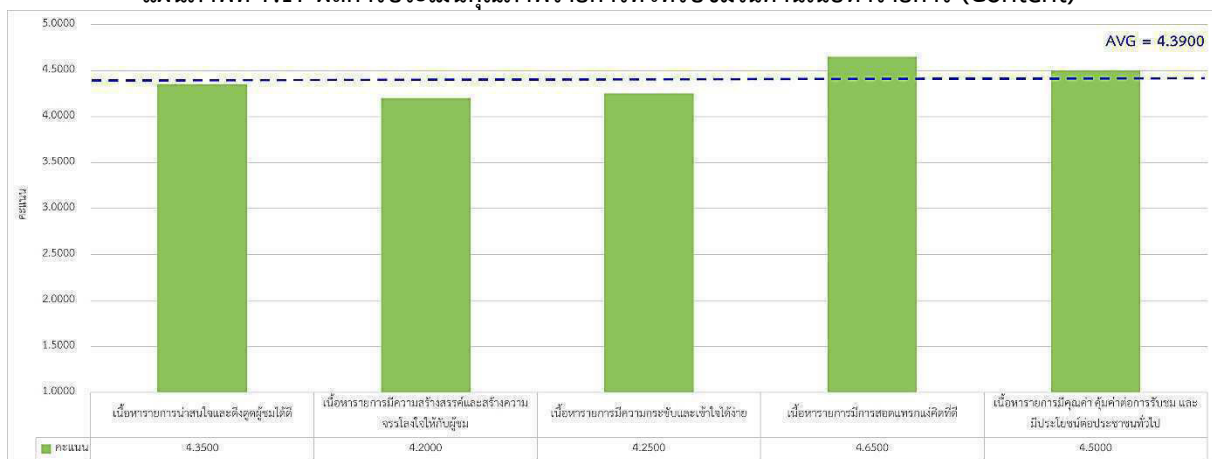
จากแผนภาพที่ 7.15 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านมีระดับความเชื่อมั่นเท่ากัน ที่ระดับมาก ทั้งนี้ ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance) มีระดับคะแนนมากที่สุด ที่ระดับ 4.4000 รองลงมาคือ ด้านเนื้อหารายการ (Content) มีระดับคะแนนที่ระดับ 4.3900 ทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction) มีระดับคะแนนที่ระดับ 4.3750 ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact) มีระดับคะแนนที่ระดับ 4.3250 ด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques) มีระดับคะแนนที่ระดับ 4.2700 และด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques) มีระดับคะแนนที่ระดับ 4.1500 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 7.16 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance)



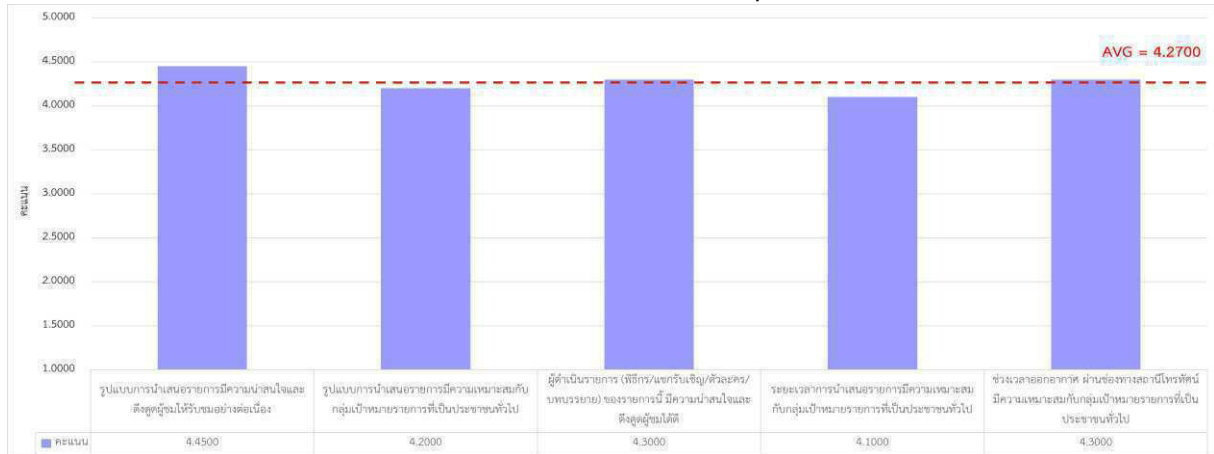
จากแผนภาพที่ 7.16 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance) อยู่ในระดับมาก จากประเด็นเนื้อหารายการมีความสอดคล้องและเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนทั่วไป ที่ระดับคะแนน 4.4000

แผนภาพที่ 7.17 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเนื้อหารายการ (Content)



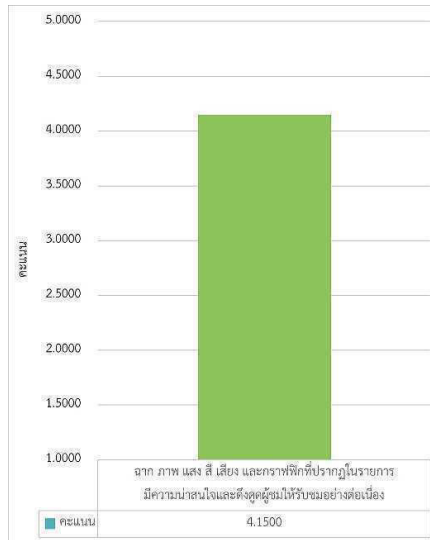
จากแผนภาพที่ 7.17 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเนื้อหารายการ (Content) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยประเด็นเนื้อหารายการมีการสอดแทรกแง่คิดที่ดี มีระดับคะแนนสูงสุด ที่ระดับคะแนน 4.6500 รองลงมาคือ เนื้อหารายการมีคุณค่า คุ่มค่าต่อการรับชม และมีประโยชน์ต่อประชาชนทั่วไป ที่ระดับคะแนน 4.5000 เนื้อหารายการน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี ที่ระดับคะแนน 4.3500 เนื้อหารายการมีความกระชับและเข้าใจได้ง่าย ที่ระดับคะแนน 4.2500 และเนื้อหาที่มีความสร้างสรรค์และสร้างความจรรโลงใจให้กับผู้ชม ที่ระดับคะแนน 4.2000 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 7.18 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการนำเสนอ
 (Presentation techniques)



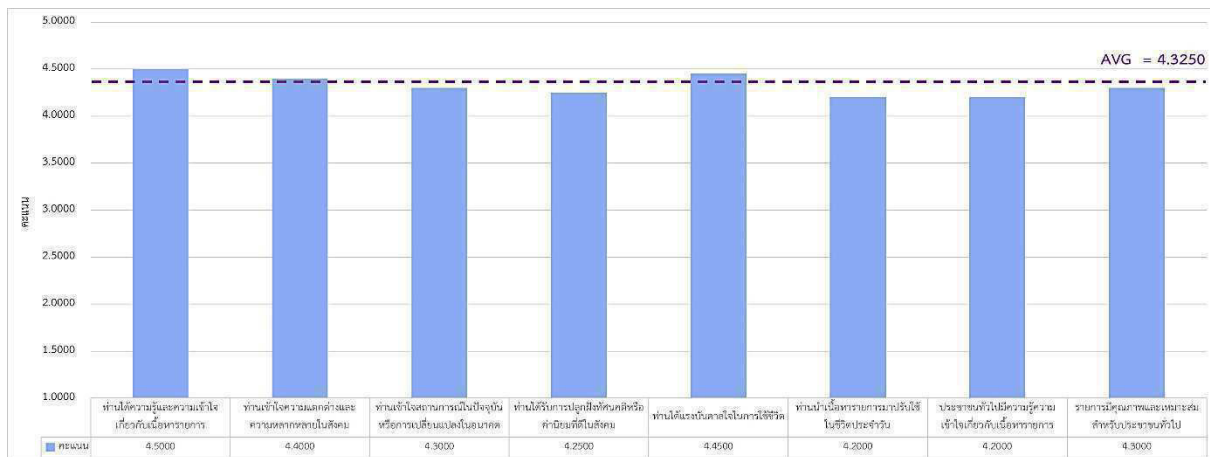
จากแผนภาพที่ 7.18 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยประเด็นรูปแบบการนำเสนอรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง มีระดับคะแนนสูงที่สุดที่ระดับคะแนน 4.4500 รองลงมาคือ ประเด็นผู้ดำเนินรายการ (พิธีกร/แขกรับเชิญ/ตัวละคร/บทบรรยาย) ของรายการนี้ มีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี และประเด็นช่วงเวลาออกอากาศผ่านช่องทางสถานีโทรทัศน์มีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนทั่วไปมีระดับคะแนนเท่ากัน ที่ระดับคะแนน 4.3000 รูปแบบการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนทั่วไป ที่ระดับคะแนน 4.2000 และระยะเวลาการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนทั่วไป มีคะแนนต่ำสุด ที่ระดับคะแนน 4.1000 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 7.19 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques)



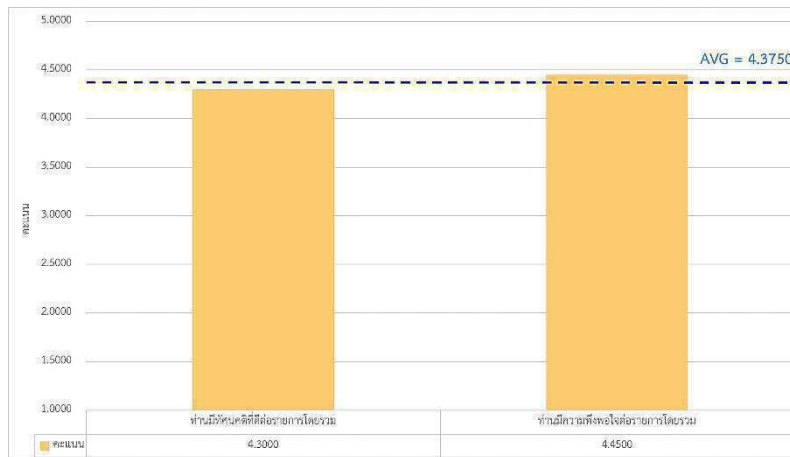
จากแผนภาพที่ 7.19 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques) อยู่ในระดับมาก จากประเด็นฉาก ภาพ แสง สี เสียง และกราฟฟิกที่ปรากฏในรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง ที่ระดับคะแนน 4.1500

แผนภาพที่ 7.20 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact)



จากแผนภาพที่ 7.20 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยประเด็นท่านได้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ มีระดับคะแนนสูงสุดที่ระดับคะแนน 4.5000 รองลงมาคือ ท่านได้แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต ที่ระดับคะแนน 4.4500 ท่านเข้าใจความแตกต่างและความหลากหลายในสังคม ที่ระดับคะแนน 4.4000 ท่านเข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต และรายการมีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับประชาชนทั่วไป มีระดับคะแนนเท่ากัน ที่ระดับคะแนน 4.3000 ท่านได้รับการปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม ที่ระดับคะแนน 4.2500 ท่านนำเนื้อหารายการมาใช้ในชีวิตประจำวัน และประชาชนทั่วไปมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ มีระดับคะแนนเท่ากันที่ระดับคะแนน 4.2000 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 7.21 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction)



จากแผนภาพที่ 7.21 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction) อยู่ในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจต่อรายการโดยรวม ที่ระดับคะแนน 4.4500 และมีทัศนคติที่ดีต่อรายการโดยรวม ที่ระดับคะแนน 4.3000

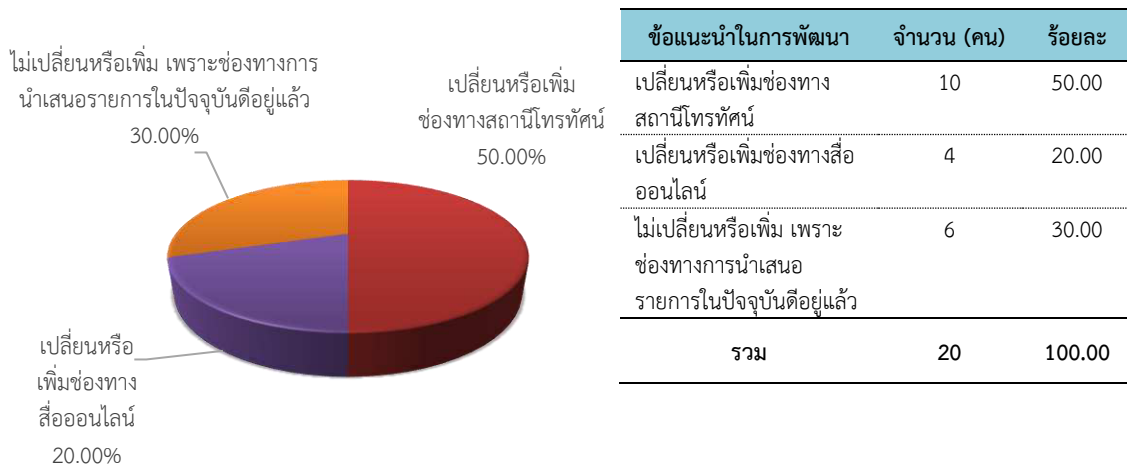
ตารางที่ 7.17 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ

ประเด็นความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
1. ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance)	4.4000	0.5982	พึงพอใจมาก
1.1 เนื้อหารายการมีความสอดคล้องและเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนทั่วไป	4.4000	0.5982	พึงพอใจมาก
2. ด้านเนื้อหารายการ (Content)	4.3900	0.2577	พึงพอใจมาก
2.1 เนื้อหารายการน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี	4.3500	0.5871	พึงพอใจมาก
2.2 เนื้อหารายการมีความสร้างสรรค์และสร้างความจริงใจให้กับผู้ชม	4.2000	1.1050	พึงพอใจมาก
2.3 เนื้อหารายการมีความกระชับและเข้าใจได้ง่าย	4.2500	0.5501	พึงพอใจมาก
2.4 เนื้อหารายการมีการสอดแทรกแง่คิดที่ดี	4.6500	0.4894	พึงพอใจมากที่สุด
2.5 เนื้อหารายการมีคุณค่า คุ่มค่าต่อการรับชม และมีประโยชน์ต่อประชาชนทั่วไป	4.5000	0.5130	พึงพอใจมากที่สุด
3. ด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques)	4.2700	0.0767	พึงพอใจมาก
3.1 รูปแบบการนำเสนอรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง	4.4500	0.5104	พึงพอใจมาก
3.2 รูปแบบการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนทั่วไป	4.2000	0.6959	พึงพอใจมาก
3.3 ผู้ดำเนินรายการ (พิธีกร/แขกรับเชิญ/ตัวละคร/บทรบราย) ของรายการนี้ มีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี	4.3000	0.6569	พึงพอใจมาก
3.4 ระยะเวลาการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนทั่วไป	4.1000	0.5525	พึงพอใจมาก
3.5 ช่วงเวลาออกอากาศ ผ่านช่องทางสถานีโทรทัศน์มีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนทั่วไป	4.3000	0.5712	พึงพอใจมาก

ประเด็นความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
4. ด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques)	4.1500	0.6708	พึงพอใจมาก
4.1 ฉาก ภาพ แสง สี เสียง และกราฟิกที่ปรากฏในรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง	4.1500	0.6708	พึงพอใจมาก
5. ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact)	4.3250	0.0841	พึงพอใจมาก
5.1 ท่านได้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	4.5000	0.5130	พึงพอใจมากที่สุด
5.2 ท่านเข้าใจความแตกต่างและความหลากหลายในสังคม	4.4000	0.6806	พึงพอใจมาก
5.3 ท่านเข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต	4.3000	0.4702	พึงพอใจมาก
5.4 ท่านได้รับการปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม	4.2500	0.6387	พึงพอใจมาก
5.5 ท่านได้แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต	4.4500	0.6863	พึงพอใจมาก
5.6 ท่านนำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน	4.2000	0.6959	พึงพอใจมาก
5.7 ประชาชนทั่วไปมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	4.2000	0.6156	พึงพอใจมาก
5.8 รายการมีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับประชาชนทั่วไป	4.3000	0.5712	พึงพอใจมาก
6. ทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction)	4.3750	0.0208	พึงพอใจมาก
6.1 ท่านมีทัศนคติที่ดีต่อรายการโดยรวม	4.3000	0.6569	พึงพอใจมาก
6.2 ท่านมีความพึงพอใจต่อรายการโดยรวม	4.4500	0.6863	พึงพอใจมาก
ภาพรวม	4.3183	0.2833	พึงพอใจมาก

สรุปข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

ตารางที่ 7.18 จำนวนและร้อยละข้อแนะนำในการพัฒนาช่องทางการนำเสนอรายการ



จากตารางที่ 7.18 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่มีข้อแนะนำ เปลี่ยนหรือเพิ่มช่องทางสถานีโทรทัศน์ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมาคือ ไม่เปลี่ยนหรือเพิ่ม เพราะช่องทางการนำเสนอรายการในปัจจุบันดีอยู่แล้ว จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 และเปลี่ยนหรือเพิ่มช่องทางสื่อออนไลน์ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 ตามลำดับ

สรุปประเด็นข้อแนะนำเพื่อปรับปรุงหรือพัฒนารายการ

จากผลการสำรวจ พบว่า ในภาพรวมกลุ่มเป้าหมายรายการในภาคเหนือมีระดับความพึงพอใจต่อโครงการส่งเสริมการผลิตและออกอากาศเนื้อหารายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ ในระดับดี-ดีมาก โดยมีคะแนนความพึงพอใจที่ 4.4500 คะแนน ซึ่งมีคะแนนต่ำกว่าคะแนนทัศนคติ/ความคาดหวังซึ่งมีคะแนนอยู่ที่ 4.3000 คะแนน ทั้งนี้ จากการสัมภาษณ์เชิงลึกเพิ่มเติม กลุ่มเป้าหมายมีข้อเสนอแนะในการพัฒนารายการเพิ่มเติม ดังนี้

- 1) ควรปรับระยะเวลาการนำเสนอรายการในบางรายการทีวี ให้มีความสัมพันธ์กับเนื้อหาที่จะนำเสนอ
- 2) ควรเพิ่มช่องทางการนำเสนอรายการ ช่องทางโทรทัศน์ให้มากขึ้นเพื่อให้ผู้สูงอายุได้รับชมสารคดี
- 3) ควรปรับปรุงคุณภาพของภาพให้มีความคมชัดขึ้น ฉากหลังให้มีความน่าสนใจ สีสันทันสมัยและไม่กลืนกันและเสียงประกอบรายการที่สอดคล้องกับเนื้อหารายการ
- 4) ควรมีปรับปรุงวิธีการนำเสนอรายการของพิธีกรในบางรายการเพื่อเพิ่มความน่าสนใจของเนื้อหา
- 5) ควรมีช่องทางติดต่อกับวิทยากร/ผู้นำเสนอรายการได้ เพื่อเป็นช่องทางในการสอบถามสำหรับผู้ชมที่มีความสนใจเป็นพิเศษ
- 6) ควรมีรายการที่มีเนื้อหาครอบคลุมกับกลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่ พร้อมทั้งสอดแทรกข้อดี ข้อเสีย และสร้างแรงบันดาลใจที่ชัดเจนให้แก่ผู้ชมหรือกลุ่มเป้าหมาย

7.3.1.3 โครงการผลิตสารคดีเพื่อส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนใต้

มีผู้ตอบแบบสอบถามโดยกลุ่มตัวแทนจากประชาชน จำนวน 20 ราย ประกอบด้วยข้อมูล ดังนี้

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบประเมิน

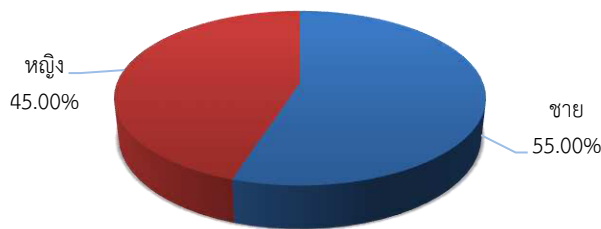
ตารางที่ 7.19 จำนวนและร้อยละของรายการ



ชื่อรายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ย้อนอดีตที่ปลายด้ามขวาน	20	100.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 7.19 ผู้ตอบแบบประเมินได้รับชมรายการ “ย้อนอดีตที่ปลายด้ามขวาน” จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00

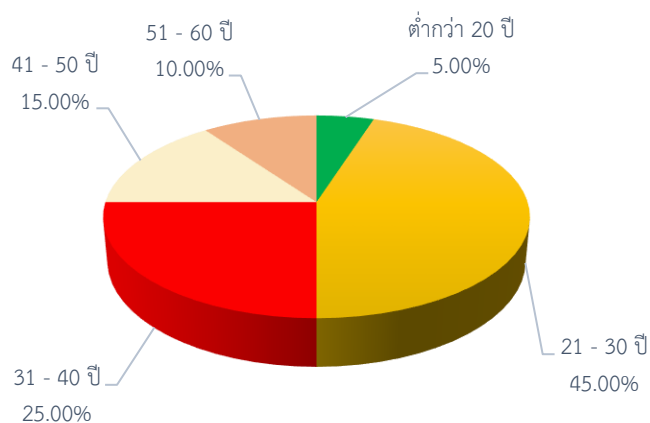
ตารางที่ 7.20 จำนวนและร้อยละของเพศ



เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	11	55.00
หญิง	9	45.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 7.20 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 55.00 รองลงมาคือ เพศหญิง จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 45.00 ตามลำดับ

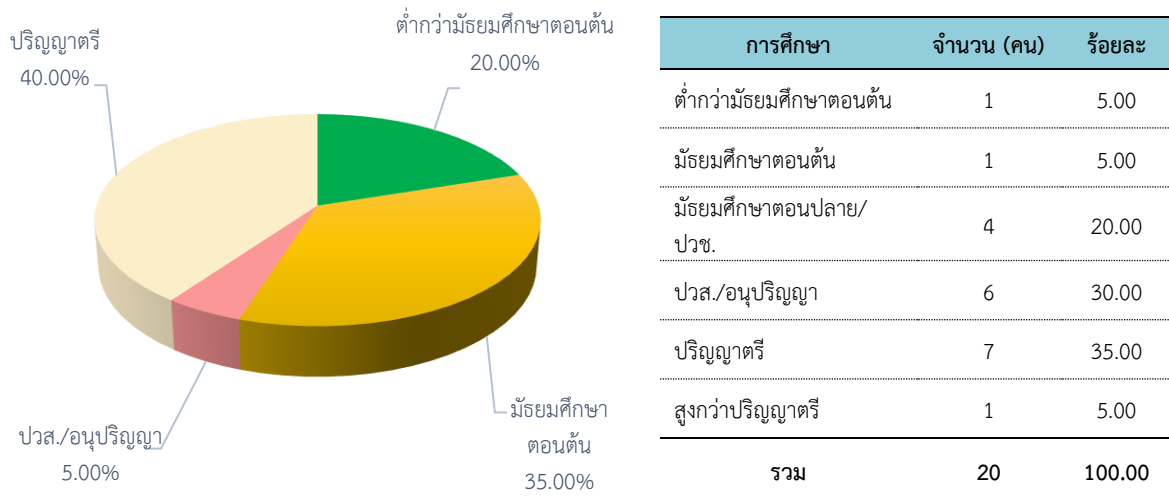
ตารางที่ 7.21 จำนวนและร้อยละของอายุ



อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	1	5.00
21 - 30 ปี	9	45.00
31 - 40 ปี	5	25.00
41 - 50 ปี	3	15.00
51 - 60 ปี	2	10.00
61 ปีขึ้นไป	0	0.00
รวม	20	100.00

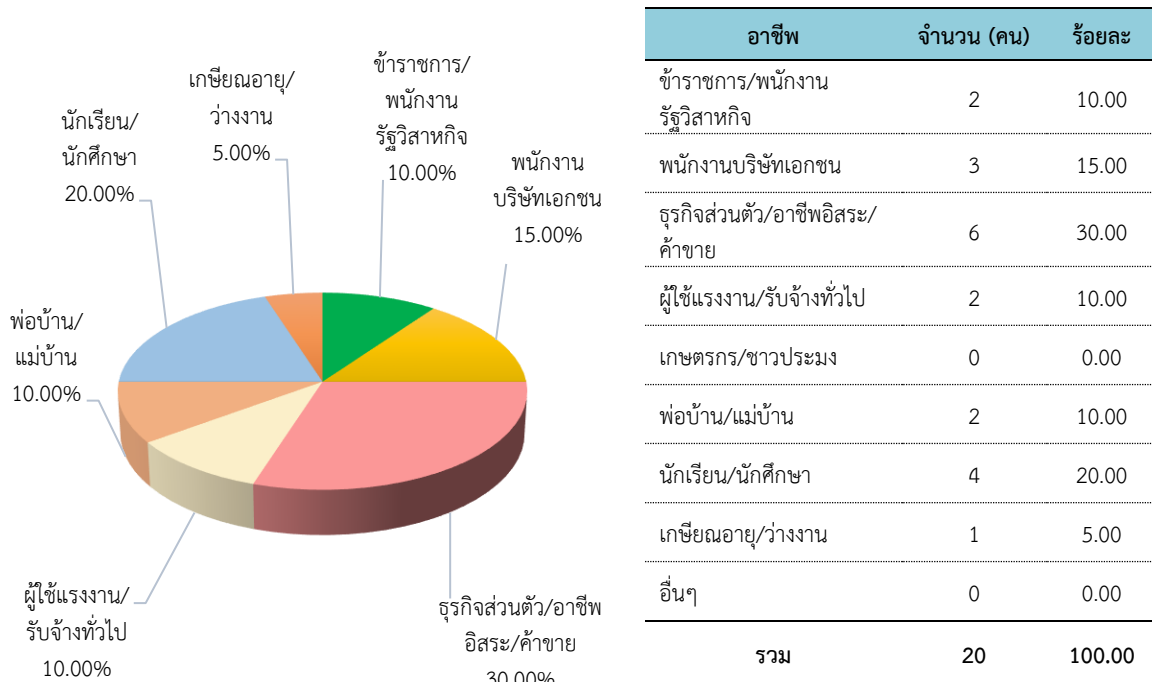
จากตารางที่ 7.21 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่อายุ 21 - 30 ปี จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 45.00 รองลงมาคือ อายุ 31 - 40 ปี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 อายุ 41 - 50 ปี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 อายุ 51 - 60 ปี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 และต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5 ตามลำดับ

ตารางที่ 7.22 จำนวนและร้อยละของการศึกษา



จากตารางที่ 7.22 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 35.00 รองลงมาคือ ระดับ ปวส./อนุปริญญา จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 และระดับ ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น และระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีจำนวน 1 คนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 7.23 จำนวนและร้อยละของอาชีพ



จากตารางที่ 7.23 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 รองลงมาคือ นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ผู้ใช้แรงงาน/รับจ้างทั่วไป และพ่อบ้าน/แม่บ้าน จำนวน 2 คนเท่ากัน คิดเป็น ร้อยละ 10.00 และเกษียณอายุ/ว่างงาน จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 7.24 จำนวนและร้อยละของจังหวัดที่ท่านอาศัยอยู่ในปัจจุบัน



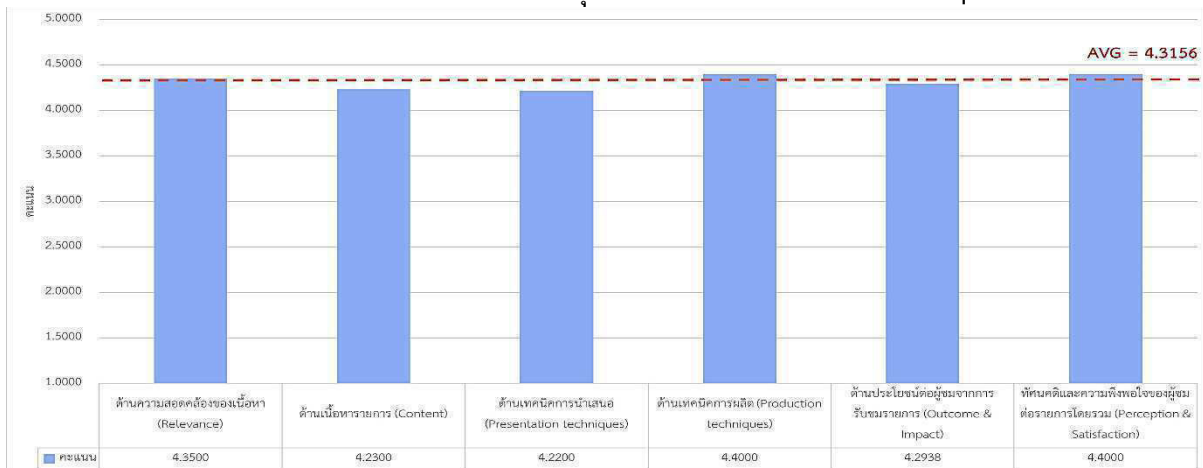
จังหวัดที่อาศัยอยู่ในปัจจุบัน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ภาคเหนือ	20	0.00
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	0	100.00
กรุงเทพฯ และปริมณฑล	0	0.00
ภาคกลาง	0	0.00
ภาคใต้	0	0.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 7.24 ผู้ตอบแบบประเมินทั้งหมดอาศัยอยู่ในจังหวัดของภาคเหนือ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00

สรุปผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ

จากการตอบแบบประเมินโดยกลุ่มตัวแทนจากประชาชน จำนวน 20 ราย ในพื้นที่ภาคเหนือ มีระดับคะแนนการประเมินคุณภาพรายการทีวีในด้านต่างๆ โดยเฉลี่ย ที่ระดับ 4.3156 โดยมีระดับคะแนนการประเมินคุณภาพรายการทีวีในแต่ละด้าน ดังนี้

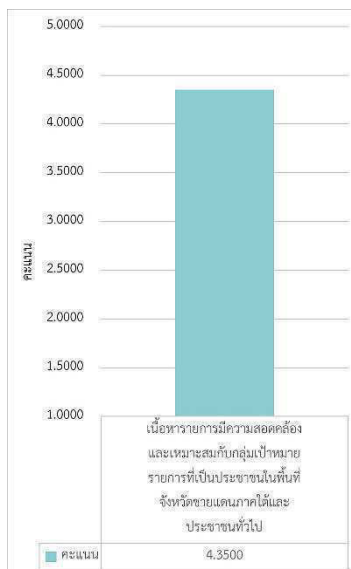
แผนภาพที่ 7.22 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ



จากแผนภาพที่ 7.22 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีระดับความเชื่อมั่นเท่ากันทุกด้านที่ระดับมาก ทั้งนี้ ด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques) และทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction) มีระดับคะแนนมากที่สุด ที่ระดับ 4.4000 รองลงมาคือ ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance) มีระดับคะแนนที่ระดับ 4.3500 ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact) มีระดับคะแนนที่ระดับ 4.2938 ด้าน

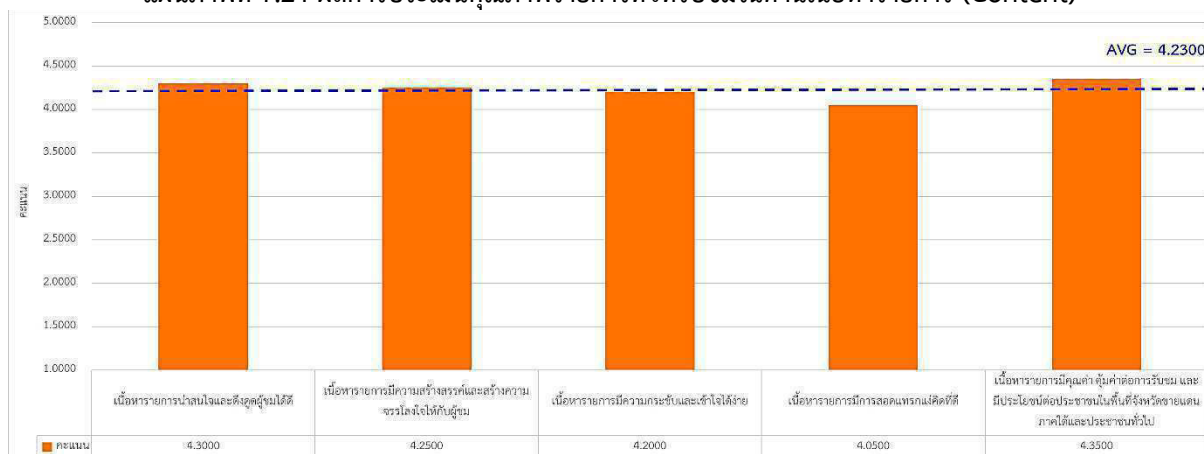
เนื้อหารายการ (Content) มีระดับคะแนนที่ระดับ 4.2300 และด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques) มีระดับคะแนนที่ระดับ 4.2200 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 7.23 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance)



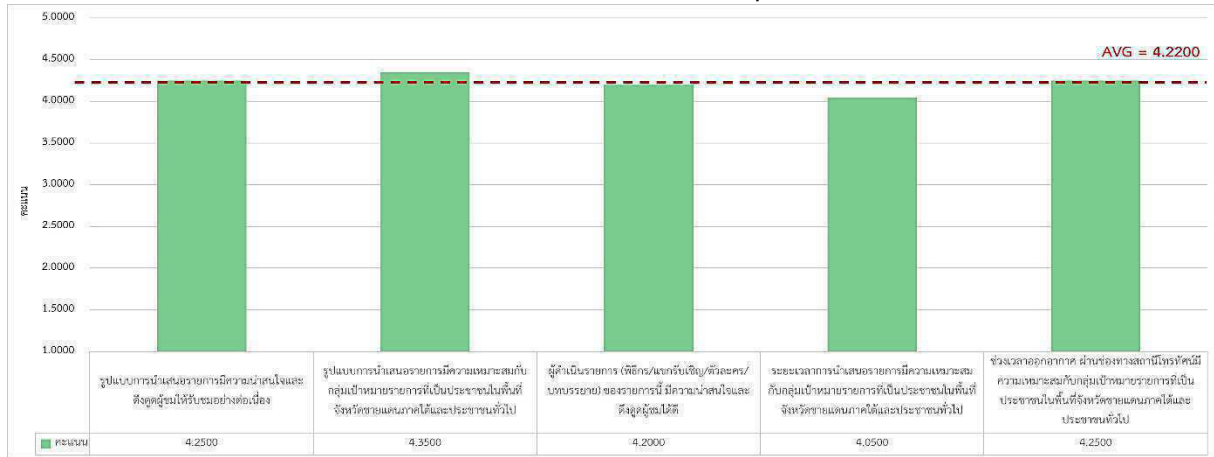
จากแผนภาพที่ 7.23 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance) อยู่ในระดับมาก จากประเด็นเนื้อหารายการมีความสอดคล้องและเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้และประชาชนทั่วไป ที่ระดับคะแนน 4.3500

แผนภาพที่ 7.24 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเนื้อหารายการ (Content)



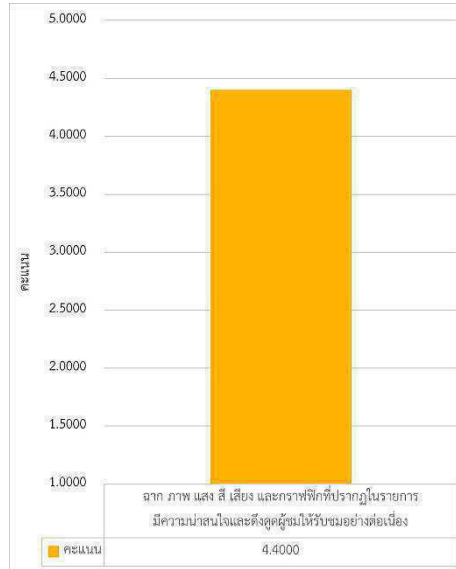
จากแผนภาพที่ 7.24 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเนื้อหารายการ (Content) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยประเด็นเนื้อหาการมีคุณค่า คุ้มค่าต่อการรับชม และมีประโยชน์ต่อประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้และประชาชนทั่วไป มีระดับคะแนนสูงสุดที่ระดับคะแนน 4.3500 รองลงมาคือ เนื้อหาการนำเสนอและดึงดูดผู้ชมได้ดี ที่ระดับคะแนน 4.3000 เนื้อหาการมีความสร้างสรรค์และสร้างความจรรโลงใจให้กับผู้ชม ที่ระดับคะแนน 4.2500 เนื้อหาการมีความกระชับและเข้าใจได้ง่ายที่ระดับคะแนน 4.2000 และเนื้อหาการมีการสอดแทรกแง่คิดที่ดีที่ระดับคะแนน 4.0500 ตามลำดับ

**แผนภาพที่ 7.25 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการนำเสนอ
 (Presentation techniques)**



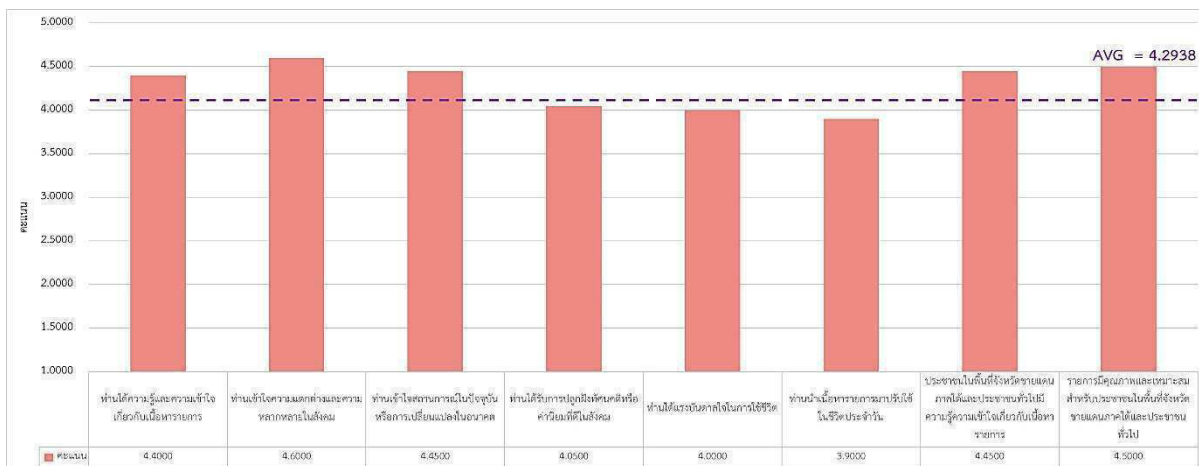
จากแผนภาพที่ 7.25 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยประเด็นรูปแบบการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้และประชาชนทั่วไป มีระดับคะแนนสูงที่สุดที่ระดับคะแนน 4.3500 รองลงมาคือ ประเด็นรูปแบบการนำเสนอรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง และช่วงเวลาออกอากาศ ผ่านช่องทางสถานีโทรทัศน์มีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้และประชาชนทั่วไป มีระดับคะแนนเท่ากัน ที่ระดับคะแนน 4.2500 ผู้ดำเนินรายการ (พิธีกร/แขกรับเชิญ/ตัวละคร/บทรบร่าย) ของรายการนี้ มีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดีที่ระดับคะแนน 4.2000 และระยะเวลาการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้และประชาชนทั่วไป มีคะแนนต่ำสุด ที่ระดับคะแนน 4.0500 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 7.26 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques)



จากแผนภาพที่ 7.26 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques) อยู่ในระดับมาก จากประเด็นฉาก ภาพ แสง สี เสียง และกราฟฟิกที่ปรากฏในรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง ที่ระดับคะแนน 4.4000

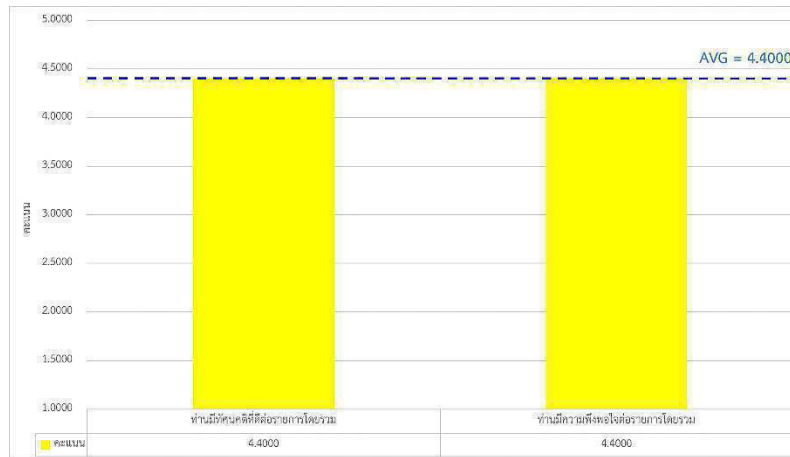
แผนภาพที่ 7.27 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact)



จากแผนภาพที่ 7.27 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยประเด็นท่านเข้าใจความแตกต่างและความหลากหลายในสังคม มีระดับคะแนนสูงสุดที่ระดับคะแนน 4.6000 รองลงมาคือ ประเด็นรายการมีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้และประชาชนทั่วไป ที่ระดับคะแนน 4.5000 ประเด็นท่านเข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต และประเด็นประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้และประชาชนทั่วไปมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหา รายการ มีคะแนนเท่ากันที่ระดับคะแนน 4.4500 ท่านได้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ

ที่ระดับคะแนน 4.4000 ท่านได้รับการปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม 4.0500 ท่านได้แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต ที่ระดับคะแนน 4.0000 และท่านนำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน ที่ระดับคะแนน 3.9000 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 7.28 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction)



จากแผนภาพที่ 7.28 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction) อยู่ในระดับมาก โดยมีทัศนคติที่ดีต่อรายการโดยรวม และมีความพึงพอใจต่อรายการโดยรวม ที่ระดับคะแนนเท่ากัน ที่ระดับคะแนน 4.4000

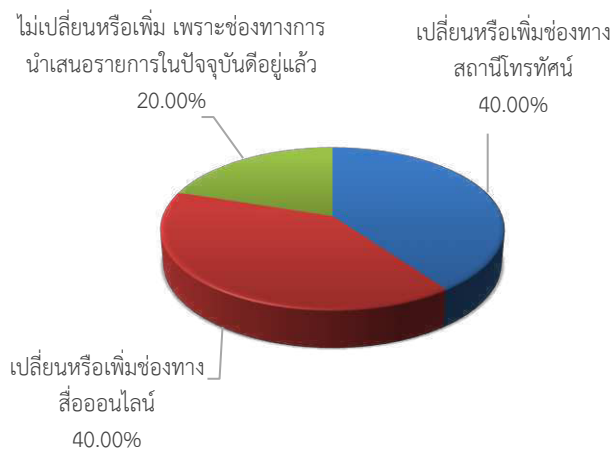
ตารางที่ 7.25 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ

ประเด็นความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
1. ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance)	4.3500	0.4894	พึงพอใจมาก
1.1 เนื้อหารายการมีความสอดคล้องและเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้และประชาชนทั่วไป	4.3500	0.4894	พึงพอใจมาก
2. ด้านเนื้อหารายการ (Content)	4.2300	0.0827	พึงพอใจมาก
2.1 เนื้อหารายการน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี	4.3000	0.8013	พึงพอใจมาก
2.2 เนื้อหารายการมีความสร้างสรรค์และสร้างความจรรโลงใจให้กับผู้ชม	4.2500	0.7164	พึงพอใจมาก
2.3 เนื้อหารายการมีความกระชับและเข้าใจได้ง่าย	4.2000	0.7678	พึงพอใจมาก
2.4 เนื้อหารายการมีการสอดแทรกแง่คิดที่ดี	4.0500	0.8870	พึงพอใจมาก
2.5 เนื้อหารายการมีคุณค่า คุ่มค่าต่อการรับชม และมีประโยชน์ต่อประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้และประชาชนทั่วไป	4.3500	0.6708	พึงพอใจมาก
3. ด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques)	4.2200	0.1387	พึงพอใจมาก
3.1 รูปแบบการนำเสนอรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง	4.2500	0.7864	พึงพอใจมาก
3.2 รูปแบบการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้และประชาชนทั่วไป	4.3500	0.8751	พึงพอใจมาก
3.3 ผู้ดำเนินรายการ (พิธีกร/แขกรับเชิญ/ตัวละคร/บทบรรยาย) ของรายการนี้ มีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี	4.2000	0.6959	พึงพอใจมาก
3.4 ระยะเวลาการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้และประชาชนทั่วไป	4.0500	0.6863	พึงพอใจมาก

ประเด็นความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
3.5 ช่วงเวลาออกอากาศ ผ่านช่องทางสถานีโทรทัศน์มีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย รายการที่เป็นประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้และประชาชนทั่วไป	4.2500	1.0195	พึงพอใจมาก
4. ด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques)	4.4000	0.6806	พึงพอใจมาก
4.1 ฉาก ภาพ แสง สี เสียง และกราฟฟิกที่ปรากฏในรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชม ให้รับชมอย่างต่อเนื่อง	4.4000	0.6806	พึงพอใจมาก
5. ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact)	4.2938	0.1392	พึงพอใจมาก
5.1 ท่านได้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	4.4000	0.5026	พึงพอใจมาก
5.2 ท่านเข้าใจความแตกต่างและความหลากหลายในสังคม	4.6000	0.5026	พึงพอใจมากที่สุด
5.3 ท่านเข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต	4.4500	0.6863	พึงพอใจมาก
5.4 ท่านได้รับการปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม	4.0500	0.7592	พึงพอใจมาก
5.5 ท่านได้แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต	4.0000	0.9177	พึงพอใจมาก
5.6 ท่านนำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน	3.9000	0.7182	พึงพอใจมาก
5.7 ประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้และประชาชนทั่วไปมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	4.4500	0.6048	พึงพอใจมาก
5.8 รายการมีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้และประชาชนทั่วไป	4.5000	0.6070	พึงพอใจมากที่สุด
6. ทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction)	4.4000	0.0583	พึงพอใจมาก
6.1 ท่านมีทัศนคติที่ดีต่อรายการโดยรวม	4.4000	0.5982	พึงพอใจมาก
6.2 ท่านมีความพึงพอใจต่อรายการโดยรวม	4.4000	0.6806	พึงพอใจมาก
ภาพรวม	4.3156	0.2572	พึงพอใจมาก

สรุปข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

ตารางที่ 7.26 จำนวนและร้อยละข้อแนะนำในการพัฒนาช่องทางการนำเสนอรายการ



ข้อแนะนำในการพัฒนา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เปลี่ยนหรือเพิ่มช่องทางสถานีโทรทัศน์	8	40.00
เปลี่ยนหรือเพิ่มช่องทางสื่อออนไลน์	8	40.00
ไม่เปลี่ยนหรือเพิ่ม เพราะช่องทางการนำเสนอรายการในปัจจุบันดีอยู่แล้ว	4	20.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 7.26 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่มีข้อแนะนำ เปลี่ยนหรือเพิ่มช่องทางสถานีโทรทัศน์ และเปลี่ยนหรือเพิ่มช่องทางสื่อออนไลน์ จำนวน 8 คนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 40.00 รองลงมาคือ ไม่เปลี่ยนหรือเพิ่ม เพราะช่องทางการนำเสนอรายการในปัจจุบันดีอยู่แล้ว จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 ตามลำดับ

สรุปประเด็นข้อแนะนำเพื่อปรับปรุงหรือพัฒนารายการ

จากผลการสำรวจ พบว่า ในภาพรวมกลุ่มเป้าหมายรายการในภาคเหนือมีระดับความพึงพอใจต่อโครงการผลิตสารคดีเพื่อส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนใต้ในระดับดี-ดีมาก โดยมีคะแนนความพึงพอใจที่ 4.4000 คะแนน ซึ่งเท่ากับคะแนนทัศนคติ/ความคาดหวัง ทั้งนี้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกเพิ่มเติม กลุ่มเป้าหมายมีข้อเสนอแนะในการพัฒนารายการเพิ่มเติม ดังนี้

1) ควรเพิ่มกลุ่มเป้าหมายที่เป็นเยาวชนโดยการเสริมรายละเอียดหรือเกร็ดความรู้ ผ่านสื่อการ์ตูน พร้อมทั้ง ปรับเวลาในการนำเสนอรายการให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย

2) ควรมีการออกแบบการถ่ายทำในลักษณะของวิถีชีวิต วัฒนธรรม ประเพณีชาวบ้าน โดยถ่ายทำในลักษณะของสารคดีชาวบ้าน ไม่สอดแทรกเนื้อหาทางวิชาการมากเกินไป เพราะจะทำให้เนื้อหาไม่มีความน่าสนใจน้อยลง

3) ระยะเวลาการนำเสนอรายการผ่านสื่อออนไลน์ควรมีระยะเวลาที่สั้น กระชับ และเนื้อหาสามารถเข้าถึงผู้รับชมได้ทุกช่วงวัย

4) ควรมีการปรับปรุงการดำเนินรายการของพิธีกรหรือผู้ดำเนินรายการ ควรพูดให้เข้าใจง่าย น่าฟัง และมีความกระชับ

5) ควรมีการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางออนไลน์เพิ่มขึ้น (Facebook, Tiktok, IG) เนื่องจากเป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ทุกช่วงวัย

7.3.1.4 โครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้ความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อ

มีผู้ตอบแบบสอบถามโดยกลุ่มตัวแทนจากประชาชน จำนวน 20 ราย ประกอบด้วยข้อมูล ดังนี้

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบประเมิน

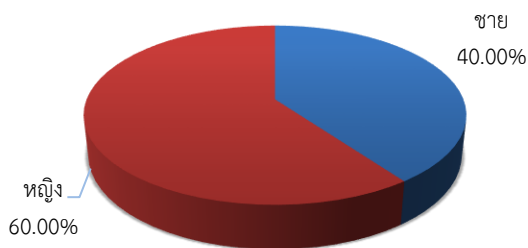
ตารางที่ 7.27 จำนวนและร้อยละของรายการ



ชื่อรายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
บริษัท (ไม่) จำกัด จำกัด	20	100.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 7.27 ผู้ตอบแบบประเมินได้สุ่มรับชมรายการ “บริษัท (ไม่) จำกัด จำกัด” จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00

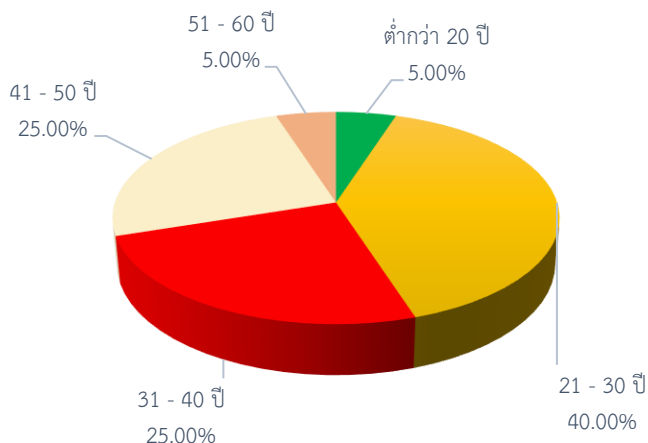
ตารางที่ 7.28 จำนวนและร้อยละของเพศ



เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	8	40.00
หญิง	12	60.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 7.28 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 60.00 รองลงมาคือ เพศชาย จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 ตามลำดับ

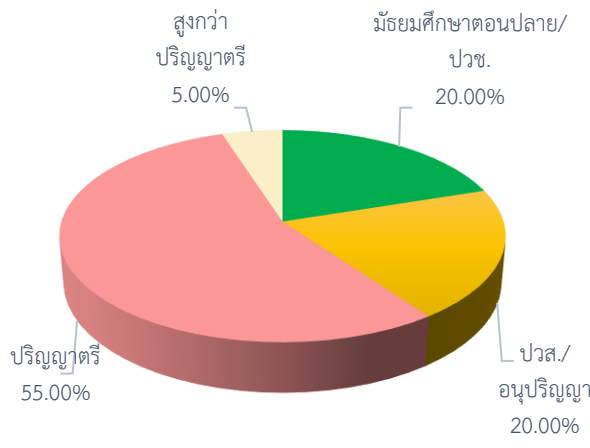
ตารางที่ 7.29 จำนวนและร้อยละของอายุ



อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	1	5.00
21 - 30 ปี	8	40.00
31 - 40 ปี	5	25.00
41 - 50 ปี	5	25.00
51 - 60 ปี	1	5.00
61 ปีขึ้นไป	0	0.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 7.29 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่อายุ 21 - 30 ปี จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 รองลงมาคือ อายุ 31 - 40 ปี และอายุ 41 - 50 ปี มีจำนวน 5 คนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 25.00 อายุต่ำกว่า 20 ปี และอายุ 51 - 60 ปี มีจำนวน 1 คน เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

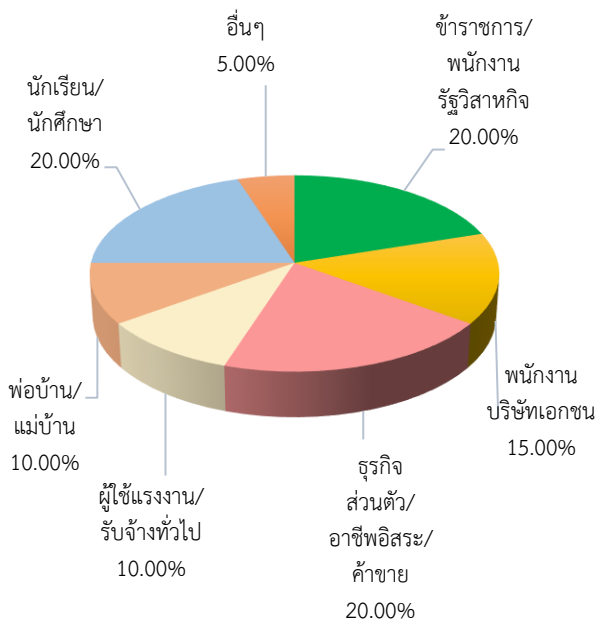
ตารางที่ 7.30 จำนวนและร้อยละของการศึกษา



การศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	0	0.00
มัธยมศึกษาตอนต้น	0	0.00
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	4	20.00
ปวส./อนุปริญญา	4	20.00
ปริญญาตรี	11	55.00
สูงกว่าปริญญาตรี	1	5.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 7.30 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 55.00 รองลงมาคือ ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. และระดับ ปวส./อนุปริญญา จำนวน 4 คน เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 20.00 ระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 7.31 จำนวนและร้อยละของอาชีพ



อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	4	20.00
พนักงานบริษัทเอกชน	3	15.00
ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย	4	20.00
ผู้ใช้แรงงาน/รับจ้างทั่วไป	2	10.00
เกษตรกร/ชาวประมง	0	0.00
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	2	10.00
นักเรียน/นักศึกษา	4	20.00
เกษียณอายุ/ว่างงาน	0	0.00
อื่นๆ	1	5.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 7.31 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่ประกอบอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ อาชีพธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย และอาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 4 คน เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 20.00 รองลงมาคือพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 อาชีพผู้ใช้แรงงาน/รับจ้างทั่วไป และอาชีพพ่อบ้าน/แม่บ้าน จำนวน 2 คน เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 10.00 และอื่นๆ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 7.32 จำนวนและร้อยละของจังหวัดที่ท่านอาศัยอยู่ในปัจจุบัน



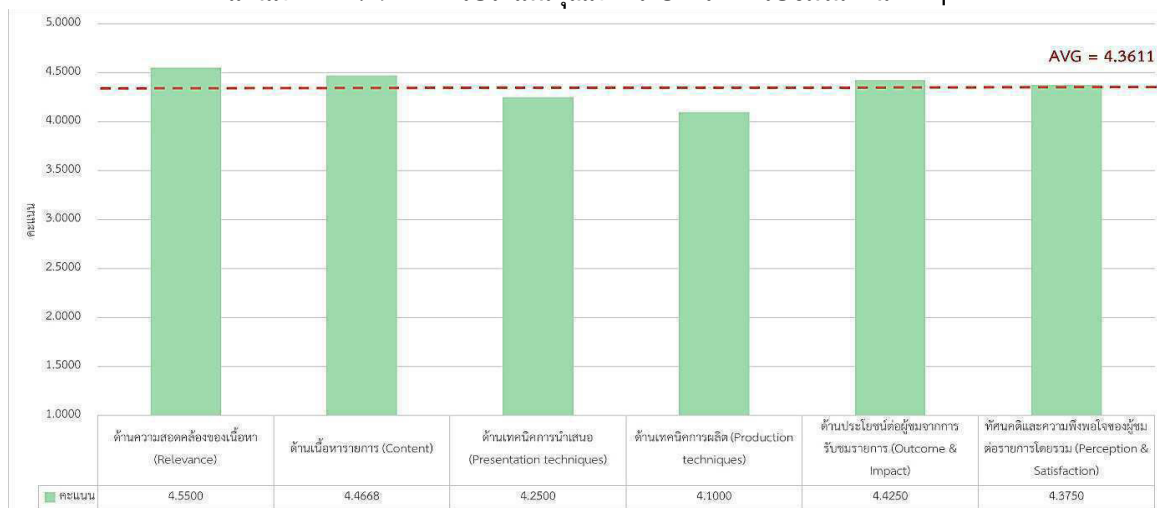
จังหวัดที่อาศัย อยู่ในปัจจุบัน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ภาคเหนือ	20	100.00
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	0	0.00
กรุงเทพฯ และปริมณฑล	0	0.00
ภาคกลาง	0	0.00
ภาคใต้	0	0.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 7.32 ผู้ตอบแบบประเมินทั้งหมดอาศัยอยู่ในจังหวัดของภาคเหนือ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00

สรุปผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ

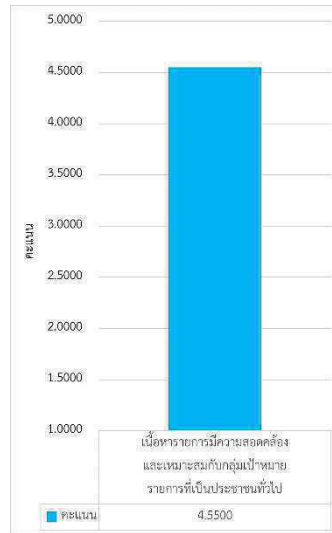
จากการตอบแบบประเมินโดยกลุ่มตัวแทนจากประชาชน จำนวน 20 ราย ในพื้นที่ภาคเหนือ มีระดับคะแนนการประเมินคุณภาพรายการทีวีในด้านต่างๆ โดยเฉลี่ย ที่ระดับ 4.3611 โดยมีระดับคะแนนการประเมินคุณภาพรายการทีวีในแต่ละด้าน ดังนี้

แผนภาพที่ 7.29 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ



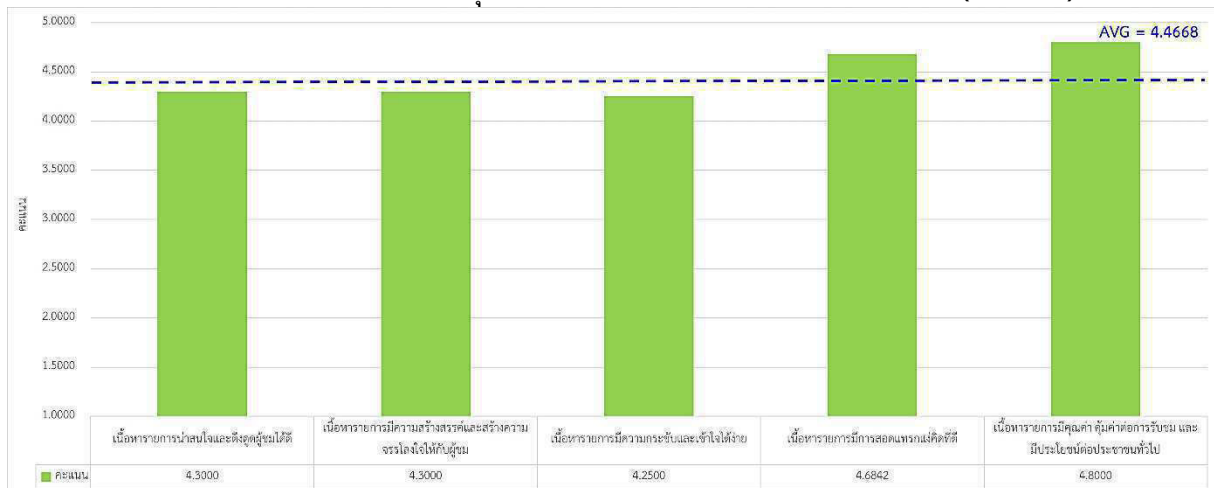
จากแผนภาพที่ 7.29 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance) มีระดับความเชื่อมั่นมากที่สุด สำหรับด้านที่เหลือ มีระดับความเชื่อมั่นเท่ากันที่ระดับมาก ทั้งนี้ ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance) มีระดับคะแนนมากที่สุด ที่ระดับ 4.5500 รองลงมาคือ ด้านเนื้อหารายการ (Content) ที่ระดับคะแนน 4.4668 ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact) ที่ระดับคะแนน 4.4250 ทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction) ที่ระดับคะแนน 4.3750 ด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques) ที่ระดับคะแนน 4.2500 และด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques) ที่ระดับคะแนน 4.1000 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 7.30 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance)



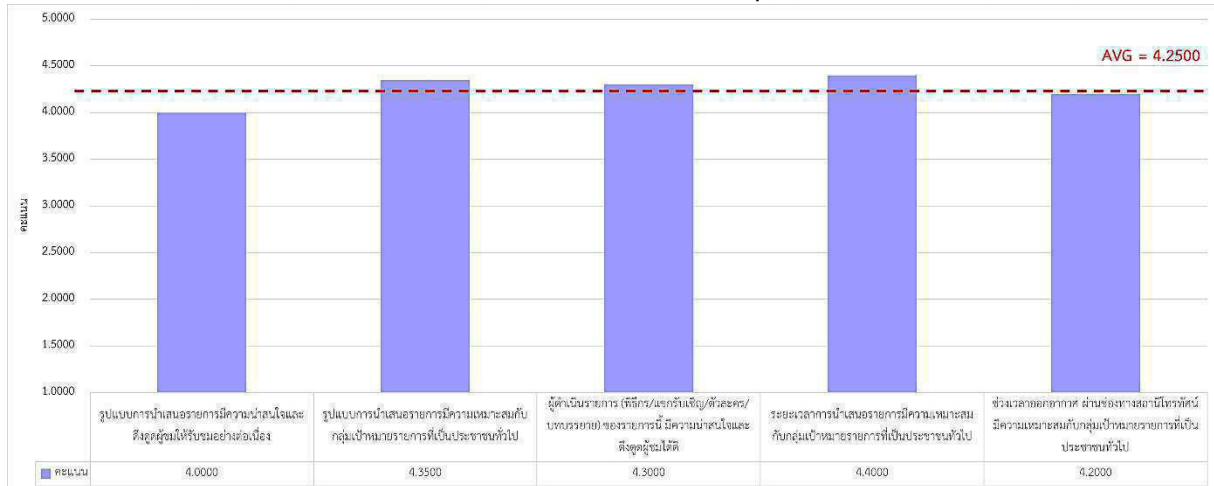
จากแผนภาพที่ 7.30 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance) อยู่ในระดับมากที่สุด จากประเด็นเนื้อหารายการมีความสอดคล้องและเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนทั่วไป ที่ระดับคะแนน 4.5500

แผนภาพที่ 7.31 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเนื้อหาของรายการ (Content)



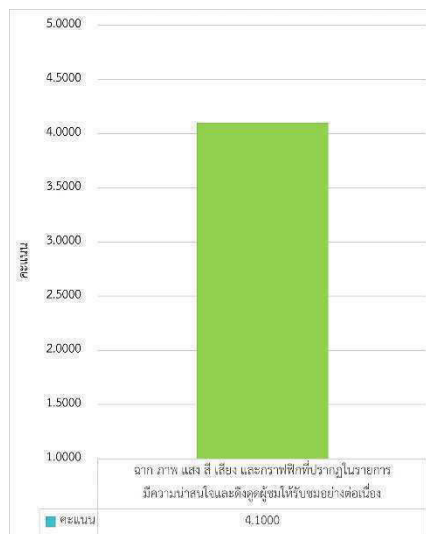
จากแผนภาพที่ 7.31 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเนื้อหาของรายการ (Content) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยประเด็นเนื้อหารายการมีคุณค่า คุ่มค่าต่อการรับชมและมีประโยชน์ต่อประชาชนทั่วไป มีระดับคะแนนสูงสุด ที่ระดับคะแนน 4.8000 รองลงมาคือ ประเด็นเนื้อหารายการมีการสอดแทรกแนวคิดที่ดี ที่ระดับคะแนน 4.6842 ประเด็นเนื้อหาที่น่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี และประเด็นเนื้อหาที่มีความสร้างสรรค์และสร้างความรู้ใจให้กับผู้ชม มีคะแนนเท่ากันที่ระดับคะแนน 4.3000 และประเด็นเนื้อหาที่มีความกระชับและเข้าใจได้ง่าย ที่ระดับคะแนน 4.2500 ตามลำดับ

**แผนภาพที่ 7.32 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการนำเสนอ
 (Presentation techniques)**



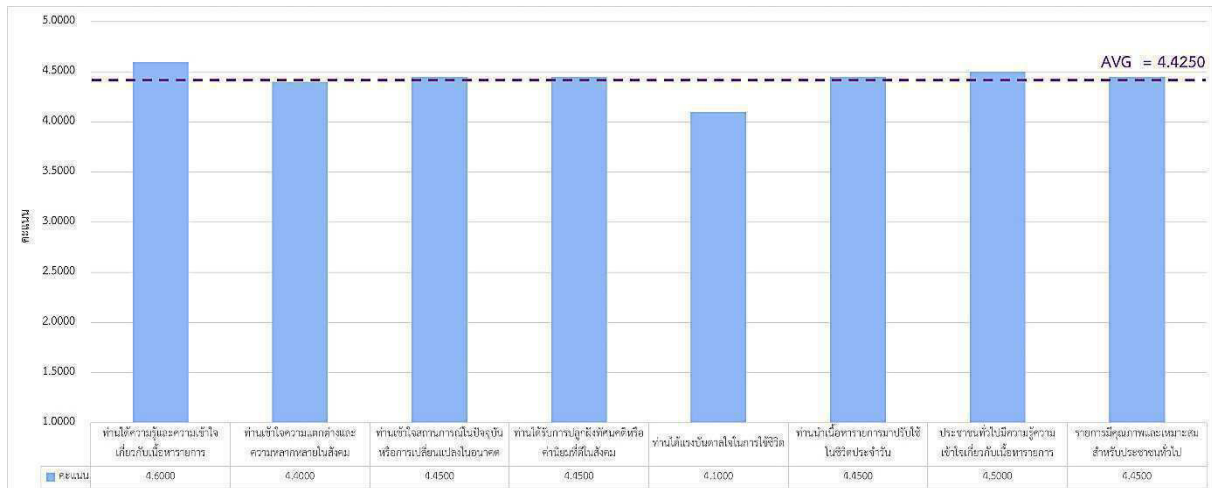
จากแผนภาพที่ 7.32 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยประเด็นระยะเวลาการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนทั่วไป มีระดับคะแนนสูงสุด ที่ระดับคะแนน 4.4000 รองลงมาคือ ประเด็นรูปแบบการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนทั่วไป ที่ระดับคะแนน 4.3500 ประเด็นผู้ดำเนินรายการ (พิธีกร/แขกรับเชิญ/ตัวละคร/บทบรรยาย) ของรายการนี้ มีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดีที่ระดับคะแนน 4.3000 ประเด็นช่วงเวลาออกอากาศ ผ่านช่องทางสถานีโทรทัศน์มีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนทั่วไป ที่ระดับคะแนน 4.2000 และประเด็นรูปแบบการนำเสนอรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง มีคะแนนต่ำสุด ที่ระดับคะแนน 4.0000 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 7.33 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques)



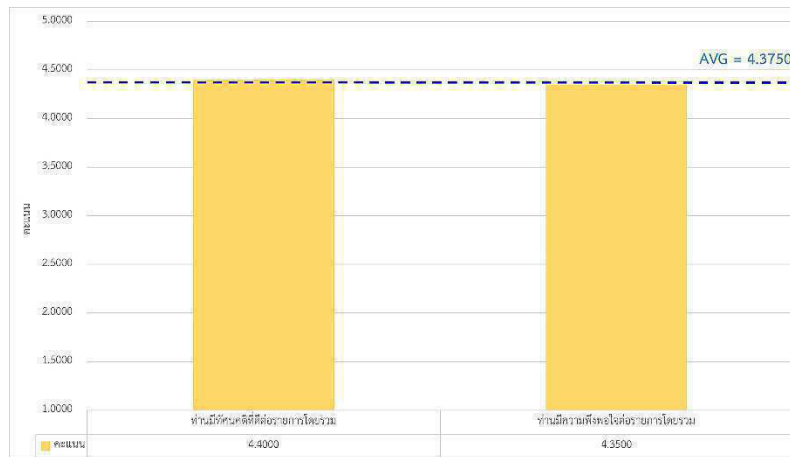
จากแผนภาพที่ 7.33 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชม ในด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques) อยู่ในระดับมาก จากประเด็นฉาก ภาพ แสง สี เสียง และกราฟฟิกที่ปรากฏในรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง ที่ระดับคะแนน 4.1000

แผนภาพที่ 7.34 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact)



จากแผนภาพที่ 7.34 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยประเด็นท่านได้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ มีระดับคะแนนสูงสุด ที่ระดับคะแนน 4.6000 รองลงมาคือ ประเด็นประชาชนทั่วไปมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ ที่ระดับคะแนน 4.5000 ประเด็นท่านเข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต ประเด็นท่านได้รับการปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม ประเด็นท่านนำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน และประเด็นรายการมีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับผู้ชม มีระดับคะแนนเท่ากัน ที่ระดับคะแนน 4.4500 ประเด็นท่านเข้าใจความแตกต่างและความหลากหลายในสังคม ที่ระดับคะแนน 4.4000 และประเด็นท่านได้แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต ที่ระดับคะแนน 4.1000 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 7.35 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction)



จากแผนภาพที่ 7.35 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction) อยู่ในระดับมาก โดยมีทัศนคติที่ดีต่อรายการโดยรวม ที่ระดับคะแนน 4.4000 รองลงมาคือ มีความพึงพอใจต่อรายการโดยรวม ที่ระดับคะแนน 4.3500 ตามลำดับ

ตารางที่ 7.33 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ

ประเด็นความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
1. ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance)	4.5500	0.5104	พึงพอใจมากที่สุด
1.1 เนื้อหารายการมีความสอดคล้องและเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนทั่วไป	4.5500	0.5104	พึงพอใจมากที่สุด
2. ด้านเนื้อหารายการ (Content)	4.4668	0.1173	พึงพอใจมาก
2.1 เนื้อหารายการน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี	4.3000	0.4702	พึงพอใจมาก
2.2 เนื้อหารายการมีความสร้างสรรค์และสร้างความจรรโลงใจให้กับผู้ชม	4.3000	0.5712	พึงพอใจมาก
2.3 เนื้อหารายการมีความกระชับและเข้าใจได้ง่าย	4.2500	0.7164	พึงพอใจมาก
2.4 เนื้อหารายการมีการสอดแทรกแง่คิดที่ดี	4.6842	0.5824	พึงพอใจมากที่สุด
2.5 เนื้อหารายการมีคุณค่า คุ่มค่าต่อการรับชม และมีประโยชน์ต่อประชาชนทั่วไป	4.8000	0.4104	พึงพอใจมากที่สุด
3. ด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques)	4.2500	0.0614	พึงพอใจมาก
3.1 รูปแบบการนำเสนอรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง	4.0000	0.7255	พึงพอใจมาก
3.2 รูปแบบการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนทั่วไป	4.3500	0.5871	พึงพอใจมาก
3.3 ผู้ดำเนินรายการ (พิธีกร/แขกรับเชิญ/ตัวละคร/บทบรรยาย) ของรายการนี้ มีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี	4.3000	0.5712	พึงพอใจมาก
3.4 ระยะเวลาการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนทั่วไป	4.4000	0.5982	พึงพอใจมาก
3.5 ช่วงเวลาออกอากาศ ผ่านช่องทางสถานีโทรทัศน์มีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนทั่วไป	4.2000	0.6156	พึงพอใจมาก

ประเด็นความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
4. ด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques)	4.1000	0.8522	พึงพอใจมาก
4.1 ฉาก ภาพ แสง สี เสียง และกราฟฟิกที่ปรากฏในรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง	4.1000	0.8522	พึงพอใจมาก
5. ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact)	4.4250	0.0836	พึงพอใจมาก
5.1 ท่านได้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	4.6000	0.5026	พึงพอใจมากที่สุด
5.2 ท่านเข้าใจความแตกต่างและความหลากหลายในสังคม	4.4000	0.6806	พึงพอใจมาก
5.3 ท่านเข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต	4.4500	0.5104	พึงพอใจมาก
5.4 ท่านได้รับการปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม	4.4500	0.5104	พึงพอใจมาก
5.5 ท่านได้แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต	4.1000	0.6407	พึงพอใจมาก
5.6 ท่านนำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน	4.4500	0.6863	พึงพอใจมาก
5.7 ประชาชนทั่วไปมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	4.5000	0.6882	พึงพอใจมากที่สุด
5.8 รายการมีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับประชาชนทั่วไป	4.4500	0.6048	พึงพอใจมาก
6. ทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction)	4.3750	0.1517	พึงพอใจมาก
6.1 ท่านมีทัศนคติที่ดีต่อรายการโดยรวม	4.4000	0.5982	พึงพอใจมาก
6.2 ท่านมีความพึงพอใจต่อรายการโดยรวม	4.3500	0.8127	พึงพอใจมาก
ภาพรวม	4.3611	0.3188	พึงพอใจมาก

สรุปข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

ตารางที่ 7.34 จำนวนและร้อยละข้อแนะนำในการพัฒนาช่องทางการนำเสนอรายการ



ข้อแนะนำในการพัฒนา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เปลี่ยนแปลงหรือเพิ่มช่องทางสถานีโทรทัศน์	6	30.00
เปลี่ยนแปลงหรือเพิ่มช่องทางสื่อออนไลน์	5	25.00
ไม่เปลี่ยนแปลงหรือเพิ่ม เพราะช่องทางการนำเสนอรายการในปัจจุบันดีอยู่แล้ว	9	45.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 7.34 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่มีข้อแนะนำ ไม่เปลี่ยนแปลงหรือเพิ่ม เพราะช่องทางการนำเสนอรายการในปัจจุบันดีอยู่แล้ว จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 45.00 รองลงมาคือ เปลี่ยนหรือเพิ่มช่องทางสถานีโทรทัศน์ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 และเปลี่ยนแปลงหรือเพิ่มช่องทางสื่อออนไลน์ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 ตามลำดับ

สรุปประเด็นข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงหรือพัฒนารายการ

จากผลการสำรวจ พบว่า ในภาพรวมกลุ่มเป้าหมายรายการในภาคเหนือมีระดับความพึงพอใจต่อโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในระดับดี-ดีมาก โดยมีคะแนนความพึงพอใจที่ 4.3500 คะแนน ซึ่งมีคะแนนต่ำกว่าคะแนนเฉลี่ยทัศนคติ/ความคาดหวังซึ่งมีคะแนนอยู่ที่ 4.4000 คะแนน ทั้งนี้ จากการสัมภาษณ์เชิงลึกเพิ่มเติม กลุ่มเป้าหมายมีข้อเสนอแนะในการพัฒนารายการเพิ่มเติม ดังนี้

- 1) ควรเพิ่มช่องทางการนำเสนอทางสถานีโทรทัศน์ เนื่องจากประชาชนบางส่วนไม่สามารถเข้าถึงสื่อออนไลน์
- 2) เนื้อหารายการควรมีความทันสมัย ทันเหตุการณ์ และระยะเวลาการนำเสนอต้องมีความกระชับ เข้าใจได้ง่าย
- 3) ควรเพิ่มช่องทางการเผยแพร่สื่อให้มีหลายแพลตฟอร์ม ควรมีเนื้อหาที่ดึงดูดความสนใจของผู้รับชมรายการเพื่อให้มีการรับรู้หรือเรียนรู้มากยิ่งขึ้น
- 4) ควรมีการตรวจสอบข้อความคำบรรยายใต้ภาพให้มีความถูกต้อง เนื่องจากบางคำสะกดผิด
- 5) ควรเพิ่มช่องทางการติดต่อ หรือแจ้งเหตุร้องเรียนของหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาที่กำลังนำเสนอ เช่น นำเสนอเรื่องผู้บริโภค ควรแสดงช่องทางการติดต่อ สคบ. เป็นต้น
- 6) ควรมีการปรับปรุงภาพและสีของรายการให้มีความน่าดึงดูด น่าสนใจ

7.3.1.5 โครงการจัดทำรายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมให้คนพิการรู้จักสิทธิและใช้ประโยชน์จากกิจการโทรทัศน์ได้อย่างรู้เท่าทัน

มีผู้ตอบแบบสอบถามโดยกลุ่มตัวแทนคนพิการและผู้ที่เกี่ยวข้องกับคนพิการ จำนวน 20 ราย ประกอบด้วยข้อมูล ดังนี้

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบประเมิน

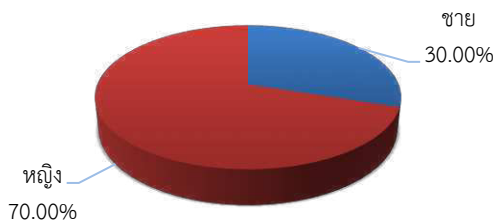
ตารางที่ 7.35 จำนวนและร้อยละของรายการ



ชื่อรายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
D-มีดี	20	100.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 7.35 ผู้ตอบแบบประเมินได้รับชมรายการ “D-มีดี” จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00

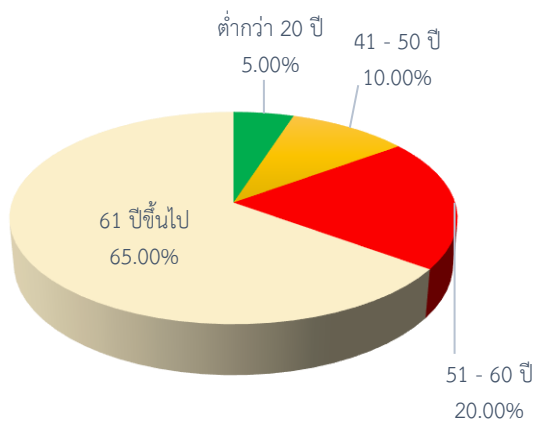
ตารางที่ 7.36 จำนวนและร้อยละของเพศ



เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	6	30.00
หญิง	14	70.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 7.36 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 70.00 รองลงมาคือ เพศชาย จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 ตามลำดับ

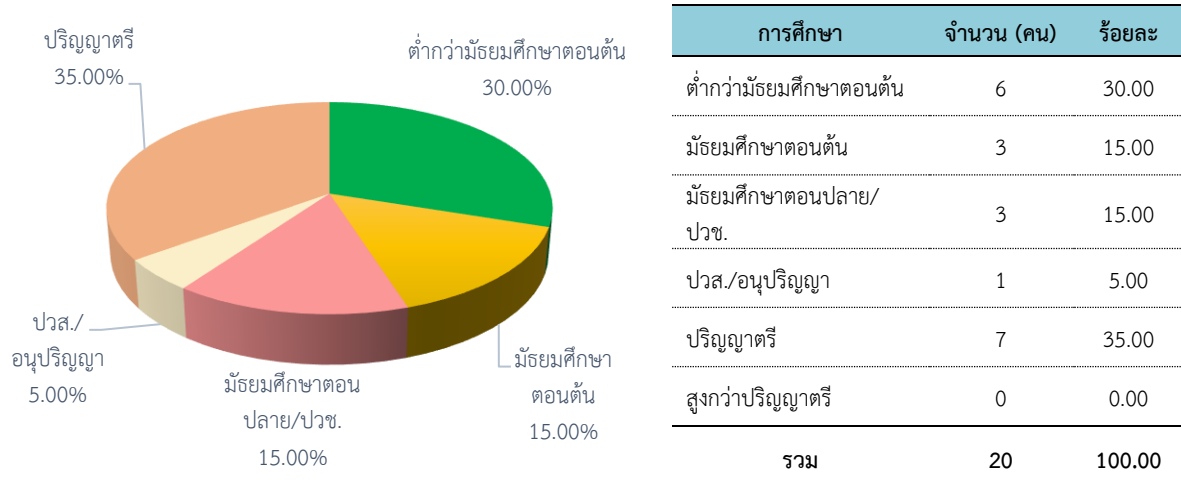
ตารางที่ 7.37 จำนวนและร้อยละของอายุ



อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	1	5.00
21 - 30 ปี	0	0.00
31 - 40 ปี	0	0.00
41 - 50 ปี	2	10.00
51 - 60 ปี	4	20.00
61 ปีขึ้นไป	13	65.00
รวม	20	100.00

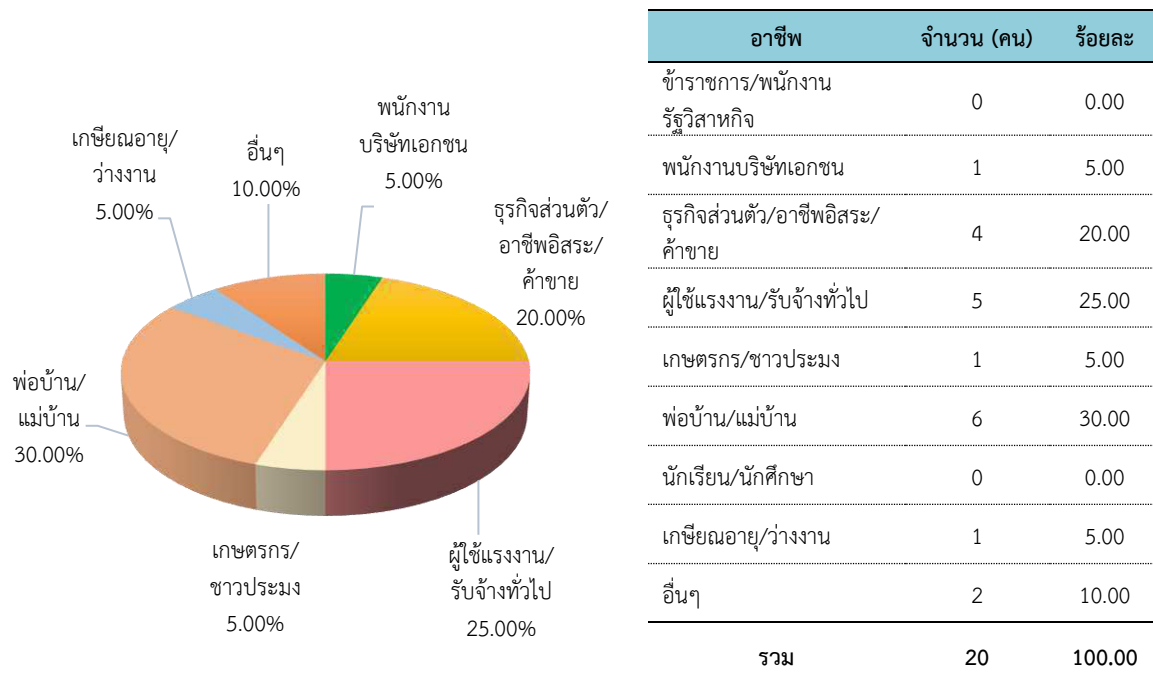
จากตารางที่ 7.37 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่มีอายุ 61 ปีขึ้นไป จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 65.00 รองลงมาคือ อายุ 51 - 60 ปี จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 อายุ 41 - 50 ปี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 และอายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 7.38 จำนวนและร้อยละของการศึกษา



จากตารางที่ 7.38 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 35.00 รองลงมาคือ ระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น และระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. จำนวน 3 คน เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 15.00 และระดับ ปวส./อนุปริญญา จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 7.39 จำนวนและร้อยละของอาชีพ



จากตารางที่ 7.39 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพ่อบ้าน/แม่บ้าน จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 รองลงมาคือ อาชีพผู้ใช้แรงงาน/รับจ้างทั่วไป จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 อาชีพผู้ใช้แรงงาน/รับจ้างทั่วไป จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 อาชีพอื่นๆ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10 อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน อาชีพเกษตรกร/ชาวประมง และอาชีพเกษียณอายุ/ว่างงาน จำนวน 1 คน เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 7.40 จำนวนและร้อยละของจังหวัดที่ท่านอาศัยอยู่ในปัจจุบัน



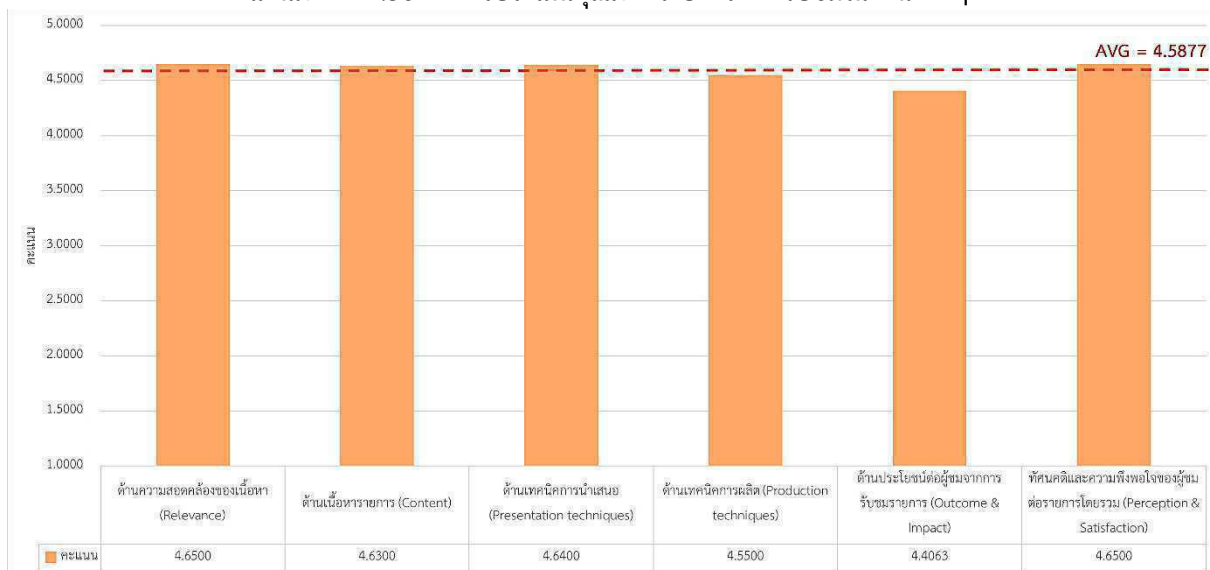
จังหวัดที่อาศัยอยู่ในปัจจุบัน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ภาคเหนือ	20	100.00
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	0	0.00
กรุงเทพฯ และปริมณฑล	0	0.00
ภาคกลาง	0	0.00
ภาคใต้	0	0.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 7.40 ผู้ตอบแบบประเมินทั้งหมดอาศัยอยู่ในจังหวัดของภาคเหนือ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00

สรุปผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ

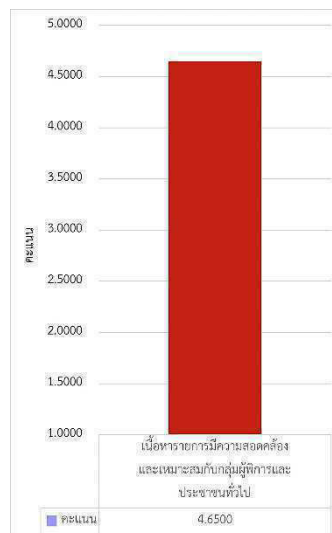
จากการตอบแบบประเมินโดยกลุ่มตัวแทนคนพิการและผู้ที่เกี่ยวข้องกับคนพิการ จำนวน 20 ราย ในพื้นที่ภาคเหนือมีระดับคะแนนการประเมินคุณภาพรายการทีวีในด้านต่างๆ โดยเฉลี่ย ที่ระดับ 4.5877 โดยมีผลคะแนนการประเมินคุณภาพรายการทีวีในแต่ละด้าน ดังนี้

แผนภาพที่ 7.36 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ



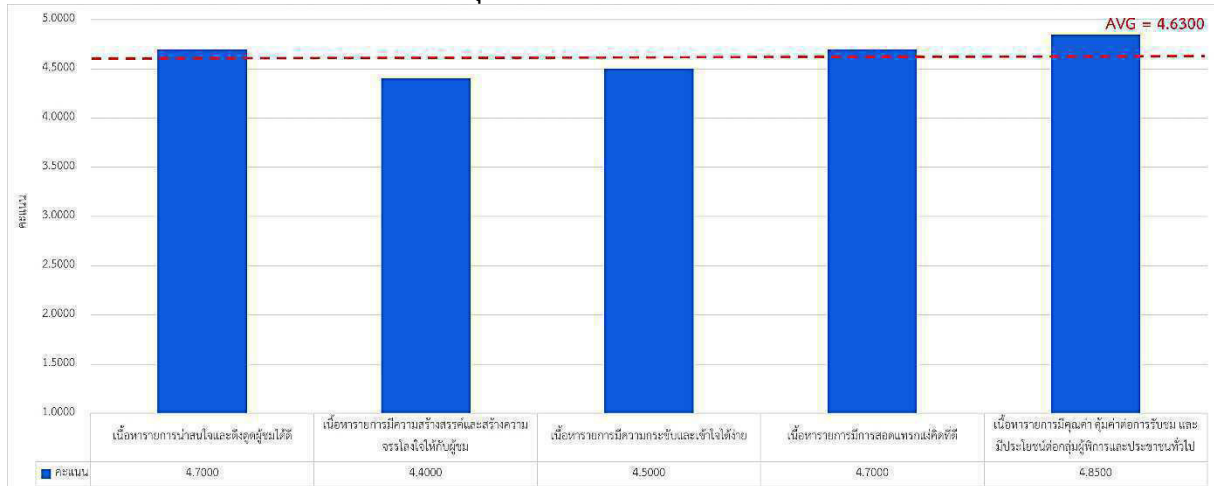
จากแผนภาพที่ 7.36 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance) ด้านเนื้อหารายการ (Content) ด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques) ด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques) และด้านทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction) มีระดับความเชื่อมั่นเท่ากัน ที่ระดับมากที่สุด สำหรับด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact) มีระดับความเชื่อมั่นที่ระดับมาก ทั้งนี้ ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance) และด้านทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction) มีระดับคะแนนมากที่สุด ที่ระดับ 4.6500 รองลงมาคือ ด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques) ที่ระดับ 4.6400 ด้านเนื้อหารายการ (Content) ที่ระดับ 4.6300 ด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques) ที่ระดับ 4.5500 และด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact) ที่ระดับ 4.4063 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 7.37 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance)



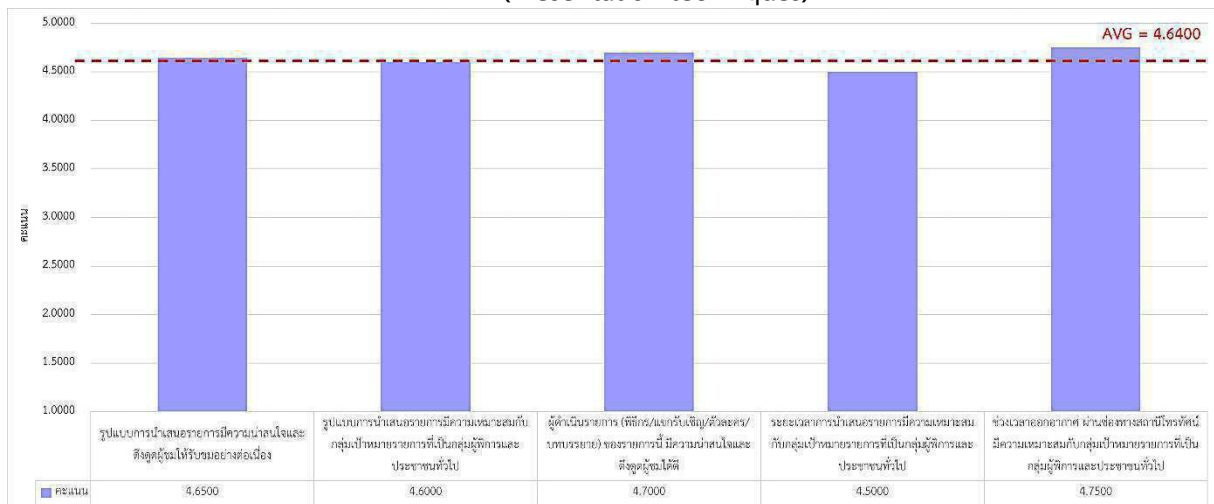
จากแผนภาพที่ 7.37 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance) อยู่ในระดับมากที่สุด จากประเด็นเนื้อหารายการมีความสอดคล้องและเหมาะสมกับกลุ่มผู้พิการและประชาชนทั่วไป ที่ระดับคะแนน 4.6500

แผนภาพที่ 7.38 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเนื้อหารายการ (Content)



จากแผนภาพที่ 7.38 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเนื้อหารายการ (Content) ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยประเด็นเนื้อหาการมีคุณค่า ค้นคว้าต่อการรับชม และมีประโยชน์ต่อกลุ่มผู้พิการและประชาชนทั่วไป มีระดับคะแนนสูงสุด ที่ระดับคะแนน 4.8500 รองลงมาคือ ประเด็นเนื้อหาการนำเสนอและดึงดูดผู้ชมได้ดี และประเด็นเนื้อหาการมีการสอดแทรกแง่คิดที่ดี มีระดับคะแนนเท่ากัน ที่ระดับ 4.7000 ประเด็นเนื้อหาการมีความกระชับและเข้าใจได้ง่าย ที่ระดับ 4.5000 และประเด็นเนื้อหาการมีความสร้างสรรค์และสร้างความรู้ใจให้กับผู้ชม ที่ระดับ 4.3000 ตามลำดับ

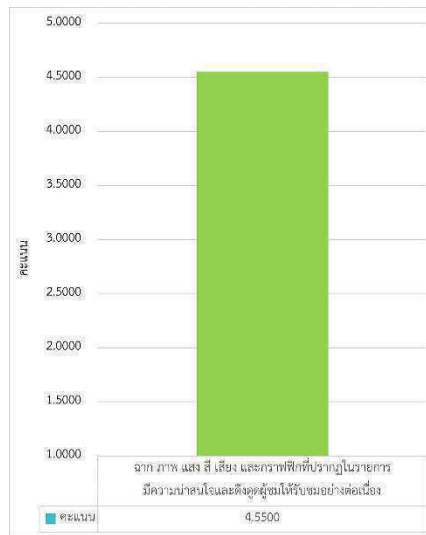
แผนภาพที่ 7.39 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques)



จากแผนภาพที่ 7.39 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques) ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยประเด็นช่วงเวลาออกอากาศ ผ่านช่องทางสถานีโทรทัศน์มีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นกลุ่มผู้พิการและประชาชนทั่วไป มีระดับคะแนนสูงสุด ที่ระดับ 4.7500 รองลงมาคือ ประเด็นผู้ดำเนินรายการ (พิธีกร/แขกรับเชิญ/ตัวละคร/บทบรรยาย) ของรายการนี้ มีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี ที่ระดับ 4.7000 ประเด็นรูปแบบการนำเสนอรายการมีความ

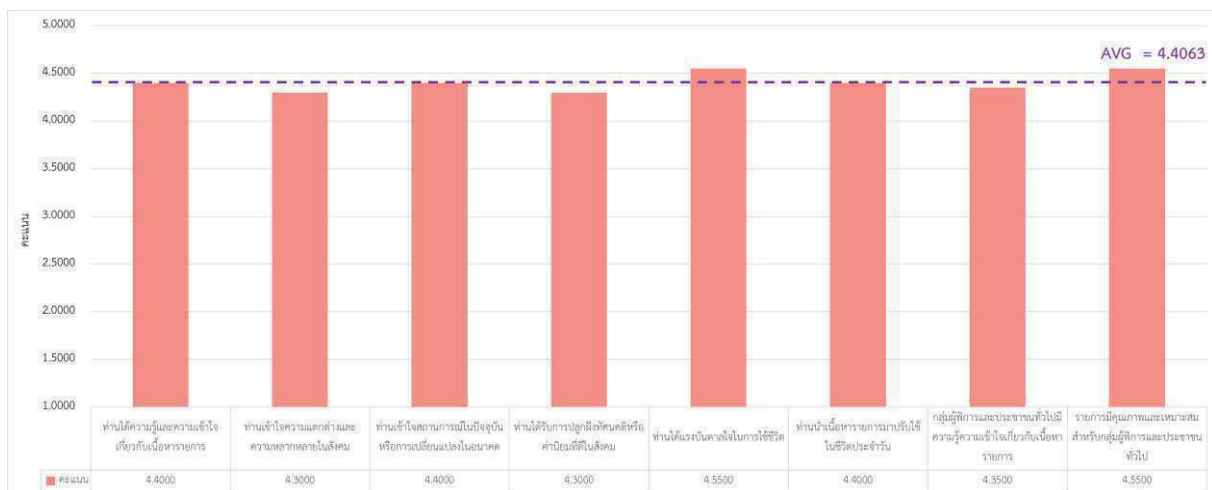
น่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง ที่ระดับ 4.6500 ประเด็นรูปแบบการนำเสนอรายการ มีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นกลุ่มผู้พิการและประชาชนทั่วไป ที่ระดับ 4.6000 และประเด็นระยะเวลาการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นกลุ่มผู้พิการและประชาชนทั่วไป มีคะแนนต่ำสุด ที่ระดับคะแนน 4.5000 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 7.40 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques)



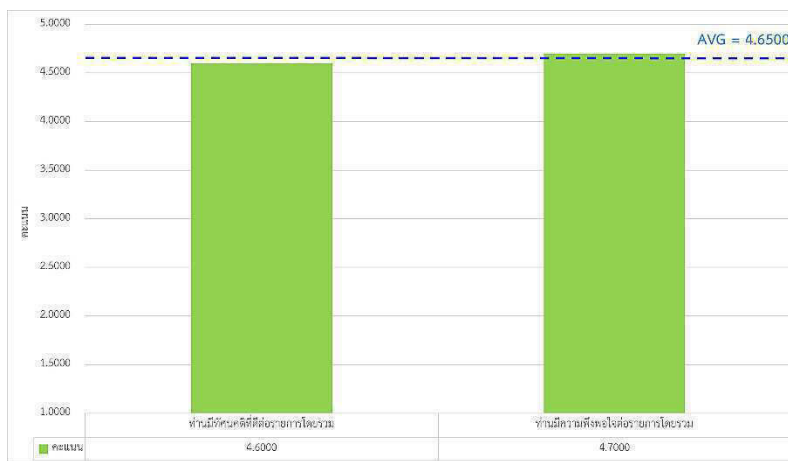
จากแผนภาพที่ 7.40 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชม ในด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques) อยู่ในระดับมากที่สุด จากประเด็นฉาก ภาพ แสง สี เสียง และกราฟฟิกที่ปรากฏในรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง ที่ระดับคะแนน 4.5500

แผนภาพที่ 7.41 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact)



จากแผนภาพที่ 7.41 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยประเด็นที่ท่านได้แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต และประเด็นรายการมีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับกลุ่มผู้พิการและประชาชนทั่วไป มีระดับคะแนนสูงสุดเท่ากัน ที่ระดับ 4.5500 รองลงมาคือ ประเด็นท่านได้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ ประเด็นท่านเข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต และประเด็นท่านนำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน มีระดับคะแนนเท่ากัน ที่ระดับ 4.4000 ประเด็นกลุ่มผู้พิการและประชาชนทั่วไปมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ ที่ระดับคะแนน 4.3500 ประเด็นท่านเข้าใจความแตกต่างและความหลากหลายในสังคม และประเด็นท่านได้รับการปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม มีระดับคะแนนเท่ากัน ที่ระดับ 4.3000 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 7.42 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction)



จากแผนภาพที่ 7.42 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction) อยู่ในระดับมากที่สุด โดยประเด็นท่านมีความพึงพอใจต่อรายการโดยรวม มีระดับคะแนนสูงสุด ที่ระดับ 4.7000 รองลงมาคือ ประเด็นท่านมีทัศนคติที่ดีต่อรายการโดยรวม ที่ระดับ 4.6000 ตามลำดับ

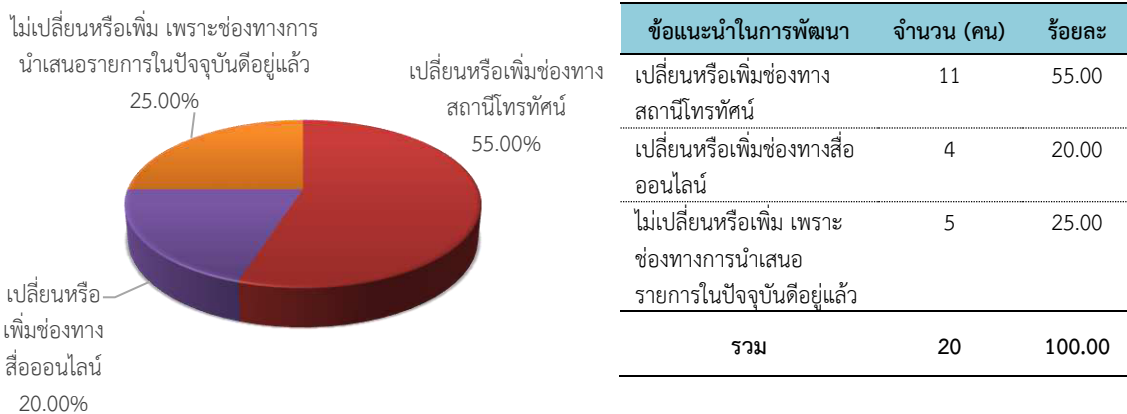
ตารางที่ 7.41 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ

ประเด็นความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
1. ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance)	4.6500	0.4894	พึงพอใจมากที่สุด
1.1 เนื้อหารายการมีความสอดคล้องและเหมาะสมกับกลุ่มผู้พิการและประชาชนทั่วไป	4.6500	0.4894	พึงพอใจมากที่สุด
2. ด้านเนื้อหารายการ (Content)	4.6300	0.1937	พึงพอใจมากที่สุด
2.1 เนื้อหารายการน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี	4.7000	0.4702	พึงพอใจมากที่สุด
2.2 เนื้อหารายการมีความสร้างสรรค์และสร้างความจรรโลงใจให้กับผู้ชม	4.4000	0.8826	พึงพอใจมาก
2.3 เนื้อหารายการมีความกระชับและเข้าใจได้ง่าย	4.5000	0.6070	พึงพอใจมากที่สุด
2.4 เนื้อหารายการมีการสอดแทรกแง่คิดที่ดี	4.7000	0.5712	พึงพอใจมากที่สุด
2.5 เนื้อหารายการมีคุณค่า คุ่มค่าต่อการรับชม และมีประโยชน์ต่อกลุ่มผู้พิการและประชาชนทั่วไป	4.8500	0.3663	พึงพอใจมากที่สุด

ประเด็นความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
3. ด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques)	4.6400	0.0954	พึงพอใจมากที่สุด
3.1 รูปแบบการนำเสนอรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง	4.6500	0.4894	พึงพอใจมากที่สุด
3.2 รูปแบบการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นกลุ่มผู้พิการและประชาชนทั่วไป	4.6000	0.5982	พึงพอใจมากที่สุด
3.3 ผู้ดำเนินรายการ (พิธีกร/แขกรับเชิญ/ตัวละคร/บทบรรยาย) ของรายการนี้ มีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี	4.7000	0.5712	พึงพอใจมากที่สุด
3.4 ระยะเวลาการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นกลุ่มผู้พิการและประชาชนทั่วไป	4.5000	0.6882	พึงพอใจมากที่สุด
3.5 ช่วงเวลาออกอากาศ ผ่านช่องทางสถานีโทรทัศน์มีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นกลุ่มผู้พิการและประชาชนทั่วไป	4.7500	0.4443	พึงพอใจมากที่สุด
4. ด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques)	4.5500	0.7592	พึงพอใจมากที่สุด
4.1 ฉาก ภาพ แสง สี เสียง และกราฟิกที่ปรากฏในรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง	4.5500	0.7592	พึงพอใจมากที่สุด
5. ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact)	4.4063	0.1316	พึงพอใจมาก
5.1 ท่านได้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	4.4000	0.6806	พึงพอใจมาก
5.2 ท่านเข้าใจความแตกต่างและความหลากหลายในสังคม	4.3000	0.8645	พึงพอใจมาก
5.3 ท่านเข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต	4.4000	0.8208	พึงพอใจมาก
5.4 ท่านได้รับการปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม	4.3000	0.8645	พึงพอใจมาก
5.5 ท่านได้แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต	4.5500	0.6048	พึงพอใจมากที่สุด
5.6 ท่านนำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน	4.4000	0.8826	พึงพอใจมาก
5.7 กลุ่มผู้พิการและประชาชนทั่วไปมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	4.3500	0.5871	พึงพอใจมาก
5.8 รายการมีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับกลุ่มผู้พิการและประชาชนทั่วไป	4.5500	0.6048	พึงพอใจมากที่สุด
6. ทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction)	4.6500	0.0906	พึงพอใจมากที่สุด
6.1 ท่านมีทัศนคติที่ดีต่อรายการโดยรวม	4.6000	0.5982	พึงพอใจมากที่สุด
6.2 ท่านมีความพึงพอใจต่อรายการโดยรวม	4.7000	0.4702	พึงพอใจมากที่สุด
ภาพรวม	4.5877	0.2933	พึงพอใจมากที่สุด

สรุปข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

ตารางที่ 7.42 จำนวนและร้อยละข้อแนะนำในการพัฒนาช่องทางการนำเสนอรายการ



จากตารางที่ 7.42 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่มีข้อแนะนำ เปลี่ยนหรือเพิ่มช่องทางสถานีโทรทัศน์ จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 55.00 รองลงมาคือ ไม่เปลี่ยนหรือเพิ่ม เพราะช่องทางการนำเสนอรายการในปัจจุบันดีอยู่แล้ว จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 และเปลี่ยนหรือเพิ่มช่องทางสื่อออนไลน์ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 ตามลำดับ

สรุปประเด็นข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงหรือพัฒนารายการ

จากผลการสำรวจ พบว่า ในภาพรวมกลุ่มเป้าหมายรายการในภาคเหนือมีระดับความพึงพอใจต่อโครงการจัดทำรายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมให้คนพิการรู้จักสิทธิและใช้ประโยชน์จากกิจการโทรทัศน์ได้อย่างรู้เท่าทัน ในระดับดี-ดีมาก โดยมีคะแนนความพึงพอใจที่ 4.7000 คะแนน ซึ่งมีคะแนนสูงกว่าคะแนนเฉลี่ยทัศนคติ/ความคาดหวังซึ่งมีคะแนนอยู่ที่ 4.6000 คะแนน ทั้งนี้ จากการสัมภาษณ์เชิงลึกเพิ่มเติม กลุ่มเป้าหมายมีข้อเสนอแนะในการพัฒนารายการเพิ่มเติม ดังนี้

1) ควรเพิ่มคำบรรยายใต้ภาพเป็นภาษาต่างประเทศ เพื่อให้ชาวต่างชาติเข้าถึงรายการได้มากขึ้น
เพิ่มเนื้อหาการช่วยเหลือกลุ่มเป้าหมายผู้พิการ เช่น เรื่องสิทธิสวัสดิการขั้นพื้นฐานสำหรับผู้พิการ โดยนำเสนอเนื้อหารายการสร้างสรรค์เป็นละครสั้น หรือการแสดงบทบาทสมมติ เพื่อทำให้เห็นภาพและเข้าใจเนื้อหา
รายการมากยิ่งขึ้น

2) ควรมีการนำผู้มีชื่อเสียง ดารา นักร้อง มาออกรายการหรือดำเนินรายการ เพื่อเพิ่มแรงดึงดูด
ให้มีผู้รับชมรายการ หรือสื่อมากขึ้น

3) ควรกระชับเวลาการนำเสนอรายการ เนื่องจากระยะเวลานำเสนอรายการมีระยะเวลานานเกินไป
ทำให้เกิดความรู้สึกเบื่อ และความสนใจลดลง

4) เนื่องจากรายการกล่าวถึงผู้พิการ ดังนั้นควรเพิ่มรายละเอียดให้ผู้พิการเข้าถึงหรือรับรู้เนื้อหา
รายการให้มากกว่านี้ เช่น การพูดบรรยายสรุปข้อมูลแทนการใช้ข้อความเพียงอย่างเดียวเพื่อให้ผู้พิการทาง
สายตาได้รับรู้ข้อมูลและเนื้อหาได้ครบถ้วนและรอบด้าน

5) ควรมีการเพิ่มช่องทางการออกอากาศ พร้อมทั้งช่องทางการนำเสนอผ่านสื่อออนไลน์ เพื่อให้
กลุ่มเป้าหมายหรือผู้รับชมเข้าถึงได้มากยิ่งขึ้น

6) ควรนำเสนอเนื้อหาเพื่อแสดงให้ประชาชนได้เข้าใจผู้พิการมาก

7.3.2 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

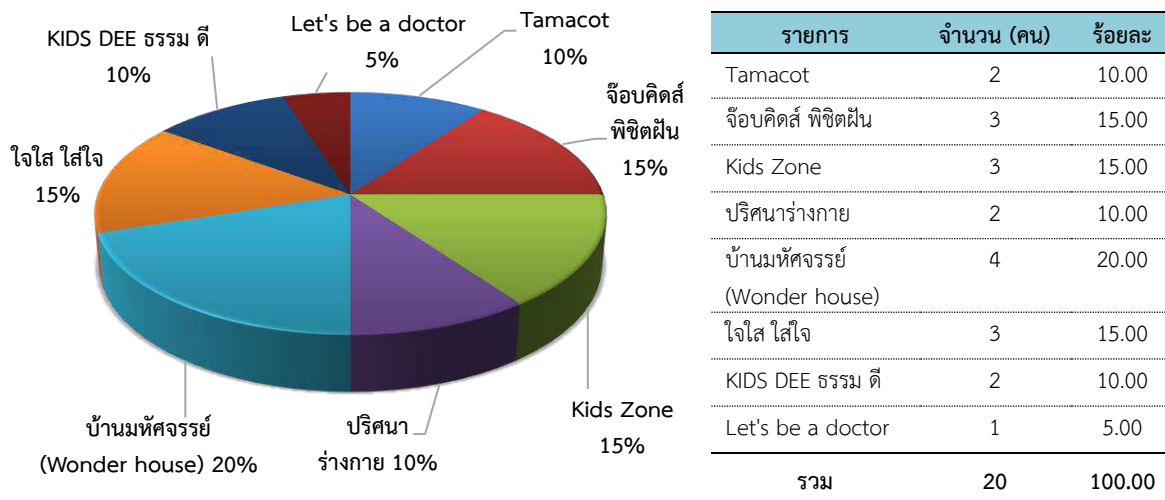
จากการลงพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือโดยการจัดประชุมเพื่อประเมินผลการผลิตรายการฯ จากตัวแทนของกลุ่มเป้าหมายและกลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งประกอบด้วย 5 ประเภทโครงการ ได้แก่ 1) กลุ่มตัวแทนจากผู้ประกอบการโครงการส่งเสริมการผลิตและออกอากาศรายการโทรทัศน์ระบบดิจิตอลรายการสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว 2) กลุ่มตัวแทนจากประชาชนโครงการส่งเสริมการผลิตและออกอากาศเนื้อหา รายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ 3) กลุ่มตัวแทนจากประชาชนโครงการผลิตสารคดีเพื่อส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนใต้ 4) กลุ่มตัวแทนจากประชาชนโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อ และ 5) กลุ่มตัวแทนคนพิการและผู้ที่เกี่ยวข้องกับคนพิการ แบ่งเป็นประเภทโครงการละ 20 ราย รวมจำนวนทั้งสิ้น 80 ราย โดยสามารถสรุปผลการประเมินได้ดังนี้

7.3.2.1 โครงการส่งเสริมการผลิตและออกอากาศรายการโทรทัศน์ระบบดิจิตอลรายการสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว

มีผู้ตอบแบบประเมินโดยกลุ่มตัวแทนจากผู้ปกครอง จำนวน 20 ราย ประกอบด้วยข้อมูล ดังนี้

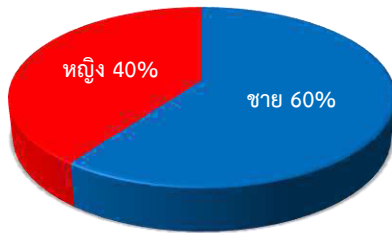
ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบประเมิน

ตารางที่ 7.43 จำนวนและร้อยละของรายการ



จากตารางที่ 7.43 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่รับชมคลิปวิดีโอของรายการบ้านมหัศจรรย์ (Wonder house) จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 รองลงมาคือ รายการจ๊อบคิดส์ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 รายการพิชิตฝัน จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 รายการ Kids Zone จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 รายการใจใส ใสใจ คิดเป็นร้อยละ 15.00 เพศหญิง รายการ Tamacot จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 รายการ KIDS DEE ธรรม ดี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 และรายการ Let's be a doctor จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

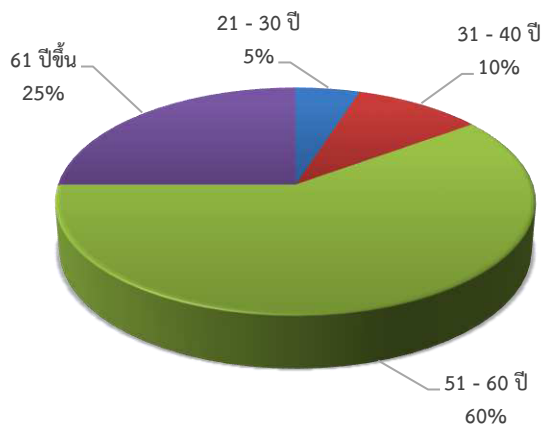
ตารางที่ 7.44 จำนวนและร้อยละของเพศ



เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	12	60.00
หญิง	8	40.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 7.44 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 60.00 รองลงมาคือ เพศหญิง จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 ตามลำดับ

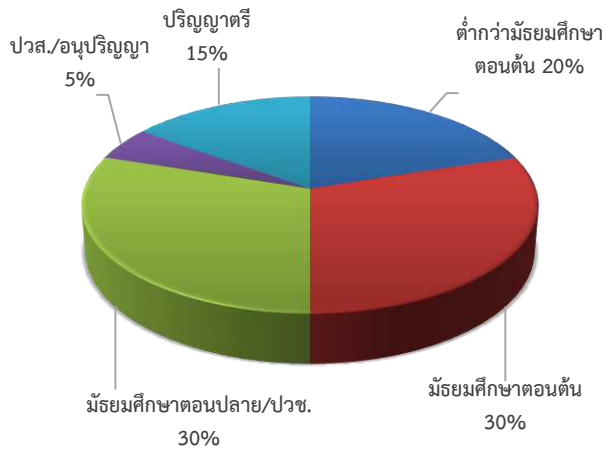
ตารางที่ 7.45 จำนวนและร้อยละของอายุ



อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	0	0.00
21 - 30 ปี	1	5.00
31 - 40 ปี	2	10.00
41 - 50 ปี	0	0.00
51 - 60 ปี	12	60.00
61 ปีขึ้นไป	5	25.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 7.45 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่อายุ 51 - 60 ปี จำนวน 12 คน คิดเป็น ร้อยละ 60.00 รองลงมาคือ อายุ 61 ปีขึ้นไป จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 อายุ 31 - 40 ปี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 และอายุ 21 - 30 ปี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

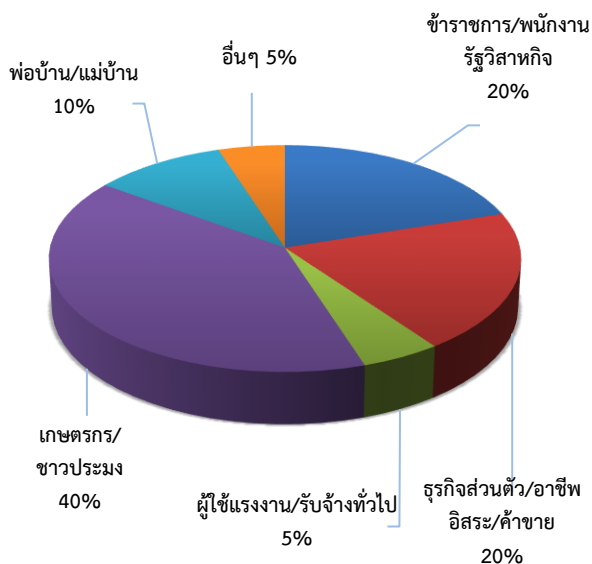
ตารางที่ 7.46 จำนวนและร้อยละของการศึกษา



การศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	4	20.00
มัธยมศึกษาตอนต้น	6	30.00
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	6	30.00
ปวส./อนุปริญญา	1	5.00
ปริญญาตรี	3	15.00
สูงกว่าปริญญาตรี	0	0.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 7.46 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 และมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 รองลงมาคือ ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 ปริญญาตรี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 และ ปวส./อนุปริญญา จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

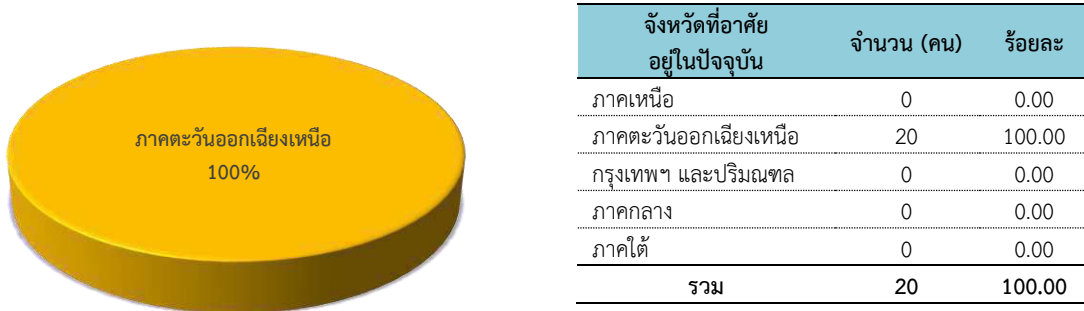
ตารางที่ 7.47 จำนวนและร้อยละของอาชีพ



อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	4	20.00
พนักงานบริษัทเอกชน	0	0.00
ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย	4	20.00
ผู้ใช้แรงงาน/รับจ้างทั่วไป	1	5.00
เกษตรกร/ชาวประมง	8	40.00
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	2	10.00
นักเรียน/นักศึกษา	0	0.00
เกษียณอายุ/ว่างงาน	0	0.00
อื่นๆ	1	5.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 7.47 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกร/ชาวประมง จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 รองลงมาคือ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 พ่อบ้าน/แม่บ้าน จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 ผู้ใช้แรงงาน/รับจ้างทั่วไป จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 และอื่นๆ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 7.48 จำนวนและร้อยละของจังหวัดที่ทานอาศัยอยู่ในปัจจุบัน

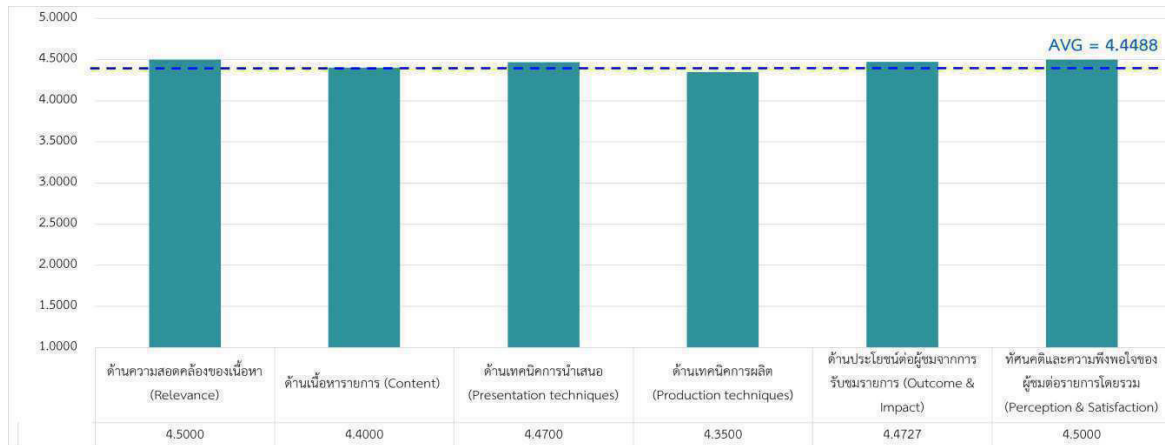


จากตารางที่ 7.48 ผู้ตอบแบบประเมินทั้งหมดอาศัยอยู่ในจังหวัดของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (จังหวัดขอนแก่น) จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00

สรุปผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ

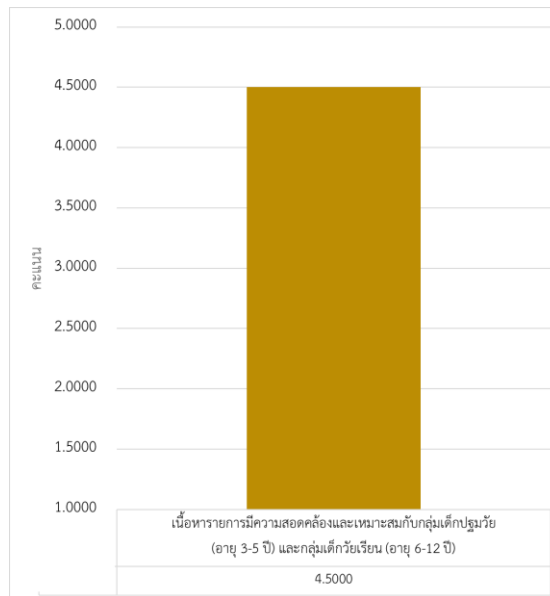
จากการสำรวจคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ มีผลคะแนนเฉลี่ยของระดับความคิดเห็น 4.4488 โดยมีผลคะแนนการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในแต่ละด้าน ดังนี้

แผนภาพที่ 7.43 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ



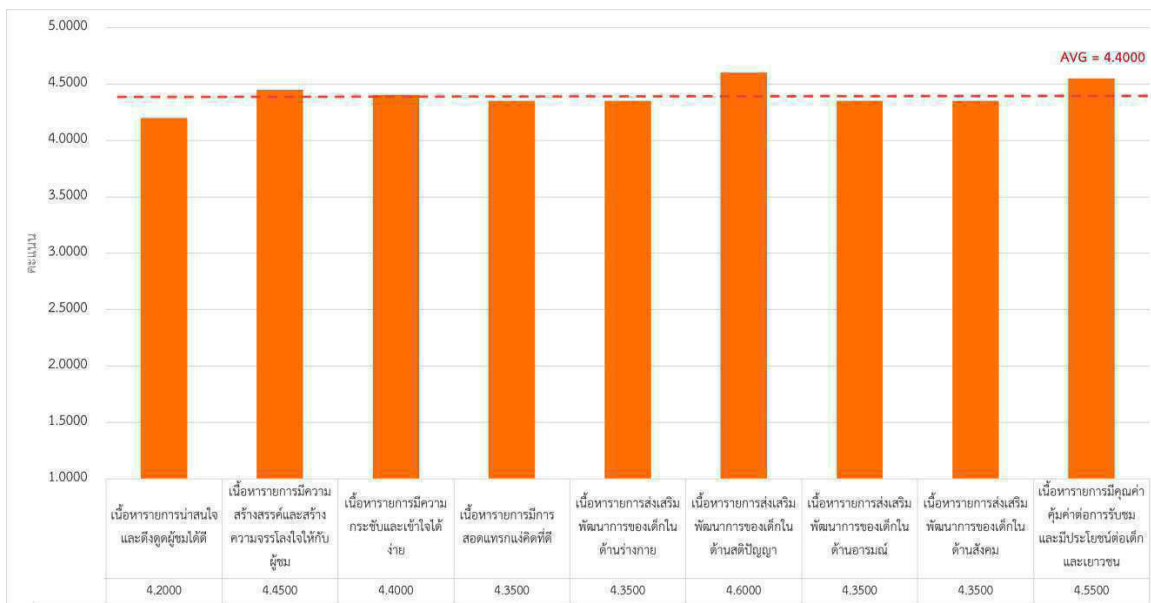
จากแผนภาพที่ 7.43 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ ในภาพรวมอยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีความเชื่อมั่นระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับจากมากที่สุดคือ ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance) และทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction) มีผลคะแนนที่ระดับ 4.5000 รองลงมาคือ ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact) มีผลคะแนนที่ระดับ 4.4727 ด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques) มีผลคะแนนที่ระดับ 4.4700 ด้านเนื้อหารายการ (Content) มีผลคะแนนที่ระดับ 4.4000 และด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques) มีผลคะแนนที่ระดับ 3.3500 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 7.44 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance)



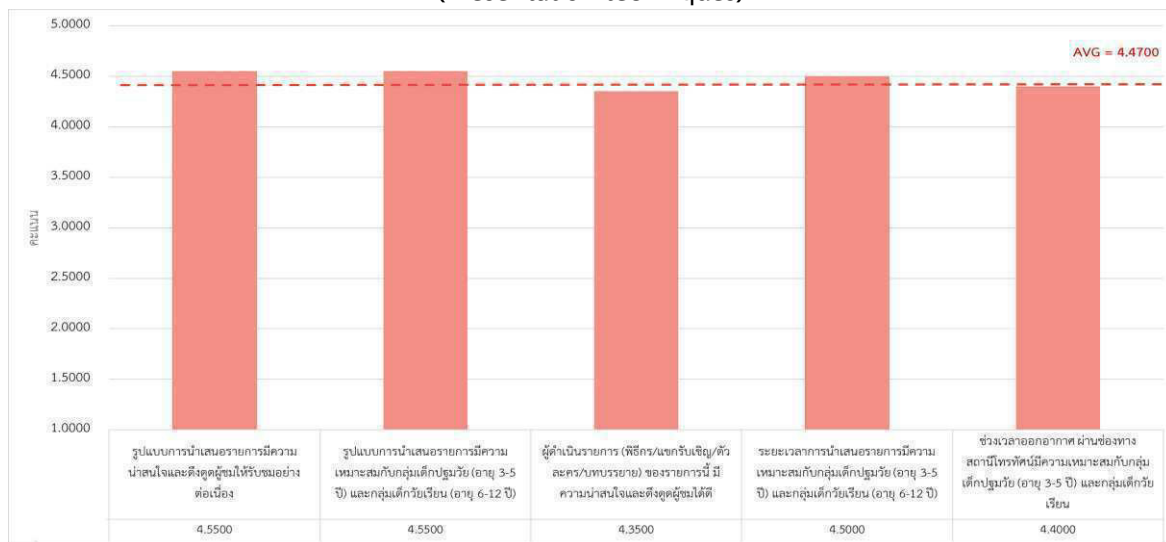
จากแผนภาพที่ 7.44 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance) อยู่ในระดับดีมาก จากประเด็นเนื้อหารายการมีความสอดคล้องและเหมาะสมกับกลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี) และกลุ่มเด็กวัยเรียน (อายุ 6-12 ปี) ที่ระดับคะแนน 4.5000

แผนภาพที่ 7.45 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเนื้อหารายการ (Content)



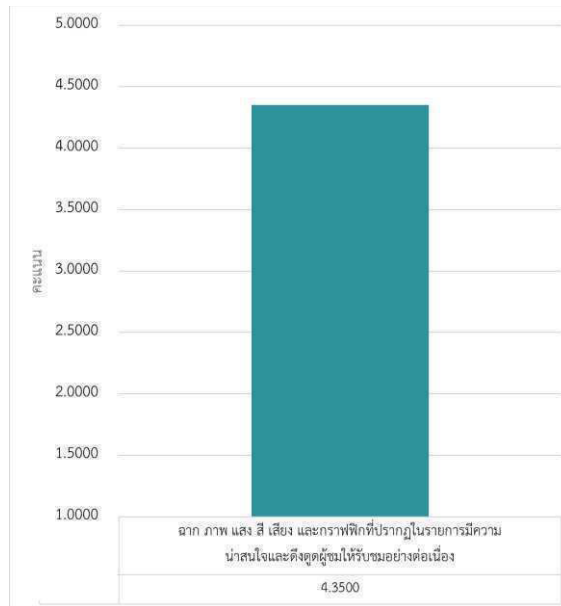
จากแผนภาพที่ 7.45 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชม ในด้านเนื้อหารายการ (Content) ในภาพรวมอยู่ในระดับดี โดยประเด็นเนื้อหารายการส่งเสริมพัฒนาการของเด็กในด้านสติปัญญา มีระดับคะแนนสูงสุดที่ระดับคะแนน 4.600 รองลงมาคือ เนื้อหารายการมีคุณค่า คุ่มค่า ต่อการรับชม และมีประโยชน์ต่อเด็กและเยาวชน ที่ระดับคะแนน 4.5500 เนื้อหารายการมีความสร้างสรรค์ และสร้างความจรรโลงใจให้กับผู้ชม ที่ระดับคะแนน 4.4500 เนื้อหารายการมีความกระชับและเข้าใจได้ง่าย ที่ระดับคะแนน 4.4000 ประเด็นเนื้อหารายการมีการสอดแทรกแง่คิดที่ดี เนื้อหารายการส่งเสริมพัฒนาการของเด็กในด้านร่างกาย ด้านอารมณ์ และด้านสังคม มีคะแนนเท่ากันที่ระดับคะแนน 4.3500 และเนื้อหารายการ น่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี ที่ระดับคะแนน 4.2000 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 7.46 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques)



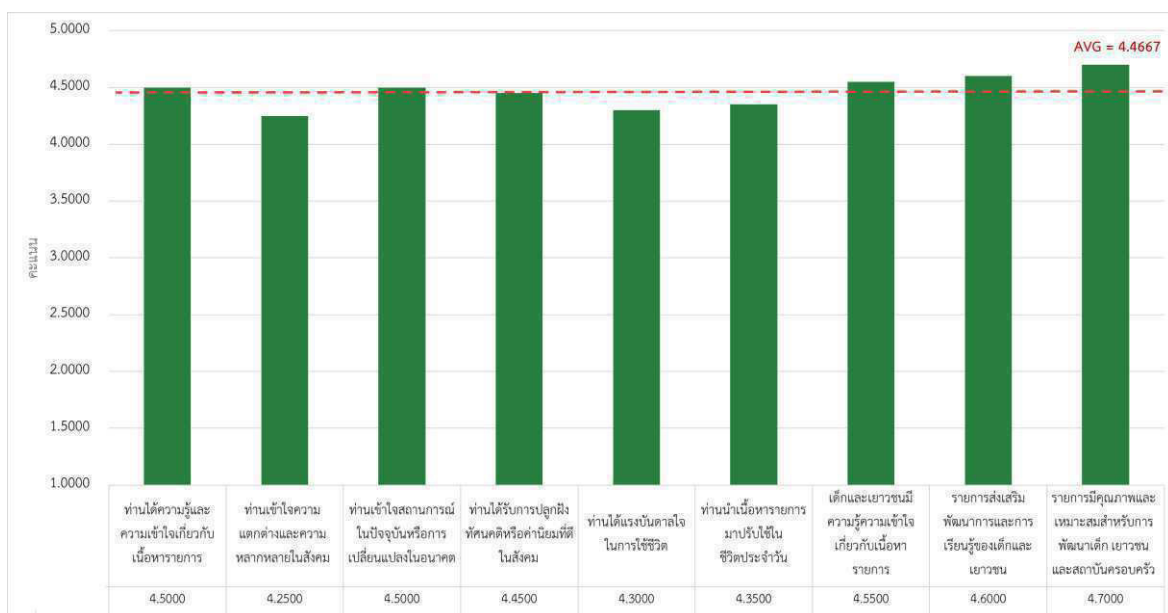
จากแผนภาพที่ 7.46 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชม ในด้านด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques) ในภาพรวมอยู่ในระดับดี โดยประเด็นรูปแบบ การนำเสนอรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง และรูปแบบการนำเสนอรายการมี ความเหมาะสมกับกลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี) และกลุ่มเด็กวัยเรียน (อายุ 6-12 ปี) มีระดับคะแนนเท่ากัน และมีคะแนนสูงสุดที่ระดับคะแนน 4.5500 รองลงมาคือ ระยะเวลาการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับ กลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี) และกลุ่มเด็กวัยเรียน (อายุ 6-12 ปี) ที่ระดับคะแนน 4.5000 ช่วงเวลา ออกอากาศ ผ่านช่องทางสถานีโทรทัศน์มีความเหมาะสมกับกลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี) และกลุ่มเด็กวัยเรียน ที่ระดับคะแนน 4.4000 และผู้ดำเนินรายการ (พิธีกร/แขกรับเชิญ/ตัวละคร/บทบรรยาย) ของรายการนี้ มีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี มีคะแนนต่ำสุด ที่ระดับคะแนน 4.4000 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 7.47 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques)



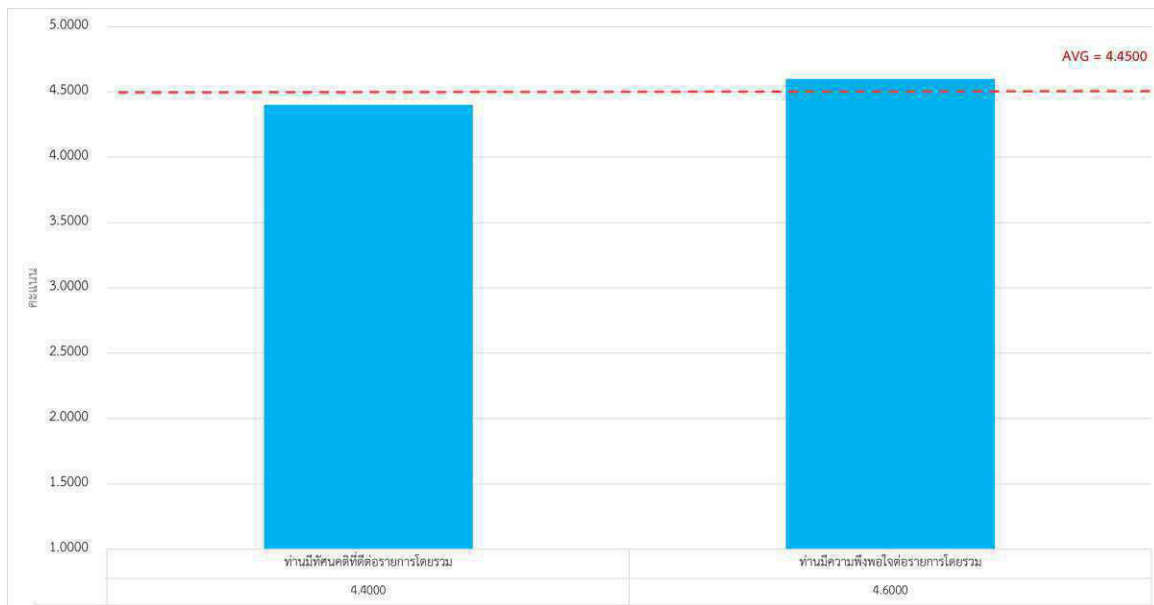
จากแผนภาพที่ 7.47 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques) อยู่ในระดับดี จากประเด็นฉาก ภาพ แสง สี เสียง และกราฟฟิกที่ปรากฏในรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง ที่ระดับคะแนน 4.5000

แผนภาพที่ 7.48 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact)



จากแผนภาพที่ 7.48 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact) ในภาพรวมอยู่ในระดับดี โดยประเด็นรายการมีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็ก เยาวชนและสถาบันครอบครัว มีระดับคะแนนสูงสุดที่ระดับคะแนน 4.7000 รองลงมาคือ รายการส่งเสริมพัฒนาการและการเรียนรู้ของเด็กและเยาวชน ที่ระดับคะแนน 4.6000 เด็กและเยาวชนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ ที่ระดับคะแนน 4.5500 ท่านได้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ และท่านเข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต มีคะแนนเท่ากันที่ระดับคะแนน 4.5000 ท่านได้รับการปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม ที่ระดับคะแนน 4.4500 ท่านนำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน ที่ระดับคะแนน 4.3500 ท่านได้แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต ที่ระดับคะแนน 4.3000 และท่านเข้าใจความแตกต่างและความหลากหลายในสังคม ที่ระดับคะแนน 4.2500 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 7.49 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction)



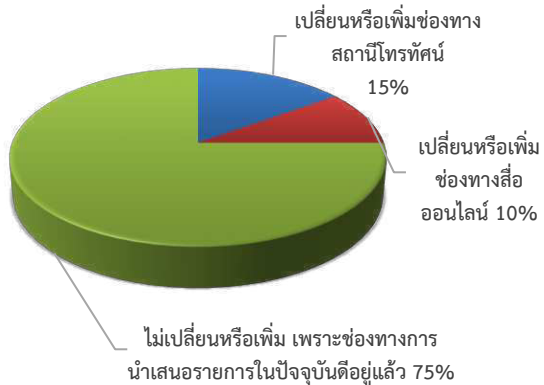
จากแผนภาพที่ 7.49 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction) อยู่ในระดับดี โดยมีทัศนคติที่ดีต่อรายการโดยรวม ที่ระดับคะแนน 4.6000 และมีความพึงพอใจต่อรายการโดยรวม ที่ระดับคะแนน 4.4000

ตารางที่ 7.49 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ

ประเด็นความพึงพอใจ	ระดับความคิดเห็น		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
1. ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance)	4.5000	0.5130	เห็นด้วยมากที่สุด
1.2 เนื้อหารายการมีความสอดคล้องและเหมาะสมกับกลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี) และกลุ่มเด็กวัยเรียน (อายุ 6-12 ปี)	4.5000	0.5130	เห็นด้วยมากที่สุด
2. ด้านเนื้อหารายการ (Content)	4.4000	0.0886	เห็นด้วยมาก
2.1 เนื้อหารายการน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี	4.2000	0.4104	เห็นด้วยมาก
2.2 เนื้อหารายการมีความสร้างสรรค์และสร้างความจรรโลงใจให้กับผู้ชม	4.4500	0.6048	เห็นด้วยมาก
2.3 เนื้อหารายการมีความกระชับและเข้าใจได้ง่าย	4.4000	0.5026	เห็นด้วยมาก
2.4 เนื้อหารายการมีการสอดแทรกแง่คิดที่ดี	4.3500	0.6708	เห็นด้วยมาก
2.5 เนื้อหารายการส่งเสริมพัฒนาการของเด็กในด้านร่างกาย	4.3500	0.6708	เห็นด้วยมาก
2.6 เนื้อหารายการส่งเสริมพัฒนาการของเด็กในด้านสติปัญญา	4.6000	0.5026	เห็นด้วยมากที่สุด
2.7 เนื้อหารายการส่งเสริมพัฒนาการของเด็กในด้านอารมณ์	4.3500	0.5871	เห็นด้วยมาก
2.8 เนื้อหารายการส่งเสริมพัฒนาการของเด็กในด้านสังคม	4.3500	0.4894	เห็นด้วยมาก
2.9 เนื้อหารายการมีคุณค่า คุ่มค่าต่อการรับชม และมีประโยชน์ต่อเด็กและเยาวชน	4.5500	0.5104	เห็นด้วยมากที่สุด
3. ด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques)	4.4700	0.0809	เห็นด้วยมาก
3.1 รูปแบบการนำเสนอรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง	4.5500	0.6048	เห็นด้วยมากที่สุด
3.2 รูปแบบการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี) และกลุ่มเด็กวัยเรียน (อายุ 6-12 ปี)	4.5500	0.5104	เห็นด้วยมากที่สุด
3.3 ผู้ดำเนินรายการ (พิธีกร/แขกรับเชิญ/ตัวละคร/บทบรรยาย) ของรายการนี้ มีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี	4.3500	0.4894	เห็นด้วยมาก
3.4 ระยะเวลาการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี) และกลุ่มเด็กวัยเรียน (อายุ 6-12 ปี)	4.5000	0.5130	เห็นด้วยมากที่สุด
3.5 ช่วงเวลาออกอากาศ ผ่านช่องทางสถานีโทรทัศน์มีความเหมาะสมกับกลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี) และกลุ่มเด็กวัยเรียน	4.4000	0.6806	เห็นด้วยมาก
4. ด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques)	4.3500	0.6708	เห็นด้วยมาก
4.1 ฉาก ภาพ แสง สี เสียง และกราฟิกที่ปรากฏในรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง	4.3500	0.6708	เห็นด้วยมาก
5. ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact)	4.4667	0.0809	เห็นด้วยมาก
5.1 ท่านได้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	4.5000	0.5130	เห็นด้วยมากที่สุด
5.2 ท่านเข้าใจความแตกต่างและความหลากหลายในสังคม	4.2500	0.5501	เห็นด้วยมาก
5.3 ท่านเข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต	4.5000	0.5130	เห็นด้วยมากที่สุด
5.4 ท่านได้รับการปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม	4.4500	0.6863	เห็นด้วยมาก
5.5 ท่านได้แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต	4.3000	0.6569	เห็นด้วยมาก
5.6 ท่านนำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน	4.3500	0.6708	เห็นด้วยมาก
5.7 เด็กและเยาวชนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	4.5500	0.5104	เห็นด้วยมากที่สุด
5.8 รายการส่งเสริมพัฒนาการและการเรียนรู้ของเด็กและเยาวชน	4.6000	0.5982	เห็นด้วยมากที่สุด
5.9 รายการมีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็ก เยาวชนและสถาบันครอบครัว	4.7000	0.4702	เห็นด้วยมากที่สุด
6. ทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction)	4.5000	0.0000	เห็นด้วยมากที่สุด
6.1 ท่านมีทัศนคติที่ดีต่อรายการโดยรวม	4.4000	0.5982	เห็นด้วยมาก
6.2 ท่านมีความพึงพอใจต่อรายการโดยรวม	4.6000	0.5982	เห็นด้วยมากที่สุด
ภาพรวม	4.4488	0.2377	เห็นด้วยมาก

สรุปข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

ตารางที่ 7.50 จำนวนและร้อยละข้อแนะนำในการพัฒนาช่องทางการนำเสนอรายการ



ข้อแนะนำในการพัฒนา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เปลี่ยนแปลงหรือเพิ่มช่องทางสถานีโทรทัศน์	3	15.00
เปลี่ยนแปลงหรือเพิ่มช่องทางสื่อออนไลน์	2	10.00
ไม่เปลี่ยนแปลงหรือเพิ่ม เพราะช่องทางการนำเสนอรายการในปัจจุบันดีอยู่แล้ว	15	75.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 7.50 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่มีข้อแนะนำ ไม่เปลี่ยนแปลงหรือเพิ่มเพราะช่องทางการนำเสนอรายการในปัจจุบันดีอยู่แล้ว จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 75.00 รองลงมาคือ เปลี่ยนหรือเพิ่มช่องทางสถานีโทรทัศน์ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 และเปลี่ยนแปลงหรือเพิ่มช่องทางสื่อออนไลน์ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 ตามลำดับ

สรุปประเด็นข้อแนะนำเพื่อปรับปรุงหรือพัฒนารายการ

จากผลการสำรวจ พบว่า ในภาพรวมกลุ่มเป้าหมายรายการในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีระดับความพึงพอใจต่อโครงการส่งเสริมการผลิตและออกอากาศรายการโทรทัศน์ระบบดิจิตอลรายการสำหรับเด็กเยาวชน และครอบครัว ในระดับดี-ดีมาก โดยมีคะแนนความพึงพอใจที่ 4.6000 คะแนน ซึ่งมีคะแนนสูงกว่าคะแนนเฉลี่ยทัศนคติ/ความคาดหวังซึ่งมีคะแนนอยู่ที่ 4.4000 คะแนน ทั้งนี้ จากการสัมภาษณ์เชิงลึกเพิ่มเติม กลุ่มเป้าหมายมีข้อเสนอแนะในการพัฒนารายการเพิ่มเติม ดังนี้

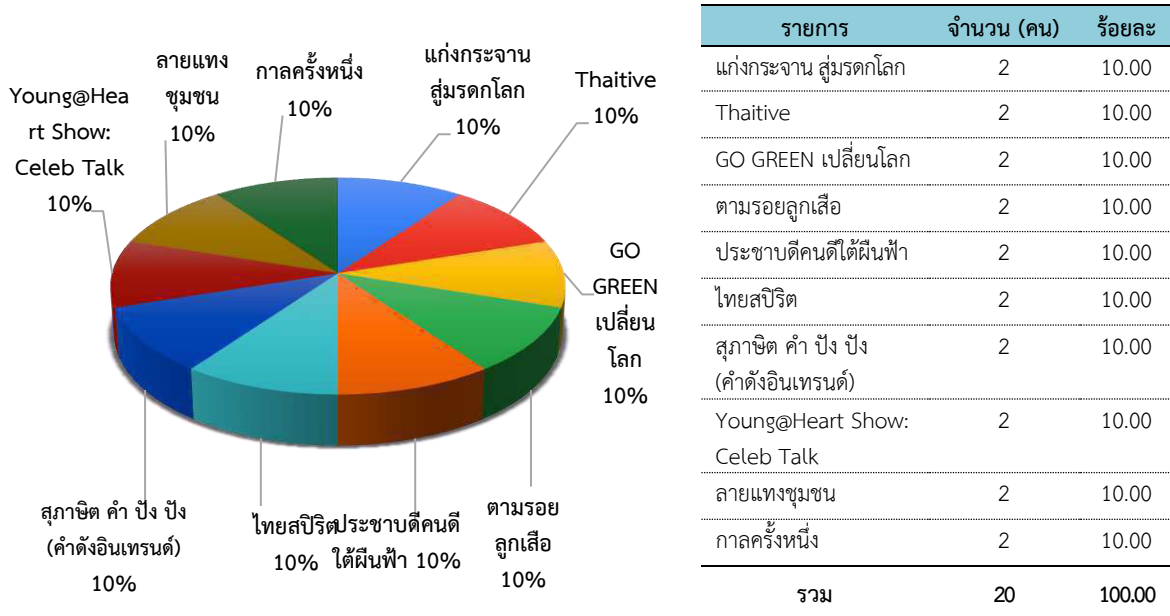
- 1) ควรเพิ่มเนื้อหาที่น่าสนใจดึงดูดกลุ่มเป้าหมาย ให้เด็กได้รับรู้มีพัฒนาให้ดีขึ้น ผ่านรูปแบบรายการที่เข้าใจง่าย เช่น นำเสนอในรูปแบบการ์ตูนสั้น
- 2) ควรเพิ่มรายการที่เหมาะสมกับเด็กช่วงอายุ 13 – 18 ปี เพื่อเพิ่มทักษะให้กับเด็ก
- 3) ควรเพิ่มช่องทางในการเผยแพร่รายการผ่านสื่ออื่นๆ ให้กว้างมากยิ่งขึ้น
- 4) ควรมีรายการเผยแพร่ทุกวันเพื่อให้เด็กได้รับชม เกิดการพัฒนาความรู้ของเด็กต่อไป
- 5) ควรนำเสนอข้อดีข้อเสียในการใช้โทรศัพท์ให้เด็กทราบในรูปแบบการ์ตูนสั้น

7.3.2.2 โครงการส่งเสริมการผลิตและออกอากาศเนื้อหารายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ

มีผู้ตอบแบบสอบถามโดยกลุ่มตัวแทนจากประชาชน จำนวน 20 ราย ประกอบด้วยข้อมูล ดังนี้

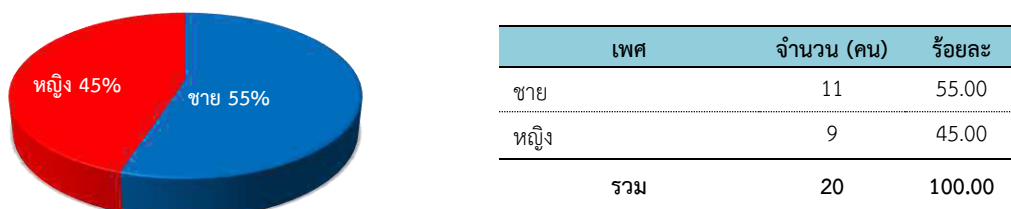
ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบประเมิน

ตารางที่ 7.51 จำนวนและร้อยละของรายการ



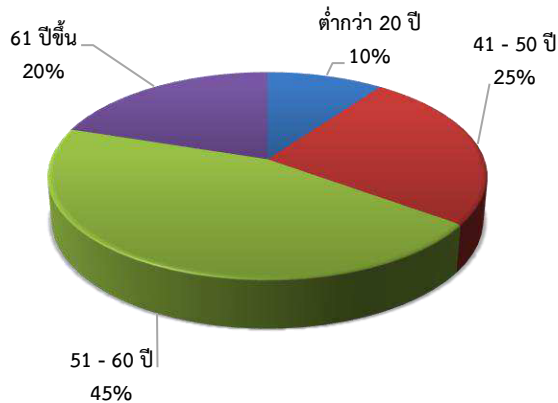
จากตารางที่ 7.51 ผู้ตอบแบบประเมินรับชมคลิปวิดีโอของรายการแก๊งกระจ๊วน สุ่มรดกโลก จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 รายการ Thaitive จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 รายการ GO GREEN เปลี่ยนโลก จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 รายการตามรอยลูกเสือ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 รายการประชาชนดีคนดีได้ผืนฟ้า จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 รายการไทยสปิริต จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 รายการสุภาพชน คำ ปัง ปัง (คำดังอินเทรนด์) จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 รายการ Young@Heart Show: Celeb Talk จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 รายการลายแทงชุมชน จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 และรายการกาลครั้งหนึ่ง จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00

ตารางที่ 7.52 จำนวนและร้อยละของเพศ



จากตารางที่ 7.52 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 55.00 รองลงมาคือ เพศหญิง จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 45.00 ตามลำดับ

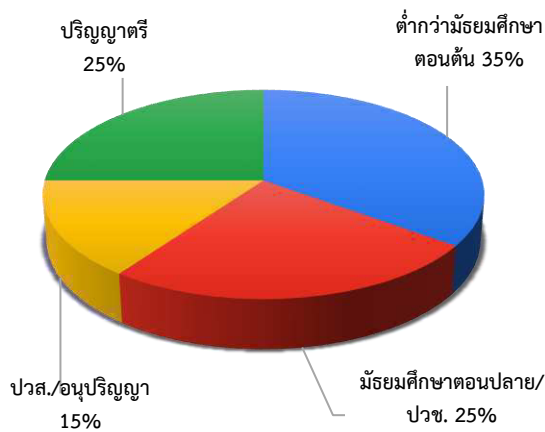
ตารางที่ 7.53 จำนวนและร้อยละของอายุ



อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	2	10.00
21 - 30 ปี	0	0.00
31 - 40 ปี	0	0.00
41 - 50 ปี	5	25.00
51 - 60 ปี	9	45.00
61 ปีขึ้นไป	4	20.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 7.53 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่อายุ 51 - 60 ปี จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 45.00 รองลงมาคือ อายุ 41 - 50 ปี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 อายุ 61 ปีขึ้นไป จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 และต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 ตามลำดับ

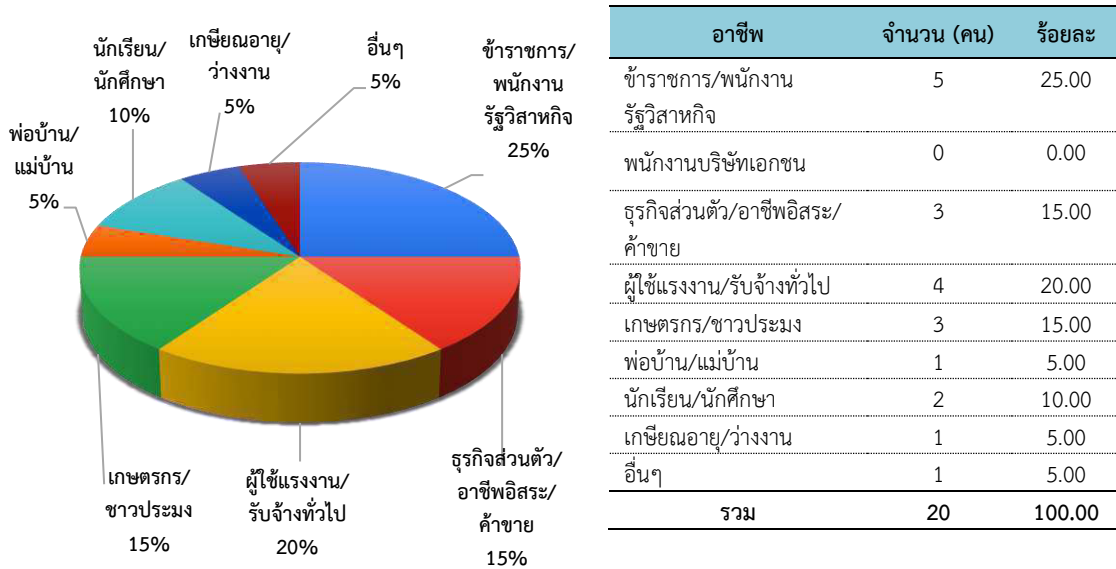
ตารางที่ 7.54 จำนวนและร้อยละของการศึกษา



การศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	7	35.00
มัธยมศึกษาตอนต้น	0	0.00
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	5	25.00
ปวส./อนุปริญญา	3	15.00
ปริญญาตรี	5	25.00
สูงกว่าปริญญาตรี	0	0.00
รวม	20	100.00

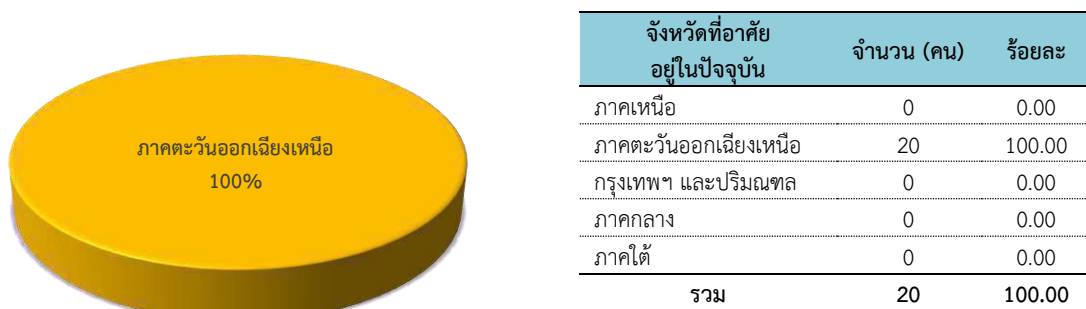
จากตารางที่ 7.54 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 35.00 รองลงมาคือ มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 ปริญญาตรี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 และปวส./อนุปริญญา จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 7.55 จำนวนและร้อยละของอาชีพ



จากตารางที่ 7.55 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่ประกอบอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 รองลงมาคือ ผู้ใช้แรงงาน/รับจ้างทั่วไป จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 เกษตรกร/ชาวประมง จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 พ่อบ้าน/แม่บ้าน จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 เกษียณอายุ/ว่างงาน จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 และอื่นๆ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 7.56 จำนวนและร้อยละของจังหวัดที่ท่านอาศัยอยู่ในปัจจุบัน

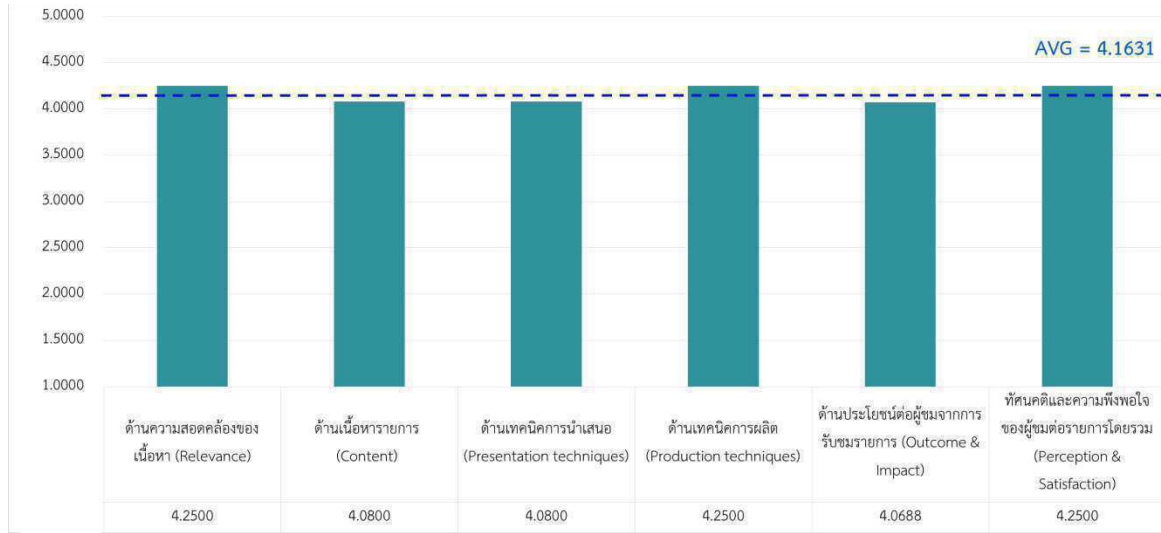


จากตารางที่ 7.56 ผู้ตอบแบบประเมินทั้งหมดอาศัยอยู่ในจังหวัดของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (จังหวัดขอนแก่น) จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00

สรุปผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ

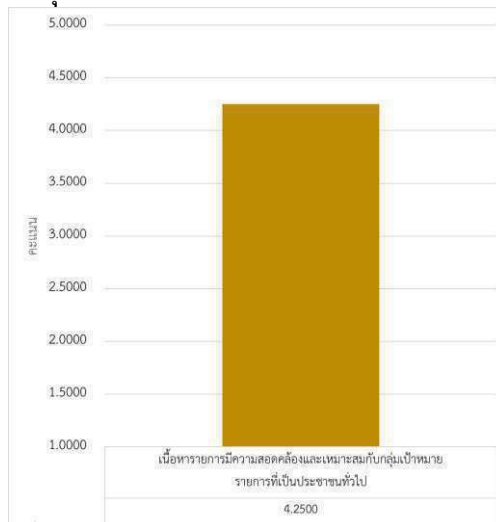
จากการสำรวจคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ มีผลคะแนนเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 4.1631 โดยมีผลคะแนนการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในแต่ละด้าน ดังนี้

แผนภาพที่ 7.50 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ



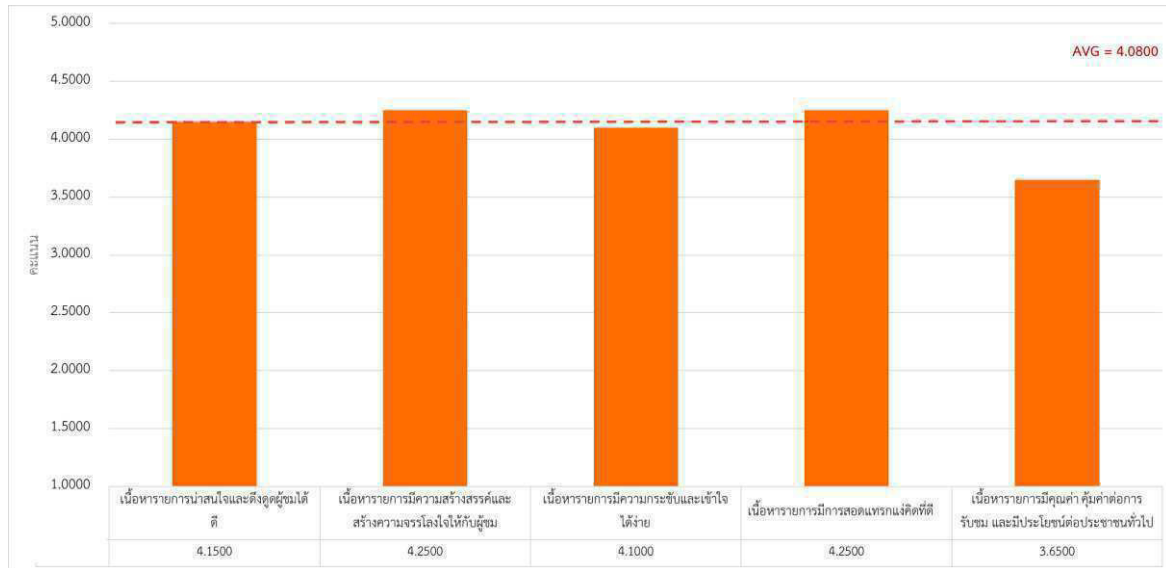
จากแผนภาพที่ 7.50 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ ในภาพรวมอยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีความเชื่อมั่นระดับดีในทุกด้าน โดยด้านที่มากที่สุด และมีระดับคะแนนเท่ากันจำนวน 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance) ด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques) และทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction) ซึ่งมีผลคะแนนที่ระดับ 4.2500 รองลงมาคือ ด้านเนื้อหาของรายการ (Content) และด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques) มีผลคะแนนที่ระดับ 4.0800 และด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact) มีผลคะแนนต่ำสุดที่ระดับ 4.0688 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 7.51 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance)



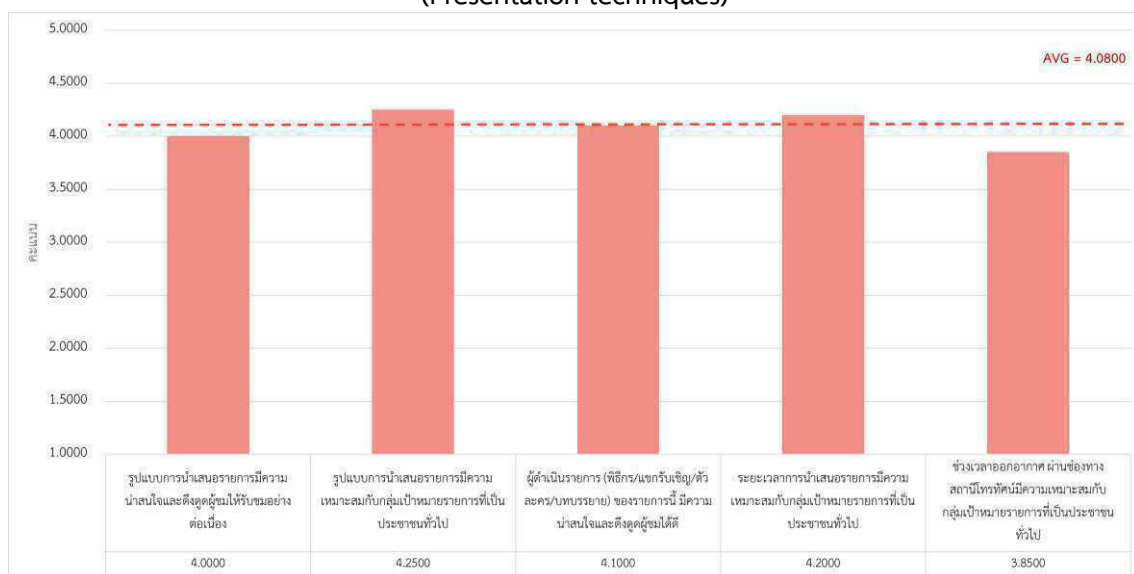
จากแผนภาพที่ 7.51 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance) อยู่ในระดับดี จากประเด็นเนื้อหาของรายการมีความสอดคล้องและเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนทั่วไป ที่ระดับคะแนน 4.2500

แผนภาพที่ 7.52 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเนื้อหารายการ (Content)



จากแผนภาพที่ 7.52 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเนื้อหารายการ (Content) ในภาพรวมอยู่ในระดับดี โดยประเด็นเนื้อหารายการมีความสร้างสรรค์และสร้างความจรรโลงใจให้กับผู้ชม และเนื้อหารายการมีการสอดแทรกแง่คิดที่ดี มีคะแนนเท่ากันและมีระดับคะแนนสูงสุดที่ระดับคะแนน 4.2500 รองลงมาคือ เนื้อหาที่น่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี และเนื้อหารายการมีการสอดแทรกแง่คิดที่ดี มีคะแนนเท่ากันที่ระดับคะแนน 4.1500 และเนื้อหาที่มีความกระชับและเข้าใจได้ง่าย มีคะแนนต่ำสุดที่ระดับคะแนน 4.1000 ตามลำดับ

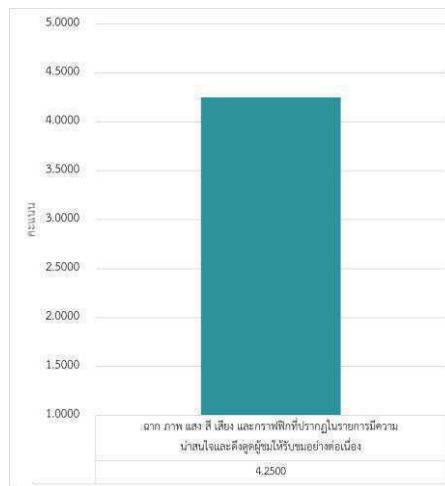
แผนภาพที่ 7.53 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques)



จากแผนภาพที่ 7.53 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques) ในภาพรวมอยู่ในระดับดี โดยประเด็นรูปแบบการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนทั่วไป มีคะแนนสูงสุด

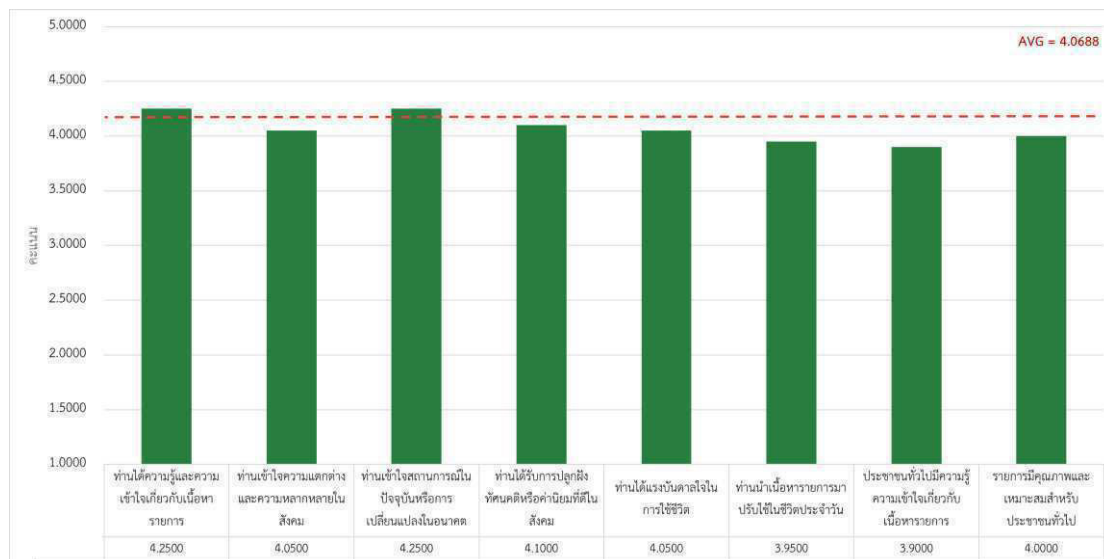
ที่ระดับคะแนน 4.2500 รองลงมาคือ ระยะเวลาการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนทั่วไป ที่ระดับคะแนน 4.2000 ผู้ดำเนินรายการ (พิธีกร/แขกรับเชิญ/ตัวละคร/บทร้อยย) ของรายการนี้ มีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี มีระดับคะแนน 4.1000 รูปแบบการนำเสนอรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง มีระดับคะแนน 4.0000 และ ช่วงเวลาออกอากาศ ผ่านช่องทางสถานีโทรทัศน์มีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนทั่วไป มีคะแนนต่ำสุดที่ระดับคะแนน 3.8500 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 7.54 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques)



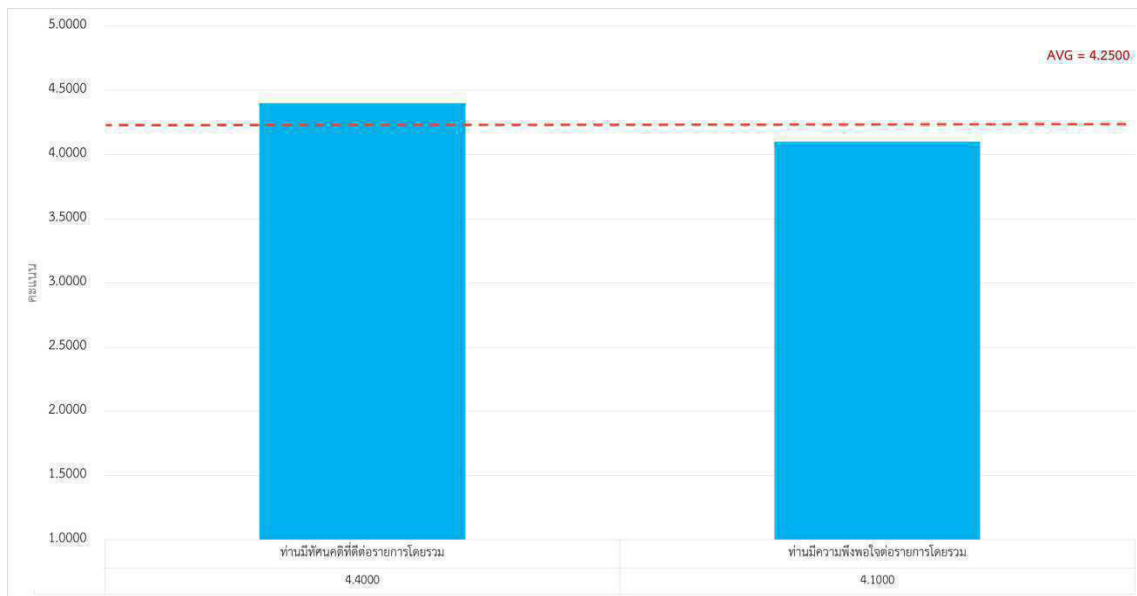
จากแผนภาพที่ 7.54 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques) อยู่ในระดับดี จากประเด็นจาก ภาพ แสง สี เสียง และกราฟฟิกที่ปรากฏในรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง ที่ระดับคะแนน 4.2500

แผนภาพที่ 7.55 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact)



จากแผนภาพที่ 7.55 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชม ในด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact) ในภาพรวมอยู่ในระดับดี โดยประเด็นท่านได้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการและท่านเข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต มีระดับคะแนนเท่ากัน และเป็นระดับคะแนนสูงสุดที่ 4.2500 รองลงมาคือท่านได้รับการปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม มีระดับคะแนน 4.1000 ท่านเข้าใจความแตกต่างและความหลากหลายในสังคม และท่านได้แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต มีระดับคะแนนเท่ากันที่ 4.0500 รายการมีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับประชาชนทั่วไป มีระดับคะแนนอยู่ที่ 4.0000 ท่านนำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน ที่ระดับคะแนน 3.9500 และประชาชนทั่วไปมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ มีระดับคะแนน 3.9000 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 7.56 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction)



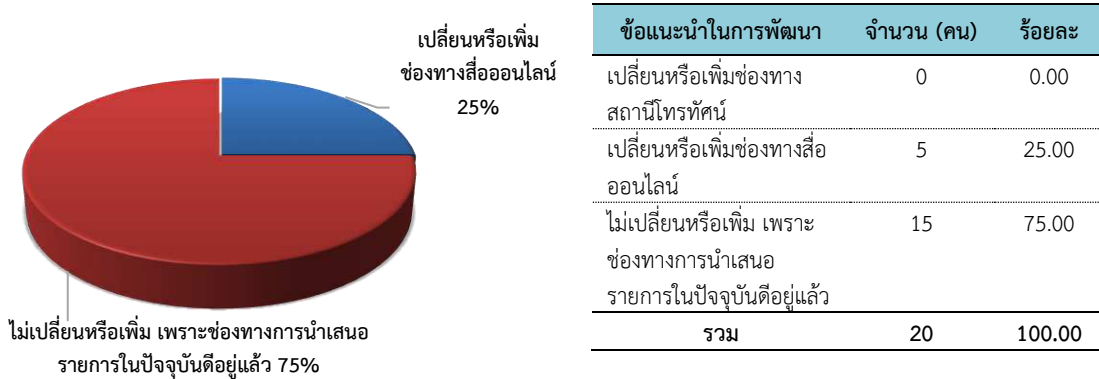
จากแผนภาพที่ 7.56 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction) อยู่ในระดับดี โดยมีความพึงพอใจต่อรายการโดยรวม ที่ระดับคะแนน 4.4400 และมีทัศนคติที่ดีต่อรายการโดยรวม ที่ระดับคะแนน 4.1000

ตารางที่ 7.57 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ

ประเด็นความพึงพอใจ	ระดับความคิดเห็น		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
1. ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance)	4.2500	0.7164	เห็นด้วยมาก
1.1 เนื้อหารายการมีความสอดคล้องและเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนทั่วไป	4.2500	0.7164	เห็นด้วยมาก
2. ด้านเนื้อหารายการ (Content)	4.0800	0.4225	เห็นด้วยมาก
2.1 เนื้อหารายการน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี	4.1500	1.0894	เห็นด้วยมาก
2.2 เนื้อหารายการมีความสร้างสรรค์และสร้างความจรรโลงใจให้กับผู้ชม	4.2500	0.8507	เห็นด้วยมาก
2.3 เนื้อหารายการมีความกระชับและเข้าใจได้ง่าย	4.1000	0.7182	เห็นด้วยมาก
2.4 เนื้อหารายการมีการสอดแทรกแง่คิดที่ดี	4.2500	0.7164	เห็นด้วยมาก
2.5 เนื้อหารายการมีคุณค่า คุ่มค่าต่อการรับชม และมีประโยชน์ต่อประชาชนทั่วไป	3.6500	1.7252	เห็นด้วยมาก
3. ด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques)	4.0800	0.1617	เห็นด้วยมาก
3.1 รูปแบบการนำเสนอรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง	4.0000	0.7947	เห็นด้วยมาก
3.2 รูปแบบการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนทั่วไป	4.2500	0.9665	เห็นด้วยมาก
3.3 ผู้ดำเนินรายการ (พิธีกร/แขกรับเชิญ/ตัวละคร/บทรบรยาย) ของรายการนี้ มีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี	4.1000	0.7182	เห็นด้วยมาก
3.4 ระยะเวลาการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนทั่วไป	4.2000	0.8944	เห็นด้วยมาก
3.5 ช่วงเวลาออกอากาศ ผ่านช่องทางสถานีโทรทัศน์มีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนทั่วไป	3.8500	1.1367	เห็นด้วยมาก
4. ด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques)	4.2500	1.0195	เห็นด้วยมาก
4.1 ฉาก ภาพ แสง สี เสียง และกราฟฟิกที่ปรากฏในรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง	4.2500	1.0195	เห็นด้วยมาก
5. ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact)	4.0688	0.2135	เห็นด้วยมาก
5.1 ท่านได้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	4.2500	0.6387	เห็นด้วยมาก
5.2 ท่านเข้าใจความแตกต่างและความหลากหลายในสังคม	4.0500	0.9987	เห็นด้วยมาก
5.3 ท่านเข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต	4.2500	0.7164	เห็นด้วยมาก
5.4 ท่านได้รับการปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม	4.1000	0.9679	เห็นด้วยมาก
5.5 ท่านได้แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต	4.0500	0.9445	เห็นด้วยมาก
5.6 ท่านนำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน	3.9500	0.9445	เห็นด้วยมาก
5.7 ประชาชนทั่วไปมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	3.9000	1.0712	เห็นด้วยมาก
5.8 รายการมีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับประชาชนทั่วไป	4.0000	1.3377	เห็นด้วยมาก
6. ทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction)	4.2500	0.4999	เห็นด้วยมาก
6.1 ท่านมีทัศนคติที่ดีต่อรายการโดยรวม	4.4000	0.5026	เห็นด้วยมาก
6.2 ท่านมีความพึงพอใจต่อรายการโดยรวม	4.1000	1.2096	เห็นด้วยมาก
ภาพรวม	4.1631	0.3221	เห็นด้วยมาก

สรุปข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

ตารางที่ 7.58 จำนวนและร้อยละข้อแนะนำในการพัฒนาช่องทางการนำเสนอรายการ



จากตารางที่ 7.58 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่มีข้อแนะนำ ไม่เปลี่ยนหรือเพิ่มเพราะช่องทางการนำเสนอรายการในปัจจุบันดีอยู่แล้ว จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 75.00 รองลงมาคือ เปลี่ยนหรือเพิ่มช่องทางสื่อออนไลน์ (Tiktok, Instagram, YouTube, Facebook) จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 ตามลำดับ

สรุปประเด็นข้อแนะนำเพื่อปรับปรุงหรือพัฒนารายการ

จากผลการสำรวจ พบว่า ในภาพรวมกลุ่มเป้าหมายรายการในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีระดับความพึงพอใจต่อโครงการส่งเสริมการผลิตและออกอากาศเนื้อหาอาหารรายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะในระดับดี-ดีมาก โดยมีคะแนนความพึงพอใจที่ 4.6000 คะแนน ซึ่งมีคะแนนสูงกว่าคะแนนเฉลี่ยทัศนคติ/ความคาดหวังซึ่งมีคะแนนอยู่ที่ 4.4000 คะแนน ทั้งนี้ จากการสัมภาษณ์เชิงลึกเพิ่มเติม กลุ่มเป้าหมายมีข้อเสนอแนะในการพัฒนารายการเพิ่มเติม ดังนี้

- 1) ควรจัดทำรายการที่ถ่ายทอดความเป็นเอกลักษณ์ของแต่ละพื้นที่แต่ละจังหวัด
- 2) เนื้อหารายการไม่ควรใช้เวลานานเกินไป ความละเอียดของเนื้อหาควรกระชับเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย และนำเสนอข้อมูลเชิงลึกที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น เพื่อให้ผู้บริโภคมั่นใจในสื่อมากขึ้นกว่าเดิม
- 3) ควรให้เพิ่มรายการที่นำเสนอการประกอบอาชีพในยุคปัจจุบัน
- 4) ควรให้ทำรายการที่มีเนื้อหาหลากหลายมากขึ้น และจัดอบรมผ่านช่องทางสื่อหลายๆ ช่องทางอย่างทั่วถึงประชาชนทุกกลุ่ม
- 5) สำหรับรายการ Gogreen เปลี่ยนโลก (ชุด PPE) ภาพประกอบน้อย มีเสียงรบกวน Gogreen ตอนที่ 12 สีของวิดีโอมืดเกินไป
- 6) สำหรับคลิปแข่งเกมส์ ดีมาก สำหรับคนชอบเล่นเกม สามารถนำมาเป็นแรงบันดาลใจได้ชัดเจน บอกทั้งข้อดีข้อเสีย ภาพ เสียง การส่งอารมณ์ ออกมาจากผู้สัมภาษณ์จริงๆ ใช้คำง่าย ฟังแล้วสนุก เข้าใจง่าย

7.3.2.3 โครงการผลิตสารคดีเพื่อส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนใต้

มีผู้ตอบแบบสอบถามโดยกลุ่มตัวแทนจากประชาชน จำนวน 20 ราย ประกอบด้วยข้อมูล ดังนี้

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบประเมิน

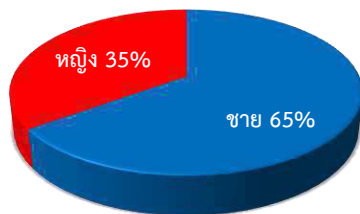
ตารางที่ 7.59 จำนวนและร้อยละของรายการ



รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ย้อนอดีตที่ปลายด้ามขวาน	20	100.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 7.59 ผู้ตอบแบบประเมินทั้งหมดรับชมคลิปวิดีโอของรายการย้อนอดีตที่ปลายด้ามขวาน จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00

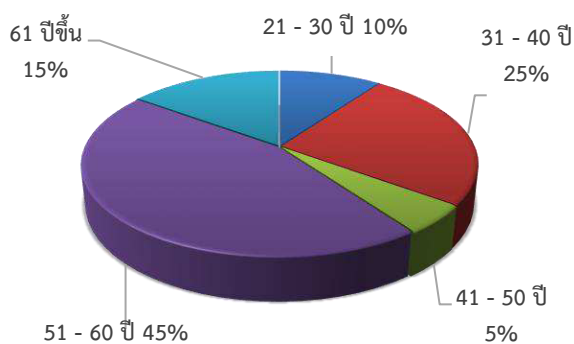
ตารางที่ 7.60 จำนวนและร้อยละของเพศ



เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	13	65.00
หญิง	7	35.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 7.60 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 65.00 รองลงมาคือ เพศหญิง จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 35.00 ตามลำดับ

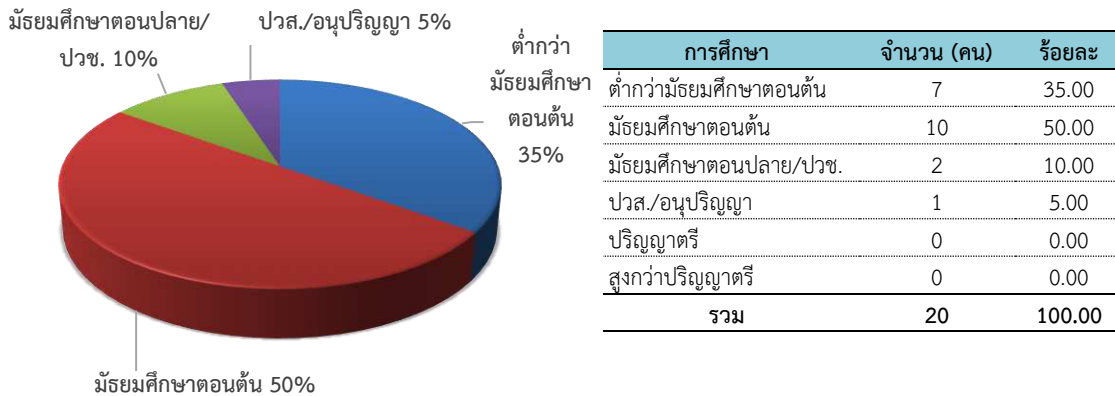
ตารางที่ 7.61 จำนวนและร้อยละของอายุ



อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	0	0.00
21 - 30 ปี	2	10.00
31 - 40 ปี	5	25.00
41 - 50 ปี	1	5.00
51 - 60 ปี	9	45.00
61 ปีขึ้นไป	3	15.00
รวม	20	100.00

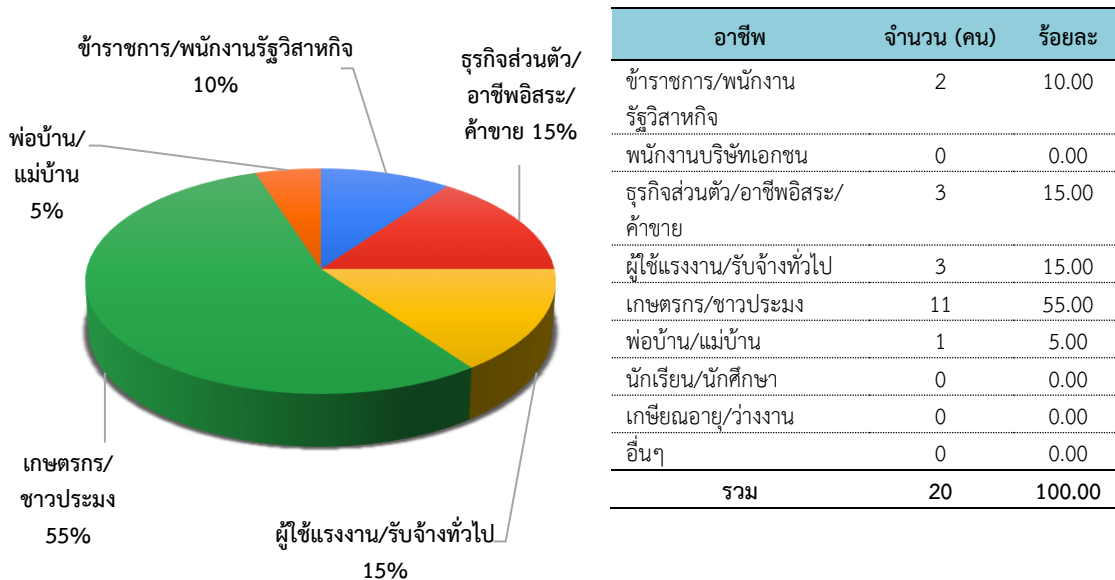
จากตารางที่ 7.61 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่อายุ 51 - 60 ปี จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 45.00 รองลงมาคือ อายุ 31 - 40 ปี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 อายุ 61 ปีขึ้นไป จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 อายุ 21 - 30 ปี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 และอายุ 41 - 50 ปี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 7.62 จำนวนและร้อยละของการศึกษา



จากตารางที่ 7.62 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมาคือ ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 35.00 มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 และปวส./อนุปริญญา จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 7.63 จำนวนและร้อยละของอาชีพ



จากตารางที่ 7.63 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกร/ชาวประมง จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 55.00 รองลงมาคือ ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 ผู้ใช้แรงงาน/รับจ้างทั่วไป จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 และพ่อบ้าน/แม่บ้าน จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 7.64 จำนวนและร้อยละของจังหวัดที่ท่านอาศัยอยู่ในปัจจุบัน



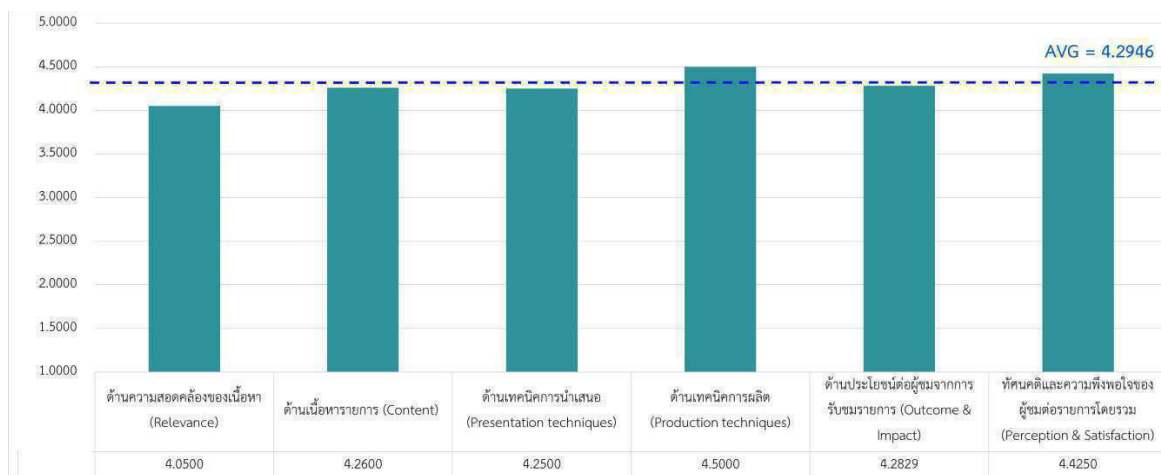
จังหวัดที่อาศัยอยู่ในปัจจุบัน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ภาคเหนือ	0	0.00
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	20	100.00
กรุงเทพฯ และปริมณฑล	0	0.00
ภาคกลาง	0	0.00
ภาคใต้	0	0.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 7.64 ผู้ตอบแบบประเมินทั้งหมดอาศัยอยู่ในจังหวัดของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (จังหวัดขอนแก่น) จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00

สรุปผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ

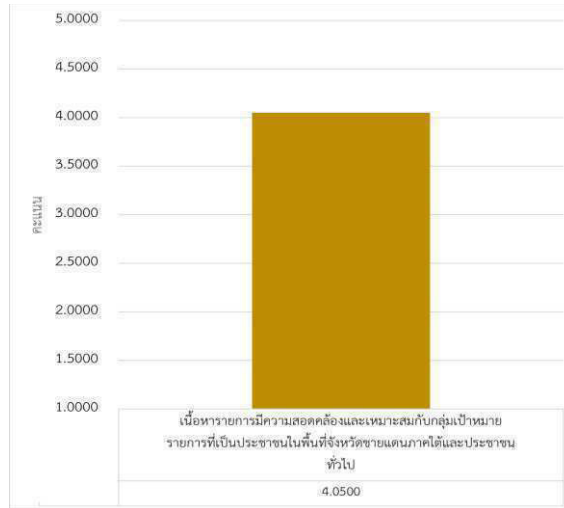
จากการสำรวจคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ มีผลคะแนนเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 4.2946 โดยมีผลคะแนนการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในแต่ละด้าน ดังนี้

แผนภาพที่ 7.57 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ



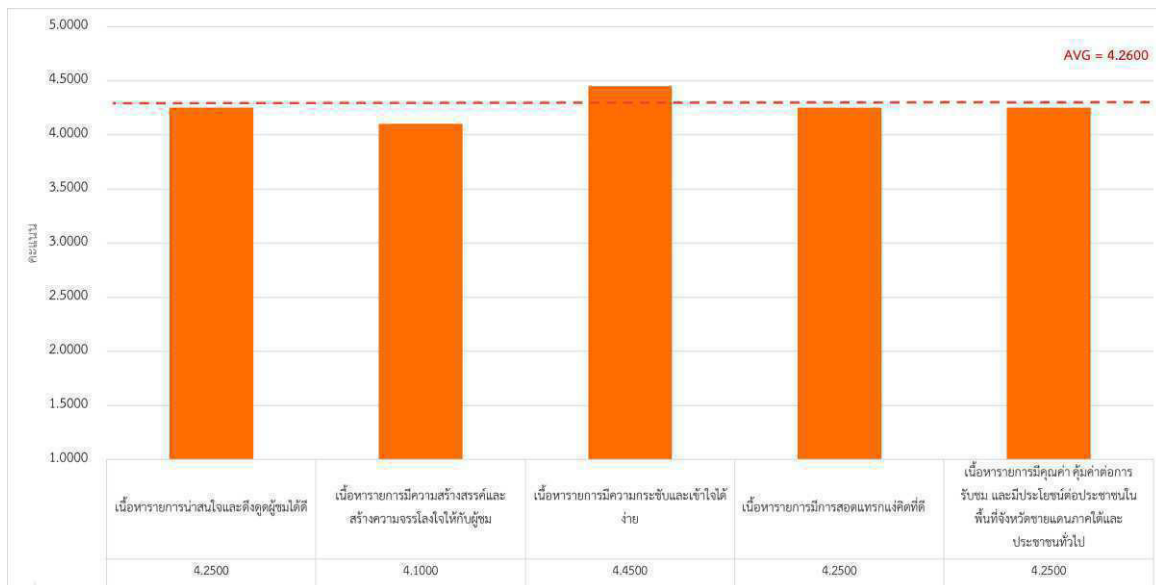
จากแผนภาพที่ 7.57 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ ในภาพรวมอยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีความเชื่อมั่นระดับดีในทุกด้าน โดยเรียงลำดับจากมากที่สุดคือ ด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques) มีผลคะแนนที่ระดับ 4.5000 รองลงมาคือ ทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction) มีผลคะแนนที่ระดับ 4.4250 ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact) มีผลคะแนนที่ระดับ 4.2829 ด้านเนื้อหารายการ (Content) มีผลคะแนนที่ระดับ 4.2600 ด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques) มีผลคะแนนที่ระดับ 4.2500 และด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance) มีผลคะแนนต่ำสุดที่ระดับ 3.3500 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 7.58 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance)



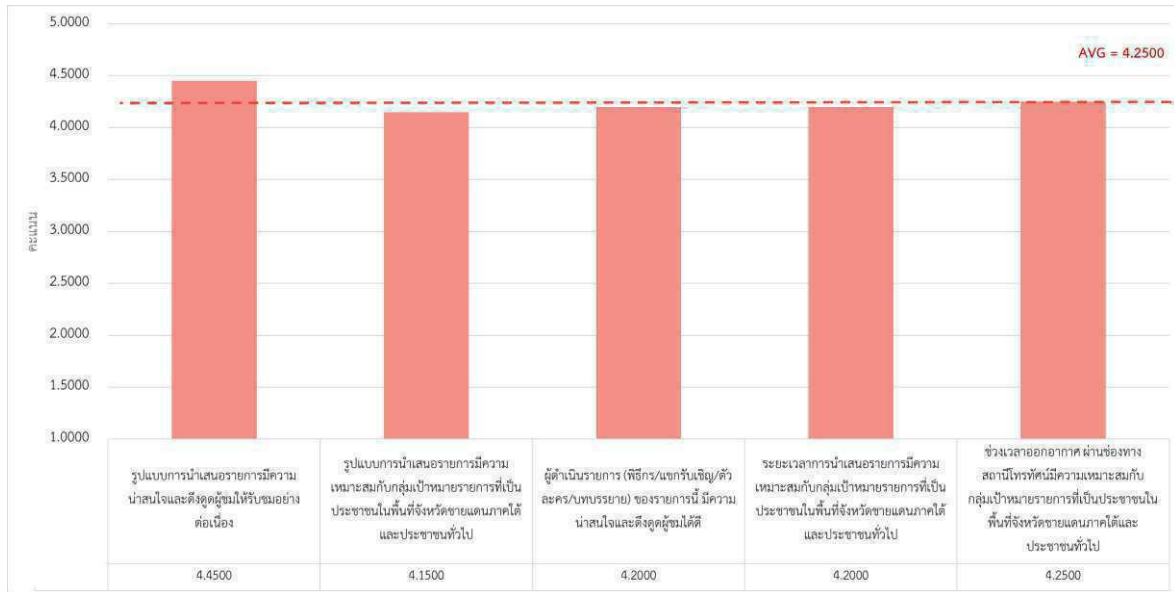
จากแผนภาพที่ 7.58 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance) อยู่ในระดับดี จากประเด็นเนื้อหารายการมีความสอดคล้องและเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้และประชาชนทั่วไป ที่ระดับคะแนน 4.0500

แผนภาพที่ 7.59 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเนื้อหารายการ (Content)



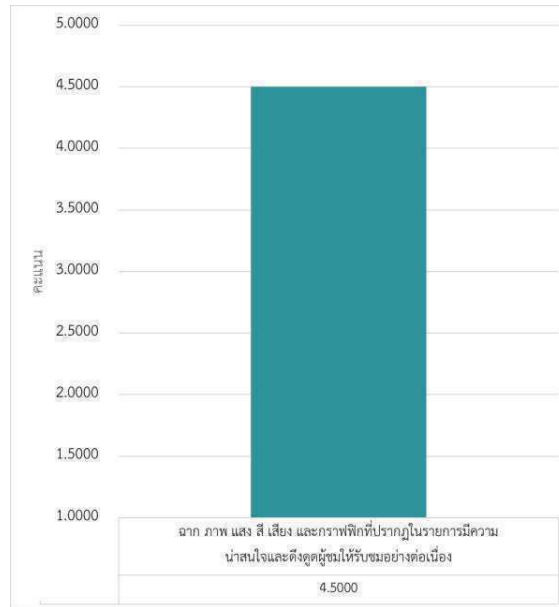
จากแผนภาพที่ 7.59 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเนื้อหารายการ (Content) ในภาพรวมอยู่ในระดับดี โดยประเด็นเนื้อหาการมีความกระชับและเข้าใจได้ง่าย มีระดับคะแนนสูงสุดที่ระดับคะแนน 4.500 รองลงมาคือ เนื้อหาการนำเสนอสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี เนื้อหาการมีการสอดแทรกแนวคิดที่ดี และเนื้อหาการมีคุณค่า คุ่มค่าต่อการรับชม และมีประโยชน์ต่อประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้และประชาชนทั่วไป มีระดับคะแนนเท่ากันที่ 4.2500 และเนื้อหาการมีความสร้างสรรค์และสร้างความจริงใจให้กับผู้ชม มีคะแนนต่ำสุดที่ระดับคะแนน 4.1000 ตามลำดับ

**แผนภาพที่ 7.60 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการนำเสนอ
 (Presentation techniques)**



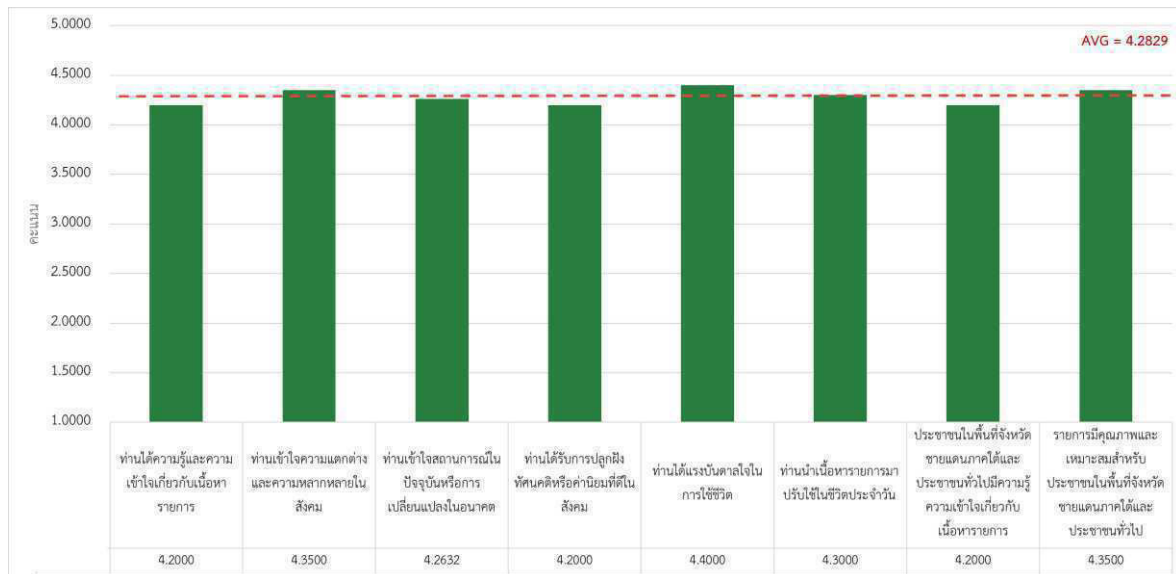
จากแผนภาพที่ 7.60 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques) ในภาพรวมอยู่ในระดับดี โดยประเด็นรูปแบบการนำเสนอรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง มีคะแนนสูงสุดที่ระดับคะแนน 4.4500 รองลงมาคือ ช่วงเวลาออกอากาศ ผ่านช่องทางสถานีโทรทัศน์มีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้และประชาชนทั่วไป ที่ระดับคะแนน 4.2500 ผู้ดำเนินรายการ (พิธีกร/แขกรับเชิญ/ตัวละคร/บทบรรยาย) ของรายการนี้ มีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี และระยะเวลาการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้และประชาชนทั่วไป มีคะแนนเท่ากันที่ระดับคะแนน 4.2000 และรูปแบบการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้และประชาชนทั่วไป มีคะแนนต่ำสุดที่ระดับคะแนน 4.4000 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 7.61 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques)



จากแผนภาพที่ 7.61 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques) อยู่ในระดับดีมาก จากประเด็นจาก ภาพ แสง สี เสียง และกราฟฟิกที่ปรากฏในรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง ที่ระดับคะแนน 4.5000

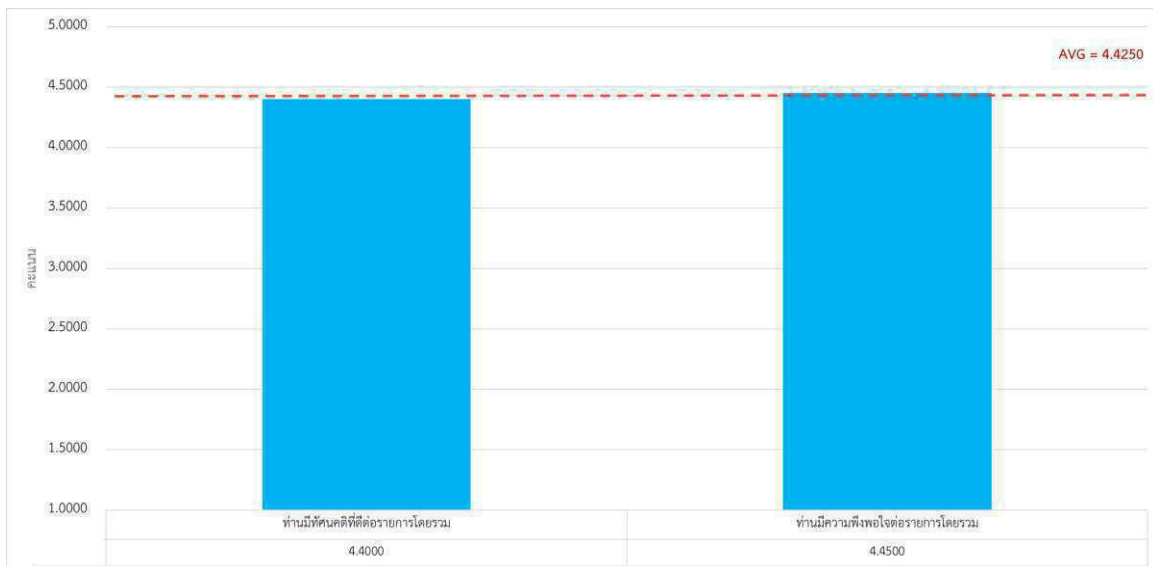
แผนภาพที่ 7.62 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact)



จากแผนภาพที่ 7.62 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact) ในภาพรวมอยู่ในระดับดี โดยประเด็นท่านได้แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต มีระดับคะแนนสูงสุดที่ระดับคะแนน 4.4000 รองลงมาคือ ท่านเข้าใจความแตกต่างและความหลากหลายในสังคม และรายการมีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับประชาชน

ในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้และประชาชนทั่วไป มีระดับคะแนนเท่ากับที่ 4.3500 ท่านนำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน ที่ระดับคะแนน 4.3000 ท่านเข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต มีระดับคะแนน 4.2632 ประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้และประชาชนทั่วไปมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ ท่านได้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ และท่านได้รับการปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม มีคะแนนเท่ากับที่ระดับคะแนน 4.2000 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 7.63 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction)



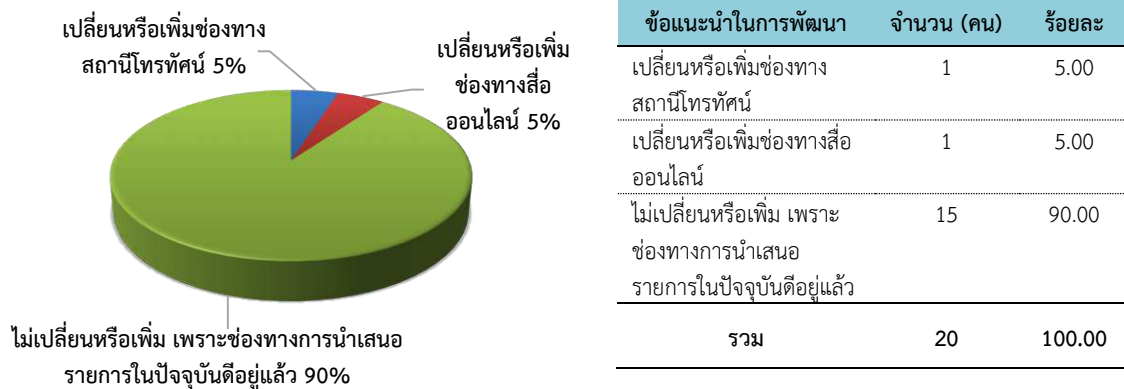
จากแผนภาพที่ 7.63 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction) อยู่ในระดับดี โดยมีความพึงพอใจต่อรายการโดยรวม ที่ระดับคะแนน 4.4500 และมีทัศนคติที่ดีต่อรายการโดยรวม ที่ระดับคะแนน 4.4000

ตารางที่ 7.65 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ

ประเด็นความพึงพอใจ	ระดับความคิดเห็น		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
1. ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance)	4.0500	1.0501	เห็นด้วยมาก
1.1 เนื้อหารายการมีความสอดคล้องและเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้และประชาชนทั่วไป	4.0500	1.0501	เห็นด้วยมาก
2. ด้านเนื้อหารายการ (Content)	4.2600	0.0743	เห็นด้วยมาก
2.1 เนื้อหารายการน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี	4.2500	0.7164	เห็นด้วยมาก
2.2 เนื้อหารายการมีความสร้างสรรค์และสร้างความจรรโลงใจให้กับผู้ชม	4.1000	0.7182	เห็นด้วยมาก
2.3 เนื้อหารายการมีความกระชับและเข้าใจได้ง่าย	4.4500	0.6048	เห็นด้วยมาก
2.4 เนื้อหารายการมีการสอดแทรกแง่คิดที่ดี	4.2500	0.7864	เห็นด้วยมาก
2.5 เนื้อหารายการมีคุณค่า คุ่มค่าต่อการรับชม และมีประโยชน์ต่อประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้และประชาชนทั่วไป	4.2500	0.7864	เห็นด้วยมาก
3. ด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques)	4.2500	0.1519	เห็นด้วยมาก
3.1 รูปแบบการนำเสนอรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง	4.4500	0.5104	เห็นด้วยมาก
3.2 รูปแบบการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้และประชาชนทั่วไป	4.1500	0.6708	เห็นด้วยมาก
3.3 ผู้ดำเนินรายการ (พิธีกร/แขกรับเชิญ/ตัวละคร/บทรบราย) ของรายการนี้ มีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี	4.2000	0.8335	เห็นด้วยมาก
3.4 ระยะเวลาการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้และประชาชนทั่วไป	4.2000	0.8944	เห็นด้วยมาก
3.5 ช่วงเวลาออกอากาศ ผ่านช่องทางสถานีโทรทัศน์มีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้และประชาชนทั่วไป	4.2500	0.7864	เห็นด้วยมาก
4. ด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques)	4.5000	0.6882	เห็นด้วยมากที่สุด
4.1 ฉาก ภาพ แสง สี เสียง และกราฟฟิกที่ปรากฏในรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง	4.5000	0.6882	เห็นด้วยมากที่สุด
5. ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact)	4.2829	0.0679	เห็นด้วยมาก
5.1 ท่านได้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	4.2000	0.7678	เห็นด้วยมาก
5.2 ท่านเข้าใจความแตกต่างและความหลากหลายในสังคม	4.3500	0.6708	เห็นด้วยมาก
5.3 ท่านเข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต	4.2632	0.7335	เห็นด้วยมาก
5.4 ท่านได้รับการปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม	4.2000	0.6156	เห็นด้วยมาก
5.5 ท่านได้แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต	4.4000	0.5982	เห็นด้วยมาก
5.6 ท่านนำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน	4.3000	0.6569	เห็นด้วยมาก
5.7 ประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้และประชาชนทั่วไปมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	4.2000	0.7678	เห็นด้วยมาก
5.8 รายการมีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้และประชาชนทั่วไป	4.3500	0.7452	เห็นด้วยมาก
6. ทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction)	4.4250	0.0723	เห็นด้วยมาก
6.1 ท่านมีทัศนคติที่ดีต่อรายการโดยรวม	4.4000	0.5026	เห็นด้วยมาก
6.2 ท่านมีความพึงพอใจต่อรายการโดยรวม	4.4500	0.6048	เห็นด้วยมากที่สุด
ภาพรวม	4.4488	0.2377	เห็นด้วยมาก

สรุปข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

ตารางที่ 7.66 จำนวนและร้อยละข้อแนะนำในการพัฒนาช่องทางการนำเสนอรายการ



จากตารางที่ 7.66 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่มีข้อแนะนำ ไม่เปลี่ยนหรือเพิ่มเพราะช่องทางการนำเสนอรายการในปัจจุบันดีอยู่แล้ว จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 90.00 รองลงมาคือ เปลี่ยนหรือเพิ่มช่องทางสถานีโทรทัศน์ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 และเปลี่ยนหรือเพิ่มช่องทางสื่อออนไลน์ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00

สรุปประเด็นข้อแนะนำเพื่อปรับปรุงหรือพัฒนารายการ

จากผลการสำรวจ พบว่า ในภาพรวมกลุ่มเป้าหมายรายการในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีระดับความพึงพอใจต่อโครงการผลิตสารคดีเพื่อส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนใต้ในระดับดี-ดีมาก โดยมีคะแนนความพึงพอใจที่ 4.1000 คะแนน ซึ่งมีคะแนนสูงกว่าคะแนนเฉลี่ยทัศนคติ/ความคาดหวังซึ่งมีคะแนนอยู่ที่ 4.4000 คะแนน ทั้งนี้ จากการสัมภาษณ์เชิงลึกเพิ่มเติม กลุ่มเป้าหมายมีข้อเสนอแนะในการพัฒนารายการเพิ่มเติม ดังนี้

- 1) ควรเพิ่มระยะเวลาที่นำเสนอรายการเพื่อให้ผู้ชมได้รับวิสัยทัศน์ผ่านรายการมากขึ้น
- 2) ควรเพิ่มการจัดประชุมทุกปีเพื่อให้ประชาชนรับทราบความเป็นไปของประเทศ
- 3) ควรเพิ่มช่องทางการรับชม เพิ่มการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ช่องทางการรับชม เพื่อให้ประชาชนเข้าถึงได้มากขึ้น
- 4) ควรเพิ่มรายการต่างประเทศ

7.3.2.4 โครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อ

มีผู้ตอบแบบสอบถามโดยกลุ่มตัวแทนจากประชาชน จำนวน 20 ราย ประกอบด้วยข้อมูล ดังนี้

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบประเมิน

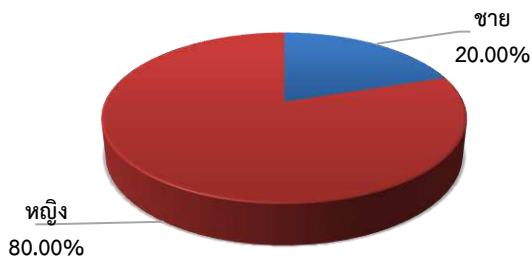
ตารางที่ 7.67 จำนวนและร้อยละของรายการ



รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
บริษัท (ไม่) จัดฉาก จำกัด	20	100.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 7.67 ผู้ตอบแบบประเมินทั้งหมดรับชมคลิปวิดีโอรายการ บริษัท (ไม่) จัดฉาก จำกัด จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00

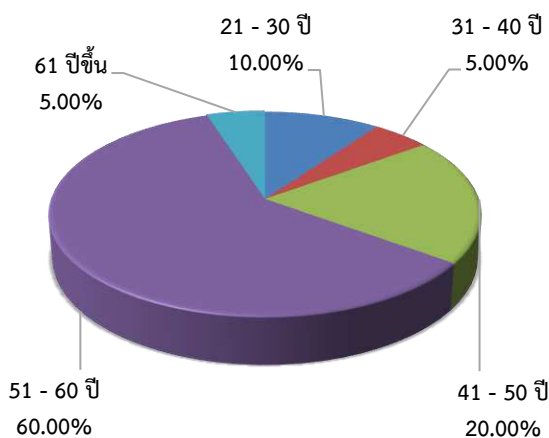
ตารางที่ 7.68 จำนวนและร้อยละของเพศ



เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	4	20.00
หญิง	16	80.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 7.68 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 80.00 และเป็นเพศชาย จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 ตามลำดับ

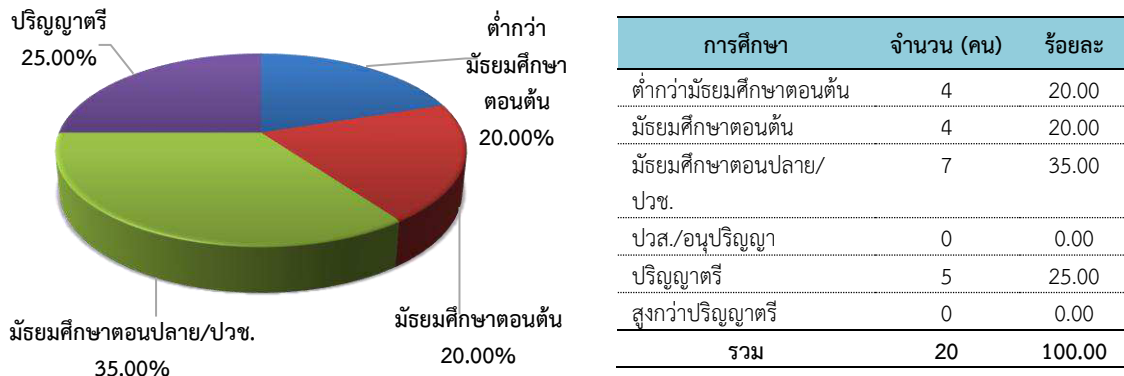
ตารางที่ 7.69 จำนวนและร้อยละของอายุ



อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	0	0.00
21 - 30 ปี	2	10.00
31 - 40 ปี	1	5.00
41 - 50 ปี	4	20.00
51 - 60 ปี	12	60.00
61 ปีขึ้นไป	1	5.00
รวม	20	100.00

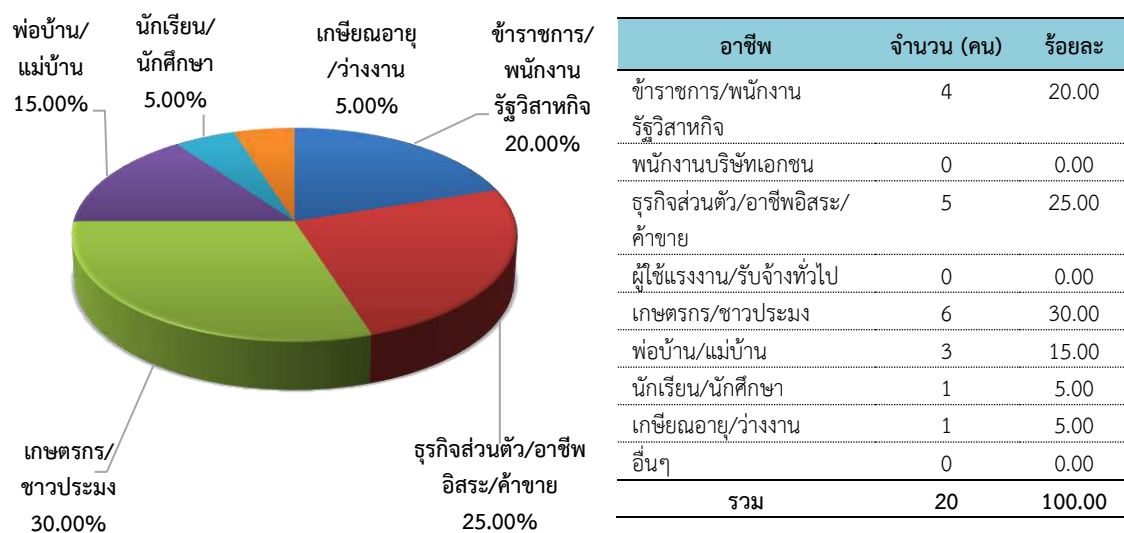
จากตารางที่ 7.69 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่อายุ 51 – 60 ปี จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 60.00 รองลงมาคือ อายุ 41 - 50 ปี จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 อายุ 21 - 30 ปี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 อายุ 31 - 40 ปี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 และอายุ 61 ปีขึ้นไป จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 7.70 จำนวนและร้อยละของการศึกษา



จากตารางที่ 7.70 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 35.00 รองลงมาคือ ปริญญาตรี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 และมัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 7.71 จำนวนและร้อยละของอาชีพ



จากตารางที่ 7.71 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกร/ชาวประมง จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 รองลงมาคือ ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 พ่อบ้าน/แม่บ้าน จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 และเกษียณอายุ/ว่างงาน จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 7.72 จำนวนและร้อยละของจังหวัดที่ท่านอาศัยอยู่ในปัจจุบัน



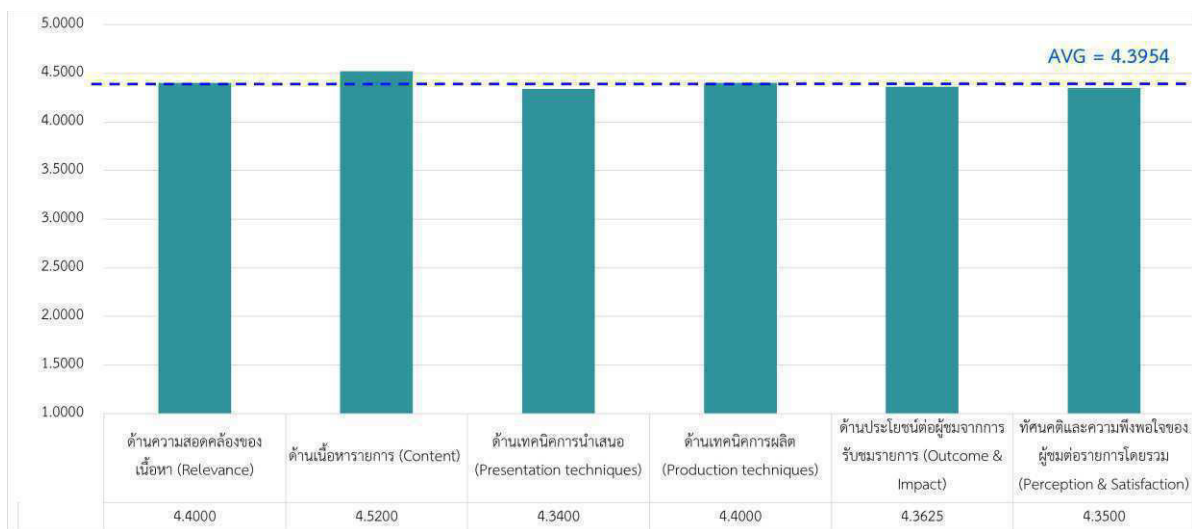
จังหวัดที่อาศัย อยู่ในปัจจุบัน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ภาคเหนือ	0	0.00
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	20	100.00
กรุงเทพฯ และปริมณฑล	0	0.00
ภาคกลาง	0	0.00
ภาคใต้	0	0.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 7.72 ผู้ตอบแบบประเมินทั้งหมดอาศัยอยู่ในจังหวัดของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (จังหวัดขอนแก่น) จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00

สรุปผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ

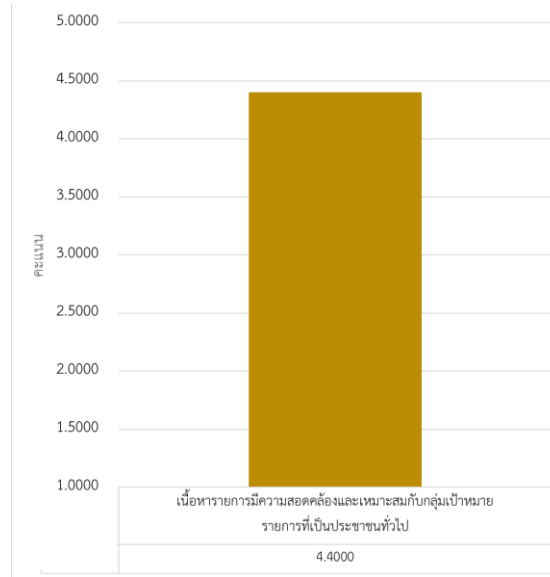
จากการสำรวจคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ มีผลคะแนนเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 4.2946 โดยมีผลคะแนนการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในแต่ละด้าน ดังนี้

แผนภาพที่ 7.64 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ



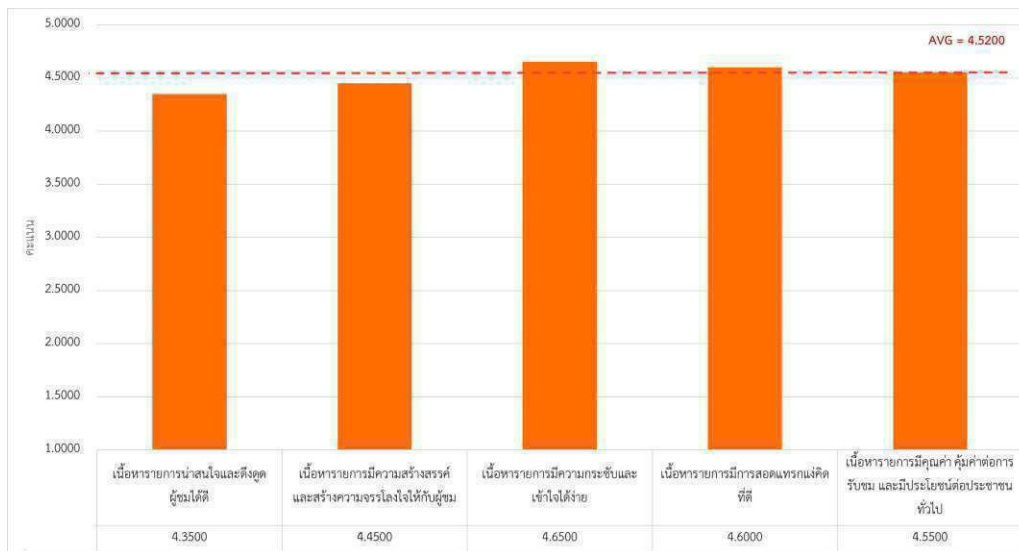
จากแผนภาพที่ 7.64 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน เรียงลำดับจากมากที่สุดคือ ด้านเนื้อหารายการ (Content) มีผลคะแนนที่ระดับ 4.5200 รองลงมาคือ ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance) และด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques) มีระดับคะแนน 4.4000 ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact) มีผลคะแนนที่ระดับ 4.3625 ทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction) มีผลคะแนนที่ระดับ 4.3500 และด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques) มีผลคะแนนที่ระดับ 4.3400ตามลำดับ

แผนภาพที่ 7.65 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance)



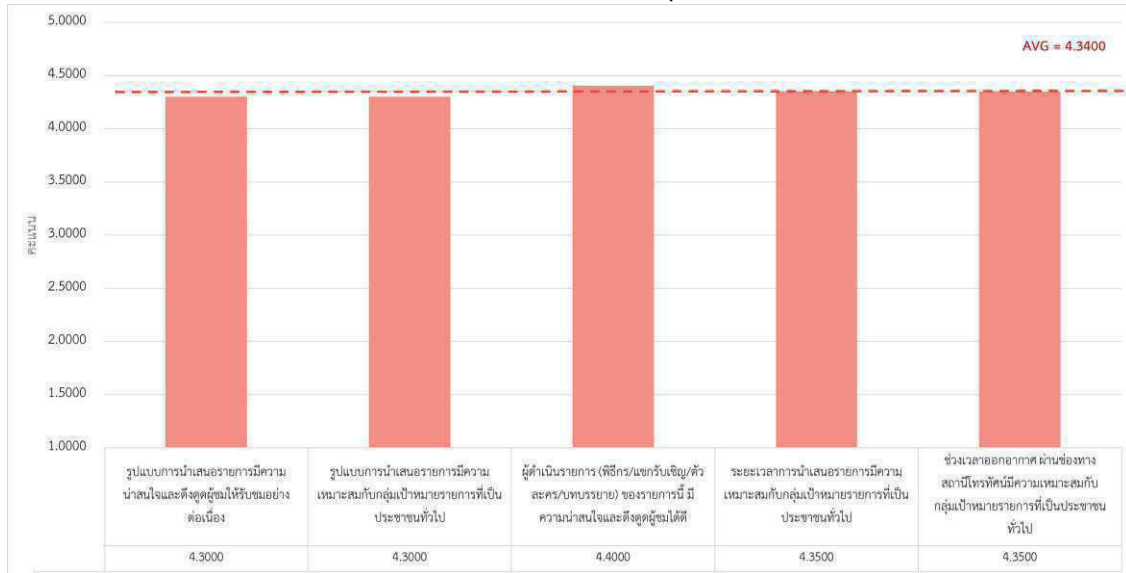
จากแผนภาพที่ 7.65 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance) อยู่ในระดับที่เห็นด้วยมาก จากประเด็นเนื้อหารายการมีความสอดคล้องและเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนทั่วไป ที่ระดับคะแนน 4.4000

แผนภาพที่ 7.66 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเนื้อหาของรายการ (Content)



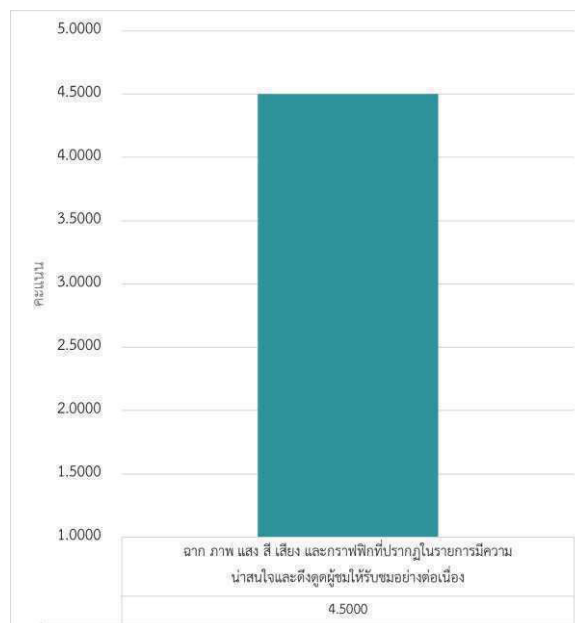
จากแผนภาพที่ 7.66 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเนื้อหาของรายการ (Content) ในภาพรวมอยู่ในระดับที่เห็นด้วยมาก โดยประเด็นเนื้อหารายการมีความกระชับและเข้าใจได้ง่าย มีระดับคะแนนสูงสุดที่ระดับคะแนน 4.6500 รองลงมาคือ เนื้อหารายการมีการสอดแทรกแนวคิดที่ดี มีระดับคะแนน 4.6000 เนื้อหารายการมีคุณค่า คุ่มค่าต่อการรับชม และมีประโยชน์ต่อประชาชนทั่วไป มีระดับคะแนน 4.5500 เนื้อหาที่มีความสร้างสรรค์และสร้างความจริงใจให้กับผู้ชม มีระดับคะแนน 4.4500 และเนื้อหาที่น่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ มีระดับคะแนน 4.3500 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 7.67 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques)



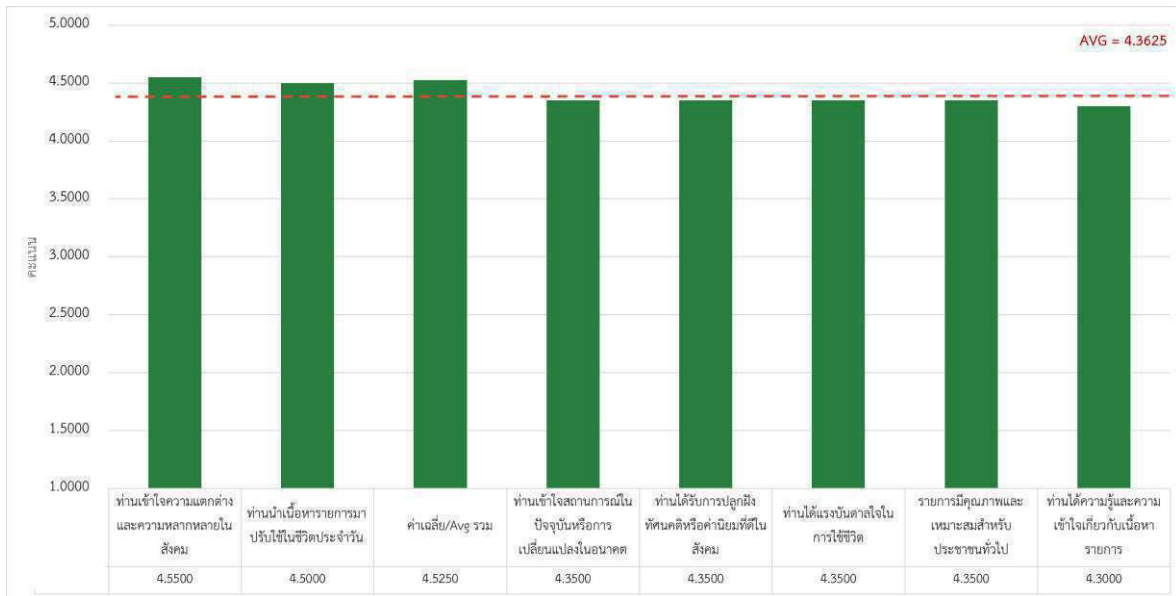
จากแผนภาพที่ 7.67 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques) ในภาพรวมอยู่ในระดับที่เห็นด้วยมาก โดยผู้ดำเนินรายการ (พิธีกร/แขกรับเชิญ/ตัวละคร/บทบรรยาย) ของรายการนี้ มีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี มีระดับคะแนนสูงสุดที่ 4.4000 รองลงมาคือ ระยะเวลาการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนทั่วไป และช่วงเวลาออกอากาศ ผ่านช่องทางสถานีโทรทัศน์มีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนทั่วไป มีระดับคะแนนเท่ากันที่ 4.3500 รูปแบบการนำเสนอรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง และรูปแบบการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนทั่วไป มีระดับคะแนนเท่ากันที่ 4.3000 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 7.68 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques)



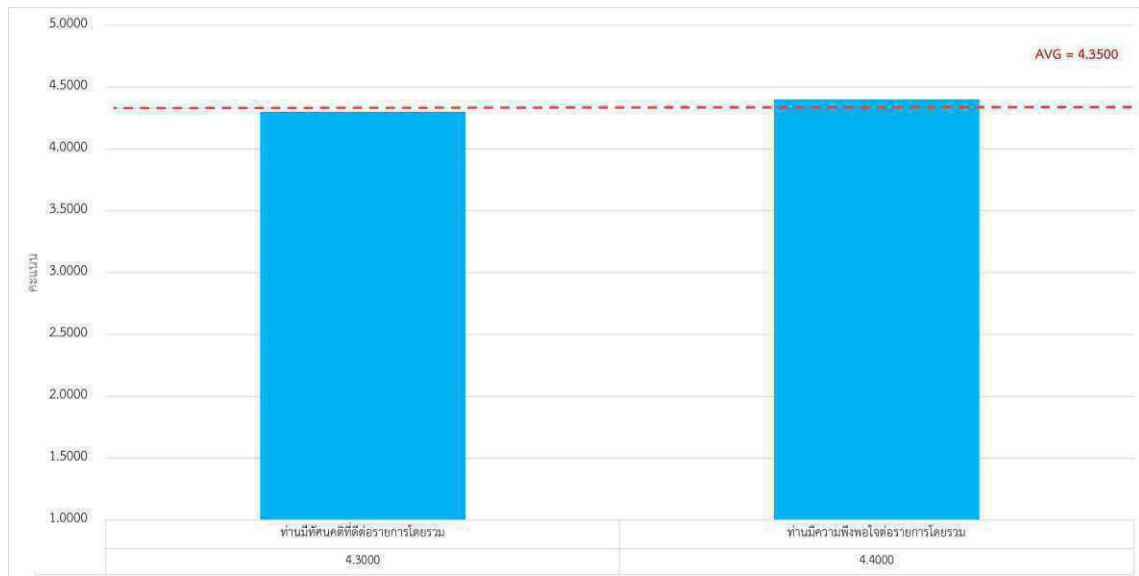
จากแผนภาพที่ 7.68 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques) อยู่ในระดับดีมาก จากประเด็นจาก ภาพ แสง สี เสียง และกราฟฟิกที่ปรากฏในรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง ที่ระดับคะแนน 4.5000

แผนภาพที่ 7.69 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact)



จากแผนภาพที่ 7.69 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact) ในภาพรวมอยู่ในระดับที่พึงพอใจมาก โดยประเด็น ท่านเข้าใจความแตกต่างและความหลากหลายในสังคม มีระดับคะแนน 4.5500 รองลงมาคือ ท่านนำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน มีระดับคะแนน 4.5000 ท่านเข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต, ท่านได้รับการปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม, ท่านได้แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต, รายการมีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับประชาชนทั่วไป มีระดับคะแนนเท่ากันที่ 4.3500 ท่านได้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ มีระดับคะแนน 4.3000 และประชาชนทั่วไปมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ 4.1500 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 7.70 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction)



จากแผนภาพที่ 7.70 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction) อยู่ในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจต่อรายการโดยรวม ที่ระดับคะแนน 4.4000 และมีทัศนคติที่ดีต่อรายการโดยรวม ที่ระดับคะแนน 4.3000

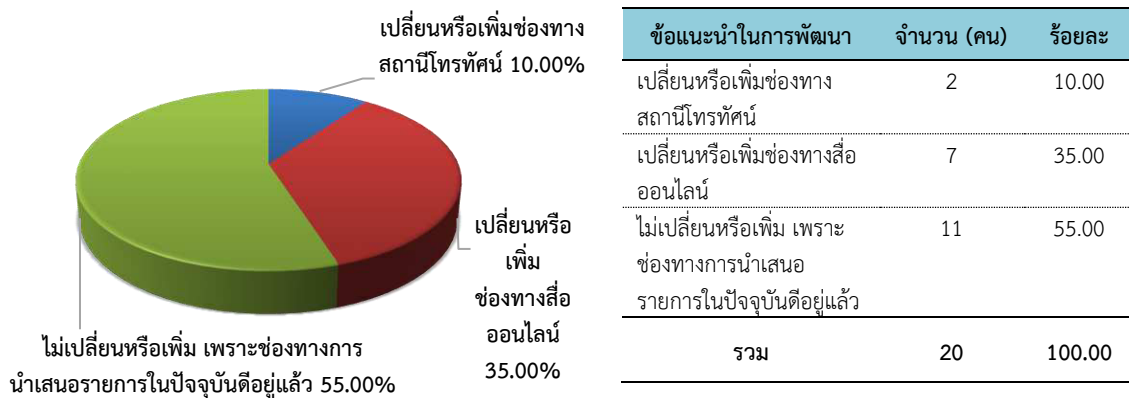
ตารางที่ 7.73 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ

ประเด็นความคิดเห็น/ความพึงพอใจ	ระดับความคิดเห็น/ความพึงพอใจ		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
1. ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance)	4.4000	0.6806	เห็นด้วยมาก
1.1 เนื้อหารายการมีความสอดคล้องและเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนทั่วไป	4.4000	0.6806	เห็นด้วยมาก
2. ด้านเนื้อหาของรายการ (Content)	4.5200	0.0882	เห็นด้วยมากที่สุด
2.1 เนื้อหารายการน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี	4.3500	0.4894	เห็นด้วยมาก
2.2 เนื้อหารายการมีความสร้างสรรค์และสร้างความจรรโลงใจให้กับผู้ชม	4.4500	0.6048	เห็นด้วยมาก
2.3 เนื้อหารายการมีความกระชับและเข้าใจได้ง่าย	4.6500	0.4894	เห็นด้วยมากที่สุด
2.4 เนื้อหารายการมีการสอดแทรกแง่คิดที่ดี	4.6000	0.5026	เห็นด้วยมากที่สุด
2.5 เนื้อหารายการมีคุณค่า คุ่มค่าต่อการรับชม และมีประโยชน์ต่อประชาชนทั่วไป	4.5500	0.6863	เห็นด้วยมากที่สุด
3. ด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques)	4.3400	0.0680	เห็นด้วยมาก
3.1 รูปแบบการนำเสนอรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง	4.3000	0.5712	เห็นด้วยมาก
3.2 รูปแบบการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนทั่วไป	4.3000	0.7327	เห็นด้วยมาก
3.3 ผู้ดำเนินรายการ (พิธีกร/แขกรับเชิญ/ตัวละคร/บทบรรยาย) ของรายการนี้ มีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี	4.4000	0.5982	เห็นด้วยมาก
3.4 ระยะเวลาการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนทั่วไป	4.3500	0.6708	เห็นด้วยมาก
3.5 ช่วงเวลาออกอากาศ ผ่านช่องทางสถานีโทรทัศน์มีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนทั่วไป	4.3500	0.5871	เห็นด้วยมาก

ประเด็นความคิดเห็น/ความพึงพอใจ	ระดับความคิดเห็น/ความพึงพอใจ		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
4. ด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques)	4.4000	0.6806	เห็นด้วยมาก
4.1 ฉาก ภาพ แสง สี เสียง และกราฟิกที่ปรากฏในรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง	4.5000	0.6882	เห็นด้วยมากที่สุด
5. ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact)	4.3625	0.1237	พึงพอใจมาก
5.1 ท่านได้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	4.3000	0.5712	พึงพอใจมาก
5.2 ท่านเข้าใจความแตกต่างและความหลากหลายในสังคม	4.5500	0.6048	พึงพอใจมากที่สุด
5.3 ท่านเข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต	4.3500	0.4894	พึงพอใจมาก
5.4 ท่านได้รับการปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม	4.3500	0.4894	พึงพอใจมาก
5.5 ท่านได้แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต	4.3500	0.6708	พึงพอใจมาก
5.6 ท่านนำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน	4.5000	0.6070	พึงพอใจมากที่สุด
5.7 ประชาชนทั่วไปมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	4.1500	0.8751	พึงพอใจมาก
5.8 รายการมีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับประชาชนทั่วไป	4.3500	0.6708	พึงพอใจมาก
6. ทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction)	4.3500	0.0415	พึงพอใจมาก
6.1 ท่านมีทัศนคติที่ดีต่อรายการโดยรวม	4.3000	0.6569	พึงพอใจมาก
6.2 ท่านมีความพึงพอใจต่อรายการโดยรวม	4.4000	0.5982	พึงพอใจมาก
ภาพรวม	4.5200	0.0882	เห็นด้วย/พึงพอใจมากที่สุด

สรุปข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

ตารางที่ 7.74 จำนวนและร้อยละข้อแนะนำในการพัฒนาช่องทางการนำเสนอรายการ



จากตารางที่ 7.74 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่มีข้อแนะนำ ไม่เปลี่ยนหรือเพิ่มเพราะช่องทางการนำเสนอรายการในปัจจุบันดีอยู่แล้ว จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 55.00 รองลงมาคือ เปลี่ยนหรือเพิ่มช่องทางสื่อออนไลน์ (Tiktok, Facebook) จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 35.00 และเปลี่ยนหรือเพิ่มช่องทางสถานีโทรทัศน์ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 ตามลำดับ

สรุปประเด็นข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงหรือพัฒนารายการ

จากผลการสำรวจ พบว่า ในภาพรวมกลุ่มเป้าหมายรายการในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีระดับความพึงพอใจต่อโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในระดับดี-ดีมาก โดยมีคะแนนความพึงพอใจที่ 4.4000 คะแนน ซึ่งมีคะแนนสูงกว่าคะแนนเฉลี่ยทัศนคติ/ความคาดหวังซึ่งมีคะแนนอยู่ที่ 4.3000 คะแนน ทั้งนี้ จากการสัมภาษณ์เชิงลึกเพิ่มเติม กลุ่มเป้าหมายมีข้อเสนอแนะในการพัฒนารายการเพิ่มเติม ดังนี้

- 1) ควรเพิ่มช่องทางในการเผยแพร่ หรือเปลี่ยนช่องโทรทัศน์
- 2) ควรพัฒนารูปแบบรายการที่เข้าใจง่าย นำเสนอแง่คิดที่นำไปใช้ประโยชน์ได้
- 3) ควรทำรายการที่สามารถเข้าถึง กลุ่มเด็ก, วัยรุ่น และคนสูงอายุ
- 4) ควรตัดต่อรายการ แต่ละตอนไม่สั้นและยาวเกินไป และนำไปเผยแพร่ในช่องทาง Tiktok เพื่อเพิ่มช่องทางในการรับชม
- 5) ควรสร้างตัวละครให้เข้าถึงบทบาทที่หลากหลาย เช่น เป็นชาวนา / ชาวสวน หรือ ตำรวจ ทหาร
- 6) ควรเพิ่มหลักปรัชญา และพระพุทธศาสนาในเนื้อหารายการ
- 7) ควรเพิ่มช่วงเวลาของรายการ
- 8) ควรเพิ่มการจัดฉาก และรายละเอียดที่เหมาะสมกับรายการ เพื่อให้ผู้ชมเข้าใจเนื้อหาที่ชัดเจน
- 9) ควรเพิ่มสาระรายการ เพราะยังไม่น่าสนใจ

7.3.2.5 โครงการจัดทำรายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมให้คนพิการรู้จักสิทธิและใช้ประโยชน์จากกิจการโทรทัศน์ได้อย่างรู้เท่าทัน

มีผู้ตอบแบบสอบถามโดยกลุ่มตัวแทนคนพิการและผู้ที่เกี่ยวข้องกับคนพิการ จำนวน 20 ราย ประกอบด้วยข้อมูล ดังนี้

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบประเมิน

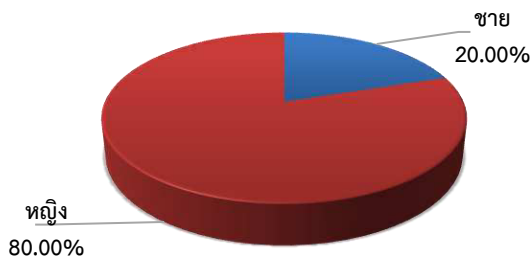
ตารางที่ 7.75 จำนวนและร้อยละของรายการ



รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
D-มีดี	20	100.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 7.75 ผู้ตอบแบบประเมินทั้งหมดรับชมคลิปวิดีโอรายการ D-มีดี จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00

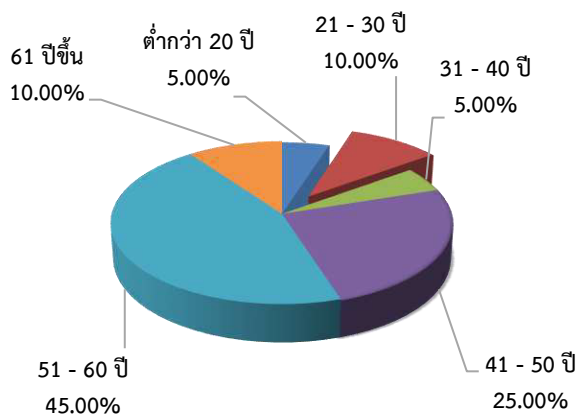
ตารางที่ 7.76 จำนวนและร้อยละของเพศ



เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	4	20.00
หญิง	16	80.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 7.76 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 80.00 และเป็นเพศชาย จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 ตามลำดับ

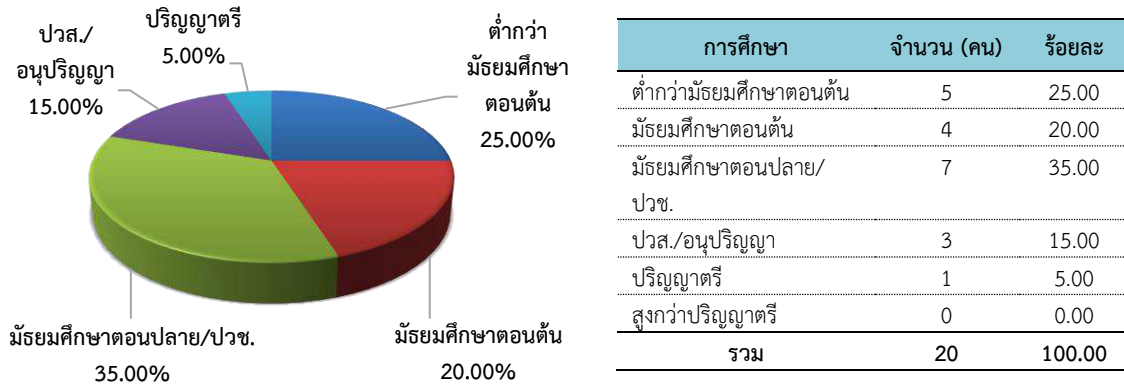
ตารางที่ 7.77 จำนวนและร้อยละของอายุ



อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	1	5.00
21 - 30 ปี	2	10.00
31 - 40 ปี	1	5.00
41 - 50 ปี	5	25.00
51 - 60 ปี	9	45.00
61 ปีขึ้นไป	2	10.00
รวม	20	100.00

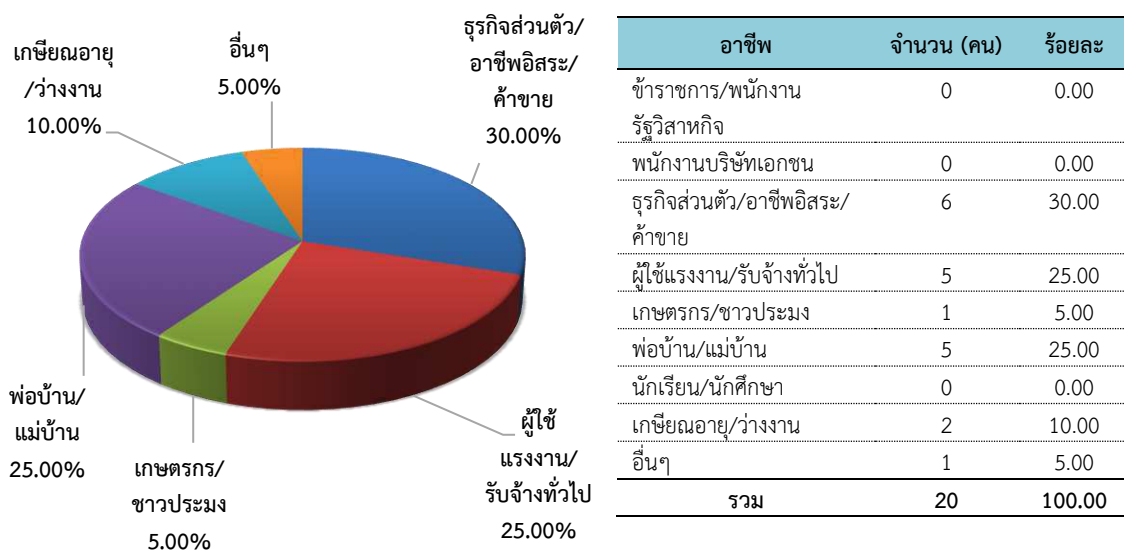
จากตารางที่ 7.77 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่อายุ 51 – 60 ปี จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 45.00 รองลงมาคือ อายุ 41 - 50 ปี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 อายุ 21 - 30 ปี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 อายุ 61 ปีขึ้นไป จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 อายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 และอายุ 31 - 40 ปี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 7.78 จำนวนและร้อยละของการศึกษา



จากตารางที่ 7.78 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 35.00 รองลงมาคือ ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 มัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 ปวส./อนุปริญญา จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 และปริญญาตรี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 7.79 จำนวนและร้อยละของอาชีพ



จากตารางที่ 7.79 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 รองลงมาคือ ผู้ใช้แรงงาน/รับจ้างทั่วไป จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 พ่อบ้าน/แม่บ้าน จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 เกษียณอายุ/ว่างงาน (พิการ 1 คน) จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 เกษตรกร/ชาวประมง จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 และอื่นๆ (อสม.) จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 7.80 จำนวนและร้อยละของจังหวัดที่ท่านอาศัยอยู่ในปัจจุบัน



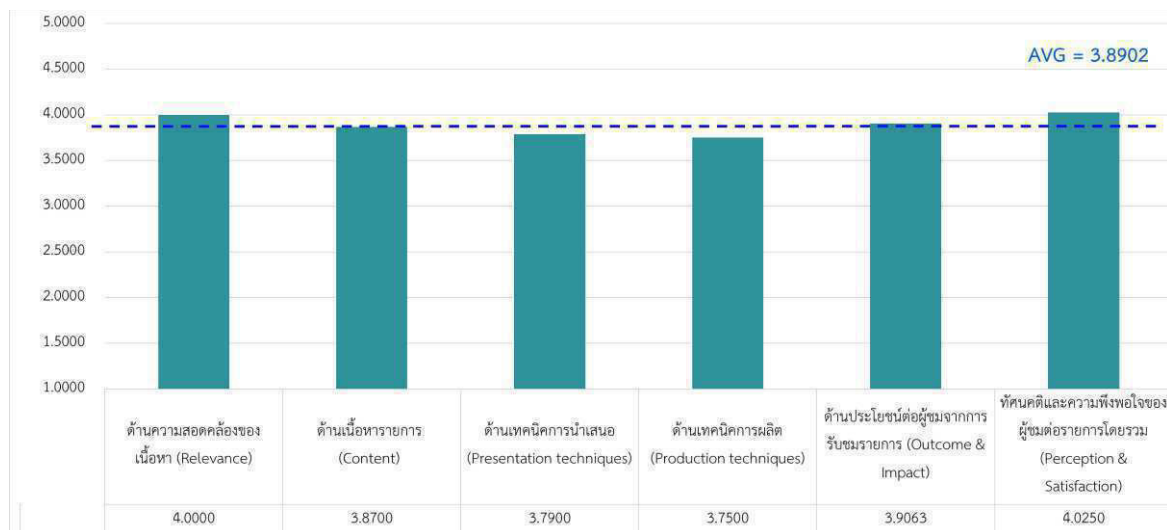
จังหวัดที่อาศัยอยู่ในปัจจุบัน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ภาคเหนือ	0	0.00
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	20	100.00
กรุงเทพฯ และปริมณฑล	0	0.00
ภาคกลาง	0	0.00
ภาคใต้	0	0.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 7.80 ผู้ตอบแบบประเมินทั้งหมดอาศัยอยู่ในจังหวัดของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (ขอนแก่น, อุบลราชธานี) จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00

สรุปผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ

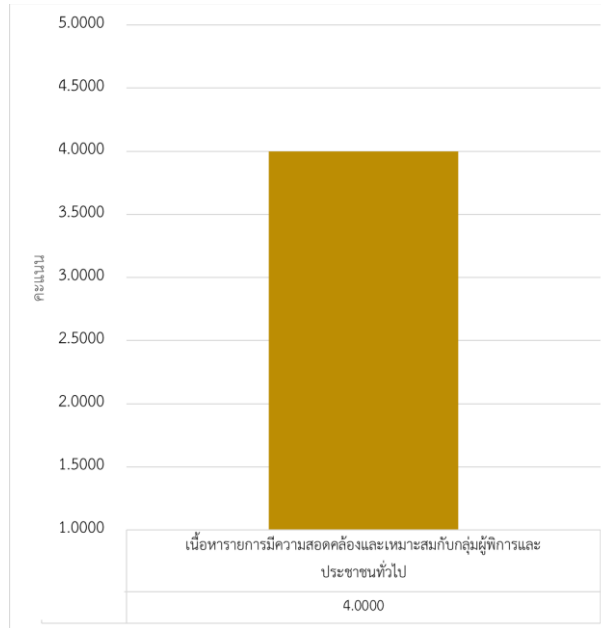
จากการสำรวจคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ มีผลคะแนนเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.8902 โดยมีผลคะแนนการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในแต่ละด้าน ดังนี้

แผนภาพที่ 7.71 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ



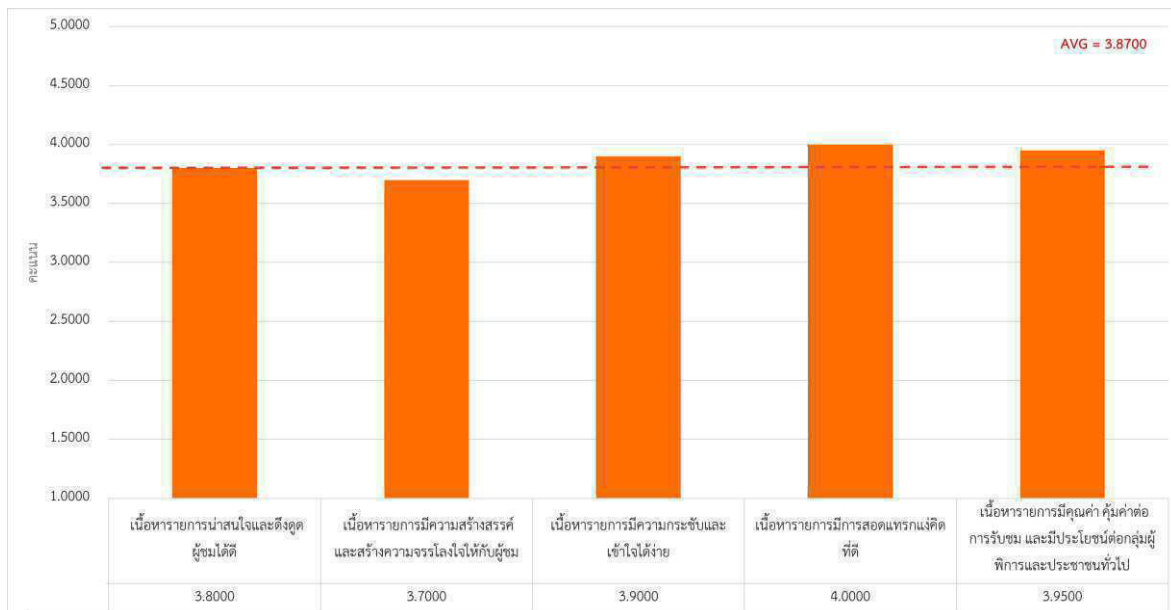
จากแผนภาพที่ 7.71 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน เรียงลำดับจากมากที่สุดคือ ทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction) มีคะแนนสูงสุดที่ 4.0250 ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance) มีผลคะแนนที่ระดับ 4.0000 ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact) มีผลคะแนนที่ระดับ 3.9063 ด้านเนื้อหารายการ (Content) มีผลคะแนนที่ระดับ 3.8700 ด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques) มีผลคะแนนที่ระดับ 3.7900 และด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques) มีระดับคะแนน 3.7500 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 7.72 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance)



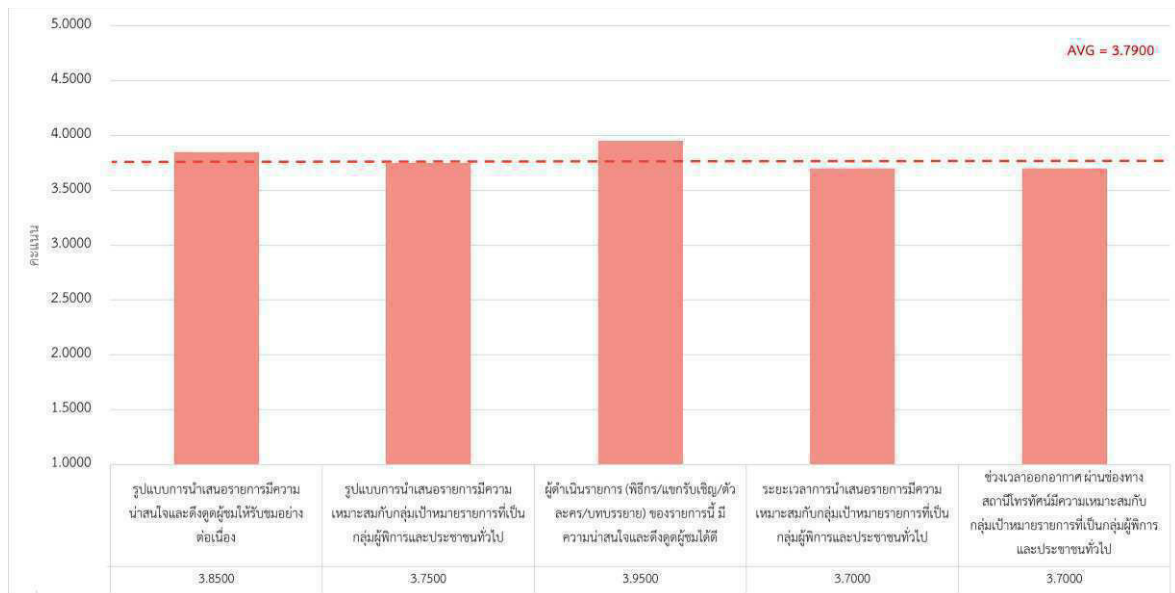
จากแผนภาพที่ 7.72 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance) อยู่ในระดับที่เห็นด้วยมากที่สุด จากประเด็นเนื้อหารายการมีความสอดคล้องและเหมาะสมกับกลุ่มผู้พิการและประชาชนทั่วไป ที่ระดับคะแนน 4.0000

แผนภาพที่ 7.73 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเนื้อหาของรายการ (Content)



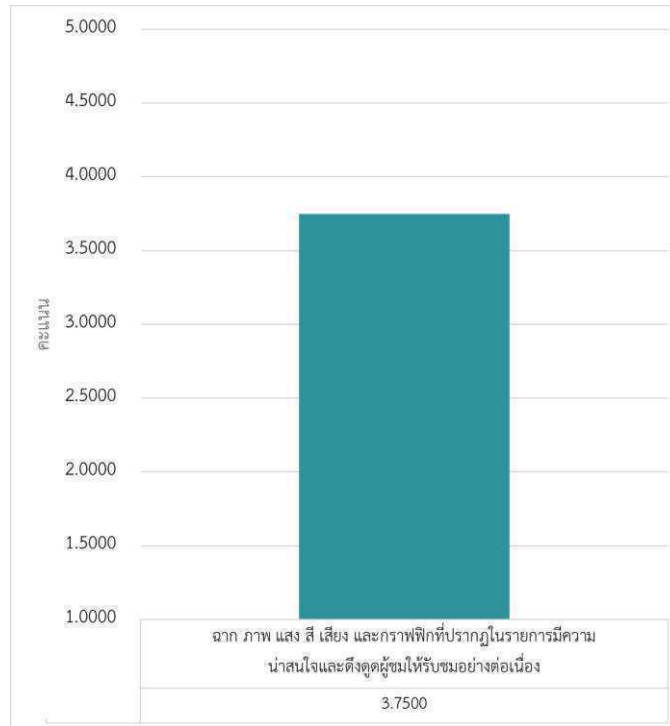
จากแผนภาพที่ 7.73 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมใน ด้านเนื้อหารายการ (Content) ในภาพรวมอยู่ในระดับที่เห็นด้วยมาก โดยประเด็นเนื้อหารายการมีการ สอดแทรกแง่คิดที่ดี มีระดับคะแนนสูงสุดที่ 4.0000 รองลงมาคือ เนื้อหารายการมีคุณค่า คุ่มค่าต่อการรับชม และมีประโยชน์ต่อกลุ่มผู้พิการและประชาชนทั่วไป มีระดับคะแนน 3.9500 เนื้อหารายการมีความกระชับและ เข้าใจได้ง่าย มีระดับคะแนน 3.9000 เนื้อหารายการน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ มีระดับคะแนน 3.8000 และเนื้อหา รายการมีความสร้างสรรค์และสร้างความจรรโลงใจให้กับผู้ชม มีระดับคะแนน 3.7000 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 7.74 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques)



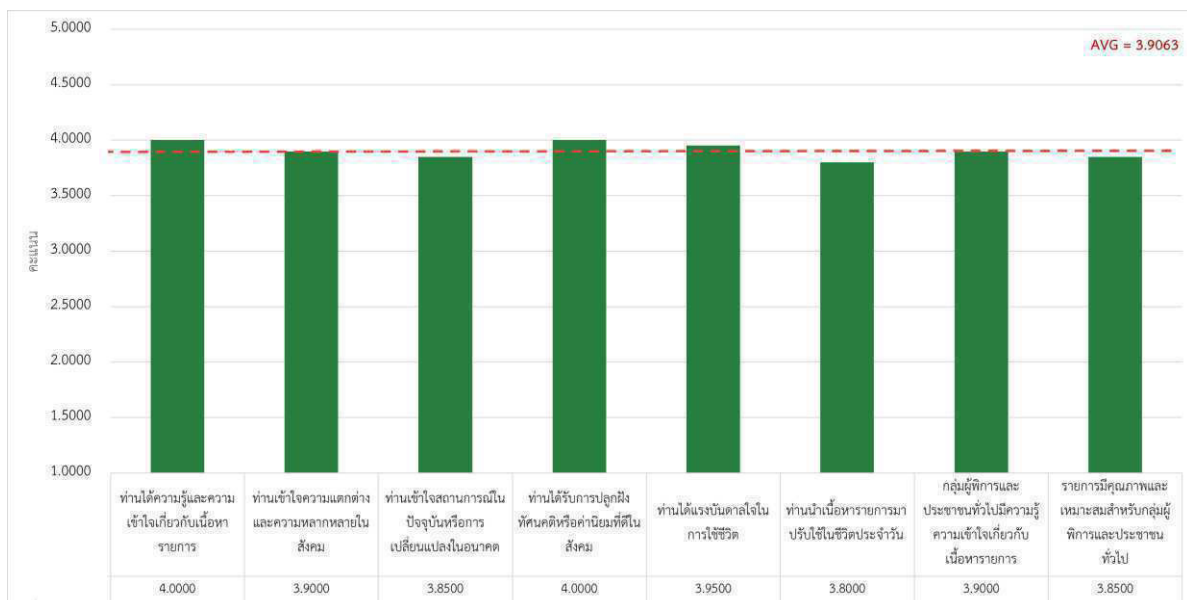
จากแผนภาพที่ 7.74 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้าน เทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques) ในภาพรวมอยู่ในระดับที่เห็นด้วยมาก โดยผู้ดำเนินรายการ (พิธีกร/แขกรับเชิญ/ตัวละคร/บทบรรยาย) ของรายการนี้ มีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี มีระดับคะแนนสูงสุด ที่ 3.9500 รองลงมาคือ รูปแบบการนำเสนอรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง มีระดับ คะแนน 3.8500 รูปแบบการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นกลุ่มผู้พิการและ ประชาชนทั่วไป ที่ระดับคะแนน 3.7500 ระยะเวลาการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการ ที่เป็นกลุ่มผู้พิการและประชาชนทั่วไป และช่วงเวลาออกอากาศ ผ่านช่องทางสถานีโทรทัศน์มีความเหมาะสมกับ กลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นกลุ่มผู้พิการและประชาชนทั่วไป มีระดับคะแนน 3.7000 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 7.75 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques)



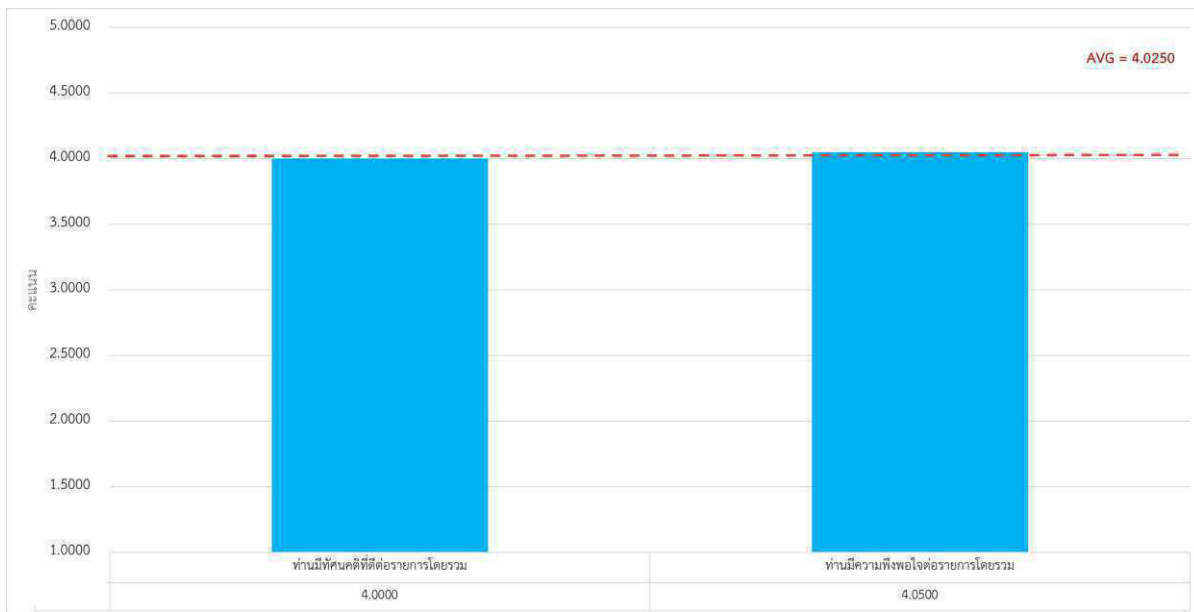
จากแผนภาพที่ 7.75 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques) อยู่ในระดับที่เห็นด้วยมาก จากประเด็นฉาก ภาพ แสง สี เสียง และกราฟฟิกที่ปรากฏในรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง ที่ระดับคะแนน 3.7500

แผนภาพที่ 7.76 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact)



จากแผนภาพที่ 7.76 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมใน ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact) ในภาพรวมอยู่ในระดับที่พึงพอใจ มาก โดยประเด็นท่านได้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ และท่านได้รับการปลูกฝังทัศนคติหรือ ค่านิยมที่ดีในสังคม มีระดับคะแนนเท่ากับ 4.0000 ท่านได้แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต มีระดับคะแนน 3.9500 ท่านเข้าใจความแตกต่างและความหลากหลายในสังคม มีระดับคะแนน 3.9000 เท่ากับประเด็น กลุ่มผู้พิการและประชาชนทั่วไปมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ นอกจากนี้รายการมีคุณภาพและ เหมาะสมสำหรับกลุ่มผู้พิการและประชาชนทั่วไป และท่านเข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลง ในอนาคต ก็มีระดับคะแนนเท่ากับ 3.8500 และท่านนำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน มีระดับ คะแนน 3.8000 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 7.77 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction)



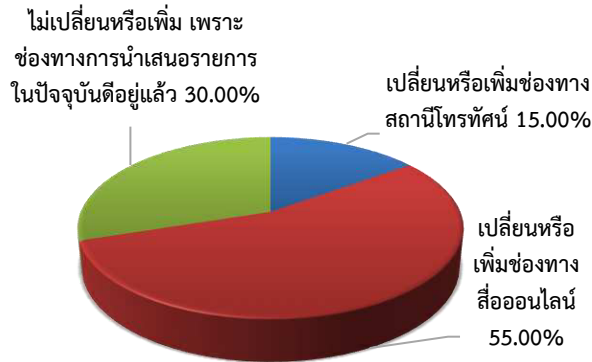
จากแผนภาพที่ 7.77 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชม ในด้านทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction) อยู่ในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจต่อรายการโดยรวม ที่ระดับคะแนน 4.0500 และมีทัศนคติที่ดีต่อรายการโดยรวม ที่ระดับคะแนน 4.0000

ตารางที่ 7.81 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ

ประเด็นความคิดเห็น/ความพึงพอใจ	ระดับความคิดเห็น/ความพึงพอใจ		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
1. ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance)	4.0000	0.9733	เห็นด้วยมาก
1.1 เนื้อหารายการมีความสอดคล้องและเหมาะสมกับกลุ่มผู้พิการและประชาชนทั่วไป	4.0000	0.9733	เห็นด้วยมาก
2. ด้านเนื้อหารายการ (Content)	3.8700	0.2965	เห็นด้วยมาก
2.1 เนื้อหารายการน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี	3.8000	0.7678	เห็นด้วยมาก
2.2 เนื้อหารายการมีความสร้างสรรค์และสร้างความจรรโลงใจให้กับผู้ชม	3.7000	0.6569	เห็นด้วยมาก
2.3 เนื้อหารายการมีความกระชับและเข้าใจได้ง่าย	3.9000	0.8522	เห็นด้วยมาก
2.4 เนื้อหารายการมีการสอดแทรกแง่คิดที่ดี	4.0000	0.7255	เห็นด้วยมาก
2.5 เนื้อหารายการมีคุณค่า คุ่มค่าต่อการรับชม และมีประโยชน์ต่อกลุ่มผู้พิการและประชาชนทั่วไป	3.9500	1.3945	เห็นด้วยมาก
3. ด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques)	3.7900	0.1962	เห็นด้วยมาก
3.1 รูปแบบการนำเสนอรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง	3.8500	0.7452	เห็นด้วยมาก
3.2 รูปแบบการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นกลุ่มผู้พิการและประชาชนทั่วไป	3.7500	1.1642	เห็นด้วยมาก
3.3 ผู้ดำเนินรายการ (พิธีกร/แขกรับเชิญ/ตัวละคร/บทรบราย) ของรายการนี้ มีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี	3.9500	1.0501	เห็นด้วยมาก
3.4 ระยะเวลาการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นกลุ่มผู้พิการและประชาชนทั่วไป	3.7000	0.8013	เห็นด้วยมาก
3.5 ช่วงเวลาออกอากาศ ผ่านช่องทางสถานีโทรทัศน์มีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นกลุ่มผู้พิการและประชาชนทั่วไป	3.7000	0.7327	เห็นด้วยมาก
4. ด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques)	3.7500	0.9665	เห็นด้วยมาก
4.1 ฉาก ภาพ แสง สี เสียง และกราฟฟิกที่ปรากฏในรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง	3.7500	0.9665	เห็นด้วยมากที่สุด
5. ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact)	3.9063	0.0460	พึงพอใจมาก
5.1 ท่านได้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	4.0000	0.6489	พึงพอใจมาก
5.2 ท่านเข้าใจความแตกต่างและความหลากหลายในสังคม	3.9000	0.7182	พึงพอใจมาก
5.3 ท่านเข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต	3.8500	0.7452	พึงพอใจมาก
5.4 ท่านได้รับการปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม	4.0000	0.7947	พึงพอใจมาก
5.5 ท่านได้แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต	3.9500	0.6863	พึงพอใจมาก
5.6 ท่านนำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน	3.8000	0.7678	พึงพอใจมาก
5.7 ผู้พิการและประชาชนทั่วไปมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	3.9000	0.7182	พึงพอใจมาก
5.8 รายการมีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับกลุ่มผู้พิการและประชาชนทั่วไป	3.8500	0.7452	พึงพอใจมาก
6. ทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction)	4.0250	0.0780	พึงพอใจมาก
6.1 ท่านมีทัศนคติที่ดีต่อรายการโดยรวม	4.0000	0.6489	พึงพอใจมาก
6.2 ท่านมีความพึงพอใจต่อรายการโดยรวม	4.0500	0.7592	พึงพอใจมาก
ภาพรวม	3.8902	0.4305	เห็นด้วย/ พึงพอใจมาก

สรุปข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

ตารางที่ 7.82 จำนวนและร้อยละข้อแนะนำในการพัฒนาช่องทางการนำเสนอรายการ



ข้อแนะนำในการพัฒนา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เปลี่ยนหรือเพิ่มช่องทางสถานีโทรทัศน์	3	15.00
เปลี่ยนหรือเพิ่มช่องทางสื่อออนไลน์	11	55.00
ไม่เปลี่ยนหรือเพิ่ม เพราะช่องทางการนำเสนอรายการในปัจจุบันดีอยู่แล้ว	6	30.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 7.82 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่มีข้อแนะนำ เปลี่ยนหรือเพิ่มช่องทางสื่อออนไลน์ (YouTube) จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 55.00 รองลงมาคือ ไม่เปลี่ยนหรือเพิ่มเพราะช่องทางการนำเสนอรายการในปัจจุบันดีอยู่แล้ว จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 รองลงมาคือ และเปลี่ยนหรือเพิ่มช่องทางสถานีโทรทัศน์ (ช่อง7, ช่อง 3, One31, Workpoint) จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 ตามลำดับ

สรุปประเด็นข้อแนะนำเพื่อปรับปรุงหรือพัฒนารายการ

จากผลการสำรวจ พบว่า ในภาพรวมกลุ่มเป้าหมายรายการในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีระดับความพึงพอใจต่อโครงการจัดทำรายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมให้คนพิการรู้จักสิทธิและใช้ประโยชน์จากกิจการโทรทัศน์ได้อย่างรู้เท่าทันในระดับดี-ดีมาก โดยมีคะแนนความพึงพอใจที่ 4.0500 คะแนน ซึ่งมีคะแนนสูงกว่าคะแนนเฉลี่ยทัศนคติ/ความคาดหวังซึ่งมีคะแนนอยู่ที่ 4.5000 คะแนน ทั้งนี้ จากการสัมภาษณ์เชิงลึกเพิ่มเติม กลุ่มเป้าหมายมีข้อเสนอแนะในการพัฒนารายการเพิ่มเติม ดังนี้

- 1) ควรรับเพิ่มช่องทางในการรับชม
- 2) ควรปรับปรุงเนื้อหาให้มีสาระเพิ่มขึ้น
- 3) ควรปรับปรุงให้มีเนื้อหาสาระเพิ่มมากยิ่งขึ้น

7.3.3 ภาคกลาง (กรุงเทพฯ)

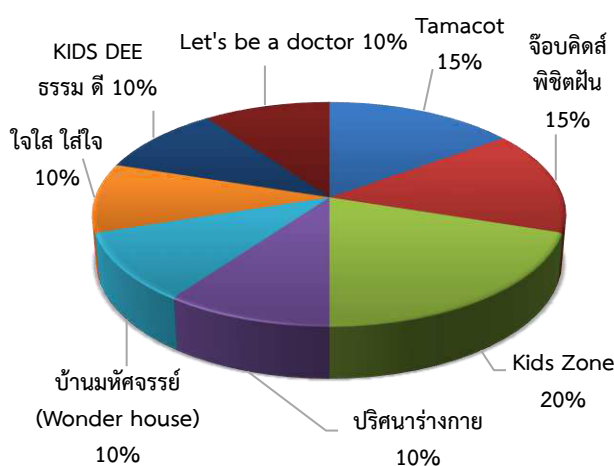
จากการลงพื้นที่ภาคกลาง (กรุงเทพฯ) โดยการจัดประชุมเพื่อประเมินผลการผลิตรายการฯ จากตัวแทนของกลุ่มเป้าหมายและกลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งประกอบด้วย 5 ประเภทโครงการ ได้แก่ 1) กลุ่มตัวแทนจากผู้ประกอบการส่งเสริมการผลิตและออกอากาศรายการโทรทัศน์ระบบดิจิตอลรายการสำหรับเด็กเยาวชน และครอบครัว 2) กลุ่มตัวแทนจากประชาชนโครงการส่งเสริมการผลิตและออกอากาศเนื้อหารายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ 3) กลุ่มตัวแทนจากประชาชนโครงการผลิตสารคดีเพื่อส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนใต้ 4) กลุ่มตัวแทนจากประชาชนโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อ และ 5) กลุ่มตัวแทนคนพิการและผู้ที่เกี่ยวข้องกับคนพิการ แบ่งเป็นประเภทโครงการละ 20 ราย รวมจำนวนทั้งสิ้น 80 ราย โดยสามารถสรุปผลการประเมินได้ดังนี้

7.3.3.1 โครงการส่งเสริมการผลิตและออกอากาศรายการโทรทัศน์ระบบดิจิตอลรายการสำหรับเด็กเยาวชน และครอบครัว

มีผู้ตอบแบบประเมินโดยกลุ่มตัวแทนจากผู้ปกครอง จำนวน 20 ราย ประกอบด้วยข้อมูล ดังนี้

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบประเมิน

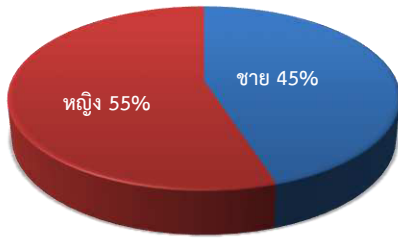
ตารางที่ 7.83 จำนวนและร้อยละของรายการ



รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
Tamacot	3	15.00
จ๊อบคิดส์ พิชิตฝัน	3	15.00
Kids Zone	4	20.00
ปริศนาร่างกาย	2	10.00
บ้านมหัศจรรย์ (Wonder house)	2	10.00
ใจใส ใสใจ	2	10.00
KIDS DEE ธรรม ดี	2	10.00
Let's be a doctor	2	10.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 7.83 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่รับชมคลิปวิดีโอของรายการ Kids Zone จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 รองลงมาคือ Tamacot จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 รายการจ๊อบคิดส์ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 รายการปริศนาร่างกาย จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 รายการบ้านมหัศจรรย์ (Wonder house) จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 รายการใจใส ใสใจ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 รายการ KIDS DEE ธรรม ดี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 และรายการ Let's be a doctor จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 ตามลำดับ

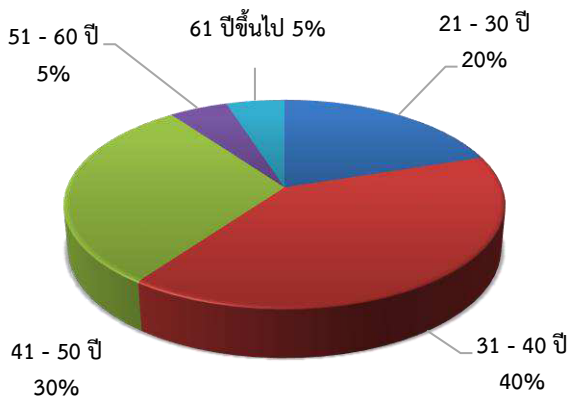
ตารางที่ 7.84 จำนวนและร้อยละของเพศ



เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	9	45.00
หญิง	11	55.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 7.84 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 55.00 รองลงมาคือ เพศชาย จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 45.00 ตามลำดับ

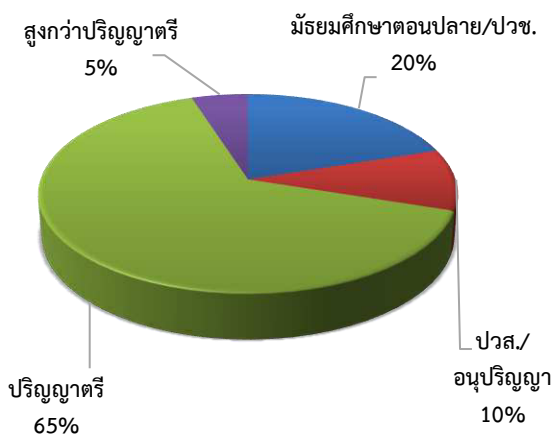
ตารางที่ 7.85 จำนวนและร้อยละของอายุ



อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	0	0.00
21 - 30 ปี	4	20.00
31 - 40 ปี	8	40.00
41 - 50 ปี	6	30.00
51 - 60 ปี	1	5.00
61 ปีขึ้นไป	1	5.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 7.85 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่อายุ 31 - 40 ปี จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 รองลงมาคือ อายุ 41 - 50 ปี จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 อายุ 21 - 30 ปี จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 อายุ 51 - 60 ปี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 และอายุ 61 ปีขึ้นไป จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 และ ตามลำดับ

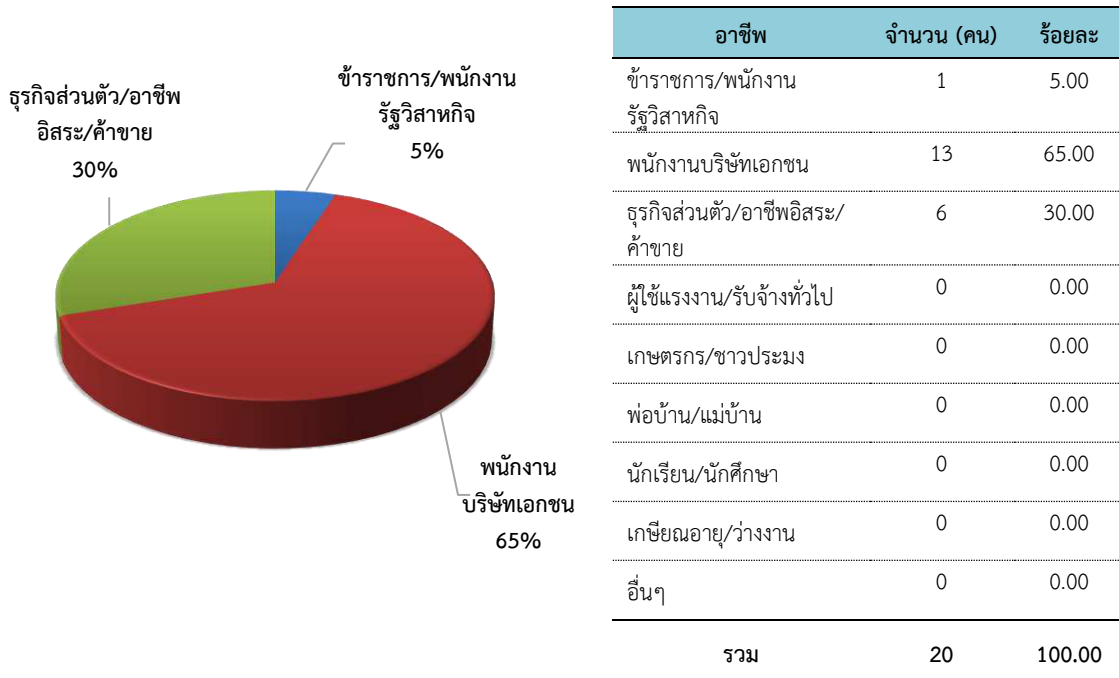
ตารางที่ 7.86 จำนวนและร้อยละของการศึกษา



การศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	0	0.00
มัธยมศึกษาตอนต้น	0	0.00
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	4	20.00
ปวส./อนุปริญญา	2	10.00
ปริญญาตรี	13	65.00
สูงกว่าปริญญาตรี	1	5.00
รวม	20	100.00

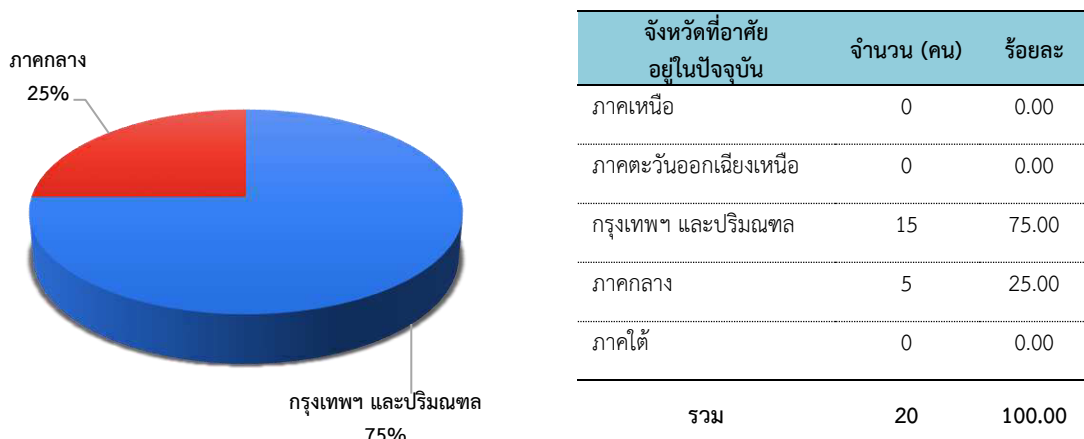
จากตารางที่ 7.86 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่มีการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 65.00 รองลงมาคือมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 ปวส./อนุปริญญา จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 และสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 7.87 จำนวนและร้อยละของอาชีพ



จากตารางที่ 7.87 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 65.00 รองลงมาคือ ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 และข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 7.88 จำนวนและร้อยละของจังหวัดที่ท่านอาศัยอยู่ในปัจจุบัน

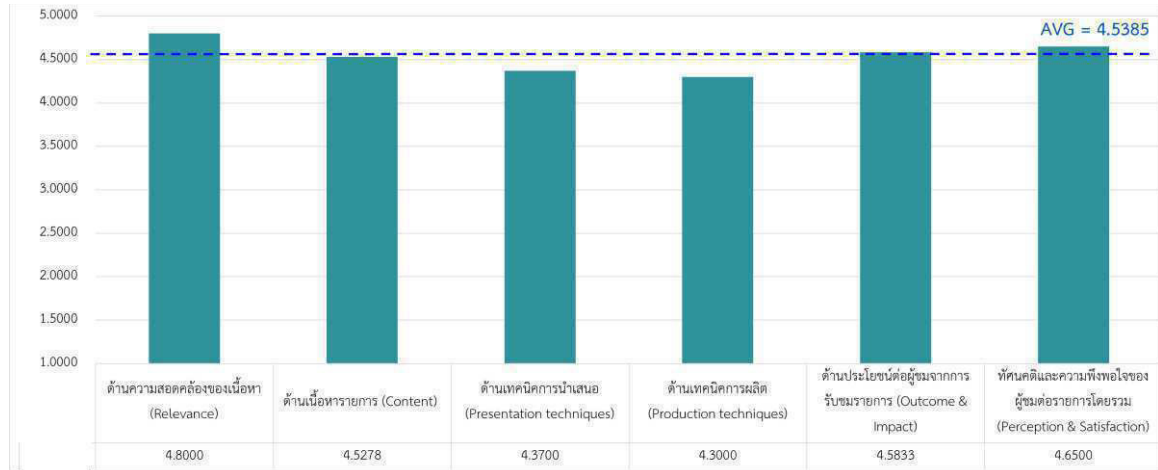


จากตารางที่ 7.88 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในกรุงเทพฯ และปริมณฑล จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 75.00 และภาคกลาง (จังหวัดนครปฐม) จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 25 ตามลำดับ

สรุปผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ

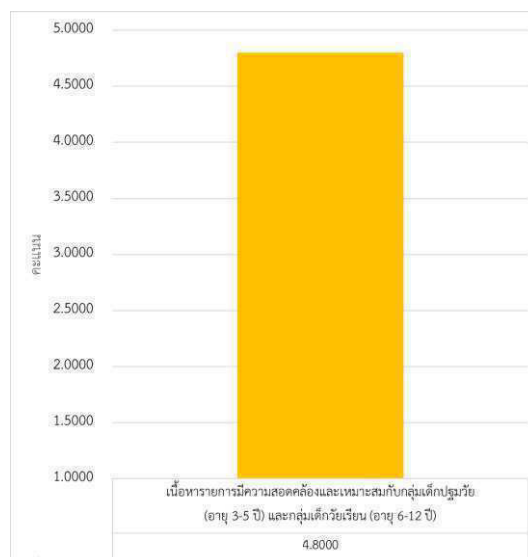
จากการสำรวจคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ มีผลคะแนนเฉลี่ยของระดับความคิดเห็น 4.5385 โดยมีผลคะแนนการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในแต่ละด้าน ดังนี้

แผนภาพที่ 7.78 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ



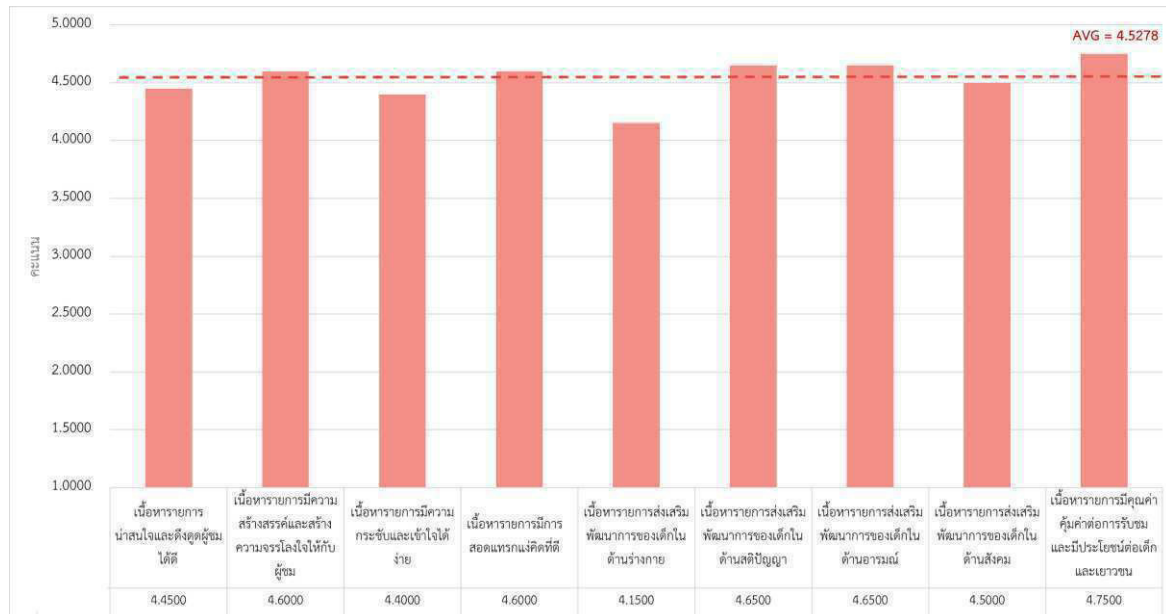
จากแผนภาพที่ 7.78 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ ในภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยเรียงลำดับจากระดับคะแนนมากที่สุดไปน้อยที่สุด ดังนี้ ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance) มีระดับคะแนนสูงที่สุดที่ 4.8000 รองลงมาคือ ทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction) มีผลคะแนนที่ระดับ 4.6500 ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact) มีผลคะแนนที่ระดับ 4.5833 ด้านเนื้อหารายการ (Content) มีผลคะแนนที่ระดับ 4.5278 ด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques) มีผลคะแนนที่ระดับ 4.3700 และด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques) มีผลคะแนนที่ระดับ 3.3000 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 7.79 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance)



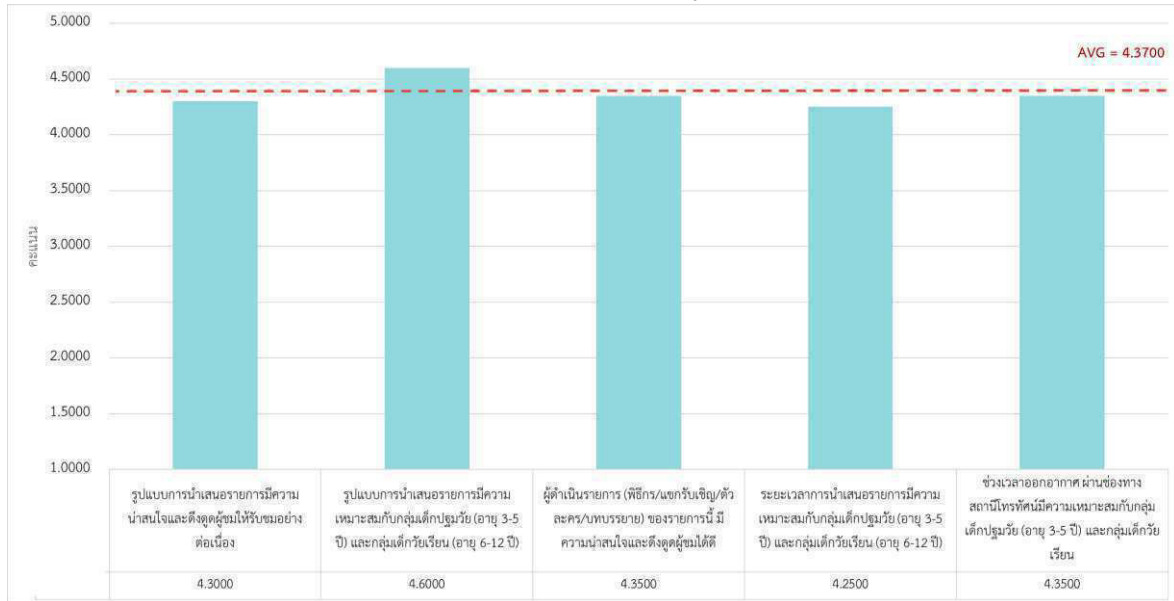
จากแผนภาพที่ 7.79 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance) อยู่ในระดับดีมาก จากประเด็นเนื้อหารายการมีความสอดคล้องและเหมาะสมกับกลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี) และกลุ่มเด็กวัยเรียน (อายุ 6-12 ปี) ที่ระดับคะแนน 4.8000

แผนภาพที่ 7.80 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเนื้อหารายการ (Content)



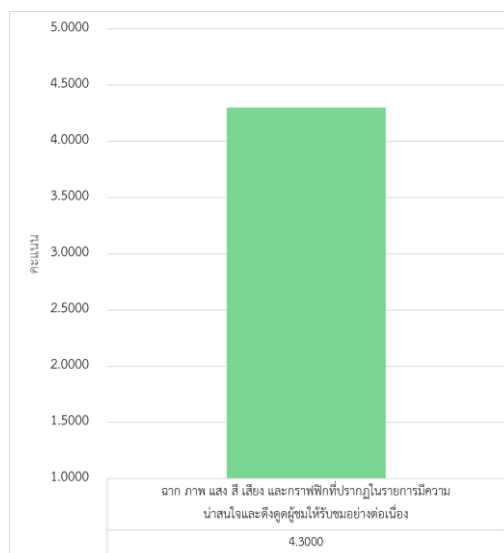
จากแผนภาพที่ 7.80 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเนื้อหา รายการ (Content) ในภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก โดยประเด็นเนื้อหารายการมีคุณค่า คุ่มค่าต่อการรับชม และมีประโยชน์ต่อเด็กและเยาวชน มีระดับคะแนนสูงสุดที่ระดับคะแนน 4.7500 รองลงมาคือ เนื้อหาการส่งเสริมพัฒนาการของเด็กในด้านสติปัญญา และด้านอารมณ์ มีระดับคะแนนเท่ากันที่ 4.6500 เนื้อหาการมีความสร้างสรรค์และสร้างความจรรโลงใจให้กับผู้ชม และเนื้อหาการมีการสอดแทรกแนวคิดที่ดี มีระดับคะแนนเท่ากันที่ 4.6000 เนื้อหาการส่งเสริมพัฒนาการของเด็กในด้านสังคม มีระดับคะแนน 4.5000 เนื้อหาการนำเสนอใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี ที่ระดับคะแนน 4.4500 เนื้อหาการมีความกระชับและเข้าใจได้ง่าย ที่ระดับคะแนน 4.4000 และเนื้อหาการส่งเสริมพัฒนาการของเด็กในด้านร่างกาย ที่ระดับคะแนน 4.1500 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 7.81 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques)



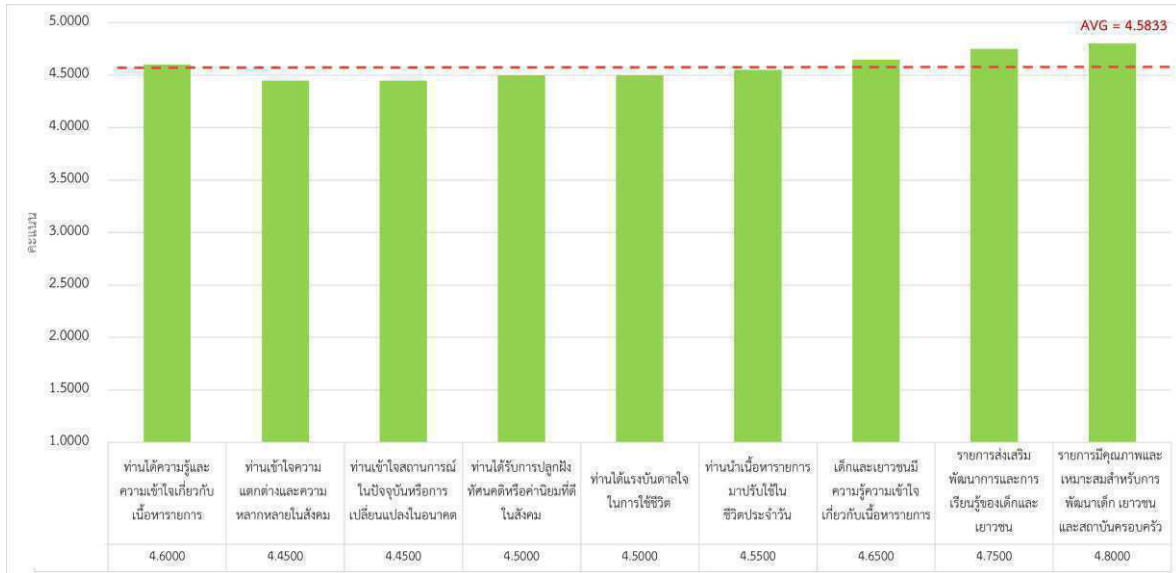
จากแผนภาพที่ 7.81 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques) ในภาพรวมอยู่ในระดับดี โดยประเด็นรูปแบบการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี) และกลุ่มเด็กวัยเรียน (อายุ 6-12 ปี) มีคะแนนสูงสุดที่ระดับคะแนน 4.6000 รองลงมาคือ ผู้ดำเนินรายการ (พิธีกร/แขกรับเชิญ/ตัวละคร/บทบรรยาย) ของรายการนี้มีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี และช่วงเวลาออกอากาศ ผ่านช่องทางสถานีโทรทัศน์มีความเหมาะสมกับกลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี) และกลุ่มเด็กวัยเรียน มีคะแนนเท่ากันที่ระดับคะแนน 4.3500 รูปแบบการนำเสนอรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง มีระดับคะแนน 4.3000 ระยะเวลาการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี) และกลุ่มเด็กวัยเรียน (อายุ 6-12 ปี) ที่ระดับคะแนน 4.2500 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 7.82 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques)



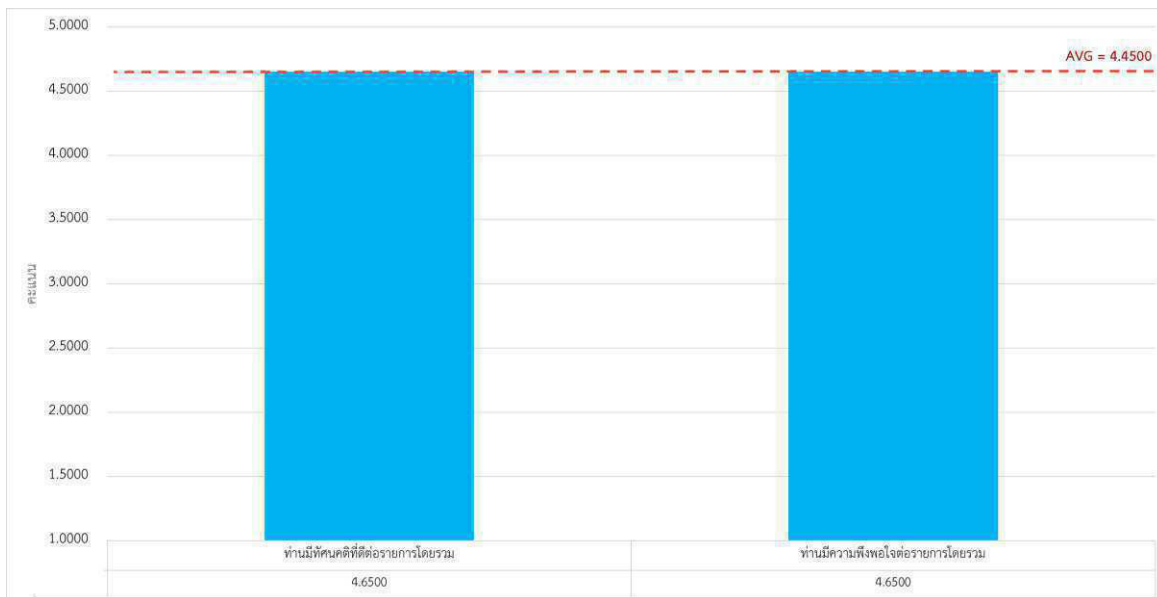
จากแผนภาพที่ 7.82 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques) อยู่ในระดับดี จากประเด็นฉาก ภาพ แสง สี เสียง และกราฟฟิกที่ปรากฏในรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง ที่ระดับคะแนน 4.3000

แผนภาพที่ 7.83 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact)



จากแผนภาพที่ 7.83 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact) ในภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก โดยประเด็นรายการมีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็ก เยาวชนและสถาบันครอบครัว มีระดับคะแนนสูงสุดที่ระดับคะแนน 4.8000 รองลงมาคือ รายการส่งเสริมพัฒนาการและการเรียนรู้ของเด็กและเยาวชน ที่ระดับคะแนน 4.7500 เด็กและเยาวชนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอาหารรายการ ที่ระดับคะแนน 4.6500 ทานได้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับอาหารรายการ ที่ระดับคะแนน 4.6000 ทานนำอาหารรายการมาปรับใช้ในชีวิตรประจำวัน ที่ระดับคะแนน 4.5500 ประเด็นที่ทานได้รับการปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม และทานได้แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต มีระดับคะแนนเท่ากันที่ 4.5000 และทานเข้าใจ ความแตกต่างและความหลากหลายในสังคม และทานเข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต มีคะแนนเท่ากันที่ระดับคะแนน 4.4500 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 7.84 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction)



จากแผนภาพที่ 7.84 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชม ในด้านทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction) อยู่ในระดับดี โดยมีทัศนคติที่ดีต่อรายการโดยรวมและมีความพึงพอใจต่อรายการโดยรวม มีผลคะแนนเท่ากันที่ระดับคะแนน 4.6500

ตารางที่ 7.89 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ

ประเด็นความพึงพอใจ	ระดับความคิดเห็น		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
1. ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance)	4.8000	0.5231	เห็นด้วยมากที่สุด
1.1 เนื้อหารายการมีความสอดคล้องและเหมาะสมกับกลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี) และกลุ่มเด็กวัยเรียน (อายุ 6-12 ปี)	4.8000	0.5231	เห็นด้วยมากที่สุด
2. ด้านเนื้อหารายการ (Content)	4.5278	0.0870	เห็นด้วยมากที่สุด
2.1 เนื้อหารายการน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี	4.4500	0.6048	เห็นด้วยมากที่สุด
2.2 เนื้อหารายการมีความสร้างสรรค์และสร้างความจรรโลงใจให้กับผู้ชม	4.6000	0.5982	เห็นด้วยมากที่สุด
2.3 เนื้อหารายการมีความกระชับและเข้าใจได้ง่าย	4.4000	0.6806	เห็นด้วยมาก
2.4 เนื้อหารายการมีการสอดแทรกแง่คิดที่ดี	4.6000	0.5982	เห็นด้วยมากที่สุด
2.5 เนื้อหารายการส่งเสริมพัฒนาการของเด็กในด้านร่างกาย	4.1500	0.6708	เห็นด้วยมาก
2.6 เนื้อหารายการส่งเสริมพัฒนาการของเด็กในด้านสติปัญญา	4.6500	0.4894	เห็นด้วยมากที่สุด
2.7 เนื้อหารายการส่งเสริมพัฒนาการของเด็กในด้านอารมณ์	4.6500	0.6708	เห็นด้วยมากที่สุด
2.8 เนื้อหารายการส่งเสริมพัฒนาการของเด็กในด้านสังคม	4.5000	0.6882	เห็นด้วยมากที่สุด
2.9 เนื้อหารายการมีคุณค่า คุ่มค่าต่อการรับชม และมีประโยชน์ต่อเด็กและเยาวชน	4.7500	0.4443	เห็นด้วยมากที่สุด
3. ด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques)	4.3700	0.0976	เห็นด้วยมาก
3.1 รูปแบบการนำเสนอรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง	4.3000	0.6569	เห็นด้วยมาก
3.2 รูปแบบการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี) และกลุ่มเด็กวัยเรียน (อายุ 6-12 ปี)	4.6000	0.5026	เห็นด้วยมากที่สุด
3.3 ผู้ดำเนินรายการ (พิธีกร/แขกรับเชิญ/ตัวละคร/บทบรรยาย) ของรายการนี้ มีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี	4.3500	0.7452	เห็นด้วยมาก

ประเด็นความพึงพอใจ	ระดับความคิดเห็น		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
3.4 ระยะเวลาการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี) และกลุ่มเด็กวัยเรียน (อายุ 6-12 ปี)	4.2500	0.5501	เห็นด้วยมาก
3.5 ช่วงเวลาออกอากาศ ผ่านช่องทางสถานีโทรทัศน์มีความเหมาะสมกับกลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี) และกลุ่มเด็กวัยเรียน	4.3500	0.6708	เห็นด้วยมาก
4. ด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques)	4.3500	0.6569	เห็นด้วยมาก
4.1 ฉาก ภาพ แสง สี เสียง และกราฟฟิกที่ปรากฏในรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง	4.3500	0.6569	เห็นด้วยมาก
5. ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact)	4.5833	0.1211	เห็นด้วยมากที่สุด
5.1 ท่านได้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	4.6000	0.5026	เห็นด้วยมากที่สุด
5.2 ท่านเข้าใจความแตกต่างและความหลากหลายในสังคม	4.4500	0.8256	เห็นด้วยมากที่สุด
5.3 ท่านเข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต	4.4500	0.6048	เห็นด้วยมากที่สุด
5.4 ท่านได้รับการปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม	4.5000	0.6882	เห็นด้วยมากที่สุด
5.5 ท่านได้แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต	4.5000	0.6070	เห็นด้วยมากที่สุด
5.6 ท่านนำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน	4.5500	0.6048	เห็นด้วยมากที่สุด
5.7 เด็กและเยาวชนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	4.6500	0.4894	เห็นด้วยมากที่สุด
5.8 รายการส่งเสริมพัฒนาการและการเรียนรู้ของเด็กและเยาวชน	4.7500	0.5501	เห็นด้วยมากที่สุด
5.9 รายการมีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็ก เยาวชนและสถาบันครอบครัว	4.8000	0.4104	เห็นด้วยมากที่สุด
6. ทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction)	4.6500	0.0000	เห็นด้วยมากที่สุด
6.1 ท่านมีทัศนคติที่ดีต่อรายการโดยรวม	4.6500	0.4894	เห็นด้วยมากที่สุด
6.2 ท่านมีความพึงพอใจต่อรายการโดยรวม	4.6500	0.4894	เห็นด้วยมากที่สุด
ภาพรวม	4.5385	0.2717	เห็นด้วยมากที่สุด

สรุปข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

ตารางที่ 7.90 จำนวนและร้อยละข้อแนะนำในการพัฒนาช่องทางการนำเสนอรายการ



ข้อแนะนำในการพัฒนา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เปลี่ยนหรือเพิ่มช่องทาง สถานีโทรทัศน์	3	15.00
เปลี่ยนหรือเพิ่มช่องทางสื่อ ออนไลน์	8	40.00
ไม่เปลี่ยนหรือเพิ่ม เพราะ ช่องทางการนำเสนอ รายการในปัจจุบันดีอยู่แล้ว	9	45.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 7.90 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่มีข้อแนะนำ ไม่เปลี่ยนหรือเพิ่มเพราะช่องทางการนำเสนอรายการในปัจจุบันดีอยู่แล้ว จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 45.00 รองลงมาคือ เปลี่ยนหรือเพิ่มช่องทางสื่อออนไลน์ (Youtube, Facebook, TikTok, Twitter และ Instagram) จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 และเปลี่ยนหรือเพิ่มช่องทางสถานีโทรทัศน์ (ช่อง one 31, ช่อง 9 อสมท., ช่อง 3, ช่อง 7, ช่อง 33 และให้เพิ่มเป็นช่องสำหรับเด็ก) จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 ตามลำดับ

สรุปประเด็นข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงหรือพัฒนารายการ

จากผลการสำรวจ พบว่า ในภาพรวมกลุ่มเป้าหมายรายการในเขตภาคกลาง กทม. และปริมณฑลมีระดับความพึงพอใจต่อโครงการส่งเสริมการผลิตและออกอากาศรายการโทรทัศน์ระบบดิจิทัลรายการสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว ในระดับดีมาก โดยมีคะแนนความพึงพอใจที่ 4.6500 คะแนน ซึ่งเท่ากับทัศนคติ/ความคาดหวังของกลุ่มเป้าหมาย ทั้งนี้ จากการสัมภาษณ์เชิงลึกเพิ่มเติม กลุ่มเป้าหมายมีข้อเสนอแนะในการพัฒนารายการเพิ่มเติม ดังนี้

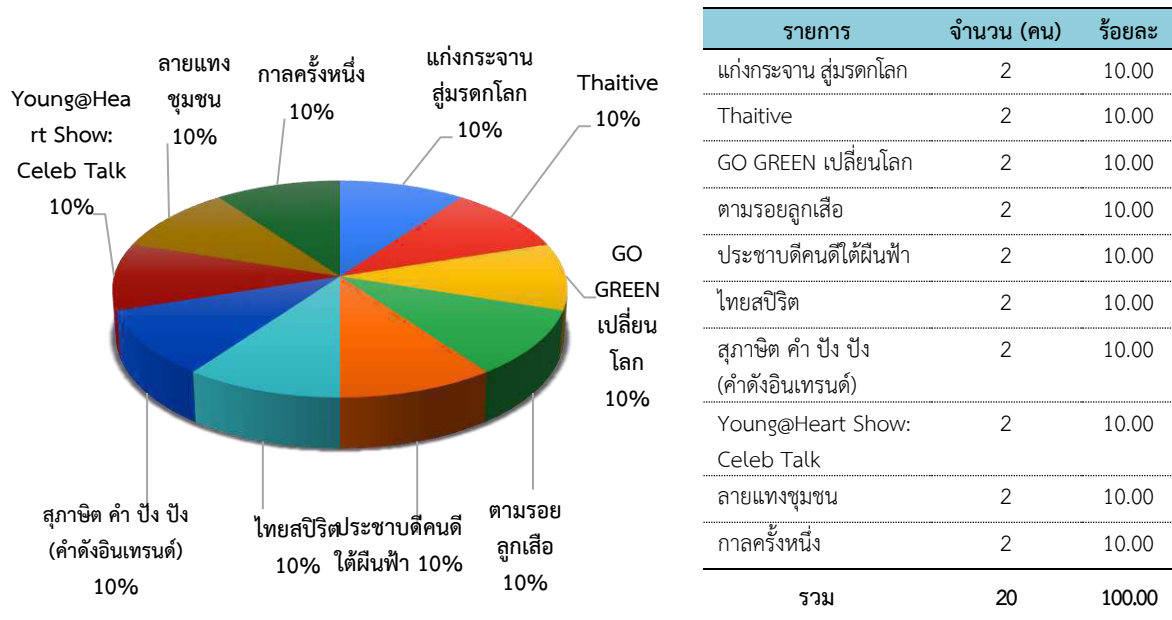
- 1) กลุ่มเป้าหมายรายการมีข้อเสนอแนะให้เพิ่มการจัดกิจกรรมเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมระหว่างผู้ชมและรายการมากขึ้น เช่น มีการจัดกิจกรรม ถาม-ตอบ เกี่ยวกับเนื้อหารายการโดยอาจจะมีการแจกรางวัล หรือของสมนาคุณเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมให้มากขึ้น
- 2) รายการควรมีการเพิ่มภาษาที่หลากหลายเพื่อเพิ่มช่องทางการเรียนรู้ภาษาใหม่ๆ ของเด็ก เช่น มีการจัดทำคำบรรยายแทนเสียง (Subtitle) เป็นภาษาอังกฤษ หรือภาษาจีน เป็นต้น
- 3) ควรมีการเพิ่มเนื้อหาที่หลากหลาย และทันสมัย เช่น เนื้อหาทางด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี ภาษาต่างประเทศ เป็นต้น รวมถึงมีการเพิ่มช่วงเวลาและช่องทางการรับชมให้มากขึ้น ทั้งออนไลน์ และออฟไลน์ เพื่อเพิ่มการเข้าถึงของกลุ่มเป้าหมายให้มากขึ้น สร้างแรงบันดาลใจ และกระตุ้นจินตนาการให้กับเด็กในวัยอายุ 6-12 ปี ซึ่งเป็นช่วงที่มีความอยากรู้สิ่งใหม่ๆ และมีจินตนาการสูง
- 4) รายการควรจัดกิจกรรมส่งเสริมความสามารถของเด็กที่รับชมรายการ โดยอาจจะเปิดรับสมัครเด็กอายุ 6 – 12 ปี ให้มาร่วมทำกิจกรรม work shop หรือเข้าร่วมประกวดเพื่อแสดงความสามารถเพื่อให้เด็กกล้าแสดงออก และเปิดโลกทัศน์ให้กับเด็ก
- 5) ในด้านการสื่อสารกับกลุ่มเด็กอายุ 6-12 ปีนั้น กลุ่มเป้าหมายรายการมีข้อเสนอแนะว่า ควรมีการใช้สื่อที่ทันสมัย เหมาะกับช่วงวัยของเด็กให้มากขึ้น เช่น การใช้ตัวการ์ตูน หรือ Animation เพื่อกระตุ้นความสนใจของเด็กให้มากขึ้น
- 6) ในด้านการเลือกพิธีกร หรือผู้ดำเนินรายการนั้น กลุ่มเป้าหมายรายการเสนอแนะว่า ควรมีการคัดเลือกพิธีกรให้เหมาะสมกับรายการเด็ก เช่น เป็นบุคคลที่ไม่มีรอยสัก มีการสื่อสารที่ชัดเจน สนุกสนาน และสามารถดึงดูดความสนใจของเด็กได้ดี
- 7) ในด้านสถานที่การถ่ายทำ กลุ่มเป้าหมายรายการเสนอแนะว่า ควรมีการเพิ่มความหลากหลายของสถานที่ถ่ายทำ เช่น ทะเล ภูเขา ป่า เพื่อเพิ่มความน่าในใจของรายการ และเป็นการเปิดโลกทัศน์ของเด็กให้กว้างขึ้น

7.3.3.2 โครงการส่งเสริมการผลิตและออกอากาศเนื้อหารายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ

มีผู้ตอบแบบสอบถามโดยกลุ่มตัวแทนจากประชาชน จำนวน 20 ราย ประกอบด้วยข้อมูล ดังนี้

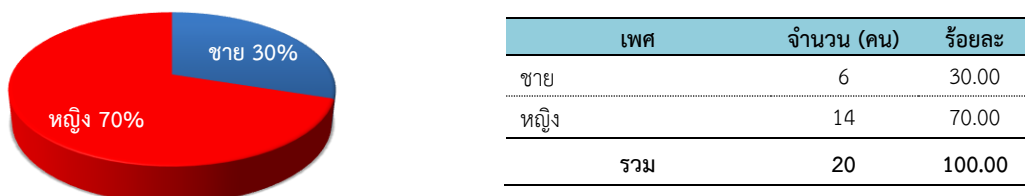
ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบประเมิน

ตารางที่ 7.91 จำนวนและร้อยละของรายการ



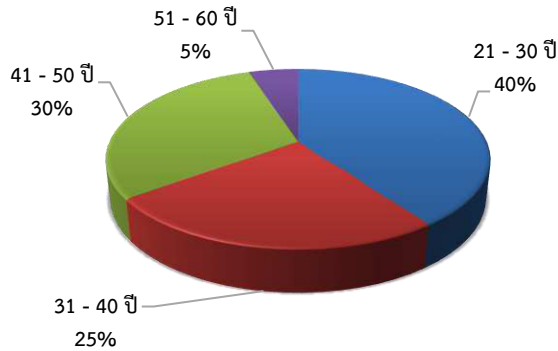
จากตารางที่ 7.91 ผู้ตอบแบบประเมินรับชมคลิปวิดีโอของรายการแก๊งกระจ๊วน สุ่มรดกโลก จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 รายการ Thaitive จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 รายการ GO GREEN เปลี่ยนโลก จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 รายการตามรอยลูกเสือ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 รายการประชาชนดีคนดีได้ผืนฟ้า จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 รายการไทยสปิริต จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 รายการสุภาพชน คำ ปัง ปัง (คำดั่งอินทเรนต์) จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 รายการ Young@Heart Show: Celeb Talk จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 รายการลายแทงชุมชน จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 และรายการกาลครั้งหนึ่ง จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 7.92 จำนวนและร้อยละของเพศ



จากตารางที่ 7.92 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 70.00 รองลงมาคือ เพศชาย จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 ตามลำดับ

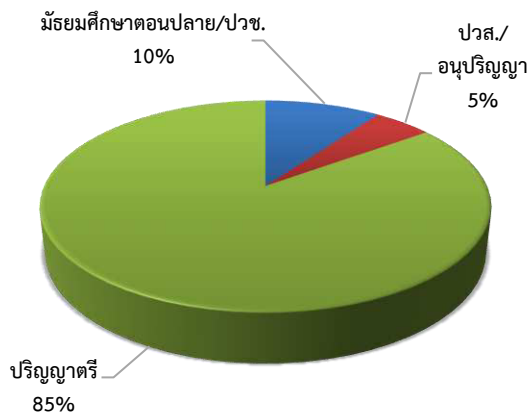
ตารางที่ 7.93 จำนวนและร้อยละของอายุ



อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	0	0.00
21 - 30 ปี	8	40.00
31 - 40 ปี	5	25.00
41 - 50 ปี	6	30.00
51 - 60 ปี	1	5.00
61 ปีขึ้นไป	0	0.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 7.93 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่อายุ 21 - 30 ปี จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 รองลงมาคือ อายุ 41 - 50 ปี จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 อายุ 31 - 40 ปี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 และอายุ 51 - 60 ปี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

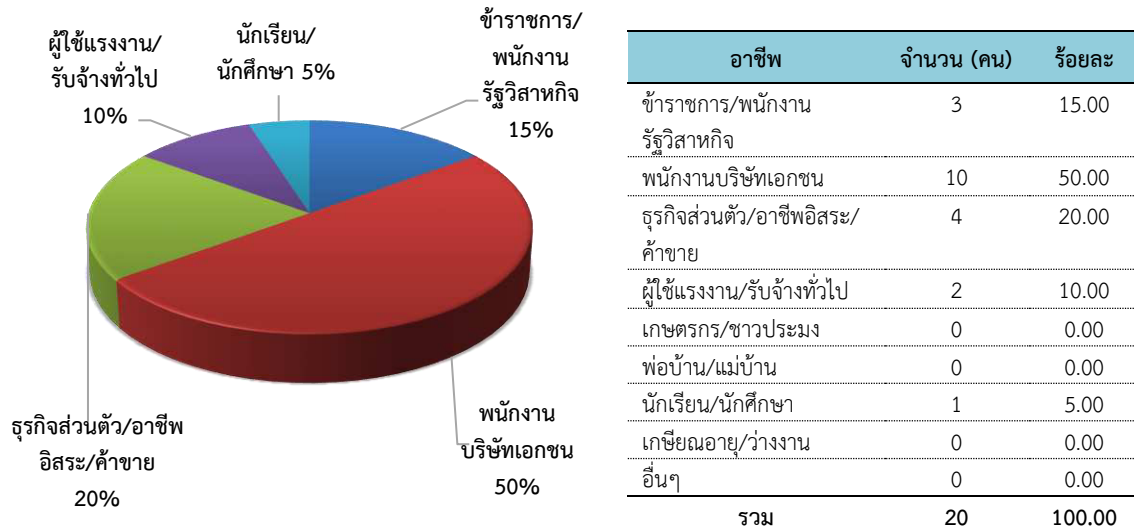
ตารางที่ 7.94 จำนวนและร้อยละของการศึกษา



การศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	0	0.00
มัธยมศึกษาตอนต้น	0	0.00
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	2	10.00
ปวส./อนุปริญญา	1	5.00
ปริญญาตรี	17	85.00
สูงกว่าปริญญาตรี	0	0.00
รวม	20	100.00

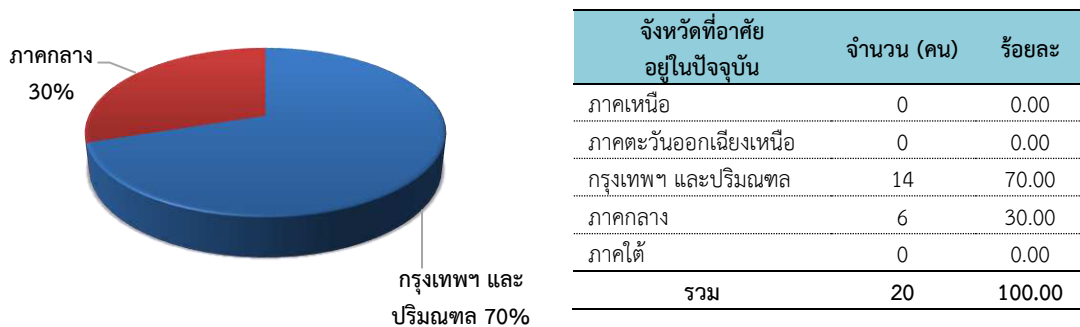
จากตารางที่ 7.94 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 85.00 รองลงมาคือ มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 และปวส./อนุปริญญา จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 7.95 จำนวนและร้อยละของอาชีพ



จากตารางที่ 7.95 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมาคือ ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 ผู้ใช้แรงงาน/รับจ้างทั่วไป จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 และนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 7.96 จำนวนและร้อยละของจังหวัดที่ท่านอาศัยอยู่ในปัจจุบัน

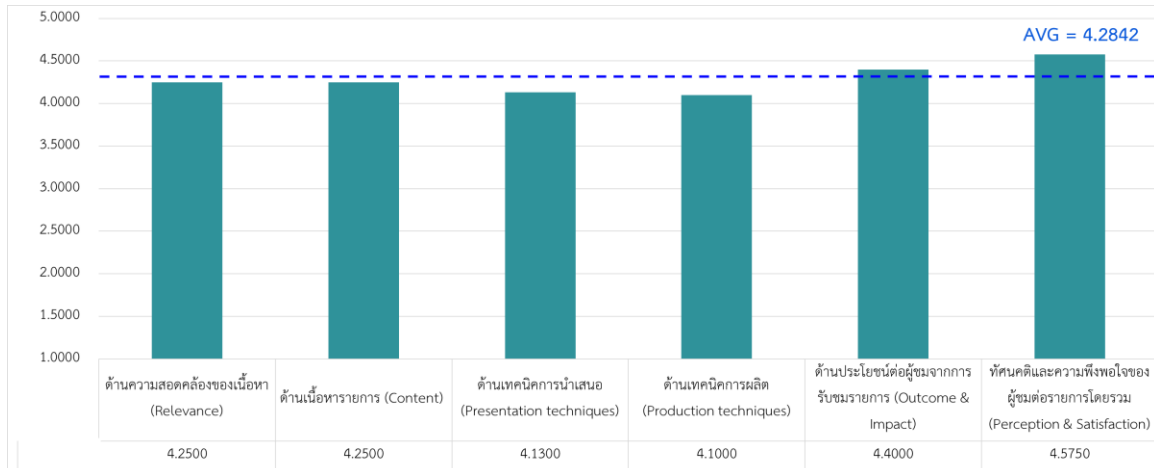


จากตารางที่ 7.96 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในกรุงเทพฯ และปริมณฑล (กทม., ปทุมธานี) จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 70.00 รองลงมาคือภาคกลาง (นครปฐม, พระนครศรีอยุธยา) จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 ตามลำดับ

สรุปผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ

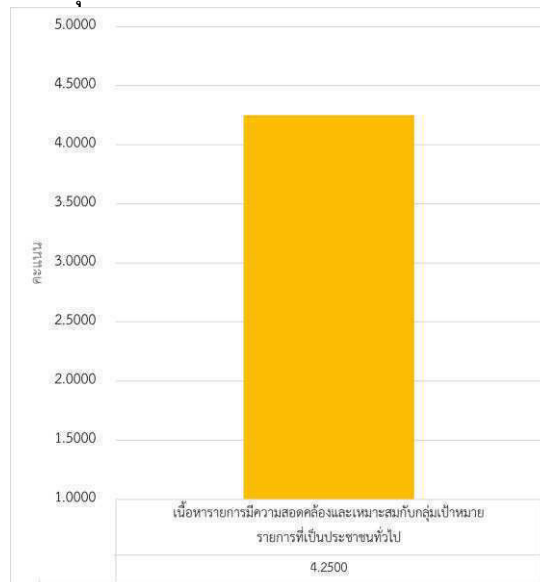
จากการสำรวจคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ มีผลคะแนนเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 4.2842 โดยมีผลคะแนนการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในแต่ละด้าน ดังนี้

แผนภาพที่ 7.85 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ



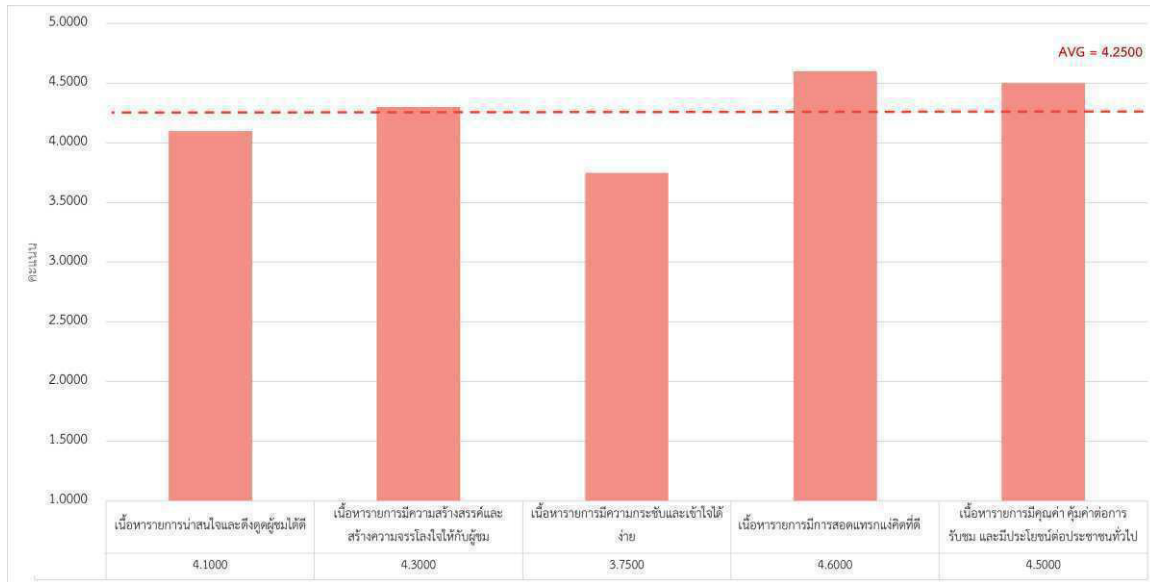
จากแผนภาพที่ 7.85 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ ในภาพรวมอยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่มากที่สุด คือ ทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction) โดยมีผลคะแนนที่ระดับ 4.5750 รองลงมาคือด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact) มีผลคะแนน 4.4000 ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance) และด้านเนื้อหารายการ (Content) มีผลคะแนนเท่ากันที่ระดับ 4.2500 ด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques) มีผลคะแนนที่ระดับ 4.1300 และด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques) มีผลคะแนนต่ำสุดที่ระดับ 4.1000 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 7.86 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance)



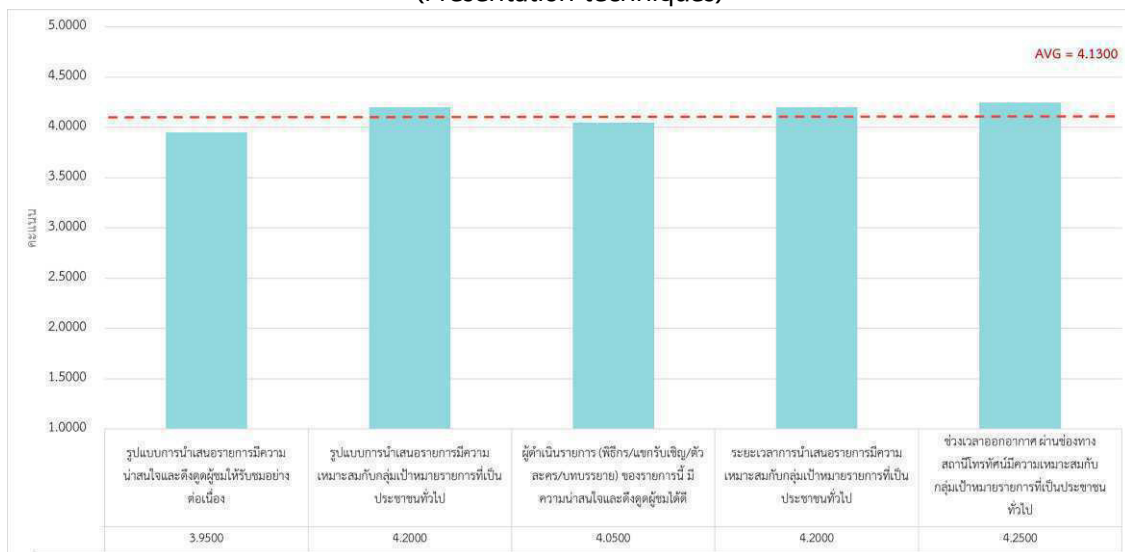
จากแผนภาพที่ 7.86 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance) อยู่ในระดับดี จากประเด็นเนื้อหารายการมีความสอดคล้องและเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนทั่วไป ที่ระดับคะแนน 4.2500

แผนภาพที่ 7.87 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเนื้อหารายการ (Content)



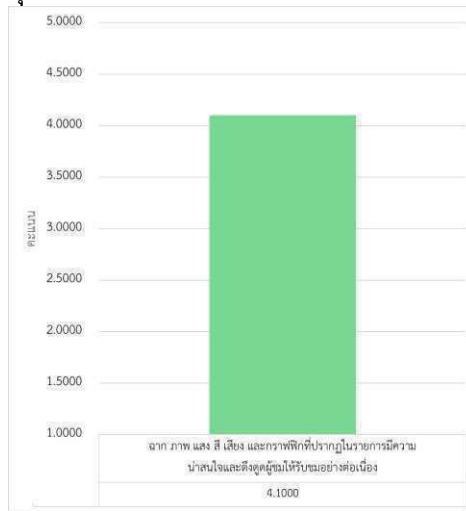
จากแผนภาพที่ 7.87 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเนื้อหารายการ (Content) ในภาพรวมอยู่ในระดับดี โดยประเด็นเนื้อหาเรายการมีการสอดแทรกแง่คิดที่ดี มีระดับคะแนนสูงสุดที่ 4.6000 รองลงมาคือ เนื้อหาเรายการมีคุณค่า คุ่มค่าต่อการรับชมและมีประโยชน์ต่อประชาชนทั่วไป มีระดับคะแนน 4.5000 เนื้อหาเรายการมีความสร้างสรรค์และสร้างความจรรโลงใจให้กับผู้ชม มีระดับคะแนน 4.3000 เนื้อหาเรายการน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี มีระดับคะแนน 4.1000 และ เนื้อหาเรายการมีความกระชับและเข้าใจได้ง่าย มีคะแนนต่ำสุดที่ระดับคะแนน 3.7500 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 7.88 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques)



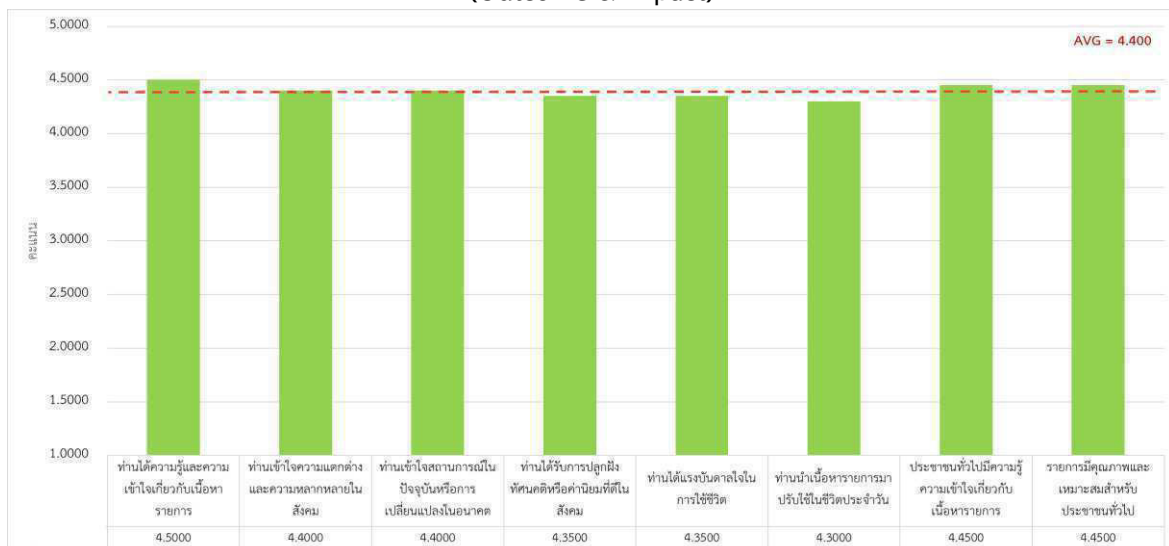
จากแผนภาพที่ 7.88 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมใน ด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques) ในภาพรวมอยู่ในระดับดี โดยประเด็นของช่วงเวลา ออกอากาศ ผ่านช่องทางสถานีโทรทัศน์มีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนทั่วไป มีคะแนนสูงสุดที่ระดับคะแนน 4.2500 รองลงมาคือ รูปแบบการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับ กลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนทั่วไป และระยะเวลาการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับ กลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนทั่วไป มีระดับคะแนนเท่ากันที่ 4.2000 ผู้ดำเนินรายการ (พิธีกร/แขกรับเชิญ/ตัวละคร/บทบรรยาย) ของรายการนี้ มีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี มีระดับคะแนน 4.0500 และ รูปแบบการนำเสนอรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง มีคะแนนต่ำสุดที่ระดับ คะแนน 3.9500 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 7.89 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques)



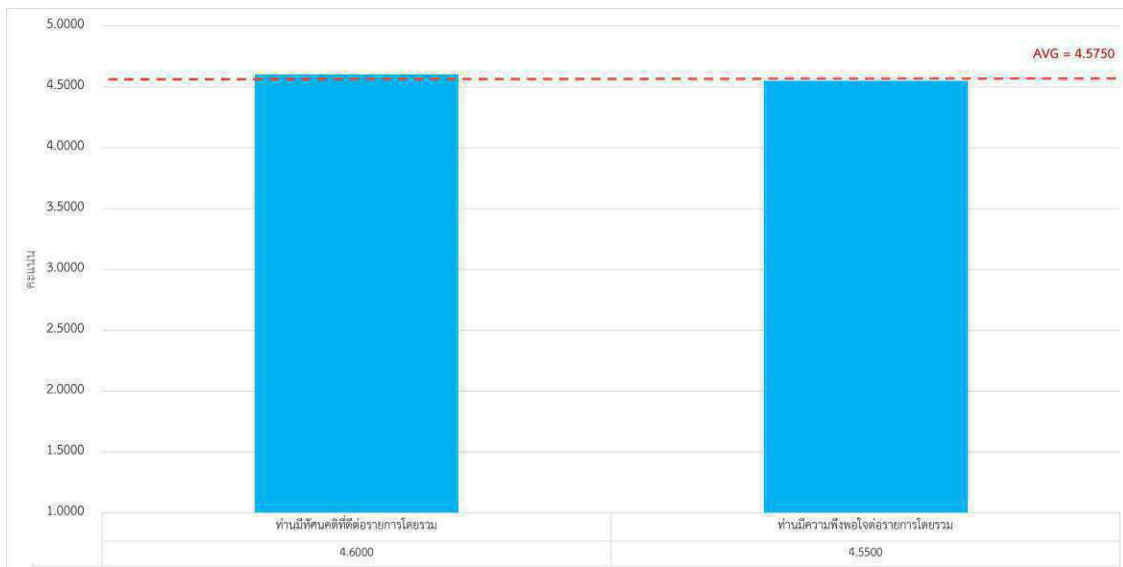
จากแผนภาพที่ 7.89 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้าน เทคนิคการผลิต (Production techniques) อยู่ในระดับดี จากประเด็นจาก ภาพ แสง สี เสียง และกราฟฟิก ที่ปรากฏในรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง ที่ระดับคะแนน 4.1000

แผนภาพที่ 7.90 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact)



จากแผนภาพที่ 7.90 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชม ในด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact) ในภาพรวมอยู่ในระดับดี โดยประเด็นท่านได้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ เป็นระดับคะแนนสูงสุดที่ 4.5000 รองลงมา คือ ประชาชนทั่วไปมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการและรายการมีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับ ประชาชนทั่วไป มีคะแนนอยู่ที่ระดับ 4.4500 ท่านเข้าใจความแตกต่างและความหลากหลายในสังคม และท่าน เข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต มีระดับคะแนนเท่ากันที่ 4.4000 ท่านได้รับการปลูกฝัง ทักษะคิดหรือค่านิยมที่ดีในสังคม และท่านเข้าใจความแตกต่างและความหลากหลายในสังคม และท่านได้แรง บันดาลใจในการใช้ชีวิต มีระดับคะแนน 4.3500 และท่านนำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน ที่ระดับ คะแนน 4.3000 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 7.91 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction)



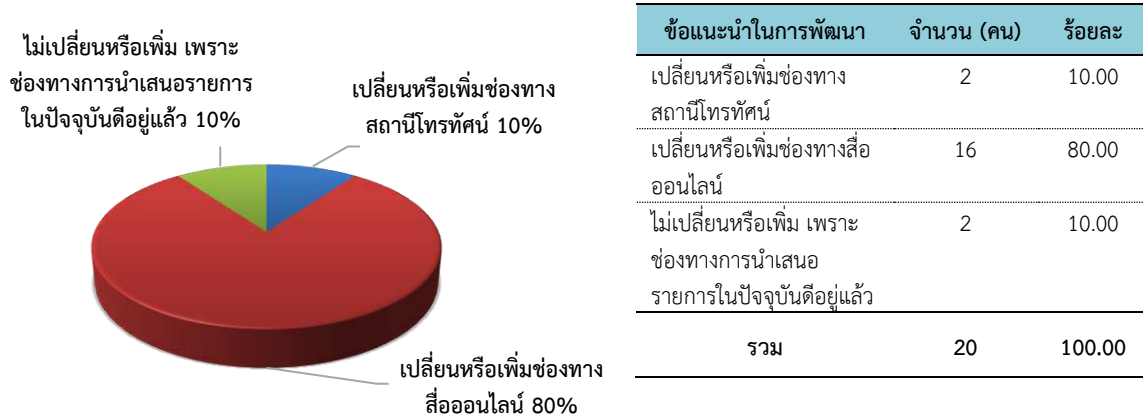
จากแผนภาพที่ 7.91 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชม ในด้านทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction) อยู่ในระดับดี โดยมีทัศนคติที่ดีต่อรายการโดยรวม ที่ระดับคะแนน 4.1000 และความพึงพอใจต่อรายการโดยรวม ที่ระดับคะแนน 4.5500

ตารางที่ 7.97 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ

ประเด็นความพึงพอใจ	ระดับความคิดเห็น		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
1. ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance)	4.2500	0.6387	เห็นด้วยมาก
1.1 เนื้อหารายการมีความสอดคล้องและเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนทั่วไป	4.2500	0.6387	เห็นด้วยมาก
2. ด้านเนื้อหารายการ (Content)	4.2500	0.1398	เห็นด้วยมาก
2.1 เนื้อหารายการน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี	4.1000	0.7881	เห็นด้วยมาก
2.2 เนื้อหารายการมีความสร้างสรรค์และสร้างความจรรโลงใจให้กับผู้ชม	4.3000	0.6569	เห็นด้วยมาก
2.3 เนื้อหารายการมีความกระชับและเข้าใจได้ง่าย	3.7500	0.8507	เห็นด้วยมาก
2.4 เนื้อหารายการมีการสอดแทรกแง่คิดที่ดี	4.6000	0.5026	เห็นด้วยมากที่สุด
2.5 เนื้อหารายการมีคุณค่า คุ่มค่าต่อการรับชม และมีประโยชน์ต่อประชาชนทั่วไป	4.5000	0.6070	เห็นด้วยมากที่สุด
3. ด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques)	4.1300	0.1277	เห็นด้วยมาก
3.1 รูปแบบการนำเสนอรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง	3.9500	0.9445	เห็นด้วยมาก
3.2 รูปแบบการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนทั่วไป	4.2000	0.6959	เห็นด้วยมาก
3.3 ผู้ดำเนินรายการ (พิธีกร/แขกรับเชิญ/ตัวละคร/บทรบรยาย) ของรายการนี้ มีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี	4.0500	0.8256	เห็นด้วยมาก
3.4 ระยะเวลาการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนทั่วไป	4.2000	0.6156	เห็นด้วยมาก
3.5 ช่วงเวลาออกอากาศ ผ่านช่องทางสถานีโทรทัศน์มีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนทั่วไป	4.2500	0.7164	เห็นด้วยมาก
4. ด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques)	4.1000	0.9119	เห็นด้วยมาก
4.1 ฉาก ภาพ แสง สี เสียง และกราฟฟิกที่ปรากฏในรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง	4.1000	0.9119	เห็นด้วยมาก
5. ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact)	4.4000	0.1192	เห็นด้วยมาก
5.1 ท่านได้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	4.5000	0.5130	เห็นด้วยมากที่สุด
5.2 ท่านเข้าใจความแตกต่างและความหลากหลายในสังคม	4.4000	0.6806	เห็นด้วยมาก
5.3 ท่านเข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต	4.4000	0.6806	เห็นด้วยมาก
5.4 ท่านได้รับการปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม	4.3500	0.4894	เห็นด้วยมาก
5.5 ท่านได้แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต	4.3500	0.8127	เห็นด้วยมาก
5.6 ท่านนำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน	4.3000	0.7327	เห็นด้วยมาก
5.7 ประชาชนทั่วไปมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	4.4500	0.6863	เห็นด้วยมาก
5.8 รายการมีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับประชาชนทั่วไป	4.4500	0.5104	เห็นด้วยมาก
6. ทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction)	4.5750	0.0055	เห็นด้วยมากที่สุด
6.1 ท่านมีทัศนคติที่ดีต่อรายการโดยรวม	4.6000	0.5026	เห็นด้วยมากที่สุด
6.2 ท่านมีความพึงพอใจต่อรายการโดยรวม	4.5500	0.5104	เห็นด้วยมากที่สุด
ภาพรวม	4.2500	0.1398	เห็นด้วยมาก

สรุปข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

ตารางที่ 7.98 จำนวนและร้อยละข้อแนะนำในการพัฒนาช่องทางการนำเสนอรายการ



จากตารางที่ 7.98 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่มีข้อแนะนำให้เปลี่ยนหรือเพิ่มช่องทางสื่อออนไลน์จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 80.00 (สื่อออนไลน์ที่แนะนำ ได้แก่ Youtube, Facebook, TikTok, Twitter, LineTV, TrueID และ Instagram) รองลงมาคือ เปลี่ยนหรือเพิ่มช่องทางสถานีโทรทัศน์ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 (สถานีโทรทัศน์ที่แนะนำ ช่อง 3) และไม่เปลี่ยนหรือเพิ่มเพราะช่องทางการนำเสนอรายการในปัจจุบันดีอยู่แล้ว จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 ตามลำดับ

สรุปประเด็นข้อแนะนำเพื่อปรับปรุงหรือพัฒนารายการ

จากผลการสำรวจ พบว่า ในภาพรวมกลุ่มเป้าหมายรายการในเขตภาคกลาง กทม. และปริมณฑลมีระดับความพึงพอใจต่อโครงการส่งเสริมการผลิตและออกอากาศเนื้อหาอาหารรายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะในระดับดีมาก โดยมีคะแนนความพึงพอใจที่ 4.5500 คะแนน แต่ระดับความพึงพอใจน้อยกว่าทัศนคติ/ความคาดหวังของกลุ่มเป้าหมาย ทั้งนี้ จากการสัมภาษณ์เชิงลึกเพิ่มเติม กลุ่มเป้าหมายมีข้อเสนอแนะในการพัฒนารายการเพิ่มเติม ดังนี้

- 1) ควรมีการเพิ่มช่องทางการเผยแพร่รายการให้มากขึ้น โดยเฉพาะการเผยแพร่ผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น YouTube, Facebook, Tiktok เพื่อให้ประชาชนสามารถเข้าถึง และรับชมรายการได้มากขึ้น
- 2) ควรมีการเพิ่มเนื้อหาให้หลากหลาย กระชับ และเหมาะสมกับสถานการณ์และความสนใจของประชาชน เช่น การให้ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมการเกษตรสมัยใหม่ เทคโนโลยีสมัยใหม่ (เทคโนโลยี Artificial Intelligent: AI, Augmented Reality: AR, Virtual Reality: VR, Mixed Reality: MR) การตลาด หรือความรู้เกี่ยวกับอาชีพที่กำลังเป็นที่นิยม (อาชีพแห่งอนาคต) เป็นต้น
- 3) ควรมีการเพิ่มช่องทางการติดต่อของแขกรับเชิญ หรือผู้ร่วมรายการเพื่อให้ประชาชน หรือกลุ่มเป้าหมายรายการสามารถติดต่อได้หากต้องการข้อมูลเพิ่มเติม หรือต้องการประสานงานเพื่อร่วมงานในกิจกรรม หรือธุรกิจของผู้ร่วมรายการ
- 4) ในบางรายการ การบรรยายแทนเสียง และเสียงจริงไม่ตรงกัน ผู้ผลิตรายการควรมีการตรวจสอบคุณภาพของชิ้นงานก่อนเผยแพร่ออกสู่สาธารณะ นอกจากนี้ ควรมีการเพิ่มจำนวนพิธีกรเป็น 2 คน เพื่อให้การสอบถามประเด็นต่างๆ จากแขกรับเชิญ หรือผู้ร่วมรายการครอบคลุมประเด็นต่างๆ มากขึ้น

7.3.3.3 โครงการผลิตสารคดีเพื่อส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนใต้

มีผู้ตอบแบบสอบถามโดยกลุ่มตัวแทนจากประชาชน จำนวน 20 ราย ประกอบด้วยข้อมูล ดังนี้

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบประเมิน

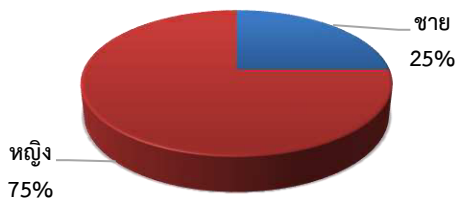
ตารางที่ 7.99 จำนวนและร้อยละของรายการ



รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ย้อนอดีตที่ปลายด้ามขวาน	20	100.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 7.99 ผู้ตอบแบบประเมินทั้งหมดรับชมคลิปวิดีโอของรายการย้อนอดีตที่ปลายด้ามขวาน จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00

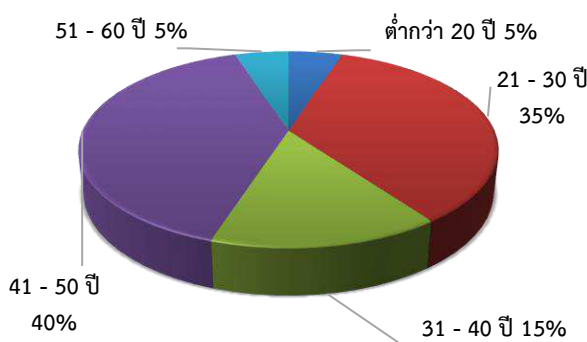
ตารางที่ 7.100 จำนวนและร้อยละของเพศ



เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	5	25.00
หญิง	15	75.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 7.100 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 75.00 รองลงมาคือ เพศชาย จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 7.101 จำนวนและร้อยละของอายุ



อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	1	5.00
21 - 30 ปี	7	35.00
31 - 40 ปี	3	15.00
41 - 50 ปี	8	40.00
51 - 60 ปี	1	5.00
61 ปีขึ้นไป	0	0.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 7.101 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่อายุ 41 - 50 ปี จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 รองลงมาคืออายุ 21 - 30 ปี จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 35.00 อายุ 31 - 40 ปี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 อายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 และอายุ 51 - 60 ปี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

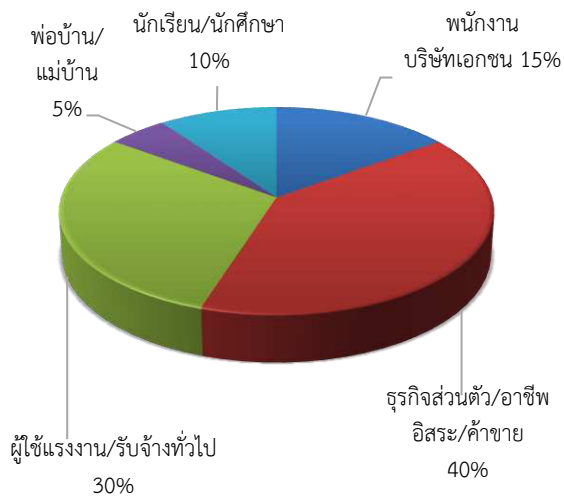
ตารางที่ 7.102 จำนวนและร้อยละของการศึกษา



การศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	0	0.00
มัธยมศึกษาตอนต้น	1	5.00
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	4	20.00
ปวส./อนุปริญญา	3	15.00
ปริญญาตรี	11	55.00
สูงกว่าปริญญาตรี	1	5.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 7.102 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่มีการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 55.00 รองลงมาคือมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 ปวส./อนุปริญญา จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 มัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 และสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

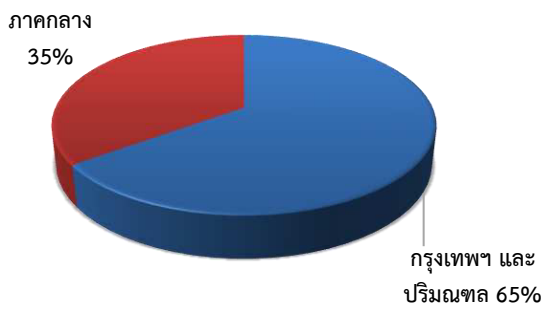
ตารางที่ 7.103 จำนวนและร้อยละของอาชีพ



อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	0	0.00
พนักงานบริษัทเอกชน	3	15.00
ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย	8	40.00
ผู้ใช้แรงงาน/รับจ้างทั่วไป	6	30.00
เกษตรกร/ชาวประมง	0	0.00
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	1	5.00
นักเรียน/นักศึกษา	2	10.00
เกษียณอายุ/ว่างงาน	0	0.00
อื่นๆ	0	0.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 7.103 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 รองลงมาคือ ผู้ใช้แรงงาน/รับจ้างทั่วไป จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 และพ่อบ้าน/แม่บ้าน จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 7.104 จำนวนและร้อยละของจังหวัดที่ท่านอาศัยอยู่ในปัจจุบัน



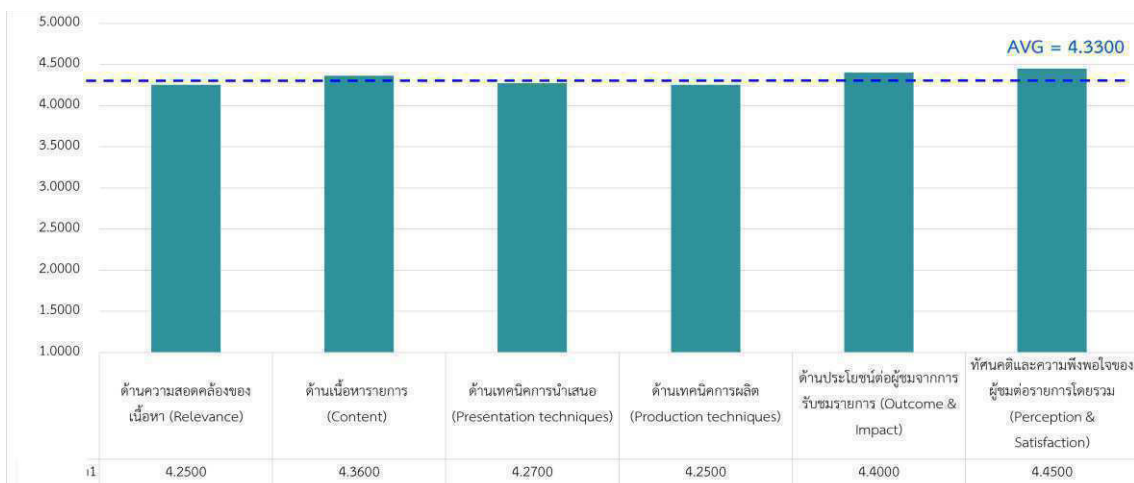
จังหวัดที่อาศัยอยู่ในปัจจุบัน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ภาคเหนือ	0	0.00
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	0	0.00
กรุงเทพฯ และปริมณฑล	13	65.00
ภาคกลาง	7	35.00
ภาคใต้	0	0.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 7.104 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในกรุงเทพฯ และปริมณฑล จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 65.00 รองลงมาคือภาคกลาง (นครปฐม, พระนครศรีอยุธยา) จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 35.00 ตามลำดับ

สรุปผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ

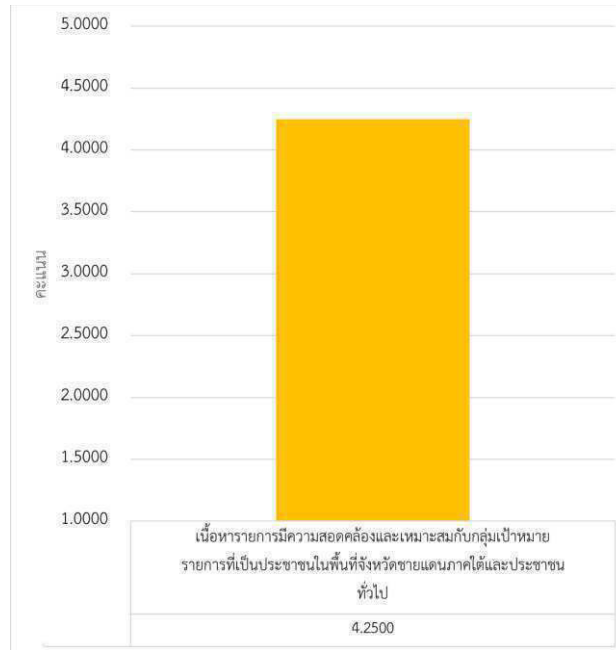
จากการสำรวจคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ มีผลคะแนนเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 4.2946 โดยมีผลคะแนนการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในแต่ละด้าน ดังนี้

แผนภาพที่ 7.92 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ



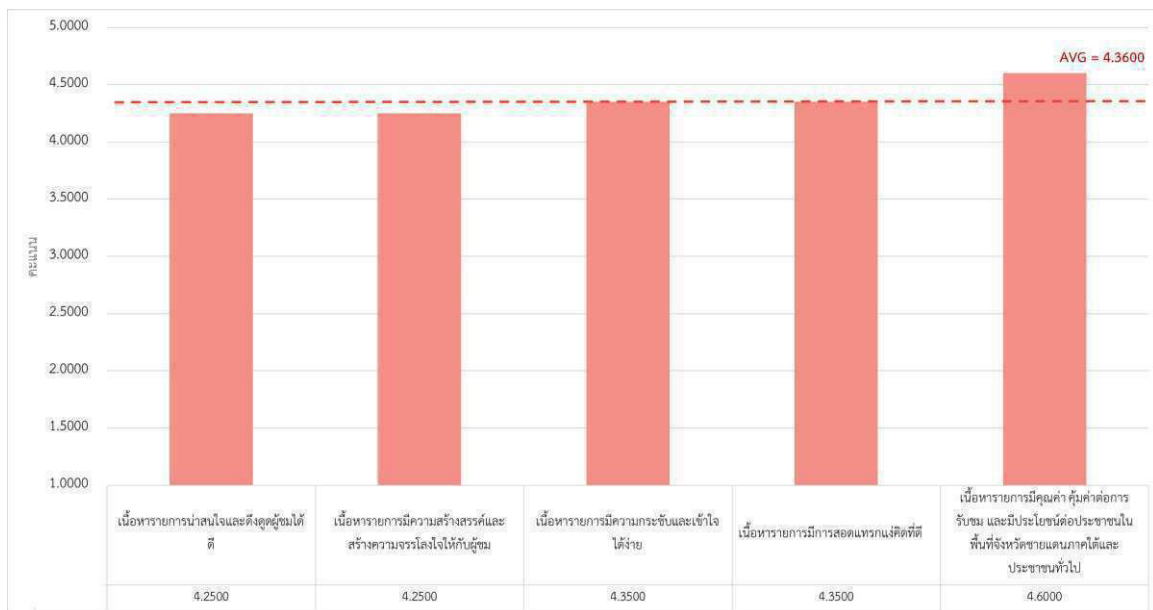
จากแผนภาพที่ 7.92 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ ในภาพรวมอยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านที่มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับดี คือ ด้านทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction) มีผลคะแนนที่ 4.4500 รองลงมาคือ ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact) มีผลคะแนนที่ 4.4000 ด้านเนื้อหารายการ (Content) มีผลคะแนนที่ 4.3600 ด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques) มีผลคะแนนที่ 4.2700 ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance) มีผลคะแนนที่ 4.2500 และด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques) มีผลคะแนนที่ 4.2500 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 7.93 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance)



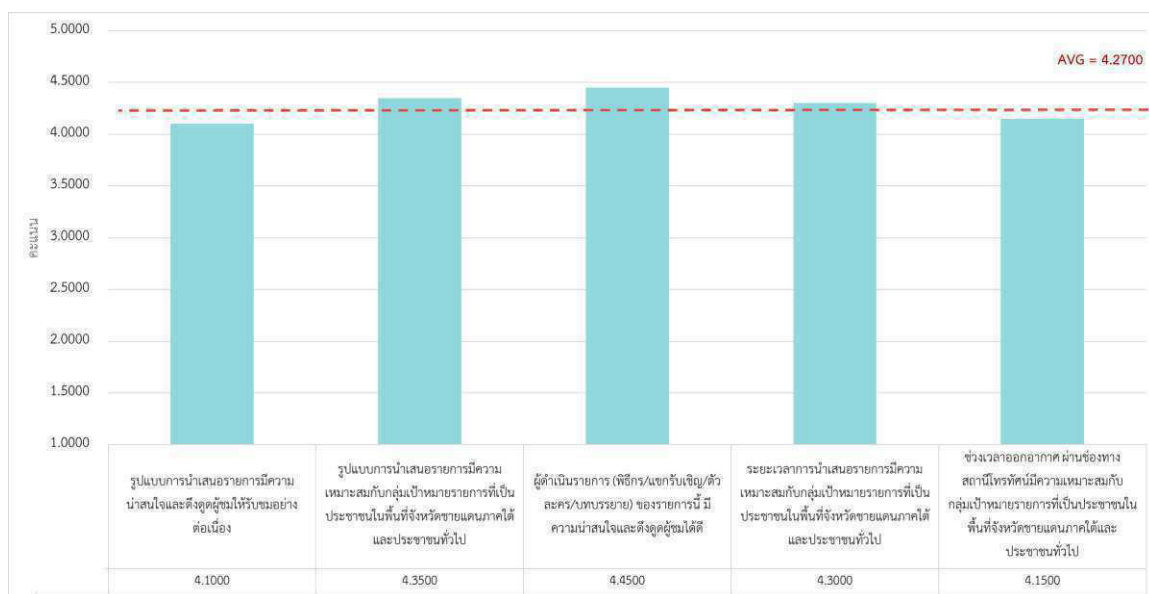
จากแผนภาพที่ 7.93 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance) อยู่ในระดับดี จากประเด็นเนื้อหารายการมีความสอดคล้องและเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้และประชาชนทั่วไป ที่ระดับคะแนน 4.2500

แผนภาพที่ 7.94 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเนื้อหารายการ (Content)



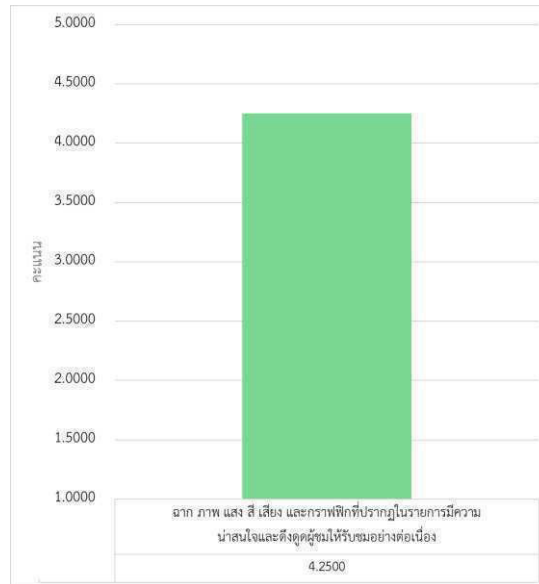
จากแผนภาพที่ 7.94 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมใน ด้านเนื้อหารายการ (Content) ในภาพรวมอยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณารายประเด็น พบว่า ประเด็นที่มีระดับ ความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมาก คือ ประเด็นเนื้อหารายการมีคุณค่า คุ่มค่าต่อการรับชม และมีประโยชน์ ต่อ ประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้และประชาชนทั่วไป มีผลคะแนนที่ 4.6000 และประเด็นที่มีระดับ ความคิดเห็นอยู่ในระดับดี คือ ประเด็นเนื้อหารายการมีความกระชับและเข้าใจได้ง่าย และประเด็นเนื้อหา รายการมีการสอดแทรกแง่คิดที่ดี มีผลคะแนนเท่ากันที่ 4.3500 รองลงมาคือ ประเด็นเนื้อหารายการน่าสนใจและ ดึงดูดผู้ชมได้ดี และประเด็นเนื้อหารายการมีความสร้างสรรค์และสร้างความจรรโลงใจให้กับ ผู้ชม มีผลคะแนนเท่ากันที่ 4.2500 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 7.95 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques)



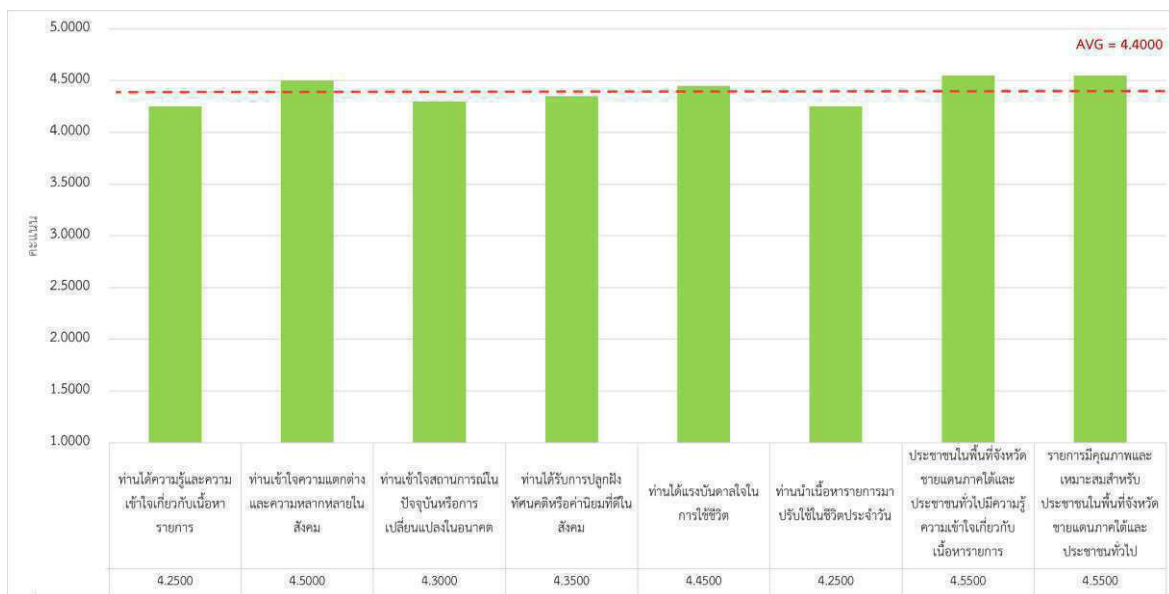
จากแผนภาพที่ 7.95 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมใน ด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques) ในภาพรวมอยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณารายประเด็น พบว่า ทุกประเด็นมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับดี คือ ประเด็นผู้ดำเนินรายการ (พิธีกร/แขกรับเชิญ/ตัวละคร/บทรายการ) ของรายการนี้ มีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี มีผลคะแนนที่ 4.4500 รองลงมาคือ ประเด็นรูปแบบ การนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ และประชาชนทั่วไป มีผลคะแนนที่ 4.3500 ประเด็นระยะเวลาการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับ กลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้และประชาชนทั่วไป มีผลคะแนนที่ 4.3000 ประเด็นช่วงเวลาออกอากาศ ผ่านช่องทางสถานีโทรทัศน์มีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็น ประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้และประชาชนทั่วไป มีผลคะแนนที่ 4.1500 และประเด็นรูปแบบการ นำเสนอรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง มีผลคะแนนที่ 4.1000 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 7.96 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques)



จากแผนภาพที่ 7.96 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques) ประเด็นจาก ภาพ แสง สี เสียง และกราฟิกที่ปรากฏในรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง อยู่ในระดับดี มีผลคะแนนที่ 4.2500

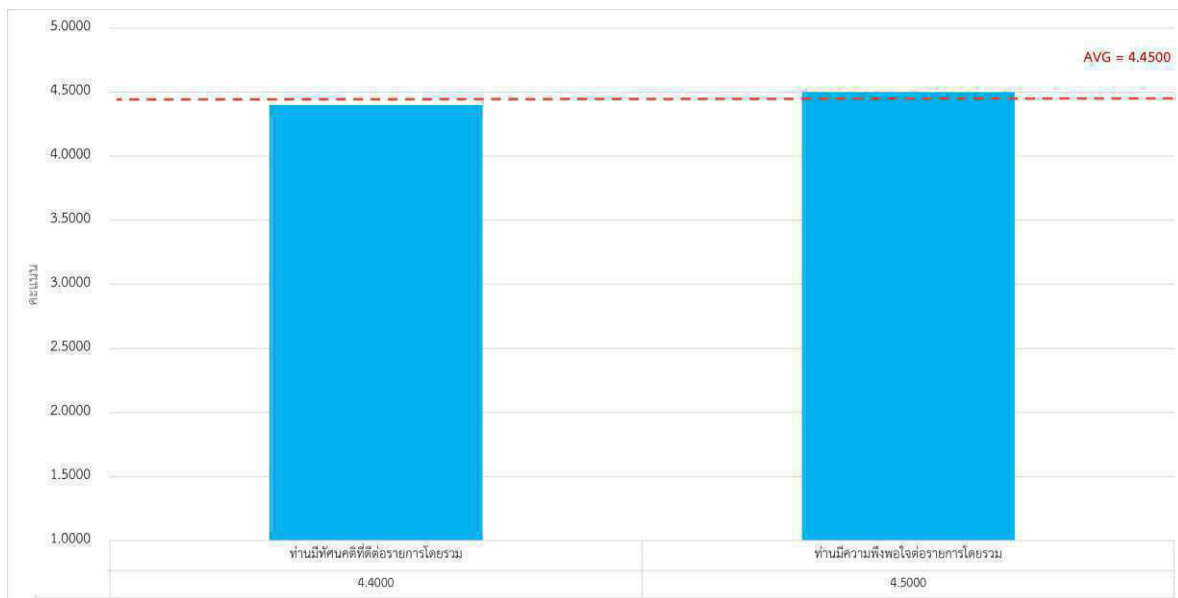
แผนภาพที่ 7.97 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact)



จากแผนภาพที่ 7.97 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact) ในภาพรวมอยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณารายประเด็น พบว่า ประเด็นที่มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมาก คือ ประเด็นประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้และประชาชนทั่วไปมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ และประเด็น

รายการมีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้และประชาชนทั่วไป มีผลคะแนนเท่ากับที่ 4.5500 รองลงมาคือ ประเด็นท่านเข้าใจความแตกต่างและความหลากหลายในสังคม มีผลคะแนนที่ 4.5000 และประเด็นที่มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับดี คือ ท่านได้แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต มีผลคะแนนที่ 4.4500 รองลงมาคือ ประเด็นท่านได้รับการปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม มีผลคะแนนที่ 4.3500 ประเด็นท่านเข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต มีผลคะแนนที่ 4.3000 และประเด็นท่านได้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ และประเด็นท่านนำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน มีผลคะแนนเท่ากับที่ 4.2500 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 7.98 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction)



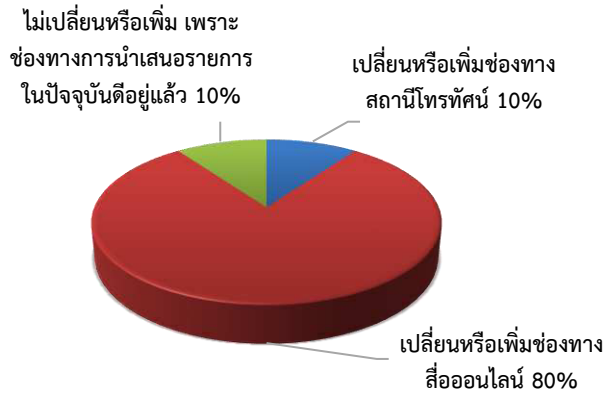
จากแผนภาพที่ 7.98 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction) อยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณารายการประเด็น พบว่า ประเด็นที่มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมาก คือ ประเด็นท่านมีความพึงพอใจต่อรายการโดยรวม มีผลคะแนนที่ 4.5000 และประเด็นที่มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับดี คือ ประเด็นท่านมีทัศนคติที่ดีต่อรายการโดยรวม มีผลคะแนนที่ 4.4000

ตารางที่ 7.105 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ

ประเด็นความพึงพอใจ	ระดับความคิดเห็น		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
1. ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance)	4.2500	0.7164	เห็นด้วยมาก
1.1 เนื้อหารายการมีความสอดคล้องและเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้และประชาชนทั่วไป	4.2500	0.7164	เห็นด้วยมาก
2. ด้านเนื้อหารายการ (Content)	4.3600	0.0928	เห็นด้วยมาก
2.1 เนื้อหารายการน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี	4.2500	0.7164	เห็นด้วยมาก
2.2 เนื้อหารายการมีความสร้างสรรค์และสร้างความจรรโลงใจให้กับผู้ชม	4.2500	0.7164	เห็นด้วยมาก
2.3 เนื้อหารายการมีความกระชับและเข้าใจได้ง่าย	4.3500	0.5871	เห็นด้วยมาก
2.4 เนื้อหารายการมีการสอดแทรกแง่คิดที่ดี	4.3500	0.5871	เห็นด้วยมาก
2.5 เนื้อหารายการมีคุณค่า คุ่มค่าต่อการรับชม และมีประโยชน์ต่อประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้และประชาชนทั่วไป	4.6000	0.5026	เห็นด้วยมากที่สุด
3. ด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques)	4.2700	0.0480	เห็นด้วยมาก
3.1 รูปแบบการนำเสนอรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง	4.1000	0.6407	เห็นด้วยมาก
3.2 รูปแบบการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้และประชาชนทั่วไป	4.3500	0.5871	เห็นด้วยมาก
3.3 ผู้ดำเนินรายการ (พิธีกร/แขกรับเชิญ/ตัวละคร/บทบรรยาย) ของรายการนี้ มีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี	4.4500	0.6863	เห็นด้วยมาก
3.4 ระยะเวลาการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้และประชาชนทั่วไป	4.3000	0.5712	เห็นด้วยมาก
3.5 ช่วงเวลาออกอากาศ ผ่านช่องทางสถานีโทรทัศน์มีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้และประชาชนทั่วไป	4.1500	0.5871	เห็นด้วยมาก
4. ด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques)	4.2500	0.7164	เห็นด้วยมาก
4.1 ฉาก ภาพ แสง สี เสียง และกราฟิกที่ปรากฏในรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง	4.2500	0.7164	เห็นด้วยมาก
5. ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact)	4.4000	0.1272	เห็นด้วยมาก
5.1 ท่านได้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	4.2500	0.5501	เห็นด้วยมาก
5.2 ท่านเข้าใจความแตกต่างและความหลากหลายในสังคม	4.5000	0.6070	เห็นด้วยมากที่สุด
5.3 ท่านเข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต	4.3000	0.5712	เห็นด้วยมาก
5.4 ท่านได้รับการปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม	4.3500	0.4894	เห็นด้วยมาก
5.5 ท่านได้แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต	4.4500	0.6048	เห็นด้วยมาก
5.6 ท่านนำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน	4.2500	0.9105	เห็นด้วยมาก
5.7 ประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้และประชาชนทั่วไปมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	4.5500	0.6863	เห็นด้วยมากที่สุด
5.8 รายการมีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้และประชาชนทั่วไป	4.5500	0.6048	เห็นด้วยมากที่สุด
6. ทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction)	4.4500	0.0738	เห็นด้วยมาก
6.1 ท่านมีทัศนคติที่ดีต่อรายการโดยรวม	4.4000	0.5026	เห็นด้วยมาก
6.2 ท่านมีความพึงพอใจต่อรายการโดยรวม	4.5000	0.6070	เห็นด้วยมากที่สุด
ภาพรวม	4.3300	0.2958	เห็นด้วยมาก

สรุปข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

ตารางที่ 7.106 จำนวนและร้อยละข้อแนะนำในการพัฒนาช่องทางการนำเสนอรายการ



ข้อแนะนำในการพัฒนา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เปลี่ยนหรือเพิ่มช่องทาง สถานีโทรทัศน์	4	20.00
เปลี่ยนหรือเพิ่มช่องทางสื่อ ออนไลน์	6	30.00
ไม่เปลี่ยนหรือเพิ่ม เพราะ ช่องทางการนำเสนอ รายการในปัจจุบันดีอยู่แล้ว	10	50.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 7.106 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่มีข้อแนะนำให้ไม่เปลี่ยนหรือเพิ่มเพราะช่องทางการนำเสนอรายการในปัจจุบันดีอยู่แล้ว จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมาคือ เปลี่ยนหรือเพิ่มช่องทางสื่อออนไลน์ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 (สื่อออนไลน์ที่แนะนำ ได้แก่ Youtube, Facebook, TikTok, Line และ Instagram) และเปลี่ยนหรือเพิ่มช่องทางสถานีโทรทัศน์ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 (สถานีโทรทัศน์ที่แนะนำ ช่อง 3, ช่องไทยรัฐ, ช่อง One 31, ช่อง 9, Thai PBS, อัมรินทร์) ตามลำดับ

สรุปประเด็นข้อแนะนำเพื่อปรับปรุงหรือพัฒนารายการ

จากผลการสำรวจ พบว่า ในภาพรวมกลุ่มเป้าหมายรายการในเขตภาคกลาง กทม. และปริมณฑลมีระดับความพึงพอใจต่อโครงการผลิตสารคดีเพื่อส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนใต้ในระดับดีมาก โดยมีคะแนนความพึงพอใจที่ 4.5000 คะแนน ซึ่งสูงกว่าทัศนคติ/ความคาดหวังของกลุ่มเป้าหมาย ทั้งนี้ จากการสัมภาษณ์เชิงลึกเพิ่มเติม กลุ่มเป้าหมายมีข้อเสนอแนะในการพัฒนารายการเพิ่มเติม ดังนี้

- 1) รายการควรมีการเพิ่มเติมเนื้อหาที่มีความน่าตื่นเต้น สนุกสนาน เพื่อดึงดูดผู้รับชมให้มากขึ้น โดยเน้นเนื้อหาที่โดดเด่น ตรงต่อความสนใจ เหมาะสมกับบริบททางประวัติศาสตร์ ส่งเสริมวัฒนธรรม และการอยู่ด้วยกันประชาชนทั้ง 3 ศาสนา อย่างความสามัคคีในจังหวัดชายแดนภาคใต้
- 2) ควรมีการนำเสนอเนื้อหารายการที่ส่งเสริมความเข้าใจที่ถูกต้องในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ เพื่อลดความเข้าใจผิด ความกังวล และความหวาดกลัวต่อพื้นที่
- 3) ควรมีการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับความสวยงามของศิลปวัฒนธรรม วิถีชีวิต แหล่งท่องเที่ยว เพื่อสร้างการรับรู้ และความสนใจของคนนอกพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ กระตุ้นการท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยว หรือศึกษาเกี่ยวกับ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ให้มากขึ้น

7.3.3.4 โครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อ

มีผู้ตอบแบบสอบถามโดยกลุ่มตัวแทนจากประชาชน จำนวน 20 ราย ประกอบด้วยข้อมูล ดังนี้

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบประเมิน

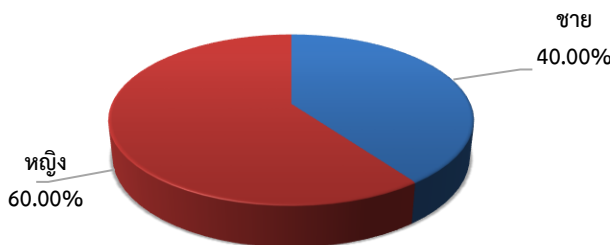
ตารางที่ 7.107 จำนวนและร้อยละของรายการ



รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
บริษัท (ไม่) จัดฉาก จำกัด	20	100.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 7.107 ผู้ตอบแบบประเมินทั้งหมดรับชมคลิปวิดีโอรายการ บริษัท (ไม่) จัดฉาก จำกัด จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00

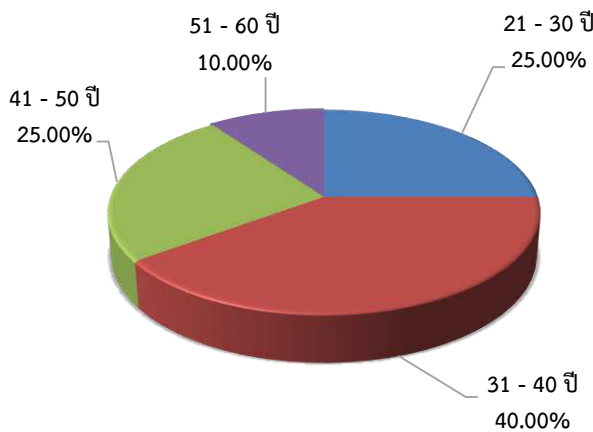
ตารางที่ 7.108 จำนวนและร้อยละของเพศ



เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	8	40.00
หญิง	12	60.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 7.108 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 60.00 และเป็นเพศชาย จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 ตามลำดับ

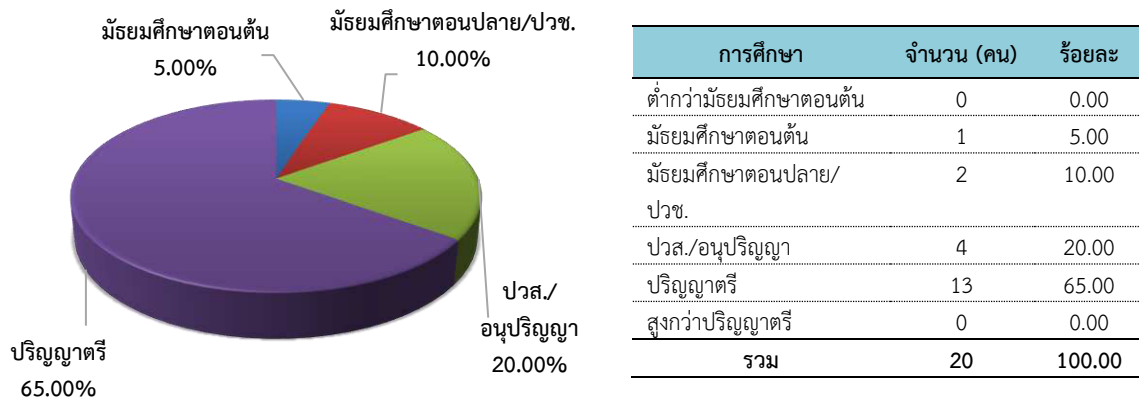
ตารางที่ 7.109 จำนวนและร้อยละของอายุ



อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	0	0.00
21 - 30 ปี	5	25.00
31 - 40 ปี	8	40.00
41 - 50 ปี	5	25.00
51 - 60 ปี	2	10.00
61 ปีขึ้นไป	0	0.00
รวม	20	100.00

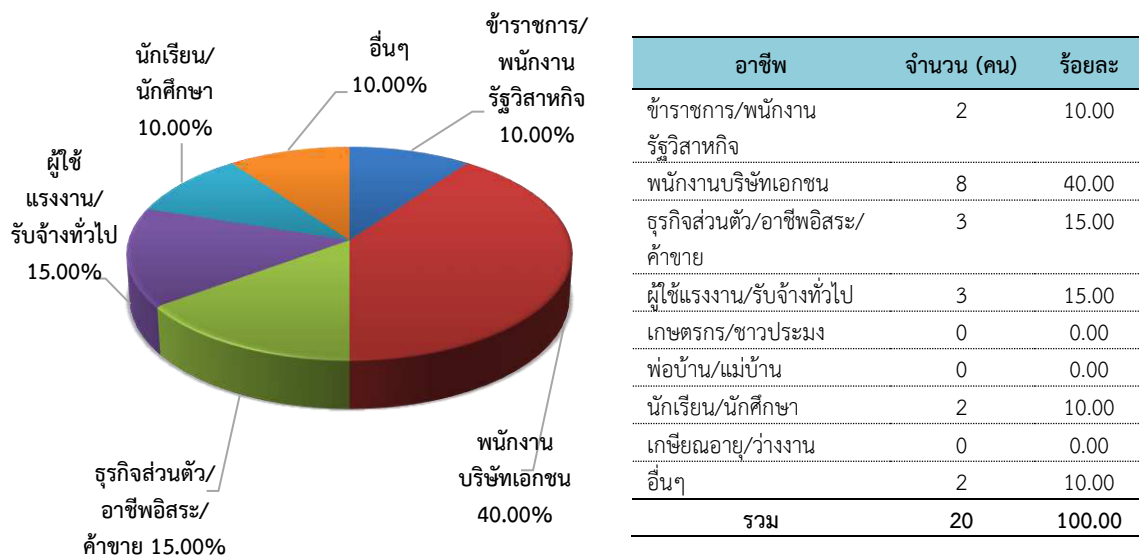
จากตารางที่ 7.109 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่อายุ 31 - 40 ปี จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 รองลงมาคือ อายุ 21 - 30 ปี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 อายุ 41 - 50 ปี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 และอายุ 51 - 60 ปี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10 ตามลำดับ

ตารางที่ 7.110 จำนวนและร้อยละของการศึกษา



จากตารางที่ 7.110 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 65.00 รองลงมาคือ ปวส./อนุปริญญา จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 และมัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 7.111 จำนวนและร้อยละของอาชีพ



จากตารางที่ 7.111 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 รองลงมาคือ ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 ผู้ใช้แรงงาน/รับจ้างทั่วไป จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 และอื่นๆ (ลูกจ้างหน่วยงานรัฐ) จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 7.112 จำนวนและร้อยละของจังหวัดที่ท่านอาศัยอยู่ในปัจจุบัน



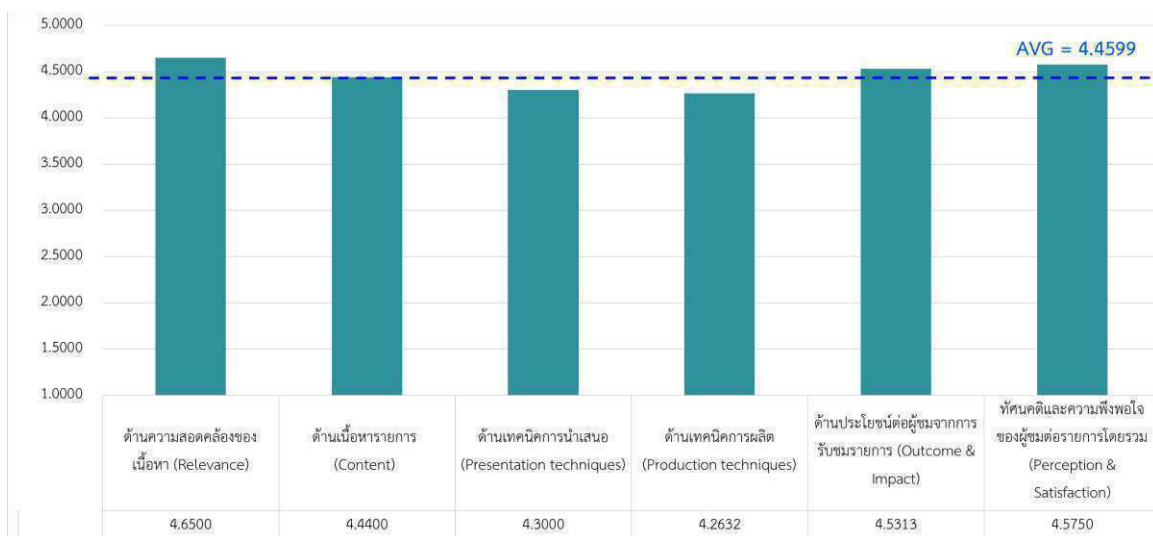
จังหวัดที่อาศัยอยู่ในปัจจุบัน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ภาคเหนือ	0	0.00
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	0	0.00
กรุงเทพฯ และปริมณฑล	20	100.00
ภาคกลาง	0	0.00
ภาคใต้	0	0.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 7.112 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในกรุงเทพฯ และปริมณฑล (กรุงเทพฯ, สมุทรปราการ) จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00

สรุปผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ

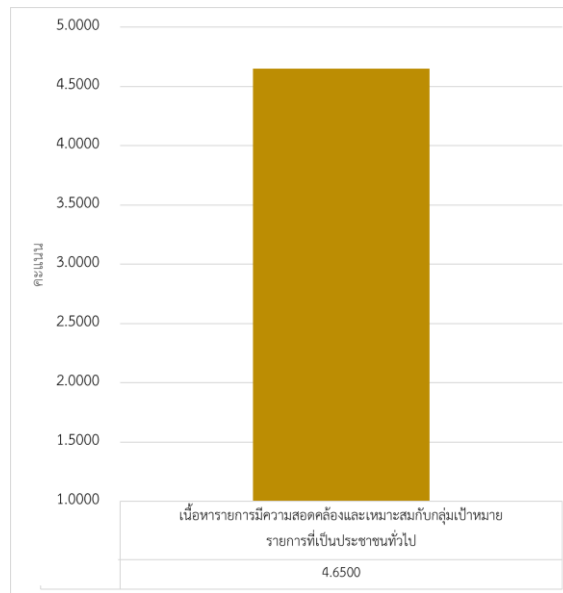
จากการสำรวจคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ มีผลคะแนนเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 4.4599 โดยมีผลคะแนนการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในแต่ละด้าน ดังนี้

แผนภาพที่ 7.99 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ



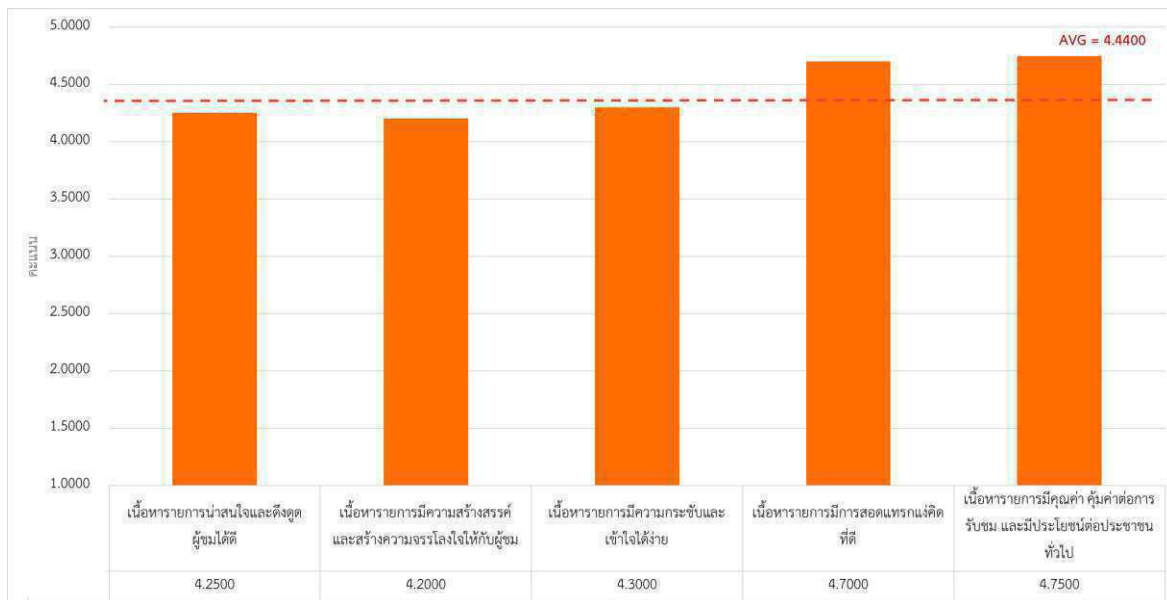
จากแผนภาพที่ 7.99 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน เรียงลำดับจากมากที่สุดคือ ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance) มีผลคะแนนที่ระดับ 4.6500 รองลงมาคือ ทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction) มีผลคะแนนที่ระดับ 4.5750 ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact) มีผลคะแนนที่ระดับ 4.5313 ด้านเนื้อหารายการ (Content) มีผลคะแนนที่ระดับ 4.4400 ด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques) มีผลคะแนนที่ระดับ 4.3000 และด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques) มีระดับคะแนน 4.2632 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 7.100 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance)



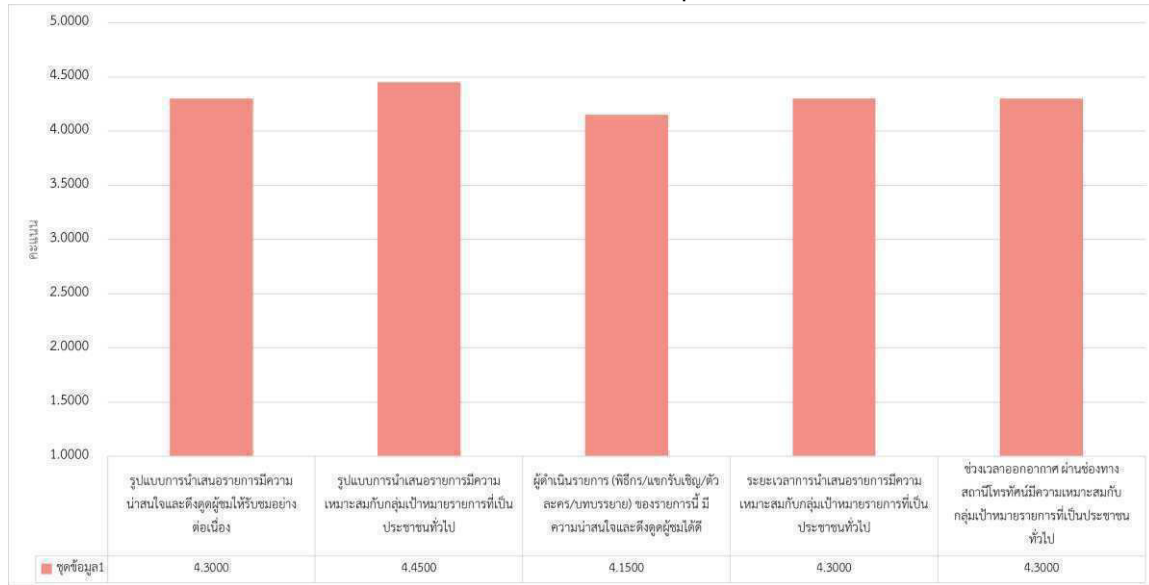
จากแผนภาพที่ 7.100 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance) อยู่ในระดับที่เห็นด้วยมากที่สุด จากประเด็นเนื้อหารายการมีความสอดคล้องและเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนทั่วไป ที่ระดับคะแนน 4.6500

แผนภาพที่ 7.101 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเนื้อหารายการ (Content)



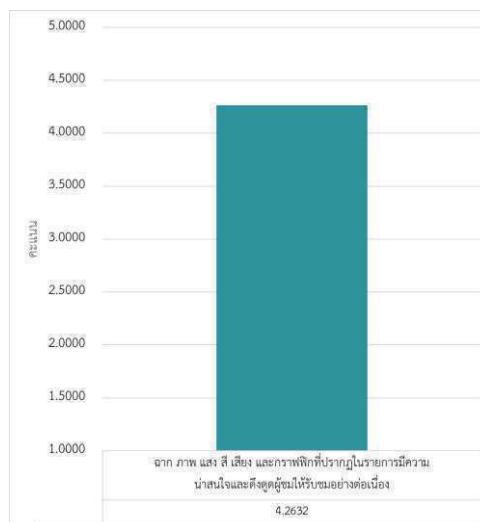
จากแผนภาพที่ 7.101 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเนื้อหารายการ (Content) ในภาพรวมอยู่ในระดับที่เห็นด้วยมาก โดยประเด็นเนื้อหารายการมีคุณค่า คุ่มค่าต่อการรับชม และมีประโยชน์ต่อประชาชนทั่วไป มีระดับคะแนน 4.7500 เนื้อหารายการมีการสอดแทรกแนวคิดที่ดี มีระดับคะแนน 4.7000 เนื้อหาที่มีความกระชับและเข้าใจได้ง่าย มีระดับคะแนน 4.3000 เนื้อหาที่น่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี มีระดับคะแนน 4.2500 และเนื้อหาที่มีความสร้างสรรค์และสร้างความจริงใจให้กับผู้ชม มีระดับคะแนน 4.2000 ตามลำดับ

**แผนภาพที่ 7.102 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการนำเสนอ
 (Presentation techniques)**



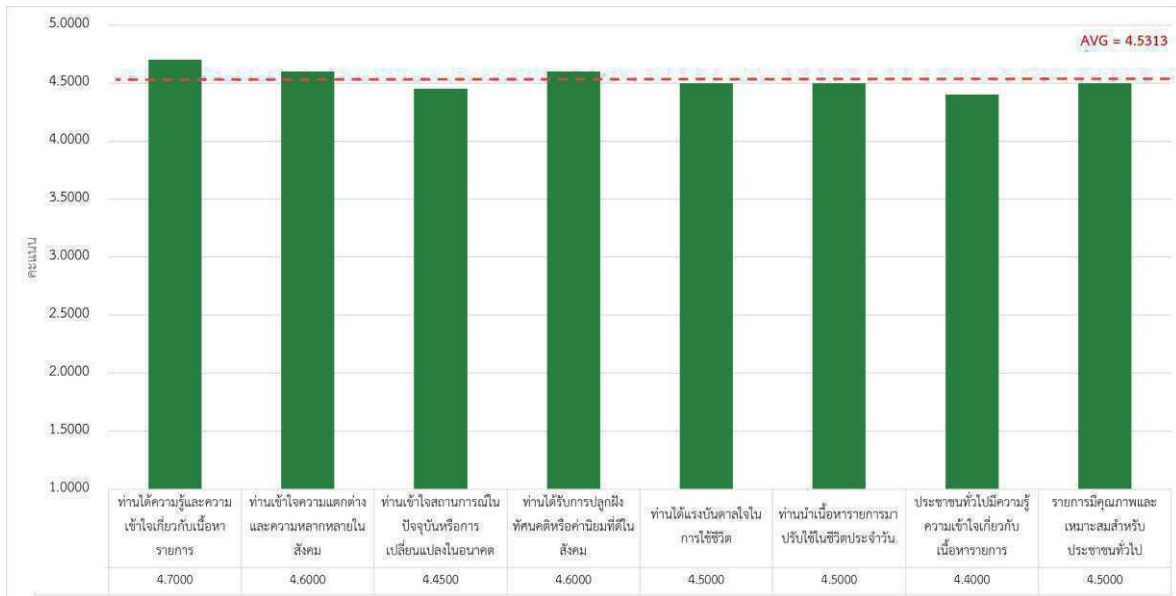
จากแผนภาพที่ 7.102 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques) ในภาพรวมอยู่ในระดับที่เห็นด้วยมาก โดยรูปแบบการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนทั่วไป มีระดับคะแนนสูงสุดที่ 4.4500 รองลงมาคือ รูปแบบการนำเสนอรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง, ระยะเวลาการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนทั่วไป และช่วงเวลาออกอากาศ ผ่านช่องทางสถานีโทรทัศน์มีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนทั่วไป มีระดับคะแนนเท่ากันที่ 4.3500 และผู้ดำเนินรายการ (พิธีกร/แขกรับเชิญ/ตัวละคร/บทบรรยาย) ของรายการนี้มีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี มีระดับคะแนนต่ำสุดที่ 4.1500

แผนภาพที่ 7.103 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques)



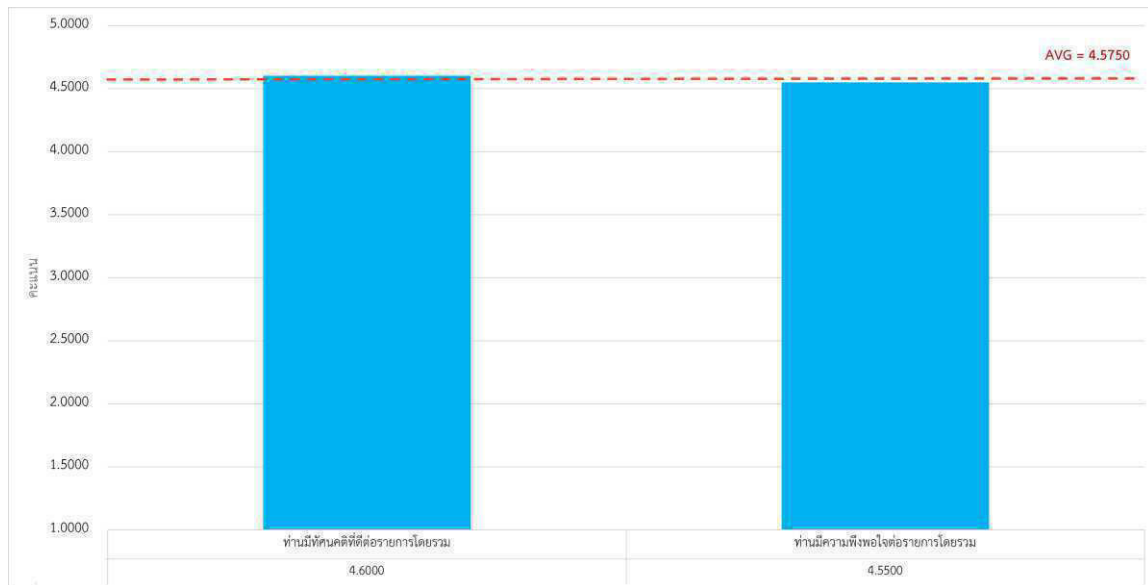
จากแผนภาพที่ 7.103 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques) อยู่ในระดับดีมาก จากประเด็นจาก ภาพ แสง สี เสียง และกราฟฟิกที่ปรากฏในรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง ที่ระดับคะแนน 4.2632

แผนภาพที่ 7.104 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact)



จากแผนภาพที่ 7.104 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact) ในภาพรวมอยู่ในระดับที่พึงพอใจมากที่สุด โดยประเด็นท่านได้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ มีระดับคะแนน 4.7000 ท่านเข้าใจความแตกต่างและความหลากหลายในสังคม และท่านได้รับการปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม มีระดับคะแนนเท่ากับ 4.6000 ท่านได้แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต, ท่านนำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน, รายการมีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับประชาชนทั่วไป มีคะแนนเท่ากับ 4.5000 ท่านเข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต มีระดับคะแนน 4.4500 และประชาชนทั่วไปมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ มีระดับคะแนน 4.4000 ตามลำดับ

**แผนภาพที่ 7.105 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม
(Perception & Satisfaction)**



จากแผนภาพที่ 7.105 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction) อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีทัศนคติที่ดีต่อรายการโดยรวม ที่ระดับคะแนน 4.6000 และมีความพึงพอใจต่อรายการโดยรวม ที่ระดับคะแนน 4.5500

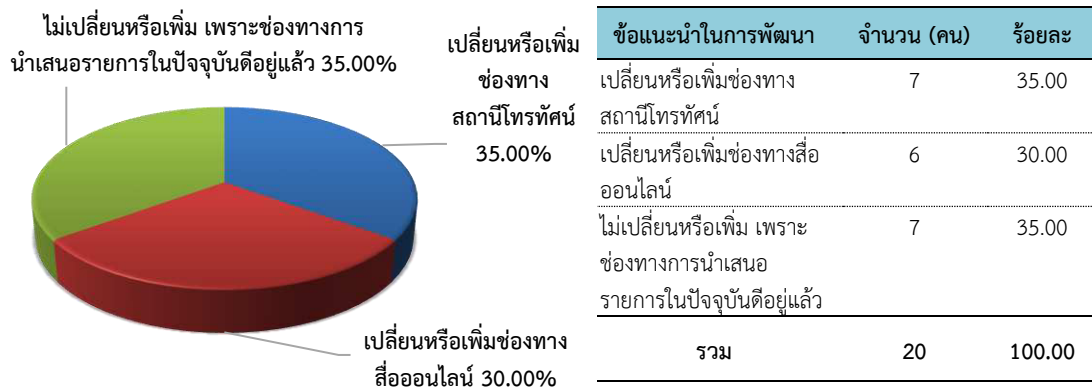
ตารางที่ 7.113 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ

ประเด็นความคิดเห็น/ความพึงพอใจ	ระดับความคิดเห็น/ความพึงพอใจ		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
1. ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance)	4.6500	0.5871	เห็นด้วยมากที่สุด
1.1 เนื้อหารายการมีความสอดคล้องและเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนทั่วไป	4.6500	0.5871	เห็นด้วยมาก
2. ด้านเนื้อหารายการ (Content)	4.4400	0.2164	เห็นด้วยมาก
2.1 เนื้อหารายการน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี	4.2500	0.7864	เห็นด้วยมาก
2.2 เนื้อหารายการมีความสร้างสรรค์และสร้างความจรรโลงใจให้กับผู้ชม	4.2000	0.9515	เห็นด้วยมาก
2.3 เนื้อหารายการมีความกระชับและเข้าใจได้ง่าย	4.3000	0.7327	เห็นด้วยมาก
2.4 เนื้อหารายการมีการสอดแทรกแง่คิดที่ดี	4.7000	0.4702	เห็นด้วยมากที่สุด
2.5 เนื้อหารายการมีคุณค่า คุ่มค่าต่อการรับชม และมีประโยชน์ต่อประชาชนทั่วไป	4.7500	0.4443	เห็นด้วยมากที่สุด
3. ด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques)	4.3000	0.1333	เห็นด้วยมาก
3.1 รูปแบบการนำเสนอรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง	4.3000	0.9787	เห็นด้วยมาก
3.2 รูปแบบการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนทั่วไป	4.4500	0.7592	เห็นด้วยมาก
3.3 ผู้ดำเนินรายการ (พิธีกร/แขกรับเชิญ/ตัวละคร/บทรบราย) ของรายการนี้ มีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี	4.1500	0.8127	เห็นด้วยมาก
3.4 ระยะเวลาการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนทั่วไป	4.3000	0.6569	เห็นด้วยมาก
3.5 ช่วงเวลาออกอากาศ ผ่านช่องทางสถานีโทรทัศน์มีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนทั่วไป	4.3000	0.6569	เห็นด้วยมาก

ประเด็นความคิดเห็น/ความพึงพอใจ	ระดับความคิดเห็น/ความพึงพอใจ		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
4. ด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques)	4.2632	1.0976	เห็นด้วยมาก
4.1 ฉาก ภาพ แสง สี เสียง และกราฟิกที่ปรากฏในรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง	4.2632	1.0976	เห็นด้วยมาก
5. ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact)	4.5313	0.0735	พึงพอใจมากที่สุด
5.1 ท่านได้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	4.7000	0.4702	พึงพอใจมากที่สุด
5.2 ท่านเข้าใจความแตกต่างและความหลากหลายในสังคม	4.6000	0.5026	พึงพอใจมากที่สุด
5.3 ท่านเข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต	4.4500	0.6048	พึงพอใจมาก
5.4 ท่านได้รับการปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม	4.6000	0.5026	พึงพอใจมากที่สุด
5.5 ท่านได้แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต	4.5000	0.5130	พึงพอใจมากที่สุด
5.6 ท่านนำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน	4.5000	0.6070	พึงพอใจมากที่สุด
5.7 ประชาชนทั่วไปมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	4.4000	0.6806	พึงพอใจมาก
5.8 รายการมีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับประชาชนทั่วไป	4.5000	0.6070	พึงพอใจมากที่สุด
6. ทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction)	4.5750	0.0046	พึงพอใจมากที่สุด
6.1 ท่านมีทัศนคติที่ดีต่อรายการโดยรวม	4.6000	0.5982	พึงพอใจมากที่สุด
6.2 ท่านมีความพึงพอใจต่อรายการโดยรวม	4.5500	0.6048	พึงพอใจมากที่สุด
ภาพรวม	4.4599	0.4185	เห็นด้วย/ พึงพอใจมาก

สรุปข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

ตารางที่ 7.114 จำนวนและร้อยละข้อแนะนำในการพัฒนาช่องทางการนำเสนอรายการ



จากตารางที่ 7.114 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่มีข้อแนะนำ ไม่เปลี่ยนหรือเพิ่มเพราะช่องทางการนำเสนอรายการในปัจจุบันดีอยู่แล้ว จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 35.00 และเปลี่ยนหรือเพิ่มช่องทางสถานีโทรทัศน์ (workpoint, ช่องวัน, ช่อง 3, Thai PBS, ช่อง 7, ไทยรัฐทีวี, อัมรินทร์ทีวี) จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 35.00 รองลงมาคือ เปลี่ยนหรือเพิ่มช่องทางสื่อออนไลน์ (Tiktok, Facebook, Instagram) จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 ตามลำดับ

สรุปประเด็นข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงหรือพัฒนารายการ

จากผลการสำรวจ พบว่า ในภาพรวมกลุ่มเป้าหมายรายการในเขตภาคกลาง กทม. และปริมณฑล มีระดับความพึงพอใจต่อโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อ ในระดับดีมาก โดยมีคะแนนความพึงพอใจที่ 4.5500 คะแนน ซึ่งต่ำกว่าทัศนคติ/ความคาดหวังของกลุ่มเป้าหมายที่ 4.6000 คะแนน ทั้งนี้ จากการสัมภาษณ์เชิงลึกเพิ่มเติม กลุ่มเป้าหมายมีข้อเสนอแนะในการพัฒนารายการเพิ่มเติม ดังนี้

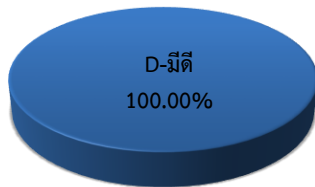
- 1) ควรปรับปรุงแบบการดำเนินรายการให้ดึงดูดน่าสนใจ อาจใช้นักแสดงที่ได้รับความนิยมร่วมแสดง ดึงดูดกลุ่มเป้าหมาย การจัดฉาก ภาพ กราฟิคในรูปแบบที่สวยงาม เข้าใจง่าย นอกจากนี้ควรลำดับสื่อหรือรูปแบบให้สอดคล้องกับบริบทในปัจจุบัน เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มคนปัจจุบันได้มากขึ้น
- 2) ควรเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์ ผ่านหลายๆช่องทาง เช่น ทางออนไลน์ Tiktok ฯลฯ และเข้าถึงทุกกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้รู้เท่าทันสื่อ
- 3) ควรเพิ่มเนื้อหารายการ วิธีการตรวจสอบข้อมูลข้อเท็จจริง (ข่าวปลอม) สำหรับประชาชน สอดแทรกเนื้อหาตัวอย่างของประเทศที่พัฒนาแล้ว (ถ้ามี) กรณีที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาที่น่าสนใจ เพื่อให้ทราบข้อเท็จจริงของสื่อปัจจุบัน
- 4) ควรจะมีการชี้แจงรายละเอียดเกี่ยวกับช่องทางการทำบุญบริจาคให้ได้ทราบโดยละเอียดว่ามีรายละเอียดอย่างไร
- 5) ควรเพิ่มเวลารายการให้นานขึ้น

7.3.3.5 โครงการจัดทำรายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมให้คนพิการรู้จักสิทธิและใช้ประโยชน์จากกิจการโทรทัศน์ได้อย่างรู้เท่าทัน

มีผู้ตอบแบบสอบถามโดยกลุ่มตัวแทนคนพิการและผู้ที่เกี่ยวข้องกับคนพิการ จำนวน 20 ราย ประกอบด้วยข้อมูล ดังนี้

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบประเมิน

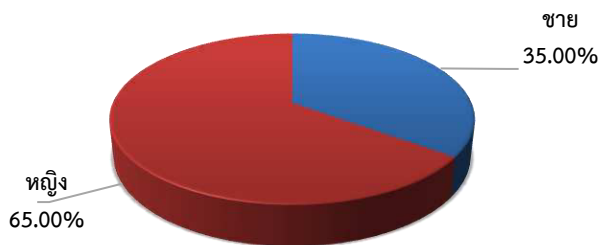
ตารางที่ 7.115 จำนวนและร้อยละของรายการ



รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
D-มีดี	20	100.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 7.115 ผู้ตอบแบบประเมินทั้งหมดรับชมคลิปวิดีโอรายการ D-มีดี จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00

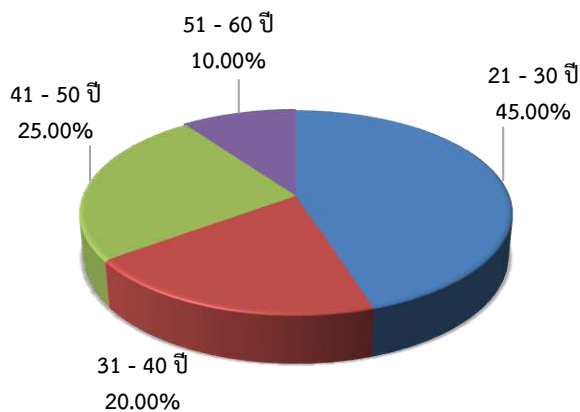
ตารางที่ 7.116 จำนวนและร้อยละของเพศ



เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	7	35.00
หญิง	13	65.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 7.116 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 65.00 และเป็นเพศชาย จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 35.00 ตามลำดับ

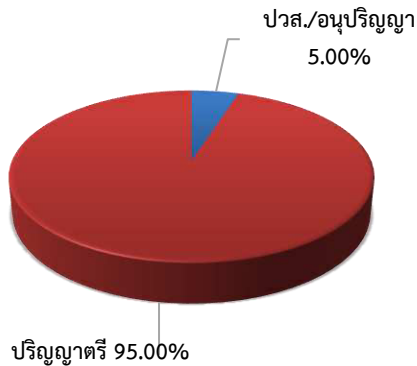
ตารางที่ 7.117 จำนวนและร้อยละของอายุ



อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	0	0.00
21 - 30 ปี	9	45.00
31 - 40 ปี	4	20.00
41 - 50 ปี	5	25.00
51 - 60 ปี	2	10.00
61 ปีขึ้นไป	0	0.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 7.117 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่อายุ 21 – 30 ปี จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 45.00 รองลงมาคือ อายุ 41 - 50 ปี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 อายุ 31 - 40 ปี จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 และอายุ 51 - 60 ปี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 ตามลำดับ

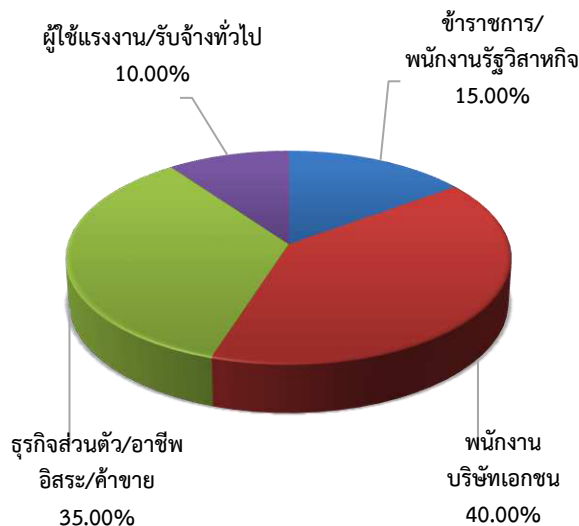
ตารางที่ 7.118 จำนวนและร้อยละของการศึกษา



การศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	0	0.00
มัธยมศึกษาตอนต้น	0	0.00
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช.	0	0.00
ปวส./อนุปริญญา	1	5.00
ปริญญาตรี	19	95.00
สูงกว่าปริญญาตรี	0	0.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 7.118 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 95.00 และปวส./อนุปริญญา จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00

ตารางที่ 7.119 จำนวนและร้อยละของอาชีพ



อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3	15.00
พนักงานบริษัทเอกชน	8	40.00
ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ ค้าขาย	7	35.00
ผู้ใช้แรงงาน/รับจ้างทั่วไป	2	10.00
เกษตรกร/ชาวประมง	0	0.00
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	0	0.00
นักเรียน/นักศึกษา	0	0.00
เกษียณอายุ/ว่างงาน	0	0.00
อื่นๆ	0	0.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 7.119 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 รองลงมาคือ ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 35.00 ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 และผู้ใช้แรงงาน/รับจ้างทั่วไป จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 7.120 จำนวนและร้อยละของจังหวัดที่ท่านอาศัยอยู่ในปัจจุบัน



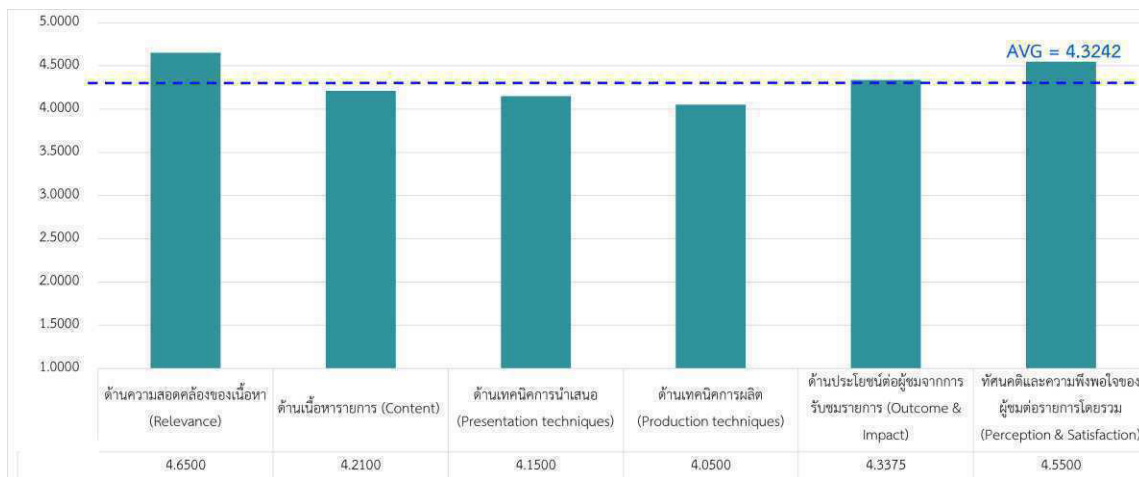
จังหวัดที่อาศัยอยู่ในปัจจุบัน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ภาคเหนือ	0	0.00
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	0	0.00
กรุงเทพฯ และปริมณฑล	20	100.00
ภาคกลาง	0	0.00
ภาคใต้	0	0.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 7.120 ผู้ตอบแบบประเมินทั้งหมดอาศัยอยู่ในจังหวัดของกรุงเทพฯ และปริมณฑล (กรุงเทพมหานคร, สมุทรปราการ, นครปฐม, นนทบุรี) จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00

สรุปผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ

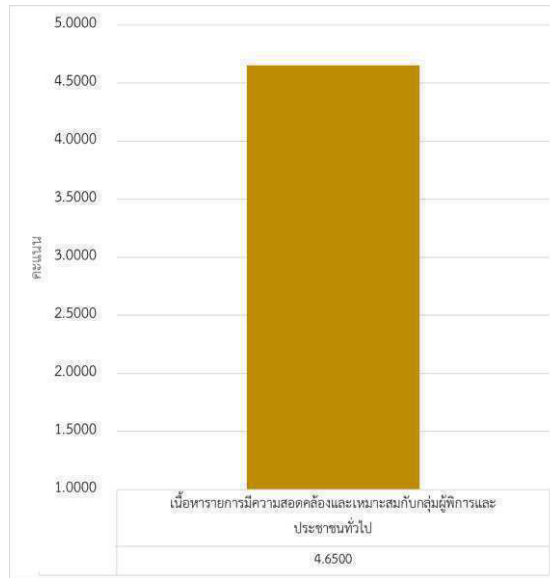
จากการสำรวจคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ มีผลคะแนนเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 4.3242 โดยมีผลคะแนนการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในแต่ละด้าน ดังนี้

แผนภาพที่ 7.106 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ



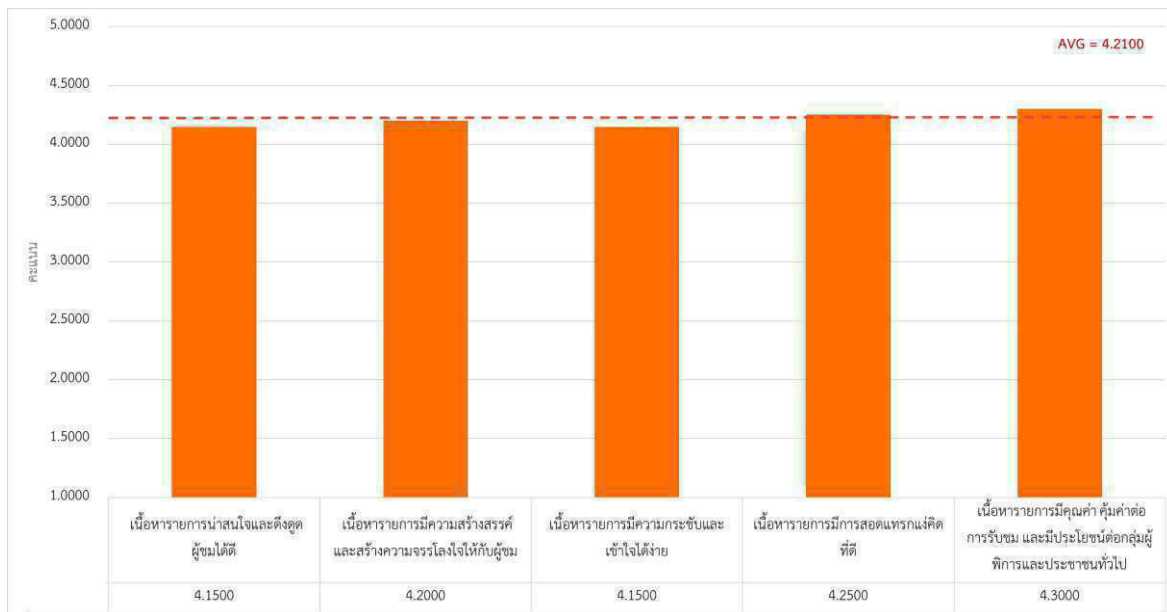
จากแผนภาพที่ 7.106 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน เรียงลำดับจากมากที่สุดคือ ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance) มีคะแนนสูงสุดที่ 4.6500 ทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction) มีผลคะแนนที่ระดับ 4.5500 ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact) มีผลคะแนนที่ระดับ 4.3375 ด้านเนื้อหารายการ (Content) มีผลคะแนนที่ระดับ 4.2100 ด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques) มีผลคะแนนที่ระดับ 4.1500 และด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques) มีระดับคะแนน 4.0500 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 7.107 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance)



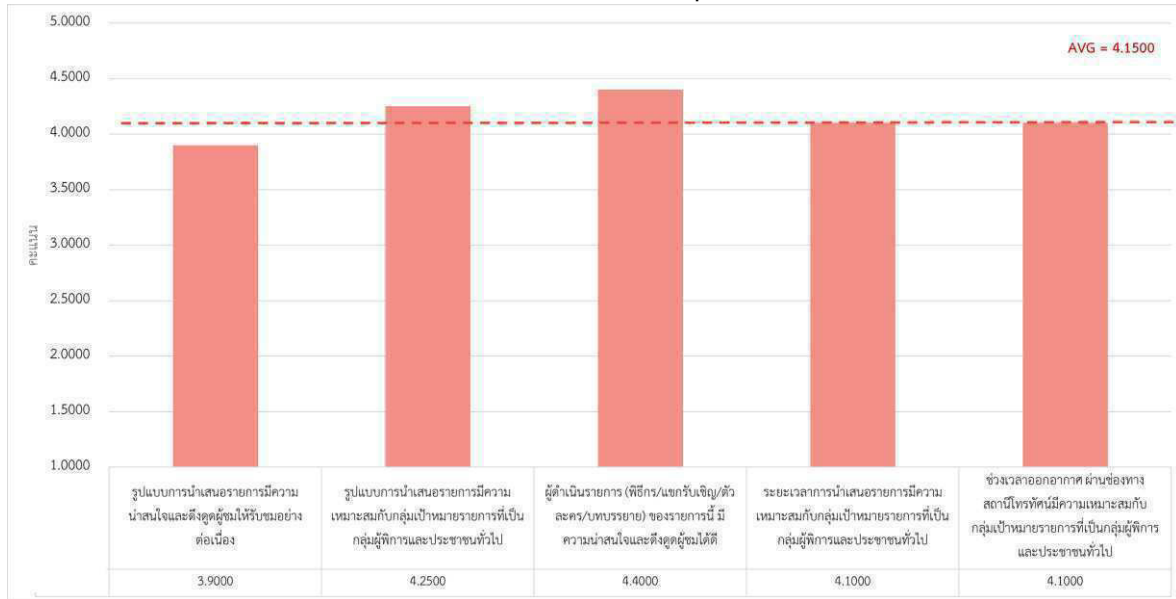
จากแผนภาพที่ 7.107 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance) อยู่ในระดับที่เห็นด้วยมากที่สุด จากประเด็นเนื้อหารายการมีความสอดคล้องและเหมาะสมกับกลุ่มผู้พิการและประชาชนทั่วไป ที่ระดับคะแนน 4.6500

แผนภาพที่ 7.108 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเนื้อหารายการ (Content)



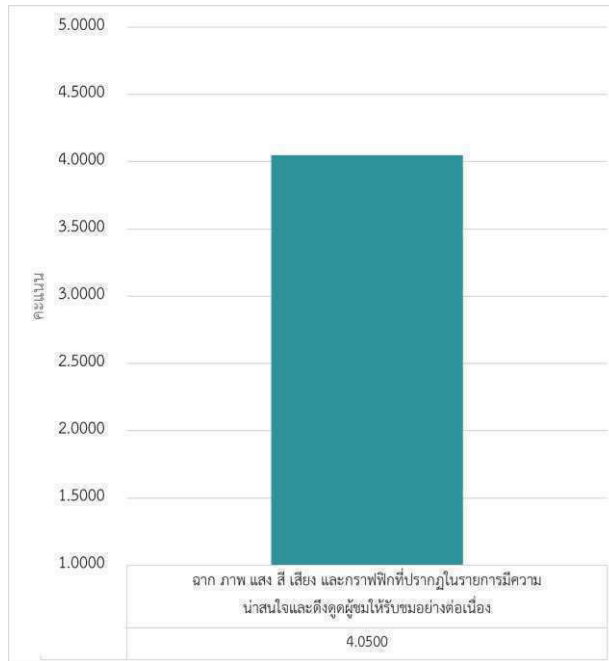
จากแผนภาพที่ 7.108 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเนื้อหารายการ (Content) ในภาพรวมอยู่ในระดับที่เห็นด้วยมาก โดยประเด็นเนื้อหารายการมีคุณค่า คุ่มค่าต่อการรับชม และมีประโยชน์ต่อกลุ่มผู้พิการและประชาชนทั่วไป มีระดับคะแนนสูงสุดที่ 4.3000 รองลงมาคือ เนื้อหารายการมีการสอดแทรกแง่คิดที่ดี มีระดับคะแนน 4.2500 เนื้อหาที่มีความสร้างสรรค์และสร้างความจรรโลงใจให้กับผู้ชม มีระดับคะแนน 4.2000 เนื้อหาที่มีความกระชับและเข้าใจได้ง่าย และเนื้อหาที่น่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ มีระดับคะแนนเท่ากันที่ 4.1500

**แผนภาพที่ 7.109 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการนำเสนอ
 (Presentation techniques)**



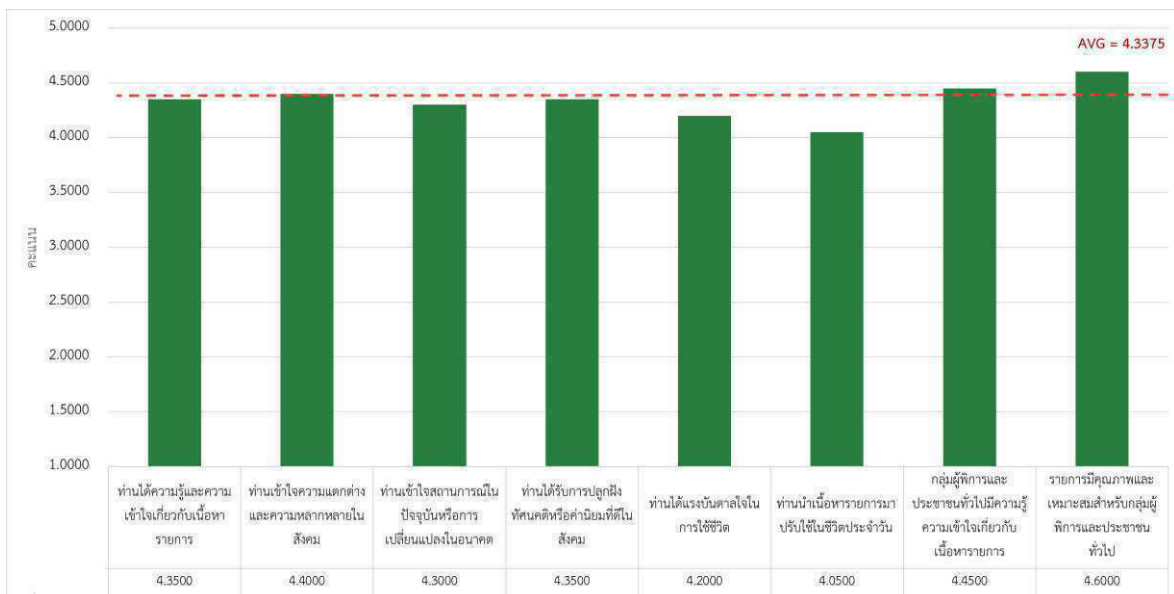
จากแผนภาพที่ 7.109 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques) ในภาพรวมอยู่ในระดับที่เห็นด้วยมาก โดยผู้ดำเนินรายการ (พิธีกร/แขกรับเชิญ/ตัวละคร/บทบรรยาย) ของรายการนี้ มีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี มีระดับคะแนนสูงสุดที่ 4.4000 รองลงมาคือ รูปแบบการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นกลุ่มผู้พิการและประชาชนทั่วไป ที่ระดับคะแนน 4.2500 ระยะเวลาการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นกลุ่มผู้พิการและประชาชนทั่วไป มีระดับคะแนน 4.1000 ช่วงเวลาออกอากาศผ่านช่องทางสถานีโทรทัศน์มีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นกลุ่มผู้พิการและประชาชนทั่วไป มีระดับคะแนน 4.1000 และรูปแบบการนำเสนอรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง มีระดับคะแนน 3.9000 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 7.110 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques)



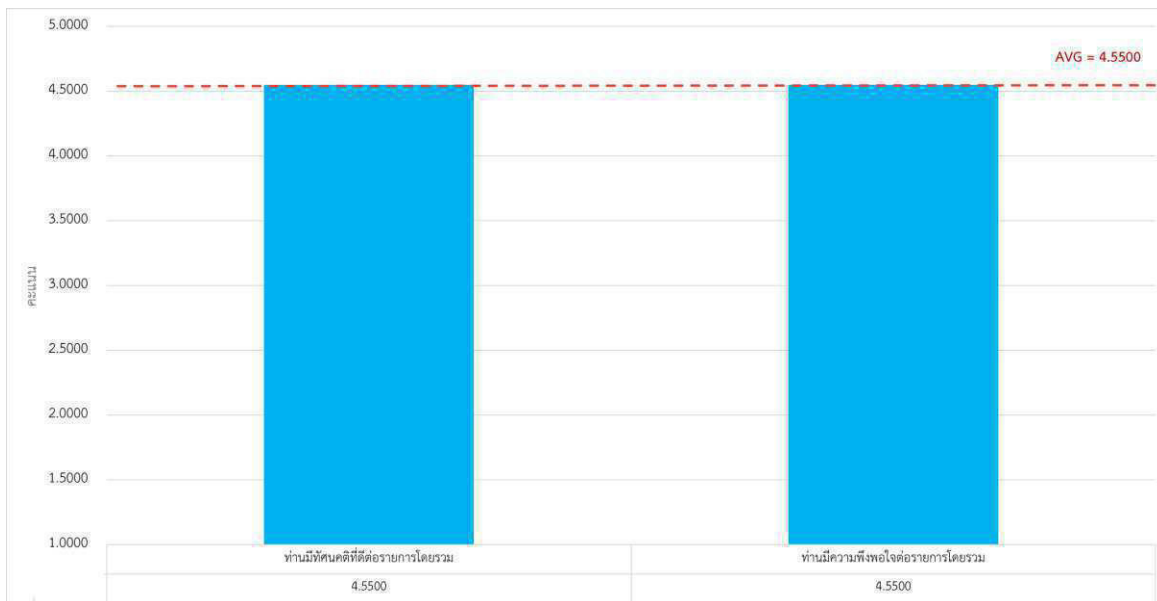
จากแผนภาพที่ 7.110 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques) อยู่ในระดับที่เห็นด้วยมาก จากประเด็นฉาก ภาพ แสง สี เสียง และกราฟฟิกที่ปรากฏในรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง ที่ระดับคะแนน 4.0500

แผนภาพที่ 7.111 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact)



จากแผนภาพที่ 7.111 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชม ในด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact) ในภาพรวมอยู่ในระดับที่พึงพอใจมาก โดยประเด็นรายการมีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับกลุ่มผู้พิการและประชาชนทั่วไป มีคะแนนสูงสุดที่ 4.6000 รองลงมาคือกลุ่มผู้พิการและประชาชนทั่วไปมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ ที่ระดับคะแนน 4.4500 ท่านเข้าใจความแตกต่างและความหลากหลายในสังคม มีระดับคะแนน 4.4000 ท่านได้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ และท่านได้รับการปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม มีระดับคะแนนเท่ากันที่ 4.3500 ท่านเข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต มีระดับคะแนน 4.3000 ท่านได้แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต มีระดับคะแนน 4.2000 และท่านนำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน มีระดับคะแนน 4.0500 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 7.112 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction)



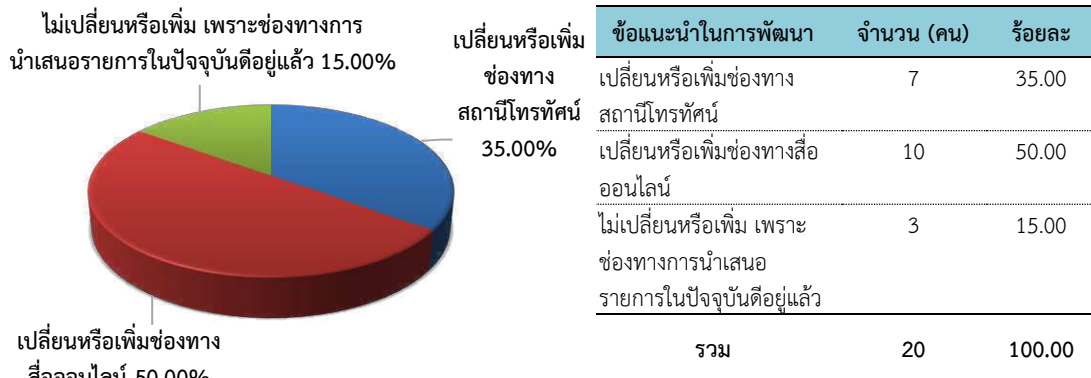
จากแผนภาพที่ 7.112 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมใน ด้านทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction) อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีความพึงพอใจต่อรายการโดยรวม และมีทัศนคติที่ดีต่อรายการโดยรวม ที่ระดับคะแนน 4.5500

ตารางที่ 7.121 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ

ประเด็นความคิดเห็น/ความพึงพอใจ	ระดับความคิดเห็น/ความพึงพอใจ		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
1. ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance)	4.6500	0.4894	เห็นด้วยมากที่สุด
1.1 เนื้อหารายการมีความสอดคล้องและเหมาะสมกับกลุ่มผู้พิการและประชาชนทั่วไป	4.6500	0.4894	เห็นด้วยมากที่สุด
2. ด้านเนื้อหารายการ (Content)	4.2100	0.0644	เห็นด้วยมาก
2.1 เนื้อหารายการน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี	4.1500	0.7452	เห็นด้วยมาก
2.2 เนื้อหารายการมีความสร้างสรรค์และสร้างความจรรโลงใจให้กับผู้ชม	4.2000	0.6156	เห็นด้วยมาก
2.3 เนื้อหารายการมีความกระชับและเข้าใจได้ง่าย	4.1500	0.7452	เห็นด้วยมาก
2.4 เนื้อหารายการมีการสอดแทรกแง่คิดที่ดี	4.2500	0.7864	เห็นด้วยมาก
2.5 เนื้อหารายการมีคุณค่า คุ่มค่าต่อการรับชม และมีประโยชน์ต่อกลุ่มผู้พิการและประชาชนทั่วไป	4.3000	0.7327	เห็นด้วยมาก
3. ด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques)	4.1500	0.0990	เห็นด้วยมาก
3.1 รูปแบบการนำเสนอรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง	3.9000	0.9119	เห็นด้วยมาก
3.2 รูปแบบการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นกลุ่มผู้พิการและประชาชนทั่วไป	4.2500	0.7164	เห็นด้วยมาก
3.3 ผู้ดำเนินรายการ (พิธีกร/แขกรับเชิญ/ตัวละคร/บทรบราย) ของรายการนี้ มีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี	4.4000	0.6806	เห็นด้วยมาก
3.4 ระยะเวลาการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นกลุ่มผู้พิการและประชาชนทั่วไป	4.1000	0.8522	เห็นด้วยมาก
3.5 ช่วงเวลาออกอากาศ ผ่านช่องทางสถานีโทรทัศน์มีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นกลุ่มผู้พิการและประชาชนทั่วไป	4.1000	0.8522	เห็นด้วยมาก
4. ด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques)	4.0500	0.6863	เห็นด้วยมาก
4.1 ฉาก ภาพ แสง สี เสียง และกราฟฟิกที่ปรากฏในรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง	4.0500	0.6863	เห็นด้วยมากที่สุด
5. ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact)	4.3375	0.1046	พึงพอใจมาก
5.1 ท่านได้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	4.3500	0.4894	พึงพอใจมาก
5.2 ท่านเข้าใจความแตกต่างและความหลากหลายในสังคม	4.4000	0.5982	พึงพอใจมากที่สุด
5.3 ท่านเข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต	4.3000	0.4702	พึงพอใจมาก
5.4 ท่านได้รับการปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม	4.3500	0.6708	พึงพอใจมาก
5.5 ท่านได้แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต	4.2000	0.6156	พึงพอใจมาก
5.6 ท่านนำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน	4.0500	0.6863	พึงพอใจมากที่สุด
5.7 ผู้พิการและประชาชนทั่วไปมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	4.4500	0.7592	พึงพอใจมาก
5.8 รายการมีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับกลุ่มผู้พิการและประชาชนทั่วไป	4.6000	0.5026	พึงพอใจมากที่สุด
6. ทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction)	4.5500	0.0576	พึงพอใจมากที่สุด
6.1 ท่านมีทัศนคติที่ดีต่อรายการโดยรวม	4.5500	0.6048	พึงพอใจมากที่สุด
6.2 ท่านมีความพึงพอใจต่อรายการโดยรวม	4.5500	0.6863	พึงพอใจมากที่สุด
ภาพรวม	4.3246	0.2695	เห็นด้วย/ พึงพอใจมาก

สรุปข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

ตารางที่ 7.122 จำนวนและร้อยละข้อแนะนำในการพัฒนาช่องทางการนำเสนอรายการ



จากตารางที่ 7.122 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่มีข้อแนะนำ เปลี่ยนหรือเพิ่มช่องทางสื่อออนไลน์ (Tiktok, Facebook, Instagram, twitter, YouTube) จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมาคือ เปลี่ยนหรือเพิ่มช่องทางสถานีโทรทัศน์ (workpoint, ช่องวัน, ช่อง 3, Thai PBS, ช่อง 7, ช่อง 5, ch8) จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 35.00 และไม่เปลี่ยนหรือเพิ่มเพราะช่องทางการนำเสนอรายการในปัจจุบันที่อยู่แล้ว จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 ตามลำดับ

สรุปประเด็นข้อแนะนำเพื่อปรับปรุงหรือพัฒนารายการ

จากผลการสำรวจ พบว่า ในภาพรวมกลุ่มเป้าหมายรายการในเขตภาคกลาง กทม. และปริมณฑลมีระดับความพึงพอใจต่อโครงการจัดทำรายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมให้คนพิการรู้จักสิทธิและใช้ประโยชน์จากกิจการโทรทัศน์ได้อย่างรู้เท่าทันในระดับดีมาก โดยมีคะแนนความพึงพอใจที่ 4.5500 คะแนน ซึ่งเท่ากับทัศนคติ/ความคาดหวังของกลุ่มเป้าหมาย ทั้งนี้ จากการสัมภาษณ์เชิงลึกเพิ่มเติม กลุ่มเป้าหมายมีข้อเสนอแนะในการพัฒนารายการเพิ่มเติม ดังนี้

- 1) ควรทำ content ที่มีความทันสมัย มีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น ฉากหลังพิธีกรควรมีความหลากหลาย เช่น สถานที่ ธรรมชาติ เช่น โรงแรม รีสอร์ท ทะเล ภูเขา ให้น่าติดตาม
- 2) ควรมีรายการตลก เพื่อผ่อนคลาย
- 3) ควรให้มีดารา หรือ Youtuber มาร่วมหรือจัดทำรายการ
- 4) ควรเพิ่มเสียงในรายการให้ดังกว่านี้
- 5) ควรนำเสนอเนื้อหาที่หลากหลาย ทันสมัย กระชับ เข้าใจง่าย เข้าถึงได้ทุกเพศ ทุกวัย เพื่อสร้างความเข้าใจต่อสังคม
- 6) ควรเพิ่มรูปแบบรายการอื่นๆ เช่น เกมโชว์ หรือมีกิจกรรมร่วมกัน
- 7) ควรเพิ่มรายการที่มีเนื้อหาสำหรับเด็ก เพื่อให้เด็กได้เข้าถึงสื่อได้มากยิ่งขึ้น เพราะมีเด็กจำนวนมากที่พิการตั้งแต่กำเนิด
- 8) ควรมีคำบรรยายตามคำพูดของพิธีกรและแขกรับเชิญ
- 9) การนำเสนอควรใช้ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน มาช่วยให้คำปรึกษาจะได้นำเสนอความรู้ได้มากยิ่งขึ้น
- 10) ควรออกอากาศในวันหยุดหรือช่วงเย็น และเพิ่มช่องทางรับชมผ่านสื่อออนไลน์ (Youtube, facebook)
- 11) ควรลงพื้นที่ตามโรงเรียนหรือสถานที่ต่างๆ ที่มีผู้พิการอยู่ และนำเสนอผ่านรายการ

7.3.4 ภาคใต้

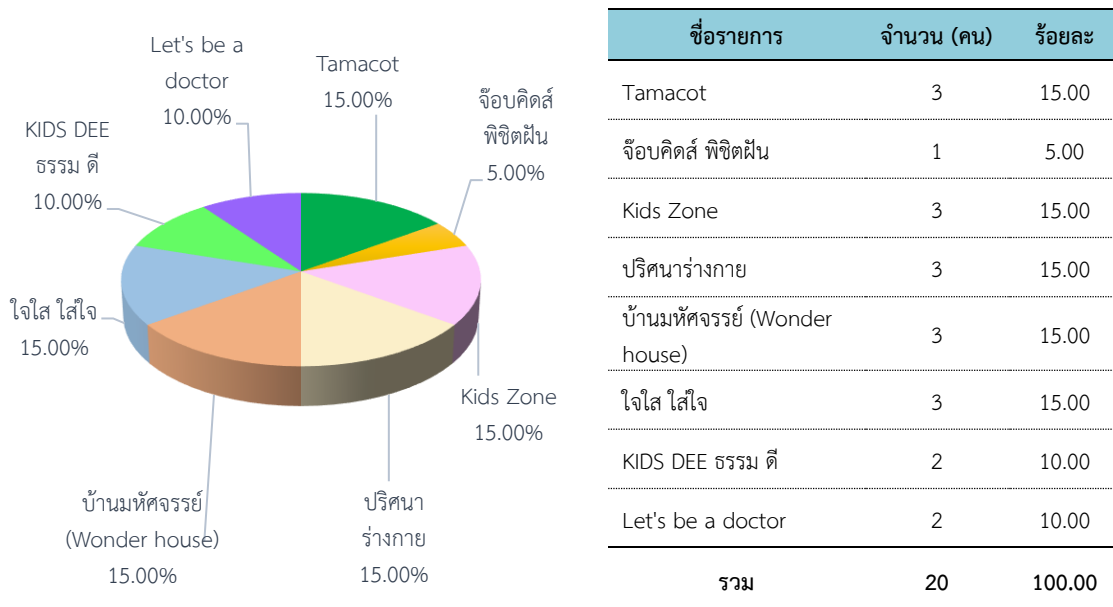
จากการลงพื้นที่จังหวัดสงขลา โดยการจัดประชุมเพื่อประเมินผลการผลิตรายการฯ จากตัวแทนของกลุ่มเป้าหมายและผู้ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งประกอบด้วย 5 ประเภทโครงการ ได้แก่ 1) กลุ่มตัวแทนจากผู้ปกครองโครงการส่งเสริมการผลิตและออกอากาศรายการโทรทัศน์ระบบดิจิทัลรายการสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว 2) กลุ่มตัวแทนจากประชาชนโครงการส่งเสริมการผลิตและออกอากาศเนื้อหาอาหารรายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ 3) กลุ่มตัวแทนจากประชาชนโครงการผลิตสารคดีเพื่อส่งเสริมพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนใต้ 4) กลุ่มตัวแทนจากประชาชนโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อ และ 5) กลุ่มตัวแทนคนพิการและผู้ที่เกี่ยวข้องกับคนพิการ แบ่งเป็นประเภทโครงการละ 20 ราย รวมจำนวนทั้งสิ้น 80 ราย โดยสามารถสรุปผลการประเมิน ได้ดังนี้

7.3.4.1 โครงการส่งเสริมการผลิตและออกอากาศรายการโทรทัศน์ระบบดิจิทัลรายการสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว

มีผู้ตอบแบบประเมินโดยกลุ่มตัวแทนจากผู้ปกครอง จำนวน 20 ราย ประกอบด้วยข้อมูล ดังนี้

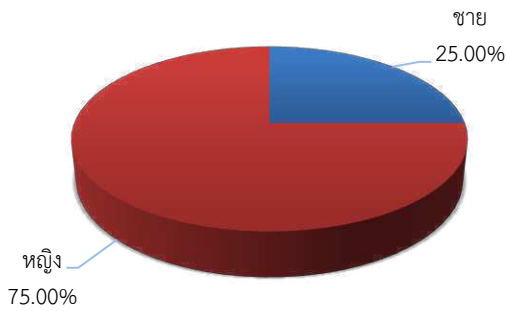
ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบประเมิน

ตารางที่ 7.123 จำนวนและร้อยละของรายการ



จากตารางที่ 7.123 ผู้ตอบแบบประเมินได้สู่มรับชมรายการ “Tamacot” จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 รายการ “Kids Zone” จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 รายการ “ปริศนาร่างกาย” จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 รายการ “บ้านมหัศจรรย์ (Wonder house)” จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 รายการ “ใจใส ใสใจ” จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 รายการ “KIDS DEE ธรรม ดี” จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 รายการ “Let's be a doctor” จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 และรายการ “จ๊อบคิดส์ พิชิตฝัน” จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

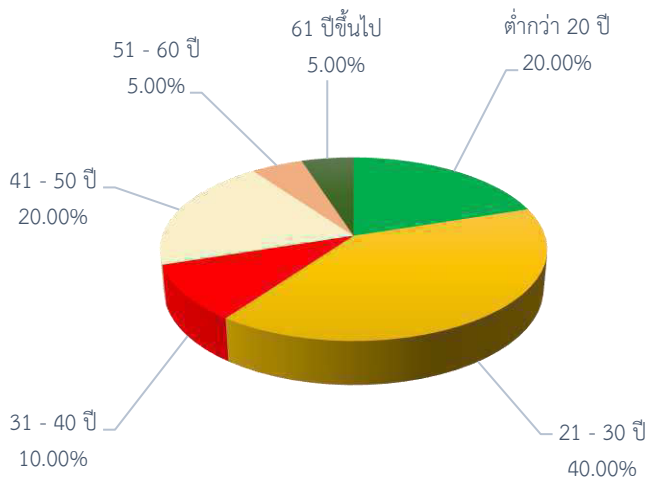
ตารางที่ 7.124 จำนวนและร้อยละของเพศ



เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	5	25.00
หญิง	15	75.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 7.124 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 75.00 รองลงมาคือ เพศชาย จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 ตามลำดับ

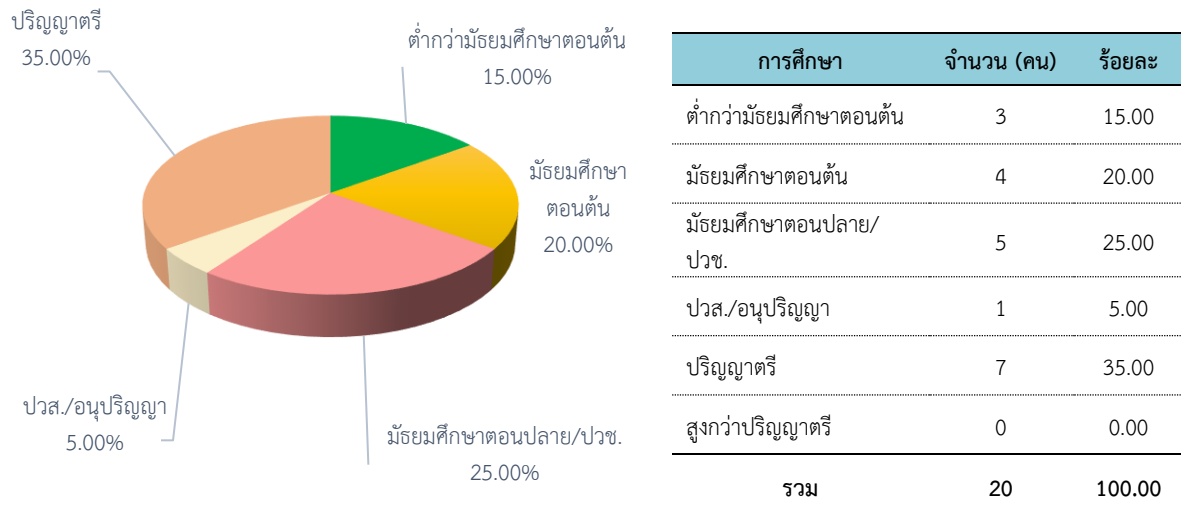
ตารางที่ 7.125 จำนวนและร้อยละของอายุ



อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	4	20.00
21 - 30 ปี	8	40.00
31 - 40 ปี	2	10.00
41 - 50 ปี	4	20.00
51 - 60 ปี	1	5.00
61 ปีขึ้นไป	1	5.00
รวม	20	100.00

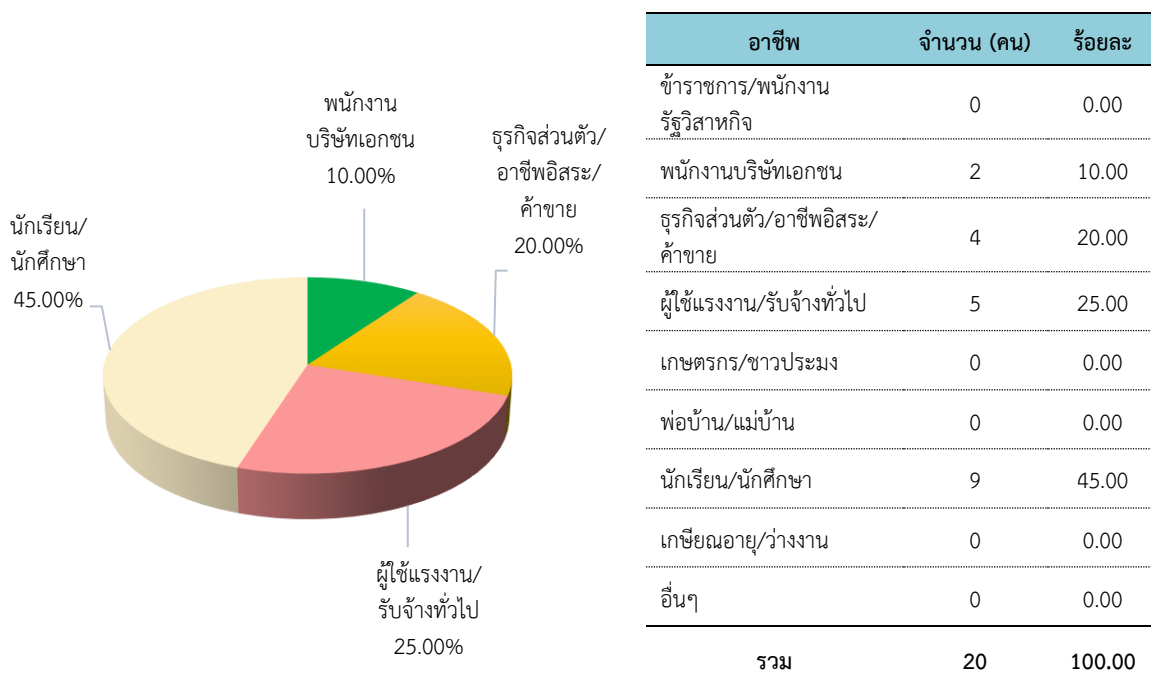
จากตารางที่ 7.125 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่อายุ 21 - 30 ปี จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 รองลงมาคือ อายุ ต่ำกว่า 20 ปี และอายุ 41 - 50 ปี จำนวน 4 คนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 20.00 อายุ 31 - 40 ปี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 อายุ 51 - 60 ปี และอายุ 61 ปีขึ้นไป จำนวน 1 คนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 7.126 จำนวนและร้อยละของการศึกษา



จากตารางที่ 7.126 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 35.00 รองลงมาคือ ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 และระดับ ปวส./อนุปริญญา จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 7.127 จำนวนและร้อยละของอาชีพ



จากตารางที่ 7.127 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่ประกอบอาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 45.00 รองลงมาคือ ผู้ใช้แรงงาน/รับจ้างทั่วไป จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 และพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 7.128 จำนวนและร้อยละของจังหวัดที่ท่านอาศัยอยู่ในปัจจุบัน



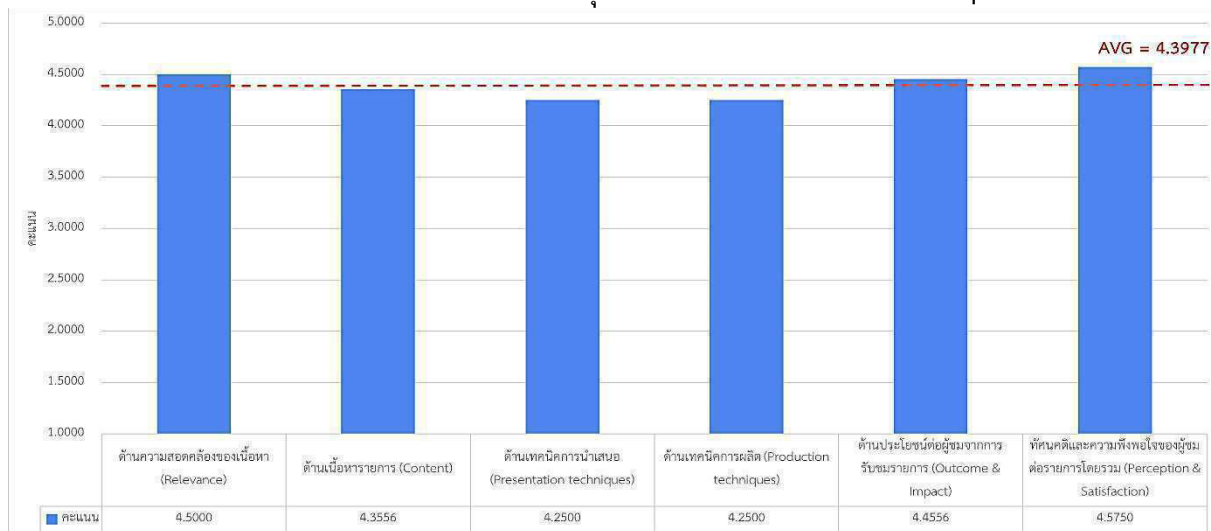
จังหวัดที่อาศัยอยู่ในปัจจุบัน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ภาคเหนือ	0	0.00
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	0	0.00
กรุงเทพฯ และปริมณฑล	0	0.00
ภาคกลาง	0	0.00
ภาคใต้	20	100.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 7.128 ผู้ตอบแบบประเมินทั้งหมดอาศัยอยู่ในจังหวัดของภาคใต้ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00

สรุปผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ

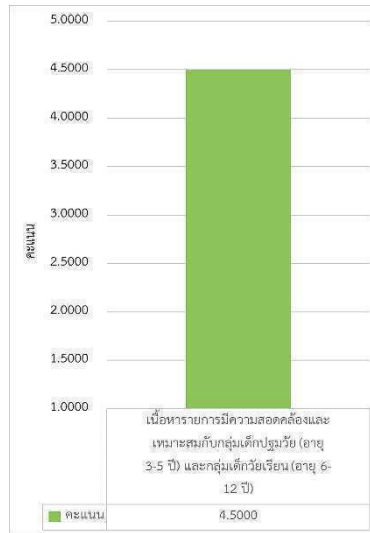
จากการตอบแบบประเมินโดยกลุ่มตัวแทนจากผู้ปกครอง จำนวน 20 ราย ในพื้นที่ภาคใต้ มีระดับคะแนนการประเมินคุณภาพรายการทีวีในด้านต่างๆ โดยเฉลี่ย ที่ระดับ 4.3977 โดยมีระดับคะแนนการประเมินคุณภาพรายการทีวีในแต่ละด้าน ดังนี้

แผนภาพที่ 7.113 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ



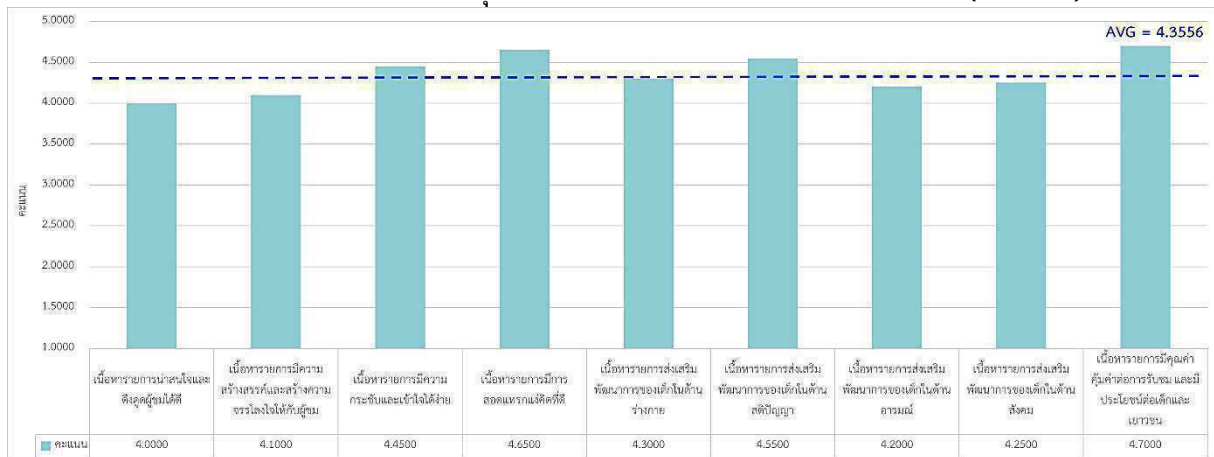
จากแผนภาพที่ 7.113 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction) มีระดับความเชื่อมั่นที่ระดับมากที่สุดเพียงด้านเดียว สำหรับด้านที่เหลือมีระดับความน่าเชื่อถือเท่ากันที่ระดับมาก ทั้งนี้ ทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction) มีระดับคะแนนมากที่สุด ที่ระดับ 4.5750 รองลงมาคือด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance) มีระดับคะแนนที่ระดับ 4.5000 ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact) มีระดับคะแนนที่ระดับ 4.4556 ด้านเนื้อหารายการ (Content) มีระดับคะแนนที่ระดับ 4.3556 ด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques) และด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques) มีระดับคะแนนเท่ากัน ที่ระดับ 4.2500 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 7.114 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance)



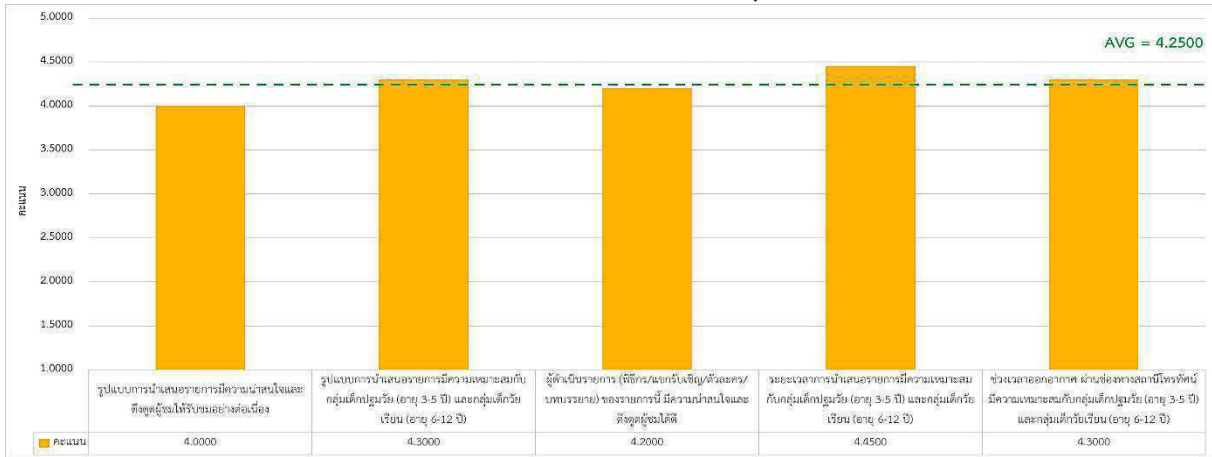
จากแผนภาพที่ 7.114 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance) อยู่ในระดับมากที่สุด จากประเด็นเนื้อหารายการมีความสอดคล้องและเหมาะสมกับกลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี) และกลุ่มเด็กวัยเรียน (อายุ 6-12 ปี) ที่ระดับคะแนน 4.5000

แผนภาพที่ 7.115 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเนื้อหาของรายการ (Content)



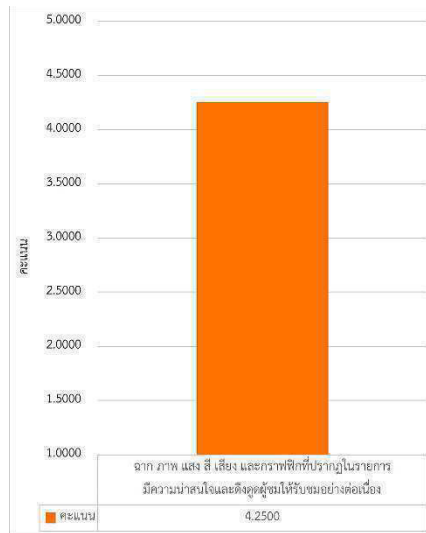
จากแผนภาพที่ 7.115 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเนื้อหาของรายการ (Content) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยประเด็นเนื้อหารายการมีคุณค่า คุ่มค่าต่อการรับชมและมีประโยชน์ต่อเด็กและเยาวชน มีระดับคะแนนสูงสุด ที่ระดับคะแนน 4.7000 รองลงมาคือ เนื้อหารายการมีการสอดแทรกแนวคิดที่ดี ที่ระดับคะแนน 4.6500 เนื้อหารายการส่งเสริมพัฒนาการของเด็กในด้านสติปัญญา ที่ระดับคะแนน 4.5500 เนื้อหารายการมีความกระชับและเข้าใจได้ง่าย ที่ระดับคะแนน 4.4500 เนื้อหารายการส่งเสริมพัฒนาการของเด็กในด้านร่างกาย ที่ระดับคะแนน 4.3000 เนื้อหารายการส่งเสริมพัฒนาการของเด็กในด้านสังคม ที่ระดับคะแนน 4.2500 เนื้อหารายการส่งเสริมพัฒนาการของเด็กในด้านอารมณ์ ที่ระดับคะแนน 4.2000 เนื้อหารายการมีความสร้างสรรค์และสร้างความทรงจำให้กับผู้ชม ที่ระดับคะแนน 4.1000 และเนื้อหารายการน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี ที่ระดับคะแนน 4.0000 ตามลำดับ

**แผนภาพที่ 7.116 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการนำเสนอ
 (Presentation techniques)**



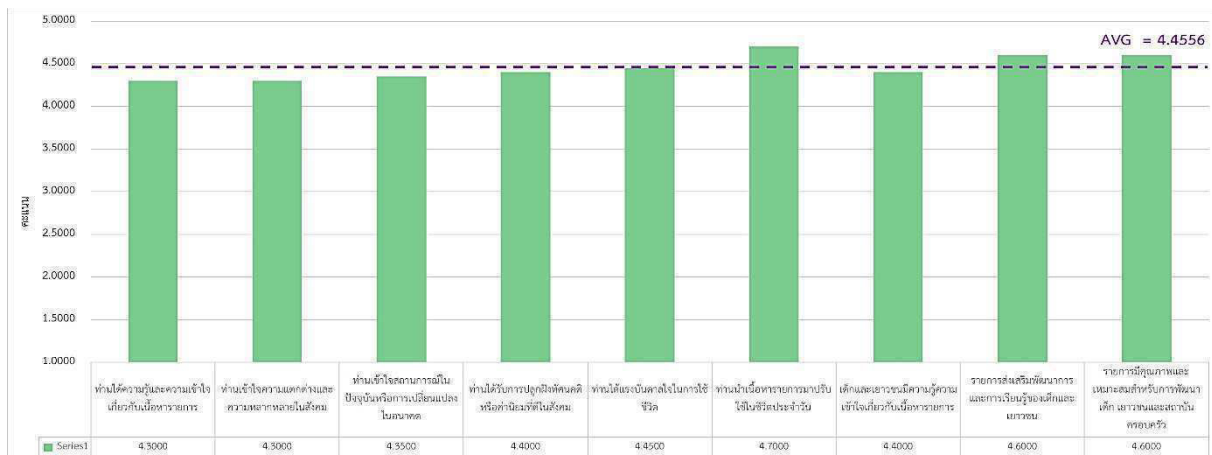
จากแผนภาพที่ 7.116 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยประเด็นระยะเวลาการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี) และกลุ่มเด็กวัยเรียน (อายุ 6-12 ปี) มีระดับคะแนนสูงสุดที่สุด ที่ระดับคะแนน 4.4500 รองลงมาคือ รูปแบบการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี) และกลุ่มเด็กวัยเรียน (อายุ 6-12 ปี) และช่วงเวลาออกอากาศ ผ่านช่องทางสถานีโทรทัศน์มีความเหมาะสมกับกลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี) และกลุ่มเด็กวัยเรียน (อายุ 6-12 ปี) มีระดับคะแนนเท่ากัน ที่ระดับคะแนน 4.3000 ผู้ดำเนินรายการ (พิธีกร/แขกรับเชิญ/ตัวละคร/บทบรรยาย) ของรายการนี้ มีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี ที่ระดับคะแนน 4.2000 และรูปแบบการนำเสนอรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง มีคะแนนต่ำสุด ที่ระดับคะแนน 4.000 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 7.117 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques)



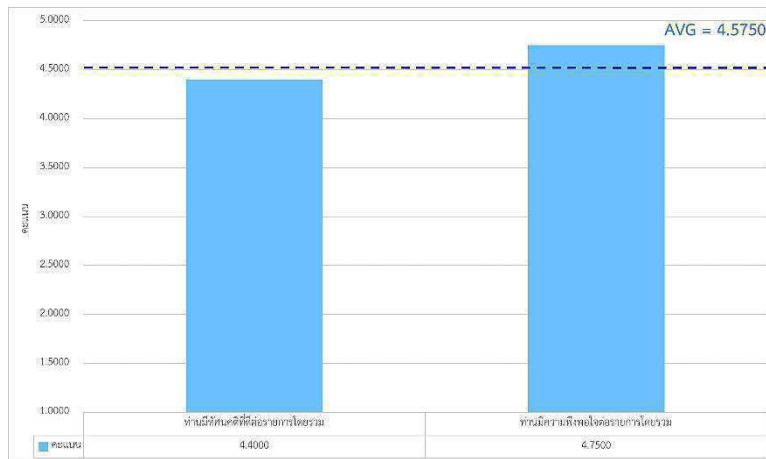
จากแผนภาพที่ 7.117 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques) อยู่ในระดับมาก จากประเด็นจาก ภาพ แสง สี เสียง และกราฟิกที่ปรากฏในรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง ที่ระดับคะแนน 4.2500

แผนภาพที่ 7.118 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact)



จากแผนภาพที่ 7.118 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยประเด็นทำนุด้วเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิประจำวัน มีระดับคะแนนสูงสุดที่ระดับคะแนน 4.7000 รองลงมาคือ รายการส่งเสริมพัฒนาการและการเรียนรู้ของเด็กและเยาวชน และรายการมีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็ก เยาวชนและสถาบันครอบครัว มีคะแนนเท่ากันที่ระดับคะแนน 4.6000 ทำนุด้วแรงบันดาลใจในการใช้ชีวิที่ระดับคะแนน 4.4500 ทำนุด้วรับการปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม และเด็กและเยาวชนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ มีระดับคะแนนเท่ากัน ที่ระดับคะแนน 4.4000 ทำนุด้วเข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต ที่ระดับคะแนน 4.3500 ทำนุด้วความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ และทำนุด้วเข้าใจความแตกต่างและความหลากหลายในสังคม ที่ระดับคะแนน 4.3000 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 7.119 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction)



จากแผนภาพที่ 7.119 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction) อยู่ในระดับมากที่สุด โดยประเด็นท่านมีความพึงพอใจต่อรายการโดยรวม มีระดับคะแนนสูงสุด ที่ระดับคะแนน 4.7500 รองลงมาคือ ประเด็นท่านมีความพึงพอใจต่อรายการโดยรวม ที่ระดับคะแนน 4.4000 ตามลำดับ

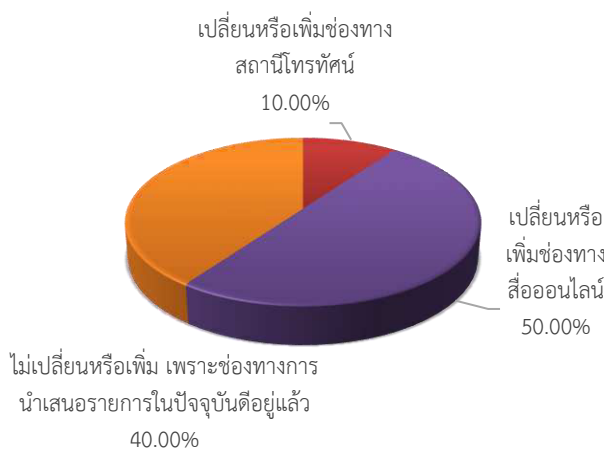
ตารางที่ 7.129 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ

ประเด็นความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
1. ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance)	4.5000	0.6070	พึงพอใจมากที่สุด
1.1 เนื้อหารายการมีความสอดคล้องและเหมาะสมกับกลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี) และกลุ่มเด็กวัยเรียน (อายุ 6-12 ปี)	4.5000	0.6070	พึงพอใจมากที่สุด
2. ด้านเนื้อหารายการ (Content)	4.3556	0.0833	พึงพอใจมาก
2.1 เนื้อหารายการน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี	4.0000	0.5620	พึงพอใจมาก
2.2 เนื้อหารายการมีความสร้างสรรค์และสร้างความจริงใจให้กับผู้ชม	4.1000	0.7182	พึงพอใจมาก
2.3 เนื้อหารายการมีความกระชับและเข้าใจได้ง่าย	4.4500	0.6048	พึงพอใจมาก
2.4 เนื้อหารายการมีการสอดแทรกแง่คิดที่ดี	4.6500	0.4894	พึงพอใจมากที่สุด
2.5 เนื้อหารายการส่งเสริมพัฒนาการของเด็กในด้านร่างกาย	4.3000	0.6569	พึงพอใจมาก
2.6 เนื้อหารายการส่งเสริมพัฒนาการของเด็กในด้านสติปัญญา	4.5500	0.5104	พึงพอใจมากที่สุด
2.7 เนื้อหารายการส่งเสริมพัฒนาการของเด็กในด้านอารมณ์	4.2000	0.6156	พึงพอใจมาก
2.8 เนื้อหารายการส่งเสริมพัฒนาการของเด็กในด้านสังคม	4.2500	0.6387	พึงพอใจมาก
2.9 เนื้อหารายการมีคุณค่า คุ่มค่าต่อการรับชม และมีประโยชน์ต่อเด็กและเยาวชน	4.7000	0.4702	พึงพอใจมากที่สุด
3. ด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques)	4.2500	0.0685	พึงพอใจมาก
3.1 รูปแบบการนำเสนอรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง	4.0000	0.6489	พึงพอใจมาก
3.2 รูปแบบการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี) และกลุ่มเด็กวัยเรียน (อายุ 6-12 ปี)	4.3000	0.5712	พึงพอใจมาก
3.3 ผู้ดำเนินรายการ (พิธีกร/แขกรับเชิญ/ตัวละคร/บทรบราย) ของรายการนี้ มีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี	4.2000	0.5231	พึงพอใจมาก
3.4 ระยะเวลาการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี) และกลุ่มเด็กวัยเรียน (อายุ 6-12 ปี)	4.4500	0.5104	พึงพอใจมาก

ประเด็นความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
3.5 ช่วงเวลาออกอากาศ ผ่านช่องทางสถานีโทรทัศน์มีความเหมาะสมกับกลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี) และกลุ่มเด็กวัยเรียน	4.3000	0.6569	พึงพอใจมาก
4. ด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques)	4.2500	0.7164	พึงพอใจมาก
4.1 ฉาก ภาพ แสง สี เสียง และกราฟฟิกที่ปรากฏในรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง	4.2500	0.7164	พึงพอใจมาก
5. ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact)	4.4556	0.0735	พึงพอใจมาก
5.1 ท่านได้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	4.3000	0.6569	พึงพอใจมาก
5.2 ท่านเข้าใจความแตกต่างและความหลากหลายในสังคม	4.3000	0.6569	พึงพอใจมาก
5.3 ท่านเข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต	4.3500	0.4894	พึงพอใจมาก
5.4 ท่านได้รับการปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม	4.4000	0.5982	พึงพอใจมาก
5.5 ท่านได้แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต	4.4500	0.6048	พึงพอใจมาก
5.6 ท่านนำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน	4.7000	0.4702	พึงพอใจมากที่สุด
5.7 เด็กและเยาวชนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	4.4000	0.5982	พึงพอใจมาก
5.8 รายการส่งเสริมพัฒนาการและการเรียนรู้ของเด็กและเยาวชน	4.6000	0.5026	พึงพอใจมากที่สุด
5.9 รายการมีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็ก เยาวชนและสถาบันครอบครัว	4.6000	0.5026	พึงพอใจมากที่สุด
6. ทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction)	4.5750	0.0413	พึงพอใจมากที่สุด
6.1 ท่านมีทัศนคติที่ดีต่อรายการโดยรวม	4.4000	0.5026	พึงพอใจมาก
6.2 ท่านมีความพึงพอใจต่อรายการโดยรวม	4.7500	0.4443	พึงพอใจมากที่สุด
ภาพรวม	4.3977	0.3095	พึงพอใจมาก

สรุปข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

ตารางที่ 7.130 จำนวนและร้อยละข้อแนะนำในการพัฒนาช่องทางการนำเสนอรายการ



ข้อแนะนำในการพัฒนา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เปลี่ยนหรือเพิ่มช่องทางสถานีโทรทัศน์	2	10.00
เปลี่ยนหรือเพิ่มช่องทางสื่อออนไลน์	10	50.00
ไม่เปลี่ยนหรือเพิ่ม เพราะช่องทางการนำเสนอรายการในปัจจุบันดีอยู่แล้ว	8	40.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 7.130 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่มีข้อแนะนำ เปลี่ยนหรือเพิ่มช่องทางสื่อออนไลน์ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมาคือ ไม่เปลี่ยนหรือเพิ่ม เพราะช่องทางการนำเสนอรายการในปัจจุบันดีอยู่แล้ว จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 และเปลี่ยนหรือเพิ่มช่องทางสถานีโทรทัศน์ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 ตามลำดับ

สรุปประเด็นข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงหรือพัฒนารายการ

จากผลการสำรวจ พบว่า ในภาพรวมกลุ่มเป้าหมายรายการในกลุ่มภาคใต้ มีระดับความพึงพอใจต่อโครงการส่งเสริมการผลิตและออกอากาศรายการโทรทัศน์ระบบดิจิทัลรายการสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว ในระดับดี-ดีมาก โดยมีคะแนนความพึงพอใจที่ 4.5750 คะแนน ซึ่งมีคะแนนสูงกว่าทัศนคติ/ความคาดหวังของกลุ่มเป้าหมาย ทั้งนี้ จากการสัมภาษณ์เชิงลึกเพิ่มเติม กลุ่มเป้าหมายมีข้อเสนอแนะในการพัฒนารายการเพิ่มเติม ดังนี้

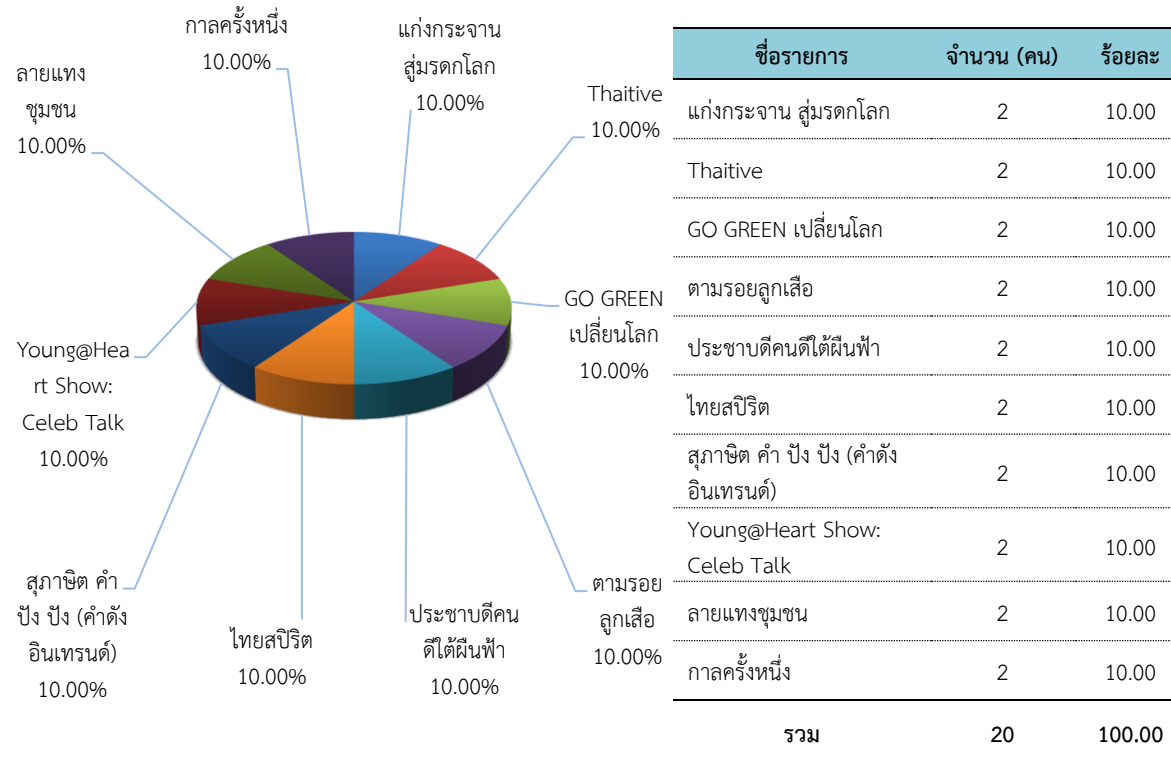
- 1) กลุ่มเป้าหมายรายการมีข้อเสนอแนะให้ปรับเนื้อหารายการ แสง สี เสียงดนตรี กราฟฟิก และคำบรรยายในการนำเสนอรายการให้มีความน่าสนใจมีความกระชับ เพื่อดึงดูดกลุ่มเป้าหมายให้เข้ามารับชมเพิ่มมากขึ้น
- 2) กลุ่มเป้าหมายรายการมีข้อเสนอแนะให้รายการออกอากาศในวันเสาร์-อาทิตย์ เพื่อให้เด็กและเยาวชนได้รับชมในวันหยุด ซึ่งเป็นการส่งเสริมการเรียนรู้ พร้อมทั้ง สร้างความสนุกเพลิดเพลินให้แก่เยาวชนได้ในคราวเดียวกัน
- 3) กลุ่มเป้าหมายรายการมีข้อเสนอแนะในการส่งเสริมเนื้อหาด้านมารยาทของสังคม และการเคารพ และการอยู่ร่วมกันกับผู้อื่น
- 4) กลุ่มเป้าหมายรายการมีข้อเสนอแนะให้เพิ่มการจัดกิจกรรมเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมระหว่างผู้ชมและรายการมากขึ้น เช่น มีการจัดกิจกรรม ถาม-ตอบ เกี่ยวกับเนื้อหารายการโดยอาจจะมีการแจกรางวัล หรือของสมนาคุณเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมให้มากขึ้น
- 5) กลุ่มเป้าหมายรายการมีข้อเสนอแนะให้มีการทบทวนเนื้อหาและความรู้ที่สำคัญอีกครั้งก่อนจบรายการ เพื่อเป็นการเน้นย้ำเยาวชนให้มีความรู้ ความเข้าใจ และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้

7.3.4.2 โครงการส่งเสริมการผลิตและออกอากาศเนื้อหารายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ

มีผู้ตอบแบบประเมินโดยกลุ่มตัวแทนจากประชาชน จำนวน 20 ราย ประกอบด้วยข้อมูล ดังนี้

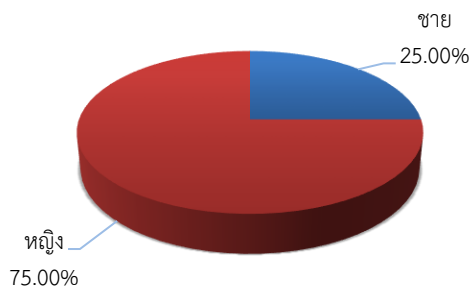
ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบประเมิน

ตารางที่ 7.131 จำนวนและร้อยละของรายการ



จากตารางที่ 7.131 ผู้ตอบแบบประเมินได้สุ่มรับชมรายการ “แก๊งกระจัน สุ่มรดกโลก” จำนวน 2 คนคิดเป็นร้อยละ 10.00 รายการ “Thaitive” จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 รายการ “GO GREEN เปลี่ยนโลก” จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 รายการ “ตามรอยลูกเสือ” จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 รายการ “ประชาชนดีคนดีได้ฝันฟ้า” จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 รายการ “ไทยสปิริต” จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 รายการ “สุภาพดี คำ ปัง ปัง (คำตั้งอินเทรนด์)” จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 รายการ “Young@Heart Show: Celeb Talk” จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 รายการ “ลายแทงชุมชน” จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 และรายการ “กาลครั้งหนึ่ง” จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 ตามลำดับ

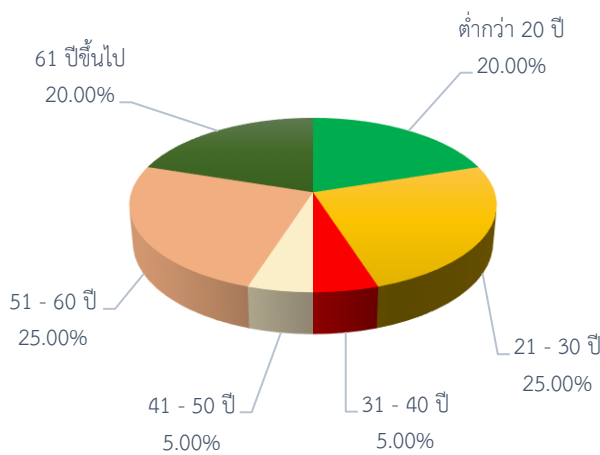
ตารางที่ 7.132 จำนวนและร้อยละของเพศ



เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	5	25.00
หญิง	15	75.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 7.132 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 75.00 รองลงมาคือ เพศชาย จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 ตามลำดับ

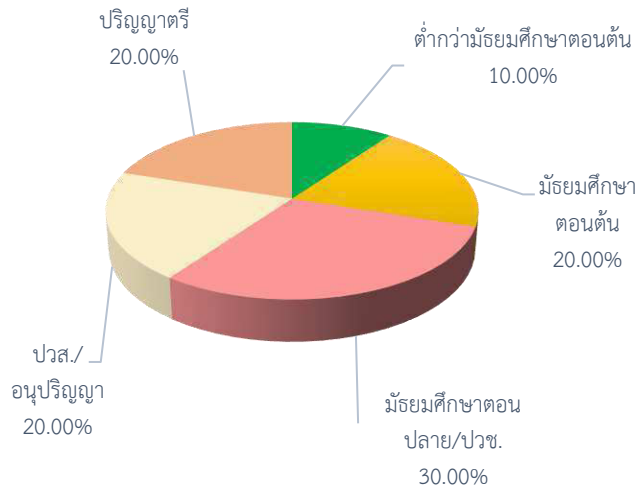
ตารางที่ 7.133 จำนวนและร้อยละของอายุ



อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	4	20.00
21 - 30 ปี	5	25.00
31 - 40 ปี	1	5.00
41 - 50 ปี	1	5.00
51 - 60 ปี	5	25.00
61 ปีขึ้นไป	4	20.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 7.133 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21 - 30 ปี และระหว่าง 51 - 60 ปี มีจำนวน 5 คนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 25.00 รองลงมาคือ อายุต่ำกว่า 20 ปี และอายุ 61 ปีขึ้นไป มีจำนวน 4 คนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 20.00 อายุ 31 - 40 ปี และอายุ 41 - 50 ปี มีจำนวน 1 คนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

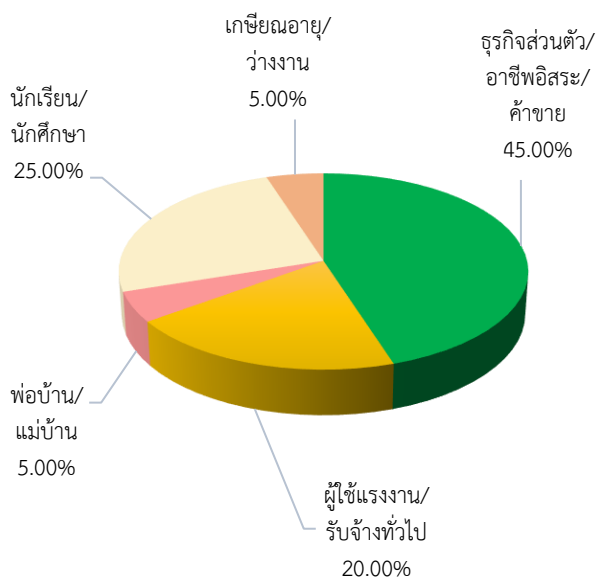
ตารางที่ 7.134 จำนวนและร้อยละของการศึกษา



การศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	2	10.00
มัธยมศึกษาตอนต้น	4	20.00
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	6	30.00
ปวส./อนุปริญญา	4	20.00
ปริญญาตรี	4	20.00
สูงกว่าปริญญาตรี	0	0.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 7.134 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 รองลงมาคือ ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ระดับ ปวส./อนุปริญญา และระดับปริญญาตรี มีจำนวน 4 คนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 20.00 และระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 2 คนคิดเป็นร้อยละ 10.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 7.135 จำนวนและร้อยละของอาชีพ



อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	0	0.00
พนักงานบริษัทเอกชน	0	0.00
ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย	9	45.00
ผู้ใช้แรงงาน/รับจ้างทั่วไป	4	20.00
เกษตรกร/ชาวประมง	0	0.00
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	1	5.00
นักเรียน/นักศึกษา	5	25.00
เกษียณอายุ/ว่างงาน	1	5.00
อื่นๆ	0	0.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 7.135 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 45.00 รองลงมาคือ นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 ผู้ใช้แรงงาน/รับจ้างทั่วไป จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 พ่อบ้าน/แม่บ้าน และเกษียณอายุ/ว่างงาน จำนวน 1 คนเท่ากัน คิดเป็น ร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 7.136 จำนวนและร้อยละของจังหวัดที่ท่านอาศัยอยู่ในปัจจุบัน



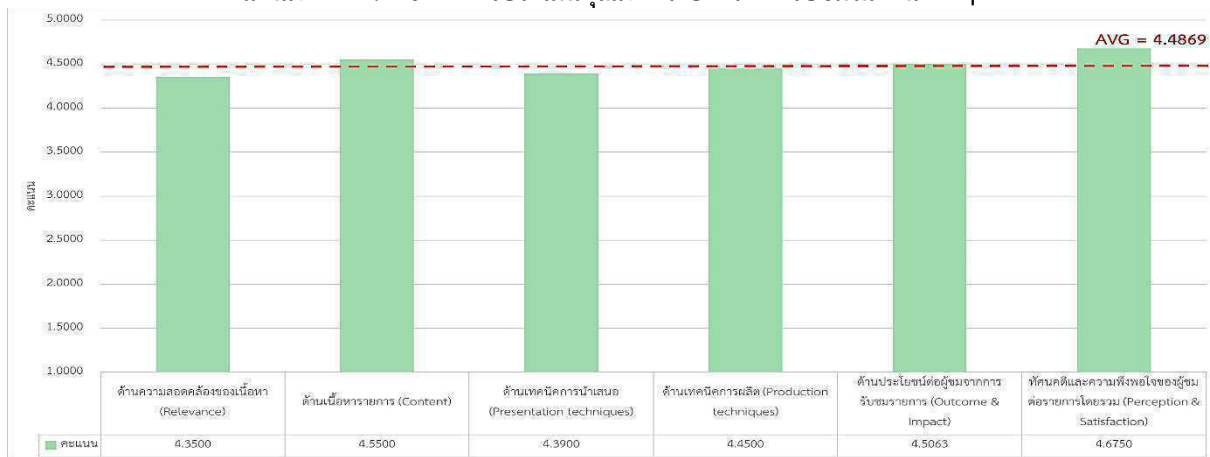
จังหวัดที่อาศัยอยู่ในปัจจุบัน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ภาคเหนือ	0	0.00
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	0	0.00
กรุงเทพฯ และปริมณฑล	0	0.00
ภาคกลาง	0	0.00
ภาคใต้	20	100.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 7.136 ผู้ตอบแบบประเมินทั้งหมดอาศัยอยู่ในจังหวัดของภาคใต้ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00

สรุปผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ

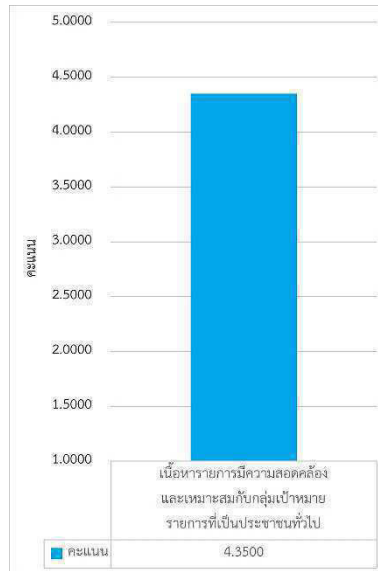
จากการตอบแบบประเมินโดยกลุ่มตัวแทนจากประชาชน จำนวน 20 ราย ในพื้นที่ภาคใต้ มีระดับคะแนนการประเมินคุณภาพรายการทีวีในด้านต่างๆ โดยเฉลี่ย ที่ระดับ 4.4869 โดยมีระดับคะแนนการประเมินคุณภาพรายการทีวีในแต่ละด้าน ดังนี้

แผนภาพที่ 7.120 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ



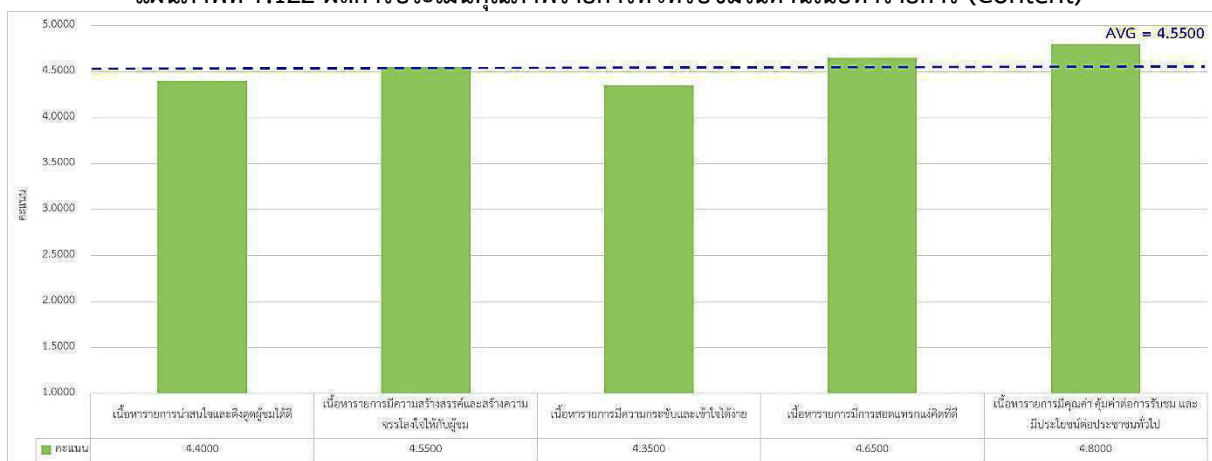
จากแผนภาพที่ 7.120 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านเนื้อหารายการ (Content) ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact) และทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction) มีระดับความเชื่อมั่นเท่ากัน ที่ระดับมากที่สุด สำหรับด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance) ด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques) และด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques) มีระดับความเชื่อมั่นเท่ากันที่ระดับมาก ทั้งนี้ ทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction) มีระดับคะแนนมากที่สุด ที่ระดับ 4.6750 รองลงมาคือ ด้านเนื้อหารายการ (Content) มีระดับคะแนนที่ระดับ 4.5500 ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact) มีระดับคะแนนที่ระดับ 4.5063 ด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques) มีระดับคะแนนที่ระดับ 4.4500 ด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques) มีระดับคะแนนที่ระดับ 4.3900 และด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance) มีระดับคะแนนที่ระดับ 4.3500 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 7.121 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance)



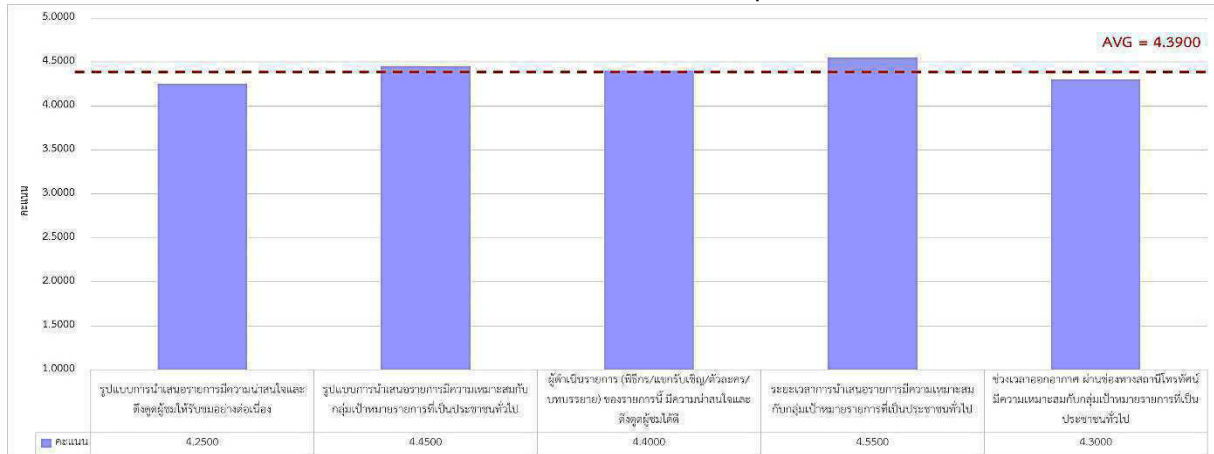
จากแผนภาพที่ 7.121 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance) อยู่ในระดับมากที่สุด จากประเด็นเนื้อหารายการมีความสอดคล้องและเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนทั่วไป ที่ระดับคะแนน 4.3500

แผนภาพที่ 7.122 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเนื้อหาของรายการ (Content)



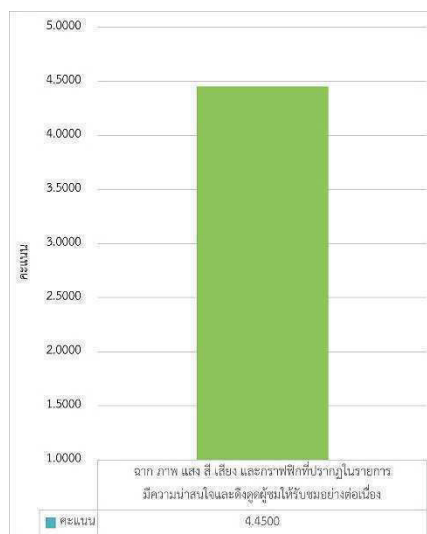
จากแผนภาพที่ 7.122 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเนื้อหาของรายการ (Content) ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยประเด็นเนื้อหารายการมีคุณค่า คุ่มค่าต่อการรับชม และมีประโยชน์ต่อประชาชนทั่วไป มีระดับคะแนนสูงสุด ที่ระดับคะแนน 4.8000 รองลงมาคือเนื้อหารายการมีการสอดแทรกแง่คิดที่ดี ที่ระดับคะแนน 4.6500 เนื้อหารายการมีความสร้างสรรค์และสร้างความจรรโลงใจให้กับผู้ชม ที่ระดับคะแนน 4.5500 เนื้อหารายการน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี ที่ระดับคะแนน 4.4000 และเนื้อหารายการมีความกระชับและเข้าใจได้ง่าย ที่ระดับคะแนน 4.3500 ตามลำดับ

**แผนภาพที่ 7.123 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการนำเสนอ
 (Presentation techniques)**



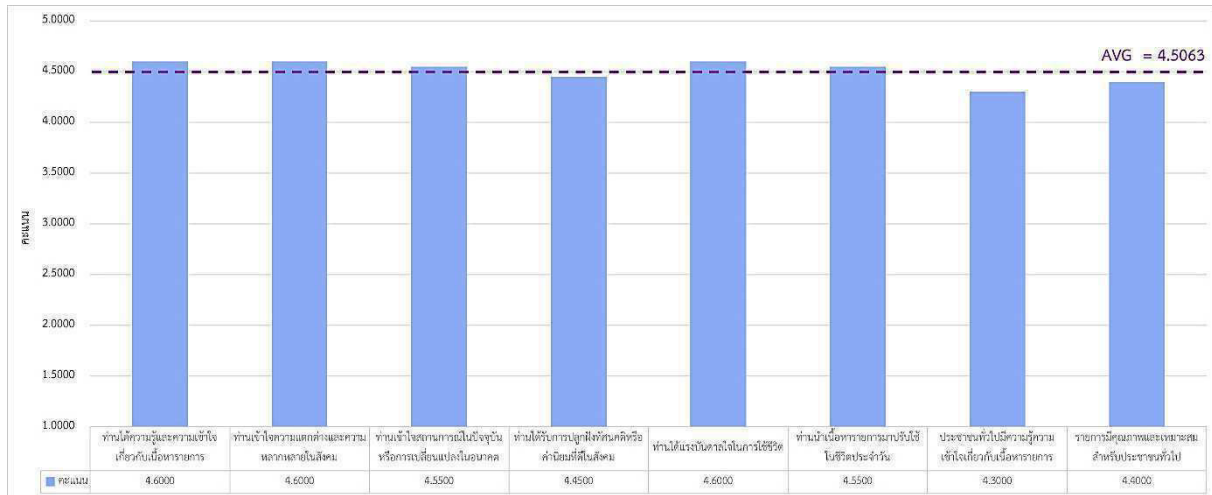
จากแผนภาพที่ 7.123 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยประเด็นระยะเวลาการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนทั่วไปมีระดับคะแนนสูงที่สุดที่ระดับคะแนน 4.5500 รองลงมาคือ รูปแบบการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนทั่วไป ที่ระดับคะแนน 4.4500 ผู้ดำเนินรายการ(พิธีกร/แขกรับเชิญ/ตัวละคร/บทรบรยาย) ของรายการนี้ มีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดีที่ระดับคะแนน 4.4000 ผู้ช่วงเวลาออกอากาศ ผ่านช่องทางสถานีโทรทัศน์มีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนทั่วไป ที่ระดับคะแนน 4.3000 และรูปแบบการนำเสนอรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง มีคะแนนต่ำสุด ที่ระดับคะแนน 4.1500 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 7.124 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques)



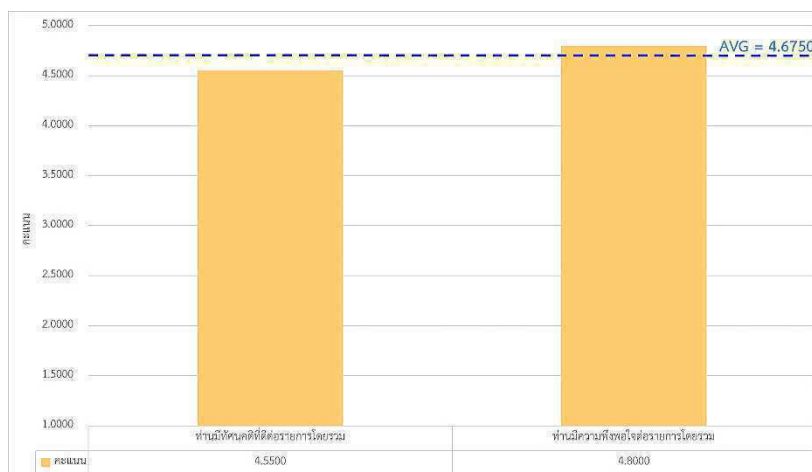
จากแผนภาพที่ 7.124 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques) อยู่ในระดับมาก จากประเด็นจาก ภาพ เสียง และกราฟฟิกที่ปรากฏในรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง ที่ระดับคะแนน 4.4500

แผนภาพที่ 7.125 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact)



จากแผนภาพที่ 7.125 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact) ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยประเด็นที่ท่านได้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ ท่านเข้าใจความแตกต่างและความหลากหลายในสังคม และท่านได้แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต มีระดับคะแนนสูงสุดเท่ากัน ที่ระดับคะแนน 4.6000 รองลงมาคือ ประเด็นท่านเข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต และท่านนำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน มีระดับคะแนนเท่ากัน ที่ระดับคะแนน 4.5500 ท่านได้รับการปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม ที่ระดับคะแนน 4.4500 รายการมีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับประชาชนทั่วไป ที่ระดับคะแนน 4.4000 และประชาชนทั่วไปมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ ที่ระดับคะแนน 4.3000 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 7.126 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction)



จากแผนภาพที่ 7.126 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction) อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีความพึงพอใจต่อรายการโดยรวม มีระดับคะแนนสูงสุด ที่ระดับคะแนน 4.8000 รองลงมาคือ มีทัศนคติที่ดีต่อรายการโดยรวม ที่ระดับคะแนน 4.5500

ตารางที่ 7.137 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ

ประเด็นความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
1. ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance)	4.3500	0.6708	พึงพอใจมาก
1.1 เนื้อหารายการมีความสอดคล้องและเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนทั่วไป	4.3500	0.6708	พึงพอใจมาก
2. ด้านเนื้อหารายการ (Content)	4.5500	0.0677	พึงพอใจมากที่สุด
2.1 เนื้อหารายการน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี	4.4000	0.7539	พึงพอใจมาก
2.2 เนื้อหารายการมีความสร้างสรรค์และสร้างความจรรโลงใจให้กับผู้ชม	4.5500	0.6048	พึงพอใจมากที่สุด
2.3 เนื้อหารายการมีความกระชับและเข้าใจได้ง่าย	4.3500	0.6708	พึงพอใจมาก
2.4 เนื้อหารายการมีการสอดแทรกแง่คิดที่ดี	4.6500	0.5871	พึงพอใจมากที่สุด
2.5 เนื้อหารายการมีคุณค่า คุ่มค่าต่อการรับชม และมีประโยชน์ต่อประชาชนทั่วไป	4.8000	0.6156	พึงพอใจมากที่สุด
3. ด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques)	4.3900	0.0575	พึงพอใจมาก
3.1 รูปแบบการนำเสนอรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง	4.2500	0.5501	พึงพอใจมาก
3.2 รูปแบบการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนทั่วไป	4.4500	0.6048	พึงพอใจมาก
3.3 ผู้ดำเนินรายการ (พิธีกร/แขกรับเชิญ/ตัวละคร/บทรบร่าย) ของรายการนี้ มีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี	4.4000	0.5982	พึงพอใจมาก
3.4 ระยะเวลาการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนทั่วไป	4.5500	0.5104	พึงพอใจมากที่สุด
3.5 ช่วงเวลาออกอากาศ ผ่านช่องทางสถานีโทรทัศน์มีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนทั่วไป	4.3000	0.4702	พึงพอใจมาก
4. ด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques)	4.4500	0.6863	พึงพอใจมาก
4.1 ฉาก ภาพ แสง สี เสียง และกราฟิกที่ปรากฏในรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง	4.4500	0.6863	พึงพอใจมาก
5. ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact)	4.5063	0.0475	พึงพอใจมากที่สุด
5.1 ท่านได้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	4.6000	0.5026	พึงพอใจมากที่สุด
5.2 ท่านเข้าใจความแตกต่างและความหลากหลายในสังคม	4.6000	0.5026	พึงพอใจมากที่สุด
5.3 ท่านเข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต	4.5500	0.5104	พึงพอใจมากที่สุด
5.4 ท่านได้รับการปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม	4.4500	0.6048	พึงพอใจมาก
5.5 ท่านได้แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต	4.6000	0.5026	พึงพอใจมากที่สุด
5.6 ท่านนำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน	4.5500	0.6048	พึงพอใจมากที่สุด
5.7 ประชาชนทั่วไปมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	4.3000	0.5712	พึงพอใจมาก
5.8 รายการมีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับประชาชนทั่วไป	4.4000	0.5026	พึงพอใจมาก
6. ทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction)	4.6750	0.1951	พึงพอใจมากที่สุด
6.1 ท่านมีทัศนคติที่ดีต่อรายการโดยรวม	4.5500	0.6863	พึงพอใจมากที่สุด
6.2 ท่านมีความพึงพอใจต่อรายการโดยรวม	4.8000	0.4104	พึงพอใจมากที่สุด
ภาพรวม	4.4869	0.3077	พึงพอใจมาก

สรุปข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

ตารางที่ 7.138 จำนวนและร้อยละข้อแนะนำในการพัฒนาช่องทางการนำเสนอรายการ



ข้อแนะนำในการพัฒนา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เปลี่ยนหรือเพิ่มช่องทาง	0	0.00
สถานีโทรทัศน์	0	0.00
เปลี่ยนหรือเพิ่มช่องทางสื่อออนไลน์	3	15.00
ไม่เปลี่ยนหรือเพิ่ม เพราะ ช่องทางการนำเสนอ รายการในปัจจุบันดีอยู่แล้ว	17	85.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 7.138 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่มีข้อแนะนำ ไม่เปลี่ยนหรือเพิ่ม เพราะช่องทางการนำเสนอรายการในปัจจุบันดีอยู่แล้ว จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 85.00 รองลงมาคือ เปลี่ยนหรือเพิ่มช่องทางสื่อออนไลน์ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 ตามลำดับ

สรุปประเด็นข้อแนะนำเพื่อปรับปรุงหรือพัฒนารายการ

จากผลการสำรวจ พบว่า ในภาพรวมกลุ่มเป้าหมายรายการในกลุ่มภาคใต้ มีระดับความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการผลิตและออกอากาศเนื้อหาอาหารรายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ ในระดับดี-ดีมาก โดยมีคะแนนความพึงพอใจที่ 4.6750 คะแนน ซึ่งมีคะแนนสูงกว่าทัศนคติ/ความคาดหวังของกลุ่มเป้าหมาย ทั้งนี้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกเพิ่มเติม กลุ่มเป้าหมายมีข้อเสนอแนะในการพัฒนารายการเพิ่มเติม ดังนี้

- 1) กลุ่มเป้าหมายรายการมีข้อเสนอแนะปรับระดับ เสียงดนตรี และคำบรรยาย ให้มีความเหมาะสม เนื่องจากพบบางรายการมีระดับเสียงดนตรีดังกว่าเสียงบรรยาย
- 2) กลุ่มเป้าหมายรายการมีข้อเสนอแนะปรับความต่อเนื่องของเนื้อหาให้มีความร้อยเรียงและเชื่อมโยงของเนื้อหาในแต่ละตอน และระยะเวลาการนำเสนอให้เหมาะสมกับเนื้อหาไม่อัดแน่นจนเกินไปในแต่ละตอน
- 3) กลุ่มเป้าหมายรายการมีข้อเสนอแนะให้ปรับเนื้อหาที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายหลายทุกช่วงวัย เช่น รายการที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมอาชีพที่จะเกิดขึ้นในอนาคต รายการที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว และรายการที่มีการสนทนาการ เพื่อที่กลุ่มเป้าหมายทุกช่วงวัยจะได้มีส่วนร่วมและนำไปปรับใช้ในชีวิตประจำวันได้ดียิ่งขึ้น

7.3.4.3 โครงการผลิตสารคดีเพื่อส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนใต้

มีผู้ตอบแบบประเมินโดยกลุ่มตัวแทนจากประชาชน จำนวน 20 ราย ประกอบด้วยข้อมูล ดังนี้

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบประเมิน

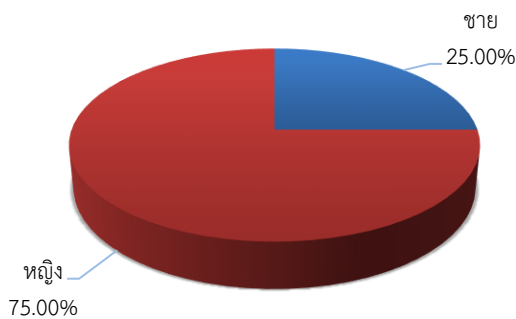
ตารางที่ 7.139 จำนวนและร้อยละของรายการ



ชื่อรายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ย้อนอดีตที่ปลายด้ามขวาน	20	100
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 7.139 ผู้ตอบแบบประเมินได้รับชมรายการ “ย้อนอดีตที่ปลายด้ามขวาน” จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00

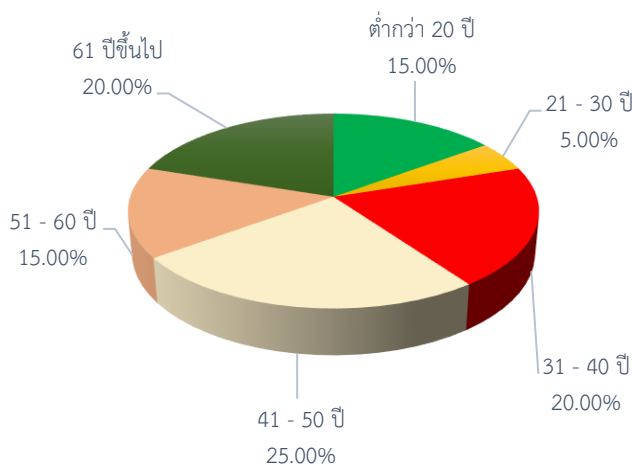
ตารางที่ 7.140 จำนวนและร้อยละของเพศ



เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	5	25.00
หญิง	15	75.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 7.140 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 75.00 รองลงมาคือ เพศชาย จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 ตามลำดับ

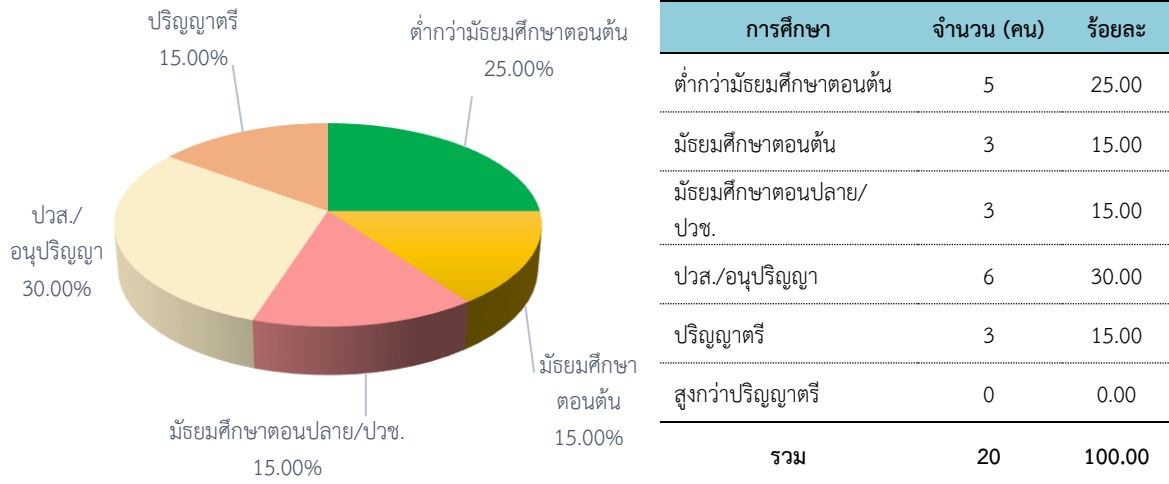
ตารางที่ 7.141 จำนวนและร้อยละของอายุ



อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	3	15.00
21 - 30 ปี	1	5.00
31 - 40 ปี	4	20.00
41 - 50 ปี	5	25.00
51 - 60 ปี	3	15.00
61 ปีขึ้นไป	4	20.00
รวม	20	100.00

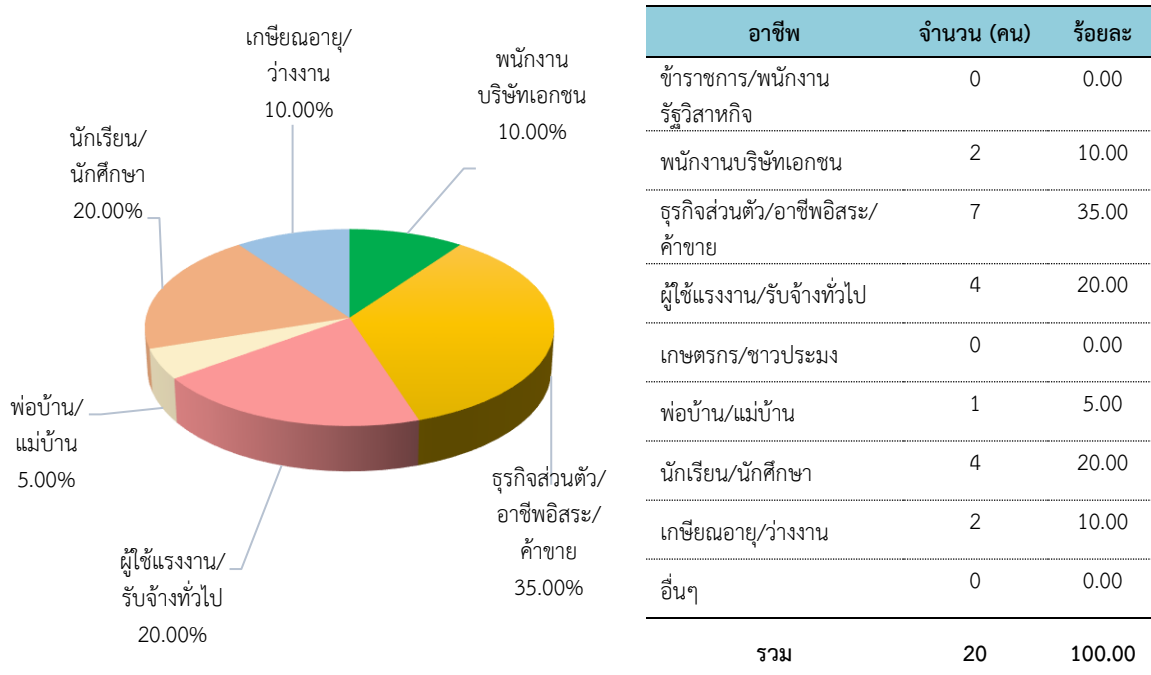
จากตารางที่ 7.141 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่อายุ 41 - 50 ปี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 รองลงมาคือ อายุ 31 - 40 ปี และอายุ 61 ปีขึ้นไป จำนวน 4 คนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 20.00 อายุต่ำกว่า 20 ปี และอายุ 51 - 60 ปี จำนวน 3 คนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 15.00 และอายุ 21 - 30 ปี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 7.142 จำนวนและร้อยละของการศึกษา



จากตารางที่ 7.142 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับ ปวส./อนุปริญญา จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 รองลงมาคือ ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. และระดับปริญญาตรี มีจำนวน 3 คนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 15.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 7.143 จำนวนและร้อยละของอาชีพ



จากตารางที่ 7.143 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 35.00 รองลงมาคือ ผู้ใช้แรงงาน/รับจ้างทั่วไป และนักเรียน/นักศึกษา มีจำนวน 4 คนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 20.00 พนักงานบริษัทเอกชน และเกษียณอายุ/ว่างงาน จำนวน 2 คนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 10.00 และพ่อบ้าน/แม่บ้าน จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 7.144 จำนวนและร้อยละของจังหวัดที่ทำนาค้ายอยู่ในปัจจุบัน



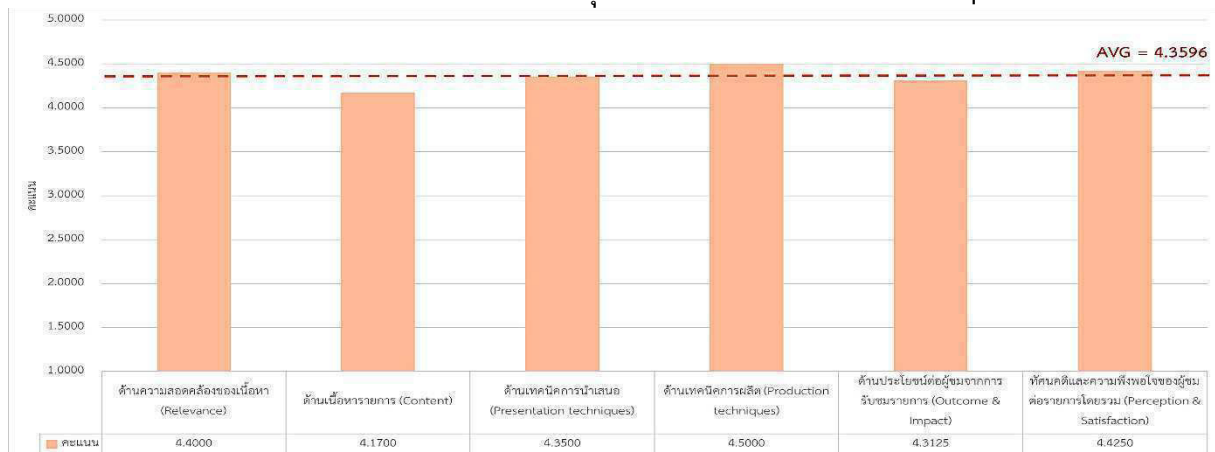
จังหวัดที่อาศัยอยู่ในปัจจุบัน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ภาคเหนือ	0	0.00
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	0	0.00
กรุงเทพฯ และปริมณฑล	0	0.00
ภาคกลาง	0	0.00
ภาคใต้	20	100.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 7.144 ผู้ตอบแบบประเมินทั้งหมดอาศัยอยู่ในจังหวัดของภาคใต้ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00

สรุปผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ

จากการตอบแบบประเมินโดยกลุ่มตัวแทนจากประชาชน จำนวน 20 ราย ในพื้นที่ภาคใต้ มีระดับคะแนนการประเมินคุณภาพรายการทีวีในด้านต่างๆ โดยเฉลี่ย ที่ระดับ 4.3596 โดยมีระดับคะแนนการประเมินคุณภาพรายการทีวีในแต่ละด้าน ดังนี้

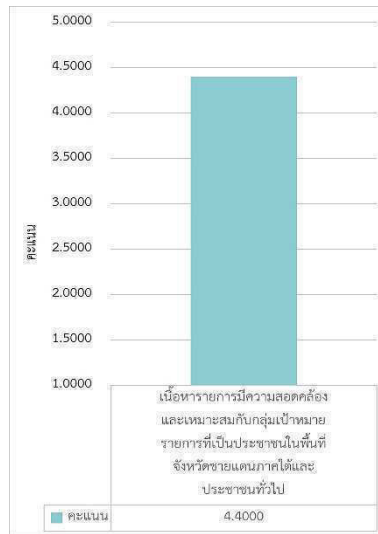
แผนภาพที่ 7.127 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ



จากแผนภาพที่ 7.127 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques) มีระดับความเชื่อมั่นที่ระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance) ด้านเนื้อหารายการ (Content) ด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques) ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact) และทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction) มีระดับความเชื่อมั่นเท่ากันที่ระดับมากที่สุด ทั้งนี้ ด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques) มีระดับคะแนนมากที่สุดที่ระดับ 4.5000 รองลงมาคือ ทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction) มีระดับคะแนนที่ระดับ 4.4250 ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance) มีระดับคะแนนที่ระดับ

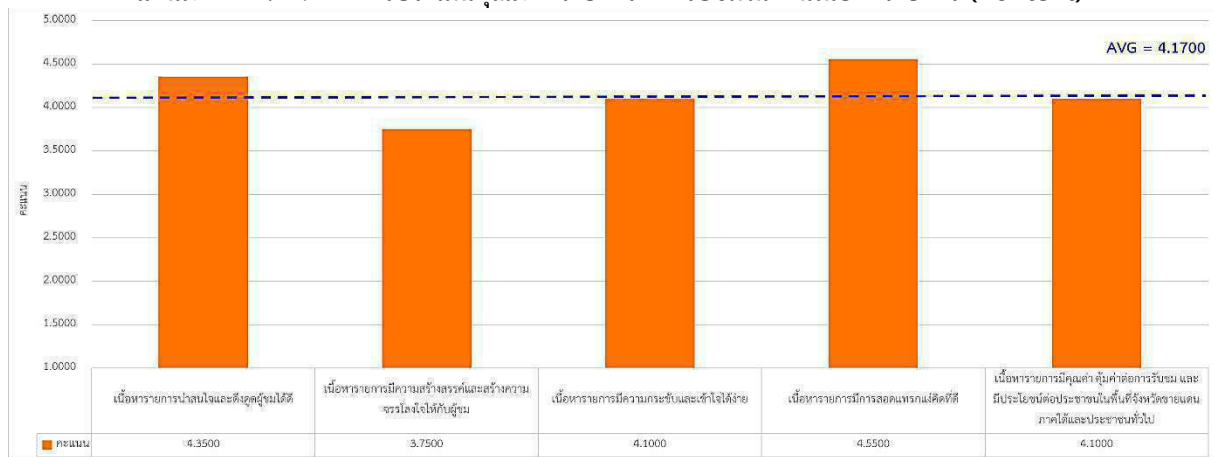
4.4000ด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques) มีระดับคะแนนที่ระดับ 4.3500 ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact) มีระดับคะแนนที่ระดับ 4.3125 และด้านเนื้อหารายการ (Content) มีระดับคะแนนที่ระดับ 4.1700 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 7.128 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance)



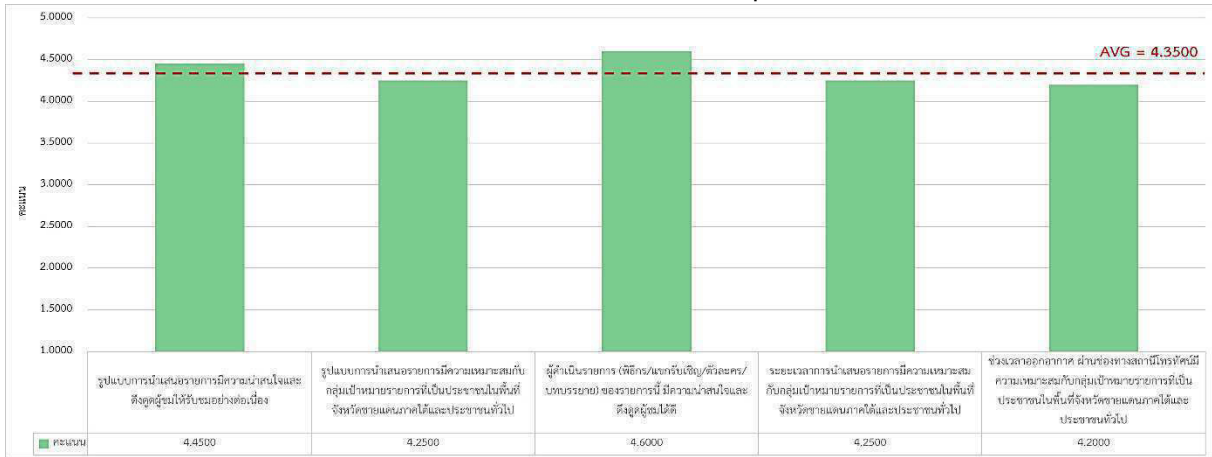
จากแผนภาพที่ 7.128 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance) อยู่ในระดับมากที่สุด จากประเด็นเนื้อหารายการมีความสอดคล้องและเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้และประชาชนทั่วไป ที่ระดับคะแนน 4.4000

แผนภาพที่ 7.129 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเนื้อหารายการ (Content)



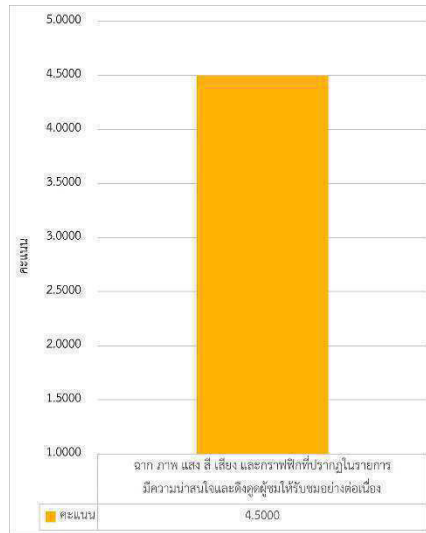
จากแผนภาพที่ 7.129 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเนื้อหารายการ (Content) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยประเด็นเนื้อหารายการมีการสอดแทรกแง่คิดที่ดี มีระดับคะแนนสูงสุดที่ระดับคะแนน 4.5500 รองลงมาคือ เนื้อหาที่น่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี ที่ระดับคะแนน 4.3500 เนื้อหาที่มีความกระชับและเข้าใจได้ง่าย และเข้าใจได้ง่าย และเนื้อหารายการมีคุณค่า คุ่มค่าต่อการรับชม และมีประโยชน์ต่อประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้และประชาชนทั่วไป มีคะแนนเท่ากัน ที่ระดับคะแนน 4.1000 และเนื้อหาที่มีความสร้างสรรค์และสร้างความจรรโลงใจให้กับผู้ชม ที่ระดับคะแนน 3.7500 ตามลำดับ

**แผนภาพที่ 7.130 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการนำเสนอ
 (Presentation techniques)**



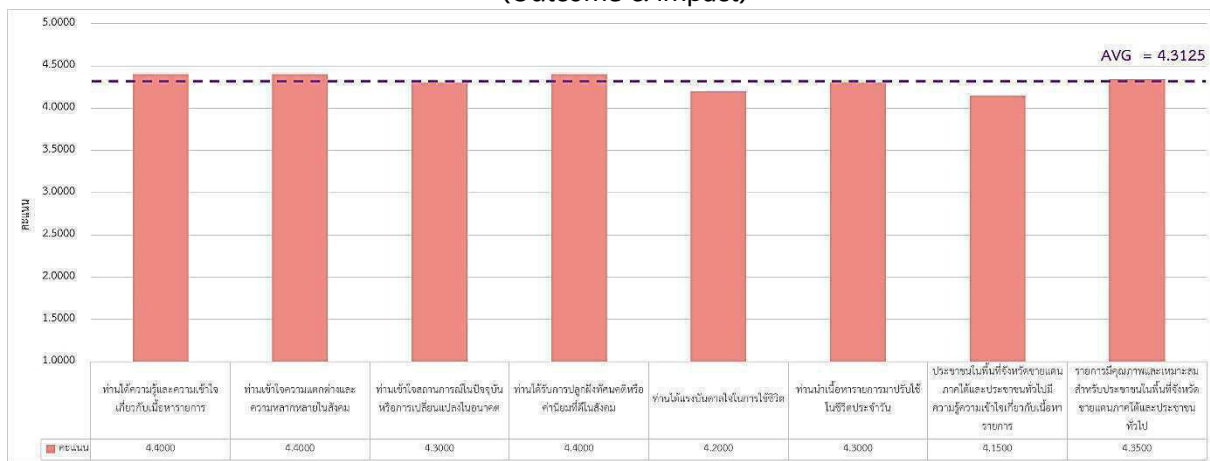
จากแผนภาพที่ 7.130 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยประเด็นผู้ดำเนินรายการ (พิธีกร/แขกรับเชิญ/ตัวละคร/บทบรรยาย) ของรายการนี้ มีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดีมีระดับคะแนนสูงที่สุด ที่ระดับคะแนน 4.6000 รองลงมาคือ ประเด็นรูปแบบการนำเสนอรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง ที่ระดับคะแนน 4.4500 ประเด็นรูปแบบการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้และประชาชนทั่วไป และประเด็นระยะเวลาการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้และประชาชนทั่วไป มีระดับคะแนนเท่ากันที่ระดับคะแนน 4.2500 และประเด็นช่วงเวลาออกอากาศผ่านช่องทางสถานีโทรทัศน์มีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้และประชาชนทั่วไป มีคะแนนต่ำสุด ที่ระดับคะแนน 4.2000 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 7.131 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques)



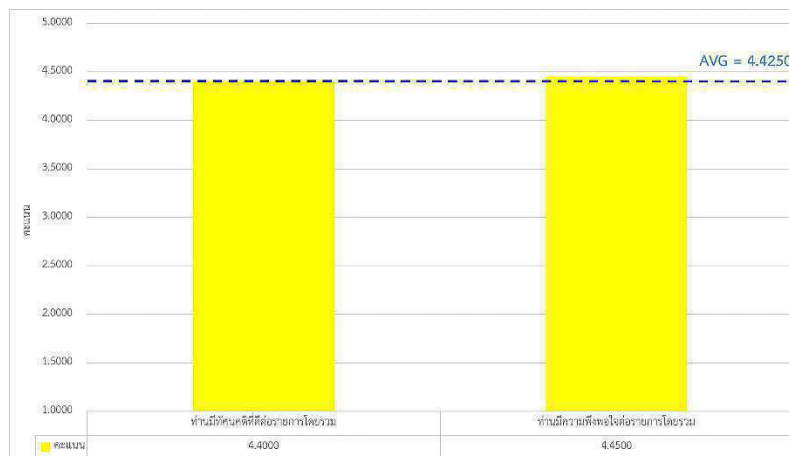
จากแผนภาพที่ 7.131 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques) อยู่ในระดับมากที่สุด จากประเด็นภาพ แสง สี เสียง และกราฟิกที่ปรากฏในรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง ที่ระดับคะแนน 4.5000

แผนภาพที่ 7.132 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact)



จากแผนภาพที่ 7.132 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยประเด็นท่านได้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ ประเด็นท่านเข้าใจความแตกต่างและความหลากหลายในสังคม และประเด็นท่านได้รับการปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม มีระดับคะแนนสูงสุดเท่ากันที่ระดับคะแนน 4.4000 รองลงมาคือ ประเด็นรายการมีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้และประชาชนทั่วไป ที่ระดับคะแนน 4.3500 ประเด็นท่านเข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต และประเด็นท่านนำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน มีระดับคะแนนเท่ากัน ที่ระดับคะแนน 4.3000 ประเด็นท่านได้แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต ที่ระดับคะแนน 4.2000 และประเด็นประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้และประชาชนทั่วไปมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการที่ระดับคะแนน 4.1500 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 7.133 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction)



จากแผนภาพที่ 7.133 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction) อยู่ในระดับมาก โดยประเด็นท่านมีความพึงพอใจต่อรายการโดยรวม มีระดับคะแนนสูงสุด ที่ระดับคะแนน 4.4500 รองลงมา คือ ประเด็นท่านมีทัศนคติที่ดีต่อรายการโดยรวม ที่ระดับคะแนน 4.4000

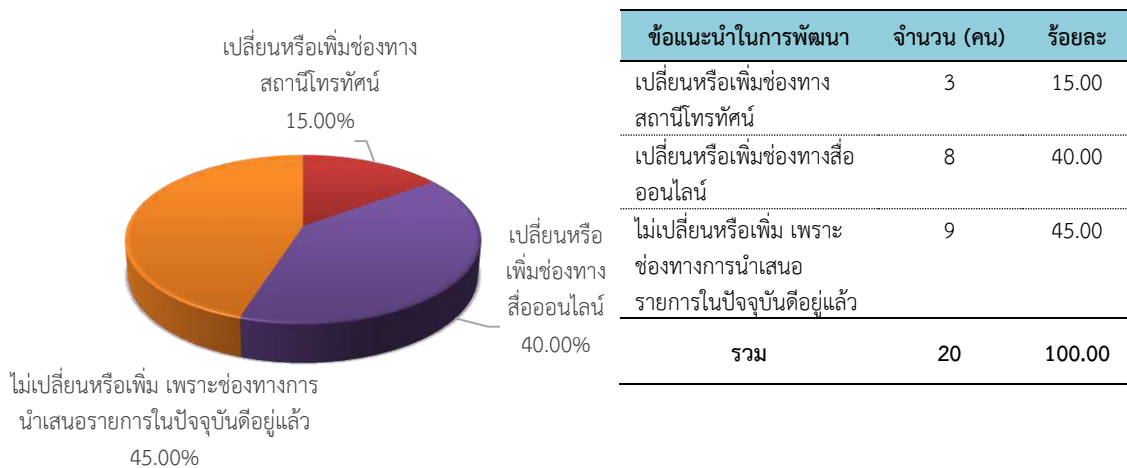
ตารางที่ 7.145 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ

ประเด็นความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
1. ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance)	4.4000	0.7539	พึงพอใจมาก
1.1 เนื้อหารายการมีความสอดคล้องและเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้และประชาชนทั่วไป	4.4000	0.7539	พึงพอใจมาก
2. ด้านเนื้อหารายการ (Content)	4.1700	0.1994	พึงพอใจมาก
2.1 เนื้อหารายการน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี	4.3500	0.8751	พึงพอใจมาก
2.2 เนื้อหารายการมีความสร้างสรรค์และสร้างความจรรโลงใจให้กับผู้ชม	3.7500	1.0699	พึงพอใจมาก
2.3 เนื้อหารายการมีความกระชับและเข้าใจได้ง่าย	4.1000	1.1192	พึงพอใจมาก
2.4 เนื้อหารายการมีการสอดแทรกแง่คิดที่ดี	4.5500	0.6863	พึงพอใจมากที่สุด
2.5 เนื้อหารายการมีคุณค่า คุ่มค่าต่อการรับชม และมีประโยชน์ต่อประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้และประชาชนทั่วไป	4.1000	1.1653	พึงพอใจมาก
3. ด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques)	4.3500	0.1311	พึงพอใจมาก
3.1 รูปแบบการนำเสนอรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง	4.4500	0.9987	พึงพอใจมาก
3.2 รูปแบบการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้และประชาชนทั่วไป	4.2500	0.7164	พึงพอใจมาก
3.3 ผู้ดำเนินรายการ (พิธีกร/แขกรับเชิญ/ตัวละคร/บทบรรยาย) ของรายการนี้ มีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี	4.6000	0.6806	พึงพอใจมากที่สุด
3.4 ระยะเวลาการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้และประชาชนทั่วไป	4.2500	0.7864	พึงพอใจมาก
3.5 ช่วงเวลาออกอากาศ ผ่านช่องทางสถานีโทรทัศน์มีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้และประชาชนทั่วไป	4.2000	0.6959	พึงพอใจมาก

ประเด็นความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
4. ด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques)	4.5000	0.6882	พึงพอใจมากที่สุด
4.1 ฉาก ภาพ แสง สี เสียง และกราฟฟิกที่ปรากฏในรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง	4.5000	0.6882	พึงพอใจมากที่สุด
5. ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact)	4.3125	0.0608	พึงพอใจมาก
5.1 ท่านได้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	4.4000	0.6806	พึงพอใจมาก
5.2 ท่านเข้าใจความแตกต่างและความหลากหลายในสังคม	4.4000	0.5982	พึงพอใจมาก
5.3 ท่านเข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต	4.3000	0.5712	พึงพอใจมาก
5.4 ท่านได้รับการปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม	4.4000	0.6806	พึงพอใจมาก
5.5 ท่านได้แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต	4.2000	0.6959	พึงพอใจมาก
5.6 ท่านนำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน	4.3000	0.6569	พึงพอใจมาก
5.7 ประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้และประชาชนทั่วไปมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	4.1500	0.5871	พึงพอใจมาก
5.8 รายการมีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้และประชาชนทั่วไป	4.3500	0.7452	พึงพอใจมาก
6. ทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction)	4.4250	0.0556	พึงพอใจมาก
6.1 ท่านมีทัศนคติที่ดีต่อรายการโดยรวม	4.4000	0.6806	พึงพอใจมาก
6.2 ท่านมีความพึงพอใจต่อรายการโดยรวม	4.4500	0.7592	พึงพอใจมาก
ภาพรวม	4.3596	0.3197	พึงพอใจมาก

สรุปข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

ตารางที่ 7.146 จำนวนและร้อยละข้อแนะนำในการพัฒนาช่องทางการนำเสนอรายการ



จากตารางที่ 7.146 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่มีข้อแนะนำ ไม่เปลี่ยนหรือเพิ่ม เพราะช่องทางการนำเสนอรายการในปัจจุบันดีอยู่แล้ว จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 45.00 รองลงมาคือ เปลี่ยนหรือเพิ่มช่องทางสื่อออนไลน์ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 และเปลี่ยนหรือเพิ่มช่องทางสถานีโทรทัศน์ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 ตามลำดับ

สรุปประเด็นข้อแนะนำเพื่อปรับปรุงหรือพัฒนารายการ

จากผลการสำรวจ พบว่า ในภาพรวมกลุ่มเป้าหมายรายการในกลุ่มภาคใต้ มีระดับความพึงพอใจต่อโครงการผลิตสารคดีเพื่อส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนใต้ ในระดับดี-ดีมาก โดยมีคะแนนความพึงพอใจที่ 4.4250 คะแนน ซึ่งมีคะแนนสูงกว่าทัศนคติ/ความคาดหวังของกลุ่มเป้าหมาย ทั้งนี้ จากการสัมภาษณ์เชิงลึกเพิ่มเติม กลุ่มเป้าหมายมีข้อเสนอแนะในการพัฒนารายการเพิ่มเติม ดังนี้

- 1) กลุ่มเป้าหมายรายการมีข้อเสนอแนะปรับระยะเวลาการนำเสนอให้เหมาะสมกับเนื้อหาไม่อัดแน่นจนเกินไปในแต่ละตอน หรืออาจปรับวิดีโอบางตอนให้สั้นกระชับเพื่อเพิ่มความน่าสนใจกับรายการมากขึ้น
- 2) กลุ่มเป้าหมายรายการมีข้อเสนอแนะปรับเนื้อหารายการ แสง สี เสียงดนตรี กราฟิก ในการนำเสนอรายการให้มีความน่าสนใจ อีกทั้ง ปรับน้ำเสียงของผู้ดำเนินรายการให้เหมาะสมกับวัยเด็กและเยาวชน
- 3) กลุ่มเป้าหมายรายการมีข้อเสนอแนะให้เพิ่มรายการที่เกี่ยวกับทักษะด้านภาษา เพื่อเสริมสร้างพัฒนาการด้านภาษาให้กับเยาวชน
- 4) กลุ่มเป้าหมายรายการมีข้อเสนอแนะเพิ่มรายการที่มีเนื้อหาการแนะนำอาชีพที่สอดคล้องกับภาวะสังคมปัจจุบัน เพื่อให้เด็กและเยาวชน เพื่อส่งเสริมและเป็นแรงบันดาลใจให้กับเด็กและเยาวชนตัดสินใจเลือกประกอบอาชีพได้ตรงกับความถนัด และความสนใจของตนเอง

7.3.4.4 โครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้ความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อ

มีผู้ตอบแบบประเมินโดยกลุ่มตัวแทนจากประชาชน จำนวน 20 ราย ประกอบด้วยข้อมูล ดังนี้

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบประเมิน

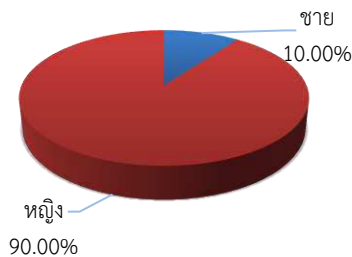
ตารางที่ 7.147 จำนวนและร้อยละของรายการ



ชื่อรายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
บริษัท (ไม่) จัดฉาก จำกัด	20	100.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 7.147 ผู้ตอบแบบประเมินได้รับชมรายการ “บริษัท (ไม่) จัดฉาก จำกัด” จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00

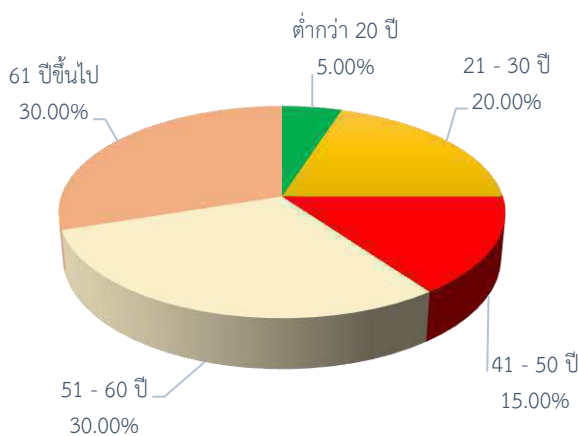
ตารางที่ 7.148 จำนวนและร้อยละของเพศ



เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	2	10.00
หญิง	18	90.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 7.148 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 90.00 รองลงมาคือ เพศชาย จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 ตามลำดับ

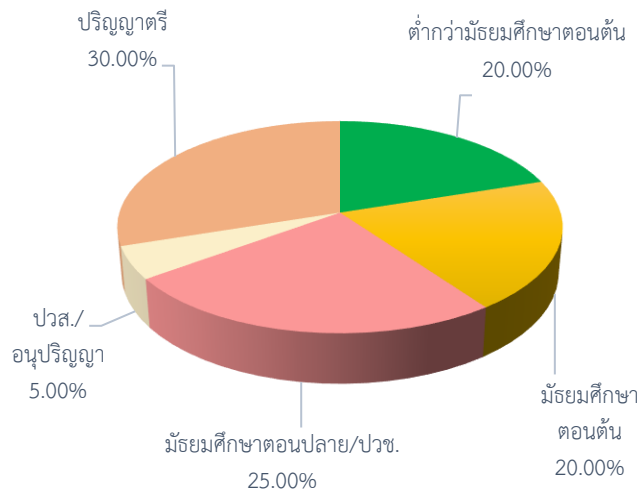
ตารางที่ 7.149 จำนวนและร้อยละของอายุ



อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	1	5.00
21 - 30 ปี	4	20.00
31 - 40 ปี	0	0.00
41 - 50 ปี	3	15.00
51 - 60 ปี	6	30.00
61 ปีขึ้นไป	6	30.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 7.149 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่มีอายุ 51 - 60 ปี และอายุ 61 ปีขึ้นไป จำนวน 6 คน เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 30.00 รองลงมาคือ อายุ 21 - 30 ปี จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 อายุ 41 - 50 ปี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 และอายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

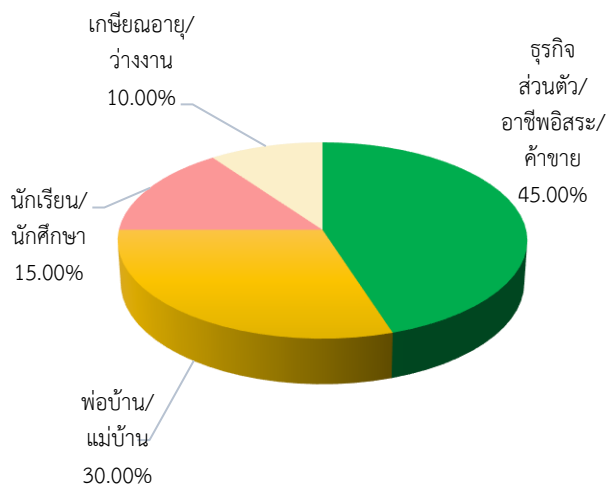
ตารางที่ 7.150 จำนวนและร้อยละของการศึกษา



การศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	4	20.00
มัธยมศึกษาตอนต้น	4	20.00
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	5	25.00
ปวส./อนุปริญญา	1	5.00
ปริญญาตรี	6	30.00
สูงกว่าปริญญาตรี	0	0.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 7.150 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 รองลงมาคือ ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 ระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น และระดับมัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 4 คน เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 20.00 และระดับ ปวส./อนุปริญญา จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 7.151 จำนวนและร้อยละของอาชีพ



อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	0	0.00
พนักงานบริษัทเอกชน	0	0.00
ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย	9	45.00
ผู้ใช้แรงงาน/รับจ้างทั่วไป	0	0.00
เกษตรกร/ชาวประมง	0	0.00
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	6	30.00
นักเรียน/นักศึกษา	3	15.00
เกษียณอายุ/ว่างงาน	2	10.00
อื่นๆ	0	0.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 7.151 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 45.00 รองลงมาคือ อาชีพพ่อบ้าน/แม่บ้าน จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 อาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 และอาชีพเกษียณอายุ/ว่างงาน จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 7.152 จำนวนและร้อยละของจังหวัดที่ท่านอาศัยอยู่ในปัจจุบัน



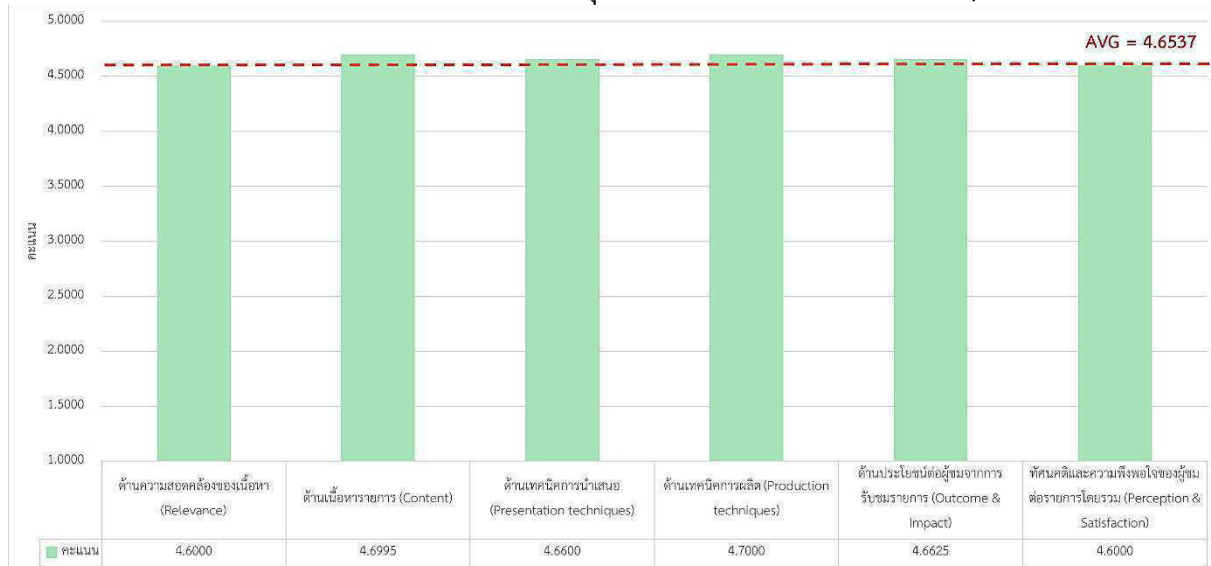
จังหวัดที่อาศัย อยู่ในปัจจุบัน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ภาคเหนือ	0	0.00
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	0	0.00
กรุงเทพฯ และปริมณฑล	0	0.00
ภาคกลาง	0	0.00
ภาคใต้	20	100.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 7.152 ผู้ตอบแบบประเมินทั้งหมดอาศัยอยู่ในจังหวัดของภาคใต้ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00

สรุปผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ

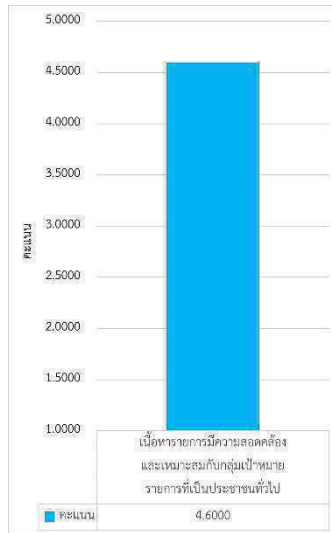
จากการตอบแบบประเมินโดยกลุ่มตัวแทนจากประชาชน จำนวน 20 ราย ในพื้นที่ภาคใต้ มีระดับคะแนนการประเมินคุณภาพรายการทีวีในด้านต่างๆ โดยเฉลี่ย ที่ระดับ 4.6537 โดยมีระดับคะแนนการประเมินคุณภาพรายการทีวีในแต่ละด้าน ดังนี้

แผนภาพที่ 7.134 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ



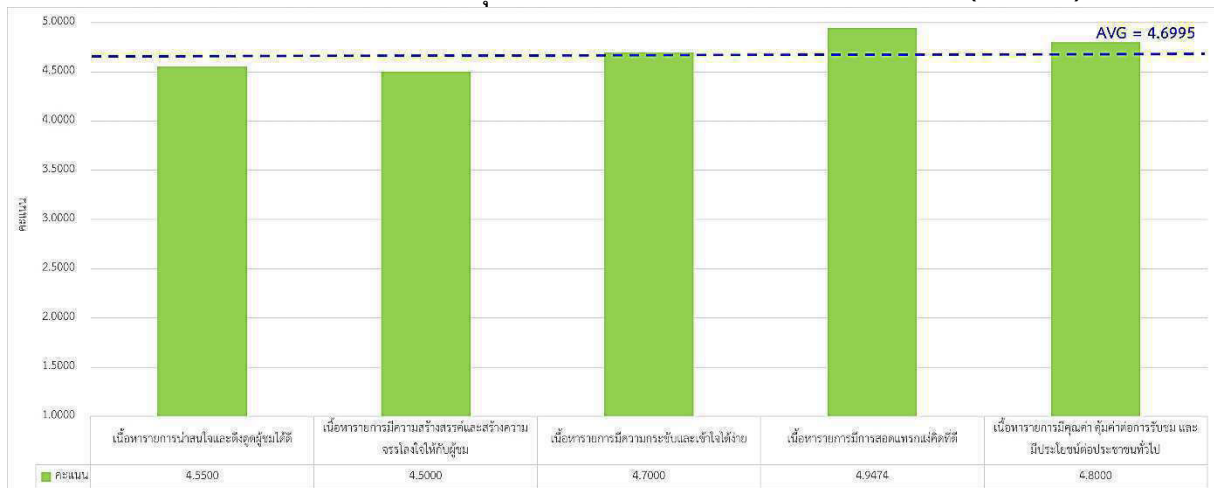
จากแผนภาพที่ 7.134 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีระดับความเชื่อมั่นเท่ากันทุกด้าน ทั้งนี้ ประเด็นด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques) มีระดับคะแนนมากที่สุด ที่ระดับ 4.7000 รองลงมาคือ ด้านเนื้อหารายการ (Content) ที่ระดับคะแนน 4.6995 ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact) ที่ระดับคะแนน 4.6625 ด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques) ที่ระดับคะแนน 4.6600 ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance) และด้านทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction) มีระดับคะแนนเท่ากัน ที่ระดับ 4.6000 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 7.135 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance)



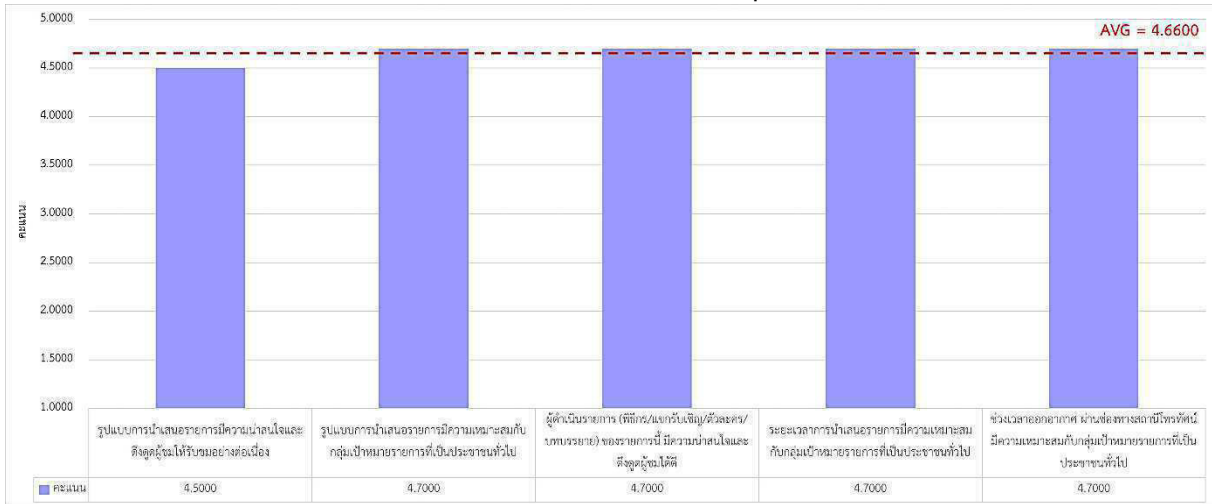
จากแผนภาพที่ 7.135 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance) อยู่ในระดับมากที่สุด จากประเด็นเนื้อหารายการมีความสอดคล้องและเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนทั่วไป ที่ระดับคะแนน 4.6000

แผนภาพที่ 7.136 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเนื้อหารายการ (Content)



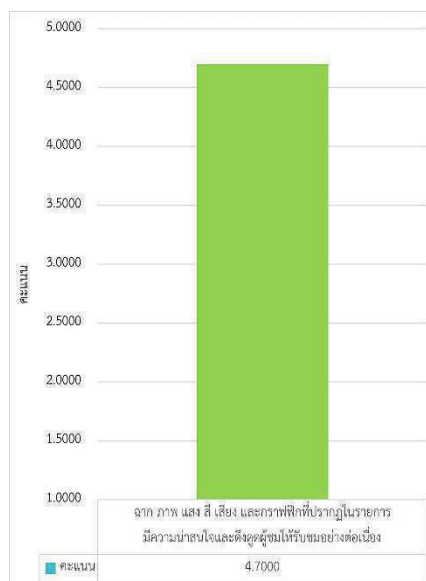
จากแผนภาพที่ 7.136 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเนื้อหารายการ (Content) ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยประเด็นเนื้อหารายการมีการสอดแทรกแง่คิดที่ดี มีระดับคะแนนสูงสุด ที่ระดับ 4.9474 รองลงมาคือ ประเด็นเนื้อหารายการมีคุณค่า คุ่มค่าต่อการรับชม และมีประโยชน์ต่อประชาชนทั่วไป ที่ระดับคะแนน 4.8000 ประเด็นเนื้อหารายการมีความกระชับและเข้าใจได้ง่าย ที่ระดับคะแนน 4.7000 ประเด็นเนื้อหารายการน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี และประเด็นเนื้อหารายการมีความสร้างสรรค์และสร้างความจรรโลงใจให้กับผู้ชม มีระดับคะแนนเท่ากัน ที่ระดับ 4.5000 ตามลำดับ

**แผนภาพที่ 7.137 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการนำเสนอ
 (Presentation techniques)**



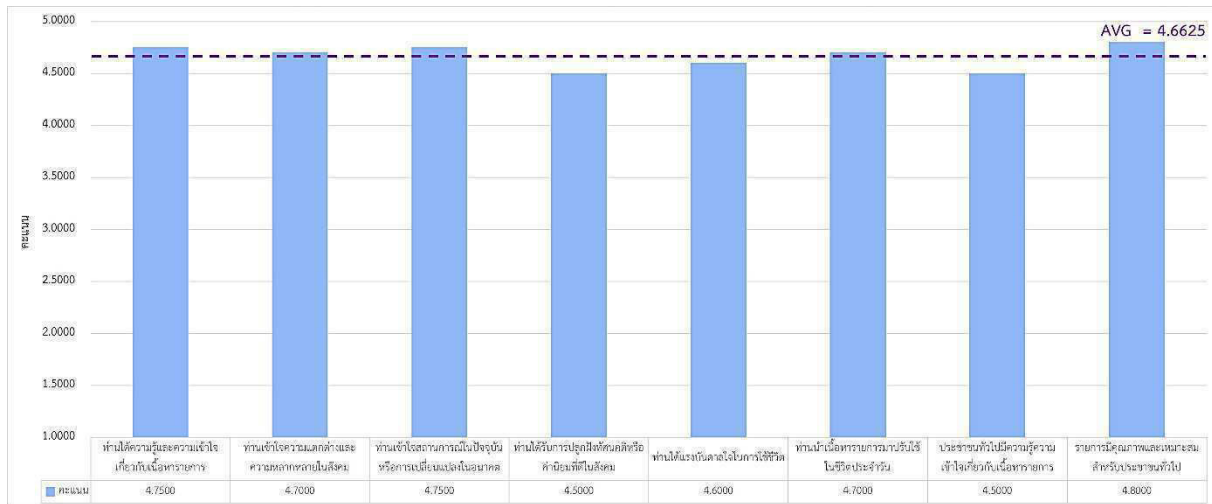
จากแผนภาพที่ 7.137 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques) ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุดโดยประเด็นรูปแบบการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนทั่วไป ประเด็นผู้ดำเนินรายการ (พิธีกร/แขกรับเชิญ/ตัวละคร/บทรบร่าย) ของรายการนี้ มีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี ประเด็นระยะเวลาการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนทั่วไป และประเด็นช่วงเวลาออกอากาศ ผ่านช่องทางสถานีโทรทัศน์มีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนทั่วไป มีระดับคะแนนเท่ากัน ที่ระดับ 4.7000 รองลงมาคือ ประเด็นรูปแบบการนำเสนอรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง ที่ระดับคะแนน 4.5000 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 7.138 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques)



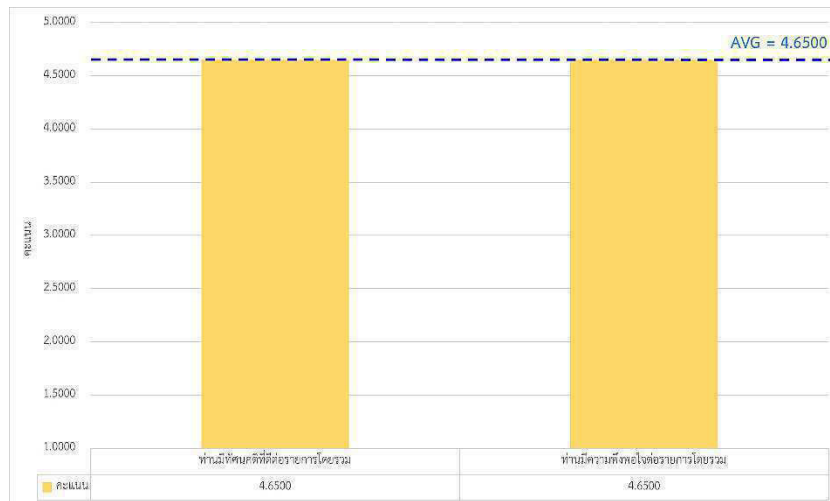
จากแผนภาพที่ 7.138 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชม ในด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques) อยู่ในระดับมากที่สุด จากประเด็นฉาก ภาพ แสง สี เสียง และกราฟฟิกที่ปรากฏในรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง ที่ระดับคะแนน 4.7000

แผนภาพที่ 7.139 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact)



จากแผนภาพที่ 7.139 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact) ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยประเด็นรายการมีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับประชาชนทั่วไป มีระดับคะแนนสูงสุด ที่ระดับ 4.8000 รองลงมาคือ ประเด็นท่านได้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ และประเด็นท่านเข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต มีระดับคะแนนเท่ากัน ที่ระดับ 4.7500 ประเด็นท่านเข้าใจความแตกต่างและความหลากหลายในสังคม และประเด็นท่านนำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน มีระดับคะแนนเท่ากัน ที่ระดับ 4.7000 ประเด็นท่านได้แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต ที่ระดับคะแนน 4.6000 ประเด็นท่านได้รับการปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม และประเด็นประชาชนทั่วไปมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ มีระดับคะแนนเท่ากัน ที่ระดับ 4.5000 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 7.140 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction)



จากแผนภาพที่ 7.140 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction) อยู่ในระดับมากที่สุด โดยประเด็นท่านมีทัศนคติที่ดีต่อรายการโดยรวม และประเด็นท่านมีความพึงพอใจต่อรายการโดยรวม มีระดับคะแนนเท่ากัน ที่ระดับ 4.6500

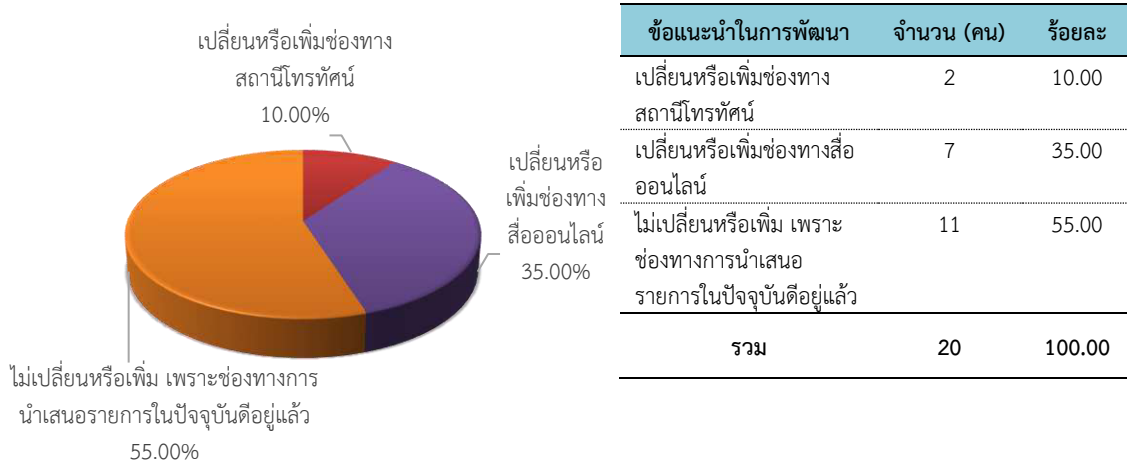
ตารางที่ 7.153 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ

ประเด็นความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
1. ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance)	4.6500	0.5982	พึงพอใจมากที่สุด
1.1 เนื้อหารายการมีความสอดคล้องและเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนทั่วไป	4.6500	0.5982	พึงพอใจมากที่สุด
2. ด้านเนื้อหารายการ (Content)	4.6995	0.1567	พึงพอใจมาก
2.1 เนื้อหารายการน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี	4.5500	0.6048	พึงพอใจมากที่สุด
2.2 เนื้อหารายการมีความสร้างสรรค์และสร้างความจรรโลงใจให้กับผู้ชม	4.5000	0.6070	พึงพอใจมากที่สุด
2.3 เนื้อหารายการมีความกระชับและเข้าใจได้ง่าย	4.7000	0.4702	พึงพอใจมากที่สุด
2.4 เนื้อหารายการมีการสอดแทรกแง่คิดที่ดี	4.9474	0.2294	พึงพอใจมากที่สุด
2.5 เนื้อหารายการมีคุณค่า คุ่มค่าต่อการรับชม และมีประโยชน์ต่อประชาชนทั่วไป	4.8000	0.4104	พึงพอใจมากที่สุด
3. ด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques)	4.6600	0.0612	พึงพอใจมากที่สุด
3.1 รูปแบบการนำเสนอรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง	4.5000	0.6070	พึงพอใจมากที่สุด
3.2 รูปแบบการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนทั่วไป	4.7000	0.4702	พึงพอใจมากที่สุด
3.3 ผู้ดำเนินรายการ (พิธีกร/แขกรับเชิญ/ตัวละคร/บทบรรยาย) ของรายการนี้ มีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี	4.7000	0.4702	พึงพอใจมากที่สุด
3.4 ระยะเวลาการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนทั่วไป	4.7000	0.4702	พึงพอใจมากที่สุด
3.5 ช่วงเวลาออกอากาศ ผ่านช่องทางสถานีโทรทัศน์มีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนทั่วไป	4.7000	0.4702	พึงพอใจมากที่สุด

ประเด็นความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
4. ด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques)	4.7000	0.4702	พึงพอใจมากที่สุด
4.1 ฉาก ภาพ แสง สี เสียง และกราฟฟิกที่ปรากฏในรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง	4.7000	0.4702	พึงพอใจมากที่สุด
5. ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact)	4.6625	0.0371	พึงพอใจมาก
5.1 ท่านได้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	4.7500	0.4443	พึงพอใจมากที่สุด
5.2 ท่านเข้าใจความแตกต่างและความหลากหลายในสังคม	4.7000	0.4702	พึงพอใจมากที่สุด
5.3 ท่านเข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต	4.7500	0.4443	พึงพอใจมากที่สุด
5.4 ท่านได้รับการปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม	4.5000	0.5130	พึงพอใจมากที่สุด
5.5 ท่านได้แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต	4.6000	0.5026	พึงพอใจมากที่สุด
5.6 ท่านนำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน	4.7000	0.4702	พึงพอใจมากที่สุด
5.7 ประชาชนทั่วไปมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	4.5000	0.5130	พึงพอใจมากที่สุด
5.8 รายการมีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับประชาชนทั่วไป	4.8000	0.4104	พึงพอใจมากที่สุด
6. ทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction)	4.6500	0.0000	พึงพอใจมากที่สุด
6.1 ท่านมีทัศนคติที่ดีต่อรายการโดยรวม	4.6500	0.5871	พึงพอใจมากที่สุด
6.2 ท่านมีความพึงพอใจต่อรายการโดยรวม	4.6500	0.5871	พึงพอใจมากที่สุด
ภาพรวม	4.6537	0.2517	พึงพอใจมากที่สุด

สรุปข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

ตารางที่ 7.154 จำนวนและร้อยละข้อแนะนำในการพัฒนาช่องทางการนำเสนอรายการ



จากตารางที่ 7.154 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่มีข้อแนะนำ ไม่เปลี่ยนหรือเพิ่ม เพราะช่องทางการนำเสนอรายการในปัจจุบันดีอยู่แล้ว จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 55.00 รองลงมาคือ เปลี่ยนหรือเพิ่มช่องทางสื่อออนไลน์ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 35.00 และเปลี่ยนหรือเพิ่มช่องทางสถานีโทรทัศน์ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 ตามลำดับ

สรุปประเด็นข้อแนะนำเพื่อปรับปรุงหรือพัฒนารายการ

จากผลการสำรวจ พบว่า ในภาพรวมกลุ่มเป้าหมายรายการในกลุ่มภาคใต้ มีระดับความพึงพอใจต่อโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อ ในระดับดี-ดีมาก โดยมีคะแนนความพึงพอใจที่ 4.6500 คะแนน ซึ่งมีคะแนนเท่ากับทัศนคติ/ความคาดหวังของกลุ่มเป้าหมาย ทั้งนี้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกเพิ่มเติม กลุ่มเป้าหมายมีข้อเสนอแนะในการพัฒนารายการเพิ่มเติม ดังนี้

- 1) ควรให้มีส่วนร่วมในการพูดคุยเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ในการรับชมสิ่งที่ได้รับชม
- 2) ควรมีการพัฒนาเนื้อหาที่เป็นที่สนใจของวัยรุ่นชื่นชอบและอยากให้วิทยากรพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในการดูวีดิทัศน์
- 3) ควรมีการแนะนำและนำเสนอข้อมูลสื่อที่มีประโยชน์ เช่น การใช้โซเชียลในชีวิตประจำวัน เพื่อที่ประชาชนทั่วไปสามารถนำสื่อที่ได้รับชมนำมาประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ได้มากที่สุด
- 4) เนื้อหาควรมีความกระชับ เข้าใจง่าย มีช่องทางการรับชมที่หลากหลาย เพื่อให้ผู้รับชมจะได้มีช่องทางในการรับชมเพิ่มขึ้น และจะได้นำความรู้ที่ได้รับไปใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด

7.3.4.5 โครงการจัดทำรายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมให้คนพิการรู้จักสิทธิและใช้ประโยชน์จากกิจการโทรทัศน์ได้อย่างรู้เท่าทัน

มีผู้ตอบแบบประเมินโดยกลุ่มตัวแทนคนพิการและผู้ที่เกี่ยวข้องกับคนพิการ จำนวน 20 ราย ประกอบด้วยข้อมูล ดังนี้

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบประเมิน

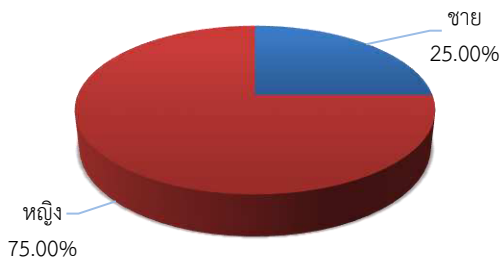
ตารางที่ 7.155 จำนวนและร้อยละของรายการ



ชื่อรายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
D-มีดี	20	100.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 7.155 ผู้ตอบแบบประเมินได้รับชมรายการ “D-มีดี” จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00

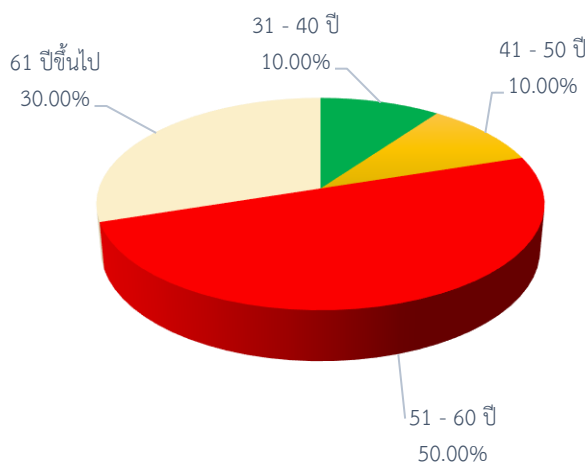
ตารางที่ 7.156 จำนวนและร้อยละของเพศ



เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	5	25.00
หญิง	15	75.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 7.156 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 75.00 รองลงมาคือ เพศชาย จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 ตามลำดับ

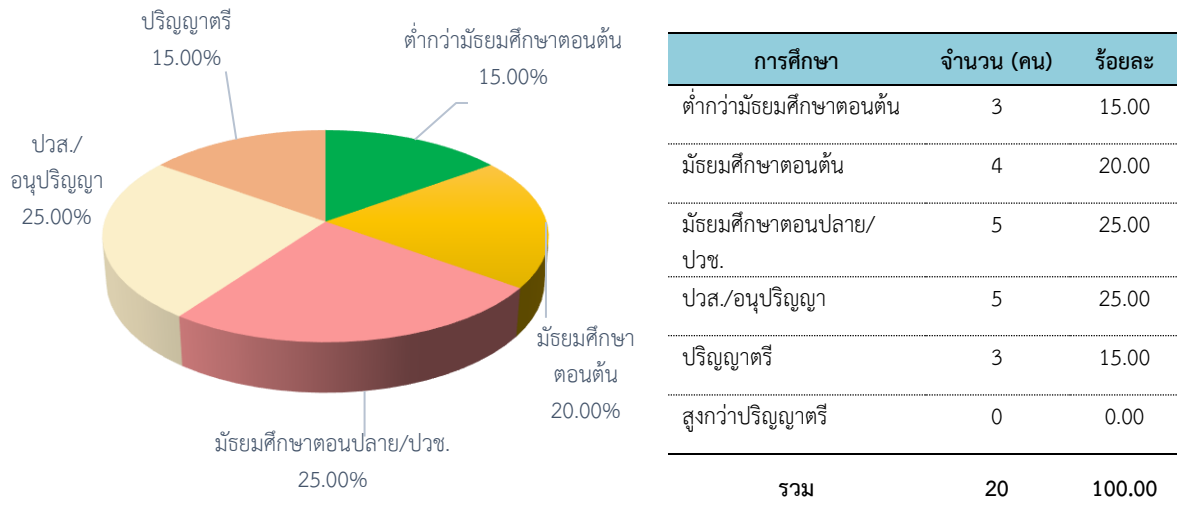
ตารางที่ 7.157 จำนวนและร้อยละของอายุ



อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	0	0.00
21 - 30 ปี	0	0.00
31 - 40 ปี	2	10.00
41 - 50 ปี	2	10.00
51 - 60 ปี	10	50.00
61 ปีขึ้นไป	6	30.00
รวม	20	100.00

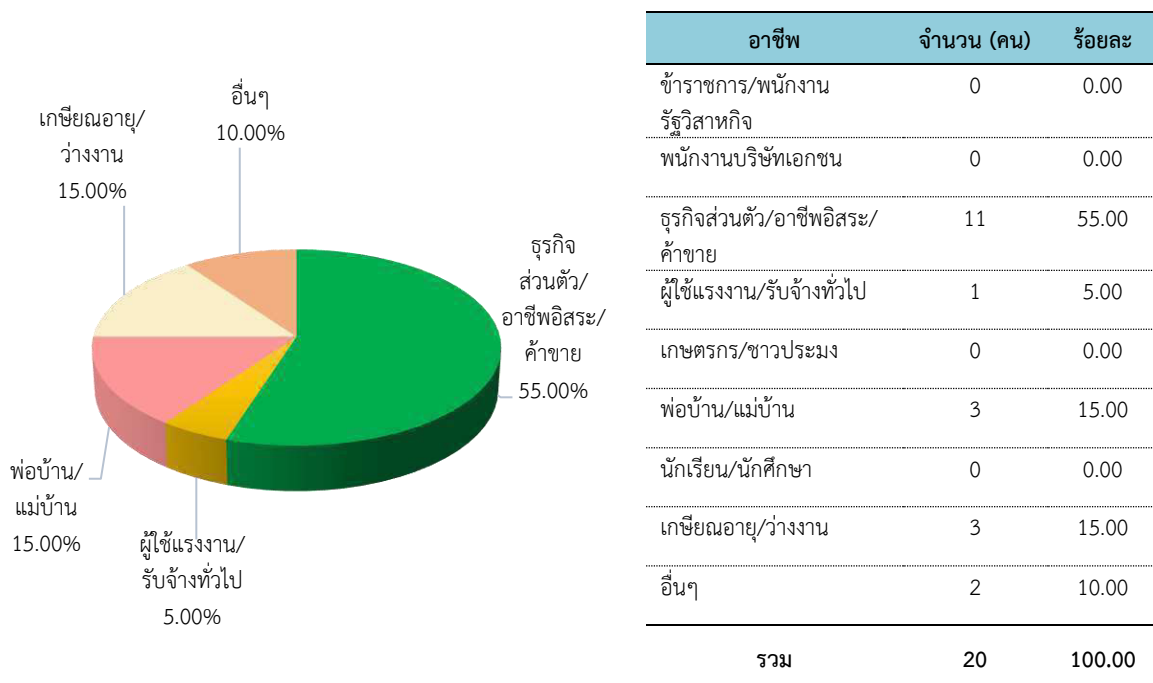
จากตารางที่ 7.157 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่อายุ 51 - 60 ปี จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมาคือ อายุ 61 ปีขึ้นไป จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 อายุ 31 - 40 ปี และอายุ 41 - 50 ปี จำนวน 2 คน เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 10.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 7.158 จำนวนและร้อยละของการศึกษา



จากตารางที่ 7.158 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. และระดับปวส./อนุปริญญา จำนวน 5 คน เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 25.00 รองลงมาคือ ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 ระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น และระดับปริญญาตรี จำนวน 3 คน เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 15.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 7.159 จำนวนและร้อยละของอาชีพ



จากตารางที่ 7.159 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 55.00 รองลงมาคือ อาชีพพ่อบ้าน/แม่บ้าน และอาชีพเกษียณอายุ/ว่างงาน จำนวน 3 คน เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 15.00 อาชีพอื่นๆ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 และอาชีพผู้ใช้แรงงาน/รับจ้างทั่วไป จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 7.160 จำนวนและร้อยละของจังหวัดที่ท่านอาศัยอยู่ในปัจจุบัน



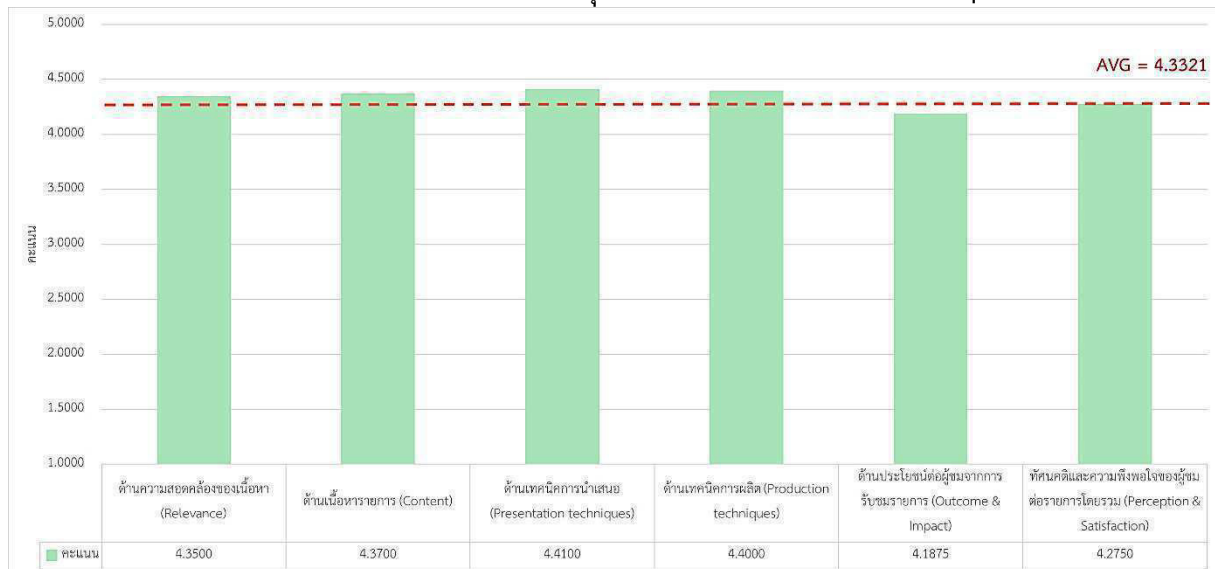
จังหวัดที่อาศัย อยู่ในปัจจุบัน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ภาคเหนือ	0	0.00
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	0	0.00
กรุงเทพฯ และปริมณฑล	0	0.00
ภาคกลาง	0	0.00
ภาคใต้	20	100.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 7.160 ผู้ตอบแบบประเมินทั้งหมดอาศัยอยู่ในจังหวัดของภาคใต้ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00

สรุปผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ

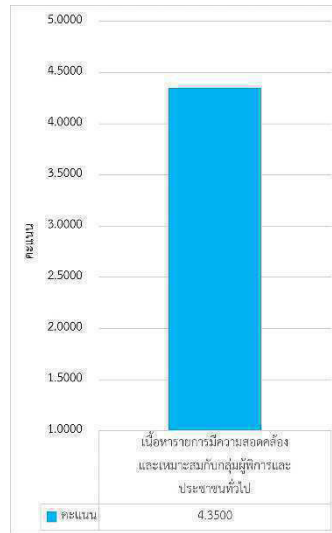
จากการตอบแบบประเมินโดยกลุ่มตัวแทนคนพิการและผู้ที่เกี่ยวข้องกับคนพิการ จำนวน 20 ราย ในพื้นที่ภาคใต้มีระดับคะแนนการประเมินคุณภาพรายการทีวีในด้านต่างๆ โดยเฉลี่ย ที่ระดับ 4.3321 โดยมีผลคะแนนการประเมินคุณภาพรายการทีวีในแต่ละด้าน ดังนี้

แผนภาพที่ 7.141 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ



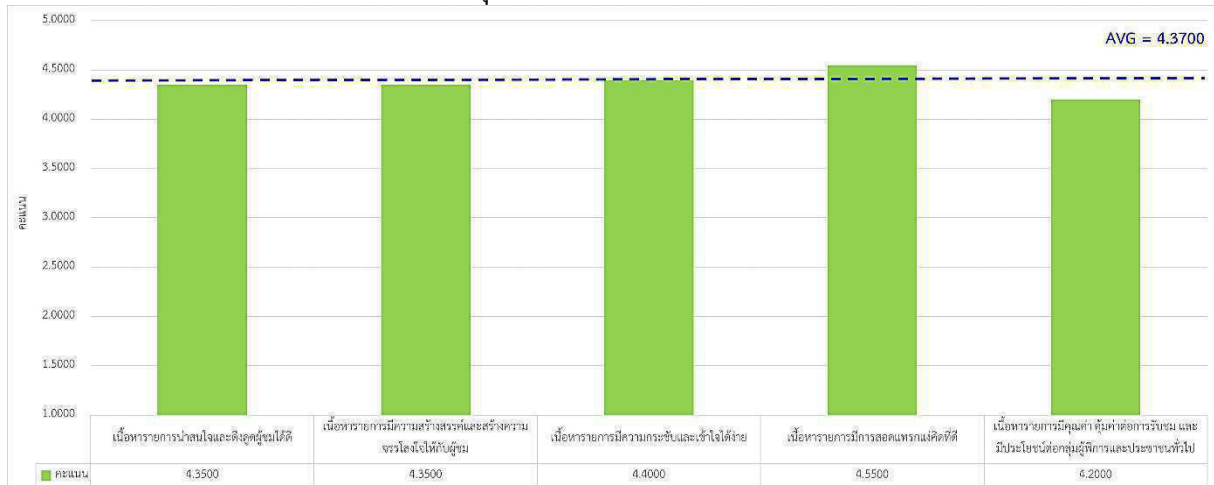
จากแผนภาพที่ 7.141 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีระดับความเชื่อมั่นเท่ากันทุกด้าน ทั้งนี้ ด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques) มีระดับคะแนนสูงที่สุด ที่ระดับ 4.4100 รองลงมาคือ ด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques) ที่ระดับคะแนน 4.4000 ด้านเนื้อหารายการ (Content) ที่ระดับคะแนน 4.3700 ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance) ที่ระดับคะแนน 4.3500 ด้านทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction) ที่ระดับคะแนน 4.2750 และด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact) ที่ระดับคะแนน 4.1875 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 7.142 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance)



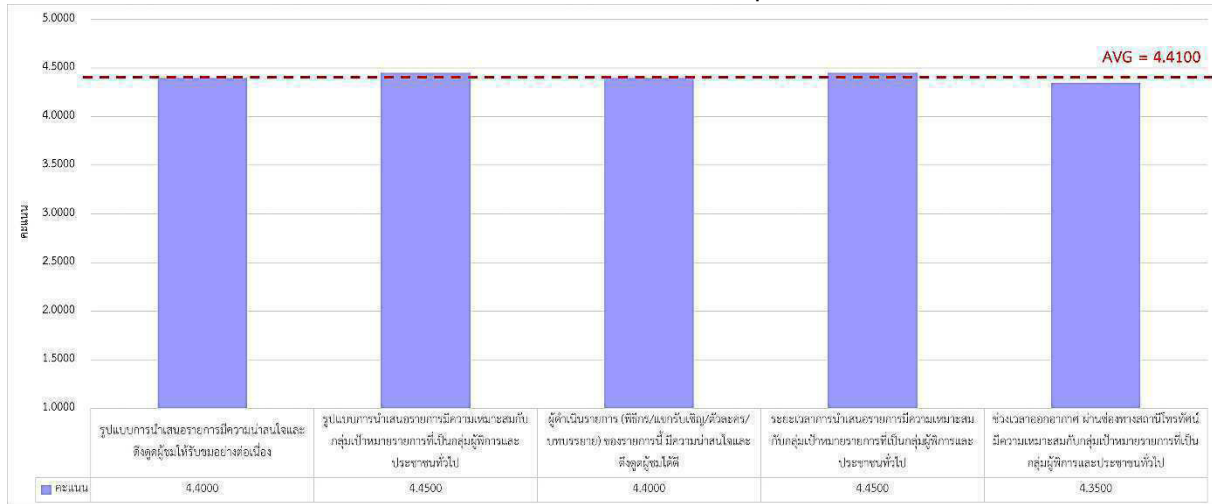
จากแผนภาพที่ 7.142 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance) อยู่ในระดับมากที่สุด จากประเด็นเนื้อหารายการมีความสอดคล้องและเหมาะสมกับกลุ่มผู้พิการและประชาชนทั่วไป ที่ระดับคะแนน 4.3500

แผนภาพที่ 7.143 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเนื้อหารายการ (Content)



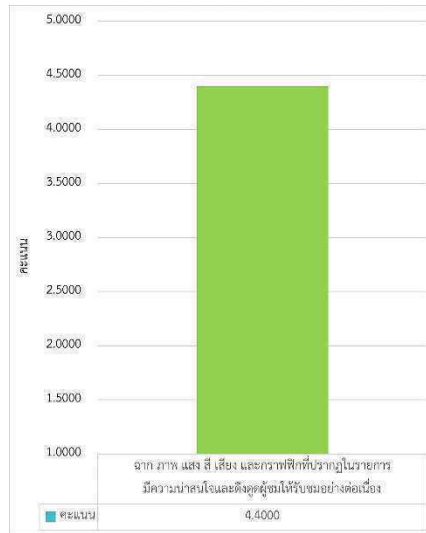
จากแผนภาพที่ 7.143 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเนื้อหารายการ (Content) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยประเด็นเนื้อหาการมีการสอดแทรกแนวคิดที่ดี มีระดับคะแนนสูงสุด ที่ระดับคะแนน 4.5500 รองลงมาคือ ประเด็นเนื้อหาการมีความกระชับและเข้าใจได้ง่าย ที่ระดับคะแนน 4.4000 ประเด็นเนื้อหาการนำเสนอและดึงดูดผู้ชมได้ดี และประเด็นเนื้อหาการมีความสร้างสรรค์และสร้างความจรรโลงใจให้กับผู้ชม มีคะแนนเท่ากัน ที่ระดับคะแนน 4.3500 และประเด็นเนื้อหาการมีคุณค่า คุ่มค่าต่อการรับชม และมีประโยชน์ต่อกลุ่มผู้พิการและประชาชนทั่วไป ที่ระดับคะแนน 4.2000 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 7.144 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการนำเสนอ
 (Presentation techniques)



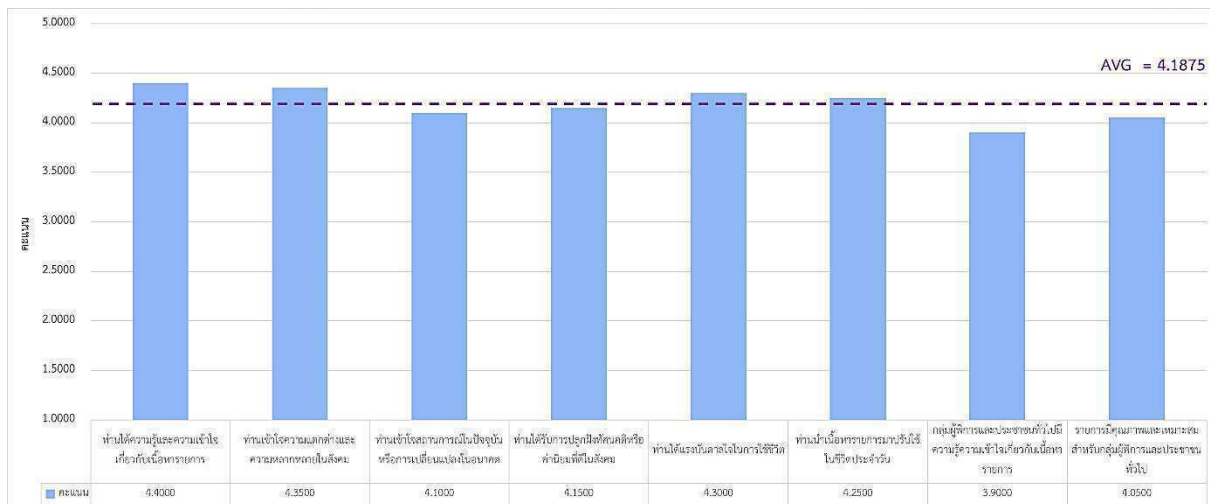
จากแผนภาพที่ 7.144 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยประเด็นรูปแบบการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นกลุ่มผู้พิการและประชาชนทั่วไป และประเด็นระยะเวลาการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นกลุ่มผู้พิการและประชาชนทั่วไปมีระดับคะแนนสูงสุดเท่ากัน ที่ระดับคะแนน 4.4500 รองลงมาคือ ประเด็นรูปแบบการนำเสนอรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง และประเด็นผู้ดำเนินรายการ (พิธีกร/แขกรับเชิญ/ตัวละคร/บทบรรยาย) ของรายการนี้ มีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี มีระดับคะแนนเท่ากัน ที่ระดับ 4.4000 และประเด็นช่วงเวลาออกอากาศ ผ่านช่องทางสถานีโทรทัศน์มีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นกลุ่มผู้พิการและประชาชนทั่วไปมีคะแนนต่ำสุด ที่ระดับคะแนน 4.3500 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 7.145 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques)



จากแผนภาพที่ 7.145 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques) อยู่ในระดับมาก จากประเด็นฉาก ภาพ แสง สี เสียง และกราฟิกที่ปรากฏในรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง ที่ระดับคะแนน 4.4000

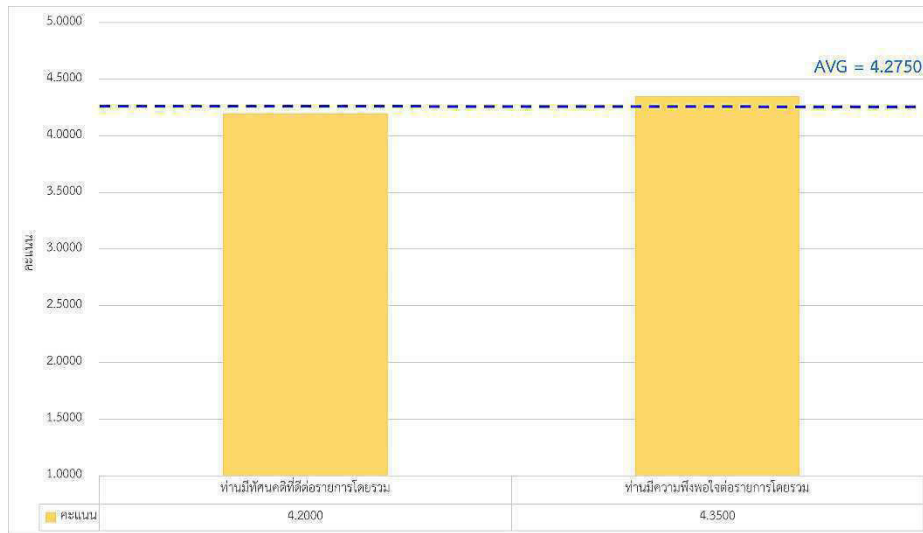
แผนภาพที่ 7.146 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact)



จากแผนภาพที่ 7.146 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยประเด็นท่านได้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ มีระดับคะแนนสูงสุดที่ระดับคะแนน 4.4000 รองลงมาคือ ประเด็นท่านเข้าใจความแตกต่างและความหลากหลายในสังคม ที่ระดับคะแนน 4.3500 ประเด็นท่านได้แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต ที่ระดับคะแนน 4.3000 ประเด็นท่านนำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน ที่ระดับคะแนน 4.2500 ประเด็นท่านได้รับการปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม ที่ระดับคะแนน 4.1500 ประเด็นท่านเข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต ที่ระดับคะแนน 4.1000

ประเด็นรายการมีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับกลุ่มผู้พิการและประชาชนทั่วไป ที่ระดับคะแนน 4.0500 และ ประเด็นกลุ่มผู้พิการและประชาชนทั่วไปมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ ที่ระดับคะแนน 3.9000 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 7.147 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction)



จากแผนภาพที่ 7.147 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction) อยู่ในระดับมาก โดยประเด็นท่านมีความพึงพอใจต่อรายการโดยรวม มีระดับคะแนนสูงสุด ที่ระดับคะแนน 4.3500 รองลงมาคือประเด็นท่านมีความพึงพอใจต่อรายการโดยรวม ที่ระดับคะแนน 4.2000 ตามลำดับ

ตารางที่ 7.161 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ

ประเด็นความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
1. ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance)	4.3500	0.4894	พึงพอใจมาก
1.1 เนื้อหารายการมีความสอดคล้องและเหมาะสมกับกลุ่มผู้พิการและประชาชนทั่วไป	4.3500	0.4894	พึงพอใจมาก
2. ด้านเนื้อหารายการ (Content)	4.3700	0.2925	พึงพอใจมาก
2.1 เนื้อหารายการน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี	4.3500	0.4894	พึงพอใจมาก
2.2 เนื้อหารายการมีความสร้างสรรค์และสร้างความจรรโลงใจให้กับผู้ชม	4.3500	0.4894	พึงพอใจมาก
2.3 เนื้อหารายการมีความกระชับและเข้าใจได้ง่าย	4.4000	0.5026	พึงพอใจมาก
2.4 เนื้อหารายการมีการสอดแทรกแง่คิดที่ดี	4.5500	0.5104	พึงพอใจมากที่สุด
2.5 เนื้อหารายการมีคุณค่า คุ่มค่าต่อการรับชม และมีประโยชน์ต่อกลุ่มผู้พิการและประชาชนทั่วไป	4.2000	1.1517	พึงพอใจมาก
3. ด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques)	4.4100	0.0605	พึงพอใจมาก
3.1 รูปแบบการนำเสนอรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง	4.4000	0.6806	พึงพอใจมาก
3.2 รูปแบบการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นกลุ่มผู้พิการและประชาชนทั่วไป	4.4500	0.6048	พึงพอใจมาก
3.3 ผู้ดำเนินรายการ (พิธีกร/แขกรับเชิญ/ตัวละคร/บทรบรยาย) ของรายการนี้ มีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี	4.4000	0.5982	พึงพอใจมาก

ประเด็นความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
3.4 ระยะเวลาการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นกลุ่มผู้ พิการและประชาชนทั่วไป	4.4500	0.5104	พึงพอใจมาก
3.5 ช่วงเวลาออกอากาศ ผ่านช่องทางสถานีโทรทัศน์มีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย รายการที่เป็นกลุ่มผู้พิการและประชาชนทั่วไป	4.3500	0.5871	พึงพอใจมาก
4. ด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques)	4.4000	0.5982	พึงพอใจมาก
4.1 ฉาก ภาพ แสง สี เสียง และกราฟฟิกที่ปรากฏในรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชม ให้รับชมอย่างต่อเนื่อง	4.4000	0.5982	พึงพอใจมาก
5. ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact)	4.1875	0.2689	พึงพอใจมาก
5.1 ท่านได้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	4.4000	0.5982	พึงพอใจมาก
5.2 ท่านเข้าใจความแตกต่างและความหลากหลายในสังคม	4.3500	0.5871	พึงพอใจมาก
5.3 ท่านเข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต	4.1000	0.8522	พึงพอใจมาก
5.4 ท่านได้รับการปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม	4.1500	0.5871	พึงพอใจมาก
5.5 ท่านได้แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต	4.3000	0.4702	พึงพอใจมาก
5.6 ท่านนำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน	4.2500	0.6387	พึงพอใจมาก
5.7 กลุ่มผู้พิการและประชาชนทั่วไปมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	3.9000	1.1653	พึงพอใจมาก
5.8 รายการมีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับกลุ่มผู้พิการและประชาชนทั่วไป	4.0500	1.1459	พึงพอใจมาก
6. ทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction)	4.2750	0.0239	พึงพอใจมาก
6.1 ท่านมีทัศนคติที่ดีต่อรายการโดยรวม	4.2000	0.5231	พึงพอใจมาก
6.2 ท่านมีความพึงพอใจต่อรายการโดยรวม	4.3500	0.4894	พึงพอใจมาก
ภาพรวม	4.3321	0.2275	พึงพอใจมาก

สรุปข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

ตารางที่ 7.162 จำนวนและร้อยละข้อแนะนำในการพัฒนาช่องทางการนำเสนอรายการ



ข้อแนะนำในการพัฒนา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เปลี่ยนหรือเพิ่มช่องทางสถานีโทรทัศน์	5	25.00
เปลี่ยนหรือเพิ่มช่องทางสื่อออนไลน์	3	15.00
ไม่เปลี่ยนแปลงหรือเพิ่ม เพราะช่องทางการนำเสนอรายการในปัจจุบันดีอยู่แล้ว	12	60.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 7.162 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่มีข้อแนะนำ ไม่เปลี่ยนแปลงหรือเพิ่ม เพราะช่องทางการนำเสนอรายการในปัจจุบันดีอยู่แล้ว จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 60.00 รองลงมาคือ เปลี่ยนหรือเพิ่มช่องทางสถานีโทรทัศน์ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 และเปลี่ยนหรือเพิ่มช่องทางสื่อออนไลน์ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 ตามลำดับ

สรุปประเด็นข้อแนะนำเพื่อปรับปรุงหรือพัฒนารายการ

จากผลการสำรวจ พบว่า ในภาพรวมกลุ่มเป้าหมายรายการในกลุ่มภาคใต้ มีระดับความพึงพอใจต่อโครงการจัดทำรายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมให้คนพิการรู้จักสิทธิและใช้ประโยชน์จากกิจการโทรทัศน์ได้อย่างรู้เท่าทัน ในระดับดี-ดีมาก โดยมีคะแนนความพึงพอใจที่ 4.3500 คะแนน ซึ่งมีคะแนนต่ำกว่าทัศนคติ/ความคาดหวังของกลุ่มเป้าหมายที่ 4.2000 คะแนน ทั้งนี้ จากการสัมภาษณ์เชิงลึกเพิ่มเติม กลุ่มเป้าหมายมีข้อเสนอแนะในการพัฒนารายการเพิ่มเติม ดังนี้

- 1) ควรมีเนื้อหารายการที่สามารถคลายเครียดให้กับผู้พิการ และเข้าถึงการรวมชมได้ง่ายมากกว่านี้ เช่น อาจเพิ่มช่องทางการนำเสนอรายการในสื่อที่หลากหลายรูปแบบ
- 2) ควรมีให้รายการถ่ายทอดความคิดเห็นและความรู้สึกของคนพิการที่ประสบต่อสังคม เพื่อให้สังคมภายนอกได้รับรู้ถึงความต้องการ ความรู้สึก และความคิดในส่วนลึกของคนพิการ เพื่อให้เขาได้ระบาย ถ่ายทอดให้สังคมได้รับรู้และเข้าใจ
- 3) ควรปรับเนื้อหารายการให้มีความน่าสนใจมากขึ้นและกระชับเนื้อหาให้มากกว่านี้ พร้อมทั้งเพิ่มภาษามือในช่องทางการนำเสนอรายการทุกช่องทาง
- 4) ควรมีปรับการบรรยาย ให้เสียงบรรยายมีความกระชับและเสียงดังกว่านี้
- 5) ควรมีเพิ่มเนื้อหาเกี่ยวกับการใช้ชีวิตประจำวันของกลุ่มผู้พิการและความรู้ต่างๆ เกี่ยวกับการประกอบอาชีพที่สามารถนำไปใช้ได้สำหรับผู้พิการทุกคน

7.4 สรุปรายงานผลการจัดประชุมตัวแทนผู้ผลิตรายการสำหรับรายการปี 2562

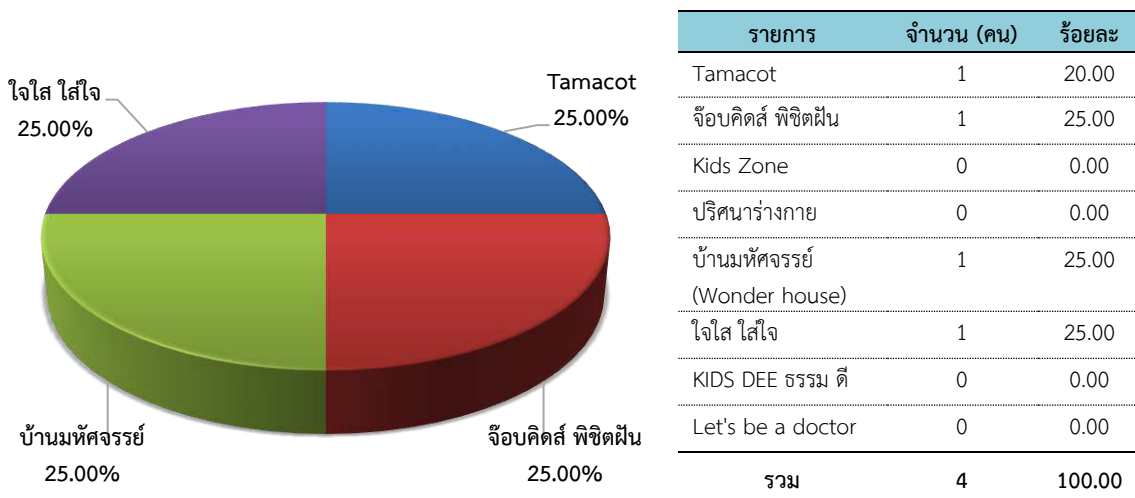
การประเมินผลการผลิตรายการที่ได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนเงินจากกองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ (โครงการประจำปี 2562) โดยใช้วิธีการจัดประชุมในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อสัมภาษณ์ตัวแทนของผู้ผลิตรายการ โดยสามารถสรุปผลการประเมิน ได้ดังนี้

7.4.1 โครงการส่งเสริมการผลิตและออกอากาศรายการโทรทัศน์ระบบดิจิทัลรายการสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว

มีผู้ตอบแบบประเมินโดยกลุ่มตัวแทนจากผู้ผลิตรายการ ผู้เชี่ยวชาญด้านการเขียนบทและการกำกับรายการ ทีมงานการผลิต จำนวน 4 ราย ประกอบด้วยข้อมูล ดังนี้

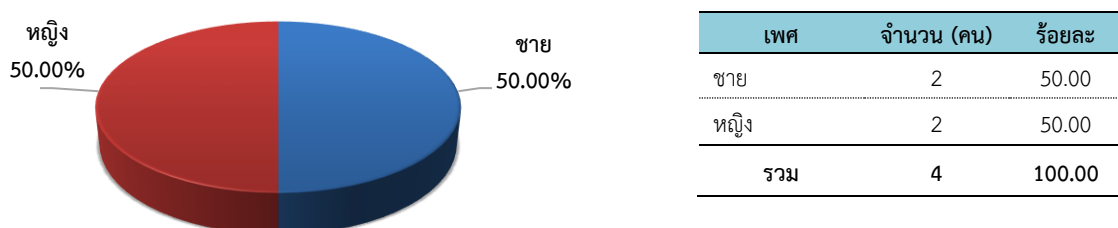
ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบประเมิน

ตารางที่ 7.163 จำนวนและร้อยละของรายการ



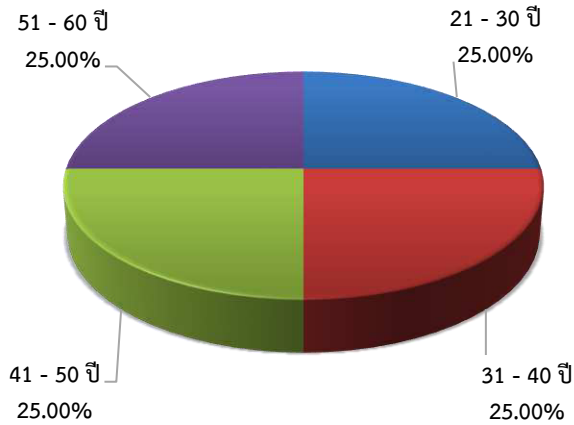
จากตารางที่ 7.163 ผู้ตอบแบบประเมินรับชมคลิปวิดีโอของ รายการ Tamacot จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 รายการจ๊อบคิดส์ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 รายการบ้านมหัศจรรย์ (Wonder house) จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 และรายการใจใส ใสใจ 1 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 7.164 จำนวนและร้อยละของเพศ



จากตารางที่ 7.164 ผู้ตอบแบบประเมินเป็นเพศชาย จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 และเป็นเพศหญิง จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 ตามลำดับ

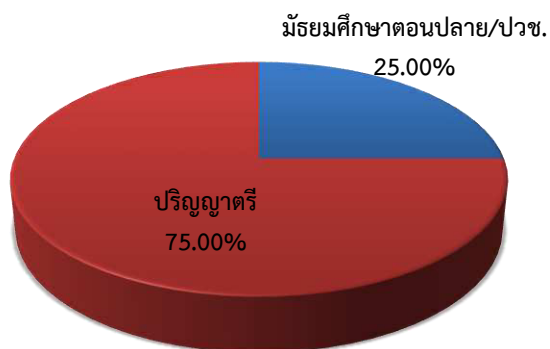
ตารางที่ 7.165 จำนวนและร้อยละของอายุ



อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	0	0.00
21 - 30 ปี	1	25.00
31 - 40 ปี	1	25.00
41 - 50 ปี	1	25.00
51 - 60 ปี	1	25.00
61 ปีขึ้นไป	0	0.00
รวม	4	100.00

จากตารางที่ 7.165 ผู้ตอบแบบประเมินมีอายุ 21 - 30 ปี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 อายุ 31 - 40 ปี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 อายุ 41 - 50 ปี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 และอายุ 51 - 60 ปี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00

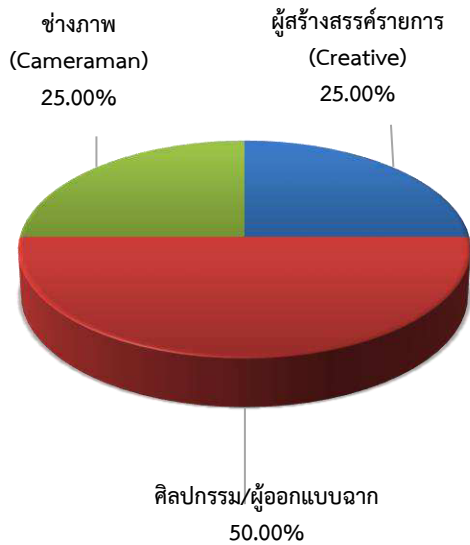
ตารางที่ 7.166 จำนวนและร้อยละของการศึกษา



การศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	0	0.00
มัธยมศึกษาตอนต้น	0	0.00
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	1	25.00
ปวส./อนุปริญญา	0	0.00
ปริญญาตรี	3	75.00
สูงกว่าปริญญาตรี	0	0.00
รวม	4	100.00

จากตารางที่ 7.166 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 75.00 รองลงมาคือ มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 7.167 จำนวนและร้อยละของอาชีพ



อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ผู้อำนวยการผลิต (Executive Producer)	0	0.00
ผู้ควบคุมการผลิต (Producer)	0	0.00
ผู้ช่วยผู้ควบคุมการผลิต (Co-Producer)	0	0.00
ผู้กำกับรายการ (Director)	0	0.00
ผู้สร้างสรรครายการ (Creative)	1	25.00
ผู้เชี่ยวชาญด้านการเขียนบท (Script Writer)	0	0.00
ผู้ประสานงาน (Coordinator)	0	0.00
ศิลปกรรม/ผู้ออกแบบฉาก	2	50.00
ช่างภาพ (Cameraman)	1	25.00
ช่างกล้อง (Camera Operator)	0	0.00
ช่างเทคนิคด้านแสง/ผู้กำกับแสง	0	0.00
ช่างเทคนิคด้านภาพ/ผู้กำกับภาพ	0	0.00
ช่างเทคนิคด้านเสียง/ผู้กำกับเสียง	0	0.00
ช่างเทคนิคผู้ควบคุมการติดต่อ	0	0.00
ผู้ช่วยประสานงานการผลิต (Production Assistant)	0	0.00
ผู้กำกับเวที (Floor or Stage Manager)	0	0.00
รวม	4	100.00

จากตารางที่ 7.167 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่ประกอบอาชีพศิลปกรรม/ผู้ออกแบบฉาก จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมาคือ ผู้สร้างสรรครายการ (Creative) จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 และช่างภาพ (Cameraman) จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 7.168 จำนวนและร้อยละของจังหวัดที่ท่านอาศัยอยู่ในปัจจุบัน



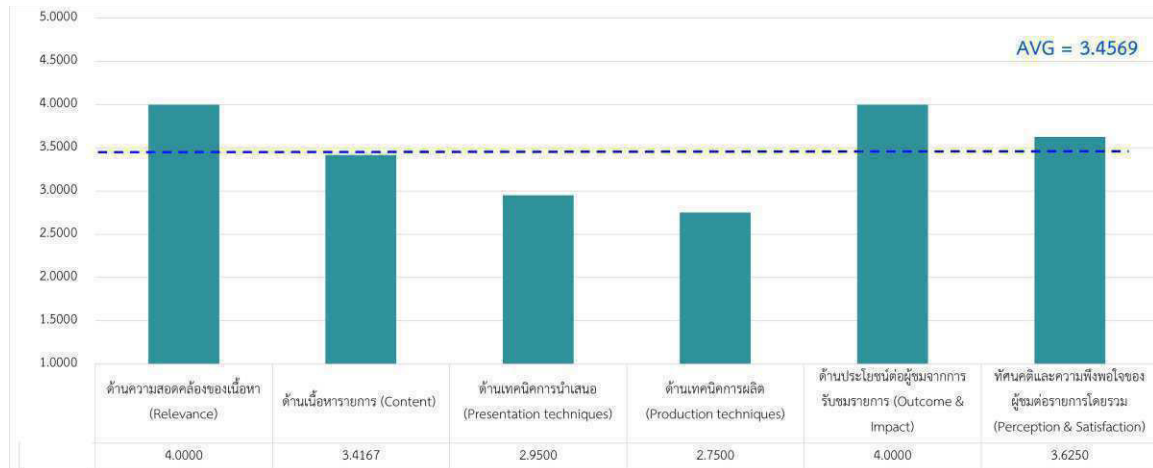
จังหวัดที่อาศัยอยู่ในปัจจุบัน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ภาคเหนือ	0	0.00
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	0	0.00
กรุงเทพฯ และ ปริมณฑล	4	100.00
ภาคกลาง	0	0.00
ภาคใต้	0	0.00
รวม	4	100.00

จากตารางที่ 7.168 ผู้ตอบแบบประเมินทั้งหมดปัจจุบันอาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00

สรุปผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ

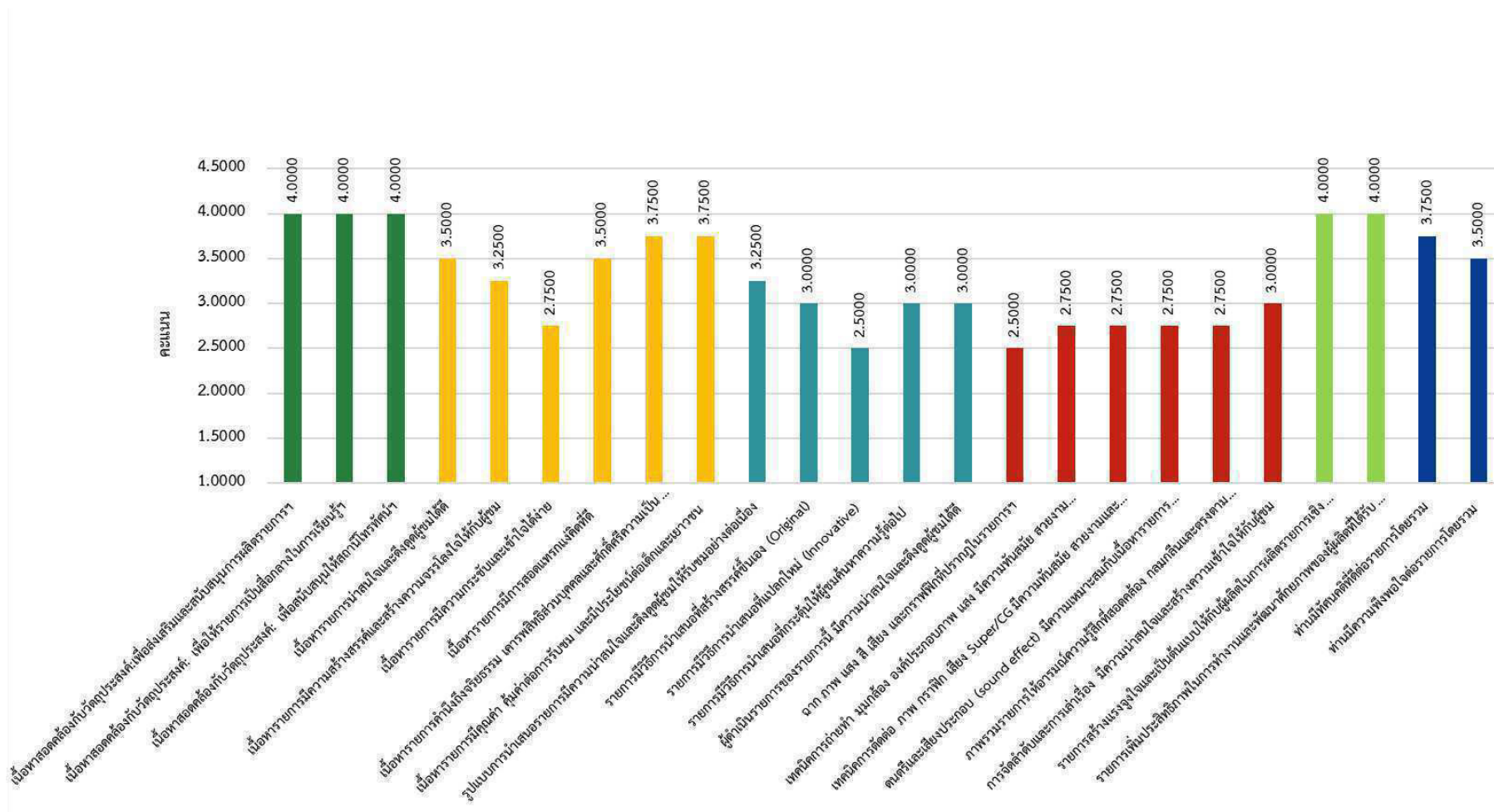
จากการสำรวจคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ มีผลคะแนนเฉลี่ยของระดับความคิดเห็น 3.4569 โดยมีผลคะแนนการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในแต่ละด้าน ดังนี้

แผนภาพที่ 7.148 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ



จากแผนภาพที่ 7.148 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยเรียงลำดับจากมากที่สุดคือ ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance) และด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact) มีผลระดับคะแนนเท่ากันที่ 4.0000 รองลงมาคือ ด้านทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction) มีผลคะแนนที่ระดับ 3.6250 ด้านเนื้อหารายการ (Content) มีผลคะแนนที่ระดับ 3.4167 ด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques) มีผลคะแนนที่ระดับ 2.9500 และด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques) มีผลคะแนนที่ระดับ 2.7500 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 7.149 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีสำหรับเด็ก เยาวชนและครอบครัว



จากแผนภาพที่ 7.149 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ ดังนี้

ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance) มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับที่เห็นด้วยมาก โดยประเด็นความคิดเห็นทั้ง 3 ประเด็น ได้แก่ 1) รายการมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์: เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการผลิตรายการที่พัฒนาองค์ความรู้ในเชิงสร้างสรรค์ไปสู่เด็ก เยาวชน และครอบครัว 2) เนื้อหารายการมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์: เพื่อให้รายการเป็นสื่อกลางในการเรียนรู้ของเด็ก เยาวชน และครอบครัว จนสามารถนำสาระความรู้จากรายการไปต่อยอด พัฒนาคุณภาพชีวิต และสร้างความสัมพันธ์อันดีในครอบครัวอย่างยั่งยืน 3) เนื้อหารายการมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์: เพื่อสนับสนุนให้สถานีโทรทัศน์ระบบดิจิตอลนำเสนอรายการที่มีเนื้อหาเชิงสร้างสรรค์ และมีคุณภาพต่อผู้ชมเพิ่มมากขึ้น มีระดับคะแนนเท่ากับที่ระดับคะแนน 4.0000

ด้านเนื้อหารายการ (Content) มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับที่เห็นด้วยปานกลาง โดยประเด็นเนื้อหารายการคำนึงถึงจริยธรรม เคารพสิทธิส่วนบุคคลและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ และประเด็นเนื้อหารายการมีคุณค่า คุ่มค่าต่อการรับชม และมีประโยชน์ต่อเด็กและเยาวชน มีคะแนนสูงสุดที่ระดับคะแนน 3.7500 รองลงมาคือ เนื้อหารายการน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี และเนื้อหารายการมีการสอดแทรกแง่คิดที่ดี มีระดับคะแนน 3.5000 เนื้อหารายการมีความสร้างสรรค์และสร้างความจรรโลงใจให้กับผู้ชม มีระดับคะแนน 3.2500 และเนื้อหารายการมีความกระชับและเข้าใจได้ง่าย มีระดับคะแนน 2.7500 ตามลำดับ

ด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques) มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับที่เห็นด้วยน้อย โดยประเด็นรูปแบบการนำเสนอรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง มีระดับคะแนนสูงสุดที่ 3.2500 รองลงมาคือ รายการมีวิธีการนำเสนอที่สร้างสรรค์ขึ้นเอง (Original), รายการมีวิธีการนำเสนอที่กระตุ้นให้ผู้ชมค้นหาความรู้ต่อไป และผู้ดำเนินรายการ (พิธีกร/แขกรับเชิญ/ตัวละคร/บทบรรยาย) ของรายการนี้มีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี มีระดับคะแนนเท่ากับที่ 3.0000 และรายการมีวิธีการนำเสนอที่แปลกใหม่ (Innovative) 2.5000 ตามลำดับ

ด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques) มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับที่เห็นด้วยน้อย โดยประเด็นความคิดเห็นในการจัดลำดับและการเล่าเรื่อง มีความน่าสนใจและสร้างความเข้าใจให้กับผู้ชม โดยสามารถลำดับเรื่องราวตั้งแต่ต้นจนจบได้อย่างเชื่อมโยงและร้อยเรียงได้อย่างลงตัว (storytelling) มีคะแนนสูงสุด ที่ระดับคะแนน 3.0000 รองลงมาคือ เทคนิคการถ่ายทำ มุมกล้อง องค์ประกอบภาพ แสง มีความทันสมัย สวยงามและเหมาะสม, เทคนิคการตัดต่อ ภาพ กราฟิก เสียง Super/CG มีความทันสมัย สวยงามและเหมาะสม, ดนตรีและเสียงประกอบ (sound effect) มีความเหมาะสมกับเนื้อหารายการที่นำเสนอ และภาพรวมรายการให้อารมณ์ความรู้สึกที่สอดคล้อง กลมกลืนและตรงตามเป้าหมายของรายการ (mood and tone) มีระดับคะแนนเท่ากับที่ 2.7500 และฉาก ภาพ แสง สี เสียง และกราฟฟิกที่ปรากฏในรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง มีระดับคะแนนที่ 2.5000 ตามลำดับ

ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact) มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับที่เห็นด้วยมาก โดยประเด็นรายการสร้างแรงจูงใจและเป็นต้นแบบให้กับผู้ผลิตในการผลิตรายการเชิงสร้างสรรค์ที่ส่งเสริมพัฒนาการและการเรียนรู้สำหรับเด็กและเยาวชน และประเด็นรายการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานและพัฒนาศักยภาพของผู้ผลิตที่ได้รับทุนจาก กทปส. ในด้านการผลิตเนื้อหารายการเชิงสร้างสรรค์สำหรับเด็กและเยาวชน มีระดับคะแนนเท่ากับที่คะแนน 4.0000

ทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction)
มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับที่เห็นด้วยมาก โดยประเด็นที่ท่านมีทัศนคติที่ติต่อรายการโดยรวม มีระดับคะแนน 3.7500 และท่านมีความพึงพอใจต่อรายการโดยรวม มีระดับคะแนน 3.5000

ตารางที่ 7.169 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ

ประเด็นความคิดเห็น	ระดับความคิดเห็น		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
1. ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance)	4.0000	0.0000	เห็นด้วยมาก
1.1 รายการมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์: เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการผลิตรายการที่พัฒนาองค์ความรู้ในเชิงสร้างสรรค์ไปสู่เด็ก เยาวชน และครอบครัว	4.0000	0.0000	เห็นด้วยมาก
1.2 เนื้อหารายการมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์: เพื่อให้รายการเป็นสื่อกลางในการเรียนรู้ของเด็ก เยาวชน และครอบครัว จนสามารถนำสาระความรู้จากรายการไปต่อยอด พัฒนาคุณภาพชีวิต และสร้างความสัมพันธ์อันดีในครอบครัวอย่างยั่งยืน	4.0000	0.0000	เห็นด้วยมาก
1.3 เนื้อหารายการมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์: เพื่อสนับสนุนให้สถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัลนำเสนอรายการที่มีเนื้อหาเชิงสร้างสรรค์และมีคุณภาพต่อผู้ชมเพิ่มมากขึ้น	4.0000	0.0000	เห็นด้วยมาก
2. ด้านเนื้อหารายการ (Content)	3.4167	0.3764	เห็นด้วยปานกลาง
2.1 เนื้อหารายการน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี	3.5000	0.5774	เห็นด้วยมาก
2.2 เนื้อหารายการมีความสร้างสรรค์และสร้างความสนใจให้กับผู้ชม	3.2500	0.5000	เห็นด้วยปานกลาง
2.3 เนื้อหารายการมีความกระชับและเข้าใจได้ง่าย	2.7500	0.5000	เห็นด้วยน้อย
2.4 เนื้อหารายการมีการสอดแทรกแง่คิดที่ดี	3.5000	0.5774	เห็นด้วยมาก
2.5 เนื้อหารายการคำนึงถึงจริยธรรม เคารพสิทธิส่วนบุคคลและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์	3.7500	0.5000	เห็นด้วยมาก
2.6 เนื้อหารายการมีคุณค่า คุ่มค่าต่อการรับชม และมีประโยชน์ต่อเด็กและเยาวชน	3.7500	0.5000	เห็นด้วยมาก
3. ด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques)	2.9500	0.2739	เห็นด้วยน้อย
3.1 รูปแบบการนำเสนอรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง	3.2500	0.9574	เห็นด้วยปานกลาง
3.2 รายการมีวิธีการนำเสนอที่สร้างสรรค์ขึ้นเอง (Original)	3.0000	0.8165	เห็นด้วยปานกลาง
3.3 รายการมีวิธีการนำเสนอที่แปลกใหม่ (Innovative)	2.5000	0.5774	เห็นด้วยน้อย
3.4 รายการมีวิธีการนำเสนอที่กระตุ้นให้ผู้ชมค้นหาความรู้ต่อไป	3.0000	0.8165	เห็นด้วยปานกลาง
3.5 ผู้ดำเนินรายการ (พิธีกร/แขกรับเชิญ/ตัวละคร/บทบรรยาย) ของรายการนี้มีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี	3.0000	0.8165	เห็นด้วยปานกลาง
4. ด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques)	2.7500	0.1581	เห็นด้วยน้อย
4.1 ฉาก ภาพ แสง สี เสียง และกราฟิกที่ปรากฏในรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง	2.5000	0.5774	เห็นด้วยน้อย
4.2 เทคนิคการถ่ายทำ มุมกล้อง องค์ประกอบภาพ แสง มีความทันสมัย สวยงามและเหมาะสม	2.7500	0.9574	เห็นด้วยน้อย
4.3 เทคนิคการตัดต่อ ภาพ กราฟิก เสียง Super/CG มีความทันสมัย สวยงามและเหมาะสม	2.7500	0.9574	เห็นด้วยน้อย
4.4 ดนตรีและเสียงประกอบ (sound effect) มีความเหมาะสมกับเนื้อหารายการที่นำเสนอ	2.7500	0.5000	เห็นด้วยน้อย
4.5 ภาพรวมรายการให้อารมณ์ความรู้สึกที่สอดคล้อง กลมกลืนและตรงตามเป้าหมายของรายการ (mood and tone)	2.7500	0.5000	เห็นด้วยน้อย
4.6 การจัดลำดับและการเล่าเรื่อง มีความน่าสนใจและสร้างความเข้าใจให้กับผู้ชม โดยสามารถลำดับเรื่องราวตั้งแต่ต้นจนจบได้อย่างเชื่อมโยงและร้อยเรียงได้อย่างลงตัว (storytelling)	3.0000	0.8165	เห็นด้วยปานกลาง
5. ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact)	4.0000	0.0000	เห็นด้วยมากที่สุด
5.1 รายการสร้างแรงจูงใจและเป็นต้นแบบให้กับผู้ผลิตในการผลิตรายการเชิงสร้างสรรค์ที่ส่งเสริมพัฒนาการและการเรียนรู้สำหรับเด็กและเยาวชน	4.0000	0.8165	เห็นด้วยมากที่สุด
5.2 รายการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานและพัฒนาศักยภาพของผู้ผลิตที่ได้รับทุนจาก กทปส. ในด้านการผลิตเนื้อหารายการเชิงสร้างสรรค์สำหรับเด็กและเยาวชน	4.0000	0.8165	เห็นด้วยมากที่สุด

ประเด็นความคิดเห็น	ระดับความคิดเห็น		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
6. ทศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction)	3.6250	0.1768	เห็นด้วยมาก
6.1 ท่านมีทัศนคติที่ดีต่อรายการโดยรวม	3.7500	0.5000	เห็นด้วยมาก
6.2 ท่านมีความพึงพอใจต่อรายการโดยรวม	3.5000	0.5774	เห็นด้วยมาก
ภาพรวม	3.4569	0.5247	เห็นด้วยปานกลาง

ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

ผู้ตอบแบบประเมินได้ให้ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ สามารถสรุปรายละเอียดตามตารางที่ 7.170 ดังนี้

ตารางที่ 7.170 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

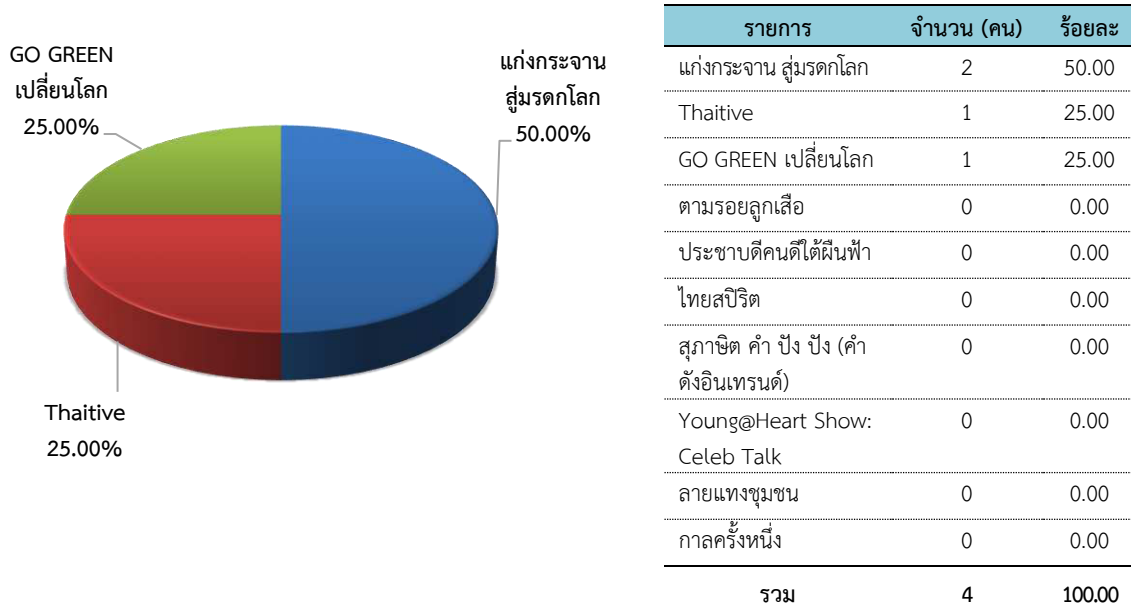
	ด้านเทคนิคการนำเสนอ	ด้านเทคนิคการผลิต
จุดเด่นด้านเทคนิคของรายการนี้	<ul style="list-style-type: none"> - เนื้อหาเหมาะสม เนื้อหาของสิ่งที่จะนำเสนอดีมาก - การนำเสนอออกมาไม่ชัดเจน - รายการมีประโยชน์ ให้ความรู้ดี 	<ul style="list-style-type: none"> - ระยะเวลาเหมาะสม - เนื้อหาครบถ้วน - ภาพ แสง สี และกราฟฟิก ยังไม่ค่อยน่าสนใจให้ติดตาม
ข้อแนะนำเพื่อปรับปรุงหรือพัฒนารายการนี้	<ul style="list-style-type: none"> - ควรเพิ่มคำบรรยายใต้ภาพในรายการเกี่ยวกับผู้พิการ - ควรเน้นการสื่อสารตั้งแต่ 6 วินาทีแรก - ควรเพิ่มวิธีการนำเสนอที่ดึงดูดความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย - ควรปรับเวลาให้กระชับ เข้าประเด็นอย่างชัดเจน 	<ul style="list-style-type: none"> - ควรจัดแสง และลำดับภาพให้ดียิ่งขึ้น - ควรเน้นเผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์ - ควรเพิ่มคำบรรยายใต้ภาพ - ควรปรับ ภาพ แสง สี ให้ทันสมัย และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น

7.4.2 โครงการส่งเสริมการผลิตและออกอากาศเนื้อหารายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ

มีผู้ตอบแบบสอบถามโดยกลุ่มผู้ผลิตรายการ จำนวน 4 ราย ประกอบด้วยข้อมูล ดังนี้

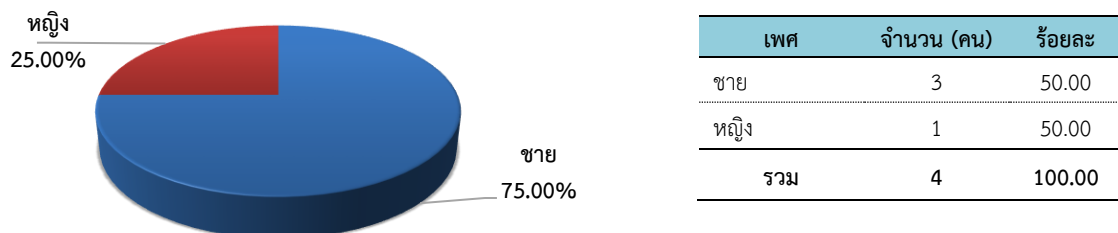
ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบประเมิน

ตารางที่ 7.171 จำนวนและร้อยละของรายการ



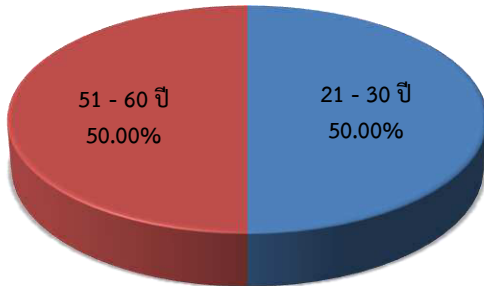
จากตารางที่ 7.171 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่รับชมคลิปวิดีโอของรายการแก่งกระจาน สุ่มรดกโลก จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมา คือ รายการ Thaitive จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 และรายการ GO GREEN เปลี่ยนโลก จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 7.172 จำนวนและร้อยละของเพศ



จากตารางที่ 7.172 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 75.00 และเป็นเพศหญิง จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 ตามลำดับ

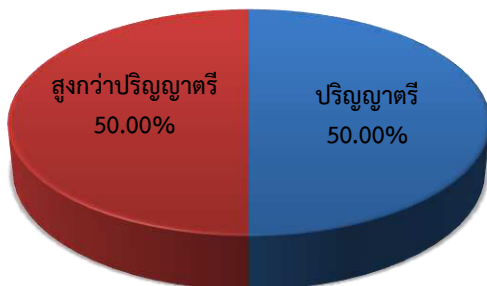
ตารางที่ 7.173 จำนวนและร้อยละของอายุ



อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	0	0.00
21 - 30 ปี	2	50.00
31 - 40 ปี	0	0.00
41 - 50 ปี	2	50.00
51 - 60 ปี	0	0.00
61 ปีขึ้นไป	0	0.00
รวม	4	100.00

จากตารางที่ 7.173 ผู้ตอบแบบประเมินมีอายุอยู่ระหว่าง 21 - 30 ปี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 และอายุ 41 - 50 ปี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00

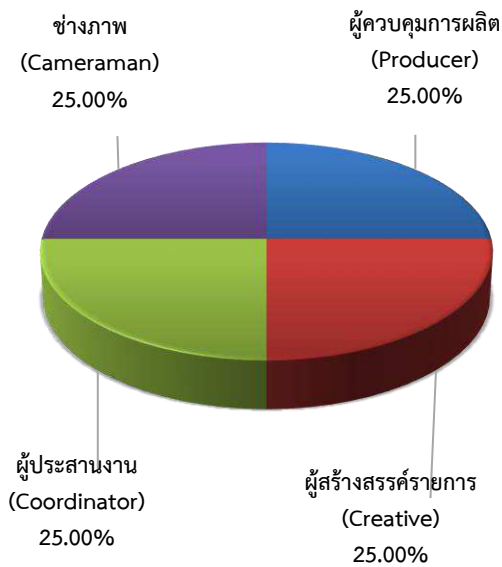
ตารางที่ 7.174 จำนวนและร้อยละของการศึกษา



การศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	0	0.00
มัธยมศึกษาตอนต้น	0	0.00
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช.	0	0.00
ปวส./อนุปริญญา	0	0.00
ปริญญาตรี	2	50.00
สูงกว่าปริญญาตรี	2	50.00
รวม	4	100.00

จากตารางที่ 7.174 ผู้ตอบแบบประเมินการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 และ สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 7.175 จำนวนและร้อยละของอาชีพ



อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ผู้อำนวยการผลิต (Executive Producer)	0	0.00
ผู้ควบคุมการผลิต (Producer)	1	25.00
ผู้ช่วยผู้ควบคุมการผลิต (Co-Producer)	0	0.00
ผู้กำกับรายการ (Director)	0	0.00
ผู้สร้างสรรค์รายการ (Creative)	1	25.00
ผู้เขียนบทด้านการเขียนบท (Script Writer)	0	0.00
ผู้ประสานงาน (Coordinator)	1	25.00
ศิลปกรรม/ผู้ออกแบบฉาก	0	0.00
ช่างภาพ (Cameraman)	1	25.00
ช่างกล้อง (Camera Operator)	0	0.00
ช่างเทคนิคด้านแสง/ผู้กำกับแสง	0	0.00
ช่างเทคนิคด้านภาพ/ผู้กำกับภาพ	0	0.00
ช่างเทคนิคด้านเสียง/ผู้กำกับเสียง	0	0.00
ช่างเทคนิคผู้ควบคุมการตัดต่อ	0	0.00
ผู้ช่วยประสานงานการผลิต (Production Assistant)	0	0.00
ผู้กำกับเวที (Floor or Stage Manager)	0	0.00
อื่นๆ	0	0.00
รวม	4	100.00

จากตารางที่ 7.175 ผู้ตอบแบบประเมินประกอบอาชีพผู้ควบคุมการผลิต (Producer) จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 ผู้สร้างสรรค์รายการ (Creative) จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 ผู้ประสานงาน (Coordinator) จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 และช่างภาพ (Cameraman) จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00

ตารางที่ 7.176 จำนวนและร้อยละของจังหวัดที่ท่านอาศัยอยู่ในปัจจุบัน



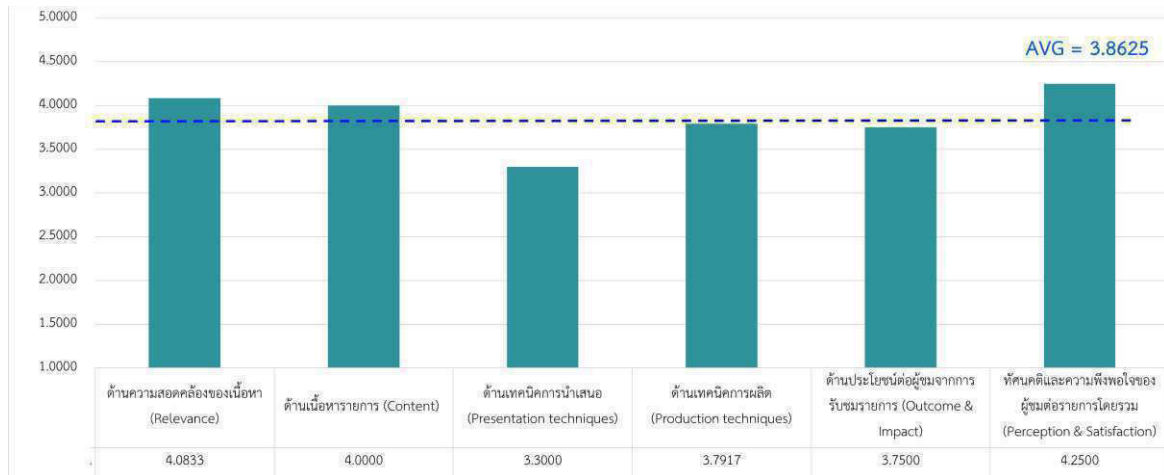
จังหวัดที่อาศัยอยู่ในปัจจุบัน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ภาคเหนือ	0	0.00
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	0	0.00
กรุงเทพฯ และ ประจวบคีรีขันธ์	4	100.00
ภาคกลาง	0	0.00
ภาคใต้	0	0.00
รวม	4	100.00

จากตารางที่ 7.176 ผู้ตอบแบบประเมินทั้งหมดปัจจุบันอาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00

สรุปผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ

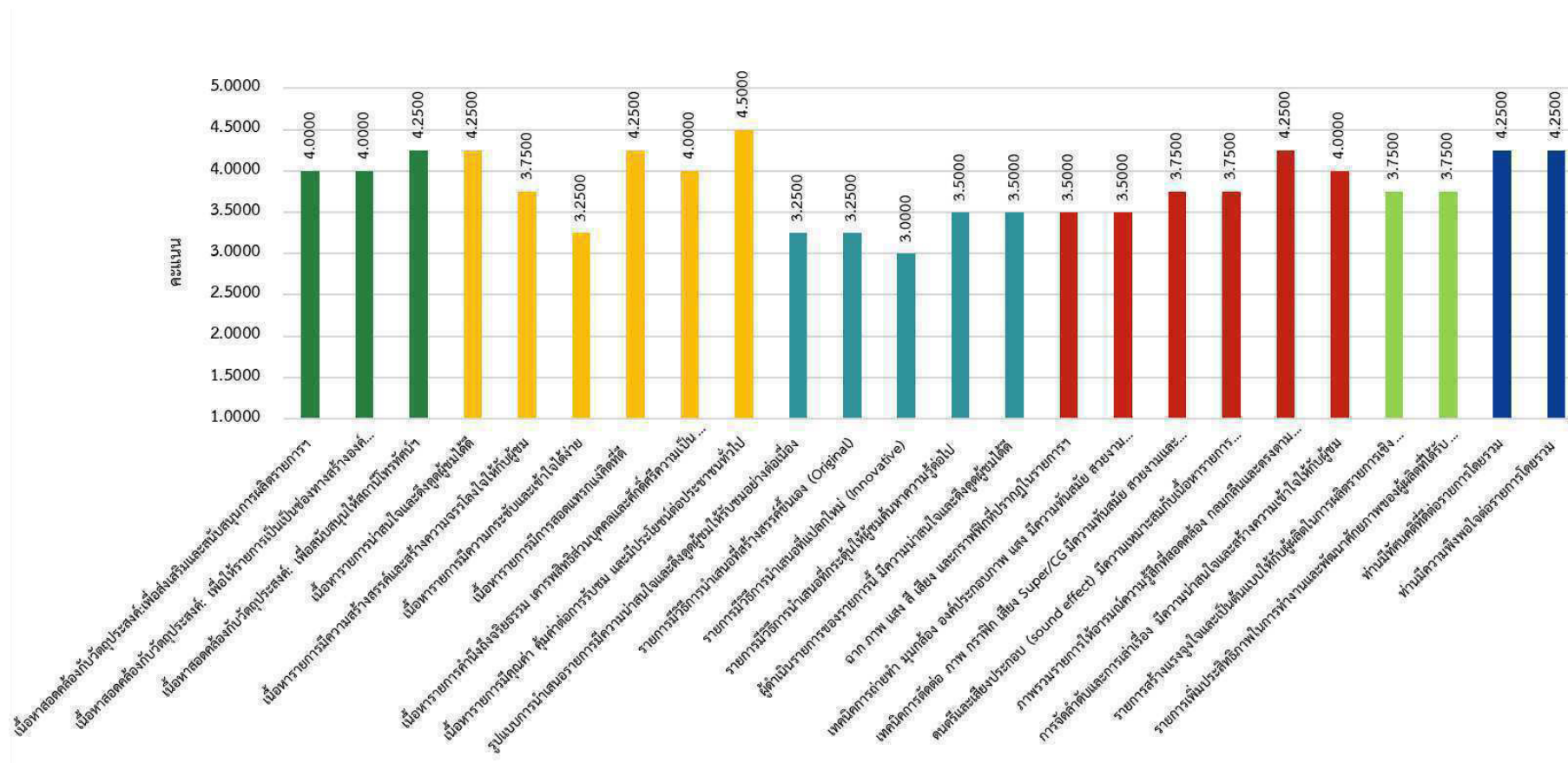
จากการสำรวจคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ มีผลคะแนนเฉลี่ยของระดับความคิดเห็น 3.8625 โดยมีผลคะแนนการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในแต่ละด้าน ดังนี้

แผนภาพที่ 7.150 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ



จากแผนภาพที่ 7.150 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับจากมากที่สุดคือ ด้านทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction) มีผลคะแนนที่ระดับ 4.2500 รองลงมาคือด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance) มีระดับคะแนน 4.0833 ด้านเนื้อหารายการ (Content) มีผลคะแนนที่ระดับ 4.0000 ด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques) มีผลคะแนนที่ 3.7917 ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact) มีผลระดับคะแนนเท่ากันที่ 3.7500 และด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques) มีผลคะแนนที่ระดับ 3.3000 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 7.151 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีสำหรับรายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ



จากแผนภาพที่ 7.151 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ ดังนี้

ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance) มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับที่เห็นด้วยมาก โดยประเด็นที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหารายการมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์: เพื่อสนับสนุนให้สถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัล มีรายการที่มีเนื้อหาเชิงสร้างสรรค์ มีคุณภาพนำเสนอต่อผู้ชม มีระดับคะแนนเท่ากับระดับคะแนน 4.2500 เนื้อหารายการมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์: เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการผลิตเนื้อหารายการเชิงสร้างสรรค์ น่าสนใจ และมีคุณภาพเพื่อประโยชน์ต่อสาธารณะ และเนื้อหารายการมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์: เพื่อให้รายการเป็นช่องทางในการสร้างองค์ความรู้ด้านต่างๆ อาทิเช่น ด้านการเทิดทูนสถาบันชาติ ศาสนาและพระมหากษัตริย์ ด้านความมั่นคงของชาติ ด้านประวัติศาสตร์ ศิลปะ และวัฒนธรรม ด้านสังคม ด้านสุขภาพและคุณภาพชีวิต ด้านนวัตกรรมเทคโนโลยีกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อให้ประชาชนทั่วไป เด็กและเยาวชน ผู้สูงอายุ ผู้พิการ ผู้ด้อยโอกาสรวมถึงชาวต่างชาติที่พำนักในประเทศไทยสามารถนำสาระความรู้จากรายการไปพัฒนาคุณภาพชีวิตได้อย่างยั่งยืน มีระดับคะแนนเท่ากับระดับคะแนน 4.0000

ด้านเนื้อหารายการ (Content) มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับที่เห็นด้วยมาก โดยประเด็นเนื้อหาเนื้อหารายการมีคุณค่า คุ่มค่าต่อการรับชม และมีประโยชน์ต่อประชาชนทั่วไป มีระดับคะแนนสูงสุดที่ 4.5000 รองลงมาคือ เนื้อหารายการน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี และเนื้อหารายการมีการสอดแทรกแง่คิดที่ดี มีระดับคะแนน 4.2500 เนื้อหารายการคำนึงถึงจริยธรรม เคารพสิทธิส่วนบุคคลและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ มีระดับคะแนน 4.0000 เนื้อหารายการมีความสร้างสรรค์และสร้างความจรรโลงใจให้กับผู้ชม มีระดับคะแนน 3.7500 และเนื้อหารายการมีความกระชับและเข้าใจได้ง่าย มีระดับคะแนน 3.2500 ตามลำดับ

ด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques) มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับที่เห็นด้วยปานกลาง โดยประเด็นรายการมีวิธีการนำเสนอที่กระตุ้นให้ผู้ชมค้นหาความรู้ต่อไป และผู้ดำเนินรายการ (พิธีกร/แขกรับเชิญ/ตัวละคร/บทบรรยาย) ของรายการนี้มีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี มีระดับคะแนนเท่ากับที่ 3.5000 รองลงมาคือ รูปแบบการนำเสนอรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง และรายการมีวิธีการนำเสนอที่สร้างสรรค์ขึ้นเอง (Original) มีระดับคะแนนที่ 3.2500 และรายการมีวิธีการนำเสนอที่แปลกใหม่ (Innovative) 3.0000 ตามลำดับ

ด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques) มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับที่เห็นด้วยมาก โดยประเด็นความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพรวมรายการให้อารมณ์ความรู้สึกที่สอดคล้อง กลมกลืนและตรงตามเป้าหมายของรายการ (mood and tone) มีระดับคะแนนเท่ากับที่ 4.2500 การจัดลำดับและการเล่าเรื่องมีความน่าสนใจและสร้างความเข้าใจให้กับผู้ชม โดยสามารถลำดับเรื่องราวตั้งแต่ต้นจนจบได้อย่างเชื่อมโยงและร้อยเรียงได้อย่างลงตัว (storytelling) มีคะแนน 4.0000 เทคนิคการตัดต่อ ภาพ กราฟิก เสียง Super/CG มีความทันสมัย สวยงามและเหมาะสม และประเด็นดนตรีและเสียงประกอบ (sound effect) มีความเหมาะสมกับเนื้อหารายการที่นำเสนอ มีระดับคะแนนที่ 3.7500 เทคนิคการถ่ายทำ มุมกล้อง องค์ประกอบภาพ แสง มีความทันสมัย สวยงามและเหมาะสม และและฉาก ภาพ แสง สี เสียง และกราฟิกที่ปรากฏในรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง มีระดับคะแนนที่ 3.5000ตามลำดับ

ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact) มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับที่เห็นด้วยมาก โดยประเด็นรายการสร้างแรงจูงใจและเป็นต้นแบบให้กับผู้ผลิตในการผลิตรายการเชิงสร้างสรรค์ที่ส่งเสริมพัฒนาการและการเรียนรู้สำหรับเด็กและเยาวชน และประเด็นรายการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานและพัฒนาศักยภาพของผู้ผลิตที่ได้รับทุนจาก กทปส. ในด้านการผลิตเนื้อหารายการเชิงสร้างสรรค์สำหรับเด็กและเยาวชน มีระดับคะแนนเท่ากับที่คะแนน 3.7500

ทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction) มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับที่เห็นด้วยมาก โดยประเด็นที่ท่านมีทัศนคติที่ดีต่อรายการโดยรวม และท่านมีความพึงพอใจต่อรายการโดยรวม มีระดับคะแนนเท่ากับที่คะแนน 4.2500

ตารางที่ 7.177 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ

ประเด็นความคิดเห็น	ระดับความคิดเห็น		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
1. ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance)	4.0833	0.1443	เห็นด้วยมาก
1.1 เนื้อหารายการมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์: เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการผลิตเนื้อหา รายการเชิงสร้างสรรค์ น่าสนใจ และมีคุณภาพเพื่อประโยชน์ต่อสาธารณะ	4.0000	0.8165	เห็นด้วยมาก
1.2 เนื้อหารายการมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์: เพื่อให้รายการเป็นช่องทางในการสร้างองค์ความรู้ด้านต่างๆ อาทิเช่น ด้านการเทิดทูนสถาบันชาติศาสนาและพระมหากษัตริย์ ด้านความมั่นคงของชาติ ด้านประวัติศาสตร์ ศิลปะ และวัฒนธรรม ด้านสังคม ด้านสุขภาพ และคุณภาพชีวิต ด้านนวัตกรรมเทคโนโลยีกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อให้ประชาชนทั่วไป เด็กและเยาวชน ผู้สูงอายุ ผู้พิการ ผู้ด้อยโอกาสรวมถึงชาวต่างชาติที่พำนักในประเทศไทยสามารถนำสาระความรู้จากรายการไปพัฒนาคุณภาพชีวิตได้อย่างยั่งยืน	4.0000	0.8165	เห็นด้วยมาก
1.3 เนื้อหารายการมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์: เพื่อสนับสนุนให้สถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัล มีรายการที่มีเนื้อหาเชิงสร้างสรรค์ มีคุณภาพนำเสนอต่อผู้ชม	4.2500	0.5000	เห็นด้วยมาก
2. ด้านเนื้อหารายการ (Content)	4.0000	0.4472	เห็นด้วยมาก
2.1 เนื้อหารายการน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี	4.2500	0.5000	เห็นด้วยมาก
2.2 เนื้อหารายการมีความสร้างสรรค์และสร้างความจรรโลงใจให้กับผู้ชม	3.7500	0.5000	เห็นด้วยมาก
2.3 เนื้อหารายการมีความกระชับและเข้าใจได้ง่าย	3.2500	0.9574	เห็นด้วยปานกลาง
2.4 เนื้อหารายการมีการสอดแทรกแง่คิดที่ดี	4.2500	0.5000	เห็นด้วยมาก
2.5 เนื้อหารายการคำนึงถึงจริยธรรม เคารพสิทธิส่วนบุคคลและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์	4.0000	0.8165	เห็นด้วยมาก
2.6 เนื้อหารายการมีคุณค่า คุ่มค่าต่อการรับชม และมีประโยชน์ต่อประชาชนทั่วไป	4.5000	0.5774	เห็นด้วยมากที่สุด
3. ด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques)	3.3000	0.2092	เห็นด้วยปานกลาง
3.1 รูปแบบการนำเสนอรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง	3.2500	0.9574	เห็นด้วยปานกลาง
3.2 รายการมีวิธีการนำเสนอที่สร้างสรรค์ขึ้นเอง (Original)	3.2500	1.2583	เห็นด้วยปานกลาง
3.3 รายการมีวิธีการนำเสนอที่แปลกใหม่ (Innovative)	3.0000	1.6330	เห็นด้วยปานกลาง
3.4 รายการมีวิธีการนำเสนอที่กระตุ้นให้ผู้ชมค้นหาความรู้ต่อไป	3.5000	1.2910	เห็นด้วยมาก
3.5 ผู้ดำเนินรายการ (พิธีกร/แขกรับเชิญ/ตัวละคร/บทบรรยาย) ของรายการนี้ มีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี	3.5000	0.5774	เห็นด้วยมาก
4. ด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques)	3.7917	0.2923	เห็นด้วยมาก
4.1 ฉาก ภาพ แสง สี เสียง และกราฟิกที่ปรากฏในรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง	3.5000	1.0000	เห็นด้วยมาก
4.2 เทคนิคการถ่ายทำ มุมกล้อง องค์ประกอบภาพ แสง มีความทันสมัย สวยงามและเหมาะสม	3.5000	1.0000	เห็นด้วยมาก
4.3 เทคนิคการตัดต่อ ภาพ กราฟิก เสียง Super/CG มีความทันสมัย สวยงามและเหมาะสม	3.7500	0.9574	เห็นด้วยมาก
4.4 ดนตรีและเสียงประกอบ (sound effect) มีความเหมาะสมกับเนื้อหารายการที่นำเสนอ	3.7500	0.9574	เห็นด้วยมาก

ประเด็นความคิดเห็น	ระดับความคิดเห็น		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
4.5 ภาพรวมรายการให้อารมณ์ความรู้สึกที่สอดคล้อง กลมกลืนและตรงตามเป้าหมายของรายการ (mood and tone)	4.2500	0.5000	เห็นด้วยมาก
4.6 การจัดลำดับและการเล่าเรื่อง มีความน่าสนใจและสร้างความเข้าใจให้กับผู้ชม โดยสามารถลำดับเรื่องราวตั้งแต่ต้นจนจบได้อย่างเชื่อมโยงและร้อยเรียงได้อย่างลงตัว (storytelling)	4.0000	0.8165	เห็นด้วยมาก
5. ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact)	3.7500	0.0000	เห็นด้วยมาก
5.1 รายการสร้างแรงจูงใจและเป็นต้นแบบให้กับผู้ผลิตในการผลิตรายการเชิงสร้างสรรค์ที่ส่งเสริมการเรียนรู้ที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ	3.7500	0.9574	เห็นด้วยมาก
5.2 รายการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานและพัฒนาศักยภาพของผู้ผลิตที่ได้รับทุนจาก กทปส. ในด้านการผลิตเนื้อหารายการเชิงสร้างสรรค์เพื่อสังคมและสาธารณประโยชน์	3.7500	0.9574	เห็นด้วยมาก
6. ทศคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction)	4.2500	0.0000	เห็นด้วยมาก
6.1 ท่านมีทัศนคติที่ดีต่อรายการโดยรวม	4.2500	0.5000	เห็นด้วยมาก
6.2 ท่านมีความพึงพอใจต่อรายการโดยรวม	4.2500	0.5000	เห็นด้วยมาก
ภาพรวม	3.8625	0.1737	เห็นด้วยมาก

ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

ผู้ตอบแบบประเมินได้ให้ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ สามารถสรุปรายละเอียดตามตารางที่ 7.178 ดังนี้

ตารางที่ 7.178 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

	ด้านเทคนิคการนำเสนอ	ด้านเทคนิคการผลิต
จุดเด่นด้านเทคนิคของรายการนี้	<ul style="list-style-type: none"> - ขาดความทันสมัย ไม่โดดเด่น ติดกรอบ และขอบเขตเดิม - เนื้อหาสาระเหมาะสมดี 	<ul style="list-style-type: none"> - ไม่ทันสมัย - เทคนิคการผลิตไม่น่าสนใจ
ข้อแนะนำเพื่อปรับปรุงหรือพัฒนารายการนี้	<ul style="list-style-type: none"> - ควรปรับปรุงการนำเสนอให้ทันสมัย - ควรมีการทำรีเสิร์ชความสนใจของกลุ่มเป้าหมายและนำข้อมูลมาวิเคราะห์ก่อนนำเสนอรายการ - ระยะเวลาในการนำเสนอไม่ควรเกิน 5-10 นาที ถ้าเกิน 5-10 นาที อยากให้แบ่งเป็น 2-3 ช่วง - รายการ D-มีดี ยังไม่ดึงดูดใจกลุ่มเป้าหมาย - ควรมีการอินเสิร์จภาพประกอบ โทนสีภาพดูจืด - ควรจะเพิ่ม subtitle ทั้งภาษาไทยและอังกฤษ 	<ul style="list-style-type: none"> - ควรผลิตรายการที่มีภาพ และเสียงชัดเจน - อยากให้พัฒนารูปแบบรายการที่น่าสนใจ - ควรใช้อุปกรณ์เครื่องมือที่ทันสมัย

7.4.3 โครงการผลิตสารคดีเพื่อส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนใต้

มีผู้ตอบแบบสอบถามโดยกลุ่มผู้ผลิตรายการ จำนวน 4 ราย ประกอบด้วยข้อมูล ดังนี้

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบประเมิน

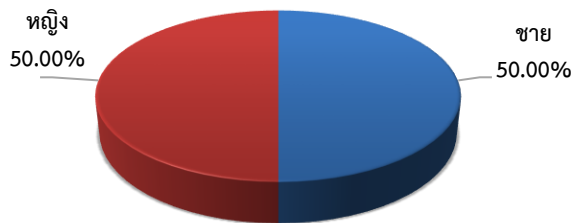
ตารางที่ 7.179 จำนวนและร้อยละของรายการ



รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ย้อนอดีตที่ปลายด้ามขวาน	4	100.00
รวม	4	100.00

จากตารางที่ 7.179 ผู้ตอบแบบประเมินทั้งหมดรับชมคลิปวิดีโอของรายการย้อนอดีตที่ปลายด้ามขวาน จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00

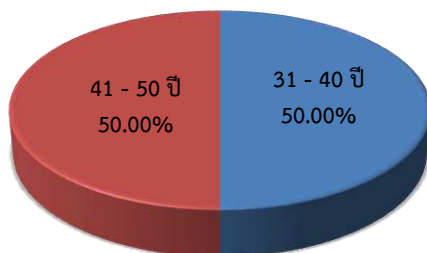
ตารางที่ 7.180 จำนวนและร้อยละของเพศ



เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	2	50.00
หญิง	2	50.00
รวม	4	100.00

จากตารางที่ 7.180 ผู้ตอบแบบประเมินเป็นเพศชาย จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 และเป็นเพศหญิง จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 7.181 จำนวนและร้อยละของอายุ



อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	0	0.00
21 - 30 ปี	0	0.00
31 - 40 ปี	2	50.00
41 - 50 ปี	2	50.00
51 - 60 ปี	0	0.00
61 ปีขึ้นไป	0	0.00
รวม	4	100.00

จากตารางที่ 7.181 ผู้ตอบแบบประเมินมีอายุอยู่ระหว่าง 31 - 40 ปี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 และอายุ 41 - 50 ปี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00

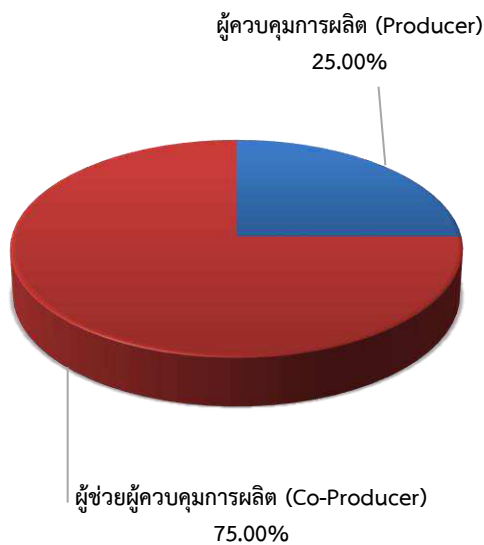
ตารางที่ 7.182 จำนวนและร้อยละของการศึกษา



การศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	0	0.00
มัธยมศึกษาตอนต้น	0	0.00
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	0	0.00
ปวส./อนุปริญญา	0	0.00
ปริญญาตรี	4	100.00
สูงกว่าปริญญาตรี	0	0.00
รวม	4	100.00

จากตารางที่ 7.182 ผู้ตอบแบบประเมินทั้งหมดการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00

ตารางที่ 7.183 จำนวนและร้อยละของตำแหน่งในฐานะผู้ผลิตรายการ



ตำแหน่งในฐานะผู้ผลิตรายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ผู้อำนวยการผลิต (Executive Producer)	0	0.00
ผู้ควบคุมการผลิต (Producer)	1	25.00
ผู้ช่วยผู้ควบคุมการผลิต (Co-Producer)	3	75.00
ผู้กำกับรายการ (Director)	0	0.00
ผู้สร้างสรรค์รายการ (Creative)	0	0.00
ผู้เชี่ยวชาญด้านการเขียนบท (Script Writer)	0	0.00
ผู้ประสานงาน (Coordinator)	0	0.00
ศิลปกรรม/ผู้ออกแบบฉาก	0	0.00
ช่างภาพ (Cameraman)	0	0.00
ช่างกล้อง (Camera Operator)	0	0.00
ช่างเทคนิคด้านแสง/ผู้กำกับแสง	0	0.00
ช่างเทคนิคด้านภาพ/ผู้กำกับภาพ	0	0.00
ช่างเทคนิคด้านเสียง/ผู้กำกับเสียง	0	0.00
ช่างเทคนิคผู้ควบคุมการตัดต่อ	0	0.00
ผู้ช่วยประสานงานการผลิต (Production Assistant)	0	0.00
ผู้กำกับเวที (Floor or Stage Manager)	0	0.00
อื่นๆ	0	0.00
รวม	4	100.00

จากตารางที่ 7.183 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่มีตำแหน่งในฐานะผู้ผลิตรายการเป็นผู้ช่วยผู้ควบคุมการผลิต (Co-Producer) จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 75.00 และผู้ควบคุมการผลิต (Producer) จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00

ตารางที่ 7.184 จำนวนและร้อยละของจังหวัดที่ท่านอาศัยอยู่ในปัจจุบัน



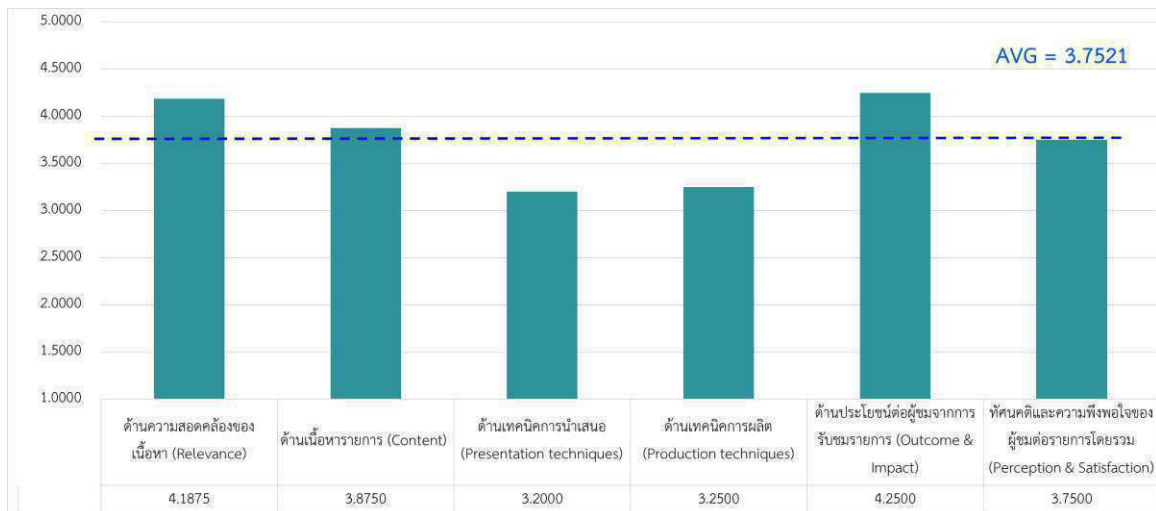
จังหวัดที่อาศัยอยู่ในปัจจุบัน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ภาคเหนือ	0	0.00
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	0	0.00
กรุงเทพฯ และปริมณฑล	4	100.00
ภาคกลาง	0	0.00
ภาคใต้	0	0.00
รวม	4	100.00

จากตารางที่ 7.184 ผู้ตอบแบบประเมินทั้งหมดปัจจุบันอาศัยอยู่ในกรุงเทพฯ และปริมณฑล จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00 (กรุงเทพมหานคร จำนวน 3 คน และสมุทรปราการ จำนวน 1 คน)

สรุปผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ

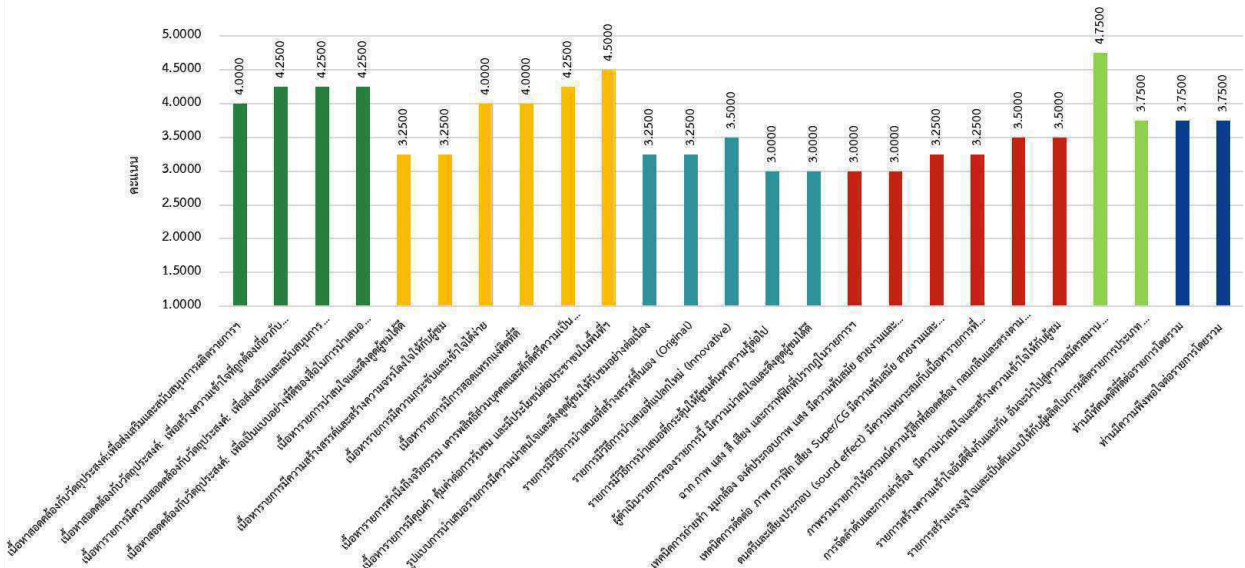
จากการสำรวจคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ มีผลคะแนนเฉลี่ยของระดับความคิดเห็น 3.7521 โดยมีผลคะแนนการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในแต่ละด้าน ดังนี้

แผนภาพที่ 7.152 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ



จากแผนภาพที่ 7.152 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ ในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก โดยเรียงลำดับจากมากที่สุดคือ ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact) มีระดับคะแนนที่ 4.2500 รองลงมาคือ ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance) มีระดับคะแนนที่ 4.1875 ด้านเนื้อหารายการ (Content) มีระดับคะแนนที่ 3.8750 ด้านทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction) มีระดับคะแนนที่ 3.7500 ด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques) มีระดับคะแนนที่ 3.2500 และด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques) มีระดับคะแนนที่ 3.2000 ตามลำดับ

**แผนภาพที่ 7.153 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีสำหรับรายการสารคดีเชิงประวัติศาสตร์เพื่อนำเสนอข้อมูลเชิงบวกและ
 สร้างสรรค์ในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้**



จากแผนภาพที่ 7.153 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่าง ๆ ดังนี้

ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance) มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับที่เห็นด้วยมาก โดยประเด็นมี 3 ประเด็นที่มีผลระดับคะแนนเท่ากันที่ 4.2500 ได้แก่ 1) เนื้อหารายการมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์: เพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับข้อเท็จจริงในพื้นที่ สร้างความเข้าใจอันดีซึ่งกันและกันของประชาชนในชุมชน ลดความขัดแย้งและความรุนแรงให้เกิดขึ้นอย่างยั่งยืน 2) เนื้อหารายการมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์: เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการอยู่ร่วมกันอย่างสันติสุขระหว่างทุกศาสนาของประชาชน ชุมชนและสังคมในพื้นที่ภายใต้หลักการเอกภาพบนความหลากหลาย แตกต่างแต่ไม่แตกแยก และ 3) เนื้อหารายการมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์: เพื่อเป็นแบบอย่างที่ดีของสื่อในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารข้อเท็จจริงที่ถูกต้อง และเป็นประโยชน์ต่อประชาชนและสังคมประเทศ และประเด็นเนื้อหารายการมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์: เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการผลิตรายการโทรทัศน์ที่นำเสนอข้อเท็จจริงเกี่ยวกับความเป็นมาและประวัติศาสตร์ของพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ ศาสนา ศิลปวัฒนธรรม และวิถีชีวิตของมุสลิม (สายกลาง) ทั้งในประเทศและต่างประเทศ มีระดับคะแนนที่ 4.0000

ด้านเนื้อหารายการ (Content) มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับที่เห็นด้วยมาก โดยประเด็นเนื้อหา รายการมีคุณค่า คุ่มค่าต่อการรับชม และมีประโยชน์ต่อประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้และประชาชนทั่วไป มีระดับคะแนนสูงสุดที่ 4.5000 รองลงมาคือ เนื้อหารายการคำนึงถึงจริยธรรม เคารพสิทธิส่วนบุคคลและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ มีระดับคะแนนที่ 4.2500 เนื้อหารายการมีความกระชับและเข้าใจได้ง่าย และเนื้อหา รายการมีการสอดแทรกแง่คิดที่ดี มีระดับคะแนนเท่ากันที่ 4.0000 เนื้อหารายการนำเสนอและดึงดูดผู้ชมได้ดี และเนื้อหารายการมีความสร้างสรรค์และสร้างความจริงใจให้กับผู้ชม มีระดับคะแนนเท่ากันที่ 3.2500 ตามลำดับ

ด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques) มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับที่เห็นด้วยปานกลาง โดยประเด็นรายการมีวิธีการนำเสนอที่แปลกใหม่ (Innovative) มีระดับคะแนนสูงสุดที่ 3.5000 รองลงมาคือ ประเด็นรูปแบบการนำเสนอรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง และประเด็นรายการมีวิธีการนำเสนอที่สร้างสรรค์ขึ้นเอง (Original) มีระดับคะแนนเท่ากับที่ 3.2500 และประเด็นรายการมีวิธีการนำเสนอที่กระตุ้นให้ผู้ชมค้นหาความรู้ต่อไป และประเด็นผู้ดำเนินรายการ (พิธีกร/แขกรับเชิญ/ตัวละคร/บทบรรยาย) ของรายการนี้มีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี มีระดับคะแนนเท่ากับที่ 3.0000 ตามลำดับ

ด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques) มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับที่เห็นด้วยปานกลาง โดยประเด็นความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพรวมรายการให้อารมณ์ความรู้สึกที่สอดคล้อง กลมกลืนและตรงตามเป้าหมายของรายการ (mood and tone) และประเด็นการจัดลำดับและการเล่าเรื่อง มีความน่าสนใจและสร้างความเข้าใจให้กับผู้ชม โดยสามารถลำดับเรื่องราวตั้งแต่ต้นจนจบได้อย่างเชื่อมโยงและร้อยเรียงได้อย่างลงตัว (storytelling) มีระดับคะแนนสูงสุดเท่ากับที่ 3.5000 รองลงมาคือ ประเด็นเทคนิคการตัดต่อภาพ กราฟิก เสียง Super/CG มีความทันสมัย สวยงามและเหมาะสม และประเด็นของดนตรีและเสียงประกอบ (sound effect) มีความเหมาะสมกับเนื้อหารายการที่นำเสนอ มีระดับคะแนนเท่ากับที่ 3.2500 และประเด็นเทคนิคการถ่ายทำ มุมกล้อง องค์ประกอบภาพ แสง มีความทันสมัย สวยงามและเหมาะสม และประเด็นฉาก ภาพ แสง สี เสียง และกราฟิกที่ปรากฏในรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง มีระดับคะแนนเท่ากับที่ 3.0000

ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact) มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับที่เห็นด้วยมาก โดยประเด็นรายการสร้างความเข้าใจอันดีซึ่งกันและกัน อันจะนำไปสู่ความสมัครสมานสามัคคีที่ขยายวงกว้างในอนาคต, ประชาชนอยู่ร่วมกันอย่างสันติสุขระหว่างทุกศาสนา และชุมชนในพื้นที่เกิดความเข้มแข็ง, ประชาชนมีรายการประเภทสารคดีเชิงประวัติศาสตร์ ศาสนา ศิลปวัฒนธรรม และวิถีชีวิตที่เปิดมุมมองใหม่และให้ความรู้ใหม่แก่สังคม, รายการสร้างการตื่นรู้และหักล้างการบิดเบือนข้อมูล ซึ่งก่อให้เกิดคุณค่าต่อชุมชนและประเทศชาติ มีระดับคะแนนที่ 4.7500 และประเด็นรายการสร้างแรงจูงใจและเป็นต้นแบบให้กับผู้ผลิตในการผลิตรายการประเภทสารคดีเชิงประวัติศาสตร์ ศาสนา ศิลปวัฒนธรรมและวิถีชีวิต เพื่อนำเสนอข้อมูลเชิงบวกและสร้างสรรค์ มีผลระดับคะแนน 3.7500

ทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction) มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับที่เห็นด้วยมาก โดยประเด็นที่ท่านมีทัศนคติที่ดีต่อรายการโดยรวม และประเด็นท่านมีความพึงพอใจต่อรายการโดยรวม มีระดับคะแนนเท่ากับที่ 3.7500

ตารางที่ 7.185 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ

ประเด็นความคิดเห็น	ระดับความคิดเห็น		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
1. ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance)	4.1875	0.1250	เห็นด้วยมาก
1.1 เนื้อหารายการมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์: เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการผลิตรายการโทรทัศน์ที่น่าสนใจและเกี่ยวข้องกับความเป็นมาและประวัติศาสตร์ของพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ ศาสนา ศิลปวัฒนธรรม และวิถีชีวิตของมุสลิม (สายกลาง) ทั้งในประเทศและต่างประเทศ	4.0000	0.8165	เห็นด้วยมาก
1.2 เนื้อหารายการมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์: เพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับข้อเท็จจริงในพื้นที่ สร้างความเข้าใจอันดีซึ่งกันและกันของประชาชนในชุมชน ลดความขัดแย้งและความรุนแรงให้เกิดขึ้นอย่างยั่งยืน	4.2500	0.5000	เห็นด้วยมาก
1.3 เนื้อหารายการมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์: เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการอยู่ร่วมกันอย่างสันติสุขระหว่างทุกศาสนาของประชาชน ชุมชนและสังคมในพื้นที่ภายใต้หลักการเอกภาพบนความหลากหลาย แตกต่างแต่ไม่แตกแยก	4.2500	0.5000	เห็นด้วยมาก
1.4 เนื้อหารายการมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์: เพื่อเป็นแบบอย่างที่ดีของสื่อในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารข้อเท็จจริงที่ถูกต้องและเป็นประโยชน์ต่อประชาชนและสังคมประเทศ	4.2500	0.5000	เห็นด้วยมาก
2. ด้านเนื้อหาของรายการ (Content)	3.8750	0.5184	เห็นด้วยมาก
2.1 เนื้อหารายการน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี	3.2500	0.5000	เห็นด้วยปานกลาง
2.2 เนื้อหารายการมีความสร้างสรรค์และสร้างความจริงใจให้กับผู้ชม	3.2500	0.5000	เห็นด้วยปานกลาง
2.3 เนื้อหารายการมีความกระชับและเข้าใจได้ง่าย	4.0000	0.8165	เห็นด้วยมาก
2.4 เนื้อหารายการมีการสอดแทรกแง่คิดที่ดี	4.0000	0.0000	เห็นด้วยมาก
2.5 เนื้อหารายการคำนึงถึงจริยธรรม เคารพสิทธิส่วนบุคคลและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์	4.2500	0.5000	เห็นด้วยมาก
2.6 เนื้อหารายการมีคุณค่า คุ่มค่าต่อการรับชม และมีประโยชน์ต่อประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้และประชาชนทั่วไป	4.5000	0.5774	เห็นด้วยมากที่สุด
3. ด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques)	3.2000	0.2092	เห็นด้วยปานกลาง
3.1 รูปแบบการนำเสนอรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง	3.2500	0.5000	เห็นด้วยปานกลาง
3.2 รายการมีวิธีการนำเสนอที่สร้างสรรค์ขึ้นเอง (Original)	3.2500	0.5000	เห็นด้วยปานกลาง
3.3 รายการมีวิธีการนำเสนอที่แปลกใหม่ (Innovative)	3.5000	0.5774	เห็นด้วยมาก
3.4 รายการมีวิธีการนำเสนอที่กระตุ้นให้ผู้ชมค้นหาความรู้ต่อไป	3.0000	0.0000	เห็นด้วยปานกลาง
3.5 ผู้ดำเนินรายการ (พิธีกร/แขกรับเชิญ/ตัวละคร/บทบรรยาย) ของรายการนี้ มีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี	3.0000	0.0000	เห็นด้วยปานกลาง
4. ด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques)	3.2500	0.2236	เห็นด้วยปานกลาง
4.1 ฉาก ภาพ แสง สี เสียง และกราฟิกที่ปรากฏในรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง	3.0000	0.0000	เห็นด้วยปานกลาง
4.2 เทคนิคการถ่ายทำ มุมกล้อง องค์กรประกอบภาพ แสง มีความทันสมัย สวยงามและเหมาะสม	3.0000	0.0000	เห็นด้วยปานกลาง
4.3 เทคนิคการตัดต่อ ภาพ กราฟิก เสียง Super/CG มีความทันสมัย สวยงามและเหมาะสม	3.2500	0.5000	เห็นด้วยปานกลาง
4.4 ดนตรีและเสียงประกอบ (sound effect) มีความเหมาะสมกับเนื้อหาของรายการที่นำเสนอ	3.2500	0.5000	เห็นด้วยปานกลาง
4.5 ภาพรวมรายการให้อารมณ์ความรู้สึกที่สอดคล้อง กลมกลืนและตรงตามเป้าหมายของรายการ (mood and tone)	3.5000	0.5774	เห็นด้วยมาก
4.6 การจัดลำดับและการเล่าเรื่อง มีความน่าสนใจและสร้างความเข้าใจให้กับผู้ชม โดยสามารถลำดับเรื่องราวตั้งแต่ต้นจนจบได้อย่างเชื่อมโยงและร้อยเรียงได้อย่างลงตัว (storytelling)	3.5000	0.5774	เห็นด้วยมาก
5. ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact)	4.2500	0.7071	เห็นด้วยมาก
5.1 รายการสร้างความเข้าใจอันดีซึ่งกันและกัน อันจะนำไปสู่ความสมัครสมานสามัคคีที่ขยายวงกว้างในอนาคต, ประชาชนอยู่ร่วมกันอย่างสันติสุขระหว่างทุกศาสนา และชุมชนในพื้นที่เกิดความเข้มแข็ง, ประชาชนมีรายการประเภทสารคดีเชิงประวัติศาสตร์ ศาสนา ศิลปวัฒนธรรม และวิถีชีวิตที่เปิดมุมมองใหม่และให้ความรู้ใหม่แก่สังคม, รายการสร้างการตื่นรู้และหักล้างการบิดเบือนข้อมูล ซึ่งก่อให้เกิดคุณค่าต่อชุมชนและประเทศชาติ	4.7500	0.5000	เห็นด้วยมากที่สุด

ประเด็นความคิดเห็น	ระดับความคิดเห็น		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
5.2 รายการสร้างแรงจูงใจและเป็นต้นแบบให้กับผู้ผลิตในการผลิตรายการประเภทสารคดี เชิงประวัติศาสตร์ ศาสนา ศิลปวัฒนธรรมและวิถีชีวิต เพื่อนำเสนอข้อมูลเชิงบวกและ สร้างสรรค์	3.7500	0.9574	เห็นด้วยมาก
6. ทศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction)	3.7500	0.0000	เห็นด้วยมาก
6.1 ท่านมีทัศนคติที่ดีต่อรายการโดยรวม	3.7500	0.5000	เห็นด้วยมาก
6.2 ท่านมีความพึงพอใจต่อรายการโดยรวม	3.7500	0.5000	เห็นด้วยมาก
ภาพรวม	3.7521	0.4493	เห็นด้วยมาก

ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

ผู้ตอบแบบประเมินได้ให้ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ สามารถสรุปรายละเอียดตามตารางที่ 7.186
ดังนี้

ตารางที่ 7.186 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

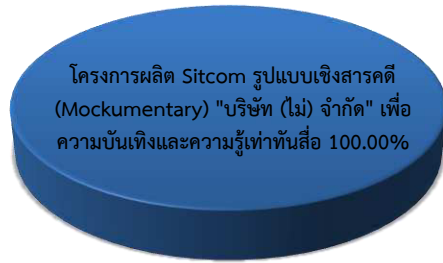
	ด้านเทคนิคการนำเสนอ	ด้านเทคนิคการผลิต
จุดเด่นด้านเทคนิค ของรายการนี้	<ul style="list-style-type: none"> - เนื้อหาดี การเรียบเรียงร้อยเรื่องราวน่าสนใจ - ร้อยเรียงเรื่องราวในการนำเสนอได้ดี 	<ul style="list-style-type: none"> - คอนเทนท์ดี - แสง สี เสียง ดี
ข้อแนะนำเพื่อ ปรับปรุงหรือ พัฒนารายการนี้	<ul style="list-style-type: none"> - ควรใช้เทคนิคการนำเสนอรูปแบบใหม่ - เนื้อหาควรกระชับไม่ยืดเยื้อ - อยากให้เพิ่มรายละเอียดสำคัญของศาสนาให้ คนในศาสนาอื่นรับทราบ - อยากให้สัมภาษณ์ชาวบ้านมุสลิมในแง่มุมอื่นๆ - ควรให้มีความเรียลแต่อยู่ในพื้นฐานความเป็นจริง 	<ul style="list-style-type: none"> - อยากให้มีมุกล้อมีความ ทันสมัยมากกว่านี้เพื่อให้ดึงดูด คนยุคใหม่ - มาชมสารคดีประเภทนี้มากขึ้น - ควรปรับปรุงเทคนิคการผลิต โดยเฉพาะสารคดีคนดีได้พื้นฟ้า

7.4.4 โครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อเพิ่มความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อ

มีผู้ตอบแบบสอบถามโดยกลุ่มผู้ผลิตรายการ จำนวน 4 ราย ประกอบด้วยข้อมูล ดังนี้

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบประเมิน

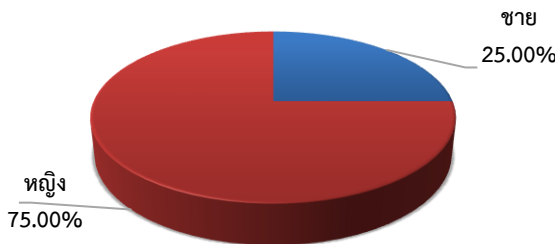
ตารางที่ 7.187 จำนวนและร้อยละของรายการ



รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โครงการผลิต Sitcom รูปแบบเชิงสารคดี (Mockumentary) "บริษัท (ไม่) จำกัด" เพื่อความบันเทิงและความรู้เท่าทันสื่อ	4	100.00
รวม	4	100.00

จากตารางที่ 7.187 ผู้ตอบแบบประเมินทั้งหมดรับชมคลิปวิดีโอของรายการโครงการผลิต Sitcom รูปแบบเชิงสารคดี (Mockumentary) "บริษัท (ไม่) จำกัด" เพื่อความบันเทิงและความรู้เท่าทันสื่อ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00

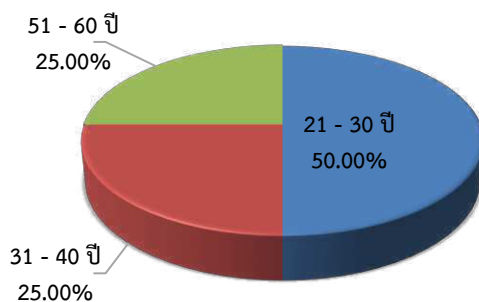
ตารางที่ 7.188 จำนวนและร้อยละของเพศ



เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	1	25.00
หญิง	3	75.00
รวม	4	100.00

จากตารางที่ 7.188 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 75.00 และเป็นเพศชาย จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 ตามลำดับ

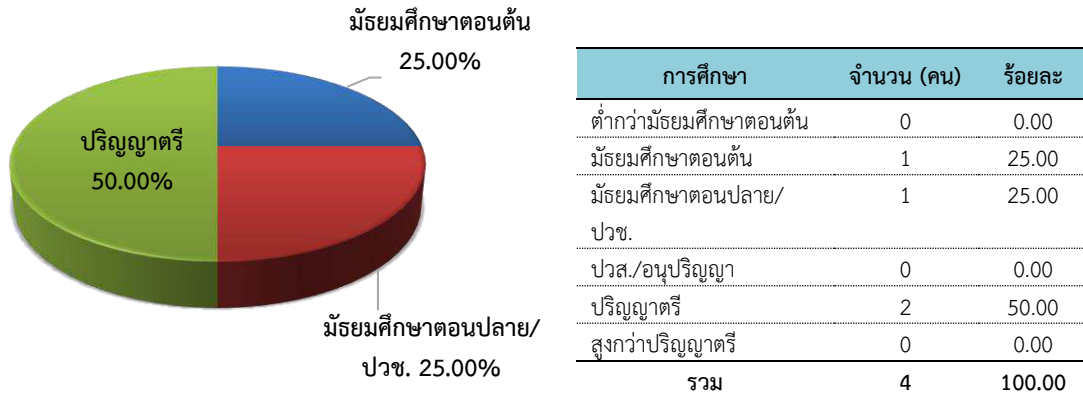
ตารางที่ 7.189 จำนวนและร้อยละของอายุ



อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	0	0.00
21 - 30 ปี	2	50.00
31 - 40 ปี	1	25.00
41 - 50 ปี	0	0.00
51 - 60 ปี	1	25.00
61 ปีขึ้นไป	0	0.00
รวม	4	100.00

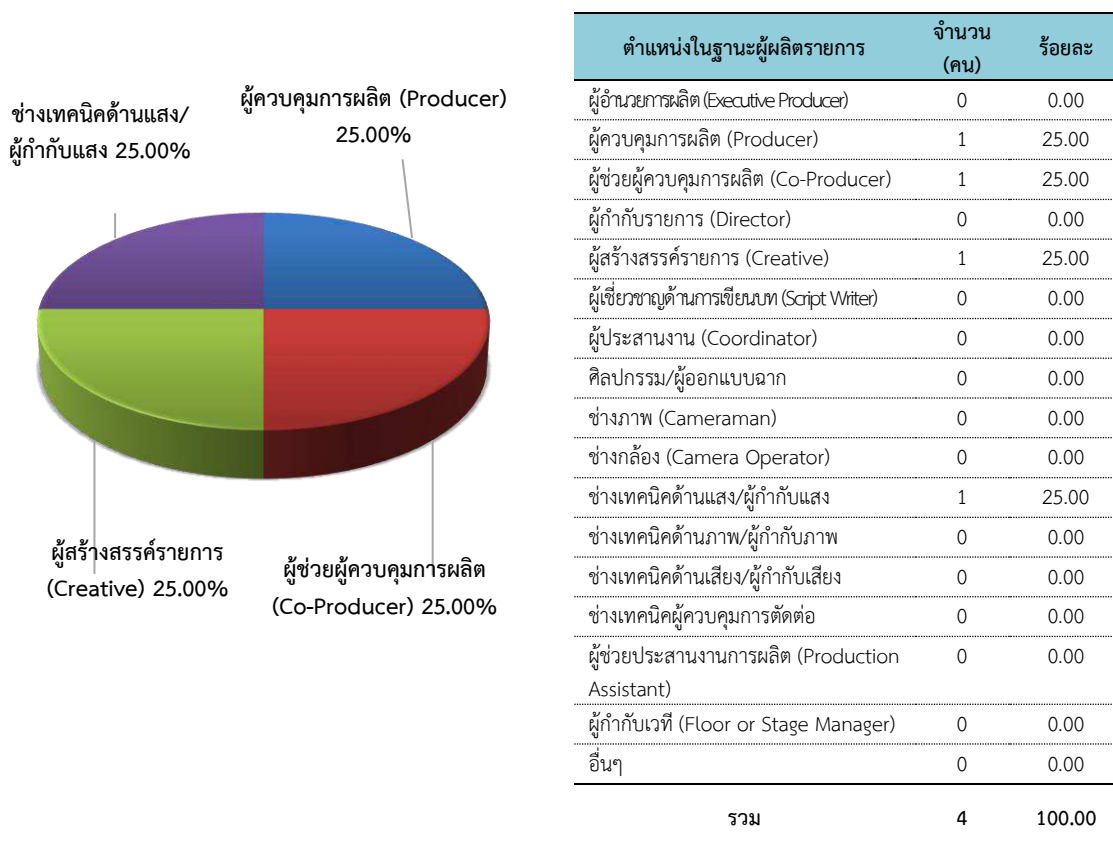
จากตารางที่ 7.189 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่มีอายุอยู่ระหว่าง 21 – 30 ปี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมา คือ 31 - 40 ปี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 และอายุ 51 - 60 ปี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 7.190 จำนวนและร้อยละของการศึกษา



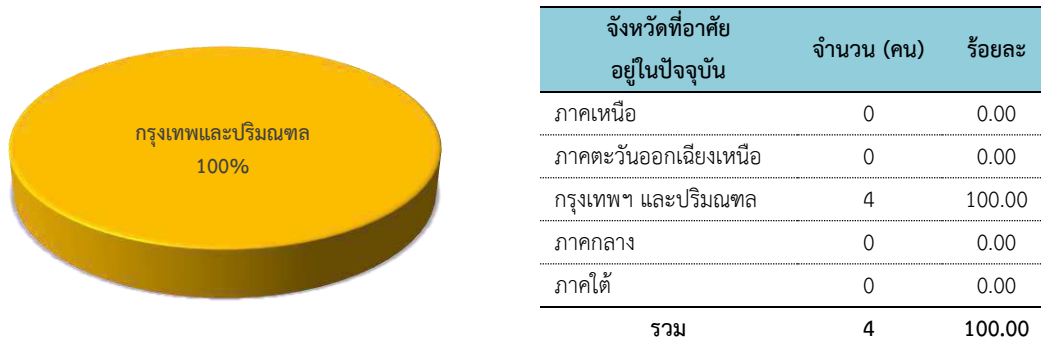
จากตารางที่ 7.190 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมา คือ มัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 และมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 7.191 จำนวนและร้อยละของตำแหน่งในฐานะผู้ผลิตรายการ



จากตารางที่ 7.191 ผู้ตอบแบบประเมินมีตำแหน่งในฐานะผู้ผลิตรายการเป็นผู้ควบคุมการผลิต (Producer) จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 ผู้ช่วยผู้ควบคุมการผลิต (Co-Producer) จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 ผู้สร้างสรรค์รายการ (Creative) จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 และช่างเทคนิคด้านแสง/ผู้กำกับแสง จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00

ตารางที่ 7.192 จำนวนและร้อยละของจังหวัดที่ท่านอาศัยอยู่ในปัจจุบัน

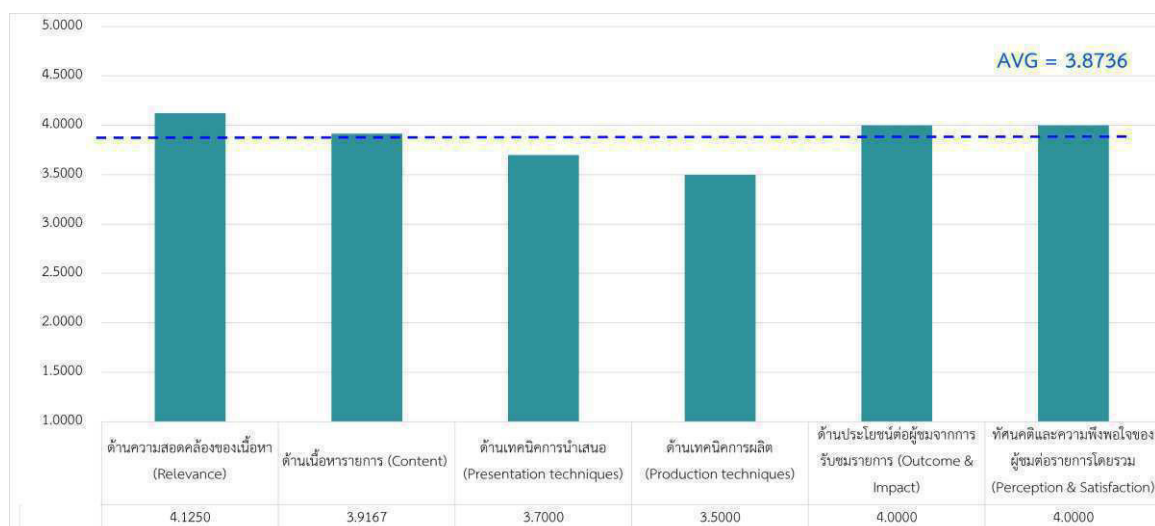


จากตารางที่ 7.192 ผู้ตอบแบบประเมินทั้งหมดปัจจุบันอาศัยอยู่ในกรุงเทพฯ และปริมณฑล จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00 (กรุงเทพมหานคร จำนวน 4 คน)

สรุปผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ

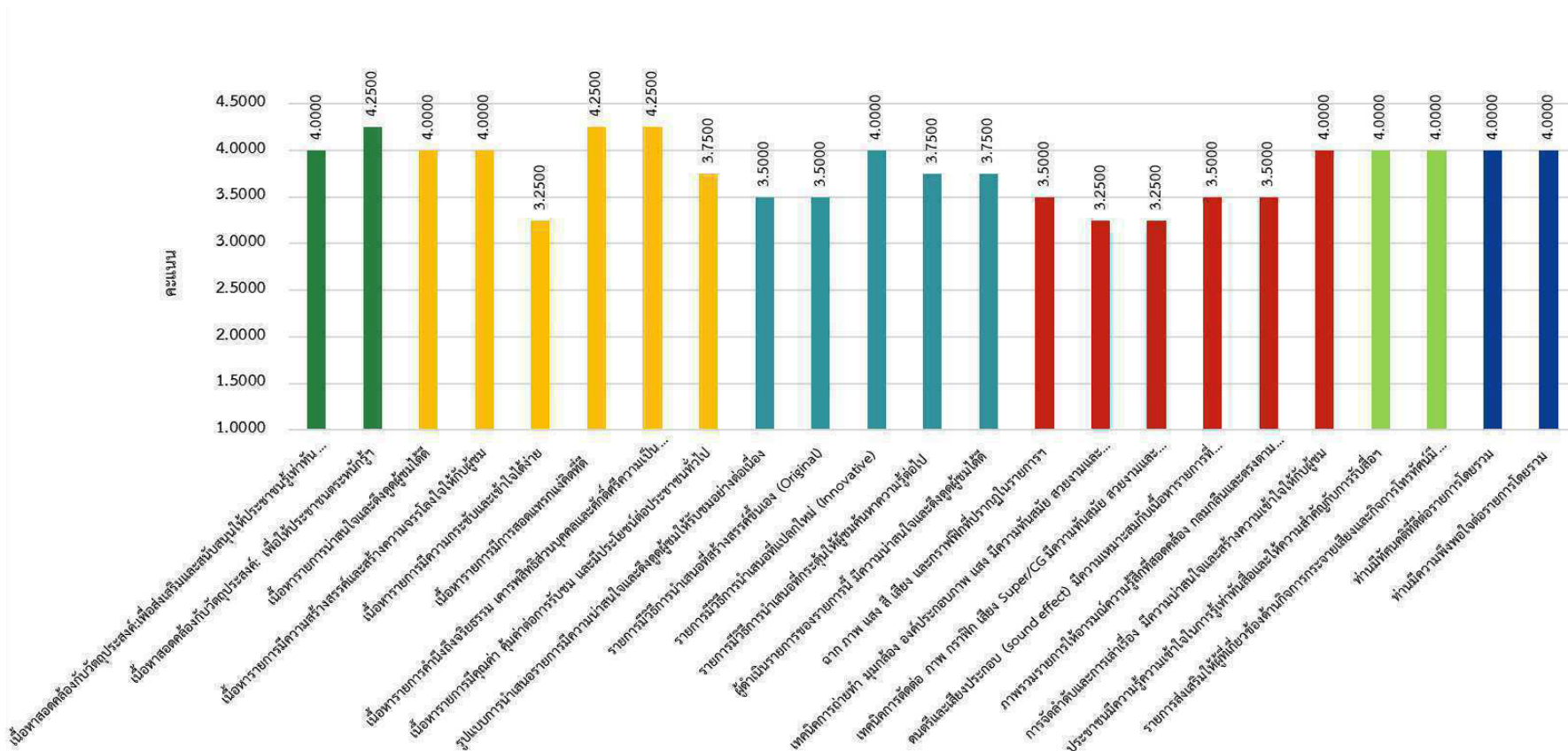
จากการสำรวจคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ มีผลคะแนนเฉลี่ยของระดับความคิดเห็น 3.8736 โดยมีผลคะแนนการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในแต่ละด้าน ดังนี้

แผนภาพที่ 7.154 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ



จากแผนภาพที่ 7.154 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ ในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก โดยเรียงลำดับจากมากที่สุดคือ ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance) มีระดับคะแนนที่ 4.1250 รองลงมาคือ ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact) และด้านทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction) มีผลระดับคะแนนเท่ากันที่ 4.0000 ด้านเนื้อหารายการ (Content) มีผลคะแนน 3.9167 ด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques) มีผลคะแนนที่ 3.7000 และด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques) มีผลคะแนนที่ 3.5000 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 7.155 ผลการประเมินคุณภาพรายการที่สำคัญสำหรับรายการรู้เท่าทันสื่อ



จากแผนภาพที่ 7.155 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ ดังนี้

ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance) มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับที่เห็นด้วยมาก โดยประเด็นเนื้อหารายการมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์: เพื่อให้ประชาชนตระหนักรู้และตื่นตัวรวมถึงสร้างความปลอดภัยและเป็นการป้องกันการถูกล่อลวงจากการรับสื่อด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ และให้สามารถรับประโยชน์จากสื่อดังกล่าวอย่างมีวิจารณญาณ มีผลระดับคะแนนที่ 4.2500 และประเด็นเนื้อหา รายการมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์: เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้ประชาชนมีความรู้เท่าทันสื่อด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์อย่างต่อเนื่อง มีผลระดับคะแนนที่ 4.0000

ด้านเนื้อหารายการ (Content) มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับที่เห็นด้วยมาก โดยประเด็นเนื้อหา รายการมีการสอดแทรกแง่คิดที่ดี และเนื้อหารายการคำนึงถึงจริยธรรม เคารพสิทธิส่วนบุคคลและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ มีระดับคะแนนเท่ากันที่ 4.2500 รองลงมาคือ เนื้อหาที่น่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี และเนื้อหา รายการมีความสร้างสรรค์และสร้างความจริงใจให้กับผู้ชม มีระดับคะแนนเท่ากันที่ 4.0000 เนื้อหา รายการมีคุณค่า คุ่มค่าต่อการรับชม และมีประโยชน์ต่อประชาชนทั่วไป มีระดับคะแนนที่ 3.7500 และเนื้อหา รายการมีความกระชับและเข้าใจได้ง่าย มีระดับคะแนนที่ 3.2500 ตามลำดับ

ด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques) มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับที่เห็นด้วยมาก โดยประเด็นรายการมีวิธีการนำเสนอที่แปลกใหม่ (Innovative) มีระดับคะแนนสูงสุดที่ 4.0000 รองลงมาคือ รายการ มีวิธีการนำเสนอที่กระตุ้นให้ผู้ชมค้นหาความรู้ต่อไป และผู้ดำเนินรายการ (พิธีกร/แขกรับเชิญ/ ตัวละคร/บทบรรยาย) ของรายการนี้มีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี มีระดับคะแนนเท่ากันที่ 3.7500 โดยรูปแบบการนำเสนอรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง และประเด็นรายการมีวิธีการ นำเสนอที่สร้างสรรค์ขึ้นเอง (Original) มีระดับคะแนนเท่ากันที่ 3.5000 ตามลำดับ

ด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques) มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับที่เห็นด้วยมาก โดยประเด็นความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดลำดับและการเล่าเรื่อง มีความน่าสนใจและสร้างความเข้าใจให้กับผู้ชม โดยสามารถลำดับเรื่องราวตั้งแต่ต้นจนจบได้อย่างเชื่อมโยงและร้อยเรียงได้อย่างลงตัว (storytelling) มีระดับ คะแนนสูงสุดที่ 4.0000 รองลงมาคือ ภาพรวมรายการให้อารมณ์ความรู้สึกที่สอดคล้อง กลมกลืน และตรงตาม เป้าหมายของรายการ (mood and tone), ดนตรีและเสียงประกอบ (sound effect) มีความเหมาะสมกับเนื้อหา รายการที่นำเสนอ และฉาก ภาพ แสง สี เสียง และกราฟิกที่ปรากฏในรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชม อย่างต่อเนื่อง มีระดับคะแนนเท่ากันที่ 3.5000 เทคนิคการตัดต่อ ภาพ กราฟิก เสียง Super/CG มีความทันสมัย สวยงามและเหมาะสม มีระดับคะแนนที่ 3.2500 เท่ากับประเด็น เทคนิคการถ่ายทำ มุมกล้อง องค์ประกอบ ภาพ แสง มีความทันสมัย สวยงามและเหมาะสม

ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact) มีระดับความคิดเห็น อยู่ในระดับที่เห็นด้วยมาก โดยประชาชนมีความรู้ความเข้าใจในการรู้เท่าทันสื่อและให้ความสำคัญกับการรับสื่อ อย่างรู้เท่าทันอย่างต่อเนื่อง, ประชาชนมีความสามารถในการใช้ประโยชน์จากสื่ออย่างปลอดภัย, รายการมี คุณภาพและส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อสำหรับประชาชนทั่วไป มีผลระดับคะแนนที่ 4.0000 และ รายการส่งเสริม ให้ผู้ที่เกี่ยวข้องด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์มีส่วนร่วมในการทำงานด้านการรู้เท่าทันสื่อและ เกิดความตระหนักรู้ถึงความสำคัญในด้านนี้ ก็มีผลระดับคะแนนที่ 4.0000 เช่นกัน

ทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction)
มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับที่เห็นด้วยมาก โดยประเด็นที่ท่านมีทัศนคติที่ดีต่อรายการโดยรวม และท่านมีความพึงพอใจต่อรายการโดยรวม มีระดับคะแนนเท่ากับ 4.0000

ตารางที่ 7.193 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ

ประเด็นความคิดเห็น	ระดับความคิดเห็น		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
1. ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance)	4.1250	0.1768	เห็นด้วยมาก
1.1 เนื้อหารายการมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์: เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้ประชาชนมีความรู้เท่าทันสื่อด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์อย่างต่อเนื่อง	4.0000	0.0000	เห็นด้วยมาก
1.2 เนื้อหารายการมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์: เพื่อให้ประชาชนตระหนักรู้และตื่นตัว รวมถึงสร้างความปลอดภัยและเป็นการป้องกันการถูกหลอกลวงจากการรับสื่อด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ และให้สามารถรับประโยชน์จากสื่อดังกล่าวอย่างมีวิจารณญาณ	4.2500	0.5000	เห็นด้วยมาก
2. ด้านเนื้อหารายการ (Content)	3.9167	0.3764	เห็นด้วยมาก
2.1 เนื้อหารายการน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี	4.0000	0.8165	เห็นด้วยมาก
2.2 เนื้อหารายการมีความสร้างสรรค์และสร้างความจริงใจให้กับผู้ชม	4.0000	0.0000	เห็นด้วยมาก
2.3 เนื้อหารายการมีความกระชับและเข้าใจได้ง่าย	3.2500	1.5000	เห็นด้วยปานกลาง
2.4 เนื้อหารายการมีการสอดแทรกแง่คิดที่ดี	4.2500	0.5000	เห็นด้วยมาก
2.5 เนื้อหารายการคำนึงถึงจริยธรรม เคารพสิทธิส่วนบุคคลและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์	4.2500	0.5000	เห็นด้วยมาก
2.6 เนื้อหารายการมีคุณค่า คุ่มค่าต่อการรับชม และมีประโยชน์ต่อประชาชนทั่วไป	3.7500	0.5000	เห็นด้วยมาก
3. ด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques)	3.7000	0.2092	เห็นด้วยมาก
3.1 รูปแบบการนำเสนอรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง	3.5000	0.5774	เห็นด้วยมาก
3.2 รายการมีวิธีการนำเสนอที่สร้างสรรค์ขึ้นเอง (Original)	3.5000	0.5774	เห็นด้วยมาก
3.3 รายการมีวิธีการนำเสนอที่แปลกใหม่ (Innovative)	4.0000	0.8165	เห็นด้วยมาก
3.4 รายการมีวิธีการนำเสนอที่กระตุ้นให้ผู้ชมค้นหาความรู้ต่อไป	3.7500	0.9574	เห็นด้วยมาก
3.5 ผู้ดำเนินรายการ (พิธีกร/แขกรับเชิญ/ตัวละคร/บทบรรยาย) ของรายการนี้ มีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี	3.7500	0.5000	เห็นด้วยมาก
4. ด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques)	3.5000	0.2739	เห็นด้วยมาก
4.1 ฉาก ภาพ แสง สี เสียง และกราฟิกที่ปรากฏในรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง	3.5000	0.5774	เห็นด้วยมาก
4.2 เทคนิคการถ่ายทำ มุมกล้อง องค์กรประกอบภาพ แสง มีความทันสมัย สวยงามและเหมาะสม	3.2500	0.5000	เห็นด้วยปานกลาง
4.3 เทคนิคการตัดต่อ ภาพ กราฟิก เสียง Super/CG มีความทันสมัย สวยงามและเหมาะสม	3.2500	0.5000	เห็นด้วยปานกลาง
4.4 ดนตรีและเสียงประกอบ (sound effect) มีความเหมาะสมกับเนื้อหารายการที่นำเสนอ	3.5000	0.5774	เห็นด้วยมาก
4.5 ภาพรวมรายการให้อารมณ์ความรู้สึกที่สอดคล้อง กลมกลืนและตรงตามเป้าหมายของรายการ (mood and tone)	3.5000	0.5774	เห็นด้วยมาก
4.6 การจัดลำดับและการเล่าเรื่อง มีความน่าสนใจและสร้างความเข้าใจให้กับผู้ชม โดยสามารถลำดับเรื่องราวตั้งแต่ต้นจนจบได้อย่างเชื่อมโยงและร้อยเรียงได้อย่างลงตัว (storytelling)	4.0000	0.8165	เห็นด้วยมาก
5. ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact)	4.0000	0.0000	เห็นด้วยมาก
5.1 ประชาชนมีความรู้ความเข้าใจในการรู้เท่าทันสื่อและให้ความสำคัญกับการรับสื่ออย่างรู้เท่าทันอย่างต่อเนื่อง, ประชาชนมีความสามารถในการใช้ประโยชน์จากสื่ออย่างปลอดภัย, รายการมีคุณภาพและส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อสำหรับประชาชนทั่วไป	4.0000	0.0000	เห็นด้วยมาก
5.2 รายการส่งเสริมให้ผู้ที่เกี่ยวข้องด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์มีส่วนร่วมในการทำงานด้านการรู้เท่าทันสื่อและเกิดความตระหนักรู้ถึงความสำคัญในด้านนี้	4.0000	0.8165	เห็นด้วยมาก

ประเด็นความคิดเห็น	ระดับความคิดเห็น		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
6. ทศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction)	4.0000	0.0000	เห็นด้วยมาก
6.1 ท่านมีทัศนคติที่ดีต่อรายการโดยรวม	4.0000	0.8165	เห็นด้วยมาก
6.2 ท่านมีความพึงพอใจต่อรายการโดยรวม	4.0000	0.8165	เห็นด้วยมาก
ภาพรวม	3.8736	0.2310	เห็นด้วยมาก

ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

ผู้ตอบแบบประเมินได้ให้ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ สามารถสรุปรายละเอียดตามตารางที่ 7.194 ดังนี้

ตารางที่ 7.194 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

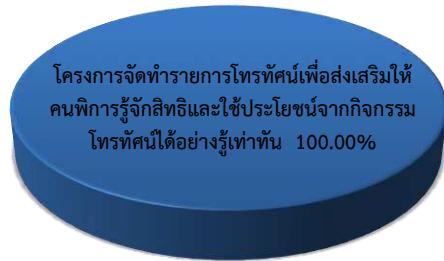
	ด้านเทคนิคการนำเสนอ	ด้านเทคนิคการผลิต
จุดเด่นด้านเทคนิคของรายการนี้	<ul style="list-style-type: none"> - การเตรียมงานและอุปกรณ์ ดี - จัดการเรื่องการตัดต่อดี - การนำเสนอดีปานกลาง 	<ul style="list-style-type: none"> - ภาพรวมมีการเตรียมงานและทำงานดี - การผลิตรายการพอใช้ - ขาดความทันสมัยในรูปแบบการผลิต - มุมภาพยังคงไม่มีอาชีพ - เรื่องกราฟฟิกและองค์ประกอบโดยรวมทั้งหมดใช้ได้ดีพอประมาณ
ข้อแนะนำเพื่อปรับปรุงหรือพัฒนารายการนี้	<ul style="list-style-type: none"> - ควรลดเวลาบางช่วงที่จะทำให้เนื้อหาดูง่ายขึ้น - ควรนำเสนอเนื้อหาให้ครอบคลุม - ควรนำเสนอเนื้อหาให้กระชับมากขึ้น - ควรหามุมมองใหม่ๆ ในการนำเสนอ 	<ul style="list-style-type: none"> - ควรเพิ่มฉากหรือสีสันของรายการให้น่าสนใจ - ควรใช้นักแสดงที่น่าสนใจมากขึ้น - เรื่องกราฟฟิกและองค์ประกอบทำให้ชัดเจนตรงประเด็นน่าสนใจเพิ่มขึ้น

7.4.5 โครงการจัดทำรายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมให้คนพิการรู้จักสิทธิและใช้ประโยชน์จากกิจกรรมโทรทัศน์ได้อย่างรู้เท่าทัน

มีผู้ตอบแบบสอบถามโดยกลุ่มผู้ผลิตรายการ จำนวน 4 ราย ประกอบด้วยข้อมูล ดังนี้

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบประเมิน

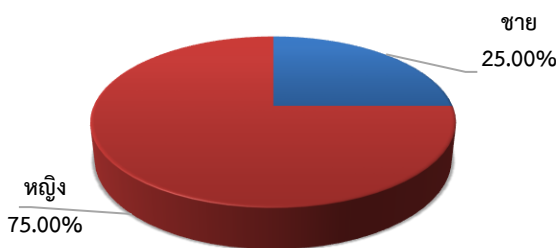
ตารางที่ 7.195 จำนวนและร้อยละของรายการ



รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โครงการจัดทำรายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมให้คนพิการรู้จักสิทธิและใช้ประโยชน์จากกิจกรรมโทรทัศน์ได้อย่างรู้เท่าทัน	4	100.00
รวม	4	100.00

จากตารางที่ 7.195 ผู้ตอบแบบประเมินทั้งหมดรับชมคลิปวิดีโอของรายการ โครงการจัดทำรายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมให้คนพิการรู้จักสิทธิและใช้ประโยชน์จากกิจกรรมโทรทัศน์ได้อย่างรู้เท่าทัน จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00

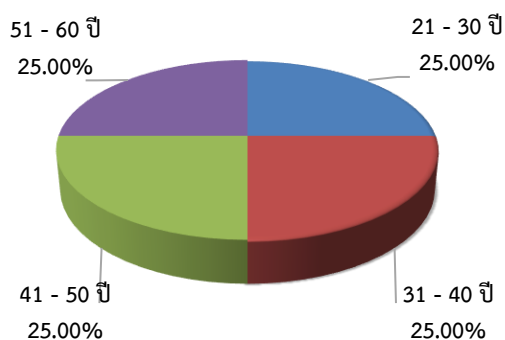
ตารางที่ 7.196 จำนวนและร้อยละของเพศ



เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	1	25.00
หญิง	3	75.00
รวม	4	100.00

จากตารางที่ 7.196 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 75.00 และเป็นเพศชาย จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 ตามลำดับ

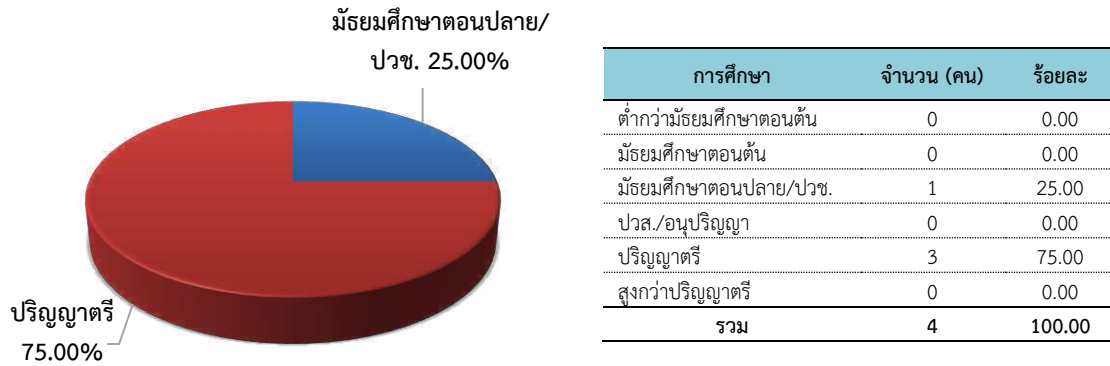
ตารางที่ 7.197 จำนวนและร้อยละของอายุ



อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	0	0.00
21 - 30 ปี	1	25.00
31 - 40 ปี	1	25.00
41 - 50 ปี	1	25.00
51 - 60 ปี	1	25.00
61 ปีขึ้นไป	0	0.00
รวม	4	100.00

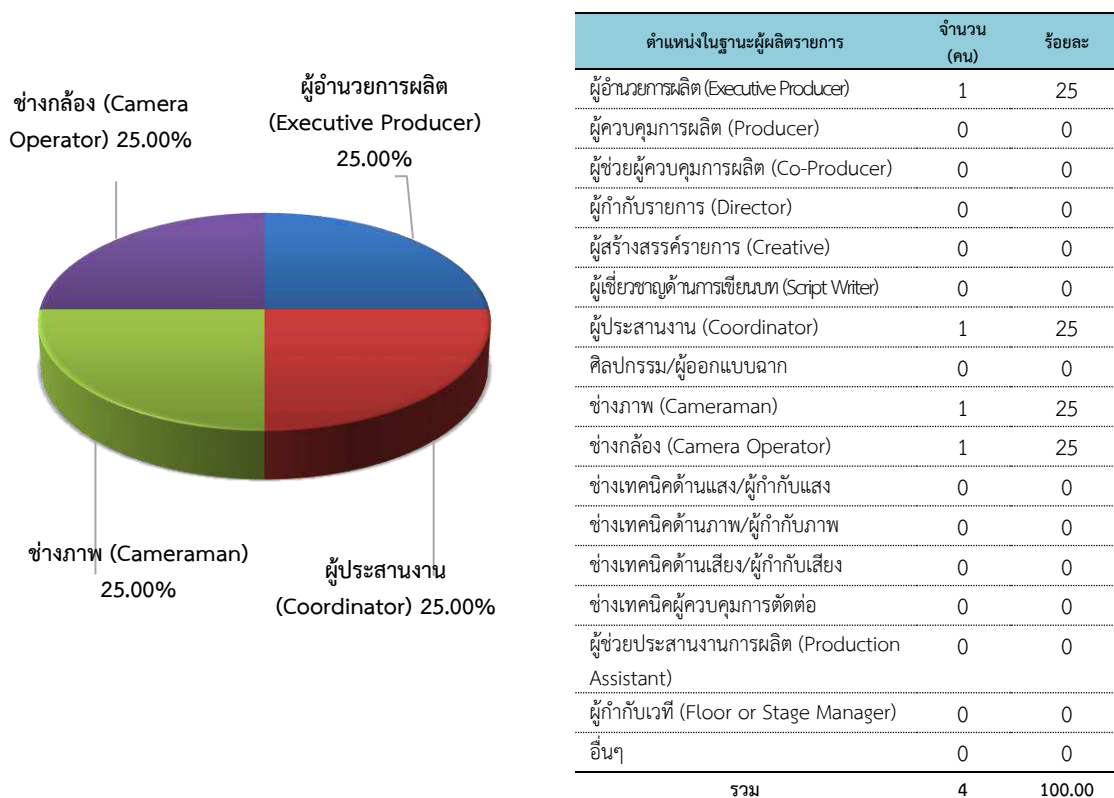
จากตารางที่ 7.197 ผู้ตอบแบบประเมินมีอายุอยู่ระหว่าง 21 – 30 ปี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 อายุ 31 - 40 ปี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 อายุ 41 - 50 ปี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 และ อายุ 51 - 60 ปี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00

ตารางที่ 7.198 จำนวนและร้อยละของการศึกษา



จากตารางที่ 7.198 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 75.00 รองลงมา คือ มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 7.199 จำนวนและร้อยละของตำแหน่งในฐานะผู้ผลิตรายการ



จากตารางที่ 7.199 ผู้ตอบแบบประเมินมีตำแหน่งในฐานะผู้ผลิตรายการเป็น ผู้อำนวยการผลิต (Executive Producer) จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 ผู้ประสานงาน (Coordinator) จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 ช่างภาพ (Cameraman) จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 และช่างกล้อง (Camera Operator) จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00

ตารางที่ 7.200 จำนวนและร้อยละของจังหวัดที่ท่านอาศัยอยู่ในปัจจุบัน



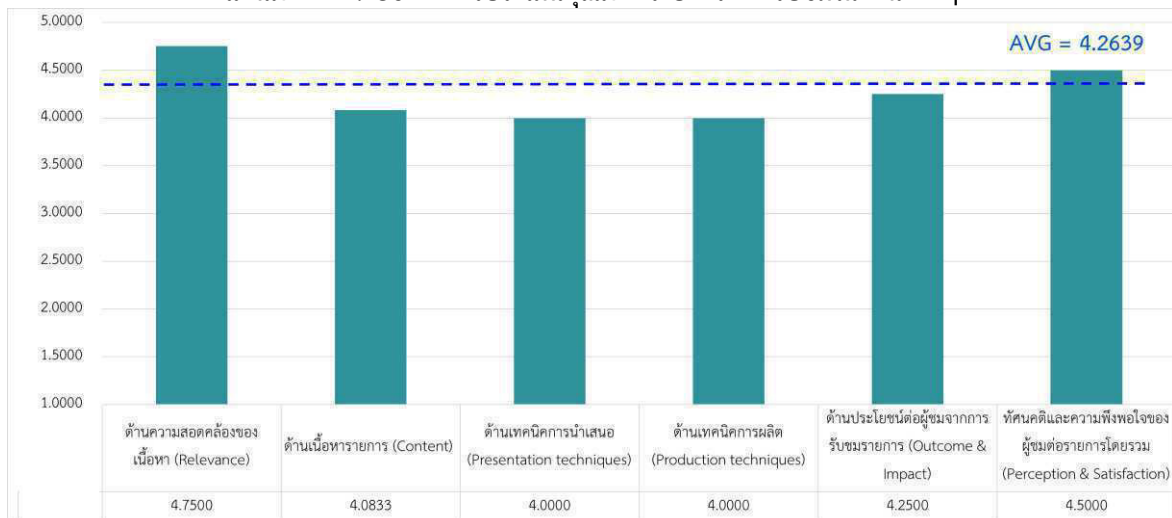
จังหวัดที่อาศัยอยู่ในปัจจุบัน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ภาคเหนือ	0	0.00
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	0	0.00
กรุงเทพฯ และปริมณฑล	4	100.00
ภาคกลาง	0	0.00
ภาคใต้	0	0.00
รวม	4	100.00

จากตารางที่ 7.200 ผู้ตอบแบบประเมินทั้งหมดปัจจุบันอาศัยอยู่ในกรุงเทพฯ และปริมณฑล จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00 (กรุงเทพมหานคร จำนวน 4 คน)

สรุปผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ

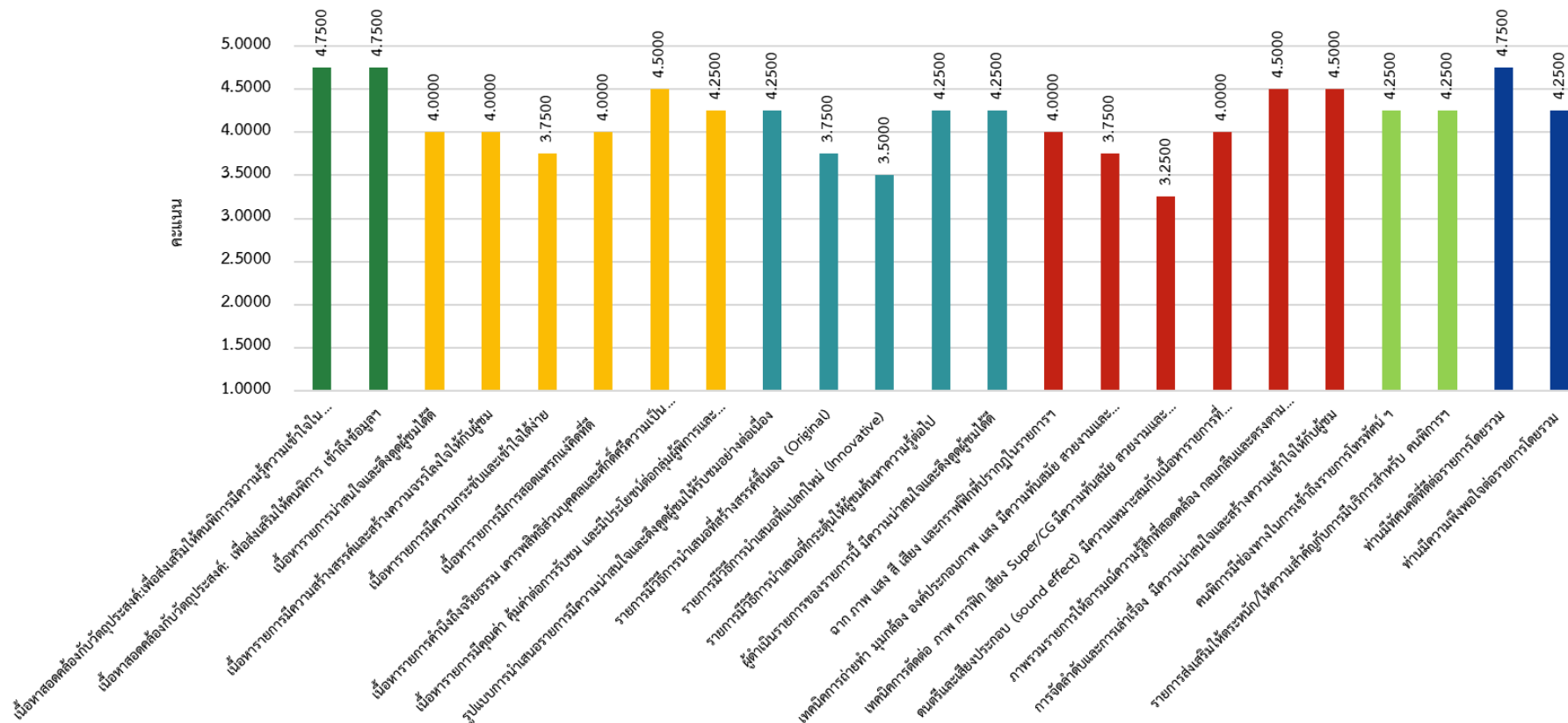
จากการสำรวจคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ มีผลคะแนนเฉลี่ยของระดับความคิดเห็น 4.2639 โดยมีผลคะแนนการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในแต่ละด้าน ดังนี้

แผนภาพที่ 7.156 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ



จากแผนภาพที่ 7.156 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ ในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก โดยเรียงลำดับจากมากที่สุดคือ ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance) มีระดับคะแนนที่ 4.7500 รองลงมาคือ ด้านทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction) มีระดับคะแนนที่ 4.5000 ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact) มีระดับคะแนนที่ 4.2500 ด้านเนื้อหารายการ (Content) มีระดับคะแนน 4.0833 ด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques) มีระดับคะแนนเท่ากับ ด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques) ที่ระดับคะแนนที่ 4.0000 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 7.157 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีสำหรับคนพิการ



จากแผนภาพที่ 7.157 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ ดังนี้

ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance) มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับที่เห็นด้วยมากที่สุด โดยทั้ง 2 ประเด็น มีผลระดับคะแนนเท่ากันที่ 4.7500 ซึ่งได้แก่ 1) ประเด็นเนื้อหารายการมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์: เพื่อส่งเสริมให้คนพิการมีความรู้ความเข้าใจในสิทธิและประโยชน์ในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร รวมถึงการใช้ประโยชน์จากกิจการโทรทัศน์ได้อย่างเท่าเทียมกับบุคคลทั่วไป และตระหนักในสิทธิของตนเอง และ 2) ประเด็นเนื้อหารายการมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์: เพื่อส่งเสริมให้คนพิการ ผู้สูงอายุ และผู้ด้อยโอกาสสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารผ่านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ได้อย่างเสมอภาคกับบุคคลทั่วไป

ด้านเนื้อหารายการ (Content) มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับที่เห็นด้วยมาก โดยประเด็นเนื้อหา รายการคำนิ่งถึงจริยธรรม เคารพสิทธิส่วนบุคคลและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ มีระดับคะแนนที่ 4.5000 รองลงมาคือ ประเด็นเนื้อหารายการมีคุณค่า คุ่มค่าต่อการรับชม และมีประโยชน์ต่อกลุ่มผู้พิการและประชาชนทั่วไป มีระดับคะแนน 4.2500 เนื้อหาเรขาคณิตน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี, เนื้อหาเรขาคณิตมีความสร้างสรรค์และสร้างความจรรโลงใจให้กับผู้ชม และเนื้อหาเรขาคณิตน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี มีคะแนนเท่ากันที่ 4.0000 และประเด็นเนื้อหาเรขาคณิตมีความกระชับและเข้าใจได้ง่าย มีระดับคะแนนที่ 3.7500 ตามลำดับ

ด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques) มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับที่เห็นด้วยมาก โดยประเด็นรูปแบบการนำเสนอรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง, รายการมีวิธีการนำเสนอที่กระตุ้นให้ผู้ชมค้นหาความรู้ต่อไป และผู้ดำเนินรายการ (พิธีกร/แขกรับเชิญ/ตัวละคร/บทบรรยาย) ของรายการนี้มีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี มีระดับคะแนนสูงสุดเท่ากันที่ 4.2500 รองลงมาคือ รายการมีวิธีการนำเสนอที่สร้างสรรค์ขึ้นเอง (Original) มีระดับคะแนนที่ 3.7500 และประเด็นรายการมีวิธีการนำเสนอที่แปลกใหม่ (Innovative) มีระดับคะแนนที่ 3.5000 ตามลำดับ

ด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques) มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับที่เห็นด้วยมาก โดยประเด็นความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดลำดับและการเล่าเรื่อง มีความน่าสนใจและสร้างความเข้าใจให้กับผู้ชม โดยสามารถลำดับเรื่องราวตั้งแต่ต้นจนจบได้อย่างเชื่อมโยงและร้อยเรียงได้อย่างลงตัว (storytelling) และประเด็นภาพรวมรายการให้อารมณ์ความรู้สึกที่สอดคล้อง กลมกลืนและตรงตามเป้าหมายของรายการ (mood and tone) มีระดับคะแนนสูงสุดเท่ากันที่ 4.5000 รองลงมาคือประเด็น ฉาก ภาพ แสง สี เสียง และกราฟิก ที่ปรากฏในรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง และประเด็น ดนตรีและเสียงประกอบ (sound effect) มีความเหมาะสมกับเนื้อหาเรขาคณิตที่นำเสนอ มีระดับคะแนนเท่ากันที่ 4.0000 ประเด็นเทคนิคการถ่ายทำ มุมกล้อง องค์ประกอบภาพ แสง มีความทันสมัย สวยงามและเหมาะสม มีระดับคะแนนที่ 3.7500 และประเด็นเทคนิคการตัดต่อ ภาพ กราฟิก เสียง Super/CG มีความทันสมัย สวยงามและเหมาะสม มีระดับคะแนนที่ 3.2500 ตามลำดับ

ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact) มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับที่เห็นด้วยมาก โดยทั้ง 2 ประเด็น มีระดับคะแนนเท่ากันที่ 4.2500 ซึ่งได้แก่ 1) คนพิการมีช่องทางในการเข้าถึงรายการโทรทัศน์ เพื่อให้คนพิการสามารถรับรู้และใช้ประโยชน์จากรายการได้, คนพิการมีความตื่นตัว เข้มแข็ง รู้จักปกป้องตนเอง สามารถเข้าถึงและใช้สื่ออย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์แก่ตนเอง ผ่านกระบวนการรู้เท่าทันสื่อและการณรงค์ทางสังคม, ประชาชนมีรายการโทรทัศน์

ที่จัดให้มีบริการล่ามภาษามือเต็มจอ (Sign Language) เสียงบรรยายภาพ (Audio Description) และคำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption) ที่เหมาะสมและสอดคล้องกับความพิการและความต้องการของคนพิการประเภทนั้น, คนพิการและบุคคลทั่วไปสามารถเข้าถึงรายการโทรทัศน์ เพื่อส่งเสริมการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้อย่างเท่าเทียมและทั่วถึง และ 2) ประเด็นรายการส่งเสริมให้ผู้ประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ตระหนักและให้ความสำคัญกับการจัดให้มีบริการสำหรับ คนพิการในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร

ทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction)
มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับที่เห็นด้วยมากที่สุด โดยประเด็นที่ท่านมีทัศนคติที่ดีต่อรายการโดยรวม มีระดับคะแนนที่ 4.7500 และประเด็นท่านมีความพึงพอใจต่อรายการโดยรวม มีระดับคะแนนที่ 4.2500

ตารางที่ 7.201 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ

ประเด็นความคิดเห็น	ระดับความคิดเห็น		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
1. ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance)	4.7500	0.0000	เห็นด้วยมากที่สุด
1.1 เนื้อหารายการมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์: เพื่อส่งเสริมให้คนพิการมีความรู้ความเข้าใจในสิทธิและประโยชน์ในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร รวมถึงการใช้ประโยชน์จากกิจการโทรทัศน์ได้อย่างเท่าเทียมกับบุคคลทั่วไป และตระหนักในสิทธิของตนเอง	4.7500	0.5000	เห็นด้วยมากที่สุด
1.2 เนื้อหารายการมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์: เพื่อส่งเสริมให้คนพิการ ผู้สูงอายุ และผู้ด้อยโอกาส สามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารผ่านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ได้อย่างเสมอภาคกับบุคคลทั่วไป	4.7500	0.5000	เห็นด้วยมากที่สุด
2. ด้านเนื้อหาของรายการ (Content)	4.0833	0.2582	เห็นด้วยมาก
2.1 เนื้อหารายการน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี	4.0000	0.8165	เห็นด้วยมาก
2.2 เนื้อหารายการมีความสร้างสรรค์และสร้างความจริงใจให้กับผู้ชม	4.0000	0.8165	เห็นด้วยมาก
2.3 เนื้อหารายการมีความกระชับและเข้าใจได้ง่าย	3.7500	0.9574	เห็นด้วยมาก
2.4 เนื้อหารายการมีการสอดแทรกแง่คิดที่ดี	4.0000	0.0000	เห็นด้วยมาก
2.5 เนื้อหารายการคำนึงถึงจริยธรรม เคารพสิทธิส่วนบุคคลและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์	4.5000	0.5774	เห็นด้วยมากที่สุด
2.6 เนื้อหารายการมีคุณค่า คุ่มค่าต่อการรับชม และมีประโยชน์ต่อกลุ่มผู้พิการและประชาชนทั่วไป	4.2500	0.5000	เห็นด้วยมาก
3. ด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques)	4.0000	0.3536	เห็นด้วยมาก
3.1 รูปแบบการนำเสนอรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง	4.2500	0.9574	เห็นด้วยมาก
3.2 รายการมีวิธีการนำเสนอที่สร้างสรรค์ขึ้นเอง (Original)	3.7500	0.9574	เห็นด้วยมาก
3.3 รายการมีวิธีการนำเสนอที่แปลกใหม่ (Innovative)	3.5000	1.2910	เห็นด้วยมาก
3.4 รายการมีวิธีการนำเสนอที่กระตุ้นให้ผู้ชมค้นหาความรู้ต่อไป	4.2500	0.9574	เห็นด้วยมาก
3.5 ผู้ดำเนินรายการ (พิธีกร/แขกรับเชิญ/ตัวละคร/บทบรรยาย) ของรายการนี้ มีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี	4.2500	0.9574	เห็นด้วยมาก
4. ด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques)	4.0000	0.4743	เห็นด้วยมาก
4.1 ฉาก ภาพ แสง สี เสียง และกราฟิกที่ปรากฏในรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง	4.0000	0.8165	เห็นด้วยมาก
4.2 เทคนิคการถ่ายทำ มุมกล้อง องค์กรประกอบภาพ แสง มีความทันสมัย สวยงามและเหมาะสม	3.7500	0.9574	เห็นด้วยมาก
4.3 เทคนิคการตัดต่อ ภาพ กราฟิก เสียง Super/CG มีความทันสมัย สวยงามและเหมาะสม	3.2500	0.9574	เห็นด้วยปานกลาง
4.4 ดนตรีและเสียงประกอบ (sound effect) มีความเหมาะสมกับเนื้อหาของรายการที่นำเสนอ	4.0000	0.0000	เห็นด้วยมาก
4.5 ภาพรวมรายการให้อารมณ์ความรู้สึกที่สอดคล้อง กลมกลืนและตรงตามเป้าหมายของรายการ (mood and tone)	4.5000	0.5774	เห็นด้วยมากที่สุด
4.6 การจัดลำดับและการเล่าเรื่อง มีความน่าสนใจและสร้างความเข้าใจให้กับผู้ชม โดยสามารถลำดับเรื่องราวตั้งแต่ต้นจนจบได้อย่างเชื่อมโยงและร้อยเรียงได้อย่างลงตัว (storytelling)	4.5000	0.5774	เห็นด้วยมากที่สุด

ประเด็นความคิดเห็น	ระดับความคิดเห็น		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
5. ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact)	4.2500	0.0000	เห็นด้วยมาก
5.1 คนพิการมีช่องทางในการเข้าถึงรายการโทรทัศน์ เพื่อให้คนพิการสามารถรับรู้และใช้ประโยชน์จากรายการได้, คนพิการมีความตื่นตัว เข้มแข็ง รู้จักปกป้องตนเอง สามารถเข้าถึงและใช้สื่ออย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์แก่ตนเอง ผ่านกระบวนการรู้เท่าทันสื่อและการณรงค์ทางสังคม, ประชาชนมีรายการโทรทัศน์ที่จัดให้มีบริการล่ามภาษามือเต็มจอ (Sign Language) เสียงบรรยายภาพ (Audio Description) และคำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption) ที่เหมาะสมและสอดคล้องกับความต้องการและความต้องการของคนพิการประเภทนั้น, คนพิการและบุคคลทั่วไปสามารถเข้าถึงรายการโทรทัศน์ เพื่อส่งเสริมการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้อย่างเท่าเทียมและทั่วถึง	4.2500	0.9574	เห็นด้วยมาก
5.2 รายการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ตระหนักและให้ความสำคัญกับการจัดให้มีบริการสำหรับ คนพิการในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร	4.2500	0.5000	เห็นด้วยมาก
6. ทศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction)	4.5000	0.3536	เห็นด้วยมากที่สุด
6.1 ท่านมีทัศนคติที่ดีต่อรายการโดยรวม	4.7500	0.5000	เห็นด้วยมาก
6.2 ท่านมีความพึงพอใจต่อรายการโดยรวม	4.2500	0.9574	เห็นด้วยมาก
ภาพรวม	4.2639	0.3047	เห็นด้วยมาก

ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

ผู้ตอบแบบประเมินได้ให้ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ สามารถสรุปรายละเอียดตามตารางที่ 7.202 ดังนี้

ตารางที่ 7.202 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

	ด้านเทคนิคการนำเสนอ	ด้านเทคนิคการผลิต
จุดเด่นด้านเทคนิคของรายการนี้	<ul style="list-style-type: none"> - เนื้อหาน่าสนใจ มีประโยชน์ - ต้องการให้คนพิการเข้าถึงสื่อมากขึ้น - ภาพประกอบสวย - ดำเนินรายการได้ดี - หัวข้อการนำเสนอที่น่าสนใจ 	<ul style="list-style-type: none"> - มุมกล้อง การถ่ายทำพอใช้ได้ - การผลิตมุ่งเน้นให้เข้าใจง่าย - มุมมองกล้องน่าสนใจ แต่สีภาพค่อนข้างเก่า - มีการเตรียมงานดี แสง เสียง ดี กราฟฟิกสวย
ข้อแนะนำเพื่อปรับปรุงหรือพัฒนารายการนี้	<ul style="list-style-type: none"> - ควรใช้ข้อมูลการนำเสนอที่กระชับ จัดประเด็น และใช้ภาพที่น่าสนใจ - ควรปรับการนำเสนอรายการให้ทันสมัย - ควรมีคำบรรยายใต้ภาพ สำหรับผู้พิการทางการได้ยิน ตั้งแต่เริ่มรายการ จนจบรายการ - ควรทำรายการให้น่าสนใจตั้งแต่ช่วงแรกเพื่อดึงดูดกลุ่มเป้าหมาย - การนำเสนอรายการควรกระชับ ไม่ยืดเยื้อ 	<ul style="list-style-type: none"> - ควรใช้กราฟฟิก แสง สี เสียง ชัดเจน และดูทันสมัย - ตรงกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น - ควรปรับปรุงโปรดักชั่นให้น่าสนใจ - การนำเสนอควรน่าสนใจกว่านี้

7.5 สรุปรายงานผลการจัดประชุมตัวแทนผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาสำหรับรายการปี 2562

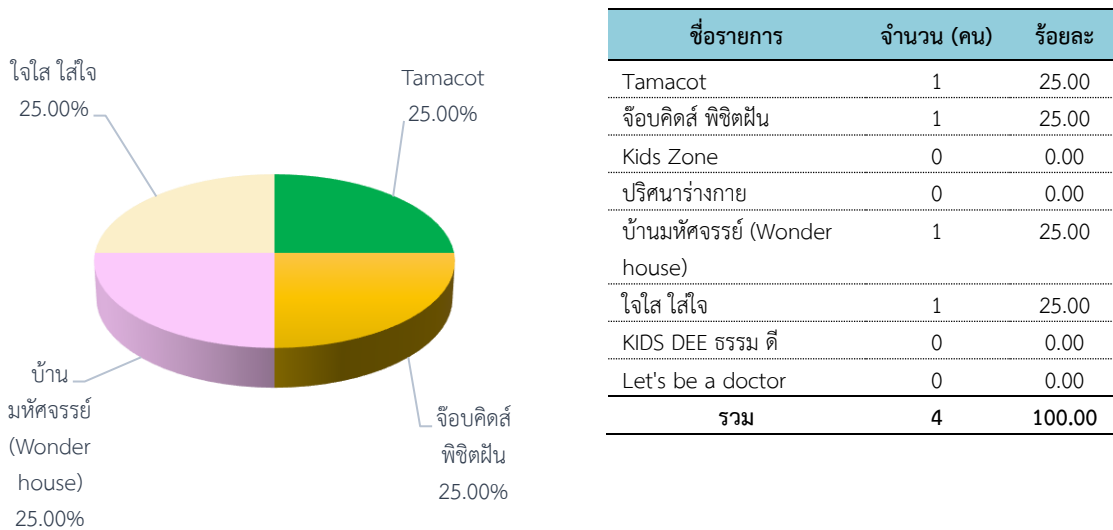
จากการประเมินผลการผลิตรายการที่ได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนเงินจากกองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ (โครงการประจำปี 2562) จากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญและนักวิชาการที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหารายการ จำนวน 20 ราย สามารถสรุปผลการประเมินได้ดังนี้

7.5.1 โครงการส่งเสริมการผลิตและออกอากาศรายการโทรทัศน์ระบบดิจิตอลรายการสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว

มีผู้ตอบแบบประเมิน จำนวน 4 ราย ประกอบด้วยข้อมูล ดังนี้

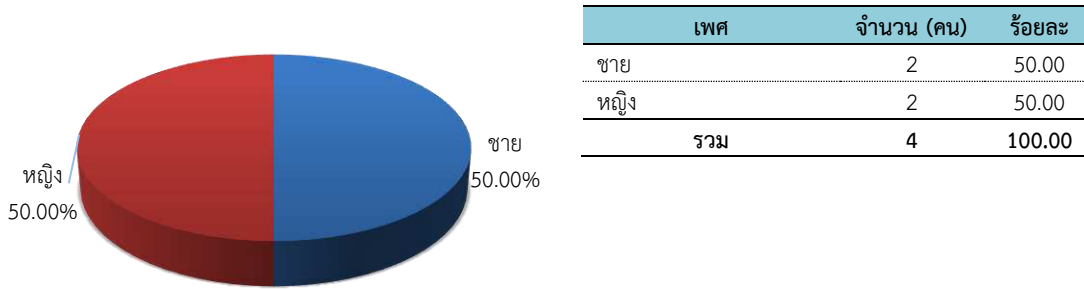
ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบประเมิน

ตารางที่ 7.203 จำนวนและร้อยละของรายการ



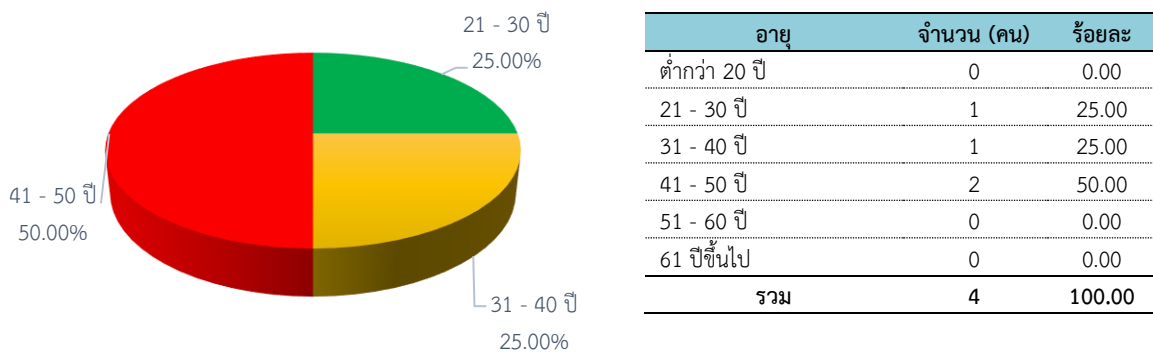
จากตารางที่ 7.203 ผู้ตอบแบบประเมินได้ส้อมรับชมรายการ “Tamacot” จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 รายการ “จ๊อบคิดส์ พิชิตฝัน” จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 รายการ “บ้านมหัศจรรย์ (Wonder house)” จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 และรายการ “ใจใส ใสใจ” จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00

ตารางที่ 7.204 จำนวนและร้อยละของเพศ



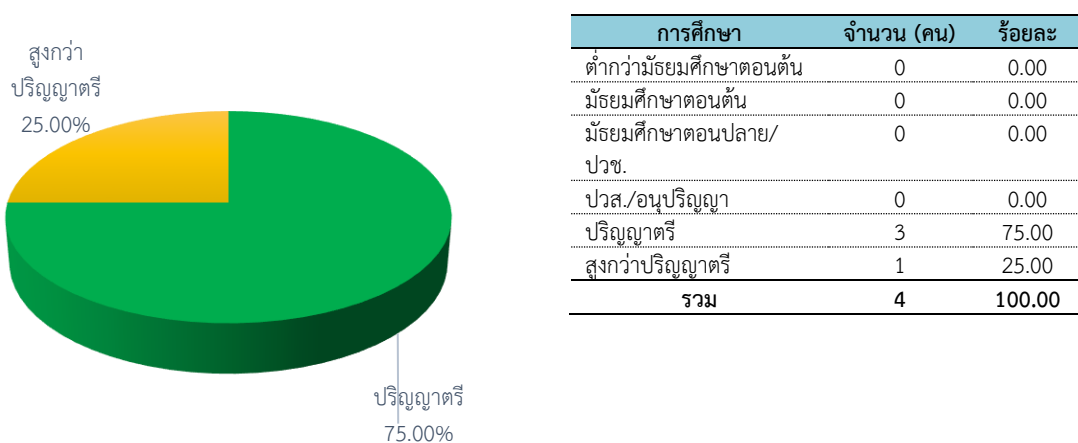
จากตารางที่ 7.204 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนเป็นเพศชาย จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 และเพศหญิง จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00

ตารางที่ 7.205 จำนวนและร้อยละของอายุ



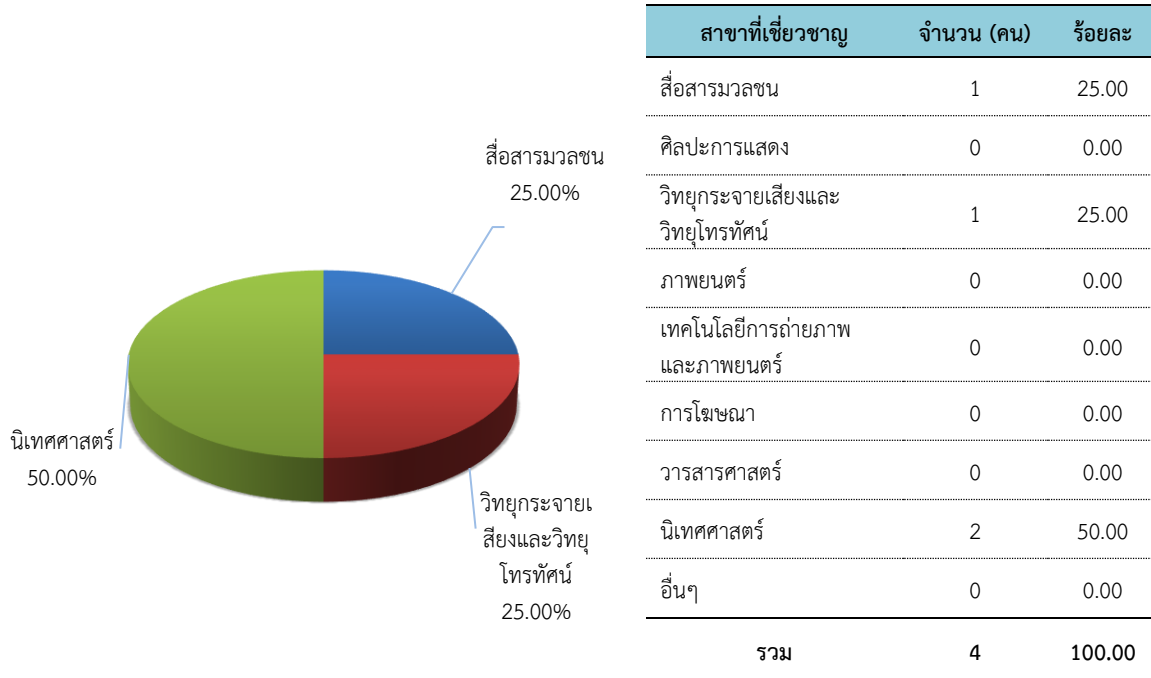
จากตารางที่ 7.205 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่มีอายุ 41 - 50 ปี จำนวน 2 คน คิดเป็น ร้อยละ 50.00 รองลงมาคือ อายุ 21 - 30 ปี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 และอายุ 21 - 30 ปี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 7.206 จำนวนและร้อยละของการศึกษา



จากตารางที่ 7.206 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 75.00 รองลงมาคือ สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 7.207 จำนวนและร้อยละของสาขาที่เชี่ยวชาญ



จากตารางที่ 7.207 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่มีความเชี่ยวชาญในสาขานิเทศศาสตร์ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมาคือ สาขาสื่อสารมวลชน จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 และสาขาวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 ตามลำดับ ทั้งนี้ ผู้ตอบแบบประเมินประกอบอาชีพ สื่อสารมวลชน (หัวหน้างาน) เจ้าหน้าที่รัฐ (นักวิชาการสารสนเทศ) และนักประชาสัมพันธ์ (หัวหน้างานประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร)

ตารางที่ 7.208 จำนวนและร้อยละของจังหวัดที่ทำงานอาศัยอยู่ในปัจจุบัน

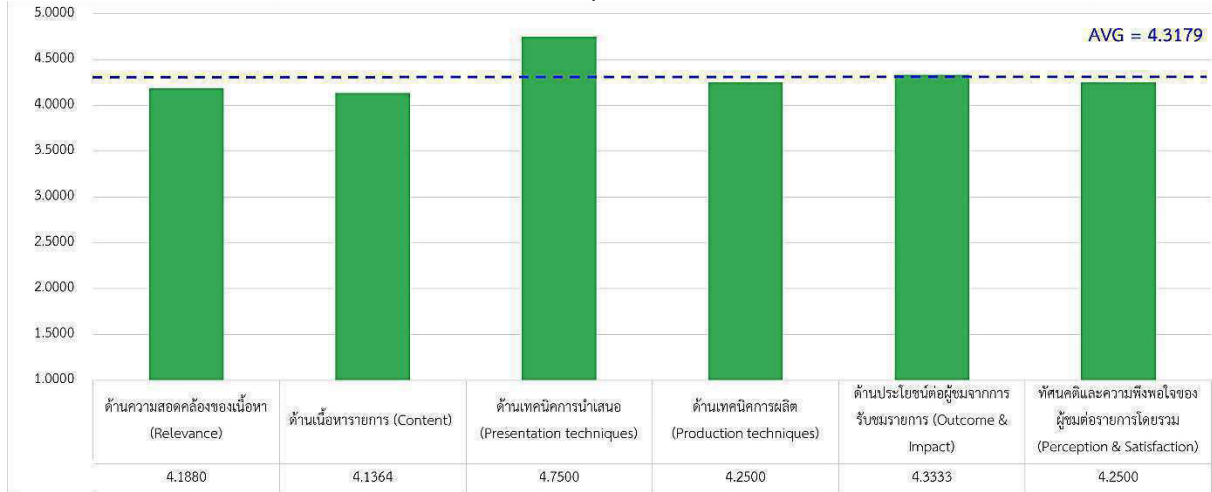


จากตารางที่ 7.208 ผู้ตอบแบบประเมินทั้งหมดอาศัยอยู่ในกรุงเทพฯ และปริมณฑล จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00

สรุปผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ

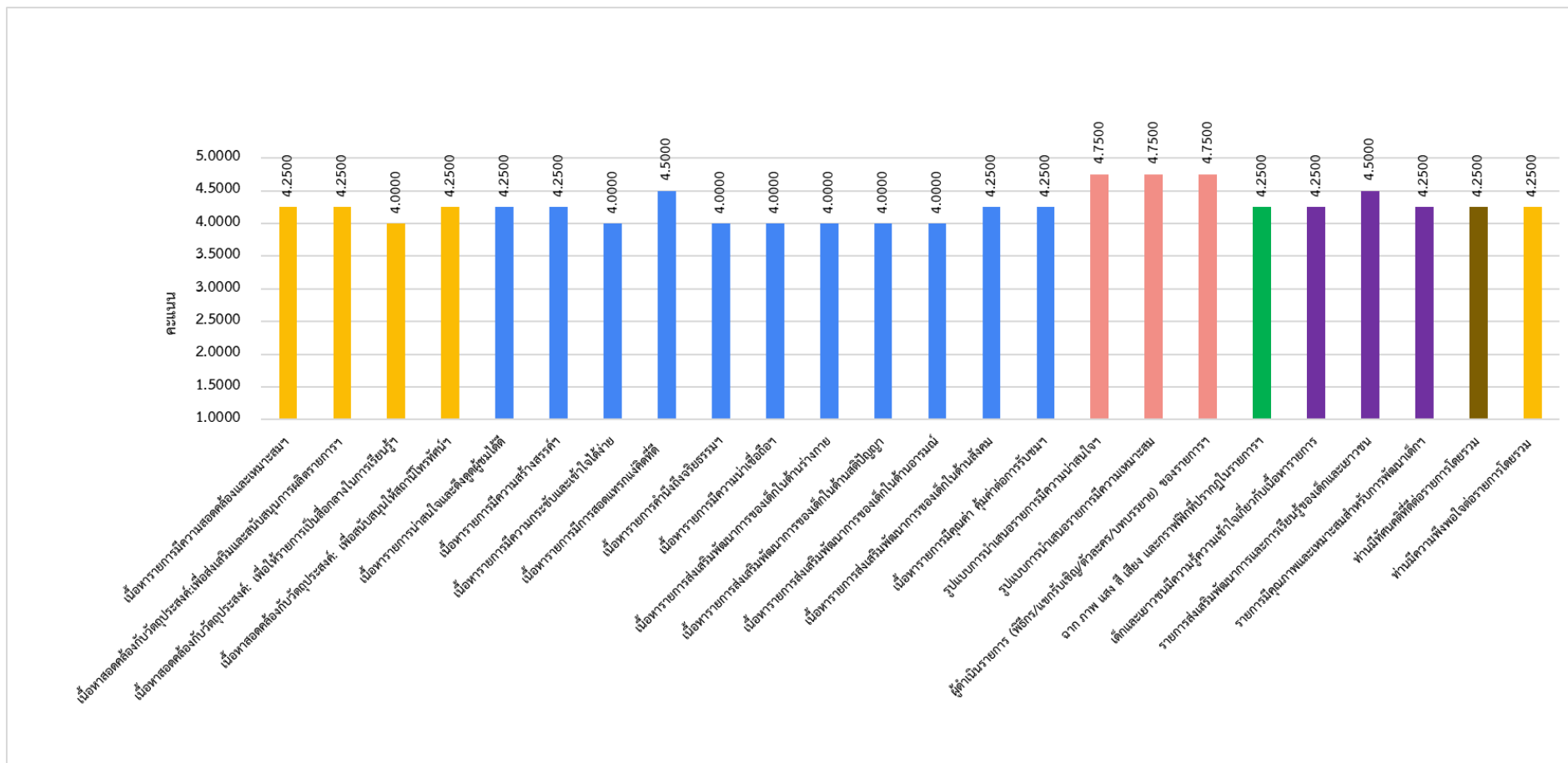
จากการตอบแบบประเมินโดยกลุ่มผู้เชี่ยวชาญและนักวิชาการที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหารายการ จำนวน 4 ราย มีระดับคะแนนการประเมินคุณภาพรายการทีวีในด้านต่างๆ โดยเฉลี่ย ที่ระดับ 4.3179 โดยมีระดับคะแนนการประเมินคุณภาพรายการทีวีในแต่ละด้าน ดังนี้

แผนภาพที่ 7.158 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ



จากแผนภาพที่ 7.158 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques) มีระดับความเชื่อมั่นที่ระดับมากที่สุด สำหรับด้านที่เหลือ มีระดับความเชื่อมั่นเท่ากันที่ระดับมาก ทั้งนี้ ด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques) มีระดับคะแนนสูงสุด ที่ระดับ 4.7500 รองลงมาคือ ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact) ที่ระดับ 4.3333 ด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques) และทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction) มีระดับคะแนนเท่ากัน ที่ระดับ 4.2500 ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance) ที่ระดับ 4.1880 และด้านเนื้อหารายการ (Content) ที่ระดับ 4.1364 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 7.159 ผลการประเมินคุณภาพรายการที่วีรายการสำหรับเด็ก เยาวชนและครอบครัว



จากแผนภาพที่ 7.159 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีรายการสำหรับเด็กเยาวชนและครอบครัว ในแต่ละด้าน ดังนี้

ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance)

ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance) อยู่ในระดับมาก โดยประเด็นเนื้อหารายการมีความสอดคล้องและเหมาะสมกับกลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี) และกลุ่มเด็กวัยเรียน (อายุ 6-12 ปี) ประเด็นเนื้อหารายการมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์: เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการผลิตรายการที่พัฒนาองค์ความรู้ในเชิงสร้างสรรค์ไปสู่เด็ก เยาวชน และครอบครัว และประเด็นเนื้อหารายการมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์: เพื่อสนับสนุนให้สถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัลนำเสนอรายการที่มีเนื้อหาเชิงสร้างสรรค์และมีคุณภาพต่อผู้ชมเพิ่มมากขึ้น มีระดับคะแนนสูงสุดเท่ากัน ที่ระดับ 4.2500 รองลงมาคือ ประเด็นเนื้อหารายการมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์: เพื่อให้รายการเป็นสื่อกลางในการเรียนรู้ของเด็ก เยาวชน และครอบครัว จนสามารถนำสาระความรู้จากรายการไปต่อยอดพัฒนาคุณภาพชีวิต และสร้างความสัมพันธ์อันดีในครอบครัวอย่างยั่งยืน ที่ระดับ 4.000 ตามลำดับ

ด้านเนื้อหาของรายการ (Content)

ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเนื้อหาของรายการ (Content) อยู่ในระดับมาก โดยประเด็นเนื้อหารายการมีการสอดแทรกแง่คิดที่ดี มีระดับคะแนนสูงสุดที่ระดับ 4.5000 รองลงมาคือ ประเด็นเนื้อหารายการน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี ประเด็นเนื้อหารายการมีความสร้างสรรค์และสร้างความจรรโลงใจให้กับผู้ชม ประเด็นเนื้อหารายการส่งเสริมพัฒนาการของเด็กในด้านสังคม และประเด็นเนื้อหารายการมีคุณค่า คุ่มค่าต่อการรับชม และมีประโยชน์ต่อเด็กและเยาวชน มีระดับคะแนนเท่ากัน ที่ระดับ 4.2500 และประเด็นเนื้อหารายการมีความกระชับและเข้าใจได้ง่าย ประเด็นเนื้อหารายการคำนึงถึงจริยธรรม เคารพสิทธิส่วนบุคคลและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ ประเด็นเนื้อหารายการมีความน่าเชื่อถือ ถูกต้องและสอดคล้องกับข้อเท็จจริง ประเด็นเนื้อหารายการส่งเสริมพัฒนาการของเด็กในด้านร่างกาย ประเด็นเนื้อหารายการส่งเสริมพัฒนาการของเด็กในด้านสติปัญญา และประเด็นเนื้อหารายการส่งเสริมพัฒนาการของเด็กในด้านอารมณ์ มีระดับคะแนนเท่ากัน ที่ระดับ 4.0000 ตามลำดับ

ด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques)

ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques) อยู่ในระดับมากที่สุด โดยประเด็นรูปแบบการนำเสนอรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง ประเด็นรูปแบบการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี) และกลุ่มเด็กวัยเรียน (อายุ 6-12 ปี) และประเด็นผู้ดำเนินรายการ (พิธีกร/แขกรับเชิญ/ตัวละคร/บทบรรยาย) ของรายการนี้ มีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี มีระดับคะแนนเท่ากัน ที่ระดับ 4.7500

ด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques)

ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques) อยู่ในระดับมาก จากประเด็นฉาก ภาพ แสง สี เสียงและกราฟิกที่ปรากฏในรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง ที่ระดับ 4.2500

ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact)

ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact) อยู่ในระดับมาก โดยประเด็นรายการส่งเสริมพัฒนาการและการเรียนรู้ของเด็กและเยาวชน มีระดับคะแนนสูงสุด ที่ระดับ 4.5000 รองลงมาคือ ประเด็นเด็กและเยาวชนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ และประเด็นรายการมีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็กเยาวชนและสถาบันครอบครัว มีระดับคะแนนเท่ากัน ที่ระดับ 4.2500 ตามลำดับ

ด้านทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction)

ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction) อยู่ในระดับมาก โดยประเด็นท่านมีทัศนคติที่ดีต่อรายการโดยรวม และประเด็นท่านมีความพึงพอใจต่อรายการโดยรวม มีระดับคะแนนเท่ากันที่ระดับ 4.2500

ตารางที่ 7.209 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ

ประเด็นความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
1. ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance)	4.1880	0.1250	พึงพอใจมาก
1.4 เนื้อหารายการมีความสอดคล้องและเหมาะสมกับกลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี) และกลุ่มเด็กวัยเรียน (อายุ 6-12 ปี)	4.2500	0.9574	พึงพอใจมาก
1.5 เนื้อหารายการมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์: เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการผลิตรายการที่พัฒนาองค์ความรู้ในเชิงสร้างสรรค์ไปสู่เด็ก เยาวชน และครอบครัว	4.2500	0.9574	พึงพอใจมาก
1.6 เนื้อหารายการมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์: เพื่อให้รายการเป็นสื่อกลางในการเรียนรู้ของเด็ก เยาวชน และครอบครัว จนสามารถนำสาระความรู้จากรายการไปต่อยอด พัฒนาคุณภาพชีวิต และสร้างความสัมพันธ์อันดีในครอบครัวอย่างยั่งยืน	4.0000	0.8165	พึงพอใจมาก
1.7 เนื้อหารายการมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์: เพื่อสนับสนุนให้สถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัลนำเสนอรายการที่มีเนื้อหาเชิงสร้างสรรค์และมีคุณภาพต่อผู้ชมเพิ่มมากขึ้น	4.2500	0.5000	พึงพอใจมาก
2. ด้านเนื้อหารายการ (Content)	4.1364	0.1719	พึงพอใจมาก
2.1 เนื้อหารายการน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี	4.2500	0.9574	พึงพอใจมาก
2.2 เนื้อหารายการมีความสร้างสรรค์และสร้างความจรรโลงใจให้กับผู้ชม	4.2500	0.9574	พึงพอใจมาก
2.3 เนื้อหารายการมีความกระชับและเข้าใจได้ง่าย	4.0000	0.8165	พึงพอใจมาก
2.4 เนื้อหารายการมีการสอดแทรกแง่คิดที่ดี	4.5000	0.5774	พึงพอใจมากที่สุด
2.5 เนื้อหารายการคำนึงถึงจริยธรรม เคารพสิทธิส่วนบุคคลและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์	4.0000	0.8165	พึงพอใจมาก
2.6 เนื้อหารายการมีความน่าเชื่อถือ ถูกต้องและสอดคล้องกับข้อเท็จจริง	4.0000	1.4142	พึงพอใจมาก
2.7 เนื้อหารายการส่งเสริมพัฒนาการของเด็กในด้านร่างกาย	4.0000	1.4142	พึงพอใจมาก
2.8 เนื้อหารายการส่งเสริมพัฒนาการของเด็กในด้านสติปัญญา	4.0000	1.4142	พึงพอใจมาก
2.9 เนื้อหารายการส่งเสริมพัฒนาการของเด็กในด้านอารมณ์	4.0000	0.8165	พึงพอใจมาก
2.10 เนื้อหารายการส่งเสริมพัฒนาการของเด็กในด้านสังคม	4.2500	0.9574	พึงพอใจมาก
2.11 เนื้อหารายการมีคุณค่า คุ่มค่าต่อการรับชม และมีประโยชน์ต่อเด็กและเยาวชน	4.2500	0.5000	พึงพอใจมาก
3. ด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques)	4.7500	0.0000	พึงพอใจมากที่สุด
3.1 รูปแบบการนำเสนอรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง	4.7500	0.5000	พึงพอใจมากที่สุด
3.2 รูปแบบการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี) และกลุ่มเด็กวัยเรียน (อายุ 6-12 ปี)	4.7500	0.5000	พึงพอใจมากที่สุด

ประเด็นความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
3.3 ผู้ดำเนินรายการ (พิธีกร/แขกรับเชิญ/ตัวละคร/บทบรรยาย) ของรายการนี้ มีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี	4.7500	0.5000	พึงพอใจมากที่สุด
4. ด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques)	4.2500	0.5000	พึงพอใจมาก
4.1 ฉาก ภาพ แสง สี เสียง และกราฟิกที่ปรากฏในรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง	4.2500	0.5000	พึงพอใจมาก
5. ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact)	4.3333	0.1443	พึงพอใจมาก
5.1 เด็กและเยาวชนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	4.2500	0.5000	พึงพอใจมาก
5.2 รายการส่งเสริมพัฒนาการและการเรียนรู้ของเด็กและเยาวชน	4.5000	0.5774	พึงพอใจมากที่สุด
5.3 รายการมีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็ก เยาวชนและสถาบันครอบครัว	4.2500	0.9574	พึงพอใจมาก
6. ทศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction)	4.2500	0.0000	พึงพอใจมาก
6.1 ท่านมีทัศนคติที่ดีต่อรายการโดยรวม	4.2500	0.9574	พึงพอใจมาก
6.2 ท่านมีความพึงพอใจต่อรายการโดยรวม	4.2500	0.9574	พึงพอใจมาก
ภาพรวม	4.3179	0.01835	พึงพอใจมาก

สรุปข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

ผู้ตอบแบบประเมินได้ให้ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ สามารถสรุปรายละเอียดตามตารางที่ 7.210 ดังนี้

ตารางที่ 7.210 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

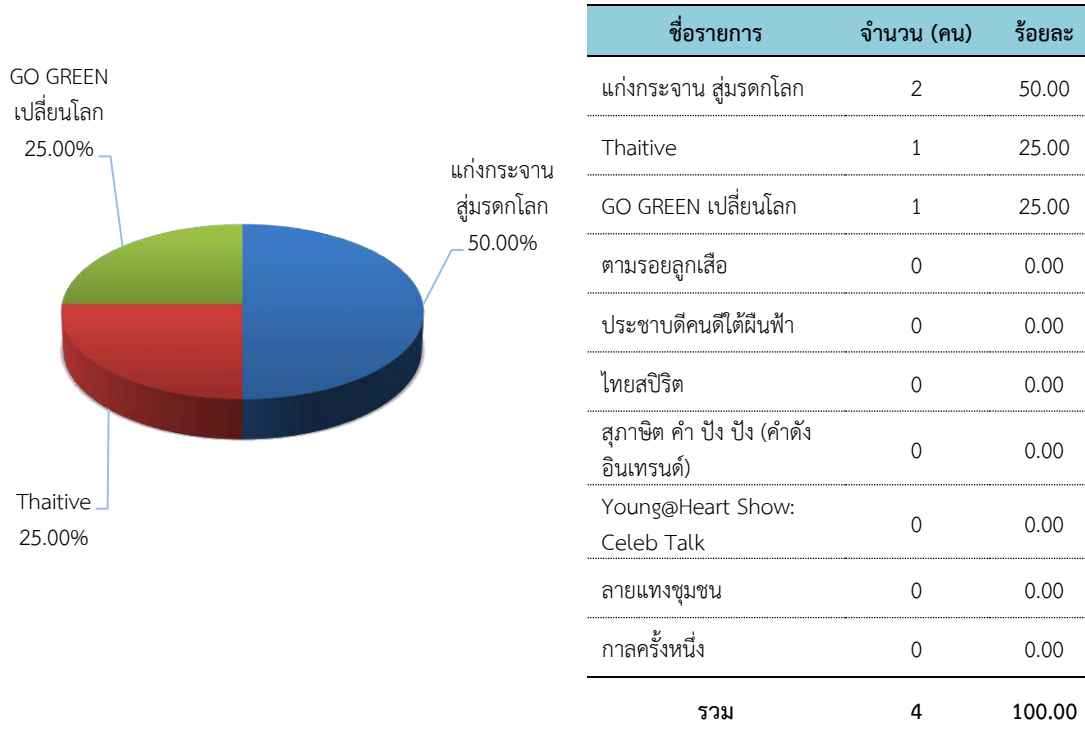
	ด้านเนื้อหารายการ
จุดเด่นด้านเทคนิคของรายการนี้	<ul style="list-style-type: none"> - รายการมีสาระ น่าเรียนรู้ และเป็นประโยชน์ต่อผู้รับชมรายการ - รายการมีเนื้อหาเหมาะสม - เนื้อหามีความน่าสนใจ - ให้ความรู้ด้านร่างกาย ทำให้เด็กและเยาวชน ได้รู้จักสุขภาพร่างกายของตัวเอง รู้จักดูแลสุขภาพของตัวเอง เปิดโอกาสให้ผู้ชมได้เสนอเนื้อหารายการที่สนใจผ่านช่องทางการสื่อสารของทางรายการ
ข้อแนะนำเพื่อปรับปรุงหรือพัฒนารายการนี้	<ul style="list-style-type: none"> - ควรดำเนินรายการต่อ เพราะเป็นประโยชน์ ต่อเด็กและเยาวชน - เพิ่มคำบรรยายใต้ภาพ - ปรับระยะเวลาของรายการให้กระชับขึ้น - ให้ พ่อ แม่ ผู้ปกครอง เข้ามามีส่วนร่วมในรายการ เพื่อส่งเสริมความสัมพันธ์ในครอบครัว

7.5.2 โครงการส่งเสริมการผลิตและออกอากาศเนื้อหารายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ

มีผู้ตอบแบบประเมิน จำนวน 4 ราย ประกอบด้วยข้อมูล ดังนี้

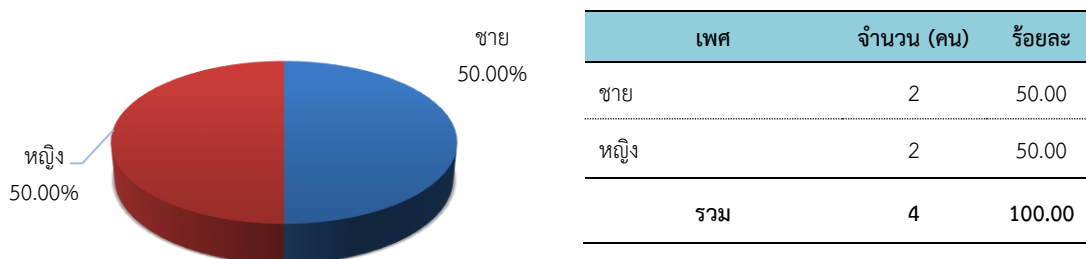
ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบประเมิน

ตารางที่ 7.211 จำนวนและร้อยละของรายการ



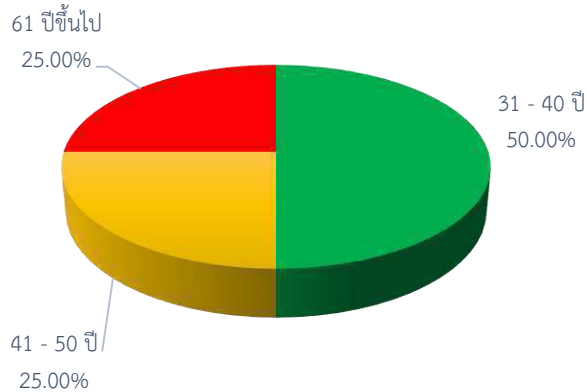
จากตารางที่ 7.211 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่ได้สู่มรับชมรายการ “แก่งกระจาน สุ่มรดกโลก” จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมาคือ รายการ “Thaitive” จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 และรายการ “GO GREEN เปลี่ยนโลก” จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 7.212 จำนวนและร้อยละของเพศ



จากตารางที่ 7.212 ผู้ตอบแบบประเมินเป็นเพศชาย จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 และเป็นเพศหญิง จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00

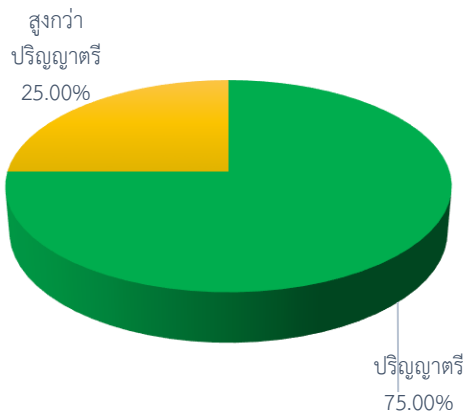
ตารางที่ 7.213 จำนวนและร้อยละของอายุ



อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	0	0.00
21 - 30 ปี	0	0.00
31 - 40 ปี	2	50.00
41 - 50 ปี	1	25.00
51 - 60 ปี	0	0.00
61 ปีขึ้นไป	1	25.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 7.213 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่อายุ 31 - 40 ปี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมาคือ อายุ 41 - 50 ปี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 และอายุ 61 ปีขึ้นไป จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 ตามลำดับ

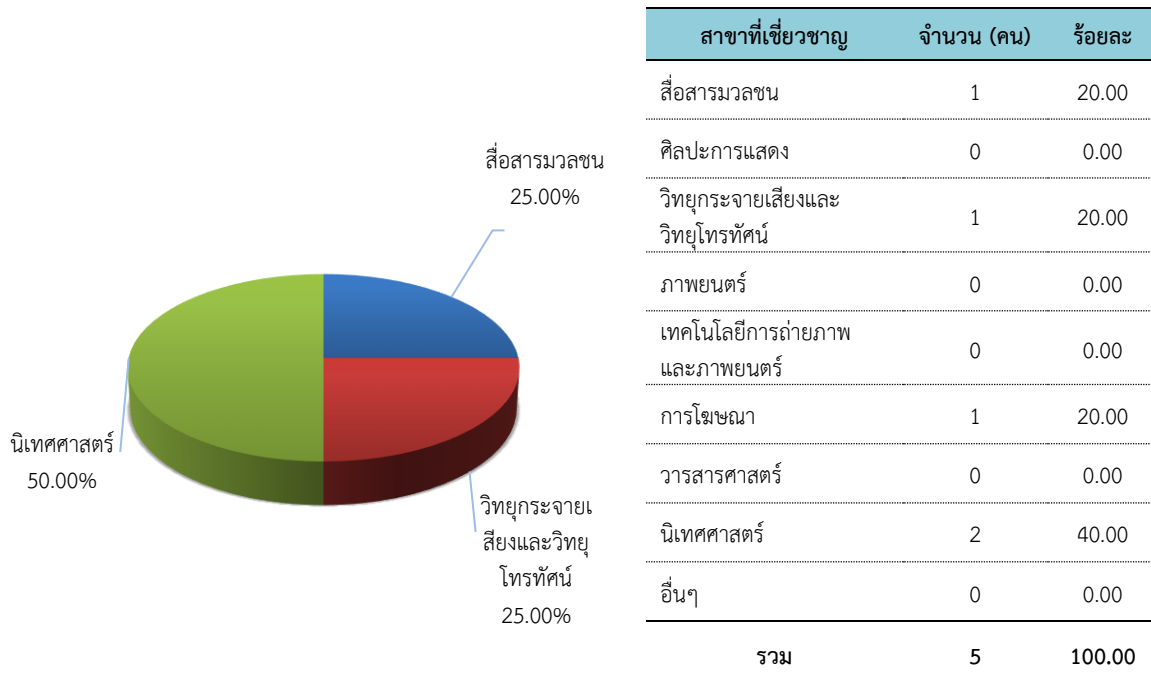
ตารางที่ 7.214 จำนวนและร้อยละของการศึกษา



การศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	0	0.00
มัธยมศึกษาตอนต้น	0	0.00
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	0	0.00
ปวส./อนุปริญญา	0	0.00
ปริญญาตรี	3	75.00
สูงกว่าปริญญาตรี	1	25.00
รวม	4	100.00

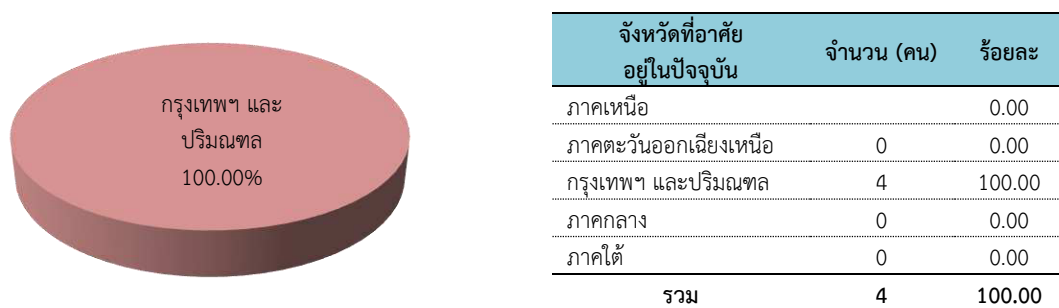
จากตารางที่ 7.214 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 75.00 รองลงมาคือ สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 7.215 จำนวนและร้อยละของสาขาที่เชี่ยวชาญ



จากตารางที่ 7.215 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่มีความเชี่ยวชาญในสาขานิเทศศาสตร์ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 รองลงมาคือ สาขาสื่อสารมวลชน สาขาวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ และสาขาการโฆษณา จำนวน 1 คน เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 20.00 ตามลำดับ ทั้งนี้ ผู้ตอบแบบประเมินประกอบอาชีพอาจารย์ (อาจารย์ประจำหลักสูตรการสร้างสรรค์ดิจิทัลคอนเทนต์และสื่อ) เจ้าหน้าที่รัฐ (นักวิชาการสารสนเทศ) และนักประชาสัมพันธ์ (หัวหน้างานประชาสัมพันธ์)

ตารางที่ 7.216 จำนวนและร้อยละของจังหวัดที่ท่านอาศัยอยู่ในปัจจุบัน

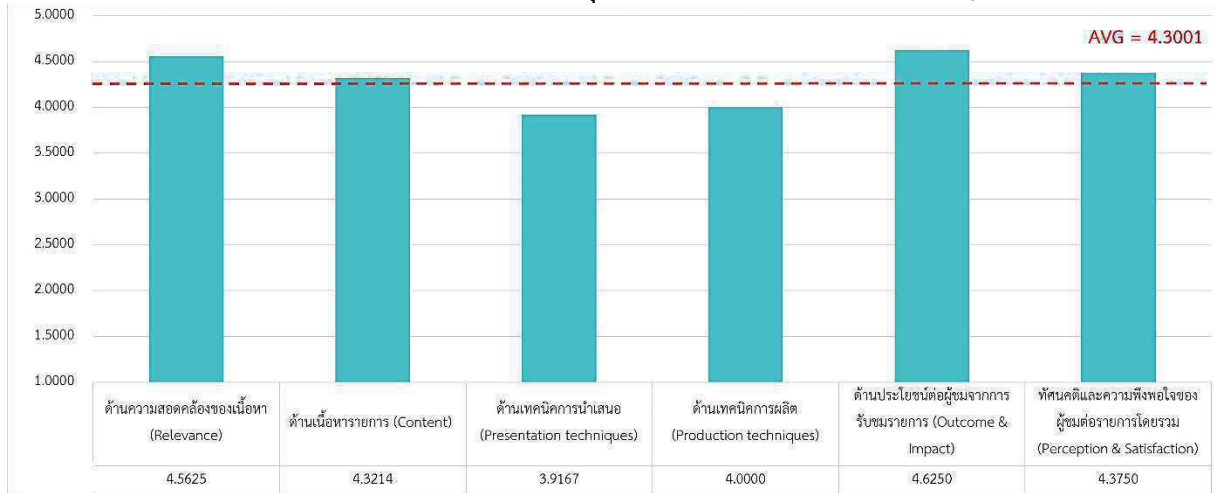


จากตารางที่ 7.216 ผู้ตอบแบบประเมินทั้งหมดอาศัยอยู่ในกรุงเทพฯ และปริมณฑล จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00

สรุปผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ

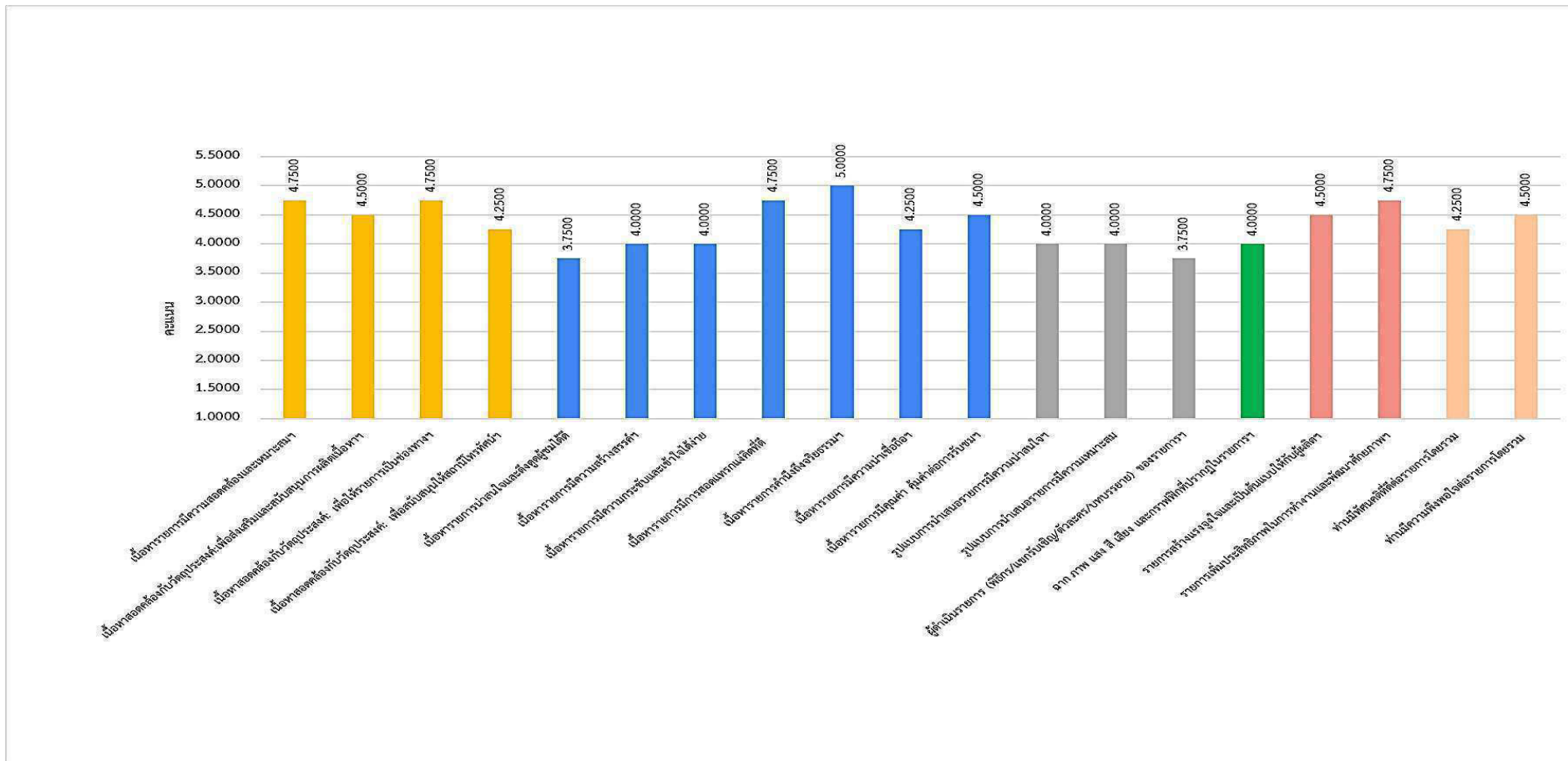
จากการตอบแบบประเมินโดยกลุ่มผู้เชี่ยวชาญและนักวิชาการที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหารายการ จำนวน 4 ราย มีระดับคะแนนการประเมินคุณภาพรายการทีวีในด้านต่างๆ โดยเฉลี่ย ที่ระดับ 4.3001 โดยมีระดับคะแนนการประเมินคุณภาพรายการทีวีในแต่ละด้าน ดังนี้

แผนภาพที่ 7.160 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ



จากแผนภาพที่ 7.160 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact) และด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance) มีระดับความเชื่อมั่นที่ระดับมากที่สุด สำหรับด้านที่เหลือ มีระดับความเชื่อมั่นเท่ากันที่ระดับมาก ทั้งนี้ ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact) มีระดับคะแนนสูงสุด ที่ระดับ 4.6250 รองลงมาคือ ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance) ที่ระดับ 4.5625 ด้านเนื้อหารายการ (Content) ที่ระดับ 4.3214 ด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques) ที่ระดับ 4.000 และด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques) ที่ระดับ 3.9167 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 7.161 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีรายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ



จากแผนภาพที่ 7.161 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีรายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ ในแต่ละด้าน ดังนี้

ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance)

ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance) อยู่ในระดับมากที่สุด โดยประเด็นเนื้อหารายการมีความสอดคล้องและเหมาะสมกับกลุ่มประชาชนทั่วไป และประเด็นเนื้อหารายการมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์: เพื่อให้รายการเป็นช่องทางในการสร้างองค์ความรู้ด้านต่างๆ อาทิเช่น ด้านการเทิดทูนสถาบันชาติศาสนาและพระมหากษัตริย์ ด้านความมั่นคงของชาติ ด้านประวัติศาสตร์ ศิลปะ และวัฒนธรรม ด้านสังคม ด้านสุขภาพและคุณภาพชีวิต ด้านนวัตกรรมเทคโนโลยีกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อให้ประชาชนทั่วไป เด็กและเยาวชน ผู้สูงอายุ ผู้พิการ ผู้ด้อยโอกาสรวมถึงชาวต่างชาติที่พำนักในประเทศไทยสามารถนำสาระความรู้จากรายการไปพัฒนาคุณภาพชีวิตได้อย่างยั่งยืน มีระดับคะแนนสูงสุดเท่ากับ ที่ระดับ 4.7500 รองลงมาคือ ประเด็นเนื้อหารายการมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์: เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการผลิตเนื้อหารายการเชิงสร้างสรรค์ น่าสนใจ และมีคุณภาพเพื่อประโยชน์ต่อสาธารณะ ที่ระดับ 4.5000 และประเด็นเนื้อหารายการมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์: เพื่อสนับสนุนให้สถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัล มีรายการที่มีเนื้อหาเชิงสร้างสรรค์ มีคุณภาพนำเสนอต่อผู้ชม ที่ระดับ 4.2500 ตามลำดับ

ด้านเนื้อหารายการ (Content)

ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเนื้อหารายการ (Content) อยู่ในระดับมาก โดยประเด็นเนื้อหารายการค่านึงถึงจริยธรรม เคารพสิทธิส่วนบุคคลและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ มีระดับคะแนนสูงสุด ที่ระดับ 5.0000 รองลงมาคือ ประเด็นเนื้อหารายการมีการสอดแทรกแง่คิดที่ดี ที่ระดับ 4.7500 ประเด็นเนื้อหารายการมีคุณค่า คุ่มค่าต่อการรับชม และมีประโยชน์ต่อประชาชนทั่วไปที่ระดับ 4.5000 ประเด็นเนื้อหารายการมีความน่าเชื่อถือ ถูกต้องและสอดคล้องกับข้อเท็จจริง ที่ระดับ 4.2500 ประเด็นเนื้อหารายการมีความสร้างสรรค์และสร้างความจริงใจให้กับผู้ชม และประเด็นเนื้อหารายการมีความกระชับและเข้าใจได้ง่าย มีระดับคะแนนเท่ากับ ที่ระดับ 4.0000 และประเด็นเนื้อหารายการน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี ที่ระดับ 3.7500 ตามลำดับ

ด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques)

ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques) อยู่ในระดับมาก โดยประเด็นรูปแบบการนำเสนอรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง และประเด็นรูปแบบการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนทั่วไป มีระดับคะแนนสูงสุดเท่ากับที่ระดับ 4.0000 รองลงมาคือ ประเด็นผู้ดำเนินรายการ (พิธีกร/แขกรับเชิญ/ตัวละคร/บทร้อยย) ของรายการนี้ มีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี ที่ระดับ 3.7500 ตามลำดับ

ด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques)

ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques) อยู่ในระดับมาก จากประเด็นฉาก ภาพ แสง สี เสียงและกราฟฟิกที่ปรากฏในรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง ที่ระดับ 4.0000

ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact)

ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact) อยู่ในระดับมากที่สุด โดยประเด็นรายการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานและพัฒนาศักยภาพของผู้ผลิตที่ได้รับทุนจาก กทปส. ในด้านการผลิตรายการเชิงสร้างสรรค์เพื่อสังคมและสาธารณประโยชน์ มีระดับคะแนนสูงสุด ที่ระดับ 4.7500 รองลงมาคือ ประเด็นรายการสร้างแรงจูงใจและเป็นต้นแบบให้กับผู้ผลิตในการผลิตรายการเชิงสร้างสรรค์ที่ส่งเสริมการเรียนรู้ที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ ที่ระดับ 4.5000 ตามลำดับ

ด้านทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction)

ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction) อยู่ในระดับมาก โดยประเด็นท่านมีความพึงพอใจต่อรายการโดยรวม มีระดับคะแนนสูงสุด ที่ระดับ 4.5000 รองลงมาคือ ประเด็นท่านมีทัศนคติที่ดีต่อรายการโดยรวม ที่ระดับ 4.2500 ตามลำดับ

ตารางที่ 7.217 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ

ประเด็นความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
1. ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance)	4.5625	0.2394	พึงพอใจมากที่สุด
1.1 เนื้อหารายการมีความสอดคล้องและเหมาะสมกับกลุ่มประชาชนทั่วไป	4.7500	0.5000	พึงพอใจมากที่สุด
1.2 เนื้อหารายการมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์: เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการผลิตเนื้อหาเชิงสร้างสรรค์ น่าสนใจ และมีคุณภาพเพื่อประโยชน์ต่อสาธารณะ	4.5000	0.5774	พึงพอใจมากที่สุด
1.3 เนื้อหารายการมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์: เพื่อให้รายการเป็นช่องทางในการสร้างองค์ความรู้ด้านต่างๆ อาทิเช่น ด้านการเทิดทูนสถาบันชาติศาสนาและพระมหากษัตริย์ ด้านความมั่นคงของชาติ ด้านประวัติศาสตร์ ศิลปะ และวัฒนธรรม ด้านสังคม ด้านสุขภาพและคุณภาพชีวิต ด้านนวัตกรรมเทคโนโลยีการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อให้ประชาชนทั่วไป เด็กและเยาวชน ผู้สูงอายุ ผู้พิการผู้ด้อยโอกาสรวมไปถึงชาวต่างชาติที่พำนักในประเทศไทยสามารถนำสาระความรู้จากรายการไปพัฒนาคุณภาพชีวิตได้อย่างยั่งยืน	4.7500	0.5000	พึงพอใจมากที่สุด
1.4 เนื้อหารายการมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์: เพื่อสนับสนุนให้สถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัล มีรายการที่มีเนื้อหาเชิงสร้างสรรค์ มีคุณภาพนำเสนอต่อผู้ชม	4.2500	0.9574	พึงพอใจมาก
2. ด้านเนื้อหาของรายการ (Content)	4.3214	0.4499	พึงพอใจมาก
2.1 เนื้อหารายการน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี	3.7500	0.9574	พึงพอใจมาก
2.2 เนื้อหารายการมีความสร้างสรรค์และสร้างความจรรโลงใจให้กับผู้ชม	4.0000	0.8165	พึงพอใจมาก
2.3 เนื้อหารายการมีความกระชับและเข้าใจได้ง่าย	4.0000	0.9165	พึงพอใจมาก
2.4 เนื้อหารายการมีการสอดแทรกแง่คิดที่ดี	4.7500	0.5000	พึงพอใจมากที่สุด
2.5 เนื้อหารายการคำนึงถึงจริยธรรม เคารพสิทธิส่วนบุคคลและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์	5.0000	0.0000	พึงพอใจมากที่สุด
2.6 เนื้อหารายการมีความน่าเชื่อถือ ถูกต้องและสอดคล้องกับข้อเท็จจริง	4.2500	0.9574	พึงพอใจมาก
2.7 เนื้อหารายการมีคุณค่า คุ่มค่าต่อการรับชม และมีประโยชน์ต่อประชาชนทั่วไป	4.5000	0.5774	พึงพอใจมากที่สุด
3. ด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques)	3.9167	0.1443	พึงพอใจมาก
3.1 รูปแบบการนำเสนอรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง	4.0000	1.4142	พึงพอใจมาก
3.2 รูปแบบการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนทั่วไป	4.0000	0.8165	พึงพอใจมาก
3.3 ผู้ดำเนินรายการ (พิธีกร/แขกรับเชิญ/ตัวละคร/บทบรรยาย) ของรายการนี้ มีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี	3.7500	0.9574	พึงพอใจมาก

ประเด็นความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
4. ด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques)	4.0000	0.8165	พึงพอใจมาก
4.1 ฉาก ภาพ แสง สี เสียง และกราฟฟิกที่ปรากฏในรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง	4.0000	0.8165	พึงพอใจมาก
5. ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact)	4.6250	0.1768	พึงพอใจมากที่สุด
5.1 รายการสร้างแรงจูงใจและเป็นต้นแบบให้กับผู้ผลิตในการผลิตรายการเชิงสร้างสรรค์ที่ส่งเสริมการเรียนรู้ที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ	4.5000	0.5774	พึงพอใจมากที่สุด
5.2 รายการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานและพัฒนาศักยภาพของผู้ผลิตที่ได้รับทุนจาก กทปส. ในด้านการผลิตรายการเชิงสร้างสรรค์เพื่อสังคมและสาธารณประโยชน์	4.7500	0.5000	พึงพอใจมากที่สุด
6. ทศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction)	4.3750	0.1768	พึงพอใจมาก
6.1 ท่านมีทัศนคติที่ดีต่อรายการโดยรวม	4.2500	0.5000	พึงพอใจมาก
6.2 ท่านมีความพึงพอใจต่อรายการโดยรวม	4.5000	0.5774	พึงพอใจมากที่สุด
ภาพรวม	4.3001	0.2610	พึงพอใจมาก

สรุปข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

ผู้ตอบแบบประเมินได้ให้ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ สามารถสรุปรายละเอียดตามตารางที่ 7.218 ดังนี้

ตารางที่ 7.218 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

	ด้านเนื้อหารายการ
จุดเด่นของรายการนี้	<ul style="list-style-type: none"> - มีสาระน่ารู้เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ - เนื้อหารายสอดคล้องกับชื่อรายการ
ข้อแนะนำเพื่อปรับปรุงหรือพัฒนารายการนี้	<ul style="list-style-type: none"> - ระยะเวลาของรายการ

7.5.3 โครงการผลิตสารคดีเพื่อส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนใต้

มีผู้ตอบแบบประเมิน จำนวน 4 ราย ประกอบด้วยข้อมูล ดังนี้

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบประเมิน

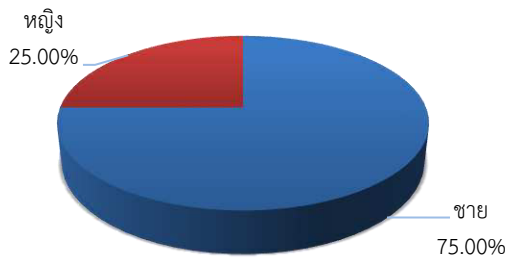
ตารางที่ 7.219 จำนวนและร้อยละของรายการ



ชื่อรายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ย้อนอดีตที่ปลายด้ามขวาน	4	100.00
รวม	4	100.00

จากตารางที่ 7.219 ผู้ตอบแบบประเมินได้รับชมรายการ “ย้อนอดีตที่ปลายด้ามขวาน” จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00

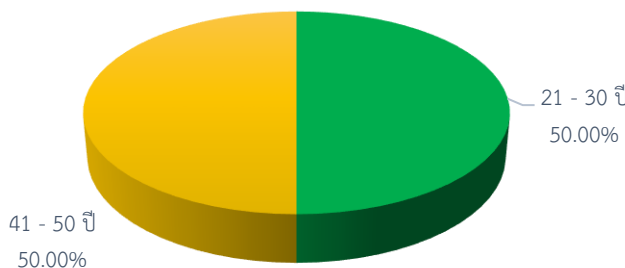
ตารางที่ 7.220 จำนวนและร้อยละของเพศ



เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	3	75.00
หญิง	1	25.00
รวม	4	100.00

จากตารางที่ 7.220 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 75.00 รองลงมาคือ เพศหญิง จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 ตามลำดับ

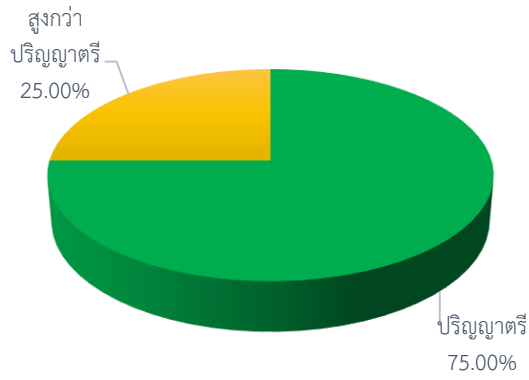
ตารางที่ 7.221 จำนวนและร้อยละของอายุ



อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	0	0.00
21 - 30 ปี	2	50.00
31 - 40 ปี	0	0.00
41 - 50 ปี	2	50.00
51 - 60 ปี	0	0.00
61 ปีขึ้นไป	0	0.00
รวม	4	100.00

จากตารางที่ 7.221 ผู้ตอบแบบประเมินมีอายุ 21 - 30 ปี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 และอายุ 41-50 ปี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00

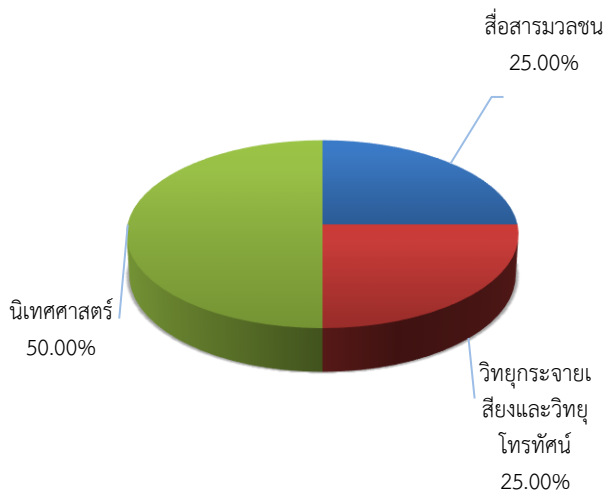
ตารางที่ 7.222 จำนวนและร้อยละของการศึกษา



การศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	0	0.00
มัธยมศึกษาตอนต้น	0	0.00
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช.	0	0.00
ปวส./อนุปริญญา	0	0.00
ปริญญาตรี	3	75.00
สูงกว่าปริญญาตรี	1	25.00
รวม	4	100.00

จากตารางที่ 7.222 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 75.00 รองลงมาคือ ระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 7.223 จำนวนและร้อยละของสาขาที่เชี่ยวชาญ



สาขาที่เชี่ยวชาญ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
สื่อสารมวลชน	0	0.00
ศิลปะการแสดง	1	25.00
วิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์	0	0.00
ภาพยนตร์	1	25.00
เทคโนโลยีการถ่ายภาพและภาพยนตร์	0	0.00
การโฆษณา	0	0.00
วารสารศาสตร์	0	0.00
นิเทศศาสตร์	2	50.00
อื่นๆ	0	0.00
รวม	4	100.00

จากตารางที่ 7.223 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่มีความเชี่ยวชาญในสาขานิเทศศาสตร์ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมาคือ สาขาศิลปะการแสดง และสาขาภาพยนตร์ จำนวน 1 คน เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 25.00 ตามลำดับ ทั้งนี้ ผู้ตอบแบบประเมินประกอบอาชีพอาจารย์ (อาจารย์นิเทศศาสตร์) และอาชีพพนักงานเอกชน/มหาวิทยาลัย (นักวิชาการ)

ตารางที่ 7.224 จำนวนและร้อยละของจังหวัดที่ท่านอาศัยอยู่ในปัจจุบัน



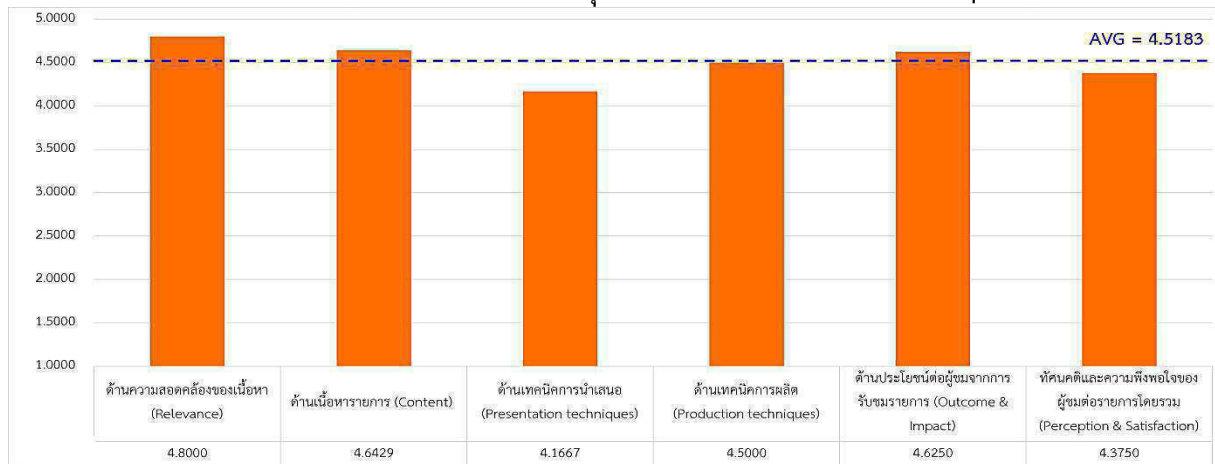
จังหวัดที่อาศัย อยู่ในปัจจุบัน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ภาคเหนือ		0.00
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	0	0.00
กรุงเทพฯ และปทุมธานี	4	100.00
ภาคกลาง	0	0.00
ภาคใต้	0	0.00
รวม	4	100.00

จากตารางที่ 7.224 ผู้ตอบแบบประเมินทั้งหมดอาศัยอยู่ในกรุงเทพฯ และปทุมธานี จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00

สรุปผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ

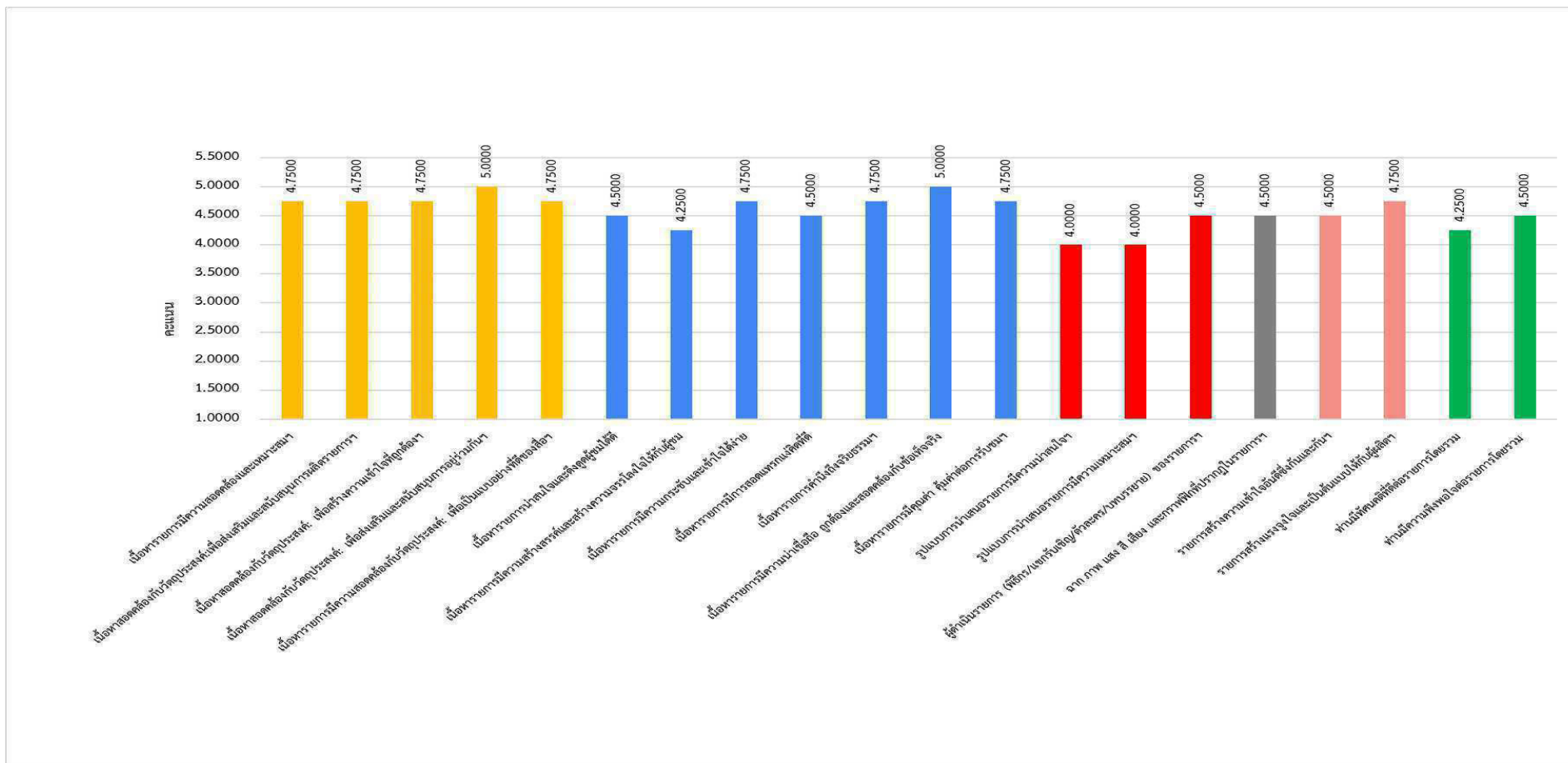
จากการตอบแบบประเมินโดยกลุ่มผู้เชี่ยวชาญและนักวิชาการที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหารายการ จำนวน 4 ราย มีระดับคะแนนการประเมินคุณภาพรายการทีวีในด้านต่างๆ โดยเฉลี่ย ที่ระดับ 4.5183 โดยมีระดับคะแนนการประเมินคุณภาพรายการทีวีในแต่ละด้าน ดังนี้

แผนภาพที่ 7.162 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ



จากแผนภาพที่ 7.162 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance) ด้านเนื้อหารายการ (Content) ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact) และด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques) มีระดับความเชื่อมั่นที่ระดับมากที่สุด สำหรับด้านที่เหลือ มีระดับความเชื่อมั่นที่ระดับมาก ทั้งนี้ ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance) มีระดับคะแนนสูงสุด ที่ระดับ 4.8000 รองลงมาคือ ด้านเนื้อหารายการ (Content) ที่ระดับ 4.6429 ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact) ที่ระดับ 4.6250 ด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques) ที่ระดับ 4.5000 ด้านทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction) ที่ระดับ 4.3750 และด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques) ที่ระดับ 4.1667 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 7.163 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมรายการสารคดีเชิงประวัติศาสตร์



จากแผนภาพที่ 7.163 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีรายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ ในแต่ละด้าน ดังนี้

ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance)

ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance) อยู่ในระดับมากที่สุด โดยประเด็นเนื้อหารายการมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์: เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการอยู่ร่วมกันอย่างสันติสุขระหว่างทุกศาสนาของประชาชน ชุมชนและสังคมในพื้นที่ ภายใต้หลักการเอกภาพบนความหลากหลาย แตกต่างแต่ไม่แตกแยก มีระดับคะแนนสูงสุด ที่ระดับ 5.0000 รองลงมาคือ ประเด็นเนื้อหารายการมีความสอดคล้องและเหมาะสมกับกลุ่มประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้และประชาชนทั่วไป ประเด็นเนื้อหารายการมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์: เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการผลิตรายการโทรทัศน์ที่น่าเสนอข้อเท็จจริงเกี่ยวกับความเป็นมาและประวัติศาสตร์ของพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ ศาสนา ศิลปวัฒนธรรม และวิถีชีวิตของมุสลิม (สายกลาง) ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ประเด็นเนื้อหารายการมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์: เพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับข้อเท็จจริงในพื้นที่ สร้างความเข้าใจอันดีซึ่งกันและกันของประชาชนในชุมชน ลดความขัดแย้งและความรุนแรง ให้เกิดขึ้นอย่างยั่งยืน และประเด็นเนื้อหารายการมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์: เพื่อเป็นแบบอย่างที่ดีของสื่อในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารข้อเท็จจริงที่ถูกต้องและเป็นประโยชน์ต่อประชาชนและสังคมประเทศ มีระดับคะแนนเท่ากับ ที่ระดับ 4.7500 ตามลำดับ

ด้านเนื้อหาของรายการ (Content)

ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเนื้อหาของรายการ (Content) อยู่ในระดับมากที่สุด โดยเนื้อหาของรายการมีความน่าเชื่อถือ ถูกต้องและสอดคล้องกับข้อเท็จจริง มีระดับคะแนนสูงสุด ที่ระดับ 5.0000 รองลงมาคือ ประเด็นเนื้อหารายการมีความกระชับและเข้าใจได้ง่าย ประเด็นเนื้อหารายการคำนึงถึงจริยธรรม เคารพสิทธิส่วนบุคคลและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ และประเด็นเนื้อหาของรายการมีคุณค่า คุ่มค่าต่อการรับชม และมีประโยชน์ต่อประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้และประชาชนทั่วไป มีระดับคะแนนเท่ากับ ที่ระดับ 4.7500 ประเด็นเนื้อหารายการนำเสนอและดึงดูดผู้ชมได้ดี และประเด็นเนื้อหารายการมีการสอดแทรกแง่คิดที่ดี มีระดับคะแนนเท่ากับ ที่ระดับ 4.5000 และประเด็นเนื้อหาของรายการมีความสร้างสรรค์และสร้างความจรรโลงใจให้กับผู้ชม ที่ระดับ 4.2500 ตามลำดับ

ด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques)

ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques) อยู่ในระดับมาก โดยประเด็นผู้ดำเนินรายการ (พิธีกร/แขกรับเชิญ/ตัวละคร/บทบรรยาย) ของรายการนี้ มีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี มีระดับคะแนนสูงสุด ที่ระดับ 4.5000 รองลงมาคือประเด็นรูปแบบการนำเสนอรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง และประเด็นรูปแบบการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้และประชาชนทั่วไป มีระดับคะแนนเท่ากับ ที่ระดับ 4.0000 ตามลำดับ

ด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques)

ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques) อยู่ในระดับมากที่สุด จากประเด็นฉาก ภาพ แสง สี เสียงและกราฟฟิกที่ปรากฏในรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง ที่ระดับ 4.5000

ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact)

ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact) อยู่ในระดับมากที่สุด โดยประเด็นรายการสร้างแรงบันดาลใจและเป็นต้นแบบให้กับผู้ผลิตในการผลิตรายการประเภทสารคดีเชิงประวัติศาสตร์ ศาสนา ศิลปวัฒนธรรมและวิถีชีวิต เพื่อนำเสนอข้อมูลเชิงบวกและสร้างสรรค์ มีระดับคะแนนสูงสุด ที่ระดับ 4.7500 รองลงมาคือ ประเด็นรายการสร้างความเข้าใจอันดีซึ่งกันและกัน อันจะนำไปสู่ความสามัคคีที่ขยายวงกว้างในอนาคต, ประชาชนอยู่ร่วมกันอย่างสันติสุขระหว่างทุกศาสนา และชุมชนในพื้นที่เกิดความเข้มแข็ง, ประชาชนมีรายการประเภทสารคดีเชิงประวัติศาสตร์ ศาสนา ศิลปวัฒนธรรม และวิถีชีวิตที่เปิดมุมมองใหม่และให้ความรู้ใหม่แก่สังคม, รายการสร้างการตื่นรู้และหักล้างการบิดเบือนข้อมูล ซึ่งก่อให้เกิดคุณค่าต่อชุมชนและประเทศชาติ ที่ระดับ 4.5000 ตามลำดับ

ด้านทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction)

ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction) อยู่ในระดับมาก โดยประเด็นท่านมีความพึงพอใจต่อรายการโดยรวม มีระดับคะแนนสูงสุด ที่ระดับ 4.5000 รองลงมาคือ ประเด็นท่านมีทัศนคติที่ดีต่อรายการโดยรวม ที่ระดับ 4.2500 ตามลำดับ

ตารางที่ 7.225 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ

ประเด็นความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
1. ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance)	4.8000	0.1118	พึงพอใจมากที่สุด
1.1 เนื้อหารายการมีความสอดคล้องและเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้และประชาชนทั่วไป	4.7500	0.5000	พึงพอใจมากที่สุด
1.2 เนื้อหารายการมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์: เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการผลิตรายการโทรทัศน์ที่นำเสนอข้อเท็จจริงเกี่ยวกับความเป็นมาและประวัติศาสตร์ของพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ศาสนา ศิลปวัฒนธรรม และวิถีชีวิตของมุสลิม (สายกลาง) ทั้งในประเทศและต่างประเทศ	4.7500	0.5000	พึงพอใจมากที่สุด
1.3 เนื้อหารายการมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์: เพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับข้อเท็จจริงในพื้นที่ สร้างความเข้าใจอันดีซึ่งกันและกันของประชาชนในชุมชน ลดความขัดแย้งและความรุนแรงให้เกิดขึ้นอย่างยั่งยืน	4.7500	0.5000	พึงพอใจมากที่สุด
1.4 เนื้อหารายการมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์: เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการอยู่ร่วมกันอย่างสันติสุขระหว่างทุกศาสนาของประชาชน ชุมชนและสังคมในพื้นที่ภายใต้หลักการเอกภาพบนความหลากหลาย แตกต่างแต่ไม่แตกแยก	5.0000	0.0000	พึงพอใจมากที่สุด
1.5 เนื้อหารายการมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์: เพื่อเป็นแบบอย่างที่ดีของสื่อในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารข้อเท็จจริงที่ถูกต้องและเป็นประโยชน์ต่อประชาชนและสังคมประเทศ	4.7500	0.5000	พึงพอใจมากที่สุด
2. ด้านเนื้อหารายการ (Content)	4.6429	0.2440	พึงพอใจมากที่สุด
2.1 เนื้อหารายการนำเสนอและดึงดูดผู้ชมได้ดี	4.5000	0.5774	พึงพอใจมากที่สุด
2.2 เนื้อหารายการมีความสร้างสรรค์และสร้างความจรรโลงใจให้กับผู้ชม	4.2500	0.5000	พึงพอใจมาก
2.3 เนื้อหารายการมีความกระชับและเข้าใจได้ง่าย	4.7500	0.5000	พึงพอใจมากที่สุด
2.4 เนื้อหารายการมีการสอดแทรกแนวคิดที่ดี	4.5000	0.5774	พึงพอใจมากที่สุด
2.5 เนื้อหารายการคำนึงถึงจริยธรรม เคารพสิทธิส่วนบุคคลและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์	4.7500	0.5000	พึงพอใจมากที่สุด
2.6 เนื้อหารายการมีความน่าเชื่อถือ ถูกต้องและสอดคล้องกับข้อเท็จจริง	5.0000	0.0000	พึงพอใจมากที่สุด
2.5 เนื้อหารายการมีคุณค่า คุ่มค่าต่อการรับชม และมีประโยชน์ต่อประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้และประชาชนทั่วไป	4.7500	0.5000	พึงพอใจมากที่สุด

ประเด็นความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
3. ด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques)	4.1667	0.2887	พึงพอใจมาก
3.1 รูปแบบการนำเสนอรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง	4.0000	0.8165	พึงพอใจมาก
3.2 รูปแบบการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้และประชาชนทั่วไป	4.0000	0.8165	พึงพอใจมาก
3.3 ผู้ดำเนินรายการ (พิธีกร/แขกรับเชิญ/ตัวละคร/บทบรรยาย) ของรายการนี้มีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี	4.5000	0.5774	พึงพอใจมากที่สุด
4. ด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques)	4.5000	1.0000	พึงพอใจมากที่สุด
4.1 ฉาก ภาพ แสง สี เสียง และกราฟิกที่ปรากฏในรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง	4.5000	1.0000	พึงพอใจมากที่สุด
5. ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact)	4.6250	0.1768	พึงพอใจมากที่สุด
5.1 รายการสร้างความเข้าใจอันดีซึ่งกันและกัน อันจะนำไปสู่ความสมัคสมานสามัคคีที่ขยายวงกว้างในอนาคต, ประชาชนอยู่ร่วมกันอย่างสันติสุขระหว่างทุกศาสนา และชุมชนในพื้นที่เกิดความเข้มแข็ง, ประชาชนมีรายการประเภทสารคดีเชิงประวัติศาสตร์ ศาสนา ศิลปวัฒนธรรม และวิถีชีวิตที่เปิดมุมมองใหม่และให้ความรู้ใหม่แก่สังคม, รายการสร้างการตื่นรู้และหักล้างการบิดเบือนข้อมูล ซึ่งก่อให้เกิดคุณค่าต่อชุมชนและประเทศชาติ	4.5000	0.5774	พึงพอใจมากที่สุด
5.2 รายการสร้างแรงจูงใจและเป็นต้นแบบให้กับผู้ผลิตในการผลิตรายการประเภทสารคดีเชิงประวัติศาสตร์ ศาสนา ศิลปวัฒนธรรมและวิถีชีวิต เพื่อนำเสนอข้อมูลเชิงบวกและสร้างสรรค์	4.7500	0.5000	พึงพอใจมากที่สุด
6. ทศคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction)	4.3750	0.1768	พึงพอใจมาก
6.1 ท่านมีทัศนคติที่ดีต่อรายการโดยรวม	4.2500	0.5000	พึงพอใจมาก
6.2 ท่านมีความพึงพอใจต่อรายการโดยรวม	4.5000	0.5774	พึงพอใจมากที่สุด
ภาพรวม	4.5183	0.3324	พึงพอใจมากที่สุด

สรุปข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

ผู้ตอบแบบประเมินได้ให้ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ สามารถสรุปรายละเอียดตามตารางที่ 7.226 ดังนี้

ตารางที่ 7.226 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

	ด้านเนื้อหารายการ
จุดเด่นของรายการนี้	<ul style="list-style-type: none"> - เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายในพื้นที่แสดงถึงวิถีชีวิตวัฒนธรรมของคนชายแดนใต้ - เป็นสื่อออนไลน์ที่สร้างสรรค์ทำให้ผู้คนเข้าใจวัฒนธรรมของภาคใต้มากยิ่งขึ้น - เนื้อหาสาระของรายการมีประโยชน์ - แหล่งข้อมูลดี มีการสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้องโดยตรง
ข้อแนะนำเพื่อปรับปรุงหรือพัฒนา รายการนี้	<ul style="list-style-type: none"> - อยากให้มีเนื้อหาเพิ่มเข้ามาให้มีความชัดเจนมากกว่านี้สอดแทรกวิถีชีวิตทัศนคติของผู้คนในชายแดนใต้เพื่อทำให้อยากให้มีเนื้อหาเพิ่มเข้ามาให้มีความชัดเจนมากกว่านี้สอดแทรกวิถีชีวิตทัศนคติของผู้คนในชายแดนใต้เพื่อให้เข้าใจในวิถีชีวิตวัฒนธรรมต่างๆ - ควรมีการถ่ายแบบวิถีชีวิตพื้นบ้านของชาวภาคใต้นำเสนอควรมีการถ่ายแบบวิถีชีวิตพื้นบ้านของชาวภาคใต้นำเสนอความเป็นวิถีชีวิตวัฒนธรรมประเพณี เพื่อสร้างคุณค่าและทำให้เกิดเป็นวิถีทัศน์ที่มีชีวิต - อาจจะต้องระวังเรื่องการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับศาสนาที่เป็นประเด็นละเอียดอ่อนต้องตรวจสอบข้อมูลให้ดี ถูกต้อง เพราะหากมีผิดพลาดอาจเกิดกรณีตามมาได้ - ลองสำรวจคนจำนวนมากขึ้น เพื่อดูว่าระยะเวลาแค่นั้นจะลงตัวกับการมีสมาธิดูอย่างต่อเนื่อง ซึ่งอาจจะมีตัวแปรด้านความสนใจในหัวข้อของผู้ดูด้วย

7.5.4 โครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อ

มีผู้ตอบแบบประเมิน จำนวน 4 ราย ประกอบด้วยข้อมูล ดังนี้

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบประเมิน

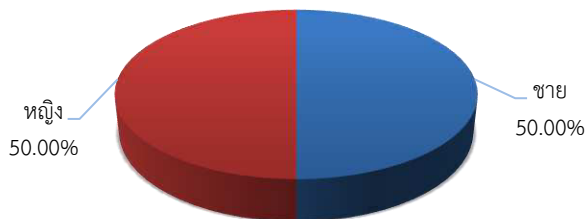
ตารางที่ 7.227 จำนวนและร้อยละของรายการ



ชื่อรายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โครงการผลิต Sitcom รูปแบบเชิงสารคดี (Mockumentary) "บริษัท (ไม่) จำกัด" เพื่อความบันเทิงและความรู้เท่าทันสื่อ	4	100.00
รวม	4	100.00

จากตารางที่ 7.227 ผู้ตอบแบบประเมินได้ส้อมรับชมรายการ “โครงการผลิต Sitcom รูปแบบเชิงสารคดี (Mockumentary) "บริษัท (ไม่) จำกัด" เพื่อความบันเทิงและความรู้เท่าทันสื่อ ” จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00

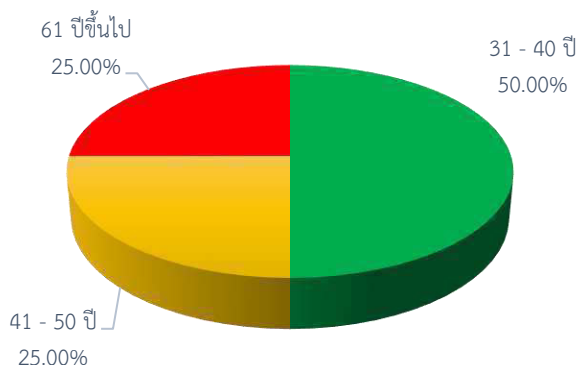
ตารางที่ 7.228 จำนวนและร้อยละของเพศ



เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	2	50.00
หญิง	2	50.00
รวม	4	100.00

จากตารางที่ 7.228 ผู้ตอบแบบประเมินเป็นเพศชาย จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 และเพศหญิงจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00

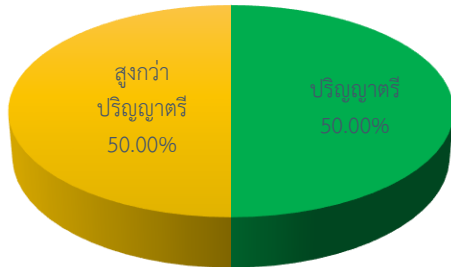
ตารางที่ 7.229 จำนวนและร้อยละของอายุ



อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	0	0.00
21 - 30 ปี	0	0.00
31 - 40 ปี	2	50.00
41 - 50 ปี	1	25.00
51 - 60 ปี	0	0.00
61 ปีขึ้นไป	1	25.00
รวม	4	100.00

จากตารางที่ 7.229 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่อายุ 31 - 40 ปี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมาคือ อายุ 41 - 50 ปี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 และอายุ 61 ปีขึ้นไป จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 ตามลำดับ

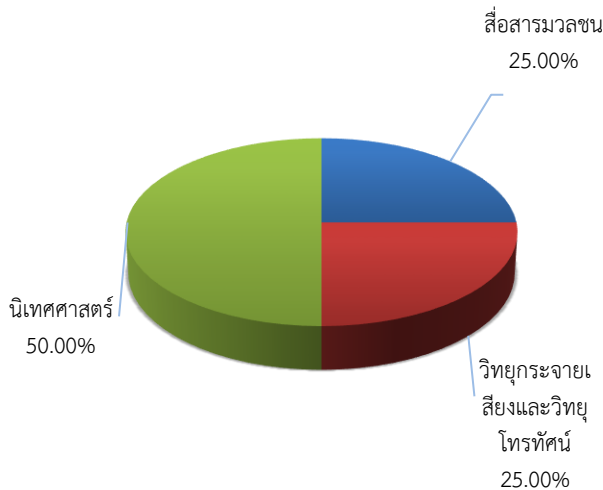
ตารางที่ 7.230 จำนวนและร้อยละของการศึกษา



การศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	0	0.00
มัธยมศึกษาตอนต้น	0	0.00
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช.	0	0.00
ปวส./อนุปริญญา	0	0.00
ปริญญาตรี	2	50.00
สูงกว่าปริญญาตรี	2	50.00
รวม	4	100.00

จากตารางที่ 7.230 ผู้ตอบแบบประเมินมีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 และระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 7.231 จำนวนและร้อยละของสาขาที่เชี่ยวชาญ



สาขาที่เชี่ยวชาญ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
สื่อสารมวลชน	2	50.00
ศิลปะการแสดง	0	0.00
วิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์	0	0.00
ภาพยนตร์	0	0.00
เทคโนโลยีการถ่ายภาพและภาพยนตร์	0	0.00
การโฆษณา	2	50.00
วารสารศาสตร์	0	0.00
นิเทศศาสตร์	0	0.00
อื่นๆ	0	0.00
รวม	4	100.00

จากตารางที่ 7.231 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่มีความเชี่ยวชาญในสาขาสื่อสารมวลชน จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 และสาขาการโฆษณา จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 ทั้งนี้ ผู้ตอบแบบประเมินประกอบอาชีพผู้บริหารรัฐวิสาหกิจ (ผู้จัดการสำนัก) และอาชีพพนักงานเอกชน (นักวิชาการด้านการประชาสัมพันธ์)

ตารางที่ 7.232 จำนวนและร้อยละของจังหวัดที่ท่านอาศัยอยู่ในปัจจุบัน



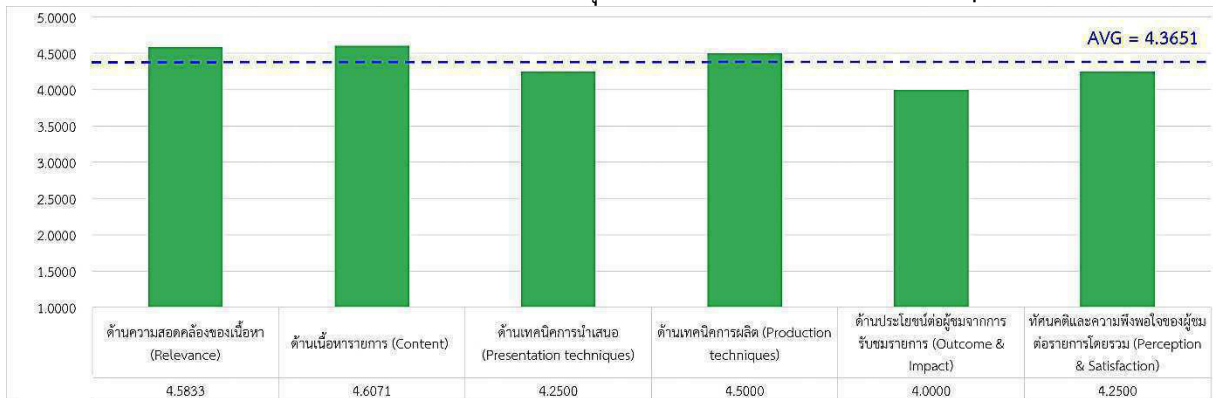
จังหวัดที่อาศัย อยู่ในปัจจุบัน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ภาคเหนือ	0	0.00
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	0	0.00
กรุงเทพฯ และปทุมธานี	4	100.00
ภาคกลาง	0	0.00
ภาคใต้	0	0.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 7.232 ผู้ตอบแบบประเมินทั้งหมดอาศัยอยู่ในกรุงเทพฯ และปทุมธานี จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00

สรุปผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ

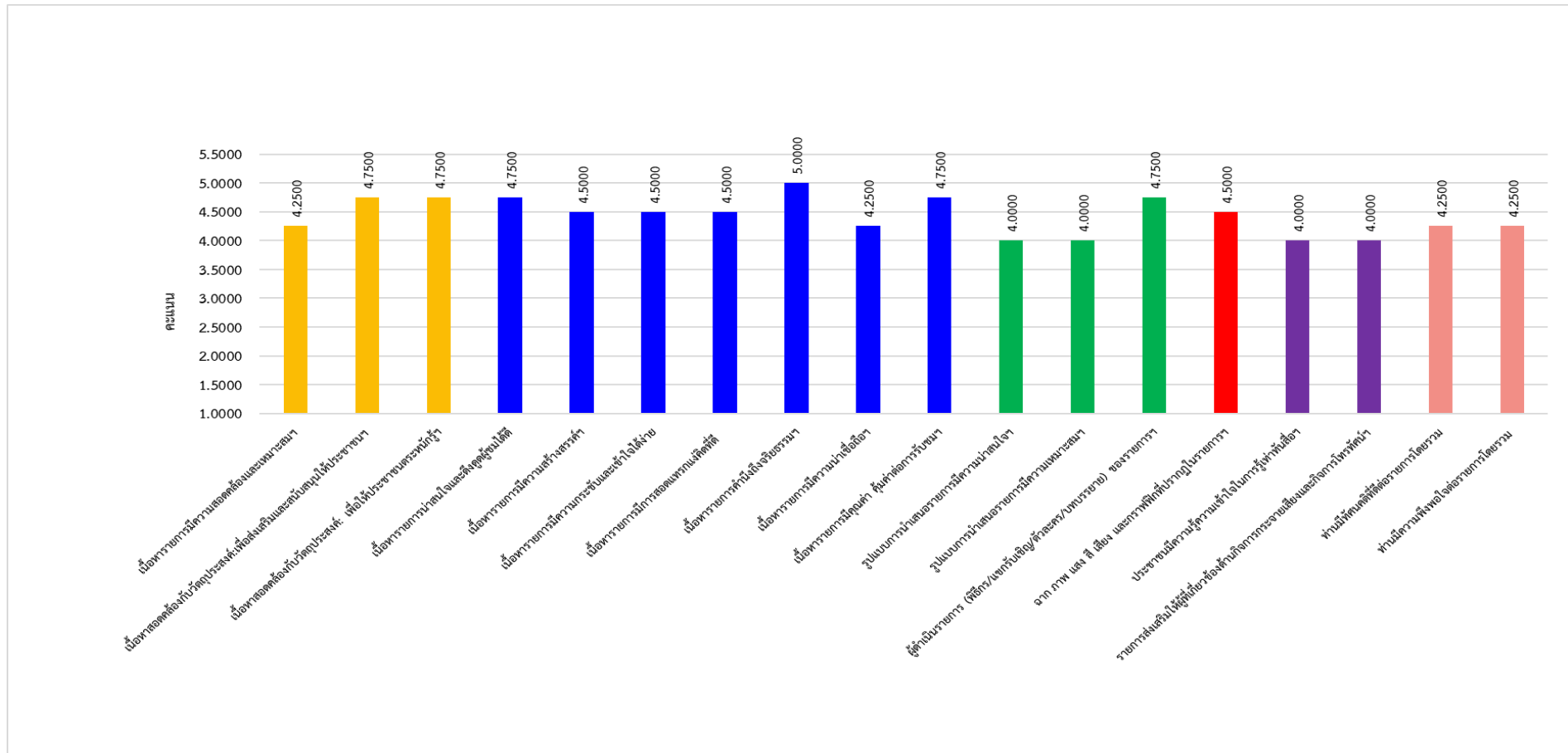
จากการตอบแบบประเมินโดยกลุ่มผู้เชี่ยวชาญและนักวิชาการที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหารายการ จำนวน 4 ราย มีระดับคะแนนการประเมินคุณภาพรายการทีวีในด้านต่างๆ โดยเฉลี่ย ที่ระดับ 4.3651 โดยมีระดับคะแนนการประเมินคุณภาพรายการทีวีในแต่ละด้าน ดังนี้

แผนภาพที่ 7.164 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ



จากแผนภาพที่ 7.164 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านเนื้อหารายการ (Content) ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance) และด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques) มีระดับความเชื่อมั่นเท่ากัน ที่ระดับมากที่สุด สำหรับด้านที่เหลือ มีระดับความเชื่อมั่นเท่ากัน ที่ระดับมาก ทั้งนี้ ด้านเนื้อหารายการ (Content) มีระดับคะแนนสูงสุด ที่ระดับ 4.6071 รองลงมาคือ ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance) ที่ระดับ 4.5833 ด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques) ที่ระดับ 4.5000 ด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques) และด้านทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction) มีระดับคะแนนเท่ากัน ที่ระดับ 4.2500 และด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact) ที่ระดับ 4.0000 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 7.165 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมรายการรู้เท่าทันสื่อ



จากแผนภาพที่ 7.165 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีรายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ ในแต่ละด้าน ดังนี้

ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance)

ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance) อยู่ในระดับมากที่สุด โดยเนื้อหารายการมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์: เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้ประชาชนมีความรู้เท่าทันสื่อด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์อย่างต่อเนื่อง และประเด็นเนื้อหารายการมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์: เพื่อให้ประชาชนตระหนักรู้และตื่นตัวรวมถึงสร้างความปลอดภัยและเป็นการป้องกันการถูกหลอกลวงจากการรับสื่อด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ และให้สามารถรับประโยชน์จากสื่อดังกล่าวอย่างมีวิจารณญาณมีระดับคะแนนเท่ากับ ที่ระดับ 4.7500 รองลงมาคือ ประเด็นเนื้อหารายการมีความสอดคล้องและเหมาะสมกับกลุ่มประชาชนทั่วไป ที่ระดับ 4.2500 ตามลำดับ

ด้านเนื้อหารายการ (Content)

ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเนื้อหารายการ (Content) อยู่ในระดับมากที่สุด โดยประเด็นเนื้อหารายการคำนึงถึงจริยธรรม เคารพสิทธิส่วนบุคคล และศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ มีระดับคะแนนสูงสุด ที่ระดับ 5.0000 รองลงมาคือ ประเด็นเนื้อหารายการน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี และประเด็นเนื้อหารายการมีคุณค่า คุ่มค่าต่อการรับชม และมีประโยชน์ต่อประชาชนทั่วไป มีระดับคะแนนเท่ากับ ที่ระดับ 4.7500 ประเด็นเนื้อหารายการมีความสร้างสรรค์และสร้างความจริงใจให้กับผู้ชม ประเด็นเนื้อหารายการมีความกระชับและเข้าใจได้ง่าย และประเด็นเนื้อหารายการมีการสอดแทรกแง่คิดที่ดี มีระดับคะแนนเท่ากับ ที่ระดับ 4.5000 และประเด็นเนื้อหารายการมีความน่าเชื่อถือ ถูกต้องและสอดคล้องกับข้อเท็จจริง ที่ระดับ 4.2500 ตามลำดับ

ด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques)

ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques) อยู่ในระดับมาก โดยประเด็นผู้ดำเนินรายการ (พิธีกร/แขกรับเชิญ/ตัวละคร/บทรบรยาย) ของรายการนี้ มีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี มีระดับคะแนนสูงสุด ที่ระดับ 4.7500 รองลงมาคือประเด็นรูปแบบการนำเสนอรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง และประเด็นรูปแบบการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนทั่วไป มีระดับคะแนนเท่ากับ ที่ระดับ 4.0000 ตามลำดับ

ด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques)

ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques) อยู่ในระดับมากที่สุด จากประเด็นฉาก ภาพ แสง สี เสียงและกราฟฟิกที่ปรากฏในรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง ที่ระดับ 4.5000

ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact)

ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact) อยู่ในระดับมาก โดยประเด็นประชาชนมีความรู้ความเข้าใจในการรู้เท่าทันสื่อและให้ความสำคัญกับการรับสื่ออย่างรู้เท่าทันอย่างต่อเนื่อง, ประชาชนมีความสามารถในการใช้

ประโยชน์จากสื่ออย่างปลอดภัย, รายการมีคุณภาพและส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อสำหรับประชาชนทั่วไป และ ประเด็นรายการส่งเสริมให้ผู้ที่เกี่ยวข้องด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์มีส่วนร่วมในการทำงาน ด้านการรู้เท่าทันสื่อและเกิดความตระหนักรู้ถึงความสำคัญในด้านนี้ มีระดับคะแนนเท่ากับ ที่ระดับ 4.0000

ด้านทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction)

ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction) อยู่ในระดับมาก โดยประเด็นท่านมีทัศนคติที่ดีต่อรายการโดยรวม และประเด็นท่านมีความพึงพอใจต่อรายการโดยรวม มีระดับคะแนนเท่ากับ ที่ระดับ 4.2500

ตารางที่ 7.233 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ

ประเด็นความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
1. ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance)	4.5833	0.2887	พึงพอใจมากที่สุด
1.1 เนื้อหารายการมีความสอดคล้องและเหมาะสมกับกลุ่มประชาชนทั่วไป	4.2500	0.5000	พึงพอใจมาก
1.2 เนื้อหารายการมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์: เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้ประชาชนมีความรู้เท่าทันสื่อด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์อย่างต่อเนื่อง	4.7500	0.5000	พึงพอใจมากที่สุด
1.3 เนื้อหารายการมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์: เพื่อให้ประชาชนตระหนักรู้และตื่นตัว รวมถึงสร้างความปลอดภัยและเป็นการป้องกันการถูกหลอกลวงจากการรับสื่อด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ และให้สามารถรับประโยชน์จากสื่อดังกล่าวอย่างมีวิจารณญาณ	4.7500	0.5000	พึงพอใจมากที่สุด
2. ด้านเนื้อหารายการ (Content)	4.6071	0.2440	พึงพอใจมากที่สุด
2.1 เนื้อหารายการน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี	4.7500	0.5000	พึงพอใจมากที่สุด
2.2 เนื้อหารายการมีความสร้างสรรค์และสร้างความจรรโลงใจให้กับผู้ชม	4.5000	0.5774	พึงพอใจมากที่สุด
2.3 เนื้อหารายการมีความกระชับและเข้าใจได้ง่าย	4.5000	0.5774	พึงพอใจมากที่สุด
2.4 เนื้อหารายการมีการสอดแทรกแง่คิดที่ดี	4.5000	0.5774	พึงพอใจมากที่สุด
2.5 เนื้อหารายการคำนึงถึงจริยธรรม เคารพสิทธิส่วนบุคคลและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์	5.0000	0.0000	พึงพอใจมากที่สุด
2.6 เนื้อหารายการมีความน่าเชื่อถือ ถูกต้องและสอดคล้องกับข้อเท็จจริง	4.2500	0.5000	พึงพอใจมาก
2.7 เนื้อหารายการมีคุณค่า คุ่มค่าต่อการรับชม และมีประโยชน์ต่อประชาชนทั่วไป	4.7500	0.5000	พึงพอใจมากที่สุด
3. ด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques)	4.2500	0.4330	พึงพอใจมาก
3.1 รูปแบบการนำเสนอรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง	4.0000	0.0000	พึงพอใจมาก
3.2 รูปแบบการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนทั่วไป	4.0000	0.0000	พึงพอใจมาก
3.3 ผู้ดำเนินรายการ (พิธีกร/แขกรับเชิญ/ตัวละคร/บทบรรยาย) ของรายการนี้ มีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี	4.7500	0.5000	พึงพอใจมากที่สุด
4. ด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques)	4.5000	0.5774	พึงพอใจมากที่สุด
4.1 ฉาก ภาพ แสง สี เสียง และกราฟฟิกที่ปรากฏในรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง	4.5000	0.5774	พึงพอใจมากที่สุด
5. ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact)	4.0000	0.0000	พึงพอใจมาก
5.1 ประชาชนมีความรู้ความเข้าใจในการรู้เท่าทันสื่อและให้ความสำคัญกับการรับสื่ออย่างรู้เท่าทันอย่างต่อเนื่อง, ประชาชนมีความสามารถในการใช้ประโยชน์จากสื่ออย่างปลอดภัย, รายการมีคุณภาพและส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อสำหรับประชาชนทั่วไป	4.0000	0.0000	พึงพอใจมาก
5.2 รายการส่งเสริมให้ผู้ที่เกี่ยวข้องด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์มีส่วนร่วมในการทำงานด้านการรู้เท่าทันสื่อและเกิดความตระหนักรู้ถึงความสำคัญในด้านนี้	4.0000	0.0000	พึงพอใจมาก

ประเด็นความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
6. ทศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction)	4.2500	0.0000	พึงพอใจมาก
6.1 ท่านมีทัศนคติที่ดีต่อรายการโดยรวม	4.2500	0.5000	พึงพอใจมาก
6.2 ท่านมีความพึงพอใจต่อรายการโดยรวม	4.2500	0.5000	พึงพอใจมาก
ภาพรวม	4.3651	0.2310	พึงพอใจมาก

สรุปข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

ผู้ตอบแบบประเมินได้ให้ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ สามารถสรุปรายละเอียดตามตารางที่ 7.234 ดังนี้

ตารางที่ 7.234 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

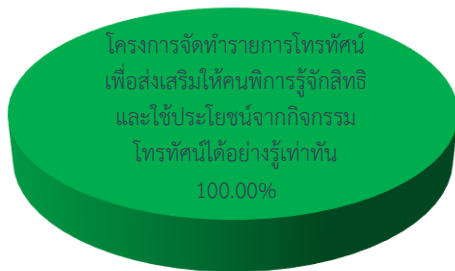
	ด้านเนื้อหารายการ
จุดเด่นของรายการนี้	<ul style="list-style-type: none"> - ผู้ผลิตตั้งใจทำเนื้อหาที่เป็นประโยชน์และครอบคลุมแต่บางรายการอาจต้องปรับเรื่องเนื้อหาที่ยืดให้กระชับ หรือใช้เทคนิคเกี่ยวกับการ์ตูน สื่อ multimedia มาเสริมมากขึ้น - เนื้อหากระชับชัดเจนตรงตามวัตถุประสงค์และกลุ่มเป้าหมาย - เนื้อหามีความน่าสนใจและสามารถจับประเด็นที่จะสื่อได้ง่าย - เนื้อหามีความน่าสนใจและสามารถจับประเด็นที่จะสื่อได้ง่าย
ข้อแนะนำเพื่อปรับปรุงหรือพัฒนารายการนี้	<ul style="list-style-type: none"> - ปรับเรื่องการสื่อความหมายให้ชัดเจน - หากรายการมีความยาวมากจนเกินไปอาจทำให้มีความเบื่อในการรับชม ยกเว้นกรณีที่มีเนื้อหาที่น่าสนใจ และน่าติดตาม - ปรับภาพให้ทันสมัยจะได้มีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น - ปรับภาพให้ทันสมัยจะได้มีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น

7.5.5 โครงการจัดทำรายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมให้คนพิการรู้จักสิทธิและใช้ประโยชน์จากกิจการโทรทัศน์ได้อย่างรู้เท่าทัน

มีผู้ตอบแบบประเมิน จำนวน 4 ราย ประกอบด้วยข้อมูล ดังนี้

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบประเมิน

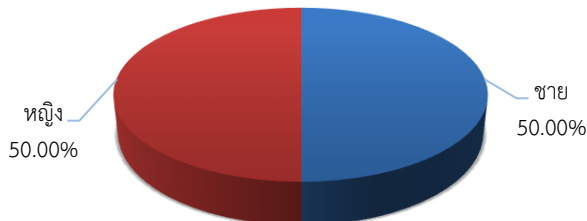
ตารางที่ 7.235 จำนวนและร้อยละของรายการ



ชื่อรายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โครงการจัดทำรายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมให้คนพิการรู้จักสิทธิและใช้ประโยชน์จากกิจการโทรทัศน์ได้อย่างรู้เท่าทัน	4	100.00
รวม	4	100.00

จากตารางที่ 7.235 ผู้ตอบแบบประเมินได้รับชมรายการ “โครงการจัดทำรายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมให้คนพิการรู้จักสิทธิและใช้ประโยชน์จากกิจการโทรทัศน์ได้อย่างรู้เท่าทัน” จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00

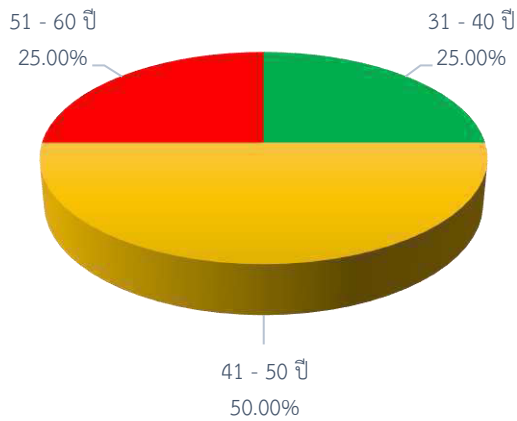
ตารางที่ 7.236 จำนวนและร้อยละของเพศ



เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	2	50.00
หญิง	2	50.00
รวม	4	100.00

จากตารางที่ 7.236 ผู้ตอบแบบประเมินเป็นเพศชาย จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 และเพศหญิง จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 ตามลำดับ

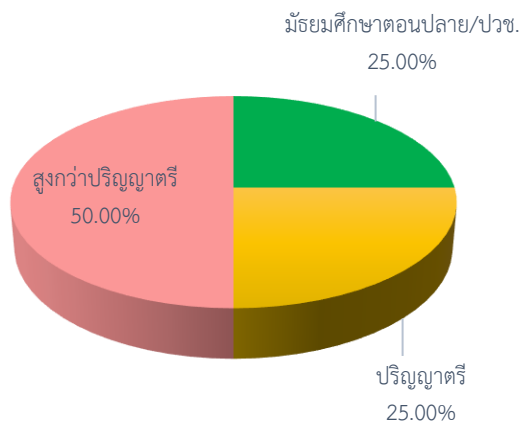
ตารางที่ 7.237 จำนวนและร้อยละของอายุ



อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	0	0.00
21 - 30 ปี	0	0.00
31 - 40 ปี	1	25.00
41 - 50 ปี	2	50.00
51 - 60 ปี	1	25.00
61 ปีขึ้นไป	0	0.00
รวม	4	100.00

จากตารางที่ 7.237 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่มีอายุ 41 - 50 ปี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมาคือ อายุ 31 - 40 ปี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 และอายุ 51 - 60 ปี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 ตามลำดับ

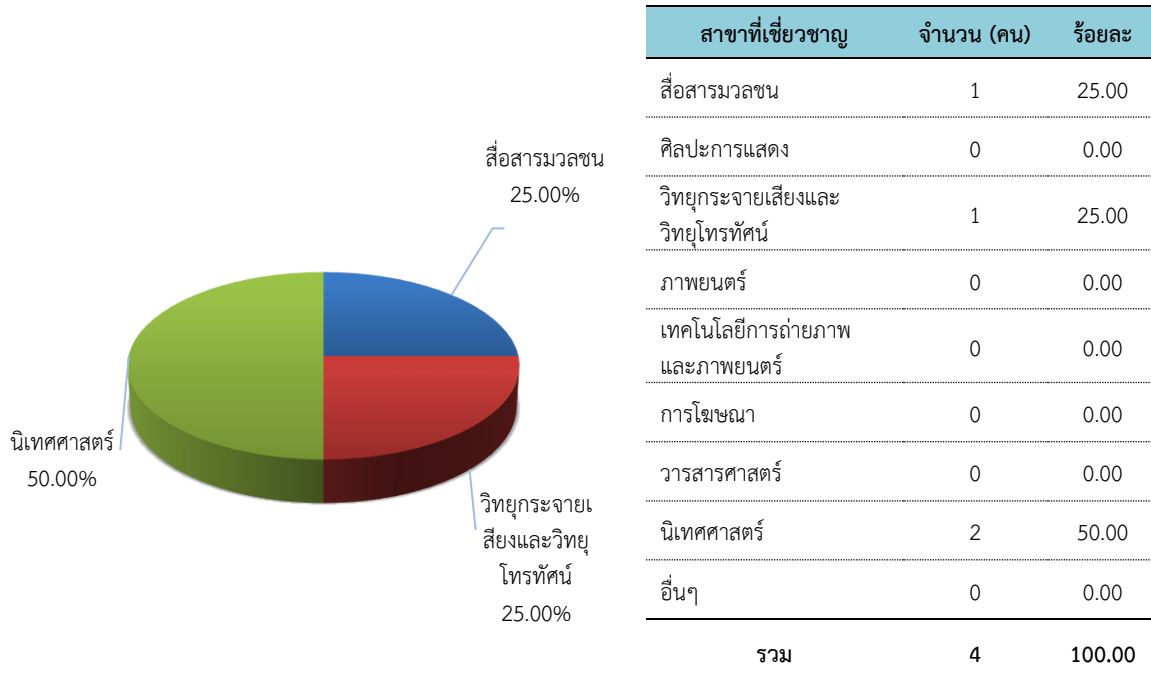
ตารางที่ 7.238 จำนวนและร้อยละของการศึกษา



การศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	0	0.00
มัธยมศึกษาตอนต้น	0	0.00
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช.	1	25.00
ปวส./อนุปริญญา	0	0.00
ปริญญาตรี	1	25.00
สูงกว่าปริญญาตรี	2	50.00
รวม	4	100.00

จากตารางที่ 7.238 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมาคือ ระดับปริญญาตรี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 และระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 7.239 จำนวนและร้อยละของสาขาที่เชี่ยวชาญ



จากตารางที่ 7.239 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่มีความเชี่ยวชาญในสาขานิเทศศาสตร์ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 สาขาสื่อสารมวลชน และสาขาวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ จำนวน 1 คน เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 25.00 ทั้งนี้ ผู้ตอบแบบประเมินประกอบอาชีพเจ้าหน้าที่รัฐวิสาหกิจ (นักวิชาการ) อาชีพพนักงานมหาวิทยาลัย (นักวิจัย) และอาชีพอาจารย์ (อาจารย์ประจำคณะนิเทศศาสตร์)

ตารางที่ 7.240 จำนวนและร้อยละของจังหวัดที่ท่านอาศัยอยู่ในปัจจุบัน

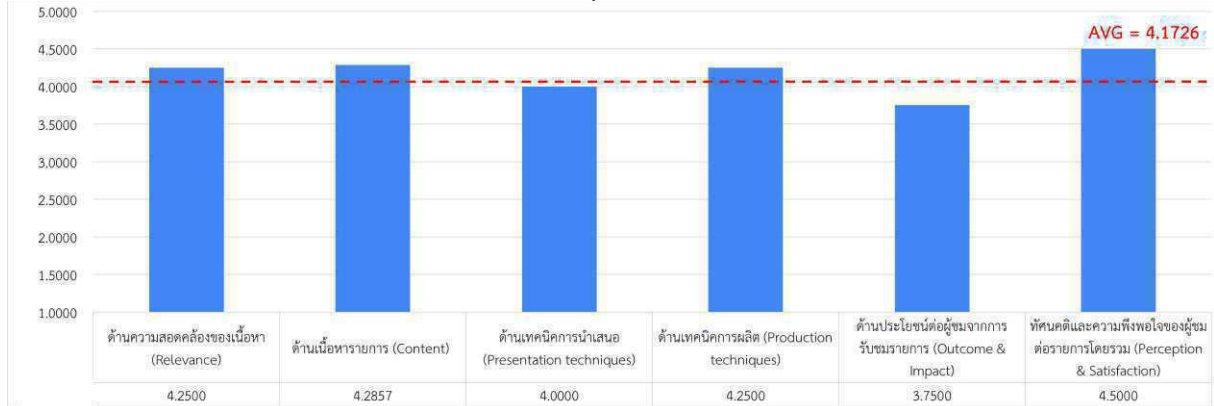


จากตารางที่ 7.240 ผู้ตอบแบบประเมินทั้งหมดอาศัยอยู่ในกรุงเทพฯ และปริมณฑล จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00

สรุปผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ

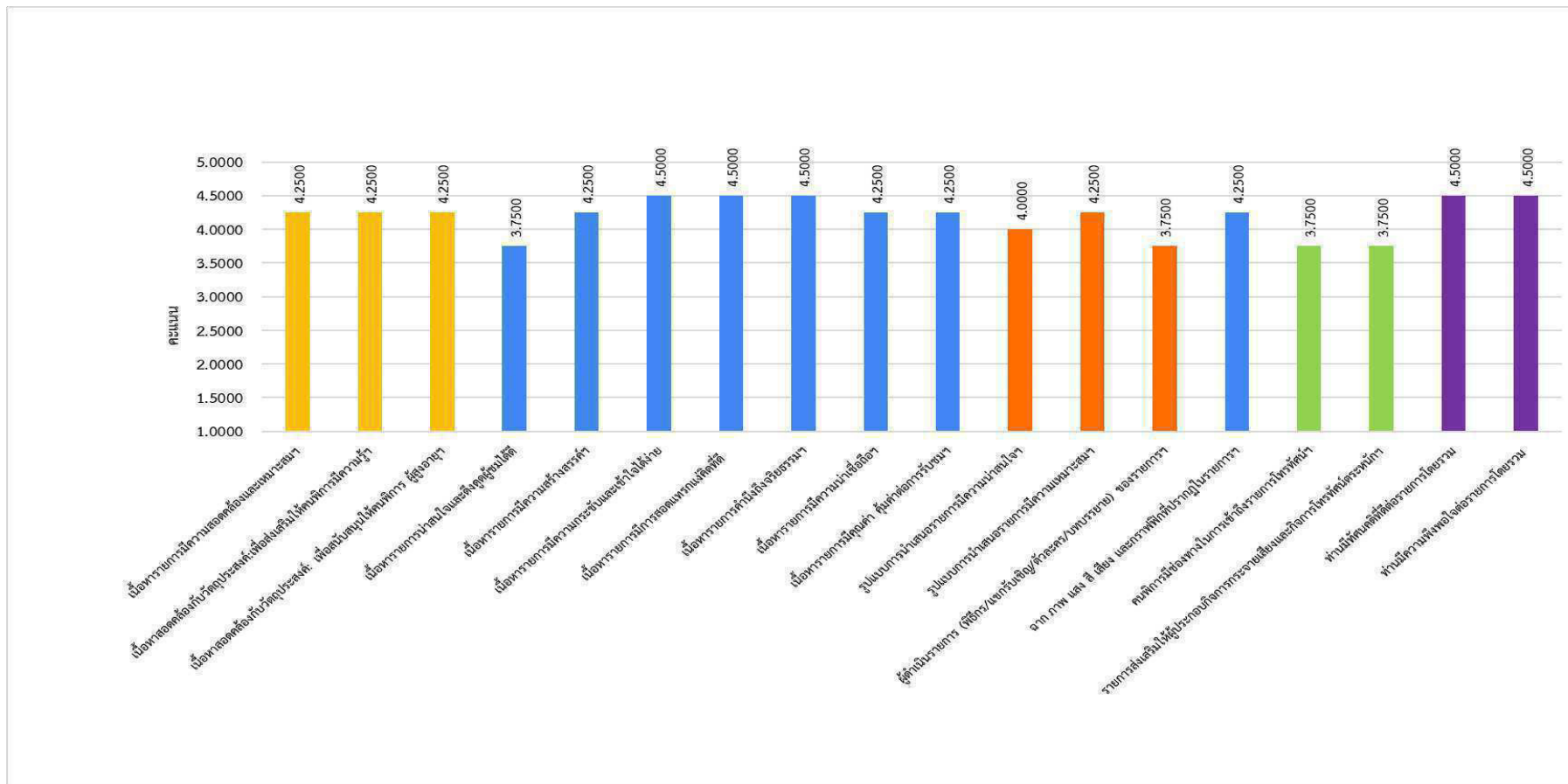
จากการตอบแบบประเมินโดยกลุ่มผู้เชี่ยวชาญและนักวิชาการที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหารายการ จำนวน 4 ราย มีระดับคะแนนการประเมินคุณภาพรายการทีวีในด้านต่างๆ โดยเฉลี่ย ที่ระดับ 4.1726 โดยมีระดับคะแนนการประเมินคุณภาพรายการทีวีในแต่ละด้าน ดังนี้

แผนภาพที่ 7.166 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ



จากแผนภาพที่ 7.166 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction) มีระดับความเชื่อมั่นสูงสุด ที่ระดับมากที่สุด สำหรับด้านที่เหลือ มีระดับความเชื่อมั่นเท่ากัน ที่ระดับมาก ทั้งนี้ ด้านทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction) มีระดับคะแนนสูงสุด ที่ระดับ 4.5000 รองลงมาคือ ด้านเนื้อหาของรายการ (Content) ที่ระดับ 4.2857 ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance) และด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques) มีระดับคะแนนเท่ากัน ที่ระดับ 4.2500 ด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques) ที่ระดับ 4.0000 และด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact) ที่ระดับ 3.7500 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 7.167 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมรายการสำหรับคนพิการ



จากแผนภาพที่ 7.167 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีรายการสำหรับ
คนพิการ ในแต่ละด้าน ดังนี้

ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance)

ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านความสอดคล้องของ
เนื้อหา (Relevance) อยู่ในระดับมาก โดยทุกประเด็น มีระดับคะแนนเท่ากัน ที่ระดับ 4.2500

ด้านเนื้อหาของรายการ (Content)

ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเนื้อหาของรายการ
(Content) อยู่ในระดับมาก โดยประเด็นเนื้อหาของรายการมีความกระชับและเข้าใจได้ง่าย ประเด็นเนื้อหา
รายการมีการสอดแทรกแง่คิดที่ดี และประเด็นเนื้อหาของรายการคำนึงถึงจริยธรรม เคารพสิทธิส่วนบุคคลและ
ศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ มีระดับคะแนนสูงสุดเท่ากัน ที่ระดับ 4.5000 รองลงมาคือ ประเด็นเนื้อหาของรายการมี
ความสร้างสรรค์และสร้างความจรรโลงใจให้กับผู้ชม ประเด็นเนื้อหาของรายการมีความน่าเชื่อถือ ถูกต้องและ
สอดคล้องกับข้อเท็จจริง และประเด็นเนื้อหาของรายการมีคุณค่า คุ่มค่าต่อการรับชม และมีประโยชน์ต่อกลุ่ม
ผู้พิการและประชาชนทั่วไป มีระดับคะแนนเท่ากัน ที่ระดับ 4.2500 และประเด็นเนื้อหาของรายการน่าสนใจและ
ดึงดูดผู้ชมได้ดีที่ระดับ 3.7500 ตามลำดับ

ด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques)

ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิค
การนำเสนอ (Presentation techniques) อยู่ในระดับมาก โดยประเด็นรูปแบบการนำเสนอ
รายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นกลุ่มผู้พิการและประชาชนทั่วไป มีระดับ
คะแนนสูงสุด ที่ระดับ 4.2500 รองลงมาคือ ประเด็นรูปแบบการนำเสนอรายการมีความน่าสนใจ
และดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง ที่ระดับ 4.0000 และประเด็นผู้ดำเนินรายการ (พิธีกร/
แขกรับเชิญ/ตัวละคร/บทบรรยาย) ของรายการนี้ มีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี ที่ระดับ 3.7500
ตามลำดับ

ด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques)

ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการผลิต
(Production techniques) อยู่ในระดับมาก จากประเด็นฉาก ภาพ แสง สี เสียงและกราฟฟิกที่ปรากฏ
ในรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง ที่ระดับ 4.2500

ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact)

ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจาก
การรับชมรายการ (Outcome & Impact) อยู่ในระดับมาก โดยคนพิการมีช่องทางในการเข้าถึงรายการ
โทรทัศน์เพื่อให้คนพิการสามารถรับรู้และใช้ประโยชน์จากรายการได้, คนพิการมีความตื่นตัวเข้มแข็ง
รู้จักปกป้องตนเองสามารถเข้าถึงและใช้สื่ออย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์แก่ตนเอง ผ่านกระบวนการ
รู้เท่าทันสื่อและการรณรงค์ทางสังคม, ประชาชนมีรายการโทรทัศน์ที่จัดให้มีบริการล่ามภาษามือเต็มจอ
(Sign Language)เสียงบรรยายภาพ (Audio Description) และคำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption)
ที่เหมาะสมและสอดคล้องกับความพิการและความต้องการของคนพิการประเภทนั้น, คนพิการและบุคคลทั่วไป
สามารถเข้าถึงรายการโทรทัศน์ เพื่อส่งเสริมการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้อย่างเท่าเทียมและทั่วถึง และประเด็น
รายการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ตระหนักและให้ความสำคัญกับการจัดให้
มีบริการสำหรับคนพิการในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร มีระดับคะแนนเท่ากัน ที่ระดับ 3.7500

ด้านทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction)

ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction) อยู่ในระดับมากที่สุด โดยประเด็นท่านมีทัศนคติที่ดีต่อรายการโดยรวม และประเด็นท่านมีความพึงพอใจต่อรายการโดยรวม มีระดับคะแนนเท่ากันที่ระดับ 4.5000

ตารางที่ 7.241 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ

ประเด็นความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
1. ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance)	4.2500	0.0000	พึงพอใจมาก
1.1 เนื้อหารายการมีความสอดคล้องและเหมาะสมกับกลุ่มผู้พิการและประชาชนทั่วไป	4.2500	0.5000	พึงพอใจมาก
1.2 เนื้อหารายการมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์: เพื่อส่งเสริมให้คนพิการมีความรู้ความเข้าใจในสิทธิและประโยชน์ในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร รวมถึงการใช้ประโยชน์จากกิจการโทรทัศน์ได้อย่างเท่าเทียมกับบุคคลทั่วไป และตระหนักในสิทธิของตนเอง	4.2500	0.5000	พึงพอใจมาก
1.3 เนื้อหารายการมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์: เพื่อส่งเสริมให้คนพิการ ผู้สูงอายุ และผู้ด้อยโอกาส สามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารผ่านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ได้อย่างเสมอภาคกับบุคคลทั่วไป	4.2500	0.5000	พึงพอใจมาก
2. ด้านเนื้อหารายการ (Content)	4.2857	0.2673	พึงพอใจมาก
2.1 เนื้อหารายการน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี	3.7500	0.5000	พึงพอใจมาก
2.2 เนื้อหารายการมีความสร้างสรรค์และสร้างความจรรโลงใจให้กับผู้ชม	4.2500	0.9574	พึงพอใจมาก
2.3 เนื้อหารายการมีความกระชับและเข้าใจได้ง่าย	4.5000	0.5774	พึงพอใจมากที่สุด
2.4 เนื้อหารายการมีการสอดแทรกแง่คิดที่ดี	4.5000	0.5774	พึงพอใจมากที่สุด
2.5 เนื้อหารายการคำนึงถึงจริยธรรม เคารพสิทธิส่วนบุคคลและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์	4.5000	0.5774	พึงพอใจมากที่สุด
2.6 เนื้อหารายการมีความน่าเชื่อถือ ถูกต้องและสอดคล้องกับข้อเท็จจริง	4.2500	0.9574	พึงพอใจมาก
2.7 เนื้อหารายการมีคุณค่า คุ่มค่าต่อการรับชม และมีประโยชน์ต่อกลุ่มผู้พิการและประชาชนทั่วไป	4.2500	0.9574	พึงพอใจมาก
3. ด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques)	4.0000	0.2500	พึงพอใจมาก
3.1 รูปแบบการนำเสนอรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง	4.0000	0.0000	พึงพอใจมาก
3.2 รูปแบบการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นกลุ่มผู้พิการและประชาชนทั่วไป	4.2500	0.5000	พึงพอใจมาก
3.3 ผู้ดำเนินรายการ (พิธีกร/แขกรับเชิญ/ตัวละคร/บทรบราย) ของรายการนี้ มีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี	3.7500	0.5000	พึงพอใจมาก
4. ด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques)	4.2500	0.5000	พึงพอใจมาก
4.1 ฉาก ภาพ แสง สี เสียง และกราฟฟิกที่ปรากฏในรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง	4.2500	0.5000	พึงพอใจมาก
5. ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact)	3.7500	0.0000	พึงพอใจมาก
5.1 คนพิการมีช่องทางในการเข้าถึงรายการโทรทัศน์ เพื่อให้คนพิการสามารถรับรู้และใช้ประโยชน์จากรายการได้, คนพิการมีความตื่นตัวเข้มแข็ง รู้จักปกป้องตนเอง สามารถเข้าถึงและใช้สื่ออย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์แก่ตนเอง ผ่านกระบวนการรู้เท่าทันสื่อและการณรงค์ทางสังคม, ประชาชนมีรายการโทรทัศน์ที่จัดให้มีบริการล่ามภาษามือเต็มจอ (Sign Language) เสียงบรรยายภาพ(Audio Description) และคำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption) ที่เหมาะสมและสอดคล้องกับความพิการและความต้องการของคนพิการประเภทนั้น, คนพิการและบุคคลทั่วไปสามารถเข้าถึงรายการโทรทัศน์ เพื่อส่งเสริมการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้อย่างเท่าเทียมและทั่วถึง	3.7500	0.9574	พึงพอใจมาก

ประเด็นความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
5.2 รายการส่งเสริมให้ผู้ประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ตระหนักและให้ความสำคัญกับการจัดให้มีบริการสำหรับคนพิการในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร	3.7500	1.2583	พึงพอใจมาก
6. ทศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction)	4.5000	0.0000	พึงพอใจมากที่สุด
6.1 ท่านมีทัศนคติที่ดีต่อรายการโดยรวม	4.5000	0.5774	พึงพอใจมากที่สุด
6.2 ท่านมีความพึงพอใจต่อรายการโดยรวม	4.5000	0.5774	พึงพอใจมากที่สุด
ภาพรวม	4.1726	0.2057	พึงพอใจมาก

สรุปข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

ผู้ตอบแบบประเมินได้ให้ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ สามารถสรุปรายละเอียดตามตารางที่ 7.242 ดังนี้

ตารางที่ 7.242 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

	ด้านเนื้อหารายการ
จุดเด่นของรายการนี้	<ul style="list-style-type: none"> - เนื้อหาที่น่าสนใจ - เข้าใจง่าย - เนื้อหารายการดี - โดยรวมจะเป็นรายการที่น่าเสนออย่างเหมาะสม
ข้อแนะนำเพื่อปรับปรุงหรือพัฒนารายการนี้	<ul style="list-style-type: none"> - เวลาในการนำเสนอควรมีความกระชับผู้ชมจะไม่เบื่อในการรับชม - ควรบริหารจัดการปัจจัยการผลิตและกระบวนการผลิตรายการ - ควรพัฒนารูปแบบ เทคนิค และการเล่าเรื่อง - ควรโฟกัสที่กลุ่มเป้าหมายและกลุ่มผู้ชม - เนื้อหาค่อนข้างดีแต่ควรกระชับระยะเวลาให้สั้นมากกว่านี้ - อยากให้เพิ่มคำบรรยายใต้ภาพ ประกอบการนำเสนอของรายการ

บทที่ 8

รายงานผลการติดตามประเมินผลฯ ผลการจัดทำ Online survey / Social listening และข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย ปี 2562

8.1 สรุปผลการกำหนดค่าใช้จ่าย ค่าตอบแทนบุคลากร ค่าใช้จ่ายในการผลิตแต่ละประเภทรายการ

8.1.1 โครงการส่งเสริมการผลิตและออกอากาศรายการโทรทัศน์ระบบดิจิทัล รายการสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว

1. รายการ Tamacot



การบริหารจัดการงบประมาณ : ข้อมูลค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการและค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ (Unit cost) เพื่อให้กองทุนใช้เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาความเหมาะสมของงบประมาณโครงการผลิตรายการ

- งบประมาณโครงการที่ได้รับอนุมัติ : 5,483,750.00 บาท
- งบประมาณโครงการที่เบิกจ่ายจริง : 5,483,750.00 บาท
 - ค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการ : 2,900,000.00 บาท
 - ค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ/ค่าเช่าเวลาออกอากาศรายการ : 1,200,000.00 บาท
 - ค่าจัดทำคำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption) และเสียงบรรยายภาพ (Audio Description) : 120,000.00 บาท
- งบประมาณคงเหลือ : 0.00 บาท

ตารางที่ 8.1 งบประมาณที่ได้รับอนุมัติ และการเบิกจ่ายจริงของรายการ Tamacot

รายการ	งบประมาณที่ได้รับอนุมัติ [1]			การเบิกจ่ายจริง [2]			คงเหลือ [1]-[2]
	จำนวน หน่วย	ราคาต่อ หน่วย	จำนวนเงิน	จำนวน หน่วย	ราคาต่อ หน่วย	จำนวนเงิน	
1. ค่าตอบแทนบุคลากร (3 คนๆ ละ 12 เดือน)	40	14,750.00	590,000.00	40	14,750.00	590,000.00	0.00
2. ค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการ	40	80,000.00	3,200,000.00	40	72,500.00	2,900,000.00	300,000.00
3. ค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ	40	30,000.00	1,200,000.00	40	30,000.00	1,200,000.00	0.00
4. ค่าจัดทำ CC และ AD	40	3,000.00	120,000.00	40	3,000.00	120,000.00	0.00
5. ค่าใช้จ่ายอื่นๆ เช่น ค่าวัสดุ / ค่าจัดทำรายงาน / ค่าจัดทำบัญชี / ค่าประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์	40	375.00	15,000.00	40	7,875.00	315,000.00*	- 300,000.00
รวมค่าใช้จ่ายทั้งหมด	40	128,125.00	5,125,000.00	40	128,125.00	5,125,000.00	0.00
ภาษีมูลค่าเพิ่ม (Vat 7%)	40	8,968.75	358,750.00	40	8,968.75	358,750.00	0.00
รวมทั้งสิ้น	40	137,093.75	5,483,750.00	40	137,093.75	5,483,750.00	0.00

หมายเหตุ: ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้รับทุนโครงการรายการ "Tamacot"

* ค่าโฆษณาออนไลน์ (Youtube และ Facebook) 7,500 บาทต่อตอน (40 ตอน) หรือ 300,000 บาท

2. รายการ จ๊อบคิตส์พิชิตฝัน



การบริหารจัดการงบประมาณ : ข้อมูลค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการและค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ (Unit cost) เพื่อให้กองทุนใช้เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาความเหมาะสมของงบประมาณโครงการผลิตรายการ

- งบประมาณโครงการที่ได้รับอนุมัติ : 6,483,130.00 บาท
- งบประมาณโครงการที่เบิกจ่ายจริง : 6,483,130.00 บาท
 - ค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการ : 3,360,000.00 บาท
 - ค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ/ค่าเช่าเวลาออกอากาศรายการ : 1,920,000.00 บาท
 - ค่าจัดทำคำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption) และเสียงบรรยายภาพ (Audio Description) : 144,000.00บาท
- งบประมาณคงเหลือ : 0.00 บาท

ตารางที่ 8.2 งบประมาณที่ได้รับอนุมัติ และการเบิกจ่ายจริงของรายการจ๊อบคิตส์พิชิตฝัน

รายการ	งบประมาณที่ได้รับอนุมัติ [1]			การเบิกจ่ายจริง [2]			คงเหลือ [1]-[2]
	จำนวนหน่วย	ราคาต่อหน่วย	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	ราคาต่อหน่วย	จำนวนเงิน	
1. ค่าตอบแทนบุคลากร (3 คนๆ ละ 12 เดือน)	48	12,291.67	590,000.00	48	12,291.67	590,000.00	0.00

รายการ	งบประมาณที่ได้รับอนุมัติ [1]			การเบิกจ่ายจริง [2]			คงเหลือ [1]-[2]
	จำนวน หน่วย	ราคาต่อ หน่วย	จำนวนเงิน	จำนวน หน่วย	ราคาต่อ หน่วย	จำนวนเงิน	
2. ค่าใช้จ่าย ในการผลิต รายการ	48	70,000.00	3,360,000.0 0	48	70,000.00	3,360,000.00	0.00
3. ค่าใช้จ่าย ในการ ออกอากาศ	48	40,000.00	1,920,000.0 0	48	40,000.00	1,920,000.00	0.00
4. ค่าจัดทำ CC และ AD	48	3,000.00	144,000.00	48	3,000.00	144,000.00	0.00
5. ค่าใช้จ่าย อื่นๆ เช่น ค่าวัสดุ / ค่า จัดทำรายงาน / ค่าจัดทำ บัญชี / ค่า ประชาสัมพันธ์ ์ผ่านสื่อ ออนไลน์	48	937.50	45,000.00	48	937.50	45,000.00	0.00
รวมค่าใช้จ่าย ทั้งหมด	48	126,229.17	6,059,000.00	48	126,229.17	6,059,000.00	0.00
ภาษีมูลค่าเพิ่ม (Vat 7%)	48	8,836.04	424,130.00	48	8,836.04	424,130.00	0.00
รวมทั้งสิ้น	48	135,065.2 0	6,483,130.0 0	48	135,065.2 0	6,483,130.00	0.00

หมายเหตุ: ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้รับทุนโครงการรายการ "จ๊อบคิดส์พิชิตฝัน"

3. รายการ Kids Zone



การบริหารจัดการงบประมาณ : ข้อมูลค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการและค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ (Unit cost) เพื่อให้กองทุนใช้เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาความเหมาะสมของงบประมาณโครงการผลิตรายการ

- งบประมาณโครงการที่ได้รับอนุมัติ : 6,851,210.00 บาท
- งบประมาณโครงการที่เบิกจ่ายจริง : 6,851,210.00 บาท
 - ค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการ : 3,920,000.00 บาท
 - ค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ/ค่าเช่าเวลาออกอากาศรายการ : 1,680,000.00 บาท
 - ค่าจัดทำคำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption) และเสียงบรรยายภาพ (Audio Description) : 168,000.00 บาท
- งบประมาณคงเหลือ : 0.00 บาท

ตารางที่ 8.3 งบประมาณที่ได้รับอนุมัติ และการเบิกจ่ายจริงของรายการ Kids Zone

รายการ	งบประมาณที่ได้รับอนุมัติ [1]			การเบิกจ่ายจริง [2]			คงเหลือ [1]-[2]
	จำนวน หน่วย	ราคาต่อ หน่วย	จำนวนเงิน	จำนวน หน่วย	ราคาต่อ หน่วย	จำนวนเงิน	
1. ค่าตอบแทนบุคลากร (3 คนๆ ละ 12 เดือน)	28	21,071.43	590,000.00	28	21,071.43	590,000.00	0.00

รายการ	งบประมาณที่ได้รับอนุมัติ [1]			การเบิกจ่ายจริง [2]			คงเหลือ [1]-[2]
	จำนวน หน่วย	ราคาต่อ หน่วย	จำนวนเงิน	จำนวน หน่วย	ราคาต่อ หน่วย	จำนวนเงิน	
2. ค่าใช้จ่าย ในการผลิต รายการ	28	140,000.00	3,920,000.00	28	140,000.00	3,920,000.00	0.00
3. ค่าใช้จ่าย ในการ ออกอากาศ	28	60,000.00	1,680,000.00	28	60,000.00	1,680,000.00	0.00
4. ค่าจัดทำ CC และ AD	28	6,000.00	168,000.00	28	6,000.00	168,000.00	0.00
5. ค่าใช้จ่าย อื่นๆ เช่น ค่าวัสดุ / ค่า จัดทำรายงาน / ค่าจัดทำ บัญชี / ค่า ประชาสัมพันธ์ ์ผ่านสื่อ ออนไลน์	28	1,607.14	45,000.00	28	1,607.14	45,000.00	0.00
รวมค่าใช้จ่าย ทั้งหมด	28	228,678.57	6,403,000.00	28	228,678.57	6,403,000.00	0.00
ภาษีมูลค่าเพิ่ม (Vat 7%)	28	16,007.50	448,210.00	28	16,007.50	448,210.00	0.00
รวมทั้งสิ้น	28	244,686.07	6,851,210.00	28	244,686.07	6,851,210.00	0.00

หมายเหตุ: ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้รับทุนโครงการรายการ "Kids Zone"

4. รายการ ปริตนาร่างกาย



การบริหารจัดการงบประมาณ : ข้อมูลค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการและค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ (Unit cost) เพื่อให้กองทุนใช้เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาความเหมาะสมของงบประมาณโครงการผลิตรายการ

- งบประมาณโครงการที่ได้รับอนุมัติ : 6,763,470.00 บาท
- งบประมาณโครงการที่เบิกจ่ายจริง : 6,763,470.00 บาท
 - ค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการ : 3,500,000.00 บาท
 - ค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ/ค่าเช่าเวลาออกอากาศรายการ : 2,000,000.00 บาท
 - ค่าจัดทำคำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption) และเสียงบรรยายภาพ (Audio Description) : 150,000.00 บาท
- งบประมาณคงเหลือ : 0.00 บาท

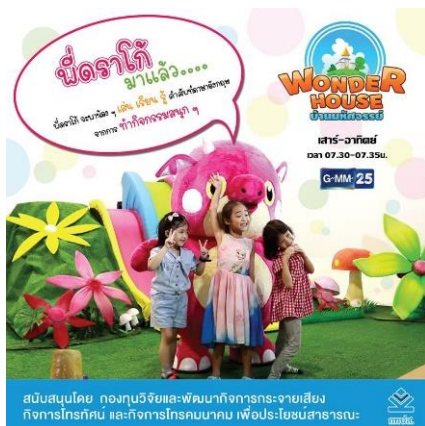
ตารางที่ 8.4 งบประมาณที่ได้รับอนุมัติ และการเบิกจ่ายจริงของรายการ ปริตนาร่างกาย

รายการ	งบประมาณที่ได้รับอนุมัติ [1]			การเบิกจ่ายจริง [2]			คงเหลือ [1]-[2]
	จำนวนหน่วย	ราคาต่อหน่วย	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	ราคาต่อหน่วย	จำนวนเงิน	
1. ค่าตอบแทนบุคลากร (3 คนๆ ละ 12 เดือน)	50	11,800.00	590,000.00	50	11,800.00	590,000.00	0.00
2. ค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการ	50	70,000.00	3,500,000.00	50	70,000.00	3,500,000.00	0.00

รายการ	งบประมาณที่ได้รับอนุมัติ [1]			การเบิกจ่ายจริง [2]			คงเหลือ [1]-[2]
	จำนวน หน่วย	ราคาต่อ หน่วย	จำนวนเงิน	จำนวน หน่วย	ราคาต่อ หน่วย	จำนวนเงิน	
3. ค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ	50	40,000.00	2,000,000.00	50	40,000.00	2,000,000.00	0.00
4. ค่าจัดทำ CC และ AD	50	3,000.00	150,000.00	50	3,000.00	150,000.00	0.00
5. ค่าใช้จ่ายอื่นๆ เช่น ค่าวัสดุ / ค่าจัดทำรายงาน / ค่าจัดทำบัญชี / ค่าประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์	50	1,620.00	81,000.00	50	1,620.00	81,000.00	0.00
รวมค่าใช้จ่ายทั้งหมด	50	126,420.00	6,321,000.00	50	126,420.00	6,321,000.00	0.00
ภาษีมูลค่าเพิ่ม (Vat 7%)	50	8,849.40	442,470.00	50	8,849.40	442,470.00	0.00
รวมทั้งสิ้น	50	135,269.40	6,763,470.00	50	135,269.40	6,763,470.00	0.00

หมายเหตุ: ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้รับทุนโครงการรายการ "ปริศนาร่างกาย"

5. รายการ บ้านมหัศจรรย์ (Wonder House)



การบริหารจัดการงบประมาณ : ข้อมูลค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการและค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ (Unit cost) เพื่อให้กองทุนใช้เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาความเหมาะสมของงบประมาณโครงการผลิตรายการ

- งบประมาณโครงการที่ได้รับอนุมัติ : 4,212,590.00 บาท
- งบประมาณโครงการที่เบิกจ่ายจริง : 4,143,939.87 บาท
 - ค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการ : 2,175,841.00 บาท
 - ค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ/ค่าเช่าเวลาออกอากาศรายการ : 960,000.00 บาท
 - ค่าจัดทำคำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption) และเสียงบรรยายภาพ (Audio Description) : 96,000.00 บาท
- งบประมาณคงเหลือ : 68,650.13 บาท

ตารางที่ 8.5 งบประมาณที่ได้รับอนุมัติ และการเบิกจ่ายจริงของรายการ บ้านมหัศจรรย์ (Wonder House)

รายการ	งบประมาณที่ได้รับอนุมัติ [1]			การเบิกจ่ายจริง [2]			คงเหลือ [1]-[2]
	จำนวนหน่วย	ราคาต่อหน่วย	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	ราคาต่อหน่วย	จำนวนเงิน	
1. ค่าตอบแทนบุคลากร (3 คนๆ ละ 12 เดือน)	32	18,437.50	590,000.00	32	18,437.50	590,000.00	0.00

รายการ	งบประมาณที่ได้รับอนุมัติ [1]			การเบิกจ่ายจริง [2]			คงเหลือ [1]-[2]
	จำนวน หน่วย	ราคาต่อหน่วย	จำนวนเงิน	จำนวน หน่วย	ราคาต่อ หน่วย	จำนวนเงิน	
2. ค่าใช้จ่าย ในการผลิต รายการ	32	70,000.00	2,240,000.00	32	67,995.03	2,175,841.00	64,159.00
3. ค่าใช้จ่ายใน การออกอากาศ	32	30,000.00	960,000.00	32	30,000.00	960,000.00	0.00
4. ค่าจัดทำ CC และ AD	32	3,000.00	96,000.00	32	3,000.00	96,000.00	0.00
5. ค่าใช้จ่าย อื่นๆ เช่น ค่าวัสดุ / ค่า จัดทำรายงาน / ค่าจัดทำบัญชี / ค่า ประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อ ออนไลน์	32	1,593.75	51,000.00	32	1,593.75	51,000.00	0.00
รวมค่าใช้จ่าย ทั้งหมด	32	123,031.25	3,937,000.00	32	121,026.2 8	3,872,841.0 0	64,159.00
ภาษีมูลค่าเพิ่ม (Vat 7%)	32	8,612.19	275,590.00	32	8,471.84	271,098.87	4,491.13
รวมทั้งสิ้น	32	131,643.44	4,212,590.00	32	129,498.12	4,143,939.87	68,650.13

หมายเหตุ: ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้รับทุนโครงการรายการ "บ้านมหัศจรรย์"

6. รายการ ใจใส ใสใจ



การบริหารจัดการงบประมาณ : ข้อมูลค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการและค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ (Unit cost) เพื่อให้กองทุนใช้เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาความเหมาะสมของงบประมาณโครงการผลิตรายการ

- งบประมาณโครงการที่ได้รับอนุมัติ : 3,606,970.00 บาท
- งบประมาณโครงการที่เบิกจ่ายจริง : 3,628,409.85 บาท
 - ค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการ : 2,016,317.29 บาท
 - ค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ/ค่าเช่าเวลาออกอากาศรายการ : 500,000.00 บาท
 - ค่าจัดทำคำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption) และเสียงบรรยายภาพ (Audio Description) : 63,000.00 บาท
- งบประมาณคงเหลือ : -21,439.90 บาท

ตารางที่ 8.6 งบประมาณที่ได้รับอนุมัติ และการเบิกจ่ายจริงของรายการ ใจใส ใสใจ

รายการ	งบประมาณที่ได้รับอนุมัติ [1]			การเบิกจ่ายจริง [2]			คงเหลือ [1]-[2]
	จำนวนหน่วย	ราคาต่อหน่วย	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	ราคาต่อหน่วย	จำนวนเงิน	
1. ค่าตอบแทนบุคลากร (3 คนๆ ละ 12 เดือน)	50	11,800.00	590,000.00	50	11,800.00	590,000.00	0.00

รายการ	งบประมาณที่ได้รับอนุมัติ [1]			การเบิกจ่ายจริง [2]			คงเหลือ [1]-[2]
	จำนวน หน่วย	ราคาต่อ หน่วย	จำนวนเงิน	จำนวน หน่วย	ราคาต่อ หน่วย	จำนวนเงิน	
2. ค่าใช้จ่าย ในการผลิต รายการ	50	30,000.00	1,500,000.00	50	40,326.35	2,016,317.29	-516,317.29
3. ค่าใช้จ่าย ในการ ออกอากาศ	50	22,000.00	1,100,000.00	50	10,000.00	500,000.00	600,000.00
4. ค่าจัดทำ CC และ AD	50	2,000.00	100,000.00	50	1,260.00	63,000.00	37,000.00
5. ค่าใช้จ่าย อื่นๆ เช่น ค่าวัสดุ / ค่า จัดทำรายงาน / ค่าจัดทำ บัญชี / ค่า ประชาสัมพันธ์ ์ผ่านสื่อ ออนไลน์	50	1,620.00	81,000.00	50	4,434.40	221,720.00	-140,720.00
รวมค่าใช้จ่าย ทั้งหมด	50	67,420.00	3,371,000.00	50	67,820.74	3,391,037.29	-20,037.29
ภาษีมูลค่าเพิ่ม (Vat 7%)	50	4,719.40	235,970.00	50	4,747.45	237,372.61	-1,402.61
รวมทั้งสิ้น	50	72,139.40	3,606,970.00	50	72,568.20	3,628,409.90	-21,439.90

หมายเหตุ: ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้รับทุนโครงการรายการ "ใจใส ใสใจ"

7. รายการ คดีคดี ธรรมดี



การบริหารจัดการงบประมาณ : ข้อมูลค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการและค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ (Unit cost) เพื่อให้กองทุนใช้เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาความเหมาะสมของงบประมาณโครงการผลิตรายการ

- งบประมาณโครงการที่ได้รับอนุมัติ : 6,209,210.00 บาท
- งบประมาณโครงการที่เบิกจ่ายจริง : 6,219,910.00 บาท
 - ค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการ : 3,640,000.00 บาท
 - ค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ/ค่าเช่าเวลาออกอากาศรายการ : 1,300,000.00 บาท
 - ค่าจัดทำคำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption) และเสียงบรรยายภาพ (Audio Description) : 156,000.00 บาท
- งบประมาณคงเหลือ : -10,700.00 บาท

ตารางที่ 8.7 งบประมาณที่ได้รับอนุมัติ และการเบิกจ่ายจริงของรายการ คดีคดี ธรรมดี

รายการ	งบประมาณที่ได้รับอนุมัติ [1]			การเบิกจ่ายจริง [2]			คงเหลือ [1]-[2]
	จำนวนหน่วย	ราคาต่อหน่วย	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	ราคาต่อหน่วย	จำนวนเงิน	
1. ค่าตอบแทนบุคลากร (3 คนๆ ละ 12 เดือน)	26	22,692.31	590,000.00	26	22,692.31	590,000.00	0.00
2. ค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการ	26	140,000.00	3,640,000.00	26	140,000.00	3,640,000.00	0.00

รายการ	งบประมาณที่ได้รับอนุมัติ [1]			การเบิกจ่ายจริง [2]			คงเหลือ [1]-[2]
	จำนวน หน่วย	ราคาต่อ หน่วย	จำนวนเงิน	จำนวน หน่วย	ราคาต่อ หน่วย	จำนวนเงิน	
3. ค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ	26	50,000.00	1,300,000.00	26	50,000.00	1,300,000.00	0.00
4. ค่าจัดทำ CC และ AD	26	6,000.00	156,000.00	26	6,000.00	156,000.00	0.00
5. ค่าใช้จ่ายอื่นๆ เช่น ค่าวัสดุ / ค่าจัดทำรายงาน / ค่าจัดทำบัญชี / ค่าประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์	26	4,500.00	117,000.00	26	4,884.62	127,000.00	-10,000.00
รวมค่าใช้จ่ายทั้งหมด	26	223,192.31	5,803,000.00	26	223,576.92	5,813,000.00	-10,000.00
ภาษีมูลค่าเพิ่ม (Vat 7%)	26	15,623.46	406,210.00	26	15,650.38	406,910.00	-700.00
รวมทั้งสิ้น	26	238,815.77	6,209,210.00	26	239,227.31	6,219,910.00	-10,700.00

หมายเหตุ: ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้รับทุนโครงการรายการ "คิดส์ดี ธรรมดี"

8. รายการ Let's be a Doctor



การบริหารจัดการงบประมาณ : ข้อมูลค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการและค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ (Unit cost) เพื่อให้กองทุนใช้เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาความเหมาะสมของงบประมาณโครงการผลิตรายการ

- งบประมาณโครงการที่ได้รับอนุมัติ : 6,864,050.00 บาท
- งบประมาณโครงการที่เบิกจ่ายจริง : 6,860,840.00 บาท
 - ค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการ : 3,200,000.00 บาท
 - ค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ/ค่าเช่าเวลาออกอากาศรายการ : 2,400,000.00 บาท
 - ค่าจัดทำคำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption) และเสียงบรรยายภาพ (Audio Description) : 120,000.00 บาท
- งบประมาณคงเหลือ : 3,210.00 บาท

ตารางที่ 8.8 งบประมาณที่ได้รับอนุมัติ และการเบิกจ่ายจริงของรายการ Let's be a Doctor

รายการ	งบประมาณที่ได้รับอนุมัติ [1]			การเบิกจ่ายจริง [2]			คงเหลือ [1]-[2]
	จำนวน หน่วย	ราคาต่อ หน่วย	จำนวนเงิน	จำนวน หน่วย	ราคาต่อ หน่วย	จำนวนเงิน	
1. ค่าตอบแทนบุคลากร (3 คนๆ ละ 12 เดือน)	40	14,750.00	590,000.00	40	14,750.00	590,000.00	0.00
2. ค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการ	40	80,000.00	3,200,000.00	40	80,000.00	3,200,000.00	0.00

รายการ	งบประมาณที่ได้รับอนุมัติ [1]			การเบิกจ่ายจริง [2]			คงเหลือ [1]-[2]
	จำนวน หน่วย	ราคาต่อ หน่วย	จำนวนเงิน	จำนวน หน่วย	ราคาต่อ หน่วย	จำนวนเงิน	
3. ค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ	40	60,000.00	2,400,000.00	40	60,000.00	2,400,000.00	0.00
4. ค่าจัดทำ CC และ AD	40	3,000.00	120,000.00	40	3,000.00	120,000.00	0.00
5. ค่าใช้จ่ายอื่นๆ เช่น ค่าวัสดุ / ค่าจัดทำรายงาน / ค่าจัดทำบัญชี / ค่าประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์	40	2,625.00	105,000.00	40	2,550.00	102,000.00	3,000.00
รวมค่าใช้จ่ายทั้งหมด	40	160,375.00	6,415,000.00	40	160,300.00	6,412,000.00	3,000.00
ภาษีมูลค่าเพิ่ม (Vat 7%)	40	11,226.25	449,050.00	40	11,221.00	448,840.00	210.00
รวมทั้งสิ้น	40	171,601.25	6,864,050.00	40	171,521.00	6,860,840.00	3,210.00

หมายเหตุ: ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้รับทุนโครงการรายการ "Let's be a Doctor"

8.1.2 โครงการส่งเสริมการผลิตและออกอากาศเนื้อหารายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ

9. รายการ แก่งกระจานสู่มรดกโลก



การบริหารจัดการงบประมาณ : ข้อมูลค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการและค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ (Unit cost) เพื่อให้กองทุนใช้เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาความเหมาะสมของงบประมาณโครงการผลิตรายการ

- งบประมาณโครงการที่ได้รับอนุมัติ : 5,975,950.00 บาท
- งบประมาณโครงการที่เบิกจ่ายจริง : 5,990,294.42 บาท
 - ค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการ : 4,040,166.00 บาท
 - ค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ/ค่าเช่าเวลาออกอากาศรายการ : 640,000.00 บาท
 - ค่าจัดทำคำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption) และเสียงบรรยายภาพ (Audio Description) : 289,500.00 บาท
- งบประมาณคงเหลือ : -14,344.42 บาท

ตารางที่ 8.9 งบประมาณที่ได้รับอนุมัติ และการเบิกจ่ายจริงของรายการ แก่งกระจานสู่มรดกโลก

รายการ	งบประมาณที่ได้รับอนุมัติ [1]			การเบิกจ่ายจริง [2]			คงเหลือ [1]-[2]
	จำนวนหน่วย	ราคาต่อหน่วย	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	ราคาต่อหน่วย	จำนวนเงิน	
1. ค่าตอบแทนบุคลากร (3 คนๆ ละ 12 เดือน)	8	73,750.00	590,000.00	8	73,750.00	590,000.00	0.00

รายการ	งบประมาณที่ได้รับอนุมัติ [1]			การเบิกจ่ายจริง [2]			คงเหลือ [1]-[2]
	จำนวน หน่วย	ราคาต่อหน่วย	จำนวนเงิน	จำนวน หน่วย	ราคาต่อหน่วย	จำนวนเงิน	
2. ค่าใช้จ่าย ในการผลิต รายการ	8	527,500.00	4,220,000.00	8	505,020.75	4,040,166.00	179,834.00
3. ค่าใช้จ่าย ในการ ออกอากาศ	8	80,000.00	640,000.00	8	80,000.00	640,000.00	0.00
4. ค่าจัดทำ CC และ AD	8	6,000.00	48,000.00	8	36,187.50	289,500.00	- 241,500.00
5. ค่าใช้จ่าย อื่นๆ เช่น ค่าวัสดุ / ค่า จัดทำรายงาน / ค่าจัดทำ บัญชี / ค่า ประชาสัมพันธ์ ์ผ่านสื่อ ออนไลน์	8	10,875.00	87,000.00	8	4,842.50	38,740.00	48,260.00
รวมค่าใช้จ่าย ทั้งหมด	8	698,125.00	5,585,000.00	8	699,800.75	5,598,406.00	-13,406.00
ภาษีมูลค่าเพิ่ม (Vat 7%)	8	48,868.75	390,950.00	8	48,986.05	391,888.42	-938.42
รวมทั้งสิ้น	8	746,993.75	5,975,950.00	8	748,786.80	5,990,294.42	-14,344.42

หมายเหตุ: ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้รับทุนโครงการรายการ "แก่งกระจาน สู่มรดกโลก"

10. รายการ Thaitive



การบริหารจัดการงบประมาณ : ข้อมูลค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการและค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ (Unit cost) เพื่อให้กองทุนใช้เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาความเหมาะสมของงบประมาณโครงการผลิตรายการ

- งบประมาณโครงการที่ได้รับอนุมัติ : 5,975,950.00 บาท
- งบประมาณโครงการที่เบิกจ่ายจริง : 5,957,001.63 บาท
 - ค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการ : 3,606,291.24 บาท
 - ค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ/ค่าเช่าเวลาออกอากาศรายการ : 1,080,000.00 บาท
 - ค่าจัดทำคำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption) และเสียงบรรยายภาพ (Audio Description) : 240,000.00 บาท
- งบประมาณคงเหลือ : 18,948.37 บาท

ตารางที่ 8.10 งบประมาณที่ได้รับอนุมัติ และการเบิกจ่ายจริงของรายการ Thaitive

รายการ	งบประมาณที่ได้รับอนุมัติ [1]			การเบิกจ่ายจริง [2]			คงเหลือ [1]-[2]
	จำนวนหน่วย	ราคาต่อหน่วย	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	ราคาต่อหน่วย	จำนวนเงิน	
1. ค่าตอบแทนบุคลากร (3 คนๆ ละ 12 เดือน)	24	24,583.33	590,000.00	24	24,583.33	590,000.00	0.00
2. ค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการ	24	140,000.00	3,360,000.00	24	150,262.14	3,606,291.24	-246,291.24
3. ค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ	24	60,000.00	1,440,000.00	24	45,000.00	1,080,000.00	360,000.00

รายการ	งบประมาณที่ได้รับอนุมัติ [1]			การเบิกจ่ายจริง [2]			คงเหลือ [1]-[2]
	จำนวน หน่วย	ราคาต่อ หน่วย	จำนวนเงิน	จำนวน หน่วย	ราคาต่อ หน่วย	จำนวนเงิน	
4. ค่าจัดทำ CC และ AD	24	6,000.00	144,000.00	24	10,000.00	240,000.00	-96,000.00
5. ค่าใช้จ่ายอื่นๆ เช่น ค่าวัสดุ / ค่าจัดทำรายงาน / ค่าจัดทำบัญชี / ค่าประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์	24	2,125.00	51,000.00	24	2,125.00	51,000.00	0.00
รวมค่าใช้จ่ายทั้งหมด	24	232,708.33	5,585,000.00	24	231,970.47	5,567,291.24	17,708.76
ภาษีมูลค่าเพิ่ม (Vat 7%)	24	16,289.58	390,950.00	24	16,237.93	389,710.39	1,239.61
รวมทั้งสิ้น	24	248,997.92	5,975,950.00	24	248,208.40	5,957,001.63	18,948.37

หมายเหตุ: ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้รับทุนโครงการรายการ "Thaitive"

11. รายการ Go GREEN เปลี่ยนโลก



การบริหารจัดการงบประมาณ : ข้อมูลค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการและค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ (Unit cost) เพื่อให้กองทุนใช้เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาความเหมาะสมของงบประมาณโครงการผลิตรายการ

- งบประมาณโครงการที่ได้รับอนุมัติ : 6,046,570.00 บาท
- งบประมาณโครงการที่เบิกจ่ายจริง : 6,045,360.00 บาท
 - ค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการ : 3,360,000.00 บาท
 - ค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ/ค่าเช่าเวลาออกอากาศรายการ : 1,440,000.00 บาท
 - ค่าจัดทำคำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption) และเสียงบรรยายภาพ (Audio Description) : 144,000.00 บาท
- งบประมาณคงเหลือ : 1,210.00 บาท

ตารางที่ 8.11 งบประมาณที่ได้รับอนุมัติ และการเบิกจ่ายจริงของรายการ Go GREEN เปลี่ยนโลก

รายการ	งบประมาณที่ได้รับอนุมัติ [1]			การเบิกจ่ายจริง [2]			คงเหลือ [1]-[2]
	จำนวนหน่วย	ราคาต่อหน่วย	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	ราคาต่อหน่วย	จำนวนเงิน	
1. ค่าตอบแทนบุคลากร (3 คนๆ ละ 12 เดือน)	24	24,583.33	590,000.00	24	24,583.33	590,000.00	0.00
2. ค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการ	24	140,000.00	3,360,000.00	24	140,000.00	3,360,000.00	0.00

รายการ	งบประมาณที่ได้รับอนุมัติ [1]			การเบิกจ่ายจริง [2]			คงเหลือ [1]-[2]
	จำนวน หน่วย	ราคาต่อ หน่วย	จำนวนเงิน	จำนวน หน่วย	ราคาต่อ หน่วย	จำนวนเงิน	
3. ค่าใช้จ่าย ในการออก อากาศ	24	60,000.00	1,440,000.00	24	60,000.00	1,440,000.00	0.00
4. ค่าจัดทำ CC และ AD	24	6,000.00	144,000.00	24	6,000.00	144,000.00	0.00
5. ค่าใช้จ่าย อื่นๆ เช่น ค่าวัสดุ / ค่า จัดทำรายงาน / ค่าจัดทำ บัญชี / ค่า ประชาสัมพันธ์ ์ผ่านสื่อ ออนไลน์	24	4,875.00	117,000.00	24	4,827.88	115,869.16	1,130.84
รวมค่าใช้จ่าย ทั้งหมด	24	235,458.33	5,651,000.00	24	235,411.21	5,649,869.16	1,130.84
ภาษีมูลค่าเพิ่ม (Vat 7%)	24	16,482.08	395,570.00	24	16,478.79	395,490.84	79.16
รวมทั้งสิ้น	24	251,940.42	6,046,570.00	24	251,890.00	6,045,360.00	1,210.00

หมายเหตุ: ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้รับทุนโครงการรายการ "GO GREEN เปลี่ยนโลก"

12. รายการ ตามรอยลูกเสือ



การบริหารจัดการงบประมาณ : ข้อมูลค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการและค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ (Unit cost) เพื่อให้กองทุนใช้เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาความเหมาะสมของงบประมาณโครงการผลิตรายการ

- งบประมาณโครงการที่ได้รับอนุมัติ : 3,035,590.00 บาท
- งบประมาณโครงการที่เบิกจ่ายจริง : 3,035,590.00 บาท
 - ค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการ รวมถึงค่าจัดทำคำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption) และเสียงบรรยายภาพ (Audio Description) : 1,410,000.00 บาท
 - ค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ/ค่าเช่าเวลาออกอากาศรายการ : 960,000.00 บาท
- งบประมาณคงเหลือ : 0.00 บาท

ตารางที่ 8.12 งบประมาณที่ได้รับอนุมัติ และการเบิกจ่ายจริงของรายการ ตามรอยลูกเสือโลก

รายการ	งบประมาณที่ได้รับอนุมัติ [1]			การเบิกจ่ายจริง [2]			คงเหลือ [1]-[2]
	จำนวนหน่วย	ราคาต่อหน่วย	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	ราคาต่อหน่วย	จำนวนเงิน	
1. ค่าตอบแทนบุคลากร (3 คนๆ ละ 12 เดือน)	24	24,583.33	590,000.00	24	15,541.67	373,000.00	217,000.00
2. ค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการ	24	50,000.00	1,200,000.00	24	58,750.00	1,410,000.00	-210,000.00
3. ค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ	24	40,000.00	960,000.00	24	40,000.00	960,000.00	0.00

รายการ	งบประมาณที่ได้รับอนุมัติ [1]			การเบิกจ่ายจริง [2]			คงเหลือ [1]-[2]
	จำนวน หน่วย	ราคาต่อ หน่วย	จำนวนเงิน	จำนวน หน่วย	ราคาต่อ หน่วย	จำนวนเงิน	
4. ค่าจัดทำ CC และ AD	24	3,000.00	72,000.00	24	-	-	72,000.00
5. ค่าใช้จ่ายอื่นๆ เช่น ค่าวัสดุ / ค่าจัดทำรายงาน / ค่าจัดทำบัญชี / ค่าประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์	24	625.00	15,000.00	24	3,916.67	94,000.00	-79,000.00
รวมค่าใช้จ่ายทั้งหมด	24	118,208.33	2,837,000.00	24	118,208.33	2,837,000.00	0.00
ภาษีมูลค่าเพิ่ม (Vat 7%)	24	8,274.58	198,590.00	24	8,274.58	198,590.00	0.00
รวมทั้งสิ้น	24	126,482.92	3,035,590.00	24	126,482.92	3,035,590.00	0.00

หมายเหตุ: ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้รับทุนโครงการรายการ "โครงการตามรอยลูกเสื้กุลแก้ววัฒนธรรม นำพาความมั่นคง"

13. รายการ ประชาบดีคนดีได้ฝันฟ้า



การบริหารจัดการงบประมาณ : ข้อมูลค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการและค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ (Unit cost) เพื่อให้กองทุนใช้เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาความเหมาะสมของงบประมาณโครงการผลิตรายการ

- งบประมาณโครงการที่ได้รับอนุมัติ : 3,632,650.00 บาท
- งบประมาณโครงการที่เบิกจ่ายจริง : 3,632,814.97 บาท
 - ค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการ รวมถึงค่าจัดทำคำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption) และเสียงบรรยายภาพ (Audio Description) : 2,545,160.82 บาท
 - ค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ/ค่าเช่าเวลาออกอากาศรายการ : 240,000.00 บาท
- งบประมาณคงเหลือ : -164.97 บาท

ตารางที่ 8.13 งบประมาณที่ได้รับอนุมัติ และการเบิกจ่ายจริงของรายการ ประชาบดีคนดีได้ฝันฟ้า

รายการ	งบประมาณที่ได้รับอนุมัติ [1]			การเบิกจ่ายจริง [2]			คงเหลือ [1]-[2]
	จำนวนหน่วย	ราคาต่อหน่วย	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	ราคาต่อหน่วย	จำนวนเงิน	
1. ค่าตอบแทนบุคลากร (3 คนๆ ละ 12 เดือน)	16	36,875.00	590,000.00	16	36,875.00	590,000.00	0.00
2. ค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการ	16	125,000.00	2,000,000.00	16	159,072.55	2,545,160.82	-545,160.82
3. ค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ	16	40,000.00	640,000.00	16	15,000.00	240,000.00	400,000.00

รายการ	งบประมาณที่ได้รับอนุมัติ [1]			การเบิกจ่ายจริง [2]			คงเหลือ [1]-[2]
	จำนวน หน่วย	ราคาต่อ หน่วย	จำนวนเงิน	จำนวน หน่วย	ราคาต่อ หน่วย	จำนวนเงิน	
4. ค่าจัดทำ CC และ AD	16	3,000.00	48,000.00	16	0.00	0.00	48,000.00
5. ค่าใช้จ่าย อื่นๆ เช่น ค่าวัสดุ / ค่า จัดทำรายงาน / ค่าจัดทำบัญชี / ค่า ประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อออนไลน์	16	7,312.50	117,000.00	16	1,249.59	19,993.36	97,006.64
รวมค่าใช้จ่าย ทั้งหมด	16	212,187.50	3,395,000.00	16	212,197.14	3,395,154.18	-154.18
ภาษีมูลค่าเพิ่ม (Vat 7%)	16	14,853.13	237,650.00	16	14,853.80	237,660.79	-10.79
รวมทั้งสิ้น	16	227,040.63	3,632,650.00	16	227,050.94	3,632,814.97	-164.97

หมายเหตุ: ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้รับทุนโครงการรายการ "โครงการสื่อสร้างสรรค์รางวัลประชาธิปไตย :
รายการคนดีได้ฝันฟ้า"

14. รายการ ไทยสปิริต



การบริหารจัดการงบประมาณ : ข้อมูลค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการและค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ (Unit cost) เพื่อให้กองทุนใช้เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาความเหมาะสมของงบประมาณโครงการผลิตรายการ

- งบประมาณโครงการที่ได้รับอนุมัติ : 6,688,570.00 บาท
- งบประมาณโครงการที่เบิกจ่ายจริง : 6,688,570.00 บาท
 - ค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการ : 3,600,000.00 บาท
 - ค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ/ค่าเช่าเวลาออกอากาศรายการ : 1,200,000.00 บาท
 - ค่าจัดทำคำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption) และเสียงบรรยายภาพ (Audio Description) : 144,000.00 บาท
- งบประมาณคงเหลือ : 0.00 บาท

ตารางที่ 8.14 งบประมาณที่ได้รับอนุมัติ และการเบิกจ่ายจริงของรายการ ไทยสปิริต

รายการ	งบประมาณที่ได้รับอนุมัติ [1]			การเบิกจ่ายจริง [2]			คงเหลือ [1]-[2]
	จำนวน หน่วย	ราคาต่อ หน่วย	จำนวนเงิน	จำนวน หน่วย	ราคาต่อ หน่วย	จำนวนเงิน	
1. ค่าตอบแทนบุคลากร (3 คนๆ ละ 12 เดือน)	24	24,583.33	590,000.00	24	24,583.33	590,000.00	0.00
2. ค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการ	24	165,000.00	3,960,000.00	24	150,000.00	3,600,000.00	360,000.00

รายการ	งบประมาณที่ได้รับอนุมัติ [1]			การเบิกจ่ายจริง [2]			คงเหลือ [1]-[2]
	จำนวน หน่วย	ราคาต่อ หน่วย	จำนวนเงิน	จำนวน หน่วย	ราคาต่อ หน่วย	จำนวนเงิน	
3. ค่าใช้จ่าย ในการ ออกอากาศ	24	60,000.00	1,440,000.00	24	50,000.00	1,200,000.00	240,000.00
4. ค่าจัดทำ CC และ AD	24	6,000.00	144,000.00	24	6,000.00	144,000.00	0.00
5. ค่าใช้จ่าย อื่นๆ เช่น ค่าวัสดุ / ค่า จัดทำรายงาน / ค่าจัดทำบัญชี / ค่า ประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อออนไลน์	24	4,875.00	117,000.00	24	29,875.00	717,000.00*	-600,000.00
รวมค่าใช้จ่าย ทั้งหมด	24	260,458.33	6,251,000.00	24	260,458.33	6,251,000.00	0.00
ภาษีมูลค่าเพิ่ม (Vat 7%)	24	18,232.08	437,570.00	24	18,232.08	437,570.00	0.00
รวมทั้งสิ้น	24	278,690.42	6,688,570.00	24	278,690.42	6,688,570.00	0.00

* หมายเหตุ: ค่าประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ YouTube / Tiktok / Facebook = 600,000.00 บาท

หมายเหตุ: ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้รับทุนโครงการรายการ "ไทยสปีริต"

15. รายการ สุภาพิต คำ ปัง ปัง (คำตั้งอินเทอร์เน็ต)



การบริหารจัดการงบประมาณ : ข้อมูลค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการและค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ (Unit cost) เพื่อให้กองทุนใช้เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาความเหมาะสมของงบประมาณโครงการผลิตรายการ

- งบประมาณโครงการที่ได้รับอนุมัติ : 3,571,660.00 บาท
- งบประมาณโครงการที่เบิกจ่ายจริง : 3,570,720.11 บาท
 - ค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการ : 1,180,000.00 บาท
 - ค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ/ค่าเช่าเวลาออกอากาศรายการ : 1,027,536.00 บาท
- งบประมาณคงเหลือ : 939.89 บาท

ตารางที่ 8.15 งบประมาณที่ได้รับอนุมัติ และการเบิกจ่ายจริงของรายการ สุภาพิต คำ ปัง ปัง (คำตั้งอินเทอร์เน็ต)

รายการ	งบประมาณที่ได้รับอนุมัติ [1]			การเบิกจ่ายจริง [2]			คงเหลือ [1]-[2]
	จำนวนหน่วย	ราคาต่อหน่วย	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	ราคาต่อหน่วย	จำนวนเงิน	
1. ค่าตอบแทนบุคลากร (3 คนๆ ละ 12 เดือน)	24	24,583.33	590,000.00	24	22,529.88	540,717.00	49,283.00
2. ค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการ	24	65,000.00	1,560,000.00	24	49,166.67	1,180,000.00	380,000.00
3. ค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ	24	40,000.00	960,000.00	24	42,814.00	1,027,536.00	-67,536.00

รายการ	งบประมาณที่ได้รับอนุมัติ [1]			การเบิกจ่ายจริง [2]			คงเหลือ [1]-[2]
	จำนวน หน่วย	ราคาต่อ หน่วย	จำนวนเงิน	จำนวน หน่วย	ราคาต่อ หน่วย	จำนวนเงิน	
4. ค่าจัดทำ CC และ AD	24	3,000.00	72,000.00	24	-	-	72,000.00
5. ค่าใช้จ่าย อื่นๆ เช่น ค่าวัสดุ / ค่า จัดทำรายงาน / ค่าจัดทำบัญชี / ค่า ประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อออนไลน์	24	6,500.00	156,000.00	24	24,536.19	588,868.60	-432,868.60
รวมค่าใช้จ่าย ทั้งหมด	24	139,083.33	3,338,000.00	24	139,046.73	3,337,121.60	878.40
ภาษีมูลค่าเพิ่ม (Vat 7%)	24	9,735.83	233,660.00	24	9,733.27	233,598.51	61.49
รวมทั้งสิ้น	24	148,819.17	3,571,660.00	24	148,780.00	3,570,720.11	939.89

หมายเหตุ: ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้รับทุนโครงการรายการ "สุภาษิต คำ ปัง ปัง (คำดั่งอินทรนัด)"

16. รายการ Young@Heart Show: Celeb Talk



การบริหารจัดการงบประมาณ : ข้อมูลค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการและค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ (Unit cost) เพื่อให้กองทุนใช้เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาความเหมาะสมของงบประมาณโครงการผลิตรายการ

- งบประมาณโครงการที่ได้รับอนุมัติ : 4,819,280.00 บาท
- งบประมาณโครงการที่เบิกจ่ายจริง : 4,816,605.00 บาท
 - ค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการ : 2,500,000.00 บาท
 - ค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ/ค่าเช่าเวลาออกอากาศรายการ : 1,200,000.00 บาท
 - ค่าจัดทำคำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption) และเสียงบรรยายภาพ (Audio Description) : 60,000.00 บาท
- งบประมาณคงเหลือ : 2,675.00 บาท

ตารางที่ 8.16 งบประมาณที่ได้รับอนุมัติ และการเบิกจ่ายจริงของรายการ Young@Heart Show: Celeb Talk

รายการ	งบประมาณที่ได้รับอนุมัติ [1]			การเบิกจ่ายจริง [2]			คงเหลือ [1]-[2]
	จำนวน หน่วย	ราคาต่อ หน่วย	จำนวนเงิน	จำนวน หน่วย	ราคาต่อ หน่วย	จำนวนเงิน	
1. ค่าตอบแทนบุคลากร (3 คนๆ ละ 12 เดือน)	20	29,500.00	590,000.00	20	29,500.00	590,000.00	0.00
2. ค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการ	20	125,000.00	2,500,000.00	20	125,000.00	2,500,000.00	0.00

รายการ	งบประมาณที่ได้รับอนุมัติ [1]			การเบิกจ่ายจริง [2]			คงเหลือ [1]-[2]
	จำนวน หน่วย	ราคาต่อ หน่วย	จำนวนเงิน	จำนวน หน่วย	ราคาต่อ หน่วย	จำนวนเงิน	
3. ค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ	20	60,000.00	1,200,000.00	20	60,000.00	1,200,000.00	0.00
4. ค่าจัดทำ CC และ AD	20	3,000.00	60,000.00	20	3,000.00	60,000.00	0.00
5. ค่าใช้จ่ายอื่นๆ เช่น ค่าวัสดุ / ค่าจัดทำรายงาน / ค่าจัดทำบัญชี / ค่าประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์	20	7,700.00	154,000.00	20	7,575.00	151,500.00	2,500.00
รวมค่าใช้จ่ายทั้งหมด	20	225,200.00	4,504,000.00	20	225,075.00	4,501,500.00	2,500.00
ภาษีมูลค่าเพิ่ม (Vat 7%)	20	15,764.00	315,280.00	20	15,755.25	315,105.00	175.00
รวมทั้งสิ้น	20	240,964.00	4,819,280.00	20	240,830.25	4,816,605.00	2,675.00

หมายเหตุ: ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้รับทุนโครงการรายการ "Young@Heart Show: Celeb Talk"

17. รายการ ไลยแทงชุมชน



การบริหารจัดการงบประมาณ : ข้อมูลค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการและค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ (Unit cost) เพื่อให้กองทุนใช้เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาความเหมาะสมของงบประมาณโครงการผลิตรายการ

- งบประมาณโครงการที่ได้รับอนุมัติ : 4,244,690.00 บาท
- งบประมาณโครงการที่เบิกจ่ายจริง : 4,243,406.00 บาท
 - ค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการ : 2,000,000.00 บาท
 - ค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ/ค่าเช่าเวลาออกอากาศรายการ : 1,200,000.00 บาท
 - ค่าจัดทำคำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption) และเสียงบรรยายภาพ (Audio Description) : 60,000.00 บาท
- งบประมาณคงเหลือ : 1,284.00 บาท

ตารางที่ 8.17 งบประมาณที่ได้รับอนุมัติ และการเบิกจ่ายจริงของรายการ ไลยแทงชุมชน

รายการ	งบประมาณที่ได้รับอนุมัติ [1]			การเบิกจ่ายจริง [2]			คงเหลือ [1]-[2]
	จำนวน หน่วย	ราคาต่อ หน่วย	จำนวนเงิน	จำนวน หน่วย	ราคาต่อ หน่วย	จำนวนเงิน	
1. ค่าตอบแทนบุคลากร (3 คนๆ ละ 12 เดือน)	20	29,500.00	590,000.00	20	29,500.00	590,000.00	0.00
2. ค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการ	20	100,000.00	2,000,000.00	20	100,000.00	2,000,000.00	0.00

รายการ	งบประมาณที่ได้รับอนุมัติ [1]			การเบิกจ่ายจริง [2]			คงเหลือ [1]-[2]
	จำนวน หน่วย	ราคาต่อ หน่วย	จำนวนเงิน	จำนวน หน่วย	ราคาต่อ หน่วย	จำนวนเงิน	
3. ค่าใช้จ่าย ในการ ออกอากาศ	20	60,000.00	1,200,000.00	20	60,000.00	1,200,000.00	0.00
4. ค่าจัดทำ CC และ AD	20	3,000.00	60,000.00	20	3,000.00	60,000.00	0.00
5. ค่าใช้จ่าย อื่นๆ เช่น ค่าวัสดุ / ค่า จัดทำรายงาน / ค่าจัดทำบัญชี / ค่า ประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อออนไลน์	20	5,850.00	117,000.00	20	5,790.00	115,800.00	1,200.00
รวมค่าใช้จ่าย ทั้งหมด	20	198,350.00	3,967,000.00	20	198,290.00	3,965,800.00	1,200.00
ภาษีมูลค่าเพิ่ม (Vat 7%)	20	13,884.50	277,690.00	20	13,880.30	277,606.00	84.00
รวมทั้งสิ้น	20	212,234.50	4,244,690.00	20	212,170.30	4,243,406.00	1,284.00

หมายเหตุ: ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้รับทุนโครงการรายการ "ลายแทงชุมชน"

18. รายการ กาลครั้งหนึ่ง



การบริหารจัดการงบประมาณ : ข้อมูลค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการและค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ (Unit cost) เพื่อให้กองทุนใช้เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาความเหมาะสมของงบประมาณโครงการผลิตรายการ

- งบประมาณโครงการที่ได้รับอนุมัติ : 6,005,910.00 บาท
- งบประมาณโครงการที่เบิกจ่ายจริง : 6,002,486.00 บาท
 - ค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการ : 3,950,000.00 บาท
 - ค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ/ค่าเช่าเวลาออกอากาศรายการ : 800,000.00 บาท
 - ค่าจัดทำคำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption) และเสียงบรรยายภาพ (Audio Description) : 60,000.00 บาท
- งบประมาณคงเหลือ : 3,424.00 บาท

ตารางที่ 8.18 งบประมาณที่ได้รับอนุมัติ และการเบิกจ่ายจริงของรายการ กาลครั้งหนึ่ง

รายการ	งบประมาณที่ได้รับอนุมัติ [1]			การเบิกจ่ายจริง [2]			คงเหลือ [1]-[2]
	จำนวนหน่วย	ราคาต่อหน่วย	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	ราคาต่อหน่วย	จำนวนเงิน	
1. ค่าตอบแทนบุคลากร (3 คนๆ ละ 12 เดือน)	10	59,000.00	590,000.00	10	59,000.00	590,000.00	0.00
2. ค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการ	10	395,000.00	3,950,000.00	10	395,000.00	3,950,000.00	0.00

รายการ	งบประมาณที่ได้รับอนุมัติ [1]			การเบิกจ่ายจริง [2]			คงเหลือ [1]-[2]
	จำนวน หน่วย	ราคาต่อ หน่วย	จำนวนเงิน	จำนวน หน่วย	ราคาต่อ หน่วย	จำนวนเงิน	
3. ค่าใช้จ่าย ในการ ออกอากาศ	10	80,000.00	800,000.00	10	80,000.00	800,000.00	0.00
4. ค่าจัดทำ CC และ AD	10	6,000.00	60,000.00	10	6,000.00	60,000.00	0.00
5. ค่าใช้จ่าย อื่นๆ เช่น ค่าวัสดุ / ค่า จัดทำรายงาน / ค่าจัดทำบัญชี / ค่า ประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อออนไลน์	10	21,300.00	213,000.00	10	20,980.00	209,800.00	3,200.00
รวมค่าใช้จ่าย ทั้งหมด	10	561,300.00	5,613,000.00	10	560,980.00	5,609,800.00	3,200.00
ภาษีมูลค่าเพิ่ม (Vat 7%)	10	39,291.00	392,910.00	10	39,268.60	392,686.00	224.00
รวมทั้งสิ้น	10	600,591.00	6,005,910.00	10	600,248.60	6,002,486.00	3,424.00

หมายเหตุ: ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้รับทุนโครงการรายการ "รายการ กาลครั้งหนึ่ง"

8.1.3 โครงการผลิตสารคดีเชิงประวัติศาสตร์เพื่อนำเสนอข้อมูลเชิงบวกและสร้างสรรค์ ในพื้นที่ จังหวัดชายแดนภาคใต้

19. รายการ ย้อนอดีตที่ปลายด้ามขวาน



การบริหารจัดการงบประมาณ : ข้อมูลค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการและค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ (Unit cost) เพื่อให้กองทุนใช้เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาความเหมาะสมของงบประมาณโครงการผลิตรายการ

- งบประมาณโครงการที่ได้รับอนุมัติ : 18,452,685.00 บาท
- งบประมาณโครงการที่เบิกจ่ายจริง : 18,452,685.00 บาท
 - ค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการ : 11,080,500.00 บาท
 - ค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ/ค่าเช่าเวลาออกอากาศรายการ : 4,500,000.00 บาท
 - ค่าจัดทำคำบรรยาย (Subtitle) ภาษาอังกฤษและภาษาอาหรับ : 900,000.00 บาท
- งบประมาณคงเหลือ : 0.00 บาท

ตารางที่ 8.19 งบประมาณที่ได้รับอนุมัติ และการเบิกจ่ายจริงของรายการ ย้อนอดีตที่ปลายด้ามขวาน

รายการ	งบประมาณที่ได้รับอนุมัติ [1]			การเบิกจ่ายจริง [2]			คงเหลือ [1]-[2]
	จำนวนหน่วย	ราคาต่อหน่วย	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	ราคาต่อหน่วย	จำนวนเงิน	
1. ค่าตอบแทนบุคลากร (3 คนๆ ละ 12 เดือน)	45	10,222.22	460,000.00	45	10,222.22	460,000.00	0.00

รายการ	งบประมาณที่ได้รับอนุมัติ [1]			การเบิกจ่ายจริง [2]			คงเหลือ [1]-[2]
	จำนวน หน่วย	ราคาต่อ หน่วย	จำนวนเงิน	จำนวน หน่วย	ราคาต่อ หน่วย	จำนวนเงิน	
2. ค่าใช้จ่าย ในการผลิต รายการ	45	246,233.33	11,080,500.00	45	246,233.33	11,080,500.00	0.00
3. ค่าใช้จ่าย ในการ ออกอากาศ	45	100,000.00	4,500,000.00	45	100,000.00	4,500,000.00	0.00
4. ค่าจัดทำ คำบรรยาย	45	20,000.00	900,000.00	45	20,000.00	900,000.00	0.00
5. ค่าใช้จ่าย อื่นๆ เช่น ค่าวัสดุ / ค่า จัดทำรายงาน / ค่าจัดทำบัญชี / ค่า ประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อออนไลน์	45	6,777.78	305,000.00	45	6,777.78	305,000.00	0.00
รวมค่าใช้จ่าย ทั้งหมด	45	383,233.33	17,245,500.00	45	383,233.33	17,245,500.00	0.00
ภาษีมูลค่าเพิ่ม (Vat 7%)	45	26,826.33	1,207,185.00	45	26,826.33	1,207,185.00	0.00
รวมทั้งสิ้น	45	410,059.67	18,452,685.00	45	410,059.67	18,452,685.00	0.00

หมายเหตุ: ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้รับทุนโครงการรายการ "สารคดี...ย้อนอดีตที่ปลายด้ามขวาน"

8.1.4 โครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อ

20. รายการ บริษัท (ไม่) จัดฉาก จำกัด



การบริหารจัดการงบประมาณ : ข้อมูลค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการและค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ (Unit cost) เพื่อให้กองทุนใช้เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาความเหมาะสมของงบประมาณโครงการผลิตรายการ

- งบประมาณโครงการที่ได้รับอนุมัติ : 12,884,833.00 บาท
- งบประมาณโครงการที่เบิกจ่ายจริง : 12,884,833.00 บาท
 - ค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการ ค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ/ค่าเช่าเวลาออกอากาศรายการ และค่าจัดทำคำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption) และเสียงบรรยายภาพ (Audio Description): 11,822,900.00 บาท
- งบประมาณคงเหลือ : 0.00

ตารางที่ 8.20 งบประมาณที่ได้รับอนุมัติ และการเบิกจ่ายจริงของรายการ บริษัท (ไม่) จัดฉาก จำกัด

รายการ	งบประมาณที่ได้รับอนุมัติ [1]			การเบิกจ่ายจริง [2]			คงเหลือ [1]-[2]
	จำนวนหน่วย	ราคาต่อหน่วย	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	ราคาต่อหน่วย	จำนวนเงิน	
1. ค่าตอบแทนบุคลากร (3 คนๆ ละ 12 เดือน)	18	9,722.22	175,000.00	18	9,674.58	175,000.00	0.00
2. ค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการ	18	496,827.78	8,942,900.00	18	656,827.78	11,822,900.00	0.00

รายการ	งบประมาณที่ได้รับอนุมัติ [1]			การเบิกจ่ายจริง [2]			คงเหลือ [1]-[2]
	จำนวน หน่วย	ราคาต่อ หน่วย	จำนวนเงิน	จำนวน หน่วย	ราคาต่อหน่วย	จำนวนเงิน	
3. ค่าใช้จ่าย ในการ ออกอากาศ	18	150,000.00	2,700,000.00				
4. ค่าจัดทำ CC และ AD	18	10,000.00	180,000.00				
5. ค่าใช้จ่าย อื่นๆ เช่น ค่าวัสดุ / ค่า จัดทำรายงาน / ค่าจัดทำบัญชี / ค่า ประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อออนไลน์	18	2,444.44	44,000.00	2,444.44	44,000.00	2,444.44	0.00
รวมค่าใช้จ่าย ทั้งหมด	18	668,994.44	12,041,900.00	668,994.44	12,041,900.00	668,994.44	0.00
ภาษีมูลค่าเพิ่ม (Vat 7%)	18	46,829.61	842,933.00	46,829.61	842,933.00	46,829.61	0.00
รวมทั้งสิ้น	18	715,824.06	12,884,833.00	715,824.06	12,884,833.00	715,824.06	0.00

หมายเหตุ: ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้รับทุนโครงการรายการ "บริษัท (ไม่) จำกัด จำกัด"

8.1.5 โครงการจัดทำรายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมให้คนพิการรู้จักสิทธิและใช้ประโยชน์ จาก กิจการโทรทัศน์ได้อย่างรู้เท่าทัน

21. รายการ D-มีดี



การบริหารจัดการงบประมาณ : ข้อมูลค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการและค่าใช้จ่ายในการ
 ออกอากาศ (Unit cost) เพื่อให้กองทุนใช้เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาความเหมาะสมของงบประมาณ
 โครงการผลิตรายการ

- งบประมาณโครงการที่ได้รับอนุมัติ : 4,158,127.00 บาท
- งบประมาณโครงการที่เบิกจ่ายจริง : 4,158,127.00 บาท
 - ค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการ : 749,000.00 บาท
 - ค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ/ค่าเช่าเวลาออกอากาศรายการ : 2,579,100.00 บาท
 - ค่าจัดทำคำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption) และเสียงบรรยายภาพ (Audio Description) : 388,000.00 บาท
- งบประมาณคงเหลือ : 0.00

ตารางที่ 8.21 งบประมาณที่ได้รับอนุมัติ และการเบิกจ่ายจริงของรายการ D-มีดี

รายการ	งบประมาณที่ได้รับอนุมัติ [1]			การเบิกจ่ายจริง [2]			คงเหลือ [1]-[2]
	จำนวน หน่วย	ราคาต่อ หน่วย	จำนวนเงิน	จำนวน หน่วย	ราคาต่อ หน่วย	จำนวนเงิน	
1. ค่าตอบแทน บุคลากร (3 คนๆ ละ 12 เดือน)	26	28,807.69	749,000.00	26	28,807.69	749,000.00	0.00

รายการ	งบประมาณที่ได้รับอนุมัติ [1]			การเบิกจ่ายจริง [2]			คงเหลือ [1]-[2]
	จำนวน หน่วย	ราคาต่อ หน่วย	จำนวนเงิน	จำนวน หน่วย	ราคาต่อ หน่วย	จำนวนเงิน	
2. ค่าใช้จ่าย ในการผลิต รายการ	26	99,196.15	2,579,100.00	26	99,196.15	2,579,100.00	0.00
3. ค่าใช้จ่าย ในการ ออกอากาศ	26	14,923.08	388,000.00	26	14,923.08	388,000.00	0.00
4. ค่าจัดทำ CC และ AD	26	5,000.00	130,000.00	26	5,000.00	130,000.00	0.00
5. ค่าใช้จ่าย อื่นๆ เช่น ค่าวัสดุ / ค่า จัดทำรายงาน / ค่าจัดทำบัญชี / ค่า ประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อออนไลน์	26	1,538.46	40,000.00	26	1,538.46	40,000.00	0.00
รวมค่าใช้จ่าย ทั้งหมด	26	149,465.38	3,886,100.00	26	149,465.38	3,886,100.00	0.00
ภาษีมูลค่าเพิ่ม (Vat 7%)	26	10,462.58	272,027.00	26	10,462.58	272,027.00	0.00
รวมทั้งสิ้น	26	159,927.96	4,158,127.00	26	159,927.96	4,158,127.00	0.00

หมายเหตุ: ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้รับทุนโครงการรายการ "รายการ D-มีดี"

8.2 ผลการสำรวจและวิเคราะห์ความเต็มใจบริจาคเพื่อสนับสนุนการผลิตรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ

8.2.1 ผลการสำรวจความเต็มใจบริจาคเพื่อสนับสนุนการผลิตรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ

รายงานผลการวิเคราะห์แบบสอบถามความเต็มใจบริจาคเพื่อสนับสนุนการผลิตรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ และผลการประเมินผลความคิดเห็นต่อรายการจากสื่อ Social Media ต่างๆ (Social Listening) ประกอบด้วยเนื้อหาหลักทั้งหมด 4 ส่วน ได้แก่ (1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (2) การวิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคมของผู้ตอบแบบสอบถาม และข้อมูลเกี่ยวกับรายการ และ (3) การวิเคราะห์ความเต็มใจบริจาค และประเภทรายการ และ (4) ข้อเสนอแนะจากการวิเคราะห์แบบสอบถามความเต็มใจบริจาคเพื่อสนับสนุนการผลิตรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ ซึ่งมีรายละเอียดของผลการวิเคราะห์ ดังต่อไปนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการเก็บข้อมูลผ่านแบบสอบถามทั้งหมด การศึกษารั้ครั้งนี้มีผู้ตอบแบบสอบถามรวมทั้งสิ้น 4,454 ราย จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อมูลทั่วไป พบว่า กลุ่มตัวอย่างเพศชาย และเพศหญิงมีสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน (ร้อยละ 50.13 และ 48.68 ตามลำดับ) โดยมีผู้รายงานว่าจะไม่ต้องการระบุเพศอีกร้อยละ 1.19 ผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนของผู้ที่อายุระหว่าง 31-40 ปีสูงที่สุด (ร้อยละ 34.40) มากกว่าครึ่งมีระดับการศึกษาสูงสุด คือ ระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 57.41) ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย เป็นสัดส่วนสูงที่สุด (ร้อยละ 26.92) รองลงมาคือประกอบอาชีพเป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ (ร้อยละ 20.54) โดยผู้ตอบแบบสอบถามเกือบครึ่งมีสถานภาพสมรส เป็นโสด (ร้อยละ 44.25) รองลงมาคือแต่งงาน และมีบุตร (ร้อยละ 36.37) ซึ่งแนวโน้มดังกล่าวสอดคล้องกับจำนวนบุตร คือ กลุ่มตัวอย่างมากกว่าครึ่งไม่มีบุตร (ร้อยละ 58.87) ต่อมาเมื่อพิจารณาคุณลักษณะของครัวเรือนจากผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในครัวเรือนที่มีสมาชิก 3-5 คน (ร้อยละ 63.83) และครัวเรือนส่วนใหญ่มีรายได้ครัวเรือน 30,000 บาทขึ้นไป/เดือน ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามกระจายอยู่ตามภูมิภาคต่างๆ จำนวนหัวภูมิภาค ได้แก่ กรุงเทพมหานคร ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลาง และภาคใต้ โดยผู้ตอบแบบสอบถามอาศัยอยู่ในภาคกลางเป็นสัดส่วนสูงที่สุด (ร้อยละ 25.75) รองลงมาคือภาคเหนือ (ร้อยละ 24.76) และลำดับที่สามคือภาคใต้ (ร้อยละ 20.95)

เมื่อพิจารณาข้อมูลทั่วไปด้านการรับชมรายการทีวีของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเกือบครึ่งรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย 2-3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ (ร้อยละ 45.08) รองลงมาคือรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย 4-5 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ (ร้อยละ 23.89) โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีประเภทรายการทีวีที่รับชมเป็นประจำ คือ รายการที่มีเนื้อหาเป็นประโยชน์ต่อประชาชนทั่วไปเป็นสัดส่วนที่สูงที่สุด (ร้อยละ 32.83) รองมาคือรายการเสริมสร้างความรู้ เช่น ความรู้เท่าทันสื่อ (ร้อยละ 23.92) และลำดับที่สามคือรายการสารคดีเชิงประวัติศาสตร์ (ร้อยละ 19.79)

ตารางที่ 8.22 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อมูลทั่วไป

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
ข้อมูลทั่วไปด้านคุณลักษณะพื้นฐาน		
เพศ		
ชาย	50.13	2,233
หญิง	48.68	2,168
ไม่ระบุ	1.19	53
อายุ		
20 ปีหรือน้อยกว่า	10.96	488
21-30 ปี	25.10	1,118
31-40 ปี	34.40	1,532
41-50 ปี	16.28	725
51-60 ปี	8.42	375
มากกว่า 60 ปี	4.85	216
การศึกษา		
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	1.98	88
มัธยมศึกษาตอนต้น	2.07	92
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	14.23	634
ปวส./อนุปริญญา	7.43	331
ปริญญาตรี	57.41	2,557
สูงกว่าปริญญาตรี	16.88	752
อาชีพ		
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	20.54	915
พนักงานบริษัทเอกชน	13.79	614
ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย	26.92	1,199
ผู้ใช้แรงงาน/รับจ้างทั่วไป	15.96	711
เกษตรกร/ชาวประมง	3.70	165
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	1.68	75
นักเรียน/นักศึกษา	12.80	570
เกษียณอายุ/ว่างงาน	4.18	186
พนักงานของรัฐ	0.22	10
ครู/อาจารย์	0.13	6
พนักงานมหาวิทยาลัย	0.07	3
สถานภาพสมรส		
โสด	44.25	1,971

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
แต่งงาน มีบุตร	36.37	1,620
แต่งงาน ไม่มีบุตร	11.00	490
หย่าร้าง/เป็นหม้าย/แยกกันอยู่	8.37	373
จำนวนบุตร		
ไม่มีบุตร	58.87	2,262
1 คน	18.61	829
2 คน	12.48	556
3-4 คน	9.74	434
5 คนขึ้นไป	0.29	13
สมาชิกในครัวเรือน		
1-2 คน	17.11	762
3-5 คน	63.83	2,843
6-8 คน	17.98	801
มากกว่า 8 คน	1.08	48
รายได้ครัวเรือน (บาท/เดือน)		
น้อยกว่า 10,000 บาท	2.94	131
10,000-19,000 บาท	3.97	177
20,000-29,999 บาท	11.79	525
30,000-39,999 บาท	21.26	947
40,000-49,999 บาท	24.34	1,084
50,000 บาท หรือมากกว่า	35.70	1,590
ภูมิภาค		
กรุงเทพมหานคร	13.49	601
ภาคเหนือ	24.76	1,103
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	15.04	670
ภาคกลาง	25.75	1,147
ภาคใต้	20.95	933
ความเกี่ยวข้องกับคู่พิการ (ถามเฉพาะผู้ตอบแบบสอบถามส่วนรายการสำหรับคนพิการ)		
ไม่ได้เป็นผู้พิการและไม่มีผู้พิการอยู่ในครอบครัว	92.70	787
ไม่ได้เป็นผู้พิการ แต่มีผู้พิการอยู่ในครอบครัว	4.24	36
เป็นผู้พิการทางการมองเห็น (มีผู้อื่นช่วยตอบแบบสอบถาม)	0.12	1
เป็นผู้พิการทางการได้ยินหรือสื่อความหมาย	0.82	7
เป็นผู้พิการทางการเคลื่อนไหวร่างกาย	2.12	18
ข้อมูลทั่วไปด้านการรับชมรายการทีวี		

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
การรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย		
1 ชั่วโมงต่อสัปดาห์หรือน้อยกว่า	11.67	520
2-3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	45.08	2,008
4-5 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	23.89	1,064
6-7 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	12.89	574
8 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	6.47	288
ประเภทรายการทีวีที่รับชมเป็นประจำ (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)		
รายการสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว		19.02
รายการที่มีเนื้อหาเป็นประโยชน์ต่อประชาชนทั่วไป		32.83
รายการสารคดีเชิงประวัติศาสตร์		19.79
รายการเสริมสร้างความรู้ เช่น ความรู้เท่าทันสื่อ		23.92
รายการสำหรับคนพิการ		4.12
อื่นๆ		0.32

2. การวิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคมของผู้ตอบแบบสอบถาม และข้อมูลเกี่ยวกับรายการ

สำหรับส่วนที่สองของรายการ จะเป็นการวิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคมของผู้ตอบแบบสอบถาม และข้อมูลเกี่ยวกับรายการทั้งหมด 5 ประเภท ได้แก่ (1) รายการสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว (2) รายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ (3) รายการการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนใต้ (4) ความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อ (5) รายการส่งเสริมให้คนพิการรู้จักสิทธิและใช้ประโยชน์จากกิจการโทรทัศน์ได้อย่างรู้เท่าทัน ซึ่งมีการวิเคราะห์โดยจำแนกประเภทและรายการ ดังนี้รายละเอียดต่อไป

2.1 รายการสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว

รายการสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว ประกอบด้วย 8 รายการ ได้แก่ (1) Tamacot (2) จ๊อบคิดส์ พิชิตฝัน (3) Kids Zone (4) ปริศนาร่างกาย (5) บ้านมหัศจรรย์ (Wonder house) (6) ใจใส ใสใจ (7) KIDS DEE ธรรม ดี และ (8) KIDS DEE ธรรม ดี โดยทั้ง 8 รายการมีผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายการทั้งหมด จำนวน 950 ราย โดยมีรายละเอียดผลการวิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคมของผู้ตอบและการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรายการ ดังนี้

2.1.1 การวิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคมในภาพรวมของผู้ตอบแบบสอบถามรายการสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว

จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในประเภทรายการสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส จำนวนบุตร สมาชิกในครัวเรือน และรายได้ครัวเรือน ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคมพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถามในประเภทรายการดังกล่าว โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนของเพศชาย และหญิงที่ใกล้เคียงกัน (ร้อยละ 48.11 และร้อยละ 51.16 ตามลำดับ) โดยมีกลุ่มตัวอย่างอีกร้อยละ 0.74 ที่ไม่ระบุเพศ ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างมีอายุระหว่าง 31-40 ปีเป็นสัดส่วนสูงที่สุด (ร้อยละ 34.74) และกลุ่มตัวอย่างมากกว่าครึ่งมีระดับการศึกษาสูงสุดคือ

ระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 58.32) รวมไปถึงประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย ในสัดส่วนที่สูงที่สุด (ร้อยละ 27.26) กลุ่มตัวอย่างมีสถานภาพสมรสเป็นโสด สัดส่วนสูงที่สุด (ร้อยละ 42.11) และมากกว่าครึ่งไม่มีบุตร (ร้อยละ 54.42) รวมไปถึงอาศัยอยู่ในครัวเรือนที่มีสมาชิกระหว่าง 3-5 คน (ร้อยละ 62.84) และส่วนใหญ่มีรายได้ครัวเรือน 30,000 ขึ้นไป/เดือน

ผู้ตอบแบบสอบถามในรายการดังกล่าวมีสัดส่วนที่อาศัยอยู่ในภาคเหนือสูงที่สุด (ร้อยละ 32.63) รองลงมาคือภาคกลาง (ร้อยละ 26.95) และลำดับที่สามคือภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (ร้อยละ 18.63) ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามเกือบครึ่งรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย 2-3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ (ร้อยละ 46.74) และรับชมรายการที่มีเนื้อหาเป็นประโยชน์ต่อประชาชนทั่วไปเป็นสัดส่วนสูงที่สุด (ร้อยละ 32.32)

ตารางที่ 8.23 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในประเภทรายการสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส จำนวนบุตร สมาชิกในครัวเรือน และรายได้ครัวเรือน

ลักษณะเศรษฐกิจสังคม ของผู้ตอบแบบสอบถามในประเภทรายการสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
เพศ		
ชาย	48.11	457
หญิง	51.16	486
ไม่ระบุ	0.74	7
อายุ		
20 ปีหรือน้อยกว่า	10.42	99
21-30 ปี	23.26	221
31-40 ปี	34.74	330
41-50 ปี	18.32	174
51-60 ปี	8.53	81
มากกว่า 60 ปี	4.74	45
การศึกษา		
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	-	-
มัธยมศึกษาตอนต้น	-	-
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	12.84	122
ปวส./อนุปริญญา	7.68	73
ปริญญาตรี	58.32	554
สูงกว่าปริญญาตรี	21.16	201
อาชีพ		
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	23.68	225

ลักษณะเศรษฐกิจสังคม ของผู้ตอบแบบสอบถามในประเภทรายการสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
พนักงานบริษัทเอกชน	13.79	131
ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย	27.26	259
ผู้ใช้แรงงาน/รับจ้างทั่วไป	14.21	135
เกษตรกร/ชาวประมง	1.89	18
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	1.68	16
นักเรียน/นักศึกษา	12.00	114
เกษียณอายุ/ว่างงาน	4.00	38
พนักงานของรัฐ	1.05	10
อาจารย์	0.42	4
สถานภาพสมรส		
โสด	42.11	400
แต่งงาน มีบุตร	39.68	377
แต่งงาน ไม่มีบุตร	9.37	89
หย่าร้าง/เป็นหม้าย/แยกกันอยู่	8.84	84
จำนวนบุตร		
ไม่มีบุตร	54.42	517
1 คน	22.42	213
2 คน	14.53	138
3-4 คน	8.63	82
5 คนขึ้นไป	-	-
สมาชิกในครัวเรือน		
1-2 คน	16.74	159
3-5 คน	62.84	597
6-8 คน	19.58	186
มากกว่า 8 คน	0.84	8
รายได้ครัวเรือน (บาท/เดือน)		
น้อยกว่า 10,000 บาท	0.84	8
10,000-19,000 บาท	0.95	9
20,000-29,999 บาท	9.89	94
30,000-39,999 บาท	23.05	219
40,000-49,999 บาท	25.79	245
50,000 บาท หรือมากกว่า	39.47	375

ตารางที่ 8.24 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในประเภทรายการสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว จำแนกตามภาค

ภาค	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
กรุงเทพมหานคร	12.74	121
ภาคเหนือ	32.63	310
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	18.63	177
ภาคกลาง	26.95	256
ภาคใต้	9.05	86

ตารางที่ 8.25 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในประเภทรายการสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว จำแนกตามปริมาณการรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย

ปริมาณการรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
1 ชั่วโมงต่อสัปดาห์หรือน้อยกว่า	12.53	119
2-3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	46.74	444
4-5 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	23.47	223
6-7 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	11.79	112
8 ชั่วโมงต่อสัปดาห์หรือมากกว่า	5.47	52

ตารางที่ 8.26 จำนวนและร้อยละของคำตอบผู้ตอบแบบสอบถามในประเภทรายการสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว จำแนกตามประเภทรายการทีวีที่รับชมเป็นประจำ (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

ประเภทรายการทีวีที่รับชมเป็นประจำ	ร้อยละ
รายการสำหรับเด็ก เยาวชนและครอบครัว	19.43
รายการที่มีเนื้อหาเป็นประโยชน์ต่อประชาชนทั่วไป	32.32
รายการสารคดีเชิงประวัติศาสตร์	19.76
รายการเสริมสร้างความรู้ เช่น ความรู้เท่าทันสื่อ	24.37
รายการสำหรับคนพิการ	4.03
อื่นๆ	0.08

2.1.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับประเภทรายการสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว

หากพิจารณาการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับในประเภทรายการสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว สามารถสรุปได้ดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนการเคยรับชมหรือรู้จักในประเภทรายการสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 27.79
2. ผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนของการรับชมรายการระหว่าง 25-50% เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 34.21
3. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเต็มใจที่จะบริจาคให้ในประเภทรายการสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 20.00 โดยแบ่งเป็นผู้ที่เต็มใจบริจาคเป็นจำนวน 5-100 บาท คิดเป็นร้อยละ 9.16 และเต็มใจบริจาคเป็นจำนวน 101-200 บาท คิดเป็นร้อยละ 8.74 และเต็มใจบริจาคจำนวนมากกว่า 200 บาท คิดเป็นร้อยละ 2.11 โดยมีผู้ที่เต็มใจบริจาคเป็นจำนวนเงินสูงสุดจำนวน 500 บาท ทั้งนี้มีค่าเฉลี่ยของจำนวนที่เต็มใจจะบริจาคเป็นจำนวน 30.33 บาท
4. ผู้ตอบแบบสอบถามรายงานว่าได้รับประโยชน์จากในประเภทรายการสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว ในด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 100.0
5. ผู้ตอบแบบสอบถามให้คะแนนความต้องการจัดสรรเงินบริจาคแก่ในประเภทรายการสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว ในด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ เฉลี่ยสูงสุด คือ 18.73/100 คะแนน และคิดเป็นมูลค่าเงินบริจาคเฉลี่ย 25.84 บาท
6. ผู้ตอบแบบสอบถามที่เต็มใจที่จะบริจาคให้ในประเภทรายการสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว มีเหตุผลที่เต็มใจบริจาค คือ รายการนี้มีประโยชน์ต่อสังคมและประเทศไทย โดยรวม เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 58.20 และมีเหตุผลที่ไม่เต็มใจจะบริจาค คือ เป็นหน้าที่ของหน่วยงานรัฐที่ต้องสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 65.68

ตารางที่ 8.27 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในประเภทรายการสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว จำแนกตามการเคยรับชมหรือรู้จักรายการ

การเคยรับชมหรือรู้จักรายการ	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
เคยรับชม/รู้จัก	27.79	264
ไม่เคยรับชม/ไม่รู้จัก	72.21	686

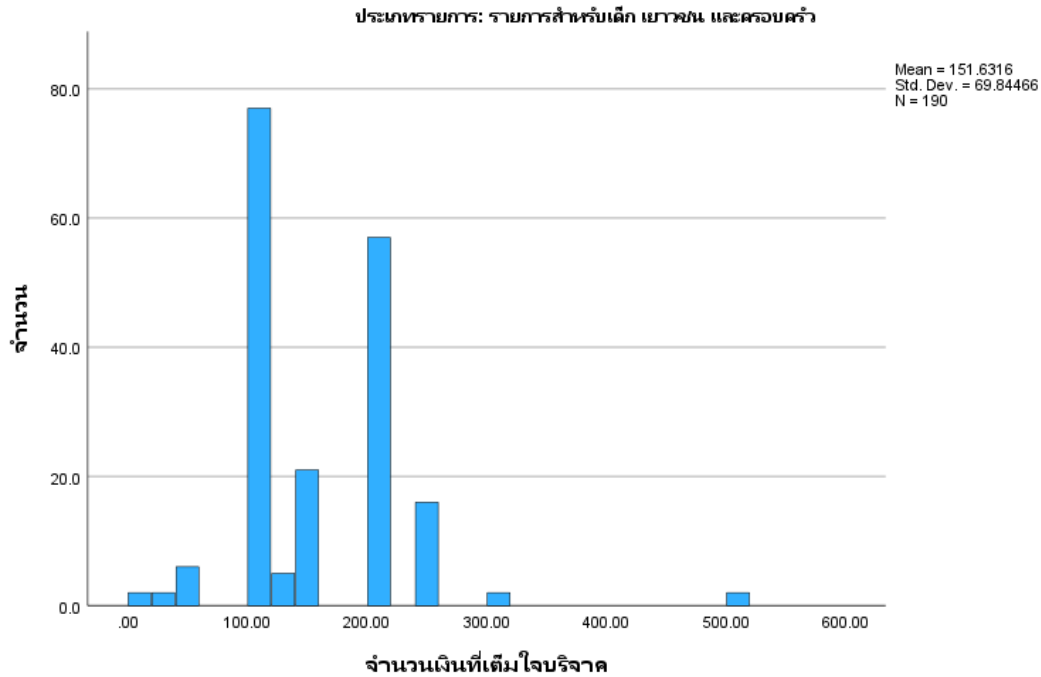
ตารางที่ 8.28 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในประเภทรายการสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว จำแนกตามสัดส่วนของการรับชมรายการ เพื่อประเมินความเต็มใจบริจาค

สัดส่วนของการรับชมรายการ เพื่อประเมินความเต็มใจบริจาค	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
ไม่เกิน 25%	16.00	152
25 - 50 %	34.21	325
50 - 75 %	20.42	194
75 - 100 %	29.37	279

ตารางที่ 8.29 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามในประเภทรายการสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว ตามความเต็มใจบริจาค

ความเต็มใจบริจาคและจำนวนเงินที่เต็มใจบริจาค	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
ไม่เต็มใจบริจาค	80.00	760
5 - 100 บาท	9.16	87
101 - 200 บาท	8.74	83
มากกว่า 200 บาท	2.11	20
ค่าเฉลี่ย	30.33	
ค่าต่ำสุด	0	
ค่าสูงสุด	500	
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	68.22	

แผนภาพที่ 8.1 การกระจายตัวของจำนวนเงินเฉลี่ยที่เต็มใจบริจาคในประเภทรายการสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว



ตารางที่ 8.30 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในประเภทรายการสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว จำแนกตามประโยชน์ที่ได้รับจากรายการในแต่ละด้าน

ประโยชน์ที่ได้รับจากรายการในแต่ละด้าน	ไม่ได้รับ		ได้รับ	
	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง
ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	0.00	0	100.00	190
ความเข้าใจความแตกต่างและหลากหลายในสังคม	21.05	40	78.95	150
ความเข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต	17.89	34	82.11	156
การปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม	8.42	16	91.58	174
แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต	27.37	52	72.63	138
การนำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน	28.42	54	71.58	136
การมีรายการที่ส่งเสริมพัฒนาการและการเรียนรู้สำหรับเด็กและเยาวชน	6.84	13	93.16	177
การมีรายการที่มีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็กเยาวชน และสถาบันครอบครัว	6.84	13	93.16	177
อื่นๆ	37.89	72	62.11	118

การประเมินสัดส่วนที่ต้องการบริจาคในด้านต่างๆ นั้น ผู้วิจัยคำนวณจากสูตร

$$\text{คะแนนความต้องการการจัดสรรเงินบริจาคเพื่อพัฒนาประโยชน์ในด้านของแต่ละบุคคล} \times 100$$

$$\text{คะแนนรวมทุกด้านของผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละคน}$$

โดยที่ คะแนนความต้องการการจัดสรรเงินบริจาคเพื่อพัฒนาประโยชน์ในด้านของแต่ละบุคคลมีค่าตั้งแต่ 0 -10 จะนำไปหาสัดส่วนจากคะแนนรวมของทุกด้านของผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละคน ซึ่งมีจำนวนด้านที่ให้คะแนนไม่เท่ากัน แล้วจึงนำไปคูณด้วย 100 เพื่อให้มีค่าสัดส่วนอยู่ในช่วง 0 - 100 คะแนน จากนั้นจึงนำไปประเมินมูลค่าของเงินบริจาคในแต่ละด้านตามสูตรดังนี้

$$\text{มูลค่าของเงินบริจาคในแต่ละด้าน} = \frac{\text{สัดส่วนที่ต้องการบริจาคในด้านต่างๆ} \times \text{จำนวนเงินที่ยินดีบริจาค}}{100}$$

ตารางที่ 8.31 ค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามในประเภทรายการสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว จำแนกตามการประเมินสัดส่วนที่ต้องการบริจาคในด้านต่างๆ และการประเมินมูลค่าเงินบริจาคในแต่ละด้าน เฉพาะผู้ตอบแบบสอบถามที่ยินดีบริจาคให้รายการในด้านต่างๆ

การจัดสรรเงินบริจาคเพื่อพัฒนาประโยชน์ในด้านต่างๆ	สัดส่วนเฉลี่ย	มูลค่าเงินบริจาคเฉลี่ย (บาท)
ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	18.73	25.84
ความเข้าใจความแตกต่างและหลากหลายในสังคม	10.37	16.01
ความเข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต	10.69	16.49
การปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม	12.41	19.43
แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต	8.91	14.68
การนำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน	8.80	14.56
การมีรายการที่ส่งเสริมพัฒนาการและการเรียนรู้สำหรับเด็กและเยาวชน	14.37	21.88
การมีรายการที่มีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็กเยาวชน และสถาบันครอบครัว	14.56	22.02
อื่นๆ	1.16	1.47
รวม (เฉพาะผู้ยินดีบริจาคเพื่อประโยชน์ในด้านต่างๆ จำนวน 189 คน)	100.00	152.38

**ตารางที่ 8.32 ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในประเภทรายการสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว
จำแนกตามเหตุผลที่เต็มใจจะบริจาคและไม่เต็มใจจะบริจาค**

เหตุผลที่เต็มใจจะบริจาคและไม่เต็มใจจะบริจาค	ร้อยละ
เหตุผลที่เต็มใจจะบริจาค	
ประชาชนทุกคนควรมีส่วนร่วมในการสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ	22.75
เนื้อหาของรายการนี้มีความจำเป็นเร่งด่วนในสังคมไทย	0.53
รายการนี้มีประโยชน์ต่อตนเองและครอบครัวโดยตรง	18.52
รายการนี้มีประโยชน์ต่อสังคมและประเทศไทยโดยรวม	58.20
เหตุผลที่ไม่เต็มใจจะบริจาค	
รายได้ไม่เพียงพอ	10.05
รายการไม่มีประโยชน์ต่อตนเองและครอบครัว	4.85
รายการไม่มีประโยชน์ต่อสังคมและประเทศไทยโดยรวม	0.17
เป็นหน้าที่ของหน่วยงานรัฐที่ต้องสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ	65.68
รายการต้องเกิดขึ้นแน่นอน ถึงแม้ว่าจะไม่บริจาค	6.93
รายการไม่ใช่เรื่องจำเป็นเร่งด่วนในสังคมไทย	11.96
อื่นๆ	0.35

2.1.3 การวิเคราะห์ข้อมูลประเภทรายการสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว จำแนกตามรายการ

1) รายการ Tamacot

รายการ Tamacot เป็นประเภทรายการสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว มีผู้ตอบแบบสอบถามในรายการดังกล่าวจำนวน 124 ราย โดยมีรายละเอียดผลการวิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคมของผู้ตอบและการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรายการ ดังนี้

1.1) การวิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคม

จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ Tamacot จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส จำนวนบุตร สมาชิกในครัวเรือน และรายได้ครัวเรือน ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคมพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถามในรายการดังกล่าว โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนของเพศชาย และหญิงที่ใกล้เคียงกัน (ร้อยละ 48.39 และร้อยละ 50.00 ตามลำดับ) โดยมีกลุ่มตัวอย่างอีกร้อยละ 1.61 ที่ไม่ระบุเพศ ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างมีอายุระหว่าง 31-40 ปีเป็นสัดส่วนสูงที่สุด (ร้อยละ 34.68) และกลุ่มตัวอย่างมากกว่าครึ่งมีระดับการศึกษาสูงสุดคือระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 58.06) รวมไปถึงประกอบอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย ในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน (ร้อยละ 25.81 และ 26.61 ตามลำดับ) กลุ่มตัวอย่างมีสถานภาพสมรสเป็นโสด สัดส่วนสูงที่สุด (ร้อยละ 41.94) และมากกว่าครึ่งไม่มีบุตร (ร้อยละ 54.03) รวมไปถึงอาศัยอยู่ในครัวเรือนที่มีสมาชิกระหว่าง 3-5 คน (ร้อยละ 62.10) และส่วนใหญ่มีรายได้ครัวเรือน 30,000 ขึ้นไป/เดือน

ผู้ตอบแบบสอบถามในรายการดังกล่าวมีสัดส่วนที่อาศัยอยู่ในภาคเหนือสูงที่สุด (ร้อยละ 33.87) รองลงมาคือภาคกลาง (ร้อยละ 27.42) และลำดับที่สามคือภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (ร้อยละ 17.74) ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามเกือบครึ่งรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย 2-3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ (ร้อยละ 47.58) และรับชมรายการที่มีเนื้อหาเป็นประโยชน์ต่อประชาชนทั่วไปเป็นสัดส่วนสูงที่สุด (ร้อยละ 32.18)

ตารางที่ 8.33 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ Tamacot จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส จำนวนบุตร สมาชิกในครัวเรือน และรายได้ครัวเรือน

ลักษณะเศรษฐกิจสังคม ของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ Tamacot	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
เพศ		
ชาย	48.39	60
หญิง	50.00	62
ไม่ระบุ	1.61	2
อายุ		
20 ปีหรือน้อยกว่า	10.48	13
21-30 ปี	21.77	27
31-40 ปี	34.68	43
41-50 ปี	20.16	25
51-60 ปี	8.06	10
มากกว่า 60 ปี	4.84	6
การศึกษา		
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	-	-
มัธยมศึกษาตอนต้น	-	-
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	12.90	16
ปวส./อนุปริญญา	7.26	9
ปริญญาตรี	58.06	72
สูงกว่าปริญญาตรี	21.77	27
อาชีพ		
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	25.81	32
พนักงานบริษัทเอกชน	12.90	16
ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย	26.61	33
ผู้ใช้แรงงาน/รับจ้างทั่วไป	14.52	18
เกษตรกร/ชาวประมง	1.61	2
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	0.81	1
นักเรียน/นักศึกษา	12.10	15

ลักษณะเศรษฐกิจสังคม ของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ Tamacot	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
เกษียณอายุ/ว่างงาน	4.03	5
พนักงานของรัฐ	0.81	1
ครู/อาจารย์	0.81	1
พนักงานมหาวิทยาลัย	-	-
สถานภาพสมรส		
โสด	41.94	52
แต่งงาน มีบุตร	39.52	49
แต่งงาน ไม่มีบุตร	9.68	12
หย่าร้าง/เป็นหม้าย/แยกกันอยู่	8.87	11
จำนวนบุตร		
ไม่มีบุตร	54.03	67
1 คน	23.39	29
2 คน	14.52	18
3-4 คน	8.06	10
5 คนขึ้นไป	-	-
สมาชิกในครัวเรือน		
1-2 คน	18.55	23
3-5 คน	62.10	77
6-8 คน	18.55	23
มากกว่า 8 คน	0.81	1
รายได้ครัวเรือน (บาท/เดือน)		
น้อยกว่า 10,000 บาท	0.81	1
10,000-19,000 บาท	0.81	1
20,000-29,999 บาท	10.48	13
30,000-39,999 บาท	25.00	31
40,000-49,999 บาท	24.19	30
50,000 บาท หรือมากกว่า	38.71	48

ตารางที่ 8.34 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ Tamacot จำแนกตามภาค

ภาค	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
กรุงเทพมหานคร	12.10	15
ภาคเหนือ	33.87	42
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	17.74	22
ภาคกลาง	27.42	34
ภาคใต้	8.87	11

ตารางที่ 8.35 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ Tamacot จำแนกตามปริมาณการรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย

ปริมาณการรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
1 ชั่วโมงต่อสัปดาห์หรือน้อยกว่า	12.90	16
2-3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	47.58	59
4-5 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	23.39	29
6-7 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	9.68	12
8 ชั่วโมงต่อสัปดาห์หรือมากกว่า	6.45	8

ตารางที่ 8.36 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ Tamacot จำแนกตามประเภทรายการทีวีที่รับชมเป็นประจำ (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

ประเภทรายการทีวีที่รับชมเป็นประจำ	ร้อยละ
รายการสำหรับเด็ก เยาวชนและครอบครัว	19.87
รายการที่มีเนื้อหาเป็นประโยชน์ต่อประชาชนทั่วไป	32.18
รายการสารคดีเชิงประวัติศาสตร์	19.56
รายการเสริมสร้างความรู้ เช่น ความรู้เท่าทันสื่อ	24.29
รายการสำหรับคนพิการ	3.79
อื่นๆ	0.32

1.2) การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรายการ

หากพิจารณาการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรายการ Tamacot สามารถสรุปได้ดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนการเคยรับชมหรือรู้จักรายการ Tamacot คิดเป็นร้อยละ 29.03
2. ผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนของการรับชมรายการระหว่าง 25-50% เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 36.29
3. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเต็มใจที่จะบริจาคให้รายการ Tamacot คิดเป็นร้อยละ 25.00 โดยแบ่งเป็นผู้ที่เต็มใจบริจาคเป็นจำนวน 5-100 บาท คิดเป็นร้อยละ 8.87 และเต็มใจบริจาคเป็นจำนวน 101-200 บาท คิดเป็นร้อยละ 13.71 และมากกว่า 200 บาท คิดเป็นร้อยละ 2.42 โดยมีผู้ที่เต็มใจบริจาคเป็นจำนวนเงินสูงสุดจำนวน 300 บาท ทั้งนี้มีค่าเฉลี่ยของจำนวนที่เต็มใจจะบริจาคเป็นจำนวน 38.71 บาท
4. ผู้ตอบแบบสอบถามรายงานว่าได้รับประโยชน์จากรายการ Tamacot ในด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 100.0
5. ผู้ตอบแบบสอบถามให้คะแนนความต้องการจัดสรรเงินบริจาคแก่รายการ Tamacot ในด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ เฉลี่ยสูงสุด คือ 17.27/100 คะแนน โดยคิดเป็นมูลค่าเงินบริจาคเฉลี่ย 24.69 บาท
6. ผู้ตอบแบบสอบถามที่เต็มใจที่จะบริจาคให้รายการ Tamacot มีเหตุผลที่เต็มใจบริจาค คือ รายการนี้มีประโยชน์ต่อสังคมและประเทศไทยโดยรวม เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 49.12 และมีเหตุผลที่ไม่เต็มใจจะบริจาค คือ เป็นหน้าที่ของหน่วยงานรัฐที่ต้องสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 61.54

ตารางที่ 8.37 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ Tamacot จำแนกตามการเคยรับชมหรือรู้จักรายการ

การเคยรับชมหรือรู้จักรายการ	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
เคยรับชม/รู้จัก	29.03	88
ไม่เคยรับชม/ไม่รู้จัก	70.97	36

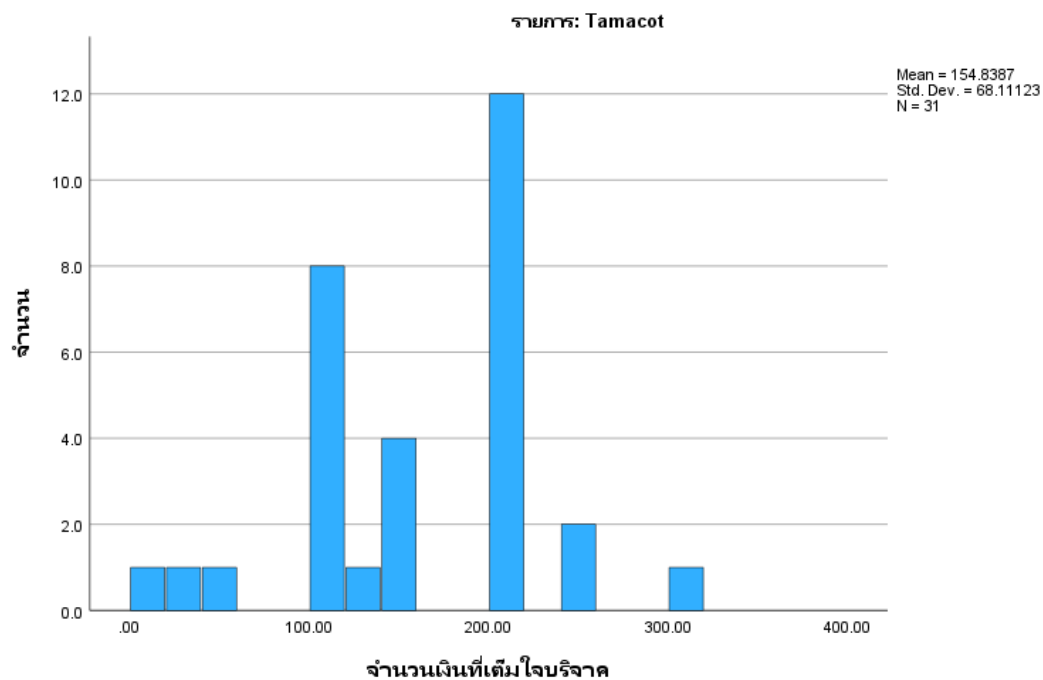
ตารางที่ 8.38 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ Tamacot จำแนกตามสัดส่วนของการรับชมรายการ เพื่อประเมินความเต็มใจบริจาค

สัดส่วนของการรับชมรายการ เพื่อประเมินความเต็มใจบริจาค	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
ไม่เกิน 25%	16.94	21
25 - 50 %	36.29	45
50 - 75 %	18.55	23
75 - 100 %	28.23	35

ตารางที่ 8.39 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ Tamacot
 ตามความเต็มใจบริจาค

ความเต็มใจบริจาคและจำนวนเงินที่เต็มใจบริจาค	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
ไม่เต็มใจบริจาค	75.00	93
5 - 100 บาท	8.87	11
101 - 200 บาท	13.71	17
มากกว่า 200 บาท	2.42	3
ค่าเฉลี่ย	38.71	
ค่าต่ำสุด	0	
ค่าสูงสุด	300	
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	75.26	

แผนภาพที่ 8.2 การกระจายตัวของจำนวนเงินเฉลี่ยที่เต็มใจบริจาคในรายการ Tamacot



ตารางที่ 8.40 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ Tamacot จำแนกตามประโยชน์ที่ได้รับจากรายการในแต่ละด้าน

ประโยชน์ที่ได้รับจากรายการในแต่ละด้าน	ไม่ได้รับ		ได้รับ	
	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง
ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	0.00	0	100.00	31
ความเข้าใจความแตกต่างและหลากหลายในสังคม	22.58	7	77.42	24
ความเข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต	22.58	7	77.42	24
การปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม	16.13	5	83.87	26
แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต	25.81	8	74.19	23
การนำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน	32.26	10	67.74	21
การมีรายการที่ส่งเสริมพัฒนาการและการเรียนรู้สำหรับเด็กและเยาวชน	6.45	2	93.55	29
การมีรายการที่มีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็กเยาวชน และสถาบันครอบครัว	6.45	2	93.55	29
อื่นๆ คือ ส่งเสริมจินตนาการและความคิดสร้างสรรค์/คำศัพท์ภาษาอังกฤษ/มีความรู้/มีสาระ/เรียนรู้ภาษา	35.48	11	64.52	20

การประเมินสัดส่วนที่ต้องการบริจาคในด้านต่างๆ นั้น ผู้วิจัยคำนวณจากสูตร

$$\frac{\text{คะแนนความต้องการการจัดสรรเงินบริจาคเพื่อพัฒนาประโยชน์ในด้านของแต่ละบุคคล} \times 100}{\text{คะแนนรวมทุกด้านของผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละคน}}$$

โดยที่ คะแนนความต้องการการจัดสรรเงินบริจาคเพื่อพัฒนาประโยชน์ในด้านของแต่ละบุคคลมีค่าตั้งแต่ 0 -10 จะนำไปหาสัดส่วนจากคะแนนรวมของทุกด้านของผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละคน ซึ่งมีจำนวนด้านที่ให้คะแนนไม่เท่ากัน แล้วจึงนำไปคูณด้วย 100 เพื่อให้มีค่าสัดส่วนอยู่ในช่วง 0 - 100 คะแนน จากนั้นจึงนำไปประเมินมูลค่าของเงินบริจาคในแต่ละด้านตามสูตรดังนี้

$$\text{มูลค่าของเงินบริจาคในแต่ละด้าน} = \frac{\text{สัดส่วนที่ต้องการบริจาคในด้านต่างๆ} \times \text{จำนวนเงินที่ยินดีบริจาค}}{100}$$

ตารางที่ 8.41 ค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ Tamacot จำแนกตามการประเมินสัดส่วนที่ต้องการบริจาคในด้านต่างๆและการประเมินมูลค่าเงินบริจาคในแต่ละด้าน เฉพาะผู้ตอบแบบสอบถามที่ยินดีบริจาคให้รายการในด้านต่างๆ

การจัดสรรเงินบริจาคเพื่อพัฒนาประโยชน์ในด้านต่างๆ	สัดส่วนเฉลี่ย	มูลค่าเงินบริจาคเฉลี่ย (บาท)
ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	17.27	24.69
ความเข้าใจความแตกต่างและหลากหลายในสังคม	10.40	17.15
ความเข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต	9.77	16.78
การปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม	11.56	18.86
แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต	9.16	15.86
การนำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน	7.37	12.18
การมีรายการที่ส่งเสริมพัฒนาการและการเรียนรู้สำหรับเด็กและเยาวชน	16.62	26.45
การมีรายการที่มีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็กเยาวชน และสถาบันครอบครัว	15.42	24.69
อื่นๆ คือ ส่งเสริมจินตนาการและความคิดสร้างสรรค์/คำศัพท์ภาษาอังกฤษ/มีความรู้/มีสาระ/เรียนรู้ภาษา	2.44	3.01
รวม (เฉพาะผู้ยินดีบริจาคเพื่อประโยชน์ในด้านต่างๆ จำนวน 30 คน)	100.00	159.67

ตารางที่ 8.42 ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ Tamacot จำแนกตามเหตุผลที่เต็มใจจะบริจาคและไม่เต็มใจจะบริจาค

เหตุผลที่เต็มใจจะบริจาคและไม่เต็มใจจะบริจาค	ร้อยละ
เหตุผลที่เต็มใจจะบริจาค	
ประชาชนทุกคนควรมีส่วนร่วมในการสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ	22.81
เนื้อหารายการนี้มีความจำเป็นเร่งด่วนในสังคมไทย	1.75
รายการนี้มีประโยชน์ต่อตนเองและครอบครัวโดยตรง	26.32
รายการนี้มีประโยชน์ต่อสังคมและประเทศไทยโดยรวม	49.12
เหตุผลที่ไม่เต็มใจจะบริจาค	
รายได้ไม่เพียงพอ	10.26
รายการไม่มีประโยชน์ต่อตนเองและครอบครัว	7.69
รายการไม่มีประโยชน์ต่อสังคมและประเทศไทยโดยรวม	-

เหตุผลที่เต็มใจจะบริจาคและไม่เต็มใจจะบริจาค	ร้อยละ
เป็นหน้าที่ของหน่วยงานรัฐที่ต้องสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ	61.54
รายการต้องเกิดขึ้นแน่นอน ถึงแม้ว่าจะไม่บริจาค	7.69
รายการไม่ใช่เรื่องจำเป็นเร่งด่วนในสังคมไทย	11.54
การหารายได้เป็นหน้าที่ผู้ผลิต และผู้ผลิตสามารถหารายได้จากหลายช่องทาง	1.28

2) รายการ จ๊อบคิดส์ พิชิตฝัน

รายการ จ๊อบคิดส์ พิชิตฝัน เป็นประเภทรายการสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว มีผู้ตอบแบบสอบถามในรายการดังกล่าวจำนวน 117 ราย โดยมีรายละเอียดผลการวิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคมของผู้ตอบและการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรายการ ดังนี้

2.1) การวิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคม

จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ จ๊อบคิดส์ พิชิตฝัน จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส จำนวนบุตร สมาชิกในครัวเรือน และรายได้ครัวเรือน ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคมพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถามในรายการดังกล่าว โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนของเพศชาย และหญิงที่ใกล้เคียงกัน (ร้อยละ 47.86 และร้อยละ 52.14 ตามลำดับ) ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างมีอายุระหว่าง 31-40 ปีเป็นสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 34.19) และกลุ่มตัวอย่างมากกว่าครึ่งมีระดับการศึกษาสูงสุดคือระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 57.26) รวมไปถึงประกอบอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย ในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน (ร้อยละ 23.93 และ 27.35 ตามลำดับ) กลุ่มตัวอย่างมีสถานภาพสมรสเป็นโสด สัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 42.74) และมากกว่าครึ่งไม่มีบุตร (ร้อยละ 55.56) รวมไปถึงอาศัยอยู่ในครัวเรือนที่มีสมาชิกระหว่าง 3-5 คน เป็นสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 61.54) และส่วนใหญ่มีรายได้ครัวเรือน 30,000 ขึ้นไป/เดือน

ผู้ตอบแบบสอบถามในรายการดังกล่าวมีสัดส่วนที่อาศัยอยู่ในภาคเหนือสูงสุด (ร้อยละ 34.19) รองลงมาคือภาคกลาง (ร้อยละ 25.64) และลำดับที่สามคือภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (ร้อยละ 17.95) ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามเกือบครึ่งรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย 2-3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ (ร้อยละ 46.15) และรับชมรายการที่มีเนื้อหาเป็นประโยชน์ต่อประชาชนทั่วไปเป็นสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 32.55)

ตารางที่ 8.43 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ จีอบคิตส์ พิชิตฝัน จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส จำนวนบุตร สมาชิกในครัวเรือน และรายได้ครัวเรือน

ลักษณะเศรษฐกิจสังคม ของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ Tamacot	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
เพศ		
ชาย	47.86	56
หญิง	52.14	61
ไม่ระบุ	-	-
อายุ		
20 ปีหรือน้อยกว่า	11.11	13
21-30 ปี	23.08	27
31-40 ปี	34.19	40
41-50 ปี	17.95	21
51-60 ปี	8.55	10
มากกว่า 60 ปี	5.13	6
การศึกษา		
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	-	-
มัธยมศึกษาตอนต้น	-	-
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	12.82	15
ปวส./อนุปริญญา	9.40	11
ปริญญาตรี	57.26	67
สูงกว่าปริญญาตรี	20.51	24
อาชีพ		
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	23.93	28
พนักงานบริษัทเอกชน	12.82	15
ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย	27.35	32
ผู้ใช้แรงงาน/รับจ้างทั่วไป	14.53	17
เกษตรกร/ชาวประมง	1.71	2
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	0.85	1
นักเรียน/นักศึกษา	11.97	14
เกษียณอายุ/ว่างงาน	5.13	6
พนักงานของรัฐ	0.85	1
ครู/อาจารย์	0.85	1
พนักงานมหาวิทยาลัย	-	-
สถานภาพสมรส		

ลักษณะเศรษฐกิจสังคม ของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ Tamacot	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
โสด	42.74	50
แต่งงาน มีบุตร	38.46	45
แต่งงาน ไม่มีบุตร	9.40	11
หย่าร้าง/เป็นหม้าย/แยกกันอยู่	9.40	11
จำนวนบุตร		
ไม่มีบุตร	55.56	65
1 คน	22.22	26
2 คน	13.68	16
3-4 คน	8.55	10
5 คนขึ้นไป	-	-
สมาชิกในครัวเรือน		
1-2 คน	17.95	21
3-5 คน	61.54	72
6-8 คน	19.66	23
มากกว่า 8 คน	0.85	1
รายได้ครัวเรือน (บาท/เดือน)		
น้อยกว่า 10,000 บาท	0.85	1
10,000-19,000 บาท	0.85	1
20,000-29,999 บาท	10.26	12
30,000-39,999 บาท	23.93	28
40,000-49,999 บาท	24.79	29
50,000 บาท หรือมากกว่า	39.32	46

ตารางที่ 8.44 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ จีอบคิตส์ พิชิตฝัน จำแนกตามภาค

ภาค	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
กรุงเทพมหานคร	12.82	15
ภาคเหนือ	34.19	40
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	17.95	21
ภาคกลาง	25.64	30
ภาคใต้	9.40	11

ตารางที่ 8.45 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ จ๊อบคิดส์ พิชิตฝัน จำแนกตาม ปริมาณการรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย

ปริมาณการรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
1 ชั่วโมงต่อสัปดาห์หรือน้อยกว่า	12.82	15
2-3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	46.15	54
4-5 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	23.93	28
6-7 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	9.40	11
8 ชั่วโมงต่อสัปดาห์หรือมากกว่า	7.69	9

ตารางที่ 8.46 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ จ๊อบคิดส์ พิชิตฝัน จำแนกตาม ประเภทรายการทีวีที่รับชมเป็นประจำ (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

ประเภทรายการทีวีที่รับชมเป็นประจำ	ร้อยละ
รายการสำหรับเด็ก เยาวชนและครอบครัว	19.46
รายการที่มีเนื้อหาเป็นประโยชน์ต่อประชาชนทั่วไป	32.55
รายการสารคดีเชิงประวัติศาสตร์	19.13
รายการเสริมสร้างความรู้ เช่น ความรู้เท่าทันสื่อ	24.83
รายการสำหรับคนพิการ	4.03
อื่นๆ	-

2.2) การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรายการ

หากพิจารณาการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรายการ จ๊อบคิดส์ พิชิตฝัน สามารถสรุปได้ดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนการเคยรับชมหรือรู้จักรายการ จ๊อบคิดส์ พิชิตฝัน คิดเป็น ร้อยละ 29.06
2. ผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนของการรับชมรายการระหว่าง 25-50% เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 35.04
3. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเต็มใจที่จะบริจาคให้รายการ จ๊อบคิดส์ พิชิตฝัน คิดเป็นร้อยละ 21.37 โดยแบ่งเป็นผู้ที่เต็มใจบริจาคเป็นจำนวน 5-100 บาท คิดเป็นร้อยละ 10.26 และเต็มใจบริจาคเป็นจำนวน 101-200 บาท คิดเป็นร้อยละ 10.26 และมีผู้เต็มใจบริจาคจำนวน มากกว่า 200 บาท คิดเป็นร้อยละ 2.56 โดยมีผู้ที่เต็มใจบริจาคเป็นจำนวนเงินสูงสุดจำนวน 250 บาท ทั้งนี้มีค่าเฉลี่ยของจำนวนที่เต็มใจจะบริจาคเป็นจำนวน 66.75 บาท
4. ผู้ตอบแบบสอบถามรายงานว่าได้รับประโยชน์จากรายการ จ๊อบคิดส์ พิชิตฝัน ในด้านความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 100.0

5. ผู้ตอบแบบสอบถามให้คะแนนความต้องการจัดสรรเงินบริจาคแก่รายการ จ๊อบคิดส์ พิชิตฝัน ในด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ เฉลี่ยสูงสุด คือ 18.77/100 คะแนน โดยคิดเป็นมูลค่าเงินบริจาคจำนวน 24.61 บาท
6. ผู้ตอบแบบสอบถามที่เต็มใจที่จะบริจาคให้รายการ จ๊อบคิดส์ พิชิตฝัน มีเหตุผลที่เต็มใจบริจาค คือ รายการนี้มีประโยชน์ต่อสังคมและประเทศไทยโดยรวม เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 58.14 และมีเหตุผลที่ไม่เต็มใจจะบริจาค คือ เป็นหน้าที่ของหน่วยงานรัฐที่ต้องสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 67.57

ตารางที่ 8.47 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ จ๊อบคิดส์ พิชิตฝัน จำแนกตาม การเคยรับชมหรือรู้จักรายการ

การเคยรับชมหรือรู้จักรายการ	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
เคยรับชม/รู้จัก	29.06	34
ไม่เคยรับชม/ไม่รู้จัก	70.94	33

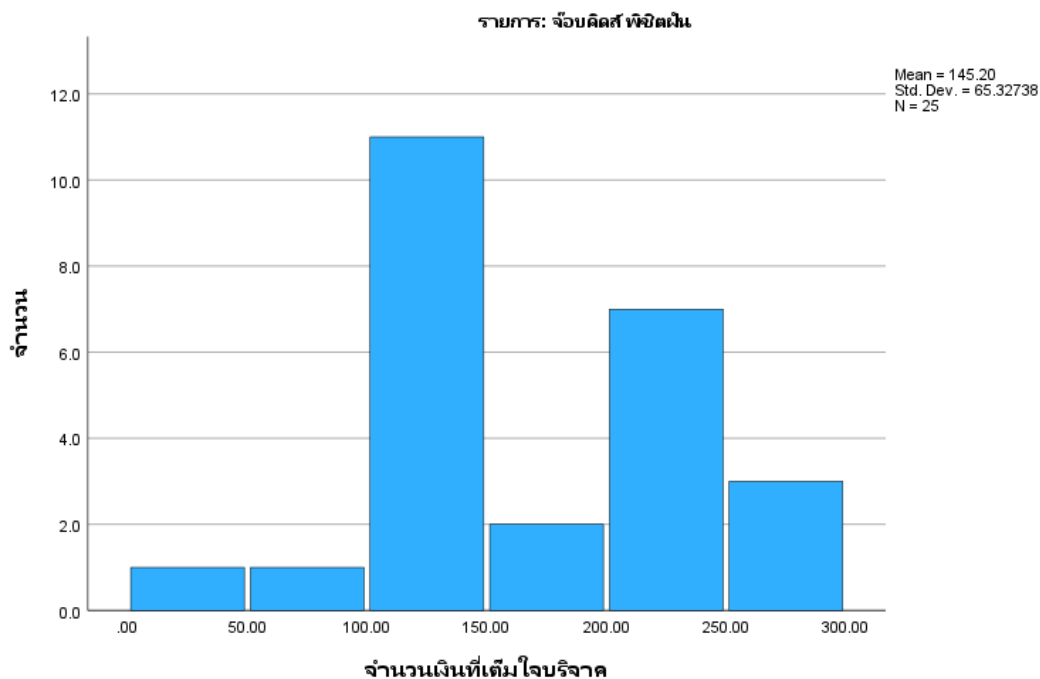
ตารางที่ 8.48 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ จ๊อบคิดส์ พิชิตฝัน จำแนกตาม สัดส่วนของการรับชมรายการ เพื่อประเมินความเต็มใจบริจาค

สัดส่วนของการรับชมรายการ เพื่อประเมินความเต็มใจบริจาค	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
ไม่เกิน 25%	15.38	18
25 - 50 %	35.04	41
50 - 75 %	21.37	25
75 - 100 %	28.21	33

ตารางที่ 8.49 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ จ๊อบคิดส์ พิชิตฝัน ตาม ความเต็มใจบริจาค

ความเต็มใจบริจาคและจำนวนเงินที่เต็มใจบริจาค	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
ไม่เต็มใจบริจาค	78.63	92
5 - 100 บาท	10.26	12
101 - 200 บาท	8.55	10
มากกว่า 200 บาท	2.56	3
ค่าเฉลี่ย	31.03	
ค่าต่ำสุด	0	
ค่าสูงสุด	250	
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	66.75	

แผนภาพที่ 8.3 การกระจายตัวของจำนวนเงินเฉลี่ยที่เต็มใจบริจาคในรายการ จ๊อบคิดส์ พิชิตฝัน



ตารางที่ 8.50 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ จ๊อบคิดส์ พิชิตฝัน จำแนกตามประโยชน์ที่ได้รับจากรายการในแต่ละด้าน

ประโยชน์ที่ได้รับจากรายการ ในแต่ละด้าน	ไม่ได้รับ		ได้รับ	
	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง
ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหา รายการ	0.00	0	100.00	25
ความเข้าใจความแตกต่างและ หลากหลายในสังคม	20.00	5	80.00	20
ความเข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบัน หรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต	12.00	3	88.00	22
การปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีใน สังคม	8.00	2	92.00	23
แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต	28.00	7	72.00	18
การนำเนื้อหารายการมาปรับใช้ใน ชีวิตประจำวัน	32.00	8	68.00	17
การมีรายการที่ส่งเสริมพัฒนาการ และการเรียนรู้สำหรับเด็กและ เยาวชน	8.00	2	92.00	23

ประโยชน์ที่ได้รับจากรายการ ในแต่ละด้าน	ไม่ได้รับ		ได้รับ	
	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง
การมีรายการที่มีคุณภาพและ เหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็ก เยาวชน และสถาบันครอบครัว	8.00	2	92.00	23
อื่นๆ คือ การกระตุ้นให้เยาวชน คิดถึงอนาคต	40.00	10	60.00	15

การประเมินสัดส่วนที่ต้องการบริจจาคในด้านต่างๆ นั้น ผู้วิจัยคำนวณจากสูตร

$$\frac{\text{คะแนนความต้องการการจัดสรรเงินบริจจาคเพื่อพัฒนาประโยชน์ในด้านของแต่ละบุคคล} \times 100}{\text{คะแนนรวมทุกด้านของผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละคน}}$$

โดยที่ คะแนนความต้องการการจัดสรรเงินบริจจาคเพื่อพัฒนาประโยชน์ในด้านของแต่ละบุคคลมีค่าตั้งแต่ 0 -10 จะนำไปหาสัดส่วนจากคะแนนรวมของทุกด้านของผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละคน ซึ่งมีจำนวนด้านที่ให้คะแนนไม่เท่ากัน แล้วจึงนำไปคูณด้วย 100 เพื่อให้มีค่าสัดส่วนอยู่ในช่วง 0 - 100 คะแนน จากนั้นจึงนำไปประเมินมูลค่าของเงินบริจจาคในแต่ละด้านตามสูตรดังนี้

$$\text{มูลค่าของเงินบริจจาคในแต่ละด้าน} = \frac{\text{สัดส่วนที่ต้องการบริจจาคในด้านต่างๆ} \times \text{จำนวนเงินที่ยินดีบริจจาค}}{100}$$

ตารางที่ 8.51 ค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ จีอบคิดส์ พิชิตฝัน จำแนกตามการประเมินสัดส่วนที่ต้องการบริจจาคในด้านต่างๆและการประเมินมูลค่าเงินบริจจาคในแต่ละด้าน เฉพาะผู้ตอบแบบสอบถามที่ยินดีบริจจาคให้รายการในด้านต่างๆ

การจัดสรรเงินบริจจาคเพื่อพัฒนาประโยชน์ในด้านต่างๆ	สัดส่วนเฉลี่ย	มูลค่าเงินบริจจาคเฉลี่ย (บาท)
ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	18.77	24.61
ความเข้าใจความแตกต่างและหลากหลายในสังคม	11.02	16.77
ความเข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต	11.55	16.16
การปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม	11.87	17.73
แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต	9.37	15.56
การนำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน	8.08	12.85

การจัดสรรเงินบริจาคเพื่อพัฒนาประโยชน์ในด้านต่างๆ	สัดส่วนเฉลี่ย	มูลค่าเงินบริจาคเฉลี่ย (บาท)
การมีรายการที่ส่งเสริมพัฒนาการและการเรียนรู้สำหรับเด็กและเยาวชน	13.56	19.48
การมีรายการที่มีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็ก เยาวชน และสถาบันครอบครัว	14.91	20.76
อื่นๆ คือ การกระตุ้นให้เยาวชนคิดถึงอนาคต	0.86	1.28
รวม (เฉพาะผู้ยินดีบริจาคเพื่อประโยชน์ในด้านต่างๆ จำนวน 25 คน)	100.0	145.20

ตารางที่ 8.52 ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ จ๊อบคิดส์ พิชิตฝัน จำแนกตามเหตุผลที่เต็มใจจะบริจาคและไม่เต็มใจจะบริจาค

เหตุผลที่เต็มใจจะบริจาคและไม่เต็มใจจะบริจาค	ร้อยละ
เหตุผลที่เต็มใจจะบริจาค	
ประชาชนทุกคนควรมีส่วนร่วมในการสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ	16.28
เนื้อหารายการนี้มีความจำเป็นเร่งด่วนในสังคมไทย	-
รายการนี้มีประโยชน์ต่อตนเองและครอบครัวโดยตรง	25.58
รายการนี้มีประโยชน์ต่อสังคมและประเทศไทยโดยรวม	58.14
เหตุผลที่ไม่เต็มใจจะบริจาค	
รายได้ไม่เพียงพอ	10.81
รายการไม่มีประโยชน์ต่อตนเองและครอบครัว	4.05
รายการไม่มีประโยชน์ต่อสังคมและประเทศไทยโดยรวม	-
เป็นหน้าที่ของหน่วยงานรัฐที่ต้องสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ	67.57
รายการต้องเกิดขึ้นแน่นอน ถึงแม้ว่าจะไม่บริจาค	5.41
รายการไม่ใช่เรื่องจำเป็นเร่งด่วนในสังคมไทย	10.81
การหารายได้เป็นหน้าที่ผู้ผลิตและผู้ผลิตสามารถหารายได้จากหลายช่องทาง	1.4

3) รายการ Kids Zone

รายการ Kids Zone เป็นประเภทรายการสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว มีผู้ตอบแบบสอบถามในรายการดังกล่าวจำนวน 117 ราย โดยมีรายละเอียดผลการวิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคมของผู้ตอบและการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรายการ ดังนี้

3.1) การวิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคม

แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ Kids Zone จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส จำนวนบุตร สมาชิกในครัวเรือน และรายได้ครัวเรือน ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคมพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถามในรายการดังกล่าว โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนของเพศชาย และหญิงที่ใกล้เคียงกัน (ร้อยละ 47.86 และร้อยละ 51.28 ตามลำดับ) ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างมีอายุระหว่าง 31-40 ปีเป็นสัดส่วนสูงที่สุด (ร้อยละ 36.75) และกลุ่มตัวอย่างมากกว่าครึ่งมีระดับการศึกษาสูงสุดคือระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 58.12) รวมไปถึงประกอบอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย ในสัดส่วนที่เท่ากัน (ร้อยละ 24.79 และ 24.79 ตามลำดับ) กลุ่มตัวอย่างมีสถานภาพสมรสเป็นโสด สัดส่วนสูงที่สุด (ร้อยละ 44.44) และมากกว่าครึ่งไม่มีบุตร (ร้อยละ 56.41) รวมไปถึงอาศัยอยู่ในครัวเรือนที่มีสมาชิกระหว่าง 3-5 คน เป็นสัดส่วนสูงที่สุด (ร้อยละ 59.83) และส่วนใหญ่มีรายได้ครัวเรือน 30,000 ขึ้นไป/เดือน

ผู้ตอบแบบสอบถามในรายการดังกล่าวมีสัดส่วนที่อาศัยอยู่ในภาคเหนือสูงที่สุด (ร้อยละ 34.19) รองลงมาคือภาคกลาง (ร้อยละ 26.50) และลำดับที่สามคือภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (ร้อยละ 18.80) ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามเกือบครึ่งรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย 2-3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ (ร้อยละ 45.30) และรับชมรายการที่มีเนื้อหาเป็นประโยชน์ต่อประชาชนทั่วไปเป็นสัดส่วนสูงที่สุด (ร้อยละ 32.01)

ตารางที่ 8.53 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ Kids Zone จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส จำนวนบุตร สมาชิกในครัวเรือน และรายได้ครัวเรือน

ลักษณะเศรษฐกิจสังคม ของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ Kids Zone	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
เพศ		
ชาย	47.86	56
หญิง	51.28	60
ไม่ระบุ	0.85	1
อายุ		
20 ปีหรือน้อยกว่า	10.26	12
21-30 ปี	23.08	27
31-40 ปี	36.75	43
41-50 ปี	17.95	21
51-60 ปี	6.84	8
มากกว่า 60 ปี	5.13	6

ลักษณะเศรษฐกิจสังคม ของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ Kids Zone	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
การศึกษา		
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	-	-
มัธยมศึกษาตอนต้น	-	-
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	12.82	15
ปวส./อนุปริญญา	7.69	9
ปริญญาตรี	58.12	68
สูงกว่าปริญญาตรี	21.37	25
อาชีพ		
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	24.79	29
พนักงานบริษัทเอกชน	11.97	14
ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย	24.79	29
ผู้ใช้แรงงาน/รับจ้างทั่วไป	14.53	17
เกษตรกร/ชาวประมง	2.56	3
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	2.56	3
นักเรียน/นักศึกษา	11.97	14
เกษียณอายุ/ว่างงาน	4.27	5
พนักงานของรัฐ	1.71	2
ครู/อาจารย์	0.85	1
พนักงานมหาวิทยาลัย	-	-
สถานภาพสมรส		
โสด	44.44	52
แต่งงาน มีบุตร	39.32	46
แต่งงาน ไม่มีบุตร	9.40	11
หย่าร้าง/เป็นหม้าย/แยกกันอยู่	6.84	8
จำนวนบุตร		
ไม่มีบุตร	56.41	66
1 คน	22.22	26
2 คน	13.68	16
3-4 คน	7.69	9
5 คนขึ้นไป	-	-
สมาชิกในครัวเรือน		
1-2 คน	18.80	22
3-5 คน	59.83	70
6-8 คน	20.51	24

ลักษณะเศรษฐกิจสังคม ของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ Kids Zone	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
มากกว่า 8 คน	0.85	1
รายได้ครัวเรือน (บาท/เดือน)		
น้อยกว่า 10,000 บาท	0.85	1
10,000-19,000 บาท	0.85	1
20,000-29,999 บาท	11.11	13
30,000-39,999 บาท	20.51	24
40,000-49,999 บาท	26.50	31
50,000 บาท หรือมากกว่า	40.17	47

ตารางที่ 8.54 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ Kids Zone จำแนกตามภาค

ภาค	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
กรุงเทพมหานคร	12.82	15
ภาคเหนือ	34.19	40
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	18.80	22
ภาคกลาง	26.50	31
ภาคใต้	7.69	9

ตารางที่ 8.55 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ Kids Zone จำแนกตามปริมาณการรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย

ปริมาณการรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
1 ชั่วโมงต่อสัปดาห์หรือน้อยกว่า	12.82	15
2-3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	45.30	53
4-5 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	23.08	27
6-7 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	10.26	12
8 ชั่วโมงต่อสัปดาห์หรือมากกว่า	8.55	10

ตารางที่ 8.56 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ Kids Zone จำแนกตามประเภทรายการทีวีที่รับชมเป็นประจำ (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

ประเภทรายการทีวีที่รับชมเป็นประจำ	ร้อยละ
รายการสำหรับเด็ก เยาวชนและครอบครัว	19.14
รายการที่มีเนื้อหาเป็นประโยชน์ต่อประชาชนทั่วไป	32.01
รายการสารคดีเชิงประวัติศาสตร์	20.13
รายการเสริมสร้างความรู้ เช่น ความรู้เท่าทันสื่อ	24.09
รายการสำหรับคนพิการ	4.62
อื่นๆ	-

3.2) การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรายการ

หากพิจารณาการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรายการ Kids Zone สามารถสรุปได้ดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนการเคยรับชมหรือรู้จักรายการ Kids Zone คิดเป็นร้อยละ 29.91
2. ผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนของการรับชมรายการระหว่าง 25-50% เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 29.06
3. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเต็มใจที่จะบริจาคให้รายการ Kids Zone คิดเป็นร้อยละ 23.93 โดยแบ่งเป็นผู้ที่เต็มใจบริจาคเป็นจำนวน 5-100 บาท คิดเป็นร้อยละ 9.40 และเต็มใจบริจาคเป็นจำนวน 101-200 บาท คิดเป็นร้อยละ 11.11 และเต็มใจบริจาคมากกว่า 200 บาท คิดเป็นร้อยละ 3.42 โดยมีผู้ที่เต็มใจบริจาคเป็นจำนวนเงินสูงสุดจำนวน 500 บาท ทั้งนี้มีค่าเฉลี่ยของจำนวนที่เต็มใจจะบริจาคเป็นจำนวน 39.23 บาท
4. ผู้ตอบแบบสอบถามรายงานว่าได้รับประโยชน์จากรายการ Kids Zone ในด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 100.0
5. ผู้ตอบแบบสอบถามให้คะแนนความต้องการจัดสรรเงินบริจาคแก่รายการ Kids Zone ในด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ เฉลี่ยสูงสุด คือ 18.15/100 คะแนน โดยคิดเป็นมูลค่าเงินบริจาคจำนวน 28.12 บาท
6. ผู้ตอบแบบสอบถามที่เต็มใจที่จะบริจาคให้รายการ Kids Zone มีเหตุผลที่เต็มใจบริจาค คือ รายการนี้มีประโยชน์ต่อสังคมและประเทศไทยโดยรวม เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 51.06 และมีเหตุผลที่ไม่เต็มใจจะบริจาค คือ เป็นหน้าที่ของหน่วยงานรัฐที่ต้องสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 65.71

ตารางที่ 8.57 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ Kids Zone จำแนกตามการเคยรับชมหรือรู้จักรายการ

การเคยรับชมหรือรู้จักรายการ	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
เคยรับชม/รู้จัก	29.91	35
ไม่เคยรับชม/ไม่รู้จัก	70.09	82

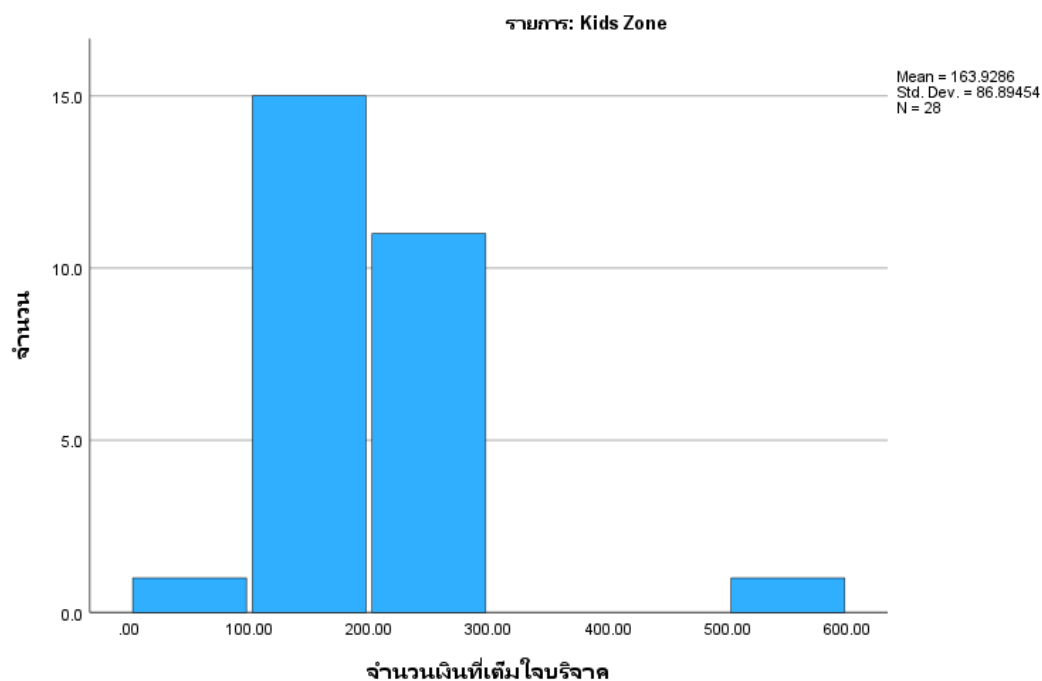
ตารางที่ 8.58 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ Kids Zone จำแนกตามสัดส่วนของการรับชมรายการ เพื่อประเมินความเต็มใจบริจาค

สัดส่วนของการรับชมรายการ เพื่อประเมินความเต็มใจบริจาค	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
ไม่เกิน 25%	18.80	22
25 - 50 %	29.06	34
50 - 75 %	23.08	27
75 - 100 %	29.06	34

ตารางที่ 8.59 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ Kids Zone ตามความ
 เต็มใจบริจาค

ความเต็มใจบริจาคและจำนวนเงินที่เต็มใจบริจาค	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
ไม่เต็มใจบริจาค	76.07	89
5 - 100 บาท	9.40	11
101 - 200 บาท	11.11	13
มากกว่า 200 บาท	3.42	4
ค่าเฉลี่ย	39.23	
ค่าต่ำสุด	0	
ค่าสูงสุด	500	
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	81.80	

แผนภาพที่ 8.4 การกระจายตัวของจำนวนเงินเฉลี่ยที่เต็มใจบริจาคในรายการ Kids Zone



ตารางที่ 8.60 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ Kids Zone จำแนกตามประโยชน์ที่ได้รับจากรายการในแต่ละด้าน

ประโยชน์ที่ได้รับจากรายการในแต่ละด้าน	ไม่ได้รับ		ได้รับ	
	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง
ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	0.00	0	100.00	28
ความเข้าใจความแตกต่างและหลากหลายในสังคม	25.00	7	75.00	21
ความเข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต	10.71	3	89.29	25
การปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม	7.14	2	92.86	26
แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต	32.14	9	67.86	19
การนำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน	28.57	8	71.43	20
การมีรายการที่ส่งเสริมพัฒนาการและการเรียนรู้สำหรับเด็กและเยาวชน	7.14	2	92.86	26
การมีรายการที่มีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็ก เยาวชน และสถาบันครอบครัว	7.14	2	92.86	26
อื่นๆ คือ ส่งเสริมให้เยาวชนรู้จักการหาความรู้/ ทันทสมัยทันเหตุการณ์	39.29	11	60.71	17

การประเมินสัดส่วนที่ต้องการบริจาคในด้านต่างๆ นั้น ผู้วิจัยคำนวณจากสูตร

$$\frac{\text{คะแนนความต้องการการจัดสรรเงินบริจาคเพื่อพัฒนาประโยชน์ในด้านของแต่ละบุคคล} \times 100}{\text{คะแนนรวมทุกด้านของผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละคน}}$$

โดยที่ คะแนนความต้องการการจัดสรรเงินบริจาคเพื่อพัฒนาประโยชน์ในด้านของแต่ละบุคคลมีค่าตั้งแต่ 0 - 10 จะนำไปหาสัดส่วนจากคะแนนรวมของทุกด้านของผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละคน ซึ่งมีจำนวนด้านที่ให้คะแนนไม่เท่ากัน แล้วจึงนำไปคูณด้วย 100 เพื่อให้มีค่าสัดส่วนอยู่ในช่วง 0 - 100 คะแนน จากนั้นจึงนำไปประเมินมูลค่าของเงินบริจาคในแต่ละด้านตามสูตรดังนี้

$$\text{มูลค่าของเงินบริจาคในแต่ละด้าน} = \frac{\text{สัดส่วนที่ต้องการบริจาคในด้านต่างๆ} \times \text{จำนวนเงินที่ยินดีบริจาค}}{100}$$

ตารางที่ 8.61 ค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ Kids Zone จำแนกตามการประเมินสัดส่วนที่ต้องการบริจาคในด้านต่างๆและการประเมินมูลค่าเงินบริจาคในแต่ละด้าน เฉพาะผู้ตอบแบบสอบถามที่ยินดีบริจาคให้รายการในด้านต่างๆ

การจัดสรรเงินบริจาคเพื่อพัฒนาประโยชน์ในด้านต่างๆ	สัดส่วนเฉลี่ย	มูลค่าเงินบริจาคเฉลี่ย (บาท)
ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	18.15	28.12
ความเข้าใจความแตกต่างและหลากหลายในสังคม	10.01	16.20
ความเข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต	12.19	19.33
การปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม	12.08	19.78
แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต	8.30	14.12
การนำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน	9.44	16.43
การมีรายการที่ส่งเสริมพัฒนาการและการเรียนรู้สำหรับเด็กและเยาวชน	14.38	24.00
การมีรายการที่มีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็กเยาวชน และสถาบันครอบครัว	14.26	23.78
อื่นๆ คือ ส่งเสริมให้เยาวชนรู้จักการหาความรู้ทันสมัยทันเหตุการณ์	1.18	2.18
รวม (เฉพาะผู้ยินดีบริจาคเพื่อประโยชน์ในด้านต่างๆ จำนวน 28 คน)	100.0	163.93

ตารางที่ 8.62 ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ Kids Zone จำแนกตามเหตุผลที่เต็มใจจะบริจาคและไม่เต็มใจจะบริจาค

เหตุผลที่เต็มใจจะบริจาคและไม่เต็มใจจะบริจาค	ร้อยละ
เหตุผลที่เต็มใจจะบริจาค	
ประชาชนทุกคนควรมีส่วนร่วมในการสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ	17.02
เนื้อหารายการนี้มีความจำเป็นเร่งด่วนในสังคมไทย	-
รายการนี้มีประโยชน์ต่อตนเองและครอบครัวโดยตรง	31.91
รายการนี้มีประโยชน์ต่อสังคมและประเทศไทยโดยรวม	51.06
เหตุผลที่ไม่เต็มใจจะบริจาค	
รายได้ไม่เพียงพอ	8.57
รายการไม่มีประโยชน์ต่อตนเองและครอบครัว	4.29
รายการไม่มีประโยชน์ต่อสังคมและประเทศไทยโดยรวม	-

เหตุผลที่เต็มใจจะบริจาคและไม่เต็มใจจะบริจาค	ร้อยละ
เป็นหน้าที่ของหน่วยงานรัฐที่ต้องสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ	65.71
รายการต้องเกิดขึ้นแน่นอน ถึงแม้ว่าจะไม่บริจาค	11.43
รายการไม่ใช่เรื่องจำเป็นเร่งด่วนในสังคมไทย	10.00
การหารายได้เป็นหน้าที่ผู้ผลิต และผู้ผลิตสามารถหารายได้จากหลายช่องทาง	-

4) รายการ ปริศนาร่างกาย

รายการ ปริศนาร่างกาย เป็นประเภทรายการสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว มีผู้ตอบแบบสอบถามในรายการดังกล่าวจำนวน 121 ราย โดยมีรายละเอียดผลการวิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคมของผู้ตอบและการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรายการ ดังนี้

4.1) การวิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคม

แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ ปริศนาร่างกาย จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส จำนวนบุตร สมาชิกในครัวเรือน และรายได้ครัวเรือน ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคมพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถามในรายการดังกล่าว โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนของเพศชาย และหญิงที่ใกล้เคียงกัน (ร้อยละ 48.76 และร้อยละ 49.59 ตามลำดับ) ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างมีอายุระหว่าง 31-40 ปีเป็นสัดส่วนสูงที่สุด (ร้อยละ 35.54) และกลุ่มตัวอย่างมากกว่าครึ่งมีระดับการศึกษาสูงสุดคือระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 59.50) รวมไปถึงประกอบอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย ในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน (ร้อยละ 23.14 และ 27.27 ตามลำดับ) กลุ่มตัวอย่างมีสถานภาพสมรสเป็นโสด สัดส่วนสูงที่สุด (ร้อยละ 43.80) และมากกว่าครึ่งไม่มีบุตร (ร้อยละ 55.37) รวมไปถึงอาศัยอยู่ในครัวเรือนที่มีสมาชิกระหว่าง 3-5 คน เป็นสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 61.16) และส่วนใหญ่มีรายได้ครัวเรือน 30,000 บาทขึ้นไป/เดือน

ผู้ตอบแบบสอบถามในรายการดังกล่าวมีสัดส่วนที่อาศัยอยู่ในภาคเหนือสูงที่สุด (ร้อยละ 32.23) รองลงมาคือภาคกลาง (ร้อยละ 27.27) และลำดับที่สามคือภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (ร้อยละ 19.01) ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามเกือบครึ่งรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย 2-3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ (ร้อยละ 45.45) และรับชมรายการที่มีเนื้อหาเป็นประโยชน์ต่อประชาชนทั่วไปเป็นสัดส่วนสูงที่สุด (ร้อยละ 32.58)

ตารางที่ 8.63 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ ปริศนาร่างกาย จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส จำนวนบุตร สมาชิกในครัวเรือน และรายได้ครัวเรือน

ลักษณะเศรษฐกิจสังคมของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ ปริศนาร่างกาย	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
เพศ		
ชาย	48.76	59
หญิง	49.59	60

ลักษณะเศรษฐกิจสังคม ของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ ปริศนาร่างกาย	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
ไม่ระบุ	1.65	2
อายุ		
20 ปีหรือน้อยกว่า	10.74	13
21-30 ปี	23.14	28
31-40 ปี	35.54	43
41-50 ปี	18.18	22
51-60 ปี	8.26	10
มากกว่า 60 ปี	4.13	5
การศึกษา		
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	-	
มัธยมศึกษาตอนต้น	-	
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	13.22	16
ปวส./อนุปริญญา	6.61	8
ปริญญาตรี	59.50	72
สูงกว่าปริญญาตรี	20.66	25
อาชีพ		
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	23.14	28
พนักงานบริษัทเอกชน	14.88	18
ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย	27.27	33
ผู้ใช้แรงงาน/รับจ้างทั่วไป	13.22	16
เกษตรกร/ชาวประมง	1.65	2
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	1.65	2
นักเรียน/นักศึกษา	12.40	15
เกษียณอายุ/ว่างงาน	4.13	5
พนักงานของรัฐ	0.83	1
ครู/อาจารย์	0.83	1
พนักงานมหาวิทยาลัย	-	-
สถานภาพสมรส		
โสด	43.80	53
แต่งงาน มีบุตร	38.02	46
แต่งงาน ไม่มีบุตร	9.09	11
หย่าร้าง/เป็นหม้าย/แยกกันอยู่	9.09	11
จำนวนบุตร		
ไม่มีบุตร	55.37	67

ลักษณะเศรษฐกิจสังคม ของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ ปรีศนาร่างกาย	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
1 คน	21.49	26
2 คน	14.88	18
3-4 คน	8.26	10
5 คนขึ้นไป	-	-
สมาชิกในครัวเรือน		
1-2 คน	15.70	19
3-5 คน	61.16	74
6-8 คน	22.31	27
มากกว่า 8 คน	0.83	1
รายได้ครัวเรือน (บาท/เดือน)		
น้อยกว่า 10,000 บาท	0.83	1
10,000-19,000 บาท	0.83	1
20,000-29,999 บาท	9.09	11
30,000-39,999 บาท	22.31	27
40,000-49,999 บาท	28.93	35
50,000 บาท หรือมากกว่า	38.02	46

ตารางที่ 8.64 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ ปรีศนาร่างกาย จำแนกตามภาค

ภาค	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
กรุงเทพมหานคร	12.40	15
ภาคเหนือ	32.23	39
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	19.01	23
ภาคกลาง	27.27	33
ภาคใต้	9.09	11

ตารางที่ 8.65 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ ปรีศนาร่างกาย จำแนกตามปริมาณการรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย

ปริมาณการรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
1 ชั่วโมงต่อสัปดาห์หรือน้อยกว่า	12.40	15
2-3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	45.45	55
4-5 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	24.79	30
6-7 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	11.57	14
8 ชั่วโมงต่อสัปดาห์หรือมากกว่า	5.79	7

ตารางที่ 8.66 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ ปริศนาร่างกาย จำแนกตามประเภทรายการทีวีที่รับชมเป็นประจำ (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

ประเภทรายการทีวีที่รับชมเป็นประจำ	ร้อยละ
รายการสำหรับเด็ก เยาวชนและครอบครัว	19.35
รายการที่มีเนื้อหาเป็นประโยชน์ต่อประชาชนทั่วไป	32.58
รายการสารคดีเชิงประวัติศาสตร์	19.68
รายการเสริมสร้างความรู้ เช่น ความรู้เท่าทันสื่อ	24.52
รายการสำหรับคนพิการ	3.87
อื่นๆ	-

4.2) การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรายการ

หากพิจารณาการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรายการ ปริศนาร่างกาย สามารถสรุปได้ดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนการเคยรับชมหรือรู้จักรายการ ปริศนาร่างกาย คิดเป็นร้อยละ 28.93
2. ผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนของการรับชมรายการระหว่าง 25-50% เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 32.23
3. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเต็มใจที่จะบริจาคให้รายการ ปริศนาร่างกาย คิดเป็นร้อยละ 19.83 โดยแบ่งเป็นผู้ที่เต็มใจบริจาคเป็นจำนวน 5-100 บาท คิดเป็นร้อยละ 9.92 และเต็มใจบริจาคเป็นจำนวน 101-200 บาท คิดเป็นร้อยละ 7.44 และเต็มใจบริจาคมากกว่า 200 บาท คิดเป็นร้อยละ 2.48 โดยมีผู้ที่เต็มใจบริจาคเป็นจำนวนเงินสูงสุดจำนวน 250 บาท ทั้งนี้มีค่าเฉลี่ยของจำนวนที่เต็มใจจะบริจาคเป็นจำนวน 29.75 บาท
4. ผู้ตอบแบบสอบถามรายงานว่าได้รับประโยชน์จากรายการ ปริศนาร่างกาย ในด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 100.00
5. ผู้ตอบแบบสอบถามให้คะแนนความต้องการจัดสรรเงินบริจาคแก่รายการ ปริศนาร่างกาย ในด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ เฉลี่ยสูงสุด คือ 18.96/100 คะแนน หรือคิดเป็นมูลค่าเงินเฉลี่ย 26.42 บาท
6. ผู้ตอบแบบสอบถามที่เต็มใจที่จะบริจาคให้รายการ ปริศนาร่างกาย มีเหตุผลที่เต็มใจบริจาค คือ รายการนี้มีประโยชน์ต่อสังคมและประเทศไทยโดยรวม เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 42.86 และมีเหตุผลที่ไม่เต็มใจจะบริจาค คือ เป็นหน้าที่ของหน่วยงานรัฐที่ต้องสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 65.28

ตารางที่ 8.67 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ ปริศนาร่างกาย จำแนกตามการเคย
รับชมหรือรู้จักรายการ

การเคยรับชมหรือรู้จักรายการ	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
เคยรับชม/รู้จัก	28.93	35
ไม่เคยรับชม/ไม่รู้จัก	71.07	86

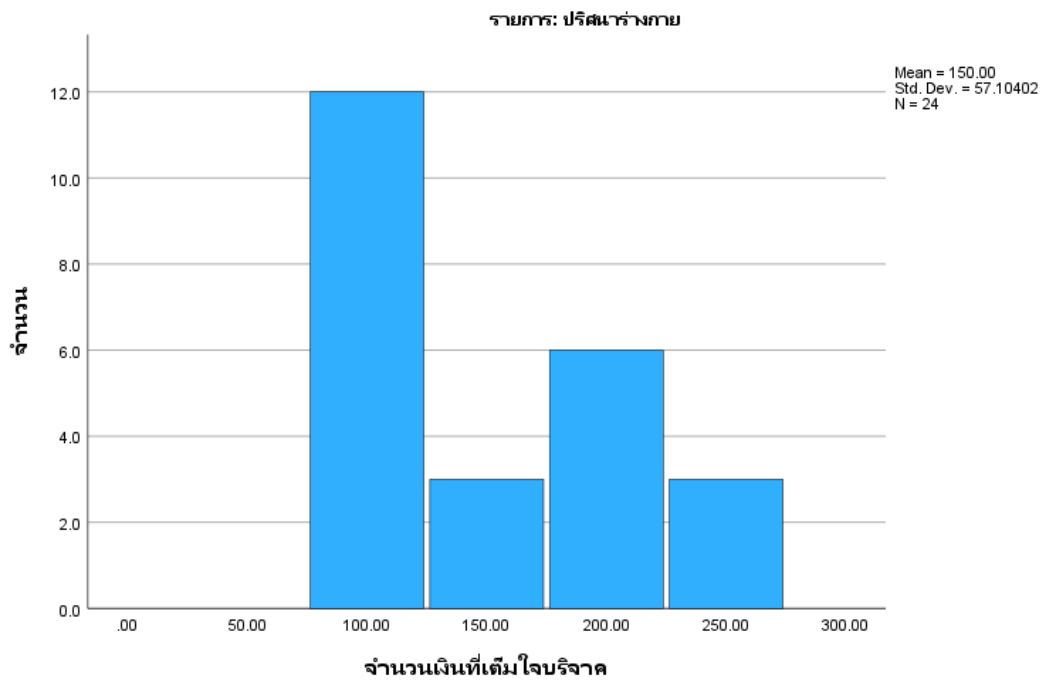
ตารางที่ 8.68 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ ปริศนาร่างกาย แยกตามสัดส่วน
ของการรับชมรายการ เพื่อประเมินความเต็มใจบริจาค

สัดส่วนของการรับชมรายการ เพื่อประเมินความเต็มใจบริจาค	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
ไม่เกิน 25%	15.70	19
25 - 50 %	32.23	39
50 - 75 %	21.49	26
75 - 100 %	30.58	37

ตารางที่ 8.69 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ ปริศนาร่างกาย
ตามความเต็มใจบริจาค

ความเต็มใจบริจาคและจำนวนเงินที่เต็มใจบริจาค	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
ไม่เต็มใจบริจาค	80.17	97
5 - 100 บาท	9.92	12
101 - 200 บาท	7.44	9
มากกว่า 200 บาท	2.48	3
ค่าเฉลี่ย	29.75	
ค่าต่ำสุด	0	
ค่าสูงสุด	250	
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	65.06	

แผนภาพที่ 8.5 การกระจายตัวของจำนวนเงินเฉลี่ยที่เต็มใจบริจาคในรายการ ปรีศนาร่างกาย



ตารางที่ 8.70 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ ปรีศนาร่างกาย จำแนกตามประโยชน์ที่ได้รับจากรายการในแต่ละด้าน

ประโยชน์ที่ได้รับจากรายการในแต่ละด้าน	ไม่ได้รับ		ได้รับ	
	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง
ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	0.00	0	100.00	24
ความเข้าใจความแตกต่างและหลากหลายในสังคม	16.67	4	83.33	20
ความเข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต	12.50	3	87.50	21
การปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม	12.50	3	87.50	21
แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต	25.00	6	75.00	18
การนำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน	25.00	6	75.00	18
การมีรายการที่ส่งเสริมพัฒนาการและการเรียนรู้สำหรับเด็กและเยาวชน	8.33	2	91.67	22
การมีรายการที่มีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็ก เยาวชน และสถาบันครอบครัว	8.33	2	91.67	22
อื่นๆ การจัดการร่างกายในแต่ละช่วงวัย/ให้ความรู้เด็ก/ส่งเสริมให้เยาวชนรู้จักหาความรู้หลากหลายรูปแบบ	37.50	9	62.50	15

การประเมินสัดส่วนที่ต้องการบริจาคในด้านต่างๆ นั้น ผู้วิจัยคำนวณจากสูตร

$$\frac{\text{คะแนนความต้องการการจัดสรรเงินบริจาคเพื่อพัฒนาประโยชน์ในด้านของแต่ละบุคคล} \times 100}{\text{คะแนนรวมทุกด้านของผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละคน}}$$

โดยที่ คะแนนความต้องการการจัดสรรเงินบริจาคเพื่อพัฒนาประโยชน์ในด้านของแต่ละบุคคลมีค่าตั้งแต่ 0 -10 จะนำไปหาสัดส่วนจากคะแนนรวมของทุกด้านของผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละคน ซึ่งมีจำนวนด้านที่ให้คะแนนไม่เท่ากัน แล้วจึงนำไปคูณด้วย 100 เพื่อให้มีค่าสัดส่วนอยู่ในช่วง 0 - 100 คะแนน จากนั้นจึงนำไปประเมินมูลค่าของเงินบริจาคในแต่ละด้านตามสูตรดังนี้

$$\text{มูลค่าของเงินบริจาคในแต่ละด้าน} = \text{สัดส่วนที่ต้องการบริจาคในด้านต่างๆ} \times \text{จำนวนเงินที่ยินดีบริจาค}$$

100

ตารางที่ 8.71 ค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ ปริศนาร่างกาย จำแนกตามการประเมินสัดส่วนที่ต้องการบริจาคในด้านต่างๆ และการประเมินมูลค่าเงินบริจาคในแต่ละด้าน เฉพาะผู้ตอบแบบสอบถามที่ยินดีบริจาคให้รายการในด้านต่างๆ

การจัดสรรเงินบริจาคเพื่อพัฒนาประโยชน์ในด้านต่างๆ	สัดส่วนเฉลี่ย	มูลค่าเงินบริจาคเฉลี่ย (บาท)
ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	18.96	26.42
ความเข้าใจความแตกต่างและหลากหลายในสังคม	11.64	17.22
ความเข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต	11.09	16.13
การปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม	12.06	18.61
แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต	8.90	13.79
การนำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน	8.97	14.55
การมีรายการที่ส่งเสริมพัฒนาการและการเรียนรู้สำหรับเด็กและเยาวชน	14.03	21.62
การมีรายการที่มีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็ก เยาวชน และสถาบันครอบครัว	13.42	20.05
อื่นๆ คือ การจัดการร่างกายในแต่ละช่วงวัย/ ให้ความรู้ได้แก่/ส่งเสริมให้เยาวชนรู้จักหาความรู้หลากหลายรูปแบบ	0.93	1.62
รวม (เฉพาะผู้ยินดีบริจาคเพื่อประโยชน์ในด้านต่างๆ จำนวน 24 คน)	100.0	150.00

**ตารางที่ 8.72 ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ ปริศนาร่างกาย จำแนกตามเหตุผลที่เต็มใจจะ
บริจาคและไม่เต็มใจจะบริจาค**

เหตุผลที่เต็มใจจะบริจาคและไม่เต็มใจจะบริจาค	ร้อยละ
เหตุผลที่เต็มใจจะบริจาค	
ประชาชนทุกคนควรมีส่วนร่วมในการสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ	30.61
เนื้อหารายการนี้มีความจำเป็นเร่งด่วนในสังคมไทย	-
รายการนี้มีประโยชน์ต่อตนเองและครอบครัวโดยตรง	26.53
รายการนี้มีประโยชน์ต่อสังคมและประเทศไทยโดยรวม	42.86
เหตุผลที่ไม่เต็มใจจะบริจาค	
รายได้ไม่เพียงพอ	9.72
รายการไม่มีประโยชน์ต่อตนเองและครอบครัว	4.17
รายการไม่มีประโยชน์ต่อสังคมและประเทศไทยโดยรวม	-
เป็นหน้าที่ของหน่วยงานรัฐที่ต้องสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ	65.28
รายการต้องเกิดขึ้นแน่นอน ถึงแม้ว่าจะไม่บริจาค	5.56
รายการไม่ใช่เรื่องจำเป็นเร่งด่วนในสังคมไทย	15.28
การหารายได้เป็นหน้าที่ผู้ผลิตและผู้ผลิตสามารถหารายได้จากหลายช่องทาง	-

5) รายการ บ้านมหัศจรรย์ (Wonder house)

รายการ บ้านมหัศจรรย์ (Wonder house) เป็นประเภทรายการสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว มีผู้ตอบแบบสอบถามในรายการดังกล่าวจำนวน 122 ราย โดยมีรายละเอียดผลการวิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคมของผู้ตอบและการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรายการ ดังนี้

5.1) การวิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคม

จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ บ้านมหัศจรรย์ (Wonder house) จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส จำนวนบุตร สมาชิกในครัวเรือน และรายได้ครัวเรือน ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคมพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถามในรายการดังกล่าว โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนของเพศชาย และหญิงที่ใกล้เคียงกัน (ร้อยละ 47.54 และร้อยละ 52.46 ตามลำดับ) ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างมีอายุระหว่าง 31-40 ปีเป็นสัดส่วนสูงที่สุด (ร้อยละ 35.25) และกลุ่มตัวอย่างมากกว่าครึ่งมีระดับการศึกษาสูงสุดคือระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 59.84) รวมไปถึงประกอบอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย ในสัดส่วนที่มากกว่าครึ่ง (ร้อยละ 22.95 และ 29.51 ตามลำดับ) กลุ่มตัวอย่างมีสถานภาพสมรสแต่งงาน และมีบุตร สัดส่วนสูงที่สุด (ร้อยละ 40.98) และมากกว่าครึ่งไม่มีบุตร (ร้อยละ 53.28) รวมไปถึงอาศัยอยู่ในครัวเรือนที่มีสมาชิกระหว่าง 3-5 คน เป็นสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 64.75) และส่วนใหญ่มีรายได้ครัวเรือน 30,000 บาทขึ้นไป/เดือน

ผู้ตอบแบบสอบถามในรายการดังกล่าวมีสัดส่วนที่อาศัยอยู่ในภาคเหนือสูงที่สุด (ร้อยละ 31.15) รองลงมาคือภาคกลาง (ร้อยละ 26.23) และลำดับที่สามคือภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (ร้อยละ 20.49) ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามเกือบครึ่งรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย 2-3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ (ร้อยละ 48.36) และรับชมรายการที่มีเนื้อหาเป็นประโยชน์ต่อประชาชนทั่วไปเป็นสัดส่วนสูงที่สุด (ร้อยละ 32.36)

ตารางที่ 8.73 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ บ้านมหัศจรรย์ (Wonder house) จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส จำนวนบุตร สมาชิกในครัวเรือน และรายได้ครัวเรือน

ลักษณะเศรษฐกิจสังคม ของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ บ้านมหัศจรรย์ (Wonder house)	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
เพศ		
ชาย	47.54	58
หญิง	52.46	64
ไม่ระบุ		
อายุ		
20 ปีหรือน้อยกว่า	9.84	12
21-30 ปี	22.95	28
31-40 ปี	35.25	43
41-50 ปี	17.21	21
51-60 ปี	10.66	13
มากกว่า 60 ปี	4.10	5
การศึกษา		
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	-	-
มัธยมศึกษาตอนต้น	-	-
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	12.30	15
ปวส./อนุปริญญา	7.38	9
ปริญญาตรี	59.84	73
สูงกว่าปริญญาตรี	20.49	25
อาชีพ		
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	22.95	28
พนักงานบริษัทเอกชน	14.75	18
ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย	29.51	36
ผู้ใช้แรงงาน/รับจ้างทั่วไป	13.93	17
เกษตรกร/ชาวประมง	1.64	2

ลักษณะเศรษฐกิจสังคม ของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ บ้านมหัศจรรย์ (Wonder house)	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	1.64	2
นักเรียน/นักศึกษา	11.48	14
เกษียณอายุ/ว่างงาน	3.28	4
พนักงานของรัฐ	0.82	1
ครู/อาจารย์	-	-
พนักงานมหาวิทยาลัย	-	-
สถานภาพสมรส		
โสด	39.34	48
แต่งงาน มีบุตร	40.98	50
แต่งงาน ไม่มีบุตร	9.84	12
หย่าร้าง/เป็นหม้าย/แยกกันอยู่	9.84	12
จำนวนบุตร		
ไม่มีบุตร	53.28	65
1 คน	22.95	28
2 คน	14.75	18
3-4 คน	9.02	11
5 คนขึ้นไป	-	-
สมาชิกในครัวเรือน		
1-2 คน	15.57	19
3-5 คน	64.75	79
6-8 คน	18.85	23
มากกว่า 8 คน	0.82	1
รายได้ครัวเรือน (บาท/เดือน)		
น้อยกว่า 10,000 บาท	0.82	1
10,000-19,000 บาท	0.82	1
20,000-29,999 บาท	9.02	11
30,000-39,999 บาท	24.59	30
40,000-49,999 บาท	24.59	30
50,000 บาท หรือมากกว่า	40.16	49

ตารางที่ 8.74 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ บ้านมหัศจรรย์ (Wonder house) จำแนกตามภาค

ภาค	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
กรุงเทพมหานคร	12.30	15
ภาคเหนือ	31.15	38
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	20.49	25
ภาคกลาง	26.23	32
ภาคใต้	9.84	12

ตารางที่ 8.75 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ บ้านมหัศจรรย์ (Wonder house) จำแนกตามปริมาณการรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย

ปริมาณการรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
1 ชั่วโมงต่อสัปดาห์หรือน้อยกว่า	12.30	15
2-3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	48.36	59
4-5 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	23.77	29
6-7 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	13.93	17
8 ชั่วโมงต่อสัปดาห์หรือมากกว่า	1.64	2

ตารางที่ 8.76 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ บ้านมหัศจรรย์ (Wonder house) จำแนกตามประเภทรายการทีวีที่รับชมเป็นประจำ (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

ประเภทรายการทีวีที่รับชมเป็นประจำ	ร้อยละ
รายการสำหรับเด็ก เยาวชนและครอบครัว	19.42
รายการที่มีเนื้อหาเป็นประโยชน์ต่อประชาชนทั่วไป	32.36
รายการสารคดีเชิงประวัติศาสตร์	20.06
รายการเสริมสร้างความรู้ เช่น ความรู้เท่าทันสื่อ	23.95
รายการสำหรับคนพิการ	4.21
อื่นๆ คือ ภาษา/สาระ	-

5.2) การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรายการ

หากพิจารณาการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรายการ บ้านมหัศจรรย์ (Wonder house) สามารถสรุปได้ดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนการเคยรับชมหรือรู้จักรายการ บ้านมหัศจรรย์ (Wonder house) คิดเป็นร้อยละ 27.05
2. ผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนของการรับชมรายการระหว่าง 25-50% เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 36.07
3. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเต็มใจที่จะบริจาคให้รายการ บ้านมหัศจรรย์ (Wonder house) คิดเป็นร้อยละ 16.39 โดยแบ่งเป็นผู้ที่เต็มใจบริจาคเป็นจำนวน 5-100 บาท คิดเป็นร้อยละ 9.02 และเต็มใจบริจาคเป็นจำนวน 101-200 บาท คิดเป็นร้อยละ 7.38 เช่นกัน โดยมีผู้ที่เต็มใจบริจาคเป็นจำนวนเงินสูงสุดจำนวน 200 บาท ทั้งนี้มีค่าเฉลี่ยของจำนวนที่เต็มใจจะบริจาคเป็นจำนวน 22.54 บาท
4. ผู้ตอบแบบสอบถามรายงานว่าได้รับประโยชน์จากรายการ บ้านมหัศจรรย์ (Wonder house) ในด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 100.0
5. ผู้ตอบแบบสอบถามให้คะแนนความต้องการจัดสรรเงินบริจาคแก่รายการ บ้านมหัศจรรย์ (Wonder house) ในด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ เฉลี่ยสูงสุด คือ 20.87/100 คะแนน โดยคิดเป็นมูลค่าเงินบริจาคเฉลี่ย 26.81 บาท
6. ผู้ตอบแบบสอบถามที่เต็มใจที่จะบริจาคให้รายการ บ้านมหัศจรรย์ (Wonder house) มีเหตุผลที่เต็มใจบริจาค คือ รายการนี้มีประโยชน์ต่อสังคมและประเทศไทยโดยรวม เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 58.70 และมีเหตุผลที่ไม่เต็มใจจะบริจาค คือ เป็นหน้าที่ของหน่วยงานรัฐที่ต้องสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 67.11

ตารางที่ 8.77 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ บ้านมหัศจรรย์ (Wonder house) จำแนกตามการเคยรับชมหรือรู้จักรายการ

การเคยรับชมหรือรู้จักรายการ	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
เคยรับชม/รู้จัก	27.05	33
ไม่เคยรับชม/ไม่รู้จัก	72.95	89

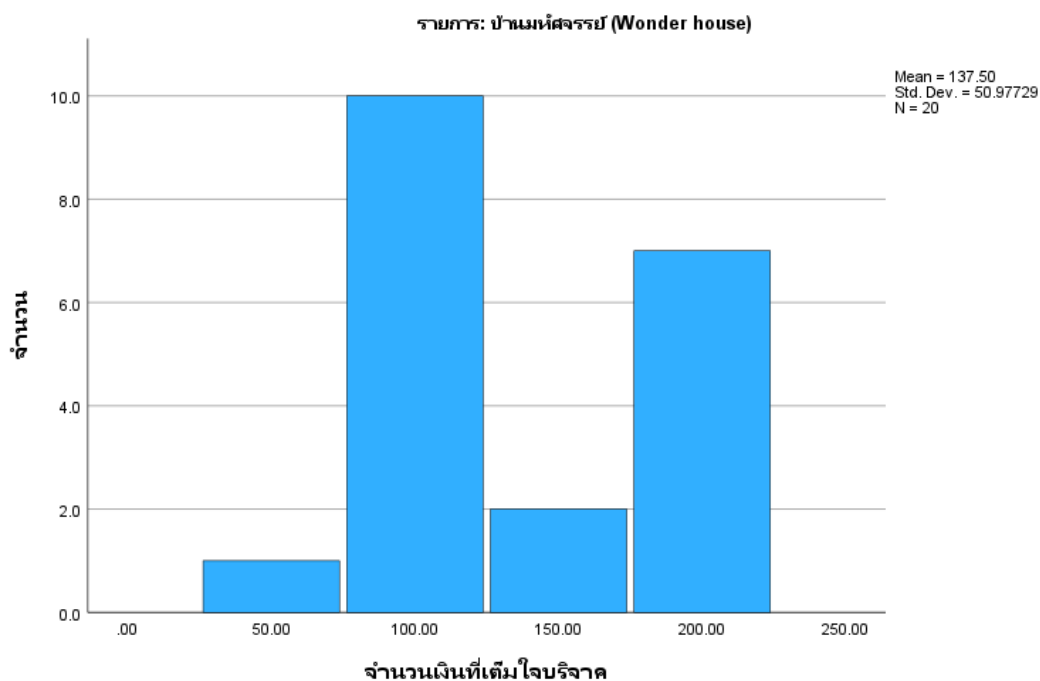
ตารางที่ 8.78 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ บ้านมหัศจรรย์ (Wonder house) จำแนกตามสัดส่วนของการรับชมรายการ เพื่อประเมินความเต็มใจบริจาค

สัดส่วนของการรับชมรายการ เพื่อประเมินความเต็มใจบริจาค	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
ไม่เกิน 25%	13.93	17
25 - 50 %	36.07	44
50 - 75 %	20.49	25
75 - 100 %	29.51	36

ตารางที่ 8.79 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ บ้านมหัศจรรย์ (Wonder house) ตามความเต็มใจบริจาค

ความเต็มใจบริจาคและจำนวนเงินที่เต็มใจบริจาค	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
ไม่เต็มใจบริจาค	83.61	102
5 - 100 บาท	9.02	11
101 - 200 บาท	7.38	9
ค่าเฉลี่ย	22.54	
ค่าต่ำสุด	0	
ค่าสูงสุด	200	
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	54.96	

แผนภาพที่ 8.6 การกระจายตัวของจำนวนเงินเฉลี่ยที่เต็มใจบริจาคในรายการ
 บ้านมหัศจรรย์ (Wonder house)



ตารางที่ 8.80 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ บ้านมหัศจรรย์ (Wonder house)
 จำแนกตามประโยชน์ที่ได้รับจากรายการในแต่ละด้าน

ประโยชน์ที่ได้รับจากรายการ ในแต่ละด้าน	ไม่ได้รับ		ได้รับ	
	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง
ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหา รายการ	0.00	0	100.00	20
ความเข้าใจความแตกต่างและ หลากหลายในสังคม	20.00	4	80.00	16
ความเข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบัน หรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต	20.00	4	80.00	16
การปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีใน สังคม	5.00	1	95.00	19
แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต	25.00	5	75.00	15
การนำเนื้อหารายการมาปรับใช้ใน ชีวิตประจำวัน	30.00	6	70.00	14

ประโยชน์ที่ได้รับจากรายการ ในแต่ละด้าน	ไม่ได้รับ		ได้รับ	
	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง
การมีรายการที่ส่งเสริมพัฒนาการ และการเรียนรู้สำหรับเด็กและ เยาวชน	10.00	2	90.00	18
การมีรายการที่มีคุณภาพและ เหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็ก เยาวชน และสถาบันครอบครัว	10.00	2	90.00	18
อื่นๆ คือ ภาษา/สาระ	35.00	7	65.00	13

การประเมินสัดส่วนที่ต้องการบริจจาคในด้านต่างๆ นั้น ผู้วิจัยคำนวณจากสูตร

$$\frac{\text{คะแนนความต้องการการจัดสรรเงินบริจจาคเพื่อพัฒนาประโยชน์ในด้านของแต่ละบุคคล} \times 100}{\text{คะแนนรวมทุกด้านของผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละคน}}$$

โดยที่ คะแนนความต้องการการจัดสรรเงินบริจจาคเพื่อพัฒนาประโยชน์ในด้านของแต่ละบุคคลมีค่าตั้งแต่ 0 -10 จะนำไปหาสัดส่วนจากคะแนนรวมของทุกด้านของผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละคน ซึ่งมีจำนวนด้านที่ให้คะแนนไม่เท่ากัน แล้วจึงนำไปคูณด้วย 100 เพื่อให้มีค่าสัดส่วนอยู่ในช่วง 0 - 100 คะแนน จากนั้นจึงนำไปประเมินมูลค่าของเงินบริจจาคในแต่ละด้านตามสูตรดังนี้

$$\text{มูลค่าของเงินบริจจาคในแต่ละด้าน} = \frac{\text{สัดส่วนที่ต้องการบริจจาคในด้านต่างๆ} \times \text{จำนวนเงินที่ยินดีบริจจาค}}{100}$$

ตารางที่ 8.81 ค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ บ้านมหัศจรรย์ (Wonder house) จำแนกตามการประเมินสัดส่วนที่ต้องการบริจจาคในด้านต่างๆ และการประเมินมูลค่าเงินบริจจาคในแต่ละด้าน เฉพาะผู้ตอบแบบสอบถามที่ยินดีบริจจาคให้รายการในด้านต่างๆ

การจัดสรรเงินบริจจาคเพื่อพัฒนาประโยชน์ในด้านต่างๆ	สัดส่วนเฉลี่ย	มูลค่าเงินบริจจาคเฉลี่ย (บาท)
ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	20.87	26.81
ความเข้าใจความแตกต่างและหลากหลายในสังคม	10.02	13.72
ความเข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต	10.57	14.83
การปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม	12.53	18.03

การจัดสรรเงินบริจาคเพื่อพัฒนาประโยชน์ในด้านต่างๆ	สัดส่วนเฉลี่ย	มูลค่าเงินบริจาคเฉลี่ย (บาท)
แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต	8.96	12.61
การนำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน	9.19	13.45
การมีรายการที่ส่งเสริมพัฒนาการและการเรียนรู้สำหรับเด็กและเยาวชน	12.99	18.14
การมีรายการที่มีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็ก เยาวชน และสถาบันครอบครัว	13.12	18.76
อื่นๆ ที่ไม่ระบุ	1.75	1.15
รวม (เฉพาะผู้ยินดีบริจาคเพื่อประโยชน์ในด้านต่างๆ จำนวน 20 คน)	100.0	137.50

ตารางที่ 8.82 ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ บ้านมหัศจรรย์ (Wonder house) จำแนกตามเหตุผลที่เต็มใจจะบริจาคและไม่เต็มใจจะบริจาค

เหตุผลที่เต็มใจจะบริจาคและไม่เต็มใจจะบริจาค	ร้อยละ
เหตุผลที่เต็มใจจะบริจาค	
ประชาชนทุกคนควรมีส่วนร่วมในการสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ	15.22
เนื้อหารายการนี้มีความจำเป็นเร่งด่วนในสังคมไทย	-
รายการนี้มีประโยชน์ต่อตนเองและครอบครัวโดยตรง	26.09
รายการนี้มีประโยชน์ต่อสังคมและประเทศไทยโดยรวม	58.70
เหตุผลที่ไม่เต็มใจจะบริจาค	
รายได้ไม่เพียงพอ	10.53
รายการไม่มีประโยชน์ต่อตนเองและครอบครัว	3.95
รายการไม่มีประโยชน์ต่อสังคมและประเทศไทยโดยรวม	-
เป็นหน้าที่ของหน่วยงานรัฐที่ต้องสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ	67.11
รายการต้องเกิดขึ้นแน่นอน ถึงแม้ว่าจะไม่บริจาค	5.26
รายการไม่ใช่เรื่องจำเป็นเร่งด่วนในสังคมไทย	13.16
การหารายได้เป็นหน้าที่ผู้ผลิต และผู้ผลิตสามารถหารายได้จากหลายช่องทาง	-

6) รายการ ใจใส ใสใจ

รายการ ใจใส ใสใจ เป็นประเภทรายการสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว มีผู้ตอบแบบสอบถามในรายการดังกล่าวจำนวน 117 ราย โดยมีรายละเอียดผลการวิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคมของผู้ตอบและการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรายการ ดังนี้

6.1) การวิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคม

จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ ใจใส ใสใจ จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส จำนวนบุตร สมาชิกในครัวเรือน และรายได้ครัวเรือน ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคมพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถามในรายการดังกล่าว โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนของเพศชาย และหญิงที่ใกล้เคียงกัน (ร้อยละ 47.01 และร้อยละ 52.14 ตามลำดับ) ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างมีอายุระหว่าง 31-40 ปีเป็นสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 35.04) และกลุ่มตัวอย่างมากกว่าครึ่งมีระดับการศึกษาสูงสุดคือระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 57.26) รวมไปถึงประกอบอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย ในสัดส่วนที่มากกว่าครึ่ง (ร้อยละ 23.08 และ 28.21 ตามลำดับ) กลุ่มตัวอย่างมีสถานภาพสมรสเป็นโสด และแต่งงานมีบุตร ในสัดส่วนที่เท่ากัน (ร้อยละ 41.03 และ 41.03 ตามลำดับ) และมากกว่าครึ่งไม่มีบุตร (ร้อยละ 53.85) รวมไปถึงอาศัยอยู่ในครัวเรือนที่มีสมาชิกระหว่าง 3-5 คน เป็นสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 64.96) และส่วนใหญ่มีรายได้ครัวเรือน 30,000 บาทขึ้นไป/เดือน

ผู้ตอบแบบสอบถามในรายการดังกล่าวมีสัดส่วนที่อาศัยอยู่ในภาคเหนือสูงสุด (ร้อยละ 31.62) รองลงมาคือภาคกลาง (ร้อยละ 26.50) และลำดับที่สามคือภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (ร้อยละ 18.80) ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามเกือบครึ่งรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย 2-3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ (ร้อยละ 47.86) และรับชมรายการที่มีเนื้อหาเป็นประโยชน์ต่อประชาชนทั่วไปเป็นสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 32.77)

ตารางที่ 8.83 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ ใจใส ใสใจ จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส จำนวนบุตร สมาชิกในครัวเรือน และรายได้ครัวเรือน

ลักษณะเศรษฐกิจสังคม ของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ ใจใส ใสใจ	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
เพศ		
ชาย	47.01	55
หญิง	52.14	61
ไม่ระบุ	0.85	1
อายุ		
20 ปีหรือน้อยกว่า	10.26	12
21-30 ปี	23.08	27
31-40 ปี	35.04	41
41-50 ปี	17.95	21
51-60 ปี	8.55	10

ลักษณะเศรษฐกิจสังคม ของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ ใจใส ใสใจ	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
มากกว่า 60 ปี	5.13	6
การศึกษา		
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	-	-
มัธยมศึกษาตอนต้น	-	-
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	12.82	15
ปวส./อนุปริญญา	8.55	10
ปริญญาตรี	57.26	67
สูงกว่าปริญญาตรี	21.37	25
อาชีพ		
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	23.08	27
พนักงานบริษัทเอกชน	13.68	16
ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย	28.21	33
ผู้ใช้แรงงาน/รับจ้างทั่วไป	14.53	17
เกษตรกร/ชาวประมง	1.71	2
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	1.71	2
นักเรียน/นักศึกษา	11.97	14
เกษียณอายุ/ว่างงาน	3.42	4
พนักงานของรัฐ	1.71	2
ครู/อาจารย์	-	-
พนักงานมหาวิทยาลัย	-	-
สถานภาพสมรส		
โสด	41.03	48
แต่งงาน มีบุตร	41.03	48
แต่งงาน ไม่มีบุตร	9.40	11
หย่าร้าง/เป็นหม้าย/แยกกันอยู่	8.55	10
จำนวนบุตร		
ไม่มีบุตร	53.85	63
1 คน	23.93	28
2 คน	12.82	15
3-4 คน	9.40	11
5 คนขึ้นไป	-	-
สมาชิกในครัวเรือน		
1-2 คน	15.38	18
3-5 คน	64.96	76

ลักษณะเศรษฐกิจสังคม ของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ ใจใส ใสใจ	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
6-8 คน	18.80	22
มากกว่า 8 คน	0.85	1
รายได้ครัวเรือน (บาท/เดือน)		
น้อยกว่า 10,000 บาท	0.85	1
10,000-19,000 บาท	0.85	1
20,000-29,999 บาท	9.40	11
30,000-39,999 บาท	22.22	26
40,000-49,999 บาท	27.35	32
50,000 บาท หรือมากกว่า	39.32	46

ตารางที่ 8.84 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ ใจใส ใสใจ จำแนกตามภาค

ภาค	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
กรุงเทพมหานคร	13.68	16
ภาคเหนือ	31.62	37
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	18.80	22
ภาคกลาง	26.50	31
ภาคใต้	9.40	11

ตารางที่ 8.85 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ ใจใส ใสใจ จำแนกตามปริมาณการรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย

ปริมาณการรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
1 ชั่วโมงต่อสัปดาห์หรือน้อยกว่า	11.97	14
2-3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	47.86	56
4-5 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	23.08	27
6-7 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	13.68	16
8 ชั่วโมงต่อสัปดาห์หรือมากกว่า	3.42	4

ตารางที่ 8.86 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ ใจใส ใสใจ จำแนกตามประเภทรายการทีวีที่รับชมเป็นประจำ (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

ประเภทรายการทีวีที่รับชมเป็นประจำ	ร้อยละ
รายการสำหรับเด็ก เยาวชนและครอบครัว	18.92
รายการที่มีเนื้อหาเป็นประโยชน์ต่อประชาชนทั่วไป	32.77
รายการสารคดีเชิงประวัติศาสตร์	19.59
รายการเสริมสร้างความรู้ เช่น ความรู้เท่าทันสื่อ	24.66
รายการสำหรับคนพิการ	4.05
อื่นๆ	-

6.2) การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรายการ

หากพิจารณาการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรายการ ใจใส ใสใจ สามารถสรุปได้ดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนการเคยรับชมหรือรู้จักรายการ ใจใส ใสใจ คิดเป็นร้อยละ 24.79
2. ผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนของการรับชมรายการระหว่าง 25-50% เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 35.04
3. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเต็มใจที่จะบริจาคให้รายการ ใจใส ใสใจ คิดเป็นร้อยละ 17.19 โดยแบ่งเป็นผู้ที่เต็มใจบริจาคเป็นจำนวน 5-100 บาท คิดเป็นร้อยละ 8.55 และเต็มใจบริจาคเป็นจำนวน 101-200 บาทคิดเป็นร้อยละ 5.98 และเต็มใจบริจาคมากกว่า 200 บาท คิดเป็นร้อยละ 2.56 โดยมีผู้ที่เต็มใจบริจาคเป็นจำนวนเงินสูงสุดจำนวน 500 บาท ทั้งนี้มีค่าเฉลี่ยของจำนวนที่เต็มใจจะบริจาคเป็นจำนวน 27.52 บาท
4. ผู้ตอบแบบสอบถามรายงานว่าได้รับประโยชน์จากรายการ ใจใส ใสใจ ในด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 100.0
5. ผู้ตอบแบบสอบถามให้คะแนนความต้องการจัดสรรเงินบริจาคแก่รายการ ใจใส ใสใจ ในด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ เฉลี่ยสูงสุด คือ 22.10/100 คะแนน โดยคิดเป็นมูลค่าบริจาคเฉลี่ย 27.92 บาท
6. ผู้ตอบแบบสอบถามที่เต็มใจที่จะบริจาคให้รายการ ใจใส ใสใจ มีเหตุผลที่เต็มใจบริจาค คือ รายการนี้มีประโยชน์ต่อสังคมและประเทศไทยโดยรวม เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 56.82 และมีเหตุผลที่ไม่เต็มใจจะบริจาค คือ เป็นหน้าที่ของหน่วยงานรัฐที่ต้องสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 65.75

**ตารางที่ 8.87 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ ใจใส ใฝ่ใจ จำแนกตามการเคย
รับชมหรือรู้จักรายการ**

การเคยรับชมหรือรู้จักรายการ	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
เคยรับชม/รู้จัก	24.79	29
ไม่เคยรับชม/ไม่รู้จัก	75.21	88

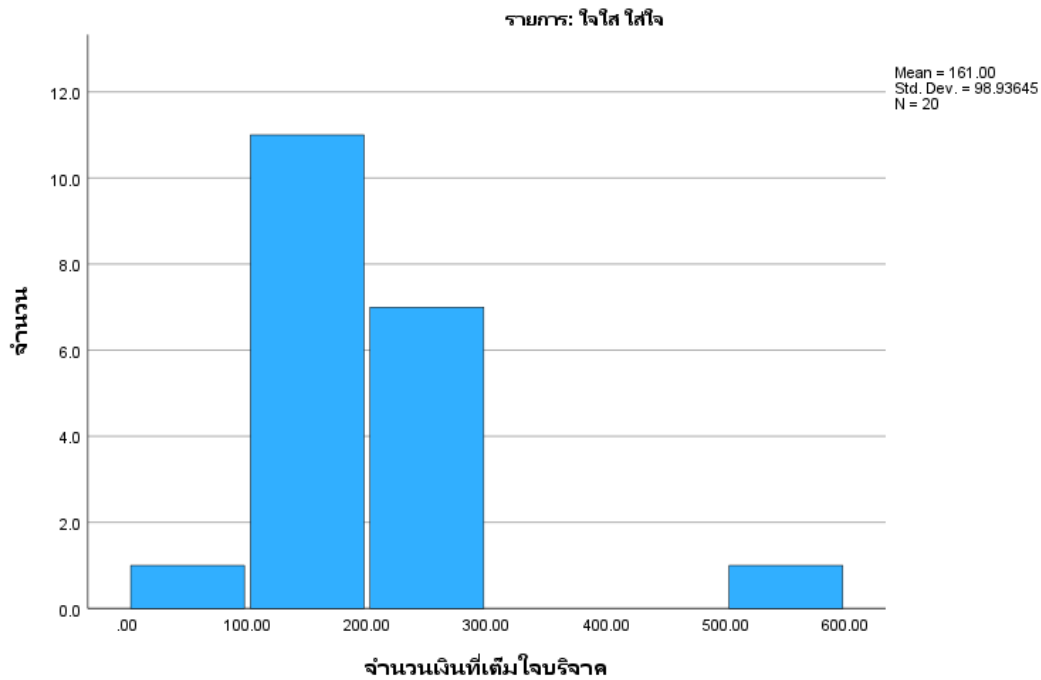
**ตารางที่ 8.88 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ ใจใส ใฝ่ใจ จำแนกตามสัดส่วนของ
การรับชมรายการ เพื่อประเมินความเต็มใจบริจาค**

สัดส่วนของการรับชมรายการ เพื่อประเมินความเต็มใจบริจาค	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
ไม่เกิน 25%	15.38	18
25 - 50 %	35.04	41
50 - 75 %	22.22	26
75 - 100 %	27.35	32

**ตารางที่ 8.89 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ ใจใส ใฝ่ใจ ตามความเต็มใจ
บริจาค**

ความเต็มใจบริจาคและจำนวนเงินที่เต็มใจบริจาค	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
ไม่เต็มใจบริจาค	82.91	97
5 - 100 บาท	8.55	10
101 - 200 บาท	5.98	7
มากกว่า 200 บาท	2.56	3
ค่าเฉลี่ย	27.52	
ค่าต่ำสุด	0	
ค่าสูงสุด	500	
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	72.86	

แผนภาพที่ 8.7 การกระจายตัวของจำนวนเงินเฉลี่ยที่เต็มใจบริจาคในรายการ ใจใส ใสใจ



ตารางที่ 8.90 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ ใจใส ใสใจ จำแนกตามประโยชน์ที่ได้รับจากรายการในแต่ละด้าน

ประโยชน์ที่ได้รับจากรายการ ในแต่ละด้าน	ไม่ได้รับ		ได้รับ	
	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง
ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหา รายการ	0.00	0	100.00	20
ความเข้าใจความแตกต่างและ หลากหลายในสังคม	20.00	4	80.00	16
ความเข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบัน หรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต	25.00	5	75.00	15
การปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีใน สังคม	5.00	1	95.00	19
แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต	20.00	4	80.00	16
การนำเนื้อหารายการมาปรับใช้ใน ชีวิตประจำวัน	25.00	5	75.00	15

ประโยชน์ที่ได้รับจากรายการ ในแต่ละด้าน	ไม่ได้รับ		ได้รับ	
	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง
การมีรายการที่ส่งเสริมพัฒนาการ และการเรียนรู้สำหรับเด็กและ เยาวชน	5.00	1	95.00	19
การมีรายการที่มีคุณภาพและ เหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็ก เยาวชน และสถาบันครอบครัว	5.00	1	95.00	19
อื่นๆ คือ ได้ความรู้/เอาไปสอนลูกได้	35.00	7	65.00	13

การประเมินสัดส่วนที่ต้องการบริจาคมในด้านต่างๆ นั้น ผู้วิจัยคำนวณจากสูตร

$$\frac{\text{คะแนนความต้องการการจัดสรรเงินบริจาคมเพื่อพัฒนาประโยชน์ในด้านของแต่ละบุคคล} \times 100}{\text{คะแนนรวมทุกด้านของผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละคน}}$$

โดยที่ คะแนนความต้องการการจัดสรรเงินบริจาคมเพื่อพัฒนาประโยชน์ในด้านของแต่ละบุคคลมีค่าตั้งแต่ 0 -10 จะนำไปหาสัดส่วนจากคะแนนรวมของทุกด้านของผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละคน ซึ่งมีจำนวนด้านที่ให้คะแนนไม่เท่ากัน แล้วจึงนำไปคูณด้วย 100 เพื่อให้มีค่าสัดส่วนอยู่ในช่วง 0 - 100 คะแนน จากนั้นจึงนำไปประเมินมูลค่าของเงินบริจาคมในแต่ละด้านตามสูตรดังนี้

$$\text{มูลค่าของเงินบริจาคมในแต่ละด้าน} = \frac{\text{สัดส่วนที่ต้องการบริจาคมในด้านต่างๆ} \times \text{จำนวนเงินที่ยินดีบริจาคม}}{100}$$

ตารางที่ 8.91 ค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ ใจใส ใสใจ จำแนกตามการประเมินสัดส่วนที่ต้องการบริจาคมในด้านต่างๆ และการประเมินมูลค่าเงินบริจาคมในแต่ละด้าน เฉพาะผู้ตอบแบบสอบถามที่ยินดีบริจาคมให้รายการในด้านต่างๆ

การจัดสรรเงินบริจาคมเพื่อพัฒนาประโยชน์ในด้านต่างๆ	สัดส่วนเฉลี่ย	มูลค่าเงินบริจาคมเฉลี่ย (บาท)
ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	22.10	27.92
ความเข้าใจความแตกต่างและหลากหลายในสังคม	9.71	16.50
ความเข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต	9.95	16.83
การปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม	12.25	20.94

การจัดสรรเงินบริจาคเพื่อพัฒนาประโยชน์ในด้านต่างๆ	สัดส่วนเฉลี่ย	มูลค่าเงินบริจาคเฉลี่ย (บาท)
แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต	9.27	16.95
การนำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน	9.19	17.01
การมีรายการที่ส่งเสริมพัฒนาการและการเรียนรู้สำหรับเด็กและเยาวชน	13.07	21.53
การมีรายการที่มีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็ก เยาวชน และสถาบันครอบครัว	13.91	22.75
อื่นๆ คือ คือ ได้ความรู้/เอาไปสอนลูกได้	0.56	0.56
รวม (เฉพาะผู้ยินดีบริจาคเพื่อประโยชน์ในด้านต่างๆ จำนวน 20 คน)	100.0	161.00

ตารางที่ 8.92 ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ ใจใส ใสใจ จำแนกตามเหตุผลที่เต็มใจจะบริจาคและไม่เต็มใจจะบริจาค

เหตุผลที่เต็มใจจะบริจาคและไม่เต็มใจจะบริจาค	ร้อยละ
เหตุผลที่เต็มใจจะบริจาค	
ประชาชนทุกคนควรมีส่วนร่วมในการสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ	18.18
เนื้อหารายการนี้มีความจำเป็นเร่งด่วนในสังคมไทย	-
รายการนี้มีประโยชน์ต่อตนเองและครอบครัวโดยตรง	25.00
รายการนี้มีประโยชน์ต่อสังคมและประเทศไทยโดยรวม	56.82
เหตุผลที่ไม่เต็มใจจะบริจาค	
รายได้ไม่เพียงพอ	8.22
รายการไม่มีประโยชน์ต่อตนเองและครอบครัว	4.11
รายการไม่มีประโยชน์ต่อสังคมและประเทศไทยโดยรวม	1.37
เป็นหน้าที่ของหน่วยงานรัฐที่ต้องสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ	65.75
รายการต้องเกิดขึ้นแน่นอน ถึงแม้ว่าจะไม่บริจาค	8.22
รายการไม่ใช่เรื่องจำเป็นเร่งด่วนในสังคมไทย	12.33
การหารายได้เป็นหน้าที่ผู้ผลิตและผู้ผลิตสามารถหารายได้จากหลายช่องทาง	-

7) รายการ KIDS DEE ธรรม ดี

รายการ KIDS DEE ธรรม ดี เป็นประเภทรายการสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว มีผู้ตอบแบบสอบถามในรายการดังกล่าวจำนวน 116 ราย โดยมีรายละเอียดผลการวิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคมของผู้ตอบและการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรายการ ดังนี้

7.1) การวิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคม

จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ KIDS DEE ธรรม ดี จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส จำนวนบุตร สมาชิกในครัวเรือน และรายได้ครัวเรือน ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคมพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถามในรายการดังกล่าว โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนของเพศชาย และหญิงที่ใกล้เคียงกัน (ร้อยละ 46.55 และร้อยละ 53.45 ตามลำดับ) ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างมีอายุระหว่าง 31-40 ปีเป็นสัดส่วนสูงที่สุด (ร้อยละ 33.62) และกลุ่มตัวอย่างมากกว่าครึ่งมีระดับการศึกษาสูงสุดคือระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 57.76) รวมไปถึงประกอบอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย ในสัดส่วนที่มากกว่าครึ่ง (ร้อยละ 23.28 และ 26.72 ตามลำดับ) กลุ่มตัวอย่างมีสถานภาพสมรสเป็นโสด ในสัดส่วนสูงที่สุด (ร้อยละ 43.10) และมากกว่าครึ่งไม่มีบุตร (ร้อยละ 54.31) รวมไปถึงอาศัยอยู่ในครัวเรือนที่มีสมาชิกระหว่าง 3-5 คน เป็นสัดส่วนสูงที่สุด (ร้อยละ 63.79) และส่วนใหญ่มีรายได้ครัวเรือน 30,000 บาทขึ้นไป/เดือน

ผู้ตอบแบบสอบถามในรายการดังกล่าวมีสัดส่วนที่อาศัยอยู่ในภาคเหนือสูงที่สุด (ร้อยละ 31.03) รองลงมาคือภาคกลาง (ร้อยละ 28.45) และลำดับที่สามคือภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (ร้อยละ 18.10) ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามเกือบครึ่งรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย 2-3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ (ร้อยละ 46.55) และรับชมรายการที่มีเนื้อหาเป็นประโยชน์ต่อประชาชนทั่วไปเป็นสัดส่วนสูงที่สุด (ร้อยละ 32.31)

ตารางที่ 8.93 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ KIDS DEE ธรรม ดี จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส จำนวนบุตร สมาชิกในครัวเรือน และรายได้ครัวเรือน

ลักษณะเศรษฐกิจสังคม ของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ KIDS DEE ธรรม ดี	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
เพศ		
ชาย	46.55	54
หญิง	53.45	62
ไม่ระบุ	-	-
อายุ		
20 ปีหรือน้อยกว่า	10.34	12
21-30 ปี	25.00	29
31-40 ปี	33.62	39
41-50 ปี	18.10	21
51-60 ปี	8.62	10
มากกว่า 60 ปี	4.31	5

ลักษณะเศรษฐกิจสังคม ของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ KIDS DEE ธรรม ดี	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
การศึกษา		
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	-	-
มัธยมศึกษาตอนต้น	-	-
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	12.93	15
ปวส./อนุปริญญา	7.76	9
ปริญญาตรี	57.76	67
สูงกว่าปริญญาตรี	21.55	25
อาชีพ		
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	23.28	27
พนักงานบริษัทเอกชน	13.79	16
ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย	26.72	31
ผู้ใช้แรงงาน/รับจ้างทั่วไป	14.66	17
เกษตรกร/ชาวประมง	2.59	3
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	2.59	3
นักเรียน/นักศึกษา	12.07	14
เกษียณอายุ/ว่างงาน	3.45	4
พนักงานของรัฐ	0.86	1
ครู/อาจารย์	-	-
พนักงานมหาวิทยาลัย	-	-
สถานภาพสมรส		
โสด	43.10	50
แต่งงาน มีบุตร	39.66	46
แต่งงาน ไม่มีบุตร	8.62	10
หย่าร้าง/เป็นหม้าย/แยกกันอยู่	8.62	10
จำนวนบุตร		
ไม่มีบุตร	54.31	63
1 คน	21.55	25
2 คน	15.52	18
3-4 คน	8.62	10
5 คนขึ้นไป	-	-
สมาชิกในครัวเรือน		
1-2 คน	16.38	19
3-5 คน	63.79	74
6-8 คน	18.97	22

ลักษณะเศรษฐกิจสังคม ของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ KIDS DEE ธรรม ดี	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
มากกว่า 8 คน	0.86	1
รายได้ครัวเรือน (บาท/เดือน)		
น้อยกว่า 10,000 บาท	0.86	1
10,000-19,000 บาท	0.86	1
20,000-29,999 บาท	10.34	12
30,000-39,999 บาท	24.14	28
40,000-49,999 บาท	25.00	29
50,000 บาท หรือมากกว่า	38.79	45

ตารางที่ 8.94 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ KIDS DEE ธรรม ดี จำแนกตามภาค

ภาค	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
กรุงเทพมหานคร	12.93	15
ภาคเหนือ	31.03	36
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	18.10	21
ภาคกลาง	28.45	33
ภาคใต้	9.48	11

ตารางที่ 8.95 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ KIDS DEE ธรรม ดี จำแนกตาม
ปริมาณการรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย

ปริมาณการรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
1 ชั่วโมงต่อสัปดาห์หรือน้อยกว่า	12.07	14
2-3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	46.55	54
4-5 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	23.28	27
6-7 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	14.66	17
8 ชั่วโมงต่อสัปดาห์หรือมากกว่า	3.45	4

ตารางที่ 8.96 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ KIDS DEE ธรรม ดี จำแนกตามประเภทรายการทีวีที่รับชมเป็นประจำ (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

ประเภทรายการทีวีที่รับชมเป็นประจำ	ร้อยละ
รายการสำหรับเด็ก เยาวชนและครอบครัว	19.73
รายการที่มีเนื้อหาเป็นประโยชน์ต่อประชาชนทั่วไป	32.31
รายการสารคดีเชิงประวัติศาสตร์	20.07
รายการเสริมสร้างความรู้ เช่น ความรู้เท่าทันสื่อ	23.81
รายการสำหรับคนพิการ	4.08
อื่นๆ	-

7.2) การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรายการ

หากพิจารณาการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรายการ KIDS DEE ธรรม ดี สามารถสรุปได้ดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนการเคยรับชมหรือรู้จักรายการ KIDS DEE ธรรม ดี คิดเป็นร้อยละ 25.86
2. ผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนของการรับชมรายการระหว่าง 25-50% เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 33.62
3. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเต็มใจที่จะบริจาคให้รายการ KIDS DEE ธรรม ดี คิดเป็นร้อยละ 18.97 โดยแบ่งเป็นผู้ที่เต็มใจบริจาคเป็นจำนวน 5-100 บาท คิดเป็นร้อยละ 10.34 และเต็มใจบริจาคเป็นจำนวน 101-200 บาท คิดเป็นร้อยละ 7.76 และเต็มใจบริจาคมากกว่า 200 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.86 โดยมีผู้ที่เต็มใจบริจาคเป็นจำนวนเงินสูงสุดจำนวน 250 บาท ทั้งนี้มีค่าเฉลี่ยของจำนวนที่เต็มใจจะบริจาคเป็นจำนวน 26.29 บาท
4. ผู้ตอบแบบสอบถามรายงานว่าได้รับประโยชน์จากรายการ KIDS DEE ธรรม ดี ในด้านความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ และการปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 100.00
5. ผู้ตอบแบบสอบถามให้คะแนนความต้องการจัดสรรเงินบริจาคแก่รายการ KIDS DEE ธรรม ดี ในด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ เฉลี่ยสูงสุด คือ 17.61/100 คะแนน โดยคิดเป็นมูลค่าเงินบริจาคเฉลี่ย 23.99 บาท
6. ผู้ตอบแบบสอบถามที่เต็มใจที่จะบริจาคให้รายการ KIDS DEE ธรรม ดี มีเหตุผลที่เต็มใจบริจาค คือ รายการนี้มีประโยชน์ต่อสังคมและประเทศไทยโดยรวม เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 48.89 และมีเหตุผลที่ไม่เต็มใจจะบริจาค คือ เป็นหน้าที่ของหน่วยงานรัฐที่ต้องสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 63.38

ตารางที่ 8.97 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ KIDS DEE ธรรม ดี จำแนกตาม
การเคยรับชมหรือรู้จักรายการ

การเคยรับชมหรือรู้จักรายการ	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
เคยรับชม/รู้จัก	25.86	30
ไม่เคยรับชม/ไม่รู้จัก	74.14	86

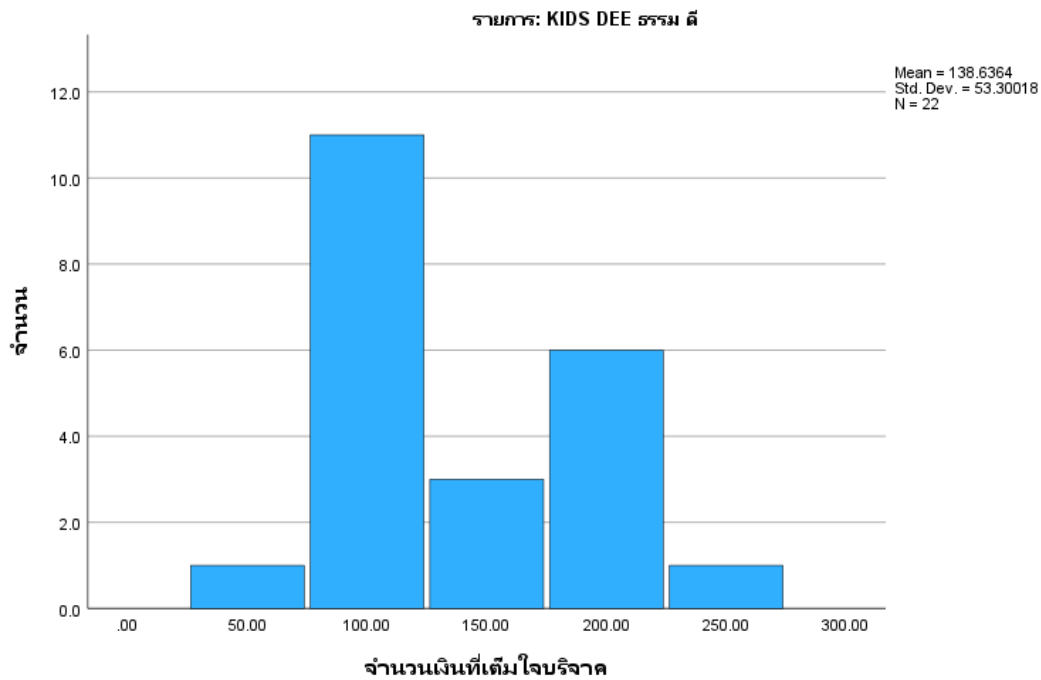
ตารางที่ 8.98 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ KIDS DEE ธรรม ดี จำแนกตาม
สัดส่วนของการรับชมรายการ เพื่อประเมินความเต็มใจบริจาค

สัดส่วนของการรับชมรายการ เพื่อประเมินความเต็มใจบริจาค	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
ไม่เกิน 25%	16.38	19
25 - 50 %	33.62	39
50 - 75 %	18.10	21
75 - 100 %	31.90	37

ตารางที่ 8.99 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ KIDS DEE ธรรม ดี
ตามความเต็มใจบริจาค

ความเต็มใจบริจาคและจำนวนเงินที่เต็มใจบริจาค	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
ไม่เต็มใจบริจาค	81.03	94
5 - 100 บาท	10.34	12
101 - 200 บาท	7.76	9
มากกว่า 200 บาท	0.86	1
ค่าเฉลี่ย	26.29	
ค่าต่ำสุด	0	
ค่าสูงสุด	250	
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	59.15	

แผนภาพที่ 8.8 การกระจายตัวของจำนวนเงินเฉลี่ยที่เต็มใจบริจาคในรายการ KIDS DEE ธรรม ดี



ตารางที่ 8.100 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ KIDS DEE ธรรม ดี จำแนกตามประโยชน์ที่ได้รับจากรายการในแต่ละด้าน

ประโยชน์ที่ได้รับจากรายการ ในแต่ละด้าน	ไม่ได้รับ		ได้รับ	
	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง
ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหา รายการ	0.00	0	100.00	22
ความเข้าใจความแตกต่างและ หลากหลายในสังคม	13.64	3	86.36	19
ความเข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบัน หรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต	18.18	4	81.82	18
การปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีใน สังคม	0.00	0	100.00	22
แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต	31.82	7	68.18	15
การนำเนื้อหารายการมาปรับใช้ใน ชีวิตประจำวัน	27.27	6	72.73	16

ประโยชน์ที่ได้รับจากรายการ ในแต่ละด้าน	ไม่ได้รับ		ได้รับ	
	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง
การมีรายการที่ส่งเสริมพัฒนาการ และการเรียนรู้สำหรับเด็กและ เยาวชน	4.55	1	95.45	21
การมีรายการที่มีคุณภาพและ เหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็ก เยาวชน และสถาบันครอบครัว	4.55	1	95.45	21
อื่นๆ คือ รายการดี	40.91	9	59.09	13

การประเมินสัดส่วนที่ต้องการบริจาคมในด้านต่างๆ นั้น ผู้วิจัยคำนวณจากสูตร

$$\frac{\text{คะแนนความต้องการการจัดสรรเงินบริจาคมเพื่อพัฒนาประโยชน์ในด้านของแต่ละบุคคล} \times 100}{\text{คะแนนรวมทุกด้านของผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละคน}}$$

โดยที่ คะแนนความต้องการการจัดสรรเงินบริจาคมเพื่อพัฒนาประโยชน์ในด้านของแต่ละบุคคลมีค่าตั้งแต่ 0 -10 จะนำไปหาสัดส่วนจากคะแนนรวมของทุกด้านของผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละคน ซึ่งมีจำนวนด้านที่ให้คะแนนไม่เท่ากัน แล้วจึงนำไปคูณด้วย 100 เพื่อให้มีค่าสัดส่วนอยู่ในช่วง 0 - 100 คะแนน จากนั้นจึงนำไปประเมินมูลค่าของเงินบริจาคมในแต่ละด้านตามสูตรดังนี้

$$\text{มูลค่าของเงินบริจาคมในแต่ละด้าน} = \frac{\text{สัดส่วนที่ต้องการบริจาคมในด้านต่างๆ} \times \text{จำนวนเงินที่ยินดีบริจาคม}}{100}$$

ตารางที่ 8.101 ค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ KIDS DEE ธรรม ดี จำแนกตามการประเมินสัดส่วนที่ต้องการบริจาคมในด้านต่างๆ และการประเมินมูลค่าเงินบริจาคมในแต่ละด้าน เฉพาะผู้ตอบแบบสอบถามที่ยินดีบริจาคมให้รายการในด้านต่างๆ

การจัดสรรเงินบริจาคมเพื่อพัฒนาประโยชน์ในด้านต่างๆ	สัดส่วนเฉลี่ย	มูลค่าเงินบริจาคมเฉลี่ย (บาท)
ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	17.61	23.99
ความเข้าใจความแตกต่างและหลากหลายในสังคม	10.54	14.07
ความเข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต	10.57	14.50
การปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม	14.54	20.17

การจัดสรรเงินบริจาคเพื่อพัฒนาประโยชน์ในด้านต่างๆ	สัดส่วนเฉลี่ย	มูลค่าเงินบริจาคเฉลี่ย (บาท)
แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต	8.74	12.64
การนำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน	9.34	14.17
การมีรายการที่ส่งเสริมพัฒนาการและการเรียนรู้สำหรับเด็กและเยาวชน	13.42	18.58
การมีรายการที่มีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็ก เยาวชน และสถาบันครอบครัว	14.74	20.03
อื่นๆ คือ รายการดี	0.51	0.51
รวม (เฉพาะผู้ยินดีบริจาคเพื่อประโยชน์ในด้านต่างๆ จำนวน 22 คน)	100.0	138.64

ตารางที่ 8.102 ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ KIDS DEE ธรรม ดี จำแนกตามเหตุผลที่เต็มใจจะบริจาคและไม่เต็มใจจะบริจาค

เหตุผลที่เต็มใจจะบริจาคและไม่เต็มใจจะบริจาค	ร้อยละ
เหตุผลที่เต็มใจจะบริจาค	
ประชาชนทุกคนควรมีส่วนร่วมในการสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ	17.78
เนื้อหารายการนี้มีความจำเป็นเร่งด่วนในสังคมไทย	-
รายการนี้มีประโยชน์ต่อตนเองและครอบครัวโดยตรง	33.33
รายการนี้มีประโยชน์ต่อสังคมและประเทศไทยโดยรวม	48.89
เหตุผลที่ไม่เต็มใจจะบริจาค	
รายได้ไม่เพียงพอ	11.27
รายการไม่มีประโยชน์ต่อตนเองและครอบครัว	4.23
รายการไม่มีประโยชน์ต่อสังคมและประเทศไทยโดยรวม	-
เป็นหน้าที่ของหน่วยงานรัฐที่ต้องสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ	63.38
รายการต้องเกิดขึ้นแน่นอน ถึงแม้ว่าจะไม่บริจาค	9.86
รายการไม่ใช่เรื่องจำเป็นเร่งด่วนในสังคมไทย	11.27
การหารายได้เป็นหน้าที่ผู้ผลิตและผู้ผลิตสามารถหารายได้จากหลายช่องทาง	-

8) รายการ Let's be a doctor

รายการ Let's be a doctor เป็นประเภทรายการสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว มีผู้ตอบแบบสอบถามในรายการดังกล่าวจำนวน 116 ราย โดยมีรายละเอียดผลการวิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคมของผู้ตอบและการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรายการ ดังนี้

8.1) การวิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคม

จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ Let's be a doctor จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส จำนวนบุตร สมาชิกในครัวเรือน และรายได้ครัวเรือน ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคมพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถามในรายการดังกล่าว โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนของเพศชาย และหญิงที่ใกล้เคียงกัน (ร้อยละ 50.86 และร้อยละ 48.28 ตามลำดับ) และมีผู้ตอบแบบสอบถามเพียงเล็กน้อยที่ไม่ได้ระบุเพศ (ร้อยละ 0.86) ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างมีอายุระหว่าง 31-40 ปีเป็นสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 32.76) และกลุ่มตัวอย่างมากกว่าครึ่งมีระดับการศึกษาสูงสุดคือระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 58.62) รวมไปถึงประกอบอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย ในสัดส่วนที่มากกว่าครึ่ง (ร้อยละ 22.41 และ 27.59 ตามลำดับ) กลุ่มตัวอย่างมีสถานภาพสมรสเป็นโสด และแต่งงานมีบุตร ในสัดส่วนที่เท่ากัน (ร้อยละ 40.52 และ 40.52 ตามลำดับ) และมากกว่าครึ่งไม่มีบุตร (ร้อยละ 52.59) รวมไปถึงอาศัยอยู่ในครัวเรือนที่มีสมาชิกระหว่าง 3-5 คน เป็นสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 64.66) และส่วนใหญ่มีรายได้ครัวเรือน 30,000 บาทขึ้นไป/เดือน

ผู้ตอบแบบสอบถามในรายการดังกล่าวมีสัดส่วนที่อาศัยอยู่ในภาคเหนือสูงที่สุด (ร้อยละ 32.76) รองลงมาคือภาคกลาง (ร้อยละ 27.59) และลำดับที่สามคือภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (ร้อยละ 18.10) ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามเกือบครึ่งรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย 2-3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ (ร้อยละ 46.55) และรับชมรายการที่มีเนื้อหาเป็นประโยชน์ต่อประชาชนทั่วไปเป็นสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 31.79)

ตารางที่ 8.103 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ Let's be a doctor จำแนกตาม เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส จำนวนบุตร สมาชิกในครัวเรือน และรายได้ครัวเรือน

ลักษณะเศรษฐกิจสังคม ของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ Let's be a doctor	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
เพศ		
ชาย	50.86	59
หญิง	48.28	56
ไม่ระบุ	0.86	1
อายุ		
20 ปีหรือน้อยกว่า	10.34	12
21-30 ปี	24.14	28
31-40 ปี	32.76	38
41-50 ปี	18.97	22

ลักษณะเศรษฐกิจสังคม	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
ของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ Let's be a doctor		
51-60 ปี	8.62	10
มากกว่า 60 ปี	5.17	6
การศึกษา		
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	-	-
มัธยมศึกษาตอนต้น	-	-
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	12.93	15
ปวส./อนุปริญญา	6.90	8
ปริญญาตรี	58.62	68
สูงกว่าปริญญาตรี	21.55	25
อาชีพ		
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	22.41	26
พนักงานบริษัทเอกชน	15.52	18
ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย	27.59	32
ผู้ใช้แรงงาน/รับจ้างทั่วไป	13.79	16
เกษตรกร/ชาวประมง	1.72	2
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	1.72	2
นักเรียน/นักศึกษา	12.07	14
เกษียณอายุ/ว่างงาน	4.31	5
พนักงานของรัฐ	0.86	1
ครู/อาจารย์	-	-
พนักงานมหาวิทยาลัย	-	-
สถานภาพสมรส		
โสด	40.52	47
แต่งงาน มีบุตร	40.52	47
แต่งงาน ไม่มีบุตร	9.48	11
หย่าร้าง/เป็นหม้าย/แยกกันอยู่	9.48	11
จำนวนบุตร		
ไม่มีบุตร	52.59	61
1 คน	21.55	25
2 คน	16.38	19
3-4 คน	9.48	11
5 คนขึ้นไป	-	-
สมาชิกในครัวเรือน		
1-2 คน	15.52	18

ลักษณะเศรษฐกิจสังคม ของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ Let's be a doctor	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
3-5 คน	64.66	75
6-8 คน	18.97	22
มากกว่า 8 คน	0.86	1
รายได้ครัวเรือน (บาท/เดือน)		
น้อยกว่า 10,000 บาท	0.86	1
10,000-19,000 บาท	1.72	2
20,000-29,999 บาท	9.48	11
30,000-39,999 บาท	21.55	25
40,000-49,999 บาท	25.00	29
50,000 บาท หรือมากกว่า	41.38	48

ตารางที่ 8.104 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ Let's be a doctor จำแนกตามภาค

ภาค	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
กรุงเทพมหานคร	12.93	15
ภาคเหนือ	32.76	38
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	18.10	21
ภาคกลาง	27.59	32
ภาคใต้	8.62	10

ตารางที่ 8.105 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ Let's be a doctor จำแนกตามปริมาณการรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย

ปริมาณการรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
1 ชั่วโมงต่อสัปดาห์หรือน้อยกว่า	12.93	15
2-3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	46.55	54
4-5 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	22.41	26
6-7 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	11.21	13
8 ชั่วโมงต่อสัปดาห์หรือมากกว่า	6.90	8

ตารางที่ 8.106 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ Let's be a doctor จำแนกตามประเภทรายการทีวีที่รับชมเป็นประจำ (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

ประเภทรายการทีวีที่รับชมเป็นประจำ	ร้อยละ
รายการสำหรับเด็ก เยาวชนและครอบครัว	19.54
รายการที่มีเนื้อหาเป็นประโยชน์ต่อประชาชนทั่วไป	31.79
รายการสารคดีเชิงประวัติศาสตร์	19.87
รายการเสริมสร้างความรู้ เช่น ความรู้เท่าทันสื่อ	24.83
รายการสำหรับคนพิการ	3.64
อื่นๆ	0.33

8.2) การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรายการ

หากพิจารณาการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรายการ Let's be a doctor สามารถสรุปได้ดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนการเคยรับชมหรือรู้จักรายการ Let's be a doctor คิดเป็นร้อยละ 27.59
2. ผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนของการรับชมรายการระหว่าง 25-50% เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 36.21
3. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเต็มใจที่จะบริจาคให้รายการ Let's be a doctor คิดเป็นร้อยละ 17.24 โดยแบ่งเป็นผู้ที่เต็มใจบริจาคเป็นจำนวน 5-100 บาท คิดเป็นร้อยละ 6.90 และเต็มใจบริจาคเป็นจำนวน 101-200 บาท คิดเป็นร้อยละ 7.76 และเต็มใจบริจาคมากกว่า 200 บาท คิดเป็นร้อยละ 2.59 โดยมีผู้ที่เต็มใจบริจาคเป็นจำนวนเงินสูงสุดจำนวน 300 บาท ทั้งนี้มีค่าเฉลี่ยของจำนวนที่เต็มใจจะบริจาคเป็นจำนวน 27.33 บาท
4. ผู้ตอบแบบสอบถามรายงานว่าได้รับประโยชน์จากรายการ Let's be a doctor ในด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 100.0
5. ผู้ตอบแบบสอบถามให้คะแนนความต้องการจัดสรรเงินบริจาคแก่รายการ Let's be a doctor

ในด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ เฉลี่ยสูงสุด คือ 17.10/100 คะแนน โดยคิดเป็นมูลค่าเงินบริจาคเฉลี่ย 24.19 บาท

6. ผู้ตอบแบบสอบถามที่เต็มใจที่จะบริจาคให้รายการ KIDS DEE ธรรม ดี มีเหตุผลที่เต็มใจบริจาค คือ รายการนี้มีประโยชน์ต่อสังคมและประเทศไทยโดยรวม เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 61.98 และมีเหตุผลที่ไม่เต็มใจจะบริจาค คือ เป็นหน้าที่ของหน่วยงานรัฐที่ต้องสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 69.33

ตารางที่ 8.107 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ Let's be a doctor จำแนกตาม การเคยรับชมหรือรู้จักรายการ

การเคยรับชมหรือรู้จักรายการ	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
เคยรับชม/รู้จัก	27.59	32
ไม่เคยรับชม/ไม่รู้จัก	72.41	84

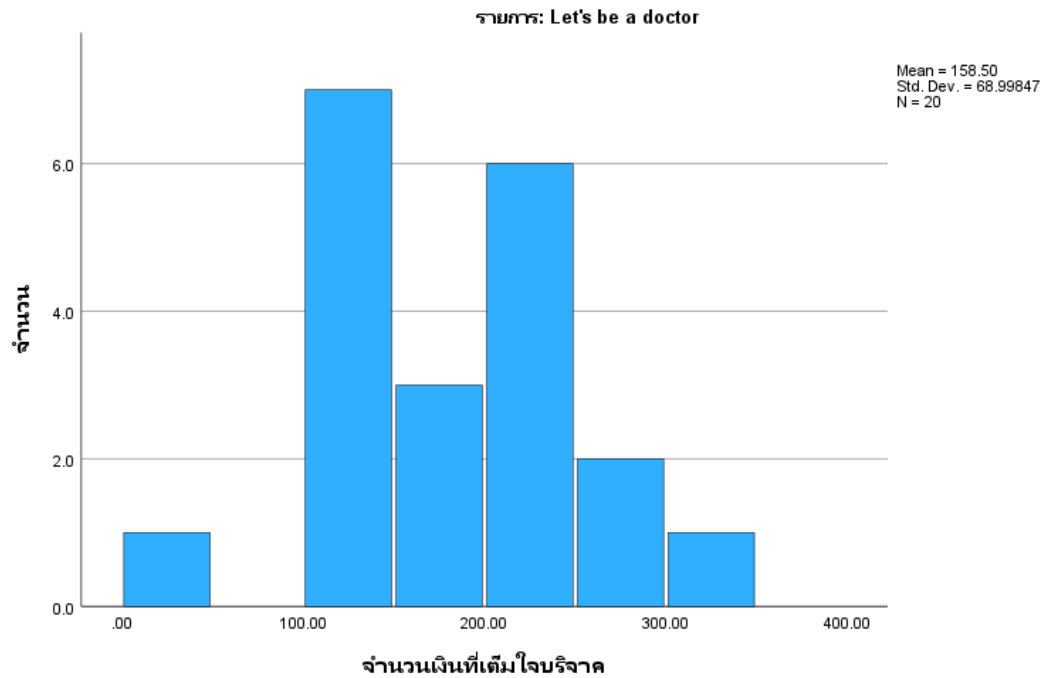
ตารางที่ 8.108 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ Let's be a doctor จำแนกตาม สัดส่วนของการรับชมรายการ เพื่อประเมินความเต็มใจบริจาค

สัดส่วนของการรับชมรายการ เพื่อประเมินความเต็มใจบริจาค	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
ไม่เกิน 25%	15.52	18
25 - 50 %	36.21	42
50 - 75 %	18.10	21
75 - 100 %	30.17	35

ตารางที่ 8.109 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ Let's be a doctor ตามความเต็มใจบริจาค

ความเต็มใจบริจาคและจำนวนเงินที่เต็มใจบริจาค	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
ไม่เต็มใจบริจาค	82.76	96
5 - 100 บาท	6.90	8
101 - 200 บาท	7.76	9
มากกว่า 200 บาท	2.59	3
ค่าเฉลี่ย	27.33	
ค่าต่ำสุด	0	
ค่าสูงสุด	300	
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	66.35	

แผนภาพที่ 8.9 การกระจายตัวของจำนวนเงินเฉลี่ยที่เต็มใจบริจาคในรายการ Let's be a doctor



ตารางที่ 8.110 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ Let's be a doctor จำแนกตามประโยชน์ที่ได้รับจากรายการในแต่ละด้าน

ประโยชน์ที่ได้รับจากรายการ ในแต่ละด้าน	ไม่ได้รับ		ได้รับ	
	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง
ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหา รายการ	0.00	0	100.00	20
ความเข้าใจความแตกต่างและ หลากหลายในสังคม	30.00	6	70.00	14
ความเข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบัน หรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต	25.00	5	75.00	15
การปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีใน สังคม	10.00	2	90.00	18
แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต	30.00	6	70.00	14
การนำเนื้อหารายการมาปรับใช้ใน ชีวิตประจำวัน	25.00	5	75.00	15

ประโยชน์ที่ได้รับจากรายการ ในแต่ละด้าน	ไม่ได้รับ		ได้รับ	
	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง
การมีรายการที่ส่งเสริมพัฒนาการ และการเรียนรู้สำหรับเด็กและ เยาวชน	5.00	1	95.00	19
การมีรายการที่มีคุณภาพและ เหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็ก เยาวชน และสถาบันครอบครัว	5.00	1	95.00	19
อื่นๆ ที่ไม่ระบุ	40.00	8	60.00	12

การประเมินสัดส่วนที่ต้องการบริจาคในด้านต่างๆ นั้น ผู้วิจัยคำนวณจากสูตร

$$\frac{\text{คะแนนความต้องการการจัดสรรเงินบริจาคเพื่อพัฒนาประโยชน์ในด้านของแต่ละบุคคล} \times 100}{\text{คะแนนรวมทุกด้านของผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละคน}}$$

โดยที่ คะแนนความต้องการการจัดสรรเงินบริจาคเพื่อพัฒนาประโยชน์ในด้านของแต่ละบุคคลมีค่าตั้งแต่ 0 -10 จะนำไปหาสัดส่วนจากคะแนนรวมของทุกด้านของผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละคน ซึ่งมีจำนวนด้านที่ให้คะแนนไม่เท่ากัน แล้วจึงนำไปคูณด้วย 100 เพื่อให้มีค่าสัดส่วนอยู่ในช่วง 0 - 100 คะแนน จากนั้นจึงนำไปประเมินมูลค่าของเงินบริจาคในแต่ละด้านตามสูตรดังนี้

$$\text{มูลค่าของเงินบริจาคในแต่ละด้าน} = \frac{\text{สัดส่วนที่ต้องการบริจาคในด้านต่างๆ} \times \text{จำนวนเงินที่ยินดีบริจาค}}{100}$$

ตารางที่ 8.111 ค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ Let's be a doctor จำแนกตามการประเมินสัดส่วนที่ต้องการบริจาคในด้านต่างๆ และการประเมินมูลค่าเงินบริจาคในแต่ละด้าน เฉพาะผู้ตอบแบบสอบถามที่ยินดีบริจาคให้รายการในด้านต่างๆ

การจัดสรรเงินบริจาคเพื่อพัฒนาประโยชน์ในด้านต่างๆ	สัดส่วนเฉลี่ย	มูลค่าเงินบริจาคเฉลี่ย (บาท)
ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอาหารรายการ	17.10	24.19
ความเข้าใจความแตกต่างและหลากหลายในสังคม	9.31	15.60
ความเข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต	9.45	16.41
การปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม	12.94	22.02

การจัดสรรเงินบริจาคเพื่อพัฒนาประโยชน์ในด้านต่างๆ	สัดส่วนเฉลี่ย	มูลค่าเงินบริจาคเฉลี่ย (บาท)
แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต	8.58	15.67
การนำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน	9.38	16.74
การมีรายการที่ส่งเสริมพัฒนาการและการเรียนรู้สำหรับเด็กและเยาวชน	16.18	23.12
การมีรายการที่มีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็กเยาวชน และสถาบันครอบครัว	16.50	24.20
อื่นๆ ที่ไม่ระบุ	0.56	0.56
รวม (เฉพาะผู้ยินดีบริจาคเพื่อประโยชน์ในด้านต่างๆ จำนวน 20 คน)	100.0	158.50

ตารางที่ 8.112 ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ Let's be a doctor จำแนกตามเหตุผลที่เต็มใจจะบริจาคและไม่เต็มใจจะบริจาค

เหตุผลที่เต็มใจจะบริจาคและไม่เต็มใจจะบริจาค	ร้อยละ
เหตุผลที่เต็มใจจะบริจาค	
ประชาชนทุกคนควรมีส่วนร่วมในการสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ	19.51
เนื้อหารายการนี้มีความจำเป็นเร่งด่วนในสังคมไทย	-
รายการนี้มีประโยชน์ต่อตนเองและครอบครัวโดยตรง	19.51
รายการนี้มีประโยชน์ต่อสังคมและประเทศไทยโดยรวม	60.98
เหตุผลที่ไม่เต็มใจจะบริจาค	
รายได้ไม่เพียงพอ	9.33
รายการไม่มีประโยชน์ต่อตนเองและครอบครัว	5.33
รายการไม่มีประโยชน์ต่อสังคมและประเทศไทยโดยรวม	-
เป็นหน้าที่ของหน่วยงานรัฐที่ต้องสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ	69.33
รายการต้องเกิดขึ้นแน่นอน ถึงแม้ว่าจะไม่บริจาค	5.33
รายการไม่ใช่เรื่องจำเป็นเร่งด่วนในสังคมไทย	10.67
การหารายได้เป็นหน้าที่ผู้ผลิตและผู้ผลิตสามารถหารายได้จากหลายช่องทาง	-

2.2 รายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ

รายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ ประกอบด้วย 10 รายการ ได้แก่ (9) แก่งกระจาน สุ่มรดกโลก (10) Thaitive (11) GO GREEN เปลี่ยนโลก (12) ตามรอยลูกเสือ (13) ประชาบดีคนดีได้ฝันฟ้า (14) ไทยสปีริต (15) สุภาจิต คำ ปัง ปัง (16) Young@Heart Show: Celeb Talk (17) ลายแทงชุมชน (18) กาลครั้งหนึ่ง โดยทั้ง 10 รายการมีผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายการทั้งหมด จำนวน 914 ราย โดยมีรายละเอียดผลการวิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคมของผู้ตอบและการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรายการ ดังนี้

2.2.1 การวิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคมในภาพรวมของผู้ตอบแบบสอบถามรายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ

จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในประเภทรายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส จำนวนบุตร สมาชิกในครัวเรือน และรายได้ครัวเรือน ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคมพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถามในรายการดังกล่าว โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนของเพศชาย และหญิงที่ใกล้เคียงกัน (ร้อยละ 51.20 และร้อยละ 48.80 ตามลำดับ) ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างมีอายุระหว่าง 31-40 ปีเป็นสัดส่วนสูงที่สุด (ร้อยละ 34.68) และกลุ่มตัวอย่างมากกว่าครึ่งมีระดับการศึกษาสูงสุดคือระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 53.72) รวมไปถึงประกอบอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย ในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน (ร้อยละ 24.73 และ 25.93 ตามลำดับ) กลุ่มตัวอย่างมีสถานภาพสมรสแต่งงาน มีบุตร สัดส่วนสูงที่สุด (ร้อยละ 42.56) และมากกว่าครึ่งไม่มีบุตร (ร้อยละ 51.42) รวมไปถึงอาศัยอยู่ในครัวเรือนที่มีสมาชิกระหว่าง 3-5 คน (ร้อยละ 59.74) และส่วนใหญ่มีรายได้ครัวเรือน 30,000 ขึ้นไป/เดือน

ผู้ตอบแบบสอบถามในรายการดังกล่าวมีสัดส่วนที่อาศัยอยู่ในภาคเหนือสูงที่สุด (ร้อยละ 38.07) รองลงมาคือภาคกลาง (ร้อยละ 22.54) และลำดับที่สามคือกรุงเทพมหานคร (ร้อยละ 15.54) ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามเกือบครึ่งรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย 2-3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ (ร้อยละ 47.70) และรับชมรายการที่มีเนื้อหาเป็นประโยชน์ต่อประชาชนทั่วไปเป็นสัดส่วนสูงที่สุด (ร้อยละ 33.65)

ตารางที่ 8.113 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในประเภทรายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส จำนวนบุตร สมาชิกในครัวเรือน และรายได้ครัวเรือน

ลักษณะเศรษฐกิจสังคมของผู้ตอบแบบสอบถามในประเภทรายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
เพศ		
ชาย	51.20	468
หญิง	48.80	446
ไม่ระบุ	-	-
อายุ		

ลักษณะเศรษฐกิจสังคม ของผู้ตอบแบบสอบถามในประเภทรายการที่เป็น ประโยชน์ต่อสาธารณะ	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
20 ปีหรือน้อยกว่า	13.13	120
21-30 ปี	15.21	139
31-40 ปี	34.68	317
41-50 ปี	20.46	187
51-60 ปี	11.05	101
มากกว่า 60 ปี	5.47	50
การศึกษา		
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	-	-
มัธยมศึกษาตอนต้น	-	-
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	16.30	149
ปวส./อนุปริญญา	8.64	79
ปริญญาตรี	53.72	491
สูงกว่าปริญญาตรี	21.33	195
อาชีพ		
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	24.73	226
พนักงานบริษัทเอกชน	12.25	112
ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย	25.93	237
ผู้ใช้แรงงาน/รับจ้างทั่วไป	13.79	126
เกษตรกร/ชาวประมง	2.19	20
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	1.31	12
นักเรียน/นักศึกษา	15.32	140
เกษียณอายุ/ว่างงาน	4.49	41
สถานภาพสมรส		
โสด	38.18	349
แต่งงาน มีบุตร	42.56	389
แต่งงาน ไม่มีบุตร	10.07	92
หย่าร้าง/เป็นหม้าย/แยกกันอยู่	9.19	84
จำนวนบุตร		
ไม่มีบุตร	51.42	470
1 คน	22.10	202
2 คน	15.32	140
3-4 คน	11.16	102
5 คนขึ้นไป	-	-

ลักษณะเศรษฐกิจสังคม ของผู้ตอบแบบสอบถามในประเภทรายการที่เป็น ประโยชน์ต่อสาธารณะ	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
สมาชิกในครัวเรือน		
1-2 คน	15.97	146
3-5 คน	59.74	546
6-8 คน	23.19	212
มากกว่า 8 คน	1.09	10
รายได้ครัวเรือน (บาท/เดือน)		
น้อยกว่า 10,000 บาท	1.09	10
10,000-19,000 บาท	1.09	10
20,000-29,999 บาท	10.83	99
30,000-39,999 บาท	15.97	146
40,000-49,999 บาท	23.63	216
50,000 บาท หรือมากกว่า	47.37	433

ตารางที่ 8.114 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในประเภทรายการที่เป็นประโยชน์ต่อ
สาธารณะ จำแนกตามภาค

ภาค	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
กรุงเทพมหานคร	15.54	142
ภาคเหนือ	38.07	348
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	12.91	118
ภาคกลาง	22.54	206
ภาคใต้	10.94	100

ตารางที่ 8.115 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในประเภทรายการที่เป็นประโยชน์ต่อ
สาธารณะ จำแนกตามปริมาณการรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย

ปริมาณการรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
1 ชั่วโมงต่อสัปดาห์หรือน้อยกว่า	15.75	144
2-3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	47.70	436
4-5 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	21.66	198
6-7 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	11.82	108
8 ชั่วโมงต่อสัปดาห์หรือมากกว่า	3.06	28

ตารางที่ 8.116 จำนวนและร้อยละของคำตอบผู้ตอบแบบสอบถามในประเภทรายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ จำแนกตามประเภทรายการทีวีที่รับชมเป็นประจำ (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

ประเภทรายการทีวีที่รับชมเป็นประจำ	ร้อยละ
รายการสำหรับเด็ก เยาวชนและครอบครัว	18.62
รายการที่มีเนื้อหาเป็นประโยชน์ต่อประชาชนทั่วไป	33.65
รายการสารคดีเชิงประวัติศาสตร์	19.23
รายการเสริมสร้างความรู้ เช่น ความรู้เท่าทันสื่อ	24.75
รายการสำหรับคนพิการ	3.74
อื่นๆ	-

2.2.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับประเภทรายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ

หากพิจารณาการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับในประเภทรายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ สามารถสรุปได้ดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนการเคยรับชมหรือรู้จักในประเภทรายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ คิดเป็นร้อยละ 15.43
2. ผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนของการรับชมรายการระหว่าง 25-50% เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 42.23
3. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเต็มใจที่จะบริจาคให้ในประเภทรายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ คิดเป็นร้อยละ 8.75 โดยแบ่งเป็นผู้ที่เต็มใจบริจาคเป็นจำนวน 5-100 บาท คิดเป็นร้อยละ 3.39 และเต็มใจบริจาคเป็นจำนวน 101-200 บาท คิดเป็นร้อยละ 4.27 และมากกว่า 200 บาท คิดเป็นร้อยละ 1.09 โดยมีผู้ที่เต็มใจบริจาคเป็นจำนวนเงินสูงสุดจำนวน 300 บาท ทั้งนี้มีค่าเฉลี่ยของจำนวนที่เต็มใจจะบริจาคเป็นจำนวน 13.28 บาท
4. ผู้ตอบแบบสอบถามรายงานว่าได้รับประโยชน์จากในประเภทรายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ ในด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 98.75
5. ผู้ตอบแบบสอบถามให้คะแนนความต้องการจัดสรรเงินบริจาคแก่ในประเภทรายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ ในด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ เฉลี่ยสูงสุด คือ 15.70/100 คะแนน โดยคิดเป็นมูลค่าเงินบริจาคเฉลี่ย 25.33 บาท
6. ผู้ตอบแบบสอบถามที่เต็มใจที่จะบริจาคให้ในประเภทรายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ มีเหตุผลที่เต็มใจบริจาค คือ รายการนี้มีประโยชน์ต่อสังคมและประเทศไทยโดยรวม เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 59.21 และมีเหตุผลที่ไม่เต็มใจจะบริจาค คือ เป็นหน้าที่ของหน่วยงานรัฐที่ต้องสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 73.29

ตารางที่ 8.117 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในประเภทรายการที่เป็นประโยชน์ต่อ
สาธารณะ จำแนกตามการเคยรับชมหรือรู้จักรายการ

การเคยรับชมหรือรู้จักรายการ	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
เคยรับชม/รู้จัก	15.43	141
ไม่เคยรับชม/ไม่รู้จัก	84.57	773

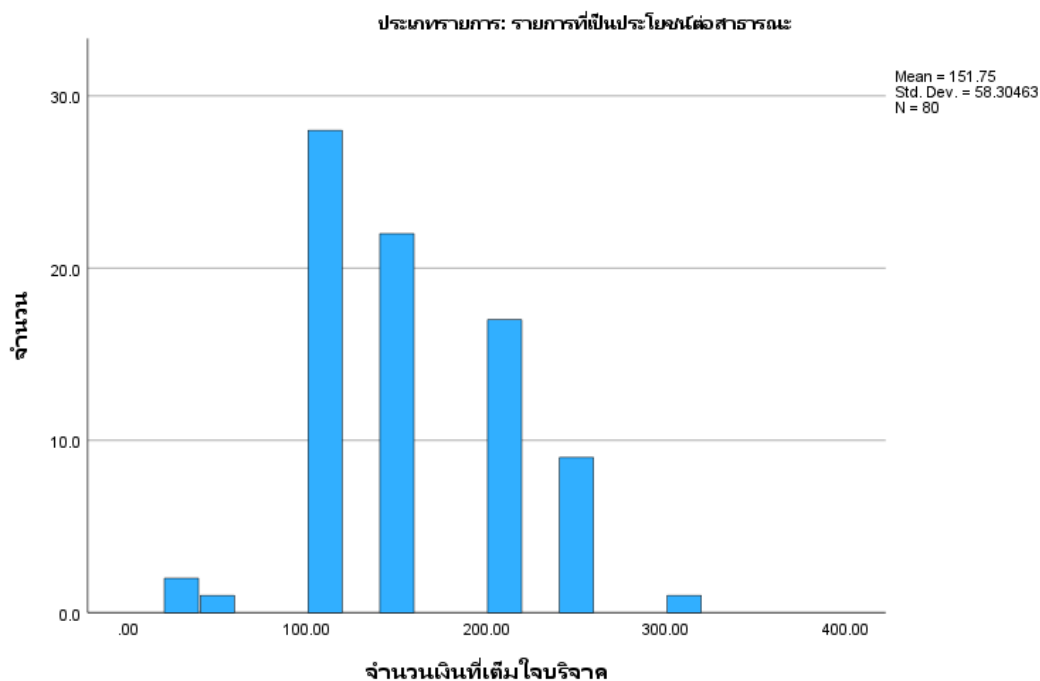
ตารางที่ 8.118 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในประเภทรายการที่เป็นประโยชน์ต่อ
สาธารณะ จำแนกตามสัดส่วนของการรับชมรายการ เพื่อประเมินความเต็มใจบริจาค

สัดส่วนของการรับชมรายการ เพื่อประเมินความเต็มใจบริจาค	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
ไม่เกิน 25%	20.46	187
25 - 50 %	42.23	386
50 - 75 %	19.47	178
75 - 100 %	17.83	163

ตารางที่ 8.119 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามในประเภทรายการที่เป็น
ประโยชน์ต่อสาธารณะ ตามความเต็มใจบริจาค

ความเต็มใจบริจาคและจำนวนเงินที่เต็มใจบริจาค	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
ไม่เต็มใจบริจาค	91.25	834
5 - 100 บาท	3.39	31
101 - 200 บาท	4.27	39
มากกว่า 200 บาท	1.09	10
ค่าเฉลี่ย	13.28	
ค่าต่ำสุด	0	
ค่าสูงสุด	300	
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	46.21	

แผนภาพที่ 8.10 การกระจายตัวของจำนวนเงินเฉลี่ยที่เต็มใจบริจาคในประเภทรายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ



ตารางที่ 8.120 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในประเภทรายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ จำแนกตามประโยชน์ที่ได้รับจากรายการในแต่ละด้าน

ประโยชน์ที่ได้รับจากรายการในแต่ละด้าน	ไม่ได้รับ		ได้รับ	
	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง
ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	1.25	1	98.75	79
ความเข้าใจความแตกต่างและหลากหลายในสังคม	7.50	6	92.50	74
ความเข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต	5.00	4	95.00	76
การปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม	11.25	9	88.75	71
แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต	23.75	19	76.25	61
การนำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน	8.75	7	91.25	73
การมีรายการที่ส่งเสริมพัฒนาการและการเรียนรู้สำหรับเด็กและเยาวชน	6.25	5	93.75	75
การมีรายการที่มีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็กเยาวชน และสถาบันครอบครัว	8.75	7	91.25	73
อื่นๆ	33.75	27	66.25	53

การประเมินสัดส่วนที่ต้องการบริจาคในด้านต่างๆ นั้น ผู้วิจัยคำนวณจากสูตร

$$\frac{\text{คะแนนความต้องการการจัดสรรเงินบริจาคเพื่อพัฒนาประโยชน์ในด้านของแต่ละบุคคล} \times 100}{\text{คะแนนรวมทุกด้านของผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละคน}}$$

โดยที่ คะแนนความต้องการการจัดสรรเงินบริจาคเพื่อพัฒนาประโยชน์ในด้านของแต่ละบุคคลมีค่าตั้งแต่ 0 -10 จะนำไปหาสัดส่วนจากคะแนนรวมของทุกด้านของผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละคน ซึ่งมีจำนวนด้านที่ให้คะแนนไม่เท่ากัน แล้วจึงนำไปคูณด้วย 100 เพื่อให้มีค่าสัดส่วนอยู่ในช่วง 0 - 100 คะแนน จากนั้นจึงนำไปประเมินมูลค่าของเงินบริจาคในแต่ละด้านตามสูตรดังนี้

$$\text{มูลค่าของเงินบริจาคในแต่ละด้าน} = \frac{\text{สัดส่วนที่ต้องการบริจาคในด้านต่างๆ} \times \text{จำนวนเงินที่ยินดีบริจาค}}{100}$$

ตารางที่ 8.121 ค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามในประเภทรายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ จำแนกตามการประเมินสัดส่วนที่ต้องการบริจาคในด้านต่างๆ และการประเมินมูลค่าเงินบริจาคในแต่ละด้าน เฉพาะผู้ตอบแบบสอบถามที่ยินดีบริจาคให้รายการในด้านต่างๆ

การจัดสรรเงินบริจาคเพื่อพัฒนาประโยชน์ในด้านต่างๆ	สัดส่วนเฉลี่ย	มูลค่าเงินบริจาคเฉลี่ย (บาท)
ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	15.70	25.33
ความเข้าใจความแตกต่างและหลากหลายในสังคม	12.84	19.78
ความเข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต	12.65	20.35
การปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม	12.06	19.00
แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต	9.40	13.88
การนำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน	12.94	21.01
การมีรายการที่ส่งเสริมพัฒนาการและการเรียนรู้สำหรับเด็กและเยาวชน	11.56	17.93
การมีรายการที่มีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็กเยาวชน และสถาบันครอบครัว	11.37	17.14
อื่นๆ	1.48	1.48
รวม (เฉพาะผู้ยินดีบริจาคเพื่อประโยชน์ในด้านต่างๆ จำนวน 76 คน)	100.00	155.92

**ตารางที่ 8.122 ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในประเภทรายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ
จำแนกตามเหตุผลที่เต็มใจจะบริจาคและไม่เต็มใจจะบริจาค**

เหตุผลที่เต็มใจจะบริจาคและไม่เต็มใจจะบริจาค	ร้อยละ
เหตุผลที่เต็มใจจะบริจาค	
ประชาชนทุกคนควรมีส่วนร่วมในการสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ	38.16
เนื้อหารายการนี้มีความจำเป็นเร่งด่วนในสังคมไทย	2.63
รายการนี้มีประโยชน์ต่อสังคมและประเทศไทยโดยรวม	59.21
เหตุผลที่ไม่เต็มใจจะบริจาค	
รายได้ไม่เพียงพอ	11.13
รายการไม่มีประโยชน์ต่อตนเองและครอบครัว	6.68
เป็นหน้าที่ของหน่วยงานรัฐที่ต้องสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ	73.29
รายการต้องเกิดขึ้นแน่นอน ถึงแม้ว่าจะไม่บริจาค	3.42
รายการไม่ใช่เรื่องจำเป็นเร่งด่วนในสังคมไทย	5.14
อื่นๆ	0.34

2.2.3 การวิเคราะห์ข้อมูลประเภทรายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ จำแนกตามรายการ

9) รายการ แก่งกระจาน สุ่มรดกโลก

รายการ แก่งกระจาน สุ่มรดกโลก เป็นประเภทรายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ มีผู้ตอบแบบสอบถามในรายการดังกล่าวจำนวน 94 ราย โดยมีรายละเอียดผลการวิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคมของผู้ตอบและการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรายการ ดังนี้

9.1) การวิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคม

จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ แก่งกระจาน สุ่มรดกโลกจำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส จำนวนบุตร สมาชิกในครัวเรือน และรายได้ครัวเรือน ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคมพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถามในรายการดังกล่าว โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนของเพศชาย และหญิงที่ใกล้เคียงกัน (ร้อยละ 53.19 และร้อยละ 46.81 ตามลำดับ) ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างมีอายุระหว่าง 31-40 ปีเป็นสัดส่วนสูงที่สุด (ร้อยละ 34.04) และกลุ่มตัวอย่างมากกว่าครึ่งมีระดับการศึกษาสูงสุดคือระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 55.32) รวมไปถึงประกอบอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย ในสัดส่วนที่มากกว่าครึ่ง (ร้อยละ 23.40 และ 26.60) กลุ่มตัวอย่างมีสถานภาพสมรสแต่งงานมีบุตร ในสัดส่วนที่สูงที่สุด (ร้อยละ 42.55) และมากกว่าครึ่งไม่มีบุตร (ร้อยละ 51.06) รวมไปถึงอาศัยอยู่ในครัวเรือนที่มีสมาชิกระหว่าง 3-5 คน เป็นสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 58.51) และส่วนใหญ่มีรายได้ครัวเรือน 30,000 บาทขึ้นไป/เดือน

ผู้ตอบแบบสอบถามในรายการดังกล่าวมีสัดส่วนที่อาศัยอยู่ในภาคเหนือสูงที่สุด (ร้อยละ 35.11) รองลงมาคือภาคกลาง (ร้อยละ 24.47) และลำดับที่สามคือภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (ร้อยละ 12.77) ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามเกือบครึ่งรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย 2-3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ (ร้อยละ 46.81) และรับชมรายการที่มีเนื้อหาเป็นประโยชน์ต่อประชาชนทั่วไปเป็นสัดส่วนสูงที่สุด (ร้อยละ 33.19)

ตารางที่ 8.123 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ แก่งกระจาน สุ่มระดับโลก จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส จำนวนบุตร สมาชิกในครัวเรือน และรายได้ครัวเรือน

ลักษณะเศรษฐกิจสังคม	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
ของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ แก่งกระจาน สุ่มระดับโลก		
เพศ		
ชาย	53.19	50
หญิง	46.81	44
ไม่ระบุ	-	-
อายุ		
20 ปีหรือน้อยกว่า	12.77	12
21-30 ปี	15.96	15
31-40 ปี	34.04	32
41-50 ปี	19.15	18
51-60 ปี	10.64	10
มากกว่า 60 ปี	7.45	7
การศึกษา		
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	-	-
มัธยมศึกษาตอนต้น	-	-
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	15.96	15
ปวส./อนุปริญญา	8.51	8
ปริญญาตรี	55.32	52
สูงกว่าปริญญาตรี	20.21	19
อาชีพ		
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	23.40	22
พนักงานบริษัทเอกชน	11.70	11
ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย	26.60	25
ผู้ใช้แรงงาน/รับจ้างทั่วไป	13.83	13
เกษตรกร/ชาวประมง	2.13	2
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	1.06	1
นักเรียน/นักศึกษา	14.89	14

ลักษณะเศรษฐกิจสังคม	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
ของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ แก่งกระจาน สุ่มระดับโลก		
เกษียณอายุ/ว่างงาน	6.38	6
พนักงานของรัฐ	-	-
ครู/อาจารย์	-	-
พนักงานมหาวิทยาลัย	-	-
สถานภาพสมรส		
โสด	38.30	36
แต่งงาน มีบุตร	42.55	40
แต่งงาน ไม่มีบุตร	9.57	9
หย่าร้าง/เป็นหม้าย/แยกกันอยู่	9.57	9
จำนวนบุตร		
ไม่มีบุตร	51.06	48
1 คน	21.28	20
2 คน	14.89	14
3-4 คน	12.77	12
5 คนขึ้นไป	-	-
สมาชิกในครัวเรือน		
1-2 คน	15.96	15
3-5 คน	58.51	55
6-8 คน	24.47	23
มากกว่า 8 คน	1.06	1
รายได้ครัวเรือน (บาท/เดือน)		
น้อยกว่า 10,000 บาท	1.06	1
10,000-19,000 บาท	1.06	1
20,000-29,999 บาท	10.64	10
30,000-39,999 บาท	15.96	15
40,000-49,999 บาท	23.40	22
50,000 บาท หรือมากกว่า	47.87	45

ตารางที่ 8.124 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ แก่งกระจาน สุ่มระดับโลก จำแนกตามภาค

ภาค	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
กรุงเทพมหานคร	17.02	16
ภาคเหนือ	35.11	33
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	12.77	12
ภาคกลาง	24.47	23
ภาคใต้	10.64	10

ตารางที่ 8.125 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ แก่งกระจาน สุ่มระดับโลก จำแนกตามปริมาณการรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย

ปริมาณการรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
1 ชั่วโมงต่อสัปดาห์หรือน้อยกว่า	15.96	15
2-3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	46.81	44
4-5 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	21.28	20
6-7 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	12.77	12
8 ชั่วโมงต่อสัปดาห์หรือมากกว่า	3.19	3

ตารางที่ 8.126 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ แก่งกระจาน สุ่มระดับโลก จำแนกตามประเภทรายการทีวีที่รับชมเป็นประจำ (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

ประเภทรายการทีวีที่รับชมเป็นประจำ	ร้อยละ
รายการสำหรับเด็ก เยาวชนและครอบครัว	18.58
รายการที่มีเนื้อหาเป็นประโยชน์ต่อประชาชนทั่วไป	33.19
รายการสารคดีเชิงประวัติศาสตร์	19.47
รายการเสริมสร้างความรู้ เช่น ความรู้เท่าทันสื่อ	24.78
รายการสำหรับคนพิการ	3.98
อื่นๆ	-

9.2) การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรายการ

หากพิจารณาการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรายการ แก่งกระจาน สุ่มรดกโลก สามารถสรุปได้ดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนการเคยรับชมหรือรู้จักรายการ แก่งกระจาน สุ่มรดกโลก คิดเป็นร้อยละ 20.21
2. ผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนของการรับชมรายการระหว่าง 25-50% เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 41.49
3. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเต็มใจที่จะบริจาคให้รายการ แก่งกระจาน สุ่มรดกโลก คิดเป็นร้อยละ 8.51 โดยแบ่งเป็นผู้ที่เต็มใจบริจาคเป็นจำนวน 5-100 บาท คิดเป็นร้อยละ 3.19 และเต็มใจบริจาคเป็นจำนวน 101-200 บาท คิดเป็นร้อยละ 4.26 และมากกว่า 200 บาท คิดเป็นร้อยละ 1.06 โดยมีผู้ที่เต็มใจบริจาคเป็นจำนวนเงินสูงสุดจำนวน 250 บาท ทั้งนี้มีค่าเฉลี่ยของจำนวนที่เต็มใจจะบริจาคเป็นจำนวน 13.83 บาท
4. ผู้ตอบแบบสอบถามรายงานว่าได้รับประโยชน์จากรายการ แก่งกระจาน สุ่มรดกโลก ในด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ, ความเข้าใจความแตกต่างและหลากหลายในสังคม, ความเข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต, การมีรายการที่ส่งเสริมพัฒนาการและการเรียนรู้สำหรับเด็กและเยาวชน และ การมีรายการที่มีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็ก เยาวชน และสถาบันครอบครัว เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 100.00
5. ผู้ตอบแบบสอบถามให้คะแนนความต้องการจัดสรรเงินบริจาคแก่รายการ แก่งกระจาน สุ่มรดกโลก ในด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ เฉลี่ยสูงสุด คือ 14.93/100 คะแนน คิดเป็นมูลค่าเงินบริจาคเฉลี่ย 25.61 บาท
6. ผู้ตอบแบบสอบถามที่เต็มใจที่จะบริจาคให้รายการ แก่งกระจาน สุ่มรดกโลก มีเหตุผลที่เต็มใจบริจาค คือ รายการนี้มีประโยชน์ต่อสังคมและประเทศไทยโดยรวม เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 38.00 และมีเหตุผลที่ไม่เต็มใจจะบริจาค คือ เป็นหน้าที่ของหน่วยงานรัฐที่ต้องสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 86.36

ตารางที่ 8.127 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ แก่งกระจาน สุ่มรดกโลก จำแนกตามการเคยรับชมหรือรู้จักรายการ

การเคยรับชมหรือรู้จักรายการ	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
เคยรับชม/รู้จัก	20.21	19
ไม่เคยรับชม/ไม่รู้จัก	79.79	75

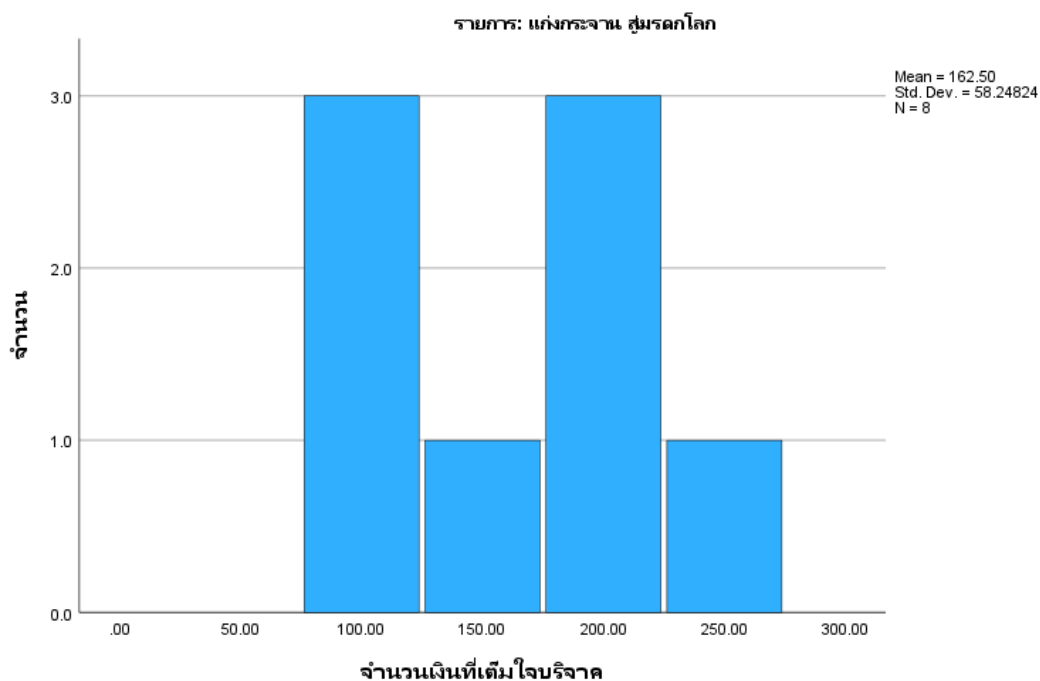
ตารางที่ 8.128 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ แก่งกระจาน สุ่มระดับโลก จำแนกตามสัดส่วนของการรับชมรายการ เพื่อประเมินความเต็มใจบริจาค

สัดส่วนของการรับชมรายการ เพื่อประเมินความเต็มใจบริจาค	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
ไม่เกิน 25%	19.15	18
25 - 50 %	41.49	39
50 - 75 %	21.28	20
75 - 100 %	18.09	17

ตารางที่ 8.129 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ แก่งกระจาน สุ่มระดับโลกตามความเต็มใจบริจาค

ความเต็มใจบริจาคและจำนวนเงินที่เต็มใจบริจาค	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
ไม่เต็มใจบริจาค	91.49	86
5 - 100 บาท	3.19	3
101 - 200 บาท	4.26	4
มากกว่า 200 บาท	1.06	1
ค่าเฉลี่ย	13.83	
ค่าต่ำสุด	0	
ค่าสูงสุด	250	
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	48.31	

แผนภาพที่ 8.11 การกระจายตัวของจำนวนเงินเฉลี่ยที่เต็มใจบริจาคในรายการ แก่งกระจาน สุ่มรดกโลก



ตารางที่ 8.130 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ แก่งกระจาน สุ่มรดกโลก จำแนกตามประโยชน์ที่ได้รับจากรายการในแต่ละด้าน

ประโยชน์ที่ได้รับจากรายการ ในแต่ละด้าน	ไม่ได้รับ		ได้รับ	
	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง
ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหา รายการ	0.00	0	100.00	8
ความเข้าใจความแตกต่างและ หลากหลายในสังคม	0.00	0	100.00	8
ความเข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบัน หรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต	0.00	0	100.00	8
การปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีใน สังคม	12.50	1	87.50	7
แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต	25.00	2	75.00	6
การนำเนื้อหารายการมาปรับใช้ใน ชีวิตประจำวัน	25.00	2	75.00	6

ประโยชน์ที่ได้รับจากรายการ ในแต่ละด้าน	ไม่ได้รับ		ได้รับ	
	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง
การมีรายการที่ส่งเสริมพัฒนาการ และการเรียนรู้สำหรับเด็กและ เยาวชน	0.00	0	100.00	8
การมีรายการที่มีคุณภาพและ เหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็ก เยาวชน และสถาบันครอบครัว	0.00	0	100.00	8
อื่นๆ ที่ไม่ระบุ	37.50	3	62.50	5

การประเมินสัดส่วนที่ต้องการบริจาคมในด้านต่างๆ นั้น ผู้วิจัยคำนวณจากสูตร

$$\frac{\text{คะแนนความต้องการการจัดสรรเงินบริจาคมเพื่อพัฒนาประโยชน์ในด้านของแต่ละบุคคล} \times 100}{\text{คะแนนรวมทุกด้านของผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละคน}}$$

โดยที่ คะแนนความต้องการการจัดสรรเงินบริจาคมเพื่อพัฒนาประโยชน์ในด้านของแต่ละบุคคลมีค่าตั้งแต่ 0 -10 จะนำไปหาสัดส่วนจากคะแนนรวมของทุกด้านของผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละคน ซึ่งมีจำนวนด้านที่ให้คะแนนไม่เท่ากัน แล้วจึงนำไปคูณด้วย 100 เพื่อให้มีค่าสัดส่วนอยู่ในช่วง 0 - 100 คะแนน จากนั้นจึงนำไปประเมินมูลค่าของเงินบริจาคมในแต่ละด้านตามสูตรดังนี้

$$\text{มูลค่าของเงินบริจาคมในแต่ละด้าน} = \frac{\text{สัดส่วนที่ต้องการบริจาคมในด้านต่างๆ} \times \text{จำนวนเงินที่ยินดีบริจาคม}}{100}$$

ตารางที่ 8.131 ค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ แก่งกระจาน สุ่มรถโลก จำแนกตามการประเมินสัดส่วนที่ต้องการบริจาคมในด้านต่างๆ และการประเมินมูลค่าเงินบริจาคมในแต่ละด้าน เฉพาะผู้ตอบแบบสอบถามที่ยินดีบริจาคมให้รายการในด้านต่างๆ

การจัดสรรเงินบริจาคมเพื่อพัฒนาประโยชน์ในด้านต่างๆ	สัดส่วนเฉลี่ย	มูลค่าเงินบริจาคมเฉลี่ย (บาท)
ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	14.93	25.61
ความเข้าใจความแตกต่างและหลากหลายในสังคม	12.33	20.66
ความเข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต	14.41	24.31
การปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม	11.28	18.06

การจัดสรรเงินบริจาคเพื่อพัฒนาประโยชน์ในด้านต่างๆ	สัดส่วนเฉลี่ย	มูลค่าเงินบริจาคเฉลี่ย (บาท)
แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต	9.20	13.89
การนำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน	9.72	14.15
การมีรายการที่ส่งเสริมพัฒนาการและการเรียนรู้สำหรับเด็กและเยาวชน	13.37	22.22
การมีรายการที่มีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็ก เยาวชน และสถาบันครอบครัว	13.37	22.22
อื่นๆ ที่ไม่ระบุ	1.39	1.39
รวม (เฉพาะผู้ยินดีบริจาคเพื่อประโยชน์ในด้านต่างๆ จำนวน 8 คน)	100.0	162.50

ตารางที่ 8.132 ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ แก่งกระจาน สุ่มรถกโลก จำแนกตามเหตุผลที่เต็มใจจะบริจาคและไม่เต็มใจจะบริจาค

เหตุผลที่เต็มใจจะบริจาคและไม่เต็มใจจะบริจาค	ร้อยละ
เหตุผลที่เต็มใจจะบริจาค	
ประชาชนทุกคนควรมีส่วนร่วมในการสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ	26.00
เนื้อหารายการนี้มีความจำเป็นเร่งด่วนในสังคมไทย	4.00
รายการนี้มีประโยชน์ต่อตนเองและครอบครัวโดยตรง	32.00
รายการนี้มีประโยชน์ต่อสังคมและประเทศไทยโดยรวม	38.00
เหตุผลที่ไม่เต็มใจจะบริจาค	
รายได้ไม่เพียงพอ	9.09
รายการไม่มีประโยชน์ต่อตนเองและครอบครัว	2.27
รายการไม่มีประโยชน์ต่อสังคมและประเทศไทยโดยรวม	-
เป็นหน้าที่ของหน่วยงานรัฐที่ต้องสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ	86.36
รายการต้องเกิดขึ้นแน่นอน ถึงแม้ว่าจะไม่บริจาค	2.27
รายการไม่ใช่เรื่องจำเป็นเร่งด่วนในสังคมไทย	-
การหารายได้เป็นหน้าที่ผู้ผลิตและผู้ผลิตสามารถหารายได้จากหลายช่องทาง	-

10) รายการ Thaitive

รายการ Thaitive เป็นประเภทรายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ มีผู้ตอบแบบสอบถามในรายการดังกล่าวจำนวน 93 ราย โดยมีรายละเอียดผลการวิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคมของผู้ตอบและการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรายการ ดังนี้

10.1) การวิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคม

จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ Thaitive จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส จำนวนบุตร สมาชิกในครัวเรือน และรายได้ครัวเรือน ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคมพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถามในรายการดังกล่าว โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนของเพศชาย และหญิงที่ใกล้เคียงกัน (ร้อยละ 52.69 และร้อยละ 47.31 ตามลำดับ) ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างมีอายุระหว่าง 31-40 ปีเป็นสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 35.48) และกลุ่มตัวอย่างมากกว่าครึ่งมีระดับการศึกษาสูงสุดคือระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 53.76) รวมไปถึงประกอบอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย ในสัดส่วนที่มากกว่าครึ่ง (ร้อยละ 23.66 และ 26.88) กลุ่มตัวอย่างมีสถานภาพสมรสแต่งงานมีบุตร ในสัดส่วนที่สูงที่สุด (ร้อยละ 40.86) และมากกว่าครึ่งไม่มีบุตร (ร้อยละ 52.69) รวมไปถึงอาศัยอยู่ในครัวเรือนที่มีสมาชิกระหว่าง 3-5 คน เป็นสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 58.06) และส่วนใหญ่มีรายได้ครัวเรือน 30,000 บาทขึ้นไป/เดือน

ผู้ตอบแบบสอบถามในรายการดังกล่าวมีสัดส่วนที่อาศัยอยู่ในภาคเหนือสูงที่สุด (ร้อยละ 37.63) รองลงมาคือภาคกลาง (ร้อยละ 22.58) และลำดับที่สามคือกรุงเทพมหานคร (ร้อยละ 16.13) ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามเกือบครึ่งรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย 2-3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ (ร้อยละ 48.39) และรับชมรายการที่มีเนื้อหาเป็นประโยชน์ต่อประชาชนทั่วไปเป็นสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 34.10)

ตารางที่ 8.133 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ Thaitive จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส จำนวนบุตร สมาชิกในครัวเรือน และรายได้ครัวเรือน

ลักษณะเศรษฐกิจสังคม ของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ Thaitive	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
เพศ		
ชาย	52.69	49
หญิง	47.31	44
ไม่ระบุ	-	-
อายุ		
20 ปีหรือน้อยกว่า	12.90	12
21-30 ปี	16.13	15
31-40 ปี	35.48	33
41-50 ปี	19.35	18
51-60 ปี	10.75	10
มากกว่า 60 ปี	5.38	5

ลักษณะเศรษฐกิจสังคม ของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ Thaitive	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
การศึกษา		
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	-	-
มัธยมศึกษาตอนต้น	-	-
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	17.20	16
ปวส./อนุปริญญา	8.60	8
ปริญญาตรี	53.76	50
สูงกว่าปริญญาตรี	20.43	19
อาชีพ		
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	23.66	22
พนักงานบริษัทเอกชน	12.90	12
ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย	26.88	25
ผู้ใช้แรงงาน/รับจ้างทั่วไป	13.98	13
เกษตรกร/ชาวประมง	2.15	2
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	1.08	1
นักเรียน/นักศึกษา	15.05	14
เกษียณอายุ/ว่างงาน	4.30	4
พนักงานของรัฐ	-	-
ครู/อาจารย์	-	-
พนักงานมหาวิทยาลัย	-	-
สถานภาพสมรส		
โสด	38.71	36
แต่งงาน มีบุตร	40.86	38
แต่งงาน ไม่มีบุตร	10.75	10
หย่าร้าง/เป็นหม้าย/แยกกันอยู่	9.68	9
จำนวนบุตร		
ไม่มีบุตร	52.69	49
1 คน	21.51	20
2 คน	15.05	14
3-4 คน	10.75	10
5 คนขึ้นไป	-	-
สมาชิกในครัวเรือน		
1-2 คน	18.28	17
3-5 คน	58.06	54
6-8 คน	22.58	21

ลักษณะเศรษฐกิจสังคม ของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ Thaitive	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
มากกว่า 8 คน	1.08	1
รายได้ครัวเรือน (บาท/เดือน)		
น้อยกว่า 10,000 บาท	1.08	1
10,000-19,000 บาท	2.15	2
20,000-29,999 บาท	10.75	10
30,000-39,999 บาท	16.13	15
40,000-49,999 บาท	23.66	22
50,000 บาท หรือมากกว่า	46.24	43

ตารางที่ 8.134 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ Thaitive จำแนกตามภาค

ภาค	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
กรุงเทพมหานคร	16.13	15
ภาคเหนือ	37.63	35
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	12.90	12
ภาคกลาง	22.58	21
ภาคใต้	10.75	10

ตารางที่ 8.135 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ Thaitive จำแนกตามปริมาณการรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย

ปริมาณการรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
1 ชั่วโมงต่อสัปดาห์หรือน้อยกว่า	16.13	15
2-3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	48.39	45
4-5 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	21.51	20
6-7 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	10.75	10
8 ชั่วโมงต่อสัปดาห์หรือมากกว่า	3.23	3

ตารางที่ 8.135 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ Thaitive จำแนกตามประเภท รายการทีวีที่รับชมเป็นประจำ (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

ประเภทรายการทีวีที่รับชมเป็นประจำ	ร้อยละ
รายการสำหรับเด็ก เยาวชนและครอบครัว	18.43
รายการที่มีเนื้อหาเป็นประโยชน์ต่อประชาชนทั่วไป	34.10
รายการสารคดีเชิงประวัติศาสตร์	19.35
รายการเสริมสร้างความรู้ เช่น ความรู้เท่าทันสื่อ	24.42
รายการสำหรับคนพิการ	3.69
อื่นๆ	-

10.2) การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรายการ

หากพิจารณาการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรายการ Thaitive สามารถสรุปได้ดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนการเคยรับชมหรือรู้จักรายการ Thaitive คิดเป็นร้อยละ 16.13
2. ผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนของการรับชมรายการระหว่าง 25-50% เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 43.01
3. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเต็มใจที่จะบริจาคให้รายการ Thaitive คิดเป็นร้อยละ 8.60 โดยแบ่งเป็นผู้ที่เต็มใจบริจาคเป็นจำนวน 5-100 บาท คิดเป็นร้อยละ 3.23 และเต็มใจบริจาคเป็นจำนวน 101-200 บาท คิดเป็นร้อยละ 3.23 และ มากกว่า 200 บาท คิดเป็นร้อยละ 2.15 โดยมีผู้ที่เต็มใจบริจาคเป็นจำนวนเงินสูงสุดจำนวน 250 บาท ทั้งนี้มีค่าเฉลี่ยของจำนวนที่เต็มใจจะบริจาคเป็นจำนวน 14.52 บาท
4. ผู้ตอบแบบสอบถามรายงานว่าได้รับประโยชน์จากรายการ Thaitive ในด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ, ความเข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต, การนำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน และ การมีรายการที่มีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็ก เยาวชน และสถาบันครอบครัว เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 100.00
5. ผู้ตอบแบบสอบถามให้คะแนนความต้องการจัดสรรเงินบริจาคแก่รายการ Thaitive ในด้านการนำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน เฉลี่ยสูงสุด คือ 15.45/100 คะแนน คิดเป็นมูลค่าเงินบริจาคเฉลี่ย 23.78 บาท
6. ผู้ตอบแบบสอบถามที่เต็มใจที่จะบริจาคให้รายการ Thaitive มีเหตุผลที่เต็มใจบริจาค คือ รายการนี้มีประโยชน์ต่อสังคมและประเทศไทยโดยรวม เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 47.06 และมีเหตุผลที่ไม่เต็มใจจะบริจาค คือ เป็นหน้าที่ของหน่วยงานรัฐที่ต้องสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 72.88

**ตารางที่ 8.136 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ Thaitive จำแนกตามการเคย
รับชมหรือรู้จักรายการ**

การเคยรับชมหรือรู้จักรายการ	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
เคยรับชม/รู้จัก	16.13	15
ไม่เคยรับชม/ไม่รู้จัก	83.87	78

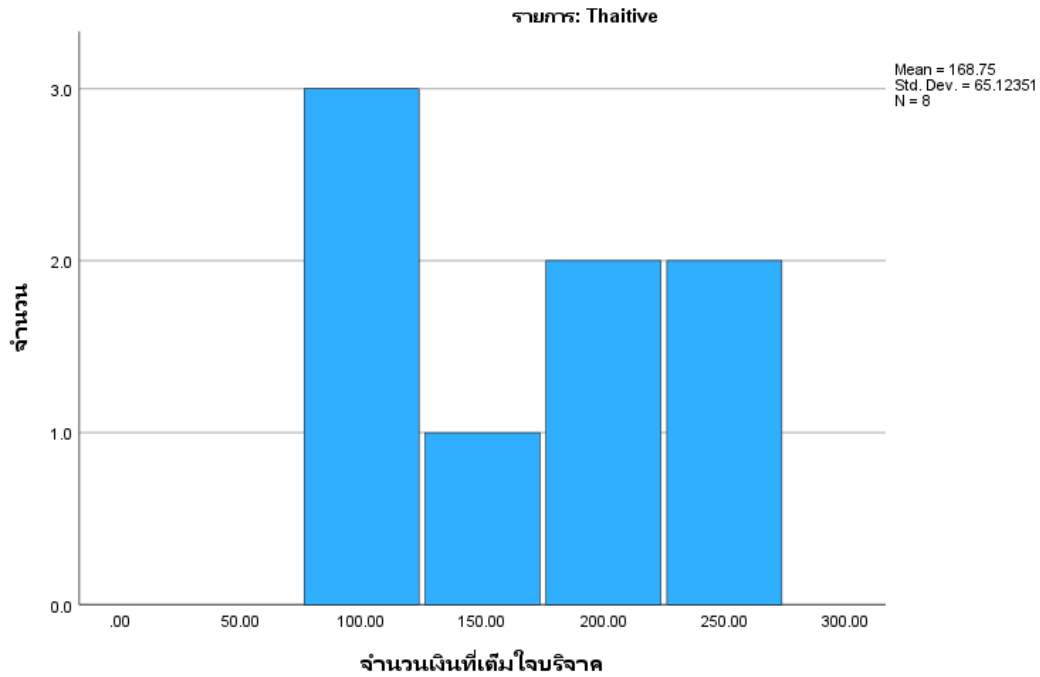
**ตารางที่ 8.137 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ Thaitive จำแนกตามสัดส่วนของ
การรับชมรายการ เพื่อประเมินความเต็มใจบริจาค**

สัดส่วนของการรับชมรายการ เพื่อประเมินความเต็มใจบริจาค	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
ไม่เกิน 25%	19.35	18
25 - 50 %	43.01	40
50 - 75 %	20.43	19
75 - 100 %	17.20	16

**ตารางที่ 8.138 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ Thaitive ตามความ
เต็มใจบริจาค**

ความเต็มใจบริจาคและจำนวนเงินที่เต็มใจบริจาค	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
ไม่เต็มใจบริจาค	91.40	85
5 - 100 บาท	3.23	3
101 - 200 บาท	3.23	3
มากกว่า 200 บาท	2.15	2
ค่าเฉลี่ย	14.52	
ค่าต่ำสุด	0	
ค่าสูงสุด	250	
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	50.85	

แผนภาพที่ 8.12 การกระจายตัวของจำนวนเงินเฉลี่ยที่เต็มใจบริจาคในรายการ Thaitive



ตารางที่ 8.139 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ Thaitive จำแนกตามประโยชน์ที่ได้รับจากรายการในแต่ละด้าน

ประโยชน์ที่ได้รับจากรายการ ในแต่ละด้าน	ไม่ได้รับ		ได้รับ	
	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง
ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหา รายการ	0.00	0	100.00	8
ความเข้าใจความแตกต่างและ หลากหลายในสังคม	12.50	1	87.50	7
ความเข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบัน หรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต	0.00	0	100.00	8
การปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีใน สังคม	12.50	1	87.50	7
แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต	25.00	2	75.00	6
การนำเนื้อหารายการมาปรับใช้ใน ชีวิตประจำวัน	0.00	0	100.00	8

ประโยชน์ที่ได้รับจากรายการ ในแต่ละด้าน	ไม่ได้รับ		ได้รับ	
	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง
การมีรายการที่ส่งเสริมพัฒนาการ และการเรียนรู้สำหรับเด็กและ เยาวชน	0.00	0	100.00	8
การมีรายการที่มีคุณภาพและ เหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็ก เยาวชน และสถาบันครอบครัว	12.50	1	87.50	7
อื่นๆ คือ อาชีพ	37.50	3	62.50	5

การประเมินสัดส่วนที่ต้องการบริจจาคในด้านต่างๆ นั้น ผู้วิจัยคำนวณจากสูตร

$$\frac{\text{คะแนนความต้องการการจัดสรรเงินบริจจาคเพื่อพัฒนาประโยชน์ในด้านของแต่ละบุคคล} \times 100}{\text{คะแนนรวมทุกด้านของผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละคน}}$$

โดยที่ คะแนนความต้องการการจัดสรรเงินบริจจาคเพื่อพัฒนาประโยชน์ในด้านของแต่ละบุคคลมีค่าตั้งแต่ 0 -10 จะนำไปหาสัดส่วนจากคะแนนรวมของทุกด้านของผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละคน ซึ่งมีจำนวนด้านที่ให้คะแนนไม่เท่ากัน แล้วจึงนำไปคูณด้วย 100 เพื่อให้มีค่าสัดส่วนอยู่ในช่วง 0 - 100 คะแนน จากนั้นจึงนำไปประเมินมูลค่าของเงินบริจจาคในแต่ละด้านตามสูตรดังนี้

$$\text{มูลค่าของเงินบริจจาคในแต่ละด้าน} = \frac{\text{สัดส่วนที่ต้องการบริจจาคในด้านต่างๆ} \times \text{จำนวนเงินที่ยินดีบริจจาค}}{100}$$

ตารางที่ 8.140 ค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ Thaitive จำแนกตามการประเมินสัดส่วนที่ต้องการบริจจาคในด้านต่างๆ และการประเมินมูลค่าเงินบริจจาคในแต่ละด้าน เฉพาะผู้ตอบแบบสอบถามที่ยินดีบริจจาคให้รายการในด้านต่างๆ

การจัดสรรเงินบริจจาคเพื่อพัฒนาประโยชน์ในด้านต่างๆ	สัดส่วนเฉลี่ย	มูลค่าเงินบริจจาคเฉลี่ย (บาท)
ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	14.41	25.87
ความเข้าใจความแตกต่างและหลากหลายในสังคม	14.41	16.75
ความเข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต	10.76	24.57
การปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม	13.89	18.06

การจัดสรรเงินบริจาคเพื่อพัฒนาประโยชน์ในด้านต่างๆ	สัดส่วนเฉลี่ย	มูลค่าเงินบริจาคเฉลี่ย (บาท)
แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต	11.28	13.89
การนำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน	9.20	28.47
การมีรายการที่ส่งเสริมพัฒนาการและการเรียนรู้สำหรับเด็กและเยาวชน	15.45	23.78
การมีรายการที่มีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็ก เยาวชน และสถาบันครอบครัว	13.37	15.97
อื่นๆ คือ อาชีพ	10.24	1.39
รวม (เฉพาะผู้ยินดีบริจาคเพื่อประโยชน์ในด้านต่างๆ จำนวน 8 คน)	100.0	168.75

ตารางที่ 8.141 ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ Thaitive จำแนกตามเหตุผลที่เต็มใจจะบริจาคและไม่เต็มใจจะบริจาค

เหตุผลที่เต็มใจจะบริจาคและไม่เต็มใจจะบริจาค	ร้อยละ
เหตุผลที่เต็มใจจะบริจาค	
ประชาชนทุกคนควรมีส่วนร่วมในการสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ	20.59
เนื้อหารายการนี้มีความจำเป็นเร่งด่วนในสังคมไทย	-
รายการนี้มีประโยชน์ต่อตนเองและครอบครัวโดยตรง	32.35
รายการนี้มีประโยชน์ต่อสังคมและประเทศไทยโดยรวม	47.06
เหตุผลที่ไม่เต็มใจจะบริจาค	
รายได้ไม่เพียงพอ	10.17
รายการไม่มีประโยชน์ต่อตนเองและครอบครัว	6.78
รายการไม่มีประโยชน์ต่อสังคมและประเทศไทยโดยรวม	-
เป็นหน้าที่ของหน่วยงานรัฐที่ต้องสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ	72.88
รายการต้องเกิดขึ้นแน่นอน ถึงแม้ว่าจะไม่บริจาค	5.08
รายการไม่ใช่เรื่องจำเป็นเร่งด่วนในสังคมไทย	5.08
การหารายได้เป็นหน้าที่ผู้ผลิตและผู้ผลิตสามารถหารายได้จากหลายช่องทาง	-

11) รายการ GO GREEN เปลี่ยนโลก

รายการ GO GREEN เปลี่ยนโลก เป็นประเภทรายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ มีผู้ตอบแบบสอบถามในรายการดังกล่าวจำนวน 93 ราย โดยมีรายละเอียดผลการวิเคราะห์ที่ลักษณะเศรษฐกิจสังคมของผู้ตอบและการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรายการ ดังนี้

11.1) การวิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคม

จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ GO GREEN เปลี่ยนโลก จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส จำนวนบุตร สมาชิกในครัวเรือน และรายได้ครัวเรือน ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคมพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถามในรายการดังกล่าว โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนของเพศชาย และหญิงที่ใกล้เคียงกัน (ร้อยละ 52.69 และร้อยละ 47.31 ตามลำดับ) ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างมีอายุระหว่าง 31-40 ปีเป็นสัดส่วนสูงที่สุด (ร้อยละ 35.48) และกลุ่มตัวอย่างมากกว่าครึ่งมีระดับการศึกษาสูงสุดคือระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 53.76) รวมไปถึงประกอบอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย ในสัดส่วนที่มากกว่าครึ่ง (ร้อยละ 23.66 และ 24.73) กลุ่มตัวอย่างมีสถานภาพสมรสโสด และแต่งงานมีบุตร ในสัดส่วนสูงสุดที่เท่ากัน (ร้อยละ 39.78 และ 39.78 ตามลำดับ) และมากกว่าครึ่งไม่มีบุตร (ร้อยละ 53.76) รวมไปถึงอาศัยอยู่ในครัวเรือนที่มีสมาชิกระหว่าง 3-5 คน เป็นสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 58.06) และส่วนใหญ่มีรายได้ครัวเรือน 30,000 บาทขึ้นไป/เดือน

ผู้ตอบแบบสอบถามในรายการดังกล่าวมีสัดส่วนที่อาศัยอยู่ในภาคเหนือสูงที่สุด (ร้อยละ 38.71) รองลงมาคือภาคกลาง (ร้อยละ 21.51) และลำดับที่สามคือกรุงเทพมหานคร (ร้อยละ 16.13) ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามเกือบครึ่งรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย 2-3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ (ร้อยละ 48.39) และรับชมรายการที่มีเนื้อหาเป็นประโยชน์ต่อประชาชนทั่วไปเป็นสัดส่วนสูงที่สุด (ร้อยละ 33.49)

ตารางที่ 8.142 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ GO GREEN เปลี่ยนโลก จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส จำนวนบุตร สมาชิกในครัวเรือน และรายได้ครัวเรือน

ลักษณะเศรษฐกิจสังคม ของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ GO GREEN เปลี่ยนโลก	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
เพศ		
ชาย	52.69	49
หญิง	47.31	44
ไม่ระบุ	-	-
อายุ		
20 ปีหรือน้อยกว่า	15.05	14
21-30 ปี	15.05	14
31-40 ปี	35.48	33
41-50 ปี	18.28	17

ลักษณะเศรษฐกิจสังคม ของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ GO GREEN เปลี่ยนโลก	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
51-60 ปี	10.75	10
มากกว่า 60 ปี	5.38	5
การศึกษา		
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	-	-
มัธยมศึกษาตอนต้น	-	-
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	17.20	16
ปวส./อนุปริญญา	8.60	8
ปริญญาตรี	53.76	50
สูงกว่าปริญญาตรี	20.43	19
อาชีพ		
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	23.66	22
พนักงานบริษัทเอกชน	12.90	12
ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย	24.73	23
ผู้ใช้แรงงาน/รับจ้างทั่วไป	13.98	13
เกษตรกร/ชาวประมง	2.15	2
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	1.08	1
นักเรียน/นักศึกษา	17.20	16
เกษียณอายุ/ว่างงาน	4.30	4
พนักงานของรัฐ	-	-
ครู/อาจารย์	-	-
พนักงานมหาวิทยาลัย	-	-
สถานภาพสมรส		
โสด	39.78	37
แต่งงาน มีบุตร	39.78	37
แต่งงาน ไม่มีบุตร	10.75	10
หย่าร้าง/เป็นหม้าย/แยกกันอยู่	9.68	9
จำนวนบุตร		
ไม่มีบุตร	53.76	50
1 คน	21.51	20
2 คน	13.98	13
3-4 คน	10.75	10
5 คนขึ้นไป	-	-
สมาชิกในครัวเรือน		

ลักษณะเศรษฐกิจสังคม ของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ GO GREEN เปลี่ยนโลก	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
1-2 คน	17.20	16
3-5 คน	58.06	54
6-8 คน	23.66	22
มากกว่า 8 คน	1.08	1
รายได้ครัวเรือน (บาท/เดือน)		
น้อยกว่า 10,000 บาท	1.08	1
10,000-19,000 บาท	1.08	1
20,000-29,999 บาท	10.75	10
30,000-39,999 บาท	16.13	15
40,000-49,999 บาท	23.66	22
50,000 บาท หรือมากกว่า	47.31	44

ตารางที่ 8.143 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ GO GREEN เปลี่ยนโลก จำแนกตามภาค

ภาค	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
กรุงเทพมหานคร	16.13	15
ภาคเหนือ	38.71	36
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	12.90	12
ภาคกลาง	21.51	20
ภาคใต้	10.75	10

ตารางที่ 8.144 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ GO GREEN เปลี่ยนโลก จำแนกตามปริมาณการรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย

ปริมาณการรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
1 ชั่วโมงต่อสัปดาห์หรือน้อยกว่า	16.13	15
2-3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	48.39	45
4-5 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	21.51	20
6-7 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	10.75	10
8 ชั่วโมงต่อสัปดาห์หรือมากกว่า	3.23	3

ตารางที่ 8.145 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ GO GREEN เปลี่ยนโลก จำแนกตามประเภทรายการทีวีที่รับชมเป็นประจำ (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

ประเภทรายการทีวีที่รับชมเป็นประจำ	ร้อยละ
รายการสำหรับเด็ก เยาวชนและครอบครัว	18.81
รายการที่มีเนื้อหาเป็นประโยชน์ต่อประชาชนทั่วไป	33.49
รายการสารคดีเชิงประวัติศาสตร์	19.27
รายการเสริมสร้างความรู้ เช่น ความรู้เท่าทันสื่อ	24.77
รายการสำหรับคนพิการ	3.67
อื่นๆ	-

11.2) การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรายการ

หากพิจารณาการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรายการ GO GREEN เปลี่ยนโลก สามารถสรุปได้ดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนการเคยรับชมหรือรู้จักรายการ GO GREEN เปลี่ยนโลก คิดเป็นร้อยละ 15.05
2. ผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนของการรับชมรายการระหว่าง 25-50% เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 43.01
3. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเต็มใจที่จะบริจาคให้รายการ GO GREEN เปลี่ยนโลก คิดเป็นร้อยละ 9.68 โดยแบ่งเป็นผู้ที่เต็มใจบริจาคเป็นจำนวน 5-100 บาท คิดเป็นร้อยละ 3.23 และเต็มใจบริจาคเป็นจำนวน 101-200 บาท คิดเป็นร้อยละ 3.23 และมากกว่า 200 บาท คิดเป็นร้อยละ 3.23 โดยมีผู้ที่เต็มใจบริจาคเป็นจำนวนเงินสูงสุดจำนวน 300 บาท ทั้งนี้มีค่าเฉลี่ยของจำนวนที่เต็มใจจะบริจาคเป็นจำนวน 17.74 บาท
4. ผู้ตอบแบบสอบถามรายงานว่าได้รับประโยชน์จากรายการ GO GREEN เปลี่ยนโลก ในด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ, ความเข้าใจความแตกต่างและหลากหลายในสังคม, ความเข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต, การปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม, การนำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน และการมีรายการที่ส่งเสริมพัฒนาการและการเรียนรู้สำหรับเด็กและเยาวชน เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 100.00
5. ผู้ตอบแบบสอบถามให้คะแนนความต้องการจัดสรรเงินบริจาคแก่รายการ GO GREEN เปลี่ยนโลก ในด้านการนำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน เฉลี่ยสูงสุด คือ 15.16/100 คะแนน โดยมีมูลค่าเงินบริจาคเฉลี่ย 29.27 บาท
6. ผู้ตอบแบบสอบถามที่เต็มใจที่จะบริจาคให้รายการ GO GREEN เปลี่ยนโลก มีเหตุผลที่เต็มใจบริจาค คือ รายการนี้มีประโยชน์ต่อสังคมและประเทศไทยโดยรวม เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 51.72 และมีเหตุผลที่ไม่เต็มใจจะบริจาค คือ เป็นหน้าที่ของหน่วยงานรัฐที่ต้องสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 68.75

ตารางที่ 8.146 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ GO GREEN เปลี่ยนโลก จำแนกตามการเคยรับชมหรือรู้จักรายการ

การเคยรับชมหรือรู้จักรายการ	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
เคยรับชม/รู้จัก	15.05	14
ไม่เคยรับชม/ไม่รู้จัก	84.95	79

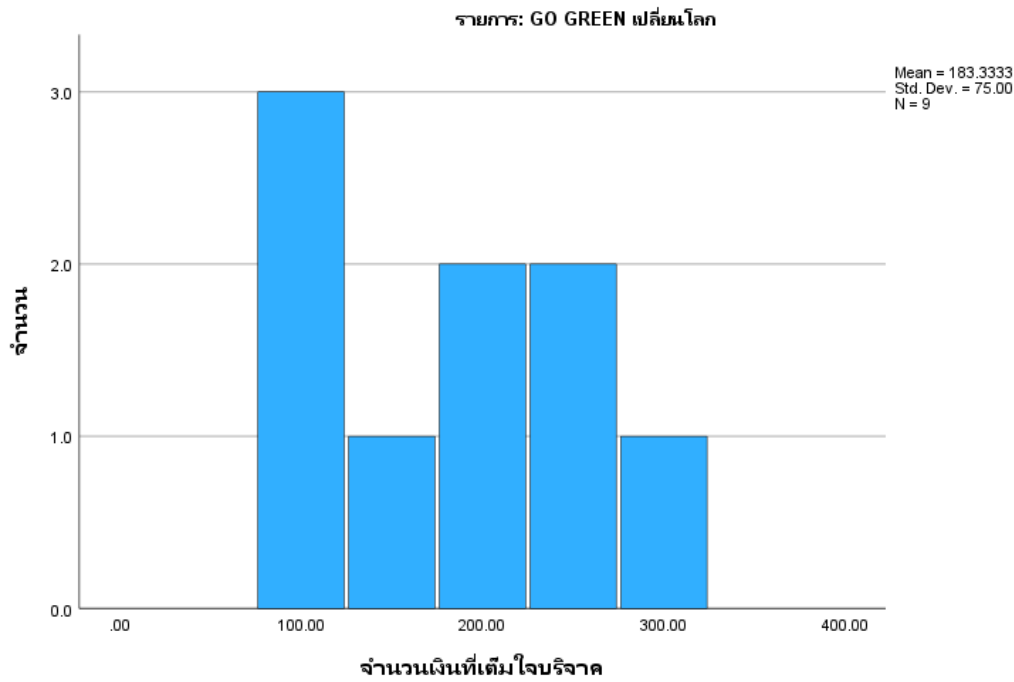
ตารางที่ 8.147 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ GO GREEN เปลี่ยนโลก จำแนกตามสัดส่วนของการรับชมรายการ เพื่อประเมินความเต็มใจบริจาค

สัดส่วนของการรับชมรายการเพื่อประเมินความเต็มใจบริจาค	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
ไม่เกิน 25%	20.43	19
25 - 50 %	43.01	40
50 - 75 %	19.35	18
75 - 100 %	17.20	16

ตารางที่ 8.148 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ GO GREEN เปลี่ยนโลกตามความเต็มใจบริจาค

ความเต็มใจบริจาคและจำนวนเงินที่เต็มใจบริจาค	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
ไม่เต็มใจบริจาค	90.32	84
5 - 100 บาท	3.23	3
101 - 200 บาท	3.23	3
มากกว่า 200 บาท	3.23	3
ค่าเฉลี่ย	17.74	
ค่าต่ำสุด	0	
ค่าสูงสุด	300	
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	58.81	

แผนภาพที่ 8.13 การกระจายตัวของจำนวนเงินเฉลี่ยที่เต็มใจบริจาคในรายการ GO GREEN เปลี่ยนโลก



ตารางที่ 8.149 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ GO GREEN เปลี่ยนโลก จำแนกตามประโยชน์ที่ได้รับจากรายการในแต่ละด้าน

ประโยชน์ที่ได้รับจากรายการ ในแต่ละด้าน	ไม่ได้รับ		ได้รับ	
	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง
ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหา รายการ	0.00	0	100.00	9
ความเข้าใจความแตกต่างและ หลากหลายในสังคม	0.00	0	100.00	9
ความเข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบัน หรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต	0.00	0	100.00	9
การปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีใน สังคม	0.00	0	100.00	9
แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต	11.11	1	88.89	8
การนำเนื้อหารายการมาปรับใช้ใน ชีวิตประจำวัน	0.00	0	100.00	9

ประโยชน์ที่ได้รับจากรายการ ในแต่ละด้าน	ไม่ได้รับ		ได้รับ	
	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง
การมีรายการที่ส่งเสริมพัฒนาการ และการเรียนรู้สำหรับเด็กและ เยาวชน	0.00	0	100.00	9
การมีรายการที่มีคุณภาพและ เหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็ก เยาวชน และสถาบันครอบครัว	11.11	1	88.89	8
อื่นๆ คือความยั่งยืน	33.33	3	66.67	6

การประเมินสัดส่วนที่ต้องการบริจาคมในด้านต่างๆ นั้น ผู้วิจัยคำนวณจากสูตร

$$\frac{\text{คะแนนความต้องการการจัดสรรเงินบริจาคเพื่อพัฒนาประโยชน์ในด้านของแต่ละบุคคล} \times 100}{\text{คะแนนรวมทุกด้านของผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละคน}}$$

โดยที่ คะแนนความต้องการการจัดสรรเงินบริจาคเพื่อพัฒนาประโยชน์ในด้านของแต่ละบุคคลมีค่าตั้งแต่ 0 -10 จะนำไปหาสัดส่วนจากคะแนนรวมของทุกด้านของผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละคน ซึ่งมีจำนวนด้านที่ให้คะแนนไม่เท่ากัน แล้วจึงนำไปคูณด้วย 100 เพื่อให้มีค่าสัดส่วนอยู่ในช่วง 0 - 100 คะแนน จากนั้นจึงนำไปประเมินมูลค่าของเงินบริจาคในแต่ละด้านตามสูตรดังนี้

$$\text{มูลค่าของเงินบริจาคในแต่ละด้าน} = \frac{\text{สัดส่วนที่ต้องการบริจาคมในด้านต่างๆ} \times \text{จำนวนเงินที่ยินดีบริจาค}}{100}$$

ตารางที่ 8.150 ค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ GO GREEN เพลียนโลก จำแนกตามการประเมินสัดส่วนที่ต้องการบริจาคมในด้านต่างๆ และการประเมินมูลค่าเงินบริจาคในแต่ละด้าน เฉพาะผู้ตอบแบบสอบถามที่ยินดีบริจาคให้รายการในด้านต่างๆ

การจัดสรรเงินบริจาคเพื่อพัฒนาประโยชน์ในด้านต่างๆ	สัดส่วนเฉลี่ย	มูลค่าเงินบริจาคเฉลี่ย (บาท)
ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอาหารรายการ	15.16	29.27
ความเข้าใจความแตกต่างและหลากหลายในสังคม	10.88	18.58
ความเข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต	14.64	28.56
การปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม	14.35	27.65

การจัดสรรเงินบริจาคเพื่อพัฒนาประโยชน์ในด้านต่างๆ	สัดส่วนเฉลี่ย	มูลค่าเงินบริจาคเฉลี่ย (บาท)
แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต	9.40	15.81
การนำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน	14.91	30.24
การมีรายการที่ส่งเสริมพัฒนาการและการเรียนรู้สำหรับเด็กและเยาวชน	9.87	16.71
การมีรายการที่มีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็ก เยาวชน และสถาบันครอบครัว	9.54	15.28
อื่นๆ คือความยั่งยืน	1.23	1.23
รวม (เฉพาะผู้ยินดีบริจาคเพื่อประโยชน์ในด้านต่างๆ จำนวน 9 คน)	100.0	183.33

ตารางที่ 8.151 ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ GO GREEN เปลี่ยนโลก จำแนกตามเหตุผลที่เต็มใจจะบริจาคและไม่เต็มใจจะบริจาค

เหตุผลที่เต็มใจจะบริจาคและไม่เต็มใจจะบริจาค	ร้อยละ
เหตุผลที่เต็มใจจะบริจาค	
ประชาชนทุกคนควรมีส่วนร่วมในการสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ	17.24
เนื้อหารายการนี้มีความจำเป็นเร่งด่วนในสังคมไทย	3.45
รายการนี้มีประโยชน์ต่อตนเองและครอบครัวโดยตรง	27.59
รายการนี้มีประโยชน์ต่อสังคมและประเทศไทยโดยรวม	51.72
เหตุผลที่ไม่เต็มใจจะบริจาค	
รายได้ไม่เพียงพอ	15.63
รายการไม่มีประโยชน์ต่อตนเองและครอบครัว	7.81
รายการไม่มีประโยชน์ต่อสังคมและประเทศไทยโดยรวม	-
เป็นหน้าที่ของหน่วยงานรัฐที่ต้องสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ	68.75
รายการต้องเกิดขึ้นแน่นอน ถึงแม้ว่าจะไม่บริจาค	3.13
รายการไม่ใช่เรื่องจำเป็นเร่งด่วนในสังคมไทย	4.69
การหารายได้เป็นหน้าที่ผู้ผลิตและผู้ผลิตสามารถหารายได้จากหลายช่องทาง	-

12) รายการ ตามรอยลูกเสือ

รายการ ตามรอยลูกเสือ เป็นประเภทรายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ มีผู้ตอบแบบสอบถาม ในรายการดังกล่าวจำนวน 92 ราย โดยมีรายละเอียดผลการวิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคมของผู้ตอบ และการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรายการ ดังนี้

12.1) การวิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคม

จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ ตามรอยลูกเสือ จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส จำนวนบุตร สมาชิกในครัวเรือน และรายได้ครัวเรือน ซึ่งเป็นการ วิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคมพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถามในรายการดังกล่าว โดยผู้ตอบ แบบสอบถามมีสัดส่วนของเพศชาย และหญิงที่ใกล้เคียงกัน (ร้อยละ 51.09 และร้อยละ 48.91 ตามลำดับ) ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างมีอายุระหว่าง 31-40 ปีเป็นสัดส่วนสูงที่สุด (ร้อยละ 34.78) และกลุ่มตัวอย่างมากกว่า ครึ่งมีระดับการศึกษาสูงสุดคือระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 54.35) รวมไปถึงประกอบอาชีพข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ และธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย ในสัดส่วนครึ่งหนึ่ง (ร้อยละ 23.91 และ 26.09) กลุ่มตัวอย่างมีสถานภาพสมรสแต่งงานมีบุตร ในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 41.30) และมากกว่าครึ่งไม่มีบุตร (ร้อยละ 52.17) รวมไปถึงอาศัยอยู่ในครัวเรือนที่มีสมาชิกระหว่าง 3-5 คน เป็นสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 58.70) และส่วนใหญ่มีรายได้ครัวเรือน 30,000 บาท ขึ้นไป/เดือน

ผู้ตอบแบบสอบถามในรายการดังกล่าวมีสัดส่วนที่อาศัยอยู่ในภาคเหนือสูงที่สุด (ร้อยละ 36.96) รองลงมาคือภาคกลาง (ร้อยละ 22.83) และลำดับที่สามคือกรุงเทพมหานคร (ร้อยละ 16.30) ทั้งนี้ผู้ตอบ แบบสอบถามเกือบครึ่งรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย 2-3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ (ร้อยละ 47.83) และรับชม รายการที่มีเนื้อหาเป็นประโยชน์ต่อประชาชนทั่วไปเป็นสัดส่วนสูงที่สุด (ร้อยละ 33.18)

ตารางที่ 8.152 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ ตามรอยลูกเสือ จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส จำนวนบุตร สมาชิกในครัวเรือน และรายได้ครัวเรือน

ลักษณะเศรษฐกิจสังคม ของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ ตามรอยลูกเสือ	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
เพศ		
ชาย	51.09	47
หญิง	48.91	45
ไม่ระบุ	-	-
อายุ		
20 ปีหรือน้อยกว่า	14.13	13
21-30 ปี	15.22	14
31-40 ปี	34.78	32
41-50 ปี	19.57	18
51-60 ปี	10.87	10
มากกว่า 60 ปี	5.43	5

ลักษณะเศรษฐกิจสังคม ของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ ตามรอยลูกเสือ	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
การศึกษา		
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	-	-
มัธยมศึกษาตอนต้น	-	-
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	16.30	15
ปวส./อนุปริญญา	8.70	8
ปริญญาตรี	54.35	50
สูงกว่าปริญญาตรี	20.65	19
อาชีพ		
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	23.91	22
พนักงานบริษัทเอกชน	11.96	11
ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย	26.09	24
ผู้ใช้แรงงาน/รับจ้างทั่วไป	14.13	13
เกษตรกร/ชาวประมง	2.17	2
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	1.09	1
นักเรียน/นักศึกษา	16.30	15
เกษียณอายุ/ว่างงาน	4.35	4
พนักงานของรัฐ	-	-
ครู/อาจารย์	-	-
พนักงานมหาวิทยาลัย	-	-
สถานภาพสมรส		
โสด	39.13	36
แต่งงาน มีบุตร	41.30	38
แต่งงาน ไม่มีบุตร	9.78	9
หย่าร้าง/เป็นหม้าย/แยกกันอยู่	9.78	9
จำนวนบุตร		
ไม่มีบุตร	52.17	48
1 คน	21.74	20
2 คน	15.22	14
3-4 คน	10.87	10
5 คนขึ้นไป	-	-
สมาชิกในครัวเรือน		
1-2 คน	17.39	16
3-5 คน	58.70	54
6-8 คน	22.83	21

ลักษณะเศรษฐกิจสังคม ของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ ตามรอยลูกเสือ	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
มากกว่า 8 คน	1.09	1
รายได้ครัวเรือน (บาท/เดือน)		
น้อยกว่า 10,000 บาท	1.09	1
10,000-19,000 บาท	1.09	1
20,000-29,999 บาท	11.96	11
30,000-39,999 บาท	16.30	15
40,000-49,999 บาท	23.91	22
50,000 บาท หรือมากกว่า	45.65	42

ตารางที่ 8.153 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ ตามรอยลูกเสือ จำแนกตามภาค

ภาค	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
กรุงเทพมหานคร	16.30	15
ภาคเหนือ	36.96	34
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	13.04	12
ภาคกลาง	22.83	21
ภาคใต้	10.87	10

ตารางที่ 8.154 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ ตามรอยลูกเสือ จำแนกตามปริมาณการรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย

ปริมาณการรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
1 ชั่วโมงต่อสัปดาห์หรือน้อยกว่า	15.22	14
2-3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	47.83	44
4-5 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	21.74	20
6-7 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	11.96	11
8 ชั่วโมงต่อสัปดาห์หรือมากกว่า	3.26	3

ตารางที่ 8.155 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ ตามรอยลูกเสือ จำแนกตามประเภทรายการทีวีที่รับชมเป็นประจำ (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

ประเภทรายการทีวีที่รับชมเป็นประจำ	ร้อยละ
รายการสำหรับเด็ก เยาวชนและครอบครัว	18.43
รายการที่มีเนื้อหาเป็นประโยชน์ต่อประชาชนทั่วไป	33.18
รายการสารคดีเชิงประวัติศาสตร์	19.35
รายการเสริมสร้างความรู้ เช่น ความรู้เท่าทันสื่อ	24.88
รายการสำหรับคนพิการ	4.15
อื่นๆ	-

12.2) การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรายการ

หากพิจารณาการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรายการ ตามรอยลูกเสือ สามารถสรุปได้ดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนการเคยรับชมหรือรู้จักรายการ ตามรอยลูกเสือ คิดเป็นร้อยละ 15.22
2. ผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนของการรับชมรายการระหว่าง 25-50% เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 42.39
3. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเต็มใจที่จะบริจาคให้รายการ ตามรอยลูกเสือ คิดเป็นร้อยละ 7.61 โดยแบ่งเป็นผู้ที่เต็มใจบริจาคเป็นจำนวน 5-100 บาท คิดเป็นร้อยละ 3.26 และเต็มใจบริจาคเป็นจำนวน 101-200 บาท คิดเป็นร้อยละ 4.35 โดยมีผู้ที่เต็มใจบริจาคเป็นจำนวนเงินสูงสุดจำนวน 200 บาท ทั้งนี้มีค่าเฉลี่ยของจำนวนที่เต็มใจจะบริจาคเป็นจำนวน 10.87 บาท
4. ผู้ตอบแบบสอบถามรายงานว่าได้รับประโยชน์จากรายการ ตามรอยลูกเสือ ในด้านความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ และ ความเข้าใจความแตกต่างและหลากหลายในสังคม เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 100.00
5. ผู้ตอบแบบสอบถามให้คะแนนความต้องการจัดสรรเงินบริจาคแก่รายการ ตามรอยลูกเสือ เปลี่ยนโลก ในด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ และความเข้าใจความแตกต่างและหลากหลายในสังคม เฉลี่ยสูงสุด คือ 18.25/100 คะแนน โดยคิดเป็นมูลค่าเงินบริจาคเฉลี่ย 26.88 บาท
6. ผู้ตอบแบบสอบถามที่เต็มใจที่จะบริจาคให้รายการ ตามรอยลูกเสือ มีเหตุผลที่เต็มใจบริจาค คือ รายการนี้มีประโยชน์ต่อสังคมและประเทศไทยโดยรวม เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 45.16 และมีเหตุผลที่ไม่เต็มใจจะบริจาค คือ เป็นหน้าที่ของหน่วยงานรัฐที่ต้องสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 75.41

ตารางที่ 8.156 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ ตามรอยลูกเสือ จำแนกตาม การเคยรับชมหรือรู้จักรายการ

การเคยรับชมหรือรู้จักรายการ	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
เคยรับชม/รู้จัก	15.22	14
ไม่เคยรับชม/ไม่รู้จัก	84.78	78

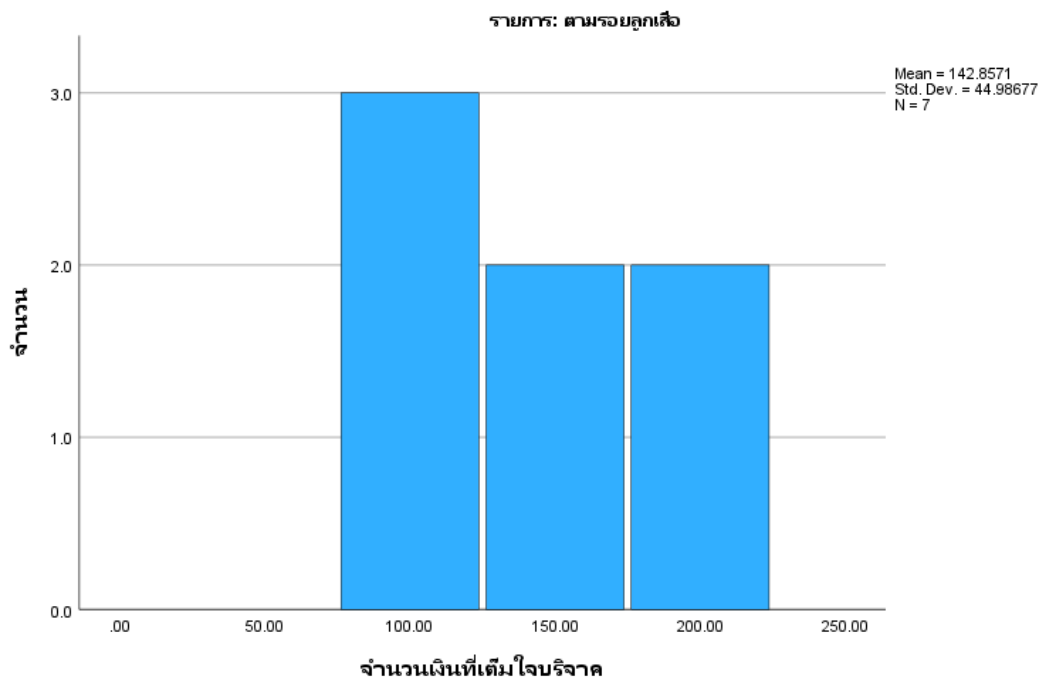
ตารางที่ 8.157 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ ตามรอยลูกเสือ จำแนกตาม สัดส่วนของการรับชมรายการ เพื่อประเมินความเต็มใจบริจาค

สัดส่วนของการรับชมรายการ เพื่อประเมินความเต็มใจบริจาค	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
ไม่เกิน 25%	20.65	19
25 - 50 %	42.39	39
50 - 75 %	19.57	18
75 - 100 %	17.39	16

ตารางที่ 8.158 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ ตามรอยลูกเสือ ตามความเต็มใจบริจาค

ความเต็มใจบริจาคและจำนวนเงินที่เต็มใจบริจาค	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
ไม่เต็มใจบริจาค	92.39	85
5 - 100 บาท	3.26	3
101 - 200 บาท	4.35	4
ค่าเฉลี่ย	10.87	
ค่าต่ำสุด	0	
ค่าสูงสุด	200	
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	39.80	

แผนภาพที่ 8.14 การกระจายตัวของจำนวนเงินเฉลี่ยที่เต็มใจบริจาคในรายการ ตามรอยลูกเสือ



ตารางที่ 8.159 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ ตามรอยลูกเสือ จำแนกตาม ประโยชน์ที่ได้รับจากรายการในแต่ละด้าน

ประโยชน์ที่ได้รับจากรายการ ในแต่ละด้าน	ไม่ได้รับ		ได้รับ	
	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง
ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหา รายการ	0.00	0	100.00	7
ความเข้าใจความแตกต่างและ หลากหลายในสังคม	0.00	0	100.00	7
ความเข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบัน หรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต	14.29	1	85.71	6
การปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีใน สังคม	14.29	1	85.71	6
แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต	28.57	2	71.43	5
การนำเนื้อหารายการมาปรับใช้ใน ชีวิตประจำวัน	14.29	1	85.71	6
การมีรายการที่ส่งเสริมพัฒนาการ และการเรียนรู้สำหรับเด็กและ เยาวชน	14.29	1	85.71	6

ประโยชน์ที่ได้รับจากรายการ ในแต่ละด้าน	ไม่ได้รับ		ได้รับ	
	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง
การมีรายการที่มีคุณภาพและ เหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็ก เยาวชน และสถาบันครอบครัว	14.29	1	85.71	6
อื่นๆ ที่ไม่ระบุ	28.57	2	71.43	5

การประเมินสัดส่วนที่ต้องการบริจาคในด้านต่างๆ นั้น ผู้วิจัยคำนวณจากสูตร

$$\frac{\text{คะแนนความต้องการการจัดสรรเงินบริจาคเพื่อพัฒนาประโยชน์ในด้านของแต่ละบุคคล} \times 100}{\text{คะแนนรวมทุกด้านของผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละคน}}$$

โดยที่ คะแนนความต้องการการจัดสรรเงินบริจาคเพื่อพัฒนาประโยชน์ในด้านของแต่ละบุคคลมีค่าตั้งแต่ 0 -10 จะนำไปหาสัดส่วนจากคะแนนรวมของทุกด้านของผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละคน ซึ่งมีจำนวนด้านที่ให้คะแนนไม่เท่ากัน แล้วจึงนำไปคูณด้วย 100 เพื่อให้มีค่าสัดส่วนอยู่ในช่วง 0 - 100 คะแนน จากนั้นจึงนำไปประเมินมูลค่าของเงินบริจาคในแต่ละด้านตามสูตรดังนี้

$$\text{มูลค่าของเงินบริจาคในแต่ละด้าน} = \frac{\text{สัดส่วนที่ต้องการบริจาคในด้านต่างๆ} \times \text{จำนวนเงินที่ยินดีบริจาค}}{100}$$

ตารางที่ 8.160 ค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ ตามรอยลูกเสือ จำแนกตามการประเมินสัดส่วนที่ต้องการบริจาคในด้านต่างๆและการประเมินมูลค่าเงินบริจาคในแต่ละด้าน เฉพาะผู้ตอบแบบสอบถามที่ยินดีบริจาคให้รายการในด้านต่างๆ

การจัดสรรเงินบริจาคเพื่อพัฒนาประโยชน์ในด้านต่างๆ	สัดส่วนเฉลี่ย	มูลค่าเงินบริจาคเฉลี่ย (บาท)
ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	18.25	26.88
ความเข้าใจความแตกต่างและหลากหลายในสังคม	18.25	26.88
ความเข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต	11.11	16.17
การปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม	11.11	16.17
แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต	8.73	11.41
การนำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน	11.11	16.17
การมีรายการที่ส่งเสริมพัฒนาการและการเรียนรู้สำหรับเด็กและเยาวชน	9.92	13.79

การจัดสรรเงินบริจาคเพื่อพัฒนาประโยชน์ในด้านต่างๆ	สัดส่วนเฉลี่ย	มูลค่าเงินบริจาคเฉลี่ย (บาท)
การมีรายการที่มีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็ก เยาวชน และสถาบันครอบครัว	9.92	13.79
อื่นๆ ที่ไม่ระบุ	1.59	1.59
รวม (เฉพาะผู้ยื่นตีบริจาคเพื่อประโยชน์ในด้านต่างๆ จำนวน 7 คน)	100.0	142.86

ตารางที่ 8.161 ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ ตามรอยลูกเสือ จำแนกตามเหตุผลที่เต็มใจจะบริจาคและไม่เต็มใจจะบริจาค

เหตุผลที่เต็มใจจะบริจาคและไม่เต็มใจจะบริจาค	ร้อยละ
เหตุผลที่เต็มใจจะบริจาค	
ประชาชนทุกคนควรมีส่วนร่วมในการสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ	22.58
เนื้อหาของรายการนี้มีความจำเป็นเร่งด่วนในสังคมไทย	-
รายการนี้มีประโยชน์ต่อตนเองและครอบครัวโดยตรง	32.26
รายการนี้มีประโยชน์ต่อสังคมและประเทศไทยโดยรวม	45.16
เหตุผลที่ไม่เต็มใจจะบริจาค	
รายได้ไม่เพียงพอ	8.20
รายการไม่มีประโยชน์ต่อตนเองและครอบครัว	6.56
รายการไม่มีประโยชน์ต่อสังคมและประเทศไทยโดยรวม	1.64
เป็นหน้าที่ของหน่วยงานรัฐที่ต้องสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ	75.41
รายการต้องเกิดขึ้นแน่นอน ถึงแม้ว่าจะไม่บริจาค	3.28
รายการไม่ใช่เรื่องจำเป็นเร่งด่วนในสังคมไทย	4.92
การหารายได้เป็นหน้าที่ผู้ผลิต และผู้ผลิตสามารถหารายได้จากหลายช่องทาง	-

13) รายการ ประชาบดีคนดีได้ผืนฟ้า

รายการ ประชาบดีคนดีได้ผืนฟ้า เป็นประเภทรายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ มีผู้ตอบแบบสอบถามในรายการดังกล่าวจำนวน 91 ราย โดยมีรายละเอียดผลการวิเคราะห์ที่ลักษณะเศรษฐกิจสังคมของผู้ตอบและการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรายการ ดังนี้

13.1) การวิเคราะห์ที่ลักษณะเศรษฐกิจสังคม

จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ ประชาบดีคนดีได้ผืนฟ้า จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส จำนวนบุตร สมาชิกในครัวเรือน และรายได้ครัวเรือน ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ที่ลักษณะเศรษฐกิจสังคมพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถามในรายการดังกล่าว โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนของเพศชาย และหญิงที่ใกล้เคียงกัน (ร้อยละ 49.45 และร้อยละ 50.55 ตามลำดับ) ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างมีอายุระหว่าง 31-40 ปีเป็นสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 34.07) และกลุ่มตัวอย่างมากกว่าครึ่งมีระดับการศึกษาสูงสุดคือระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 52.75) รวมไปถึงประกอบอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย ในสัดส่วนครึ่งหนึ่ง (ร้อยละ 25.27 และ 27.47) กลุ่มตัวอย่างมีสถานภาพสมรสแต่งงานมีบุตร ในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 41.76) และมากกว่าครึ่งไม่มีบุตร (ร้อยละ 51.65) รวมไปถึงอาศัยอยู่ในครัวเรือนที่มีสมาชิกระหว่าง 3-5 คน เป็นสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 60.44) และส่วนใหญ่มียาได้ครัวเรือน 30,000 บาทขึ้นไป/เดือน

ผู้ตอบแบบสอบถามในรายการดังกล่าวมีสัดส่วนที่อาศัยอยู่ในภาคเหนือสูงสุด (ร้อยละ 38.46) รองลงมาคือภาคกลาง (ร้อยละ 21.98) และลำดับที่สามคือกรุงเทพมหานคร (ร้อยละ 15.34) ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามเกือบครึ่งรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย 2-3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ (ร้อยละ 49.45) และรับชมรายการที่มีเนื้อหาเป็นประโยชน์ต่อประชาชนทั่วไปเป็นสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 33.65)

ตารางที่ 8.162 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ ประชาบดีคนดีได้ผืนฟ้า จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส จำนวนบุตร สมาชิกในครัวเรือน และรายได้ครัวเรือน

ลักษณะเศรษฐกิจสังคม ของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ ประชาบดีคนดีได้ผืนฟ้า	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
เพศ		
ชาย	49.45	45
หญิง	50.55	46
ไม่ระบุ	-	-
อายุ		
20 ปีหรือน้อยกว่า	13.19	12
21-30 ปี	16.48	15
31-40 ปี	34.07	31
41-50 ปี	20.88	19

ลักษณะเศรษฐกิจสังคม ของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ ประชาบดีคนดีได้ฝัน ฟ้า	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
51-60 ปี	10.99	10
มากกว่า 60 ปี	4.40	4
การศึกษา		
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	-	-
มัธยมศึกษาตอนต้น	-	-
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	16.48	15
ปวส./อนุปริญญา	8.79	8
ปริญญาตรี	52.75	48
สูงกว่าปริญญาตรี	21.98	20
อาชีพ		
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	25.27	23
พนักงานบริษัทเอกชน	12.09	11
ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย	27.47	25
ผู้ใช้แรงงาน/รับจ้างทั่วไป	13.19	12
เกษตรกร/ชาวประมง	2.20	2
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	1.10	1
นักเรียน/นักศึกษา	15.38	14
เกษียณอายุ/ว่างงาน	3.30	3
พนักงานของรัฐ	-	-
ครู/อาจารย์	-	-
พนักงานมหาวิทยาลัย	-	-
สถานภาพสมรส		
โสด	38.46	35
แต่งงาน มีบุตร	41.76	38
แต่งงาน ไม่มีบุตร	9.89	9
หย่าร้าง/เป็นหม้าย/แยกกันอยู่	9.89	9
จำนวนบุตร		
ไม่มีบุตร	51.65	47
1 คน	23.08	21
2 คน	15.38	14
3-4 คน	9.89	9
5 คนขึ้นไป	-	-
สมาชิกในครัวเรือน		

ลักษณะเศรษฐกิจสังคม ของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ ประชาบดีคนดีได้ฝัน ฟ้า	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
1-2 คน	16.48	15
3-5 คน	60.44	55
6-8 คน	21.98	20
มากกว่า 8 คน	1.10	1
รายได้ครัวเรือน (บาท/เดือน)		
น้อยกว่า 10,000 บาท	1.10	1
10,000-19,000 บาท	1.10	1
20,000-29,999 บาท	10.99	10
30,000-39,999 บาท	16.48	15
40,000-49,999 บาท	24.18	22
50,000 บาท หรือมากกว่า	46.15	42

ตารางที่ 8.163 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ ประชาบดีคนดีได้ฝันฟ้า จำแนกตาม
ภาค

ภาค	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
กรุงเทพมหานคร	15.38	14
ภาคเหนือ	38.46	35
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	13.19	12
ภาคกลาง	21.98	20
ภาคใต้	10.99	10

ตารางที่ 8.164 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ ประชาบดีคนดีได้ฝันฟ้า จำแนก
ตามปริมาณการรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย

ปริมาณการรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
1 ชั่วโมงต่อสัปดาห์หรือน้อยกว่า	15.38	14
2-3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	49.45	45
4-5 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	19.78	18
6-7 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	12.09	11
8 ชั่วโมงต่อสัปดาห์หรือมากกว่า	3.30	3

ตารางที่ 8.165 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ ประชาบดีคนดีได้ผืนฟ้า จำแนกตามประเภทรายการทีวีที่รับชมเป็นประจำ (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

ประเภทรายการทีวีที่รับชมเป็นประจำ	ร้อยละ
รายการสำหรับเด็ก เยาวชนและครอบครัว	18.96
รายการที่มีเนื้อหาเป็นประโยชน์ต่อประชาชนทั่วไป	33.65
รายการสารคดีเชิงประวัติศาสตร์	19.43
รายการเสริมสร้างความรู้ เช่น ความรู้เท่าทันสื่อ	24.64
รายการสำหรับคนพิการ	3.32
อื่นๆ	-

13.2) การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรายการ

หากพิจารณาการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรายการ ประชาบดีคนดีได้ผืนฟ้า สามารถสรุปได้ดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนการเคยรับชมหรือรู้จักรายการ ประชาบดีคนดีได้ผืนฟ้า คิดเป็นร้อยละ 14.29
2. ผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนของการรับชมรายการระหว่าง 25-50% เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 40.66
3. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเต็มใจที่จะบริจาคให้รายการ ประชาบดีคนดีได้ผืนฟ้า คิดเป็นร้อยละ 7.69 โดยแบ่งเป็นผู้ที่เต็มใจบริจาคเป็นจำนวน 5-100 บาท คิดเป็นร้อยละ 3.30 และเต็มใจบริจาคเป็นจำนวน 101-200 คิดเป็นร้อยละ 3.30 และมากกว่า 200 บาท คิดเป็นร้อยละ 1.10 โดยมีผู้ที่เต็มใจบริจาคเป็นจำนวนเงินสูงสุดจำนวน 250 บาท ทั้งนี้มีค่าเฉลี่ยของจำนวนที่เต็มใจจะบริจาคเป็นจำนวน 12.09 บาท
4. ผู้ตอบแบบสอบถามรายงานว่าได้รับประโยชน์จากรายการ ประชาบดีคนดีได้ผืนฟ้า ในด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ, ความเข้าใจความแตกต่างและหลากหลายในสังคม, ความเข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต, การปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม, การนำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน, การมีรายการที่ส่งเสริมพัฒนาการและการเรียนรู้สำหรับเด็กและเยาวชน และ การมีรายการที่มีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็ก เยาวชน และสถาบันครอบครัว เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 100.00
5. ผู้ตอบแบบสอบถามให้คะแนนความต้องการจัดสรรเงินบริจาคแก่รายการ ประชาบดีคนดีได้ผืนฟ้า ในด้านการปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม และการนำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน เฉลี่ยสูงสุด คือ 13.40/100 คะแนน และคิดเป็นมูลค่าบริจาคเฉลี่ยจำนวน 21.52 บาท
6. ผู้ตอบแบบสอบถามที่เต็มใจที่จะบริจาคให้รายการ ประชาบดีคนดีได้ผืนฟ้า มีเหตุผลที่เต็มใจบริจาค คือ รายการนี้มีประโยชน์ต่อสังคมและประเทศไทยโดยรวม เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 61.11 และมีเหตุผลที่ไม่เต็มใจจะบริจาค คือ เป็นหน้าที่ของหน่วยงานรัฐที่ต้องสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 70.91

ตารางที่ 8.166 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ ประชาชนดีคนดีได้ฝันฟ้า จำแนกตามการเคยรับชมหรือรู้จักรายการ

การเคยรับชมหรือรู้จักรายการ	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
เคยรับชม/รู้จัก	14.29	13
ไม่เคยรับชม/ไม่รู้จัก	85.71	78

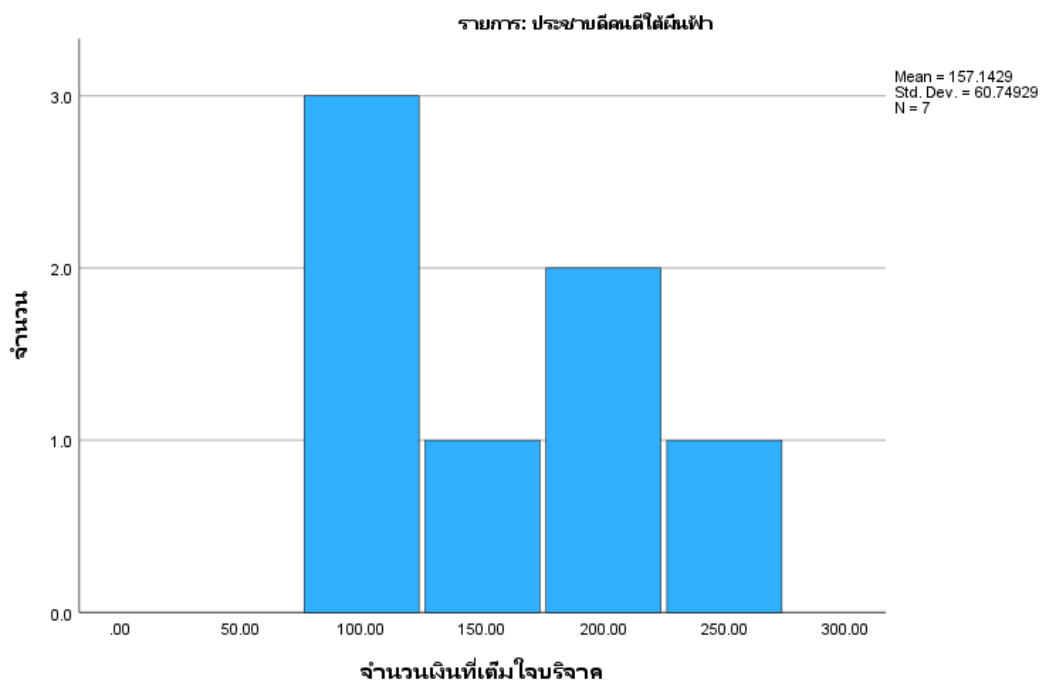
ตารางที่ 8.167 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ ประชาชนดีคนดีได้ฝันฟ้า จำแนกตามสัดส่วนของการรับชมรายการ เพื่อประเมินความเต็มใจบริจาค

สัดส่วนของการรับชมรายการ เพื่อประเมินความเต็มใจบริจาค	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
ไม่เกิน 25%	20.88	19
25 - 50 %	40.66	37
50 - 75 %	19.78	18
75 - 100 %	18.68	17

ตารางที่ 8.168 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ ประชาชนดีคนดีได้ฝันฟ้า ตามความเต็มใจบริจาค

ความเต็มใจบริจาคและจำนวนเงินที่เต็มใจบริจาค	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
ไม่เต็มใจบริจาค	92.31	84
5 - 100 บาท	3.30	3
101 - 200 บาท	3.30	3
มากกว่า 200 บาท	1.10	1
ค่าเฉลี่ย	12.09	
ค่าต่ำสุด	0	
ค่าสูงสุด	250	
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	44.93	

แผนภาพที่ 8.15 การกระจายตัวของจำนวนเงินเฉลี่ยที่เต็มใจบริจาคในรายการ ประชาบดีคนดีได้ฝันฟ้า



ตารางที่ 8.169 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ ประชาบดีคนดีได้ฝันฟ้า จำแนกตามประโยชน์ที่ได้รับจากรายการในแต่ละด้าน

ประโยชน์ที่ได้รับจากรายการ ในแต่ละด้าน	ไม่ได้รับ		ได้รับ	
	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง
ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหา รายการ	0.00	0	100.00	7
ความเข้าใจความแตกต่างและ หลากหลายในสังคม	0.00	0	100.00	7
ความเข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบัน หรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต	0.00	0	100.00	7
การปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีใน สังคม	0.00	0	100.00	7
แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต	14.29	1	85.71	6
การนำเนื้อหารายการมาปรับใช้ใน ชีวิตประจำวัน	0.00	0	100.00	7
การมีรายการที่ส่งเสริมพัฒนาการและ การเรียนรู้สำหรับเด็กและเยาวชน	0.00	0	100.00	7

ประโยชน์ที่ได้รับจากรายการ ในแต่ละด้าน	ไม่ได้รับ		ได้รับ	
	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง
การมีรายการที่มีคุณภาพและ เหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็ก เยาวชน และสถาบันครอบครัว	0.00	0	100.00	7
อื่นๆ คือ เข้าใจความต่างของคนในสังคม	28.57	2	71.43	5

ตารางที่ 8.170 ค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ ประชาบดีคนดีได้ฝันฟ้า จำแนกตาม
การประเมินสัดส่วนที่ต้องการบริจาคในด้านต่างๆ และการประเมินมูลค่าเงินบริจาคในแต่ละด้าน
เฉพาะผู้ตอบแบบสอบถามที่ยินดีบริจาคให้รายการในด้านต่างๆ

การประเมินสัดส่วนที่ต้องการบริจาคในด้านต่างๆ นั้น ผู้วิจัยคำนวณจากสูตร

$$\frac{\text{คะแนนความต้องการการจัดสรรเงินบริจาคเพื่อพัฒนาประโยชน์ในด้านของแต่ละบุคคล} \times 100}{\text{คะแนนรวมทุกด้านของผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละคน}}$$

โดยที่ คะแนนความต้องการการจัดสรรเงินบริจาคเพื่อพัฒนาประโยชน์ในด้านของแต่ละบุคคลมี
ค่าตั้งแต่ 0 -10 จะนำไปหาสัดส่วนจากคะแนนรวมของทุกด้านของผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละคน ซึ่งมี
จำนวนด้านที่ให้คะแนนไม่เท่ากัน แล้วจึงนำไปคูณด้วย 100 เพื่อให้มีค่าสัดส่วนอยู่ในช่วง 0 - 100 คะแนน
จากนั้นจึงนำไปประเมินมูลค่าของเงินบริจาคในแต่ละด้านตามสูตรดังนี้

$$\text{มูลค่าของเงินบริจาคในแต่ละด้าน} = \frac{\text{สัดส่วนที่ต้องการบริจาคในด้านต่างๆ} \times \text{จำนวนเงินที่ยินดีบริจาค}}{100}$$

การจัดสรรเงินบริจาคเพื่อพัฒนาประโยชน์ในด้านต่างๆ	สัดส่วน เฉลี่ย	มูลค่าเงินบริจาค เฉลี่ย (บาท)
ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	12.35	19.45
ความเข้าใจความแตกต่างและหลากหลายในสังคม	12.72	19.82
ความเข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงใน อนาคต	11.98	19.08
การปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม	13.40	21.52
แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต	10.65	16.39
การนำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน	13.40	21.52

การจัดสรรเงินบริจาคเพื่อพัฒนาประโยชน์ในด้านต่างๆ	สัดส่วนเฉลี่ย	มูลค่าเงินบริจาคเฉลี่ย (บาท)
การมีรายการที่ส่งเสริมพัฒนาการและการเรียนรู้สำหรับเด็กและเยาวชน	11.84	18.77
การมีรายการที่มีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็ก เยาวชน และสถาบันครอบครัว	11.84	18.77
อื่นๆ คือ เข้าใจความต่างของคนในสังคม	1.83	1.83
รวม (เฉพาะผู้ยินดีบริจาคเพื่อประโยชน์ในด้านต่างๆ จำนวน 7 คน)	100.0	157.14

ตารางที่ 8.171 ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ ประชาบดีคนดีได้มีพื้นที่ จำแนกตามเหตุผลที่เต็มใจจะบริจาคและไม่เต็มใจจะบริจาค

เหตุผลที่เต็มใจจะบริจาคและไม่เต็มใจจะบริจาค	ร้อยละ
เหตุผลที่เต็มใจจะบริจาค	
ประชาชนทุกคนควรมีส่วนร่วมในการสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ	16.67
เนื้อหารายการนี้มีความจำเป็นเร่งด่วนในสังคมไทย	-
รายการนี้มีประโยชน์ต่อตนเองและครอบครัวโดยตรง	22.22
รายการนี้มีประโยชน์ต่อสังคมและประเทศไทยโดยรวม	61.11
เหตุผลที่ไม่เต็มใจจะบริจาค	
รายได้ไม่เพียงพอ	10.91
รายการไม่มีประโยชน์ต่อตนเองและครอบครัว	7.27
รายการไม่มีประโยชน์ต่อสังคมและประเทศไทยโดยรวม	-
เป็นหน้าที่ของหน่วยงานรัฐที่ต้องสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ	70.91
รายการต้องเกิดขึ้นแน่นอน ถึงแม้ว่าจะไม่บริจาค	5.45
รายการไม่ใช่เรื่องจำเป็นเร่งด่วนในสังคมไทย	5.45
การหารายได้เป็นหน้าที่ผู้ผลิตและผู้ผลิตสามารถหารายได้จากหลายช่องทาง	-

14) รายการ ไทยสปิริต

รายการ ไทยสปิริต เป็นประเภทรายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ มีผู้ตอบแบบสอบถามในรายการดังกล่าวจำนวน 94 ราย โดยมีรายละเอียดผลการวิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคมของผู้ตอบและการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรายการ ดังนี้

14.1) การวิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคม

แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ ไทยสปิริต จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส จำนวนบุตร สมาชิกในครัวเรือน และรายได้ครัวเรือน ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคมพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถามในรายการดังกล่าว โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนของเพศชาย และหญิงที่ใกล้เคียงกัน (ร้อยละ 51.06 และร้อยละ 48.94 ตามลำดับ) ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างมีอายุระหว่าง 31-40 ปีเป็นสัดส่วนสูงที่สุด (ร้อยละ 35.11) และกลุ่มตัวอย่างมากกว่าครึ่งมีระดับการศึกษาสูงสุดคือระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 54.26) รวมไปถึงประกอบอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย ในสัดส่วนครึ่งหนึ่ง (ร้อยละ 24.47 และ 25.53) กลุ่มตัวอย่างมีสถานภาพสมรสแต่งงานมีบุตร ในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 44.68) และสัดส่วนครึ่งหนึ่งไม่มีบุตร (ร้อยละ 50.00) รวมไปถึงอาศัยอยู่ในครัวเรือนที่มีสมาชิกระหว่าง 3-5 คน เป็นสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 60.64) และส่วนใหญ่มีรายได้ครัวเรือน 30,000 บาทขึ้นไป/เดือน

ผู้ตอบแบบสอบถามในรายการดังกล่าวมีสัดส่วนที่อาศัยอยู่ในภาคเหนือสูงที่สุด (ร้อยละ 37.23) รองลงมาคือภาคกลาง (ร้อยละ 23.40) และลำดับที่สามคือกรุงเทพมหานคร (ร้อยละ 16.0) ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามเกือบครึ่งรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย 2-3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ (ร้อยละ 46.81) และรับชมรายการที่มีเนื้อหาเป็นประโยชน์ต่อประชาชนทั่วไปเป็นสัดส่วนสูงที่สุด (ร้อยละ 33.33)

ตารางที่ 8.172 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ ไทยสปิริต จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส จำนวนบุตร สมาชิกในครัวเรือน และรายได้ครัวเรือน

ลักษณะเศรษฐกิจสังคม ของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ ไทยสปิริต	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
เพศ		
ชาย	51.06	48
หญิง	48.94	46
ไม่ระบุ	-	-
อายุ		
20 ปีหรือน้อยกว่า	12.77	12
21-30 ปี	14.89	14
31-40 ปี	35.11	33
41-50 ปี	21.28	20
51-60 ปี	11.70	11
มากกว่า 60 ปี	4.26	4

ลักษณะเศรษฐกิจสังคม ของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ ไทยสปิริต	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
การศึกษา		
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	-	-
มัธยมศึกษาตอนต้น	-	-
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	17.02	16
ปวส./อนุปริญญา	7.45	7
ปริญญาตรี	54.26	51
สูงกว่าปริญญาตรี	21.28	20
อาชีพ		
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	24.47	23
พนักงานบริษัทเอกชน	11.70	11
ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย	25.53	24
ผู้ใช้แรงงาน/รับจ้างทั่วไป	14.89	14
เกษตรกร/ชาวประมง	2.13	2
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	2.13	2
นักเรียน/นักศึกษา	14.89	14
เกษียณอายุ/ว่างงาน	4.26	4
พนักงานของรัฐ	-	-
ครู/อาจารย์	-	-
พนักงานมหาวิทยาลัย	-	-
สถานภาพสมรส		
โสด	37.23	35
แต่งงาน มีบุตร	44.68	42
แต่งงาน ไม่มีบุตร	9.57	9
หย่าร้าง/เป็นหม้าย/แยกกันอยู่	8.51	8
จำนวนบุตร		
ไม่มีบุตร	50.00	47
1 คน	22.34	21
2 คน	15.96	15
3-4 คน	11.70	11
5 คนขึ้นไป	-	-
สมาชิกในครัวเรือน		
1-2 คน	14.89	14
3-5 คน	60.64	57
6-8 คน	23.40	22

ลักษณะเศรษฐกิจสังคม ของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ ไทยสปิริต	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
มากกว่า 8 คน	1.06	1
รายได้ครัวเรือน (บาท/เดือน)		
น้อยกว่า 10,000 บาท	1.06	1
10,000-19,000 บาท	11.70	11
20,000-29,999 บาท	15.96	15
30,000-39,999 บาท	24.47	23
40,000-49,999 บาท	46.81	44
50,000 บาท หรือมากกว่า	1.06	1

ตารางที่ 8.173 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ ไทยสปิริต จำแนกตามภาค

ภาค	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
กรุงเทพมหานคร	15.96	15
ภาคเหนือ	37.23	35
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	12.77	12
ภาคกลาง	23.40	22
ภาคใต้	10.64	10

ตารางที่ 8.174 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ ไทยสปิริต จำแนกตามปริมาณ
การรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย

ปริมาณการรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
1 ชั่วโมงต่อสัปดาห์หรือน้อยกว่า	15.96	15
2-3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	46.81	44
4-5 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	23.40	22
6-7 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	11.70	11
8 ชั่วโมงต่อสัปดาห์หรือมากกว่า	2.13	2

ตารางที่ 8.175 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ ไทยสปิริต จำแนกตามประเภท รายการทีวีที่รับชมเป็นประจำ (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

ประเภทรายการทีวีที่รับชมเป็นประจำ	ร้อยละ
รายการสำหรับเด็ก เยาวชนและครอบครัว	18.47
รายการที่มีเนื้อหาเป็นประโยชน์ต่อประชาชนทั่วไป	33.33
รายการสารคดีเชิงประวัติศาสตร์	19.37
รายการเสริมสร้างความรู้ เช่น ความรู้เท่าทันสื่อ	25.23
รายการสำหรับคนพิการ	3.60
อื่นๆ	-

14.2) การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรายการ

หากพิจารณาการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรายการ ไทยสปิริต สามารถสรุปได้ดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนการเคยรับชมหรือรู้จักรายการ ไทยสปิริต คิดเป็นร้อยละ 14.89
2. ผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนของการรับชมรายการระหว่าง 25-50% เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 40.43
3. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเต็มใจที่จะบริจาคให้รายการ ไทยสปิริต คิดเป็นร้อยละ 7.45 โดยแบ่งเป็นผู้ที่เต็มใจบริจาคเป็นจำนวน 5-100 บาท คิดเป็นร้อยละ 3.19 และเต็มใจบริจาคเป็นจำนวน 101-200 บาท คิดเป็นร้อยละ 3.19 และมากกว่า 200 บาท คิดเป็นร้อยละ 1.06 โดยมีผู้ที่เต็มใจบริจาคเป็นจำนวนเงินสูงสุดจำนวน 250 บาท ทั้งนี้มีค่าเฉลี่ยของจำนวนที่เต็มใจจะบริจาคเป็นจำนวน 11.70 บาท
4. ผู้ตอบแบบสอบถามรายงานว่าได้รับประโยชน์จากรายการ ไทยสปิริต ในด้านความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ, ความเข้าใจความแตกต่างและหลากหลายในสังคม, ความเข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต, การปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม, การนำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน และ การมีรายการที่ส่งเสริมพัฒนาการและการเรียนรู้สำหรับเด็กและเยาวชน เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 100.00
5. ผู้ตอบแบบสอบถามให้คะแนนความต้องการจัดสรรเงินบริจาคแก่รายการ ไทยสปิริต ในด้านความเข้าใจความแตกต่างและหลากหลายในสังคม เฉลี่ยสูงสุด คือ 14.12/100 คะแนน โดยคิดเป็นมูลค่าเงินบริจาคเฉลี่ย 23.69 บาท
6. ผู้ตอบแบบสอบถามที่เต็มใจที่จะบริจาคให้รายการ ไทยสปิริต มีเหตุผลที่เต็มใจบริจาค คือ รายการนี้มีประโยชน์ต่อสังคมและประเทศไทยโดยรวม เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 53.33 และมีเหตุผลที่ไม่เต็มใจจะบริจาค คือ เป็นหน้าที่ของหน่วยงานรัฐที่ต้องสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 70.31

ตารางที่ 8.176 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ ไทยสปิริต จำแนกตามการเคย
รับชมหรือรู้จักรายการ

การเคยรับชมหรือรู้จักรายการ	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
เคยรับชม/รู้จัก	14.89	14
ไม่เคยรับชม/ไม่รู้จัก	85.11	80

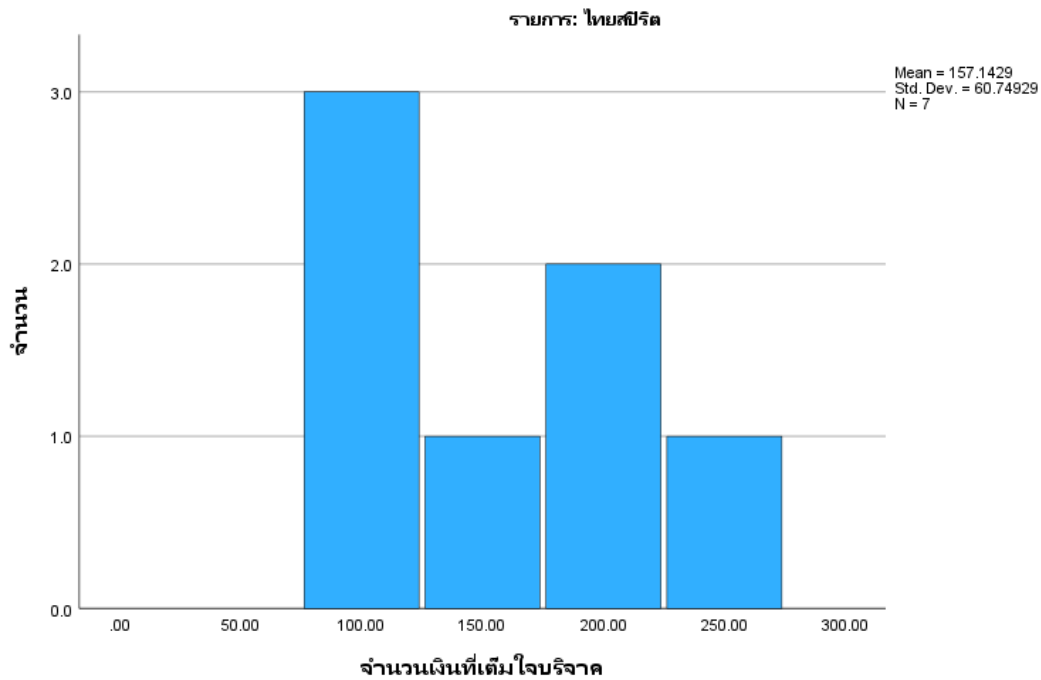
ตารางที่ 8.177 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ ไทยสปิริต จำแนกตามสัดส่วน
ของการรับชมรายการ เพื่อประเมินความเต็มใจบริจาค

สัดส่วนของการรับชมรายการ เพื่อประเมินความเต็มใจบริจาค	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
ไม่เกิน 25%	21.28	20
25 - 50 %	40.43	38
50 - 75 %	19.15	18
75 - 100 %	19.15	18

ตารางที่ 8.178 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ ไทยสปิริต ตามความเต็มใจ
บริจาค

ความเต็มใจบริจาคและจำนวนเงินที่เต็มใจบริจาค	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
ไม่เต็มใจบริจาค	92.55	87
5 - 100 บาท	3.19	3
101 - 200 บาท	3.19	3
มากกว่า 200 บาท	1.06	1
ค่าเฉลี่ย	11.70	
ค่าต่ำสุด	0	
ค่าสูงสุด	250	
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	44.25	

แผนภาพที่ 8.16 การกระจายตัวของจำนวนเงินเฉลี่ยที่เต็มใจบริจาคในรายการ ไทยสปิริต



ตารางที่ 8.179 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ ไทยสปิริต จำแนกตามประโยชน์ที่ได้รับจากรายการในแต่ละด้าน

ประโยชน์ที่ได้รับจากรายการ ในแต่ละด้าน	ไม่ได้รับ		ได้รับ	
	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง
ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหา รายการ	0.00	0	100.00	7
ความเข้าใจความแตกต่างและ หลากหลายในสังคม	0.00	0	100.00	7
ความเข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบัน หรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต	0.00	0	100.00	7
การปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีใน สังคม	0.00	0	100.00	7
แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต	14.29	1	85.71	6
การนำเนื้อหารายการมาปรับใช้ใน ชีวิตประจำวัน	0.00	0	100.00	7

ประโยชน์ที่ได้รับจากรายการ ในแต่ละด้าน	ไม่ได้รับ		ได้รับ	
	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง
การมีรายการที่ส่งเสริมพัฒนาการ และการเรียนรู้สำหรับเด็กและ เยาวชน	0.00	0	100.00	7
การมีรายการที่มีคุณภาพและ เหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็ก เยาวชน และสถาบันครอบครัว	14.29	1	85.71	6
อื่นๆ ที่ไม่ระบุ	28.57	2	71.43	5

ตารางที่ 8.180 ค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ ไทยสปิริต จำแนกตามการประเมินสัดส่วน
ที่ต้องการบริจาคในด้านต่างๆ และการประเมินมูลค่าเงินบริจาคในแต่ละด้าน เฉพาะผู้ตอบแบบสอบถาม
ที่ยินดีบริจาคให้รายการในด้านต่างๆ

การประเมินสัดส่วนที่ต้องการบริจาคในด้านต่างๆ นั้น ผู้วิจัยคำนวณจากสูตร

$$\frac{\text{คะแนนความต้องการการจัดสรรเงินบริจาคเพื่อพัฒนาประโยชน์ในด้านของแต่ละบุคคล} \times 100}{\text{คะแนนรวมทุกด้านของผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละคน}}$$

โดยที่ คะแนนความต้องการการจัดสรรเงินบริจาคเพื่อพัฒนาประโยชน์ในด้านของแต่ละบุคคลมี
ค่าตั้งแต่ 0 -10 จะนำไปหาสัดส่วนจากคะแนนรวมของทุกด้านของผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละคน ซึ่งมี
จำนวนด้านที่ให้คะแนนไม่เท่ากัน แล้วจึงนำไปคูณด้วย 100 เพื่อให้มีค่าสัดส่วนอยู่ในช่วง 0 - 100 คะแนน
จากนั้นจึงนำไปประเมินมูลค่าของเงินบริจาคในแต่ละด้านตามสูตรดังนี้

$$\text{มูลค่าของเงินบริจาคในแต่ละด้าน} = \frac{\text{สัดส่วนที่ต้องการบริจาคในด้านต่างๆ} \times \text{จำนวนเงินที่ยินดีบริจาค}}{100}$$

การจัดสรรเงินบริจาคเพื่อพัฒนาประโยชน์ในด้านต่างๆ	สัดส่วนเฉลี่ย	มูลค่าเงินบริจาค เฉลี่ย (บาท)
ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	13.37	21.81
ความเข้าใจความแตกต่างและหลากหลายในสังคม	14.12	23.69
ความเข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลง ในอนาคต	13.37	21.81
การปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม	13.37	21.81

การจัดสรรเงินบริจาคเพื่อพัฒนาประโยชน์ในด้านต่างๆ	สัดส่วนเฉลี่ย	มูลค่าเงินบริจาคเฉลี่ย (บาท)
แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต	10.23	15.17
การนำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน	13.37	21.81
การมีรายการที่ส่งเสริมพัฒนาการและการเรียนรู้สำหรับเด็กและเยาวชน	10.67	15.67
การมีรายการที่มีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็ก เยาวชน และสถาบันครอบครัว	9.92	13.79
อื่นๆ ที่ไม่ระบุ	1.59	1.59
รวม (เฉพาะผู้ยินดีบริจาคเพื่อประโยชน์ในด้านต่างๆ จำนวน 7 คน)	100.0	157.14

ตารางที่ 8.181 ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ ไทยสปิริต จำแนกตามเหตุผลที่เต็มใจจะบริจาคและไม่เต็มใจจะบริจาค

เหตุผลที่เต็มใจจะบริจาคและไม่เต็มใจจะบริจาค	ร้อยละ
เหตุผลที่เต็มใจจะบริจาค	
ประชาชนทุกคนควรมีส่วนร่วมในการสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ	13.33
เนื้อหารายการนี้มีความจำเป็นเร่งด่วนในสังคมไทย	3.33
รายการนี้มีประโยชน์ต่อตนเองและครอบครัวโดยตรง	30.00
รายการนี้มีประโยชน์ต่อสังคมและประเทศไทยโดยรวม	53.33
เหตุผลที่ไม่เต็มใจจะบริจาค	
รายได้ไม่เพียงพอ	15.63
รายการไม่มีประโยชน์ต่อตนเองและครอบครัว	4.69
รายการไม่มีประโยชน์ต่อสังคมและประเทศไทยโดยรวม	-
เป็นหน้าที่ของหน่วยงานรัฐที่ต้องสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ	70.31
รายการต้องเกิดขึ้นแน่นอน ถึงแม้ว่าจะไม่บริจาค	3.13
รายการไม่ใช่เรื่องจำเป็นเร่งด่วนในสังคมไทย	4.69
การหารายได้เป็นหน้าที่ผู้ผลิตและผู้ผลิตสามารถหารายได้จากหลายช่องทาง	1.56

15) รายการ สุภาพิต คำ ปัง ปัง (คำตั้งอินเทรนด์)

รายการ สุภาพิต คำ ปัง ปัง (คำตั้งอินเทรนด์) เป็นประเภทรายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ มีผู้ตอบแบบสอบถามในรายการดังกล่าวจำนวน 91 ราย โดยมีรายละเอียดผลการวิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคมของผู้ตอบและการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรายการ ดังนี้

15.1) การวิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคม

จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ สุภาพิต คำ ปัง ปัง (คำตั้งอินเทรนด์) จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส จำนวนบุตร สมาชิกในครัวเรือน และรายได้ครัวเรือน ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคมพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถามในรายการดังกล่าว โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนของเพศชาย และหญิงที่ใกล้เคียงกัน (ร้อยละ 50.55 และร้อยละ 49.45 ตามลำดับ) ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างมีอายุระหว่าง 31-40 ปีเป็นสัดส่วนสูงที่สุด (ร้อยละ 34.07) และกลุ่มตัวอย่างมากกว่าครึ่งมีระดับการศึกษาสูงสุดคือระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 53.85) รวมไปถึงประกอบอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย ในสัดส่วนมากกว่าครึ่งหนึ่ง (ร้อยละ 25.27 และ 26.37) กลุ่มตัวอย่างมีสถานภาพสมรสแต่งงานมีบุตร ในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 42.86) และสัดส่วนครึ่งหนึ่งไม่มีบุตร (ร้อยละ 51.65) รวมไปถึงอาศัยอยู่ในครัวเรือนที่มีสมาชิกระหว่าง 3-5 คน เป็นสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 60.44) และส่วนใหญ่มีรายได้ครัวเรือน 30,000 บาทขึ้นไป/เดือน

ผู้ตอบแบบสอบถามในรายการดังกล่าวมีสัดส่วนที่อาศัยอยู่ในภาคเหนือสูงที่สุด (ร้อยละ 38.46) รองลงมาคือภาคกลาง (ร้อยละ 23.08) และลำดับที่สามคือกรุงเทพมหานคร (ร้อยละ 14.29) ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามเกือบครึ่งรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย 2-3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ (ร้อยละ 48.35) และรับชมรายการที่มีเนื้อหาเป็นประโยชน์ต่อประชาชนทั่วไปเป็นสัดส่วนสูงที่สุด (ร้อยละ 34.12)

ตารางที่ 8.182 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ สุภาพิต คำ ปัง ปัง (คำตั้งอินเทรนด์) จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส จำนวนบุตร สมาชิกในครัวเรือน และรายได้ครัวเรือน

ลักษณะเศรษฐกิจสังคม ของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ สุภาพิต คำ ปัง ปัง (คำตั้งอินเทรนด์)	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
เพศ		
ชาย	50.55	46
หญิง	49.45	45
ไม่ระบุ	-	-
อายุ		
20 ปีหรือน้อยกว่า	12.09	11
21-30 ปี	15.38	14
31-40 ปี	34.07	31

ลักษณะเศรษฐกิจสังคม ของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ สุภาชิต คำ ปิ่ง ปิ่ง (ค่าตั้งอินเทอร์เน็ต)	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
41-50 ปี	21.98	20
51-60 ปี	10.99	10
มากกว่า 60 ปี	5.49	5
การศึกษา		
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	-	-
มัธยมศึกษาตอนต้น	-	-
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	15.38	14
ปวส./อนุปริญญา	8.79	8
ปริญญาตรี	53.85	49
สูงกว่าปริญญาตรี	21.98	20
อาชีพ		
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	25.27	23
พนักงานบริษัทเอกชน	12.09	11
ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย	26.37	24
ผู้ใช้แรงงาน/รับจ้างทั่วไป	14.29	13
เกษตรกร/ชาวประมง	2.20	2
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	1.10	1
นักเรียน/นักศึกษา	14.29	13
เกษียณอายุ/ว่างงาน	4.40	4
พนักงานของรัฐ	-	-
ครู/อาจารย์	-	-
พนักงานมหาวิทยาลัย	-	-
สถานภาพสมรส		
โสด	38.46	35
แต่งงาน มีบุตร	42.86	39
แต่งงาน ไม่มีบุตร	9.89	9
หย่าร้าง/เป็นหม้าย/แยกกันอยู่	8.79	8
จำนวนบุตร		
ไม่มีบุตร	51.65	47
1 คน	21.98	20
2 คน	15.38	14
3-4 คน	10.99	10
5 คนขึ้นไป	-	-

ลักษณะเศรษฐกิจสังคม ของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ สุภาชิต คำ ปิ่ง ปิ่ง (คำตั้งอินเทอร์เน็ต)	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
สมาชิกในครัวเรือน		
1-2 คน	15.38	14
3-5 คน	60.44	55
6-8 คน	23.08	21
มากกว่า 8 คน	1.10	1
รายได้ครัวเรือน (บาท/เดือน)		
น้อยกว่า 10,000 บาท	1.10	1
10,000-19,000 บาท	1.10	1
20,000-29,999 บาท	10.99	10
30,000-39,999 บาท	16.48	15
40,000-49,999 บาท	23.08	21
50,000 บาท หรือมากกว่า	47.25	43

ตารางที่ 8.183 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ สุภาชิต คำ ปิ่ง ปิ่ง (คำตั้งอินเทอร์เน็ต)
จำแนกตามภาค

ภาค	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
กรุงเทพมหานคร	14.29	13
ภาคเหนือ	38.46	35
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	13.19	12
ภาคกลาง	23.08	21
ภาคใต้	10.99	10

ตารางที่ 8.184 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ สุภาชิต คำ ปิ่ง ปิ่ง (คำตั้งอินเทอร์เน็ต)
จำแนกตามปริมาณการรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย

ปริมาณการรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
1 ชั่วโมงต่อสัปดาห์หรือน้อยกว่า	15.38	14
2-3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	48.35	44
4-5 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	21.98	20
6-7 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	10.99	10
8 ชั่วโมงต่อสัปดาห์หรือมากกว่า	3.30	3

ตารางที่ 8.185 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ สุภาชิต คำ ปัง ปัง (คำดั่งอินเทรนต์) จำแนกตามประเภทรายการทีวีที่รับชมเป็นประจำ (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

ประเภทรายการทีวีที่รับชมเป็นประจำ	ร้อยละ
รายการสำหรับเด็ก เยาวชนและครอบครัว	18.48
รายการที่มีเนื้อหาเป็นประโยชน์ต่อประชาชนทั่วไป	34.12
รายการสารคดีเชิงประวัติศาสตร์	18.96
รายการเสริมสร้างความรู้ เช่น ความรู้เท่าทันสื่อ	24.64
รายการสำหรับคนพิการ	3.79
อื่นๆ	-

15.2) การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรายการ

หากพิจารณาการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรายการ สุภาชิต คำ ปัง ปัง (คำดั่งอินเทรนต์) สามารถสรุปได้ดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนการเคยรับชมหรือรู้จักรายการ สุภาชิต คำ ปัง ปัง (คำดั่งอินเทรนต์) คิดเป็นร้อยละ 16.48
2. ผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนของการรับชมรายการระหว่าง 25-50% เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 42.86
3. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเต็มใจที่จะบริจาคให้รายการ สุภาชิต คำ ปัง ปัง (คำดั่งอินเทรนต์) คิดเป็นร้อยละ 13.19 โดยแบ่งเป็นผู้ที่เต็มใจบริจาคเป็นจำนวน 5-100 บาท คิดเป็นร้อยละ 5.49 และเต็มใจบริจาคเป็นจำนวน 101-200 บาท คิดเป็นร้อยละ 6.59 และมากกว่า 200 บาท คิดเป็นร้อยละ 1.10 โดยมีผู้ที่เต็มใจบริจาคเป็นจำนวนเงินสูงสุดจำนวน 250 บาท ทั้งนี้ มีค่าเฉลี่ยของจำนวนที่เต็มใจจะบริจาคเป็นจำนวน 17.80 บาท
4. ผู้ตอบแบบสอบถามรายงานว่าได้รับประโยชน์จากรายการ สุภาชิต คำ ปัง ปัง (คำดั่งอินเทรนต์) ในด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ, การมีรายการที่ส่งเสริมพัฒนาการและการเรียนรู้สำหรับเด็กและเยาวชน และการมีรายการที่มีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็ก เยาวชน และสถาบันครอบครัว เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 100.00
5. ผู้ตอบแบบสอบถามให้คะแนนความต้องการจัดสรรเงินบริจาคแก่รายการ สุภาชิต คำ ปัง ปัง (คำดั่งอินเทรนต์) ในด้านการมีรายการที่ส่งเสริมพัฒนาการและการเรียนรู้สำหรับเด็กและเยาวชน และการมีรายการที่มีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็ก เยาวชน และสถาบันครอบครัว เฉลี่ยสูงสุด คือ 15.28/100 คะแนน โดยคิดเป็นมูลค่าเงินบริจาคเฉลี่ย 24.24 บาท
6. ผู้ตอบแบบสอบถามที่เต็มใจที่จะบริจาคให้รายการ สุภาชิต คำ ปัง ปัง (คำดั่งอินเทรนต์) มีเหตุผลที่เต็มใจบริจาค คือ รายการนี้มีประโยชน์ต่อสังคมและประเทศไทยโดยรวม เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 63.33 และมีเหตุผลที่ไม่เต็มใจจะบริจาค คือ เป็นหน้าที่ของหน่วยงานรัฐที่ต้องสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 68.85

ตารางที่ 8.186 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ สุภาพิต คำ ปัง ปัง (คำตั้งอินเทอร์เน็ต)
จำแนกตามการเคยรับชมหรือรู้จักรายการ

การเคยรับชมหรือรู้จักรายการ	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
เคยรับชม/รู้จัก	16.48	15
ไม่เคยรับชม/ไม่รู้จัก	83.52	76

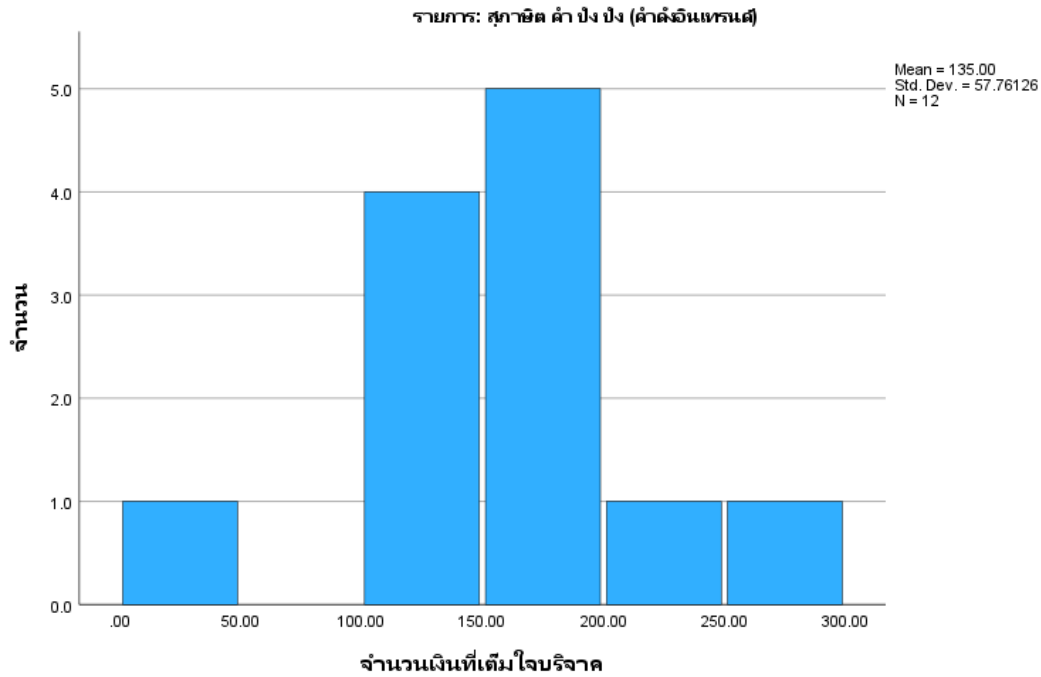
ตารางที่ 8.187 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ สุภาพิต คำ ปัง ปัง (คำตั้งอินเทอร์เน็ต)
จำแนกตามสัดส่วนของการรับชมรายการ เพื่อประเมินความเต็มใจบริจาค

สัดส่วนของการรับชมรายการ เพื่อประเมินความเต็มใจบริจาค	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
ไม่เกิน 25%	19.78	18
25 - 50 %	42.86	39
50 - 75 %	19.78	18
75 - 100 %	17.58	16

ตารางที่ 8.188 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ สุภาพิต คำ ปัง ปัง
(คำตั้งอินเทอร์เน็ต) ตามความเต็มใจบริจาค

ความเต็มใจบริจาคและจำนวนเงินที่เต็มใจบริจาค	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
ไม่เต็มใจบริจาค	86.81	79
5 - 100 บาท	5.49	5
101 - 200 บาท	6.59	6
มากกว่า 200 บาท	1.10	1
ค่าเฉลี่ย	17.80	
ค่าต่ำสุด	0	
ค่าสูงสุด	250	
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	50.17	

แผนภาพที่ 8.17 การกระจายตัวของจำนวนเงินเฉลี่ยที่เต็มใจบริจาคในรายการ สุภาซิด คำ ปัง ปัง (ค่าตั้งอินเทอร์เน็ต)



ตารางที่ 8.189 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ สุภาซิด คำ ปัง ปัง (ค่าตั้งอินเทอร์เน็ต) จำแนกตามประโยชน์ที่ได้รับจากรายการในแต่ละด้าน

ประโยชน์ที่ได้รับจากรายการ ในแต่ละด้าน	ไม่ได้รับ		ได้รับ	
	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง
ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหา รายการ	0.00	0	100.00	12
ความเข้าใจความแตกต่างและ หลากหลายในสังคม	16.67	2	83.33	10
ความเข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบัน หรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต	16.67	2	83.33	10
การปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีใน สังคม	25.00	3	75.00	9
แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต	33.33	4	66.67	8
การนำเนื้อหารายการมาปรับใช้ใน ชีวิตประจำวัน	16.67	2	83.33	10

ประโยชน์ที่ได้รับจากรายการ ในแต่ละด้าน	ไม่ได้รับ		ได้รับ	
	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง
การมีรายการที่ส่งเสริมพัฒนาการ และการเรียนรู้สำหรับเด็กและ เยาวชน	0.00	0	100.00	12
การมีรายการที่มีคุณภาพและ เหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็ก เยาวชน และสถาบันครอบครัว	0.00	0	100.00	12
อื่นๆ คือ ได้รู้คำศัพท์	33.33	4	66.67	8

ตารางที่ 8.190 ค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ สุภาชิต คำ ปัง ปัง (คำดั่งอินเทรนด์) จำแนกตามการประเมินสัดส่วนที่ต้องการบริจาคมในด้านต่างๆ และการประเมินมูลค่าเงินบริจาคมในแต่ละด้าน เฉพาะผู้ตอบแบบสอบถามที่ยินดีบริจาคมให้รายการในด้านต่างๆ

การประเมินสัดส่วนที่ต้องการบริจาคมในด้านต่างๆ นั้น ผู้วิจัยคำนวณจากสูตร

$$\frac{\text{คะแนนความต้องการการจัดสรรเงินบริจาคมเพื่อพัฒนาประโยชน์ในด้านของแต่ละบุคคล} \times 100}{\text{คะแนนรวมทุกด้านของผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละคน}}$$

โดยที่ คะแนนความต้องการการจัดสรรเงินบริจาคมเพื่อพัฒนาประโยชน์ในด้านของแต่ละบุคคลมีค่าตั้งแต่ 0 -10 จะนำไปหาสัดส่วนจากคะแนนรวมของทุกด้านของผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละคน ซึ่งมีจำนวนด้านที่ให้คะแนนไม่เท่ากัน แล้วจึงนำไปคูณด้วย 100 เพื่อให้มีค่าสัดส่วนอยู่ในช่วง 0 - 100 คะแนน จากนั้นจึงนำไปประเมินมูลค่าของเงินบริจาคมในแต่ละด้านตามสูตรดังนี้

$$\text{มูลค่าของเงินบริจาคมในแต่ละด้าน} = \frac{\text{สัดส่วนที่ต้องการบริจาคมในด้านต่างๆ} \times \text{จำนวนเงินที่ยินดีบริจาคม}}{100}$$

การจัดสรรเงินบริจาคมเพื่อพัฒนาประโยชน์ในด้านต่างๆ	สัดส่วนเฉลี่ย	มูลค่าเงินบริจาคมเฉลี่ย (บาท)
ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	15.00	23.82
ความเข้าใจความแตกต่างและหลากหลายในสังคม	11.39	15.90
ความเข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต	10.28	14.24
การปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม	10.28	14.24

การจัดสรรเงินบริจาคเพื่อพัฒนาประโยชน์ในด้านต่างๆ	สัดส่วนเฉลี่ย	มูลค่าเงินบริจาคเฉลี่ย (บาท)
แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต	8.61	11.74
การนำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน	12.78	20.49
การมีรายการที่ส่งเสริมพัฒนาการและการเรียนรู้สำหรับเด็กและเยาวชน	15.28	24.24
การมีรายการที่มีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็ก เยาวชน และสถาบันครอบครัว	15.28	24.24
อื่นๆ คือ ได้รู้คำศัพท์	1.11	1.11
รวม (เฉพาะผู้ยินดีบริจาคเพื่อประโยชน์ในด้านต่างๆ จำนวน 10 คน)	100.0	150.00

ตารางที่ 8.191 ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ สุภาชิต คำ ปัง ปัง (คำดั่งอินเทรนด์) จำแนกตามเหตุผลที่เต็มใจจะบริจาคและไม่เต็มใจจะบริจาค

เหตุผลที่เต็มใจจะบริจาคและไม่เต็มใจจะบริจาค	ร้อยละ
เหตุผลที่เต็มใจจะบริจาค	
ประชาชนทุกคนควรมีส่วนร่วมในการสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ	20.00
เนื้อหารายการนี้มีความจำเป็นเร่งด่วนในสังคมไทย	-
รายการนี้มีประโยชน์ต่อตนเองและครอบครัวโดยตรง	16.67
รายการนี้มีประโยชน์ต่อสังคมและประเทศไทยโดยรวม	63.33
เหตุผลที่ไม่เต็มใจจะบริจาค	
รายได้ไม่เพียงพอ	13.11
รายการไม่มีประโยชน์ต่อตนเองและครอบครัว	8.20
รายการไม่มีประโยชน์ต่อสังคมและประเทศไทยโดยรวม	-
เป็นหน้าที่ของหน่วยงานรัฐที่ต้องสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ	68.85
รายการต้องเกิดขึ้นแน่นอน ถึงแม้ว่าจะไม่บริจาค	3.28
รายการไม่ใช่เรื่องจำเป็นเร่งด่วนในสังคมไทย	6.56
การหารายได้เป็นหน้าที่ผู้ผลิตและผู้ผลิตสามารถหารายได้จากหลายช่องทาง	-

16) รายการ Young@Heart Show: Celeb Talk

รายการ Young@Heart Show: Celeb Talk เป็นประเภทรายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ มีผู้ตอบแบบสอบถามในรายการดังกล่าวจำนวน 89 ราย โดยมีรายละเอียดผลการวิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคมของผู้ตอบและการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรายการ ดังนี้

16.1) การวิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคม

จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ Young@Heart Show: Celeb Talk จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส จำนวนบุตร สมาชิกในครัวเรือน และรายได้ครัวเรือน ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคมพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถามในรายการดังกล่าว โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนของเพศชาย และหญิงที่ใกล้เคียงกัน (ร้อยละ 49.44 และร้อยละ 50.56 ตามลำดับ) ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างมีอายุระหว่าง 31-40 ปีเป็นสัดส่วนสูงที่สุด (ร้อยละ 34.83) และกลุ่มตัวอย่างมากกว่าครึ่งมีระดับการศึกษาสูงสุดคือระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 53.93) รวมไปถึงประกอบอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย ในสัดส่วนมากกว่าครึ่งหนึ่ง (ร้อยละ 24.72 และ 25.84) กลุ่มตัวอย่างมีสถานภาพสมรสแต่งงานมีบุตร ในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 43.82) และสัดส่วนครึ่งหนึ่งไม่มีบุตร (ร้อยละ 50.56) รวมไปถึงอาศัยอยู่ในครัวเรือนที่มีสมาชิกระหว่าง 3-5 คน เป็นสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 60.67) และส่วนใหญ่มีรายได้ครัวเรือน 30,000 บาทขึ้นไป/เดือน

ผู้ตอบแบบสอบถามในรายการดังกล่าวมีสัดส่วนที่อาศัยอยู่ในภาคเหนือสูงที่สุด (ร้อยละ 38.20) รองลงมาคือภาคกลาง (ร้อยละ 22.47) และลำดับที่สามคือกรุงเทพมหานคร (ร้อยละ 14.61) ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามเกือบครึ่งรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย 2-3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ (ร้อยละ 48.31) และรับชมรายการที่มีเนื้อหาเป็นประโยชน์ต่อประชาชนทั่วไปเป็นสัดส่วนสูงที่สุด (ร้อยละ 33.98)

ตารางที่ 8.192 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ Young@Heart Show: Celeb Talk จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส จำนวนบุตร สมาชิกในครัวเรือน และรายได้ครัวเรือน

ลักษณะเศรษฐกิจสังคม ของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ Young@Heart Show: Celeb Talk	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
เพศ		
ชาย	49.44	44
หญิง	50.56	45
ไม่ระบุ	-	-
อายุ		
20 ปีหรือน้อยกว่า	13.48	12
21-30 ปี	14.61	13
31-40 ปี	34.83	31

ลักษณะเศรษฐกิจสังคม ของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ Young@Heart Show: Celeb Talk	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
41-50 ปี	20.22	18
51-60 ปี	11.24	10
มากกว่า 60 ปี	5.62	5
การศึกษา		
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	-	-
มัธยมศึกษาตอนต้น	-	-
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	15.73	14
ปวส./อนุปริญญา	8.99	8
ปริญญาตรี	53.93	48
สูงกว่าปริญญาตรี	21.35	19
อาชีพ		
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	24.72	22
พนักงานบริษัทเอกชน	12.36	11
ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย	25.84	23
ผู้ใช้แรงงาน/รับจ้างทั่วไป	13.48	12
เกษตรกร/ชาวประมง	2.25	2
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	1.12	1
นักเรียน/นักศึกษา	15.73	14
เกษียณอายุ/ว่างงาน	4.49	4
พนักงานของรัฐ	-	-
ครู/อาจารย์	-	-
พนักงานมหาวิทยาลัย	-	-
สถานภาพสมรส		
โสด	37.08	33
แต่งงาน มีบุตร	43.82	39
แต่งงาน ไม่มีบุตร	10.11	9
หย่าร้าง/เป็นหม้าย/แยกกันอยู่	8.99	8
จำนวนบุตร		
ไม่มีบุตร	50.56	45
1 คน	22.47	20
2 คน	15.73	14
3-4 คน	11.24	10
5 คนขึ้นไป	-	-

ลักษณะเศรษฐกิจสังคม ของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ Young@Heart Show: Celeb Talk	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
สมาชิกในครัวเรือน		
1-2 คน	14.61	13
3-5 คน	60.67	54
6-8 คน	23.60	21
มากกว่า 8 คน	1.12	1
รายได้ครัวเรือน (บาท/เดือน)		
น้อยกว่า 10,000 บาท	1.12	1
10,000-19,000 บาท	1.12	1
20,000-29,999 บาท	10.11	9
30,000-39,999 บาท	15.73	14
40,000-49,999 บาท	23.60	21
50,000 บาท หรือมากกว่า	48.31	43

ตารางที่ 8.193 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ Young@Heart Show: Celeb Talk จำแนกตามภาค

ภาค	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
กรุงเทพมหานคร	14.61	13
ภาคเหนือ	38.20	34
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	13.48	12
ภาคกลาง	22.47	20
ภาคใต้	11.24	10

ตารางที่ 8.194 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ Young@Heart Show: Celeb Talk จำแนกตามปริมาณการรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย

ปริมาณการรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
1 ชั่วโมงต่อสัปดาห์หรือน้อยกว่า	15.73	14
2-3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	48.31	43
4-5 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	21.35	19
6-7 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	12.36	11
8 ชั่วโมงต่อสัปดาห์หรือมากกว่า	2.25	2

ตารางที่ 8.195 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ Young@Heart Show: Celeb Talk จำแนกตามประเภทรายการทีวีที่รับชมเป็นประจำ (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

ประเภทรายการทีวีที่รับชมเป็นประจำ	ร้อยละ
รายการสำหรับเด็ก เยาวชนและครอบครัว	18.45
รายการที่มีเนื้อหาเป็นประโยชน์ต่อประชาชนทั่วไป	33.98
รายการสารคดีเชิงประวัติศาสตร์	18.93
รายการเสริมสร้างความรู้ เช่น ความรู้เท่าทันสื่อ	24.76
รายการสำหรับคนพิการ	3.88
อื่นๆ	-

16.2) การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรายการ

หากพิจารณาการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรายการ Young@Heart Show: Celeb Talk สามารถสรุปได้ดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนการเคยรับชมหรือรู้จักรายการ Young@Heart Show: Celeb Talk คิดเป็นร้อยละ 12.36
2. ผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนของการรับชมรายการระหว่าง 25-50% เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 42.70
3. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเต็มใจที่จะบริจาคให้รายการ Young@Heart Show: Celeb Talk คิดเป็นร้อยละ 7.87 โดยแบ่งเป็นผู้ที่เต็มใจบริจาคเป็นจำนวน 5-100 บาท คิดเป็นร้อยละ 3.37 และเต็มใจบริจาคเป็นจำนวน 101-200 บาท คิดเป็นร้อยละ 4.49 เช่นกัน โดยมีผู้ที่เต็มใจบริจาคเป็นจำนวนเงินสูงสุดจำนวน 200 บาท ทั้งนี้มีค่าเฉลี่ยของจำนวนที่เต็มใจจะบริจาคเป็นจำนวน 10.11 บาท
4. ผู้ตอบแบบสอบถามรายงานว่าได้รับประโยชน์จากรายการ Young@Heart Show: Celeb Talk ในด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ, ความเข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบัน หรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต และการนำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 100.00
5. ผู้ตอบแบบสอบถามให้คะแนนความต้องการจัดสรรเงินบริจาคแก่รายการ Young@Heart Show: Celeb Talk ในด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ เฉลี่ยสูงสุด คือ 25.40/100 คะแนน โดยคิดเป็นมูลค่าเงินบริจาคเฉลี่ยจำนวน 35.52 บาท
6. ผู้ตอบแบบสอบถามที่เต็มใจที่จะบริจาคให้รายการ Young@Heart Show: Celeb Talk มีเหตุผลที่เต็มใจบริจาค คือ รายการนี้มีประโยชน์ต่อสังคมและประเทศไทยโดยรวม เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 44.00 และมีเหตุผลที่ไม่เต็มใจจะบริจาค คือ เป็นหน้าที่ของหน่วยงานรัฐที่ต้องสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 75.00

ตารางที่ 8.196 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ Young@Heart Show: Celeb Talk จำแนกตามการเคยรับชมหรือรู้จักรายการ

การเคยรับชมหรือรู้จักรายการ	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
เคยรับชม/รู้จัก	12.36	11
ไม่เคยรับชม/ไม่รู้จัก	87.64	78

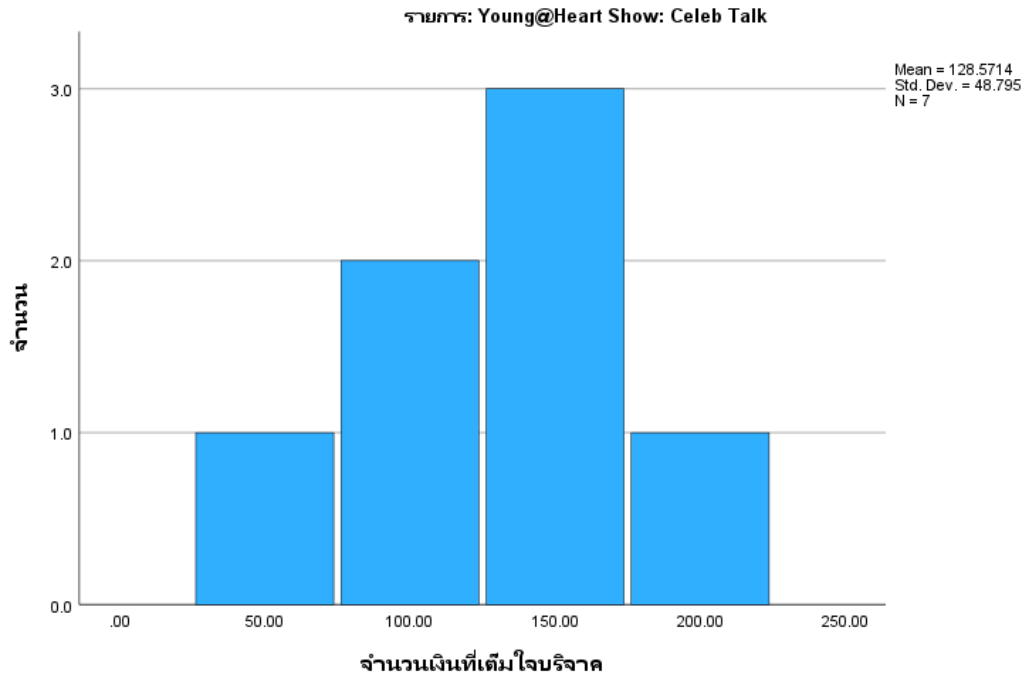
ตารางที่ 8.197 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ Young@Heart Show: Celeb Talk จำแนกตามสัดส่วนของการรับชมรายการ เพื่อประเมินความเต็มใจบริจาค

สัดส่วนของการรับชมรายการ เพื่อประเมินความเต็มใจบริจาค	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
ไม่เกิน 25%	20.22	18
25 - 50 %	42.70	38
50 - 75 %	19.10	17
75 - 100 %	17.98	16

ตารางที่ 8.198 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ Young@Heart Show: Celeb Talk ตามความเต็มใจบริจาค

ความเต็มใจบริจาคและจำนวนเงินที่เต็มใจบริจาค	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
ไม่เต็มใจบริจาค	92.13	82
5 - 100 บาท	3.37	3
101 - 200 บาท	4.49	4
ค่าเฉลี่ย	10.11	
ค่าต่ำสุด	0	
ค่าสูงสุด	200	
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	37.07	

แผนภาพที่ 8.18 การกระจายตัวของจำนวนเงินเฉลี่ยที่เต็มใจบริจาคในรายการ Young@Heart Show: Celeb Talk



ตารางที่ 8.199 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ Young@Heart Show: Celeb Talk จำแนกตามประโยชน์ที่ได้รับจากรายการในแต่ละด้าน

ประโยชน์ที่ได้รับจากรายการ ในแต่ละด้าน	ไม่ได้รับ		ได้รับ	
	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง
ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหา รายการ	0.00	0	100.00	7
ความเข้าใจความแตกต่างและ หลากหลายในสังคม	14.29	1	85.71	6
ความเข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบัน หรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต	0.00	0	100.00	7
การปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีใน สังคม	14.29	1	85.71	6
แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต	28.57	2	71.43	5
การนำเนื้อหารายการมาปรับใช้ใน ชีวิตประจำวัน	0.00	0	100.00	7

ประโยชน์ที่ได้รับจากรายการ ในแต่ละด้าน	ไม่ได้รับ		ได้รับ	
	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง
การมีรายการที่ส่งเสริมพัฒนาการ และการเรียนรู้สำหรับเด็กและ เยาวชน	14.29	1	85.71	6
การมีรายการที่มีคุณภาพและ เหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็ก เยาวชน และสถาบันครอบครัว	14.29	1	85.71	6
อื่นๆ คือรายการดูดี	28.57	2	71.43	5

ตารางที่ 8.200 ค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ Young@Heart Show: Celeb Talk
จำแนกตามการประเมินสัดส่วนที่ต้องการบริจาคมในด้านต่างๆ และการประเมินมูลค่าเงินบริจาคมในแต่ละ
ละด้าน เฉพาะผู้ตอบแบบสอบถามที่ยินดีบริจาคมให้รายการในด้านต่างๆ

การประเมินสัดส่วนที่ต้องการบริจาคมในด้านต่างๆ นั้น ผู้วิจัยคำนวณจากสูตร

$$\frac{\text{คะแนนความต้องการการจัดสรรเงินบริจาคมเพื่อพัฒนาประโยชน์ในด้านของแต่ละบุคคล} \times 100}{\text{คะแนนรวมทุกด้านของผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละคน}}$$

โดยที่ คะแนนความต้องการการจัดสรรเงินบริจาคมเพื่อพัฒนาประโยชน์ในด้านของแต่ละบุคคลมี
ค่าตั้งแต่ 0 -10 จะนำไปหาสัดส่วนจากคะแนนรวมของทุกด้านของผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละคน ซึ่งมี
จำนวนด้านที่ให้คะแนนไม่เท่ากัน แล้วจึงนำไปคูณด้วย 100 เพื่อให้มีค่าสัดส่วนอยู่ในช่วง 0 - 100 คะแนน
จากนั้นจึงนำไปประเมินมูลค่าของเงินบริจาคมในแต่ละด้านตามสูตรดังนี้

$$\text{มูลค่าของเงินบริจาคมในแต่ละด้าน} = \frac{\text{สัดส่วนที่ต้องการบริจาคมในด้านต่างๆ} \times \text{จำนวนเงินที่ยินดีบริจาคม}}{100}$$

การจัดสรรเงินบริจาคมเพื่อพัฒนาประโยชน์ในด้านต่างๆ	สัดส่วนเฉลี่ย	มูลค่าเงินบริจาคม เฉลี่ย (บาท)
ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	25.40	35.52
ความเข้าใจความแตกต่างและหลากหลายในสังคม	11.11	14.09
ความเข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลง ในอนาคต	11.11	14.09
การปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม	11.11	14.09

การจัดสรรเงินบริจาคเพื่อพัฒนาประโยชน์ในด้านต่างๆ	สัดส่วนเฉลี่ย	มูลค่าเงินบริจาคเฉลี่ย (บาท)
แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต	8.73	10.52
การนำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน	11.11	14.09
การมีรายการที่ส่งเสริมพัฒนาการและการเรียนรู้สำหรับเด็กและเยาวชน	9.92	12.30
การมีรายการที่มีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็ก เยาวชน และสถาบันครอบครัว	9.92	12.30
อื่นๆ คือรายการดูดี	1.59	1.59
รวม (เฉพาะผู้ยินดีบริจาคเพื่อประโยชน์ในด้านต่างๆ จำนวน 7 คน)	100.0	128.57

ตารางที่ 8.201 ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ Young@Heart Show: Celeb Talk จำแนกตามเหตุผลที่เต็มใจจะบริจาคและไม่เต็มใจจะบริจาค

เหตุผลที่เต็มใจจะบริจาคและไม่เต็มใจจะบริจาค	ร้อยละ
เหตุผลที่เต็มใจจะบริจาค	
ประชาชนทุกคนควรมีส่วนร่วมในการสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ	24.00
เนื้อหารายการนี้มีความจำเป็นเร่งด่วนในสังคมไทย	-
รายการนี้มีประโยชน์ต่อตนเองและครอบครัวโดยตรง	32.00
รายการนี้มีประโยชน์ต่อสังคมและประเทศไทยโดยรวม	44.00
เหตุผลที่ไม่เต็มใจจะบริจาค	
รายได้ไม่เพียงพอ	9.38
รายการไม่มีประโยชน์ต่อตนเองและครอบครัว	6.25
รายการไม่มีประโยชน์ต่อสังคมและประเทศไทยโดยรวม	-
เป็นหน้าที่ของหน่วยงานรัฐที่ต้องสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ	75.00
รายการต้องเกิดขึ้นแน่นอน ถึงแม้ว่าจะไม่บริจาค	3.13
รายการไม่ใช่เรื่องจำเป็นเร่งด่วนในสังคมไทย	6.25
การหารายได้เป็นหน้าที่ผู้ผลิตและผู้ผลิตสามารถหารายได้จากหลายช่องทาง	-

17) รายการ ลายแทงชุมชน

รายการ ลายแทงชุมชน เป็นประเภทรายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ มีผู้ตอบแบบสอบถาม ในรายการดังกล่าวจำนวน 89 ราย โดยมีรายละเอียดผลการวิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคมของผู้ตอบ และการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรายการ ดังนี้

17.1) การวิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคม

จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ ลายแทงชุมชน จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส จำนวนบุตร สมาชิกในครัวเรือน และรายได้ครัวเรือน ซึ่งเป็นการ วิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคมพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถามในรายการดังกล่าว โดยผู้ตอบ แบบสอบถามมีสัดส่วนของเพศชาย และหญิงที่ใกล้เคียงกัน (ร้อยละ 49.44 และร้อยละ 50.56 ตามลำดับ) ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างมีอายุระหว่าง 31-40 ปีเป็นสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 34.83) และกลุ่มตัวอย่างมากกว่า ครึ่งมีระดับการศึกษาสูงสุดคือระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 52.81) รวมไปถึงประกอบอาชีพข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ และธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย ในสัดส่วนประมาณครึ่งหนึ่ง (ร้อยละ 25.84 และ 24.72) กลุ่มตัวอย่างมีสถานภาพสมรสแต่งงานมีบุตร ในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 43.82) และสัดส่วน ครึ่งหนึ่งไม่มีบุตร (ร้อยละ 50.56) รวมไปถึงอาศัยอยู่ในครัวเรือนที่มีสมาชิกระหว่าง 3-5 คน เป็นสัดส่วน สูงสุด (ร้อยละ 60.67) และส่วนใหญ่มีรายได้ครัวเรือน 30,000 บาทขึ้นไป/เดือน

ผู้ตอบแบบสอบถามในรายการดังกล่าวมีสัดส่วนที่อาศัยอยู่ในภาคเหนือสูงสุด (ร้อยละ 39.33) รองลงมาคือภาคกลาง (ร้อยละ 21.35) และลำดับที่สามคือกรุงเทพมหานคร (ร้อยละ 14.61) ทั้งนี้ผู้ตอบ แบบสอบถามเกือบครึ่งรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย 2-3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ (ร้อยละ 47.19) และรับชม รายการที่มีเนื้อหาเป็นประโยชน์ต่อประชาชนทั่วไปเป็นสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 33.82)

ตารางที่ 8.202 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ ปลายทางชุมชน จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส จำนวนบุตร สมาชิกในครัวเรือน และรายได้ครัวเรือน

ลักษณะเศรษฐกิจสังคม ของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ ปลายทางชุมชน	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
เพศ		
ชาย	49.44	44
หญิง	50.56	45
ไม่ระบุ	-	-
อายุ		
20 ปีหรือน้อยกว่า	12.36	11
21-30 ปี	14.61	13
31-40 ปี	34.83	31
41-50 ปี	21.35	19
51-60 ปี	11.24	10
มากกว่า 60 ปี	5.62	5
การศึกษา		
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	-	-
มัธยมศึกษาตอนต้น	-	-
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	15.73	14
ปวส./อนุปริญญา	8.99	8
ปริญญาตรี	52.81	47
สูงกว่าปริญญาตรี	22.47	20
อาชีพ		
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	25.84	23
พนักงานบริษัทเอกชน	12.36	11
ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย	24.72	22
ผู้ใช้แรงงาน/รับจ้างทั่วไป	13.48	12
เกษตรกร/ชาวประมง	2.25	2
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	2.25	2
นักเรียน/นักศึกษา	14.61	13
เกษียณอายุ/ว่างงาน	4.49	4
พนักงานของรัฐ	-	-
ครู/อาจารย์	-	-
พนักงานมหาวิทยาลัย	-	-
สถานภาพสมรส		

ลักษณะเศรษฐกิจสังคม ของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ ลายแทงชุมชน	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
โสด	37.08	33
แต่งงาน มีบุตร	43.82	39
แต่งงาน ไม่มีบุตร	10.11	9
หย่าร้าง/เป็นหม้าย/แยกกันอยู่	8.99	8
จำนวนบุตร		
ไม่มีบุตร	50.56	45
1 คน	22.47	20
2 คน	15.73	14
3-4 คน	11.24	10
5 คนขึ้นไป	-	-
สมาชิกในครัวเรือน		
1-2 คน	14.61	13
3-5 คน	60.67	54
6-8 คน	23.60	21
มากกว่า 8 คน	1.12	1
รายได้ครัวเรือน (บาท/เดือน)		
น้อยกว่า 10,000 บาท	1.12	1
10,000-19,000 บาท	1.12	1
20,000-29,999 บาท	10.11	9
30,000-39,999 บาท	15.73	14
40,000-49,999 บาท	23.60	21
50,000 บาท หรือมากกว่า	48.31	43

ตารางที่ 8.203 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ ลายแทงชุมชน จำแนกตามภาค

ภาค	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
กรุงเทพมหานคร	14.61	13
ภาคเหนือ	39.33	35
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	13.48	12
ภาคกลาง	21.35	19
ภาคใต้	11.24	10

ตารางที่ 8.204 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ ปลายทางชุมชน จำแนกตาม ปริมาณการรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย

ปริมาณการรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
1 ชั่วโมงต่อสัปดาห์หรือน้อยกว่า	15.73	14
2-3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	47.19	42
4-5 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	22.47	20
6-7 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	11.24	10
8 ชั่วโมงต่อสัปดาห์หรือมากกว่า	3.37	3

ตารางที่ 8.205 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ ปลายทางชุมชน จำแนกตาม ประเภทรายการทีวีที่รับชมเป็นประจำ (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

ประเภทรายการทีวีที่รับชมเป็นประจำ	ร้อยละ
รายการสำหรับเด็ก เยาวชนและครอบครัว	18.36
รายการที่มีเนื้อหาเป็นประโยชน์ต่อประชาชนทั่วไป	33.82
รายการสารคดีเชิงประวัติศาสตร์	19.32
รายการเสริมสร้างความรู้ เช่น ความรู้เท่าทันสื่อ	24.64
รายการสำหรับคนพิการ	3.86
อื่นๆ	-

17.2) การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรายการ

หากพิจารณาการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรายการ ปลายทางชุมชน สามารถสรุปได้ดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนการเคยรับชมหรือรู้จักรายการ ปลายทางชุมชน คิดเป็นร้อยละ 14.61
2. ผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนของการรับชมรายการระหว่าง 25-50% เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 42.70
3. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเต็มใจที่จะบริจาคให้รายการ ปลายทางชุมชน คิดเป็นร้อยละ 7.87 โดยแบ่งเป็นผู้ที่เต็มใจบริจาคเป็นจำนวน 5-100 บาท คิดเป็นร้อยละ 2.25 และเต็มใจบริจาคเป็นจำนวน 101-200 บาท คิดเป็นร้อยละ 4.49 และมากกว่า 200 คิดเป็นร้อยละ 1.12 โดยมีผู้ที่เต็มใจบริจาคเป็นจำนวนเงินสูงสุดจำนวน 250 บาท ทั้งนี้มีค่าเฉลี่ยของจำนวนที่เต็มใจจะบริจาคเป็นจำนวน 12.36 บาท
4. ผู้ตอบแบบสอบถามรายงานว่าได้รับประโยชน์จากรายการ ปลายทางชุมชน ในด้านความรู้ ความเข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 100.00
5. ผู้ตอบแบบสอบถามให้คะแนนความต้องการจัดสรรเงินบริจาคแก่รายการ ปลายทางชุมชน ในด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ, ความเข้าใจความแตกต่างและหลากหลาย ในสังคม, ความเข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต และการปลูกฝัง

ทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม เฉลี่ยสูงสุด คือ 13.91/100 คะแนน คิดเป็นมูลค่าเงินบริจาค เฉลี่ย 22.97 บาท

6. ผู้ตอบแบบสอบถามที่เต็มใจที่จะบริจาคให้รายการ ลายแทงชุมชน มีเหตุผลที่เต็มใจบริจาค คือ รายการนี้มีประโยชน์ต่อสังคมและประเทศไทยโดยรวม เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 51.61 และมีเหตุผลที่ไม่เต็มใจจะบริจาค คือ เป็นหน้าที่ของหน่วยงานรัฐที่ต้องสนับสนุน รายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 77.59

ตารางที่ 8.206 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ ลายแทงชุมชน จำแนกตามการ เคยรับชมหรือรู้จักรายการ

การเคยรับชมหรือรู้จักรายการ	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
เคยรับชม/รู้จัก	14.61	13
ไม่เคยรับชม/ไม่รู้จัก	85.39	76

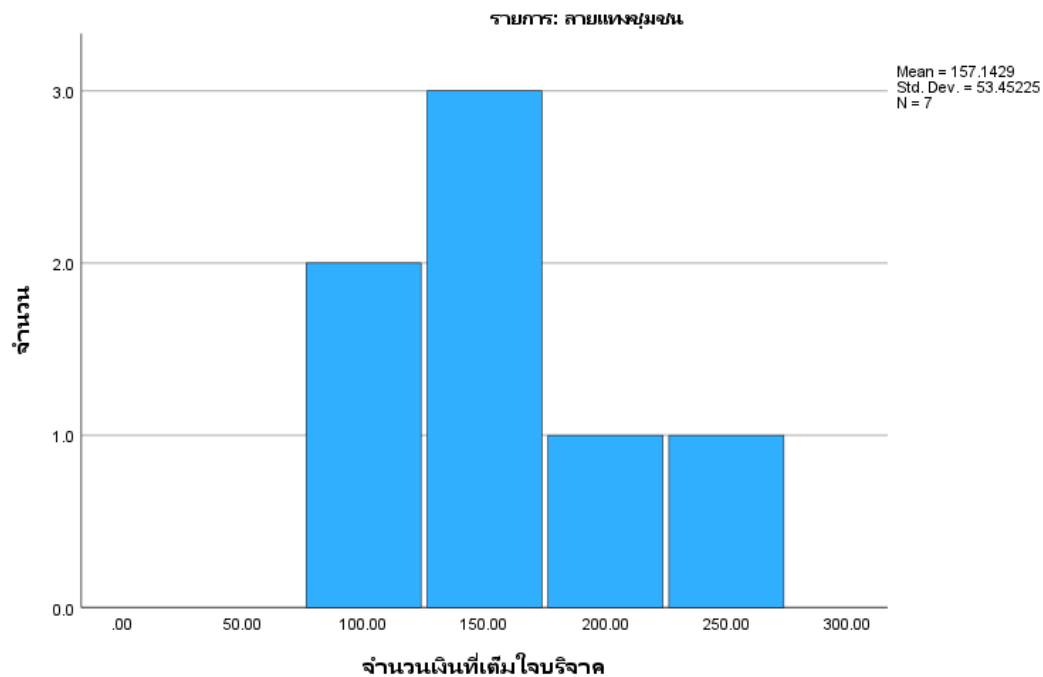
ตารางที่ 8.207 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ ลายแทงชุมชน จำแนกตาม สัดส่วนของการรับชมรายการ เพื่อประเมินความเต็มใจบริจาค

สัดส่วนของการรับชมรายการ เพื่อประเมินความเต็มใจบริจาค	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
ไม่เกิน 25%	21.35	19
25 - 50 %	42.70	38
50 - 75 %	17.98	16
75 - 100 %	17.98	16

ตารางที่ 8.208 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ ลายแทงชุมชน ตาม ความเต็มใจบริจาค

ความเต็มใจบริจาคและจำนวนเงินที่เต็มใจบริจาค	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
ไม่เต็มใจบริจาค	92.13	82
5 - 100 บาท	2.25	2
101 - 200 บาท	4.49	4
มากกว่า 200 บาท	1.12	1
ค่าเฉลี่ย	12.36	
ค่าต่ำสุด	0	
ค่าสูงสุด	250	
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	44.77	

แผนภาพที่ 8.19 การกระจายตัวของจำนวนเงินเฉลี่ยที่เต็มใจบริจาคในรายการ ปลายทางชุมชน



ตารางที่ 8.209 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ ปลายทางชุมชน จำแนกตาม ประโยชน์ที่ได้รับจากรายการในแต่ละด้าน

ประโยชน์ที่ได้รับจากรายการ ในแต่ละด้าน	ไม่ได้รับ		ได้รับ	
	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง
ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหา รายการ	14.29	1	85.71	6
ความเข้าใจความแตกต่างและ หลากหลายในสังคม	14.29	1	85.71	6
ความเข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบัน หรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต	0.00	0	100.00	7
การปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีใน สังคม	14.29	1	85.71	6
แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต	28.57	2	71.43	5
การนำเนื้อหารายการมาปรับใช้ใน ชีวิตประจำวัน	14.29	1	85.71	6
การมีรายการที่ส่งเสริมพัฒนาการ และการเรียนรู้สำหรับเด็กและ เยาวชน	28.57	2	71.43	5

ประโยชน์ที่ได้รับจากรายการ ในแต่ละด้าน	ไม่ได้รับ		ได้รับ	
	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง
การมีรายการที่มีคุณภาพและ เหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็ก เยาวชน และสถาบันครอบครัว	28.57	2	71.43	5
อื่นๆ คือมีสาระดี	42.86	3	57.14	4

ตารางที่ 8.210 ค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ ปลายทางชุมชน จำแนกตามการประเมิน
สัดส่วนที่ต้องการบริจาคในด้านต่างๆ และการประเมินมูลค่าเงินบริจาคในแต่ละด้าน เฉพาะผู้ตอบ
แบบสอบถามที่ยินดีบริจาคให้รายการในด้านต่างๆ

การประเมินสัดส่วนที่ต้องการบริจาคในด้านต่างๆ นั้น ผู้วิจัยคำนวณจากสูตร

$$\frac{\text{คะแนนความต้องการการจัดสรรเงินบริจาคเพื่อพัฒนาประโยชน์ในด้านของแต่ละบุคคล} \times 100}{\text{คะแนนรวมทุกด้านของผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละคน}}$$

โดยที่ คะแนนความต้องการการจัดสรรเงินบริจาคเพื่อพัฒนาประโยชน์ในด้านของแต่ละบุคคลมี
ค่าตั้งแต่ 0 - 10 จะนำไปหาสัดส่วนจากคะแนนรวมของทุกด้านของผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละคน ซึ่งมี
จำนวนด้านที่ให้คะแนนไม่เท่ากัน แล้วจึงนำไปคูณด้วย 100 เพื่อให้มีค่าสัดส่วนอยู่ในช่วง 0 - 100 คะแนน
จากนั้นจึงนำไปประเมินมูลค่าของเงินบริจาคในแต่ละด้านตามสูตรดังนี้

$$\text{มูลค่าของเงินบริจาคในแต่ละด้าน} = \frac{\text{สัดส่วนที่ต้องการบริจาคในด้านต่างๆ} \times \text{จำนวนเงินที่ยินดีบริจาค}}{100}$$

การจัดสรรเงินบริจาคเพื่อพัฒนาประโยชน์ในด้านต่างๆ	สัดส่วนเฉลี่ย	มูลค่าเงินบริจาค เฉลี่ย (บาท)
ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	13.91	22.97
ความเข้าใจความแตกต่างและหลากหลายในสังคม	13.91	22.97
ความเข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลง ในอนาคต	13.91	22.97
การปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม	13.91	22.97
แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต	11.13	18.80
การนำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน	12.39	19.18

การจัดสรรเงินบริจาคเพื่อพัฒนาประโยชน์ในด้านต่างๆ	สัดส่วนเฉลี่ย	มูลค่าเงินบริจาคเฉลี่ย (บาท)
การมีรายการที่ส่งเสริมพัฒนาการและการเรียนรู้สำหรับเด็กและเยาวชน	9.49	13.31
การมีรายการที่มีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็ก เยาวชน และสถาบันครอบครัว	9.49	13.31
อื่นๆ คือมีสาระดี	1.85	1.85
รวม (เฉพาะผู้ยินดีบริจาคเพื่อประโยชน์ในด้านต่างๆ จำนวน 6 คน)	100.0	158.33

ตารางที่ 8.211 ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ Young@Heart Show: Celeb Talk จำแนกตามเหตุผลที่เต็มใจจะบริจาคและไม่เต็มใจจะบริจาค

เหตุผลที่เต็มใจจะบริจาคและไม่เต็มใจจะบริจาค	ร้อยละ
เหตุผลที่เต็มใจจะบริจาค	
ประชาชนทุกคนควรมีส่วนร่วมในการสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ	19.35
เนื้อหาของรายการนี้มีความจำเป็นเร่งด่วนในสังคมไทย	-
รายการนี้มีประโยชน์ต่อตนเองและครอบครัวโดยตรง	29.03
รายการนี้มีประโยชน์ต่อสังคมและประเทศไทยโดยรวม	51.61
เหตุผลที่ไม่เต็มใจจะบริจาค	
รายได้ไม่เพียงพอ	5.17
รายการไม่มีประโยชน์ต่อตนเองและครอบครัว	6.90
รายการไม่มีประโยชน์ต่อสังคมและประเทศไทยโดยรวม	-
เป็นหน้าที่ของหน่วยงานรัฐที่ต้องสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ	77.59
รายการต้องเกิดขึ้นแน่นอน ถึงแม้ว่าจะไม่บริจาค	3.45
รายการไม่ใช่เรื่องจำเป็นเร่งด่วนในสังคมไทย	6.90
การหารายได้เป็นหน้าที่ของผู้ผลิต และผู้ผลิตสามารถหารายได้จากหลายช่องทาง	-

18) รายการ กาลครั้งหนึ่ง

รายการ กาลครั้งหนึ่ง เป็นประเภทรายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ มีผู้ตอบแบบสอบถามในรายการดังกล่าวจำนวน 88 ราย โดยมีรายละเอียดผลการวิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคมของผู้ตอบและการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรายการ ดังนี้

18.1) การวิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคม

จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ กาลครั้งหนึ่ง จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส จำนวนบุตร สมาชิกในครัวเรือน และรายได้ครัวเรือน ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคมพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถามในรายการดังกล่าว โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนของเพศชาย และหญิงที่ใกล้เคียงกัน (ร้อยละ 52.27 และร้อยละ 47.73 ตามลำดับ) ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างมีอายุระหว่าง 31-40 ปีเป็นสัดส่วนสูงที่สุด (ร้อยละ 34.09) และกลุ่มตัวอย่างมากกว่าครึ่งมีระดับการศึกษาสูงสุดคือระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 52.27) รวมไปถึงประกอบอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย ในสัดส่วนมากกว่าครึ่งหนึ่ง (ร้อยละ 27.27 และ 25.00) กลุ่มตัวอย่างมีสถานภาพสมรสแต่งงานมีบุตร ในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 44.32) และสัดส่วนครึ่งหนึ่งไม่มีบุตร (ร้อยละ 50.00) รวมไปถึงอาศัยอยู่ในครัวเรือนที่มีสมาชิกระหว่าง 3-5 คน เป็นสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 61.36) และส่วนใหญ่มีรายได้ครัวเรือน 30,000 บาทขึ้นไป/เดือน

ผู้ตอบแบบสอบถามในรายการดังกล่าวมีสัดส่วนที่อาศัยอยู่ในภาคเหนือสูงที่สุด (ร้อยละ 40.91) รองลงมาคือภาคกลาง (ร้อยละ 21.59) และลำดับที่สามคือกรุงเทพมหานคร (ร้อยละ 14.77) ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามเกือบครึ่งรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย 2-3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ (ร้อยละ 45.45) และรับชมรายการที่มีเนื้อหาเป็นประโยชน์ต่อประชาชนทั่วไปเป็นสัดส่วนสูงที่สุด (ร้อยละ 33.66)

ตารางที่ 8.212 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ กาลครั้งหนึ่ง จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส จำนวนบุตร สมาชิกในครัวเรือน และรายได้ครัวเรือน

ลักษณะเศรษฐกิจสังคม ของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ กาลครั้งหนึ่ง	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
เพศ		
ชาย	52.27	46
หญิง	47.73	42
ไม่ระบุ	-	-
อายุ		
20 ปีหรือน้อยกว่า	12.50	11
21-30 ปี	13.64	12
31-40 ปี	34.09	30
41-50 ปี	22.73	20
51-60 ปี	11.36	10

ลักษณะเศรษฐกิจสังคม ของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ กาลครั้งหนึ่ง	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
มากกว่า 60 ปี	5.68	5
การศึกษา		
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	-	-
มัธยมศึกษาตอนต้น	-	-
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	15.91	14
ปวส./อนุปริญญา	9.09	8
ปริญญาตรี	52.27	46
สูงกว่าปริญญาตรี	22.73	20
อาชีพ		
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	27.27	24
พนักงานบริษัทเอกชน	12.50	11
ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย	25.00	22
ผู้ใช้แรงงาน/รับจ้างทั่วไป	12.50	11
เกษตรกร/ชาวประมง	2.27	2
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	1.14	1
นักเรียน/นักศึกษา	14.77	13
เกษียณอายุ/ว่างงาน	4.55	4
พนักงานของรัฐ	-	-
ครู/อาจารย์	-	-
พนักงานมหาวิทยาลัย	-	-
สถานภาพสมรส		
โสด	37.50	33
แต่งงาน มีบุตร	44.32	39
แต่งงาน ไม่มีบุตร	10.23	9
หย่าร้าง/เป็นหม้าย/แยกกันอยู่	7.95	7
จำนวนบุตร		
ไม่มีบุตร	50.00	44
1 คน	22.73	20
2 คน	15.91	14
3-4 คน	11.36	10
5 คนขึ้นไป	-	-
สมาชิกในครัวเรือน		
1-2 คน	14.77	13
3-5 คน	61.36	54

ลักษณะเศรษฐกิจสังคม ของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ กาลครั้งหนึ่ง	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
6-8 คน	22.73	20
มากกว่า 8 คน	1.14	1
รายได้ครัวเรือน (บาท/เดือน)		
น้อยกว่า 10,000 บาท	1.14	1
10,000-19,000 บาท	1.14	1
20,000-29,999 บาท	10.23	9
30,000-39,999 บาท	14.77	13
40,000-49,999 บาท	22.73	20
50,000 บาท หรือมากกว่า	50.00	44

ตารางที่ 8.213 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ กาลครั้งหนึ่ง จำแนกตามภาค

ภาค	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
กรุงเทพมหานคร	14.77	13
ภาคเหนือ	40.91	36
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	11.36	10
ภาคกลาง	21.59	19
ภาคใต้	11.36	10

ตารางที่ 8.214 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ กาลครั้งหนึ่ง จำแนกตามปริมาณการรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย

ปริมาณการรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
1 ชั่วโมงต่อสัปดาห์หรือน้อยกว่า	15.91	14
2-3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	45.45	40
4-5 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	21.59	19
6-7 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	13.64	12
8 ชั่วโมงต่อสัปดาห์หรือมากกว่า	3.41	3

ตารางที่ 8.215 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ กาลครั้งหนึ่ง จำแนกตามประเภท รายการทีวีที่รับชมเป็นประจำ (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

ประเภทรายการทีวีที่รับชมเป็นประจำ	ร้อยละ
รายการสำหรับเด็ก เยาวชนและครอบครัว	19.31
รายการที่มีเนื้อหาเป็นประโยชน์ต่อประชาชนทั่วไป	33.66
รายการสารคดีเชิงประวัติศาสตร์	18.81
รายการเสริมสร้างความรู้ เช่น ความรู้เท่าทันสื่อ	24.75
รายการสำหรับคนพิการ	3.47
อื่นๆ	-

18.2) การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรายการ

หากพิจารณาการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรายการ กาลครั้งหนึ่ง สามารถสรุปได้ดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนการเคยรับชมหรือรู้จักรายการ กาลครั้งหนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 14.77
2. ผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนของการรับชมรายการระหว่าง 25-50% เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 43.18
3. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเต็มใจที่จะบริจาคให้รายการ กาลครั้งหนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 9.09 โดยแบ่งเป็นผู้ที่เต็มใจบริจาคเป็นจำนวน 5-100 บาท คิดเป็นร้อยละ 3.41 และเต็มใจบริจาคเป็นจำนวน 101-200 บาท คิดเป็นร้อยละ 5.68 เช่นกัน โดยมีผู้ที่เต็มใจบริจาคเป็นจำนวนเงินสูงสุดจำนวน 200 บาท ทั้งนี้มีค่าเฉลี่ยของจำนวนที่เต็มใจจะบริจาคเป็นจำนวน 11.59 บาท
4. ผู้ตอบแบบสอบถามรายงานว่าได้รับประโยชน์จากรายการ กาลครั้งหนึ่ง ในด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ และการมีรายการที่มีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็ก เยาวชน และสถาบันครอบครัว เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 100.00
5. ผู้ตอบแบบสอบถามให้คะแนนความต้องการจัดสรรเงินบริจาคแก่รายการ กาลครั้งหนึ่ง ในด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ, ความเข้าใจความแตกต่างและหลากหลายในสังคม และการนำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน เฉลี่ยสูงสุด คือ 14.68/100 คะแนน คิดเป็นมูลค่าเงินบริจาคเฉลี่ย 21.23 บาท
6. ผู้ตอบแบบสอบถามที่เต็มใจที่จะบริจาคให้รายการ กาลครั้งหนึ่ง มีเหตุผลที่เต็มใจบริจาค คือ รายการนี้มีประโยชน์ต่อสังคมและประเทศไทยโดยรวม เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 46.67 และมีเหตุผลที่ไม่เต็มใจจะบริจาค คือ เป็นหน้าที่ของหน่วยงานรัฐที่ต้องสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 70.69

ตารางที่ 8.216 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ กาลครั้งหนึ่ง จำแนกตามการเคย
รับชมหรือรู้จักรายการ

การเคยรับชมหรือรู้จักรายการ	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
เคยรับชม/รู้จัก	14.77	13
ไม่เคยรับชม/ไม่รู้จัก	85.23	75

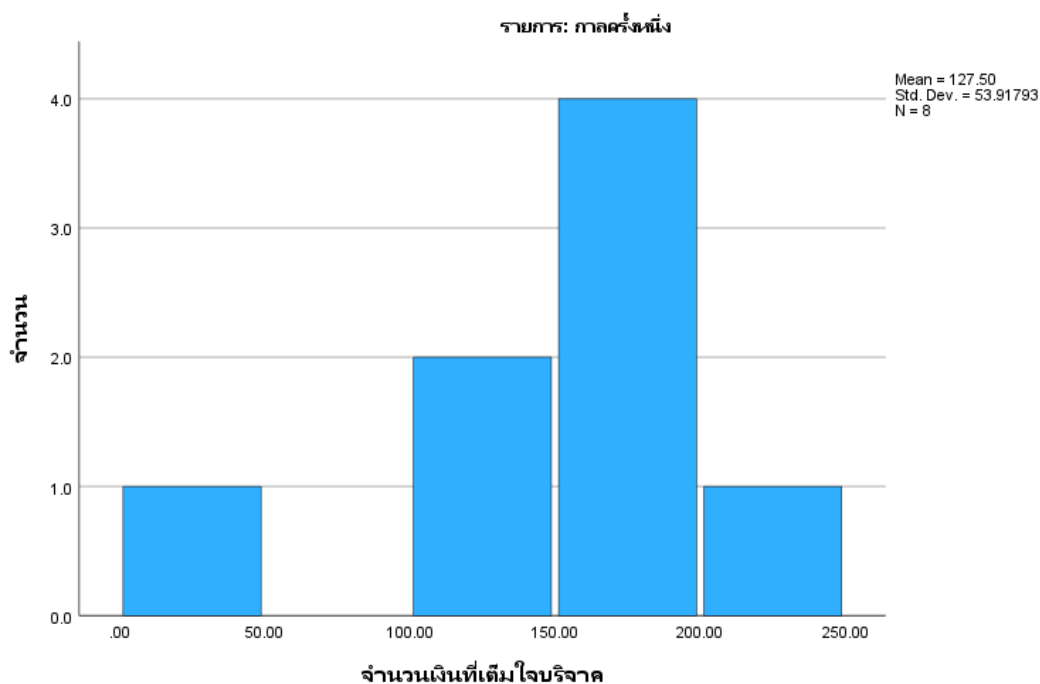
ตารางที่ 8.217 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ กาลครั้งหนึ่งจำแนกตามสัดส่วน
ของการรับชมรายการ เพื่อประเมินความเต็มใจบริจาค

สัดส่วนของการรับชมรายการ เพื่อประเมินความเต็มใจบริจาค	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
ไม่เกิน 25%	21.59	19
25 - 50 %	43.18	38
50 - 75 %	18.18	16
75 - 100 %	17.05	15

ตารางที่ 8.218 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ กาลครั้งหนึ่ง
ตามความเต็มใจบริจาค

ความเต็มใจบริจาคและจำนวนเงินที่เต็มใจบริจาค	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
ไม่เต็มใจบริจาค	90.91	80
5 - 100 บาท	3.41	3
101 - 200 บาท	5.68	5
ค่าเฉลี่ย	11.59	
ค่าต่ำสุด	0	
ค่าสูงสุด	200	
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	39.91	

แผนภาพที่ 8.20 การกระจายตัวของจำนวนเงินเฉลี่ยที่เต็มใจบริจาคในรายการ กาลครั้งหนึ่ง



ตารางที่ 8.219 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ กาลครั้งหนึ่ง จำแนกตาม
 ประโยชน์ที่ได้รับจากรายการในแต่ละด้าน

ประโยชน์ที่ได้รับจากรายการ ในแต่ละด้าน	ไม่ได้รับ		ได้รับ	
	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง
ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหา รายการ	0.00	0	100.00	8
ความเข้าใจความแตกต่างและ หลากหลายในสังคม	12.50	1	87.50	7
ความเข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบัน หรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต	12.50	1	87.50	7
การปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีใน สังคม	12.50	1	87.50	7
แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต	25.00	2	75.00	6
การนำเนื้อหารายการมาปรับใช้ใน ชีวิตประจำวัน	12.50	1	87.50	7

ประโยชน์ที่ได้รับจากรายการ ในแต่ละด้าน	ไม่ได้รับ		ได้รับ	
	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง
การมีรายการที่ส่งเสริมพัฒนาการ และการเรียนรู้สำหรับเด็กและ เยาวชน	12.50	1	87.50	7
การมีรายการที่มีคุณภาพและ เหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็ก เยาวชน และสถาบันครอบครัว	0.00	0	100.00	8
อื่นๆ คือ ประวัติศาสตร์	37.50	3	62.50	5

ตารางที่ 8.220 ค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ กาลครั้งหนึ่ง จำแนกตามการประเมินสัดส่วน
ที่ต้องการบริจาคมในด้านต่างๆ และการประเมินมูลค่าเงินบริจาคมในแต่ละด้าน เฉพาะผู้ตอบ
แบบสอบถามที่ยินดีบริจาคมให้รายการในด้านต่างๆ

การประเมินสัดส่วนที่ต้องการบริจาคมในด้านต่างๆ นั้น ผู้วิจัยคำนวณจากสูตร

$$\frac{\text{คะแนนความต้องการการจัดสรรเงินบริจาคมเพื่อพัฒนาประโยชน์ในด้านของแต่ละบุคคล} \times 100}{\text{คะแนนรวมทุกด้านของผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละคน}}$$

โดยที่ คะแนนความต้องการการจัดสรรเงินบริจาคมเพื่อพัฒนาประโยชน์ในด้านของแต่ละบุคคลมี
ค่าตั้งแต่ 0 -10 จะนำไปหาสัดส่วนจากคะแนนรวมของทุกด้านของผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละคน ซึ่งมี
จำนวนด้านที่ให้คะแนนไม่เท่ากัน แล้วจึงนำไปคูณด้วย 100 เพื่อให้มีค่าสัดส่วนอยู่ในช่วง 0 - 100 คะแนน
จากนั้นจึงนำไปประเมินมูลค่าของเงินบริจาคมในแต่ละด้านตามสูตรดังนี้

$$\text{มูลค่าของเงินบริจาคมในแต่ละด้าน} = \frac{\text{สัดส่วนที่ต้องการบริจาคมในด้านต่างๆ} \times \text{จำนวนเงินที่ยินดีบริจาคม}}{100}$$

การจัดสรรเงินบริจาคมเพื่อพัฒนาประโยชน์ในด้านต่างๆ	สัดส่วนเฉลี่ย	มูลค่าเงินบริจาคม เฉลี่ย (บาท)
ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	14.68	21.23
ความเข้าใจความแตกต่างและหลากหลายในสังคม	14.68	21.23
ความเข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลง ในอนาคต	12.00	17.21
การปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม	11.11	15.87

การจัดสรรเงินบริจาคเพื่อพัฒนาประโยชน์ในด้านต่างๆ	สัดส่วนเฉลี่ย	มูลค่าเงินบริจาคเฉลี่ย (บาท)
แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต	8.73	12.30
การนำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน	14.68	21.23
การมีรายการที่ส่งเสริมพัฒนาการและการเรียนรู้สำหรับเด็กและเยาวชน	9.92	14.09
การมีรายการที่มีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็ก เยาวชน และสถาบันครอบครัว	12.60	18.11
อื่นๆ คือ ประวัติศาสตร์	1.59	1.59
รวม (เฉพาะผู้ยินดีบริจาคเพื่อประโยชน์ในด้านต่างๆ จำนวน 7 คน)	100.0	142.86

ตารางที่ 8.221 ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ กาลครั้งหนึ่ง จำแนกตามเหตุผลที่เต็มใจจะบริจาคและไม่เต็มใจจะบริจาค

เหตุผลที่เต็มใจจะบริจาคและไม่เต็มใจจะบริจาค	ร้อยละ
เหตุผลที่เต็มใจจะบริจาค	
ประชาชนทุกคนควรมีส่วนร่วมในการสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ	30.00
เนื้อหารายการนี้มีความจำเป็นเร่งด่วนในสังคมไทย	-
รายการนี้มีประโยชน์ต่อตนเองและครอบครัวโดยตรง	23.33
รายการนี้มีประโยชน์ต่อสังคมและประเทศไทยโดยรวม	46.67
เหตุผลที่ไม่เต็มใจจะบริจาค	
รายได้ไม่เพียงพอ	12.07
รายการไม่มีประโยชน์ต่อตนเองและครอบครัว	8.62
รายการไม่มีประโยชน์ต่อสังคมและประเทศไทยโดยรวม	-
เป็นหน้าที่ของหน่วยงานรัฐที่ต้องสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ	70.69
รายการต้องเกิดขึ้นแน่นอน ถึงแม้ว่าจะไม่บริจาค	1.72
รายการไม่ใช่เรื่องจำเป็นเร่งด่วนในสังคมไทย	5.17
การหารายได้เป็นหน้าที่ผู้ผลิตและผู้ผลิตสามารถหารายได้จากหลายช่องทาง	1.72

2.3 รายการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนใต้

รายการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนใต้ ประกอบด้วย 1 รายการ คือ (19) ย้อนอดีตที่ปลายด้ามขวาน มีผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายการทั้งหมด จำนวน 885 ราย โดยมีรายละเอียดผลการวิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคมของผู้ตอบและการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรายการ ดังนี้

19) รายการ ย้อนอดีตที่ปลายด้ามขวาน

รายการ ย้อนอดีตที่ปลายด้ามขวาน เป็นประเภทรายการการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนใต้ มีผู้ตอบแบบสอบถามในรายการดังกล่าวจำนวน 885 ราย โดยมีรายละเอียดผลการวิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคมของผู้ตอบและการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรายการ ดังนี้

19.1) การวิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคม

ตารางที่ 8.220 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ ย้อนอดีตที่ปลายด้ามขวาน จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส จำนวนบุตร สมาชิกในครัวเรือน และรายได้ครัวเรือน ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคมพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถามในรายการดังกล่าว โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนของเพศชาย และหญิงที่ใกล้เคียงกัน (ร้อยละ 48.47 และร้อยละ 48.02 ตามลำดับ) และเป็นผู้ที่ไม่ระบุเพศเป็นสัดส่วนร้อยละ 3.50 ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างมีอายุระหว่าง 31-40 ปีเป็นสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 32.32) และกลุ่มตัวอย่างมากกว่าครึ่งมีระดับการศึกษาสูงสุดคือระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 54.24) รวมไปถึงประกอบอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย ในสัดส่วนเกือบครึ่งหนึ่ง (ร้อยละ 16.84 และ 26.44) กลุ่มตัวอย่างมีสถานภาพสมรสโสด ในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 45.31) และสัดส่วนมากกว่าครึ่งหนึ่งไม่มีบุตร (ร้อยละ 61.69) รวมไปถึงอาศัยอยู่ในครัวเรือนที่มีสมาชิกระหว่าง 3-5 คน เป็นสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 62.71) และส่วนใหญ่มีรายได้ครัวเรือน 30,000 บาทขึ้นไป/เดือน

ผู้ตอบแบบสอบถามในรายการดังกล่าวมีสัดส่วนที่อาศัยอยู่ในภาคใต้สูงที่สุด (ร้อยละ 38.1) รองลงมาคือภาคกลาง (ร้อยละ 21.02) และลำดับที่สามคือภาคเหนือ (ร้อยละ 16.27) (ตารางที่ 8.221) ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามเกือบครึ่งรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย 2-3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ (ร้อยละ 40.45) และรับชมรายการที่มีเนื้อหาเป็นประโยชน์ต่อประชาชนทั่วไปเป็นสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 33.72) (ตารางที่ 8.222 และตารางที่ 8.223)

ตารางที่ 8.222 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ ย้อนอดีตที่ปลายด้ามขวาน
จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส จำนวนบุตร สมาชิกในครัวเรือน และรายได้
ครัวเรือน

ลักษณะเศรษฐกิจสังคม ของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ ย้อนอดีตที่ปลายด้าม ขวาน	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
เพศ		
ชาย	48.47	429
หญิง	48.02	425
ไม่ระบุ	3.50	31
อายุ		
20 ปีหรือน้อยกว่า	12.54	111
21-30 ปี	27.68	245
31-40 ปี	32.32	286
41-50 ปี	14.01	124
51-60 ปี	8.14	72
มากกว่า 60 ปี	5.31	47
การศึกษา		
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	4.29	38
มัธยมศึกษาตอนต้น	4.63	41
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	14.12	125
ปวส./อนุปริญญา	8.59	76
ปริญญาตรี	54.24	480
สูงกว่าปริญญาตรี	14.12	125
อาชีพ		
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	16.84	149
พนักงานบริษัทเอกชน	14.01	124
ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย	26.44	234
ผู้ใช้แรงงาน/รับจ้างทั่วไป	15.82	140
เกษตรกร/ชาวประมง	6.55	58
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	2.37	21
นักเรียน/นักศึกษา	13.45	119
เกษียณอายุ/ว่างงาน	4.29	38
พนักงานของรัฐ	-	-

ลักษณะเศรษฐกิจสังคม ของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ ย้อนอดีตที่ปลายด้าม ขวาน	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
ครู/อาจารย์	0.23	2
พนักงานมหาวิทยาลัย	-	-
สถานภาพสมรส		
โสด	45.31	401
แต่งงาน มีบุตร	34.01	301
แต่งงาน ไม่มีบุตร	12.54	111
หย่าร้าง/เป็นหม้าย/แยกกันอยู่	8.14	72
จำนวนบุตร		
ไม่มีบุตร	61.69	546
1 คน	16.38	145
2 คน	10.40	92
3-4 คน	10.62	94
5 คนขึ้นไป	0.90	8
สมาชิกในครัวเรือน		
1-2 คน	19.89	176
3-5 คน	62.71	555
6-8 คน	15.37	136
มากกว่า 8 คน	2.03	18
รายได้ครัวเรือน (บาท/เดือน)		
น้อยกว่า 10,000 บาท	9.27	82
10,000-19,000 บาท	9.38	83
20,000-29,999 บาท	12.43	110
30,000-39,999 บาท	19.89	176
40,000-49,999 บาท	21.02	186
50,000 บาท หรือมากกว่า	28.02	248

ตารางที่ 8.223 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ ย้อนอดีตที่ปลายด้ามขวาน จำแนกตามภาค

ภาค	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
กรุงเทพมหานคร	12.09	107
ภาคเหนือ	16.27	144
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	12.54	111
ภาคกลาง	21.02	186
ภาคใต้	38.08	337

ตารางที่ 8.224 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ ย้อนอดีตที่ปลายด้ามขวาน จำแนกตามปริมาณการรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย

ปริมาณการรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
1 ชั่วโมงต่อสัปดาห์หรือน้อยกว่า	10.62	94
2-3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	40.45	358
4-5 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	24.52	217
6-7 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	12.43	110
8 ชั่วโมงต่อสัปดาห์หรือมากกว่า	11.98	106

ตารางที่ 8.225 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ ย้อนอดีตที่ปลายด้ามขวาน จำแนกตามประเภทรายการทีวีที่รับชมเป็นประจำ (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

ประเภทรายการทีวีที่รับชมเป็นประจำ	ร้อยละ
รายการสำหรับเด็ก เยาวชนและครอบครัว	19.46
รายการที่มีเนื้อหาเป็นประโยชน์ต่อประชาชนทั่วไป	33.72
รายการสารคดีเชิงประวัติศาสตร์	19.95
รายการเสริมสร้างความรู้ เช่น ความรู้เท่าทันสื่อ	21.90
รายการสำหรับคนพิการ	3.73
อื่นๆ	1.24

19.2) การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรายการ

หากพิจารณาการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรายการ ย้อนอดีตที่ปลายด้ามขวาน สามารถสรุปได้ดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนการเคยรับชมหรือรู้จักรายการ ย้อนอดีตที่ปลายด้ามขวาน คิดเป็นร้อยละ 37.97
2. ผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนของการรับชมรายการระหว่าง 75-100% เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 35.48
3. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเต็มใจที่จะบริจาคให้รายการ ย้อนอดีตที่ปลายด้ามขวาน คิดเป็นร้อยละ 34.92 โดยแบ่งเป็นผู้ที่เต็มใจบริจาคเป็นจำนวน 5-100 บาท คิดเป็นร้อยละ 16.38 และเต็มใจบริจาคเป็นจำนวน 101-200 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 11.30 และมากกว่า 200 บาท คิดเป็นร้อยละ 7.23 โดยมีผู้ที่เต็มใจบริจาคเป็นจำนวนเงินสูงสุดจำนวน 3,000 บาท ทั้งนี้มีค่าเฉลี่ยของจำนวนที่เต็มใจจะบริจาคเป็นจำนวน 78.11 บาท
4. ผู้ตอบแบบสอบถามรายงานว่าได้รับประโยชน์จากรายการ ย้อนอดีตที่ปลายด้ามขวาน ในด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 99.35
5. ผู้ตอบแบบสอบถามให้คะแนนความต้องการจัดสรรเงินบริจาคแก่รายการ ย้อนอดีตที่ปลายด้ามขวาน ในด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ เฉลี่ยสูงสุด คือ 15.24/100 คะแนน คิดเป็นมูลค่าเงินบริจาคเฉลี่ย 32.41 บาท
6. ผู้ตอบแบบสอบถามที่เต็มใจที่จะบริจาคให้รายการ ย้อนอดีตที่ปลายด้ามขวาน มีเหตุผลที่เต็มใจบริจาค คือ รายการนี้มีประโยชน์ต่อสังคมและประเทศไทยโดยรวม เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 43.41 และมีเหตุผลที่ไม่เต็มใจจะบริจาค คือ เป็นหน้าที่ของหน่วยงานรัฐที่ต้องสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 53.68

ตารางที่ 8.226 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ ย้อนอดีตที่ปลายด้ามขวาน จำแนกตามการเคยรับชมหรือรู้จักรายการ

การเคยรับชมหรือรู้จักรายการ	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
เคยรับชม/รู้จัก	37.97	336
ไม่เคยรับชม/ไม่รู้จัก	62.03	549

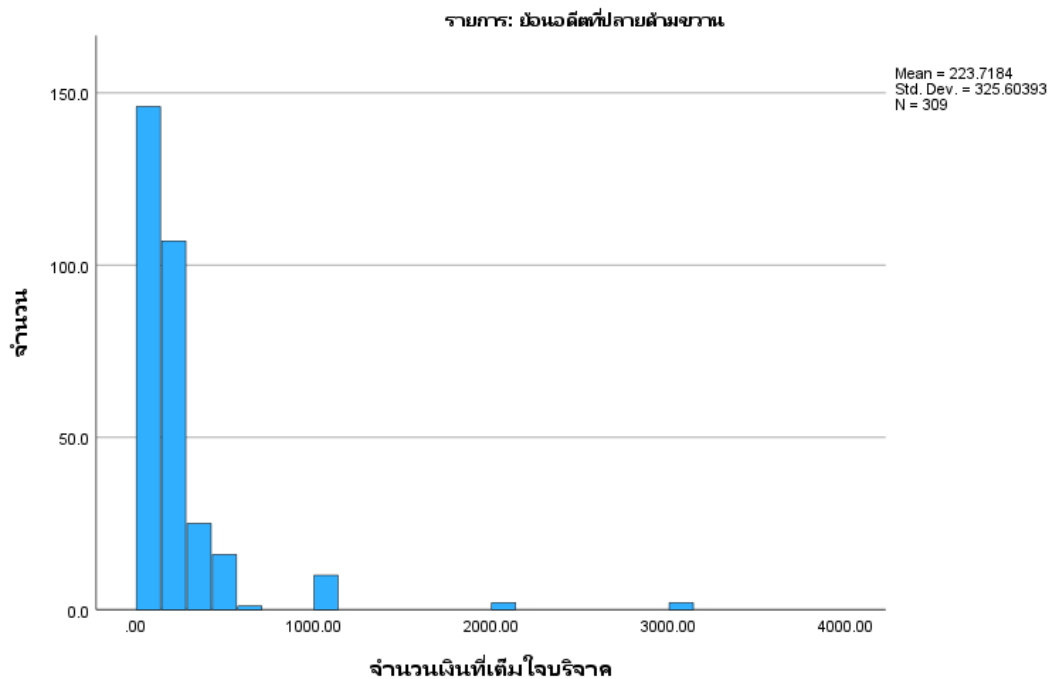
ตารางที่ 8.227 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ ย้อนอดีตที่ปลายด้ามขวาน จำแนกตามสัดส่วนของการรับชมรายการ เพื่อประเมินความเต็มใจบริจาค

สัดส่วนของการรับชมรายการ เพื่อประเมินความเต็มใจบริจาค	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
ไม่เกิน 25%	11.19	99
25 - 50 %	24.18	214
50 - 75 %	29.15	258
75 - 100 %	35.48	314

ตารางที่ 8.228 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ ย้อนอดีตที่ปลายด้ามขวาน ตามความเต็มใจบริจาค

ความเต็มใจบริจาคและจำนวนเงินที่เต็มใจบริจาค	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
ไม่เต็มใจบริจาค	65.08	576
5 - 100 บาท	16.38	145
101 - 200 บาท	11.30	100
มากกว่า 200 บาท	7.23	64
<i>ค่าเฉลี่ย</i>	78.11	
<i>ค่าต่ำสุด</i>	0	
<i>ค่าสูงสุด</i>	3,000	
<i>ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน</i>	219.83	

แผนภาพที่ 8.21 การกระจายตัวของจำนวนเงินเฉลี่ยที่เต็มใจบริจาคในรายการ ย้อนอดีตที่ปลายด้ามขวาน



**ตารางที่ 8.229 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ ย้อนอดีตที่ปลายด้ามขวาน
จำแนกตามประโยชน์ที่ได้รับจากรายการในแต่ละด้าน**

ประโยชน์ที่ได้รับจากรายการ ในแต่ละด้าน	ไม่ได้รับ		ได้รับ	
	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง
ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหา รายการ	0.65	2	99.35	307
ความเข้าใจความแตกต่างและ หลากหลายในสังคม	9.39	29	90.61	280
ความเข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบัน หรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต	2.27	7	97.73	302
การปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีใน สังคม	1.62	5	98.38	304
แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต	16.50	51	83.50	258
การนำเนื้อหารายการมาปรับใช้ใน ชีวิตประจำวัน	10.03	31	89.97	278
การมีรายการที่ส่งเสริมพัฒนาการ และการเรียนรู้สำหรับเด็กและ เยาวชน	13.59	42	86.41	267
การมีรายการที่มีคุณภาพและ เหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็ก เยาวชน และสถาบันครอบครัว	12.30	38	87.70	271
อื่นๆ คือ การดูแลสายน้ำ การ อนุรักษ์ต้นน้ำและธรรมชาติ/ความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้อง ประวัติศาสตร์ ความเป็นมา/การใช้ชีวิต/การดูแล ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม/ด้านการ ใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์/ด้านการ ท่องเที่ยว/ด้านคุณธรรม จริยธรรม ความรับผิดชอบ ช่วยเหลือซึ่ง กันและกันดี/เป็นแรงกระตุ้นให้ผู้คน เกิดความรักในถิ่นฐานบ้านเกิด/เปิด มุมมองใหม่ๆในจังหวัดชายแดนใต้/มี ประโยชน์ต่อประเทศ/มีเรื่องราวการ ใช้ชีวิตความเป็นอยู่ของคนประมง	85.11	263	14.89	46

การประเมินสัดส่วนที่ต้องการบริจาคในด้านต่างๆ นั้น ผู้วิจัยคำนวณจากสูตร

$$\frac{\text{คะแนนความต้องการการจัดสรรเงินบริจาคเพื่อพัฒนาประโยชน์ในด้านของแต่ละบุคคล} \times 100}{\text{คะแนนรวมทุกด้านของผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละคน}}$$

โดยที่ คะแนนความต้องการการจัดสรรเงินบริจาคเพื่อพัฒนาประโยชน์ในด้านของแต่ละบุคคลมีค่าตั้งแต่ 0 -10 จะนำไปหาสัดส่วนจากคะแนนรวมของทุกด้านของผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละคน ซึ่งมีจำนวนด้านที่ให้คะแนนไม่เท่ากัน แล้วจึงนำไปคูณด้วย 100 เพื่อให้มีค่าสัดส่วนอยู่ในช่วง 0 - 100 คะแนน จากนั้นจึงนำไปประเมินมูลค่าของเงินบริจาคในแต่ละด้านตามสูตรดังนี้

$$\text{มูลค่าของเงินบริจาคในแต่ละด้าน} = \frac{\text{สัดส่วนที่ต้องการบริจาคในด้านต่างๆ} \times \text{จำนวนเงินที่ยินดีบริจาค}}{100}$$

ตารางที่ 8.230 ค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ ย้อนอดีตที่ปลายด้ามขวาน จำแนกตามการประเมินสัดส่วนที่ต้องการบริจาคในด้านต่างๆ และการประเมินมูลค่าเงินบริจาคในแต่ละด้าน เฉพาะผู้ตอบแบบสอบถามที่ยินดีบริจาคให้รายการในด้านต่างๆ

การจัดสรรเงินบริจาคเพื่อพัฒนาประโยชน์ในด้านต่างๆ	สัดส่วนเฉลี่ย	มูลค่าเงินบริจาคเฉลี่ย (บาท)
ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	15.24	32.41
ความเข้าใจความแตกต่างและหลากหลายในสังคม	11.50	26.68
ความเข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต	13.46	29.65
การปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม	13.93	30.09
แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต	10.74	25.47
การนำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน	12.03	27.66
การมีรายการที่ส่งเสริมพัฒนาการและการเรียนรู้สำหรับเด็กและเยาวชน	11.23	25.66
การมีรายการที่มีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็ก เยาวชน และสถาบันครอบครัว	11.16	25.32
อื่นๆ คือ การดูแลสุขภาพน้ำ การอนุรักษ์ต้นน้ำและธรรมชาติ/ความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง ประวัติศาสตร์ความเป็นมา/การใช้ชีวิต/การดูแลสุขภาพชาติและสิ่งแวดล้อม/ด้านการใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์/ด้านการท่องเที่ยว/ด้านคุณธรรม จริยธรรม ความรับผิดชอบ ช่วยเหลือซึ่งกันและกันดี/เป็นแรงกระตุ้นให้ผู้คนเกิดความรักในถิ่นฐานบ้านเกิด/เปิดมุมมองใหม่ๆใน	0.73	1.43

การจัดสรรเงินบริจาคเพื่อพัฒนาประโยชน์ในด้านต่างๆ	สัดส่วนเฉลี่ย	มูลค่าเงินบริจาคเฉลี่ย (บาท)
จังหวัดชายแดนใต้/มีประโยชน์ต่อประเทศ/มีเรื่องราวการใช้ชีวิตความเป็นอยู่ของคนประมง		
รวม (เฉพาะผู้ยื่นดีบริจาคเพื่อประโยชน์ในด้านต่างๆ จำนวน 307 คน)	100.0	224.36

ตารางที่ 8.231 ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ ย้อนอดีตที่ปลายด้ามขวาน จำแนกตามเหตุผลที่เต็มใจจะบริจาคและไม่เต็มใจจะบริจาค

เหตุผลที่เต็มใจจะบริจาคและไม่เต็มใจจะบริจาค	ร้อยละ
เหตุผลที่เต็มใจจะบริจาค	
ประชาชนทุกคนควรมีส่วนร่วมในการสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ	31.46
เนื้อหาของรายการนี้มีความจำเป็นเร่งด่วนในสังคมไทย	7.32
รายการนี้มีประโยชน์ต่อตนเองและครอบครัวโดยตรง	17.80
รายการนี้มีประโยชน์ต่อสังคมและประเทศไทยโดยรวม	43.41
เหตุผลที่ไม่เต็มใจจะบริจาค	
รายได้ไม่เพียงพอ	17.68
รายการไม่มีประโยชน์ต่อตนเองและครอบครัว	6.74
รายการไม่มีประโยชน์ต่อสังคมและประเทศไทยโดยรวม	-
เป็นหน้าที่ของหน่วยงานรัฐที่ต้องสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ	53.68
รายการต้องเกิดขึ้นแน่นอน ถึงแม้ว่าจะไม่บริจาค	10.32
รายการไม่ใช่เรื่องจำเป็นเร่งด่วนในสังคมไทย	11.58
การหารายได้เป็นหน้าที่ผู้ผลิตและผู้ผลิตสามารถหารายได้จากหลายช่องทาง	-

2.4 รายการความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้ความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อ

รายการความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้ความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อ ประกอบด้วย 1 รายการ คือ (20) บริษัท (ไม่) จำกัด จำกัด มีผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายการทั้งหมด จำนวน 865 ราย โดยมีรายละเอียดผลการวิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคมของผู้ตอบและการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรายการ ดังนี้

20) รายการ บริษัท (ไม่) จำกัด จำกัด

รายการ บริษัท (ไม่) จำกัด จำกัด เป็นประเภทรายการความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้ความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อ มีผู้ตอบแบบสอบถามในรายการดังกล่าวจำนวน 856 ราย โดยมีรายละเอียดผลการวิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคมของผู้ตอบและการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรายการ ดังนี้

20.1) การวิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคม

จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ รายการ บริษัท (ไม่) จำกัด จำกัด จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส จำนวนบุตร สมาชิกในครัวเรือน และรายได้ครัวเรือน ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคมพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถามในรายการดังกล่าว โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนของเพศชาย และหญิงที่ใกล้เคียงกัน (ร้อยละ 49.77 และร้อยละ 49.18 ตามลำดับ) และเป็นผู้ที่ไม่ระบุเพศเป็นสัดส่วนร้อยละ 1.1 ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างมีอายุระหว่าง 21-30 ปีเป็นสัดส่วนสูงที่สุด (ร้อยละ 33.53) และกลุ่มตัวอย่างมากกว่าครึ่งมีระดับการศึกษาสูงสุดคือระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 62.50) รวมไปถึงประกอบอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขายในสัดส่วนเกือบครึ่งหนึ่ง (ร้อยละ 19.28 และ 26.52) กลุ่มตัวอย่างมีสถานภาพสมรสโสด ในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 48.01) และสัดส่วนมากกว่าครึ่งหนึ่งไม่มีบุตร (ร้อยละ 64.14) รวมไปถึงอาศัยอยู่ในครัวเรือนที่มีสมาชิกระหว่าง 3-5 คน เป็นสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 65.30) และส่วนใหญ่มีรายได้ครัวเรือน 30,000 บาทขึ้นไป/เดือน

ผู้ตอบแบบสอบถามในรายการดังกล่าวมีสัดส่วนที่อาศัยอยู่ในภาคกลางสูงที่สุด (ร้อยละ 29.79) รองลงมาคือภาคใต้ (ร้อยละ 23.36) และลำดับที่สามคือภาคเหนือ (ร้อยละ 17.87) ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามเกือบครึ่งรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย 2-3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ (ร้อยละ 43.93) และรับชมรายการที่มีเนื้อหาเป็นประโยชน์ต่อประชาชนทั่วไปเป็นสัดส่วนสูงที่สุด (ร้อยละ 32.66)

ตารางที่ 8.232 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ บริษัท (ไม่) จัดฉาก จำกัด จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส จำนวนบุตร สมาชิกในครัวเรือน และรายได้ครัวเรือน

ลักษณะเศรษฐกิจสังคม ของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ บริษัท (ไม่) จัดฉาก จำกัด	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
เพศ		
ชาย	49.77	426
หญิง	49.18	421
ไม่ระบุ	1.05	9
อายุ		
20 ปีหรือน้อยกว่า	9.35	80
21-30 ปี	33.53	287
31-40 ปี	32.94	282
41-50 ปี	12.62	108
51-60 ปี	7.24	62
มากกว่า 60 ปี	4.32	37
การศึกษา		
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	3.62	31
มัธยมศึกษาตอนต้น	2.80	24
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	12.73	109
ปวส./อนุปริญญา	5.49	47
ปริญญาตรี	62.50	535
สูงกว่าปริญญาตรี	12.85	110
อาชีพ		
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	19.28	165
พนักงานบริษัทเอกชน	15.77	135
ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย	26.52	227
ผู้ใช้แรงงาน/รับจ้างทั่วไป	18.34	157
เกษตรกร/ชาวประมง	3.50	30
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	1.17	10
นักเรียน/นักศึกษา	11.33	97
เกษียณอายุ/ว่างงาน	3.97	34
พนักงานของรัฐ	-	-
ครู/อาจารย์	-	-
พนักงานมหาวิทยาลัย	0.12	1

ลักษณะเศรษฐกิจสังคม ของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ บริษัท (ไม่) จำกัด จำกัด	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
สถานภาพสมรส		
โสด	48.01	411
แต่งงาน มีบุตร	32.59	279
แต่งงาน ไม่มีบุตร	12.15	104
หย่าร้าง/เป็นหม้าย/แยกกันอยู่	7.24	62
จำนวนบุตร		
ไม่มีบุตร	64.14	549
1 คน	15.89	136
2 คน	11.57	99
3-4 คน	8.29	71
5 คนขึ้นไป	0.12	1
สมาชิกในครัวเรือน		
1-2 คน	19.63	168
3-5 คน	65.30	559
6-8 คน	14.49	124
มากกว่า 8 คน	0.58	5
รายได้ครัวเรือน (บาท/เดือน)		
น้อยกว่า 10,000 บาท	2.92	25
10,000-19,000 บาท	6.31	54
20,000-29,999 บาท	10.98	94
30,000-39,999 บาท	23.01	197
40,000-49,999 บาท	25.70	220
50,000 บาท หรือมากกว่า	31.07	266

ตารางที่ 8.233 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ บริษัท (ไม่) จำกัด จำกัด จำแนกตามภาค

ภาค	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
กรุงเทพมหานคร	12.85	110
ภาคเหนือ	17.87	153
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	16.12	138
ภาคกลาง	29.79	255
ภาคใต้	23.36	200

**ตารางที่ 8.234 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ บริษัท (ไม่) จัดฉาก จำกัด
จำแนกตามปริมาณการรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย**

ปริมาณการรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
1 ชั่วโมงต่อสัปดาห์หรือน้อยกว่า	10.28	88
2-3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	43.93	376
4-5 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	22.55	193
6-7 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	17.41	149
8 ชั่วโมงต่อสัปดาห์หรือมากกว่า	5.84	50

**ตารางที่ 8.235 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ บริษัท (ไม่) จัดฉาก จำกัด
จำแนกตามประเภทรายการทีวีที่รับชมเป็นประจำ (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)**

ประเภทรายการทีวีที่รับชมเป็นประจำ	ร้อยละ
รายการสำหรับเด็ก เยาวชนและครอบครัว	18.71
รายการที่มีเนื้อหาเป็นประโยชน์ต่อประชาชนทั่วไป	32.66
รายการสารคดีเชิงประวัติศาสตร์	20.64
รายการเสริมสร้างความรู้ เช่น ความรู้เท่าทันสื่อ	24.76
รายการสำหรับคนพิการ	3.14
อื่นๆ	0.09

20.2) การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรายการ

หากพิจารณาการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรายการ รายการ บริษัท (ไม่) จัดฉาก จำกัด สามารถสรุปได้ดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนการเคยรับชมหรือรู้จักรายการ รายการ บริษัท (ไม่) จัดฉาก จำกัด คิดเป็นร้อยละ 40.65
2. ผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนของการรับชมรายการระหว่าง 75-100% เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 47.08
3. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเต็มใจที่จะบริจาคให้รายการ รายการ บริษัท (ไม่) จัดฉาก จำกัด คิดเป็นร้อยละ 31.72 โดยแบ่งเป็นผู้ที่เต็มใจบริจาคเป็นจำนวน 5-100 บาท คิดเป็นร้อยละ 15.89 และเต็มใจบริจาคเป็นจำนวน 101-200 บาท คิดเป็นร้อยละ 12.27 และมากกว่า 200 บาท คิดเป็นร้อยละ 2.57 โดยมีผู้ที่เต็มใจบริจาคเป็นจำนวนเงินสูงสุดจำนวน 500 บาท ทั้งนี้มีค่าเฉลี่ยของจำนวนที่เต็มใจจะบริจาคเป็นจำนวน 46.09 บาท
4. ผู้ตอบแบบสอบถามรายงานว่าได้รับประโยชน์จากรายการ รายการ บริษัท (ไม่) จัดฉาก จำกัด ในด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 99.62

5. ผู้ตอบแบบสอบถามให้คะแนนความต้องการจัดสรรเงินบริจาคแก่รายการ รายการ บริษัท (ไม่) จัดฉาก จำกัด ในด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ เฉลี่ยสูงสุด คือ 14.55/100 คะแนน คิดเป็นมูลค่าเงินบริจาคเฉลี่ย 22.00 บาท
6. ผู้ตอบแบบสอบถามที่เต็มใจที่จะบริจาคให้รายการ รายการ บริษัท (ไม่) จัดฉาก จำกัด มีเหตุผลที่เต็มใจบริจาค คือ รายการนี้มีประโยชน์ต่อสังคมและประเทศไทยโดยรวม เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 44.81 และมีเหตุผลที่ไม่เต็มใจจะบริจาค คือ เป็นหน้าที่ของหน่วยงานรัฐที่ต้องสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 45.86

ตารางที่ 8.236 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ บริษัท (ไม่) จัดฉาก จำกัด จำแนกตามการเคยรับชมหรือรู้จักรายการ

การเคยรับชมหรือรู้จักรายการ	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
เคยรับชม/รู้จัก	40.65	348
ไม่เคยรับชม/ไม่รู้จัก	59.35	508

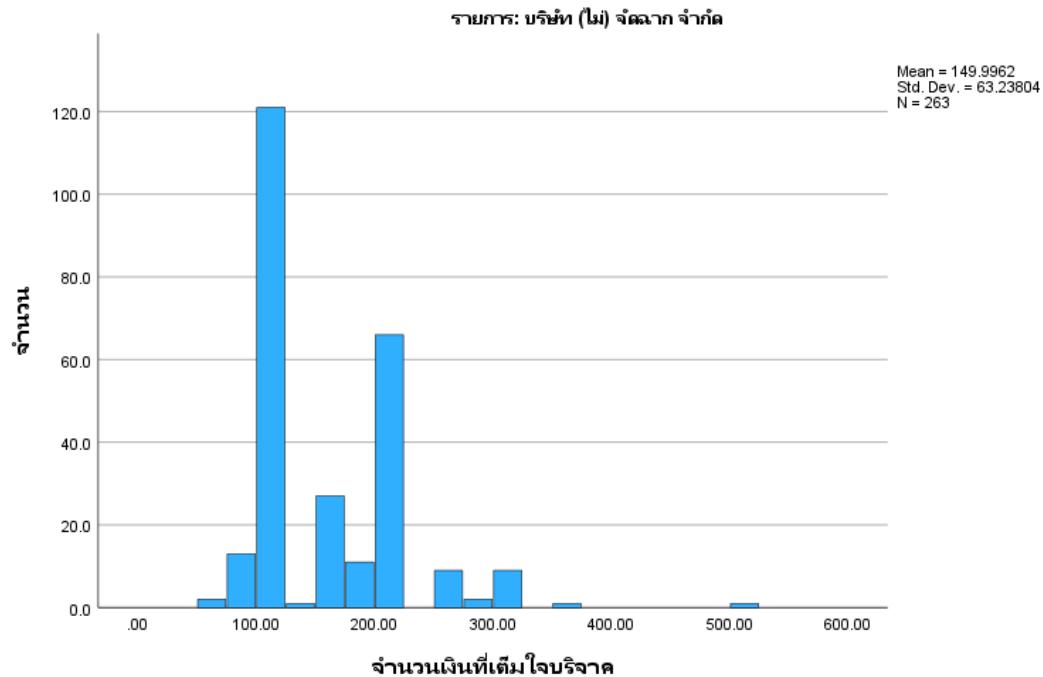
ตารางที่ 8.237 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ บริษัท (ไม่) จัดฉาก จำกัด จำแนกตามสัดส่วนของการรับชมรายการ เพื่อประเมินความเต็มใจบริจาค

สัดส่วนของการรับชมรายการ เพื่อประเมินความเต็มใจบริจาค	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
ไม่เกิน 25%	7.59	65
25 - 50 %	20.79	178
50 - 75 %	24.53	210
75 - 100 %	47.08	403

ตารางที่ 8.238 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ บริษัท (ไม่) จัดฉาก จำกัด ตามความเต็มใจบริจาค

ความเต็มใจบริจาคและจำนวนเงินที่เต็มใจบริจาค	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
ไม่เต็มใจบริจาค	69.28	593
5 - 100 บาท	15.89	136
101 - 200 บาท	12.27	105
มากกว่า 200 บาท	2.57	22
ค่าเฉลี่ย	46.09	
ค่าต่ำสุด	0	
ค่าสูงสุด	500	
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	77.59	

แผนภาพที่ 8.22 การกระจายตัวของจำนวนเงินเฉลี่ยที่เต็มใจบริจาคในรายการ บริษัท (ไม่) จัดฉาก จำกัด



ตารางที่ 8.239 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ บริษัท (ไม่) จัดฉาก จำกัด
 จำแนกตามประโยชน์ที่ได้รับจากรายการในแต่ละด้าน

ประโยชน์ที่ได้รับจากรายการ ในแต่ละด้าน	ไม่ได้รับ		ได้รับ	
	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง
ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหา รายการ	0.38	1	99.62	262
ความเข้าใจความแตกต่างและ หลากหลายในสังคม	4.94	13	95.06	250
ความเข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบัน หรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต	3.80	10	96.20	253
การปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดี ในสังคม	1.90	5	98.10	258
แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต	12.93	34	87.07	229
การนำเนื้อหารายการมาปรับใช้ใน ชีวิตประจำวัน	9.13	24	90.87	239
การมีรายการที่ส่งเสริมพัฒนาการ และการเรียนรู้สำหรับเด็กและ เยาวชน	13.69	36	86.31	227

ประโยชน์ที่ได้รับจากรายการ ในแต่ละด้าน	ไม่ได้รับ		ได้รับ	
	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง
การมีรายการที่มีคุณภาพและ เหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็ก เยาวชน และสถาบันครอบครัว	11.41	30	88.59	233
อื่นๆ คือ ความบันเทิง/แง่มุมการใช้ชีวิต/การ ช่วยเหลือกัน/การอยู่ร่วมกัน/ความ แตกต่างทางสังคม/ทักษะชีวิต/การ ปลูกฝังทัศนคติ/ความรับผิดชอบต่อ งาน/แรงบันดาลใจในการทำงาน/ สถาบันครอบครัว	73.38	193	26.62	70

การประเมินสัดส่วนที่ต้องการบริจาคในด้านต่างๆ นั้น ผู้วิจัยคำนวณจากสูตร

$$\frac{\text{คะแนนความต้องการการจัดสรรเงินบริจาคเพื่อพัฒนาประโยชน์ในด้านของแต่ละบุคคล} \times 100}{\text{คะแนนรวมทุกด้านของผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละคน}}$$

โดยที่ คะแนนความต้องการการจัดสรรเงินบริจาคเพื่อพัฒนาประโยชน์ในด้านของแต่ละบุคคลมี
ค่าตั้งแต่ 0 -10 จะนำไปหาสัดส่วนจากคะแนนรวมของทุกด้านของผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละคน ซึ่งมี
จำนวนด้านที่ให้คะแนนไม่เท่ากัน แล้วจึงนำไปคูณด้วย 100 เพื่อให้มีค่าสัดส่วนอยู่ในช่วง 0 - 100 คะแนน
จากนั้นจึงนำไปประเมินมูลค่าของเงินบริจาคในแต่ละด้านตามสูตรดังนี้

$$\text{มูลค่าของเงินบริจาคในแต่ละด้าน} = \frac{\text{สัดส่วนที่ต้องการบริจาคในด้านต่างๆ} \times \text{จำนวนเงินที่ยินดีบริจาค}}{100}$$

ตารางที่ 8.240 ค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ บริษัท (ไม่) จัดฉาก จำกัด จำแนกตาม การประเมินสัดส่วนที่ต้องการบริจาคในด้านต่างๆ และการประเมินมูลค่าเงินบริจาคในแต่ละด้าน เฉพาะผู้ตอบแบบสอบถามที่ยินดีบริจาคให้รายการในด้านต่างๆ

การจัดสรรเงินบริจาคเพื่อพัฒนาประโยชน์ในด้านต่างๆ	สัดส่วนเฉลี่ย	มูลค่าเงินบริจาคเฉลี่ย (บาท)
ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	14.55	22.00
ความเข้าใจความแตกต่างและหลากหลายในสังคม	12.35	18.20
ความเข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต	12.73	19.25
การปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม	13.75	20.60
แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต	11.58	17.55
การนำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน	11.02	16.53
การมีรายการที่ส่งเสริมพัฒนาการและการเรียนรู้สำหรับเด็กและเยาวชน	10.54	15.52
การมีรายการที่มีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็ก เยาวชน และสถาบันครอบครัว	11.04	16.37
อื่นๆ คือความบันเทิง/แง่มุมการใช้ชีวิต/การช่วยเหลือกัน/การอยู่ร่วมกัน/ความแตกต่างทางสังคม/ทักษะชีวิต/การปลูกฝังทัศนคติ/ความรับผิดชอบ ต่องาน/แรงบันดาลใจในการทำงาน/สถาบันครอบครัว	2.44	3.97
รวม (เฉพาะผู้ยินดีบริจาคเพื่อประโยชน์ในด้านต่างๆ จำนวน 260 คน)	100.0	150.00

ตารางที่ 8.241 ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ บริษัท (ไม่) จัดฉาก จำกัด จำแนกตามเหตุผลที่เต็มใจจะบริจาคและไม่เต็มใจจะบริจาค

เหตุผลที่เต็มใจจะบริจาคและไม่เต็มใจจะบริจาค	ร้อยละ
เหตุผลที่เต็มใจจะบริจาค	
ประชาชนทุกคนควรมีส่วนร่วมในการสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ	35.01
เนื้อหารายการนี้มีความจำเป็นเร่งด่วนในสังคมไทย	6.53
รายการนี้มีประโยชน์ต่อตนเองและครอบครัวโดยตรง	13.65
รายการนี้มีประโยชน์ต่อสังคมและประเทศไทยโดยรวม	44.81
เหตุผลที่ไม่เต็มใจจะบริจาค	
รายได้ไม่เพียงพอ	18.11
รายการไม่มีประโยชน์ต่อตนเองและครอบครัว	9.25
รายการไม่มีประโยชน์ต่อสังคมและประเทศไทยโดยรวม	0.19

เหตุผลที่เต็มใจจะบริจาคและไม่เต็มใจจะบริจาค	ร้อยละ
เป็นหน้าที่ของหน่วยงานรัฐที่ต้องสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ	45.86
รายการต้องเกิดขึ้นแน่นอน ถึงแม้ว่าจะไม่บริจาค	12.14
รายการไม่ใช่เรื่องจำเป็นเร่งด่วนในสังคมไทย	14.45
การหารายได้เป็นหน้าที่ผู้ผลิต และผู้ผลิตสามารถหารายได้จากหลายช่องทาง	-

2.5 รายการส่งเสริมให้คนพิการรู้จักสิทธิและใช้ประโยชน์จากกิจการโทรทัศน์ได้อย่างรู้เท่าทัน

รายการการส่งเสริมให้คนพิการรู้จักสิทธิและใช้ประโยชน์จากกิจการโทรทัศน์ได้อย่างรู้เท่าทัน ประกอบด้วย 1 รายการ คือ (21) รายการ D-มีดี มีผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายการทั้งหมด จำนวน 849 ราย โดยมีรายละเอียดผลการวิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคมของผู้ตอบและการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรายการ ดังนี้

21) รายการ D-มีดี

รายการ D-มีดี เป็นประเภทรายการส่งเสริมให้คนพิการรู้จักสิทธิและใช้ประโยชน์จากกิจการโทรทัศน์ได้อย่างรู้เท่าทัน มีผู้ตอบแบบสอบถามในรายการดังกล่าวจำนวน 849 ราย โดยมีรายละเอียดผลการวิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคมของผู้ตอบและการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรายการ ดังนี้

21.1) การวิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคม

จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ รายการ D-มีดี จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส จำนวนบุตร สมาชิกในครัวเรือน และรายได้ครัวเรือน ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคมพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถามในรายการดังกล่าว โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนของเพศชาย และหญิงที่ใกล้เคียงกัน (ร้อยละ 53.36 และร้อยละ 45.94 ตามลำดับ) และเป็นผู้ที่ไม่ระบุเพศเป็นสัดส่วนร้อยละ 0.71 ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างมีอายุระหว่าง 31-40 ปีเป็นสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 37.34) และกลุ่มตัวอย่างมากกว่าครึ่งมีระดับการศึกษาสูงสุดคือระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 58.54) รวมไปถึงประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย และผู้ใช้แรงงาน/รับจ้างทั่วไป ในสัดส่วนเกือบครึ่งหนึ่ง (ร้อยละ 28.50 และ 18.02) กลุ่มตัวอย่างมีสถานภาพสมรสโสด ในสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 48.29) และสัดส่วนมากกว่าครึ่งหนึ่งไม่มีบุตร (ร้อยละ 63.60) รวมไปถึงอาศัยอยู่ในครัวเรือนที่มีสมาชิกระหว่าง 3-5 คน เป็นสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 69.02) และส่วนใหญ่มีรายได้ครัวเรือน 30,000 บาทขึ้นไป/เดือน ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ในรายการดังกล่าวไม่ได้เป็นผู้พิการและไม่มีผู้พิการอยู่ในครอบครัว (ร้อยละ 92.70)

ผู้ตอบแบบสอบถามในรายการดังกล่าวมีสัดส่วนที่อาศัยอยู่ในภาคกลางสูงที่สุด (ร้อยละ 28.74) รองลงมาคือภาคใต้ (ร้อยละ 24.73) และลำดับที่สามคือภาคเหนือ (ร้อยละ 17.43) ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามเกือบครึ่งรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย 2-3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ (ร้อยละ 46.41) และรับชมรายการที่มีเนื้อหาเป็นประโยชน์ต่อประชาชนทั่วไปเป็นสัดส่วนสูงที่สุด (ร้อยละ 31.95)

ตารางที่ 8.242 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ D-มีดี จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส จำนวนบุตร สมาชิกในครัวเรือน และรายได้ครัวเรือน

ลักษณะเศรษฐกิจสังคม ของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ D-มีดี	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
เพศ		
ชาย	53.36	453
หญิง	45.94	390
ไม่ระบุ	0.71	6
อายุ		
20 ปีหรือน้อยกว่า	9.19	78
21-30 ปี	26.62	226
31-40 ปี	37.34	317
41-50 ปี	15.55	132
51-60 ปี	6.95	59
มากกว่า 60 ปี	4.36	37
การศึกษา		
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	2.24	19
มัธยมศึกษาตอนต้น	3.18	27
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	15.19	129
ปวส./อนุปริญญา	6.60	56
ปริญญาตรี	58.54	497
สูงกว่าปริญญาตรี	14.25	121
อาชีพ		
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	17.67	150
พนักงานบริษัทเอกชน	13.19	112
ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย	28.50	242
ผู้ใช้แรงงาน/รับจ้างทั่วไป	18.02	153
เกษตรกร/ชาวประมง	4.59	39
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	1.88	16
นักเรียน/นักศึกษา	11.78	100
เกษียณอายุ/ว่างงาน	4.12	35
พนักงานของรัฐ	-	-
ครู/อาจารย์	-	-
พนักงานมหาวิทยาลัย	0.24	2
สถานภาพสมรส		

ลักษณะเศรษฐกิจสังคม ของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ D-มีดี	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
โสด	48.29	410
แต่งงาน มีบุตร	32.27	274
แต่งงาน ไม่มีบุตร	11.07	94
หย่าร้าง/เป็นหม้าย/แยกกันอยู่	8.36	71
จำนวนบุตร		
ไม่มีบุตร	63.60	540
1 คน	15.67	133
2 คน	10.25	87
3-4 คน	10.01	85
5 คนขึ้นไป	0.47	4
สมาชิกในครัวเรือน		
1-2 คน	13.31	113
3-5 คน	69.02	586
6-8 คน	16.84	143
มากกว่า 8 คน	0.82	7
รายได้ครัวเรือน (บาท/เดือน)		
น้อยกว่า 10,000 บาท	0.71	6
10,000-19,000 บาท	2.47	21
20,000-29,999 บาท	15.08	128
30,000-39,999 บาท	24.62	209
40,000-49,999 บาท	25.56	217
50,000 บาท หรือมากกว่า	31.57	268
ความเกี่ยวข้องกับผู้พิการ		
ไม่ได้เป็นผู้พิการและไม่มีผู้พิการอยู่ในครอบครัว	92.70	787
ไม่ได้เป็นผู้พิการ แต่มีผู้พิการอยู่ในครอบครัว	4.24	36
เป็นผู้พิการทางการมองเห็น (มีผู้อื่นช่วยตอบแบบสอบถาม)	0.12	1
เป็นผู้พิการทางการได้ยินหรือสื่อความหมาย	0.82	7
เป็นผู้พิการทางการเคลื่อนไหวร่างกาย	2.12	18

ตารางที่ 8.243 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ D-มีดี จำแนกตามภาค

ภาค	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
กรุงเทพมหานคร	14.25	121
ภาคเหนือ	17.43	148
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	14.84	126
ภาคกลาง	28.74	244
ภาคใต้	24.73	210

ตารางที่ 8.244 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ D-มีดี จำแนกตามปริมาณการรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย

ปริมาณการรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
1 ชั่วโมงต่อสัปดาห์หรือน้อยกว่า	8.83	75
2-3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	46.41	394
4-5 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	27.44	233
6-7 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	11.19	95
8 ชั่วโมงต่อสัปดาห์หรือมากกว่า	6.12	52

ตารางที่ 8.245 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ D-มีดี จำแนกตามประเภทรายการทีวีที่รับชมเป็นประจำ (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

ประเภทรายการทีวีที่รับชมเป็นประจำ	ร้อยละ
รายการสำหรับเด็ก เยาวชนและครอบครัว	18.81
รายการที่มีเนื้อหาเป็นประโยชน์ต่อประชาชนทั่วไป	31.95
รายการสารคดีเชิงประวัติศาสตร์	19.36
รายการเสริมสร้างความรู้ เช่น ความรู้เท่าทันสื่อ	23.81
รายการสำหรับคนพิการ	5.85
อื่นๆ	0.21

21.2) การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรายการ

หากพิจารณาการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรายการ รายการ D-มีดี สามารถสรุปได้ดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนการเคยรับชมหรือรู้จักรายการ รายการ D-มีดี คิดเป็นร้อยละ 67.73
2. ผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนของการรับชมรายการระหว่าง 75-100% เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 46.76
3. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเต็มใจที่จะบริจาคให้รายการ รายการ D-มีดี คิดเป็นร้อยละ 32.04 โดยแบ่งเป็นผู้ที่เต็มใจบริจาคเป็นจำนวน 5-100 บาท คิดเป็นร้อยละ 20.49 และเต็มใจบริจาคเป็นจำนวน 101-200 บาท คิดเป็นร้อยละ 8.01 และมากกว่า 200 บาท คิดเป็นร้อยละ 3.53 โดยมีผู้ที่เต็มใจบริจาคเป็นจำนวนเงินสูงสุดจำนวน 500 บาท ทั้งนี้มีค่าเฉลี่ยของจำนวนที่เต็มใจจะบริจาคเป็นจำนวน 44.73 บาท
4. ผู้ตอบแบบสอบถามรายงานว่าได้รับประโยชน์จากรายการ รายการ D-มีดี ในด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 100.0
5. ผู้ตอบแบบสอบถามให้คะแนนความต้องการจัดสรรเงินบริจาคแก่รายการ รายการ D-มีดี ในด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ เฉลี่ยสูงสุด คือ 16.55/100 คะแนน คิดเป็นมูลค่าเงินบริจาคเฉลี่ย 24.59 บาท
6. ผู้ตอบแบบสอบถามที่เต็มใจที่จะบริจาคให้รายการ รายการ D-มีดี มีเหตุผลที่เต็มใจบริจาค คือ รายการนี้มีประโยชน์ต่อสังคมและประเทศไทยโดยรวม เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 44.22 และมีเหตุผลที่ไม่เต็มใจจะบริจาค คือ เป็นหน้าที่ของหน่วยงานรัฐที่ต้องสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 61.03

ตารางที่ 8.246 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ D-มีดี จำแนกตามการเคยรับชมหรือรู้จักรายการ

การเคยรับชมหรือรู้จักรายการ	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
เคยรับชม/รู้จัก	67.73	575
ไม่เคยรับชม/ไม่รู้จัก	32.27	274

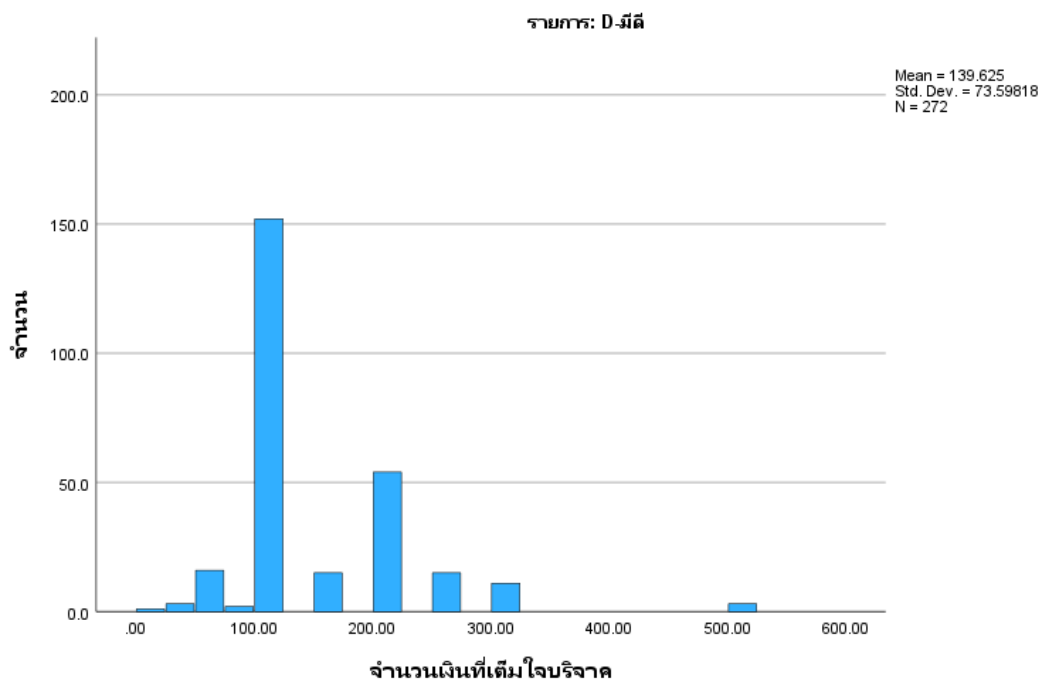
ตารางที่ 8.247 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ D-มีดี จำแนกตามสัดส่วนของการรับชมรายการ เพื่อประเมินความเต็มใจบริจาค

สัดส่วนของการรับชมรายการ เพื่อประเมินความเต็มใจบริจาค	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
ไม่เกิน 25%	7.77	66
25 - 50 %	24.26	206
50 - 75 %	21.20	180
75 - 100 %	46.76	397

ตารางที่ 8.248 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ D-มีดี ตามความเต็มใจ
 บริจาค

ความเต็มใจบริจาคและจำนวนเงินที่เต็มใจบริจาค	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
ไม่เต็มใจบริจาค	67.96	577
5 - 100 บาท	20.49	174
101 - 200 บาท	8.01	68
มากกว่า 200 บาท	3.53	30
ค่าเฉลี่ย	44.73	
ค่าต่ำสุด	0	
ค่าสูงสุด	500	
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	77.34	

แผนภาพที่ 8.23 การกระจายตัวของจำนวนเงินเฉลี่ยที่เต็มใจบริจาคในรายการ D-มีดี



ตารางที่ 8.249 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ D-มีดี จำแนกตามประโยชน์ที่ได้รับจากรายการในแต่ละด้าน

ประโยชน์ที่ได้รับจากรายการ ในแต่ละด้าน	ไม่ได้รับ		ได้รับ	
	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง
ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหา รายการ	0.00	0	100.00	272
ความเข้าใจความแตกต่างและ หลากหลายในสังคม	0.74	2	99.26	270
ความเข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบัน หรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต	2.94	8	97.06	264
การปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีใน สังคม	0.37	1	99.63	271
แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต	11.03	30	88.97	242
การนำเนื้อหารายการมาปรับใช้ใน ชีวิตประจำวัน	10.66	29	89.34	243
การมีรายการที่ส่งเสริมพัฒนาการ และการเรียนรู้สำหรับเด็กและ เยาวชน	23.90	65	76.10	207
การมีรายการที่มีคุณภาพและ เหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็ก เยาวชน และสถาบันครอบครัว	21.32	58	78.68	214
อื่นๆ อ เข้าใจคนพิการมากขึ้น/การ ใช้ชีวิตประจำวัน/การอยู่ร่วมกัน อย่างมีความสุข/ขวัญและกำลังใจ/ การให้โอกาสคนพิการ	91.91	250	8.09	22

การประเมินสัดส่วนที่ต้องการบริจาคในด้านต่างๆ นั้น ผู้วิจัยคำนวณจากสูตร

$$\frac{\text{คะแนนความต้องการการจัดสรรเงินบริจาคเพื่อพัฒนาประโยชน์ในด้านของแต่ละบุคคล} \times 100}{\text{คะแนนรวมทุกด้านของผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละคน}}$$

โดยที่ คะแนนความต้องการการจัดสรรเงินบริจาคเพื่อพัฒนาประโยชน์ในด้านของแต่ละบุคคลมีค่าตั้งแต่ 0 -10 จะนำไปหาสัดส่วนจากคะแนนรวมของทุกด้านของผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละคน ซึ่งมีจำนวนด้านที่ให้คะแนนไม่เท่ากัน แล้วจึงนำไปคูณด้วย 100 เพื่อให้มีค่าสัดส่วนอยู่ในช่วง 0 - 100 คะแนน

$$\text{มูลค่าของเงินบริจาคในแต่ละด้าน} = \frac{\text{สัดส่วนที่ต้องการบริจาคในด้านต่างๆ} \times \text{จำนวนเงินที่ยินดีบริจาค}}{100}$$

จากนั้นจึงนำไปประเมินมูลค่าของเงินบริจาคในแต่ละด้านตามสูตรดังนี้

ตารางที่ 8.250 ค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ D-มีดี จำแนกตามการประเมินสัดส่วนที่ต้องการบริจาคในด้านต่างๆ และการประเมินมูลค่าเงินบริจาคในแต่ละด้าน เฉพาะผู้ตอบแบบสอบถามที่ยินดีบริจาคให้รายการในด้านต่างๆ

การจัดสรรเงินบริจาคเพื่อพัฒนาประโยชน์ในด้านต่างๆ	สัดส่วนเฉลี่ย	มูลค่าเงินบริจาคเฉลี่ย (บาท)
ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	16.55	24.59
ความเข้าใจความแตกต่างและหลากหลายในสังคม	13.80	19.79
ความเข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต	13.05	18.39
การปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม	14.39	20.47
แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต	12.13	17.27
การนำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน	11.20	14.89
การมีรายการที่ส่งเสริมพัฒนาการและการเรียนรู้สำหรับเด็กและเยาวชน	9.14	11.85
การมีรายการที่มีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็ก เยาวชน และสถาบันครอบครัว	9.52	12.73
อื่นๆ คือ เข้าใจคนพิการมากขึ้น/การใช้ชีวิตประจำวัน/การอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข/ขวัญและกำลังใจ/การให้ออกาสคนพิการ	0.21	0.21
รวม (เฉพาะผู้ยินดีบริจาคเพื่อประโยชน์ในด้านต่างๆ จำนวน 269 คน)	100.0	140.18

ตารางที่ 8.251 ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ D-มีมติ จำแนกตามเหตุผลที่เต็มใจจะบริจาค และไม่เต็มใจจะบริจาค

เหตุผลที่เต็มใจจะบริจาคและไม่เต็มใจจะบริจาค	ร้อยละ
เหตุผลที่เต็มใจจะบริจาค	
ประชาชนทุกคนควรมีส่วนร่วมในการสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ	34.39
เนื้อหาของรายการนี้มีความจำเป็นเร่งด่วนในสังคมไทย	7.23
รายการนี้มีประโยชน์ต่อตนเองและครอบครัวโดยตรง	14.16
รายการนี้มีประโยชน์ต่อสังคมและประเทศไทยโดยรวม	44.22
เหตุผลที่ไม่เต็มใจจะบริจาค	
รายได้ไม่เพียงพอ	9.54
รายการไม่มีประโยชน์ต่อตนเองและครอบครัว	6.96
รายการไม่มีประโยชน์ต่อสังคมและประเทศไทยโดยรวม	61.03
เป็นหน้าที่ของหน่วยงานรัฐที่ต้องสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ	10.54
รายการต้องเกิดขึ้นแน่นอน ถึงแม้ว่าจะไม่บริจาค	11.93
รายการไม่ใช่เรื่องจำเป็นเร่งด่วนในสังคมไทย	9.54
การหารายได้เป็นหน้าที่ผู้ผลิตและผู้ผลิตสามารถหารายได้จากหลายช่องทาง	6.96

3. การวิเคราะห์ความเต็มใจบริจาค และประเภทรายการ

3.1 ความเต็มใจบริจาค

ผลการวิเคราะห์ความเต็มใจบริจาค จำแนกตามช่วงอายุพบว่า สัดส่วนของผู้เต็มใจบริจาคในกลุ่มผู้สูงอายุที่อายุมากกว่า 60 ปีมีมากกว่าช่วงอายุอื่นๆ อย่างชัดเจน คือร้อยละ 40.28 ในขณะที่กลุ่มอายุไม่เกิน 20 ปี มีสัดส่วนของผู้ที่เต็มใจบริจาค่น้อยที่สุด คือร้อยละ 6.76

ตารางที่ 8.252 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดตามความเต็มใจบริจาค
จำแนกตามช่วงอายุ

ช่วงอายุ	ความเต็มใจบริจาค				รวม	
	เต็มใจ		ไม่เต็มใจ		ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง
	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง		
20 ปีหรือน้อยกว่า	6.76	33	93.24	455	100.00	488
21-30 ปี	25.94	290	74.06	828	100.00	1,118
31-40 ปี	26.89	412	73.11	1,120	100.00	1,532
41-50 ปี	27.03	196	72.97	529	100.00	725
51-60 ปี	25.60	96	74.40	279	100.00	375
มากกว่า 60 ปี	40.28	87	59.72	129	100.00	216
รวม	25.01	1,114	74.99	3,340	100.00	4,454

ผลการวิเคราะห์ความเต็มใจบริจาค จำแนกตามระดับการศึกษาพบว่า สัดส่วนของผู้เต็มใจบริจาคในกลุ่มผู้ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาและมัธยมศึกษาตอนต้นมีสัดส่วนค่อนข้างสูงคือ ร้อยละ 88.64 และ 71.74 ตามลำดับ ในขณะที่ผู้ที่มีระดับการศึกษาอื่นๆ จะมีสัดส่วนของผู้เต็มใจบริจาคค่อนข้างน้อยคือ ไม่ถึง 1 ใน 3 ในแต่ละกลุ่มอายุ

**ตารางที่ 8.253 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดตามความเต็มใจบริจาค
จำแนกตามการศึกษา**

การศึกษา	ความเต็มใจบริจาค				รวม	
	เต็มใจ		ไม่เต็มใจ		ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง
	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง		
ต่ำกว่า มัธยมศึกษา ตอนต้น	88.64	78	11.36	10	100.00	88
มัธยมศึกษา ตอนต้น	71.74	66	28.26	26	100.00	92
มัธยมศึกษา ตอนปลาย/ ปวช.	18.77	119	81.23	515	100.00	634
ปวส./ อนุปริญญา	25.98	86	74.02	245	100.00	331
ปริญญาตรี	21.74	556	78.26	2,001	100.00	2,557
รวม	25.01	1,114	74.99	3,340	100.00	752

ผลการวิเคราะห์ความเต็มใจบริจาค จำแนกตามจำนวนบุตรพบว่า สัดส่วนของผู้เต็มใจบริจาค
ในกลุ่มผู้ที่มีบุตร 5 คนขึ้นไปมีสัดส่วนค่อนข้างมากถึงร้อยละ 92.31 รองลงมาคือ กลุ่มผู้ที่มีบุตร 2 คน
และ 3 - 4 คนขึ้นคือ ร้อยละ 29 และ 27.19 ตามลำดับ

**ตารางที่ 8.254 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดตามความเต็มใจบริจาค จำแนก
ตามจำนวนบุตร**

จำนวนบุตร	ความเต็มใจบริจาค				รวม	
	เต็มใจ		ไม่เต็มใจ		ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง
	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง		
ไม่มีบุตร	25.21	661	74.79	1,961	100.00	2,622
1 คน	19.54	162	80.46	667	100.00	829
2 คน	28.96	161	71.04	395	100.00	556
3-4 คน	27.19	118	72.81	316	100.00	434
5 คนขึ้นไป	92.31	12	7.69	1	100.00	13
รวม	25.01	1,114	74.99	3,340	100.00	4,454

ผลการวิเคราะห์ความเต็มใจบริจาคเมื่อจำแนกตามรายได้ครัวเรือนพบว่ากลุ่มที่มีรายได้ครัวเรือน 10,000-19,000 บาท มีสัดส่วนของผู้เต็มใจบริจาคมากที่สุด คือร้อยละ 81.36 รองลงมาคือกลุ่มที่มีรายได้ครัวเรือน น้อยกว่า 10,000 บาท คือร้อยละ 57.25

ตารางที่ 8.255 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดตามความเต็มใจบริจาค จำแนกตามรายได้ครัวเรือน

รายได้ครัวเรือน (ต่อเดือน)	ความเต็มใจบริจาค				รวม	
	เต็มใจ		ไม่เต็มใจ		ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง
	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง		
น้อยกว่า 10,000 บาท	57.25	75	42.75	56	100.00	131
10,000-19,000 บาท	81.36	144	18.64	33	100.00	177
20,000-29,999 บาท	31.81	167	68.19	358	100.00	525
30,000-39,999 บาท	23.44	222	76.56	725	100.00	947
40,000-49,999 บาท	21.68	235	78.32	849	100.00	1,084
50,000 บาท หรือ มากกว่า	17.04	271	82.96	1,319	100.00	1,590
รวม	25.01	1,114	74.99	3,340	100.00	4,454

ผลการวิเคราะห์ความเต็มใจบริจาคเมื่อจำแนกตามภาคพบว่าตัวอย่างที่อยู่ภาคใต้มีสัดส่วนของผู้เต็มใจบริจาคมากที่สุด คือร้อยละ 59.91 รองลงมาคือภาคกลาง คือร้อยละ 20.40

ตารางที่ 8.256 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดตามความเต็มใจบริจาค จำแนกตามภูมิภาค

ภูมิภาค	ความเต็มใจบริจาค				รวม	
	เต็มใจ		ไม่เต็มใจ		ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง
	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง		
กรุงเทพมหานคร	16.64	100	83.36	501	100.00	601
ภาคเหนือ	12.42	137	87.58	966	100.00	1,103
ภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ	12.54	84	87.46	586	100.00	670
ภาคกลาง	20.40	234	79.60	913	100.00	1,147
ภาคใต้	59.91	559	40.09	374	100.00	933
รวม	25.01	1,114	74.99	3,340	100.00	4,454

ผลการวิเคราะห์ความเต็มใจบริจาคเฉพาะตัวอย่างที่ตอบคำถามในรายการส่งเสริมให้คนพิการ รู้จักสิทธิและใช้ประโยชน์จากกิจการโทรทัศน์ได้อย่างรู้เท่าทัน คือรายการ D-มีดี จำนวน 849 คน เมื่อจำแนกตามความเกี่ยวข้องกับผู้พิการแล้ว กลุ่มผู้พิการ (การมองเห็น/การได้ยินหรือสื่อความหมาย/การเคลื่อนไหวร่างกาย) หรือมีผู้พิการอยู่ในครอบครัว มีสัดส่วนของผู้เต็มใจบริจาคสูงถึงร้อยละ 80.77 และ 80.56 ตามลำดับ ในขณะที่ผู้ที่ไม่ได้เป็นผู้พิการและไม่มีผู้พิการอยู่ในครอบครัว มีสัดส่วนของผู้เต็มใจบริจาคเพียงร้อยละ 28.21

ตารางที่ 8.257 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดตามความเต็มใจบริจาค จำแนกตามความเกี่ยวข้องกับผู้พิการ (เฉพาะตัวอย่างที่ตอบคำถามในรายการส่งเสริมให้คนพิการ รู้จักสิทธิและใช้ประโยชน์จากกิจการโทรทัศน์ได้อย่างรู้เท่าทัน: รายการ D-มีดี)

ความเกี่ยวข้องกับผู้พิการ	ความเต็มใจบริจาค				รวม	
	เต็มใจ		ไม่เต็มใจ		ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง		
ไม่ได้เป็นผู้พิการและไม่มีผู้พิการอยู่ในครอบครัว	28.21	222	71.79	565	100.00	787
ไม่ได้เป็นผู้พิการ แต่มีผู้พิการอยู่ในครอบครัว	80.56	29	19.44	7	100.00	36
เป็นผู้พิการ (การมองเห็น/การได้ยินหรือสื่อความหมาย/การเคลื่อนไหวร่างกาย)	80.77	21	19.23	5	100.00	26
รวม	32.04	272	67.96	577	100.00	849

3.2 การวิเคราะห์ประเภทรายการ

ผลการวิเคราะห์ความเต็มใจบริจาค เมื่อจำแนกตามประเภทรายการแล้ว รายการการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนใต้เป็นประเภทรายการที่มีสัดส่วนผู้เต็มใจบริจาคมากที่สุด คือ ร้อยละ 34.92 รองลงมาคือ รายการส่งเสริมให้คนพิการรู้จักสิทธิและใช้ประโยชน์จากกิจการโทรทัศน์ได้อย่างรู้เท่าทัน ร้อยละ 32.04 และรายการความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อ ร้อยละ 30.72

ตารางที่ 8.258 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดตามความเต็มใจบริจาค
จำแนกตามประเภทรายการ

ประเภทรายการ	ความเต็มใจบริจาค				รวม	
	เต็มใจ		ไม่เต็มใจ		ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง
	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง		
รายการสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว	20.00	190	80.00	760	100.00	950
รายการที่เป็นประโยชน์ต่อ สาธารณะ	8.75	80	91.25	834	100.00	914
การพัฒนาคุณภาพชีวิตของ ประชาชนในพื้นที่จังหวัด ชายแดนใต้	34.92	309	65.08	576	100.00	885
ความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มี ความสามารถในการรู้เท่าทัน สื่อ	30.72	263	69.28	593	100.00	856
ส่งเสริมให้คนพิการรู้จักสิทธิ และใช้ประโยชน์จากกิจการ โทรทัศน์ได้อย่างรู้เท่าทัน	32.04	272	67.96	577	100.00	849
รวม	25.01	1,114	74.99	3,340	100.00	4,454

ผลการวิเคราะห์ร้อยละของตัวอย่างทั้งหมด 4,454 คน เมื่อจำแนกตามประเภทรายการและกลุ่มอายุแล้วพบว่าผู้ยินดีบริจาคที่อายุ 41 – 50 ปี มีสัดส่วนผู้เต็มใจบริจาคมากที่สุดในรายการสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว และรายการส่งเสริมให้คนพิการรู้จักสิทธิและใช้ประโยชน์จากกิจการโทรทัศน์ได้อย่างรู้เท่าทัน คือร้อยละ 27.01 และ 40.91 ตามลำดับ ส่วนกลุ่มอายุ 31 – 40 ปี มีสัดส่วนผู้เต็มใจบริจาคมากที่สุดในรายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ คือร้อยละ 16.72 และกลุ่มอายุ 51 -60 ปี มีสัดส่วนผู้เต็มใจบริจาคมากที่สุดในรายการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนใต้ และรายการความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อ ร้อยละ 55.56 และ 51.61 ตามลำดับ

อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาโดยรวมทุกประเภทรายการแล้ว กลุ่มอายุมากกว่า 60 ปี มีสัดส่วนของผู้ยินดีบริจาคมากที่สุด รองลงมาคือ กลุ่มอายุ 41 – 50 ปี และ 31 – 40 ปี คือร้อยละ 40.28 27.03 และ 26.89 ตามลำดับ

ตารางที่ 8.259 ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดที่เต็มใจบริจาคตามประเภทรายการ จำแนกตามช่วงอายุ

ประเภทรายการ	ความเต็มใจ บริจาค	อายุ					
		20 ปีหรือ น้อยกว่า	21-30 ปี	31-40 ปี	41- 50 ปี	51-60 ปี	มากกว่า 60 ปี
รายการสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว	ไม่เต็มใจ บริจาค	94.95	89.14	76.67	72.99	100.00	17.78
	เต็มใจบริจาค	5.05	10.86	23.33	27.01	0.00	82.22
รายการที่เป็นประโยชน์ ต่อสาธารณะ	ไม่เต็มใจ บริจาค	100.00	95.68	83.28	93.58	99.01	84.00
	เต็มใจบริจาค	0.00	4.32	16.72	6.42	0.99	16.00
รายการพัฒนาคุณภาพ ชีวิตของประชาชนใน พื้นที่จังหวัดชายแดนใต้	ไม่เต็มใจ บริจาค	88.29	63.27	65.73	62.10	44.44	55.32
	เต็มใจบริจาค	11.71	36.73	34.27	37.90	55.56	44.68
รายการความรู้แก่ ประชาชนเพื่อให้มี ความสามารถในการ รู้เท่าทันสื่อ	ไม่เต็มใจ บริจาค	90.00	64.11	73.40	66.67	48.39	75.68
	เต็มใจบริจาค	10.00	35.89	26.60	33.33	51.61	24.32
รายการส่งเสริมให้คน พิการรู้จักสิทธิและใช้ ประโยชน์จากกิจการ โทรทัศน์ได้อย่างรู้เท่าทัน	ไม่เต็มใจ บริจาค	91.03	70.35	65.62	59.09	61.02	67.57
	เต็มใจบริจาค	8.97	29.65	34.38	40.91	38.98	32.43
รวม	ไม่เต็มใจ บริจาค	93.24	74.06	73.11	72.97	74.40	59.72
	เต็มใจบริจาค	6.76	25.94	26.89	27.03	25.60	40.28

เมื่อทำการวิเคราะห์ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดตามเหตุผลที่เต็มใจจะบริจาคและไม่เต็มใจจะบริจาค จำแนกตามประเภทรายการ ในส่วนของผู้ที่เต็มใจบริจาคระบุเหตุผลสำคัญที่สุดคือ เพราะรายการนี้มีประโยชน์ต่อสังคมและประเทศไทยโดยรวม สำหรับเหตุผลรองลงมานั้น เฉพาะ ประชาชนทุกคนควรมีส่วนร่วมในการสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ ซึ่งมีการให้ความสำคัญของเหตุผลที่สอดคล้องกันในทุกประเภทรายการ

สำหรับผู้ที่ไม่เต็มใจบริจาค นั้น ได้ระบุเหตุผลสำคัญที่สุด เพราะเห็นเป็นหน้าที่ของหน่วยงานรัฐที่ต้องสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ ในทุกประเภทรายการ สำหรับเหตุผลรองลงมานั้น เฉพาะในรายการสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัวและรายการส่งเสริมให้คนพิการรู้จักสิทธิและใช้ประโยชน์จากกิจการโทรทัศน์ได้อย่างรู้เท่าทันระบุว่าเพราะรายการไม่ใช่เรื่องจำเป็นเร่งด่วนในสังคมไทย ส่วนในรายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ การพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนใต้ ความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อ ระบุเหตุผลที่สำคัญรองลงมาคือเพราะมีรายได้ไม่เพียงพอ

ตารางที่ 8.260 ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดตามเหตุผลที่เต็มใจจะบริจาคและไม่เต็มใจจะ
บริจาค จำแนกตามประเภทรายการ

เหตุผลที่เต็มใจจะบริจาค และไม่เต็มใจจะบริจาค	ประเภทรายการ				
	รายการ สำหรับเด็ก เยาวชน และ ครอบครัว	รายการที่ เป็น ประโยชน์ ต่อ สาธารณะ	การพัฒนา คุณภาพ ชีวิตของ ประชาชน ในพื้นที่ จังหวัด ชายแดนใต้	ความรู้แก่ ประชาชน เพื่อให้มี ความสามารถ ในการรู้เท่า ทันสื่อ	ส่งเสริมให้ คนพิการ รู้จักสิทธิ และใช้ ประโยชน์ จากกิจการ โทรทัศน์ได้ อย่างรู้เท่า ทัน
เหตุผลที่เต็มใจจะบริจาค จำนวน 1,114 คน					
ประชาชนทุกคนควรมี ส่วนร่วมในการสนับสนุน รายการทีวีเพื่อประโยชน์ สาธารณะ	22.75	38.16	33.12	39.23	37.17
เนื้อหารายการนี้มีความ จำเป็นเร่งด่วนใน สังคมไทย	0.53	2.63	9.74	8.46	9.29
รายการนี้มีประโยชน์ต่อ ตนเองและครอบครัว โดยตรง	18.52	0.00	12.66	6.92	9.67
รายการนี้มีประโยชน์ต่อ สังคมและประเทศไทย โดยรวม	58.20	59.21	44.48	45.38	43.87
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
เหตุผลที่ไม่เต็มใจจะบริจาค จำนวน 3,340 คน					
รายได้ไม่เพียงพอ	10.05	11.13	17.72	18.22	9.60
รายการไม่มีประโยชน์ต่อ ตนเองและครอบครัว	4.85	6.68	6.75	9.30	7.00
รายการไม่มีประโยชน์ต่อ สังคมและประเทศไทย โดยรวม	0.17	0.00	0.00	0.00	0.00
เป็นหน้าที่ของหน่วยงาน รัฐที่ต้องสนับสนุน	65.68	73.29	53.59	45.74	60.80

เหตุผลที่เต็มใจจะบริจาค และไม่เต็มใจจะบริจาค	ประเภทรายการ				
	รายการ สำหรับเด็ก เยาวชน และ ครอบครัว	รายการที่ เป็น ประโยชน์ ต่อ สาธารณะ	การพัฒนา คุณภาพ ชีวิตของ ประชาชน ในพื้นที่ จังหวัด ชายแดนใต้	ความรู้แก่ ประชาชน เพื่อให้มี ความสามารถ ในการรู้เท่า ทันสื่อ	ส่งเสริมให้ คนพิการ รู้จักสิทธิ และใช้ ประโยชน์ จากกิจการ โทรทัศน์ได้ อย่างรู้เท่า ทัน
รายการทีวีเพื่อประโยชน์ สาธารณะ					
รายการต้องเกิดขึ้น แน่นอน ถึงแม้ว่าจะไม่ บริจาค	6.93	3.42	10.34	12.21	10.60
รายการไม่ใช่เรื่องจำเป็น เร่งด่วนในสังคมไทย	11.96	5.14	11.60	14.53	12.00
การหารายได้เป็นหน้าที่ ผู้ผลิต และผู้ผลิตสามารถ หารายได้จากหลาย ช่องทาง	0.35	0.34	0.00	0.00	0.00
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

เมื่อวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดตามคะแนนความต้องการการจัดสรรเงินบริจาคเพื่อพัฒนาประโยชน์ในด้านต่างๆ เฉพาะผู้ตอบแบบสอบถามที่ยินดีบริจาค เฉพาะผู้ตอบแบบสอบถามที่ยินดีบริจาค (0 - 100 คะแนน) สามารถจำแนกคะแนนตามประเภทรายการได้ดังนี้

1. รายการสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว กลุ่มตัวอย่างให้คะแนนความต้องการการจัดสรรเงินบริจาคเพื่อพัฒนาประโยชน์ในด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการมากที่สุด รองลงมาคือ การมีรายการที่มีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็ก เยาวชน และสถาบันครอบครัวและการมีรายการที่ส่งเสริมพัฒนาการและการเรียนรู้สำหรับเด็กและเยาวชน ตามลำดับ

2. รายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ กลุ่มตัวอย่างให้คะแนนความต้องการการจัดสรรเงินบริจาคเพื่อพัฒนาประโยชน์ในด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการมากที่สุด รองลงมาคือ การนำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวันและความเข้าใจความแตกต่างและหลากหลายในสังคมตามลำดับ

3. รายการการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนใต้ กลุ่มตัวอย่างให้คะแนนความต้องการการจัดสรรเงินบริจาคเพื่อพัฒนาประโยชน์ในด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการมากที่สุด รองลงมาคือ การปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคมและความเข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคตตามลำดับ

4. รายการความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อ กลุ่มตัวอย่างให้คะแนนความต้องการการจัดสรรเงินบริจาคเพื่อพัฒนาประโยชน์ในด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการมากที่สุด รองลงมาคือ การปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคมและความเข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคตตามลำดับ

5. รายการส่งเสริมให้คนพิการรู้จักสิทธิและใช้ประโยชน์จากกิจการโทรทัศน์ได้อย่างรู้เท่าทัน กลุ่มตัวอย่างให้คะแนนความต้องการการจัดสรรเงินบริจาคเพื่อพัฒนาประโยชน์ในด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการมากที่สุด รองลงมาคือ การปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคมและความเข้าใจความแตกต่างและหลากหลายในสังคม ตามลำดับ

ในภาพรวมของทุกรายการ กลุ่มตัวอย่างให้คะแนนความต้องการการจัดสรรเงินบริจาคเพื่อพัฒนาประโยชน์ในด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการมากที่สุด (คะแนนเฉลี่ย 15.84) รองลงมาคือ การปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม (คะแนนเฉลี่ย 13.45) และความเข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต (คะแนนเฉลี่ย 12.51) ตามลำดับ

ตารางที่ 8.261 ค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดตามคะแนนความต้องการการจัดสรรเงินบริจาคเพื่อพัฒนาประโยชน์ในด้านต่างๆ เฉพาะผู้ตอบแบบสอบถามที่ยินดีบริจาค เฉพาะผู้ตอบแบบสอบถามที่ยินดีบริจาค (0 - 100 คะแนน) จำแนกตามประเภทรายการ (เฉพาะผู้เต็มใจบริจาค จำนวน 1,114 คน)

	ประเภทรายการ					รวม คะแนน เฉลี่ย
	รายการ สำหรับเด็ก เยาวชน และ ครอบครัว	รายการที่ เป็น ประโยชน์ ต่อ สาธารณะ	การ พัฒนา คุณภาพ ชีวิตของ ประชาชน ในพื้นที่ จังหวัด ชายแดน ใต้	ความรู้แก่ ประชาชน เพื่อให้มี ความสามารถ ในการรู้เท่า ทันสื่อ	ส่งเสริมให้ คนพิการ รู้จักสิทธิ และใช้ ประโยชน์ จากกิจการ โทรทัศน์ได้ อย่างรู้เท่า ทัน	
ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	18.63	14.91	15.14	14.39	16.37	15.84
ความเข้าใจความแตกต่างและหลากหลายในสังคม	10.31	12.20	11.43	12.21	13.65	12.02
ความเข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต	10.64	12.02	13.38	12.58	12.91	12.51

คะแนนความต้องการการ จัดสรรเงินบริจาคเพื่อ พัฒนาประโยชน์ ในด้านต่างๆ	ประเภทรายการ					รวม คะแนน เฉลี่ย
	รายการ สำหรับเด็ก เยาวชน และ ครอบครัว	รายการที่ เป็น ประโยชน์ ต่อ สาธารณะ	การ พัฒนา คุณภาพ ชีวิตของ ประชาชน ในพื้นที่ จังหวัด ชายแดน ใต้	ความรู้แก่ ประชาชน เพื่อให้มี ความสามารถ ในการรู้เท่า ทันสื่อ	ส่งเสริมให้ คนพิการ รู้จักสิทธิ และใช้ ประโยชน์ จากกิจการ โทรทัศน์ได้ อย่างรู้เท่า ทัน	
การปลูกฝังทัศนคติหรือ ค่านิยมที่ดีในสังคม	12.35	11.46	13.84	13.59	14.23	13.45
แรงบันดาลใจในการใช้ ชีวิต	8.86	8.93	10.67	11.45	12.00	10.74
การนำเนื้อหารายการมา ปรับใช้ในชีวิตประจำวัน	8.75	12.29	11.95	10.90	11.08	10.97
การมีรายการที่ส่งเสริม พัฒนาการและการเรียนรู้ สำหรับเด็กและเยาวชน	14.30	10.98	11.15	10.42	9.04	10.99
การมีรายการที่มีคุณภาพ และเหมาะสมสำหรับการ พัฒนาเด็ก เยาวชน และ สถาบันครอบครัว	14.48	10.80	11.08	10.92	9.42	11.20
อื่นๆ	1.15	1.41	0.72	2.41	0.20	1.12
รวมคะแนนเฉลี่ย	11.05	10.56	11.04	10.98	10.99	10.98

3.3 การวิเคราะห์เหตุผลในการเต็มใจ/ไม่เต็มใจบริจาค

เมื่อวิเคราะห์ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดตามเหตุผลที่เต็มใจจะบริจาคและไม่เต็มใจจะบริจาค จำแนกตามช่วงอายุ ในส่วนของเหตุผลที่เต็มใจบริจาค่นั้น ผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มอายุระบุว่าเพราะรายการนี้มีประโยชน์ต่อสังคมและประเทศไทยโดยรวมมากที่สุด ในส่วนเหตุผลที่มีสัดส่วนผู้ตอบรองลงมาในกลุ่มอายุ 20 ปีหรือน้อยกว่าคือเพราะรายการนี้มีประโยชน์ต่อตนเองและครอบครัวโดยตรง ในขณะที่กลุ่มอายุอื่นๆ มีสัดส่วนของผู้ตอบรองมาคือเพราะประชาชนทุกคนควรมีส่วนร่วมในการสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ

ในส่วนของเหตุผลที่ไม่เต็มใจบริจาค่นั้น ผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มอายุระบุว่าเพราะเป็นหน้าที่ของหน่วยงานรัฐที่ต้องสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะมากที่สุด ในส่วนเหตุผลที่มีสัดส่วนผู้ตอบรองลงมาในกลุ่มอายุ 20 ปีหรือน้อยกว่าและกลุ่มอายุ 51 - 60 ปี คือเพราะรายได้ไม่เพียงพอ ในขณะที่กลุ่มอายุ 21 - 30 ปี มีสัดส่วนของผู้ตอบรองมาคือ เพราะรายการไม่ใช่เรื่องจำเป็นเร่งด่วนในสังคมไทย กลุ่มอายุ 31 - 40 ปีและ 60 ปีขึ้นไป มีสัดส่วนของผู้ตอบรองมาคือ รายการต้องเกิดขึ้นแน่นอนถึงแม้ว่าจะไม่บริจาค และกลุ่มอายุ 41 - 50 ปี มีสัดส่วนของผู้ตอบรองมาคือ รายการไม่มีประโยชน์ต่อตนเองและครอบครัว

ตารางที่ 8.262 ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดตามเหตุผลที่เต็มใจจะบริจาคและไม่เต็มใจจะบริจาค จำแนกตามช่วงอายุ

เหตุผลที่เต็มใจจะ บริจาค และไม่เต็มใจจะ บริจาค	ช่วงอายุ					
	20 ปีหรือน้อยกว่า	21-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี	มากกว่า 60 ปี
เหตุผลที่เต็มใจจะบริจาค จำนวน 1,114 คน						
ประชาชนทุกคนควรมีส่วนร่วมในการสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ	10.31	35.03	30.38	26.10	41.43	15.00
เนื้อหารายการนี้มี ความจำเป็นเร่งด่วนในสังคมไทย	1.03	7.49	4.81	2.52	5.71	4.00
รายการนี้มีประโยชน์ต่อตนเองและครอบครัวโดยตรง	33.51	18.18	16.84	27.04	10.71	13.00
รายการนี้มีประโยชน์ต่อสังคมและประเทศไทยโดยรวม	55.15	39.30	47.97	44.34	42.14	68.00
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

เหตุผลที่เต็มใจจะ บริจาค และไม่เต็มใจจะ บริจาค	ช่วงอายุ					
	20 ปีหรือ น้อยกว่า	21-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี	มากกว่า 60 ปี
เหตุผลที่ไม่เต็มใจจะบริจาค จำนวน 3,340 คน						
รายได้ไม่เพียงพอ	11.56	23.86	6.64	8.56	17.02	3.42
รายการไม่มีประโยชน์ ต่อตนเองและ ครอบครัว	9.52	2.95	7.22	16.38	0.43	0.85
รายการไม่มีประโยชน์ ต่อสังคมและประเทศ ไทยโดยรวม	0.00	0.00	0.11	0.49	0.00	0.00
เป็นหน้าที่ของ หน่วยงานรัฐที่ต้อง สนับสนุนรายการทีวี เพื่อประโยชน์ สาธารณะ	75.85	41.15	61.86	70.90	82.13	55.56
รายการต้องเกิดขึ้น แน่นอน ถึงแม้ว่าจะไม่ บริจาค	2.38	7.24	13.06	1.22	0.43	40.17
รายการไม่ใช่เรื่อง จำเป็นเร่งด่วนใน สังคมไทย	0.68	24.80	11.11	1.47	0.00	0.00
การหารายได้เป็น หน้าที่ผู้ผลิต และ ผู้ผลิตสามารถหา รายได้จากหลาย ช่องทาง	0.00	0.00	0.00	0.98	0.00	0.00
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

เมื่อวิเคราะห์ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดตามเหตุผลที่เต็มใจจะบริจาคและไม่เต็มใจจะบริจาค จำแนกตามภาค ในส่วนของเหตุผลที่เต็มใจบริจาคนั้น ผู้ตอบแบบสอบถามทุกภาคระบุว่าเพราะรายการนี้มีประโยชน์ต่อสังคมและประเทศไทยโดยรวมมากที่สุด ในส่วนเหตุผลที่มีสัดส่วนผู้ตอบรองลงมา ผู้ตอบแบบสอบถามในกรุงเทพมหานคร ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลาง ภาคใต้คือเพราะประชาชนทุกคนควรมีส่วนร่วมในการสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ ในขณะที่ภาคเหนือ มีสัดส่วนของผู้ตอบรองมาคือรายการนี้มีประโยชน์ต่อตนเองและครอบครัวโดยตรง

ในส่วนของเหตุผลที่ไม่เต็มใจบริจาคนั้น ผู้ตอบแบบสอบถามทุกภาคระบุว่าเพราะเป็นหน้าที่ของหน่วยงานรัฐที่ต้องสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะมากที่สุด ในส่วนเหตุผลที่มีสัดส่วนผู้ตอบรองลงมา ในภาคเหนือและภาคใต้ คือเพราะรายได้ไม่เพียงพอ ในขณะที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีสัดส่วนของผู้ตอบรองมาคือ รายการไม่ใช่เรื่องจำเป็นเร่งด่วนในสังคมไทย ในส่วนของภาคกลาง มีสัดส่วนของผู้ตอบรองมาคือ รายการต้องเกิดขึ้นแน่นอน ถึงแม้ว่าจะไม่บริจาค

ตารางที่ 8.263 ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดตามเหตุผลที่เต็มใจจะบริจาคและไม่เต็มใจจะบริจาค จำแนกตามภูมิภาค

เหตุผลที่เต็มใจจะบริจาค และไม่เต็มใจจะบริจาค	ภูมิภาค				
	กทม.	เหนือ	ต.เฉียง เหนือ	กลาง	ใต้
เหตุผลที่เต็มใจจะบริจาค					
ประชาชนทุกคนควรมีส่วนร่วมในการสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ	20.67	14.83	40.32	36.77	33.28
เนื้อหารายการนี้มีความจำเป็นเร่งด่วนในสังคมไทย	0.48	0.90	3.23	7.24	7.18
รายการนี้มีประโยชน์ต่อตนเองและครอบครัวโดยตรง	17.31	35.28	23.39	13.93	13.28
รายการนี้มีประโยชน์ต่อสังคมและประเทศไทยโดยรวม	61.54	48.99	33.06	42.06	46.26
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
เหตุผลที่ไม่เต็มใจจะบริจาค					
รายได้ไม่เพียงพอ	12.72	6.98	13.84	15.35	19.78
รายการไม่มีประโยชน์ต่อตนเองและครอบครัว	5.34	12.75	12.39	0.63	1.44
รายการไม่มีประโยชน์ต่อสังคมและประเทศไทยโดยรวม	0.00	0.30	0.00	0.13	0.00
เป็นหน้าที่ของหน่วยงานรัฐที่ต้องสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ	78.88	76.48	36.43	49.56	75.54

เหตุผลที่เต็มใจจะบริจาค และไม่เต็มใจจะบริจาค	ภูมิภาค				
	กทม.	เหนือ	ตอ.เฉียง เหนือ	กลาง	ใต้
รายการต้องเกิดขึ้นแน่นอน ถึงแม้ว่าจะไม่บริจาค	1.78	1.37	8.56	19.62	3.24
รายการไม่ใช่เรื่องจำเป็น เร่งด่วนในสังคมไทย	1.27	1.52	28.78	14.72	0.00
การหารายได้เป็นหน้าที่ ผู้ผลิต และผู้ผลิตสามารถ หารายได้จากหลาย ช่องทาง	0.00	0.61	0.00	0.00	0.00
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

8.2.2 ผลการวิเคราะห์ความเต็มใจบริจาคเพื่อสนับสนุนการผลิตรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ

8.2.2.1 การคำนวณมูลค่าทางเศรษฐกิจ-สังคม และความคุ้มค่าของโครงการ

การคำนวณมูลค่าทางเศรษฐกิจ-สังคมของโครงการประกอบด้วยทั้งหมด 2 ส่วนได้แก่ มูลค่าทางตรงที่เกิดจากโครงการ และมูลค่าทางอ้อมที่เกิดจากโครงการ ดังสูตรคำนวณด้านล่าง

$$\text{ความคุ้มค่าของโครงการ} = \frac{\text{มูลค่าที่เกิดจากโครงการ}}{\text{ต้นทุนโครงการ}}$$

$$\text{โดย มูลค่าที่เกิดจากโครงการ} = \text{มูลค่าทางตรง} + \text{มูลค่าทางอ้อม}$$

โดยมูลค่าทางตรงของโครงการ (Direct used value) หมายถึง มูลค่าที่เกิดจากการผลิตรายการโดยตรง เช่น มูลค่าที่ได้รับจากค่าโฆษณา มูลค่าที่ได้รับจากการสนับสนุนโครงการ (ค่า Sponsor) เป็นต้น โดยมีมูลค่าทั้งหมด 130,479,616.24 บาท

มูลค่าทางอ้อมของโครงการ (Indirect use value) หมายถึงมูลค่า หรือคุณค่าที่ประชาชนหรือกลุ่มเป้าหมายโครงการผ่านการสอบถามความเต็มใจจ่าย หรือ Willingness to pay: WTP โดยใช้วิธีการทางสถิติแบบ Logistics Regression โดยใช้โปรแกรมทางสถิติ (Statistic Package) ของ SPSS โดยมีผลการคำนวณ ดังนี้

การอธิบายตัวแปร

ตัวแปรตาม

WTP = ความเต็มใจจ่ายของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นตัวแปรเปิด

ตัวแปรอิสระ

Gender = เพศของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นตัวแปรหุ่น

1 = เพศหญิง

0 = เพศชาย

Age = อายุของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นตัวแปรเปิด

Education = ระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นตัวหุ่น

1 = ผู้ตอบแบบสอบถามจบปริญญาตรีขึ้นไป

0 = ผู้ตอบแบบสอบถามจบการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี

- Status** = สถานภาพสมรสของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นตัวหุ่น
1 = แต่งงาน
0 = ไม่แต่งงาน
- Children** = สถานภาพการมีบุตรของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นตัวแปรเปิด
1 = มีบุตร
0 = ไม่มีบุตร
- FamMember** = จำนวนบุตรของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นตัวแปรเปิด
1 = ครอบครัวเล็ก (<= 3 คน)
0 = ครอบครัวใหญ่ (> 3 คน)
- Income** = รายได้ครัวเรือนของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นตัวแปรเปิด
- Region** = พื้นที่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามอยู่อาศัย เป็นตัวแปรหุ่น
1 = อาศัยอยู่ในกรุงเทพฯ
0 = อาศัยอยู่ในพื้นที่อื่นๆ
- AvgWatching** = ชั่วโมงการดูทีวีโดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์ เป็นตัวแปรเปิด

ตารางที่ 8.264 ผลการคำนวณของ *Logistics Regression*

จำนวนกลุ่มตัวอย่าง = 4,454 ตัวอย่าง

ค่า $R^2 = 0.242$

ค่า *Log likelihood* = 4214.414

ตัวแปร	สัมประสิทธิ์	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	p-value
ตัวแปรตาม			
WTP			
ตัวแปรอิสระ			
Gender	0.0281	0.0807	0.7274
Age	0.0169	0.0049	0.0006***
Education	0.1113	0.0969	0.2509
Status	-0.2003	0.1249	0.1088
Children	0.4992	0.0778	0.0000***
FamMember	0.7548	0.1307	0.0000***
Income	0.00002	0.0000	0.0000***
Region	-0.1376	0.1249	0.2706
AvgWatching	0.9199	0.0460	0.0000***
ค่าคงที่	-3.5308	0.2596	0.0000***

หมายเหตุ: * หมายถึงระดับความเชื่อมั่นที่ ร้อยละ 90 ** หมายถึงระดับความเชื่อมั่นที่ ร้อยละ 95 *** หมายถึงระดับความเชื่อมั่นที่ ร้อยละ 99

การอภิปรายผล

จากผลการวิเคราะห์ของ Logistic regression model สามารถสรุปผลการคำนวณ ดังนี้

Gender มีค่าสัมประสิทธิ์ ที่ 0.0281 หมายถึง เพศหญิงมีความเต็มใจจ่ายสูงกว่าเพศชายที่ 0.0281 บาท แต่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

Age มีค่าสัมประสิทธิ์ ที่ 0.0169 หมายถึง เมื่ออายุเพิ่มขึ้น 1 ปี จะมีความเต็มใจจ่ายเพิ่มขึ้น 0.0169 บาท โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99

Education มีค่าสัมประสิทธิ์ ที่ 0.1113 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามจบปริญญาตรีขึ้นไปมีความเต็มใจจ่ายสูงกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่จบการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี 0.1113 บาท แต่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

Status มีค่าสัมประสิทธิ์ ที่ -0.2003 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามที่แต่งงานมีความเต็มใจจ่ายต่ำกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ได้แต่งงาน 0.2003 บาท แต่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

Children มีค่าสัมประสิทธิ์ ที่ 0.4992 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีบุตรมีความเต็มใจจ่ายสูงกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่มีบุตร 0.4992 บาท โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99

FamMember มีค่าสัมประสิทธิ์ ที่ 0.7548 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีครอบครัวเล็กมีความเต็มใจจ่ายสูงกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีครอบครัวใหญ่ 0.7548 บาท โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99

Income มีค่าสัมประสิทธิ์ ที่ 0.00002 หมายถึง เมื่อรายได้ครัวเรือนเพิ่มขึ้น 1 บาท จะมีความเต็มใจจ่ายเพิ่มขึ้น 0.00002 บาท โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99

Region มีค่าสัมประสิทธิ์ ที่ -0.1376 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพฯ มีความเต็มใจจ่ายต่ำกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่อาศัยอยู่ในพื้นที่อื่นๆ 0.1376 บาท แต่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

AvgWatching มีค่าสัมประสิทธิ์ ที่ 0.9199 หมายถึง เมื่อชั่วโมงการดูทีวีโดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์เพิ่มขึ้น 1 ชั่วโมง จะมีความเต็มใจจ่ายเพิ่มขึ้น 0.0169 บาท โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99

ทั้งนี้ ค่า $R^2 = 0.242$ หมายความว่า ตัวแปรอิสระสามารถอธิบายตัวแปรตามได้ร้อยละ 24.20

แบบจำลองทางสถิติ

สรุปแบบจำลองทางสถิติสำหรับการหามูลค่าความเต็มใจจ่ายของกลุ่มเป้าหมาย ได้ดังนี้

$$WTP = -3.5308 + (0.0169 * Age) + (0.4992 * Children) + 0.7548 * FamMember - (0.00002 * Income) + (0.91995 * AvgWatching)$$

เมื่อนำผลการประมวลผล พบว่า มูลค่าความพึงพอใจขายของกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ

$$WTP = -3.5308 + (0.0169 * 60) + (0.4992 * 8) + 0.7548 * 1 - (0.00002 * 60000) + (0.91995 * 4) = 4.68 \text{ บาทครัวเรือน}$$

ความเต็มใจจ่ายทั้งหมด = 4.68 บาทต่อครัวเรือน* 8,094,954 ต่อครัวเรือน
= 37,923,455.81 บาท

ความคุ้มค่าของโครงการ

สรุปมูลค่าทั้งหมดของโครงการ = 37,923,455.81 บาท + 130,479,616.24 บาท
= 168,403,072.05 บาท

ดังนั้น จึงสามารถคำนวณความคุ้มค่าของโครงการได้ ดังนี้

ความคุ้มค่าของโครงการ = 168,403,072.05 บาท / 129,844,735.00 บาท
= 1.30 เท่า

8.3 ผลการรวบรวมข้อมูลความคิดเห็นต่อรายการจากสื่อ Social Media ต่างๆ (Social Listening)

8.3.1 รายการสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว

Tamacot

กลุ่มเป้าหมายของรายการ คือ กลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี) และกลุ่มเด็กวัยเรียน (อายุ 6-12 ปี)

ลิงค์รายการที่ใช้เก็บข้อมูล (1) <https://youtu.be/r8kM5l--usg>

(2) <https://www.facebook.com/watch/100063627366650/>

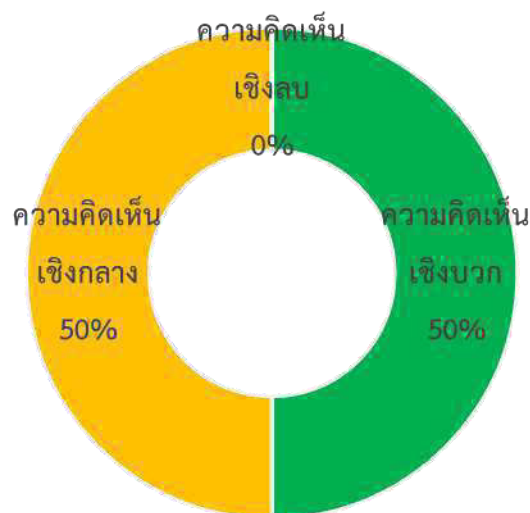
Facebook Fanpage ผู้ติดตาม 176 คน

จำนวนการกด Likes จาก Facebook คือ 317 Likes จาก 40 Videos

ระดับความพึงพอใจต่อรายการ Tamacot เฉลี่ย 2.0000 คะแนน (มีความพึงพอใจระดับปานกลาง)

2) ประเด็นความคิดเห็นต่อรายการ Tamacot

(1) ความคิดเห็นจากช่อง YouTube และ Facebook



- ความคิดเห็นเชิงกลาง อาทิ ยังไม่ทราบว่าคือรายการเกี่ยวกับอะไร
- ความคิดเห็นเชิงบวก อาทิ รายการมีเนื้อหาและรูปแบบที่สนุก และเป็นที่ยินชอบของเด็กๆ

(2) ความคิดเห็นจากการสนทนากลุ่ม

ใช้รูปแบบการประเมิน ด้านมิติและเนื้อหา ของการประเมินตามระบบการวัดคุณภาพของสื่อที่นำเสนอต่อสังคม (Quality Rating) (กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์, 2564) โดยแบ่งออกเป็น 6 ด้าน ประกอบด้วย (1) ด้านมาตรฐานและจริยธรรมในการนำเสนอเนื้อหา (2) ด้านการเสริมสร้างทักษะการคิด และแรงบันดาลใจ (3) ด้านการส่งเสริมการเรียนรู้ศักยภาพและทักษะชีวิต (4) ด้านการมีส่วนร่วมของเด็ก เยาวชน และสมาชิกในครอบครัว (5) ด้านความสอดคล้องของเนื้อหากับกลุ่มเป้าหมาย และ (6) ด้านส่งเสริมคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรมสอดคล้องตามวัตถุประสงค์ของรายการ

ทั้งนี้ดำเนินการสัมภาษณ์จำนวน 5 คน (Nastasi & Schensul, 2005) เมื่อวันที่ 29 เมษายน 2566 ผ่านโปรแกรม Zoom Meeting มีรายละเอียด ดังนี้

1. ด้านมาตรฐานและจริยธรรมในการนำเสนอเนื้อหา

- รูปแบบเนื้อหา มีความน่าสนใจ เหมาะสมต่อเด็ก
- เนื้อหา มีการสอดแทรกวัฒนธรรมต่างๆ เช่น การไหว้ การสอนให้รู้จักการทักทายกันและกัน ซึ่งถือเป็นประเด็นที่จะสร้างพฤติกรรมให้เกิดขึ้นกับเด็กได้
- สะท้อนจริยธรรมของสื่อที่ดี เนื่องจากมีการพูดถึงที่มาที่ไปของเรื่องราวในวิดีโอ
- การนำเสนอวิดีโอ มีความสดใสและเหมาะสมกับเด็กที่จะสร้างการเรียนรู้ต่อไป
- มีการนำเสนอสอดแทรกความรู้สำหรับเด็กในมิติที่หลากหลาย

2. ด้านการเสริมสร้างทักษะการคิดและแรงบันดาลใจ

- การบอกตัวอักษรภาษาอังกฤษเป็นการสะกดคำ ซึ่งทำให้ง่ายต่อการจำ รวมถึงการวาดรูปประกอบ ทำให้เด็กได้เข้าใจเนื้อหาของคลิป
- มีการอธิบายรูปร่างและสีสรรทั้งเมฆและบนท้องฟ้า ทำให้ง่ายต่อการจดจำและสร้างความคิดแปลกใหม่ให้กับเด็กและพ่อแม่
- สอนให้เด็กรู้ว่าสิ่งที่น่าสนใจคืออะไร ภาษาอังกฤษคืออะไร ส่งเสริมจินตนาการในการมองรูปร่างต่างๆ
- มีการสร้างทักษะความคิดให้กับเด็กผ่านการจินตนาการของเด็ก โดยวิดีโอมีความน่าสนใจด้วยสีและทำให้เด็กเกิดจินตนาการได้ง่าย
- แรงบันดาลใจสร้างได้ง่ายขึ้นเนื่องจากคลิปไม่ยึดเยียดความคิดให้เด็กมากจนเกินไป

3. ด้านการส่งเสริมการเรียนรู้ศักยภาพและทักษะชีวิต

- เป็นการสอดแทรกการเรียนรู้ผ่านสื่อการ์ตูนทำให้เด็กๆ เข้าใจได้มากขึ้น
- มีคำศัพท์ภาษาอังกฤษให้ได้เรียนรู้ และควรมีการเพิ่มเติมภาษาอื่นๆ ร่วมด้วย
- ส่งเสริมการเรียนรู้ภาษาและจินตนาการของเด็ก
- วิดีโอช่วยสร้างภาพจำที่ดี
- เด็กที่ดูคลิปจะมีพัฒนาการที่ดีขึ้น แต่ก็อาจจะมีข้อจำกัดที่เด็กอาจจะเรียนรู้ได้ช้าหากไม่เข้าใจศัพท์ภาษาอังกฤษ

4. ด้านการมีส่วนร่วมของเด็ก เยาวชน และสมาชิกในครอบครัว

- การ์ตูนเหมาะแก่การเรียนรู้และสร้างทัศนคติที่ดีเกี่ยวกับครอบครัวให้เด็กสามารถเข้าถึงได้ทุกวัย
- การสอดแทรกคำถามระหว่างเนื้อหา ทำให้เด็กได้มีการคิดและจินตนาการร่วม
- ก่อเกิดความสัมพันธ์ที่ดีในครอบครัว และเด็กเกิดการเรียนรู้ได้ง่ายขึ้น
- พ่อแม่เข้ามามีส่วนร่วมกับลูกได้ผ่านการดูวิดีโอร่วมกัน
- รายการอาจจะต้องเพิ่มช่องทางการติดต่อให้กับเด็กหรือพ่อแม่ในการมีส่วนร่วมกับการรายการมากกว่านี้

5. ด้านความสอดคล้องของเนื้อหาในกลุ่มเป้าหมาย

- มีการสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย เนื่องจากเด็กมีความคิดไม่ซับซ้อน การให้ดูการ์ตูนง่ายๆ ที่สามารถเข้าใจได้ทันทีทำให้เกิดการเรียนรู้ได้ง่ายขึ้น

- มีความสอดคล้องในหัวข้อเรื่องที่ต้องการจะสื่อและเนื้อหาไม่ยากเกินกว่าที่เด็ก
อายุ 3-5 และ 6-12 ปี จะเข้าใจ

- มีความสอดคล้องเพราะเป็นการนำเสนอด้วยการ์ตูนที่เหมาะสมสำหรับเด็ก
- ควรเพิ่มกลุ่มเป้าหมายผู้ปกครองเข้ามาร่วมด้วย

6. ด้านส่งเสริมคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรม

- รายการมีการสอดแทรกเรื่องการไหว้เข้าไปซึ่งเป็นวัฒนธรรมที่ดีเหมาะสมแก่
การนำเสนอ

- มีการสอนการทักทายด้วยการพนมมือไหว้ตามแบบวัฒนธรรมไทย
- เด็กได้เรียนรู้ภาษาและจินตนาการ รวมทั้งเรียนรู้การตั้งคำถาม
- คลิปมีความหลากหลาย น่าสนใจ ถึงแม้บางคลิปอาจจะน่าเบื่อ แต่โดยรวม
ส่งผลดีต่อเด็กที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย
- อยากให้เพิ่มเรื่องการพัฒนาตัวเองของเด็กแบบจริงจัง

สรุปการประเมินผลความคิดเห็นต่อรายการ Tamacot

รายการ Tamacot มีการประเมิน 6 ด้าน ประกอบด้วย ด้านมาตรฐานและจริยธรรมในการ
นำเสนอเนื้อหา ด้านการเสริมสร้างทักษะการคิดและแรงบันดาลใจ ด้านการส่งเสริมการเรียนรู้ศักยภาพ
และทักษะชีวิต ด้านการมีส่วนร่วมของเด็ก เยาวชน และสมาชิกในครอบครัว ด้านความสอดคล้องของ
เนื้อหากับกลุ่มเป้าหมาย ด้านส่งเสริมคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรม ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า รายการมี
มาตรฐานและจริยธรรมในการนำเสนอเนื้อหา ทั้งเรื่องการส่งเสริมการไหว้ และการอธิบายถึงที่มาที่ไปของ
เนื้อหา มีการส่งเสริมการสร้างทักษะการคิดและแรงบันดาลใจ ส่งเสริมการเรียนรู้ศักยภาพและทักษะชีวิต
จินตนาการของเด็ก สร้างการมีส่วนร่วมของเด็ก เยาวชน และสมาชิกในครอบครัว ให้สามารถสร้าง
ความสัมพันธ์ร่วมกันได้ ทั้งนี้เนื้อหามีความสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายและส่งเสริมคุณค่าทางสังคมและ
วัฒนธรรมได้

จ๊อบคิดส์ พิชิตฝัน

กลุ่มเป้าหมายของรายการ คือ กลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี) และกลุ่มเด็กวัยเรียน (อายุ 6-12 ปี)

ลิงค์รายการที่ใช้เก็บข้อมูล (1) <https://youtu.be/pM1UyKXHCYM>

(2) <https://www.facebook.com/profile.php?id=100063554589794>

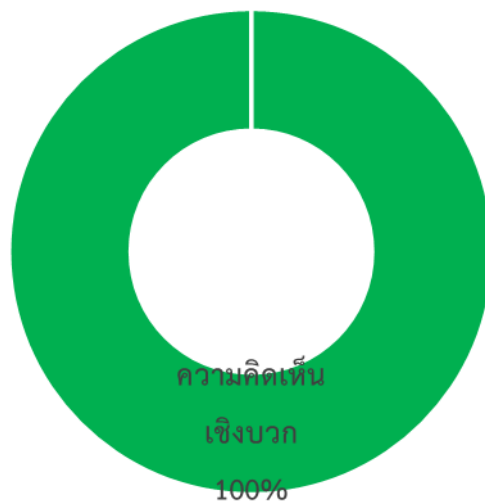
Facebook Fanpage ผู้ติดตาม 724 คน

จำนวนการกด Likes จาก YouTube คือ 56 Likes จาก 62 Videos

ระดับความพึงพอใจต่อรายการ เฉลี่ย 2.3333 คะแนน (มีความพึงพอใจระดับปานกลาง)

2) ประเด็นความคิดเห็นต่อรายการ จ๊อบคิดส์ พิชิตฝัน

(1) ความคิดเห็นจากช่อง YouTube และ Facebook



- ขอบคุณรายการจ๊อบคิดส์พิชิตฝัน และพี่ๆ ทีมงานทุกๆ ท่านนะคะ ที่ได้ให้โอกาสน้องออร์กัส ได้มาสัมผัสอาชีพในฝันในครั้งนี้ด้วยค่ะ หนูได้ประสบการณ์จากพี่ไอซ์และพี่โต้นมากๆ เลยค่ะ ขอบคุณค่ะ
- ขอเข้าร่วมด้วย
- น้องๆ น่ารัก
- รักนะ
- น่ารักทั้งสามคนเลยคะ
- น่ารักทุกคนจ้า น้องสา
- น้องไอซ์น่ารักครับ
- ไม่ได้ดูเลยวันนี้
- สู้ๆ นะคะพี่บอส คนเก่ง
- การออกแบบฝีมือดีมากเลย น้องข้าวหอม

- ออกแบบบ้านให้ป่าด้วยนะคะ
- ดูเพลินมากเลยคะ ไม่รู้สึกว่าน้องเป็นเด็ก เยี่ยมมากๆ

(2) ความคิดเห็นจากการสนทนากลุ่ม

ใช้รูปแบบการประเมิน ด้านมิติและเนื้อหา ของการประเมินตามระบบการวัดคุณภาพของสื่อที่นำเสนอต่อสังคม (Quality Rating) (กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์, 2564) โดยแบ่งออกเป็น 6 ด้าน ประกอบด้วย (1) ด้านมาตรฐานและจริยธรรมในการนำเสนอเนื้อหา (2) ด้านการเสริมสร้างทักษะการคิด และแรงบันดาลใจ (3) ด้านการส่งเสริมการเรียนรู้ศักยภาพและทักษะชีวิต (4) ด้านการมีส่วนร่วมของเด็ก เยาวชน และสมาชิกในครอบครัว (5) ด้านความสอดคล้องของเนื้อหาในกลุ่มเป้าหมาย และ (6) ด้านส่งเสริมคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรมสอดคล้องตามวัตถุประสงค์ของรายการ

ทั้งนี้ดำเนินการสัมภาษณ์จำนวน 5 คน (Nastasi & Schensul, 2005) เมื่อวันที่ 29 เมษายน 2566 ผ่านโปรแกรม Zoom Meeting มีรายละเอียด ดังนี้

1. ด้านมาตรฐานและจริยธรรมในการนำเสนอเนื้อหา

- รายการทำให้เด็กสามารถรู้จักอาชีพและสามารถเข้าใจในอาชีพที่หลากหลายในสังคมได้มากขึ้น

- ควรมีการขึ้นแจ้งเตือน หากว่าในฉากมีการใช้อุปกรณ์ที่เด็กไม่สามารถใช้เองตามลำพังได้ เช่น การใช้มีด อาจจะทำให้เด็กๆ ที่ยังไม่ได้เรียนรู้ถึงอันตรายของมีดหรืออาวุธของมีคมนำไปเลียนแบบได้

- จริยธรรมในสื่อควรเพิ่มเติมเรื่องการปลูกฝังพฤติกรรมบางอย่างให้เด็ก

- มาตรฐานในคลิปค่อนข้างดีแต่มีบางอย่างที่ควรให้ความสำคัญ เช่น ความรุนแรง ที่อาจจะคาดไม่ถึง

2. ด้านการเสริมสร้างทักษะการคิดและแรงบันดาลใจ

- รายการมีการเสริมสร้างแรงบันดาลใจให้แก่เด็กเรื่องอาชีพในฝัน ซึ่งทำให้เกิดความคิดต่อยอดได้ในอนาคต

- รายการช่วยส่งเสริมแรงบันดาลใจสำหรับอาชีพในฝัน

- มีการสอนทักษะต่างๆ ให้กับเด็ก และมีการอธิบายรายละเอียดของอาชีพให้เข้าใจง่าย

3. ด้านการส่งเสริมการเรียนรู้ศักยภาพและทักษะชีวิต

- เนื้อหาการนำเสนอของรายการดี ช่วยส่งเสริมความฝันเรื่องอาชีพของเด็กๆ ทำให้ได้เห็นว่าอาชีพแต่ละอาชีพต้องทำงานอย่างไร

- ทำให้เด็กรู้ว่าทักษะอะไรที่เป็นขั้นพื้นฐานสามารถนำมาปรับใช้กับการเรียนและใช้ในชีวิตประจำวันได้

- ส่งเสริมให้เด็กลองทำอาชีพที่ตัวเองสนใจ เพื่อจะได้รู้ว่าตัวเองชอบหรือไม่ชอบอย่างไร ได้ดูว่าการเรียนในสาขาต่างๆ ที่จะนำไปต่อยอดอาชีพเรียนอะไรบ้าง

- เนื้อหาส่งเสริมการเรียนรู้ศักยภาพของเด็กได้ดี แต่ควรมีผู้ปกครองช่วยแนะนำต่อไปในอนาคต

4. ด้านการมีส่วนร่วมของเด็ก เยาวชน และสมาชิกในครอบครัว

- การใช้เวลากับครอบครัวเพื่อดูรายการนี้เป็นเรื่องที่ดีและสมควรอย่างยิ่ง เพราะจะทำให้ทั้งเด็กและคุณพ่อคุณแม่ มีความรู้ ทำให้ครอบครัวได้ใช้เวลาร่วมกันมากขึ้น
- ส่งเสริมให้เด็กได้ทดลองเรียนรู้ด้วยตัวเอง และเป็นการสร้างบรรยากาศ การพูดคุยกันในครอบครัว

5. ด้านความสอดคล้องของเนื้อหาในกลุ่มเป้าหมาย

- รายการสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี
- เนื้อหาที่แสดงอาจจะยากเกินกว่าที่กลุ่มเป้าหมายอายุช่วง 3-5 ปีจะเข้าใจได้ ดังนั้นอาจจะต้องปรับปรุงเนื้อหาแยกย่อยตามช่วงอายุ
- สอดคล้องเพราะเป็นการกระตุ้นความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย
- มีเนื้อหาและการนำเสนอบางช่วงหรือบางตอนที่ไม่สามารถเข้าถึงเด็กเล็กได้ อาจจะต้องให้พ่อแม่ช่วยดูแลร่วมด้วย

6. ด้านส่งเสริมคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรม

- เป็นรายการที่ส่งเสริมความรู้และอาชีพในฝันของเด็กๆ ได้ดีมาก ซึ่งสอดคล้องกับค่านิยมอาชีพในสังคมไทย
- ทำให้เด็กๆ ได้เห็นว่าอาชีพแต่ละอาชีพมีความสำคัญอย่างไรต่อสังคม

สรุปการประเมินผลความคิดเห็นต่อรายการ จ๊อบคิดส์ พิชิตฝัน

รายการ จ๊อบคิดส์ พิชิตฝัน มีการประเมิน 6 ด้าน ประกอบด้วย ด้านมาตรฐานและจรรยาบรรณในการนำเสนอเนื้อหา ด้านการเสริมสร้างทักษะการคิดและแรงบันดาลใจ ด้านการส่งเสริมการเรียนรู้ ศักยภาพและทักษะชีวิต ด้านการมีส่วนร่วมของเด็ก เยาวชน และสมาชิกในครอบครัว ด้านความสอดคล้องของเนื้อหาในกลุ่มเป้าหมาย ด้านส่งเสริมคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรม ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า รายการมีมาตรฐานและจรรยาบรรณในการนำเสนอเนื้อหา ในเรื่องการปลูกฝังพฤติกรรม สำหรับการส่งเสริมการสร้างทักษะการคิดและแรงบันดาลใจ มีการอธิบายความหลากหลายของอาชีพให้กับเด็ก ซึ่งช่วยส่งเสริมการเรียนรู้ ศักยภาพและทักษะชีวิต ที่จะพัฒนาการมีส่วนร่วมของเด็ก เยาวชน และสมาชิกในครอบครัว ซึ่งทั้งนี้ก็มีความสอดคล้องของเนื้อหาในกลุ่มเป้าหมาย อีกทั้งยังส่งเสริมคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรมที่หลากหลายด้านค่านิยมในสังคมไทย

Kids Zone

กลุ่มเป้าหมายของรายการ คือ กลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี) และกลุ่มเด็กวัยเรียน (อายุ 6-12 ปี)

ลิงค์รายการที่ใช้เก็บข้อมูล (1) <https://youtu.be/nDHVmsjANFM>

(2) <https://www.facebook.com/Kidszone.2563>

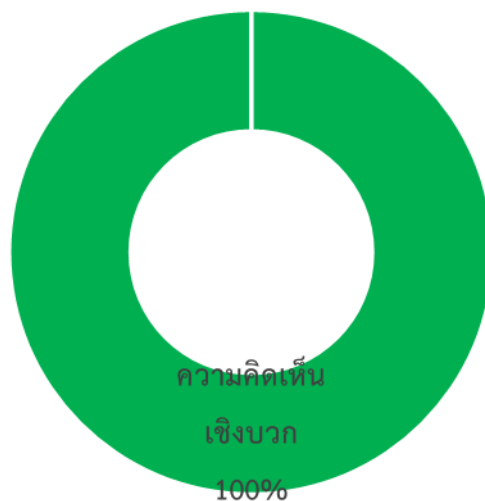
Facebook Fanpage ผู้ติดตาม 542 คน

จำนวนการกด Likes จาก Facebook คือ 62 Likes จาก 4 Videos

ระดับความพึงพอใจต่อรายการ เฉลี่ย 1.7500 คะแนน (มีความพึงพอใจระดับปานกลาง)

2) ประเด็นความคิดเห็นต่อรายการ Kids Zone

(1) ความคิดเห็นจากช่อง YouTube และ Facebook



- ชอบพระคุณมาก
- ชอบรายการนี้มากๆ เลยค่ะ
- สุดยอดไปเลย ปรบมือรัวๆ ให้พี่ไบบาน น้องปลายฟ้า
- เก่งจังเลยลูก
- ดูแล้วค่ะ เก่งสวยน่ารัก
- จะคอยติดตามนะคะปลายฟ้า
- FC น้องมิวสิต นะลูก
- น่ารักมาก
- รอชมนะคะ
- ตัวการ์ตูนน่ารักจังเลยครับ
- FC ทั้งคุณแม่และคุณลูกนะคะ

- คูไปเข้าไปเยี่ยมตามค๊ะ
- ขอบคุณรายการดีๆ สนุกๆ ครับ
- ขอเป็น FC ด้วยคนนะคะน้องปกป้อง
- ขอขอบพระคุณผู้สนับสนุนรายการ ผู้บริหารและพี่ๆ ทีมงานทุกคนที่ได้เมตตาให้โอกาสน้องพุกันไปหาความรู้ และได้ฝึกฝนพัฒนาความสามารถ ทางครอบครัว ขอขอบพระคุณมากค๊ะ
- น่ารักมากค๊ะ ขอให้มึเรื่องสนุกๆ ให้เรียนรู้อีกเยอะ นะคะ
- น้องพุกันเก่งมากๆ
- อยากเต้นด้วยจังเลยค๊ะ
- ดูนจบนะ เยี่ยมมากเลย เก่งทั้งทิกเกอร์และแม่เมย์เลย

(2) ความคิดเห็นจากการสนทนากลุ่ม

ใช้รูปแบบการประเมิน ด้านมิติและเนื้อหา ของการประเมินตามระบบการวัดคุณภาพของสื่อที่นำเสนอต่อสังคม (Quality Rating) (กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์, 2564) โดยแบ่งออกเป็น 6 ด้าน ประกอบด้วย (1) ด้านมาตรฐานและจริยธรรมในการนำเสนอเนื้อหา (2) ด้านการเสริมสร้างทักษะการคิด และแรงบันดาลใจ (3) ด้านการส่งเสริมการเรียนรู้ศักยภาพและทักษะชีวิต (4) ด้านการมีส่วนร่วมของเด็ก เยาวชน และสมาชิกในครอบครัว (5) ด้านความสอดคล้องของเนื้อหากับกลุ่มเป้าหมาย และ (6) ด้านส่งเสริมคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรมสอดคล้องตามวัตถุประสงค์ของรายการ

ทั้งนี้ ดำเนินการสัมภาษณ์จำนวน 5 คน (Nastasi & Schensul, 2005) เมื่อวันที่ 29 เมษายน 2566 ผ่านโปรแกรม Zoom Meeting มีรายละเอียด ดังนี้

1. ด้านมาตรฐานและจริยธรรมในการนำเสนอเนื้อหา

- ทางรายการมีการอ้างอิงข้อมูล และมีคำบรรยายทั้งเสียง ข้อความ และภาพ ทำให้เข้าใจได้ง่าย
- ไม่มีความอันตรายที่จะทำให้เกิดการเลียนแบบได้ ซึ่งเป็นการนำเสนอที่ดี เช่น บอกว่าไม่ให้เด็กนำน้ำยาล้างมือเอาเข้าปากหรือเข้าร่างกาย นอกจากใช้ในการล้างมือเท่านั้น
- รายการมีจริยธรรมที่ดี ไม่มีการพาดพิงหรือกล่าวถึงผู้อื่นเสียหาย ให้ความรู้ได้เหมาะสม

2. ด้านการเสริมสร้างทักษะการคิดและแรงบันดาลใจ

- การนำเสนอความรู้ในการสร้างสรรค์สิ่งต่างๆ ของรายการมีความเข้าใจง่าย และสามารถทำตามได้ไม่ยาก และมีประโยชน์ในเชิงปฏิบัติให้กับเด็ก
- ทำให้เด็กกล้าตั้งคำถาม และรายการยังไขข้อสงสัยในคำถามของเด็กในแต่ละตอน
- เพิ่มทักษะการเรียงลำดับตามขั้นตอนได้อย่างถูกต้องมากขึ้น ส่งเสริมให้กล้าแสดงออกมากขึ้น
- มีการสร้างแรงบันดาลใจในเรื่องการดูแลตัวเอง เพราะในความเป็นจริงเด็กบางคนอาจจะยังไม่เข้าใจว่าแรงบันดาลใจ แต่การปลูกฝังด้วยรายการแบบนี้จะช่วยสร้างสิ่งที่เรียกว่าแรงบันดาลใจได้

3. ด้านการส่งเสริมการเรียนรู้ศักยภาพและทักษะชีวิต

- การเสริมสร้างความคิดที่แทรกมาของรายการเป็นเนื้อหาที่ดี เด็กๆ สามารถทำตามได้และทำให้มีความรู้ในเรื่องรอบตัวมากขึ้น
- การบอกกลุ่มเป้าหมายเกี่ยวกับการป้องกันในช่วงโควิด และเรียนรู้เรื่องแอลกอฮอล์ โดยให้เด็กเข้าใจได้ง่ายจากการยกตัวอย่างให้เห็นภาพ
- ได้เรียนรู้การลงมือทำด้วยตัวเอง กล้าคิด กล้าถาม กล้าลงมือทำ เป็นการส่งเสริมความรู้ด้านเครื่องมือการทำงานทดลอง ได้ความรู้ด้านวิทยาศาสตร์มากขึ้น

4. ด้านการมีส่วนร่วมของเด็ก เยาวชน และสมาชิกในครอบครัว

- เป็นการรายการที่เหมาะสมกับทุกวัย มีการสร้างสรรค์สิ่งต่างๆ ไม่ใช่แค่เด็กที่ทำตามได้แต่ผู้ใหญ่ก็สามารถทำตามและนำมาใช้งานในชีวิตประจำวันได้เช่นกัน
- ทำให้ครอบครัวกระชับความสัมพันธ์ด้วยการทำกิจกรรมร่วมกัน
- หากมีอุปกรณ์ ผู้รับชมจะได้ลงมือลองทำกิจกรรมต่างๆ ตามรายการได้ด้วยตนเอง

5. ด้านความสอดคล้องของเนื้อหาในกลุ่มเป้าหมาย

- เนื้อหาดีมีความสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย เด็กๆ สามารถดูเพื่อนำไปเป็นความรู้และปรับใช้ในชีวิตได้
- มีความสอดคล้อง แต่สำหรับกลุ่มเป้าหมายอายุ 3-5 ปี อาจจะยากเกินกว่าจะทำความเข้าใจได้ ควรให้ผู้ปกครองร่วมดูด้วย
- การให้เด็กๆ ทดลองทำ โดยมีเด็กในช่วงกลุ่มอายุเป้าหมายเป็นพิธีกรดำเนินรายการ มีการอธิบายได้เข้าใจง่ายสำหรับเด็ก

6. ด้านส่งเสริมคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรม

- จากเพลงของรายการมีการส่งเสริมเรื่องการทักทาย ทั้งการกล่าวสวัสดิการไหว้ เป็นการส่งเสริมวัฒนธรรมที่ดี และไม่เป็นการบังคับให้เด็กทำมากจนเกินไป เด็กๆ สามารถซึมซับและเข้าใจได้ง่าย
- มีวิธีการทำเจลแอลกอฮอล์อย่างละเอียดที่เด็กสามารถทำตามได้ สร้างความตระหนักด้านการเรียนรู้ให้กับคนในสังคมได้
- เด็กจะได้เรียนรู้การให้ความสำคัญกับสังคมเพิ่มขึ้น ในช่วงที่กำลังเผชิญกับสถานการณ์ที่อันตราย เด็กจะถือว่าเป็นกำลังสำคัญในอนาคตต่อไปได้

สรุปการประเมินผลความคิดเห็นต่อรายการ Kids Zone

รายการ Kids Zone มีการประเมิน 6 ด้าน ประกอบด้วย ด้านมาตรฐานและจริยธรรมในการนำเสนอเนื้อหา ด้านการเสริมสร้างทักษะการคิดและแรงบันดาลใจ ด้านการส่งเสริมการเรียนรู้ศักยภาพและทักษะชีวิต ด้านการมีส่วนร่วมของเด็ก เยาวชน และสมาชิกในครอบครัว ด้านความสอดคล้องของเนื้อหาในกลุ่มเป้าหมาย ด้านส่งเสริมคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรม ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า รายการมีมาตรฐานและจริยธรรมในการนำเสนอเนื้อหาไม่สร้างอันตรายให้กับเด็ก มีการส่งเสริมการสร้างทักษะการคิดและแรงบันดาลใจในการดูแลตัวเองให้กับเด็ก อีกทั้งยังส่งเสริมการเรียนรู้ศักยภาพ ทักษะชีวิต คุณค่าทางสังคม และวัฒนธรรม ให้กับเด็กและเยาวชนที่รับชมรายการ มีกิจกรรมในการสร้างการมีส่วนร่วมของเด็ก เยาวชน และครอบครัว โดยเนื้อหาดีมีความสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย

ปริศนาร่างกาย

กลุ่มเป้าหมายของรายการ คือ กลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี) และกลุ่มเด็กวัยเรียน (อายุ 6-12 ปี)

ลิงค์รายการที่ใช้เก็บข้อมูล (1) <https://youtu.be/wNxe6JGtEp4>

(2) <https://www.facebook.com/profile.php?id=100063441537039&sk=Videos>

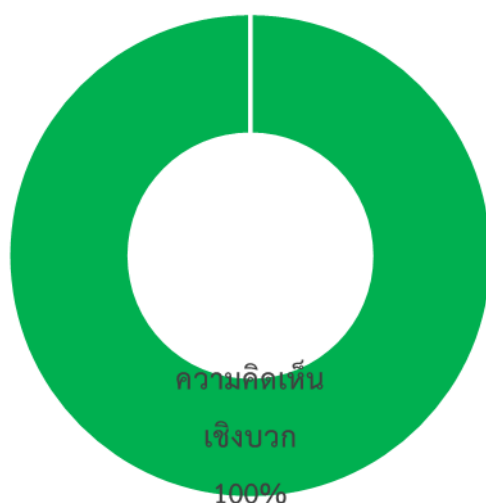
Facebook Fanpage ผู้ติดตาม 378 คน

จำนวนการกด Likes จาก Facebook คือ 2568 Likes จาก 50 Videos

ระดับความพึงพอใจต่อรายการ เฉลี่ย 2.0000 คะแนน (มีความพึงพอใจระดับปานกลาง)

2) ประเด็นความคิดเห็นต่อรายการ ปริศนาร่างกาย

(1) ความคิดเห็นจากช่อง YouTube และ Facebook



- ปริศนาร่างกาย EP12 ทำไมกินของหวานฟันถึงผุ
- ผมเป็นคนใช้คุณหมอด้วยครับ
- ทำไมมนุษย์ฉลาดกว่าสัตว์อื่นๆ
- ใส่ตั้ง และ ตังหุมีไว้ทำอะไรรครับ

(2) ความคิดเห็นจากการสนทนากลุ่ม

ใช้รูปแบบการประเมิน ด้านมิติและเนื้อหา ของการประเมินตามระบบการวัดคุณภาพของสื่อที่นำเสนอต่อสังคม (Quality Rating) (กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์, 2564) โดยแบ่งออกเป็น 6 ด้าน ประกอบด้วย (1) ด้านมาตรฐานและจริยธรรมในการนำเสนอเนื้อหา (2) ด้านการเสริมสร้างทักษะการคิด และแรงบันดาลใจ (3) ด้านการส่งเสริมการเรียนรู้ศักยภาพและทักษะชีวิต (4) ด้านการมีส่วนร่วมของเด็ก เยาวชน และสมาชิกในครอบครัว (5) ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา กับกลุ่มเป้าหมาย และ (6) ด้านส่งเสริมคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรมสอดคล้องตามวัตถุประสงค์ของรายการ

ทั้งนี้ ดำเนินการสัมภาษณ์จำนวน 5 คน (Nastasi & Schensul, 2005) เมื่อวันที่ 29 เมษายน 2566 ผ่านโปรแกรม Zoom Meeting มีรายละเอียด ดังนี้

1. ด้านมาตรฐานและจริยธรรมในการนำเสนอเนื้อหา

- รายการมีการนำคุณหมอมือเชี่ยวชาญมาให้ความรู้ ซึ่งจะทำให้ข้อมูลที่ได้รับความน่าเชื่อถือมากและเด็กจะเข้าใจได้อย่างถูกต้อง

- มีความเหมาะสมในการนำเสนอให้กับเด็ก ไม่มีเรื่องอันตรายที่จะทำให้เด็กเลียนแบบได้ ซึ่งถือเป็นจรรยาบรรณสื่อที่ดี

- เป็นสื่อที่มีการบรรยายแทนเสียงและเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการ เนื้อหาเหมาะสมกับผู้ชมทั่วไป

- สื่อมีจริยธรรมในการนำเสนอ เพราะมีแหล่งอ้างอิงที่น่าเชื่อถือ

2. ด้านการเสริมสร้างทักษะการคิดและแรงบันดาลใจ

- มีการเสริมสร้างให้เด็กได้เรียนรู้และรู้จักร่างกายของตัวเองมากขึ้น ทำให้รู้วิธีดูแลร่างกายอย่างถูกต้อง

- การมีอินโฟกราฟฟิกประกอบการนำเสนอ จะทำให้เด็กเข้าใจได้ง่ายขึ้นผ่านรูปแบบภาพที่รายการใช้ เช่น เรื่องสะดือมีหลายรูปแบบ ได้รู้ว่าสะดือคืออะไร และเหตุผลว่าทำไมสะดือของแต่ละคนไม่เหมือนกัน รู้ว่าสะดือจุ่นเกิดจากอะไร สะดือจุ่นยุบลงได้เอง ไม่ควรแกะเกาสะดือบ่อยๆ รู้วิธีทำความสะอาดสะดือ สิ่งเหล่านี้จะช่วยทำให้เกิดความเข้าใจในเนื้อหาอย่างถูกต้อง ถือเป็นมาตรฐานของรายการที่มีคุณภาพ

3. ด้านการส่งเสริมการเรียนรู้ศักยภาพและทักษะชีวิต

- รายการนี้เป็นรายการที่ดีเหมาะแก่การดูเพื่อศึกษาและเรียนรู้เกี่ยวกับร่างกายได้เป็นอย่างดี ทั้งการมีคุณหมอมานำเสนอและให้ข้อมูลทำให้รายการเป็นที่น่าเชื่อถือ

- มีการอธิบายในเรื่องต่างๆ ทำให้เด็กได้เรียนรู้และสะท้อนทักษะการดูแลชีวิตตัวเองเมื่อเด็กโตขึ้น

4. ด้านการมีส่วนร่วมของเด็ก เยาวชน และสมาชิกในครอบครัว

- เด็กสามารถดูคนเดียวได้และผู้ปกครองก็สามารถดูร่วมด้วยเช่นกัน เพราะเป็นความรู้ทั่วไปที่ควรค่าแก่การรับความรู้

- มีการให้พิธีกรตั้งคำถามชวนให้เด็กๆ ได้มีการคิดตามซึ่งจะทำให้เด็กอยากมีส่วนร่วมในการเรียนรู้ จะทำให้การเกิดการเรียนรู้และสร้างความสัมพันธ์ที่ดีในครอบครัว

5. ด้านความสอดคล้องของเนื้อหาในกลุ่มเป้าหมาย

- การบอกเล่าถึงอวัยวะต่างๆ ของร่างกาย และการบอกวิธีดูแลรักษา รวมถึงการให้ความรู้ในเรื่องต่างๆ สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายมากๆ ทำให้เด็กได้เรียนรู้จักร่างกายของตัวเอง ยกตัวอย่างเช่นตอนที่บอกเกี่ยวกับลักษณะของสะดือ จะทำให้ได้รู้ว่าสะดือมีหลากหลายรูปแบบ คนเรามีลักษณะสะดือที่แตกต่างกันไป สิ่งเหล่านี้จะถูกปลูกฝังไปในความคิดของเด็ก

- เด็กที่อายุช่วง 3-5 ปีสามารถเข้าถึงเนื้อหาได้โดยง่าย

- สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายเด็ก

6. ด้านส่งเสริมคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรม

- เป็นรายการที่ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจในร่างกายของตนเองและผู้อื่นได้ดีมาก อาจจะยังไม่ได้เชื่อมโยงไปถึงวัฒนธรรม แต่เชื่อมโยงถึงการดูแลตัวเองของเด็ก และก็จะช่วยสร้างวินัยให้กับเด็กได้
- คุณค่าทางสังคมที่ความได้หลากหลาย ในรายการอาจจะยังไม่ได้สะท้อนเรื่องคุณค่าทางสังคมหรือวัฒนธรรมมากนัก
- วัฒนธรรมไทยไม่ค่อยให้ความสำคัญกับการดูแลตัวเอง แต่มักสอนให้ดูแลคนอื่นมากกว่า

สรุปการประเมินผลความคิดเห็นต่อรายการ ปรีศนาร่างกาย

รายการ ปรีศนาร่างกาย มีการประเมิน 6 ด้าน ประกอบด้วย ด้านมาตรฐานและจริยธรรมในการนำเสนอเนื้อหา ด้านการเสริมสร้างทักษะการคิดและแรงบันดาลใจ ด้านการส่งเสริมการเรียนรู้ศักยภาพและทักษะชีวิต ด้านการมีส่วนร่วมของเด็ก เยาวชน และสมาชิกในครอบครัว ด้านความสอดคล้องของเนื้อหาในกลุ่มเป้าหมาย ด้านส่งเสริมคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรม ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า รายการมีมาตรฐานและจริยธรรมในการนำเสนอเนื้อหาซึ่งสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย มีการส่งเสริมการสร้างทักษะการคิด การสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องของเนื้อหาให้กับเด็กและเยาวชน มีการสร้างแรงบันดาลใจ สร้างการเรียนรู้ศักยภาพและทักษะชีวิต สร้างการมีส่วนร่วม และส่งเสริมคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรมของไทย

บ้านมหัศจรรย์ (Wonder house)

กลุ่มเป้าหมายของรายการ คือ กลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี) และกลุ่มเด็กวัยเรียน (อายุ 6-12 ปี)

ลิงค์รายการที่ใช้เก็บข้อมูล (1) <https://youtu.be/i4nnqr0P1-8>

(2) <https://www.facebook.com/profile.php?id=100063804412549>

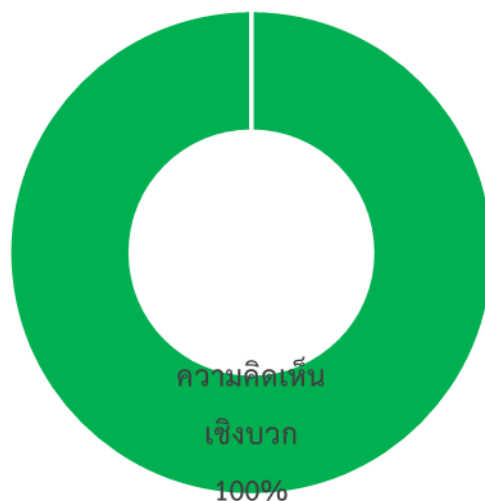
Facebook Fanpage ผู้ติดตาม 1300 คน

จำนวนการกด Likes จาก Facebook คือ 1812 Likes จาก 32 Videos

ระดับความพึงพอใจต่อรายการ เฉลี่ย 1.7500 คะแนน (มีความพึงพอใจระดับปานกลาง)

2) ประเด็นความคิดเห็นต่อรายการ บ้านมหัศจรรย์ (Wonder house)

(1) ความคิดเห็นจากช่อง YouTube และ Facebook



- แ่่นแ่่นมาก ๆ
- น่ารัก
- พี่กัปตันกับน้องสิตา มาแล้วคะ
- เด็ก ๆ เก่งน่ารักทุกคน
- เก่งมากเลยคะ
- Love
- น่ารัก ชอบคุณนະคะ
- เก่งมาก ๆ ครับ
- เยี่ยมเลยคะ
- เก่งจริง เสียงดัง ฟังชัด
- น้องไท้ไท้เก่งและน่ารักมากครับ
- ไ้ไท้ น่ารักมาก ฉลาดและเก่ง รวมถึงน้อง ๆ คนอื่นด้วย
- น่ารักมากคะ เก่งมากเลยทุกคน

(2) ความคิดเห็นจากการสนทนากลุ่ม

ใช้รูปแบบการประเมิน ด้านมิติและเนื้อหา ของการประเมินตามระบบการวัดคุณภาพของสื่อที่นำเสนอต่อสังคม (Quality Rating) (กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์, 2564) โดยแบ่งออกเป็น 6 ด้าน ประกอบด้วย (1) ด้านมาตรฐานและจริยธรรมในการนำเสนอเนื้อหา (2) ด้านการเสริมสร้างทักษะการคิด และแรงบันดาลใจ (3) ด้านการส่งเสริมการเรียนรู้ศักยภาพและทักษะชีวิต (4) ด้านการมีส่วนร่วมของเด็ก เยาวชน และสมาชิกในครอบครัว (5) ด้านความสอดคล้องของเนื้อหาในกลุ่มเป้าหมาย และ (6) ด้านส่งเสริมคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรมสอดคล้องตามวัตถุประสงค์ของรายการ

ทั้งนี้ดำเนินการสัมภาษณ์จำนวน 5 คน (Nastasi & Schensul, 2005) เมื่อวันที่ 29 เมษายน 2566 ผ่านโปรแกรม Zoom Meeting มีรายละเอียด ดังนี้

1. ด้านมาตรฐานและจริยธรรมในการนำเสนอเนื้อหา

- เป็นสื่อที่มีการบรรยายแทนเสียงและเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการ เนื้อหาเหมาะสมกับผู้ชมทั่วไป เพลงเปิดรายการดี ตัวละครสมมติดูเข้าถึงง่าย มีมาตรฐานในการทำรายการที่ดี
- เป็นรายการที่นำเสนอเนื้อหาได้ดีและมีคุณค่าแก่การเรียนรู้
- มีความเหมาะสมสำหรับเด็กในวัยช่วงอายุตามที่เป้าหมายของรายการกำหนด
- จริยธรรมของรายการอาจจะหมายถึงการให้ข้อมูลที่น่าเชื่อถือ ซึ่งก็อาจจะต้องเพิ่มในส่วนนี้เข้าไปในแต่ละตอน

2. ด้านการเสริมสร้างทักษะการคิดและแรงบันดาลใจ

- ได้เรียนรู้คำศัพท์เกี่ยวกับเรื่องที่น่าสนใจ ศัพท์พร้อมกิจกรรมที่ได้ทำในรายการ มีทักษะการจัดเรียงความคิดตามการสะกดคำ พร้อมกับเกร็ดความรู้ เช่น ทำไมนกถึงลอยตัวกลางอากาศได้
- มีการให้เด็กๆ ทายคำศัพท์ ทำให้มีการคิดตามไปด้วย ซึ่งเป็นการดีต่อเด็กๆ ที่ได้ดูเป็นอย่างมาก
- มีการถามระหว่างเนื้อหาให้เด็กได้ลองนึกถึงคำศัพท์และคำอธิบายของคำแปลนั้น ทำให้เด็กได้เรียนรู้ทั้งภาษาอังกฤษทั้งเสริมสร้างจินตนาการ
- จินตนาการสำคัญความรู้ นั่นคือคำถามที่จริงที่สุดและรายการนี้ก็ตอบสนองสิ่งนั้น

3. ด้านการส่งเสริมการเรียนรู้ศักยภาพและทักษะชีวิต

- ฝึกการแก้ไขสถานการณ์ในภาวะที่ฉุกเฉินได้ เนื่องจากในรายการมีให้หาตัวอักษรมาสะกดคำ
- รายการนี้เป็นรายการที่มีการเสริมสร้างความรู้ด้านภาษาที่ดีมากๆ คำศัพท์พื้นฐานง่ายๆ ก็สามารถนำเสนอได้น่าจดจำก็จะช่วยให้เด็กจดจำได้ดีขึ้น
- มีการสอนคำศัพท์ที่ไม่ยากเกินกว่าที่เด็กจะเข้าใจ เลยทำให้เด็กที่อายุเพียง 3 ปีก็สามารถเข้าใจได้โดยง่าย

4. ด้านการมีส่วนร่วมของเด็ก เยาวชน และสมาชิกในครอบครัว

- เด็กๆ นำไปเล่นกับครอบครัวได้ ทำให้ครอบครัวมีเวลาทำกิจกรรมร่วมกันมากขึ้น
- เป็นรายการที่ดีมาก ผู้ปกครองสามารถเปิดดูไปพร้อมกับลูกๆ ได้ และยังสามารถให้ความรู้แก่ลูกเพิ่มเติมได้ทำให้มีช่วงเวลาครอบครัว

- มีการถามระหว่างเนื้อหาให้เด็กได้ลองนึกถึงคำศัพท์ ซึ่งทำให้เด็กติดตามและอาจมีการหันไปถามผู้ปกครองซึ่งช่วยกระชับความสัมพันธ์ในครอบครัวอีกด้วย
- เป็นรายการที่ทำให้เด็กและพ่อแม่ได้ใช้เวลาด้วยกันได้ดี หากพ่อแม่ร่วมการดูไปพร้อมกับลูก

5. ด้านความสอดคล้องของเนื้อหาในกลุ่มเป้าหมาย

- เหมาะสม เนื้อหาไม่สั้นไม่ยาวเกินไป คำศัพท์ไม่ยากเกินไป
- เนื้อหาดีมาก มีการบอกถึงคำศัพท์ความหมายและยังมีการบอกข้อมูลเพิ่มเติมของคำแต่ละคำเพิ่มอีกด้วย ทำให้เด็กๆ มีความรู้เพิ่มเข้าไปอีกได้มากมาย
- มีความสอดคล้องมาก โดยกลุ่มเป้าหมายที่รายการกำลังอยู่ในช่วงที่มีการเริ่มเรียนภาษาอังกฤษ เนื้อหาที่สมควรจะไม่ยากเกินไป ซึ่งรายการทำตรงนี้ได้ดี
- เด็กคือวัยแห่งการเรียนรู้ ดังนั้นรายการส่งเสริมการเรียนรู้ภาษาอังกฤษก็จะช่วยสร้างพฤติกรรมการเรียนรู้ภาษาอังกฤษได้ในอนาคต

6. ด้านส่งเสริมคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรม

- ปลุกฝังให้เรียนรู้ภาษาอังกฤษตั้งแต่เด็ก ก็จะช่วยสร้างวัฒนธรรมการเรียนรู้ให้เกิดขึ้นได้ในตัวเด็กตั้งแต่ยังเด็กและจะต่อยอดไปจนถึงตอนโตได้
- รายการมีการส่งเสริมให้เด็กทำงานร่วมกัน อย่างในคลิป คือ ให้เด็กๆ ช่วยกันหาตัวอักษรมาเรียงต่อกันเพื่อให้ได้คำที่ต้องการ จะต้องมีการพูดคุยและสื่อสารกันเป็นอย่างดีที่ดีให้แก่ผู้รับชม
- มีการนำเพลงการทักทายกันตอนเข้ามาเปิดรายการ แถมยังเป็นภาษาอังกฤษ ทำให้เด็กได้เรียนรู้การทักทายกันแบบภาษาอังกฤษ
- รายการช่วยสร้างวัฒนธรรมทางความคิด ให้เด็กร่วมกันเคารพและมีมารยาทต่อเพื่อนร่วมทีม

สรุปการประเมินผลความคิดเห็นต่อรายการ บ้านมหัศจรรย์ (Wonder house)

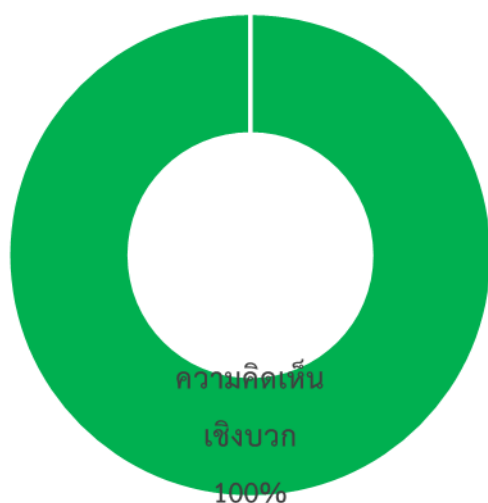
รายการ บ้านมหัศจรรย์ (Wonder house) มีการประเมิน 6 ด้าน ประกอบด้วย ด้านมาตรฐานและจริยธรรมในการนำเสนอเนื้อหา ด้านการเสริมสร้างทักษะการคิดและแรงบันดาลใจ ด้านการส่งเสริมการเรียนรู้ศักยภาพและทักษะชีวิต ด้านการมีส่วนร่วมของเด็ก เยาวชน และสมาชิกในครอบครัว ด้านความสอดคล้องของเนื้อหาในกลุ่มเป้าหมาย ด้านส่งเสริมคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรม ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า รายการมีมาตรฐานและจริยธรรมในการนำเสนอเนื้อหาที่สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย มีการส่งเสริมทักษะการคิด ทักษะชีวิต การเรียนรู้ สร้างแรงบันดาลใจ ให้กับเด็กและเยาวชน รวมไปถึงการส่งเสริมการเรียนรู้ที่ดีและการมีส่วนร่วมต่อเด็กและเยาวชน และครอบครัว ทั้งนี้รายการมีการส่งเสริมคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรมทางความคิดให้กับเด็กและเยาวชนที่รับชมรายการ

ใจใส ใสใจ

กลุ่มเป้าหมายของรายการ คือ กลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี) และกลุ่มเด็กวัยเรียน (อายุ 6-12 ปี)
ลิงค์รายการที่ใช้เก็บข้อมูล (1) <https://youtu.be/qnlinq-q-sx8>
(2) <https://www.facebook.com/JAISAIJAI/OFFICIAL/Videos>
Facebook Fanpage ผู้ติดตาม 1100 คน
จำนวนการกด Likes จาก Facebook คือ 1302 Likes จาก 50 Videos
ระดับความพึงพอใจต่อรายการ เฉลี่ย 2.3333 คะแนน (มีความพึงพอใจระดับปานกลาง)

2) ประเด็นความคิดเห็นต่อรายการ ใจใส ใสใจ

(1) ความคิดเห็นจากช่อง YouTube และ Facebook



- วาดรูปน่ารักจัง
- รายการโทรทัศน์สื่อสร้างสรรค์แบบออร์แกนิกสำหรับเด็ก
- เปิดดูก่อนจะนอนหลับอย่างไวมือถือฟังนิทาน คิดถึงตอนสมัยเป็นเด็ก พ่อชอบเล่านิทานให้ฟังก่อนนอน
- ส่งการบ้านครับ เด็กที่บ้านชอบรายการมากครับ
- พาหลานดูสนุกและเพลิดเพลินตอบโจทย์เด็กสมาธิสั้น ดูหลายคลิปค่ะ
- น้องวินเนอร์ดูแล้ววาดตามสนุกมากเลยครับ

(2) ความคิดเห็นจากการสนทนากลุ่ม

ใช้รูปแบบการประเมิน ด้านมิติและเนื้อหา ของการประเมินตามระบบการวัดคุณภาพของสื่อที่นำเสนอต่อสังคม (Quality Rating) (กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์, 2564) โดยแบ่งออกเป็น 6 ด้าน ประกอบด้วย (1) ด้านมาตรฐานและจริยธรรมในการนำเสนอเนื้อหา (2) ด้านการเสริมสร้างทักษะการคิด และแรงบันดาลใจ (3) ด้านการส่งเสริมการเรียนรู้ศักยภาพและทักษะชีวิต (4) ด้านการมีส่วนร่วมของเด็ก เยาวชน และสมาชิกในครอบครัว (5) ด้านความสอดคล้องของเนื้อหาในกลุ่มเป้าหมาย และ (6) ด้านส่งเสริมคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรมสอดคล้องตามวัตถุประสงค์ของรายการ

ทั้งนี้ดำเนินการสัมภาษณ์จำนวน 5 คน (Nastasi & Schensul, 2005) เมื่อวันที่ 29 เมษายน 2566 ผ่านโปรแกรม Zoom Meeting มีรายละเอียด ดังนี้

1. ด้านมาตรฐานและจริยธรรมในการนำเสนอเนื้อหา

- รายการมีภาพรวมมาตรฐานการนำเสนอที่ดี การที่นำเอาคำมาแต่งเป็นกลอนเพื่อนำเสนอ ทำให้รายการดูน่าฟังมากขึ้น

- มีความเหมาะสมสำหรับเด็กในวัยช่วงอายุตามที่เป้าหมายของรายการกำหนด และไม่เกิดความอันตรายที่จะทำให้เกิดการเลียนแบบได้

- จริยธรรมสื่อของรายการดีมาก

- มีการนำเสนอผ่านการวาดภาพพร้อมบรรยายเป็นกลอนซึ่งดีมาก มีการสอนวาดภาพตามด้วย ก็ถือว่าเหมาะสมกับช่วงวัย

2. ด้านการเสริมสร้างทักษะการคิดและแรงบันดาลใจ

- เนื่องจากเป็นรายการวาดภาพทำให้เด็กๆ มีแรงบันดาลใจในการวาดภาพมากขึ้นซึ่งเป็นเรื่องดีมากในการเสริมสร้างจินตนาการของเด็ก

- มีการนำรูปภาพมาแล้วเรื่องทำให้เด็กเข้าใจได้ง่าย อีกทั้งยังมีการสอนวาดภาพซึ่งทำให้เด็กได้เกิดจินตนาการมากกว่าการสอนด้วยเนื้อความ

- ฝึกตีความตามกลอน ฝึกจินตนาการ ได้เรียนรู้การวาดรูปตามที่รายการชวนวาด

- จินตนาการจะช่วยส่งเสริมความคิดของเด็ก ซึ่งรายได้ทำออกมาได้ดีมาก

- ทักษะการคิดของรายการเกิดจากได้ฝึกคิด

3. ด้านการส่งเสริมการเรียนรู้ศักยภาพและทักษะชีวิต

- การนำเสนอของรายการเป็นการนำเสนอที่ดี มีการวาดภาพประกอบคำและภาพที่ใช้ก็สามารถวาดตามได้ ทำให้เกิดการส่งเสริมการเรียนรู้และเป็นทักษะชีวิตได้เป็นอย่างดี

- มีการอธิบายการวาดรูปของใจใส ทำให้เด็กได้ฝึกศักยภาพในด้านศิลปะ

- เรียนรู้การวาดรูปแบบง่ายๆ น่ารัก จะทำให้เด็กคิดนอกกรอบ อีกทั้งยังสามารถต่อยอดไปเป็นความคิดและทักษะชีวิตในอนาคตเมื่อโตเป็นผู้ใหญ่ได้

4. ด้านการมีส่วนร่วมของเด็ก เยาวชน และสมาชิกในครอบครัว

- รายการมีการสอนวาดภาพตาม ทำให้ผู้รับชมที่ดูด้วยกันมีกิจกรรมที่สามารถทำร่วมกันได้ภายในครอบครัว หรือโรงเรียน

- รายการมีการสร้างการมีส่วนร่วมที่ดีมาก เด็กๆ จะสามารถวาดตามรายการได้ง่ายและยังสามารถกระชับความสัมพันธ์ในครอบครัวด้วยการวาดรูปร่วมกันอีกด้วย

- เด็กที่สามารถวาดรูปตามได้ เกิดเป็นกิจกรรมของครอบครัวได้หากนำไปปรับใช้
- ในโรงเรียนก็สามารถสร้างการมีส่วนร่วมจากรายการนี้ได้ จะเป็นสิ่งที่ดีมากหากโรงเรียนนำเนื้อหาของรายการไปปรับใช้

5. ด้านความสอดคล้องของเนื้อหาในกลุ่มเป้าหมาย

- เนื้อหาของการนำเสนอเป็นการ์ตูนภาพ ทำให้เด็กๆ เข้าถึงข้อมูลได้ง่ายขึ้น ทั้งยังช่วยเสริมสร้างให้รายการน่าดูมากยิ่งขึ้น

- มีความสอดคล้องทั้งเนื้อหาและกลุ่มเป้าหมาย เนื้อหาที่นำมาสอนคือการวาดรูปซึ่งเด็กๆ ในช่วงวัยนี้มีจินตนาการอย่างมาก ทำให้ศิลปะเป็นเรื่องง่าย

- สอดคล้องมากเพราะตัวละครที่เสนอก็คือเด็กเหมือนกัน เนื้อหาเข้าใจง่ายไม่ยาวเกินไปและน่าจะถูกใจเด็กที่อยู่ในวัยชอบวาดรูป

6. ด้านส่งเสริมคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรม

- รายการช่วยเสริมสร้างจินตนาการของเด็กๆ ทั้งยังมีกิจกรรมวาดรูปตามในตอนสุดท้ายอีก ทำให้เด็กๆ มีส่วนร่วมกับรายการมากขึ้น ถึงแม้จะไม่สอดคล้องกับเรื่องวัฒนธรรมมากนัก แต่ก็ยังสามารถเชื่อมโยงไปก่อให้เกิดการมีวัฒนธรรมที่อ่อนโยนต่องานศิลปะได้

- ตรงตามวัตถุประสงค์ที่ทำให้เด็กๆ ได้เห็นการอยู่ร่วมกันของพี่น้องใจใส และมีการฝึกฝนด้านศิลปะที่จะช่วยสร้างคุณค่าให้กับงานศิลปะของคนไทยในอนาคตได้

- ส่งเสริมให้เด็กมีจินตนาการตามวัยและสะท้อนวัฒนธรรมความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่

สรุปการประเมินผลความคิดเห็นต่อรายการ ใจใส ใสใจ

รายการ ใจใส ใสใจ มีการประเมิน 6 ด้าน ประกอบด้วย ด้านมาตรฐานและจริยธรรมในการนำเสนอเนื้อหา ด้านการเสริมสร้างทักษะการคิดและแรงบันดาลใจ ด้านการส่งเสริมการเรียนรู้ศักยภาพ และทักษะชีวิต ด้านการมีส่วนร่วมของเด็ก เยาวชน และสมาชิกในครอบครัว ด้านความสอดคล้องของเนื้อหาในกลุ่มเป้าหมาย ด้านส่งเสริมคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรม ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า รายการมีมาตรฐานและจริยธรรมในการนำเสนอเนื้อหา มีการส่งเสริมการสร้างทักษะการคิดและแรงบันดาลใจ ส่งเสริมการเรียนรู้ศักยภาพ ทักษะชีวิต และส่งเสริมคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรม มีการสร้างการมีส่วนร่วมของเด็ก เยาวชน และสมาชิกในครอบครัว ทั้งนี้เนื้อหาของรายการกับกลุ่มเป้าหมายของรายการมีความเชื่อมกัน

KIDS DEE ธรรม ดี

กลุ่มเป้าหมายของรายการ คือ กลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี) และกลุ่มเด็กวัยเรียน (อายุ 6-12 ปี)
 ลิงค์รายการที่ใช้เก็บข้อมูล (1) <https://youtu.be/Di6cVzrdmwo>

(2) <https://www.facebook.com/kidsdeethumdee/>

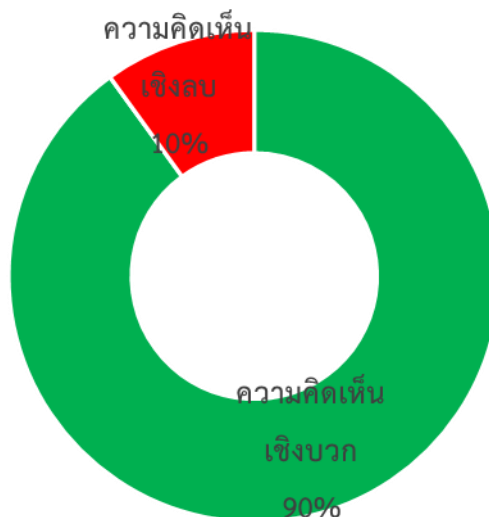
Facebook Fanpage ผู้ติดตาม 675 คน

จำนวนการกด Likes จาก YouTube คือ 346 Likes จาก 26 Videos

ระดับความพึงพอใจต่อรายการ เฉลี่ย 1.7500 คะแนน (มีความพึงพอใจระดับปานกลาง)

2) ประเด็นความคิดเห็นต่อรายการ KIDS DEE ธรรม ดี

(1) ความคิดเห็นจากช่อง YouTube และ Facebook



ความคิดเห็นเชิงบวก อาทิ

- ขอขอบคุณมากๆ นะคะสำหรับรายการดีดี ที่ให้เด็กได้ร่วมทำกิจกรรมซึ่งมีประโยชน์ต่อตนเองแล้ว ยังเป็นผลดีต่อสังคมส่วนรวมด้วยค่ะ
- นื่องแตงกวางเ่งมากเลย เด็กๆ น่ารักมาก
- รอชมครับ
- ทั้งชอบและใช้ น่ารักมากๆ ค่ะ
- น่ารักมากค่ะ
- รอชมค่ะ
- เด็กๆ เก่งและน่ารักมากๆ เลยค่ะ
- สนุกสนานมากๆ ค่ะ
- เด็กๆ เก่งมากค่ะ น่ารักและสดใส มากๆ ค่ะ
- ดีครับแต่ถ้าจะดีกว่านี้น้องสามคนต้องใส่ Mask ด้วยครับ

ความคิดเห็นเชิงลบ อาทิ เหมือนกับสร้างภาพให้ตำรวจมีอำนาจเลย

(2) ความคิดเห็นจากการสนทนากลุ่ม

ใช้รูปแบบการประเมิน ด้านมิติและเนื้อหา ของการประเมินตามระบบการวัดคุณภาพของสื่อที่นำเสนอต่อสังคม (Quality Rating) (กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์, 2564) โดยแบ่งออกเป็น 6 ด้าน ประกอบด้วย (1) ด้านมาตรฐานและจริยธรรมในการนำเสนอเนื้อหา (2) ด้านการเสริมสร้างทักษะการคิด และแรงบันดาลใจ (3) ด้านการส่งเสริมการเรียนรู้ศักยภาพและทักษะชีวิต (4) ด้านการมีส่วนร่วมของเด็ก เยาวชน และสมาชิกในครอบครัว (5) ด้านความสอดคล้องของเนื้อหาในกลุ่มเป้าหมาย และ (6) ด้านส่งเสริมคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรมสอดคล้องตามวัตถุประสงค์ของรายการ

ทั้งนี้ดำเนินการสัมภาษณ์จำนวน 5 คน (Nastasi & Schensul, 2005) เมื่อวันที่ 29 เมษายน 2566 ผ่านโปรแกรม Zoom Meeting มีรายละเอียด ดังนี้

1. ด้านมาตรฐานและจริยธรรมในการนำเสนอเนื้อหา

- รายการช่วยส่งเสริมการคิดดี ทำดี คุณธรรมดีของเด็กๆ ซึ่งจะช่วยสร้างธรรมะให้เกิดขึ้นได้และควรค่าอย่างยิ่งในการสนับสนุน

- ในการนำเสนอมีความเหมาะสมกับช่วงอายุที่เป็นเป้าหมายของรายการ ซึ่งสะท้อนมาตรฐานที่ดีของรายการเด็ก

- มีการนำเสนอข้อเท็จจริงด้านการเกิดอุบัติเหตุเมื่อไม่ใส่หมวกนิรภัย นำเสนอสรุปผลได้เข้าใจง่าย มีการให้ความรู้จากตำรวจจราจร

2. ด้านการเสริมสร้างทักษะการคิดและแรงบันดาลใจ

- รายการช่วยเสริมสร้างการมีวินัยและการเคารพกฎระเบียบ เป็นรายการที่ดีมากๆ ที่ช่วยส่งเสริมทักษะชีวิตให้แก่เด็กๆ ในวัยเรียนรู้

- ช่วยให้เด็กๆ ได้คิดในเรื่องของการส่งเสริมและแสดงความคิดเห็นร่วมกับผู้อื่น

- จินตนาการของเด็กมีความสำคัญกับความคิด การได้เรียนรู้เรื่องราวต่างๆ โดยมีกฎระเบียบกำกับจะช่วยสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องของเด็ก

- กล้าคิดกล้าถาม มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น สร้างความรู้สึกว่าความปลอดภัยคือเรื่องที่สำคัญในชีวิต

3. ด้านการส่งเสริมการเรียนรู้ศักยภาพและทักษะชีวิต

- รายการมีการให้ความรู้เกี่ยวกับการสวมหมวกนิรภัย ซึ่งเป็นเรื่องที่ดีมากๆ อีกทั้งยังมีการอ้างอิงถึงสถิติที่คนไทยมีอัตราการเสียชีวิตจากการไม่สวมหมวกนิรภัยอีกด้วย

- เด็กๆ ได้คิดถึงความปลอดภัย และมีวินัยในการขับขี่ ซึ่งเป็นการสร้างประชากรคุณภาพที่ดีให้กับประเทศในอนาคต

- เรียนรู้ที่จะใช้ความคิดในการตัดสินใจต่อสถานการณ์ที่ไม่คุ้นเคย กล้าเผชิญกับคนที่ทำผิดและเรียนรู้วิถีทางที่ถูกต้อง

4. ด้านการมีส่วนร่วมของเด็ก เยาวชน และสมาชิกในครอบครัว

- ทำให้เด็กๆ ได้เรียนรู้ถึงอันตราย หากไม่สวมหมวกกันน็อกและทำให้ผู้ปกครองตระหนักได้ถึงอันตรายหากตนไม่สวมหมวกกันน็อกให้แก่ลูกๆ ของตน

- มีการให้เด็กๆ ได้ฝึกคิดว่าการป้องกันอุบัติเหตุและการช่วยส่งเสริมให้บุคคลอื่นมีวินัยในการขับขี่ได้อย่างไร

- ส่งเสริมให้ตระหนักถึงเรื่องที่มีความสำคัญกับชีวิต ร่วมกับผู้ปกครองของตนเอง

5. ด้านความสอดคล้องของเนื้อหาในกลุ่มเป้าหมาย

- เนื้อหาดีมีการสอดแทรกการใช้ชีวิตเข้าไปทำให้เด็กๆ ได้เรียนรู้และนำไปปฏิบัติใช้ในชีวิตประจำวัน

- สอดคล้องแต่บางเนื้อหาอาจจะมีความยากสำหรับเด็กอายุ 3 ปี
- สอดคล้องกันดี มีการส่งเสริมให้เด็กตระหนักรู้ได้ รวมถึงส่งเสริมให้เด็ก ๆ

กล้าคิดกล้าแสดงความคิดเห็น และกล้าลงมือทำ

6. ด้านส่งเสริมคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรม

- เป็นการเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจทั้งแก่เด็กและผู้ใหญ่เรื่องความปลอดภัย
ทำให้คนในสังคมมีความระมัดระวังในการสวมหมวกกันน็อคเพิ่มขึ้น

- ดีมากมีการส่งเสริมให้มีวินัยในการขับและซ้อนพาหนะ ซึ่งจะช่วยสร้าง
วัฒนธรรมที่ดีให้กับสังคมไทย

- สร้างความตระหนักเรื่องที่สำคัญให้กับเด็กไทยและคนในสังคม

- คุณค่าทางสังคมจากรายการถือว่าดีมาก มีการสร้างความตระหนักในเรื่องที่
ควรสร้าง เช่น การยึดกฎระเบียบเกี่ยวกับการจราจร ซึ่งถือเป็นการให้คุณค่าแก่เยาวชนของชาติ

สรุปการประเมินผลความคิดเห็นต่อรายการ KIDS DEE ธรรม ดี

รายการ KIDS DEE ธรรม ดี มีการประเมิน 6 ด้าน ประกอบด้วย ด้านมาตรฐานและจริยธรรมในการนำเสนอเนื้อหา ด้านการเสริมสร้างทักษะการคิดและแรงบันดาลใจ ด้านการส่งเสริมการเรียนรู้ศักยภาพและทักษะชีวิต ด้านการมีส่วนร่วมของเด็ก เยาวชน และสมาชิกในครอบครัว ด้านความสอดคล้องของเนื้อหาในกลุ่มเป้าหมาย ด้านส่งเสริมคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรม ซึ่งสามารถสรุปได้ว่ารายการมีมาตรฐานและจริยธรรมในการนำเสนอ โดยเนื้อหาของรายการสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย มีการส่งเสริมการสร้างทักษะการคิดและทักษะชีวิต ส่งเสริมการเรียนรู้ศักยภาพและมีการสร้างแรงบันดาลใจสร้างการมีส่วนร่วมของเด็ก เยาวชน และสมาชิกในครอบครัว ให้มีความกล้าคิดกล้าแสดงออก อีกทั้งรายการมีการส่งเสริมคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรม ที่เกี่ยวกับพฤติกรรมของเด็กและเยาวชนให้มีความสอดคล้องกับค่านิยมของสังคมไทย

Let's be a doctor

กลุ่มเป้าหมายของรายการ คือ กลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี) และกลุ่มเด็กวัยเรียน (อายุ 6-12 ปี)

ลิงค์รายการที่ใช้เก็บข้อมูล (1) <https://youtu.be/s4aepHq90DI>

(2) <https://www.facebook.com/Letsbeadoctor>

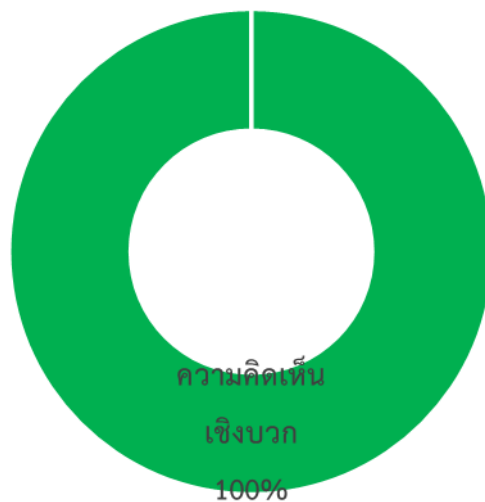
Facebook Fanpage ผู้ติดตาม 3200 คน

จำนวนการกด Likes จาก YouTube คือ 149 Likes จาก 38 Videos

ระดับความพึงพอใจต่อรายการ เฉลี่ย 1.7500 คะแนน (มีความพึงพอใจระดับปานกลาง)

2) ประเด็นความคิดเห็นต่อรายการ Let's be a doctor

(1) ความคิดเห็นจากช่อง YouTube และ Facebook



- การ์ตูนดีมากเลยคะ ทำให้เข้าใจง่าย
- เป็นคำถามที่ลูกเคยถามเลย
- ลูกถามอยู่พอดีเลยคะ เดี่ยวต้องให้ลูกดู
- น่าจะทำตอน เด็กกินยา กินน้อย ด้วยนะครับ
- เนื้อหาน่าสนใจคะ ดูแล้วอยากกินหมูกระทะเลย
- หัวใจเต้นแรงบ่อยเวลาออกกำลังกายทุกครั้งเลย
- นี่เพิ่งรู้เนี่ยว่าหัวเราะเท่ากับเป็นการออกกำลังกายอวัยวะภายในด้วย ดีจัง
- ได้ความรู้ดีมากคะ
- ดีมากคะได้ความรู้เหมาะกับเด็กมากๆ เลยคะ
- เนื้อหาดี เอาไปทำตามในชีวิตได้
- นอกจากคน สัตว์ก็ฝันได้หรอเนี่ย
- สารคดีมากเลยคะ ลูกสาวชอบมาก

- ลูกชอบกลับเวลาตัดเล็บตอนนี้เหมาะมากเลยจะเอาไปเปิดให้เด็กดูว่ามันไม่น่ากลัว
- การ์ตูนสนุก ได้ความรู้มากค่ะ
- เข้าใจง่ายสำหรับเด็กๆ
- ผู้ใหญ่ก็ได้ความรู้ด้วย ดีจัง

(2) ความคิดเห็นจากการสนทนากลุ่ม

ใช้รูปแบบการประเมิน ด้านมิติและเนื้อหา ของการประเมินตามระบบการวัดคุณภาพของสื่อที่นำเสนอต่อสังคม (Quality Rating) (กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์, 2564) โดยแบ่งออกเป็น 6 ด้าน ประกอบด้วย (1) ด้านมาตรฐานและจริยธรรมในการนำเสนอเนื้อหา (2) ด้านการเสริมสร้างทักษะการคิด และแรงบันดาลใจ (3) ด้านการส่งเสริมการเรียนรู้ศักยภาพและทักษะชีวิต (4) ด้านการมีส่วนร่วมของเด็ก เยาวชน และสมาชิกในครอบครัว (5) ด้านความสอดคล้องของเนื้อหาในกลุ่มเป้าหมาย และ (6) ด้านส่งเสริมคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรมสอดคล้องตามวัตถุประสงค์ของรายการ

ทั้งนี้ดำเนินการสัมภาษณ์จำนวน 5 คน (Nastasi & Schensul, 2005) เมื่อวันที่ 29 เมษายน 2566 ผ่านโปรแกรม Zoom Meeting มีรายละเอียด ดังนี้

1. ด้านมาตรฐานและจริยธรรมในการนำเสนอเนื้อหา

- รายการมีการส่งเสริมให้รู้จักดูแลสุขภาพร่างกายตนเอง มีการยกตัวอย่างการเจ็บป่วยทำให้เด็กสามารถเรียนรู้ได้ง่าย อีกทั้งมีมาตรฐานที่ดีในการสร้างความเข้าใจต่อสุขภาพ
- มีจริยธรรมในสื่อที่ดี ส่งเสริมให้เด็กๆ ได้ทำตามและไม่เกิดอันตรายที่จะทำให้เด็กลอกเลียนแบบได้
- เป็นสื่อที่มีการบรรยายแทนเสียงและเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการ เนื้อหาเหมาะสมกับผู้ชมทั่วไป จุดประสงค์ของรายการดีมาก เป็นไปตามมาตรฐานของไทยและสากล

2. ด้านการเสริมสร้างทักษะการคิดและแรงบันดาลใจ

- รายการดีมีการบอกข้อมูลเกี่ยวกับโรคภัยไข้เจ็บทำให้เด็กเรียนรู้ได้ง่าย และมีจินตนาการในการดูแลสุขภาพของตนเอง
- ทำให้กลุ่มเป้าหมายที่เป็นเด็กเข้าใจต่อสถานการณ์ได้ง่าย โดยการนำการ์ตูนมานำเสนอเพื่อที่จะสร้างความเข้าใจและการเข้าถึงที่ง่ายกว่าการใช้ตัวละครที่เป็นผู้ใหญ่
- เรื่องสุขภาพร่างกายนั้นสำคัญ หัวเราะเยอะๆ จะทำให้สุขภาพดีขึ้น การพักผ่อนนั้นสำคัญเช่นกัน รายการพยายามสร้างทักษะการคิดและแรงบันดาลใจในชีวิต

3. ด้านการส่งเสริมการเรียนรู้ศักยภาพและทักษะชีวิต

- เด็กๆ สามารถเรียนรู้วิธีดูแลสุขภาพร่างกายของตนเองให้แข็งแรงมากขึ้นและนำมาปรับใช้การชีวิตได้เป็นอย่างดี
- ทำให้เด็กๆ กลุ่มเป้าหมายได้รู้ว่าการใช้ชีวิตอย่างไรให้มีสุขภาพที่ดี
- เรียนรู้วิธีดูแลสุขภาพ
- เกิดทักษะชีวิตในเรื่องของสุขภาพ เนื่องมาจากเด็กยังไม่สามารถเข้าใจเรื่องสุขภาพที่ดีหรือไม่ดี และการดูแลสุขภาพให้ดี ดังนั้นรายการจะช่วยสร้างความตระหนักรู้เหล่านี้

4. ด้านการมีส่วนร่วมของเด็ก เยาวชน และสมาชิกในครอบครัว

- ทำให้ทั้งเด็กและผู้ใหญ่เรียนรู้สามารถรับมือกับการดูแลร่างกายตนเองและผู้อื่นได้
- ในการมีส่วนร่วมระหว่างเด็กกับผู้ปกครองคือการช่วยกันใช้ชีวิตที่ทำให้เกิดสุขภาพที่ดี เช่น การชวนกันออกกำลังกาย
- เด็กมีแนวคิดในการดูแลสุขภาพมากขึ้น ครอบครัวมีความสุขเพราะไม่ต้องกังวลเรื่องการเจ็บป่วย

5. ด้านความสอดคล้องของเนื้อหาในกลุ่มเป้าหมาย

- เป็นรายการที่เหมาะสมแก่เด็กๆ ที่เป็นกลุ่มเป้าหมายมาก เพราะทำให้เด็กๆ ได้เรียนรู้จักที่จะดูแลสุขภาพร่างกายของตนเอง ไม่ปล่อยปละละเลยร่างกายจนเจ็บไข้ได้ป่วย
- เนื้อหาและกลุ่มเป้าหมายมีความสอดคล้องกัน เนื่องจากเนื้อหาที่มีความกระชับ เข้าใจง่าย อีกทั้งเรื่องสุขภาพก็ควรจะต้องปลูกฝังตั้งแต่วัยเยาว์
- ส่งเสริมให้เด็กหันมาดูแลสุขภาพมากขึ้น ซึ่งอาจจะยังไม่สอดคล้องโดยตรงต่อเด็ก แต่ก็เป็นส่วนสำคัญที่จะช่วยสร้างความคิดตั้งแต่เยาว์

6. ด้านส่งเสริมคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรม

- รายการมีการส่งเสริมให้เด็กๆ รู้จักดูแลสุขภาพทำให้ร่างกายแข็งแรงและไม่เป็นโรคหรือไข้ได้ง่ายๆ ถือเป็น การสร้างคุณค่าทางสังคมในทางอ้อม
- ส่งเสริมให้ทุกคนหันมารักษาสุขภาพของตัวเองซึ่งดีมาก ๆ เนื่องจากหลายคนอาจลืมไปว่าเราก็ต้องรักษาสุขภาพของตัวเอง โดยเฉพาะเด็กที่ไม่ได้ดูแลสุขภาพของตนเองมากนั้นก็ จะช่วยให้เกิดการระมัดระวังและการผูกคิดเรื่องสุขภาพ

สรุปการประเมินผลความคิดเห็นต่อรายการ Let's be a doctor

รายการ Let's be a doctor มีการประเมิน 6 ด้าน ประกอบด้วย ด้านมาตรฐานและจริยธรรมในการนำเสนอเนื้อหา ด้านการเสริมสร้างทักษะการคิดและแรงบันดาลใจ ด้านการส่งเสริมการเรียนรู้ ศักยภาพและทักษะชีวิต ด้านการมีส่วนร่วมของเด็ก เยาวชน และสมาชิกในครอบครัว ด้านความสอดคล้องของเนื้อหาในกลุ่มเป้าหมาย ด้านส่งเสริมคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรม ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า รายการมีมาตรฐานและจริยธรรมในการนำเสนอเนื้อหาที่ส่งเสริมเด็กและเยาวชน รายการมีการส่งเสริมการสร้างทักษะการคิดและการดำเนินชีวิตให้เกิดความเข้าใจที่ถูกต้อง มีการสร้างแรงบันดาลใจ ส่งเสริมการเรียนรู้ศักยภาพ คุณค่าทางสังคม และวัฒนธรรม อีกทั้งยังมีการมีส่วนร่วมระหว่างผู้ปกครองและเด็กและเยาวชน

8.3.2 รายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ

แก๊งกระเจาน สุ่มรดกโลก

กลุ่มเป้าหมายของรายการ คือ ประชาชนทั่วไป

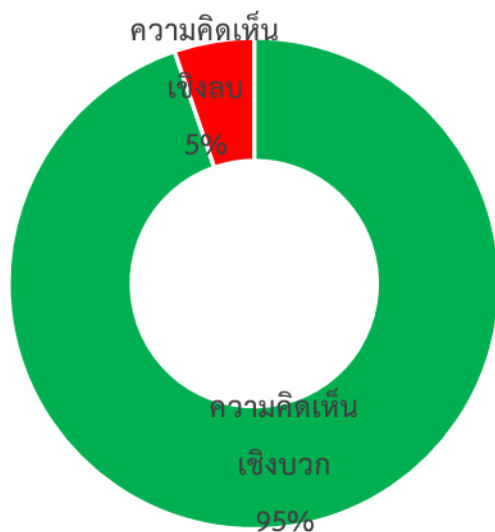
ลิงค์รายการที่ใช้เก็บข้อมูล https://youtu.be/8gB9_DAVFcQ

จำนวนการกด Likes จาก YouTube คือ 4552 Likes จาก 8 Videos

ระดับความพึงพอใจต่อรายการ เฉลี่ย 2.3333 คะแนน (มีความพึงพอใจระดับปานกลาง)

2) ประเด็นความคิดเห็นต่อรายการ แก๊งกระเจาน สุ่มรดกโลก

(1) ความคิดเห็นจากช่อง YouTube และ Facebook



ความคิดเห็นเชิงบวก อาทิ

- อยากให้มีพื้นที่ป่าเพิ่มขึ้นมากๆ
- ชอบมากๆ เลยจริงๆ เพราะพูดคุยให้เข้าใจกันทั้งประเทศไทยว่าพวกผู้คนที่ทำมาหากิน และช่วยดูแลเขตแก๊งกระเจานจะมีความเป็นอยู่ที่ดีและมีที่ทำกินจะได้ไม่ต้องอยู่ไปวันๆ คิดว่าคงมีสิ่งที่ดีงามจะเป็นที่ประจักษ์และถ้าจะมีการท่องเที่ยวจะต้องแยกพื้นที่ให้ไม่ต้องให้ไปใกล้พวกสัตว์ป่า และจะต้องมีเจ้าหน้าที่ที่ทำงานแบบจริงจังเพราะถ้าคนที่ไม่มีใจรักป่าจะอยู่ไม่ได้
- แก๊งกระเจานขึ้นมรดกโลกไม่ได้ เพราะเจ้าหน้าที่ละเมิดสิทธิมนุษยชน ต้องจัดการสิทธิทำกินให้ชัดเจน เนื่องจากประกาศเขตอุทยานทับพื้นที่ทำกินชาวบ้าน ตามยูเนสโกให้เหตุผล
- ชอบคุณที่ดูแลผืนป่าที่สำคัญของประเทศให้ลูกหลานของเราต่อไป
- อยากดูสารคดีป่านี้มาก แต่แทบจะไม่มีให้ดูเลย

- อยากให้มีป่าพื้นที่ราบให้มากขึ้นและเชื่อมต่อกันหลายแห่งให้เป็นพื้นที่เดียวกันเพื่อเพิ่มความหลากหลายของพันธุ์สัตว์
- ถ่ายทอดได้น่าสนใจมากครับ ทั้งทีมอุทยาน ทั้งทีมกองถ่าย ทำต่อไปนะครับ
- น่าตื่นเต้น น่าประทับใจครับ ที่ประเทศเรายังเหลือจระเข้ตามธรรมชาติแบบนี้ เป็นเรื่องที่ดีมาก
- สุขยอดครับ สารคดีที่ยากดูที่สุด คือสารคดีสัตว์ป่าในประเทศไทยนี้แหละ
- ประทับใจการทำงานของเจ้าหน้าที่จัง ไม่เคยรู้เลยว่าประเทศไทยเรายังมีจระเข้ตามธรรมชาติอยู่
- น่ายินดีมาก ๆ ที่ยังมีจระเข้เหลืออยู่ในธรรมชาติ อยากให้ขยายพันธุ์เพิ่มจำนวนมากๆ ควรให้ความรู้ แก่ความเชื่อผิดๆ เพราะมนุษย์เป็นตัวอันตรายที่สุด เพื่อช่วยกันอนุรักษ์จระเข้ น้ำจืดสายพันธุ์ไทยแท้
- เพชรบุรีบ้านเรา
- เดี่ยวนี้รายการแบบนี้หายไปไหนครับ รายการดีๆ ไม่น่าหายไปเลยครับ
- ขอบพระคุณผู้พิทักษ์ทุกๆ คนมากมายจากใจ
- อยากให้มีคนทำแบบนี้มากๆ เพราะจะได้มีอาหารและคนมีงานทำและเป็นคนดีแต่คนที่มารับความช่วยเหลือจะต้องมีความอดทนและคนที่เป็นที่ให้ความช่วยเหลือจะต้องมีความยุติธรรมและต้องเป็นที่จะต้องด้วยใจจะมาทำเพื่อหวังผลประโยชน์ส่วนตัวไม่ได้เป็นอันขาดและทุกคนต้องมีสติและปัญหาที่จะเดินทางชีวิตที่ไม่ผิดเพราะถ้าผู้นำทำสิ่งที่ดีมีประโยชน์ก็คงไม่มีปัญหา แต่พอทำไปอีกรวันก็มีปัญหาทุกพื้นที่ทุกที่ไป มันเป็นเพราะอะไร มันคงเป็นเพราะคนที่มาทำไม่มีความอดทนและไม่มีความรู้ที่จะแก้ปัญหาถ้ามีการช่วยแก้ปัญหาและทำด้วยความจริงใจคงได้ดีและมีสิ่งที่มีประโยชน์ค่ะ
- ขอให้ช่วยเหลือกันจริงๆ ไม่ไปเอื้อนายทุนต้องช่วยชาวบ้าน
- เห็นแล้วชื่นใจ ทั้งคนและช้างได้อยู่เป็นสัดส่วน น่าไปเที่ยวค่ะ
- ควรประชาสัมพันธ์ให้บ่อยๆ ชาวบ้านชุมชนจะได้รู้ และช่วยกันดูแลมากขึ้น ชีวิตสัตว์ป่าใหญ่น้อย จะได้รับการดูแลช่วยเหลือต่างไปได้ดีขึ้น

ความคิดเห็นเชิงลบ อาทิ มันก็แค่การสร้างเรื่องที่ต้องการให้สังคมมองว่าชนเผ่ากระเหรี่ยงบางกลอยกำลังทำผิดเพื่อให้สังคมเห็นดีเห็นงามกับรัฐบาลหรือสำนักงานอะไรก็แล้วแต่ที่พยายามจะขับไล่ชนเผ่ากระเหรี่ยงบางกลอยที่เค้ายู่มาตั้งแต่สมัยไหนต่อไหนก็ไม่รู้

(2) ความคิดเห็นจากการสนทนากลุ่ม

ใช้รูปแบบการประเมิน ด้านมิติและเนื้อหา ของการประเมินตามระบบการวัดคุณภาพของสื่อที่นำเสนอต่อสังคม (Quality Rating) (กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์, 2564) โดยปรับและแบ่งออกเป็น 4 ด้าน ประกอบด้วย (1) ด้านมาตรฐานและจริยธรรม ในการนำเสนอเนื้อหา (2) ด้านการส่งเสริมการเรียนรู้ ทักษะชีวิต การคิด และแรงบันดาลใจ (3) ด้านการมีส่วนร่วมของผู้รับชมรายการ และ (4) ด้านส่งเสริมคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรม

ทั้งนี้ดำเนินการสัมภาษณ์จำนวน 5 คน (Nastasi & Schensul, 2005) เมื่อวันที่ 29 เมษายน 2566 ผ่านโปรแกรม Zoom Meeting มีรายละเอียด ดังนี้

1. ด้านมาตรฐานและจริยธรรม ในการนำเสนอเนื้อหา

- รายการมีการให้ข้อมูลที่ดี มีแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้ ซึ่งถือเป็นมาตรฐานที่ดีของรายการทั่วไปที่ประชาชนทั่วไปเข้าถึง และมีการนำเสนอภาพจริงทำให้ได้เห็นและรู้ได้จริงในเรื่องที่นำเสนอ
- มีจริยธรรมในการนำเสนอเนื้อหาโดยการส่งเสริมให้อนุรักษ์ ยกตัวอย่าง เช่น การอนุรักษ์พันธุ์จระเข้
- มาตรฐานของรายการดีมาก ข้อมูลในการนำเสนอเป็นการนำเสนอเพื่อสร้างความตระหนักเรื่องต่างๆ เช่น วิดีโอเรื่องการใกล้สูญพันธุ์และการติดตามจระเข้สยามที่แก่งกระจาน ซึ่งถือเป็นการส่งเสริมความเข้าใจที่ถูกต้อง

2. ด้านการส่งเสริมการเรียนรู้ ทักษะชีวิต การคิด และแรงบันดาลใจ

- รายการมีการบอกเกี่ยวกับความรู้ต่างๆ และข้อมูลเกี่ยวกับเจ้าหน้าที่ ซึ่งก็จะทำให้ผู้เข้าร่วมมีส่วนร่วมไปด้วยในการคิดและสร้างแรงบันดาลใจในการดูแลธรรมชาติได้
- แสดงให้เห็นถึงความไม่ย่อท้อของเจ้าหน้าที่ที่จะช่วยเหลือและหาวิธีในการดูแลรักษา ทำให้เยาวชนเริ่มที่จะอนุรักษ์จากวิธีที่พอจะทำได้
- ยกตัวอย่างเช่นตอนที่ เป็นจระเข้ ได้รู้ว่าการตรวจสอบอายุรังของจระเข้ นั้นสำคัญในการตรวจสอบ รู้ว่าจระเข้มีการทำรังตอนวางไข่ด้วย และไข่ของจระเข้สามารถบอกได้หลายอย่าง หากไม่มีการเข้าไปช่วยเหลือหรือจัดการจระเข้ก็ไม่สามารถที่จะสืบพันธุ์ได้ ก็เป็นการส่งเสริมการเรียนรู้ทางตรง

3. ด้านการมีส่วนร่วมของผู้รับชมรายการ

- ทำให้ผู้รับชมรายการได้รู้และเข้าใจถึงวิถีชีวิตและแนวทางของประเด็นที่นำเสนอ ถึงแม้ว่าจะเป็นเรื่องใกล้ตัวแต่เราก็ได้ตระหนักรู้ในประเด็นนั้น
- ส่งเสริมให้เยาวชนรู้จักดูแลรักษาให้จระเข้สยามให้คงอยู่เนื่องจากใกล้จะสูญพันธุ์
- การมีส่วนร่วมก็รวมไปถึงการมีส่วนร่วมทางความคิด คือ การได้รับรู้ปัญหาและวิธีการแก้ไขปัญหา

4. ด้านส่งเสริมคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรม

- เป็นรายการที่ดีที่ให้เห็นสารคดีสัตว์ของประเทศไทย ทำให้รู้ว่ายังมีจระเข้ตามธรรมชาติอยู่อีกแต่ก็ใกล้จะสูญพันธุ์ ทำให้คนตระหนักได้ถึง การเข้าไปทำลายป่าไม่ได้
- ดีมากแสดงให้เห็นว่าจระเข้สยามมีคุณค่าทางสังคมไม่ใช่แค่เพราะจะสูญพันธุ์แต่ยังส่งผลต่อระบบนิเวศในประเทศ ดังนั้นเราควรช่วยส่งเสริมและช่วยอนุรักษ์จระเข้และสัตว์ป่าตัวอื่นๆ

สรุปการประเมินผลความคิดเห็นต่อรายการ แก่งกระจาน สู่มรดกโลก

รายการ แก่งกระจาน สู่มรดกโลก มีการประเมิน 4 ด้าน ประกอบด้วย ด้านมาตรฐานและจริยธรรม ในการนำเสนอเนื้อหา ด้านการส่งเสริมการเรียนรู้ ทักษะชีวิต การคิด และแรงบันดาลใจ ด้านการมีส่วนร่วมของผู้รับชมรายการ และด้านส่งเสริมคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรม ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า รายการมีมาตรฐานและจริยธรรมในการนำเสนอเนื้อหาโดยอ้างอิงแหล่งที่มาที่น่าเชื่อถือ มีการส่งเสริมการเรียนรู้ ทักษะชีวิต การคิด และแรงบันดาลใจ การมีส่วนร่วมของผู้รับชมรายการในด้านการสนับสนุนทางความคิด และรายการส่งเสริมคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรมไทย

Thaitive

กลุ่มเป้าหมายของรายการ คือ ประชาชนทั่วไป

ลิงค์รายการที่ใช้เก็บข้อมูล (1) https://youtu.be/8CEZa_ogDSs

(2) <https://www.facebook.com/profile.php?id=100064026463185&sk=Videos>

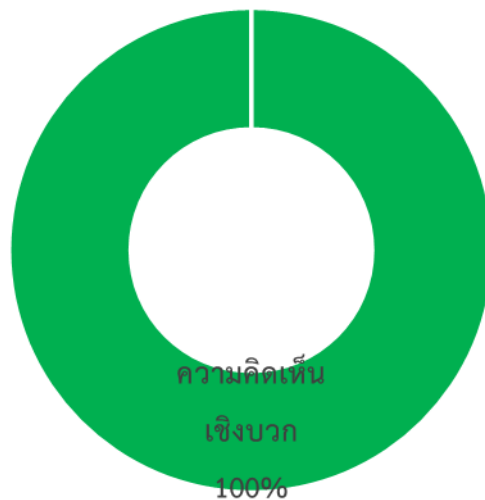
Facebook Fanpage ผู้ติดตาม 2400 คน

จำนวนการกด Likes จาก Facebook คือ 11183 Likes จาก 24 Videos

ระดับความพึงพอใจต่อรายการ เฉลี่ย 2.3333 คะแนน (มีความพึงพอใจระดับปานกลาง)

2) ประเด็นความคิดเห็นต่อรายการ Thaitive

(1) ความคิดเห็นจากช่อง YouTube และ Facebook



- ผมดูจบแล้ว Passion มาเต็มเลยครับ ชอบคุณครับ
- ตามหาชีวิตแบบนี้ ทุกวันนี้ชีวิตมนุษย์เงินเดือนเหนื่อยมาก
- อนุญาตแชร์นะคะ ถูกใจมากเลย เริ่มต้นจากเล็กๆ ก็จะกลายเป็นใหญ่ได้ เกษตรรุ่นใหม่หัวใจอินทรีย์
- เยี่ยม ขวดพลาสติกด้วยจะดีนะ
- ดีมากค่ะ ที่มีพื้นดินและเรามีสมอง มีแรง มีแขนและขา และยังหนุ่ม ก็ทำอาชีพอะไรก็ทำเลย
- ถ้ามีการส่งเสริมจากภาครัฐอย่างจริงจังและเต็มที่ ตั้งแต่สมัยก่อนๆ ป่านนี้เกษตรกรไทยก็ไม่ต้องง้อพ่อค้าคนกลางและไม่จนเหมือนทุกวันนี้
- พุดได้ดี เข้าใจ คิดแล้วทำ ทันโลก ยอมรับ จงเจริญครับ
- รู้สึกว่าความคิติดน้องเค้าหายากมากๆ ที่มนุษย์คนหนึ่งจะคิดเพื่อมนุษยชาติด้วยกันขนาดนี้ ให้ต่อยอดไปที่ละเล็กละน้อย เพื่อผืนแผ่นดิน ที่สมบูรณ์ของแผ่นดินไทย สูดยอดมากเลยคะ ขออนุญาตแชร์

- นี่แหละคือลูกของพ่อหลวงในรัชกาลที่ 9 ให้และให้นี่แหละคนของแผ่นดิน นับถือน้ำใจของน้อง
เขาจริง สูดยอดไทยแท้
- เริ่มที่ต้นทุนดี สร้างต้นทุนให้มั่นคง มิใช่ว่าใครๆ ก็ทำได้ #แรงบันดาลใจยิ่งใหญ่กว่าสร้างบ้าน
ถ้ามีต้นทุนอะไรมันก็ทำได้
- ทุนที่ควรมีคือทุนทางความคิด ทุนทางความรู้ ทุนทางสุขภาพ ขาดสามทุนนี้มีเงินทุนร้อยก็หา
ความพอเพียงไม่ได้
- วิธีพอเพียงคือความสุขที่แท้จริงของชีวิต
- ซอบๆ ครับ อยากให้ทุกคนหันมาสนใจผักปลอดสารพิษกันมากๆ ครับ
- สูดยอดมากๆ ครับทำได้ดีมาก เก่งมาก แคเห็นสีเขียวก็รู้สึกสบายกายสบายใจแล้ว ส่วนของผมมี
แค่หนึ่งงานกว่าๆ เทียบกับของคุณไม่ได้เลย แต่สิ่งที่ได้มากๆ เลยคือความสุขจากการที่ได้ทำ
เกษตรแบบอินทรีย์ ยิ่งไงผมก็ขอชื่นชมครอบครัวที่น่ารักของคุณมากๆ นะครับ ที่ได้ทำ
คุณประโยชน์ให้แก่ครอบครัวและแก่โลกใบนี้
- สูดยอดเลยน้องฝน idea ดีมากๆ เลย

(2) ความคิดเห็นจากการสนทนากลุ่ม

ใช้รูปแบบการประเมิน ด้านมิติและเนื้อหา ของการประเมินตามระบบการวัดคุณภาพ
ของสื่อที่นำเสนอต่อสังคม (Quality Rating) (กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์, 2564) โดยปรับ
และแบ่งออกเป็น 4 ด้าน ประกอบด้วย (1) ด้านมาตรฐานและจริยธรรม ในการนำเสนอเนื้อหา (2) ด้าน
การส่งเสริมการเรียนรู้ ทักษะชีวิต การคิด และแรงบันดาลใจ (3) ด้านการมีส่วนร่วมของผู้รับชมรายการ
และ (4) ด้านส่งเสริมคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรม

ทั้งนี้ดำเนินการสัมภาษณ์จำนวน 5 คน (Nastasi & Schensul, 2005) เมื่อวันที่
29 เมษายน 2566 ผ่านโปรแกรม Zoom Meeting มีรายละเอียด ดังนี้

1. ด้านมาตรฐานและจริยธรรม ในการนำเสนอเนื้อหา

- รายการมีการให้ข้อมูลต่างๆ ที่ดี มีการให้ผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับเรื่องนี้มาให้
ข้อมูลความรู้ ทำให้เกิดความเข้าใจต่อรายการมากขึ้น

- มีการนำเสนอเนื้อหาที่เหมาะสม ส่งผลให้เข้าใจเนื้อหาและสามารถนำไปปรับ
ใช้ได้

- เป็นการนำเสนอที่ดี แต่การทำเศรษฐกิจพอเพียงได้ก็มักต้องมีเงินจำนวนหนึ่ง
หากไม่มีเงินก็ไม่น่าจะทำได้เท่าไร มีการดำเนินรายการเรื่อยๆ น่าสนใจในด้านกระบวนการความคิด

2. ด้านการส่งเสริมการเรียนรู้ ทักษะชีวิต การคิด และแรงบันดาลใจ

- จากรายการทำให้สามารถนำวิธีแก้ปัญหาที่รายการนำเสนอมาปรับใช้ใน
ชีวิตประจำวันได้ หากครอบครัวไหนที่มีการทำการเกษตรก็สามารถเรียนรู้วิธีต่างๆ เพื่อนำมาพัฒนาไร่นา
ของตัวเองได้ไม่มากนักน้อยเลย

- ดีมากที่ทำให้รู้จักการวางแผนในการทำธุรกิจ วางแผนการใช้ชีวิตโดยนำใน
รายการมาปรับกับแนวคิดที่แต่ละคนรับรู้

- นับว่าเป็นแรงบันดาลใจที่ดี ความคิดที่ว่าหากไม่มีปัญหาไม่ทำนั้นดีมาก เป็นการเปลี่ยนมุมมองในการใช้ชีวิตได้ และมีการให้แสดงความคิดเห็นในการค่อยๆ คิด ค่อยๆ ทำ ตามขั้นตอนที่มันเป็นไปได้ด้วย

3. ด้านการมีส่วนร่วมของผู้รับชมรายการ

- ผู้ชมรายการได้รับความรู้มากมายจากรายการ ทำให้เกิดความคิดใหม่ๆ ในการสร้างสรรค์สิ่งต่างๆ เพื่อมาแก้ปัญหาที่ตนเกิดขึ้นได้
- รายการนี้ก่อให้เกิดการมีส่วนร่วมของผู้รับชมโดยการติดตาม นำมาปรับใช้ได้ ในชีวิตจริง
- ทักษะคิดวิเคราะห์ส่วนตัวมองว่าทุกคนไม่ได้มีกำลังด้านการเงินมากพอในการทำตามได้ แต่สามารถเก็บไปใช้เป็นแนวทางในอนาคตได้

4. ด้านส่งเสริมคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรม

- การนำความรู้ที่ได้มาแก้ปัญหาทำให้ส่งเสริมคุณภาพชีวิตให้ดีขึ้น ทำให้ผู้รับชมมีความรู้เรื่องการเกษตรมากขึ้น
- อาจจะไม่ค่อยชัดเจนในด้านนี้ แต่ในรายการมีการดึงเอาข้อคิดมาปรับใช้มาวางแผน ซึ่งทำให้เห็นความสำคัญของการวางแผน
- เป็นแนวทางให้คนได้ลองทำตามหรือปรับใช้ตามสะดวก โดยอาจจะขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคลว่าจะสามารถบริหารจัดการได้มากแค่ไหน

สรุปการประเมินผลความคิดเห็นต่อรายการ Thaitive

รายการ Thaitive มีการประเมิน 4 ด้าน ประกอบด้วย ด้านมาตรฐานและจริยธรรม ในการนำเสนอเนื้อหา ด้านการส่งเสริมการเรียนรู้ ทักษะชีวิต การคิด และแรงบันดาลใจ ด้านการมีส่วนร่วมของผู้รับชมรายการ และด้านส่งเสริมคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรม ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า รายการมีมาตรฐานและจริยธรรมในการนำเสนอเนื้อหา มีการส่งเสริมการเรียนรู้ ทักษะชีวิต ทักษะการคิด สร้างแรงบันดาลใจ และการมีส่วนร่วม

GO GREEN เปลี่ยนโลก

กลุ่มเป้าหมายของรายการ คือ ประชาชนทั่วไป

ลิงค์รายการที่ใช้เก็บข้อมูล (1) <https://youtu.be/dmPRrzzX6U>

(2) <https://www.facebook.com/GOGREENonTV/Videos>

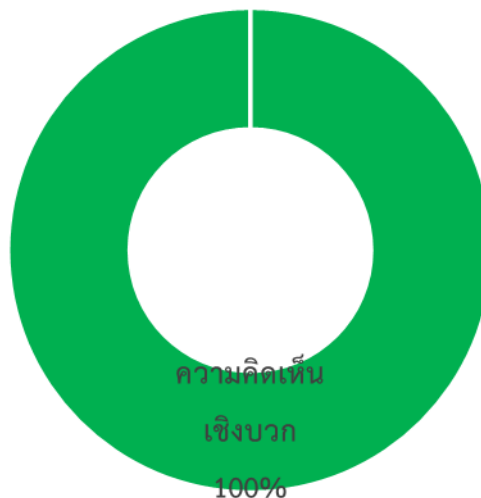
Facebook Fanpage ผู้ติดตาม 1000 คน

จำนวนการกด Likes จาก Facebook คือ 3931 Likes จาก 24 Videos

ระดับความพึงพอใจต่อรายการ เฉลี่ย 1.7500 คะแนน (มีความพึงพอใจระดับปานกลาง)

2) ประเด็นความคิดเห็นต่อรายการ GO GREEN เปลี่ยนโลก

(1) ความคิดเห็นจากช่อง YouTube และ Facebook



- ได้ความรู้เรื่อง ใช้ประโยชน์คุ้มค่าทั้งอาหารและสิ่งของ ดีจริงๆ เลยค่ะ ต้องเอามาเป็นแบบอย่างบ้างแล้วค่ะ ชอบคุณมากค่ะ
- ยอดเยี่ยมมากค่ะ เชฟโบ
- ชอบคุณมากค่ะที่คุมโบว์ เป็นต้นแบบการรักษ์โลกดูแลสิ่งแวดล้อมให้ความรู้การทำอาหารแบบธรรมชาติค่ะ
- ชอบคุณรายการ Go Green เปลี่ยนโลกที่แวะมาเยี่ยมเยียนกันถึงเพลินจิตนะค่ะ
- ชอบคุณทางรายการมากๆ ครับ
- จริงๆ น่าจะมีจุดรับชนิดของพลาสติกที่แยกแล้ว หลายที่หน่อยเพราะเราอยากแยกให้ แต่ไม่รู้จะเอาไปส่งที่ไหนและที่มีอยู่ตอนนี้ก็ไกล ขนไปไม่ดี
- ชอบจังเลยโอเคดี ที่สอนให้ Re-use ทุกๆ ผลิตภัณฑ์ ส่วนตัวก็พยายามทำอยู่ แต่คนในบ้านไม่ให้ความสำคัญ ก็ไม่เป็นไร พยายามต่อไป

- ปี 2564 ขอให้ทุกคน คิดถึงสังคม ประเทศชาติ ช่วยโลก ช่วยตัวเอง ให้อยู่ในโลกนี้ได้อีกนานๆ โดยมีความสุขกับสภาพแวดล้อมที่ดี นะครับ ชื่อของจากร้านประเภทนี้ น่าจะดีกว่า ชื่อถุงเติม (เปลี่ยนจากขยะจากขวด จากกล่อง ไปเป็น ขยะถุงพลาสติกแทน เท่านั้นครับ) และสามารถซื้อได้ในปริมาณที่เราต้องการ นึกถึง ตอนเด็กๆ ชื่อน้ำมันก๊าด น้ำตาล ฯลฯ ครับ
- ความคิดของพี่ต้นไม้ เรียบง่าย มีรากเหง้า เสน่ห์ Zero Waste cooking
- สวยค่ะ กทม. เราก็มีธรรมชาติแบบนี้เป็นสิ่งที่ดีมากค่ะ

(2) ความคิดเห็นจากการสนทนากลุ่ม

ใช้รูปแบบการประเมิน ด้านมิติและเนื้อหา ของการประเมินตามระบบการวัดคุณภาพของสื่อที่นำเสนอต่อสังคม (Quality Rating) (กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์, 2564) โดยปรับและแบ่งออกเป็น 4 ด้าน ประกอบด้วย (1) ด้านมาตรฐานและจริยธรรม ในการนำเสนอเนื้อหา (2) ด้านการส่งเสริมการเรียนรู้ ทักษะชีวิต การคิด และแรงบันดาลใจ (3) ด้านการมีส่วนร่วมของผู้รับชมรายการ และ (4) ด้านส่งเสริมคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรม

ทั้งนี้ ดำเนินการสัมภาษณ์จำนวน 5 คน (Nastasi & Schensul, 2005) เมื่อวันที่ 29 เมษายน 2566 ผ่านโปรแกรม Zoom Meeting มีรายละเอียด ดังนี้

1. ด้านมาตรฐานและจริยธรรม ในการนำเสนอเนื้อหา

- มีจริยธรรมในการนำเสนอเนื่องจากส่งผลให้สามารถนำไปปรับใช้ได้ อย่างถูกต้อง
- มีการนำเสนอด้วยความจริงใจ มีการเสนอความจริงที่องค์กรใช้พร้อมกับการให้ความรู้ด้วย
- ความคิดเห็นส่วนตัวมองว่ารายการมีมาตรฐานในการทำอยู่แล้ว เนื่องจากได้รับบสนับสนุนมาดังนั้นก็มีมาตรฐานเพียงพอที่จะนำเสนอได้

2. ด้านการส่งเสริมการเรียนรู้ ทักษะชีวิต การคิด และแรงบันดาลใจ

- มีการสอนวิธีการแปรรูปให้แก่ชุมชนต่างๆ ทำให้ง่ายต่อการลดขยะได้มากขึ้น
- รายการส่งเสริมและให้ความรู้เกี่ยวกับการแปรรูปขยะเป็นวัตถุต่างๆ ขึ้น ทำให้ผู้คนให้ความสนใจที่จะสามารถนำขยะที่ใช้ไม่ได้มาทำให้มีมูลค่ามากขึ้น
- มีการช่วยเสริมสร้างกระบวนการคิดว่าเยาวชนจะจัดการขยะได้อย่างไร
- ทำให้รู้ว่าการแยกขยะนั้นสำคัญ ไม่ใช่การผลักความรับผิดชอบไปให้สังคม เพราะอยากเปลี่ยนแปลงให้มันเป็นความรับผิดชอบร่วมกันของสังคม
- ได้เรียนรู้ว่าขยะพลาสติกที่สามารถนำมา Recycle ได้มีประเภทอะไรบ้าง และสามารถทำให้เป็นผลิตภัณฑ์อะไรได้บ้าง แค่นี้ก็สะท้อนมุมมองความคิดของคนที่อยู่รายการได้เยอะมากแล้ว

3. ด้านการมีส่วนร่วมของผู้รับชมรายการ

- เป็นรายการที่ส่งเสริมให้คนรู้จักคุณค่าของสิ่งต่างๆ การแยกขยะก็สามารถเป็นกิจกรรมที่ส่งเสริมกันภายในครอบครัวได้อีกกิจกรรมหนึ่ง
- เนื้อหาดีมีการสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายทุกเพศทุกวัย สามารถเข้าใจและเรียนรู้ได้เป็นอย่างดี
- มีความสอดคล้องกับกลุ่มประชาชนทั่วไปมาก
- ทำให้เยาวชนออกมามีส่วนร่วมในการจัดการกับขยะพลาสติกได้ด้วยตัวเอง

4. ด้านส่งเสริมคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรม

- รายการดีมากที่ให้ความรู้ ซึ่งทำให้ประชาชนตระหนักได้ถึงสถานะที่มีขยะล้น การนำขยะมาแปรรูปจึงเป็นการลดขยะได้อีกทางที่ดีมาก
- เหมาะสมกับการส่งเสริมเรื่องคุณค่าทางสังคม เพราะการแยกขยะเป็นเรื่องที่คนในสังคมทุกคนควรรู้ และทำได้ด้วยตัวเอง เป็นการสร้างความตระหนักในการแยกขยะและลดการใช้พลาสติกด้วย
- มีการส่งเสริมให้สังคมได้ทำงาน ได้มีอาชีพใหม่ที่มาจากการหยิบยื่นจากโครงการ
- ยึดหลักการสอนให้จับปลาไม่ได้ให้ปลา มีเครื่อง Recycle ตามชุมชนเพื่อให้คนชุมชนสามารถทำกันเองได้ เป็นการสร้างงานสร้างรายได้ให้ตัวเองไปในตัว

สรุปการประเมินผลความคิดเห็นต่อรายการ GO GREEN เปลี่ยนโลก

รายการ GO GREEN เปลี่ยนโลก มีการประเมิน 4 ด้าน ประกอบด้วย ด้านมาตรฐานและจริยธรรม ในการนำเสนอเนื้อหา ด้านการส่งเสริมการเรียนรู้ ทักษะชีวิต การคิด และแรงบันดาลใจ ด้านการมีส่วนร่วมของผู้รับชมรายการ และด้านส่งเสริมคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรม ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า รายการมีมาตรฐานและจริยธรรมในการนำเสนอเนื้อหาสำหรับผู้รับชมรายการ มีการส่งเสริมการเรียนรู้ ทั้งกระบวนการคิด ชีวิต แรงบันดาลใจ การมีส่วนร่วมของผู้รับชมรายการจะสอดคล้องกับคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรม

ตามรอยลูกเสือ

กลุ่มเป้าหมายของรายการ คือ ประชาชนทั่วไป

ลิงค์รายการที่ใช้เก็บข้อมูล <https://youtu.be/ydUkCVScTrk>

จำนวนการกด Likes จาก YouTube คือ 14 Likes จาก 24 Videos

ระดับความพึงพอใจต่อรายการ เฉลี่ย 1.7500 คะแนน (มีความพึงพอใจระดับปานกลาง)

2) ประเด็นความคิดเห็นต่อรายการ ตามรอยลูกเสือ

(1) ความคิดเห็นจากการสนทนากลุ่ม

ใช้รูปแบบการประเมิน ด้านมิติและเนื้อหา ของการประเมินตามระบบการวัดคุณภาพของสื่อที่นำเสนอต่อสังคม (Quality Rating) (กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์, 2564) โดยปรับและแบ่งออกเป็น 4 ด้าน ประกอบด้วย (1) ด้านมาตรฐานและจริยธรรม ในการนำเสนอเนื้อหา (2) ด้านการส่งเสริมการเรียนรู้ ทักษะชีวิต การคิด และแรงบันดาลใจ (3) ด้านการมีส่วนร่วมของผู้รับชมรายการ และ (4) ด้านส่งเสริมคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรม

ทั้งนี้ดำเนินการสัมภาษณ์จำนวน 5 คน (Nastasi & Schensul, 2005) เมื่อวันที่ 29 เมษายน 2566 ผ่านโปรแกรม Zoom Meeting มีรายละเอียด ดังนี้

1. ด้านมาตรฐานและจริยธรรม ในการนำเสนอเนื้อหา

- มีการอ้างอิงข้อมูลและการให้ความรู้จากผู้เชี่ยวชาญเป็นอย่างดี
- มีจริยธรรมในการนำเสนอเนื่องจากไม่ได้มีการปลุกฝังให้มีการทำอะไร แต่เป็นการจัดตั้งให้เป็นการเรียนรู้วิชาลูกเสือให้กับบุคคลที่สนใจแทน
- เป็นสื่อที่มีการบรรยายแทนเสียงและเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการ เนื้อหาเหมาะสมกับผู้ชมทั่วไป

2. ด้านการส่งเสริมการเรียนรู้ ทักษะชีวิต การคิด และแรงบันดาลใจ

- ได้มีความรู้ความเข้าใจถึงการกำเนิดลูกเสือไทย ช่วยเสริมสร้างข้อมูลต่างๆ ได้เป็นอย่างดี
- การเรียนลูกเสือเป็นวิชาที่เสริมสร้างการใช้ชีวิตทำให้ได้รับความรู้ต่างๆ มากมายและบางเรื่องสามารถนำมาปรับใช้กับในชีวิตประจำวันได้อีกด้วย
- ยังไม่เห็นมากนัก แต่ทำให้เกิดแรงบันดาลใจด้วยการนำเอาแนวคิดที่สนใจมาจัดทำอะไรสักอย่างให้เกิดประโยชน์ต่อตัวเอง

3. ด้านการมีส่วนร่วมของผู้รับชมรายการ

- การเรียนลูกเสือบางเรื่องก็สามารถนำมาใช้ในสถานการณ์ฉุกเฉินได้
- ด้านผู้ปกครองที่มีความรู้ก็สามารถสอนลูกหลานของตนเพื่อสามารถนำมาใช้ในชีวิตประจำวันได้เช่นกัน
- รายการสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายมาก เป็นการให้ความรู้และบอกถึงต้นกำเนิดของลูกเสือไทยได้อย่างครอบคลุมและมีการอ้างอิงอย่างชัดเจน
- มีส่วนร่วมเป็นอย่างมากเนื่องจากส่วนใหญ่เยาวชนมีการเรียนลูกเสืออยู่แล้ว ทำให้ได้รับความรู้ที่สามารถนำไปปรับใช้ได้

- ถึงแม้ว่าปัจจุบันวิชาลูกเสืออาจจะไม่จำเป็นมากเท่าที่ควร แต่การเรียนรู้และ
รับรู้ไว้ก็ยังเป็นประโยชน์ต่อประชาชน แต่อาจจะปรับรูปแบบไปให้ทันสมัย

4. ด้านส่งเสริมคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรม

- เป็นรายการที่ให้ความรู้แก่ประชาชนทำให้สามารถเข้าถึงข้อมูลที่มากขึ้น
ได้เรียนรู้ต้นกำเนิดและการเกิดของลูกเสือไทย ซึ่งถือเป็นรากเหง้าของวัฒนธรรมที่ผ่านมาและจะส่งต่อไป
ยังอนาคตได้

- มีการจัดตั้งวิชาเรียนและทำให้บรรลุเป้าหมายของการเรียนลูกเสือที่สามารถ
นำไปปรับใช้ได้ในชีวิตจริง

- เรื่องการมีจิตอาสาเป็นประเด็นที่สำคัญที่ควรส่งเสริมให้กับคนที่ดูรายการ
อย่างมาก โดยเฉพาะกลุ่มเด็กที่จะดู ก็ถือเป็นการส่งเสริมให้เกิดความคิดที่ดีขึ้น

สรุปการประเมินผลความคิดเห็นต่อรายการ ตามรอยลูกเสือ

รายการ ตามรอยลูกเสือ มีการประเมิน 4 ด้าน ประกอบด้วย ด้านมาตรฐานและจริยธรรม ในการ
นำเสนอเนื้อหา ด้านการส่งเสริมการเรียนรู้ ทักษะชีวิต การคิด และแรงบันดาลใจ ด้านการมีส่วนร่วมของ
ผู้รับชมรายการ และด้านส่งเสริมคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรม ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า รายการมีมาตรฐาน
และจริยธรรมในการนำเสนอเนื้อหา รายการมีการสร้างแรงบันดาลใจและการมีส่วนร่วมให้กับผู้รับชม
รายการ อีกทั้งมีการส่งเสริมคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรมของไทย

ประชาชนติคนตีได้ผืนฟ้า

กลุ่มเป้าหมายของรายการ คือ ประชาชนทั่วไป

ลิงค์รายการที่ใช้เก็บข้อมูล (1) <https://youtu.be/xyqkPuUmwos>

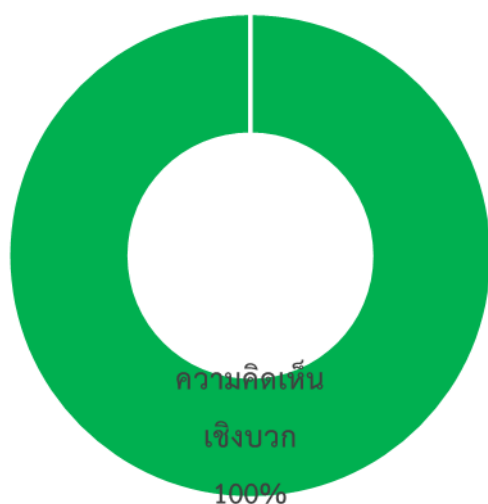
(2) <https://www.facebook.com/punfunpunyim2013/Videos>

จำนวนการกด Likes จาก Facebook คือ 3931 Likes จาก 16 Videos

ระดับความพึงพอใจต่อรายการ เฉลี่ย 2.0000 คะแนน (มีความพึงพอใจระดับปานกลาง)

2) ประเด็นความคิดเห็นต่อรายการ ประชาชนติคนตีได้ผืนฟ้า

(1) ความคิดเห็นจากช่อง YouTube และ Facebook



- เอาชนะความบกพร่องของร่างกายด้วยหัวใจที่แข็งแกร่งและสู้จริงๆ ชื่นชมคุณสมพงษ์นะคะ คุณจะเป็นต้นแบบให้กับผู้ที่บกพร่องอีกหลายคนเลยคะ
- อยากให้ทำรายการแบบนี้ออกมาอีกหลายๆ ตอนคะ
- การได้ใช้ชีวิตความรู้ที่มีดูแลผู้มีพระคุณว่าเป็นเรื่องที่ดีแล้ว แต่การได้ใช้ชีวิตความรู้ที่มีช่วยเหลือผู้อื่นเป็นสิ่งที่ดียิ่งขึ้นไปอีกชื่นชมคุณสมพรที่ทำแบบนี้ได้ เป็นกำลังใจในการทำความดีต่อไปนะคะ
- เปลี่ยนมุมมองที่มีต่อโลก ก็อาจได้โลกมุมใหม่ที่ไม่เคยเห็น ชอบที่คุณกิตติเปลี่ยนพลังลบให้กลายเป็นพลังบวก แล้วทำเพื่อบุคคลที่บกพร่องเช่นกัน ชื่นชมจากใจคะ
- เป็นแรงบันดาลใจให้ผู้อื่นได้ดีเลยครั้บ
- เนื้อหารายการดีมากเลยครั้บ
- ลองนึกภาพตามว่าถ้าเป็นตนเองโดนแบบนี้จะมีจิตใจที่เข้มแข็งและคิดทำเพื่อผู้อื่นได้เหมือนคุณ ยงยุทธ์หรือไหม อยากเป็นกำลังใจให้เพราะถึงแม้โลกนี้จะร้ายกับเพียงใดแต่คุณยงยุทธ์ก็มีหัวใจที่อ่อนโยนและแบ่งปันกับผู้อื่น ชื่นชมมากๆ ค่ะ
- รายการดีมีสาระมากเลยคะ ขอสนับสนุนนะคะ

- เคยไปนัดแผนโบราณจากผู้พิการทางสายตา ตอนแรกก็กลัวว่าจะนัดไม่ดีเท่าคนปกติแต่ที่ไหนได้ประทับใจให้บริการมาก พอได้มาดูตอนนี้เลยยิ่งทำให้คิดเลยว่าถ้ามีโอกาสก็จะไปใช้บริการกับผู้นวดที่บกพร่องทางการมองเห็นอีกเพื่อให้เขาได้มีอาชีพดูแลตนเองและครอบครัวค่ะ
- เก่งมากเลยครับ
- เป็นรายการที่สร้างสรรค์สังคมมากค่ะ
- ชอบรายการลักษณะนี้มากเลยค่ะ
- เป็นรายการที่เปิดพื้นที่ให้คนที่เคยผิดพลาดได้มีโอกาสแสดงตัวตน นอกจากจะทำให้เขาไม่กลับไปทำผิดพลาดแล้วเขาอาจจะเป็นตัวอย่างให้กับคนที่เคยก้าวพลาดได้นะคะ
- เชื่อว่าคนที่ผิดพลาดบางครั้งก็เพราะไม่มีโอกาสให้เลือกมากนักแต่เมื่อได้รับโอกาสแล้วไม่กลับไปทำผิดอีกและส่งต่อโอกาสให้กับผู้อื่นเป็นเรื่องที่น่าชื่นชมค่ะ เพราะคนเราไม่ได้มีเส้นทางที่สวยงามเหมือนกันได้ทุกคนแต่เมื่อพลาดพลั้งแล้วคิดได้สังคมควรให้โอกาสค่ะ
- ร่างกายของคุณแข็งแรงจะบกพร่องไม่เต็มร้อยแต่หัวใจสู้เกินร้อยมากค่ะ แอมยังช่วยเหลือแบ่งปันแก่ผู้อื่นอีก อยากให้รายการนำเสนอเรื่องราวของบุคคลแบบนี้อีกค่ะ

(2) ความคิดเห็นจากการสนทนากลุ่ม

ใช้รูปแบบการประเมิน ด้านมิติและเนื้อหา ของการประเมินตามระบบการวัดคุณภาพของสื่อที่นำเสนอต่อสังคม (Quality Rating) (กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์, 2564) โดยปรับและแบ่งออกเป็น 4 ด้าน ประกอบด้วย (1) ด้านมาตรฐานและจริยธรรม ในการนำเสนอเนื้อหา (2) ด้านการส่งเสริมการเรียนรู้ ทักษะชีวิต การคิด และแรงบันดาลใจ (3) ด้านการมีส่วนร่วมของผู้รับชมรายการ และ (4) ด้านส่งเสริมคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรม

ทั้งนี้ดำเนินการสัมภาษณ์จำนวน 5 คน (Nastasi & Schensul, 2005) เมื่อวันที่ 29 เมษายน 2566 ผ่านโปรแกรม Zoom Meeting มีรายละเอียด ดังนี้

1. ด้านมาตรฐานและจริยธรรม ในการนำเสนอเนื้อหา

- เป็นรายการที่ดีมากๆ รายการหนึ่ง ทำให้ได้เห็นคุณค่าของการใช้ชีวิตขนาดผู้พิการทางสายตามองไม่เห็นยังทำได้ขนาดนี้ ก็ถือว่ามีจริยธรรมในการนำเสนอสื่อที่ดี
- มีจริยธรรมเนื่องจากรายการเป็นการส่งเสริมอาชีพให้กับบุคคลที่มีความพิการให้ได้มีอาชีพ สร้างมาตรฐานใหม่ๆ ให้เกิดขึ้นกับแรงงานไทย
- เป็นสื่อที่มีการบรรยายแทนเสียงและเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการ เนื้อหาเหมาะสมกับผู้ชมทั่วไป มีการให้กำลังใจผู้พิการ ซึ่งถือเป็นกลุ่มเปราะบางของสังคม

2. ด้านการส่งเสริมการเรียนรู้ ทักษะชีวิต การคิด และแรงบันดาลใจ

- รายการนี้เป็นแรงบันดาลใจให้คนไม่ย่อท้อต่อชีวิตมากๆ ทำให้คนพยายามสู้ต่อไปเพื่อมีชีวิต ไม่คิดน้อยใจในตัวเอง
- เนื้อหาของรายการดีมาก เนื่องจากในรายการผู้ชายที่เป็นตัวเอก มีความไม่ย่อท้อต่อสู้กับอุปสรรคปัญหาที่สามารถเป็นแรงบันดาลใจให้ทั้งคนที่ดู และคนที่เห็นเช่นเดียวกันกับเขา
- ความดี ทำได้แม้มีร่างกายที่บกพร่อง ต่อให้ร่างกายมีปัญหาอย่างไรก็สามารถทำทุกอย่างได้

- การรับมือกับความเจ็บปวดทางกายและใจนั้นเป็นสิ่งสำคัญ รายการนำเสนอ มุมมองการเรียนรู้ที่จะพยายามทำสิ่งต่างๆ เพื่อความสำเร็จในชีวิต คนเราทุกคนสามารถประสบความสำเร็จในชีวิตได้ เป็นการถ่ายทอดที่ดีมาก

3. ด้านการมีส่วนร่วมของผู้รับชมรายการ

- รายการดีมีสาระ ทำให้อยากช่วยเหลือผู้อื่นมากขึ้น
- มีส่วนร่วมในการสามารถนำเอาวิธีการนวด หรือแนวคิดที่ได้ไปปรับใช้กับชีวิต
อีกทั้งยังใช้ความรู้ที่ตนมีช่วยผู้อื่นต่อยอดได้

4. ด้านส่งเสริมคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรม

- เป็นการช่วยส่งเสริมสังคมให้ดีขึ้น ผู้พิการสามารถทำงานได้และยังสามารถ
ช่วยเหลือตัวเองได้

- มีการส่งเสริมคุณค่า ด้วยการไม่ให้อายค่าในตัวเองไม่ว่าจะเกิดปัญหาอะไรขึ้น
- การสร้างรายได้ให้กับคนพิการ และเมื่อมีการนำไปสอนต่อก็มีการสร้างรายได้
ให้ชุมชนต่อ

- อยากให้รายการสะท้อนเรื่องกฎหมายเพิ่มเติมเข้ามาด้วย เช่น ตามกฎหมาย
คนพิการสามารถทำงานได้ และหน่วยงานต่างๆ จะต้องรับเข้าทำงาน ก็จะทำให้คนพิการเข้าใจบทบาท
ของตัวเองมากขึ้นด้วย

สรุปการประเมินผลความคิดเห็นต่อรายการ ประชาบดีคนดีใต้ผืนฟ้า

รายการ ประชาบดีคนดีใต้ผืนฟ้า มีการประเมิน 4 ด้าน ประกอบด้วย ด้านมาตรฐานและ
จริยธรรม ในการนำเสนอเนื้อหา ด้านการส่งเสริมการเรียนรู้ ทักษะชีวิต การคิด และแรงบันดาลใจ ด้าน
การมีส่วนร่วมของผู้รับชมรายการ และด้านส่งเสริมคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรม ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า
รายการมีมาตรฐานและจริยธรรมในการนำเสนอเนื้อหา ส่งเสริมการเรียนรู้ ทักษะชีวิตและการคิด คุณค่า
ทางสังคมและวัฒนธรรม แรงบันดาลใจ การมีส่วนร่วม ของผู้รับชมรายการ

ไทยสปิริต

กลุ่มเป้าหมายของรายการ คือ ประชาชนทั่วไป

ลิงค์รายการที่ใช้เก็บข้อมูล (1) <https://youtu.be/K5lnE4DkTvA>

(2) <https://www.facebook.com/thaispiritTH/Videos>

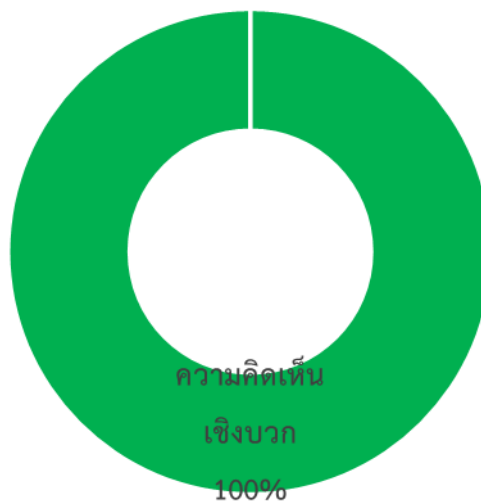
Facebook Fanpage ผู้ติดตาม 243 คน

จำนวนการกด Likes จาก Facebook คือ 2820 Likes จาก 24 Videos

ระดับความพึงพอใจต่อรายการ เฉลี่ย 2.0000 คะแนน (มีความพึงพอใจระดับปานกลาง)

2) ประเด็นความคิดเห็นต่อรายการ ไทยสปิริต

(1) ความคิดเห็นจากช่อง YouTube และ Facebook



- สุดยอด
- ผู้เต็มที่ เขียร์เต็มถึง เป็นกำลังใจ ครับ
- เป็นกำลังใจให้ครับ
- เก่งมาก
- คนนี้เก่งจริง
- ติดตามผลงานครับ เหรียญทองโอลิมปิก
- คนเก่งของประเทศไทย สมหวังในปี นี้ นำชื่อเสียงมาสู่ประเทศชาติและวงศ์ตระกูลนะครับ ยอดหญิงเทควันโดของประเทศไทย
- นำเหรียญทองกลับมาให้คนไทยได้ชื่นชมและมีความสุขเพื่อลดความทุกข์ระทมใจที่พวกเราชาวไทย กำลังประสบอยู่นะลูก
- ทำดีแล้วครับ

(2) ความคิดเห็นจากการสนทนากลุ่ม

ใช้รูปแบบการประเมิน ด้านมิติและเนื้อหา ของการประเมินตามระบบการวัดคุณภาพของสื่อที่นำเสนอต่อสังคม (Quality Rating) (กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์, 2564) โดยปรับและแบ่งออกเป็น 4 ด้าน ประกอบด้วย (1) ด้านมาตรฐานและจริยธรรม ในการนำเสนอเนื้อหา (2) ด้านการส่งเสริมการเรียนรู้ ทักษะชีวิต การคิด และแรงบันดาลใจ (3) ด้านการมีส่วนร่วมของผู้รับชมรายการ และ (4) ด้านส่งเสริมคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรม

ทั้งนี้ดำเนินการสัมภาษณ์จำนวน 5 คน (Nastasi & Schensul, 2005) เมื่อวันที่ 29 เมษายน 2566 ผ่านโปรแกรม Zoom Meeting มีรายละเอียด ดังนี้

1. ด้านมาตรฐานและจริยธรรม ในการนำเสนอเนื้อหา

- มีจริยธรรมในการนำเสนอ รายการไม่ได้มีการปลุกฝังหรือแนะนำสิ่งที่ยอันตราย
- เป็นการเสนอสื่อที่ได้มาตรฐาน รับชมแล้วมีประโยชน์ ไม่มีการกล่าวอ้างอิงหรือพาดพิงให้ผู้อื่นเสียหาย และสร้างแรงบันดาลใจให้คนดูได้
- ด้านมาตรฐานมีมุมมอง ไม่พาดพิงบุคคลอื่น

2. ด้านการส่งเสริมการเรียนรู้ ทักษะชีวิต การคิด และแรงบันดาลใจ

- รายการนำเสนอได้ดีมากในประเด็นการสร้างแรงบันดาลใจ เช่น เมื่อมีความฝันก็ต้องพยายามให้สำเร็จ ตัวอย่างของคนที่ไม่ย่อท้อและคิดถึงอนาคต
- มีการสอนการวางแผนการจัดการความฝัน และจัดการเมื่อเจออุปสรรค ซึ่งจะช่วยให้เด็กและเยาวชนที่ดูรายการ หรือผู้ใหญ่ที่ดูรายการ จะสามารถนำไปปรับใช้กับชีวิตของตัวเองได้

3. ด้านการมีส่วนร่วมของผู้รับชมรายการ

- ในรายการมีการถามตอบกับผู้คนในพื้นที่ ทำให้บุคคลอื่นได้มีส่วนร่วมกับรายการมากขึ้น และเป็นการทำความรู้จักพื้นที่และคนในพื้นที่
- นำข้อมูลจากเนื้อหารายการมาประยุกต์ใช้ให้เข้ากับชีวิตประจำวัน เช่น เมื่อเห็นว่าเรามีอุปสรรคอะไร และมีทางออกแบบไหน ซึ่งถือเป็นการแนะนำผู้ชมให้มีส่วนร่วมในการคิดตามไปด้วย

4. ด้านส่งเสริมคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรม

- การช่วยเหลือผู้อื่นเป็นสิ่งที่ดี และรายการนำเสนอมุมมองของผู้ดำเนินรายการได้ดี ซึ่งถือเป็นการถ่ายทอดจริยธรรมทางความคิดได้ดีมาก
- มีการแนะนำอาหารพื้นเมือง แนะนำวัฒนธรรมพื้นเมืองของชาวไทย

สรุปการประเมินผลความคิดเห็นต่อรายการ ไทยสปิริต

รายการ ไทยสปิริต มีการประเมิน 4 ด้าน ประกอบด้วย ด้านมาตรฐานและจริยธรรม ในการนำเสนอเนื้อหา ด้านการส่งเสริมการเรียนรู้ ทักษะชีวิต การคิด และแรงบันดาลใจ ด้านการมีส่วนร่วมของผู้รับชมรายการ และด้านส่งเสริมคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรม ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า รายการมีมาตรฐานและจริยธรรมในการนำเสนอเนื้อหาให้สอดคล้องกับผู้รับชมรายการ มีการส่งเสริมการเรียนรู้ ทักษะชีวิต อีกทั้งยังมีการสร้างแรงบันดาลใจให้ผู้รับชมรายการสามารถก้าวข้ามอุปสรรค มีส่วนร่วมในการคิดของผู้รับชมรายการ และส่งเสริมคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรมในพื้นที่ของประเทศไทย

สุภาพิต คำ ปัง ปัง (คำตั้งอินเทอร์เน็ต)

กลุ่มเป้าหมายของรายการ คือ ประชาชนทั่วไป

ลิงค์รายการที่ใช้เก็บข้อมูล (1) <https://youtu.be/5RTWzCM15qE>

(2) <https://www.facebook.com/supasidintrend/>

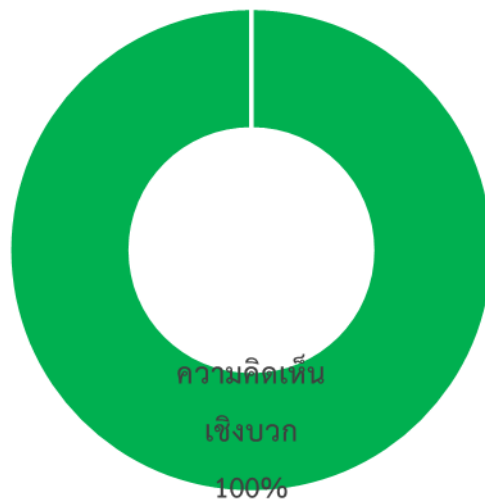
Facebook Fanpage ผู้ติดตาม 1500 คน

จำนวนการกด Likes จาก Facebook คือ 613 Likes จาก 24 Videos

ระดับความพึงพอใจต่อรายการ เฉลี่ย 2.0000 คะแนน (มีความพึงพอใจระดับปานกลาง)

2) ประเด็นความคิดเห็นต่อรายการ สุภาพิต คำ ปัง ปัง (คำตั้งอินเทอร์เน็ต)

(1) ความคิดเห็นจากช่อง YouTube และ Facebook



- น่ารักมากสวยจังเลย
- ทำจิตใจให้สบายสิ่งทุกอย่างเป็นเพียงสังขาร
- สุภาพิตคิดเองทำเอง

(2) ความคิดเห็นจากการสนทนากลุ่ม

ใช้รูปแบบการประเมิน ด้านมิติและเนื้อหา ของการประเมินตามระบบการวัดคุณภาพของสื่อที่นำเสนอต่อสังคม (Quality Rating) (กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์, 2564) โดยปรับและแบ่งออกเป็น 4 ด้าน ประกอบด้วย (1) ด้านมาตรฐานและจริยธรรม ในการนำเสนอเนื้อหา (2) ด้านการส่งเสริมการเรียนรู้ ทักษะชีวิต การคิด และแรงบันดาลใจ (3) ด้านการมีส่วนร่วมของผู้รับชมรายการ และ (4) ด้านส่งเสริมคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรม

ทั้งนี้ดำเนินการสัมภาษณ์จำนวน 5 คน (Nastasi & Schensul, 2005) เมื่อวันที่ 29 เมษายน 2566 ผ่านโปรแกรม Zoom Meeting มีรายละเอียด ดังนี้

1. ด้านมาตรฐานและจริยธรรม ในการนำเสนอเนื้อหา

- เป็นรายการที่นำเสนอสุภาพดีให้สอดคล้องกับชีวิตประจำวันได้ดีมาก มีการยกตัวอย่างและถามความคิดเห็นของผู้อื่นถึงความหมาย
- มีจริยธรรมในการนำเสนอเนื่องจากรายการไม่ได้มีการปลุกฝั่งหรือแนะนำสิ่งที่ไม่ดี

- นำเสนอสนุกสนาน มีการดำเนินรายการดี มีมาตรฐานในการทำสื่อ

2. ด้านการส่งเสริมการเรียนรู้ ทักษะชีวิต การคิด และแรงบันดาลใจ

- ทำให้ได้เรียนรู้คำศัพท์ภาษาไทยใหม่ๆ และรวมถึงได้เรียนรู้คำสุภาพดีต่างๆ ได้มากขึ้น
- ทำให้ได้เรียนรู้ศัพท์ใหม่ๆ ที่เกิดขึ้นในยุคปัจจุบัน ซึ่งก็จะสะท้อนความเปลี่ยนแปลงของยุคสมัยและผู้คน que เปลี่ยนไป ยกตัวอย่างเช่นคำว่า หัวร้อน ที่แปลว่าใจร้อน ใช้ตอนหงุดหงิด อารมณ์เสีย ตรงกับคำว่าเจ้าโทโส การแสดงอาการหัวฟัดหัวเหวี่ยงแก้อะไรไม่ได้ วิธีการแก้คือการใช้สติในการแก้ปัญหาเท่านั้น ก็สามารถเอาไปปรับใช้กับทักษะชีวิตได้

3. ด้านการมีส่วนร่วมของผู้รับชมรายการ

- สามารถนำคำมาใช้กับชีวิตประจำวันได้ ทำให้ผู้ชมอินเทรนดีไปกับรายการได้ ทำให้ได้เรียนรู้คำศัพท์ใหม่ๆ ไปกับชีวิตจริง
- ในรายการจะมีส่วนหนึ่งในการถามตอบกับผู้คน ทำให้เห็นได้ว่าการมีส่วนร่วม

4. ด้านส่งเสริมคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรม

- รายการมีการบอกค่า ความหมาย และโอกาสในการใช้ได้ดี ทำให้ผู้รับชมสามารถเข้าใจและเรียนรู้ได้ สามารถนำไปใช้ในสังคมได้ตอนดำรงชีวิต ซึ่งถือเป็นการให้คุณค่ากับสังคมไทย
- ช่วยส่งเสริมในการไม่ให้ล้มภาษาที่แท้จริง แต่ยอมรับการมีศัพท์ใหม่ๆ เกิดขึ้นจากความเปลี่ยนแปลงของยุคและวัยส่งผลให้การสื่อสารของคนแตกต่างกัน
- ลดการทะเลาะวิวาทของคนในสังคมได้ด้วยการเข้าใจการสื่อสารกัน

สรุปการประเมินผลความคิดเห็นต่อรายการ สุภาพดี คำ ปัง ปัง (คำตั้งอินเทรนดี)

รายการ สุภาพดี คำ ปัง ปัง (คำตั้งอินเทรนดี) มีการประเมิน 4 ด้าน ประกอบด้วย ด้านมาตรฐานและจริยธรรม ในการนำเสนอเนื้อหา ด้านการส่งเสริมการเรียนรู้ ทักษะชีวิต การคิด และแรงบันดาลใจ ด้านการมีส่วนร่วมของผู้รับชมรายการ และด้านส่งเสริมคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรม ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า มาตรฐานของรายการ จริยธรรม คุณค่าทางสังคม และวัฒนธรรม ในการนำเสนอเนื้อหาอยู่ในระดับที่เหมาะสม มีการส่งเสริมการเรียนรู้ ทักษะชีวิต ทักษะการคิด และส่งเสริมการสร้างการมีส่วนร่วมของผู้รับชมรายการ

Young@Heart Show: Celeb Talk

กลุ่มเป้าหมายของรายการ คือ ประชาชนทั่วไป

ลิงค์รายการที่ใช้เก็บข้อมูล <https://youtu.be/K0j5-9VmDps>

จำนวนการกด Likes จาก YouTube คือ 1 Likes จาก 20 Videos

ระดับความพึงพอใจต่อรายการ เฉลี่ย 2.0000 คะแนน (มีความพึงพอใจระดับปานกลาง)

2) ประเด็นความคิดเห็นต่อรายการ Young@Heart Show: Celeb Talk

(1) ความคิดเห็นจากการสนทนากลุ่ม

ใช้รูปแบบการประเมิน ด้านมิติและเนื้อหา ของการประเมินตามระบบการวัดคุณภาพของสื่อที่นำเสนอต่อสังคม (Quality Rating) (กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์, 2564) โดยปรับและแบ่งออกเป็น 4 ด้าน ประกอบด้วย (1) ด้านมาตรฐานและจริยธรรม ในการนำเสนอเนื้อหา (2) ด้านการส่งเสริมการเรียนรู้ ทักษะชีวิต การคิด และแรงบันดาลใจ (3) ด้านการมีส่วนร่วมของผู้รับชมรายการ และ (4) ด้านส่งเสริมคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรม

ทั้งนี้ ดำเนินการสัมภาษณ์จำนวน 5 คน (Nastasi & Schensul, 2005) เมื่อวันที่ 29 เมษายน 2566 ผ่านโปรแกรม Zoom Meeting มีรายละเอียด ดังนี้

1. ด้านมาตรฐานและจริยธรรม ในการนำเสนอเนื้อหา

- รายการมีการให้ข้อมูลจากผู้ประสบเหตุการณ์จริงทำให้คนตระหนักได้ถึงโรคที่เกิดขึ้นในปัจจุบันและมีแนวโน้มเกิดขึ้นในอนาคตได้ ก็ถือว่าสร้างมาตรฐานการรับรู้ทางสังคมที่ดี
- มีจริยธรรมในการนำเสนอเนื่องจากรายการไม่ได้มีการปลุกฝังหรือแนะนำสิ่งที่ไม่ดี อันตราย อีกทั้งรายการไม่ได้ให้ข้อมูลที่ไม่มีแหล่งอ้างอิง
- เป็นสื่อที่มีการบรรยายแทนเสียงและเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการ เนื้อหาเหมาะสมกับผู้ชมทั่วไป

2. ด้านการส่งเสริมการเรียนรู้ ทักษะชีวิต การคิด และแรงบันดาลใจ

- บุคคลที่อยู่ในรายการ หลายคนสะท้อนการควบคุมสติและการจัดการกับความเครียดได้ดี และจัดการกับปัญหาในทุกอย่างได้ดี
- นำเสนอข้อมูลที่ สามารถนำไปปรับใช้เป็นทักษะชีวิตได้
- รู้อาการของการติดเชื้อว่าเป็นอย่างไร หากติดแล้วมีวิธีการดำเนินการอย่างไร

3. ด้านการมีส่วนร่วมของผู้รับชมรายการ

- ผู้รับชมได้รับรู้ถึงโรคโควิด-19 และได้มีการระวังตัวมากขึ้น เพราะโควิด-19 เป็นโรคใหม่ที่ผู้คนทั่วโลกยังคงกลัว ถึงแม้จะมีวัคซีนแต่ก็น่าจะต้องระมัดระวังการกลายพันธุ์
- สามารถนำเอาขั้นตอนที่ได้เรียนรู้เก็บไว้เป็นความรู้และนำมาใช้เมื่อมีอาการโรคต่างๆ ได้อีก ทั้งนี้การมีส่วนร่วมที่รายการถ่ายทอด จะช่วยสร้างภูมิคุ้มกันทางสังคมอีกด้วย

4. ด้านส่งเสริมคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรม

- เป็นรายการที่ให้ความรู้ดีมาก ทำให้ผู้ชมได้รับข่าวสารอย่างทันเหตุการณ์ ซึ่งก็จะช่วยสร้างการดูแลตัวเองให้กับคนที่ดูรายการ
- ในด้านนี้ไม่เห็นชัดมากนัก ยกตัวอย่างเช่น ในปัจจุบันยังมีการต่อมวยซึ่งเป็นเอกลักษณ์ของไทยก็อาจจะยังเห็นได้บ้างตามโอกาส

สรุปการประเมินผลความคิดเห็นต่อรายการ Young@Heart Show: Celeb Talk

รายการ Young@Heart Show: Celeb Talk มีการประเมิน 4 ด้าน ประกอบด้วย ด้านมาตรฐาน และจริยธรรม ในการนำเสนอเนื้อหา ด้านการส่งเสริมการเรียนรู้ ทักษะชีวิต การคิด และแรงบันดาลใจ ด้านการมีส่วนร่วมของผู้รับชมรายการ และด้านส่งเสริมคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรม ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า รายการมีมาตรฐาน จริยธรรม คุณค่า และวัฒนธรรม ในการนำเสนอเนื้อหา ส่งเสริมการเรียนรู้ด้านต่างๆ อีกทั้งยังส่งเสริมการสร้างแรงบันดาลใจและการมีส่วนร่วม

ลายแทงชุมชน

กลุ่มเป้าหมายของรายการ คือ ประชาชนทั่วไป

ลิงค์รายการที่ใช้เก็บข้อมูล <https://youtu.be/G4n25rRW9xc>

จำนวนการกด Likes จาก YouTube คือ 3 Likes จาก 20 Videos

ระดับความพึงพอใจต่อรายการ เฉลี่ย 2.3333 คะแนน (มีความพึงพอใจระดับปานกลาง)

2) ประเด็นความคิดเห็นต่อรายการ ลายแทงชุมชน

(1) ความคิดเห็นจากการสนทนากลุ่ม

ใช้รูปแบบการประเมิน ด้านมิติและเนื้อหา ของการประเมินตามระบบการวัดคุณภาพของสื่อที่นำเสนอต่อสังคม (Quality Rating) (กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์, 2564) โดยปรับและแบ่งออกเป็น 4 ด้าน ประกอบด้วย (1) ด้านมาตรฐานและจริยธรรม ในการนำเสนอเนื้อหา (2) ด้านการส่งเสริมการเรียนรู้ ทักษะชีวิต การคิด และแรงบันดาลใจ (3) ด้านการมีส่วนร่วมของผู้รับชมรายการ และ (4) ด้านส่งเสริมคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรม

ทั้งนี้ดำเนินการสัมภาษณ์จำนวน 5 คน (Nastasi & Schensul, 2005) เมื่อวันที่ 29 เมษายน 2566 ผ่านโปรแกรม Zoom Meeting มีรายละเอียด ดังนี้

1. ด้านมาตรฐานและจริยธรรม ในการนำเสนอเนื้อหา

- มีการอ้างอิงถึงสถานที่จริงทำให้รับรู้ข้อมูลและความรู้ต่างๆ ได้อย่างมีมาตรฐานและสามารถอ้างอิงแหล่งที่มาและติดตามหาความรู้เพิ่มเติมได้ต่อไป

- มีจริยธรรมในการนำเสนอเนื่องจากรายการไม่ได้มีการปลุกฝั่งหรือแนะนำสิ่งอันตราย และมีการแนะนำการทำเกษตรซึ่งถือเป็นรากเหง้าของความเป็นไทยในอดีต ก็ถือได้ว่าสื่อยังให้ความสำคัญกับคุณค่าเหล่านี้

- มีการดำเนินรายการดี มีล่ามภาษามือสำหรับผู้พิการทางการได้ยิน และมีระบบบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางสายตา ก็มีมาตรฐานในระดับสากลที่สื่อควรจะเป็น

2. ด้านการส่งเสริมการเรียนรู้ ทักษะชีวิต การคิด และแรงบันดาลใจ

- ทำให้คนเรียนรู้ข้อมูลและตระหนักได้ถึงการอนุรักษ์ชุมชน การทำให้เกิดรายได้ในชุมชน ซึ่งก็ถือว่าสร้างแรงบันดาลใจให้กับคนในพื้นที่หรือแม้แต่คนไทยด้วยกันเอง เราจะได้เรียนรู้ทักษะชีวิต ความเป็นไทยและรวมไปถึงการขับเคลื่อนชุมชนด้วยคนในชุมชนอีกด้วย

- มีการสร้างเสริมอาชีพให้กับบุคคลในหมู่บ้าน โดยมีการสอนหรือแนะนำก่อนทำให้ผู้ชมรายการสามารถนำไปปรับใช้ได้

- ดูว่าเราสามารถทำอะไรจากสิ่งที่มีได้ หรือเอาจุดแข็งไปขายได้ แนวคิดว่ามันจะไม่ยั่งยืนถ้าเราไม่ได้คิดเอง ตลาดต้องวิ่งมาหาเราไม่ใช่เราวิ่งหาตลาด ใครไม่ทำเราทำก่อน ทำอย่างไรก็ได้ให้สินค้าเราถึงมือผู้บริโภค มีการคิดให้รอบคอบเท่าที่ทำได้ เช่น การเลี้ยงหมูเพื่อให้หมูกินเศษอาหารหรือเศษผักที่เหลือ เป็นต้น

3. ด้านการมีส่วนร่วมของผู้รับชมรายการ

- ผู้ชมได้รับรู้แนวคิด ความรู้ต่างๆ มากมายซึ่งมีประโยชน์มาก
- การปรับเปลี่ยนของที่มีเป็นอุตสาหกรรมได้ นอกจากจะช่วยสร้างพฤติกรรม

ที่ดียังช่วยสร้างความเข้าใจต่อสถานการณ์ที่ดีอีกด้วย

- ทำให้ผู้ชมรายการสามารถนำไปปรับใช้ได้ในเรื่องของการทำการเกษตรตามที
รายการนำเสนอได้ง่ายขึ้นและเข้าถึงคนได้มากขึ้น

- มีส่วนร่วมในระดับชุมชนเพื่อส่งเสริมให้สินค้าของชุมชนเรามีที่ยืนในตลาด
- ส่งเสริมความร่วมมือชุมชนและช่วยสร้างชุมชนเข้มแข็งได้

4. ด้านส่งเสริมคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรม

- เกาะกเป็นสถานที่ตัวอย่างที่มีการนำผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่นมาแปรรูปให้เกิด
ประโยชน์ ทำให้มีการส่งออกหรือกลายเป็นสินค้าของฝากส่งผลดีต่อชุมชนเป็นอย่างมาก

- มีการส่งเสริมคุณค่าทางสังคม ทำให้ชาวบ้านมีอาชีพทำมาหากินได้
- ช่วยสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชนหลากหลาย สร้างอาชีพใหม่ให้กับคน

ในชุมชนได้

สรุปการประเมินผลความคิดเห็นต่อรายการ ปลายทางชุมชน

รายการ ปลายทางชุมชน มีการประเมิน 4 ด้าน ประกอบด้วย ด้านมาตรฐานและจริยธรรม ในการ
นำเสนอเนื้อหา ด้านการส่งเสริมการเรียนรู้ ทักษะชีวิต การคิด และแรงบันดาลใจ ด้านการมีส่วนร่วมของ
ผู้รับชมรายการ และด้านส่งเสริมคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรม ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า รายการมีมาตรฐาน
และจริยธรรมในการนำเสนอเนื้อหาให้สอดคล้องกับผู้รับชมรายการ สำหรับการส่งเสริมการเรียนรู้เป็นการ
ทำให้เกิดความตระหนักในทักษะชีวิตและความคิด รายการสามารถนำไปปรับใช้กับชีวิตประจำวันได้
ซึ่งสร้างการมีส่วนร่วมของผู้รับชมรายการ

กาลครั้งหนึ่ง

กลุ่มเป้าหมายของรายการ คือ ประชาชนทั่วไป

ลิงค์รายการที่ใช้เก็บข้อมูล (1) <https://youtu.be/z7aEgj0QxAA>

(2) <https://www.facebook.com/Galakrungneungthailand/Videos>

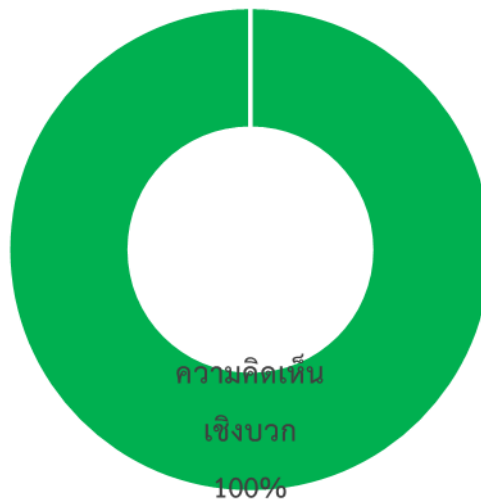
Facebook Fanpage ผู้ติดตาม 2000 คน

จำนวนการกด Likes จาก Facebook คือ 11 Likes จาก 10 Videos

ระดับความพึงพอใจต่อรายการ เฉลี่ย 1.7500 คะแนน (มีความพึงพอใจระดับปานกลาง)

2) ประเด็นความคิดเห็นต่อรายการ กาลครั้งหนึ่ง

(1) ความคิดเห็นจากช่อง YouTube และ Facebook



- ภาพสวย นื่องซึ้งน่ารักมากค่ะ

(2) ความคิดเห็นจากการสนทนากลุ่ม

ใช้รูปแบบการประเมิน ด้านมิติและเนื้อหา ของการประเมินตามระบบการวัดคุณภาพของสื่อที่นำเสนอต่อสังคม (Quality Rating) (กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์, 2564) โดยปรับและแบ่งออกเป็น 4 ด้าน ประกอบด้วย (1) ด้านมาตรฐานและจริยธรรม ในการนำเสนอเนื้อหา (2) ด้านการส่งเสริมการเรียนรู้ ทักษะชีวิต การคิด และแรงบันดาลใจ (3) ด้านการมีส่วนร่วมของผู้รับชมรายการ และ (4) ด้านส่งเสริมคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรม

ทั้งนี้ ดำเนินการสัมภาษณ์จำนวน 5 คน (Nastasi & Schensul, 2005) เมื่อวันที่ 29 เมษายน 2566 ผ่านโปรแกรม Zoom Meeting มีรายละเอียด ดังนี้

1. ด้านมาตรฐานและจริยธรรม ในการนำเสนอเนื้อหา

- รายการมีการอ้างอิงแหล่งที่มาและพาไปชมสถานที่จริงทำให้ได้รู้ข้อมูลต่างๆ ได้มากขึ้น ทั้งนี้จะช่วยทำให้ผู้ที่ต้องการค้นหาข้อมูลต่อสามารถติดตามไปยังข้อมูลปฐมภูมิได้
- มีจริยธรรมในการนำเสนอเนื่องจากรายการไม่ได้มีการปลุกฝังหรือแนะนำสิ่งที่ไม่ดี

- เป็นการนำเสนอภาพหลายๆ มุมเกี่ยวกับเรื่องราวประวัติศาสตร์ของเมืองลพบุรี ที่เป็นอาณาจักรโบราณ นำเสนอได้น่าสนใจ ฟังเพลิน สถานที่ที่ถ่ายทำสวยมากมีการใช้ล่ามภาษามือและเป็นการบรรยายตัวหนังสือที่ขึ้นบนวิดีโอเพื่อคนพิการทางสายตา

2. ด้านการส่งเสริมการเรียนรู้ ทักษะชีวิต การคิด และแรงบันดาลใจ

- ข้อมูลที่ได้จากการรับชมมีประโยชน์มาก สามารถนำมาใช้ได้ในชีวิตประจำวัน อีกทั้งรายการยังให้ความรู้เกี่ยวกับประวัติศาสตร์ ถือได้ว่าเสริมสร้างการเรียนรู้รูปแบบหนึ่ง

- เกิดการคิดเชิงบวกเกี่ยวกับอารยธรรมโบราณของไทย เช่น การรับความรู้ว่า สิ่งก่อสร้างในยุคหนึ่งเกิดจากอะไร มีความเป็นมาอย่างไร ก็ทำให้คนเราสามารถสร้างแรงบันดาลใจได้

3. ด้านการมีส่วนร่วมของผู้รับชมรายการ

- ผู้ชมได้เข้าถึงข้อมูลที่รายการนำเสนอ มีการอ้างอิงถึงเรื่องราวที่เกิดขึ้นทำให้มีความรู้ความเข้าใจมากขึ้นเช่นกัน

- ได้สัมผัสบรรยากาศของประวัติศาสตร์ยุคลพบุรี รอบๆ ลพบุรี ไปด้วยถึงแม้จะไม่ได้เดินทางไปแต่ก็สามารถมีส่วนร่วมเหมือนไปกับทางรายการด้วย โดยมีความคิดเห็นว่า ถ้าเด็กและเยาวชนมาดูรายการก็จะมีส่วนร่วมไปด้วย อีกทั้งส่งผลไปสู่การส่งเสริมการท่องเที่ยวของไทยได้อีกด้วย

- สามารถไปลองทำดินสอพองเพื่อเป็นการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น ซึ่งโดยปกติคนส่วนใหญ่ก็อาจจะไม่ได้สนใจประเด็นนี้อีกแล้ว แต่รายการก็สร้างความคิดนี้ให้อยากมีส่วนร่วมได้

4. ด้านส่งเสริมคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรม

- รายการนำเสนอเรื่องราวต่างๆ ทำให้ผู้คนได้มีโอกาสออกมากล่าวถึงเรื่องความเป็นมา ดีและมีประโยชน์สำหรับผู้ชมรายการและสังคมไทยได้ มีการส่งเสริมให้ผู้ชมร่วมอนุรักษ์วัฒนธรรมของแต่ละภาค และสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่นดั้งเดิม

- มีการแนะนำประวัติพื้นเมืองของเมืองลพบุรี ซึ่งก็มีความเกี่ยวข้องกับการสร้างความเป็นชาติไทย ทั้งนี้มีมุมมองว่าการเรียนรู้เรื่องราวเหล่านี้สะท้อนการให้คุณค่าของเมืองต่างๆ และเข้าใจรากฐานของวัฒนธรรมของไทย

สรุปการประเมินผลความคิดเห็นต่อรายการ กาลครั้งหนึ่ง

รายการ กาลครั้งหนึ่ง มีการประเมิน 4 ด้าน ประกอบด้วย ด้านมาตรฐานและจริยธรรม ในการนำเสนอเนื้อหา ด้านการส่งเสริมการเรียนรู้ ทักษะชีวิต การคิด และแรงบันดาลใจ ด้านการมีส่วนร่วมของผู้รับชมรายการ และด้านส่งเสริมคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรม ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า รายการมีมาตรฐานและจริยธรรมในการนำเสนอเนื้อหาที่ส่งเสริมพฤติกรรมที่เหมาะสมตามคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรมที่ดี มีการสร้างการมีส่วนร่วมของผู้รับชมรายการ อีกทั้งส่งเสริมการเรียนรู้ ทักษะชีวิต กระบวนการคิด และแรงบันดาลใจ

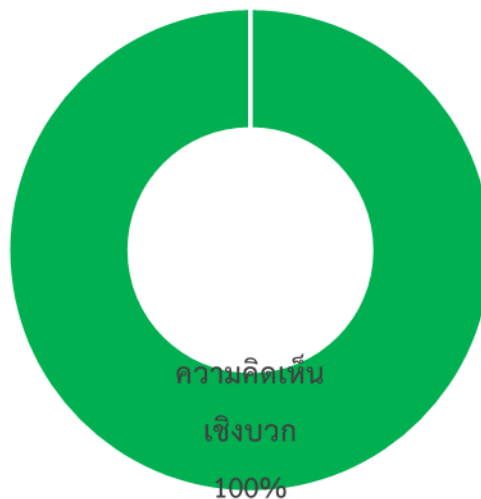
8.3.3 รายการการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนใต้

ย้อนอดีตที่ปลายด้ามขวาน

กลุ่มเป้าหมายของรายการ คือ ประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้และประชาชนทั่วไป
 ลิงค์รายการที่ใช้เก็บข้อมูล (1) <https://youtu.be/QuRLB3sLLGM>
 (2) <https://www.facebook.com/DocumentaryPlydamkwan/>
 Facebook Fanpage ผู้ติดตาม 98000 คน
 จำนวนการกด Likes จาก Facebook คือ 1958 Likes จาก 45 Videos
 ระดับความพึงพอใจต่อรายการ เฉลี่ย 1.7500 คะแนน (มีความพึงพอใจระดับปานกลาง)

2) ประเด็นความคิดเห็นต่อรายการ ย้อนอดีตที่ปลายด้ามขวาน

(1) ความคิดเห็นจากช่อง YouTube และ Facebook



- ชอบมากรายการแนวนี้ ดีใจที่มีรายการเกี่ยวกับชาวมุสลิม
- รายการดีค่ะ หารายการแบบนี้มานานแล้ว
- รายการน่าติดตามมาก
- ประวัติศาสตร์น่าสนใจมากค่ะ
- ดีครับที่มีรายการแบบนี้ คนภาคอื่นๆ จะได้เข้าใจประวัติศาสตร์ภาคใต้ได้ดีขึ้น
- สนุกและน่าสนใจติดตามค่ะ สำหรับผู้ที่ชื่นชอบประวัติศาสตร์ของคาบสมุทรมลายู
- ดูแล้วค่ะ ได้รับความรู้เพิ่มขึ้นเยอะเลยค่ะ ชอบดูเมื่อก่อนชอบเรียนประวัติศาสตร์และภูมิศาสตร์ขอโทษที่พิมพ์คำว่าภูมิศาสตร์ผิดเพราะเขียนผิดเป็นประจำเลย
- ดีครับ คนไทยหลายๆ คนจะรู้จะได้เข้าใจประวัติศาสตร์ปัตตานีอย่างถูกต้อง

- เป็นสารคดีที่ดีมากให้โรงเรียน มหาวิทยาลัยนำไปเปิดตอนพักกลางวัน เปิดตามไปรษณีย์ ศาลาว่าการ โรงพยาบาลให้คนมาติดต่อราชการได้ดูเพลินๆ ได้ทั้งความรู้ได้ฝึกเรียนภาษาอังกฤษ คนไทยจะรักกันมากขึ้น เด็กๆ จะได้ระลึกไว้ว่าเรามาถึงตรงนี้ได้ มีความเป็นมาอย่างไร
- สำเนียงเพราะ ทอดเสียงน่าฟังมากค่ะ
- คุณคนใต้น่ารักไปเลย คล่องราชาศัพท์โดยไม่รู้ตัว ภูมิใจจัง
- เป็นรายการที่ดีมากควรเผยแพร่ให้ไปเปิดในโรงเรียนในมหาวิทยาลัยช่วงพักกลางวันชม เพื่อให้เด็กๆ รู้จักตัวตนของความเป็นไทยเกิดความสามัคคีว่าคนต่างศาสนารวมกันได้อย่างไร หนีร้อนมาสุดท้ายได้มาพักชีวิตที่เหลืออยู่อย่างร่มเย็นอยู่บนแผ่นดินไทย ลูกหลานจะต้องไม่เนรคุณแผ่นดินนี้ สารคดีมีแปลทำให้เด็กได้เรียนภาษาอังกฤษด้วย

(2) ความคิดเห็นจากการสนทนากลุ่ม

ใช้รูปแบบการประเมิน ด้านมิติและเนื้อหา ของการประเมินตามระบบการวัดคุณภาพของสื่อที่นำเสนอต่อสังคม (Quality Rating) (กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์, 2564) โดยปรับและแบ่งออกเป็น 4 ด้าน ประกอบด้วย (1) ด้านมาตรฐานและจริยธรรม ในการนำเสนอเนื้อหา (2) ด้านการส่งเสริมการเรียนรู้ ทักษะชีวิต การคิด และแรงบันดาลใจ (3) ด้านการมีส่วนร่วมของผู้รับชมรายการ และ (4) ด้านส่งเสริมคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรม

ทั้งนี้ ดำเนินการสัมภาษณ์จำนวน 5 คน (Nastasi & Schensul, 2005) เมื่อวันที่ 29 เมษายน 2566 ผ่านโปรแกรม Zoom Meeting มีรายละเอียด ดังนี้

1. ด้านมาตรฐานและจริยธรรม ในการนำเสนอเนื้อหา

- รายการมีการอ้างอิงถึงข้อมูล ซึ่งสร้างความน่าสนใจของข้อมูลอย่างมาก อีกทั้งข้อมูลยังเป็นเรื่องความเปราะบางของพื้นที่และเป็นสถานที่จริง มีการให้ความรู้จากแหล่งต่างๆ ได้ดี และมีประโยชน์มากต่อผู้ที่ไม่เข้าใจ

- มีจริยธรรมในการนำเสนอเนื่องจากรายการไม่ได้มีการปลุกฝังหรือแนะนำสิ่งอันตราย และทำให้เกิดความเข้าใจได้เรียนรู้ประโยชน์ของเนื้อหาที่ต้องการนำเสนอ ทั้งนี้เนื้อหามีความเปราะบางของพื้นที่แต่ก็นำเสนอออกมาได้มีมาตรฐานและไม่สร้างความขัดแย้งต่อเนื้อ

- มีการนำเสนอข่าวตามความจริง กล่าวถึงประวัติความเป็นมาของพื้นที่ได้ดี เน้นการสร้างภาพตระหนักให้กับผู้ชมรวมถึงให้ข่าวสารเรื่องโครงการที่ทำในแม่น้ำปัตตานีด้วย

- รายการสะท้อนประเด็นทางศาสนาได้เป็นอย่างดีมาก ปัจจุบันสังคมเผชิญกับการแบ่งแยกทางศาสนา ดังนั้นการทำรายการแนวนี้จะช่วยสร้างความเข้าใจกับจริยธรรมทางความคิดและมาตรฐานทางสังคมที่แตกต่างกัน

2. ด้านการส่งเสริมการเรียนรู้ ทักษะชีวิต การคิด และแรงบันดาลใจ

- มีการพูดถึงการส่งเสริมและอนุรักษ์ป่าไม้ มีการให้ความรู้ต่างๆ แก่ผู้รับชม ทำให้ได้รับข้อมูลข่าวสารต่างๆ มากมาย ทั้งนี้เป็นเรื่องที่สะท้อนความเปราะบาง และสร้างแรงบันดาลใจในการขับเคลื่อนสังคมได้อีกด้วย

- ดีมากมีการให้ความรู้ในทางด้านภูมิศาสตร์ ประวัติศาสตร์ ในสายแม่น้ำของปัตตานี และสร้างความรู้ให้มีการรักษาแม่น้ำ อีกทั้งยังมีการกล่าวถึงตอนที่เป็นเรื่องของผู้นำและผู้คนสะท้อนการส่งเสริมความรู้ให้กับประชาชน

- สร้างความตระหนักในการใช้น้ำและอนุรักษ์น้ำ การบำบัดน้ำเสียให้กลับมาเป็นน้ำคุณภาพเท่าเดิมนั้นเป็นเรื่องยากและต้องใช้เวลา ได้ความรู้ว่าน้ำจากแม่น้ำปตตานีนั้นผลิตกำลังไฟฟ้าได้เยอะพอสมควร การสร้างเขื่อนกักเก็บน้ำเป็นเรื่องสำคัญ

- แรงบันดาลใจจากการดูรายการคือการไม่ทิ้งใครไว้ข้างหลัง และไม่มีใครสมควรถูกลืม รายการถ่ายทอดความเป็นชายขอบและการถูกแบ่งกลุ่มตามชาติพันธุ์ พื้นที่อยู่อาศัยได้ดีมาก ทั้งนี้มีความคิดเห็นที่เราไม่ควรแบ่งแยกสังคมเป็นส่วน

3. ด้านการมีส่วนร่วมของผู้รับชมรายการ

- ประเด็นที่น่าสนใจคือการให้ความสำคัญกับความเป็นไทยที่หลากหลายและเลือกที่จะนำเสนอประเด็นที่ไม่สร้างความขัดแย้งทางความคิดให้กับสังคม

- บุคคลที่ได้รับการชมรายการนี้สามารถนำเอาความรู้ที่ได้ไปปรับใช้ได้ และมีกิจกรรมที่ช่วยทำให้เกิดประโยชน์จากนักศึกษาที่เข้ามาศึกษาประเด็นนี้

- ได้เป็นส่วนหนึ่งในการอนุรักษ์ชาติ จากดูรายการเห็นความสำคัญของแม่น้ำชีวิต ธรรมชาติ ผู้คน และเห็นคุณค่าของตัวเองมากขึ้น

4. ด้านส่งเสริมคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรม

- รายการช่วยส่งเสริมและอนุรักษ์ มีการให้ความรู้ความเข้าใจ ทำให้คนเข้าถึงและตระหนักในความเป็นตัวตนของเราที่เชื่อมโยงกับธรรมชาติมากขึ้น

- ส่งเสริมคุณค่าทางสังคมโดยการให้คนในสังคมตระหนักถึงรากเหง้าของเรากับธรรมชาติ

- ความแตกต่างทางศาสนาในประเทศไทยเป็นประเด็นที่ถูกพูดถึงไม่มากนัก ถึงแม้ว่าภาพลักษณ์ของสังคมจะไม่เปิดเผยปัญหาที่มีอยู่ของศาสนามากนัก แต่ก็ไม่ใช่ว่าปัญหาจะไม่มีปัจจุบัน ความไม่เหมือนกันของคนในสังคมที่เชื่อมโยงกับเรื่องศาสนา มักไม่ค่อยถูกพูดถึงมากนัก ศาสนาในประเทศไทยที่ได้รับความนิยมมากที่สุดคือศาสนาพุทธ ถึงแม้ว่าสังคมไทยจะไม่มีกัณฑ์ให้ศาสนาใดเป็นศาสนาประจำชาติ แต่การเคารพศาสนาอื่นๆ จะช่วยให้สังคมเราสงบยิ่งขึ้น

สรุปการประเมินผลความคิดเห็นต่อรายการ ย้อนอดีตที่ปลายด้ามขวาน

รายการ ย้อนอดีตที่ปลายด้ามขวาน มีการประเมิน 4 ด้าน ประกอบด้วย ด้านมาตรฐานและจริยธรรม ในการนำเสนอเนื้อหา ด้านการส่งเสริมการเรียนรู้ ทักษะชีวิต การคิด และแรงบันดาลใจ ด้านการมีส่วนร่วมของผู้รับชมรายการ และด้านส่งเสริมคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรม ซึ่งสามารถสรุปได้ว่ารายการมีมาตรฐานและจริยธรรมในการนำเสนอเนื้อหาทั้งเรื่องความเชื่อและมุมมองทางสังคมที่ต่างกักัน รายการมีการสร้างการมีส่วนร่วมของผู้รับชมรายการ อีกทั้งส่งเสริมความตระหนักรู้ในการเรียนรู้ ชีวิต การคิด และแรงบันดาลใจของผู้รับชมรายการ

8.3.4 รายการความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อ

บริษัท (ไม่) จำกัด จำกัด

กลุ่มเป้าหมายของรายการ คือ ประชาชนทั่วไป

ลิงค์รายการที่เก็บข้อมูล (1) <https://youtu.be/es8jT0tPDpg>

(2) <https://www.facebook.com/people/บริษัทไม่จำกัดจำกัด/100066893738162/>

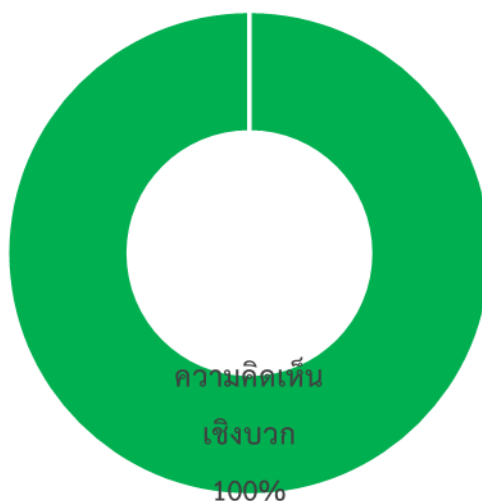
Facebook Fanpage ผู้ติดตาม 672 คน

จำนวนการกด Likes จาก YouTube คือ 375 Likes จาก 18 Videos

ระดับความพึงพอใจต่อรายการ เฉลี่ย 2.3333 คะแนน (มีความพึงพอใจระดับปานกลาง)

2) ประเด็นความคิดเห็นต่อรายการ บริษัท (ไม่) จำกัด จำกัด

(1) ความคิดเห็นจากช่อง YouTube และ Facebook



- ชอบเนสมากๆ น่ารักมากๆ
- มีความรู้ดีครับ แต่ชิทคอม ดูจืดๆ ไปนิดครับ
- ดีครับให้คนทั่วไปรู้ทันเล่ห์เหลี่ยมของสื่อ
- สนุกครับ
- อาจารย์ศุภวัฒน์เล่นฮาดีครับ FC ครับ
- ดารานักแสดงทุกท่าน ล้วนแต่ มีความสามารถ สุดๆ ฝีมือการแสดงขั้นเทพทุกคนค่ะ สุดยอดเลยคะ

(2) ความคิดเห็นจากการสนทนากลุ่ม

ใช้รูปแบบการประเมิน ด้านมิติและเนื้อหา ของการประเมินตามระบบการวัดคุณภาพของสื่อที่นำเสนอต่อสังคม (Quality Rating) (กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์, 2564) โดยปรับและแบ่งออกเป็น 4 ด้าน ประกอบด้วย (1) ด้านมาตรฐานและจริยธรรม ในการนำเสนอเนื้อหา (2) ด้าน

การส่งเสริมการเรียนรู้ ทักษะชีวิต การคิด และแรงบันดาลใจ (3) ด้านการมีส่วนร่วมของผู้รับชมรายการ และ (4) ด้านส่งเสริมคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรม

ทั้งนี้ ดำเนินการสัมภาษณ์จำนวน 5 คน (Nastasi & Schensul, 2005) เมื่อวันที่ 29 เมษายน 2566 ผ่านโปรแกรม Zoom Meeting มีรายละเอียด ดังนี้

1. ด้านมาตรฐานและจริยธรรม ในการนำเสนอเนื้อหา

- นำเสนอตามความเป็นจริง เรื่องการผลิตสื่อ มีความเฮฮาในการนำเสนอ ซึ่งสอดคล้องกับความชอบของคนไทยที่ชอบเรื่องตลก

- มีจริยธรรมในการนำเสนอเนื่องจากรายการไม่ได้มีการปลุกฝังหรือแนะนำสิ่งที่ไม่ดี อันตราย และมีการนำเสนอให้เข้าใจง่ายด้วยการทำเป็นละครหรือหนังสั้น

2. ด้านการส่งเสริมการเรียนรู้ ทักษะชีวิต การคิด และแรงบันดาลใจ

- สร้างความรู้สึกอยากต่อสู้กับสิ่งที่เหมือนจะสิ้นหวัง ต่อด้านความล้มเหลว ไม่นอนรอความตาย ยอมรับความคิดและทำหน้าที่ตัวเองให้ดี ไม่ควรสร้างความลำบากให้คนอื่น

- รายการทำให้เห็นถึงการแก้ปัญหาเฉพาะได้ดีมาก อย่างการที่จะปลุกป่าภายในสวนหน้าบ้านคงเป็นไปได้ยากแต่จะตัดต่อทำให้เป็นการปลุกป่าเลยก็มีปัญหาการแก้ปัญหาโดยการเชิญชวนให้ปลุกป่าแทนเป็นแนวคิดที่ดี

- ในรายการทำให้ได้เรียนรู้เกี่ยวกับการทำสื่อ และเห็นได้ว่าคนในบริษัทไม่ยอมแพ้ สะท้อนการสร้างแรงบันดาลใจในการทำงานให้กับคนที่ดูรายการได้

3. ด้านการมีส่วนร่วมของผู้รับชมรายการ

- ต้องทำตามหน้าที่ที่ได้รับให้ดีที่สุดตามที่ตัวละครนำเสนอแนวคิด ทั้งนี้มองว่ามีความเชื่อมโยงกับชีวิตการทำงานของคนได้ดีมาก

- ผู้ชมได้ความรู้ในเรื่องการปรับตัว ในรายการทำให้ผู้รับชมเกิดความเข้าใจและไม่เกิดการยอมแพ้ต่ออุปสรรคต่างๆ และนำกิจกรรม คือ ปลุกต้นไม้ลดฝุ่น ทำให้ผู้รับชมได้มีกิจกรรมทำ

4. ด้านส่งเสริมคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรม

- เสริมสร้างให้คนอนุรักษ์ธรรมชาติไม่ว่าจะเป็นด้านขยะที่ย่อยสลายยาก ทั้งเรื่องการปลุกป่า ซึ่งสิ่งเหล่านั้นมันบังคับกันไม่ได้ ต้องถ่ายทอดผ่านกระบวนการคิดและรายการที่เข้าถึงง่าย

- ในด้านนี้จะยังไม่เห็นได้ชัด แต่ก็เห็นได้ในเรื่องของความสำคัญของอาชีพเกี่ยวกับสื่อที่จะถือว่าเป็นอีกหนึ่งอาชีพที่ทำให้เกิดการเพิ่มหรือลดคุณค่าทางสังคม

สรุปการประเมินผลความคิดเห็นต่อรายการ บริษัท (ไม่) จำกัด จำกัด

รายการ บริษัท (ไม่) จำกัด จำกัด มีการประเมิน 4 ด้าน ประกอบด้วย ด้านมาตรฐานและจริยธรรม ในการนำเสนอเนื้อหา ด้านการส่งเสริมการเรียนรู้ ทักษะชีวิต การคิด และแรงบันดาลใจ ด้านการมีส่วนร่วมของผู้รับชมรายการ และด้านส่งเสริมคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรม ซึ่งสามารถสรุปได้ว่ารายการมีมาตรฐานและจริยธรรมในการนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวกับคนเปราะบางในสังคมไทย มีการสร้างการมีส่วนร่วมของผู้รับชมรายการจากทุกกลุ่ม รายการมีการส่งเสริมการเรียนรู้ ทักษะชีวิต และแรงบันดาลใจ อีกทั้งยังมีการสร้างบรรทัดฐานที่ส่งเสริมคุณค่าทางสังคมที่เหมาะสม

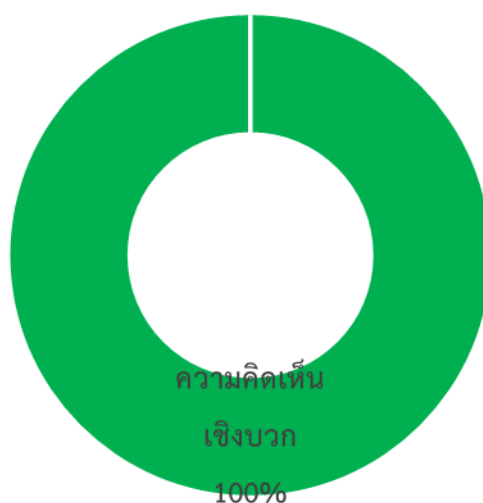
8.3.5 รายการส่งเสริมให้คนพิการรู้จักสิทธิและใช้ประโยชน์จากกิจการโทรทัศน์ได้อย่างรู้เท่าทัน

D-มีดี

กลุ่มเป้าหมายของรายการ คือ กลุ่มผู้พิการและประชาชนทั่วไป
ลิงค์รายการที่ใช้เก็บข้อมูล <https://youtu.be/bOOqKRfEAAE>
จำนวนการกด Likes จาก YouTube คือ 240 Likes จาก 26 Videos
ระดับความพึงพอใจต่อรายการ เฉลี่ย 2.0000 คะแนน (มีความพึงพอใจระดับปานกลาง)

2) ประเด็นความคิดเห็นต่อรายการ D-มีดี

(1) ความคิดเห็นจากช่อง YouTube และ Facebook



- น่าคิดนะ ถ้าวันหนึ่งเราเจอกับชะตาแบบนี้ เราจะทำอย่างไรดี ผมเคยได้ยินมานะ ถ้าเราตาบอด ประสาทหู เราจะดีขึ้น ผมไม่ทราบนะว่าจริงรึเปล่า
- ขอบคุณครับเข้าใจง่ายมากครับ
- ในรูปแบบของคนที่มีอาการครบสามสปีดสองประการ รังแกคนพิการบ่อยที่สุด ทั้งคำพูดและการกระทำ เป็นตัวอย่างให้คนคิดว่า จะทำอะไรกับคนพิการก็ได้ ซึ่งไม่ควรจะเป็นอย่างนั้น อยากเห็นละครที่จัดให้คนพิการลุกขึ้นมาสู้คนที่ไม่พิการบ้าง อย่างน้อยก็ทางวาจาที่สามารถโต้ตอบ ไม่ใช่ยอม เพราะเพียงคำว่า พิการ
- ดีมากเลยคะ ชอบมากๆ

(2) ความคิดเห็นจากการสนทนากลุ่ม

ใช้รูปแบบการประเมิน ด้านมิติและเนื้อหา ของการประเมินตามระบบการวัดคุณภาพของสื่อที่นำเสนอต่อสังคม (Quality Rating) (กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์, 2564) โดยปรับและแบ่งออกเป็น 4 ด้าน ประกอบด้วย (1) ด้านมาตรฐานและจริยธรรม ในการนำเสนอเนื้อหา (2) ด้านการส่งเสริมการเรียนรู้ ทักษะชีวิต การคิด และแรงบันดาลใจ (3) ด้านการมีส่วนร่วมของผู้รับชมรายการ และ (4) ด้านส่งเสริมคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรม

ทั้งนี้ ดำเนินการสัมภาษณ์จำนวน 5 คน (Nastasi & Schensul, 2005) เมื่อวันที่ 29 เมษายน 2566 ผ่านโปรแกรม Zoom Meeting มีรายละเอียด ดังนี้

1. ด้านมาตรฐานและจริยธรรม ในการนำเสนอเนื้อหา

- จริยธรรมในการนำเสนอเนื่องจากรายการไม่ได้มีการปลูกฝังหรือแนะนำสิ่งที่ไม่ดี อันตราย และมีการนำภาษามือเข้ามาทำให้ผู้พิการทางหูสามารถเข้าถึงและเข้าใจรายการได้

- มีการนำเสนอสื่อเกี่ยวกับคนพิการในด้านอื่นมากกว่าสื่ออื่นที่นำเสนอแบบเหมารวมและเสนอให้ดูน่าสงสาร มาตรฐานการนำเสนอดีมาก มีเนื้อหาที่อยากเปลี่ยนแปลงสื่อที่เกี่ยวกับคนพิการ

- เป็นรายการดีๆ รายการหนึ่งที่แนะนำเพราะการที่นำเสนอในมุมมองของคนพิการที่ต้องการโอกาสในการแสดงความสามารถของตนเอง

2. ด้านการส่งเสริมการเรียนรู้ ทักษะชีวิต การคิด และแรงบันดาลใจ

- ผู้พิการและประชาชนทั่วไปที่ได้รับชมได้แนวคิดไปปรับปรับใช้ และทำให้ผู้พิการเกิดแรงบันดาลใจในการมีชีวิตและสู้ต่อไป

- เรียนรู้ที่จะปรับตัวหากไม่สามารถใช้สิ่งที่มีได้แล้ว ให้ความเท่าเทียมของมนุษย์คือสิ่งสำคัญ คนพิการไม่ได้อยากได้ความสงสารแต่อยากได้ความรู้สึกเท่าเทียมจากคนในสังคมและมองว่าเขาเป็นคนทั่วไปที่ใช้ชีวิตได้ อยากเรียนภาษามือ

- ทำให้มองเห็นมุมมองของคนพิการได้กว้างขึ้นเพราะเขาก็เป็นคนเหมือนเราเขาก็อยากให้เราปฏิบัติกับเขาเหมือนคนทั่วไป เขาไม่อยากจะความสงสาร

3. ด้านการมีส่วนร่วมของผู้รับชมรายการ

- สามารถทำให้ผู้พิการเกิดแรงบันดาลใจในการหาอาชีพมีส่วนร่วมทางสังคมได้

- ได้ข้อคิดเรื่องการใช้ชีวิตไม่ว่าตัวเองจะอยู่ในสถานการณ์ไหน อีกทั้งได้เปลี่ยนภาพจำของคนพิการต่อชีวิตไปเลย เพราะคนพิการก็สามารถใช้ชีวิตได้อย่างคนทุกคนและถือเป็นคนปกติทั่วไป

- เรียนรู้ที่จะเข้าใจผู้อื่นมากขึ้น รายการได้แชร์มุมมองของคนพิการที่คนบางคนไม่เข้าใจและยังถามความคิดเห็นจากคนพิการโดยตรง

4. ด้านส่งเสริมคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรม

- มีการส่งเสริมคุณค่า ด้วยการไม่ให้อายค่าในตัวเองไม่ว่าจะเป็นผู้พิการหรือเป็นประชาชนปกติทั่วไป

- เป็นแรงขับเคลื่อนให้คนพิการในสังคมให้ลุกขึ้นสู้ เป็นแรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต มีการสร้างทัศนคติใหม่ให้คนดู

- เป็นรายการที่ส่งเสริมผู้พิการให้แสดงความสามารถและทำให้คนตระหนักได้ว่าผู้พิการก็เป็นคนปกติทั่วไปเหมือนกับทุกคน

- คุณค่าทางสังคมที่ถูกลบให้จากรายการคือการสะท้อนภาพความปกติของคนพิการ ไม่มีการแบ่งแยก ไม่มีการจัดประเภท มีแต่คำว่าโอกาสและความสุข

สรุปการประเมินผลความคิดเห็นต่อรายการ D-มีดี

รายการ D-มีดี มีการประเมิน 4 ด้าน ประกอบด้วย ด้านมาตรฐานและจริยธรรม ในการนำเสนอเนื้อหา ด้านการส่งเสริมการเรียนรู้ ทักษะชีวิต การคิด และแรงบันดาลใจ ด้านการมีส่วนร่วมของผู้รับชมรายการ และด้านส่งเสริมคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรม ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า รายการมีมาตรฐานและจริยธรรมในการนำเสนอเนื้อหา มีการสร้างการมีส่วนร่วม การเรียนรู้ ทักษะชีวิต ทักษะการคิด คุณค่าทางสังคม วัฒนธรรม และแรงบันดาลใจ ของผู้รับชมรายการ

8.3.6 ภาพรวมการประเมินรายการ

ภาพรวมการประเมินรายการทั้ง 21 รายการ ประกอบด้วย 2 ประเด็นหลัก คือ (1) ข้อสรุปจาก การเก็บข้อมูลการประเมินรายการ (2) ข้อเสนอแนะที่ได้จากการประเมินรายการ และ (3) ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม มีรายละเอียด ดังนี้

8.3.6.1 ข้อสรุปจากการเก็บข้อมูลการประเมินรายการ

1. รายการที่มียอดผู้ติดตามใน Facebook Fanpage มากที่สุด 3 อันดับแรก คือ อันดับหนึ่ง รายการย้อนอดีตที่ปลายด้ามขวาน มียอดผู้ติดตามใน Facebook Fanpage อยู่ที่ 98,000 คน อันดับสอง รายการ Let's be a doctor มียอดผู้ติดตามใน Facebook Fanpage อยู่ที่ 3,200 คน และ อันดับสาม รายการ Thaitive มียอดผู้ติดตามใน Facebook Fanpage อยู่ที่ 2,400 คน

2. รายการทั้งหมดมีระดับความพึงพอใจที่ระดับปานกลาง โดยมีช่วงคะแนนจาก 1.7500 – 2.3333 คะแนน โดยรายการที่มีคะแนนความพึงพอใจมากที่สุด คือ จ๊อบคิดส์ พิซิทฝัน ใจใส ใสใจ แก่งกระจาน สุ่มรดกโลก Thaitive ลายแทงชุมชน และบริษัท (ไม่) จัดฉาก จำกัด มีคะแนนเท่ากันที่ 2.3333 คะแนน

8.3.6.2 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการประเมินรายการ

1. ด้านมาตรฐานและจริยธรรมในการนำเสนอเนื้อหา

เนื้อหาที่มีความชัดเจนในแหล่งที่มาของข้อมูล ซึ่งถือเป็นจริยธรรมขั้นพื้นฐานในการนำเสนอของสื่อหรือรายการโทรทัศน์ ทั้งนี้รายการทุกรายการเป็นสื่อที่มีการบรรยายแทนเสียงและเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการ เนื้อหาเหมาะสมกับผู้ชมในทุกกลุ่มเป้าหมาย ทั้งรายการสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว รายการสำหรับประชาชนทั่วไป รายการสำหรับประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ รายการสำหรับกลุ่มผู้พิการ ทั้งนี้ความหลากหลายของกลุ่มเป้าหมายทำให้รายการดำเนินการเป็นไปตามมาตรฐานของไทยและมาตรฐานสากล อีกทั้งยังไม่ขัดต่อจริยธรรมอันดีงามอันแนวปฏิบัติที่ยึดถือตามกฎหมาย

2. ด้านการส่งเสริมการเรียนรู้ ทักษะชีวิต การคิด และแรงบันดาลใจ

รายการมีการส่งเสริมการเรียนรู้ในประเด็นที่หลากหลายและสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกัน มีการสอดแทรกทักษะการดำรงชีวิต ถึงแม้ว่าในปัจจุบันรูปแบบทักษะชีวิตจะเปลี่ยนแปลงไป

ตามสถานการณ์โลก แต่ถึงอย่างไรก็ตามทักษะการเรียนรู้ที่สอดรับกับพฤติกรรมของคนไทยก็ยังคงได้รับความน่าสนใจ สำหรับทักษะการคิด รายการทั้งหมดส่งเสริมกระบวนการคิด รายการของเด็ก เยาวชนและครอบครัว ก็มีการสร้างกิจกรรมที่สนับสนุนการคิดของเด็ก ทั้งการวาดภาพ การเรียนรู้ภาษาอังกฤษ การประดิษฐ์สิ่งของ ในขณะที่รายการของประชาชนทั่วไป และกลุ่มประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ และกลุ่มคนพิการ ก็มีการส่งเสริมการคิดเกี่ยวกับประวัติศาสตร์และอาชีพ ซึ่งสอดคล้องไปกับประเด็นแรงบันดาลใจ โดยภาพรวมรายการทั้งหมดส่งเสริมและสนับสนุนการสร้างแรงบันดาลใจในการดำรงชีวิตของกลุ่มคนทุกกลุ่ม เด็ก เยาวชน สมาชิกในครอบครัว ประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ กลุ่มคนพิการ และประชาชนทั่วไป ทุกคนล้วนมีมุมมองที่แตกต่างกันในการสร้างแรงบันดาลใจ พฤติกรรม ช่วงอายุ วิถีชีวิต พื้นที่ เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างแรงบันดาลใจและทำให้มีแรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต

3. ด้านการมีส่วนร่วมของ เด็ก เยาวชน สมาชิกในครอบครัว ประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ กลุ่มคนพิการ และประชาชนทั่วไป

การมีส่วนร่วมของกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกัน ทั้งเด็ก เยาวชน สมาชิกในครอบครัว ประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ กลุ่มคนพิการ และประชาชนทั่วไป ถูกถ่ายทอดผ่านรายการที่มีเนื้อหาในลักษณะที่แตกต่างกันด้วย ทั้งนี้การสร้างการมีส่วนร่วมของกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกัน ก็จะต้องใช้รูปแบบการมีส่วนร่วมที่แตกต่างกัน เช่น รายการสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว ก็จะสร้างการมีส่วนร่วมของเด็กด้วยการแจกของรางวัล ได้ให้ร่วมกันตอบคำถาม อีกทั้งยังสร้างการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองให้เข้ามามีบทบาทในการดูแลอีกด้วย ในขณะที่รายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ จะสร้างการมีส่วนร่วมกับกลุ่มประชาชนทั่วไป ผ่านการนำเสนอสถานการณ์ปัจจุบัน ทั้งเรื่องสุขภาพ เรื่องประวัติศาสตร์ เรื่องอาชีพการทำงาน สิ่งเหล่านี้ก็จะสร้างการมีส่วนร่วมกับคนที่สนใจประเด็นที่แตกต่างกัน และรายการเฉพาะ เช่น รายการการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนใต้ และรายการส่งเสริมให้คนพิการรู้จักสิทธิและใช้ประโยชน์จากกิจการโทรทัศน์ได้อย่างรู้เท่าทัน ก็จะสร้างการมีส่วนร่วมผ่านมุมมองทางศาสนา หรือความเฉพาะของกลุ่มผู้พิการ ก็จะสร้างการมีส่วนร่วมให้กับประชาชนทั่วไปเข้าใจบริบทของกลุ่มคนเพิ่มขึ้นอีกด้วย

4. ด้านส่งเสริมคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรม

การส่งเสริมคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรม เป็นประเด็นที่ชัดเจนมาก ปัจจุบันโลกมีความหลากหลายมากขึ้น ความจริงก็ได้หลายมุมมองขึ้นอยู่กับบริบทของพื้นที่ รายการสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว มีการสร้างค่านิยมและให้คุณค่าของวัฒนธรรมสำหรับเด็กและกลุ่มเป้าหมายโดยเฉพาะ ไม่มีการสอดแทรกเนื้อหาที่มีการคิดที่ซับซ้อนมากเกินไป ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อเชิงลบมากกว่าผลเชิงบวก กลุ่มเป้าหมาย ในขณะที่รายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ มีการให้คุณค่าทางสังคมและจริยธรรมที่มีความซับซ้อนของเนื้อหา มีการให้ความคิดเห็นเพิ่มเติมผสมกับความจริงในหลายชุด ไม่ได้เป็นการนำเสนอความจริงเพียงชุดเดียว และรายการเฉพาะ เช่น รายการการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนใต้ รายการความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อ และรายการส่งเสริมให้คนพิการรู้จักสิทธิและใช้ประโยชน์จากกิจการโทรทัศน์ได้อย่างรู้เท่าทัน มีการส่งเสริมคุณค่าทางสังคมแบบเฉพาะเจาะจงไปในกลุ่มเป้าหมาย มีการสอดแทรกมิติความเชื่อทางศาสนา ความเฉพาะของกลุ่ม และประเด็นอื่นๆ ที่ให้ความสำคัญและชี้เฉพาะไปที่กลุ่มโดยตรง ทั้งนี้ด้านส่งเสริมคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรม มีความสอดคล้องไปกับกลุ่มเป้าหมายเพื่อยกระดับให้สังคมมีความหลากหลายและน่าอยู่มากยิ่งขึ้น

8.4 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย ปี 2562

- 8.4.1 ให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความตระหนักรู้ความสำคัญของการบริจาค เพื่อสนับสนุนการผลิตรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะในกลุ่มอายุผู้อายุน้อย: ผลการวิเคราะห์แสดงให้เห็นว่าความเต็มใจที่จะบริจาคนั้นลดลงตามกลุ่มอายุ ในขณะที่สัดส่วนของผู้ยินดีบริจาคในกลุ่มอายุมากจะมีสูงกว่าอย่างเด่นชัด หน่วยงานของรัฐควรจะมีการประชาสัมพันธ์ดังกล่าวโดยกำหนดเป้าหมายไปยังกลุ่มประชากรที่อายุน้อย คนรุ่นใหม่ให้ตระหนักถึงประโยชน์ที่สังคมจะได้รับจากรายการโทรทัศน์ที่มีประโยชน์ อันจะทำให้เกิดความสำนึกความรับผิดชอบในฐานะพลเมือง
- 8.4.2 สนับสนุนรายการโทรทัศน์เน้นกลุ่มเป้าหมายกับผู้ที่มีการศึกษาต่ำ: ผลการวิเคราะห์แสดงให้เห็นว่าบุคคลที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามีแนวโน้มที่จะเต็มใจบริจาคมากกว่า หน่วยงานของรัฐควรใช้ประโยชน์จากความตั้งใจนี้โดยการสนับสนุนสร้างรายการสอดคล้องกับกลุ่มประชากรนี้ให้มากขึ้น เนื่องจากเป็นกลุ่มที่ขาดโอกาสที่ได้รับการศึกษาในระดับที่สูงและอาจต้องมีการพึ่งพาสื่อมวลชนดังเช่น โทรทัศน์มากกว่า ในฐานะของแหล่งความรู้
- 8.4.3 สนับสนุนรายการโทรทัศน์ประเภทเด็กและครอบครัว: ผลการวิเคราะห์พบว่าผู้ที่มีลูกตั้งแต่ 5 คนขึ้นไปเต็มใจบริจาคมากกว่าอย่างเห็นได้ชัด หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจึงควรพิจารณาพัฒนารายการโทรทัศน์ที่มีเป้าหมายผู้ชมที่เป็นครอบครัวต่อไปเพื่อการส่งเสริมสถาบันครอบครัวและการเรียนรู้
- 8.4.4 สนับสนุนด้านการเงินแก่ผู้บริจาค: รายได้เป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อความเต็มใจที่จะบริจาค โดยผู้มีรายได้ 10,000-19,000 บาทเป็นกลุ่มที่มีความเต็มใจบริจาคมากที่สุด หน่วยงานของรัฐควรพิจารณาดำเนินนโยบายหรือโครงการที่ให้สิ่งจูงใจทางการเงินหรือลดหย่อนภาษีสำหรับผู้บริจาค รวมถึงกระตุ้นให้บุคคลจากระดับรายได้สูงกว่าบริจาคเงินให้มากขึ้น
- 8.4.5 สนับสนุนการผลิตรายการที่สอดคล้องตามความต้องการของภูมิภาค: ดังเช่นผลการวิเคราะห์ที่ภาคใต้มีสัดส่วนของผู้บริจาคที่เต็มใจบริจาคสูงสุด โดยเฉพาะในรายการที่เกี่ยวข้องกับ 3 จังหวัดชายแดนใต้ แสดงให้เห็นว่าการนำเสนอรายการที่แสดงอัตลักษณ์ คุณลักษณะที่เฉพาะเจาะจงของแต่ละพื้นที่ สามารถช่วยเพิ่มความตั้งใจที่จะบริจาคจากคนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่นั้นๆ ได้
- 8.4.6 สนับสนุนรายการเพื่อคนพิการ: รายการที่ส่งเสริมสิทธิคนพิการมีสัดส่วนของผู้เต็มใจบริจาคค่อนข้างสูง หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญกับการให้ทุนและการสนับสนุนสำหรับรายการประเภท ซึ่งอาจนำไปสู่การบริจาคจากผู้ชมที่เพิ่มขึ้นและเพิ่มการมีส่วนร่วมทางสังคมจากกลุ่มผู้พิการในแต่ละประเภท
- 8.4.7 ให้ความสำคัญของการพัฒนาเนื้อหารายการโทรทัศน์: การวิเคราะห์แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับความรู้และความเข้าใจในเนื้อหาของรายการเมื่อจัดสรรเงินบริจาค หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรตรวจสอบให้การผลิตรายการโทรทัศน์นั้นเป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ ทั้งด้านคุณภาพของเนื้อหา มีการให้ข้อมูล มีส่วนร่วมของประชาชนจากหลายๆ กลุ่มและมีความหลากหลายของเนื้อหา

- 8.4.8 สร้างความเข้าใจกับผู้ชมโทรทัศน์ในการรับบริจาคในการผลิตรายการโทรทัศน์เพื่อประโยชน์สาธารณะ: เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากมีความเห็นว่าการสนับสนุนการผลิตรายการโทรทัศน์เพื่อสาธารณประโยชน์ควรเป็นหน้าที่ความรับผิดชอบของหน่วยงานรัฐ หน่วยงานของรัฐจึงควรสื่อสารถึงที่มาที่ไป เหตุผลและอธิบายถึงความสำคัญของการบริจาคให้กับรายการที่มีประโยชน์ต่อสาธารณะ โดยอาจจะสร้างความตระหนักรู้เรื่องเกี่ยวกับบทบาทของพลเมืองในการช่วยเหลือสาธารณประโยชน์

โดยสรุป หน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการสื่อสารไปยังประชาชนเพื่อการบริจาคให้กับรายการที่มีประโยชน์ต่อสาธารณะ ควรให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์และการส่งข้อความที่ตรงกลุ่มเป้าหมายเป้าหมาย ให้สิ่งจูงใจทางการเงินสำหรับผู้บริจาค และให้ความสำคัญกับการพัฒนาเนื้อหาเพื่อเพิ่มความตั้งใจที่จะบริจาคให้กับการผลิตรายการโทรทัศน์สาธารณะประโยชน์ โดยการส่งเสริมสำนึกความรับผิดชอบต่อพลเมืองและกระตุ้นให้ประชาชนมีส่วนร่วมมากขึ้นในสนับสนุนรายการโทรทัศน์ที่เป็นสาธารณประโยชน์อย่างเป็นรูปธรรม



กสทช.



กทปส.

กองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ
(สำนักงาน กสทช.)

TRIS
CORP

บริษัท ทริส คอร์ปอเรชั่น จำกัด

อาคารสีลมคอมเพล็กซ์ ชั้น 18 ห้อง 1-4, 4A 191 ถนนสีลม กรุงเทพฯ 10500

โทรศัพท์ 0-2032-3000 โทรสาร 0-2231-3680-82

Internet: www.tris.co.th E-mail: tris@tris.co.th