



กสทช.



กทปส.

กองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์
และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ (สำนักงาน กสทช.)

ส่วนที่ 3-4

รายงานฉบับสมบูรณ์
(Final Report)

(เล่ม 3/4)

โครงการ
ติดตามและประเมินผล
การผลิตรายการที่ได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนเงินจาก
กองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์
และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ (กทปส.)

TRIS
CORP

บริษัท ทริส คอร์ปอเรชั่น จำกัด

สารบัญ

บทที่	หน้า
ส่วนที่ 3 การติดตามและประเมินผลการผลิตรายการที่ได้รับการส่งเสริมฯ ประจำปี 2563	เล่มที่ 3
9. การศึกษารวบรวมข้อมูลของการผลิตรายการที่ได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนเงินจาก กทปส. ประจำปี 2563	9-1
10. สรุปรายงานผลการสัมภาษณ์ผู้ผลิตรายการปี 2563 และผู้เชี่ยวชาญด้านการเขียนบทและ การกำกับรายการ รวมทั้งผลการจัดประชุม Focus Group ของกลุ่มเป้าหมายรายการ กลุ่มผู้ผลิตรายการ และกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ	10-1
10.1 สรุปรายงานผลการสัมภาษณ์ผู้ผลิตรายการปี 2563	10-1
10.2 สรุปรายงานผลการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการเขียนบทและการกำกับรายการ	10-74
10.3 สรุปรายงานผลการจัดประชุม 4 ภาคสำหรับรายการปี 2563	10-79
10.4 สรุปรายงานผลการจัดประชุมตัวแทนผู้ผลิตรายการสำหรับรายการปี 2563	10-281
10.5 สรุปรายงานผลการจัดประชุมตัวแทนผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาสำหรับรายการปี 2563	10-322
11. รายงานผลการติดตามประเมินผลฯ ผลการจัดทำ Online survey / Social listening และข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย ปี 2563	11-1
11.1 สรุปผลการกำหนดค่าใช้จ่าย ค่าตอบแทนบุคลากร ค่าใช้จ่ายในการผลิตแต่ละประเภทรายการ	11-1
11.2 ผลการสำรวจและวิเคราะห์ความเต็มใจบริจาคเพื่อสนับสนุนการผลิตรายการทีวี เพื่อประโยชน์สาธารณะ	11-39
11.3 การประเมินผลความคิดเห็นต่อรายการจากสื่อ Social Media ต่างๆ (Social Listening)	11-217
11.4 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย ปี 2563	11-270
11.5 ผลการวิเคราะห์ความคุ้มค่าของการดำเนินโครงการปี 2562-2563	11-271

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
ส่วนที่ 4 การดำเนินการด้านอื่นๆ	เล่มที่ 3
12. ผลการประเมินผลสัมฤทธิ์ของโครงการติดตามและประเมินผลการผลิตรายการประจำปี 2562 และ 2563	12-1
12.1 การติดตามประเมินผลการดำเนินโครงการ ประจำปี 2562	12-1
12.2 การติดตามประเมินผลการดำเนินโครงการ ประจำปี 2563	12-5
12.3 การประเมินความคุ้มค่าและมูลค่าทางเศรษฐกิจและสังคมที่เกิดขึ้นจากการผลิตและเผยแพร่รายการที่ได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนเงินจาก กทปส. ภาพรวม ปี 2562 และ 2563	12-8
12.4 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายสำหรับการปรับปรุงการดำเนินงานของ กทปส.	12-8
13. หลักสูตรการพัฒนาศักยภาพและองค์ความรู้ด้านการพัฒนา รายการโทรทัศน์ การติดตามประเมินผลการผลิตรายการโทรทัศน์ และการฝึกอบรมหลักสูตร	13-1
13.1 หลักการและเหตุผล	13-1
13.2 วัตถุประสงค์	13-1
13.3 รายชื่อวิทยากร	13-1
13.4 โครงสร้างหลักสูตร	13-2
13.5 คำอธิบายรายวิชา	13-3
13.6 สรุปผลการจัดอบรมหลักสูตร	13-5
14. คู่มือสำหรับผู้รับทุนการผลิตรายการที่ได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนเงินจาก กทปส.	14-1
14.1 ส่วนที่ 1 การยื่นขอรับทุน	14-1
14.2 ส่วนที่ 2 การทำสัญญารับทุน	14-10
14.3 ส่วนที่ 3 การดำเนินงานตามสัญญารับทุน	14-14
14.4 ส่วนที่ 4 การดำเนินการด้านการเงินและการบัญชี	14-19
14.5 ส่วนที่ 5 การปิดโครงการ	14-20
14.6 ส่วนที่ 6 การกระทำผิดสัญญา	14-22
14.7 ข้อเสนอแนะในการกำหนดหัวข้อโครงการในอนาคต	14-23

ส่วนที่ 3

การติดตามและประเมินผล
การผลิตรายการที่ได้รับการส่งเสริมฯ
ประจำปี 2563

บทที่ 9

การศึกษารวบรวมข้อมูลของการผลิตรายการ ที่ได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนเงินจาก กทปส. ประจำปี 2563

การศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลในภาพรวมของรายการที่ได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนเงินจาก กทปส. ประจำปี 2563 จำนวนทั้งหมด 19 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

1. รายการ MY Little Bears เพื่อนหมีแสนสนุก



1. ข้อมูลพื้นฐาน

1.1 ชื่อโครงการ : โครงการ MY Little Bears เพื่อนหมีแสนสนุก

1.2 ชื่อหน่วยงาน : บริษัท ครีเอทีฟ กรุ๊ป สเตชัน จำกัด

1.3 รูปแบบรายการ : รายการประเภท Animation พร้อมคำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption) หรือล่ามภาษามือ (Sign Language Interpretation) และบริการเสียงบรรยายภาพ (Audio Description) นำเสนอเรื่องราวการส่งเสริมพัฒนาการของเด็กปฐมวัย (3-5 ปี) ผ่านตัวละคร Animation น้อยหนึ่แสนสนุก

1.4 วัตถุประสงค์ของรายการ :

- (1) เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดการผลิตรายการสำหรับเด็กปฐมวัย (3-5 ปี) ไปสู่เด็กและครอบครัว
- (2) เพื่อให้รายการได้เป็นสื่อกลางในการเรียนรู้ของเด็กและครอบครัว รวมทั้งพัฒนาองค์ความรู้ในเชิงสร้างสรรค์ให้สามารถนำสาระความรู้จากรายการไปต่อยอด พัฒนาคุณภาพชีวิต
- (3) เพื่อสนับสนุนให้สถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัล มีรายการเนื้อหาเชิงสร้างสรรค์ มีคุณภาพนำเสนอต่อผู้ชมเพิ่มมากขึ้น

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

1.6 เนื้อหารายการโดยสรุป : การ์ตูนแอนิเมชัน “MY Little Bears เพื่อนหนึ่แสนสนุก” เป็นการถ่ายทอดเรื่องราวของสองพี่น้องหนึ่ตัวละครหลักคือ น้ำใสและใจกล้า โดยมีเนื้อหาแต่ละตอนที่หลากหลายแตกต่างกัน ได้แก่ มหัศจรรย์ผลไม้แป้งโตว์ ซึ่งมีเนื้อหาการสอนเชิงการทำอาหารและการผสมสีของอาหาร หรือบ้านของฉัน ซึ่งมีเนื้อหาแสดงส่วนประกอบของบ้าน เพื่อเป็นการสร้างทักษะการจินตนาการ องค์ความรู้ในเชิงสร้างสรรค์ให้กับกลุ่มเป้าหมาย อีกทั้งตอนท้ายแต่ละตอนได้สอดแทรกข้อคิดหรือบทสรุปของเนื้อหาแต่ละตอนให้เด็กๆ หรือกลุ่มเป้าหมายด้วย

1.7 ประโยชน์จากการเผยแพร่รายการ :

- 1) กลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี) ได้รับความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ มีทางเลือกในการรับชมรายการที่มีเนื้อหาที่เหมาะสมกับช่วงวัยในการส่งเสริมพัฒนาการ และการเรียนรู้ของเด็กในวัยนี้มากขึ้น ทั้งในด้านสติปัญญา อารมณ์และสังคม
- 2) ช่องรายการโทรทัศน์ระบบดิจิทัลมีรายการที่หลากหลาย และมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งรายการสำหรับกลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี) โดยไม่ต้องจัดซื้อรายการมาจากต่างประเทศ และยังสามารถแข่งขันกับต่างประเทศได้
- 3) สร้างแรงจูงใจให้กับผู้ผลิตในการผลิตรายการเชิงสร้างสรรค์ที่ส่งเสริมการพัฒนาการและการเรียนรู้สำหรับกลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี) และสามารถนำไปเป็นต้นแบบสำหรับการผลิตรายการเกี่ยวกับเด็กและครอบครัวได้ในอนาคต
- 4) เพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานให้กับผู้ผลิต ในการผลิตนี้เนื้อหารายการสำหรับกลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี) เพื่อให้เกิดการพัฒนาศักยภาพในด้านการผลิตรายการเชิงสร้างสรรค์ สำหรับเด็ก และครอบครัวเพิ่มมากขึ้น
- 5) มีรายการที่มีคุณภาพ เหมาะสมสำหรับเด็กและครอบครัว อีกทั้งยังเป็นการสร้างทางเลือกในการรับชมให้กับผู้ชมกลุ่มเป้าหมาย

1.8 ระยะเวลาการนำเสนอรายการ : 40 ตอน ความยาวตอนละ 5 นาที

1.9 ช่องทางการนำเสนอรายการ :

(1) ช่องทางสถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัลและช่วงเวลาออกอากาศ :

- PPTV HD ช่อง 36 ทุกวันเสาร์ – อาทิตย์ เวลา 08.00 - 08.05 น. (เริ่มออกอากาศวันที่ 31 กรกฎาคม 2564 – 12 ธันวาคม 2564)

(2) ช่องทางสื่อออนไลน์ :

- YouTube : MY Little Bears เพื่อนหมีแสนสนุก
- Facebook Fanpage : My Little Bears เพื่อนหมีแสนสนุก
- Line : กลุ่มผู้ปกครองของโรงเรียนต่างๆ (ไม่เป็นทางการ)

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 “MY Little Bears เพื่อนหมีแสนสนุก” ความยาว ตอนละ 5 นาที จำนวน 40 ตอน	จำนวน 40 ตอน ความยาว 5 นาที	จำนวน 40 ตอน ความยาว 5 นาที	เป็นไปตามแผน
3. การเผยแพร่รายการทาง ช่องทางสถานีโทรทัศน์ระบบ ดิจิทัล และ ช่องทางสื่อ ออนไลน์ มีการเผยแพร่รายการ “MY Little Bears เพื่อนหมีแสนสนุก” ทางสื่อ โทรทัศน์ที่ให้บริการเป็นการทั่วไป (ทีวีดิจิทัล) และสื่ออินเทอร์เน็ต ที่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย อาทิ เช่น YouTube Facebook Line เป็นต้น	เผยแพร่รายการทาง สื่อโทรทัศน์ที่ ให้บริการเป็นการ ทั่วไป (ทีวีดิจิทัล) และสื่ออินเทอร์เน็ตที่ เป็นที่รู้จักอย่าง แพร่หลาย	1) PPTV ช่อง 36 2) YouTube 3) Facebook 4) Line	เป็นไปตามแผน

ตัวชี้วัดความสำเร็จ	แผน	ผล	สรุปผล
<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>มีจำนวนการเข้ารับชมทางช่องโทรทัศน์ระบบดิจิทัล ตลอดระยะเวลาการออกอากาศ หรือจำนวนการเข้ารับชมสื่อออนไลน์</p>	<p>ค่าเฉลี่ยเรตติ้งของรายการ ไม่น้อยกว่า 0.05 หรือจำนวนการเข้ารับชมสื่อออนไลน์รวมกัน ไม่น้อยกว่า 495,000 views</p>	<p>1) ค่าเฉลี่ยเรตติ้งของรายการ 0.138 2) จำนวนการเข้ารับชมสื่อออนไลน์ 204,661 views</p>	<p>ไม่เป็นไปตามแผน</p>
<p>6. การประเมินผลความพึงพอใจของผู้ชมรายการที่จัดทำโดยผู้ผลิตรายการ</p> <p>มีการประเมินผลความพึงพอใจของผู้ชม โดยระดับความพึงพอใจอย่างน้อยต้องอยู่ในระดับดีหรือไม่น้อยกว่า 8 คะแนนจาก 10 คะแนน</p>	<p>ความพึงพอใจของผู้ชมกลุ่มเป้าหมาย ไม่น้อยกว่า 8 คะแนน จาก 10 คะแนน</p>	<p>ความพึงพอใจของผู้ชมกลุ่มเป้าหมาย ที่ 9.02 คะแนน</p>	<p>ไม่เป็นไปตามแผน</p>

หมายเหตุ: ข้อมูลจากเอกสารส่งมอบรายงาน ครั้งที่ 4 โครงการรายการ "MY Little Bears เพื่อนหมีแสนสนุก"

2.2 การบริหารจัดการทรัพยากรบุคคล : ข้อมูลการจัดการบุคลากรในโครงการให้มีความเหมาะสมตาม ความเชี่ยวชาญ

รายการ “MY Little Bears เพื่อนหมีแสนสนุก” มีการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลที่ใช้ในโครงการ มีการบริหารงานจัดการโดยผู้บริหารที่มีความเชี่ยวชาญในด้านนิเทศศาสตร์และมีประสบการณ์ในวงการ การผลิตรายการโทรทัศน์เป็นเวลานาน นอกจากนี้ยังมีที่ปรึกษาโครงการที่เชี่ยวชาญในด้านเด็กปฐมวัย และ แพทย์ที่เชี่ยวชาญด้านกุมารเวชศาสตร์พัฒนาการและพฤติกรรม ให้คำปรึกษาเกี่ยวกับหัวข้อที่จะนำเสนอในแต่ละ ตอนและให้คำแนะนำในการเขียนบทรายการโทรทัศน์ (Script) เพื่อผลิตเนื้อหารายการที่เหมาะสมสำหรับ กลุ่มเป้าหมายของเด็กปฐมวัยได้อย่างเหมาะสมและมีคุณภาพ

2.3 ปัญหาอุปสรรคหรือข้อจำกัดในการดำเนินงาน

บริษัทมีอุปสรรคการดำเนินงานจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค COVID-19 เนื่องจากบุคลากร ของทีมการผลิตรายการมีการติดเชื้อ COVID-19 ทำให้การดำเนินงานมีความล่าช้ากว่าแผน ดังนั้นทำให้บริษัท ต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบการทำงานใหม่เป็นรูปแบบ Work From Home โดยสลับทีมงานเข้ามาทำงาน ที่บริษัทฯ และจัดการประชุมทางออนไลน์ เพื่อความปลอดภัยของทีมงานและเพื่อให้งานมีความคืบหน้า อย่างต่อเนื่องมากขึ้น อย่างไรก็ตาม งานบางส่วนต้องใช้สถานที่กลางในการดำเนินการ เช่น การลงเสียงที่ ห้องบันทึกเสียง บริษัทฯ จะอนุญาตเฉพาะผู้ที่เกี่ยวข้องและจำเป็นในการควบคุมคุณภาพงานเท่านั้น นอกจากนี้ เพื่อไม่ให้เกิดการทำงานล่าช้ากว่าแผนงานที่กำหนดไว้ ทางบริษัทฯ ได้วางแผนและเพิ่มจำนวนทีมงาน และจำนวนชั่วโมงในการทำงาน รวมถึงการทำโอที เพื่อทำงานและนำส่งผลผลิตให้ทันตามเวลาที่กำหนด

2. รายการ มะลิจอมแก่นผจญภัย โควิด-19



1. ข้อมูลพื้นฐาน

1.1 ชื่อโครงการ : โครงการส่งเสริมการผลิตและออกอากาศและออกอากาศรายการโทรทัศน์ระบบดิจิทัล รายการสำหรับเด็กปฐมวัย (3-5 ปี) “มะลิจอมแก่น ผจญภัย โควิด-19”

1.2 ชื่อหน่วยงาน : บริษัท ไอเวลท์ กรุ๊ป จำกัด

1.3 รูปแบบรายการ : รายการประเภท Animation ชื่อรายการ "มะลิจอมแก่น ผจญภัย โควิด-19" ความยาว ตอนละ 5 นาที จำนวน 40 ตอน พร้อมคำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption) หรือล่ามภาษามือ (Sign Language Interpretation) และบริการเสียงบรรยายภาพ (Audio Description) นำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับ New Normal และสุขอนามัยให้แก่เด็กปฐมวัย (3-5 ปี) ผ่านตัวละคร Animation นื่องมะลิ

1.4 วัตถุประสงค์ของรายการ :

- (1) เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดการผลิตรายการสำหรับเด็กปฐมวัย (3-5 ปี) ไปสู่เด็กและครอบครัว
- (2) เพื่อให้รายการได้เป็นสื่อกลางในการเรียนรู้ของเด็กและครอบครัว รวมทั้งพัฒนาองค์ความรู้ในเชิงสร้างสรรค์ให้สามารถนำสาระความรู้จากรายการไปต่อยอด พัฒนาคุณภาพชีวิต
- (3) เพื่อสนับสนุนให้สถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัล มีรายการเนื้อหาเชิงสร้างสรรค์ มีคุณภาพนำเสนอต่อผู้ชมเพิ่มมากขึ้น

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

1.6 เนื้อหารายการโดยสรุป : การ์ตูนแอนิเมชัน “มะลิจอมแก่นผจญภัย โควิด-19” เป็นการถ่ายทอดเรื่องราวของผ่านเด็กผู้หญิงชื่อมะลิอายุประมาณ 3-5 ปี โดยเนื้อหาคจะเป็นการนำเสนอเรื่องราวของ โควิด-19 ที่ทำให้วิถีชีวิตของทุกคนเปลี่ยนไป รวมถึงการปรับตัวให้สอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลง โดยยึดเรื่องความปลอดภัยและหลักสุขอนามัยที่พึงปฏิบัติเป็นสำคัญ เนื้อหาของแต่ละตอนนั้น ได้จากการนำข้อมูลทางสาธารณสุขเกี่ยวกับโรคไวรัสโคโรนา 2019 หรือ โควิด-19 ซึ่งจะมีการใช้อุปกรณ์ป้องกันโควิด-19 เช่น หน้ากากอนามัย, Face Shield ให้เด็กๆ เห็นเป็นตัวอย่างว่าควรป้องกันตัวเองอย่างไรให้ปลอดภัยจากโควิด-19

1.7 ประโยชน์จากการเผยแพร่รายการ :

- 1) กลุ่มเด็กและครอบครัว ที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย คือ กลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี) ได้รับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ มีทางเลือกในการรับชมรายการที่มีเนื้อหาที่เหมาะสมกับช่วงวัยในการส่งเสริมพัฒนาการ และการเรียนรู้ของเด็กในวัยนี้มากขึ้น ทั้งในด้านสติปัญญา อารมณ์และสังคม
- 2) ช่องรายการโทรทัศน์ระบบดิจิทัลมีรายการที่หลากหลาย และมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งรายการสำหรับเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี) โดยไม่ต้องจัดซื้อรายการมาจากต่างประเทศและยังสามารถแข่งขันกับต่างประเทศได้
- 3) สร้างแรงจูงใจให้กับผู้ผลิตในการผลิตรายการเชิงสร้างสรรค์ที่ส่งเสริมการพัฒนาการและการเรียนรู้สำหรับเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี) และสามารถนำไปเป็นต้นแบบสำหรับการผลิตรายการเกี่ยวกับเด็กและครอบครัวได้ในอนาคต

1.8 ระยะเวลาการนำเสนอรายการ : 40 ตอน ความยาวตอนละ 5 นาที

1.9 ช่องทางการนำเสนอรายการ :

(1) ช่องทางสถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัลและช่วงเวลาออกอากาศ :

- GMM25 ช่อง 25 ทุกวันเสาร์ – อาทิตย์ เวลา 07.55 – 08.00 น. (เริ่มออกอากาศวันที่ 31 กรกฎาคม 2564 – 12 ธันวาคม 2564)

(2) ช่องทางสื่อออนไลน์ :

- YouTube : การ์ตูนมะลิจอมแก่น
- Facebook Fanpage : การ์ตูนมะลิจอมแก่น

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 เยาวชนและ ครอบครัวจำนวน 1 รายการ รายการ “การ์ตูนมะลิจอมแก่น” ความยาวตอนละ 5 นาที จำนวน 40 ตอน	จำนวน 40 ตอน ความยาว 5 นาที	จำนวน 40 ตอน ความยาว 5 นาที	เป็นไปตามแผน

ตัวชี้วัดความสำเร็จ	แผน	ผล	สรุปผล
<p>3. การเผยแพร่รายการทางช่องทางสถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัลและช่องทางสื่อออนไลน์</p> <p>มีการเผยแพร่รายการ “การ์ตูนมะลิจอมแก่น” ทางสื่อโทรทัศน์ที่ให้บริการเป็นการทั่วไป (ทีวีดิจิทัล) และสื่ออินเทอร์เน็ตที่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย อาทิเช่น YouTube Facebook Line เป็นต้น</p>	<p>เผยแพร่รายการทางสื่อโทรทัศน์ที่ให้บริการเป็นการทั่วไป (ทีวีดิจิทัล) และสื่ออินเทอร์เน็ตที่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย</p>	<p>1) True 4U ช่อง 24 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 ตลอดระยะเวลาการออกอากาศ หรือจำนวนการเข้ารับชมสื่อออนไลน์</p>	<p>ค่าเฉลี่ยเรตติ้งของรายการ ไม่น้อยกว่า 0.05 หรือจำนวนการเข้ารับชมสื่อออนไลน์รวมกัน ไม่น้อยกว่า 495,000 views</p>	<p>1) ค่าเฉลี่ยเรตติ้งของรายการ 0.038 2) จำนวนการเข้ารับชมสื่อออนไลน์ 620,700 views</p>	<p>เป็นไปตามแผน</p>
<p>6. การประเมินผลความพึงพอใจของผู้ชมรายการที่จัดทำโดยผู้ผลิตรายการ</p> <p>มีการประเมินผลความพึงพอใจของผู้ชม โดยระดับความพึงพอใจอย่างน้อยต้องอยู่ในระดับดีหรือไม่น้อยกว่า 8 คะแนนจาก 10 คะแนน</p>	<p>ความพึงพอใจของผู้ชมกลุ่มเป้าหมาย ไม่น้อยกว่า 8 คะแนน จาก 10 คะแนน</p>	<p>ผู้ผลิตรายการไม่มีการประเมินส่วนนี้</p>	<p>ไม่เป็นไปตามแผน</p>

หมายเหตุ: ข้อมูลจากเอกสารส่งมอบรายงาน ครั้งที่ 4 โครงการรายการ "มะลิจอมแก่นผจญภัย โควิด-19"

2.2 การบริหารจัดการทรัพยากรบุคคล : ข้อมูลการจัดการบุคลากรในโครงการให้มีความเหมาะสมตาม ความเชี่ยวชาญ

รายการ “การ์ตูนมะลิจอมแก่น” มีการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลที่ใช้ในโครงการมีการบริหารงาน
จัดการโดยผู้บริหารที่มีความเชี่ยวชาญในด้านนิเทศศาสตร์และมีประสบการณ์ในวงการการผลิตรายการ
โทรทัศน์เป็นเวลานาน นอกจากนี้ยังมีที่ปรึกษาโครงการที่เชี่ยวชาญในด้านเด็กปฐมวัย และแพทย์ที่เชี่ยวชาญ
ด้านจิตแพทย์เด็กและวัยรุ่น ให้คำปรึกษาเกี่ยวกับหัวข้อที่จะนำเสนอในแต่ละตอนและให้คำแนะนำในการ
เขียนบทรายการโทรทัศน์ (Script) เพื่อผลิตเนื้อหารายการที่เหมาะสมสำหรับกลุ่มเป้าหมายของเด็กปฐมวัยได้
อย่างเหมาะสมและมีคุณภาพ

2.3 ปัญหาอุปสรรคหรือข้อจำกัดในการดำเนินงาน

บริษัทมีอุปสรรคการดำเนินงานจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค COVID-19 เนื่องจากบุคลากร
ของทีมงานการผลิตรายการมีการติดเชื้อ COVID-19 ทำให้การดำเนินงานมีความล่าช้ากว่าแผน ดังนั้นทำให้บริษัท
ต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบการทำงานใหม่เป็นรูปแบบ Work From Home โดยสลับทีมงานเข้ามาทำงาน
ที่บริษัทฯ และจัดการประชุมทางออนไลน์ เพื่อความปลอดภัยของทีมงานและเพื่อให้งานมีความคืบหน้า
อย่างต่อเนื่องมากขึ้น

อย่างไรก็ตาม เนื่องจากเนื้อหาของรายการเป็นการถ่ายทอดเนื้อหาเกี่ยวกับการปรับเปลี่ยนการใช้ชีวิต
ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด 19 รวมถึงการปรับตัวให้สอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลง โดยยึดเรื่อง
ความปลอดภัยและหลักสุขอนามัยที่พึงปฏิบัติเป็นสำคัญ ซึ่งขณะนั้นเป็นการแพร่ระบาดของโควิดช่วงต้น
เป็นโรคอุบัติใหม่ ยังไม่มีแหล่งความรู้ที่น่าเชื่อถือ สามารถอ้างอิงได้ ทำให้ต้องมีการทำงานเข้มข้นกับแพทย์
ที่ปรึกษาโครงการ ทั้งนี้ รายการได้ดำเนินการเสร็จแล้วจะต้องรอรยะการเผยแพร่ทางช่องทางทีวีดิจิทัล
ซึ่งมีระยะเวลากว่า 4 เดือน ทำให้เมื่อใกล้ถึงเวลาเผยแพร่เนื้อหารายการที่ผลิตนั้นเป็นความรู้ความเข้าใจ
ที่ไม่อัปเดต ทำให้ทีมงานต้องปรับเนื้อหารายการใหม่ เพื่อให้เนื้อหาที่จะเผยแพร่มีความถูกต้องสมบูรณ์และ
เป็นปัจจุบันมากที่สุด

3. รายการ 5 หมู่ของหนู

5 หมู่ของหนู



1. ข้อมูลพื้นฐาน

1.1 ชื่อโครงการ : โครงการส่งเสริมการผลิตและออกอากาศและออกอากาศรายการโทรทัศน์ระบบดิจิทัล รายการสำหรับเด็กปฐมวัย (3-5 ปี) รายการ 5 หมู่ของหนู

1.2 ชื่อหน่วยงาน : บริษัท บอสส์เมด จำกัด

1.3 รูปแบบรายการ : รายการประเภท Animation ชื่อรายการ "5 หมู่ของหนู" ความยาวตอนละ 5 นาที จำนวน 40 ตอน พร้อมคำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption) หรือล่ามภาษามือ (Sign Language Interpretation) และบริการเสียงบรรยายภาพ (Audio Description) นำเสนอเรื่องราวการส่งเสริมพัฒนาการด้านโภชนาการของเด็กปฐมวัย (3-5 ปี) ผ่านตัวละคร Animation อาหาร 5 หมู่

1.4 วัตถุประสงค์ของรายการ :

- (1) เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดการผลิตรายการสำหรับเด็กปฐมวัย (3-5 ปี) ไปสู่เด็กและครอบครัว
- (2) เพื่อให้รายการได้เป็นสื่อกลางในการเรียนรู้ของเด็กและครอบครัว รวมทั้งพัฒนาองค์ความรู้ในเชิงสร้างสรรค์ให้สามารถนำสาระความรู้จากรายการไปต่อยอด พัฒนาคุณภาพชีวิต
- (3) เพื่อสนับสนุนให้สถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัล มีรายการเนื้อหาเชิงสร้างสรรค์ มีคุณภาพนำเสนอต่อผู้ชมเพิ่มมากขึ้น

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

1.6 เนื้อหารายการโดยสรุป : การ์ตูนแอนิเมชัน “5 หมู่ของหนู” เป็นการถ่ายทอดเรื่องราวของผ่านตัวการ์ตูนผัก โดยเนื้อหาจะเป็นการนำเสนอความรู้ด้านโภชนาการ และแฝงไปด้วยความรู้ที่เสริมสร้าง สติปัญญา จิตใจ และอารมณ์ของเด็กวัยนี้ ผ่านตัวการ์ตูนผัก และผลไม้ ได้แก่ ไข่ ข้าวโพด หัวกะหล่ำ ถั่วเหลือง และมะละกอ ซึ่งมาทำหน้าที่เป็นตัวแทนอาหาร 5 หมู่ เพราะนอกจากการพัฒนาจิตใจของเด็กๆ แล้ว การพัฒนาทางร่างกายก็เป็นสิ่งสำคัญต่อเด็กๆ เช่นเดียวกัน

1.7 ประโยชน์จากการเผยแพร่รายการ :

- 1) กลุ่มเด็กและครอบครัว ที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย คือ กลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี) ได้รับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ มีทางเลือกในการรับชมรายการที่มีเนื้อหาที่เหมาะสมกับช่วงวัยในการส่งเสริมพัฒนาการ และการเรียนรู้ของเด็กในวัยนี้มากขึ้น ทั้งในด้านสติปัญญา อารมณ์และสังคม
- 2) ช่องรายการโทรทัศน์ระบบดิจิทัลมีรายการที่หลากหลาย และมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งรายการสำหรับกลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี) โดยไม่ต้องจัดซื้อรายการมาจากต่างประเทศ และยังสามารถแข่งขันกับต่างประเทศได้
- 3) สร้างแรงจูงใจให้กับผู้ผลิตในการผลิตรายการเชิงสร้างสรรค์ที่ส่งเสริมการพัฒนาการและการเรียนรู้สำหรับกลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี) และสามารถนำไปเป็นต้นแบบสำหรับการผลิตรายการเกี่ยวกับเด็กและครอบครัวได้ในอนาคต
- 4) เพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานให้กับผู้ผลิต ในการผลิตเนื้อหารายการสำหรับกลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี) เพื่อให้เกิดการพัฒนาศักยภาพในด้านการผลิตรายการเชิงสร้างสรรค์ สำหรับเด็กและครอบครัวเพิ่มมากขึ้น

1.8 ระยะเวลาการนำเสนอรายการ : 40 ตอน ความยาวตอนละ 5 นาที

1.9 ช่องทางการนำเสนอรายการ :

(1) ช่องทางสถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัลและช่วงเวลาออกอากาศ :

- ช่อง JKN18 ทุกวันเสาร์ – อาทิตย์ เวลา 07.00 – 07.05 น. (เริ่มออกอากาศวันที่ 5 มิถุนายน 2564 – 17 ตุลาคม 2564)

(2) ช่องทางสื่อออนไลน์ :

- YouTube : 5 หมู่ของหนู
- Facebook Fanpage : 5 หมู่ของหนู

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 “5 หมู่ของหนู” ความยาวตอนละ 5 นาที จำนวน 40 ตอน	จำนวน 40 ตอน ความยาว 5 นาที	จำนวน 40 ตอน ความยาว 5 นาที	เป็นไปตามแผน

ตัวชี้วัดความสำเร็จ	แผน	ผล	สรุปผล
<p>3. การเผยแพร่รายการทางช่องทางสถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัลและช่องทางสื่อออนไลน์</p> <p>มีการเผยแพร่รายการ “5 หมู่ของหนู” ทางสื่อโทรทัศน์ที่ให้บริการเป็นการทั่วไป (ทีวีดิจิทัล) และสื่ออินเทอร์เน็ตที่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย อาทิเช่น YouTube Facebook Line เป็นต้น</p>	<p>เผยแพร่รายการทางสื่อโทรทัศน์ที่ให้บริการเป็นการทั่วไป (ทีวีดิจิทัล) และสื่ออินเทอร์เน็ตที่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย</p>	<p>1) JKN18 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 ตลอดระยะเวลาการออกอากาศ หรือจำนวนการเข้ารับชมสื่อออนไลน์</p>	<p>ค่าเฉลี่ยเรตติ้งของรายการ ไม่น้อยกว่า 0.05 หรือจำนวนการเข้ารับชมสื่อออนไลน์รวมกัน ไม่น้อยกว่า 434,000 views</p>	<p>1) ค่าเฉลี่ยเรตติ้งของรายการ 0.007 2) จำนวนการเข้ารับชมสื่อออนไลน์ 435,382 views</p>	<p>เป็นไปตามแผน</p>
<p>6. การประเมินผลความพึงพอใจของผู้ชมรายการที่จัดทำโดยผู้ผลิตรายการ</p> <p>มีการประเมินผลความพึงพอใจของผู้ชม โดยระดับความพึงพอใจอย่างน้อยต้องอยู่ในระดับดีหรือไม่น้อยกว่า 8 คะแนนจาก 10 คะแนน</p>	<p>ความพึงพอใจของผู้ชมกลุ่มเป้าหมาย ไม่น้อยกว่า 8 คะแนน จาก 10 คะแนน</p>	<p>ผู้ผลิตรายการ ไม่มีการประเมินส่วนนี้</p>	<p>ไม่เป็นไปตามแผน</p>

หมายเหตุ: ข้อมูลจากเอกสารส่งมอบรายงาน ครั้งที่ 4 โครงการรายการ "5 หมู่ของหนู"

2.2 การบริหารจัดการทรัพยากรบุคคล : ข้อมูลการจัดการบุคลากรในโครงการให้มีความเหมาะสมตาม ความเชี่ยวชาญ

รายการ “5 หมู่ของหนู” ก่อนข้างมีการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลที่เหมาะสมตามความเชี่ยวชาญ โดยหัวหน้าโครงการ ผู้อำนวยการผลิตและผู้ประสานงาน ล้วนเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในด้านนิเทศศาสตร์และอยู่ในวงการการผลิตรายการโทรทัศน์ซึ่งรวมถึงรายการเด็กมาอย่างยาวนาน โดยมีบุคลากรบริษัทพันธมิตรในการร่วมผลิตรายการ ทั้งด้านการตัดต่อ การอัดเสียง หรือให้คำแนะนำหรือข้อเสนอแนะการจัดการจัดทำเพื่อให้รายการมีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ รายการยังมีที่ปรึกษาโครงการที่เป็นแพทย์ผู้เชี่ยวชาญด้านอาหารและโภชนาการ โดยให้คำปรึกษาเกี่ยวกับหัวข้อเรื่องที่จะนำเสนอในแต่ละตอนและให้คำแนะนำเกี่ยวกับบทรายการโทรทัศน์ (Script) เพื่อจัดทำเนื้อหารายการที่ถูกต้องและเหมาะสม

2.3 ปัญหาอุปสรรคหรือข้อจำกัดในการดำเนินงาน

ในสภาวะการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 บริษัท ได้ปรับเปลี่ยนแนวทางการทำงานของพนักงาน เพื่อให้ทุกคนปลอดภัยและลดความเสี่ยงในการติดเชื้อโรค โดยรูปแบบ Work From Home (WFH) ที่ช่วยให้พนักงานสามารถทำงานได้ เนื่องจากมีประโยชน์ในการลดความเสี่ยงในการแพร่ระบาดของเชื้อโรคอย่างมาก การทำงานแบบ WFH ไม่เพียงแต่ช่วยให้พนักงานปลอดภัยจากการติดเชื้อโรค แต่ยังช่วยเพิ่มความยืดหยุ่นในการทำงานของพนักงาน เพื่อป้องกันการชะลอในการทำงานและให้งานมีความคืบหน้าตามแผนที่กำหนดไว้ บริษัทได้เพิ่มจำนวนทีมงานและชั่วโมงการทำงานในแต่ละวัน เพื่อให้งานทำได้ตรงตามเวลาที่กำหนด ทั้งนี้เพื่อให้สามารถผลิตงานได้ตามเวลาที่ได้ตกลงไว้ ทั้งนี้ทั้งนั้นทำให้บริษัทสามารถปรับตัวและปรับเปลี่ยนของ บริษัทในสถานการณ์ฉุกเฉินนี้ เพื่อให้งานดำเนินไปได้โดยปลอดภัยและมีประสิทธิภาพที่สูงสุดในขณะเดียวกัน

4. รายการ KELX เกลอส เพื่อน



1. ข้อมูลพื้นฐาน

1.1 ชื่อโครงการ : โครงการ KELX เกลอส เพื่อน

1.2 ชื่อหน่วยงาน : บริษัท มันทะเล้น ครีเอชั่น จำกัด

1.3 รูปแบบรายการ : รายการประเภท Animation ชื่อรายการ "เกลอ" ความยาวตอนละ 5 นาที จำนวน 40 ตอน พร้อมคำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption) หรือล่ามภาษามือ (Sign Language Interpretation) และบริการเสียงบรรยายภาพ (Audio Description) นำเสนอเรื่องราวการส่งเสริมพัฒนาการด้านอารมณ์ จิตใจ และการเข้าสังคมของเด็กปฐมวัย (3-5 ปี) ผ่านตัวละคร Animation เพื่อนสี่สันสดใส

1.4 วัตถุประสงค์ของรายการ :

- (1) เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดการผลิตรายการสำหรับเด็กปฐมวัย (3-5 ปี) ไปสู่เด็กและครอบครัว
- (2) เพื่อให้รายการได้เป็นสื่อกลางในการเรียนรู้ของเด็กและครอบครัว รวมทั้งพัฒนาองค์ความรู้ในเชิงสร้างสรรค์ให้สามารถนำสาระความรู้จากรายการไปต่อยอด พัฒนาคุณภาพชีวิต
- (3) เพื่อสนับสนุนให้สถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัล มีรายการเนื้อหาเชิงสร้างสรรค์ มีคุณภาพนำเสนอต่อผู้ชมเพิ่มมากขึ้น

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

1.6 เนื้อหารายการโดยสรุป : การ์ตูนแอนิเมชัน “KELX เกลอส เพื่อน” เป็นการถ่ายทอดเรื่องราวแสนสนุกของเพื่อนสี่เกลอ ได้แก่ ปองแปง แป้วแห้ว และ ตงตง ซึ่งมีรูปร่างและสีตัวการ์ตูนเพื่อให้เด็กๆ วัย 3-5 ปี สามารถจำตัวละครได้ง่าย ซึ่งตัวการ์ตูนดังกล่าวมีเนื้อหาชวนกันไปผจญภัยในโลกกว้าง รู้ทันต่ออันตรายรอบตัว และการปรับตัวเพื่ออยู่ร่วมกัน

1.7 ประโยชน์จากการเผยแพร่รายการ :

- 1) กลุ่มเด็กและครอบครัว ที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย คือ กลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี) ได้รับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ มีทางเลือกในการรับชมรายการที่มีเนื้อหาที่เหมาะสมกับช่วงวัยในการส่งเสริมพัฒนาการ และการเรียนรู้ของเด็กในวัยนี้มากขึ้น ทั้งในด้านสติปัญญา อารมณ์และสังคม
- 2) ช่องรายการโทรทัศน์ระบบดิจิทัลมีรายการที่หลากหลาย และมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งรายการสำหรับกลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี) โดยไม่ต้องจัดซื้อรายการมาจากต่างประเทศและยังสามารถแข่งขันกับต่างประเทศได้
- 3) สร้างแรงจูงใจให้กับผู้ผลิตในการผลิตรายการเชิงสร้างสรรค์ที่ส่งเสริมการพัฒนาการและการเรียนรู้สำหรับกลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี) และสามารถนำไปเป็นต้นแบบสำหรับการผลิตรายการเกี่ยวกับเด็กและครอบครัวได้ในอนาคต
- 4) เพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานให้กับผู้ผลิต ในการผลิตเนื้อหารายการสำหรับกลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี) เพื่อให้เกิดการพัฒนาศักยภาพในด้านการผลิตรายการเชิงสร้างสรรค์ สำหรับเด็กและครอบครัวเพิ่มมากขึ้น
- 5) มีรายการที่มีคุณภาพ เหมาะสมสำหรับเด็กและครอบครัว อีกทั้งเป็นการสร้างทางเลือกในการรับชมให้กับผู้ชมกลุ่มเป้าหมาย

1.8 ระยะเวลาการนำเสนอรายการ : 40 ตอน ความยาวตอนละ 5 นาที

1.9 ช่องทางการนำเสนอรายการ :

(1) ช่องทางสถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัลและช่วงเวลาออกอากาศ :

- True4U ช่อง 24 ทุกวันเสาร์ – อาทิตย์ เวลา 06.55 – 07.00 น. (เริ่มออกอากาศวันที่ 29 พฤษภาคม 2564 – 24 ตุลาคม 2564)

(2) ช่องทางสื่อออนไลน์ :

- YouTube : KELX เกลอส : เพื่อน
- Facebook Fanpage : KELX เกลอส : เพื่อน

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 เยาวชนและ ครอบครัวจำนวน 1 รายการ รายการ “KELX เกลอส : เพื่อน” ความยาวตอนละ 5 นาที จำนวน 40 ตอน	จำนวน 40 ตอน ความยาว 5 นาที	จำนวน 40 ตอน ความยาว 5 นาที	เป็นไปตามแผน

ตัวชี้วัดความสำเร็จ	แผน	ผล	สรุปผล
<p>3. การเผยแพร่รายการทางช่องทางสถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัลและช่องทางสื่อออนไลน์</p> <p>มีการเผยแพร่รายการ “KELX เกลอส : เพื่อน” ทางสื่อโทรทัศน์ที่ให้บริการเป็นการทั่วไป (ทีวีดิจิทัล) และสื่ออินเทอร์เน็ตที่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย อาทิเช่น YouTube Facebook Line เป็นต้น</p>	<p>เผยแพร่รายการทางสื่อโทรทัศน์ที่ให้บริการเป็นการทั่วไป (ทีวีดิจิทัล) และสื่ออินเทอร์เน็ตที่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย</p>	<p>1) True 4U ช่อง 24 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 ตลอดระยะเวลาการออกอากาศ หรือจำนวนการเข้ารับชมสื่อออนไลน์</p>	<p>ค่าเฉลี่ยเรตติ้งของรายการ ไม่น้อยกว่า 0.05 หรือจำนวนการเข้ารับชมสื่อออนไลน์รวมกัน ไม่น้อยกว่า 429,000 views</p>	<p>1) ค่าเฉลี่ยเรตติ้งของรายการ 0.0451 2) จำนวนการเข้ารับชมสื่อออนไลน์ 428,059 views</p>	<p>ไม่เป็นไปตามแผน</p>
<p>6. การประเมินผลความพึงพอใจของผู้ชมรายการที่จัดทำโดยผู้ผลิตรายการ</p> <p>มีการประเมินผลความพึงพอใจของผู้ชม โดยระดับความพึงพอใจอย่างน้อยต้องอยู่ในระดับดีหรือไม่น้อยกว่า 8 คะแนนจาก 10 คะแนน</p>	<p>ความพึงพอใจของผู้ชมกลุ่มเป้าหมาย ไม่น้อยกว่า 8 คะแนน จาก 10 คะแนน</p>	<p>ความพึงพอใจของผู้ชมกลุ่มเป้าหมาย ที่ 9.46 คะแนน</p>	<p>ไม่เป็นไปตามแผน</p>

หมายเหตุ: ข้อมูลจากเอกสารส่งมอบรายงาน ครั้งที่ 4 โครงการรายการ "KELX เกลอส : เพื่อน"

2.2 การบริหารจัดการทรัพยากรบุคคล : ข้อมูลการจัดการบุคลากรในโครงการให้มีความเหมาะสมตาม ความเชี่ยวชาญ

รายการ “KELX เกลอส เพื่อน” มีการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลที่เหมาะสมตามความเชี่ยวชาญ โดยหัวหน้าโครงการ ผู้อำนวยการผลิตและผู้ประสานงาน ล้วนเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในด้านนิเทศศาสตร์และอยู่ในวงการการผลิตรายการโทรทัศน์ซึ่งรวมถึงรายการเด็กมาอย่างยาวนาน นอกจากนี้ รายการยังมีที่ปรึกษาโครงการที่เป็นผู้เชี่ยวชาญในด้านเด็กปฐมวัย โดยให้คำปรึกษาเกี่ยวกับหัวข้อเรื่องที่จะนำเสนอในแต่ละตอน และให้คำแนะนำเกี่ยวกับบทรายการโทรทัศน์ (Script) เพื่อจัดทำเนื้อหารายการที่เหมาะสมสำหรับกลุ่มเด็กปฐมวัย

2.3 ปัญหาอุปสรรคหรือข้อจำกัดในการดำเนินงาน

การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา (Covid - 19) ส่งผลให้การประสานงาน กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเกิดความล่าช้า เนื่องจากไม่สามารถนัดเข้าทำงานพร้อมกันได้ และจำเป็นต้องมีระยะเวลาในการทำความสะอาดบ่อยครั้ง เพื่อป้องกันการแพร่ระบาด ดังนั้นทีมผลิตจึงได้ปรับแผนการหารือ โดยเปลี่ยนเป็นการทำงานผ่านระบบออนไลน์ผสมผสานกับการออกทำจริง เพื่อทำงานและนำส่งผลผลิตให้ทันตามเวลาที่กำหนด

อีกทั้ง พบปัญหาเดิมมีการกำหนดเผยแพร่รายการทางช่อง TNN แต่เนื่องจากกลุ่มผู้ชมของสื่อโทรทัศน์ที่ให้บริการเป็นการทั่วไป (ทีวีดิจิทัล) ช่อง INN ไม่ตรงกับกลุ่มเป้าหมายของรายการ ผู้ผลิตรายการจึงดำเนินการขอย้ายไปเผยแพร่ทางช่อง Tue4U เพื่อให้ตรงตามกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น

5. รายการ Magic Pen ปากกาวิเศษ



1. ข้อมูลพื้นฐาน

1.1 ชื่อโครงการ : โครงการรายการ Magic Pen ปากกาวิเศษ

1.2 ชื่อหน่วยงาน : บริษัท เอซีเอตี จำกัด

1.3 รูปแบบรายการ : รายการประเภท Animation นำเสนอความรู้ให้แก่เด็กอายุ 3-5 ปีใน ด้านศิลปะและจินตนาการที่สร้างสรรค์ รวมไปถึงการเรียนรู้เกี่ยวกับคุณธรรมและจริยธรรม โดยอยู่ในรูปแบบรายการการ์ตูน ความยาวตอนละ 5 นาที จำนวน 40 ตอน พร้อมจัดทำคำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption) หรือล่ามภาษามือ (Sign Language Interpretation) และบริการเสียงบรรยายภาพ (Audio Description)

1.4 วัตถุประสงค์ของรายการ :

- (1) เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดการผลิตรายการสำหรับเด็กปฐมวัย (3-5 ปี) ไปสู่เด็กและครอบครัว
- (2) เพื่อให้รายการได้เป็นสื่อกลางในการเรียนรู้ของเด็กและครอบครัว รวมทั้งพัฒนาองค์ความรู้ในเชิงสร้างสรรค์ ให้สามารถนำสาระความรู้จากรายการไปต่อยอด พัฒนาคุณภาพชีวิต
- (3) เพื่อสนับสนุนให้สถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัล มีรายการเนื้อหาเชิงสร้างสรรค์ มีคุณภาพนำเสนอต่อผู้ชม เพิ่มมากขึ้น

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

1.6 เนื้อหารายการโดยสรุป : การ์ตูนแอนิเมชัน “Magic Pen ปากกาวิเศษ” เป็นการถ่ายทอดเรื่องราวของ นโม เด็กชายผู้มีจิตใจโอบอ้อมอารีและใจดี รักการช่วยเหลือผู้อื่น ด้วยการใช้ ปากกาวิเศษที่ได้รับมอบมาจากคุณยายมาคิดและหาวิธีช่วยเหลือผู้อื่นในแต่ละสถานการณ์ที่แตกต่างกันออกไป

1.7 ประโยชน์จากการเผยแพร่รายการ :

- 1) กลุ่มเด็กปฐมวัย (3-5 ปี) ได้รับความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ มีทางเลือกในการรับชมรายการที่มีเนื้อหาที่เหมาะสมกับช่วงวัยในการส่งเสริม พัฒนาการ และการเรียนรู้ของเด็กในวัยนี้มากขึ้น ทั้งในด้านสติปัญญา อารมณ์และสังคม

- 2) ช่องรายการโทรทัศน์ระบบดิจิตอลมีรายการที่หลากหลาย และมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง รายการสำหรับกลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3 - 5 ปี) โดยไม่ต้องจัดซื้อรายการมาจากต่างประเทศ และยังสามารถแข่งขัน กับต่างประเทศได้
- 3) สร้างแรงจูงใจให้กับผู้ผลิตในการผลิตรายการเชิงสร้างสรรค์ที่ส่งเสริมการพัฒนาการและการเรียนรู้ สำหรับกลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3 - 5 ปี) และสามารถนำไปเป็นต้นแบบสำหรับการผลิตรายการเกี่ยวกับเด็ก เยาวชน และครอบครัวได้ในอนาคต
- 4) เพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานให้กับผู้ผลิต ในการผลิตเนื้อหารายการ สำหรับกลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3 - 5 ปี) เพื่อให้เกิดการพัฒนาศักยภาพในด้านการผลิตรายการเชิงสร้างสรรค์ สำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว เพิ่มมากขึ้น
- 5) มีรายการที่มีคุณภาพ เหมาะสมสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว อีกทั้งเป็นการสร้างทางเลือก ในการรับชมให้กับผู้ชมกลุ่มเป้าหมาย

1.8 ระยะเวลาการนำเสนอรายการ : 40 ตอน ความยาวตอนละ 5 นาที

1.9 ช่องทางการนำเสนอรายการ :

(1) ช่องทางสถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัลและช่วงเวลาออกอากาศ :

- ช่องอมรินทร์ทีวี เอชดี ช่อง 34 ทุกวันเสาร์และวันอาทิตย์ เวลา 08.55 – 09.00 น. (เริ่มออกอากาศวันที่ 1 กันยายน 2564 - 1 ธันวาคม 2564)

(2) ช่องทางสื่อออนไลน์ :

- YouTube : Magic Pen ปากกาวิเศษ
- Facebook Fanpage : Magic Pen ปากกาวิเศษ

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 มีรายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ สำหรับเด็กปฐมวัย (3-5 ปี) จำนวน 1 รายการ ได้แก่ รายการ “Magic Pen ปากกาวิเศษ” ความยาว ตอนละ 5 นาที จำนวน 40 ตอน	จำนวน 40 ตอน ความยาว 5 นาที	จำนวน 40 ตอน ความยาว 5 นาที	เป็นไปตามแผน

ตัวชี้วัดความสำเร็จ	แผน	ผล	สรุปผล
<p>3. การเผยแพร่รายการทางช่องทางสถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัลและช่องทางสื่อออนไลน์</p> <p>มีการเผยแพร่รายการ "Magic Pen ปากกาวิเศษ" ทางสื่อโทรทัศน์ที่ให้บริการเป็นการทั่วไป (ทีวีดิจิทัล) และสื่ออินเทอร์เน็ตที่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย อาทิ เช่น YouTube Facebook Line เป็นต้น</p>	<p>เผยแพร่รายการทางสื่อโทรทัศน์ที่ให้บริการเป็นการทั่วไป (ทีวีดิจิทัล) และสื่ออินเทอร์เน็ตที่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย</p>	<p>1) ช่องอมรินทร์ทีวี เอชดี 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 0.05 ตลอดระยะเวลาการออกอากาศ หรือจำนวนการเข้ารับชมสื่อออนไลน์รวมกันไม่น้อยกว่า 495,000 views</p>	<p>ค่าเฉลี่ยเรตติ้งของรายการ ไม่น้อยกว่า 0.05 หรือจำนวนการเข้ารับชมสื่อออนไลน์รวมกัน ไม่น้อยกว่า 495,000 views</p>	<p>1) ค่าเฉลี่ยเรตติ้งของรายการ 0.1955</p> <p>2) จำนวนการเข้ารับชมสื่อออนไลน์ 665,306 views</p>	<p>เป็นไปตามแผน</p>

หมายเหตุ: ข้อมูลจากเอกสารส่งมอบรายงาน ครั้งที่ 4 โครงการรายการ "Magic Pen ปากกาวิเศษ"

2.2 การบริหารจัดการทรัพยากรบุคคล : ข้อมูลการจัดการบุคลากรในโครงการให้มีความเหมาะสมตาม ความเชี่ยวชาญ

มีการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลที่เหมาะสมตามความเชี่ยวชาญ โดยหัวหน้าโครงการ
ผู้อำนวยการผลิตและผู้ประสานงาน ล้วนเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในด้านนิเทศศาสตร์และอยู่ในวงการการผลิต
รายการโทรทัศน์ซึ่งรวมถึงรายการเด็กมาอย่างยาวนาน

2.3 ปัญหาอุปสรรคหรือข้อจำกัดในการดำเนินงาน

การเผยแพร่ไม่ตรงตามแผนการดำเนินงาน เนื่องจากทางสถานีโทรทัศน์ อมรินทร์ ทีวี เอชดี ช่อง 34
ได้มีการปรับผังรายการ จึงมีความจำเป็นต้องเปลี่ยนแปลงเวลาออกอากาศรายการการ์ตูน Magic Pen ปากกา
วิเศษ จากเวลา 08.45 – 08.50 น. เป็นเวลา 08.55 – 09.00 น. สำหรับการออกอากาศตั้งแต่เดือนตุลาคม
เป็นต้นไป รวมถึงการเผยแพร่ชิ้นงานทางออนไลน์ล่าช้าไม่สอดคล้องตามที่เสนอไว้ เนื่องจากคณะกรรมการ
พิจารณาผลงานรับทุนได้ให้ข้อสังเกตในการปรับปรุงแก้ไขเนื้อหา/บทที่เป็นประโยชน์ต่อรายการ อย่างไรก็ตาม
ทางทีมผู้ผลิตได้ปรับแก้เนื้อหา รายการ Magic Pen ปากกาวิเศษตามความเห็น และได้เผยแพร่ลงใน
แพลตฟอร์มฟอร์มออนไลน์ ได้แก่ เฟสบุ๊ก (Facebook) และยูทูป (YouTube) แล้วเสร็จ

6. รายการ ไบบุญ เณรน้อย



1. ข้อมูลพื้นฐาน

1.1 ชื่อโครงการ : โครงการ ไบบุญ เณรน้อย

1.2 ชื่อหน่วยงาน : บริษัท เอช อีพี สลีย์ จำกัด

1.3 รูปแบบรายการ : รายการประเภท Animation ความยาวตอนละ 5 นาที จำนวน 40 ตอน พร้อมคำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption) หรือล่ามภาษามือ (Sign Language Interpretation) และบริการ เสียงบรรยายภาพ (Audio Description) ที่นำเสนอข้อเท็จจริงเชิงบวกและสร้างสรรค์เกี่ยวกับคุณธรรม จริยธรรม และหลักคำสอน เพื่อศึกษา ระดับความคิดการแก้ไขปัญหา การควบคุมสติปัญญา และการฝึกสมาธิของเด็ก และให้รายการเป็นสื่อกลางในการเรียนรู้ของเด็กให้สามารถนำสาระความรู้จากรายการไปต่อยอดพัฒนาคุณภาพชีวิต และก่อให้เกิดความรู้ทางสติปัญญาได้อย่างยั่งยืน

1.4 วัตถุประสงค์ของรายการ :

- (1) เพื่อศึกษาระดับความคิดการแก้ไขปัญหา การควบคุมสติปัญญา และการฝึกสมาธิของเด็ก
- (2) เพื่อให้รายการได้เป็นสื่อกลางในการเรียนรู้ของเด็ก ให้สามารถนำสาระความรู้จากรายการไปต่อยอดพัฒนาคุณภาพชีวิต และก่อให้เกิดความรู้ทางสติปัญญาได้อย่างยั่งยืน
- (3) เพื่อสนับสนุนให้สถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัล มีรายการเนื้อหาเชิงความคิดและให้ความรู้ มีคุณภาพนำเสนอ ต่อผู้ชมเพิ่มมากขึ้นโดยที่ทางช่องไม่มีข้อจำกัดเรื่องภาระค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการ

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

1.6 เนื้อหารายการโดยสรุป : Animation นำเสนอเรื่องราวการปรับตัวของเด็กที่กลายมาเป็นเณรน้อยและต้องปรับตัวครั้งยิ่งใหญ่ในการเข้าถึงธรรมะผ่านตัวละคร Animation ไบบุญ เณรน้อย

1.7 ประโยชน์จากการเผยแพร่รายการ :

- 1) กลุ่มเด็กและครอบครัว ที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย คือ กลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี) ได้รับความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับเนื้อหารายการ มีทางเลือกในการรับชมรายการที่มีเนื้อหาที่เหมาะสมกับช่วงวัยในการส่งเสริมพัฒนาการ และการเรียนรู้ของเด็กในวัยนี้มากขึ้น ทั้งในด้านสติปัญญา อารมณ์และสังคม
- 2) ช่องรายการโทรทัศน์ระบบดิจิทัลมีรายการที่หลากหลาย และมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งรายการสำหรับกลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี) โดยไม่ต้องจัดซื้อรายการมาจากต่างประเทศ และยังสามารถแข่งขัน กับต่างประเทศได้
- 3) สร้างแรงจูงใจให้กับผู้ผลิตในการผลิตรายการเชิงสร้างสรรค์ที่ส่งเสริมการพัฒนาการและการเรียนรู้สำหรับกลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี) และสามารถนำไปเป็นต้นแบบสำหรับการผลิตรายการเกี่ยวกับเด็กและ ครอบครัวได้ในอนาคต
- 4) เพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานให้กับผู้ผลิต ในการผลิตเนื้อหารายการสำหรับกลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี) เพื่อให้เกิดการพัฒนาศักยภาพในด้านการผลิตรายการเชิงสร้างสรรค์ สำหรับเด็กและครอบครัวเพิ่มมากขึ้น
- 5) มีรายการที่มีคุณภาพ เหมาะสมสำหรับเด็กและครอบครัว อีกทั้งเป็นการสร้างทางเลือกในการรับชมให้กับ ผู้ชมกลุ่มเป้าหมาย

1.8 ระยะเวลาการนำเสนอรายการ : 40 ตอน ความยาวตอนละ 5 นาที

1.9 ช่องทางการนำเสนอรายการ :

(1) ช่องทางสถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัลและช่วงเวลาออกอากาศ :

- PPTV ช่อง 36 ทุกวันเสาร์ – อาทิตย์ เวลา 08.01 – 08.06 น. (เริ่มออกอากาศวันที่ 7 พฤศจิกายน 2564 – 26 มีนาคม 2565)

(2) ช่องทางสื่อออนไลน์ :

- YouTube : ไบบุญ เณรน้อย
- Facebook Fanpage : ไบบุญ เณรน้อย

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 มีรายการที่เป็นประโยชน์ต่อ สาธารณะ สำหรับเด็กปฐมวัย (3-5 ปี) จำนวน 1 รายการ ได้แก่ รายการ "ไบบุญ เณรน้อย" ความยาวตอนละ 5 นาที จำนวน 40 ตอน	จำนวน 40 ตอน ความยาว 5 นาที	จำนวน 40 ตอน ความยาว 5 นาที	เป็นไปตามแผน
3. การเผยแพร่รายการทาง ช่องทางสถานีโทรทัศน์ระบบ ดิจิทัลและช่องทางสื่อ ออนไลน์ มีการเผยแพร่รายการ "ไบบุญ เณร น้อย" ทางสื่อโทรทัศน์ที่ให้บริการ เป็นการทั่วไป (ทีวีดิจิทัล) และสื่อ อินเทอร์เน็ตที่เป็นที่รู้จักอย่าง แพร่หลาย อาทิเช่น YouTube Facebook Line เป็นต้น	เผยแพร่รายการทาง สื่อโทรทัศน์ที่ ให้บริการเป็นการ ทั่วไป (ทีวีดิจิทัล) และสื่ออินเทอร์เน็ตที่ เป็นที่รู้จักอย่าง แพร่หลาย	1) PPTV ช่อง 36 2) YouTube 3) Facebook	เป็นไปตามแผน
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

ตัวชี้วัดความสำเร็จ	แผน	ผล	สรุปผล
5. สถิติการรับชมในแต่ละช่องทางที่เผยแพร่รายการ มีจำนวนการเข้ารับชมทางช่องโทรทัศน์ระบบดิจิทัล มีค่าเฉลี่ยเรตติ้งของรายการ ไม่น้อยกว่า 0.05 ตลอดระยะเวลาการออกอากาศ หรือจำนวนการเข้ารับชมสื่อออนไลน์รวมกันไม่น้อยกว่า 495,000 views	ค่าเฉลี่ยเรตติ้งของรายการ ไม่น้อยกว่า 0.05 หรือ จำนวนการเข้ารับชมสื่อออนไลน์รวมกัน ไม่น้อยกว่า 495,000 views	1) ค่าเฉลี่ยเรตติ้งของรายการ 0.141 2) จำนวนการเข้ารับชมสื่อออนไลน์ 495,914 views	เป็นไปตามแผน

หมายเหตุ: ข้อมูลจากเอกสารส่งมอบรายงาน ครั้งที่ 4 โครงการรายการ "ใบบุญ เณรน้อย"

2.2 การบริหารจัดการทรัพยากรบุคคล : ข้อมูลการจัดการบุคลากรในโครงการให้มีความเหมาะสมตามความเชี่ยวชาญ

รายการ ใบบุญ เณรน้อย มีการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลที่เหมาะสมตามความเชี่ยวชาญ

2.3 ปัญหาอุปสรรคหรือข้อจำกัดในการดำเนินงาน

สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค COVID-19 ส่งผลให้การประสานงาน กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเกิดความล่าช้า เนื่องจากไม่สามารถนัดปรึกษาหารือ และไม่สามารถปฏิบัติงานได้ตามปกติ อย่างไรก็ตาม ทางบริษัท มีการแก้ไขปัญหา คือ ปรับแผนการหารือโดยเปลี่ยนเป็นการหารือผ่านช่องทางออนไลน์

7. รายการ เปาเปาผจญภัยในโลกนิทาน



1. ข้อมูลพื้นฐาน

1.1 ชื่อโครงการ : โครงการส่งเสริมการผลิตและออกอากาศรายการโทรทัศน์ระบบดิจิทัล รายการสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว (เด็กปฐมวัย) “เปาเปาผจญภัยในโลกนิทาน”

1.2 ชื่อหน่วยงาน : บริษัท เอลิควอร์ กรุ๊ป จำกัด

1.3 รูปแบบรายการ : รายการประเภท Animation ให้ความรู้ ส่งเสริมพัฒนาการและให้คติสอนใจแก่ผู้ชมผ่านเรื่องราวผจญภัยในโลกนิทาน และดำเนินเรื่องโดยตัวละครหลักที่ชื่อว่า เปาเปา ผู้ซึ่งจะพาผู้ชมผจญภัยไปในนิทานเรื่องต่างๆ โดยเนื้อหาของนิทานแต่ละเรื่องในรายการนี้เป็นการหยิบยกวรรณกรรมอีสป มาร้อยเรียงใหม่เน้นเนื้อหาที่เข้าถึงได้ง่าย

1.4 วัตถุประสงค์ของรายการ :

- (1) เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดการผลิตรายการสำหรับเด็กปฐมวัย (3-5 ปี) ไปสู่เด็กและครอบครัว
- (2) เพื่อให้รายการได้เป็นสื่อกลางในการเรียนรู้ของเด็กและครอบครัว รวมทั้งพัฒนาองค์ความรู้ในเชิงสร้างสรรค์ ให้สามารถนำสาระความรู้จากรายการไปต่อยอดพัฒนาคุณภาพชีวิต
- (3) เพื่อสนับสนุนให้สถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัล มีรายการเนื้อหาเชิงสร้างสรรค์ มีคุณภาพนำเสนอต่อผู้ชมเพิ่มมากขึ้น

1.5 กลุ่มเป้าหมายของรายการ : กลุ่มเด็กปฐมวัยในช่วงอายุ 3-5 ปี และครอบครัว (กลุ่มเป้าหมายหลัก)

1.6 เนื้อหารายการโดยสรุป : Animation เรื่องราวผจญภัยในโลกนิทาน และสอนคติสอนใจผ่านตัวละคร Animation เปาเปา

1.7 ประโยชน์จากการเผยแพร่รายการ :

- 1) กลุ่มเด็กและครอบครัว ที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย คือ กลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี) ได้รับความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ มีทางเลือกในการรับชมรายการที่มีเนื้อหาที่เหมาะสมกับช่วงวัยในการส่งเสริมพัฒนาการ และการเรียนรู้ของเด็กในวัยนี้มากขึ้นทั้งในด้านสติปัญญา อารมณ์และสังคม
- 2) ช่องรายการโทรทัศน์ระบบดิจิทัลมีรายการที่หลากหลายและมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งรายการสำหรับกลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี) โดยไม่ต้องจัดซื้อรายการมาจากต่างประเทศ และยัง สามารถแข่งขันกับต่างประเทศได้

- 3) สร้างแรงจูงใจให้กับผู้ผลิตในการผลิตรายการเชิงสร้างสรรค์ที่ส่งเสริมการพัฒนาและการเรียนรู้ สำหรับกลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี) และสามารถนำไปเป็นต้นแบบสำหรับการผลิตรายการเกี่ยวกับ เด็กและครอบครัวได้ในอนาคต
- 4) เพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานให้กับผู้ผลิตในการผลิตเนื้อหารายการสำหรับเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี) เพื่อให้เกิดการพัฒนาศักยภาพในด้านการผลิตรายการเชิงสร้างสรรค์ สำหรับเด็กและ ครอบครัวเพิ่มมากขึ้น
- 5) มีรายการที่มีคุณภาพ เหมาะสมสำหรับเด็กและครอบครัว อีกทั้งเป็นการสร้างทางเลือกในการรับชม ให้กับผู้ชมกลุ่มเป้าหมาย

1.8 ระยะเวลาการนำเสนอรายการ : 40 ตอน ความยาวตอนละ 10 นาที

1.9 ช่องทางการนำเสนอรายการ :

(1) ช่องทางสถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัลและช่วงเวลาออกอากาศ :

- ช่องอมรินทร์ทีวี เอชดี ช่อง 34 ทุกวันพฤหัสบดี – ศุกร์ เวลา 10.00 – 10.10 น. (เริ่มออกอากาศวันที่ 30 กันยายน 2564 – 18 กุมภาพันธ์ 2565)

(2) ช่องทางสื่อออนไลน์ :

- YouTube : เปาเปาผจญภัยในโลกนิทาน
- Facebook Fanpage : เปาเปาผจญภัยในโลกนิทาน

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 มีรายการที่เป็นประโยชน์ต่อ สาธารณะ สำหรับเด็กปฐมวัย (3-5 ปี) จำนวน 1 รายการ ได้แก่ รายการ “เปาเปาผจญภัยในโลก นิทาน” ความยาวตอนละ 10 นาที จำนวน 40 ตอน	จำนวน 40 ตอน ความยาว 10 นาที	จำนวน 40 ตอน ความยาว 10 นาที	เป็นไปตามแผน
3. การเผยแพร่รายการทาง ช่องทางสถานีโทรทัศน์ระบบ ดิจิทัล และ ช่องทางสื่อ ออนไลน์	เผยแพร่รายการทาง สื่อโทรทัศน์ที่ ให้บริการเป็นการ ทั่วไป (ทีวีดิจิทัล)	1) ช่องอมรินทร์ทีวี เอชดี ช่อง 34 2) YouTube 3) Facebook	เป็นไปตามแผน

ตัวชี้วัดความสำเร็จ	แผน	ผล	สรุปผล
มีการเผยแพร่รายการ "เปาเปา ผจญภัยในโลกนิทาน" ทางสื่อโทรทัศน์ที่ให้บริการเป็นการทั่วไป (ทีวีดิจิทัล) และสื่ออินเทอร์เน็ตที่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย อาทิเช่น YouTube Facebook Line เป็นต้น	และสื่ออินเทอร์เน็ตที่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย		
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 538,000 views	ค่าเฉลี่ยเรตติ้งของรายการ ไม่น้อยกว่า 0.05 หรือจำนวนการเข้ารับชมสื่อออนไลน์รวมกันไม่น้อยกว่า 538,000 views	1) ค่าเฉลี่ยเรตติ้งของรายการ 0.272 2) จำนวนการเข้ารับชมสื่อออนไลน์ 180,986 views	ไม่เป็นไปตามแผน

หมายเหตุ: ข้อมูลจากเอกสารส่งมอบรายงาน ครั้งที่ 4 โครงการรายการ "เปาเปาผจญภัยในโลกนิทาน"

2.2 การบริหารจัดการทรัพยากรบุคคล : ข้อมูลการจัดการบุคลากรในโครงการให้มีความเหมาะสมตามความเชี่ยวชาญ

รายการ เปาเปา ผจญภัยในโลกนิทาน มีการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลที่เหมาะสมตามความเชี่ยวชาญ

2.3 ปัญหาอุปสรรคหรือข้อจำกัดในการดำเนินงาน

- ไม่มี -

8. รายการ รากแก้ว เรนเจอร์



1. ข้อมูลพื้นฐาน

1.1 ชื่อโครงการ : โครงการปลูกรากแก้วแผ่นดิน รายการ “รากแก้วเรนเจอร์”

1.2 ชื่อหน่วยงาน : มูลนิธิแผ่นดินธรรม ในพระสังฆราชูปถัมภ์

1.3 รูปแบบรายการ : ความยาวตอนละ 15 นาที จำนวน 50 ตอน พร้อมคำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption) หรือล่ามภาษามือ (Sign Language Interpretation) และบริการ เสียงบรรยายภาพ (Audio Description) โดยการเล่านิทานผ่านตัวละครหุ่นมือหนู

1.4 วัตถุประสงค์ของรายการ :

- (1) เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดการผลิตรายการสำหรับเด็กปฐมภูมิ (3-5 ปี) ไปสู่เด็กและครอบครัว
- (2) เพื่อให้รายการได้เป็นสื่อกลางในการเรียนรู้ของเด็กและครอบครัว รวมทั้งพัฒนาองค์ความรู้ในเชิงสร้างสรรค์ ให้สามารถนำสาระความรู้จากรายการไปต่อยอด พัฒนาคุณภาพชีวิต
- (3) เพื่อสนับสนุนให้สถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัล มีรายการเนื้อหาเชิงสร้างสรรค์ มีคุณภาพนำเสนอต่อผู้ชมเพิ่มมากขึ้น
- (4) เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้เยาวชนมุ่งเน้นให้มีความกตัญญูกตเวทิต่อสถาบันชาติ ศาสนา และพระมหากษัตริย์
- (5) เพื่อนำเสนอ “คำพ่อสอน” (ในรัชกาลที่ 9) มาถ่ายทอดให้เด็กๆ ได้รับรู้ และเป็นแนวทางในการเติบโตขึ้นอย่างมีคุณภาพ

1.5 กลุ่มเป้าหมายของรายการ : กลุ่มเด็กปฐมวัยในช่วงอายุ 3-5 ปี และครอบครัว (กลุ่มเป้าหมายหลัก)

1.6 เนื้อหารายการโดยสรุป : เรื่องราวการส่งเสริมพัฒนาการของเด็กปฐมวัย (3-5 ปี) เล่าเรื่องคุณความดีและพระราชกรณียกิจของพระมหากษัตริย์ไทย ตัวอย่างเนื้อหา เช่น พระราชากับโครงการพระราชดำริ โครงการฝนหลวง เพื่อแก้ไขปัญหาความแห้งแล้งทางภาคตะวันออกเฉียงเหนือ หรือโครงการแก้มลิง เพื่อแก้ไขปัญหาอุทกภัยทางภาคใต้ของประเทศ เป็นต้น และยังนำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับคุณธรรมจริยธรรมเบื้องต้นที่ปรับใช้ในชีวิตประจำวัน เช่น การเป็นคนดี การไม่โกหก เพื่อให้เด็กๆ เข้าใจได้ง่าย

1.7 ประโยชน์จากการเผยแพร่รายการ :

- 1) กลุ่มเด็กและครอบครัว ที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย คือ กลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี) ได้รับความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ มีทางเลือกในการรับชมรายการที่มีเนื้อหาที่เหมาะสมกับช่วงวัยในการส่งเสริมพัฒนาการ และการเรียนรู้ของเด็กในวัยนี้มากขึ้นทั้งในด้านสติปัญญา อารมณ์และสังคม
- 2) ช่องรายการโทรทัศน์ระบบดิจิทัลมีรายการที่หลากหลายและมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งรายการสำหรับกลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี) โดยไม่ต้องจัดซื้อรายการมาจากต่างประเทศและยังสามารถแข่งขันกับต่างประเทศได้
- 3) สร้างแรงจูงใจให้กับผู้ผลิตในการผลิตรายการเชิงสร้างสรรค์ที่ส่งเสริมการพัฒนาการและการเรียนรู้สำหรับกลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี) และสามารถนำไปเป็นต้นแบบสำหรับการผลิตรายการเกี่ยวกับเด็กและครอบครัวได้ในอนาคต
- 4) เพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานให้กับผู้ผลิตในการผลิตเนื้อหารายการสำหรับกลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี) เพื่อให้เกิดการพัฒนาศักยภาพในด้านการผลิตรายการเชิงสร้างสรรค์ สำหรับเด็กและครอบครัวเพิ่มมากขึ้น
- 5) มีรายการที่มีคุณภาพ เหมาะสมสำหรับเด็กและครอบครัว อีกทั้งเป็นการสร้างทางเลือกในการรับชมให้กับผู้ชมกลุ่มเป้าหมาย

1.8 ระยะเวลาการนำเสนอรายการ : 50 ตอน ความยาวตอนละ 15 นาที

1.9 ช่องทางการนำเสนอรายการ :

(1) ช่องทางสถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัลและช่วงเวลาออกอากาศ :

- True 4U ช่อง 24 ทุกวันเสาร์ เวลา 08.45 – 09.00 น. และวันอาทิตย์ เวลา 08.53 – 09.08 น. (เริ่มออกอากาศวันที่ 3 กรกฎาคม 2564 – 26 ธันวาคม 2564)

(2) ช่องทางสื่อออนไลน์ :

- YouTube : รากแก้วเรนเจอร์
- Facebook Fanpage : รากแก้วเรนเจอร์ Rakkaew Ranger
- TikTok รากแก้วเรนเจอร์

2. ผลการผลิตรายการ

2.1 ตัวชี้วัดความสำเร็จ : ภาพรวมผลการดำเนินงานโดยเปรียบเทียบแผนและผลจากการดำเนินโครงการ

ตัวชี้วัดความสำเร็จ	แผน	ผล	สรุปผล
1. ระยะเวลาการดำเนินโครงการ ระยะเวลาที่ใช้ในการผลิตรายการ ตั้งแต่กระบวนการก่อนการผลิต ช่วงการผลิตรายการและหลังการ ผลิตรายการ	365 วัน / 12 เดือน	730 วัน / 24 เดือน	ไม่เป็นไปตามแผน
2. ผลการดำเนินงาน มีรายการที่เป็นประโยชน์ต่อ สาธารณะ สำหรับเด็กปฐมวัย (3-5 ปี) จำนวน 1 รายการ ได้แก่ รายการ “รากแก้วเรนเจอร์” ความยาวตอนละ 15 นาที จำนวน 50 ตอน	จำนวน 50 ตอน ความยาว 15 นาที	จำนวน 50 ตอน ความยาว 15 นาที	เป็นไปตามแผน
3. การเผยแพร่รายการทาง ช่องทางสถานีโทรทัศน์ระบบ ดิจิตอล และ ช่องทางสื่อ ออนไลน์ มีการเผยแพร่รายการ "รากแก้ว เรนเจอร์" ทางสื่อโทรทัศน์ที่ ให้บริการเป็นการทั่วไป (ทีวีดิจิตอล) และสื่ออินเทอร์เน็ตที่เป็นที่รู้จัก อย่างแพร่หลาย อาทิ เช่น YouTube Facebook Line เป็นต้น	เผยแพร่รายการทาง สื่อโทรทัศน์ที่ ให้บริการเป็นการ ทั่วไป (ทีวีดิจิตอล) และสื่ออินเทอร์เน็ตที่ เป็นที่รู้จักอย่าง แพร่หลาย	1) True 4U ช่อง 24 2) YouTube 3) Facebook 4) TikTok	เป็นไปตามแผน
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

ตัวชี้วัดความสำเร็จ	แผน	ผล	สรุปผล
5. สถิติการรับชมในแต่ละช่องทางที่เผยแพร่รายการ มีจำนวนการเข้ารับชมทางช่องโทรทัศน์ระบบดิจิทัล มีค่าเฉลี่ยเรตติ้งของรายการ ไม่น้อยกว่า 0.05 ตลอดระยะเวลาการออกอากาศ หรือจำนวนการเข้ารับชมสื่อออนไลน์รวมกันไม่น้อยกว่า 597,000 views	ค่าเฉลี่ยเรตติ้งของรายการ ไม่น้อยกว่า 0.05 หรือ จำนวนการเข้ารับชมสื่อออนไลน์รวมกัน ไม่น้อยกว่า 597,000 views	1) ค่าเฉลี่ยเรตติ้งของรายการ 0.08 2) จำนวนการเข้ารับชมสื่อออนไลน์ 815,140 views	เป็นไปตามแผน

หมายเหตุ: ข้อมูลจากเอกสารส่งมอบรายงาน ครั้งที่ 4 โครงการรายการ "รากแก้ว เรนเจอร์"

2.2 การบริหารจัดการทรัพยากรบุคคล : ข้อมูลการจัดการบุคลากรในโครงการให้มีความเหมาะสมตามความเชี่ยวชาญ

รายการ รากแก้วเรนเจอร์ มีการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลที่เหมาะสมตามความเชี่ยวชาญ

2.3 ปัญหาอุปสรรคหรือข้อจำกัดในการดำเนินงาน

สถานการณ์โรคระบาด โควิด-19 ในจังหวัดกรุงเทพมหานครและจังหวัดใกล้เคียงที่ทวีความรุนแรงมากขึ้น ส่งผลให้การดำเนินงานในการผลิตรายการ รากแก้วเรนเจอร์ นั้นเกิดปัญหาการถ่ายทำและการดำเนินการล่าช้ากว่ากำหนด เนื่องจากเจ้าหน้าที่ในการดำเนินโครงการต้องจัดการเรื่องการฉีดวัคซีน เพื่อป้องกันโรค และปฏิบัติตามกฎและมาตรการต่างๆ ในการป้องกันโรคดังกล่าว การจัดหาอุปกรณ์และการขนส่ง รวมไปถึงตารางงานการถ่ายทำรายการเกิดความล่าช้ากว่ากำหนดการเดิม ทำให้การส่งมอบงานเกิดความล่าช้า

9. รายการ FLY WORM หนอนน้อยผจญภัย



1. ข้อมูลพื้นฐาน

1.1 ชื่อโครงการ : โครงการ FLY WORM หนอนน้อยผจญภัย

1.2 ชื่อหน่วยงาน : บริษัท พีเจ เอาร์ทเซอร์วิซ จำกัด

1.3 รูปแบบรายการ : Animation รายการมุ่งเน้นให้เด็กปฐมวัย (อายุ 3 – 5 ปี) ได้เรียนรู้โลกกว้าง รู้ทันต่ออันตรายรอบตัว และการปรับตัวเข้ากับสังคมในยุคปัจจุบัน โดยจะมีการยกตัวอย่างเหตุการณ์จำลองที่เด็กๆ จะได้ร่วมชม และรู้สึกเหมือนได้แก้ปัญหาไปพร้อมกับเหล่าการ์ตูนตัวน้อยๆ

1.4 วัตถุประสงค์ของรายการ :

- (1) เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดการผลิตรายการสำหรับเด็กปฐมวัย (3 - 5 ปี) ไปสู่เด็กและครอบครัว
- (2) เพื่อให้รายการได้เป็นสื่อกลางในการเรียนรู้ของเด็กและครอบครัว รวมทั้งพัฒนาองค์ความรู้ในเชิงสร้างสรรค์ให้สามารถนำสาระความรู้จากรายการไปต่อยอดพัฒนาคุณภาพชีวิต
- (3) เพื่อสนับสนุนให้สถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัล มีรายการเนื้อหาเชิงสร้างสรรค์ มีคุณภาพนำเสนอต่อผู้ชมเพิ่มมากขึ้น

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

1.6 เนื้อหารายการโดยสรุป : Animation นำเสนอเรื่องราวการผจญภัยค้นหาความสามารถตนเอง ผ่านตัวละคร Animation หนอนน้อย ผ่านการยกตัวอย่างเหตุการณ์จำลองที่เด็กๆ จะได้ร่วมชม และรู้สึกเหมือนได้แก้ปัญหาไปพร้อมกับเหล่าการ์ตูนตัวน้อยๆ อาทิเช่น การสร้างเพื่อนใหม่ การจากลา การขอโทษผู้อื่น ฯลฯ

1.7 ประโยชน์จากการเผยแพร่รายการ :

- 1) กลุ่มเด็กและครอบครัว ที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย คือ กลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3 - 5 ปี) ได้รับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ มีทางเลือกในการรับชมรายการที่มีเนื้อหาที่เหมาะสมกับช่วงวัยในการส่งเสริมพัฒนาการและการเรียนรู้ของเด็กในวัยนี้มากขึ้น ทั้งในด้านสติปัญญา อารมณ์และ สังคม
- 2) ช่องรายการโทรทัศน์ระบบดิจิทัลมีรายการที่หลากหลาย และมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งรายการสำหรับเด็กปฐมวัย (อายุ 3 - 5 ปี) โดยไม่ต้องจัดซื้อรายการมาจากต่างประเทศ และยังสามารถแข่งขันกับต่างประเทศได้

- 3) สร้างแรงจูงใจให้กับผู้ผลิตในการผลิตรายการเชิงสร้างสรรค์ที่ส่งเสริมการพัฒนาการและการเรียนรู้สำหรับกลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3 - 5 ปี) และสามารถนำไปเป็นต้นแบบสำหรับการผลิตรายการเกี่ยวกับเด็กและครอบครัวได้ในอนาคต
- 4) เพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานให้กับผู้ผลิต ในการผลิตเนื้อหารายการสำหรับเด็กปฐมวัย (อายุ 3 - 5 ปี) เพื่อให้เกิดการพัฒนาศักยภาพในด้านการผลิตรายการเชิงสร้างสรรค์ สำหรับเด็กและครอบครัวเพิ่มมากขึ้น
- 5) มีรายการที่มีคุณภาพ เหมาะสมสำหรับเด็กและครอบครัว อีกทั้งเป็นการสร้างทางเลือกในการรับชมให้กับผู้ชมกลุ่มเป้าหมาย

1.8 ระยะเวลาการนำเสนอรายการ : 40 ตอน ความยาวตอนละ 5 นาที

1.9 ช่องทางการนำเสนอรายการ :

(1) ช่องทางสถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัลและช่วงเวลาออกอากาศ :

- ช่อง One31 ช่อง 31 ทุกวันเสาร์ – อาทิตย์ เวลา 07.00 – 07.08 น. (เริ่มออกอากาศวันที่ 1 พฤษภาคม 2564 – 12 กันยายน 2564)

(2) ช่องทางสื่อออนไลน์ :

- YouTube : FLY WORM หนอนน้อยผจญภัย

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 มีรายการที่เป็นประโยชน์ต่อ สาธารณะ สำหรับเด็กปฐมวัย (3-5 ปี) จำนวน 1 รายการ ได้แก่ รายการ “FLY WORM หนอนน้อย ผจญภัย” ความยาวตอนละ 5 นาที จำนวน 40 ตอน	จำนวน 40 ตอน ความยาว 5 นาที	จำนวน 40 ตอน ความยาว 5 นาที	เป็นไปตามแผน
3. การเผยแพร่รายการทาง ช่องทางสถานีโทรทัศน์ระบบ ดิจิทัล และช่องทางสื่อ ออนไลน์ มีการเผยแพร่รายการ " FLY WORM หนอนน้อยผจญภัย"	เผยแพร่รายการทาง สื่อโทรทัศน์ที่ ให้บริการเป็นการ ทั่วไป (ทีวีดิจิทัล) และสื่ออินเทอร์เน็ตที่	1) ช่อง One ช่อง 31 2) YouTube	เป็นไปตามแผน

ตัวชี้วัดความสำเร็จ	แผน	ผล	สรุปผล
ทางสื่อโทรทัศน์ที่ให้บริการเป็นการทั่วไป (ทีวีดิจิทัล) และสื่ออินเทอร์เน็ตที่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย อาทิเช่น YouTube Facebook Line เป็นต้น	เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย		
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 588,000 views	ค่าเฉลี่ยเรตติ้งของรายการ ไม่น้อยกว่า 0.05 หรือจำนวนการเข้ารับชมสื่อออนไลน์รวมกัน ไม่น้อยกว่า 588,000 views	1) ค่าเฉลี่ยเรตติ้งของรายการ 0.052 2) จำนวนการเข้ารับชมสื่อออนไลน์ 48,609 views	ไม่เป็นไปตามแผน

หมายเหตุ: ข้อมูลจากเอกสารส่งมอบรายงาน ครั้งที่ 4 โครงการรายการ "FLY WORM หนอนน้อยผจญภัย"

2.2 การบริหารจัดการทรัพยากรบุคคล : ข้อมูลการจัดการบุคลากรในโครงการให้มีความเหมาะสมตามความเชี่ยวชาญ

รายการ FLY WORM หนอนน้อยผจญภัย มีการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลที่เหมาะสมตามความเชี่ยวชาญ

2.3 ปัญหาอุปสรรคหรือข้อจำกัดในการดำเนินงาน

สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค COVID-19 ที่รุนแรงขึ้นส่งผลให้คณะรัฐบาลประกาศสถานการณ์ฉุกเฉิน ทำให้การประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเกิดความล่าช้า อาทิเช่น การติดต่อ การอัดเสียง ฯลฯ ที่ต้องใช้คนจำนวนหนึ่งไม่สามารถทำได้ตามเวลาที่กำหนด อย่างไรก็ตาม ทางบริษัทมีการแก้ไขปัญหาโดยการปรับแผนการดำเนินการ โดยเปลี่ยนเป็นการทำงานผ่านทางช่องทางออนไลน์หรือการจัดสรรเวลาเพื่อผลิตเปลี่ยนเข้าห้องบันทึกเสียง อีกทั้งยังจัดมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา (Covid - 19) อย่างเข้มงวด

10. รายการ Happy Family



1. ข้อมูลพื้นฐาน

1.1 ชื่อโครงการ : โครงการซื้อรายการ Happy Family

1.2 ชื่อหน่วยงาน : บริษัท จีเอ็มเอ็ม แชนแนล จำกัด

1.3 รูปแบบรายการ : รายการประเภทวาไรตี้ ที่นำเสนอเรื่องราวการทำภารกิจร่วมกันของครอบครัวประชาชนทั่วไป และ/หรือ ครอบครัวของศิลปิน ดารา นักแสดง และ/หรือผู้มีชื่อเสียง ตัวอย่างเช่น แม่กับลูก หรือ พ่อกับลูก และ/หรือ ญาติพี่น้อง

1.4 วัตถุประสงค์ของรายการ :

- (1) เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดการผลิตรายการสำหรับเด็กปฐมวัยในช่วงอายุ 3-5 ปี ไปสู่เด็กและครอบครัว
- (2) เพื่อให้รายการได้เป็นสื่อกลางในการเรียนรู้ของเด็กและครอบครัว รวมทั้งพัฒนาองค์ความรู้ในเชิงสร้างสรรค์ สามารถนำสาระความรู้จากรายการไปต่อยอด พัฒนาคุณภาพชีวิต
- (3) เพื่อสนับสนุนให้สถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัล มีรายการเนื้อหาเชิงสร้างสรรค์ มีคุณภาพนำเสนอต่อผู้ชมเพิ่มมากขึ้น

1.5 กลุ่มเป้าหมายของรายการ : กลุ่มเด็กปฐมวัยในช่วงอายุ 3-5 ปี เยาวชน และครอบครัว

1.6 เนื้อหารายการโดยสรุป : เชิญครอบครัวจากที่บ้าน และ/หรือ ครอบครัวของศิลปิน/ นักแสดง ตัวอย่างเช่น แม่กับลูก หรือ พ่อกับลูก และ/หรือ ญาติพี่น้อง โดยมีเด็กวัยปฐมวัย อายุ 3-5 ปี เข้ามาทำภารกิจ (mission) ที่ทางรายการกำหนด โดยกำหนดโจทย์ให้มีการใช้ทักษะความสามารถ และการส่งเสริมพัฒนาการของเด็ก ทางด้านสังคม สติปัญญา จิตใจ อารมณ์ ร่างกาย และเสริมสร้างพัฒนาการของเด็กปฐมวัย โดยมีผู้ดำเนินรายการที่มีชื่อเสียงเป็นตัวอย่างที่ดีของสังคม ที่จะนำทุกคนให้เพลิดเพลิน สนุกสนาน ไปด้วยความรักๆ ของเด็กและครอบครัว (คุณพ่อ และ/หรือ คุณแม่) และช่วงท้ายของรายการกำหนดให้มีการส่งเสริมความรู้ หรือแนะนำแนวทางการปฏิบัติ โดยแพทย์ผู้เชี่ยวชาญด้านเด็กและครอบครัว

ประโยชน์จากการเผยแพร่รายการ :

- 1) กลุ่มเด็กและครอบครัว ที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย คือ กลุ่มเด็กปฐมวัย (3-5 ปี) ได้รับความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ มีทางเลือกในการรับชมรายการที่มีเนื้อหาที่เหมาะสมกับช่วงวัยในการส่งเสริมพัฒนาการ และการเรียนรู้ของเด็กในวัยนี้มากขึ้น ทั้งในด้านสติปัญญา อารมณ์ และสังคม
- 2) ช่องรายการโทรทัศน์ระบบดิจิทัลมีรายการที่หลากหลาย และมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งรายการสำหรับกลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี) โดยไม่ต้องจัดซื้อรายการมาจากต่างประเทศ และยังสามารถแข่งขันกับต่างประเทศได้
- 3) สร้างแรงจูงใจให้กับผู้ผลิตในการผลิตรายการเชิงสร้างสรรค์ที่ส่งเสริมการพัฒนาการและการเรียนรู้สำหรับกลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี) และสามารถนำไปเป็นต้นแบบสำหรับการผลิตรายการเกี่ยวกับเด็กและครอบครัวได้ในอนาคต
- 4) เพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานให้กับผู้ผลิต ในการผลิตเนื้อหารายการสำหรับกลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี) เพื่อให้เกิดศักยภาพในด้านการผลิตรายการเชิงสร้างสรรค์ สำหรับเด็กและครอบครัวเพิ่มมากขึ้น
- 5) มีรายการที่มีคุณภาพ เหมาะสมสำหรับเด็กและครอบครัว อีกทั้งเป็นการสร้างทางเลือกในการรับชมให้กับผู้ชมกลุ่มเป้าหมาย

1.7 ระยะเวลาการนำเสนอรายการ : 13 ตอน ความยาวตอนละ 25 นาที

1.8 ช่องทางการนำเสนอรายการ :

(1) ช่องทางสถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัลและช่วงเวลาออกอากาศ :

- GMM ช่อง 25 ทุกวันอาทิตย์ เวลา 08.00 – 08.25 น. (เริ่มออกอากาศวันที่ 5 ธันวาคม 2564 – 27 กุมภาพันธ์ 2565)

(2) ช่องทางสื่อออนไลน์ :

- YouTube : GMM25Thailand

2. ผลการผลิตรายการ

2.1 ตัวชี้วัดความสำเร็จ : ภาพรวมผลการดำเนินงานโดยเปรียบเทียบแผนและผลจากการดำเนินโครงการ

ตัวชี้วัดความสำเร็จ	แผน	ผล	สรุปผล
1. ระยะเวลาการดำเนินโครงการ ระยะเวลาที่ใช้ในการผลิตรายการ ตั้งแต่กระบวนการก่อนการผลิต ช่วงการผลิตรายการและหลังการ ผลิตรายการ	390 วัน / 13 เดือน	390 วัน / 13 เดือน	เป็นไปตามแผน
2. ผลการดำเนินงาน มีรายการที่เป็นประโยชน์ต่อ สาธารณะ สำหรับเด็กปฐมวัย (3-5 ปี) จำนวน 1 รายการ ได้แก่ รายการ "Happy Family" ความยาวตอนละ 25 นาที จำนวน 13 ตอน	จำนวน 13 ตอน ความยาว 25 นาที	จำนวน 13 ตอน ความยาว 25 นาที	เป็นไปตามแผน
3. การเผยแพร่รายการทาง ช่องทางสถานีโทรทัศน์ระบบ ดิจิทัล และช่องทางสื่อ ออนไลน์ มีการเผยแพร่รายการ "Happy Family" ทางสื่อโทรทัศน์ที่ ให้บริการเป็นการทั่วไป (ทีวีดิจิทัล) และสื่ออินเทอร์เน็ตที่เป็นที่รู้จัก อย่างแพร่หลาย อาทิ เช่น YouTube Facebook Line เป็นต้น	เผยแพร่รายการทาง สื่อโทรทัศน์ที่ ให้บริการเป็นการ ทั่วไป (ทีวีดิจิทัล) และสื่ออินเทอร์เน็ตที่ เป็นที่รู้จักอย่าง แพร่หลาย	1) GMM ช่อง 25 2) YouTube	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 436,000 views	ค่าเฉลี่ยเรตติ้งของรายการ ไม่น้อยกว่า 0.05 หรือจำนวนการเข้ารับชมสื่อออนไลน์รวมกัน ไม่น้อยกว่า 436,000 views	1) ค่าเฉลี่ยเรตติ้งของรายการ 0.08 2) จำนวนการเข้ารับชมสื่อออนไลน์ 529,000 views	ไม่เป็นไปตามแผน

หมายเหตุ: ข้อมูลจากเอกสารส่งมอบรายงาน ครั้งที่ 4 โครงการรายการ "Happy Family"

2.2 การบริหารจัดการทรัพยากรบุคคล : ข้อมูลการจัดการบุคลากรในโครงการให้มีความเหมาะสมตามความเชี่ยวชาญ

รายการ Happy Family มีการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลที่เหมาะสมตามความเชี่ยวชาญ

2.3 ปัญหาอุปสรรคหรือข้อจำกัดในการดำเนินงาน

เนื่องจากในช่วงของการถ่ายทำรายการ เป็นช่วงที่มีการแพร่ระบาดของโควิด-19 อย่างหนัก ทำให้ในช่วงแรกๆ ไม่สามารถถ่ายทำและเผยแพร่รายการตามกำหนดระยะเวลาเดิมได้ จึงต้องมีการทำเรื่องขอขยายระยะเวลาสัญญากับทาง กทปส. ออกไป 90 วัน เพื่อรอให้สถานการณ์โควิด-19 ผ่อนคลายลง และสามารถดำเนินการถ่ายและเผยแพร่ตามรายละเอียดที่กำหนดในสัญญาได้

โครงการส่งเสริมการผลิตและออกอากาศเนื้อหา รายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะเกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสาร 5G

1. รายการ 5G New Life, New Change



1. ข้อมูลพื้นฐาน

1.1 ชื่อโครงการ : โครงการ 5G New Life, New Change

1.2 ชื่อหน่วยงาน : บริษัท ออลบิซ (2019) จำกัด

1.3 รูปแบบรายการ : รายการ "5G New Life, New Change" มีรูปแบบเป็นรายการเชิงสารคดี หรือ Documentary Feature Program (Mixed Motion Graphic) นำเสนอเรื่องราวที่น่าสนใจของเทคโนโลยี 5G ที่จะเข้ามามีบทบาทหรือสามารถนำมาประยุกต์ใช้งานได้หลายภาคส่วน ทั้งระบบสาธารณสุข ระบบคมนาคม ระบบการบริหารจัดการ (รวมถึง ระบบอุปโภค และบริโภค) และระบบอุตสาหกรรมต่างๆ (ได้แก่ อุตสาหกรรมการผลิต, อุตสาหกรรมการเกษตร, และอุตสาหกรรมการบริการและสื่อบันเทิง)

1.4 วัตถุประสงค์ของรายการ :

- (1) เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการผลิตเนื้อหารายการที่เป็นประโยชน์สาธารณะ และมีความสร้างสรรค์ น่าสนใจ มีคุณภาพ ซึ่งผู้ผลิตรายการจำนวนหนึ่งไม่สามารถดำเนินการได้หรือดำเนินการได้ยาก เพราะข้อจำกัดด้าน ต้นทุน หรือรายได้จากการโฆษณา
- (2) เพื่อให้รายการได้เป็นสื่อกลางในการสร้างความรู้ ความเข้าใจ ความตระหนักรู้ของประชาชนที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะเกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสาร 5G

1.5 กลุ่มเป้าหมายของรายการ : ประชาชนทั่วไป

1.6 เนื้อหารายการโดยสรุป : เป็นรายการที่มุ่งเน้นที่จะนำเสนอความรู้แก่ประชาชน ในด้านที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีการสื่อสาร 5G ทั้งประโยชน์ ข้อดี และการพัฒนาเทคโนโลยีต่างๆ ของ 5G เพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจ ความตระหนักรู้ของประชาชนที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ เกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสาร 5G ให้มากยิ่งขึ้น

1.7 ประโยชน์จากการเผยแพร่รายการ :

- 1) ประชาชนสามารถเข้าถึงเนื้อหารายการที่เป็นประโยชน์สาธารณะ และมีความสร้างสรรค์ น่าสนใจ มีคุณภาพ ซึ่งผู้ผลิตรายการจำนวนหนึ่งไม่สามารถดำเนินการได้หรือดำเนินการได้ยาก เพราะข้อจำกัดด้านต้นทุน หรือ รายได้จากการโฆษณา
- 2) ภาครัฐและประชาชนได้รับความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสาร 5G ทั้งของต่างประเทศและประเทศไทย เพื่อเป็นข้อมูลเปรียบเทียบ และสามารถนำไปปรับใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อตนเอง สังคม และ ประเทศต่อไป

1.8 ระยะเวลาการนำเสนอรายการ : 16 ตอน ระยะเวลาต่อตอน 25-30 นาที

1.9 ช่องทางการนำเสนอรายการ :

(1) ช่องทางสถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัลและช่วงเวลาออกอากาศ :

- ช่อง One31 ทุกวันอาทิตย์ สัปดาห์ละ 1 วัน เวลา 23.15 – 23.40 น. (เริ่มออกอากาศวันที่ 2 พฤษภาคม 2564)

(2) ช่องทางสื่อออนไลน์ :

- YouTube : 5G New Life, New Change
- Facebook Fanpage : 5G New Life, New Change
- Instagram : 5G New Life, New Change
- TikTok : 5G New Life, New Change
- Twitter : 5G New Life, New Change

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 มีรายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ เกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสาร 5G จำนวน 1 รายการ ได้แก่ รายการ “5G New Life, New Change” ความยาวตอนละ 25 - 30 นาที จำนวน 16 ตอน	จำนวน 16 ตอน ความยาว 25-30 นาที	จำนวน 16 ตอน ความยาว 25 นาที	เป็นไปตามแผน

ตัวชี้วัดความสำเร็จ	แผน	ผล	สรุปผล
<p>3. การเผยแพร่รายการทางช่องทางสถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัลและช่องทางสื่อออนไลน์</p> <p>มีการเผยแพร่รายการ "5G New Life, New Change" ทางสื่อโทรทัศน์ที่ให้บริการเป็นการทั่วไป (ทีวีดิจิทัล) และสื่ออินเทอร์เน็ตที่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย อาทิเช่น YouTube Facebook Line เป็นต้น</p>	<p>เผยแพร่รายการทางสื่อโทรทัศน์ที่ให้บริการเป็นการทั่วไป (ทีวีดิจิทัล) และสื่ออินเทอร์เน็ตที่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1) ช่อง One ช่อง 31 2) YouTube 3) Facebook 4) Instagram 5) TikTok 6) Twitter 	เป็นไปตามแผน
<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>	เป็นไปตามแผน
<p>5. สถิติการรับชมในแต่ละช่องทางที่เผยแพร่รายการ</p> <p>มีจำนวนการเข้ารับชมทางช่องโทรทัศน์ระบบดิจิทัล มีค่าเฉลี่ยเรตติ้งของรายการ ไม่น้อยกว่า 0.05 หรือจำนวนการเข้ารับชมสื่อออนไลน์รวมกัน ไม่น้อยกว่า 695,000 views หรือจำนวนการเข้ารับชมสื่อออนไลน์รวมกันไม่น้อยกว่า 695,000 views</p>	<p>ค่าเฉลี่ยเรตติ้งของรายการ ไม่น้อยกว่า 0.05 หรือจำนวนการเข้ารับชมสื่อออนไลน์รวมกัน ไม่น้อยกว่า 695,000 views</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1) ค่าเฉลี่ยเรตติ้งของรายการ 0.220 2) จำนวนการเข้ารับชมสื่อออนไลน์ 2,412,301 views 	เป็นไปตามแผน
<p>6. การสรุปองค์ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสาร 5G จากรายการ</p> <p>ประชาชนกลุ่มตัวอย่างที่รับชมรายการมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสาร 5G เพิ่มขึ้น ไม่น้อยกว่าร้อยละ 70 ของประชาชนกลุ่มตัวอย่าง</p>	<p>ความรู้ความเข้าใจของประชาชนกลุ่มตัวอย่าง เพิ่มขึ้น ไม่น้อยกว่า 70%</p>	<p>ความรู้ความเข้าใจของประชาชนกลุ่มตัวอย่าง เพิ่มขึ้น 83.00%</p>	เป็นไปตามแผน

หมายเหตุ: ข้อมูลจากเอกสารส่งมอบรายงาน ครั้งที่ 4 โครงการรายการ "5G New Life, New Change"

2.2 การบริหารจัดการทรัพยากรบุคคล : ข้อมูลการจัดการบุคลากรในโครงการให้มีความเหมาะสมตาม ความเชี่ยวชาญ

เนื่องด้วยในช่วงของการผลิตโครงการ เป็นช่วงที่มีการแพร่ระบาดของโควิด-19 ทำให้ มีมาตรการ
ป้องกันจากทางภาครัฐออกมาให้ประชาชนปฏิบัติตาม ทั้งการเว้นระยะห่างระหว่างบุคคล การจำกัดจำนวนคน
ในการเข้าสถานที่ต่างๆ ทำให้ทางรายการ 5G New Life, New Change ต้องมีการบริหารบุคลากรและบริหาร
เวลาในการทำงานให้เหมาะสมตามมาตรการของรัฐ โดยต้องให้ได้ประสิทธิภาพในการทำงานมากที่สุด

2.3 ปัญหาอุปสรรคหรือข้อจำกัดในการดำเนินงาน

ปัญหาจากการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา (Covid - 19) ส่งผลให้การประสานงาน การออกไปถ่าย
ทำรายการและฯลฯ กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือกับพิธีกรรายการเกิดความล่าช้าเนื่องจากไม่สามารถนัด
ปรึกษาหารือ และไม่สามารถปฏิบัติงานได้ตามปกติ มีการแก้ไขปัญหาในเบื้องต้นคือการปรับแผนการหารือโดย
เปลี่ยนเป็นการหารือผ่านทางช่องทางออนไลน์ และการออกกองถ่ายทำรายการ มีการกำหนดจำนวนผู้เข้า
กองถ่าย วัตถุประสงค์ และสวมใส่หน้ากากอนามัยตลอดเวลา โดยห้ามมิให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องเข้าไปในพื้นที่ถ่ายทำ
เพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา

ปัญหาการประสานงานเพื่อติดต่อขอภาพประกอบจากทั้งในและต่างประเทศ ส่งผลให้การติดต่อ
รายการเกิดความล่าช้า เนื่องจากต้องรอจดหมายตอบรับการอนุมัติให้ใช้ภาพประกอบจากทางบริษัทหรือ
แหล่งข้อมูลต้นฉบับ ทางคณะผู้จัดทำจึงได้ส่งจดหมายเพื่อขอใช้งานไปล่วงหน้า และหลายบริษัทหรือ
แหล่งข้อมูลต้นฉบับเพื่อให้มีภาพประกอบพร้อมใช้งานในการติดต่อรายการ

2. รายการ 5G 24 ชั่วโมง

1. ข้อมูลพื้นฐาน

1.1 ชื่อโครงการ : รายการ 5G 24 ชั่วโมง

1.2 ชื่อหน่วยงาน : บริษัท ไบรท์ ทวี จำกัด

1.3 รูปแบบรายการ : รายการประเภท ไลฟ์สดชื่อรายการ "5G 24 ชั่วโมง" ความยาวตอนละ 25 - 30 นาที จำนวน 12 ตอน พร้อมคำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption) หรือล่ามภาษามือ (Sign Language Interpretation) และบริการเสียงบรรยายภาพ (Audio Description) นำเสนอเรื่องราวเทคโนโลยีการสื่อสาร 5G ด้วยพิธีกรลงพื้นที่รีวิวและสาธิตการใช้งานเทคโนโลยีเทียบเคียงต่างประเทศ

1.4 วัตถุประสงค์ของรายการ :

- (1) เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการผลิตเนื้อหารายการที่เป็นประโยชน์สาธารณะ และมีความสร้างสรรค์ น่าสนใจ มีคุณภาพ ซึ่งผู้ผลิตรายการจำนวนหนึ่งไม่สามารถดำเนินการได้หรือดำเนินการได้ยาก เพราะข้อจำกัดด้าน ต้นทุน หรือรายได้จากการโฆษณา
- (2) เพื่อให้รายการได้เป็นสื่อกลางในการสร้างความรู้ ความเข้าใจ ความตระหนักรู้ของประชาชนที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะเกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสาร 5G

1.5 กลุ่มเป้าหมายของรายการ : ประชาชนทั่วไป

1.6 เนื้อหารายการโดยสรุป : รายการ "5G New Life, New Change" มีรูปแบบเป็นรายการเชิงสารคดี หรือ Documentary Feature Program (Mixed Motion Graphic) นำเสนอเรื่องราวที่น่าสนใจของเทคโนโลยี 5G ที่จะเข้ามามีบทบาทหรือสามารถนำมาประยุกต์ใช้งานได้ ในหลายภาคส่วน ทั้งระบบ สาธารณสุข ระบบคมนาคม ระบบการ บริหารจัดการ(รวมถึง ระบบอุปโภค และบริโภค) และระบบ อุตสาหกรรมต่างๆ (ได้แก่ อุตสาหกรรมการผลิต, อุตสาหกรรมการเกษตร, และอุตสาหกรรมการบริการ และสื่อบันเทิง)

1.7 ประโยชน์จากการเผยแพร่รายการ :

- 1) ประชาชนสามารถเข้าถึงเนื้อหารายการที่เป็นประโยชน์สาธารณะ และมีความสร้างสรรค์ น่าสนใจ มีคุณภาพ ซึ่งผู้ผลิตรายการจำนวนหนึ่งไม่สามารถดำเนินการได้หรือดำเนินการได้ยาก เพราะข้อจำกัด ด้านต้นทุน หรือ รายได้จากการโฆษณา
- 2) ภาครัฐและประชาชนได้รับความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสาร 5G ทั้งของต่างประเทศ และประเทศไทย เพื่อเป็นข้อมูลเปรียบเทียบ และสามารถนำไปปรับใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อตนเอง สังคม และ ประเทศต่อไป

1.8 ระยะเวลาการนำเสนอรายการ : 12 ตอน ความยาวตอนละ 25-30 นาที

1.9 ช่องทางการนำเสนอรายการ :

(1) ช่องทางสถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัลและช่วงเวลาออกอากาศ :

- ช่อง ไทยรัฐ TV 32 เวลา 23.00 – 23.30 น. (เริ่มตั้งแต่วันที่ 6 มิ.ย. – 22 ส.ค. 64)

(2) ช่องทางสื่อออนไลน์ :

- YouTube : 5G 24 ชั่วโมง
- Facebook: Bright Today
- Website : Brighttv.com

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 มีรายการที่เป็นประโยชน์ต่อ สาธารณะ เกี่ยวกับเทคโนโลยีการ สื่อสาร 5G จำนวน 1 รายการ ได้แก่ รายการ “5G New Life, New Change” ความยาวตอนละ 25 - 30 นาที จำนวน 16 ตอน	จำนวน 12 ตอน ความยาว 25-30 นาที	จำนวน 12 ตอน ความยาว 25-30 นาที	เป็นไปตามแผน
3. การเผยแพร่รายการทาง ช่องทางสถานีโทรทัศน์ระบบ ดิจิทัล และ ช่องทางสื่อ ออนไลน์ มีการเผยแพร่รายการ "5G New Life, New Change" ทาง สื่อ โทรทัศน์ที่ให้บริการเป็นการทั่วไป (ทีวีดิจิทัล) และสื่ออินเทอร์เน็ตที่ เป็นที่รู้จักอย่าง แพร่หลาย	เผยแพร่รายการทาง สื่อโทรทัศน์ที่ ให้บริการเป็นการ ทั่วไป (ทีวีดิจิทัล) และสื่ออินเทอร์เน็ตที่ เป็นที่รู้จักอย่าง แพร่หลาย	1) ช่องไทยรัฐ TV 32 2) YouTube 3) Facebook 4) Website	เป็นไปตามแผน

ตัวชี้วัดความสำเร็จ	แผน	ผล	สรุปผล
<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 695,000 views</p>	<p>ค่าเฉลี่ยเรตติ้งของรายการ ไม่น้อยกว่า 0.05 หรือจำนวนการเข้ารับชมสื่อออนไลน์รวมกัน ไม่น้อยกว่า 489,000 views</p>	<p>1) ค่าเฉลี่ยเรตติ้งของรายการ 0.071 2) จำนวนการเข้ารับชมสื่อออนไลน์ 131,590 views</p>	<p>ไม่เป็นไปตามแผน</p>
<p>6. การสรุปองค์ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสาร 5G จากรายการ</p> <p>ประชาชนกลุ่มตัวอย่างที่รับชมรายการมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสาร 5G เพิ่มขึ้น ไม่น้อยกว่าร้อยละ 70 ของประชาชนกลุ่มตัวอย่าง</p>	<p>ความรู้ความเข้าใจของประชาชนกลุ่มตัวอย่าง เพิ่มขึ้น ไม่น้อยกว่า 70%</p>	<p>ความรู้ความเข้าใจของประชาชนกลุ่มตัวอย่าง เพิ่มขึ้น ร้อยละ 99.97</p>	<p>เป็นไปตามแผน</p>

หมายเหตุ: ข้อมูลจากเอกสารส่งมอบรายงาน ครั้งที่ 4 โครงการรายการ "โครงการ 5G 24 ชั่วโมง"

2.2 การบริหารจัดการทรัพยากรบุคคล : ข้อมูลการจัดการบุคลากรในโครงการให้มีความเหมาะสมตาม ความเชี่ยวชาญ

รายการ 5G 24 ชั่วโมง มีการบริหารบุคลากรและบริหารเวลาในการทำงานให้เหมาะสมตามมาตรการ
ของรัฐ โดยต้องให้ได้ประสิทธิภาพในการทำงานมากที่สุดเพื่อรับมือกับการแพร่ระบาดของโควิด-19 เช่น
มีการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลที่เหมาะสมตามความเชี่ยวชาญ โดยหัวหน้าโครงการ ผู้อำนวยการผลิต
และผู้ประสานงาน

2.3 ปัญหาอุปสรรคหรือข้อจำกัดในการดำเนินงาน

ปัญหาจากการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา (Covid - 19) ส่งผลให้การประสานงาน การออกไปถ่าย
ทำรายการ และ ฯลฯ กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือกับพิธีกรรายการเกิดความล่าช้าเนื่องจากไม่สามารถนัด
ปรึกษาหารือ และไม่สามารถปฏิบัติงานได้ตามปกติ มีการแก้ไขปัญหาในเบื้องต้นคือการปรับแผนการหารือ
โดยเปลี่ยนเป็นการหารือผ่านทางช่องทางออนไลน์ และการออกกองถ่ายทำรายการ มีการกำหนดจำนวนผู้เข้า
กองถ่าย วัคซีนหมูมิ และสวมใส่หน้ากากอนามัยตลอดเวลา โดยห้ามมิให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องเข้าไปในพื้นที่ถ่ายทำ
เพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา

3. โครงการส่งเสริมการผลิตและออกอากาศเนื้อหา รายการที่เป็นประโยชน์กับสาธารณะ เกี่ยวกับเทคโนโลยีสื่อสาร 5G



1. ข้อมูลพื้นฐาน

- 1.1 ชื่อโครงการ : โครงการส่งเสริมการผลิตและออกอากาศเนื้อหารายการที่เป็นประโยชน์กับสาธารณะเกี่ยวกับเทคโนโลยีสื่อสาร 5G (รายการ 5G Smart Life)
- 1.2 ชื่อหน่วยงาน : บริษัท ไฮ-ไลค์ เอเจนซี จำกัด
- 1.3 รูปแบบรายการ : รายการประเภท วาไรตี้ชื่อรายการ "5G SMART LIFE" ความยาวตอนละ 10 - 15 นาที จำนวน 25 ตอน พร้อมคำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption) หรือล่ามภาษามือ (Sign Language Interpretation) และบริการเสียงบรรยายภาพ (Audio Description) นำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสาร 5G ของต่างประเทศเทียบเคียงประเทศไทย และสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญหรือกูรูด้านเทคโนโลยีการสื่อสาร 5G พร้อมจัดทำในรูปแบบ Viral clips หมายเหตุ เนื้อหารายการประมาณ 10 - 15 นาที
- 1.4 วัตถุประสงค์ของรายการ :
 - (1) เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการผลิตเนื้อหารายการที่เป็นประโยชน์สาธารณะ และมีความสร้างสรรค์ น่าสนใจ มีคุณภาพ ซึ่งผู้ผลิตรายการจำนวนหนึ่งไม่สามารถดำเนินการได้หรือดำเนินการได้ยาก เพราะข้อจำกัดด้าน ต้นทุน หรือรายได้จากการโฆษณา
 - (2) เพื่อให้รายการได้เป็นสื่อกลางในการสร้างความรู้ ความเข้าใจ ความตระหนักรู้ของประชาชนที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะเกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสาร 5G
- 1.5 กลุ่มเป้าหมายของรายการ : ประชาชนทั่วไป
- 1.6 เนื้อหารายการโดยสรุป : เป็นรายการที่มีเป้าหมายเพื่อให้ประชาชนทั่วไปได้รับชมรายการที่สร้างให้เกิดความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสาร 5G ของประชาชน และสามารถนำไปปรับใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อตนเอง สังคม และประเทศต่อไป ผ่านรายการ "5G SMART LIFE"

1.7 ประโยชน์จากการเผยแพร่รายการ :

- 1) ประชาชนสามารถเข้าถึงเนื้อหารายการที่เป็นประโยชน์สาธารณะ และมีความสร้างสรรค์ น่าสนใจ มีคุณภาพ ซึ่งผู้ผลิตรายการจำนวนหนึ่งไม่สามารถดำเนินการได้หรือดำเนินการได้ยาก เพราะข้อจำกัดด้านต้นทุน หรือ รายได้จากการโฆษณา
- 2) ภาครัฐและประชาชนได้รับความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสาร 5G ทั้งของต่างประเทศ และประเทศไทย เพื่อเป็นข้อมูลเปรียบเทียบ และสามารถนำไปปรับใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อตนเอง สังคม และ ประเทศต่อไป

1.8 ระยะเวลาการนำเสนอรายการ : 25 ตอน ความยาวตอนละ 10 - 15 นาที

1.9 ช่องทางการนำเสนอรายการ :

(1) ช่องทางสถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัลและช่วงเวลาออกอากาศ :

- ช่อง Amarin TV 34 HD

(2) ช่องทางสื่อออนไลน์ :

- YouTube : 5G SMART LIFE
- Facebook: 5G SMART LIFE

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 มีรายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ เกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสาร 5G จำนวน 1 รายการ ได้แก่ รายการ “5G New Life, New Change” ความยาวตอนละ 25 - 30 นาที จำนวน 16 ตอน	25 ตอน ความยาวตอนละ 10 - 15 นาที	25 ตอน ความยาวตอนละ 10 - 15 นาที	เป็นไปตามแผน

ตัวชี้วัดความสำเร็จ	แผน	ผล	สรุปผล
<p>3. การเผยแพร่รายการทางช่องทางสถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัลและช่องทางสื่อออนไลน์</p> <p>มีการเผยแพร่รายการ "5G New Life, New Change" ทางสื่อโทรทัศน์ที่ให้บริการเป็นการทั่วไป (ทีวีดิจิทัล) และสื่ออินเทอร์เน็ตที่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย อาทิเช่น YouTube Facebook Line เป็นต้น</p>	<p>เผยแพร่รายการทางสื่อโทรทัศน์ที่ให้บริการเป็นการทั่วไป (ทีวีดิจิทัล) และสื่ออินเทอร์เน็ตที่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย</p>	<p>1) ช่อง Amarin TV 34 HD</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 0.05 ตลอดระยะเวลาการออกอากาศ หรือจำนวนการเข้ารับชมสื่อออนไลน์รวมกัน</p>	<p>ค่าเฉลี่ยเรตติ้งของรายการ ไม่น้อยกว่า 0.05 หรือจำนวนการเข้ารับชมสื่อออนไลน์รวมกัน ไม่น้อยกว่า 425,000 views</p>	<p>ค่าเฉลี่ยเรตติ้งของรายการ ไม่น้อยกว่า 0.05 หรือจำนวนยอดรวมผู้เข้าถึงรายการผ่านสื่อสังคมออนไลน์ 287,603 คน และยอดรวมรับชมรายการผ่านสื่อสังคมออนไลน์ 38,147 คน รวมทั้งหมดเป็น 325,750 คน</p>	<p>ไม่เป็นไปตามแผน</p>

ตัวชี้วัดความสำเร็จ	แผน	ผล	สรุปผล
6. การสรุปองค์ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสาร 5G จากรายการ ประชาชนกลุ่มตัวอย่างที่รับชมรายการมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสาร 5G เพิ่มขึ้น ไม่น้อยกว่าร้อยละ 70 ของประชาชนกลุ่มตัวอย่าง	ความรู้ความเข้าใจของประชาชนกลุ่มตัวอย่าง เพิ่มขึ้น ไม่น้อยกว่า 70%	ความรู้ความเข้าใจของประชาชนกลุ่มตัวอย่าง เพิ่มขึ้น 87.99%*	เป็นไปตามแผน

หมายเหตุ: ข้อมูลจากเอกสารส่งมอบรายงาน ครั้งที่ 4 โครงการรายการ "รายการ 5G Smart Life"

2.2 การบริหารจัดการทรัพยากรบุคคล : ข้อมูลการจัดการบุคลากรในโครงการให้มีความเหมาะสมตามความเชี่ยวชาญ

รายการ 5G SMART LIFE มีการบริหารบุคลากรและบริหารเวลาในการทำงานให้เหมาะสมตามมาตรการของรัฐ มีการใช้บุคลากรที่มีความรู้ความสามารถทั้งทางด้านภาษาไทยและภาษาอังกฤษเนื่องจากต้องมีการติดต่อสื่อสารกับแหล่งข้อมูล และผู้เชี่ยวชาญจากต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง

2.3 ปัญหาอุปสรรคหรือข้อจำกัดในการดำเนินงาน

ปัญหาจากการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา (Covid - 19) ส่งผลให้การประสานงาน การออกไปถ่ายทำรายการ และฯลฯ กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเกิดความล่าช้า และไม่สามารถปฏิบัติงานได้ตามปกติ แต่ทีมงานได้มีการปรับใช้เทคโนโลยีการสื่อสารทางไกลเพื่อให้สามารถสื่อสารกับผู้เชี่ยวชาญในต่างประเทศได้อย่างต่อเนื่อง และมีการใช้บุคลากรในพื้นที่เพื่อถ่ายทำ และเก็บข้อมูลโดยที่ทีมงานในประเทศไทยไม่จำเป็นต้องเดินทางไปด้วยตัวเอง

4. รายการ 5G Freedom



1. ข้อมูลพื้นฐาน

1.1 ชื่อโครงการ : รายการ 5G Freedom

1.2 ชื่อหน่วยงาน : บริษัท เก็ท ไลฟ์ แมเนจเม้นท์ จำกัด

1.3 รูปแบบรายการ : รายการประเภท วาไรตี้ชื่อรายการ "5G Freedom" ความยาวตอนละ 25 - 30 นาที จำนวน 12 ตอน พร้อมคำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption) หรือล่ามภาษามือ (Sign Language Interpretation) และบริการเสียงบรรยายภาพ (Audio Description) นำเสนอเรื่องราวเทคโนโลยีการสื่อสาร 5G ด้วยวิธีการลงพื้นที่รีวิวและสาธิตการใช้งานเทคโนโลยีเทียบเคียงต่างประเทศ

1.4 วัตถุประสงค์ของรายการ :

- (1) เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการผลิตเนื้อหารายการที่เป็นประโยชน์สาธารณะ และมีความสร้างสรรค์ น่าสนใจ มีคุณภาพ ซึ่งผู้ผลิตรายการจำนวนหนึ่งไม่สามารถดำเนินการได้หรือดำเนินการได้ยาก เพราะข้อจำกัดด้าน ต้นทุน หรือรายได้จากการโฆษณา
- (2) เพื่อให้รายการได้เป็นสื่อกลางในการสร้างความรู้ ความเข้าใจ ความตระหนักรู้ของประชาชนที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะเกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสาร 5G

1.5 กลุ่มเป้าหมายของรายการ : ประชาชนทั่วไป

1.6 เนื้อหารายการโดยสรุป : เป็นรายการที่จะนำพาทุกคนไปเห็นเทคโนโลยี ที่ใช้การสื่อสารระบบ 5G ของจริง!! ทั้งในประเทศ และ ต่างประเทศหรือ หน่วยงานต่างๆ ที่กำลังวิจัยการนำเทคโนโลยี 5G มาใช้หรือสถาบันการศึกษาที่นำเอาระบบ 5G มาพัฒนาต่อยอดทั้งด้านการศึกษา การเกษตร ยานยนต์ การแพทย์ เป็นต้น

1.7 ประโยชน์จากการเผยแพร่รายการ :

- 1) ประชาชนสามารถเข้าถึงเนื้อหารายการที่เป็นประโยชน์สาธารณะ และมีความสร้างสรรค์ น่าสนใจ มีคุณภาพ ซึ่งผู้ผลิตรายการจำนวนหนึ่งไม่สามารถดำเนินการได้หรือดำเนินการได้ยาก เพราะข้อจำกัดด้านต้นทุน หรือ รายได้จากการโฆษณา
- 2) ภาครัฐและประชาชนได้รับความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสาร 5G ทั้งของต่างประเทศ และประเทศไทย เพื่อเป็นข้อมูลเปรียบเทียบ และสามารถนำไปปรับใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อตนเอง สังคม และ ประเทศต่อไป

1.8 ระยะเวลาการนำเสนอรายการ : 12 ตอน ความยาวตอนละ 25-30 นาที

1.9 ช่องทางการนำเสนอรายการ :

(1) ช่องทางสถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัลและช่วงเวลาออกอากาศ :

- ช่อง ไทยรัฐ TV 32HD

(2) ช่องทางสื่อออนไลน์ :

- YouTube : 5G Freedom
- Facebook: 5G Freedom

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 มีรายการที่เป็นประโยชน์ต่อ สาธารณะ เกี่ยวกับเทคโนโลยีการ สื่อสาร 5G จำนวน 1 รายการ ได้แก่ รายการ “5G New Life, New Change” ความยาวตอนละ 25 - 30 นาที จำนวน 16 ตอน	จำนวน 12 ตอน ความยาว 25-30 นาที	จำนวน 12 ตอน ความยาว 25-30 นาที	เป็นไปตามแผน
3. การเผยแพร่รายการทาง ช่องทางสถานีโทรทัศน์ระบบ ดิจิทัล และ ช่องทางสื่อ ออนไลน์ มีการเผยแพร่รายการ "5G New Life, New Change" ทาง สื่อ โทรทัศน์ที่ให้บริการเป็นการทั่วไป (ทีวีดิจิทัล) และสื่ออินเทอร์เน็ตที่ เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย อาทิเช่น YouTube Facebook Line เป็นต้น	เผยแพร่รายการทาง สื่อโทรทัศน์ที่ ให้บริการเป็นการ ทั่วไป (ทีวีดิจิทัล) และสื่ออินเทอร์เน็ตที่ เป็นที่รู้จักอย่าง แพร่หลาย	1) ช่องไทยรัฐ TV 32 2) YouTube 3) Facebook	เป็นไปตามแผน

ตัวชี้วัดความสำเร็จ	แผน	ผล	สรุปผล
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 หรือจำนวนการเข้ารับชมสื่อออนไลน์รวมกัน ไม่น้อยกว่า 695,000 views	ค่าเฉลี่ยเรตติ้งของรายการ ไม่น้อยกว่า 0.05 หรือจำนวนการเข้ารับชมสื่อออนไลน์รวมกัน ไม่น้อยกว่า 402,000 views	ค่าเฉลี่ยเรตติ้งของรายการ ไม่น้อยกว่า 0.05 หรือจำนวนการเข้ารับชมสื่อออนไลน์รวมกัน ไม่น้อยกว่า 559,672 views	เป็นไปตามแผน
6. การสรุปองค์ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสาร 5G จากรายการ ประชาชนกลุ่มตัวอย่างที่รับชมรายการมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสาร 5G เพิ่มขึ้น ไม่น้อยกว่าร้อยละ 70 ของประชาชนกลุ่มตัวอย่าง	ความรู้ความเข้าใจของประชาชนกลุ่มตัวอย่าง เพิ่มขึ้น ไม่น้อยกว่า 70%	ความรู้ความเข้าใจของประชาชนกลุ่มตัวอย่าง เพิ่มขึ้น 80.07%	เป็นไปตามแผน

หมายเหตุ: ข้อมูลจากเอกสารส่งมอบรายงาน ครั้งที่ 4 โครงการรายการ "รายการ 5G Freedom"

2.2 การบริหารจัดการทรัพยากรบุคคล : ข้อมูลการจัดการบุคลากรในโครงการให้มีความเหมาะสมตามความเชี่ยวชาญ

รายการ 5G Freedom มีการบริหารบุคลากรและบริหารเวลาในการทำงานให้เหมาะสมตามมาตรการของรัฐ โดยต้องให้ได้ประสิทธิภาพในการทำงานมากที่สุดเพื่อรับมือกับการแพร่ระบาดของโควิด-19 เช่น มีการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลที่เหมาะสมตามความเชี่ยวชาญ โดยหัวหน้าโครงการ ผู้อำนวยการผลิต และผู้ประสานงาน

2.3 ปัญหาอุปสรรคหรือข้อจำกัดในการดำเนินงาน

ปัญหาจากการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา (Covid - 19) ส่งผลให้การประสานงาน การออกไปถ่ายทำรายการ และ ฯลฯ กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเกิดความล่าช้า และไม่สามารถปฏิบัติงานได้ตามปกติ แต่ไม่มีผลกับการดำเนินงานในภาพรวมเนื่องจากทีมงานได้มีการวางแผนการทำงาน และใช้ช่องทางออนไลน์เข้ามาช่วยในการติดต่อประสานงานมากขึ้น

โครงการผลิตสารคดีเพื่อส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพชีวิต ของประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนใต้

1. รายการ เชื่อมใจใต้



1. ข้อมูลพื้นฐาน

1.1 ชื่อโครงการ : โครงการสารคดี “เชื่อมใจใต้”

1.2 ชื่อหน่วยงาน : บริษัท ไทยนิวส์ เน็ตเวิร์ค (ทีเอ็นเอ็น) จำกัด

1.3 รูปแบบรายการ : รายการประเภท สารคดีโทรทัศน์ ที่นำเสนอเรื่องราวการพัฒนาคุณภาพชีวิต ศาสนา ศิลปวัฒนธรรม วิถีชีวิตของสังคมพหุวัฒนธรรมรวมทั้งมุสลิมสายกลางทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมาย คือ เยาวชน และประชาชนทั่วไป ได้มีความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับข้อเท็จจริงในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนใต้ และสนับสนุนการอยู่ร่วมกันอย่างสันติสุขทุกศาสนา

1.4 วัตถุประสงค์ของรายการ :

- (1) ผลิตสารคดีนำเสนอเรื่องราวการพัฒนาคุณภาพชีวิต ศาสนา ศิลปวัฒนธรรม วิถีชีวิตของสังคมพหุวัฒนธรรมรวมทั้งมุสลิมสายกลางทั้งในประเทศและต่างประเทศ
- (2) เพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับข้อเท็จจริงในพื้นที่ สร้างความเข้าใจอันดีซึ่งกันและกันของประชาชนในชุมชน ลดความขัดแย้ง และความรุนแรงให้เกิดขึ้นอย่างยั่งยืน รวมทั้งสร้างความเข้าใจของประชาชนทั่วไป ภายนอกพื้นที่ ทั้งชาวไทยและต่างประเทศ
- (3) เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการอยู่ร่วมกันอย่างสันติสุขระหว่างทุกศาสนาของประชาชน ชุมชน และสังคมในพื้นที่ภายใต้หลักการเอกภาพบนความหลากหลายแตกต่างแต่ไม่แตกแยก
- (4) เพื่อเป็นแบบอย่างที่ดีของสื่อ ในการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร ข้อเท็จจริงที่ถูกต้องและเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชน และสังคมประเทศ
- (5) นำเสนอข้อมูลเชิงบวกและสร้างสรรค์จากประสบการณ์จริงบนพื้นฐานข้อเท็จจริงและความจริงของเยาวชน โครงการ "สานใจไทยสู่ใจใต้"
- (6) ประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ สามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารจากแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้ มีความเข้าใจอันดีที่ถูกต้องเกี่ยวกับข้อเท็จจริงที่ถูกบิดเบือนถ่ายทอดวิถีชีวิตการอยู่ร่วมกันอย่างสันติสุขของทุกศาสนา

1.5 กลุ่มเป้าหมายของรายการ : เยาวชน และประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนใต้ ประชาชนทั่วไป ทั้งชาวไทยและต่างชาติ

1.6 เนื้อหารายการโดยสรุป : สารคดีโทรทัศน์ ว่าด้วยเรื่องราวของชีวิตและการต่อสู้ ของตัวละครที่เป็น เยาวชนจากโครงการสานใจไทยสู่ใจใต้ จุดพลิกผันที่เปลี่ยนแปลงชีวิต ประโยชน์ที่ได้รับจากการเข้าร่วม โครงการสานใจไทยสู่ใจใต้ และความสำเร็จของชีวิตปัจจุบันที่ถ่ายทอดเป็นแรงบันดาลใจแก่เยาวชน รุ่นหลังและการสร้างประโยชน์ต่อชุมชนท้องถิ่น

1.7 ประโยชน์จากการเผยแพร่รายการ :

- 1) ประชาชนที่ได้รับชมรายการโทรทัศน์ มีองค์ความรู้ที่ถูกต้องและเป็นประโยชน์ต่อการดำรงชีวิต
- 2) เกิดเครือข่ายประชาชนในพื้นที่ ได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้ความเป็นอยู่รวมพหุวัฒนธรรมเดียวกัน นำไปสู่ การพัฒนาสังคมให้สงบสุขอย่างถาวร
- 3) ประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ เกิดแรงบันดาลใจ ได้เห็นต้นแบบการ ดำเนินชีวิตของ เยาวชนที่ได้รับการส่งเสริมพัฒนาคุณภาพชีวิต และเติบโตขึ้นอย่างมีคุณภาพ
- 4) ประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้และประชาชนทั่วไปเกิดความเข้าใจอันดีที่ถูกต้องอันนำไปสู่ การลดความขัดแย้งและความรุนแรงในพื้นที่
- 5) เป็นรายการสารคดีต้นแบบที่สร้างแรงบันดาลใจให้กับผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ โดยนำเสนอข้อมูลเชิง บวกและสร้างสรรค์

1.8 ระยะเวลาการนำเสนอรายการ : 40 ตอน ความยาวตอนละ 30 นาที

1.9 ช่องทางการนำเสนอรายการ :

(1) ช่องทางสถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัลและช่วงเวลาออกอากาศ :

- TNN ช่อง 16 ทุกวันเสาร์ – อาทิตย์ เวลา 13.00 – 13.30 น. (เริ่มออกอากาศวันที่ 22 ตุลาคม – 5 มีนาคม 2566)

(2) ช่องทางสื่อออนไลน์ :

- Line : TNN
- YouTube : TNN
- Facebook Fanpage : TNN

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 มีรายการสารคดี “เชื่อมโยงใจใต้” ความยาว 30 นาทีต่อตอน จำนวน 40 ตอน	จำนวน 40 ตอน ความยาว 30 นาที	จำนวน 40 ตอน ความยาว 30 นาที	เป็นไปตามแผน
3. การเผยแพร่รายการทาง ช่องทางสถานีโทรทัศน์ระบบ ดิจิทัล และ ช่องทางสื่อ ออนไลน์ มีการเผยแพร่รายการ "เชื่อมโยงใจใต้" ทางสื่อโทรทัศน์ที่ให้บริการเป็นการ ทั่วไป (ทีวีดิจิทัล) และสื่อ อินเทอร์เน็ตที่เป็นที่รู้จักอย่าง แพร่หลาย อาทิเช่น YouTube Facebook Line เป็นต้น	เผยแพร่รายการทาง สื่อโทรทัศน์ที่ ให้บริการเป็นการ ทั่วไป (ทีวีดิจิทัล) และสื่ออินเทอร์เน็ตที่ เป็นที่รู้จักอย่าง แพร่หลาย	1) TNN ช่อง 16 2) YouTube 3) Facebook 4) Line	เป็นไปตามแผน
4. การบริการเพื่อส่งเสริมการ เข้าถึงของคนพิการ มีบริการคำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption: CC) หรือล่าม ภาษา มี อ (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

ตัวชี้วัดความสำเร็จ	แผน	ผล	สรุปผล
<p>5. สถิติการรับชมในแต่ละช่องทางที่เผยแพร่รายการ</p> <p>มีจำนวนการเข้ารับชมสื่อออนไลน์รวมกันไม่น้อยกว่า 4,000,000 views และมีจำนวนผู้ติดตามบัญชี Line และ Facebook รวมกันไม่น้อยกว่า 100,000 คน</p>	<p>1) จำนวนการเข้ารับชมสื่อออนไลน์รวมกันไม่น้อยกว่า 4,000,000 views</p> <p>2) จำนวนผู้ติดตามบัญชี Line และ Facebook รวมกันไม่น้อยกว่า 100,000 คน</p>	<p>1) จำนวนการเข้ารับชมสื่อออนไลน์ 761,285 views</p> <p>2) จำนวนผู้ติดตามบัญชี Line และ Facebook 1.1 ล้านคน</p> <p>3) ค่าเฉลี่ยเรตติ้งของรายการ 1.41</p>	เป็นไปตามแผน
<p>6. การสรุปองค์ความรู้เกี่ยวกับการส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้</p> <p>ประชาชนกลุ่มตัวอย่างที่รับชมรายการมีความรู้ความเข้าใจเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 70 ของประชาชนกลุ่มตัวอย่าง</p>	<p>ความรู้ความเข้าใจของประชาชนกลุ่มตัวอย่าง เพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่า 70%</p>	<p>ประชาชนกลุ่มตัวอย่าง มีความพึงพอใจของผู้ชมกลุ่มเป้าหมาย 85%</p>	เป็นไปตามแผน
<p>7. การประเมินผลความพึงพอใจของผู้ชมรายการที่จัดทำโดยผู้ผลิตรายการ</p> <p>มีการประเมินผลความพึงพอใจของผู้ชม โดยระดับความพึงพอใจอย่างน้อยต้องอยู่ในระดับดีหรือไม่น้อยกว่า 8 คะแนนจาก 10 คะแนน</p>	<p>ความพึงพอใจของผู้ชมกลุ่มเป้าหมายไม่น้อยกว่า 80%</p>	<p>ความพึงพอใจของผู้ชมกลุ่มเป้าหมาย 85%</p>	เป็นไปตามแผน

หมายเหตุ: ข้อมูลจากเอกสารส่งมอบรายงาน งวดที่ 4 ฉบับสมบูรณ์ รายการ “เชื่อมโยงใจได้”

2.2 การบริหารจัดการทรัพยากรบุคคล : ข้อมูลการจัดการบุคลากรในโครงการให้มีความเหมาะสมตาม ความเชี่ยวชาญ

รายการ เชื่อมใจได้ มีการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลที่เหมาะสมตามความเชี่ยวชาญ และวางแผน
จัดหาบุคลากรที่มีคุณสมบัติและจำนวนให้เพียงพอต่อการดำเนินการโครงการฯ ให้สำเร็จ

2.3 ปัญหาอุปสรรคหรือข้อจำกัดในการดำเนินงาน

เนื่องจากลักษณะพิเศษของสามจังหวัดชายแดนภาคใต้คือวัฒนธรรมของประชากรในพื้นที่ที่แตกต่างไป
จากส่วนอื่นของประเทศไทย ประชากรส่วนใหญ่ นับถือศาสนาอิสลาม มีประชากรนับถือพุทธอาศัยอยู่เป็นส่วน
น้อยกระจายอยู่ในเขตเมืองและชนบทของพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ประกอบด้วย จังหวัดปัตตานี
ยะลา และนราธิวาส วิธีการดำเนินชีวิตของประชาชนในพื้นที่นี้จึงมีอัตลักษณ์ที่เฉพาะและชัดเจน ทั้งภาษาที่มี
ภาษามลายูเป็นภาษาพูดในชีวิตประจำวัน ขนบธรรมเนียมประเพณีและวัฒนธรรมที่สอดคล้องกับศาสนา
อิสลามและมีความแตกต่างจากวัฒนธรรมหลักของคนไทยในพื้นที่และโดยทั่วไป อีกทั้งยังเป็นพื้นที่ที่มี
สภาพแวดล้อมและบริบทที่แตกต่างจากพื้นที่อื่น ทั้งในแง่ของความเป็นมาทางประวัติศาสตร์ ความหลากหลาย
ทางเชื้อชาติ ศาสนาและวัฒนธรรม รวมถึงการเกิดสถานการณ์ความไม่สงบในพื้นที่อย่างต่อเนื่อง ก่อให้เกิด
ผลกระทบต่อการดำรงชีวิตและการประกอบอาชีพของประชาชน แม้แต่การดำเนินงานตามภารกิจของ
หน่วยงานภาครัฐและเอกชนก็จำเป็นต้องปรับตัวให้มีทิศทางที่สอดคล้องกับบริบทด้านพื้นที่เปลี่ยนแปลงไป

การผลิตรายการโทรทัศน์ที่ฉายภาพความเป็นท้องถิ่นชายแดนภาคใต้ จึงจำเป็นต้องสะท้อนข้อเท็จจริง
นอกเหนือไปจากความแตกต่างในรูปธรรมทางขนบธรรมเนียมประเพณี แต่ควรให้ความสำคัญในระดับ
“สำนึกคิด” ว่าคนท้องถิ่นคิดอะไร มีข้อเรียกร้องอย่างไร ทั้งในแง่ข้อเรียกร้องทั่วไป หรือข้อเสนอทางการเมือง
การสะท้อนปัญหา ผลกระทบในการดำรงชีวิต การฉายภาพข้อเท็จจริงโดยไม่ตัดทอนเพียงเพราะกระทบต่อ
แนวคิดความเป็นศูนย์กลาง ข้อจำกัดในด้านความมั่นคง จนไม่อาจนำเสนอข้อเท็จจริงบางเรื่องได้ ก่อให้เกิด
ความไม่ไว้วางใจต่อผู้ผลิต คนนอกพื้นที่ที่ยังมองผู้คนในพื้นที่ชายแดนภาคใต้โดยไม่ได้อยู่บนพื้นฐานข้อเท็จจริง
ทุกอย่าง การยอมรับฟังความคิดเห็นอย่างจริงจัง จะช่วยนำไปสู่กระบวนการแก้ไขปัญหาความขัดแย้งต่อไป

2. รายการ เพลินทุกจุดที่สุดสยาม



1. ข้อมูลพื้นฐาน

1.1 ชื่อโครงการ : โครงการผลิตรายการสารคดี “เพลินทุกจุด ที่สุดสยาม”

1.2 ชื่อหน่วยงาน : บริษัท เพอร์เซ็ปชั่น วัน จำกัด

1.3 รูปแบบรายการ : รายการประเภท สารคดีเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ ด้านศาสนา ศิลปวัฒนธรรม และวิถีชีวิตที่เป็นการเปิดมุมมองใหม่อันเป็นการให้ความรู้ใหม่แก่สังคม ก่อให้เกิดการตื่นรู้ ได้แย้งและหักล้างการบิดเบือนข้อมูล เกิดคุณค่าต่อชุมชน วิถีชีวิตและประเทศชาติ

1.4 วัตถุประสงค์ของรายการ :

- (1) เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการผลิตรายการโทรทัศน์ ที่นำเสนอข้อเท็จจริงเชิงบวกและสร้างสรรค์เกี่ยวกับ คุณภาพชีวิต ศาสนา ศิลปวัฒนธรรม และวิถีชีวิตของสังคมพหุวัฒนธรรม รวมทั้งมุสลิมสายกลางทั้งในประเทศและต่างประเทศ
- (2) เพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับข้อเท็จจริงในพื้นที่ สร้างความเข้าใจอันดีซึ่งกันและกันของประชาชนในชุมชน ลดความขัดแย้งและความรุนแรงให้เกิดขึ้นอย่างยั่งยืน รวมทั้ง ส่งเสริมความเข้าใจของประชาชนทั่วไป ภายนอกพื้นที่ทั้งชาวไทยและต่างชาติ
- (3) เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการอยู่ร่วมกันอย่างสันติสุขระหว่างทุกศาสนาของประชาชน ชุมชน และสังคมในพื้นที่ภายใต้หลักการเอกภาพบนความหลากหลาย แตกต่างแต่ไม่แตกแยก
- (4) เพื่อเป็นแบบอย่างที่ดีของสื่อในการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร ข้อเท็จจริงที่ถูกต้องและเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชน และสังคมประเทศ

1.5 กลุ่มเป้าหมายของรายการ : ประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนใต้ ประชาชนทั่วไปทั้งชาวไทยและต่างชาติ

1.6 เนื้อหารายการโดยสรุป : สารคดีโทรทัศน์ ที่นำเสนอข้อมูลของแต่ละอำเภอ ในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนใต้ จังหวัดยะลา ปัตตานี และนราธิวาส เล่าเรื่องผ่านประสบการณ์ตรงของพิธีกร ประกอบกับการพูดคุยเพื่อฟังการบอกเล่าจากคนในพื้นที่ เสริมด้วยบทสัมภาษณ์ของเจ้าหน้าที่รัฐในบางตอนที่เนื้อหาของ การนำเสนอมีความเกี่ยวข้องกับหน่วยงานโดยตรง

1.7 ประโยชน์จากการเผยแพร่รายการ :

- 1) เกิดรายการโทรทัศน์ ประเภทสารคดีเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ ด้านศาสนา ศิลปวัฒนธรรม และวิถีชีวิตที่เป็นการเปิดมุมมองใหม่อันเป็นการให้ความรู้ใหม่แก่สังคม ก่อให้เกิดการตื่นรู้ โต้แย้งหักล้างการบิดเบือนข้อมูล เกิดคุณค่าต่อชุมชน วิถีชีวิตและประเทศชาติ
- 2) เกิดความเข้าใจอันดีของคนในพื้นที่ อันจะนำไปสู่ความสามัคคีที่ขยายวงกว้างในอนาคต
- 3) เกิดการอยู่ร่วมกันอย่างสันติสุขระหว่างทุกศาสนาของประชาชน ชุมชน และสังคมในพื้นที่เกิดความเข้มแข็ง

1.8 ระยะเวลาการนำเสนอรายการ : 22 ตอน ความยาวตอนละ 25 นาที

1.9 ช่องทางการนำเสนอรายการ :

(1) ช่องทางสถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัลและช่วงเวลาออกอากาศ :

- ไทยรัฐ TV ช่อง 32 ทุกวันเสาร์ – อาทิตย์ เวลา 06.30 – 07.00 น. (เริ่มออกอากาศวันที่ 15 มกราคม – 27 มีนาคม 2566)

(2) ช่องทางสื่อออนไลน์ :

- Facebook Fanpage : เฟลิ่งทุกจุด ที่สุดสยาม
- Youtube : PlearnTookJud
- Line OA : @PlearnTookJud

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 มีรายการสารคดี “เฟลิ่งทุกจุด ที่ สุดสยาม” ความยาว 25-30 นาที ต่อตอน จำนวน 22 ตอน	จำนวน 22 ตอน ความยาว 25-30 นาที	จำนวน 22 ตอน ความยาว 25 นาที	เป็นไปตามแผน

ตัวชี้วัดความสำเร็จ	แผน	ผล	สรุปผล
<p>3. การเผยแพร่รายการทางช่องทางสถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัลและช่องทางสื่อออนไลน์</p> <p>มีการเผยแพร่รายการ "เพลินทุกจุดที่สุดสยาม" ทางสื่อโทรทัศน์ที่ให้บริการเป็นการทั่วไป (ทีวีดิจิทัล) และสื่ออินเทอร์เน็ตที่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย อาทิ เช่น YouTube Facebook Line เป็นต้น</p>	<p>เผยแพร่รายการทางสื่อโทรทัศน์ที่ให้บริการเป็นการทั่วไป (ทีวีดิจิทัล) และสื่ออินเทอร์เน็ตที่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย</p>	<p>1) ไทยรัฐTV ช่อง 32 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>มีจำนวนการเข้ารับชมสื่อออนไลน์รวมกันไม่น้อยกว่า 2,200,000 views และมีจำนวนผู้ติดตามบัญชี Line และ Facebook รวมกันไม่น้อยกว่า 100,000 คน</p>	<p>1) จำนวนการเข้ารับชมสื่อออนไลน์รวมกันไม่น้อยกว่า 2,200,000 views 2) จำนวนผู้ติดตามบัญชี Line และ Facebook รวมกันไม่น้อยกว่า 100,000 คน</p>	<p>1) จำนวนการเข้ารับชมสื่อออนไลน์ 2,319,853 views 2) จำนวนผู้ติดตามบัญชี Line และ Facebook 103,077 คน 3) ค่าเฉลี่ยเรตติ้งของรายการ 0.08</p>	<p>เป็นไปตามแผน</p>
<p>6. การสรุปองค์ความรู้เกี่ยวกับการส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้</p> <p>ประชาชนกลุ่มตัวอย่างที่รับชมรายการมีความรู้ความเข้าใจเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 70 ของประชาชนกลุ่มตัวอย่าง</p>	<p>ความรู้ความเข้าใจของประชาชนกลุ่มตัวอย่าง เพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่า 70%</p>	<p>ความรู้ความเข้าใจของประชาชนกลุ่มตัวอย่าง เพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่า 64.57%*</p>	<p>ไม่เป็นไปตามแผน</p>

ตัวชี้วัดความสำเร็จ	แผน	ผล	สรุปผล
7. การประเมินผลความพึงพอใจของผู้ชมรายการที่จัดทำโดยผู้ผลิตรายการ มีการประเมินผลความพึงพอใจของผู้ชม โดยระดับความพึงพอใจอย่างน้อยต้องอยู่ในระดับดีหรือน้อยกว่า 8 คะแนนจาก 10 คะแนน	ความพึงพอใจของผู้ชมกลุ่มเป้าหมาย ไม่น้อยกว่า 80%	ความพึงพอใจของผู้ชมกลุ่มเป้าหมาย 50.00%*	ไม่เป็นไปตามแผน

หมายเหตุ: ข้อมูลจากเอกสารส่งมอบงวดที่ 4 รายงานฉบับสมบูรณ์ (แก้ไข) รายการ “เพลินทุกจุด ที่สุดสยาม”
* จากการสำรวจของที่ปรึกษา

2.2 การบริหารจัดการทรัพยากรบุคคล : ข้อมูลการจัดการบุคลากรในโครงการให้มีความเหมาะสมตามความเชี่ยวชาญ

รายการ เพลินทุกจุด ที่สุดสยาม มีการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลที่เหมาะสมตามความเชี่ยวชาญ

2.3 ปัญหาอุปสรรคหรือข้อจำกัดในการดำเนินงาน

-

3. รายการ อิสลามมุ อาลัยกุม (PEACE FOR ALL)



1. ข้อมูลพื้นฐาน

1.1 ชื่อโครงการ : โครงการ “อิสลามมุอาลัยกุม (PEACE FOR ALL)”

1.2 ชื่อหน่วยงาน : บริษัท 641 คอร์ปอเรชั่น จำกัด

1.3 รูปแบบรายการ : รายการประเภท รายการสารคดี นำเสนอเรื่องราวคำสอนของศาสนาอิสลามที่เกี่ยวกับสันติสุข ข้อเท็จจริงเชิงบวก การอยู่ร่วมกันของมุสลิมและพุทธ สะท้อนวิถีชีวิตของสังคม พร้อมคำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption) หรือล่ามภาษามือ (Sign Language Interpretation) และบริการเสียงบรรยายภาพ (Audio Description) และคำบรรยาย (Subtitle) ภาษาอังกฤษและภาษาอาหรับ

1.4 วัตถุประสงค์ของรายการ :

- (1) เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการผลิตรายการโทรทัศน์ ที่นำเสนอข้อเท็จจริงเชิงบวกและสร้างสรรค์เกี่ยวกับ คุณภาพชีวิต ศาสนา ศิลปวัฒนธรรม และวิถีชีวิตของสังคมพหุวัฒนธรรม รวมทั้งมุสลิมสายกลางทั้งในประเทศและต่างประเทศ
- (2) เพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับข้อเท็จจริงในพื้นที่ สร้างความเข้าใจอันดีซึ่งกันและกันของประชาชนในชุมชน ลดความขัดแย้งและความรุนแรงให้เกิดขึ้นอย่างยั่งยืน รวมทั้ง ส่งเสริมความเข้าใจของประชาชนทั่วไป ภายนอกพื้นที่ ทั้งชาวไทยและต่างชาติ
- (3) เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการอยู่ร่วมกันอย่างสันติสุขระหว่างทุกศาสนาของประชาชน ชุมชน และสังคมในพื้นที่ภายใต้หลักการเอกภาพบนความหลากหลาย แตกต่างแต่ไม่แตกแยก
- (4) เพื่อเป็นแบบอย่างที่ดีของสื่อ ในการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร ข้อเท็จจริงที่ถูกต้องและเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชน และสังคมประเทศ

1.5 กลุ่มเป้าหมายของรายการ : ประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนใต้ ประชาชนทั่วไปทั้งชาวไทยและต่างชาติ

1.6 เนื้อหารายการโดยสรุป : รายการสารคดี ที่นำเสนอความหลากหลายของสังคมพหุวัฒนธรรม ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี สถานที่สำคัญ ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องราวคำสอนของศาสนาอิสลามที่เกี่ยวกับสันติสุข ข้อเท็จจริงเชิงบวก การอยู่ร่วมกันของมุสลิมและพุทธ สะท้อนวิถีชีวิตของสังคม ในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนใต้ จังหวัดยะลา ปัตตานี และนราธิวาส

1.7 ประโยชน์จากการเผยแพร่รายการ :

- 1) เกิดรายการโทรทัศน์ ประเภทสารคดีเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ ด้านศาสนา ศิลปวัฒนธรรม และวิถีชีวิตที่เป็นการเปิดมุมมองใหม่อันเป็นการให้ความรู้ใหม่แก่สังคม ก่อให้เกิดการตื่นรู้ โต้แย้งและหักล้างการบิดเบือนข้อมูล เกิดคุณค่าต่อชุมชน วิถีชีวิตและประเทศชาติ
- 2) เกิดความเข้าใจอันดีของคนในพื้นที่ อันจะนำไปสู่ความสามัคคีสามัคคีที่ขยายวงกว้างในอนาคต
- 3) เกิดการอยู่ร่วมกันอย่างสันติสุขระหว่างทุกศาสนาของประชาชน ชุมชนและสังคมในพื้นที่เกิดความเข้มแข็ง

1.8 ระยะเวลาการนำเสนอรายการ : 16 ตอน ความยาวตอนละ 25 นาที

1.9 ช่องทางการนำเสนอรายการ :

(1) ช่องทางสถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัลและช่วงเวลาออกอากาศ :

- PPTV HD ช่อง 36 ทุกจันทร์ เวลา 14.00 – 14.30 น. (เริ่มออกอากาศวันที่ 5 กรกฎาคม – 18 ตุลาคม 2564)

(2) ช่องทางสื่อออนไลน์ :

- Facebook Fanpage : Peace For All ชายแดนใต้
- Youtube: Peaceforall

2. ผลการผลิตรายการ

2.1 ตัวชี้วัดความสำเร็จ : ภาพรวมผลการดำเนินงานโดยเปรียบเทียบแผนและผลจากการดำเนินโครงการ

ตัวชี้วัดความสำเร็จ	แผน	ผล	สรุปผล
1. ระยะเวลาการดำเนินโครงการ ระยะเวลาที่ใช้ในการผลิตรายการ ตั้งแต่กระบวนการก่อนการผลิต ช่วงการผลิตรายการและหลังการผลิตรายการ	365 วัน / 12 เดือน	18 เดือน	ล่าช้ากว่าแผน
2. ผลการดำเนินงาน มีรายการสารคดี “อัสลามมูออลัย กุม PEACE FOR ALL” ความยาว 25-30 นาที ต่อตอน จำนวน 16 ตอน	จำนวน 16 ตอน ความยาว 25-30 นาที	จำนวน 16 ตอน ความยาว 25 นาที	เป็นไปตามแผน

ตัวชี้วัดความสำเร็จ	แผน	ผล	สรุปผล
<p>3. การเผยแพร่รายการทางช่องทางสถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัลและช่องทางสื่อออนไลน์</p> <p>มีการเผยแพร่รายการ "อัสลามมูออลัยกุม PEACE FOR ALL" 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>1) มีจำนวนการเข้ารับชมทางสื่อออนไลน์รวมกันไม่น้อยกว่า 1,600,000 views 2) มีจำนวนผู้ติดตามบัญชี Line และ Facebook ของสารคดีรวมกันไม่น้อยกว่า 100,000 คน</p>	<p>1) จำนวนการเข้ารับชมสื่อออนไลน์รวมกัน ไม่น้อยกว่า 1,600,000 views 2) จำนวนผู้ติดตามบัญชี Line และ Facebook ไม่น้อยกว่า 100,000 คน</p>	<p>1) จำนวนการเข้ารับชมสื่อออนไลน์ 2,220,759 views 2) จำนวนผู้ติดตามบัญชี Line และ Facebook 111,057 คน 3) ค่าเฉลี่ยเรตติ้งของรายการ 0.038</p>	<p>เป็นไปตามแผน</p>
<p>6. การสรุปองค์ความรู้เกี่ยวกับการส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้</p> <p>ประชาชนกลุ่มตัวอย่างที่รับชมรายการมีความรู้ความเข้าใจเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 70 ของประชาชนกลุ่มตัวอย่าง</p>	<p>ความรู้ความเข้าใจของประชาชนกลุ่มตัวอย่าง เพิ่มขึ้น ไม่น้อยกว่า 70%</p>	<p>ประชาชนกลุ่มตัวอย่าง มีความรู้ความเข้าใจ เพิ่มขึ้น 90%</p>	<p>เป็นไปตามแผน</p>

หมายเหตุ: ข้อมูลจากเอกสารส่งมอบรายงานฉบับสมบูรณ์โครงการ “อัสลามมูออลัยกุม (PEACE FOR ALL)”

2.2 การบริหารจัดการทรัพยากรบุคคล : ข้อมูลการจัดการบุคลากรในโครงการให้มีความเหมาะสมตาม ความเชี่ยวชาญ

รายการ อัสลามมูออลัยกุม PEACE FOR ALL มีการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลที่เหมาะสมตาม
ความเชี่ยวชาญ และประสานคนในพื้นที่เพื่อร่วมดำเนินงาน

2.3 ปัญหาอุปสรรคหรือข้อจำกัดในการดำเนินงาน

ปัญหาจากการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา (Covid – 19) ส่งผลให้การประสานงาน การออกไปถ่าย
ทำรายการ และ ฯลฯ กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือกับพิธีกรรายการเกิดความล่าช้า เนื่องจากไม่สามารถนัด
ปรึกษาหารือ และไม่สามารถปฏิบัติงานได้ตามปกติ มีการแก้ไขปัญหาในเบื้องต้นคือการปรับแผนการหารือโดย
เปลี่ยนการหารือผ่านทางช่องทางออนไลน์ และการออกกองถ่ายทำรายการ มีการกำหนดจำนวนผู้เข้ากองถ่าย
วัตถุดิบ และสวมใส่หน้ากากอนามัยตลอดเวลา โดยห้ามมิให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องเข้าไปในพื้นที่ถ่ายทำเพื่อ
ป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา

ปัญหาการประสานงานเพื่อติดต่อขอภาพประกอบจากทั้งในและต่างประเทศ ส่งผลให้การติดต่อ
รายการเกิดความล่าช้า เนื่องจากต้องรอดหมายตอบรับการอนุมัติให้ใช้ภาพประกอบจากทางบริษัทหรือ
แหล่งข้อมูลต้นฉบับ ทางคณะผู้จัดทำจึงได้ส่งจดหมายเพื่อขอใช้งานไปล่วงหน้า ในหลายบริษัทหรือแหล่งข้อมูล
ต้นฉบับเพื่อให้มีภาพประกอบพร้อมใช้งานในการติดต่อรายการ

โครงการรณรงค์สร้างความรู้เพื่อยับยั้งและรู้เท่าทันข่าวปลอม (Stop Fake News)

รายการ Stop Fake, Spread Facts

1. ข้อมูลพื้นฐาน

1.1 ชื่อโครงการ : Stop Fake, Spread Facts

1.2 ชื่อหน่วยงาน : สมาคมผู้ผลิตข่าวออนไลน์

1.3 รูปแบบรายการ : เป็นกิจกรรมที่ดำเนินเพื่อส่งเสริมการรับรู้เกี่ยวกับข่าวลวงในให้กับประชาชน
ใน 10 จังหวัดเป้าหมาย และสื่อมวลชนผ่านการจัดกิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการ

1.4 วัตถุประสงค์ของรายการ :

- (1) เพื่อศึกษาความคิดเห็นของสื่อมวลชนแขนงต่างๆ และประชาชนต่อสถานการณ์ ปัญหาข่าวปลอมใน
สังคมไทย ประกอบกับศึกษา วิเคราะห์บทเรียนจากนานาชาติเป็นแนวทางสร้างกลไกส่งเสริม
และสนับสนุนให้สื่อตระหนัก ร่วมมือในการหยุดข่าวปลอม อีกทั้งส่งเสริม สนับสนุนให้ประชาชนมี
วิจารณญาณ เพิ่มขีดความสามารถทักษะการรู้เท่าทันข้อมูลข่าวสารจากทุกสื่ออย่างฉลาด
- (2) เพื่อจัดกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์สื่อสารรณรงค์สร้างการมีส่วนร่วมด้วยการส่งเสริม สนับสนุน
ให้ประชาชนมีความรู้ความเข้าใจ เพิ่มขีดความสามารถ ศักยภาพในการคิด วิเคราะห์อย่างรู้เท่าทัน
ข้อมูลข่าวสารจริงหรือปลอมจากทุกสื่อ ไม่ตกเป็นเหยื่อหรือเครื่องมือจากผู้ไม่หวังดี
- (3) เพื่อจัดกิจกรรมรณรงค์สร้างการมีส่วนร่วมของสื่อมวลชนแขนงต่างๆ ที่ดำเนินกิจการด้านการสื่อสาร
แบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการให้ตระหนักถึงจริยธรรม คุณธรรม ความรับผิดชอบ
ถ้าการประกอบวิชาชีพนำเสนอข้อมูลข่าวสารต่อประชาชนอย่างถูกต้องเป็นธรรม และสร้างความ
ร่วมมือในการหยุดข่าวปลอม

1.5 กลุ่มเป้าหมายของรายการ : ประชาชนในพื้นที่ 10 จังหวัดเป้าหมาย และสื่อมวลชน

1.6 เนื้อหารายการโดยสรุป : เป็นกิจกรรมที่ดำเนินเพื่อส่งเสริมการรับรู้เกี่ยวกับข่าวลวงในให้กับประชาชน
ใน 10 จังหวัดเป้าหมาย และสื่อมวลชนผ่านการจัดกิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการ

1.7 ประโยชน์จากการเผยแพร่รายการ :

- (1) ได้กลไกส่งเสริมและสนับสนุนภาคสื่อและภาคประชาชนเพื่อการรณรงค์หยุดข่าวปลอม
- (2) ภาคประชาชนมีความรู้ความเข้าใจ มีความสามารถ ศักยภาพในการคิด วิเคราะห์ รู้เท่าทันข้อมูล
ข่าวสารจริงหรือปลอมจากทุกสื่อ ไม่ตกเป็นเหยื่อหรือเครื่องมือจากผู้ไม่หวังดี
- (3) สื่อมวลชนแขนงต่างๆ ที่ดำเนินกิจการด้านการสื่อสารทั้งแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการ
ตระหนักถึงจริยธรรม คุณธรรม ความรับผิดชอบการประกอบวิชาชีพนำเสนอข้อมูลข่าวสารต่อ
ประชาชนอย่างถูกต้องเป็นธรรม ให้ความร่วมมือในการหยุดข่าวปลอม

1.8 ระยะเวลาการนำเสนอรายการ : 16 ตอน ความยาวตอนละ 25 นาที

1.9 ช่องทางการนำเสนอรายการ :

- (1) ช่องทางสถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัลและช่วงเวลาออกอากาศ :
- (2) ช่องทางสื่อออนไลน์ :

2. ผลการผลิตรายการ

2.1 ตัวชี้วัดความสำเร็จ : ภาพรวมผลการดำเนินงานโดยเปรียบเทียบแผนและผลจากการดำเนินโครงการ

ตัวชี้วัดความสำเร็จ	แผน	ผล	สรุปผล
1. ระยะเวลาการดำเนินโครงการ ระยะเวลาที่ใช้ในการผลิตรายการ ตั้งแต่กระบวนการก่อนการผลิต ช่วงการผลิตรายการและหลังการ ผลิตรายการ	12 เดือน	18 เดือน	ไม่เป็นไปตามแผน
2. ผลการดำเนินงาน มีรายการสารคดี "อัสลามมูออลัย กุม PEACE FOR ALL" ความยาว 25-30 นาทีต่อตอน จำนวน 16 ตอน	จัดทำงานวิจัย และ จัดกิจกรรมส่งเสริม การรับรู้เกี่ยวกับข่าว ปลอมให้กับ ประชาชนใน 10 จังหวัดเป้าหมาย และ สื่อมวลชน	จัดทำงานวิจัย และ จัดกิจกรรมส่งเสริม การรับรู้เกี่ยวกับ ข่าวปลอมให้กับ ประชาชนใน 10 จังหวัดเป้าหมาย และ สื่อมวลชน	เป็นไปตามแผน
3. การเผยแพร่รายการทาง ช่องทางสถานีโทรทัศน์ระบบ ดิจิทัล และช่องทางสื่อ ออนไลน์ มีการเผยแพร่รายการ "อัสลาม มูออลัยกุม PEACE FOR ALL" ทาง สื่อโทรทัศน์ที่ให้บริการเป็นการ ทั่วไป (ทีวีดิจิทัล) และสื่อ อินเทอร์เน็ตที่เป็นที่รู้จักอย่าง แพร่หลาย อาทิเช่น YouTube Facebook Line เป็นต้น	เผยแพร่ Spot โฆษณาตามช่องทาง ที่กำหนด	มีการเผยแพร่ Spot โฆษณาตามช่องทางที่ กำหนด เช่น เผยแพร่ ทางสื่อโทรทัศน์ดิจิทัล ภาคพื้นดินในช่องที่ ได้รับความนิยม 10 อันดับแรก จำนวน 9 ช่อง 307 ครั้ง และชุด 2 นาที เผยแพร่ทางสื่อ ออนไลน์ในเพจที่ ได้รับความนิยม FB Page Influencer จำนวน 2 เพจและ เพจข่าวในสังกัด สมาชิกของสมาคม ผู้ผลิตข่าวออนไลน์อีก จำนวน 10 เพจ	เป็นไปตามแผน

ตัวชี้วัดความสำเร็จ	แผน	ผล	สรุปผล
4. การสรุปองค์ความรู้เกี่ยวกับ การส่งเสริมการพัฒนา คุณภาพชีวิตของประชาชนใน พื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ ประชาชนกลุ่มตัวอย่างที่รับชม รายการมีความรู้ความเข้าใจเพิ่มขึ้น ไม่น้อยกว่าร้อยละ 70 ของ ประชาชนกลุ่มตัวอย่าง	ความรู้ความเข้าใจ ของประชาชนกลุ่ม ตัวอย่าง เพิ่มขึ้น ไม่น้อยกว่า 70%	มีการจัดทำ ประมวลความรู้ก่อน และหลังการเข้าร่วม โครงการของ กลุ่มเป้าหมาย โดยมี ผลการประเมินว่า กลุ่มเป้าหมายมี ความรู้เกี่ยวกับสื่อ หรือข่าวปลอมเพิ่มขึ้น มากกว่า ร้อยละ 80	เป็นไปตามแผน

หมายเหตุ: ข้อมูลจากเอกสารส่งมอบรายงานฉบับสมบูรณ์โครงการ “Stop Fake, Spread Facts”

2.2 การบริหารจัดการทรัพยากรบุคคล : ข้อมูลการจัดการบุคลากรในโครงการให้มีความเหมาะสมตาม
 ความเชี่ยวชาญ

โครงการ Stop Fake Spread Fact มีการบริหารบุคลากรอย่างเหมาะสม มีผู้เชี่ยวชาญในด้านต่างๆ
 เช่น บุคลากรที่มีความรู้เกี่ยวกับข่าวปลอม ความรู้ด้านการผลิตรายการ และนักวิชาการที่สามารถมีส่วนร่วม
 ในการผลักดันโครงการให้เป็นไปตามเป้าหมาย

2.3 ปัญหาอุปสรรคหรือข้อจำกัดในการดำเนินงาน

ไม่พบปัญหาอุปสรรคหรือข้อจำกัดในการดำเนินงานที่มีนัยสำคัญ

โครงการการผลิตรายการเพื่อส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจของคนพิการและ ประชาชนเกี่ยวกับการส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิคนพิการในการเข้าถึงหรือรับรู้และ ใช้ประโยชน์จากกิจการโทรทัศน์

รายการ เพื่อนกันคนพันธุ์ D



1. ข้อมูลพื้นฐาน

1.1 ชื่อโครงการ : โครงการ “เพื่อนกันคนพันธุ์ D”

1.2 ชื่อหน่วยงาน : บริษัท คิดชน พลัส จำกัด

1.3 รูปแบบรายการ : รายการประเภท “Edutainment Reality” เรียลิตี้ให้ความรู้สนุกสนาน เป็นสื่อกลางในการส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ ความตระหนักรู้ของคนพิการ และประชาชน เกี่ยวกับการส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิของคนพิการในการเข้าถึงหรือการรับรู้และใช้ประโยชน์จากกิจการโทรทัศน์เพิ่มมากขึ้น เห็นความสำคัญของการลดข้อจำกัด ลดช่องว่าง และยอมรับความหลากหลาย อันจะนำไปสู่สังคม Inclusive Society หรือสังคมแห่งการอยู่เย็นเป็นสุขร่วมกันที่ยั่งยืน

1.4 วัตถุประสงค์ของรายการ :

- 1) เพื่อส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจของคนพิการและประชาชนเกี่ยวกับการส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิของคนพิการในการเข้าถึงหรือการรับรู้และใช้ประโยชน์จากกิจการโทรทัศน์ให้เกิดเพิ่มมากขึ้น
- 2) เพื่อเป็นสื่อกลางในการสร้างความรู้ ความเข้าใจ ความตระหนักของทุกภาคส่วนให้เห็นความสำคัญของการลดข้อจำกัด ลดช่องว่าง และยอมรับความหลากหลาย อันจะนำไปสู่สังคม Inclusive Society หรือสังคมแห่งการอยู่เย็นเป็นสุขร่วมกันที่ยั่งยืน
- 3) เพื่อเป็นข้อมูลเปรียบเทียบกระบวนการส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิของคนพิการในการเข้าถึงหรือรับรู้และใช้ประโยชน์จากกิจการโทรทัศน์ของต่างประเทศ สำหรับการพัฒนาระบบการของประเทศไทยในอนาคต

1.5 กลุ่มเป้าหมายของรายการ : กลุ่มคนพิการ กลุ่มประชาชนทั่วไป กลุ่มคนพิการในต่างประเทศ

1.6 เนื้อหารายการโดยสรุป : รายการเรียลลิตี บอกเล่าเรื่องราวสาระความรู้เกี่ยวกับการส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิของคนพิการในการเข้าถึงหรือรับรู้และใช้ประโยชน์จากกิจการโทรทัศน์ที่น่าสนใจ เช่น คนพิการที่มีพลังในการใช้ชีวิตเต็มเปี่ยม สามารถส่งต่อแรงบันดาลใจให้ผู้คนรอบข้างได้อย่างน่าอัศจรรย์ หรือนวัตกรรมที่สำคัญสำหรับคนพิการ หรือการใช้ชีวิตร่วมกันระหว่างคนพิการและคนทั่วไป เป็นต้น ผ่านการเล่าเรื่องของ 3 พิธีกร ที่มีหัวใจแห่งการแบ่งปัน ประกอบด้วย 1 คนทั่วไป 1 คนบกพร่องทางการเห็น และ 1 คนบกพร่องทางการได้ยิน

1.7 ประโยชน์จากการเผยแพร่รายการ :

- 1) กลุ่มคนพิการทางการเห็น และกลุ่มคนพิการทางการได้ยิน เข้าถึงและได้รับสาระความรู้ ความเข้าใจจากเนื้อหารายการ สามารถนำไปใช้ประโยชน์ต่อวิถีชีวิตได้อย่างมีคุณภาพ
- 2) ภาครัฐและประชาชนคนทั่วไป ได้รับความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิของคนพิการในการเข้าถึงหรือรับรู้และใช้ประโยชน์จากกิจการโทรทัศน์ทั้งของไทยและต่างประเทศ เพื่อเป็นข้อมูลเปรียบเทียบ
- 3) ภาคส่วนต่างๆ เกิดความตระหนักและเห็นความสำคัญของการลดข้อจำกัด ลดช่องว่าง และยอมรับความหลากหลาย อันจะนำไปสู่การสร้าง Inclusive Society หรือสังคมแห่งการอยู่เย็นเป็นสุขร่วมกันอย่างยั่งยืน
- 4) เกิดการผลิตสื่อโทรทัศน์สำหรับกลุ่มคนพิการทางการเห็น และกลุ่มคนพิการทางการได้ยิน เพิ่มมากขึ้นในสังคมไทย

1.8 ระยะเวลาการนำเสนอรายการ : 47 ตอน ความยาวตอนละ 25 นาที

1.9 ช่องทางการนำเสนอรายการ :

(1) ช่องทางสถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัลและช่วงเวลาออกอากาศ :

- ONE ช่อง 31 ทุกอาทิตย์ เวลา 08.00 – 08.30 น. (เริ่มออกอากาศวันที่ 13 มิถุนายน – 8 พฤษภาคม 2565)

(2) ช่องทางสื่อออนไลน์ :

- Facebook Fanpage : FRIENDSOFDISABLED
- Youtube: เพื่อนกันคนพันธุ์ D -Disabled

2. ผลการผลิตรายการ

2.1 ตัวชี้วัดความสำเร็จ : ภาพรวมผลการดำเนินงานโดยเปรียบเทียบแผนและผลจากการดำเนินโครงการ

ตัวชี้วัดความสำเร็จ	แผน	ผล	สรุปผล
1. ระยะเวลาการดำเนินโครงการ ระยะเวลาที่ใช้ในการผลิตรายการ ตั้งแต่กระบวนการก่อนการผลิต ช่วงการผลิตรายการและหลังการ ผลิตรายการ	365 วัน / 12 เดือน	575 วัน / 19 เดือน	ล่าช้ากว่าแผน
2. ผลการดำเนินงาน มีรายการสารคดี “เพื่อนกันคนพันธุ์ D” ความยาว 25 นาที ต่อตอน จำนวน 47 ตอน	จำนวน 47 ตอน ความยาว 25 นาที	จำนวน 47 ตอน ความยาว 25 นาที	เป็นไปตามแผน
3. การเผยแพร่รายการทาง ช่องทางสถานีโทรทัศน์ระบบ ดิจิทัล และ ช่องทางสื่อ ออนไลน์ มีการเผยแพร่รายการ "เพื่อนกันคน พันธุ์ D" ทางสื่อโทรทัศน์ที่ให้บริการ เป็นการทั่วไป (ทีวีดิจิทัล) และสื่อ อินเทอร์เน็ตที่เป็นที่รู้จักอย่าง แพร่หลาย อาทิเช่น YouTube Facebook Line เป็นต้น	เผยแพร่รายการทาง สื่อโทรทัศน์ที่ ให้บริการเป็นการ ทั่วไป (ทีวีดิจิทัล) และสื่ออินเทอร์เน็ตที่ เป็นที่รู้จักอย่าง แพร่หลาย	1) ONE ช่อง 31 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 มือ SL และ AD	จัดทำคำบรรยายแทน เสียง (CC) สำหรับ ผู้พิการทางการได้ยิน และเสียงบรรยาย ภาพ (AD) สำหรับ ผู้พิการทางสายตา	เป็นไปตามแผน

ตัวชี้วัดความสำเร็จ	แผน	ผล	สรุปผล
<p>5. สถิติการรับชมในแต่ละช่องทางที่เผยแพร่รายการ</p> <p>มีจำนวนการเข้ารับชมทางช่องโทรทัศน์ระบบดิจิทัล มีค่าเฉลี่ยเรตติ้งของรายการ ไม่น้อยกว่า 0.05 ตลอดระยะเวลาการออกอากาศ หรือจำนวนการเข้ารับชมสื่อออนไลน์รวมกัน 302,028 views</p>	<p>ค่าเฉลี่ยเรตติ้งของรายการ ไม่น้อยกว่า 0.05 หรือ</p> <p>จำนวนการเข้ารับชมสื่อออนไลน์รวมกัน 2,000,000 views</p>	<p>1) ค่าเฉลี่ยเรตติ้งของรายการ 0.086*</p> <p>2) จำนวนการเข้ารับชมสื่อออนไลน์ 302,028 views*</p>	ไม่เป็นไปตามแผน
<p>6. การสรุปลงความรู้อีกเกี่ยวกับการส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิของคนพิการในการเข้าถึงหรือรับรู้และใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารในกิจการโทรทัศน์จากรายการ</p> <p>1) ประชาชนกลุ่มตัวอย่างที่รับชมรายการมีความรู้ความเข้าใจเพิ่มขึ้น ไม่น้อยกว่าร้อยละ 70 ของประชาชนกลุ่มตัวอย่าง</p> <p>2) คนพิการกลุ่มตัวอย่างที่รับชมรายการมีความรู้ความเข้าใจเพิ่มขึ้น ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 ของคนพิการกลุ่มตัวอย่าง</p>	<p>1) ความรู้ความเข้าใจของประชาชนกลุ่มตัวอย่าง เพิ่มขึ้น ไม่น้อยกว่า 70%</p> <p>2) ความรู้ความเข้าใจของผู้พิการกลุ่มตัวอย่าง เพิ่มขึ้น ไม่น้อยกว่า 80%</p>	<p>1) ประชาชนกลุ่มตัวอย่าง มีความรู้ความเข้าใจ เพิ่มขึ้น 70% (ไม่มีรายงานผล)</p> <p>2) คนพิการมีความรู้ความเข้าใจ เพิ่มขึ้น 80% (ไม่มีรายงานผล)</p>	ไม่เป็นไปตามแผน

หมายเหตุ: * ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้รับผิดชอบรายการ

2.2 การบริหารจัดการทรัพยากรบุคคล : ข้อมูลการจัดการบุคลากรในโครงการให้มีความเหมาะสมตามความเชี่ยวชาญ

รายการ เพื่อนกันคนพันธุ์ D มีการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลที่เหมาะสมตามความเชี่ยวชาญ

2.3 ปัญหาอุปสรรคหรือข้อจำกัดในการดำเนินงาน

ปัญหาอุปสรรคในการดำเนินงานคือระหว่างการผลิตรายการ ซึ่งอยู่ในช่วงโควิด 19 ทำให้การถ่ายทำค่อนข้างลำบากทั้งในและต่างประเทศ

สรุปผลการดำเนินงานตามแผน

จากการศึกษารวบรวมข้อมูลของการผลิตรายการที่ได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนเงินจาก กทปส. ประจำปี 2563 ดังกล่าวข้างต้น ทริสได้จัดทำตารางสรุปผลการดำเนินงานในภาพรวมของแต่ละโครงการและแต่ละรายการ โดยสรุปผลการประเมินตามตัวชี้วัดความสำเร็จที่ผู้รับทุนเสนอ โดยมีรายละเอียดดังตารางต่อไปนี้

ผลการดำเนินงาน โดยสรุป	ระยะเวลา การดำเนิน โครงการ	ผลการผลิต รายการ	การบริการเพื่อ การเข้าถึงของ คนพิการ	ช่องทาง การเผยแพร่	สถิติการรับชมในแต่ละ ช่องทาง	การประเมินผล ความพึงพอใจของผู้ชม	ตัวชี้วัด ความสำเร็จ อื่นๆ
1. โครงการส่งเสริมการผลิตและออกอากาศรายการโทรทัศน์ระบบดิจิทัล รายการสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว							
1.1 MY Little Bears เพื่อนหมีแสนสนุก	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 4) Line เป็นไปตามแผน	1) ค่าเฉลี่ยเรตติ้งของ รายการ 0.138 2) จำนวนการเข้ารับชมสื่อ ออนไลน์ 204,661 views ไม่เป็นไปตามแผน	ความพึงพอใจของผู้ชม กลุ่มเป้าหมาย ที่ 9.02 คะแนน ไม่เป็นไปตามแผน	-
1.2 มะลิจอมแก่น ผจญภัย โควิด-19	365 วัน / 12 เดือน เป็นไปตามแผน	จำนวน 40 ตอน ความยาว 5 นาที เป็นไปตามแผน	จัดทำ CC และ AD เป็นไปตามแผน	1) GMM25 ช่อง 25True 4U 24 2) YouTube 3) Facebook เป็นไปตามแผน	1) ค่าเฉลี่ยเรตติ้งของ รายการ 0.038 2) จำนวนการเข้ารับชมสื่อ ออนไลน์ 620,700 views เป็นไปตามแผน	-	-
1.3 5 หมู่ของหนู	365 วัน / 12 เดือน เป็นไปตามแผน	จำนวน 40 ตอน ความยาว 5 นาที เป็นไปตามแผน	จัดทำ CC และ AD เป็นไปตามแผน	1) JKN18 2) YouTube 3) Facebook เป็นไปตามแผน	1) ค่าเฉลี่ยเรตติ้งของ รายการ 0.007	-	-

ผลการดำเนินงาน โดยสรุป	ระยะเวลา การดำเนิน โครงการ	ผลการผลิต รายการ	การบริการเพื่อ การเข้าถึงของ คนพิการ	ช่องทาง การเผยแพร่	สถิติการรับชมในแต่ละ ช่องทาง	การประเมินผล ความพึงพอใจของผู้ชม	ตัวชี้วัด ความสำเร็จ อื่นๆ
					2) จำนวนการเข้ารับชมสื่อ ออนไลน์ 435,382 views เป็นไปตามแผน		
1.4 KELX เกล: เพื่อน	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	1) ค่าเฉลี่ยเรตติ้งของ รายการ 0.0451 2) จำนวนการเข้ารับชมสื่อ ออนไลน์ 428,059 views เป็นไปตามแผน	ความพึงพอใจของผู้ชม กลุ่มเป้าหมาย ที่ 9.46 คะแนน ไม่เป็นไปตามแผน	-
1.5 Magic Pen ปากกาวิเศษ	365 วัน / 12 เดือน เป็นไปตามแผน	จำนวน 40 ตอน ความยาว 5 นาที เป็นไปตามแผน	จัดทำ CC และ AD เป็นไปตามแผน	1) ช่องอมรินทร์ทีวี เอชดี ช่อง 34 2) YouTube 3) Facebook เป็นไปตามแผน	1) ค่าเฉลี่ยเรตติ้งของ รายการ 0.1955 2) จำนวนการเข้ารับชมสื่อ ออนไลน์ 665,306 views เป็นไปตามแผน	-	-
1.6 ใบบุญ เณรน้อย	365 วัน / 12 เดือน เป็นไปตามแผน	จำนวน 40 ตอน ความยาว 5 นาที เป็นไปตามแผน	จัดทำ CC และ AD เป็นไปตามแผน	1) PPTV ช่อง 36 2) YouTube 3) Facebook เป็นไปตามแผน	1) ค่าเฉลี่ยเรตติ้งของ รายการ 0.141 2) จำนวนการเข้ารับชมสื่อ ออนไลน์ 495,914 views เป็นไปตามแผน	-	-

ผลการดำเนินงาน โดยสรุป	ระยะเวลา การดำเนิน โครงการ	ผลการผลิต รายการ	การบริการเพื่อ การเข้าถึงของ คนพิการ	ช่องทาง การเผยแพร่	สถิติการรับชมในแต่ละ ช่องทาง	การประเมินผล ความพึงพอใจของผู้ชม	ตัวชี้วัด ความสำเร็จ อื่นๆ
1.7 เปาเปาผจญภัย ในโลกนิทาน	365 วัน / 12 เดือน เป็นไปตามแผน	จำนวน 40 ตอน ความยาว 10 นาที เป็นไปตามแผน	จัดทำ CC และ AD เป็นไปตามแผน	1) ช่องอมรินทร์ทีวี เอชดี ช่อง 34 2) YouTube 3) Facebook เป็นไปตามแผน	1) ค่าเฉลี่ยเรตติ้งของ รายการ 0.272 2) จำนวนการเข้าชมสื่อ ออนไลน์ 180,986 views ไม่เป็นไปตามแผน	-	-
1.8 รากแก้ว เรนเจอร์	730 วัน / 24 เดือน ไม่เป็นไป ตามแผน	จำนวน 50 ตอน ความยาว 15 นาที เป็นไปตามแผน	จัดทำ CC และ AD เป็นไปตามแผน	1) True 4U 24 2) YouTube 3) Facebook 4) TikTok เป็นไปตามแผน	1) ค่าเฉลี่ยเรตติ้งของ รายการ 0.08 2) จำนวนการเข้าชมสื่อ ออนไลน์ 815,140 views เป็นไปตามแผน	-	-
1.9 FLY WORM หนอนน้อย ผจญภัย	365 วัน / 12 เดือน เป็นไปตามแผน	จำนวน 40 ตอน ความยาว 5 นาที เป็นไปตามแผน	จัดทำ CC และ AD เป็นไปตามแผน	1) One ช่อง 31 2) YouTube เป็นไปตามแผน	1) ค่าเฉลี่ยเรตติ้งของ รายการ 0.052 2) จำนวนการเข้าชมสื่อ ออนไลน์ 48,609 views ไม่เป็นไปตามแผน	-	-
1.10 Happy Family	390 วัน / 13 เดือน เป็นไปตามแผน	จำนวน 13 ตอน ความยาว 25 นาที เป็นไปตามแผน	จัดทำ CC และ AD เป็นไปตามแผน	1) GMM ช่อง 25 2) YouTube เป็นไปตามแผน	1) ค่าเฉลี่ยเรตติ้งของ รายการ 0.08 2) จำนวนการเข้าชมสื่อ ออนไลน์ 529,000 views เป็นไปตามแผน	-	-

ผลการดำเนินงาน โดยสรุป	ระยะเวลา การดำเนิน โครงการ	ผลการผลิต รายการ	การบริการเพื่อ การเข้าถึงของ คนพิการ	ช่องทาง การเผยแพร่	สถิติการรับชมในแต่ละ ช่องทาง	การประเมินผล ความพึงพอใจของผู้ชม	ตัวชี้วัด ความสำเร็จ อื่นๆ
2. โครงการส่งเสริมการผลิตและออกอากาศเนื้อหาอาหารรายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะเกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสาร 5G							
2.1 5G New Life, New Change	365 วัน / 12 เดือน เป็นไปตามแผน	จำนวน 16 ตอน ความยาว 25 นาที เป็นไปตามแผน	จัดทำ CC และ AD เป็นไปตามแผน	1) One ช่อง 31 2) YouTube 3) Facebook 4) Instagram 5) TikTok 6) Twitter เป็นไปตามแผน	1) ค่าเฉลี่ยเรตติ้งของ รายการ 0.052 2) จำนวนการเข้าชมสื่อ ออนไลน์ 48,609 views เป็นไปตามแผน	-	- ประชาชนกลุ่ม ตัวอย่างที่รับชม รายการมีความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับ เทคโนโลยีการ สื่อสาร 5G เพิ่มขึ้น ไม่น้อย กว่าร้อยละ 70 ของประชาชน กลุ่มตัวอย่าง เป็นไปตามแผน
2.2 5G 24 ชั่วโมง	365 วัน / 12 เดือน เป็นไปตามแผน			1) ช่องไทยรัฐ TV 32 2) YouTube 3) Facebook 4) Website เป็นไปตามแผน	1) ค่าเฉลี่ยเรตติ้งของ รายการ 0.071 2) จำนวนการเข้าชมสื่อ ออนไลน์ 131,590 views ไม่เป็นไปตามแผน	ความรู้ความเข้าใจของ ประชาชน กลุ่มตัวอย่าง เพิ่มขึ้น ร้อยละ 99.97 เป็นไปตามแผน	

ผลการดำเนินงานโดยสรุป	ระยะเวลาการดำเนินโครงการ	ผลการผลิตรายการ	การบริการเพื่อการเข้าถึงของคนพิการ	ช่องทางเผยแพร่	สถิติการรับชมในแต่ละช่องทาง	การประเมินผลความพึงพอใจของผู้ชม	ตัวชี้วัดความสำเร็จอื่นๆ
2.3 5G Smart Life	365 วัน / 12 เดือน เป็นไปตามแผน	จำนวน 25 ตอน ความยาว 15 นาที เป็นไปตามแผน	จัดทำ CC และ AD เป็นไปตามแผน	1) อมรินทร์ทีวี 34 2) YouTube 3) Facebook	จำนวนการเข้ารับชมสื่อออนไลน์ 56,581 views ไม่เป็นไปตามแผน	ความพึงพอใจของผู้ชมกลุ่มเป้าหมาย 87.99% เป็นไปตามแผน	
2.4 5G Freedom	365 วัน / 12 เดือน เป็นไปตามแผน	จำนวน 12 ตอน ความยาว 25-30 นาที เป็นไปตามแผน		1) ช่องไทยรัฐ TV 32 2) YouTube 3) Facebook	จำนวนการเข้ารับชมสื่อออนไลน์ 559,672 views	ความพึงพอใจของผู้ชมกลุ่มเป้าหมาย 79.65% เป็นไปตามแผน	
3. โครงการผลิตสารคดีเพื่อส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนใต้							
3.1 เชื่อมได้	365 วัน / 12 เดือน เป็นไปตามแผน	จำนวน 40 ตอน ความยาว 30 นาที เป็นไปตามแผน	จัดทำ CC และ AD เป็นไปตามแผน	1) TNN ช่อง 16 2) YouTube 3) Facebook 4) Line เป็นไปตามแผน	1) จำนวนการเข้ารับชมสื่อออนไลน์ 761,285 views 2) จำนวนผู้ติดตามบัญชี Line และ Facebook 1.1 ล้านคน 3) ค่าเฉลี่ยเรทติ้งของรายการ 1.41 เป็นไปตามแผน	ความพึงพอใจของผู้ชมกลุ่มเป้าหมาย 85% เป็นไปตามแผน	- ประชาชนกลุ่มตัวอย่างที่รับชมรายการมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ เพิ่มขึ้น

ผลการดำเนินงาน โดยสรุป	ระยะเวลา การดำเนิน โครงการ	ผลการผลิต รายการ	การบริการเพื่อ การเข้าถึงของ คนพิการ	ช่องทาง การเผยแพร่	สถิติการรับชมในแต่ละ ช่องทาง	การประเมินผล ความพึงพอใจของผู้ชม	ตัวชี้วัด ความสำเร็จ อื่นๆ
							ไม่น้อยกว่าร้อยละ 70 ของประชาชน กลุ่มตัวอย่าง เป็นไปตามแผน
3.2 เพลินทุกจุด ที่สุดสยาม	365 วัน / 12 เดือน เป็นไปตามแผน	จำนวน 22 ตอน ความยาว 25 นาที เป็นไปตามแผน	จัดทำ CC และ AD เป็นไปตามแผน	1) ไทยรัฐ TV ช่อง 32 2) YouTube 3) Facebook เป็นไปตามแผน	1) จำนวนการเข้ารับชมสื่อ ออนไลน์ 2,319,853 views 2) จำนวนผู้ติดตามบัญชี Line และ Facebook 103,077 คน 3) ค่าเฉลี่ยเรตติ้งของ รายการ 0.08 เป็นไปตามแผน	ความพึงพอใจของผู้ชม กลุ่มเป้าหมาย 50.00% ไม่เป็นไปตามแผน	- ประชาชนกลุ่ม ตัวอย่างที่รับชม รายการมีความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับการ ส่งเสริมการ พัฒนาคุณภาพ ชีวิตของ ประชาชนในพื้นที่ จังหวัดชายแดน ภาคใต้ เพิ่มขึ้น ไม่น้อยกว่าร้อยละ 70 ของประชาชน กลุ่มตัวอย่าง เป็นไปตามแผน

ผลการดำเนินงาน โดยสรุป	ระยะเวลา การดำเนิน โครงการ	ผลการผลิต รายการ	การบริการเพื่อ การเข้าถึงของ คนพิการ	ช่องทาง การเผยแพร่	สถิติการรับชมในแต่ละ ช่องทาง	การประเมินผล ความพึงพอใจของผู้ชม	ตัวชี้วัด ความสำเร็จ อื่นๆ
3.3 อัสลามมุ อาลัยกุม (PEACE FOR ALL)	365 วัน / 12 เดือน เป็นไปตามแผน	จำนวน 16 ตอน ความยาว 25 นาที เป็นไปตามแผน	จัดทำ CC และ AD เป็นไปตามแผน	1) PPTV HD ช่อง 36 2) YouTube 3) Facebook 4) Line เป็นไปตามแผน	1) จำนวนการเข้ารับชมสื่อ ออนไลน์ 2,220,759 views 2) จำนวนผู้ติดตามบัญชี Line และ Facebook 111,057 คน 3) ค่าเฉลี่ยเรทติ้งของ รายการ 0.038 เป็นไปตามแผน	-	- ประชาชนกลุ่ม ตัวอย่างที่รับชม รายการมีความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับการ ส่งเสริมการ พัฒนาคุณภาพ ชีวิตของ ประชาชนในพื้นที่ จังหวัดชายแดน ภาคใต้เพิ่มขึ้น 90% เป็นไปตาม แผน

ผลการดำเนินงาน โดยสรุป	ระยะเวลา การดำเนิน โครงการ	ผลการผลิต รายการ	การบริการเพื่อ การเข้าถึงของ คนพิการ	ช่องทาง การเผยแพร่	สถิติการรับชมในแต่ละ ช่องทาง	การประเมินผล ความพึงพอใจของผู้ชม	ตัวชี้วัด ความสำเร็จ อื่นๆ
4. โครงการรณรงค์สร้างความรู้เพื่อยับยั้งและรู้เท่าทันข่าวปลอม (Stop Fake News)							
4.1 Stop Fake, Spread Facts	365 วัน / 12 เดือน เป็นไปตามแผน						จัดทำงานวิจัย และจัดกิจกรรม ส่งเสริมการรับรู้ เกี่ยวกับข่าว ปลอมให้กับ ประชาชนใน 10 จังหวัดเป้าหมาย และสื่อมวลชน เป็นไปตามแผน
5. โครงการการผลิตรายการเพื่อส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจของคนพิการและประชาชนเกี่ยวกับการส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิคนพิการในการเข้าถึงหรือรับรู้และ ใช้ประโยชน์จากกิจการโทรทัศน์							
5.1 เพื่อนกันคน พันธุ์ D	575 วัน / 19 เดือน เป็นไปตามแผน	จำนวน 47 ตอน ความยาว 25 นาที เป็นไปตามแผน	จัดทำ CC และ AD เป็นไปตามแผน	1) One ช่อง 31 2) YouTube 3) Facebook เป็นไปตามแผน	1) ค่าเฉลี่ยเรทติ้งของ รายการ 0.086 2) จำนวนการเข้ารับชมสื่อ ออนไลน์ 302,028 views ไม่เป็นไปตามแผน	-	- ประชาชนกลุ่ม ตัวอย่างที่รับชม รายการมีความรู้ ประชาชนกลุ่ม ตัวอย่างมีความ เข้าใจ เกี่ยวกับการ

ผลการดำเนินงาน โดยสรุป	ระยะเวลา การดำเนิน โครงการ	ผลการผลิต รายการ	การบริการเพื่อ การเข้าถึงของ คนพิการ	ช่องทาง การเผยแพร่	สถิติการรับชมในแต่ละ ช่องทาง	การประเมินผล ความพึงพอใจของผู้ชม	ตัวชี้วัด ความสำเร็จ อื่นๆ
							ส่งเสริมและ คุ้มครองสิทธิของ คนพิการในการ เข้าถึงหรือรับรู้ และ ใช้ประโยชน์จาก ข้อมูลข่าวสารใน กิจการโทรทัศน์ จากรายการ เพิ่มขึ้น ไม่น้อย กว่าร้อยละ 70 ของประชาชน กลุ่มตัวอย่าง เป็นไปตามแผน

บทที่ 10
สรุปรายงานผลการสัมภาษณ์ผู้ผลิตรายการปี 2563
และผู้เชี่ยวชาญด้านการเขียนบทและการกำกับรายการ
รวมทั้งผลการจัดประชุม Focus Group ของ
กลุ่มเป้าหมายรายการ กลุ่มผู้ผลิตรายการ และกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ

10.1 สรุปรายงานผลการสัมภาษณ์ผู้ผลิตรายการปี 2563

10.1.1 แผนการสัมภาษณ์

ตารางที่ 10.1 สรุปแผนการสัมภาษณ์ผู้ผลิตรายการปี 2563

ลำดับ	ชื่อหัวหน้าโครงการ	บริษัท	รายการ	แผนการสัมภาษณ์
1	นางสาวณสิริ โสภณนสิริ	บริษัท ครีเอทีฟ กรุป สเตชั่น จำกัด	MY Little Bears เพื่อนหมีแสนสนุก	22 กันยายน 2566
2	นางสาวพรชนก ศรีวิไล	บริษัท โอเวลท์ กรุป จำกัด	มะลิจอมแก่นผจญภัย	21 กันยายน 2566
3	นายภัทร วิชชุกรานนท์	บริษัท บอสส์เมต จำกัด	5 หมู่ของหนู	21 กันยายน 2566
4	นายอภิชา กรพชรพงศ์	บริษัท มันทะเลี่ยน ครีเอชั่น จำกัด	KELX เกล: เพื่อน	4 ตุลาคม 2566
5	นายสมิทธิ์ จิรติลก	บริษัท เอซีเอดี จำกัด	Magic Pen ปากกาวิเศษ	28 กันยายน 2023
6	นายพงศกร ต่ายหลี	บริษัท เอช อีพ สล๊ฟ จำกัด	ไปบุญ เณรน้อย	28 กันยายน 2023
7	นายชิตพัทธ์ กองสว่าง	บริษัท เอลิควอร์ กรุป จำกัด	เปาเปาผจญภัยในโลกนิทาน	28 กันยายน 2023
8	คุณพรพล สุวรรณมาศ	มูลนิธิแผ่นดินธรรม ในพระสังฆราชูปถัมภ์	รากแก้ว เรนเจอร์	21 กันยายน 2023
9	คุณปวงเทพ รังสิประภัสร์	บริษัท พีเจ เอาร์ทซอสซิ่ง จำกัด	FLY WORM หนอนน้อยผจญ	28 กันยายน 2023
10	นางสาวสมฤทัย วิชชาพิณ	บริษัท จีเอ็มเอ็ม แชนแนล จำกัด	Happy Family	28 กันยายน 2023
11	นายธีรวัฒน์ เถลิงสกุล	บริษัท ออลบิช (2019) จำกัด	5G New Life, New Change	2 ตุลาคม 2566
12	นางสาวรติกร แก้วประพาฬ	บริษัท ไบรท์ ทีวี จำกัด	5G 24 ชั่วโมง	4 ตุลาคม 2566
13	คุณชานน สัมพันธ์รักษ์	บริษัท ไฮ-โลค เอเจนซี่ จำกัด	โครงการส่งเสริมการผลิตและออกอากาศเนื้อหา รายการที่เป็นประโยชน์กับสาธารณะ เกี่ยวกับเทคโนโลยีสื่อสาร 5G	3 ตุลาคม 2566
14	นางสาวสุรางค์รัตน์ ตีรินทร์	บริษัท เก็ท โลฟี่ แมเนจเม้นท์ จำกัด	5G Freedom	3 ตุลาคม 2566

ลำดับ	ชื่อหัวหน้าโครงการ	บริษัท	รายการ	แผนการสัมภาษณ์
15	คุณฐิตินาถ วิโรจน์ชีวัน	บริษัท ไทย นิวส์ เน็ตเวิร์ค (ทีเอ็นเอ็น) จำกัด	เชื่อมโยงใจได้	5 ตุลาคม 2566
16	คุณหรรษา พันธุ์โพธิ์	บริษัท เพอร์เซปชั่น วัน จำกัด	เพลินทุกจุดที่ สุดสยาม	5 ตุลาคม 2566
17	คุณณัฐพล ศรีภิรมย์	บริษัท 641 คอร์ปอเรชั่น จำกัด	อัศลามมุ อาลัยกุ่ม (PEACE FOR ALL)	26 กันยายน 2566
18	ผศ.ดร. ศรีญญาทิตา ชนะชัยภูวพัฒน์	สมาคมผู้ผลิตข่าวออนไลน์	Stop Fake, Spread Facts	5 ตุลาคม 2566
19	คุณกฤติกา เกลี้ยงกลม	บริษัท คิตชน พลัส จำกัด	เพื่อนกันคนพันธุ์ D	5 ตุลาคม 2566

10.1.2 ประเด็นสัมภาษณ์

ข้อมูลทั่วไป

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

ข้อมูลรายการ

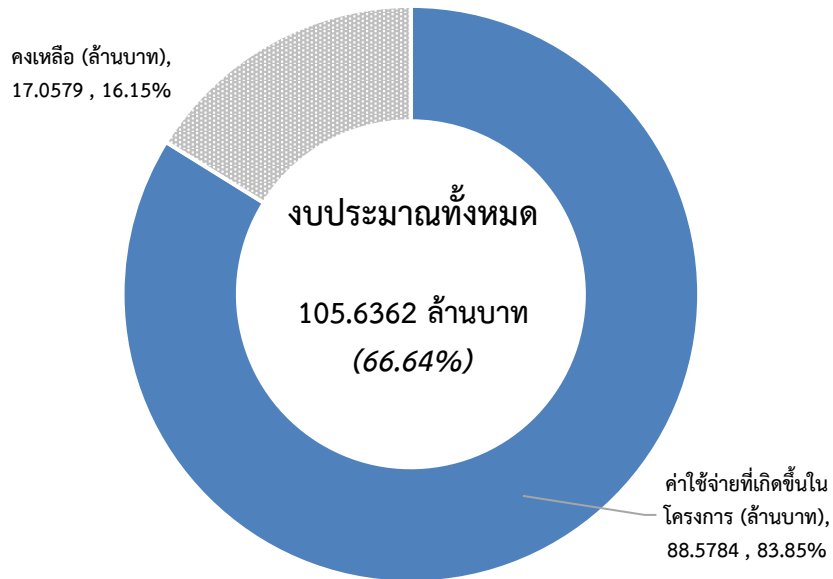
- 7) ชื่อรายการ
- 8) รูปแบบรายการ
- 9) จำนวนตอน / ระยะเวลาต่อตอน
- 10) กลุ่มเป้าหมายของรายการ
- 11) เนื้อหารายการโดยสรุป
- 12) แหล่งข้อมูลหรือองค์ความรู้ในการจัดทำเนื้อหารายการ
- 13) ประโยชน์ที่ท่านอยากให้เกิดขึ้นจากการเผยแพร่รายการ
- 14) ระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินโครงการตามแผนที่เสนอ กทปส. (Proposal)
- 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) หรือบริการล่าม
ภาษามือ (Sign Language Interpretation) และบริการเสียงบรรยายภาพ (Audio
Description) หรือไม่

ปัจจัยความสำเร็จ ปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะ

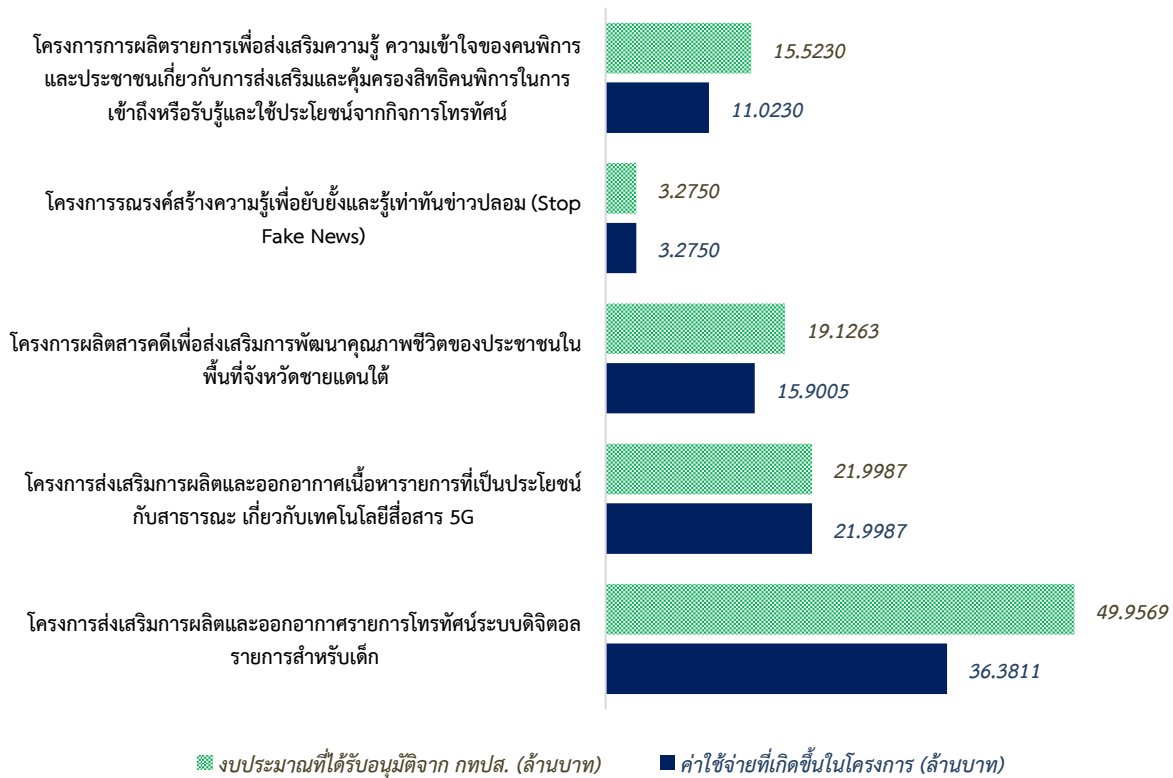
- 25) ผลการดำเนินงานในภาพรวมเป็นไปตามแผนที่ท่านเสนอให้แก่กองทุน กทปส.
ไว้หรือไม่ อย่างไร
- 26) กรุณาเล่าถึงการบริหารจัดการโครงการของท่านในด้านการบริหารงบประมาณ,
การบริหารบุคลากร, การบริหารเวลาในการดำเนินงาน การบริหารทรัพยากรในการผลิต
และด้านอื่นๆ
- 27) ปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินงานของท่านมีอะไรบ้าง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

ผลการสัมภาษณ์ผู้ผลิตรายการปี 2563 โดยภาพรวม



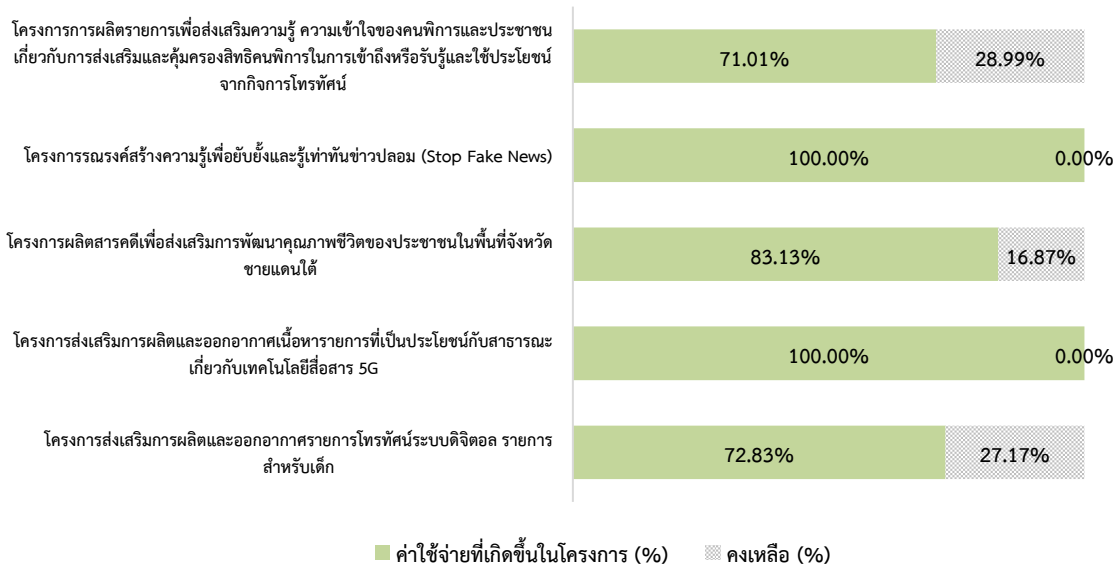
แผนภาพที่ 10.1 งบประมาณและค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นสำหรับรายการปี 2563

สำหรับภาพรวมงบประมาณและค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นสำหรับรายการที่ได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนเงินจากกองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ (กทปส.) ปี 2563 พบว่า งบประมาณทั้งหมดของการผลิตรายการที่ได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนเงินจากกองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ (กทปส.) มีค่าเท่ากับ 105.6362 ล้านบาท โดยค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในโครงการ เท่ากับ 88.5784 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 83.85 ของงบประมาณทั้งหมด และมีจำนวนเงินคงเหลือ 17.0579 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 16.15 ของงบประมาณทั้งหมด



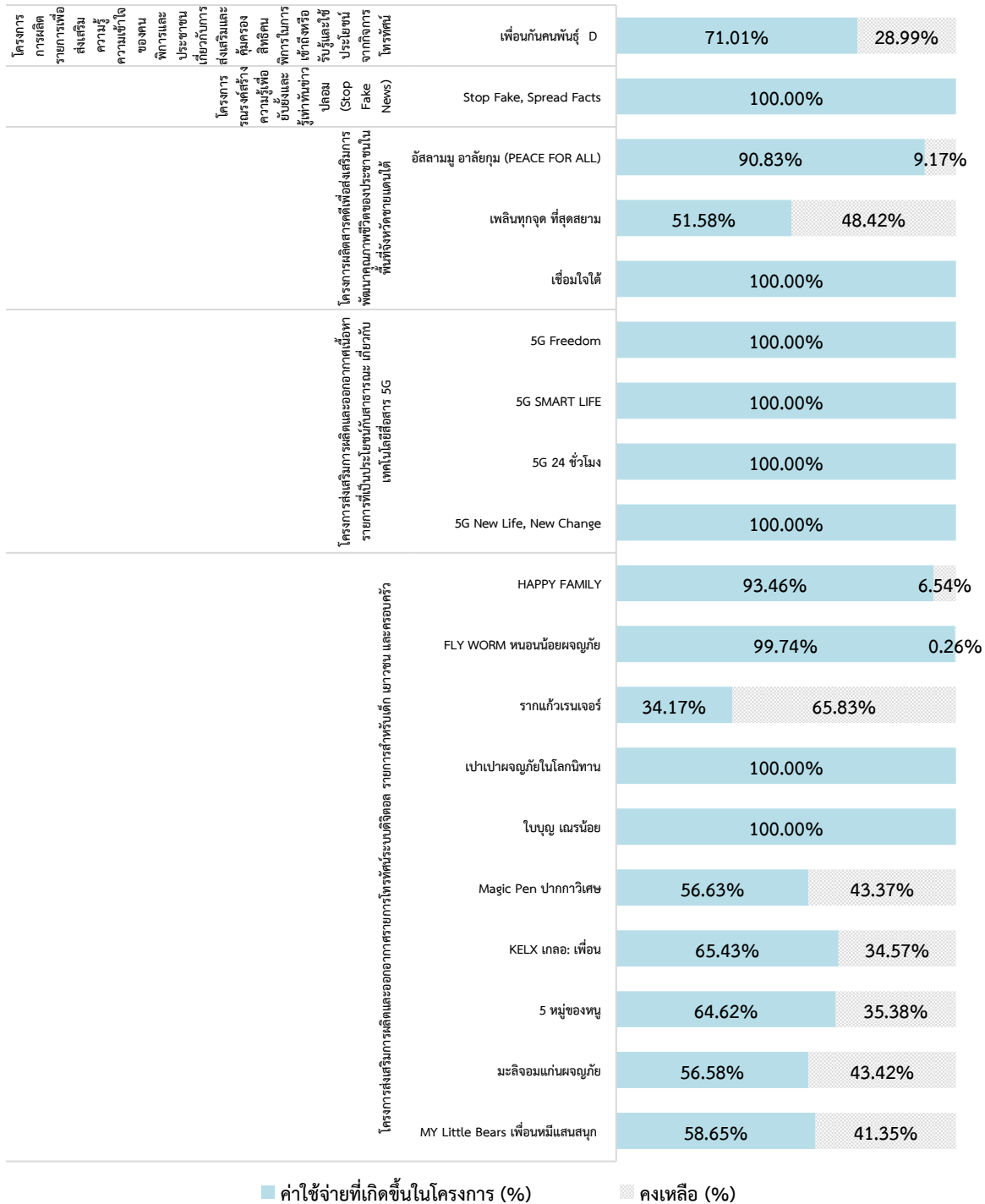
แผนภาพที่ 10.2 งบประมาณที่ได้รับอนุมัติจาก กทปส. และค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นแต่ละประเภทโครงการ

สำหรับภาพรวมงบประมาณที่ได้รับอนุมัติจาก กทปส. และค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นแต่ละประเภทโครงการ ปี 2563 พบว่า งบประมาณที่ได้รับอนุมัติจาก กทปส. และค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นแต่ละประเภทโครงการมากที่สุด ได้แก่ โครงการส่งเสริมการผลิตและออกอากาศรายการโทรทัศน์ระบบดิจิทัลรายการสำหรับเด็ก ซึ่งมีงบประมาณที่ได้รับอนุมัติจาก กทปส. เท่ากับ 49.9569 ล้านบาท โดยมีค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในโครงการ เท่ากับ 36.3811 ล้านบาท รองลงมา ได้แก่ โครงการผลิตสารคดีเพื่อส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนใต้ ซึ่งมีงบประมาณที่ได้รับอนุมัติจาก กทปส. เท่ากับ 19.1263 ล้านบาท โดยมีค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในโครงการ เท่ากับ 15.9005 ล้านบาท โครงการส่งเสริมการผลิตและออกอากาศเนื้อหา รายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะเกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสาร 5G ซึ่งมีงบประมาณที่ได้รับอนุมัติจาก กทปส. เท่ากับ 21.9987 ล้านบาท โดยมีค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในโครงการ เท่ากับ 21.9987 ล้านบาท โครงการ การผลิตรายการเพื่อส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจของคนพิการและประชาชนเกี่ยวกับการส่งเสริมและ คุ้มครองสิทธิคนพิการในการเข้าถึงหรือรับรู้และใช้ประโยชน์จากกิจการโทรทัศน์ ซึ่งมีงบประมาณที่ได้รับ อนุมัติจาก กทปส. เท่ากับ 15.5230 ล้านบาท โดยมีค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในโครงการ เท่ากับ 11.0230 ล้านบาท และโครงการรณรงค์สร้างความรู้เพื่อยับยั้งและรู้เท่าทันข่าวปลอม (Stop Fake News) ซึ่งมีงบประมาณ ที่ได้รับอนุมัติจาก กทปส. เท่ากับ 3.270 ล้านบาท ตามลำดับ



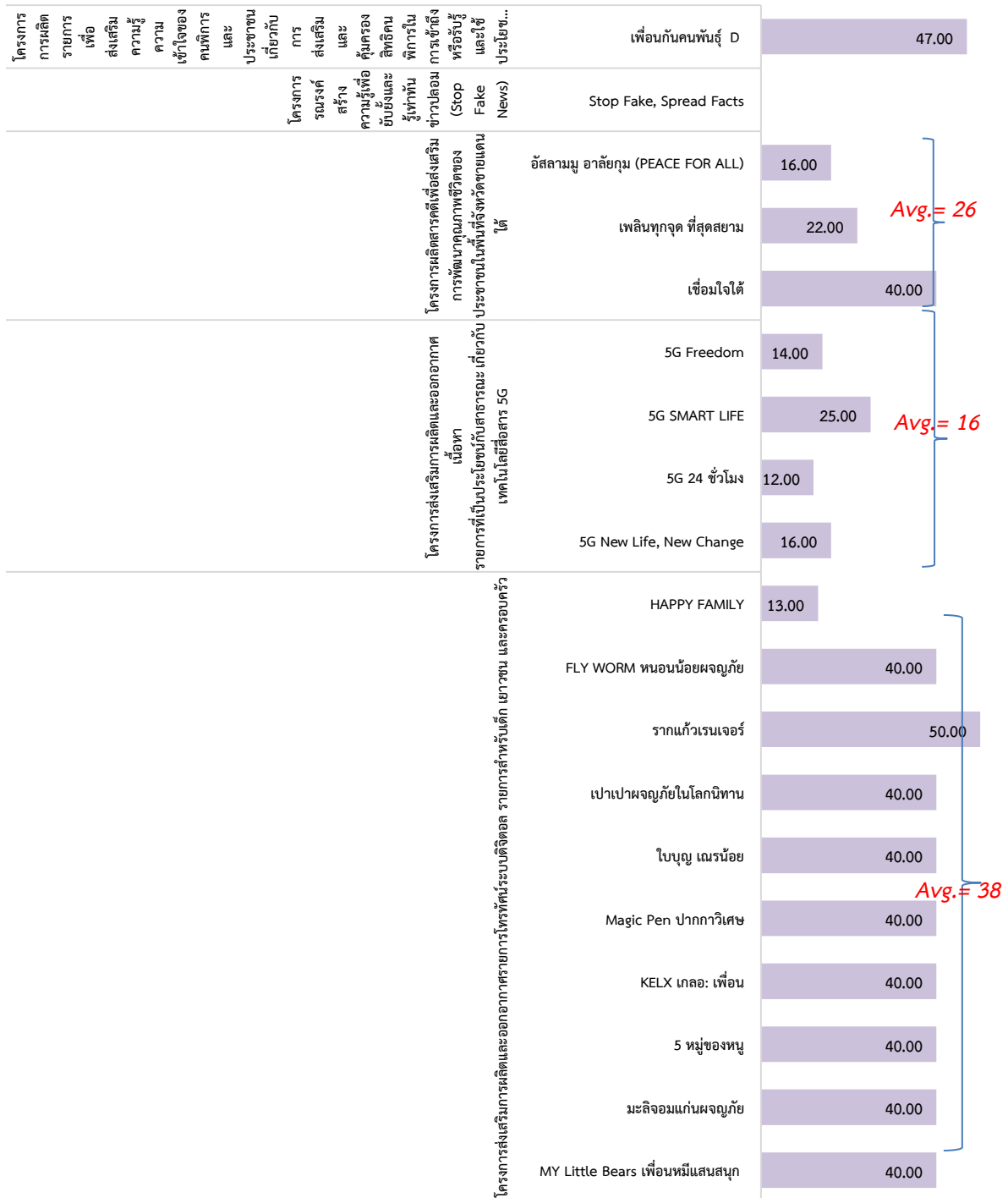
แผนภาพที่ 10.3 สัดส่วนค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในแต่ละประเภทโครงการ

สำหรับภาพรวมสัดส่วนค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในแต่ละประเภทโครงการ ปี 2563 พบว่า สัดส่วนค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นมากที่สุด ได้แก่ โครงการส่งเสริมการผลิตและออกอากาศเนื้อหารายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะเกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสาร 5G และ โครงการรณรงค์สร้างความรู้เพื่อยับยั้งและรู้เท่าทันข่าวปลอม (Stop Fake News) ซึ่งมีสัดส่วนค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นร้อยละ 100.00 รองลงมาได้แก่ โครงการส่งเสริมการผลิตและออกอากาศรายการโทรทัศน์ระบบดิจิทัลรายการสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว ซึ่งมีสัดส่วนค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นร้อยละ 72.83 ของงบประมาณที่ได้รับอนุมัติจาก กทปส. โครงการการผลิตรายการเพื่อส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจของคนพิการและประชาชนเกี่ยวกับการส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิคนพิการในการเข้าถึงหรือรับรู้และใช้ประโยชน์จากกิจการโทรทัศน์ ซึ่งมีสัดส่วนค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นร้อยละ 71.01 ของงบประมาณที่ได้รับอนุมัติจาก กทปส. ของงบประมาณที่ได้รับอนุมัติจาก กทปส. และ โครงการผลิตสารคดีเพื่อส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนใต้ ซึ่งมีสัดส่วนค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นร้อยละ 57.09 ของงบประมาณที่ได้รับอนุมัติจาก กทปส. ตามลำดับ



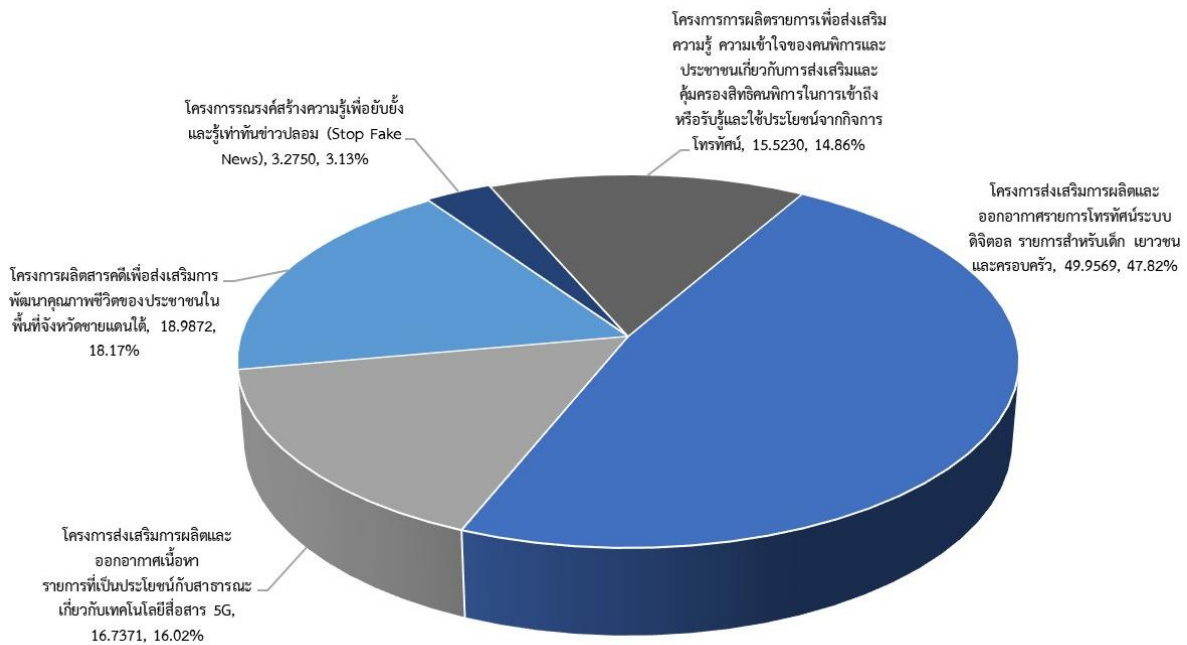
แผนภาพที่ 10.4 สัดส่วนค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในแต่ละรายการ

สำหรับภาพรวมสัดส่วนค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในแต่ละรายการ ปี 2563 พบว่า 5 รายการที่มีสัดส่วนค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นต้องงบประมาณที่ได้รับการสนับสนุนจาก กทปส. มากที่สุด ได้แก่ 5G New Life New Change มีสัดส่วนค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นร้อยละ 100.00 รองลงมาเป็น เชื่อมใจได้ เปาเปาผจญภัยในโลกนิทาน ใบบุญ เณรน้อย ซึ่งมีสัดส่วนค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นร้อยละ 100.00 ของงบประมาณที่ได้รับอนุมัติจาก กทปส. และ FLY WORM หนอนน้อยผจญภัย ซึ่งมีสัดส่วนค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นร้อยละ 99.74 ของงบประมาณที่ได้รับอนุมัติจาก กทปส. ตามลำดับ



แผนภาพที่ 10.5 จำนวนตอนแบ่งแยกตามรายการ

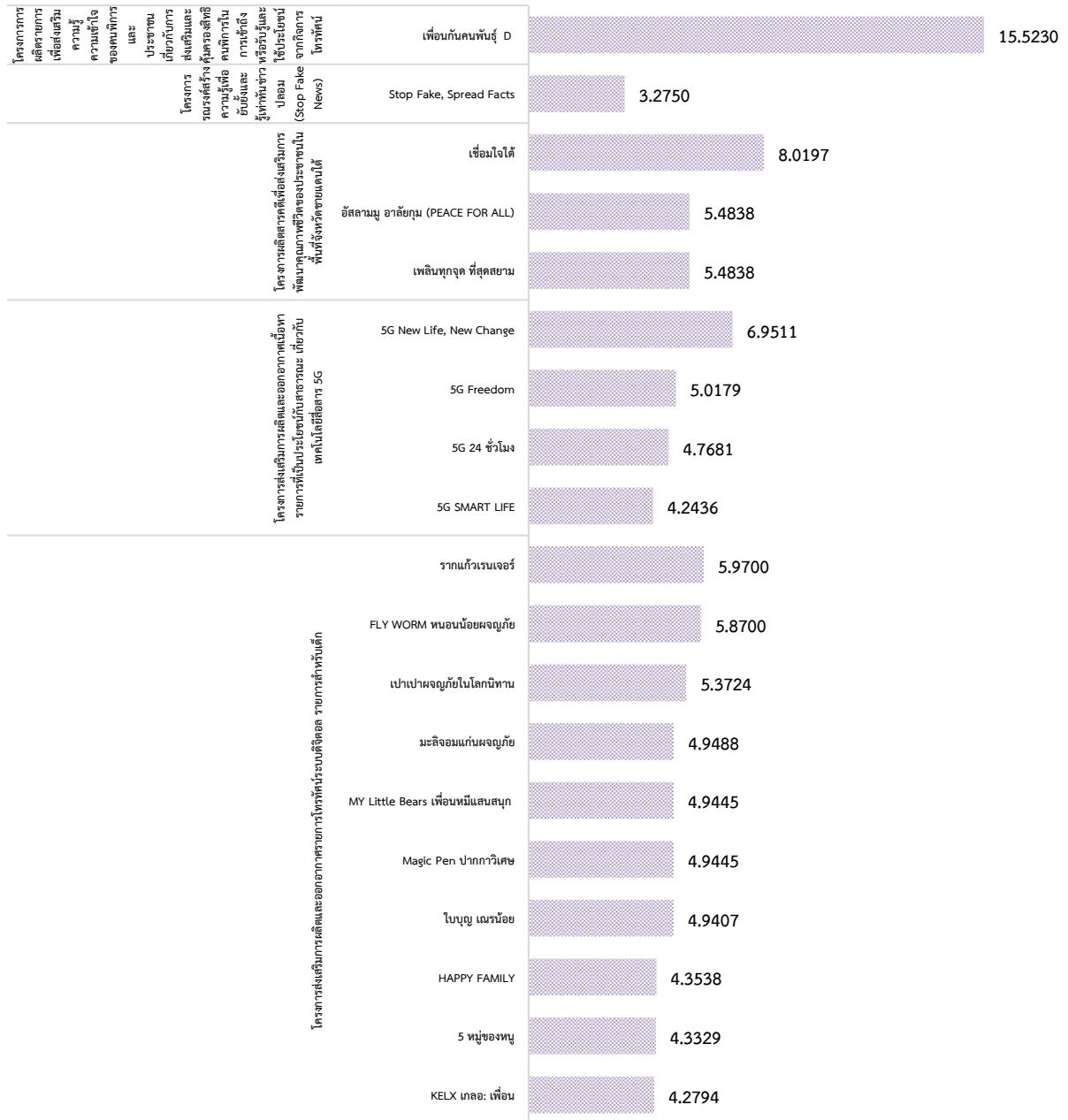
สำหรับภาพรวมจำนวนตอนแบ่งแยกตามแต่ละประเภทโครงการ ปี 2563 พบว่า โครงการการผลิตรายการเพื่อส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจของคนพิการและประชาชนเกี่ยวกับการส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิคนพิการในการเข้าถึงหรือรับรู้และใช้ประโยชน์จากกิจการโทรทัศน์ จำนวนตอนเฉลี่ยในแต่ละประเภทโครงการที่เกิดขึ้นมากที่สุด ได้แก่ ซึ่งมีจำนวนตอนเฉลี่ย เท่ากับ 47 ตอน รองลงมาได้แก่ โครงการส่งเสริมการผลิตและออกอากาศรายการโทรทัศน์ระบบดิจิทัลรายการสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว ซึ่งมีจำนวนตอนเฉลี่ย เท่ากับ 38 ตอน โครงการผลิตสารคดีเพื่อส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนใต้ ซึ่งมีจำนวนตอนเฉลี่ย เท่ากับ 26 ตอน และโครงการส่งเสริมการผลิตและออกอากาศเนื้อหารายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะเกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสาร 5G ซึ่งมีจำนวนตอนเฉลี่ย เท่ากับ 16 ตอน ตามลำดับ



แผนภาพที่ 10.6 สัดส่วนของรายได้จากการผลิตแต่ละโครงการ

สำหรับภาพรวมสัดส่วนของรายได้จากการผลิตแต่ละโครงการ ปี 2563 พบว่า สัดส่วนของรายได้จากการผลิตแต่ละโครงการที่เกิดขึ้นมากที่สุด ได้แก่ โครงการส่งเสริมการผลิตและออกอากาศรายการโทรทัศน์ระบบดิจิทัลรายการสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว ซึ่งมีสัดส่วนของรายได้จากการผลิต เท่ากับ 49.9569 คิดเป็นร้อยละ 45.95 รองลงมา ได้แก่ โครงการส่งเสริมการผลิตและออกอากาศเนื้อหา รายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะเกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสาร 5G ซึ่งมีสัดส่วนของรายได้จากการผลิต เท่ากับ 20.8907 คิดเป็นร้อยละ 19.30 โครงการผลิตสารคดีเพื่อส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนใต้ ซึ่งมีสัดส่วนของรายได้จากการผลิต เท่ากับ 18.9872 คิดเป็นร้อยละ 17.46 โครงการการผลิตรายการเพื่อส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจของคนพิการและประชาชนเกี่ยวกับการส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิคนพิการในการเข้าถึงหรือรับรู้และใช้ประโยชน์จากกิจการโทรทัศน์ ซึ่งมีสัดส่วนของรายได้จากการผลิต เท่ากับ 15.5230 คิดเป็นร้อยละ 14.28 และ โครงการรณรงค์สร้างความรู้เพื่อยับยั้งและรู้เท่าทันข่าวปลอม (Stop Fake News) ซึ่งมีสัดส่วนของรายได้จากการผลิต เท่ากับ 3.2750 คิดเป็นร้อยละ 3.01 ตามลำดับ

รายได้ (ล้านบาท)



แผนภาพที่ 10.7 รายได้จากการผลิตแต่ละรายการ

สำหรับภาพรวมสัดส่วนของรายได้จากการผลิตแต่ละรายการ ปี 2563 พบว่า รายได้จากการผลิตแต่ละรายการที่เกิดขึ้นมากที่สุด ได้แก่ รายการเพื่อนกันคนพันธุ์ D โดยมีสัดส่วนรายได้ เท่ากับ 15.5230 ล้านบาท รองลงมา ได้แก่ รายการเชื่อมใจได้ โดยมีสัดส่วนรายได้ เท่ากับ 8.0197 ล้านบาท และ รายการ 1.5G New Life, New Change โดยมีสัดส่วนรายได้ เท่ากับ 6.9511 ล้านบาท ตามลำดับ

10.1.3 ผลการสัมภาษณ์ผู้ผลิตรายการปี 2563

10.1.3.1 โครงการส่งเสริมการผลิตและออกอากาศรายการโทรทัศน์ระบบดิจิทัล รายการสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว

1. รายการ MY Little Bears เพื่อนหมีแสนสนุก



ข้อมูลพื้นฐาน

1. ชื่อบริษัท/หน่วยงานของผู้รับทุน	บริษัท ศรีเอทีพี กรุป สเตชั่น จำกัด
2. ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์	คุณณิชากร จินะดิษฐ์
3. ตำแหน่งของผู้ให้สัมภาษณ์	ผู้ประสานงาน
4. เพศ	หญิง
5. อายุ	41 - 50 ปี
6. การศึกษา	ปริญญาตรี

ข้อมูลรายการ

7. ชื่อรายการ	MY Little Bears เพื่อนหมีแสนสนุก
8. รูปแบบรายการ	แอนิเมชันนำเสนอเรื่องราวการส่งเสริมพัฒนาการของเด็กปฐมวัย (3-5 ปี) ผ่านตัวละครแอนิเมชันน้องหมีแสนสนุก
9. จำนวนตอน 40 ตอน	ระยะเวลาต่อตอน 5 นาที
10. กลุ่มเป้าหมายของรายการ	กลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี) (กลุ่มเป้าหมายหลัก) และกลุ่มผู้ปกครอง ครู ผู้ที่เกี่ยวข้องกับเด็กปฐมวัย (กลุ่มเป้าหมายรอง)
11. เนื้อหารายการโดยสรุป	การตูนแอนิเมชัน “MY Little Bears เพื่อนหมีแสนสนุก” เป็นการถ่ายทอดเรื่องราวของสองพี่น้องหมีตัวละครหลักคือ น้ำใสและใจกล้า โดยมีเนื้อหาแต่ละตอนที่หลากหลายแตกต่างกัน ได้แก่ มหัศจรรย์ผลไม้แปงโคว์ ซึ่งมีเนื้อหาการสอนเชิงการทำอาหารและการผสมสีของอาหารหรือบ้านของฉิน ซึ่งมีเนื้อหาแสดงส่วนประกอบของบ้าน เพื่อเป็นการสร้างทักษะการจินตนาการ องค์กรความรู้ในเชิงสร้างสรรค์ให้กับกลุ่มเป้าหมาย อีกทั้งตอนท้ายแต่ละตอนได้สอดแทรกข้อคิดหรือบทสรุปของเนื้อหาแต่ละตอนให้เด็กๆ หรือกลุ่มเป้าหมายด้วย

12. แหล่งข้อมูลหรือองค์ความรู้ในการจัดทำเนื้อหารายการ	<p>1) ที่ปรึกษา: พญ. รัตโนทัย พลับรูการ กุมารเวชศาสตร์พัฒนาการและพฤติกรรม เป็นที่ปรึกษาและคอยให้คำแนะนำสำหรับการทำทละคร และสคริปต์</p> <p>2) งานวิจัยเกี่ยวกับการผลิตสื่อสำหรับเด็ก</p> <p>3) หนังสือนิทานเด็ก: ใช้เป็น reference วิธีสอนและอธิบายเด็ก</p>
13. ประโยชน์ที่ท่านอยากให้เกิดขึ้นจากการเผยแพร่รายการ	เพื่อให้เด็กมีองค์ความรู้ในเชิงสร้างสรรค์ให้สามารถนำสาระความรู้จากรายการไปต่อยอดพัฒนาคุณภาพชีวิต เพิ่มทักษะการคิดให้เด็กมีความจินตนาการ และความคิดที่สร้างสรรค์
14. ระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินโครงการตามแผนที่เสนอ กทปส. (Proposal)	365 วัน / 12 เดือน
15. ระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินโครงการจริง	1 ปี วัน/เดือน (ไม่มีเลื่อนงวดงาน ส่งตรงตามงวดงาน)
16. จำนวนตอนที่ผลิตแล้วเสร็จ (จนถึงวันที่สัมภาษณ์)	40 ตอน
17. จำนวนตอนที่ออกอากาศสำเร็จ (จนถึงวันที่สัมภาษณ์)	40 ตอน
18. จำนวนบุคลากรทั้งหมดในโครงการ (เช่น ผู้กำกับ, ทีมถ่ายทำ, พิธีกร)	10-15 คน
19. ช่องทางการออกอากาศ: สถานีโทรทัศน์ (On Air)	<p>PPTV HD ช่อง 36</p> <p>ช่วงเวลาออกอากาศ (วันและเวลา) ทุกวันเสาร์ – อาทิตย์ เวลา 8.00 - 8.05 น.</p> <p><u>ค่าเฉลี่ย Rating ตลอดระยะเวลาการออกอากาศ</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ ค่าเฉลี่ย Rating ตามแผนที่เสนอ กทปส. (Proposal) ไม่น้อยกว่า 0.05 ➤ ค่าเฉลี่ย Rating จริง 0.138 (เลือกช่องนี้ (ถึงแม้ rating น้อย ไม่ mass) เพราะช่องอื่น slot เต็ม (ระยะเวลาต่อตอนสั้น)
20. ช่องทางการออกอากาศ: สื่อออนไลน์ (Online)	<ul style="list-style-type: none"> ❖ ช่องทางที่ 1 YouTube จำนวนผู้ติดตาม 334 subscribers https://www.youtube.com/@mylittlebears9890 (Hashtag : #เพื่อนหมีแสนสนุก #PPTVHD #สื่อสร้างสรรค์ #สื่อดีสอนเด็ก Keyword : นิทานสอนเด็ก นิทานออนไลน์ สื่อสอนเด็ก การดูให้ความรู้) ชื่อช่อง MY Little Bears เพื่อนหมีแสนสนุก จำนวนยอด View ตามแผนที่เสนอ กทปส. รวมกันไม่น้อยกว่า 495,000 views จำนวนยอด View จริง 204,661 (จำนวนยอด View โดยรวม / จำนวนครั้งที่วิดีโอถูกเล่นทุกตอน) จำนวนยอด View โดยเฉลี่ย 5,116 จำนวนยอด Like 472 ระยะเวลาการรับชมโดยเฉลี่ย (นาที) 1.32 อัตราการดูวิดีโอจนจบ (Video Completion Rate) ร้อยละ 0.23 ตัวอย่าง Comment ของผู้ชมรายการ ปิดคอมเมนต์ ❖ ช่องทางที่ 2 Facebook จำนวนผู้ติดตาม 5,100 followers ชื่อช่อง MY Little Bears เพื่อนหมีแสนสนุก https://www.facebook.com/MyLittleBears.TV จำนวนยอด View ตามแผนที่เสนอ กทปส. รวมกันไม่น้อยกว่า 495,000 views จำนวนยอด View จริง 345,936 (จำนวนยอด View โดยรวม / จำนวนครั้งที่วิดีโอถูกเล่นทุกตอน) จำนวนยอด View โดยเฉลี่ย 8,648 จำนวนยอด Like 177 จำนวนยอด Comment 30 จำนวนยอด Share 33

	<p>ระยะเวลาการรับชมโดยเฉลี่ย (นาที) 0.27 อัตราการดูวิดีโอจนจบ (Video Completion Rate) ร้อยละ 0.1 ตัวอย่าง Comment ของผู้ชมรายการ Comment เชิงบวก: หลานๆ ชอบมากเลย เลิฟรายการนี้, รายการการ์ตูนแบบนี้ เด็กๆ ชอบเลยคะ</p> <p>Comment ได้จากคนรู้จัก และ ทีม Production ที่ทำงานด้วยกัน: เนื้อหาเข้าใจง่าย, ภาพสวย, character น่ารัก</p>
21. งบประมาณที่ได้รับอนุมัติจาก กทปส. ทั้งหมด	4,944,470 บาท (4,944,470 บาท Proposal = ผู้รับทุน)
22. ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในโครงการ	<p>ค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการ (กรรมารระบุ ประเภทรายจ่ายและยอดเงินที่ใช้จ่ายจริง) 2,900,000 บาท (3,232,470 บาท Proposal) รายละเอียด Budget: ค่าผลิตรายการที่ได้รับอนุมัติ = 80,811.75 บาทต่อตอน (40 ตอน) = 3,232,470 Actual: ค่าผลิตรายการ = 3,865,834.15 1) ค่าตอบแทนที่ปรึกษาโครงการ = 1,337.50 บาทต่อตอน (40 ตอน) = 53,500.00 บาท 2) ค่าผลิตรายการ (เหมา) = 90,814.35 บาทต่อตอน (40 ตอน) = 3,632,574.15 บาท 3) ค่าวัสดุ = 936.25 บาทต่อตอน (40 ตอน) = 37,450.00 บาท</p> <p>ค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ (กรรมารระบุ ประเภทรายจ่ายและยอดเงินที่ใช้จ่ายจริง) 1,712,000.00 บาท รายละเอียด Budget: ค่าเช่าเวลาออกอากาศรายการ 42,800.00 บาทต่อตอน (40 ตอน) = 1,712,000.00 บาท Actual: ค่าเช่าเวลาออกอากาศรายการ 26,750.00 บาทต่อตอน (40 ตอน) = 1,070,000.00 บาท</p>
23. รายได้จากการผลิตรายการ (บอกตัวเลขคร่าวๆ ได้)	<p>รายได้จากกองทุน (งบประมาณ) 4,944,470 บาท รายได้จากโฆษณา – (ไม่ได้ขาย ad) บาท รายได้จากช่องทางอื่นๆ - บาท</p>
24. รายการของท่านมีการประเมินผลความพึงพอใจของผู้ชมหรือไม่	<input checked="" type="checkbox"/> มี <ul style="list-style-type: none"> ● ความพึงพอใจของผู้ชมกลุ่มเป้าหมายที่ 9.02 คะแนน
24. 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

<p>25. ผลการดำเนินงานในภาพรวมเป็นไปตามแผนที่ท่านเสนอให้แก่องทุน กทปส. ไว้หรือไม่ อย่างไร</p>	<p>การดำเนินงานเป็นไปตามแผน อาจจะได้รับผลกระทบจากการระบาดโควิด 19 บ้างเล็กน้อย อย่างไรก็ตาม ผู้รับทุนได้ปรับเปลี่ยนการทำงานโดยเน้น Work from Home มากขึ้น ทำให้สามารถดำเนินการเสร็จได้ด้วยดี</p>
<p>26. กรุณาเล่าถึงการบริหารจัดการโครงการของท่านในด้านการบริหารงบประมาณ, การบริหารบุคลากร, การบริหารเวลาในการดำเนินงาน การบริหารทรัพยากรในการผลิตและด้านอื่นๆ</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● การบริหารงบประมาณ : ไม่มีปัญหา เนื่องจากได้มีการวางแผนและแจกแจงงบค่าใช้จ่ายในการทำงาน โดยเฉพาะค่า Production ทำให้ทราบวาระระยะเวลาในการดำเนินการและจำนวนบุคลากร ● การบริหารบุคลากร : ไม่มีปัญหา มีความเป็น teamwork ● การบริหารเวลาในการดำเนินงาน : สถานการณ์การระบาดโควิด 19 ทำให้ทำงานได้ช้าลง ทำให้ต้องเร่งเวลาทำงานเพื่อให้เสร็จและส่งมอบตามเวลา ● การบริหารทรัพยากรในการผลิต : ไม่มีปัญหา เพราะบริษัทมีอุปกรณ์เครื่องมือครบอยู่แล้ว
<p>27. ปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินงานของท่านมีอะไรบ้าง กรุณายกตัวอย่างเหตุการณ์หรือสิ่งที่ทำให้ท่านสามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ของโครงการ</p>	<p>ทีมงานมีการวางแผนงานได้ดี และมีการปรับเปลี่ยนการทำงานเมื่อเกิดเหตุการณ์ที่เป็นความเสี่ยงสำหรับการดำเนินงานที่จะส่งผลให้มีความล่าช้า</p>
<p>28. ปัญหาอุปสรรคหรือข้อจำกัดในการดำเนินงานของท่านมีอะไรบ้าง กรุณายกตัวอย่างเหตุการณ์หรือสิ่งที่ทำให้ท่านไม่สามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ของโครงการ <i>เช่น การขอรับทุนจาก กทปส., งบประมาณที่ได้รับ, ผลการดำเนินงาน (ก่อน ระหว่าง และ หลังการผลิตรายการ) เป็นต้น</i></p>	<p>บริษัทมีอุปสรรคการดำเนินงานจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค COVID-19 เนื่องจากบุคลากรของทีมงานผลิตรายการมีการติดเชื้อ COVID-19 ทำให้การดำเนินงานมีความล่าช้ากว่าแผน ดังนั้นทำให้บริษัทต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบการทำงานใหม่เป็นรูปแบบ Work From Home โดยสลับทีมงานเข้ามาทำงานที่ บริษัทฯ และจัดการประชุมทางออนไลน์ เพื่อความปลอดภัยของทีมงานและเพื่อให้งานมีความคืบหน้าอย่างต่อเนื่องมากขึ้น อย่างไรก็ตามงานบางส่วนต้องใช้สถานที่กลางในการดำเนินการ เช่น การลงเสียงที่ห้องบันทึกเสียง บริษัทฯ จะอนุญาตเฉพาะผู้ที่เกี่ยวข้องและจำเป็นในการควบคุมคุณภาพงานเท่านั้น นอกจากนี้เพื่อไม่ให้งานล่าช้ากว่าแผนงานที่กำหนดไว้ ทางบริษัทฯ ได้วางแผนและเพิ่มจำนวนทีมงานและจำนวนชั่วโมงในการทำงาน รวมถึงการทำโอที เพื่อทำงานและนำส่งผลผลิตให้ทันตามเวลาที่กำหนด</p>
<p>29. ข้อเสนอแนะที่ท่านอยากเสนอให้ทาง กทปส. นำไปพัฒนาหรือปรับปรุง เพื่อให้ท่านสามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ของโครงการได้ <i>เช่น ขั้นตอนการพิจารณาให้ทุน, ความช่วยเหลือที่อยากได้จาก กทปส. เป็นต้น</i></p>	<ol style="list-style-type: none"> 1) อยากให้เพิ่มเวลาในการผลิตรายการ (production) มากขึ้น 2) อยากให้เผยแพร่รายการในช่องทางอื่นๆ ได้หลากหลายมากกว่านี้ เพื่อโปรโมตรายการ เช่น ช่องโทรทัศน์อื่น ช่องทางสื่ออื่นๆ (หน่วยงานราชการที่เป็นพันธมิตรกับ กทปส. เช่น ThaiPBS, NBT, กองทุนสื่อ) 3) อยากให้เพิ่มงบ เพื่อต่อยอดรายการที่สามารถสอนเด็กได้เรื่อยๆ และต่อเนื่อง เช่น ทำเป็นสื่อการเรียนการสอน เพื่อสอนเด็กตามสถานเลี้ยงเด็ก โรงเรียน ชุมชน พื้นที่ห่างไกล 4) อยากให้เพิ่มควมถี่ในการให้ทุนสำหรับโครงการผลิตรายการสำหรับเด็ก เช่น ปีละ 2 ครั้ง เพื่อเพิ่มผลงานรายการเด็กให้กับกองทุนและสังคม
<p>30. ข้อเสนอแนะอื่นๆ (ถ้ามี)</p>	<p>งบประมาณที่ได้ค่อนข้างจำกัด ทำให้ผู้ผลิตรายการค่อนข้างคล้อยของปีก่อนหน้า (ไม่มีความหลากหลาย ดังนั้น อยากให้ กทปส. มีการขยายกรอบวงเงินให้สูงขึ้น เพื่อให้ผู้รับทุนสามารถผลิตรายการได้หลายหลายมีประสิทธิภาพ และคุณภาพมากขึ้น เช่น สามารถใส่เสียงได้หลากหลาย เพิ่มความสนุกให้กับเด็ก ดึงดูดเด็กได้มากขึ้น อีกทั้ง ผู้รับทุนมีความต้องการให้ กทปส. สนับสนุน งบประมาณสำหรับการยิงโฆษณาเพื่อสร้างการรับรู้ให้กับกลุ่มผู้ปกครองมากขึ้น</p>

2. รายการ มะลิจอมแก่นผจญภัย โควิด-19



ข้อมูลพื้นฐาน

1. ชื่อบริษัท/หน่วยงานของผู้รับทุน	บริษัท ไอเวลท์ กรุ๊ป จำกัด
2. ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์	คุณพรชนก ศรีวิไล
3. ตำแหน่งของผู้ให้สัมภาษณ์	หัวหน้าโครงการ
4. เพศ	หญิง
5. อายุ	31 - 40 ปี
6. การศึกษา	ปริญญาตรี

ข้อมูลรายการ

7. ชื่อรายการ	มะลิจอมแก่นผจญภัย
8. รูปแบบรายการ	แอนิเมชันนำเสนอเรื่องราวการส่งเสริมพัฒนาการของเด็กปฐมวัย (3-5 ปี) ผ่านตัวละครแอนิเมชันมะลิ โดยนำเสนอเรื่องราวของ โควิด-19 ที่ทำให้วิถีชีวิตของทุกคนเปลี่ยนไป รวมถึงการปรับตัวให้สอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลง โดยยึดเรื่องความปลอดภัยและหลักสุขอนามัยที่พึงปฏิบัติเป็นสำคัญ
9. จำนวนตอน 40 ตอน	ระยะเวลาต่อตอน 5 นาที
10. กลุ่มเป้าหมายของรายการ	กลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี) (กลุ่มเป้าหมายหลัก) และกลุ่มผู้ปกครอง ครู ผู้ที่เกี่ยวข้องกับเด็กปฐมวัย (กลุ่มเป้าหมายรอง)
11. เนื้อหารายการโดยสรุป	การตูนแอนิเมชัน “มะลิจอมแก่นผจญภัย โควิด-19” เป็นการถ่ายทอดเรื่องราวของผ่านเด็กผู้หญิงชื่อมะลิอายุประมาณ 3-5 ปี โดยเนื้อหาจะเป็นการนำเสนอเรื่องราวของ โควิด-19 ที่ทำให้วิถีชีวิตของทุกคนเปลี่ยนไป รวมถึงการปรับตัวให้สอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลง โดยยึดเรื่องความปลอดภัยและหลักสุขอนามัยที่พึงปฏิบัติเป็นสำคัญ เนื้อหาของแต่ละตอนนั้น ได้จากการนำข้อมูลทางสาธารณสุขเกี่ยวกับโรคไวรัสโคโรนา 2019 หรือ โควิด-19 ซึ่งจะมีการใช้อุปกรณ์ป้องกันโควิด-19 เช่น หน้ากากอนามัย, Face Shield ให้เด็กๆ เห็นเป็นตัวอย่างว่าควรป้องกันตัวเองอย่างไรให้ปลอดภัยจากโควิด-19
12. แหล่งข้อมูลหรือองค์ความรู้ในการจัดทำเนื้อหารายการ	1) ที่ปรึกษา: พญ. สุนิศา โสภณนรินทร์ คลินิกพัฒนาการเด็ก เป็นที่ปรึกษาและคอยให้คำแนะนำสำหรับการทำบทละคร และสคริปต์ 2) งานวิจัยเกี่ยวกับการผลิตสื่อสำหรับเด็ก 3) หนังสือนิทานเด็ก: ใช้เป็น reference วิีสอนและอธิบายเด็ก

13. ประโยชน์ที่ท่านอยากให้เกิดขึ้นจากการเผยแพร่รายการ	เพื่อให้เด็กมีความรู้เรื่องของการปฏิบัติเมื่อเกิดโรคระบาดโควิด 19 ว่าควรมีการปรับเปลี่ยนควรมีการป้องกันต่อการเป็นโรคโควิดได้อย่างไรบ้าง อีกทั้ง อุปกรณ์ในการป้องกันการเกิดโรคเพื่อให้เด็กมีองค์ความรู้ดังกล่าว และสามารถนำไปปฏิบัติจริงในชีวิตประจำวันได้
14. ระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินโครงการตามแผนที่เสนอ กทปส. (Proposal)	365 วัน / 12 เดือน
15. ระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินโครงการจริง	1 ปี วัน/เดือน (ไม่มีเลื่อนงานส่งตรงตามงาน)
16. จำนวนตอนที่ผลิตแล้วเสร็จ (จนถึงวันที่สัมภาษณ์)	40 ตอน
17. จำนวนตอนที่ออกอากาศสำเร็จ (จนถึงวันที่สัมภาษณ์)	40 ตอน
18. จำนวนบุคลากรทั้งหมดในโครงการ (เช่น ผู้กำกับ, ทีมถ่ายทำ, พิธีกร)	15-17 คน
19. ช่องทางการออกอากาศ: สถานีโทรทัศน์ (On Air)	ช่อง GMM25 ช่อง 25 ช่วงเวลาออกอากาศ (วันและเวลา) ทุกวันเสาร์ – อาทิตย์ เวลา 7.00 – 7.05 น. <u>ค่าเฉลี่ย Rating ตลอดระยะเวลาการออกอากาศ</u> ➢ ค่าเฉลี่ย Rating ตามแผนที่เสนอ กทปส. (Proposal) ไม่น้อยกว่า 0.05 ➢ ค่าเฉลี่ย Rating จริง 0.038 (เลือกช่องนี้ (ถึงแม้ rating น้อย ไม่ mass) เพราะช่องอื่น slot เต็ม (ระยะเวลาต่อตอนสั้น)
20. ช่องทางการออกอากาศ: สื่อออนไลน์ (Online)	❖ ช่องทางที่ 1 Youtube จำนวนผู้ติดตาม 480 subscribers https://www.youtube.com/@user-wy7mt6xv3n (Hashtag : #มะลิจอมแก่นผจญภัย #True4U #สื่อสร้างสรรค์ #สื่อดีสอนเด็ก Keyword : นิทานสอนเด็ก นิทานออนไลน์ สื่อสอนเด็ก การชวนให้ความรู้) ชื่อช่อง การชวนมะลิจอมแก่น จำนวนยอด View ตามแผนที่เสนอ กทปส. รวมกันไม่น้อยกว่า 495,000 views จำนวนยอด View จริง 200,700 (จำนวนยอด View โดยรวม / จำนวนครั้งที่วิดีโอถูกเล่นทุกตอน) จำนวนยอด View โดยเฉลี่ย 1,2487 จำนวนยอด Like 2,434 ระยะเวลาการรับชมโดยเฉลี่ย (นาที) 2.19 อัตราการดูวิดีโอจนจบ (Video Completion Rate) ร้อยละ 21.38 ตัวอย่าง Comment ของผู้ชมรายการ ปิดคอมเมนต์ ❖ ช่องทางที่ 2 Facebook จำนวนผู้ติดตาม 1,000 followers https://www.facebook.com/MaliJomKaenTheSeries ชื่อช่อง การชวนมะลิจอมแก่น จำนวนยอด View ตามแผนที่เสนอ กทปส. รวมกันไม่น้อยกว่า 495,000 views จำนวนยอด View จริง 420,000 (จำนวนยอด View โดยรวม / จำนวนครั้งที่วิดีโอถูกเล่นทุกตอน) จำนวนยอด View โดยเฉลี่ย 10,500 จำนวนยอด Like 12 จำนวนยอด Comment 1 จำนวนยอด Share 1 ระยะเวลาการรับชมโดยเฉลี่ย (นาที) 0.29 อัตราการดูวิดีโอจนจบ (Video Completion Rate) ร้อยละ 1.32
21. งบประมาณที่ได้รับอนุมัติจาก กทปส. ทั้งหมด	4,948,750 บาท (4,948,750 บาท Proposal = ผู้รับทุน)

<p>22. ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในโครงการ</p>	<p>ค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการ (กรณีระบุ ประเภทรายการและยอดเงินที่ใช้จ่ายจริง) 2,800,000 บาท (2,800,000 บาท Proposal) รายละเอียด Budget: ค่าผลิตรายการที่ได้รับอนุมัติ = 70,000 บาทต่อตอน (40 ตอน) = 2,800,000 Actual: ค่าผลิตรายการ = 2,920,000 1) ค่าผลิตรายการ = 72,000 บาทต่อตอน (40 ตอน) = 2,800,000 บาท 2) ค่าจัดทำคำบรรยายแทนเสียง = 3,000 บาทต่อตอน = 120,000 บาท</p> <p>ค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ (กรณีระบุ ประเภทรายการและยอดเงินที่ใช้จ่ายจริง) 1,636,000 บาท รายละเอียด Budget: ค่าเช่าเวลาออกอากาศรายการ 40,000 บาทต่อตอน (40 ตอน) = 1,600,000 บาท Actual: 1) ค่าเช่าเวลาออกอากาศรายการ 40,000 บาทต่อตอน (40 ตอน) = 1,600,000 บาท 2) ค่าโฆษณาออนไลน์ 36,000 บาท</p>
<p>23. รายได้จากการผลิตรายการ (บอกตัวเลขคร่าวๆ ได้)</p>	<p>รายได้จากกองทุน (งบประมาณ) 4,948,750 บาท รายได้จากโฆษณา – (ไม่ได้ขาย ad) บาท รายได้จากช่องทางอื่นๆ - บาท</p>
<p>24. รายการของท่านมีการประเมินผลความพึงพอใจของผู้ชมหรือไม่</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> ไม่มี</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. ผลการดำเนินงานในภาพรวมเป็นไปตามแผนที่ท่านเสนอให้แก่กองทุน กทปส. ไว้หรือไม่ อย่างไร</p>	<p>การดำเนินงานเป็นไปตามแผน อาจจะได้รับผลกระทบจากการระบาดโควิด 19 บ้างเล็กน้อย อย่างไรก็ตาม ผู้รับทุนได้ปรับเปลี่ยนการทำงานโดยเน้น Work from Home มากขึ้น ทำให้สามารถดำเนินการเสร็จได้ด้วยดี</p>
<p>27. กรุณาเล่าถึงการบริหารจัดการโครงการของท่านในด้านการบริหารงบประมาณ, การบริหารบุคลากร, การบริหารเวลาในการดำเนินงาน การบริหารทรัพยากรในการผลิตและด้านอื่นๆ</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● การบริหารงบประมาณ : ไม่มีปัญหา เนื่องจากได้มีการวางแผนและแจกแจงงบค่าใช้จ่ายในการทำงาน โดยเฉพาะค่า Production ทำให้ทราบวาระระยะเวลาในการดำเนินการและจำนวนบุคลากร ● การบริหารบุคลากร : ไม่มีปัญหา มีความเป็น teamwork ● การบริหารเวลาในการดำเนินงาน : สถานการณ์การระบาดโควิด 19 ทำให้ทำงานได้ช้าลง ทำให้ต้องเร่งเวลาทำงานเพื่อให้เสร็จและส่งมอบตามเวลา ● การบริหารทรัพยากรในการผลิต : ไม่มีปัญหา เพราะบริษัทมีอุปกรณ์เครื่องมือครบอยู่แล้ว
<p>28. ปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินงานของท่านมีอะไรบ้าง กรุณายกตัวอย่างเหตุการณ์หรือสิ่งที่ทำให้ท่านสามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ของโครงการ</p>	<p>ทีมงานมีการวางแผนงานได้ดี และมีการปรับเปลี่ยนการทำงานเมื่อเกิดเหตุการณ์ที่เป็นความเสี่ยงสำหรับการดำเนินงานที่จะส่งผลให้มีความล่าช้า</p>

<p>29. ปัญหาอุปสรรคหรือข้อจำกัดในการดำเนินงานของท่านมีอะไรบ้าง กรุณายกตัวอย่างเหตุการณ์หรือสิ่งที่ทำให้ท่านไม่สามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ของโครงการ</p> <p><i>เช่น การขอรับทุนจาก กทปส., งบประมาณที่ได้รับ, ผลการดำเนินงาน (ก่อน ระหว่าง และ หลังการผลิตรายการ) เป็นต้น</i></p>	<p>เนื่องจากเนื้อหาของรายการเป็นการถ่ายทอดเนื้อหาเกี่ยวกับการปรับเปลี่ยนการใช้ชีวิตในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด 19 รวมถึงการปรับตัวให้สอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงโดยยึดเรื่องความปลอดภัยและหลักสุขอนามัยที่พึงปฏิบัติเป็นสำคัญ ซึ่งขณะนั้นเป็นการแพร่ระบาดของโควิดช่วงต้น เป็นโรคอุบัติใหม่ ยังไม่มีแหล่งความรู้ที่น่าเชื่อถือ สามารถอ้างอิงได้ ทำให้ต้องมีการทำงานเข้มข้นกับแพทย์ที่ปรึกษาโครงการ ทั้งนี้ รายการได้ดำเนินการเสร็จแล้วจะต้องรอระยะเวลาเผยแพร่ทางช่องทางทีวีดิจิทัล ซึ่งมีระยะเวลากว่า 4 เดือน ทำให้เมื่อใกล้ถึงเวลาเผยแพร่เนื้อหารายการที่ผลิตนั้นเป็นความรู้ความเข้าใจที่ไม่อัปเดต ทำให้ทีมงานต้องปรับเนื้อหารายการใหม่ เพื่อให้เนื้อหาที่จะเผยแพร่มีความถูกต้องสมบูรณ์และเป็นปัจจุบันมากที่สุด</p>
<p>30. ข้อเสนอแนะที่ท่านอยากเสนอให้ทาง กทปส. นำไปพัฒนาหรือปรับปรุง เพื่อให้ท่านสามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ของโครงการได้</p> <p><i>เช่น ขั้นตอนการพิจารณาให้ทุน, ความช่วยเหลือที่อยากได้จาก กทปส. เป็นต้น</i></p>	<ol style="list-style-type: none"> 1) อยากให้เพิ่มเวลาในการผลิตรายการ (production) มากขึ้น 2) อยากให้เผยแพร่รายการในช่องทางอื่นๆ ได้หลากหลายมากกว่านี้ เพื่อโปรโมตรายการ เช่น ช่องโทรทัศน์อื่น ช่องทางสื่ออื่นๆ (หน่วยงานราชการที่เป็นพันธมิตรกับ กทปส. เช่น ThaiPBS, NBT, กองทุนสื่อ) 3) อยากให้เพิ่มงบ เพื่อต่อยอดรายการที่สามารถสอนเด็กได้เรื่อยๆ และต่อเนื่อง เช่น ทำเป็นสื่อการเรียนการสอน เพื่อสอนเด็กตามสถานเลี้ยงเด็ก โรงเรียน ชุมชน พื้นที่ห่างไกล 4) อยากให้เพิ่มควมถี่ในการให้ทุนสำหรับโครงการผลิตรายการสำหรับเด็ก เช่น ปีละ 2 ครั้ง เพื่อเพิ่มผลงานรายการเด็กให้กับกองทุนและสังคม
<p>31. ข้อเสนอแนะอื่นๆ (ถ้ามี)</p>	<p>งบประมาณที่ได้ค่อนข้างจำกัด ทำให้ผู้ผลิตรายการค่อนข้างคล้อยของปีก่อนหน้า (ไม่มีความหลากหลาย ดังนั้น อยากให้ กทปส. มีการขยายกรอบวงเงินให้สูงขึ้น เพื่อให้ผู้รับทุนสามารถผลิตรายการได้หลายหลายมีประสิทธิภาพ และคุณภาพมากขึ้น เช่น สามารถใส่เสียงได้หลากหลาย เพิ่มความสนุกให้กับเด็ก ดึงดูดเด็กได้มากขึ้น อีกทั้ง ผู้รับทุนมีความต้องการให้ กทปส. สนับสนุน งบประมาณสำหรับการยิงโฆษณาเพื่อสร้างการรับให้กับกลุ่มผู้ปกครองมากขึ้น</p>

3. รายการ 5 หมู่ของหนู



ข้อมูลพื้นฐาน

1. ชื่อบริษัท/หน่วยงานของผู้รับทุน	บริษัท บอสส์เมด จำกัด
2. ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์	คุณภัทร วิชชุกรานนท์
3. ตำแหน่งของผู้ให้สัมภาษณ์	หัวหน้าโครงการ
4. เพศ	ชาย
5. อายุ	31 - 40 ปี
6. การศึกษา	ปริญญาโท

ข้อมูลรายการ

7. ชื่อรายการ	5 หมู่ของหนู
8. รูปแบบรายการ	แอนิเมชันนำเสนอเรื่องราวการส่งเสริมพัฒนาการของเด็กปฐมวัย (3-5 ปี) ผ่านตัวละคร การ์ตูนผัก และผลไม้ ได้แก่ ไข่ ข้าวโพด หัวกะหล่ำ ถั่วเหลือง และมะละกอ ซึ่งมาทำหน้าที่เป็นตัวแทนอาหาร 5 หมู่
9. จำนวนตอน 40 ตอน	ระยะเวลาต่อตอน 5 นาที
10. กลุ่มเป้าหมายของรายการ	กลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี) (กลุ่มเป้าหมายหลัก) และกลุ่มผู้ปกครอง ครู ผู้ที่เกี่ยวข้องกับเด็กปฐมวัย (กลุ่มเป้าหมายรอง)
11. เนื้อหารายการโดยสรุป	การ์ตูนแอนิเมชัน “5 หมู่ของหนู” เป็นการถ่ายทอดเรื่องราวของผ่านตัวการ์ตูนผัก โดยเนื้อหาจะเป็นการนำเสนอความรู้ด้านโภชนาการ และแฝงไปด้วยความรู้ที่เสริมสร้าง สติปัญญา จิตใจ และอารมณ์ของเด็กวัยนี้ ผ่านตัวการ์ตูนผัก และผลไม้ ได้แก่ ไข่ ข้าวโพด หัวกะหล่ำ ถั่วเหลือง และมะละกอ ซึ่งมาทำหน้าที่เป็นตัวแทนอาหาร 5 หมู่ เพราะนอกจากการพัฒนาจิตใจของเด็กๆ แล้วการพัฒนาทางร่างกายก็เป็นสิ่งที่สำคัญต่อเด็กๆ เช่นเดียวกัน
12. แหล่งข้อมูลหรือองค์ความรู้ในการจัดทำเนื้อหารายการ	1) ที่ปรึกษา: นพ.ภภัทร มยุรสาคร เป็นที่ปรึกษาและคอยให้คำแนะนำสำหรับการทำตัวละคร และสคริปต์ 2) งานวิจัยเกี่ยวกับการผลิตสื่อสำหรับเด็ก 3) หนังสือนิทานเด็ก: ใช้เป็น reference วิธีสอนและอธิบายเด็ก

13. ประโยชน์ที่ท่านอยากให้เกิดขึ้นจากการเผยแพร่รายการ	เพื่อกระตุ้นความคิดสร้างสรรค์ในเด็ก ได้เรียนรู้และนำสาระความรู้จากต่างๆ มาประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน ซึ่งจะช่วยให้พัฒนาทักษะการคิดเชิงสร้างสรรค์และความจินตนาการของเด็ก พร้อมทั้งเสริมคุณภาพชีวิตให้ดียิ่งขึ้น และเปิดโอกาสให้เด็กได้ทดลองและสร้างความคิดที่นำไปสู่สร้างสรรค์ในอนาคตได้
14. ระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินโครงการตามแผนที่เสนอ กทปส. (Proposal)	365 วัน / 12 เดือน
15. ระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินโครงการจริง	1 ปี วัน/เดือน (ไม่มีเดือนงวดงาน ส่งตรงตามงวดงาน)
16. จำนวนตอนที่ผลิตแล้วเสร็จ (จนถึงวันที่สัมภาษณ์)	40 ตอน
17. จำนวนตอนที่ออกอากาศสำเร็จ (จนถึงวันที่สัมภาษณ์)	40 ตอน
18. จำนวนบุคลากรทั้งหมดในโครงการ (เช่น ผู้กำกับ, ทีมถ่ายทำ, พิธีกร)	13-15 คน
19. ช่องทางการออกอากาศ: สถานีโทรทัศน์ (On Air)	<p>ช่อง JKN18</p> <p>ช่วงเวลาออกอากาศ (วันและเวลา) ทุกวันเสาร์ – อาทิตย์ เวลา 7.00 – 7.05 น.</p> <p><u>ค่าเฉลี่ย Rating ตลอดระยะเวลาการออกอากาศ</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ➢ ค่าเฉลี่ย Rating ตามแผนที่เสนอ กทปส. (Proposal) ไม่น้อยกว่า 0.05 ➢ ค่าเฉลี่ย Rating จริง 0.007 (เลือกช่องนี้ (ถึงแม้ rating น้อย ไม่ mass) เพราะช่องอื่น slot เต็ม (ระยะเวลาต่อตอนสั้น)
20. ช่องทางการออกอากาศ: สื่อออนไลน์ (Online)	<ul style="list-style-type: none"> ❖ ช่องทางที่ 1 Youtube จำนวนผู้ติดตาม 342 subscribers https://www.youtube.com/@user-dh5rz7li2p (Hashtag : #5หมู่ของหนู # JKN18 #สื่อสร้างสรรค์ #สื่อการสอนเด็ก Keyword : นิทานสอนเด็ก นิทานออนไลน์ สื่อสอนเด็ก การดูให้ความรู้) ชื่อช่อง 5 หมู่ของหนู จำนวนยอด View ตามแผนที่เสนอ กทปส. รวมกันไม่น้อยกว่า 434,000 views จำนวนยอด View จริง 215,863 (จำนวนยอด View โดยรวม / จำนวนครั้งที่วิดีโอถูกเล่นทุกตอน) จำนวนยอด View โดยเฉลี่ย 5,396 จำนวนยอด Like 61 ระยะเวลาการรับชมโดยเฉลี่ย (นาที) 1.64 อัตราการดูวิดีโอจนจบ (Video Completion Rate) ร้อยละ 11.41 ตัวอย่าง Comment ของผู้ชมรายการ ปิดคอมเมนต์ ❖ ช่องทางที่ 2 Facebook จำนวนผู้ติดตาม 111 followers https://www.facebook.com/profile.php?id=100066431786546 ชื่อช่อง 5 หมู่ของหนู จำนวนยอด View ตามแผนที่เสนอ กทปส. รวมกันไม่น้อยกว่า 434,000 views จำนวนยอด View จริง 219,519 (จำนวนยอด View โดยรวม / จำนวนครั้งที่วิดีโอถูกเล่นทุกตอน) จำนวนยอด View โดยเฉลี่ย 25,260 จำนวนยอด Like 128 จำนวนยอด Comment 3 จำนวนยอด Share 2 ระยะเวลาการรับชมโดยเฉลี่ย (นาที) 0.62 อัตราการดูวิดีโอจนจบ (Video Completion Rate) ร้อยละ 12.87

21. งบประมาณที่ได้รับอนุมัติจาก กทปส. ทั้งหมด	4,332,858 บาท (4,332,858 บาท Proposal = ผู้รับทุน)
22. ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในโครงการ	<p>ค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการ (กรณาระบุ ประเภทรายจ่ายและยอดเงินที่ใช้จ่ายจริง) 2,800,000 บาท (2,800,000 บาท Proposal) รายละเอียด Budget: ค่าผลิตรายการที่ได้รับอนุมัติ = 70,000 บาทต่อตอน (40 ตอน) = 2,800,000 Actual: ค่าผลิตรายการ = 2,920,000 1) ค่าผลิตรายการ = 72,000 บาทต่อตอน (40 ตอน) = 2,800,000 บาท 2) ค่าจัดทำคำบรรยายแทนเสียง = 3,000 บาทต่อตอน = 120,000 บาท</p> <p>ค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ (กรณาระบุ ประเภทรายจ่ายและยอดเงินที่ใช้จ่ายจริง) 1,000,000 บาท รายละเอียด Budget: ค่าเช่าเวลาออกอากาศรายการ 25,000 บาทต่อตอน (40 ตอน) = 1,000,000 บาท Actual: 1) ค่าเช่าเวลาออกอากาศรายการ 25,000 บาทต่อตอน (40 ตอน) = 1,000,000 บาท 2) ค่าโฆษณาออนไลน์ 14,400 บาท</p>
23. รายได้จากการผลิตรายการ (บอกตัวเลขคร่าวๆ ได้)	รายได้จากกองทุน (งบประมาณ) 4,332,858 บาท รายได้จากโฆษณา – (ไม่ได้ขาย ad) บาท รายได้จากช่องทางอื่นๆ - บาท
24. รายการของท่านมีการประเมินผลความพึงพอใจของผู้ชมหรือไม่	<input checked="" type="checkbox"/> ไม่มี
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. ผลการดำเนินงานในภาพรวมเป็นไปตามแผนที่ท่านเสนอให้แก่องทุน กทปส. ไว้หรือไม่ อย่างไร	การดำเนินงานเป็นไปตามแผน อาจจะได้รับผลกระทบจากการระบาดโควิด 19 บ้างเล็กน้อย อย่างไรก็ตาม ผู้รับทุนได้ปรับเปลี่ยนการทำงานโดยเน้น Work from Home มากขึ้น ทำให้สามารถดำเนินการเสร็จได้ด้วยดี
27. กรุณาเล่าถึงการบริหารจัดการโครงการของท่านในด้านการบริหารงบประมาณ, การบริหารบุคลากร, การบริหารเวลาในการดำเนินงาน การบริหารทรัพยากรในการผลิตและด้านอื่นๆ	<ul style="list-style-type: none"> ● การบริหารงบประมาณ : ไม่มีปัญหา เนื่องจากได้มีการวางแผนและแจกแจงงบค่าใช้จ่ายในการทำงาน โดยเฉพาะค่า Production ทำให้ทราบวาระยะเวลาในการดำเนินการและจำนวนบุคลากร ● การบริหารบุคลากร : ไม่มีปัญหา มีความเป็น teamwork ● การบริหารเวลาในการดำเนินงาน : สถานการณ์การระบาดโควิด 19 ทำให้ทำงานได้ช้าลง ทำให้ต้องเร่งเวลาทำงานเพื่อให้เสร็จและส่งมอบตามเวลา ● การบริหารทรัพยากรในการผลิต : ไม่มีปัญหา เพราะบริษัทมีอุปกรณ์เครื่องมือครบอยู่แล้ว
28. ปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินงานของท่านมีอะไรบ้าง กรุณายกตัวอย่างเหตุการณ์	ทีมงานมีการวางแผนงานได้ดี และมีการปรับเปลี่ยนการทำงานเมื่อเกิดเหตุการณ์ที่เป็นความเสี่ยงสำหรับการดำเนินงานที่จะส่งผลให้มีความล่าช้า

<p>หรือสิ่งที่ทำให้ท่านสามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ของโครงการ</p>	
<p>29. ปัญหาอุปสรรคหรือข้อจำกัดในการดำเนินงานของท่านมีอะไรบ้าง กรุณายกตัวอย่างเหตุการณ์หรือสิ่งที่ทำให้ท่านไม่สามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ของโครงการ</p> <p><i>เช่น การขอรับทุนจาก กทปส., งบประมาณที่ได้รับ, ผลการดำเนินงาน (ก่อน ระหว่าง และ หลังการผลิตรายการ) เป็นต้น</i></p>	<p>ในสภาวะการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 บริษัท ได้ปรับเปลี่ยนแนวทางการทำงานของพนักงาน เพื่อให้ทุกคนปลอดภัยและลดความเสี่ยงในการติดเชื้อโรค โดยรูปแบบ Work From Home (WFH) ที่ช่วยให้พนักงานสามารถทำงานได้ เนื่องจากมีประโยชน์ในการลดความเสี่ยงในการแพร่ระบาดของเชื้อโรครายการ การทำงานแบบ WFH ไม่เพียงแต่ช่วยให้พนักงานปลอดภัยจากการติดเชื้อโรค แต่ยังช่วยเพิ่มความยืดหยุ่นในการทำงานของพนักงาน เพื่อป้องกันการชะลอในการทำงานและให้งานมีความคืบหน้าตามแผนที่กำหนดไว้ บริษัทได้เพิ่มจำนวนทีมงานและชั่วโมงการทำงานในแต่ละวัน เพื่อให้งานทำได้ตรงตามเวลาที่กำหนด ทั้งนี้เพื่อให้สามารถผลิตงานได้ตามเวลาที่ได้ตกลงไว้ ทั้งนี้ทั้งนั้นทำให้บริษัทสามารถปรับตัวและปรับเปลี่ยนของบริษัทในสถานการณ์ฉุกเฉินนี้ เพื่อให้งานดำเนินไปได้โดยปลอดภัยและมีประสิทธิภาพที่สูงสุดในขณะเดียวกัน</p>
<p>30. ข้อเสนอแนะที่ท่านอยากเสนอให้ทาง กทปส. นำไปพัฒนาหรือปรับปรุง เพื่อให้ท่านสามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ของโครงการได้</p> <p><i>เช่น ขั้นตอนการพิจารณาให้ทุน, ความช่วยเหลือที่อยากได้รับจาก กทปส. เป็นต้น</i></p>	<ol style="list-style-type: none"> 1) อยากให้เพิ่มเวลาในการผลิตรายการ (production) มากขึ้น 2) อยากให้เผยแพร่รายการในช่องทางอื่นๆ ได้หลากหลายมากกว่านี้ เพื่อโปรโมตรายการ เช่น ช่องโทรทัศน์อื่น ช่องทางสื่ออื่นๆ (หน่วยงานราชการที่เป็นพันธมิตรกับ กทปส. เช่น ThaiPBS, NBT, กองทุนสื่อ) 3) อยากให้เพิ่มงบ เพื่อต่อยอดรายการที่สามารถสอนเด็กได้เรื่อยๆ และต่อเนื่อง เช่น ทำเป็นสื่อการเรียนการสอน เพื่อสอนเด็กตามสถานเลี้ยงเด็ก โรงเรียน ชุมชน พื้นที่ห่างไกล 4) อยากให้เพิ่มวุฒิในการให้ทุนสำหรับโครงการผลิตรายการสำหรับเด็ก เช่น ปีละ 2 ครั้ง เพื่อเพิ่มผลงานรายการเด็กให้กับกองทุนและสังคม
<p>31. ข้อเสนอแนะอื่นๆ (ถ้ามี)</p>	<p>งบประมาณที่ได้ค่อนข้างจำกัด ทำให้ผู้ผลิตรายการค่อนข้างคล้ายของปีก่อนหน้า (ไม่มีความหลากหลาย ดังนั้น อยากให้ กทปส. มีการขยายกรอบวงเงินให้สูงขึ้น เพื่อให้ผู้รับทุนสามารถผลิตรายการได้หลายหลายมีประสิทธิภาพ และคุณภาพมากขึ้น เช่น สามารถใส่เสียงได้หลากหลาย เพิ่มความสนุกให้กับเด็ก ดึงดูดเด็กได้มากขึ้น อีกทั้ง ผู้รับทุนมีความต้องการให้ กทปส. สนับสนุน งบประมาณสำหรับการยิงโฆษณาเพื่อสร้างการรับให้กับกลุ่มผู้ปกครองมากขึ้น</p>

4. รายการ KELX เกลอส: เพื่อน



ข้อมูลพื้นฐาน

1. ชื่อบริษัท/หน่วยงานของผู้รับทุน	บริษัท มันทะเล็น ครีเอชัน จำกัด
2. ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์	คุณอภิชา กรพชรพงศ์
3. ตำแหน่งของผู้ให้สัมภาษณ์	หัวหน้าโครงการ
4. เพศ	ชาย
5. อายุ	41 - 50 ปี
6. การศึกษา	ปริญญาตรี

ข้อมูลรายการ

7. ชื่อรายการ	KELX เกลอส: เพื่อน
8. รูปแบบรายการ	แอนิเมชันนำเสนอเรื่องราวการส่งเสริมพัฒนาการของเด็กปฐมวัย (3-5 ปี) ผ่านตัวละครการ์ตูนเพื่อนซี้ 3 เกลอส ได้แก่ ปองแปง แป้วแห้ว และ ตงตง ซึ่งมีรูปร่างและสีตัวการ์ตูนเพื่อให้เด็กๆ วัย 3-5 ปี สามารถจำตัวละครได้ง่าย
9. จำนวนตอน 40 ตอน	ระยะเวลาต่อตอน 5 นาที
10. กลุ่มเป้าหมายของรายการ	กลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี) (กลุ่มเป้าหมายหลัก) และกลุ่มผู้ปกครอง ครู ผู้ที่เกี่ยวข้องกับเด็กปฐมวัย (กลุ่มเป้าหมายรอง)
11. เนื้อหารายการโดยสรุป	การ์ตูนแอนิเมชัน “KELX เกลอส : เพื่อน” เป็นการถ่ายทอดเรื่องราวแสนสนุกของเพื่อนซี้ 3 เกลอส ได้แก่ ปองแปง แป้วแห้ว และ ตงตง ซึ่งมีรูปร่างและสีตัวการ์ตูนเพื่อให้เด็กๆ วัย 3-5 ปี สามารถจำตัวละครได้ง่าย ซึ่งตัวการ์ตูนดังกล่าวมีเนื้อหาชวนกันไปผจญภัยในโลกกว้าง รู้ทันต่ออันตรายรอบตัว และการปรับตัวเพื่ออยู่ร่วมกัน
12. แหล่งข้อมูลหรือองค์ความรู้ในการจัดทำเนื้อหารายการ	1) ที่ปรึกษา: นพ.ชนัญญา บรรเจิดวานิช เป็นที่ปรึกษาและคอยให้คำแนะนำสำหรับการทำบทละคร และสคริปต์ 2) งานวิจัยเกี่ยวกับการผลิตสื่อสำหรับเด็ก 3) หนังสือนิทานเด็ก: ใช้เป็น reference วิธีสอนและอธิบายเด็ก
13. ประโยชน์ที่ท่านอยากให้เกิดขึ้นจากการเผยแพร่รายการ	เพื่อกระตุ้นความคิดสร้างสรรค์ในเด็ก ได้เรียนรู้และนำสาระความรู้จากต่างๆ มาประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน ซึ่งจะช่วยให้พัฒนาทักษะการคิดเชิงสร้างสรรค์และความจินตนาการของ

	เด็ก พร้อมทั้งเสริมคุณภาพชีวิตให้ดียิ่งขึ้น และเปิดโอกาสให้เด็กได้ทดลองและสร้างความคิดที่นำไปสู่สร้างสรรค์ในอนาคตได้
14. ระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินโครงการตามแผนที่เสนอ กทปส. (Proposal)	365 วัน / 12 เดือน
15. ระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินโครงการจริง	1 ปี วัน/เดือน (ไม่มีเลื่อนงวดงาน ส่งตรงตามงวดงาน)
16. จำนวนตอนที่ผลิตแล้วเสร็จ (จนถึงวันที่สัมภาษณ์)	40 ตอน
17. จำนวนตอนที่ออกอากาศสำเร็จ (จนถึงวันที่สัมภาษณ์)	40 ตอน
18. จำนวนบุคลากรทั้งหมดในโครงการ (เช่น ผู้กำกับ, ทีมถ่ายทำ, พิธีกร)	15-17 คน
19. ช่องทางการออกอากาศ: สถานีโทรทัศน์ (On Air)	<p>ช่อง True4U</p> <p>ช่วงเวลาออกอากาศ (วันและเวลา) ทุกวันเสาร์ – อาทิตย์ เวลา 6.55 – 7.00 น.</p> <p><u>ค่าเฉลี่ย Rating ตลอดระยะเวลาการออกอากาศ</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ➢ ค่าเฉลี่ย Rating ตามแผนที่เสนอ กทปส. (Proposal) ไม่น้อยกว่า 0.05 ➢ ค่าเฉลี่ย Rating จริง 0.041 (เลือกช่องนี้ (ถึงแม้ rating น้อย ไม่ mass) เพราะช่องอื่น slot เต็ม (ระยะเวลาต่อตอนสั้น)
20. ช่องทางการออกอากาศ: สื่อออนไลน์ (Online)	<ul style="list-style-type: none"> ❖ ช่องทางที่ 1 Youtube จำนวนผู้ติดตาม 601 subscribers https://www.youtube.com/@kelx7945 (Hashtag : #KLEXเกลดเพื่อน #True4U #สื่อสร้างสรรค์ #สื่อดีสอนเด็ก Keyword : นิทานสอนเด็ก นิทานออนไลน์ สื่อสอนเด็ก การ์ตูนให้ความรู้) ชื่อช่อง KELX เกล : เพื่อน จำนวนยอด View ตามแผนที่เสนอ กทปส. รวมกันไม่น้อยกว่า 429,000 views จำนวนยอด View จริง 233,841 (จำนวนยอด View โดยรวม / จำนวนครั้งที่วิดีโอถูกเล่นทุกตอน) จำนวนยอด View โดยเฉลี่ย 5,846 จำนวนยอด Like 361 ระยะเวลาการรับชมโดยเฉลี่ย (นาที) 1.65 อัตราการดูวิดีโอจนจบ (Video Completion Rate) ร้อยละ 1.29 ตัวอย่าง Comment ของผู้ชมรายการ ปิดคอมเมนต์ ❖ ช่องทางที่ 2 Facebook จำนวนผู้ติดตาม 229 followers https://www.facebook.com/profile.php?id=100066491155934 ชื่อช่อง KELX เกล : เพื่อน จำนวนยอด View ตามแผนที่เสนอ กทปส. รวมกันไม่น้อยกว่า 429,000 views จำนวนยอด View จริง 194,218 (จำนวนยอด View โดยรวม / จำนวนครั้งที่วิดีโอถูกเล่นทุกตอน) จำนวนยอด View โดยเฉลี่ย 4,855 จำนวนยอด Like 133 จำนวนยอด Comment 2 จำนวนยอด Share 21 ระยะเวลาการรับชมโดยเฉลี่ย (นาที) 1.22 อัตราการดูวิดีโอจนจบ (Video Completion Rate) ร้อยละ 1.15
21. งบประมาณที่ได้รับอนุมัติจาก กทปส. ทั้งหมด	4,279,358 บาท (4,279,358 บาท Proposal = ผู้รับทุน)

<p>22. ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในโครงการ</p>	<p>ค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการ (กรณีระบุ ประเภทรายการและยอดเงินที่ใช้จ่ายจริง) 2,800,000 บาท (2,800,000 บาท Proposal) รายละเอียด Budget: ค่าผลิตรายการที่ได้รับอนุมัติ = 70,000 บาทต่อตอน (40 ตอน) = 2,800,000 Actual: ค่าผลิตรายการ = 2,920,000 1) ค่าผลิตรายการ = 72,000 บาทต่อตอน (40 ตอน) = 2,800,000 บาท 2) ค่าจัดทำคำบรรยายแทนเสียง = 3,000 บาทต่อตอน = 120,000 บาท</p> <p>ค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ (กรณีระบุ ประเภทรายการและยอดเงินที่ใช้จ่ายจริง) 1,200,000 บาท รายละเอียด Budget: ค่าเช่าเวลาออกอากาศรายการ 30,000 บาทต่อตอน (40 ตอน) = 1,200,000 บาท Actual: 1) ค่าเช่าเวลาออกอากาศรายการ 25,000 บาทต่อตอน (40 ตอน) = 1,000,000 บาท 2) ค่าโฆษณาออนไลน์ 14,400 บาท</p>
<p>23. รายได้จากการผลิตรายการ (บอกตัวเลขคร่าวๆ ได้)</p>	<p>รายได้จากกองทุน (งบประมาณ) 4,279,358 บาท รายได้จากโฆษณา – (ไม่ได้ขาย ad) บาท รายได้จากช่องทางอื่นๆ - บาท</p>
<p>24. รายการของท่านมีการประเมินผลความพึงพอใจของผู้ชมหรือไม่</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> มี</p> <ul style="list-style-type: none"> ● ความพึงพอใจของผู้ชมกลุ่มเป้าหมายที่ 9.46 คะแนน
<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. ผลการดำเนินงานในภาพรวมเป็นไปตามแผนที่ท่านเสนอให้แก่กองทุน กทปส. ไว้หรือไม่ อย่างไร</p>	<p>การดำเนินงานเป็นไปตามแผน อาจจะได้รับผลกระทบจากการระบาดโควิด 19 บ้างเล็กน้อย อย่างไรก็ตาม ผู้รับทุนได้ปรับเปลี่ยนการทำงานโดยเน้น Work from Home มากขึ้น ทำให้สามารถดำเนินการเสร็จได้ด้วยดี</p>
<p>27. กรุณาเล่าถึงการบริหารจัดการโครงการของท่านในด้านการบริหารงบประมาณ, การบริหารบุคลากร, การบริหารเวลาในการดำเนินงาน การบริหารทรัพยากรในการผลิตและด้านอื่นๆ</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● การบริหารงบประมาณ : ไม่มีปัญหา เนื่องจากได้มีการวางแผนและแจกแจงงบค่าใช้จ่ายในการทำงาน โดยเฉพาะค่า Production ทำให้ทราบวาระเวลาในการดำเนินการและจำนวนบุคลากร ● การบริหารบุคลากร : ไม่มีปัญหา มีความเป็น teamwork ● การบริหารเวลาในการดำเนินงาน : สถานการณ์การระบาดโควิด 19 ทำให้ทำงานได้ช้าลง ทำให้ต้องเร่งเวลาทำงานเพื่อให้เสร็จและส่งมอบตามเวลา ● การบริหารทรัพยากรในการผลิต : ไม่มีปัญหา เพราะบริษัทมีอุปกรณ์เครื่องมือครบอยู่แล้ว
<p>28. ปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินงานของท่านมีอะไรบ้าง กรุณายกตัวอย่างเหตุการณ์หรือสิ่งที่ทำให้ท่านสามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ของโครงการ</p>	<p>ทีมงานมีการวางแผนงานได้ดี และมีการปรับเปลี่ยนการทำงานเมื่อเกิดเหตุการณ์ที่เป็นความเสี่ยงสำหรับการดำเนินงานที่จะส่งผลให้มีความล่าช้า</p>

<p>29. ปัญหาอุปสรรคหรือข้อจำกัดในการดำเนินงานของท่านมีอะไรบ้าง กรุณายกตัวอย่างเหตุการณ์หรือสิ่งที่ทำให้ท่านไม่สามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ของโครงการ</p> <p>เช่น การขอรับทุนจาก กทปส., งบประมาณที่ได้รับ, ผลการดำเนินงาน (ก่อน ระหว่าง และ หลังการผลิตรายการ) เป็นต้น</p>	<p>บริษัทมีอุปสรรคการดำเนินงานจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค COVID-19 เนื่องจากการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา (Covid - 19) ส่งผลให้การประสานงาน กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเกิดความล่าช้า เนื่องจากไม่สามารถนัดเข้าทำงานพร้อมกันได้ และจำเป็นต้องมีระยะเวลาในการทำความสะอาดบ่อยครั้ง เพื่อป้องกันการแพร่ระบาด ดังนั้นทีมผลิตจึงได้ปรับแผนการหารือ โดยเปลี่ยนเป็นการทำงานผ่านระบบออนไลน์ผสมผสานกับการออกทำจริง เพื่อทำงานและนำส่งผลผลิตให้ทันตามเวลาที่กำหนด อีกทั้ง พบปัญหาเดิมมีการกำหนดเผยแพร่รายการทางช่อง TNN แต่เนื่องจากกลุ่มผู้ชมของสื่อโทรทัศน์ที่ให้บริการเป็นการทั่วไป (ทีวีดิจิทัล) ช่อง INN ไม่ตรงกับกับกลุ่มเป้าหมายของรายการ ผู้ผลิตรายการจึงดำเนินการขอย้ายไปเผยแพร่ทางช่อง Tue4U เพื่อให้ตรงตามกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น</p>
<p>30. ข้อเสนอแนะที่ท่านอยากเสนอให้ทาง กทปส. นำไปพัฒนาหรือปรับปรุง เพื่อให้ท่านสามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ของโครงการได้</p> <p>เช่น ขั้นตอนการพิจารณาให้ทุน, ความช่วยเหลือที่อยากได้รับจาก กทปส. เป็นต้น</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1) อยากให้เพิ่มเวลาในการผลิตรายการ (production) มากขึ้น 2) อยากให้เผยแพร่รายการในช่องทางอื่นๆ ได้หลากหลายมากกว่านี้ เพื่อโปรโมตรายการ เช่น ช่องโทรทัศน์อื่น ช่องทางสื่ออื่นๆ (หน่วยงานราชการที่เป็นพันธมิตรกับ กทปส. เช่น ThaiPBS, NBT, กองทุนสื่อ) 3) อยากให้เพิ่มงบ เพื่อต่อยอดรายการที่สามารถสอนเด็กได้เรื่อยๆ และต่อเนื่อง เช่น ทำเป็นสื่อการเรียนการสอน เพื่อสอนเด็กตามสถานเลี้ยงเด็ก โรงเรียน ชุมชน พื้นที่ห่างไกล 4) อยากให้เพิ่มควมถี่ในการให้ทุนสำหรับโครงการผลิตรายการสำหรับเด็ก เช่น ปีละ 2 ครั้ง เพื่อเพิ่มผลงานรายการเด็กให้กับกองทุนและสังคม (เข็คล่าสุด ยังไม่มีเปิดรับทุนโครงการรายการเด็ก มีแค่รู้เท่าทันสื่อ)
<p>31. ข้อเสนอแนะอื่นๆ (ถ้ามี)</p>	<p>งบประมาณที่ได้ค่อนข้างจำกัด ทำให้ผู้ผลิตผลิตรายการค่อนข้างคล้อยของปีก่อนหน้า (ไม่มีความหลากหลาย ดังนั้น อยากให้ กทปส. มีการขยายกรอบวงเงินให้สูงขึ้น เพื่อให้ผู้รับทุนสามารถผลิตรายการได้หลายหลายมีประสิทธิภาพ และคุณภาพมากขึ้น เช่น สามารถใส่เสียงได้หลากหลาย เพิ่มความสนุกให้กับเด็ก ดึงดูดเด็กได้มากขึ้น อีกทั้ง ผู้รับทุนมีความต้องการให้ กทปส. สนับสนุน งบประมาณสำหรับการยิงโฆษณาเพื่อสร้างการรับรู้ให้กับกลุ่มผู้ปกครองมากขึ้น</p>

5. รายการ Magic Pen ปากกาวิเศษ



ข้อมูลพื้นฐาน

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

ข้อมูลรายการ

7. ชื่อรายการ	Magic Pen ปากกาวิเศษ
8. รูปแบบรายการ	การ์ตูนแอนิเมชัน “Magic Pen ปากกาวิเศษ” เป็นการถ่ายทอดเรื่องราวของนะโม เด็กชายผู้มีจิตใจโอบอ้อมอารีและใจดี นำเสนอความรู้ให้แก่เด็กอายุ 3-5 ปีใน ด้านศิลปะและจินตนาการที่สร้างสรรค์ รวมไปถึงการเรียนรู้เกี่ยวกับคุณธรรมและจริยธรรม โดยอยู่ในรูปแบบรายการการ์ตูน
9. จำนวนตอน 40 ตอน	ระยะเวลาต่อตอน 5 นาที
10. กลุ่มเป้าหมายของรายการ	กลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี) (กลุ่มเป้าหมายหลัก) และกลุ่มผู้ปกครอง ครู ผู้ที่เกี่ยวข้องกับเด็กปฐมวัย (กลุ่มเป้าหมายรอง)
11. เนื้อหารายการโดยสรุป	การ์ตูนแอนิเมชัน “Magic Pen ปากกาวิเศษ” เป็นการถ่ายทอดเรื่องราวของนะโม เด็กชายผู้มีจิตใจโอบอ้อมอารีและใจดี รักการช่วยเหลือผู้อื่น ด้วยการใช้ ปากกาวิเศษที่ได้รับมอบมาจากคุณยายมาคิดและหาวิธีช่วยเหลือผู้อื่นในแต่ละสถานการณ์ที่แตกต่างกันออกไป
12. แหล่งข้อมูลหรือองค์ความรู้ในการจัดทำเนื้อหารายการ	1) ที่ปรึกษา: ดร. ชลาธิป สมานิตโต เป็นที่ปรึกษาและคอยให้คำแนะนำสำหรับการทำบทละครและสคริปต์ 2) งานวิจัยเกี่ยวกับการผลิตสื่อสำหรับเด็ก 3) หนังสือนิทานเด็ก: ใช้เป็น reference วิธีสอนและอธิบายเด็ก
13. ประโยชน์ที่ท่านอยากให้เกิดขึ้นจากการเผยแพร่รายการ	เพื่อกระตุ้นความคิดสร้างสรรค์ในเด็ก ได้เรียนรู้และนำสาระความรู้จากต่างๆ มาประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน ซึ่งจะช่วยให้พัฒนาทักษะการคิดเชิงสร้างสรรค์และความจินตนาการของเด็ก พร้อมทั้งเสริมคุณภาพชีวิตให้ดียิ่งขึ้น และเปิดโอกาสให้เด็กได้ทดลองและสร้างความคิดที่นำไปสู่สร้างสรรค์ในอนาคตได้

14. ระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินโครงการตามแผนที่เสนอ กทปส. (Proposal)	365 วัน / 12 เดือน
15. ระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินโครงการจริง	1 ปี วัน/เดือน (ไม่มีเดือนงดงาน ส่งตรงตามงวดงาน)
16. จำนวนตอนที่ผลิตแล้วเสร็จ (จนถึงวันที่สัมภาษณ์)	40 ตอน
17. จำนวนตอนที่ออกอากาศสำเร็จ (จนถึงวันที่สัมภาษณ์)	40 ตอน
18. จำนวนบุคลากรทั้งหมดในโครงการ (เช่น ผู้กำกับ, ทีมถ่ายทำ, พิธีกร)	12-15 คน
19. ช่องทางการออกอากาศ: สถานีโทรทัศน์ (On Air)	<p>ช่อง Amarin HD ช่อง 34</p> <p>ช่วงเวลาออกอากาศ (วันและเวลา) ทุกวันเสาร์ – อาทิตย์ เวลา 08.55 – 09.00 น.</p> <p><u>ค่าเฉลี่ย Rating ตลอดระยะเวลาการออกอากาศ</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ ค่าเฉลี่ย Rating ตามแผนที่เสนอ กทปส. (Proposal) ไม่น้อยกว่า 0.05 ➤ ค่าเฉลี่ย Rating จริง 0.1955 (เลือกช่องนี้ (ถึงแม้ rating น้อย ไม่ mass) เพราะช่องอื่น slot เต็ม (ระยะเวลาต่อตอนสั้น)
20. ช่องทางการออกอากาศ: สื่อออนไลน์ (Online)	<ul style="list-style-type: none"> ❖ ช่องทางที่ 1 Youtube จำนวนผู้ติดตาม 354 subscribers https://www.youtube.com/@magicpen8558/featured (Hashtag : # MagicPenปากกาวิเศษ # AmarinHD #สื่อสร้างสรรค์ #สื่อดี สอนเด็ก Keyword : นิทานสอนเด็ก นิทานออนไลน์ สื่อสอนเด็ก การ์ตูนให้ความรู้) ชื่อช่อง Magic Pen ปากกาวิเศษ จำนวนยอด View ตามแผนที่เสนอ กทปส. รวมกันไม่น้อยกว่า 495,000 views จำนวนยอด View จริง 123,806 (จำนวนยอด View โดยรวม / จำนวนครั้งที่วิดีโอถูกเล่นทุกตอน) จำนวนยอด View โดยเฉลี่ย 3,095 จำนวนยอด Like 167 ระยะเวลาการรับชมโดยเฉลี่ย (นาที) 1.36 อัตราการดูวิดีโอจนจบ (Video Completion Rate) ร้อยละ 11.87 ตัวอย่าง Comment ของผู้ชมรายการ ปิดคอมเมนต์ ❖ ช่องทางที่ 2 Facebook จำนวนผู้ติดตาม 982 followers https://www.facebook.com/CaroonMagicPen ชื่อช่อง Magic Pen ปากกาวิเศษ จำนวนยอด View ตามแผนที่เสนอ กทปส. รวมกันไม่น้อยกว่า 495,000 views จำนวนยอด View จริง 541,500 (จำนวนยอด View โดยรวม / จำนวนครั้งที่วิดีโอถูกเล่นทุกตอน) จำนวนยอด View โดยเฉลี่ย 13,538 จำนวนยอด Like 2 จำนวนยอด Comment 0 จำนวนยอด Share 2 ระยะเวลาการรับชมโดยเฉลี่ย (นาที) 0.45 อัตราการดูวิดีโอจนจบ (Video Completion Rate) ร้อยละ 9.98
21. งบประมาณที่ได้รับอนุมัติจาก กทปส. ทั้งหมด	4,944,470 บาท (4,944,470 บาท Proposal = ผู้รับทุน)
22. ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในโครงการ	ค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการ (ค่าธรรมเนียม ประเภทรายจ่ายและยอดเงินที่ใช้จ่ายจริง) 2,800,000 บาท (2,800,000 บาท Proposal)

	<p>รายละเอียด Budget: ค่าผลิตรายการที่ได้รับอนุมัติ = 70,000 บาทต่อตอน (40 ตอน) = 2,800,000</p> <p>Actual: ค่าผลิตรายการ = 2,920,000</p> <p>1) ค่าผลิตรายการ = 72,000 บาทต่อตอน (40 ตอน) = 2,800,000 บาท</p> <p>2) ค่าจัดทำคำบรรยายแทนเสียง = 3,000 บาทต่อตอน = 120,000 บาท</p> <p>ค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ (กรณีระบุ ประเภทรายจ่ายและยอดเงินที่ใช้จ่ายจริง) 1,600,000 บาท</p> <p>รายละเอียด Budget: ค่าเช่าเวลาออกอากาศรายการ 40,000 บาทต่อตอน (40 ตอน) = 1,600,000 บาท</p> <p>Actual:</p> <p>1) ค่าเช่าเวลาออกอากาศรายการ 40,000 บาทต่อตอน (40 ตอน) = 1,600,000 บาท</p> <p>2) ค่าโฆษณาออนไลน์ 36,000 บาท</p>
23. รายได้จากการผลิตรายการ (บอกตัวเลขคร่าวๆ ได้)	<p>รายได้จากกองทุน (งบประมาณ) 4,944,470 บาท</p> <p>รายได้จากโฆษณา - (ไม่ได้ขาย ad) บาท</p> <p>รายได้จากช่องทางอื่นๆ - บาท</p>
24. รายการของท่านมีการประเมินผลความพึงพอใจของผู้ชมหรือไม่	<input checked="" type="checkbox"/> ไม่มี
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	<p>การดำเนินงานเป็นไปตามแผน อาจจะได้รับผลกระทบจากการระบาดโควิด 19 บ้างเล็กน้อย อย่างไรก็ตาม ผู้รับทุนได้ปรับเปลี่ยนการทำงานโดยเน้น Work from Home มากขึ้น ทำให้สามารถดำเนินการเสร็จได้ด้วยดี</p>
27. กรุณาเล่าถึงการบริหารจัดการโครงการของท่านในด้านการบริหารงบประมาณ, การบริหารบุคลากร, การบริหารเวลาในการดำเนินงาน การบริหารทรัพยากรในการผลิตและด้านอื่นๆ	<ul style="list-style-type: none"> ● การบริหารงบประมาณ : ไม่มีปัญหา เนื่องจากได้มีการวางแผนและแจกแจงงบค่าใช้จ่ายในการทำงาน โดยเฉพาะค่า Production ทำให้ทราบวาระระยะเวลาในการดำเนินการและจำนวนบุคลากร ● การบริหารบุคลากร : ไม่มีปัญหา มีความเป็น teamwork ● การบริหารเวลาในการดำเนินงาน : สถานการณ์การระบาดโควิด 19 ทำให้ทำงานได้ช้าลง ทำให้ต้องเร่งเวลาทำงานเพื่อให้เสร็จและส่งมอบตามเวลา ● การบริหารทรัพยากรในการผลิต : ไม่มีปัญหา เพราะบริษัทมีอุปกรณ์เครื่องมือครบอยู่แล้ว
28. ปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินงานของท่านมีอะไรบ้าง กรุณายกตัวอย่างเหตุการณ์หรือสิ่งที่ทำให้ท่านสามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ของโครงการ	<p>ทีมงานมีการวางแผนงานได้ดี และมีการปรับเปลี่ยนการทำงานเมื่อเกิดเหตุการณ์ที่เป็นความเสี่ยงสำหรับการดำเนินงานที่จะส่งผลให้มีความล่าช้า</p>

<p>29. ปัญหาอุปสรรคหรือข้อจำกัดในการดำเนินงานของท่านมีอะไรบ้าง กรุณายกตัวอย่างเหตุการณ์หรือสิ่งที่ทำให้ท่านไม่สามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ของโครงการ</p> <p>เช่น การขอรับทุนจาก กทปส., งบประมาณที่ได้รับ, ผลการดำเนินงาน (ก่อน ระหว่าง และ หลังการผลิตรายการ) เป็นต้น</p>	<p>บริษัทมีอุปสรรคการดำเนินงานจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค COVID-19 เนื่องจากบุคลากรของทีมงานการผลิตรายการมีการติดเชื้อ COVID-19 ทำให้การดำเนินงานมีความล่าช้ากว่าแผน ดังนั้นทำให้บริษัทต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบการทำงานใหม่เป็นรูปแบบ Work From Home การเผยแพร่ไม่ตรงตามแผนการดำเนินงาน เนื่องจากทางสถานีโทรทัศน์ อมรินทร์ ทีวี เอชดี ช่อง 34 ได้มีการปรับผังรายการ จึงมีความจำเป็นต้องเปลี่ยนแปลงเวลาออกอากาศ รายการการ์ตูน Magic Pen ปากกาวีเศษ จากเวลา 08.45 – 08.50 น. เป็นเวลา 08.55 – 09.00 น. สำหรับการออกอากาศตั้งแต่เดือนตุลาคม เป็นต้นไป รวมถึงการเผยแพร่ชิ้นงานทางออนไลน์ล่าช้าไม่สอดคล้องตามที่เสนอไว้ เนื่องจากคณะกรรมการพิจารณาผลงานรับทุนได้ให้ข้อสังเกตในการปรับปรุงแก้ไขเนื้อหา/บทที่เป็นประโยชน์ต่อรายการ อย่างไรก็ตาม ทางทีมผู้ผลิตได้ปรับแก้ไขเนื้อหา รายการ Magic Pen ปากกาวีเศษตามความเห็น และได้เผยแพร่ลงในแพลตฟอร์มฟอร์มออนไลน์ ได้แก่ เฟสบุ๊ก (Facebook) และยูทูป (YouTube) แล้วเสร็จ</p>
<p>30. ข้อเสนอแนะที่ท่านอยากเสนอให้ทาง กทปส. นำไปพัฒนาหรือปรับปรุง เพื่อให้ท่านสามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ของโครงการได้</p> <p>เช่น ขั้นตอนการพิจารณาให้ทุน, ความช่วยเหลือที่อยากได้จาก กทปส. เป็นต้น</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1) อยากให้เพิ่มเวลาในการผลิตรายการ (production) มากขึ้น 2) อยากให้เผยแพร่รายการในช่องทางอื่นๆ ได้หลากหลายมากกว่านี้ เพื่อโปรโมตรายการ เช่น ช่องโทรทัศน์อื่น ช่องทางสื่ออื่นๆ (หน่วยงานราชการที่เป็นพันธมิตรกับ กทปส. เช่น ThaiPBS, NBT, กองทุนสื่อ) 3) อยากให้เพิ่มงบ เพื่อต่อยอดรายการที่สามารถสอนเด็กได้เรื่อยๆ และต่อเนื่อง เช่น ทำเป็นสื่อการเรียนการสอน เพื่อสอนเด็กตามสถานเลี้ยงเด็ก โรงเรียน ชุมชน พื้นที่ห่างไกล 4) อยากให้เพิ่มความถี่ในการให้ทุนสำหรับโครงการผลิตรายการสำหรับเด็ก เช่น ปีละ 2 ครั้ง เพื่อเพิ่มผลงานรายการเด็กให้กับกองทุนและสังคม (เข็คล่าสุด ยังไม่มีเปิดรับทุนโครงการรายการเด็ก มีแค่รู้เท่าหนังสือ)
<p>31. ข้อเสนอแนะอื่นๆ (ถ้ามี)</p>	<p>งบประมาณที่ได้ค่อนข้างจำกัด ทำให้ผู้ผลิตรายการค่อนข้างคล้อยของปีก่อนหน้า (ไม่มีความหลากหลาย ดังนั้น อยากให้ กทปส. มีการขยายกรอบวงเงินให้สูงขึ้น เพื่อให้ผู้รับทุนสามารถผลิตรายการได้หลายหลายมีประสิทธิภาพ และคุณภาพมากขึ้น เช่น สามารถใส่เสียงได้หลากหลาย เพิ่มความสนุกให้กับเด็ก ดึงดูดเด็กได้มากขึ้น อีกทั้ง ผู้รับทุนมีความต้องการให้ กทปส. สนับสนุน งบประมาณสำหรับการยิงโฆษณาเพื่อสร้างการรับให้กับกลุ่มผู้ปกครองมากขึ้น</p>

6. รายการ ใบบุญ เณรน้อย



ข้อมูลพื้นฐาน

1. ชื่อบริษัท/หน่วยงานของผู้รับทุน	บริษัท เอช อีพี สล๊อฟ จำกัด
2. ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์	
3. ตำแหน่งของผู้ให้สัมภาษณ์	
4. เพศ	
5. อายุ	
6. การศึกษา	

ข้อมูลรายการ

7. ชื่อรายการ	ใบบุญ เณรน้อย
8. รูปแบบรายการ	รายการประเภท Animation ชื่อรายการ “ใบบุญ เณรน้อย” พร้อมคำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption) หรือล่ามภาษามือ (Sign Language Interpretation) และบริการเสียงบรรยายภาพ (Audio Description)
9. จำนวนตอน	40 ตอน ความยาวตอนละ 5 นาที
10. กลุ่มเป้าหมายของรายการ	กลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี)
11. เนื้อหารายการโดยสรุป	นำเสนอเรื่องราวการปรับตัวของเด็กที่กลายมาเป็นเณรน้อยและต้องปรับตัวครั้งยิ่งใหญ่ในการเข้าถึงธรรมะ ผ่านตัวละคร Animation ใบบุญ เณรน้อย
12. แหล่งข้อมูลหรือองค์ความรู้ในการจัดทำเนื้อหารายการ	
13. ประโยชน์ที่ท่านอยากให้เกิดขึ้นจากการเผยแพร่รายการ	<p>1. กลุ่มเด็กและครอบครัว ที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย คือ กลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี) ได้รับความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ มีทางเลือกในการรับชมรายการที่มีเนื้อหาที่เหมาะสมกับช่วงวัยในการส่งเสริมพัฒนาการและการเรียนรู้ของเด็กในวัยนี้มากขึ้น ทั้งในด้านสติปัญญา อารมณ์และสังคม</p> <p>2. ช่องรายการโทรทัศน์ระบบดิจิทัลมีรายการที่หลากหลาย และมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งรายการสำหรับกลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี) โดยไม่ต้องจัดซื้อรายการมาจากต่างประเทศและยังสามารถแข่งขันกับต่างประเทศได้</p> <p>3. สร้างแรงจูงใจให้กับผู้ผลิตในการผลิตรายการเชิงสร้างสรรค์ที่ส่งเสริมการพัฒนาการและการเรียนรู้สำหรับกลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี) และสามารถนำไปเป็นต้นแบบสำหรับการผลิตรายการเกี่ยวกับเด็กและครอบครัวได้ในอนาคต</p>

	<p>4. เพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานให้กับผู้ผลิต ในการผลิตเนื้อหารายการสำหรับเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี) เพื่อให้เกิดการพัฒนาศักยภาพในด้านการผลิตรายการเชิงสร้างสรรค์สำหรับเด็กและครอบครัวเพิ่มมากขึ้น</p> <p>5. มีรายการที่มีคุณภาพ เหมาะสมสำหรับเด็กและครอบครัว อีกทั้งเป็นการสร้างทางเลือกในการรับชมให้กับผู้ชมกลุ่มเป้าหมาย</p>
14. ระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินโครงการตามแผนที่เสนอ กทปส. (Proposal)	365 วัน (12 เดือน)
15. ระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินโครงการจริง	545 วัน
16. จำนวนตอนที่ผลิตแล้วเสร็จ (จนถึงวันที่สัมภาษณ์)	40 ตอน
17. จำนวนตอนที่ออกอากาศสำเร็จ (จนถึงวันที่สัมภาษณ์)	40 ตอน
18. จำนวนบุคลากรทั้งหมดในโครงการ (เช่น ผู้กำกับ, ทีมถ่ายทำ, พิธีกร)	-
19. ช่องทางการออกอากาศ: สถานีโทรทัศน์ (On Air)	<p>ช่องพีทีทีวี เอชดี36</p> <p>ช่วงเวลาออกอากาศ (วันและเวลา) ทุกวันจันทร์ เวลา 08.01 – 08.06 น.</p> <p><u>ค่าเฉลี่ย Rating ตลอดระยะเวลาการออกอากาศ</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ ค่าเฉลี่ย Rating ตามแผนที่เสนอ กทปส. (Proposal) ไม่น้อยกว่า 0.05 ➤ ค่าเฉลี่ย Rating จริง 0.141
20. ช่องทางการออกอากาศ: สื่อออนไลน์ (Online)	<ul style="list-style-type: none"> ❖ ช่องทางที่ 1 Youtube จำนวนผู้ติดตาม 354 subscribers ชื่อช่อง ไบบุญ เณรน้อย https://www.youtube.com/watch?v=PVAhLXki9sA (Hashtag : #การ์ตูนเด็ก #กสทช #กทปส#กทปส #กสทช #ไบบุญเณรน้อย #รายการเด็ก #การ์ตูนเด็ก จำนวนยอด View ตามแผนที่เสนอ กทปส. รวมกันไม่น้อยกว่า 495,000 views จำนวนยอด View จริง 495,797 (จำนวนยอด View โดยรวม / จำนวนครั้งที่วิดีโอถูกเล่นทุกตอน) ❖ ช่องทางที่ 2 Facebook จำนวนผู้ติดตาม 3 followers https://www.facebook.com/CaroonMagicPen ชื่อช่อง ไบบุญ เณรน้อย จำนวนยอด View จริง 117 (จำนวนยอด View โดยรวม / จำนวนครั้งที่วิดีโอถูกเล่นทุกตอน)
21. งบประมาณที่ได้รับอนุมัติจาก กทปส. ทั้งหมด	4,940,725.00 บาท
22. ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในโครงการ	<p>ค่าตอบแทนบุคลากร 50,000</p> <p>ค่าดำเนินการ 4,400,000</p> <p>ค่าวัสดุ 36,000</p> <p>ค่าคำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption) หรือบริการล่ามภาษามือ (Sign Language Interpretation) และบริการเสียงบรรยายภาพ (Audio Description) 120,000</p> <p>ค่าตรวจสอบและจัดทำบัญชีค่าใช้จ่ายโครงการ 15,000</p> <p>ภาษีมูลค่าเพิ่ม 323,470</p>
23. รายได้จากการผลิตรายการ (บอกตัวเลขคร่าวๆ ได้)	4,940,725.00 บาท
24. รายการของท่านมีการประเมินผลความพึงพอใจของผู้ชมหรือไม่	<input checked="" type="checkbox"/> มี

<p>25. รายการได้มีการจัดทำบริการคำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption) หรือบริการล่ามภาษามือ (Sign Language Interpretation) และบริการเสียงบรรยายภาพ (Audio Description) หรือไม่</p>	<input checked="" type="checkbox"/> มี ได้แก่ <ul style="list-style-type: none"> ● คำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption) ● ล่ามภาษามือ (Sign Language Interpretation) ● เสียงบรรยายภาพ (Audio Description)
--	---

ปัจจัยความสำเร็จ ปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะ

<p>26. ผลการดำเนินงานในภาพรวมเป็นไปตามแผนที่ท่านเสนอให้แก่กองทุน กทปส. ไว้หรือไม่ อย่างไร</p>	<p>ในภาพรวมเป็นไปตามแผนที่เสนอให้แก่กองทุน กทปส. เนื่องจากทางทีมผู้ผลิตมีการวางแผนการดำเนินงานไว้</p>
<p>27. กรุณาเล่าถึงการบริหารจัดการโครงการของท่านในด้านการบริหารงบประมาณ, การบริหารบุคลากร, การบริหารเวลาในการดำเนินงาน การบริหารทรัพยากรในการผลิตและด้านอื่นๆ</p>	
<p>28. ปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินงานของท่านมีอะไรบ้าง กรุณายกตัวอย่างเหตุการณ์หรือสิ่งที่ทำให้ท่านสามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ของโครงการ</p>	
<p>29. ปัญหาอุปสรรคหรือข้อจำกัดในการดำเนินงานของท่านมีอะไรบ้าง กรุณายกตัวอย่างเหตุการณ์หรือสิ่งที่ทำให้ท่านไม่สามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ของโครงการ</p> <p><i>เช่น การขอรับทุนจาก กทปส., งบประมาณที่ได้รับ, ผลการดำเนินงาน (ก่อน ระหว่าง และ หลังการผลิตรายการ) เป็นต้น</i></p>	<p>จากการดำเนินงานในการผลิตรายการ “ใบอนุญาต เณรน้อย” ที่ผ่านมา สามารถสรุปปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นจากการดำเนินโครงการได้ดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> - ปัญหาจากการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา (Covid – 19) สภาพปัญหาการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา (Covid – 19) ส่งผลให้การประสานงาน กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเกิดความล่าช้า เนื่องจากไม่สามารถนัดปรึกษาหารือ และไม่สามารถปฏิบัติงานได้ตามปกติ การแก้ไขปัญหาปรับแผนการหารือ โดยเปลี่ยนเป็นการหารือผ่านทางช่องทางออนไลน์
<p>30. ข้อเสนอแนะที่ท่านอยากเสนอให้ทาง กทปส. นำไปพัฒนาหรือปรับปรุง เพื่อให้ท่านสามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ของโครงการได้</p> <p><i>เช่น ขั้นตอนการพิจารณาให้ทุน, ความช่วยเหลือที่อยากได้จาก กทปส. เป็นต้น</i></p>	
<p>31. ข้อเสนอแนะอื่นๆ (ถ้ามี)</p>	

7. รายการ เปาเปาผจญภัยในโลกนิทาน



ข้อมูลพื้นฐาน

1. ชื่อบริษัท/หน่วยงานของผู้รับทุน	บริษัท เอลิคควอร์ กรุ๊ป จำกัด
2. ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์	นายชิตทิพัทธ์ กองสว่าง
3. ตำแหน่งของผู้ให้สัมภาษณ์	หัวหน้าโครงการ
4. เพศ	-
5. อายุ	-
6. การศึกษา	-

ข้อมูลรายการ

7. ชื่อรายการ	เปาเปาผจญภัยในโลกนิทาน
8. รูปแบบรายการ	Animation ที่มีภาพและเสียงดึงดูดความสนใจของผู้ชม
9. จำนวนตอน	40 ตอน ความยาวตอนละ 10 นาที
10. กลุ่มเป้าหมายของรายการ	กลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี)
11. เนื้อหารายการโดยสรุป	เป็นรายการที่ให้ความรู้ ส่งเสริมพัฒนาการและให้คติสอนใจแก่ผู้ชม ผ่านเรื่องราวผจญภัยในโลกนิทาน และดำเนินเรื่องโดยตัวละครหลักที่ชื่อว่า เปาเปา ผู้ซึ่งจะพาผู้ชมผจญภัยไปในนิทานเรื่องต่างๆ โดยเนื้อหาของนิทานแต่ละเรื่องในรายการนี้เป็นการหยิบยกวรรณกรรมอีสปมาร้อยเรียงใหม่ เน้นเนื้อหาที่เข้าถึงได้ง่าย
12. แหล่งข้อมูลหรือองค์ความรู้ในการจัดทำเนื้อหารายการ	-
13. ประโยชน์ที่ท่านอยากให้เกิดขึ้นจากการเผยแพร่รายการ	<ol style="list-style-type: none"> 1. กลุ่มเด็กและครอบครัว ที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย คือ กลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี) ได้รับความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ มีทางเลือกในการรับชมรายการที่มีเนื้อหาที่เหมาะสมกับช่วงวัยในการส่งเสริมพัฒนาการ และการเรียนรู้ของเด็กในวัยนี้มากขึ้น ทั้งในด้านสติปัญญา อารมณ์และสังคม 2. ช่องรายการโทรทัศน์ระบบดิจิทัลมีรายการที่หลากหลาย และมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งรายการสำหรับกลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี) โดยไม่ต้องจัดซื้อรายการมาจากต่างประเทศ และยังสามารถแข่งขันกับต่างประเทศได้ 3. สร้างแรงจูงใจให้กับผู้ผลิตในการผลิตรายการเชิงสร้างสรรค์ที่ส่งเสริมการพัฒนาการและการเรียนรู้สำหรับกลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี) และสามารถนำไปเป็นต้นแบบสำหรับการผลิตรายการเกี่ยวกับเด็กและครอบครัวได้ในอนาคต

	<p>4. เพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานให้กับผู้ผลิต ในการผลิตเนื้อหารายการสำหรับเด็กปฐมวัย(อายุ 3-5 ปี) เพื่อให้เกิดการพัฒนาศักยภาพในด้านการผลิตรายการเชิงสร้างสรรค์สำหรับเด็กและครอบครัวเพิ่มมากขึ้น</p> <p>5. มีรายการที่มีคุณภาพ เหมาะสมสำหรับเด็กและครอบครัว อีกทั้งเป็นการสร้างทางเลือกในการรับชมให้กับผู้ชมกลุ่มเป้าหมาย</p>
14. ระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินโครงการตามแผนที่เสนอ กทปส. (Proposal)	365 วัน
15. ระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินโครงการจริง	365 วัน (12 เดือน)
16. จำนวนตอนที่ผลิตแล้วเสร็จ (จนถึงวันที่สัมฤทธิ์)	40
17. จำนวนตอนที่ออกอากาศสำเร็จ (จนถึงวันที่สัมฤทธิ์)	40
18. จำนวนบุคลากรทั้งหมดในโครงการ (เช่น ผู้กำกับ, ทีมถ่ายทำ, พิธีกร)	7
19. ช่องทางการออกอากาศ: สถานีโทรทัศน์ (On Air)	<p>อมรินทร์ทีวี ช่อง 34</p> <p>ช่วงเวลาออกอากาศ (วันและเวลา) ทุกวันพฤหัสบดี และ วันศุกร์ เวลา 10.00 - 10.10 น.</p> <p><u>ค่าเฉลี่ย Rating ตลอดระยะเวลาการออกอากาศ</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ ค่าเฉลี่ย Rating ตามแผนที่เสนอ กทปส. (Proposal) ไม่น้อยกว่า 0.05 <p>ค่าเฉลี่ย Rating จริง 0.272</p>
20. ช่องทางการออกอากาศ: สื่อออนไลน์ (Online)	<ul style="list-style-type: none"> ❖ ช่องทางที่ 1 Youtube ชื่อช่อง เปาเปาผจญภัยในโลกนิทาน https://www.youtube.com/watch?v=PVAhIXki9sA (Hashtag : #การ์ตูนเด็ก #กสทช #กทปส#กทปส #กสทช #ใบอนุญาตน้อย #รายการเด็ก #การ์ตูนเด็ก จำนวนยอด View ตามแผนที่เสนอ กทปส. รวมกันไม่น้อยกว่า 538,000 views จำนวนยอด View จริง 178,416 (จำนวนยอด View โดยรวม / จำนวนครั้งที่วิดีโอถูกเล่นทุกตอน) ❖ ช่องทางที่ 2 Facebook https://www.facebook.com/CartoonMagicPen ชื่อช่อง เปาเปาผจญภัยในโลกนิทาน จำนวนยอด View จริง 2,570 (จำนวนยอด View โดยรวม / จำนวนครั้งที่วิดีโอถูกเล่นทุกตอน)
21. งบประมาณที่ได้รับอนุมัติจาก กทปส. ทั้งหมด	5,372,379.65 บาท
22. ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในโครงการ	<p>ค่าตอบแทนบุคลากร 50,000</p> <p>ค่าดำเนินการ 4,800,000</p> <p>ค่าวัสดุ 36,000</p> <p>ค่าคำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption) หรือบริการล่ามภาษามือ (Sign Language Interpretation) และบริการเสียงบรรยายภาพ (Audio Description) 120,000</p> <p>ค่าตรวจสอบและจัดทำบัญชีค่าใช้จ่ายโครงการ 15,000</p> <p>ภาษีมูลค่าเพิ่ม 351,470</p>
23. รายได้จากการผลิตรายการ (บอกตัวเลขคร่าวๆ ได้)	5,372,379.65 บาท
24. รายการของท่านมีการประเมินผลความพึงพอใจของผู้ชมหรือไม่	<input checked="" type="checkbox"/> มี

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	ในภาพรวมเป็นไปตามแผนที่เสนอให้แก่กองทุน กทปส. เนื่องจากทางทีมผู้ผลิตมีการวางแผนการดำเนินงานไว้
27. กรุณาเล่าถึงการบริหารจัดการโครงการของท่านในด้านการบริหารงบประมาณ, การบริหารบุคลากร, การบริหารเวลาในการดำเนินงาน การบริหารทรัพยากรในการผลิตและด้านอื่นๆ	-
28. ปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินงานของท่านมีอะไรบ้าง กรุณายกตัวอย่างเหตุการณ์หรือสิ่งที่ทำให้ท่านสามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ของโครงการ	-
29. ปัญหาอุปสรรคหรือข้อจำกัดในการดำเนินงานของท่านมีอะไรบ้าง กรุณายกตัวอย่างเหตุการณ์หรือสิ่งที่ทำให้ท่านไม่สามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ของโครงการ <i>เช่น การขอรับทุนจาก กทปส., งบประมาณที่ได้รับ, ผลการดำเนินงาน (ก่อน ระหว่าง และ หลังการผลิตรายการ) เป็นต้น</i>	-
30. ข้อเสนอแนะที่ท่านอยากเสนอให้ทาง กทปส. นำไปพัฒนาหรือปรับปรุง เพื่อให้ท่านสามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ของโครงการได้ <i>เช่น ขั้นตอนการพิจารณาให้ทุน, ความช่วยเหลือที่อยากได้รับจาก กทปส. เป็นต้น</i>	-
31. ข้อเสนอแนะอื่นๆ (ถ้ามี)	-

8. รายการ รากแก้ว เรนเจอร์



ข้อมูลพื้นฐาน

1. ชื่อบริษัท/หน่วยงานของผู้รับทุน	มูลนิธิแผ่นดินธรรม ในพระสังฆราชูปถัมภ์
2. ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์	คุณพรพล สุวรรณมาศ
3. ตำแหน่งของผู้ให้สัมภาษณ์	ผู้อำนวยการผลิต (Executive Producer)
4. เพศ	ชาย
5. อายุ	41 - 50 ปี
6. การศึกษา	สูงกว่าปริญญาตรี

ข้อมูลรายการ

7. ชื่อรายการ	รากแก้วเรนเจอร์
8. รูปแบบรายการ	รายการเล่านิทานผ่านตัวละครหุ่นมือหนู
9. จำนวนตอน	50 ตอน ระยะเวลาต่อตอน 15 นาที
10. กลุ่มเป้าหมายของรายการ	เด็กปฐมวัย อายุ 3 - 5 ปี
11. เนื้อหารายการโดยสรุป	เรื่องคุณความดีและพระราชกรณียกิจของพระมหากษัตริย์ไทย ตัวอย่างเนื้อหา เช่น พระราชา กับโครงการพระราชดำริ โครงการฝนหลวง เพื่อแก้ไขปัญหาความแห้งแล้งทางภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ หรือโครงการแก้มลิง เพื่อแก้ไขปัญหาอุทกภัยทางภาคใต้ของประเทศ เป็นต้น และยังสามารถนำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับคุณธรรมจริยธรรมเบื้องต้นที่ปรับใช้ในชีวิตประจำวัน เช่น การเป็นคนดี การไม่โกหก เพื่อให้เด็กๆ เข้าใจได้ง่าย
12. แหล่งข้อมูลหรือองค์ความรู้ในการจัดทำ เนื้อหารายการ	
13. ประโยชน์ที่ท่านอยากให้เกิดขึ้นจากการเผยแพร่รายการ	<ol style="list-style-type: none"> 1. กลุ่มเด็ก เยาวชน และครอบครัว ที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย คือ กลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3 - 5 ปี) ได้รับความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ มีทางเลือกในการรับชมรายการที่มีเนื้อหาที่เหมาะสมกับช่วงวัยในการส่งเสริมพัฒนาการ และการเรียนรู้ของเด็กในวัยนี้มากขึ้น ทั้งในด้านสติปัญญา อารมณ์และสังคม 2. ช่องรายการโทรทัศน์ระบบดิจิทัลมีรายการที่หลากหลาย และมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง รายการสำหรับกลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3 - 5 ปี) โดยไม่ต้องจัดซื้อรายการมาจากต่างประเทศและยังสามารถแข่งขันกับต่างประเทศได้ 3. สร้างแรงจูงใจให้กับผู้ผลิตในการผลิตรายการเชิงสร้างสรรค์ที่ส่งเสริมการพัฒนาการและการเรียนรู้สำหรับกลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3 - 5 ปี) และสามารถนำไปเป็นต้นแบบสำหรับการผลิตรายการเกี่ยวกับเด็กเยาวชนและครอบครัวได้ในอนาคต 4. เพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานให้กับผู้ผลิต ในการผลิตเนื้อหารายการ สำหรับกลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3 - 5 ปี) เพื่อให้เกิดการพัฒนาศักยภาพในด้านการผลิตรายการเชิงสร้างสรรค์สำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว เพิ่มมากขึ้น 5. มีรายการที่มีคุณภาพ เหมาะสมสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัวอีกทั้งเป็นการสร้างทางเลือกในการรับชมให้กับผู้ชมกลุ่มเป้าหมาย
14. ระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินโครงการตามแผนที่เสนอ กทปส. (Proposal)	365 วัน/12 เดือน

15. ระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินโครงการจริง	730 วัน / 24 เดือน
16. จำนวนตอนที่ผลิตแล้วเสร็จ (จนถึงวันที่สัมภาษณ์)	50
17. จำนวนตอนที่ออกอากาศสำเร็จ (จนถึงวันที่สัมภาษณ์)	50
18. จำนวนบุคลากรทั้งหมดในโครงการ (เช่น ผู้กำกับ, ทีมถ่ายทำ, พิธีกร)	15
19. ช่องทางการออกอากาศ: สถานีโทรทัศน์ (On Air)	True4U หมายเลข 24 ช่วงเวลาออกอากาศ (วันและเวลา) ทุกวันเสาร์และวันอาทิตย์ เวลา 08.50 – 09.05 น. <u>ค่าเฉลี่ย Rating ตลอดระยะเวลาการออกอากาศ</u> ➤ ค่าเฉลี่ย Rating ตามแผนที่เสนอ กทปส. (Proposal) ไม่น้อยกว่า 0.05 ค่าเฉลี่ย Rating จริง 0.08
20. ช่องทางการออกอากาศ: สื่อออนไลน์ (Online)	<ul style="list-style-type: none"> ❖ ช่องทางที่ 1 เว็บไซต์ True ID ชื่อช่อง True 24 จำนวนยอด View ตามแผนที่เสนอ กทปส. รวมกันไม่น้อยกว่า 597,000 views จำนวนยอด View จริง 143,700 (จำนวนยอด View โดยรวม / จำนวนครั้งที่วิดีโอถูกเล่นทุกตอน) ❖ ช่องทางที่ 2 Youtube ชื่อช่อง รากแก้วเรนเจอร์ จำนวนยอด View ตามแผนที่เสนอ กทปส. รวมกันไม่น้อยกว่า 597,000 views จำนวนยอด View จริง 287,995 (จำนวนยอด View โดยรวม / จำนวนครั้งที่วิดีโอถูกเล่นทุกตอน) ตัวอย่าง Comment ของผู้ชมรายการนำติดตาม (จากคลิป ตอนที่ 1), รายการดีมีสาระ (จากคลิป ตอนที่ 7) ❖ ช่องทางที่ 3 Facebook ชื่อช่อง รากแก้วเรนเจอร์ จำนวนยอด View จริง 21,635 (จำนวนยอด View โดยรวม / จำนวนครั้งที่วิดีโอถูกเล่นทุกตอน) ❖ ช่องทางที่ 4 TikTok ชื่อช่อง รากแก้วเรนเจอร์ จำนวนยอด View จริง 361,810 (จำนวนยอด View โดยรวม / จำนวนครั้งที่วิดีโอถูกเล่นทุกตอน)
21. งบประมาณที่ได้รับอนุมัติจาก กทปส. ทั้งหมด	5,970,000
22. ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในโครงการ	ค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการ <ol style="list-style-type: none"> 1. ค่าทำตุ๊กตาหุ่นมือ เป็นเงิน 106,000 บาท 2. ค่าทำฉาก เป็นเงิน 201,849 บาท 3. ค่าเขียนบทละคร เป็นเงิน 75,000 บาท 4. ค่าเชิดหุ่นมือ เป็นเงิน 30,000 บาท 5. ค่าล่ามภาษามือ เป็นเงิน 50,000 บาท 6. ค่าพากย์เสียง เป็นเงิน 228,000 บาท 7. ค่าพิธีกร เป็นเงิน 149,300 บาท ค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ <ol style="list-style-type: none"> 1. ค่าออกอากาศ งวดที่ 1 ให้แก่ บจ.ทรูโฟร์ยู สเตชัน เป็นเงิน 225,000 บาท 2. ค่าออกอากาศ งวดที่ 2 ให้แก่ บจ.ทรูโฟร์ยู สเตชัน เป็นเงิน 225,000 บาท 3. ค่าออกอากาศ เดือน ก.ย. 64 ให้แก่ บจ.ทรูโฟร์ยู สเตชัน เป็นเงิน 200,000 บาท

	4. ค่าออกอากาศ เดือน ต.ค. 64 ให้แก่ บจ.ทรูโฟรยู สเตชัน เป็นเงิน 250,000 บาท 5. ค่าออกอากาศ เดือน พ.ย. 64 ให้แก่ บจ.ทรูโฟรยู สเตชัน เป็นเงิน 200,000 บาท 6. ค่าออกอากาศ เดือน ธ.ค. 64 ให้แก่ บจ.ทรูโฟรยู สเตชัน เป็นเงิน 100,000 บาท
23. รายได้จากการผลิตรายการ (บอกตัวเลขคร่าวๆ ได้)	รายได้จากกองทุน (งบประมาณ) 5,970,000 บาท
24. รายการของท่านมีการประเมินผลความพึงพอใจของผู้ชมหรือไม่	<input checked="" type="checkbox"/> มี
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	ในภาพรวมเป็นไปตามแผนที่เสนอให้แก่กองทุน กทปส. เนื่องจากทางทีมผู้ผลิตมีการวางแผนการดำเนินงานไว้
27. กรุณาเล่าถึงการบริหารจัดการโครงการของท่านในด้านการบริหารงบประมาณ, การบริหารบุคลากร, การบริหารเวลาในการดำเนินงาน การบริหารทรัพยากรในการผลิตและด้านอื่นๆ	-
28. ปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินงานของท่านมีอะไรบ้าง กรุณายกตัวอย่างเหตุการณ์หรือสิ่งที่ทำให้ท่านสามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ของโครงการ	-
29. ปัญหาอุปสรรคหรือข้อจำกัดในการดำเนินงานของท่านมีอะไรบ้าง กรุณายกตัวอย่างเหตุการณ์หรือสิ่งที่ทำให้ท่านไม่สามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ของโครงการ <i>เช่น การขอรับทุนจาก กทปส., งบประมาณที่ได้รับ, ผลการดำเนินงาน (ก่อน ระหว่าง และ หลังการผลิตรายการ) เป็นต้น</i>	ในช่วงระหว่างการดำเนินโครงการเป็นช่วงสถานการณ์โรคระบาด โควิด-19 ในจังหวัดกรุงเทพมหานครและจังหวัดใกล้เคียงที่ทวีความรุนแรงมากขึ้น ส่งผลให้การดำเนินงานในการผลิตรายการ รากแก้วเรนเจอร์ นั้นเกิดปัญหาการถ่ายทำและการดำเนินกรล่าช้ากว่ากำหนด เนื่องจากเจ้าหน้าที่ในการดำเนินโครงการต้องจัดการเรื่องการฉีดวัคซีนเพื่อป้องกันโรค และปฏิบัติตามกฎและมาตรการต่างๆ ในการป้องกันโรคดังกล่าว การจัดหาอุปกรณ์และการขนส่งรวมไปถึงตารางงานการถ่ายทำรายการเกิดความล่าช้ากว่ากำหนดการเดิม ทำให้การส่งมอบงานเกิดความล่าช้า
30. ข้อเสนอแนะที่ท่านอยากเสนอให้ทาง กทปส. นำไปพัฒนาหรือปรับปรุง เพื่อให้ท่านสามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ของโครงการได้ <i>เช่น ขั้นตอนการพิจารณาให้ทุน, ความช่วยเหลือที่อยากได้รับจาก กทปส. เป็นต้น</i>	ควรมีการจัดประชุมระหว่างทีมผู้ผลิตและเจ้าหน้าที่กองทุนฯ เพื่อให้คำแนะนำ ปรีกษา หรือเป็นที่เล็งในการดำเนินงานโครงการของทีมผู้ผลิต เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกันในการดำเนินงาน
31. ข้อเสนอแนะอื่นๆ (ถ้ามี)	-

9. รายการ FLY WORM หนอนน้อยผจญภัย



ข้อมูลพื้นฐาน

1. ชื่อบริษัท/หน่วยงานของผู้รับทุน	บริษัท พีเจ เอาร์ทซอสซิ่ง จำกัด
2. ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์	คุณปวงเทพ รังสิประภัสร์
3. ตำแหน่งของผู้ให้สัมภาษณ์	หัวหน้าโครงการ
4. เพศ	ชาย
5. อายุ	35
6. การศึกษา	ปริญญาตรี

ข้อมูลรายการ

7. ชื่อรายการ	FLY WORM หนอนน้อยผจญภัย
8. รูปแบบรายการ	รายการประเภท Animation
9. จำนวนตอน	40 ตอน ความยาวตอนละ 5 นาที
10. กลุ่มเป้าหมายของรายการ	กลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3 - 5 ปี)
11. เนื้อหารายการโดยสรุป	นำเสนอเรื่องราวการผจญภัยค้นหาความสามารถตนเอง ผ่านตัวละคร Animation หนอนน้อย
12. แหล่งข้อมูลหรือองค์ความรู้ในการจัดทำเนื้อหารายการ	-
13. ประโยชน์ที่ท่านอยากให้เกิดขึ้นจากการเผยแพร่รายการ	<ol style="list-style-type: none"> 1. กลุ่มเด็กและครอบครัว ที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย คือ กลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3 - 5 ปี) ได้รับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ มีทางเลือกในการรับชมรายการที่มีเนื้อหาที่เหมาะสมกับช่วงวัยในการส่งเสริมพัฒนาการ และการเรียนรู้ของเด็กในวัยนี้มากขึ้น ทั้งในด้านสติปัญญา อารมณ์และสังคม 2. ช่องรายการโทรทัศน์ระบบดิจิทัลมีรายการที่หลากหลาย และมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งรายการสำหรับกลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3 - 5 ปี) โดยไม่ต้องจัดซื้อรายการมาจากต่างประเทศและยังสามารถแข่งขันกับต่างประเทศได้ 3. สร้างแรงจูงใจให้กับผู้ผลิตในการผลิตรายการเชิงสร้างสรรค์ที่ส่งเสริมการพัฒนาการและการเรียนรู้สำหรับกลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3 - 5 ปี) และสามารถนำไปเป็นต้นแบบสำหรับการผลิตรายการเกี่ยวกับเด็กและครอบครัวได้ในอนาคต 4. เพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานให้กับผู้ผลิต ในการผลิตเนื้อหารายการสำหรับกลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3 - 5 ปี) เพื่อให้เกิดการพัฒนาศักยภาพในด้านการผลิตรายการเชิงสร้างสรรค์สำหรับเด็กและครอบครัวเพิ่มมากขึ้น 5. มีรายการที่มีคุณภาพ เหมาะสมสำหรับเด็กและครอบครัว อีกทั้งเป็นการสร้างทางเลือกในการรับชมให้กับผู้ชมกลุ่มเป้าหมาย
14. ระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินโครงการตามแผนที่เสนอ กทปส. (Proposal)	365 วัน
15. ระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินโครงการจริง	365 วัน (12 เดือน)

16. จำนวนตอนที่ผลิตแล้วเสร็จ (จนถึงวันที่สัมภาษณ์)	40 ตอน
17. จำนวนตอนที่ออกอากาศสำเร็จ (จนถึงวันที่สัมภาษณ์)	40 ตอน
18. จำนวนบุคลากรทั้งหมดในโครงการ (เช่น ผู้กำกับ, ทีมถ่ายทำ, พิธีกร)	8
19. ช่องทางการออกอากาศ: สถานีโทรทัศน์ (On Air)	ช่อง One31 ช่วงเวลาออกอากาศ (วันและเวลา) ทุกวันเสาร์และวันอาทิตย์ ช่วงเวลา 07.00 – 7.08 น. <u>ค่าเฉลี่ย Rating ตลอดระยะเวลาการออกอากาศ</u> ➤ ค่าเฉลี่ย Rating ตามแผนที่เสนอ กทปส. (Proposal) ไม่น้อยกว่า 0.05 ค่าเฉลี่ย Rating จริง 0.052
20. ช่องทางการออกอากาศ: สื่อออนไลน์ (Online)	❖ ช่องทางที่ 1 Youtube ชื่อช่อง FLY WORM หนอนน้อยผจญภัย จำนวนยอด View ตามแผนที่เสนอ กทปส. รวมกันไม่น้อยกว่า 588,000 views จำนวนยอด View จริง 48,609 (จำนวนยอด View โดยรวม / จำนวนครั้งที่วิดีโอถูกเล่นทุกตอน)
21. งบประมาณที่ได้รับอนุมัติจาก กทปส. ทั้งหมด	5,870,020.00 บาท
22. ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในโครงการ	ค่าตอบแทนบุคลากร 100,000 ค่าดำเนินการ 5,200,000 ค่าวัสดุ 36,000 ค่าคำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption) หรือบริการล่ามภาษามือ (Sign Language Interpretation) และบริการเสียงบรรยายภาพ (Audio Description) 120,000 ค่าตรวจสอบและจัดทำบัญชีค่าใช้จ่ายโครงการ 15,000 ภาษีมูลค่าเพิ่ม 384,020
23. รายได้จากการผลิตรายการ (บอกตัวเลขคร่าวๆ ได้)	5,870,020.00 บาท
24. รายการของท่านมีการประเมินผลความพึงพอใจของผู้ชมหรือไม่	<input checked="" type="checkbox"/> มี
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	ในภาพรวมเป็นไปตามแผนที่เสนอให้แก่กองทุน กทปส. เนื่องจากทางทีมผู้ผลิตมีการวางแผนการดำเนินงานไว้
27. กรุณาเล่าถึงการบริหารจัดการโครงการของท่านในด้านการบริหารงบประมาณ, การบริหารบุคลากร, การบริหารเวลาในการดำเนินงาน การบริหารทรัพยากรในการผลิตและด้านอื่นๆ	-
28. ปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินงานของท่านมีอะไรบ้าง กรุณายกตัวอย่างเหตุการณ์หรือสิ่งที่ทำให้ท่านสามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ของโครงการ	-
29. ปัญหาอุปสรรคหรือข้อจำกัดในการดำเนินงานของท่านมีอะไรบ้าง กรุณายกตัวอย่างเหตุการณ์หรือสิ่งที่ทำให้ท่านไม่สามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ของโครงการ เช่น การขอรับทุนจาก กทปส., งบประมาณที่ได้รับ, ผลการดำเนินงาน (ก่อน ระหว่าง และ หลังการผลิตรายการ) เป็นต้น	<p>ปัญหาจากการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา (Covid – 19)</p> <p>สภาพปัญหา</p> <p>การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา (Covid – 19) ส่งผลให้การประสานงาน กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเกิดความล่าช้า เนื่องจากไม่สามารถนัดปรึกษาหารือ และไม่สามารถปฏิบัติงานได้ตามปกติ</p> <p>การแก้ไขปัญหา</p> <p>ปรับแผนการหารือ โดยเปลี่ยนเป็นการหารือผ่านทางช่องทางออนไลน์</p>
30. ข้อเสนอแนะที่ท่านอยากเสนอให้ทาง กทปส. นำไปพัฒนาหรือปรับปรุง เพื่อให้ท่านสามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ของโครงการได้ เช่น ขั้นตอนการพิจารณาให้ทุน, ความช่วยเหลือที่อยากได้รับจาก กทปส. เป็นต้น	-
31. ข้อเสนอแนะอื่นๆ (ถ้ามี)	-

10. รายการ Happy Family



ข้อมูลพื้นฐาน

1. ชื่อบริษัท/หน่วยงานของผู้รับทุน	บริษัท จีเอ็มเอ็ม แชนแนล จำกัด
2. ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์	คุณสมฤทัย วิชาพิณ
3. ตำแหน่งของผู้ให้สัมภาษณ์	ผู้ประสานงาน (Coordinator)
4. เพศ	หญิง
5. อายุ	31 ปี
6. การศึกษา	ปริญญาตรี

ข้อมูลรายการ

7. ชื่อรายการ	HAPPY FAMILY
8. รูปแบบรายการ	รายการประเภทวาไรตี้ ที่นำเสนอเรื่องราวการทำภารกิจร่วมกันของครอบครัวประชาชนทั่วไป และ/หรือ ครอบครัวของศิลปิน ดารา นักแสดง และ/หรือผู้มีชื่อเสียง ตัวอย่างเช่น แม่กับลูก หรือ พ่อกับลูก และ/หรือ ญาติพี่น้อง
9. จำนวนตอน	13 ตอน ระยะเวลาต่อตอน 25 นาที
10. กลุ่มเป้าหมายของรายการ	เด็ก เยาวชน และครอบครัว
11. เนื้อหารายการโดยสรุป	เชิญครอบครัวจากทางบ้าน และ/หรือ ครอบครัวของศิลปิน/ นักแสดง ตัวอย่างเช่น แม่กับลูก หรือ พ่อกับลูก และ/หรือ ญาติพี่น้อง โดยมีเด็กวัยปฐมวัย อายุ 3-5 ปี เข้ามาทำภารกิจ (mission) ที่ทางรายการกำหนด โดยกำหนดโจทย์ให้มีการใช้ทักษะความสามารถ และการส่งเสริมพัฒนาการของเด็ก ทางด้านสังคม สติปัญญา จิตใจ อารมณ์ ร่างกาย และเสริมสร้างพัฒนาการของเด็กปฐมวัย โดยมีผู้ดำเนินรายการที่มีชื่อเสียงเป็นตัวอย่างที่ดีของสังคม ที่จะนำทุกคนให้เพลิดเพลิน สนุกสนาน ไปกับความน่ารักๆ ของเด็กและครอบครัว (คุณพ่อ และ/หรือ คุณแม่) และช่วงท้ายของรายการกำหนดให้มีการส่งเสริมความรู้ หรือแนะนำแนวทางการปฏิบัติ โดยแพทย์ผู้เชี่ยวชาญด้านเด็กและครอบครัว
12. แหล่งข้อมูลหรือองค์ความรู้ในการจัดทำเนื้อหารายการ	อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ และ สื่อออนไลน์
13. ประโยชน์ที่ท่านอยากให้เกิดขึ้นจากการเผยแพร่รายการ	1.กลุ่มเด็กและครอบครัว ที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย คือ กลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี) ได้รับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ มีทางเลือกในการรับชมรายการที่มีเนื้อหาที่เหมาะสมกับช่วงวัย มีพัฒนาการและการเรียนรู้เพิ่มขึ้น ทั้งในด้านสติปัญญา อารมณ์และสังคม 2.ช่องรายการโทรทัศน์ระบบดิจิทัลมีรายการที่หลากหลาย และมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งรายการสำหรับกลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี) โดยไม่ต้องจัดซื้อรายการมาจากต่างประเทศ แลคุณภาพเท่าเทียมกับรายการต่างประเทศได้ 3. เด็กและครอบครัวมีทางเลือกในการรับชมรายการที่มีคุณภาพ เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย
14. ระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินโครงการตามแผนที่เสนอ กทปส. (Proposal)	390 วัน

15. ระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินโครงการจริง	390 วัน
16. จำนวนตอนที่ผลิตแล้วเสร็จ (จนถึงวันที่สัมภาษณ์)	13
17. จำนวนตอนที่ออกอากาศสำเร็จ (จนถึงวันที่สัมภาษณ์)	13
18. จำนวนบุคลากรทั้งหมดในโครงการ (เช่น ผู้กำกับ, ทีมถ่ายทำ, พิธีกร)	75
19. ช่องทางการออกอากาศ: สถานีโทรทัศน์ (On Air)	GMM25 ช่วงเวลาออกอากาศ (วันและเวลา) ทุกวันอาทิตย์ เวลา 08.00 - 08.30 น. <u>ค่าเฉลี่ย Rating ตลอดระยะเวลาการออกอากาศ</u> ➤ ค่าเฉลี่ย Rating ตามแผนที่เสนอ กทปส. (Proposal) ไม่น้อยกว่า 0.05 ค่าเฉลี่ย Rating จริง 0.08
20. ช่องทางการออกอากาศ: สื่อออนไลน์ (Online)	❖ ช่องทาง Youtube / Facebook ชื่อช่อง GMM25 จำนวนยอด View ตามแผนที่เสนอ กทปส. รวมกันไม่น้อยกว่า 436,000 views จำนวนยอด View จริง 529,000 (จำนวนยอด View โดยรวม / จำนวนครั้งที่วิดีโอถูกเล่นทุกตอน) จำนวนยอด like 4,195 จำนวนยอด comment 33 จำนวนยอด share 20 ระยะเวลาการรับชมโดยเฉลี่ย 20 นาที ตัวอย่าง Comment ของผู้ชมรายการ : รายการดี เป็นประโยชน์ต่อครอบครัว/ ออเกรงน่ารัก
21. งบประมาณที่ได้รับอนุมัติจาก กทปส. ทั้งหมด	4,353,830
22. ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในโครงการ	ค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการ - ค่าผลิตรายการ จำนวน 13 ตอน 3,120,000 บาท (ไม่รวม VAT) - ค่าพิธีกร และ ดาราแขกรับเชิญ จำนวน 13 ครอบครั้ว 780,000 บาท (ไม่รวม VAT) - ค่าจัดทำ AD / CC จำนวน 13 ตอน 104,000 บาท (ไม่รวม VAT) - ค่าตรวจสอบและจัดทำบัญชีค่าใช้จ่ายโครงการ 15,000 บาท (ไม่รวม VAT) - ค่าตอบแทนที่ปรึกษาโครงการ 50,000 บาท (ไม่รวม VAT)
23. รายได้จากการผลิตรายการ (บอกตัวเลขคร่าวๆ ได้)	รายได้จากกองทุน (งบประมาณ) 4,353,830 บาท
24. รายการของท่านมีการประเมินผลความพึงพอใจของผู้ชมหรือไม่	<input checked="" type="checkbox"/> มี
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. ผลการดำเนินงานในภาพรวมเป็นไปตามแผนที่ท่านเสนอให้แก่องทุน กทปส. ไว้หรือไม่ อย่างไร	ภาพรวมของผลการดำเนินงานโครงการฯ เป็นไปตามแผนที่ได้เสนอแก่องทุน กทปส.
27. กรุณาเล่าถึงการบริหารจัดการโครงการของท่านในด้านการบริหารงบประมาณ, การบริหารบุคลากร, การบริหารเวลาในการดำเนินงาน การบริหารทรัพยากรในการผลิตและด้านอื่นๆ	เนื่องด้วยในช่วงของการผลิตโครงการ เป็นช่วงที่มีการแพร่ระบาดของโควิด-19 ทำให้มีมาตรการป้องกันจากทางภาครัฐออกมาให้ประชาชนปฏิบัติตาม ทั้งการเว้นระยะห่างระหว่างบุคคล การจำกัดจำนวนคนในการเข้าสถานที่ต่าง ทำให้ทางโครงการฯ ต้องมีการบริหารบุคลากรและบริหารเวลาในการทำงานให้เหมาะสมตามมาตรการของรัฐ โดยต้องให้ได้ประสิทธิภาพในการทำงานมากที่สุด
28. ปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินงานของท่านมีอะไรบ้าง กรุณายกตัวอย่างเหตุการณ์หรือสิ่งที่ทำให้ท่านสามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ของโครงการ	ปัจจัยความสำเร็จของโครงการฯ หลักๆ อยู่ที่ประสิทธิภาพของทีมงานทุกฝ่ายนั้นร่วมมือร่วมใจทำงานกันอย่างเต็มที่ รวมทั้งความเป็นมืออาชีพของทีมงาน พิธีกร และแขกรับเชิญ ทำให้การดำเนินงานสำเร็จลุล่วงได้
29. ปัญหาอุปสรรคหรือข้อจำกัดในการดำเนินงานของท่านมีอะไรบ้าง กรุณายกตัวอย่างเหตุการณ์หรือสิ่งที่ทำให้ท่านไม่สามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ของโครงการ <i>เช่น การขอรับทุนจาก กทปส., งบประมาณที่ได้รับ, ผลการดำเนินงาน (ก่อน ระหว่าง และ หลังการผลิตรายการ) เป็นต้น</i>	เนื่องจากในช่วงของการถ่ายทำรายการ เป็นช่วงที่มีการแพร่ระบาดของโควิด-19 อย่างหนัก ทำให้ในช่วงแรกๆ ไม่สามารถถ่ายทำและเผยแพร่รายการตามกำหนดระยะเวลาเดิมได้ จึงต้องมีการทำเรื่องขอขยายระยะเวลาสัญญากับทาง กทปส. ออกไป 90 วัน เพื่อรอให้สถานการณ์โควิด-19 ผ่อนคลายลง และสามารถดำเนินการถ่ายและเผยแพร่ตามรายละเอียดที่กำหนดในสัญญาได้
30. ข้อเสนอแนะที่ท่านอยากเสนอให้ทาง กทปส. นำไปพัฒนาหรือปรับปรุง เพื่อให้ท่านสามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ของโครงการได้ <i>เช่น ขั้นตอนการพิจารณาให้ทุน, ความช่วยเหลือที่อยากได้รับจาก กทปส. เป็นต้น</i>	-
31. ข้อเสนอแนะอื่นๆ (ถ้ามี)	-

10.1.3.2 โครงการส่งเสริมการผลิตและออกอากาศเนื้อหารายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ เกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสาร 5G

1. รายการ 5G New Life, New Change



ข้อมูลพื้นฐาน

1. ชื่อบริษัท/หน่วยงานของผู้รับทุน	บริษัท ออลบิช (2019) จำกัด
2. ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์	นายธีรวัฒน์ เถลิงสกุล
3. ตำแหน่งของผู้ให้สัมภาษณ์	ผู้ประสานงาน (Coordinator)
4. เพศ	ชาย
5. อายุ	ไม่ระบุ
6. การศึกษา	ปริญญาตรี

ข้อมูลรายการ

7. ชื่อรายการ	5G New Life, New Change
8. รูปแบบรายการ	รายการ "5G New Life, New Change" มีรูปแบบเป็นรายการเชิงสารคดี หรือ Documentary Feature Program (Mixed Motion Graphic) นำเสนอเรื่องราวที่น่าสนใจของเทคโนโลยี 5G ที่จะเข้ามามีบทบาทหรือสามารถนำมาประยุกต์ใช้งานได้หลายภาคส่วน ทั้งระบบ สาธารณสุข ระบบคมนาคม ระบบการบริหารจัดการ (รวมถึง ระบบอุปโภค และบริโภค) และ ระบบอุตสาหกรรมต่างๆ ได้แก่ อุตสาหกรรมการผลิต, อุตสาหกรรมการเกษตร, และ อุตสาหกรรมการบริการและสื่อบันเทิง)
9. จำนวนตอน	16 ตอน ระยะเวลาต่อตอน 25-30 นาที
10. กลุ่มเป้าหมายของรายการ	กลุ่มประชาชนทั่วไป
11. เนื้อหารายการโดยสรุป	เป็นรายการที่มุ่งเน้นที่จะนำเสนอความรู้แก่ประชาชน ในด้านที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีการสื่อสาร 5G ทั้งประโยชน์ ข้อดี และการพัฒนาเทคโนโลยีต่างๆ ของ 5G เพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจ ความตระหนักรู้ของประชาชนที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ เกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสาร 5G ให้มากยิ่งขึ้น
12. แหล่งข้อมูลหรือองค์ความรู้ในการจัดทำเนื้อหารายการ	อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ และ สื่อออนไลน์

13. ประโยชน์ที่ท่านอยากให้เกิดขึ้นจากการเผยแพร่รายการ	1. ประชาชนสามารถเข้าถึงเนื้อหารายการที่เป็นประโยชน์สาธารณะ และมีความสร้างสรรค์ น่าสนใจ มีคุณภาพซึ่งผู้ผลิตรายการจำนวนหนึ่งไม่สามารถดำเนินการได้หรือดำเนินการได้ยาก เพราะข้อจำกัดด้านต้นทุน หรือรายได้จากการโฆษณา 2. ภาครัฐและประชาชนได้รับความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสาร 5G ทั้งของต่างประเทศและประเทศไทย เพื่อเป็นข้อมูลเปรียบเทียบ และสามารถนำไปปรับใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อตนเอง สังคม และประเทศต่อไป
14. ระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินโครงการตามแผนที่เสนอ กทปส. (Proposal)	365 วัน
15. ระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินโครงการจริง	365 วัน
16. จำนวนตอนที่ผลิตแล้วเสร็จ (จนถึงวันที่สัมภาษณ์)	16
17. จำนวนตอนที่ออกอากาศสำเร็จ (จนถึงวันที่สัมภาษณ์)	16
18. จำนวนบุคลากรทั้งหมดในโครงการ (เช่น ผู้กำกับ, ทีมถ่ายทำ, พิธีกร)	60
19. ช่องทางการออกอากาศ: สถานีโทรทัศน์ (On Air)	One 31
20. ช่องทางการออกอากาศ: สื่อออนไลน์ (Online)	Facebook, Youtube
21. งบประมาณที่ได้รับอนุมัติจาก กทปส. ทั้งหมด	6,951,148.00
22. ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในโครงการ	ค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการ - ค่าผลิตรายการ จำนวน 13 ตอน 6,161,148 บาท (ไม่รวม VAT) - ค่าพิธีกร และ ดาราแขกรับเชิญ 580,000 บาท (ไม่รวม VAT) - ค่าจัดทำ AD / CC จำนวน 13 ตอน 160,000 บาท (ไม่รวม VAT) - ค่าตรวจสอบและจัดทำบัญชีค่าใช้จ่ายโครงการ 15,000 บาท (ไม่รวม VAT) - ค่าตอบแทนที่ปรึกษาโครงการ 50,000 บาท (ไม่รวม VAT)
23. รายได้จากการผลิตรายการ (บอกตัวเลขคร่าวๆ ได้)	รายได้จากกองทุน (งบประมาณ) 6,951,148.00 บาท
24. รายการของท่านมีการประเมินผลความพึงพอใจของผู้ชมหรือไม่	<input checked="" type="checkbox"/> มี
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

<p>26. ผลการดำเนินงานในภาพรวมเป็นไปตามแผนที่ท่านเสนอให้แก่องทุน กทปส. ไว้หรือไม่ อย่างไร</p>	<p>ภาพรวมของผลการดำเนินงานโครงการฯ เป็นไปตามแผนที่ได้เสนอแก่องทุน กทปส.</p>
<p>27. กรุณาเล่าถึงการบริหารจัดการโครงการของท่านในด้านการบริหารงบประมาณ, การบริหารบุคลากร, การบริหารเวลาในการดำเนินงาน การบริหารทรัพยากรในการผลิตและด้านอื่นๆ</p>	<p>เนื่องด้วยในช่วงของการผลิตโครงการ เป็นช่วงที่มีการแพร่ระบาดของโควิด-19 ทำให้มีมาตรการป้องกันจากทางภาครัฐออกมาให้ประชาชนปฏิบัติตาม ทั้งการเว้นระยะห่างระหว่างบุคคล การจำกัดจำนวนคนในการเข้าสถานที่ต่าง ทำให้ทางโครงการฯ ต้องมีการบริหารบุคลากรและบริหารเวลาในการทำงานให้เหมาะสมตามมาตรการของรัฐ โดยต้องให้ได้ประสิทธิภาพในการทำงานมากที่สุด</p>
<p>28. ปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินงานของท่านมีอะไรบ้าง กรุณายกตัวอย่างเหตุการณ์หรือสิ่งที่ทำให้ท่านสามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ของโครงการ</p>	<p>ปัจจัยความสำเร็จของโครงการฯ หลักๆ อยู่ที่ประสิทธิภาพของทีมงานทุกฝ่ายนั้นร่วมมือร่วมใจทำงานกันอย่างเต็มที่ รวมทั้งความเป็นมืออาชีพของทีมงาน พิธีกร และแขกรับเชิญ ทำให้การดำเนินงานสำเร็จลุล่วงได้</p>
<p>29. ปัญหาอุปสรรคหรือข้อจำกัดในการดำเนินงานของท่านมีอะไรบ้าง กรุณายกตัวอย่างเหตุการณ์หรือสิ่งที่ทำให้ท่านไม่สามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ของโครงการ <i>เช่น การขอรับทุนจาก กทปส., งบประมาณที่ได้รับ, ผลการดำเนินงาน (ก่อน ระหว่าง และ หลังการผลิตรายการ) เป็นต้น</i></p>	<p>ปัญหาจากการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา (Covid - 19) ส่งผลให้การประสานงานการออกไปถ่ายทำรายการ และฯลฯ กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือกับพิธีกรรายการเกิดความล่าช้าเนื่องจากไม่สามารถนัดปรึกษาหารือ และไม่สามารถปฏิบัติงานได้ตามปกติ มีการแก้ไขปัญหามาในเบื้องต้นคือการปรับแผนการหารือโดยเปลี่ยนเป็นการหารือผ่านทางช่องทางออนไลน์ และการออกกองถ่ายทำรายการ มีการกำหนดจำนวนผู้เข้ากองถ่าย วัตถุประสงค์และสวมใส่หน้ากากอนามัยตลอดเวลา โดยห้ามมิให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องเข้าไปในพื้นที่ถ่ายทำเพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา</p> <p>ปัญหาการประสานงานเพื่อติดต่อขอภาพประกอบจากทั้งในและต่างประเทศ ส่งผลให้การติดต่อรายการเกิดความล่าช้า เนื่องจากต้องรอจดหมายตอบรับการอนุมัติให้ใช้ภาพประกอบจากทางบริษัทหรือแหล่งข้อมูลต้นฉบับ ทางคณะผู้จัดทำจึงได้ส่งจดหมายเพื่อขอใช้งานไปล่วงหน้า และหลายบริษัทหรือแหล่งข้อมูลต้นฉบับเพื่อให้มีภาพประกอบพร้อมใช้งานในการติดต่อรายการ</p>
<p>30. ข้อเสนอแนะที่ท่านอยากเสนอให้ทาง กทปส. นำไปพัฒนาหรือปรับปรุง เพื่อให้ท่านสามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ของโครงการได้ <i>เช่น ขั้นตอนการพิจารณาให้ทุน, ความช่วยเหลือที่อยากได้รับจาก กทปส. เป็นต้น</i></p>	<p>-</p>
<p>31. ข้อเสนอแนะอื่นๆ (ถ้ามี)</p>	<p>-</p>

2. รายการ 5G 24 ชั่วโมง



ข้อมูลพื้นฐาน

1. ชื่อบริษัท/หน่วยงานของผู้รับทุน	บริษัท ไบรท์ ทีวี จำกัด
2. ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์	นางสาวดิศกร แก้วประพาฬ
3. ตำแหน่งของผู้ให้สัมภาษณ์	ผู้ประสานงาน (Coordinator)
4. เพศ	หญิง
5. อายุ	ไม่ระบุ
6. การศึกษา	ปริญญาตรี

ข้อมูลรายการ

7. ชื่อรายการ	5G 24 ชั่วโมง
8. รูปแบบรายการ	รายการประเภท ทีวีที่ชื่อรายการ "5G 24 ชั่วโมง" ความยาวตอนละ 25 - 30 นาที จำนวน 12 ตอน พร้อมคำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption) หรือล่ามภาษามือ (Sign Language Interpretation) และบริการเสียงบรรยายภาพ (Audio Description) นำเสนอเรื่องราวเทคโนโลยีการสื่อสาร 5G ด้วยพิธีกรลงพื้นที่รีวิวและสาธิตการใช้งานเทคโนโลยีเทียบเคียงต่างประเทศ
9. จำนวนตอน	12 ตอน ระยะเวลา ต่อตอน 25-30 นาที
10. กลุ่มเป้าหมายของรายการ	กลุ่มประชาชนทั่วไป
11. เนื้อหารายการโดยสรุป	เพื่อตอบโจทย์การสร้างการรับรู้ รวบรวมองค์ความรู้ ตลอดทั้งกรณีตัวอย่างในต่างประเทศ อาทิ จีน ญี่ปุ่น ออสเตรเลีย ที่มีการใช้เทคโนโลยี 5G อย่างเต็มรูปแบบ ทั้งนี้เพื่อเตรียมความพร้อมรับเทคโนโลยี 5G ที่กำลังจะมาเปลี่ยนแปลงชีวิตผู้คน สร้างสังคมรูปแบบใหม่ ที่สะดวก รวดเร็ว และมีศักยภาพในการตอบสนองการใช้ชีวิตยุคเทคโนโลยีเงินเนอเรนซ์ใหม่ในแบบที่ต่างออกไป ตลอด 24 ชั่วโมง เป็นการเพิ่มโอกาสทางธุรกิจ ลดความเหลื่อมล้ำให้การเข้าถึงทางการแพทย์ การศึกษา การท่องเที่ยว การทำงาน ด้านบันเทิง และการเรียนรู้ แบบไร้ขีดจำกัด
12. แหล่งข้อมูลหรือองค์ความรู้ในการจัดทำเนื้อหารายการ	อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ และ สื่อออนไลน์

13. ประโยชน์ที่ท่านอยากให้เกิดขึ้นจากการเผยแพร่รายการ	1. ประชาชนสามารถเข้าถึงเนื้อหารายการที่เป็นประโยชน์สาธารณะ และมีความสร้างสรรค์ น่าสนใจ มีคุณภาพซึ่งผู้ผลิตรายการจำนวนหนึ่งไม่สามารถดำเนินการได้หรือดำเนินการได้ยาก เพราะข้อจำกัดด้านต้นทุน หรือรายได้จากการโฆษณา 2. ภาครัฐและประชาชนได้รับความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสาร 5G ทั้งของต่างประเทศและประเทศไทย เพื่อเป็นข้อมูลเปรียบเทียบ และสามารถนำไปปรับใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อตนเอง สังคม และประเทศต่อไป
14. ระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินโครงการตามแผนที่เสนอ กทปส. (Proposal)	365 วัน
15. ระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินโครงการจริง	365 วัน
16. จำนวนตอนที่ผลิตแล้วเสร็จ (จนถึงวันที่สัมภาษณ์)	12
17. จำนวนตอนที่ออกอากาศสำเร็จ (จนถึงวันที่สัมภาษณ์)	12
18. จำนวนบุคลากรทั้งหมดในโครงการ (เช่น ผู้กำกับ, ทีมถ่ายทำ, พิธีกร)	50
19. ช่องทางการออกอากาศ: สถานีโทรทัศน์ (On Air)	ไทยรัฐ TV 32
20. ช่องทางการออกอากาศ: สื่อออนไลน์ (Online)	Facebook, Youtube
21. งบประมาณที่ได้รับอนุมัติจาก กทปส. ทั้งหมด	5,786,110.00 บาท
22. ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในโครงการ	ค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการ - ค่าผลิตรายการ จำนวน 13 ตอน 1,920,000 บาท (ไม่รวม VAT) - ค่าพิธีกร และ ดาราแขกรับเชิญ 180,000 บาท (ไม่รวม VAT) - ค่าจัดทำ AD / CC จำนวน 13 ตอน 120,000 บาท (ไม่รวม VAT) - ค่าตรวจสอบและจัดทำบัญชีค่าใช้จ่ายโครงการ 15,000 บาท (ไม่รวม VAT) - ค่าตอบแทนที่ปรึกษาโครงการ 50,000 บาท (ไม่รวม VAT)
23. รายได้จากการผลิตรายการ (บอกตัวเลขคร่าวๆ ได้)	รายได้จากกองทุน (งบประมาณ) 4,768,110.00 บาท
24. รายการของท่านมีการประเมินผลความพึงพอใจของผู้ชมหรือไม่	<input checked="" type="checkbox"/> มี
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

<p>26. ผลการดำเนินงานในภาพรวมเป็นไปตามแผนที่ท่านเสนอให้แก่กองทุน กทปส. ไว้หรือไม่ อย่างไร</p>	<p>ภาพรวมของผลการดำเนินงานโครงการฯ เป็นไปตามแผนที่ได้เสนอแก่กองทุน กทปส.</p>
<p>27. กรุณาเล่าถึงการบริหารจัดการโครงการของท่านในด้านการบริหารงบประมาณ, การบริหารบุคลากร, การบริหารเวลาในการดำเนินงาน การบริหารทรัพยากรในการผลิตและด้านอื่นๆ</p>	<p>เนื่องด้วยในช่วงของการผลิตโครงการ เป็นช่วงที่มีการแพร่ระบาดของโควิด-19 ทำให้มีมาตรการป้องกันจากทางภาครัฐออกมาให้ประชาชนปฏิบัติตาม ทั้งการเว้นระยะห่างระหว่างบุคคล การจำกัดจำนวนคนในการเข้าสถานที่ต่าง ทำให้ทางโครงการฯ ต้องมีการบริหารบุคลากรและบริหารเวลาในการทำงานให้เหมาะสมตามมาตรการของรัฐ โดยต้องให้ได้ประสิทธิภาพในการทำงานมากที่สุด</p>
<p>28. ปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินงานของท่านมีอะไรบ้าง กรุณายกตัวอย่างเหตุการณ์หรือสิ่งที่ทำให้ท่านสามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ของโครงการ</p>	<p>ปัจจัยความสำเร็จของโครงการฯ หลักๆ อยู่ที่ประสิทธิภาพของทีมงานทุกฝ่ายนั้นร่วมมือร่วมใจทำงานกันอย่างเต็มที่ รวมทั้งความเป็นมืออาชีพของทีมงาน พิธีกร และแขกรับเชิญ ทำให้การดำเนินงานสำเร็จลุล่วงได้</p>
<p>29. ปัญหาอุปสรรคหรือข้อจำกัดในการดำเนินงานของท่านมีอะไรบ้าง กรุณายกตัวอย่างเหตุการณ์หรือสิ่งที่ทำให้ท่านไม่สามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ของโครงการ <i>เช่น การขอรับทุนจาก กทปส., งบประมาณที่ได้รับ, ผลการดำเนินงาน (ก่อน ระหว่าง และ หลังการผลิตรายการ) เป็นต้น</i></p>	<p>ปัญหาจากการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา (Covid - 19) ส่งผลให้การประสานงานการออกไปถ่ายทำรายการ และฯลฯ กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือกับพิธีกรรายการเกิดความล่าช้าเนื่องจากไม่สามารถนัดปรึกษาหารือ และไม่สามารถปฏิบัติงานได้ตามปกติ มีการแก้ไขปัญหามุ่งมั่นคือการปรับแผนการหารายได้โดยเปลี่ยนเป็นการหารายได้ผ่านทางช่องทางออนไลน์ และการออกกองถ่ายทำรายการ มีการกำหนดจำนวนผู้เข้ากองถ่าย วัตถุประสงค์และสวมใส่หน้ากากอนามัยตลอดเวลา โดยห้ามมิให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องเข้าไปในพื้นที่ถ่ายทำเพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา</p>
<p>30. ข้อเสนอแนะที่ท่านอยากเสนอให้ทาง กทปส. นำไปพัฒนาหรือปรับปรุง เพื่อให้ท่านสามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ของโครงการได้ <i>เช่น ขั้นตอนการพิจารณาให้ทุน, ความช่วยเหลือที่อยากได้รับจาก กทปส. เป็นต้น</i></p>	
<p>31. ข้อเสนอแนะอื่นๆ (ถ้ามี)</p>	<p>-</p>

3. โครงการส่งเสริมการผลิตและออกอากาศเนื้อหา รายการที่เป็นประโยชน์กับสาธารณะ เกี่ยวกับเทคโนโลยีสื่อสาร 5G



ข้อมูลพื้นฐาน

1. ชื่อบริษัท/หน่วยงานของผู้รับทุน	บริษัท ไฮ-ไลค์ เอเจนซี จำกัด
2. ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์	นายชานน สัมพันธ์รักษ์
3. ตำแหน่งของผู้ให้สัมภาษณ์	หัวหน้าโครงการ
4. เพศ	ชาย
5. อายุ	ไม่ระบุ
6. การศึกษา	ไม่ระบุ

ข้อมูลรายการ

7. ชื่อรายการ	5G Smart Life
8. รูปแบบรายการ	รายการประเภท วาไรตี้ชื่อรายการ "5G SMART LIFE" ความยาวตอนละ 10 - 15 นาที จำนวน 25 ตอน พร้อมคำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption) หรือล่ามภาษามือ (Sign Language Interpretation) และบริการเสียงบรรยายภาพ (Audio Description) นำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสาร 5G ของต่างประเทศเทียบเคียงประเทศไทย และสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญหรือกูรูด้านเทคโนโลยีการสื่อสาร 5G พร้อมจัดทำในรูปแบบ Viral clips หมายเหตุ เนื้อหารายการประมาณ 10 - 15 นาที
9. จำนวนตอน	25 ตอน ระยะเวลา ต่อตอน 10 - 15 นาที
10. กลุ่มเป้าหมายของรายการ	กลุ่มประชาชนทั่วไป
11. เนื้อหารายการโดยสรุป	เป็นรายการที่มีเป้าหมายเพื่อให้ประชาชนทั่วไปได้รับชมรายการที่สร้างให้เกิดความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสาร 5G ของประชาชน และสามารถนำไปปรับใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อตนเอง สังคม และประเทศต่อไป ผ่านรายการ "5G SMART LIFE"
12. แหล่งข้อมูลหรือองค์ความรู้ในการจัดทำเนื้อหารายการ	ผู้เชี่ยวชาญจากทั้งในและต่างประเทศ และข้อมูลจากอาจารย์ที่ปรึกษา

13. ประโยชน์ที่ท่านอยากให้เกิดขึ้นจากการเผยแพร่รายการ	1. ประชาชนสามารถเข้าถึงเนื้อหารายการที่เป็นประโยชน์สาธารณะ และมีความสร้างสรรค์ น่าสนใจ มีคุณภาพซึ่งผู้ผลิตรายการจำนวนหนึ่งไม่สามารถดำเนินการได้หรือดำเนินการได้ยาก เพราะข้อจำกัดด้านต้นทุน หรือรายได้จากการโฆษณา 2. ภาครัฐและประชาชนได้รับความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสาร 5G ทั้งของต่างประเทศและประเทศไทย เพื่อเป็นข้อมูลเปรียบเทียบ และสามารถนำไปปรับใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อตนเอง สังคม และประเทศต่อไป
14. ระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินโครงการตามแผนที่เสนอ กทปส. (Proposal)	365 วัน
15. ระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินโครงการจริง	365 วัน
16. จำนวนตอนที่ผลิตแล้วเสร็จ (จนถึงวันที่สัมภาษณ์)	25
17. จำนวนตอนที่ออกอากาศสำเร็จ (จนถึงวันที่สัมภาษณ์)	25
18. จำนวนบุคลากรทั้งหมดในโครงการ (เช่น ผู้กำกับ, ทีมถ่ายทำ, พิธีกร)	30
19. ช่องทางการออกอากาศ: สถานีโทรทัศน์ (On Air)	ช่อง Amarin TV 34 HD
20. ช่องทางการออกอากาศ: สื่อออนไลน์ (Online)	Facebook, Youtube
21. งบประมาณที่ได้รับอนุมัติจาก กทปส. ทั้งหมด	4,243,620.00 บาท
22. ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในโครงการ	ค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการ - ค่าผลิตรายการ จำนวน 25 ตอน 1,750,000 บาท (ไม่รวม VAT) - ค่าพิธีกร และ ดาราแขกรับเชิญ 375,000 บาท (ไม่รวม VAT) - ค่าจัดทำ AD / CC จำนวน 13 ตอน 125,000 บาท (ไม่รวม VAT) - ค่าตรวจสอบและจัดทำบัญชีค่าใช้จ่ายโครงการ 15,000 บาท (ไม่รวม VAT) - ค่าตอบแทนที่ปรึกษาโครงการ 55,000 บาท (ไม่รวม VAT)
23. รายได้จากการผลิตรายการ (บอกตัวเลขคร่าวๆ ได้)	รายได้จากกองทุน (งบประมาณ) 4,243,620.00 บาท
24. รายการของท่านมีการประเมินผลความพึงพอใจของผู้ชมหรือไม่	<input checked="" type="checkbox"/> มี
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	ภาพรวมของผลการดำเนินงานโครงการฯ เป็นไปตามแผนที่ได้เสนอแก่กองทุน กทปส.
27. กรุณาเล่าถึงการบริหารจัดการโครงการของท่านในด้านการบริหารงบประมาณ, การบริหารบุคลากร, การบริหารเวลาในการดำเนินงาน การบริหารทรัพยากรในการผลิตและด้านอื่นๆ	เนื่องด้วยในช่วงของการผลิตโครงการ เป็นช่วงที่มีการแพร่ระบาดของโควิด-19 ทำให้มีมาตรการป้องกันจากทางภาครัฐออกมาให้ประชาชนปฏิบัติตาม ทั้งการเว้นระยะห่างระหว่างบุคคล การจำกัดจำนวนคนในการเข้าสถานที่ต่าง ทำให้ทางโครงการฯ ต้องมีการบริหารบุคลากรและบริหารเวลาในการทำงานให้เหมาะสมตามมาตรการของรัฐ โดยต้องให้ได้ประสิทธิภาพในการทำงานมากที่สุด
28. ปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินงานของท่านมีอะไรบ้าง กรุณายกตัวอย่างเหตุการณ์หรือสิ่งที่ทำให้ท่านสามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ของโครงการ	มีการบริหารจัดการการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะช่วงที่มีการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 ทีมงานได้ตัดสินใจให้เครือข่ายที่อยู่ต่างประเทศดำเนินการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ และจัดเก็บข้อมูลโดยที่ทีมงานในประเทศไทยไม่ต้องลงพื้นที่เอง
29. ปัญหาอุปสรรคหรือข้อจำกัดในการดำเนินงานของท่านมีอะไรบ้าง กรุณายกตัวอย่างเหตุการณ์หรือสิ่งที่ทำให้ท่านไม่สามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ของโครงการ <i>เช่น การขอรับทุนจาก กทปส., งบประมาณที่ได้รับ, ผลการดำเนินงาน (ก่อน ระหว่าง และ หลังการผลิตรายการ) เป็นต้น</i>	ปัญหาจากการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา (Covid - 19) ส่งผลให้การประสานงานการออกไปถ่ายทำรายการ และฯลฯ กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเกิดความล่าช้า และไม่สามารถปฏิบัติงานได้ตามปกติ แต่ทีมงานได้มีการปรับใช้เทคโนโลยีการสื่อสารทางไกลเพื่อให้สามารถสื่อสารกับผู้เชี่ยวชาญในต่างประเทศได้อย่างต่อเนื่อง และมีการใช้บุคลากรในพื้นที่เพื่อถ่ายทำและเก็บข้อมูลโดยที่ทีมงานในประเทศไทยไม่จำเป็นต้องเดินทางไปด้วยตัวเอง
30. ข้อเสนอแนะที่ท่านอยากเสนอให้ทาง กทปส. นำไปพัฒนาหรือปรับปรุง เพื่อให้ท่านสามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ของโครงการได้ <i>เช่น ขั้นตอนการพิจารณาให้ทุน, ความช่วยเหลือที่อยากได้รับจาก กทปส. เป็นต้น</i>	
31. ข้อเสนอแนะอื่นๆ (ถ้ามี)	-

4. รายการ 5G Freedom



ข้อมูลพื้นฐาน

1. ชื่อบริษัท/หน่วยงานของผู้รับทุน	บริษัท เก็ท โลฟ แมเนจเม้นท์ จำกัด
2. ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์	นางสาวสุรางค์รัตน์ ตีรีน
3. ตำแหน่งของผู้ให้สัมภาษณ์	หัวหน้าโครงการ
4. เพศ	หญิง
5. อายุ	ไม่ระบุ
6. การศึกษา	ปริญญาตรี

ข้อมูลรายการ

7. ชื่อรายการ	5G Freedom
8. รูปแบบรายการ	รายการประเภท วาไรตี้ชื่อรายการ "5G Freedom" ความยาวตอนละ 25 - 30 นาที จำนวน 12 ตอน พร้อมคำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption) หรือคำภาษามือ (Sign Language Interpretation) และบริการเสียงบรรยายภาพ (Audio Description) นำเสนอเรื่องราวเทคโนโลยีการสื่อสาร 5G ด้วยพิธีกรลงพื้นที่รีวิวและสาธิตการใช้งานเทคโนโลยีที่เทียบเคียงต่างประเทศ
9. จำนวนตอน	14 ตอน ระยะเวลา ต่อตอน 25-30 นาที
10. กลุ่มเป้าหมายของรายการ	กลุ่มประชาชนทั่วไป
11. เนื้อหารายการโดยสรุป	เป็นรายการที่จะนำพาทุกคนไปเห็นเทคโนโลยี ที่ใช้การสื่อสารระบบ 5G ของจริง!! ทั้งในประเทศ และ ต่างประเทศหรือ หน่วยงานต่างๆ ที่กำลังวิจัยการนำเทคโนโลยี 5G มาใช้ หรือ สถาบันการศึกษาที่นำเอาระบบ 5G มาพัฒนาต่อยอดทั้งด้านการศึกษา การเกษตร ยานยนต์ การแพทย์ เป็นต้น
12. แหล่งข้อมูลหรือองค์ความรู้ในการจัดทำเนื้อหารายการ	อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ และ สื่อออนไลน์
13. ประโยชน์ที่ท่านอยากให้เกิดขึ้นจากการเผยแพร่รายการ	1. ประชาชนสามารถเข้าถึงเนื้อหารายการที่เป็นประโยชน์สาธารณะ และมีความสร้างสรรค์ น่าสนใจ มีคุณภาพซึ่งผู้ผลิตรายการจำนวนหนึ่งไม่สามารถดำเนินการได้หรือดำเนินการได้ยาก เพราะข้อจำกัดด้านต้นทุน หรือรายได้จากการโฆษณา 2. ภาครัฐและประชาชนได้รับความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสาร 5G ทั้งของต่างประเทศและประเทศไทย เพื่อเป็นข้อมูลเปรียบเทียบ และสามารถนำไปปรับใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อตนเอง สังคม และประเทศต่อไป

14. ระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินโครงการตามแผนที่เสนอ กทปส. (Proposal)	365 วัน
15. ระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินโครงการจริง	365 วัน
16. จำนวนตอนที่ผลิตแล้วเสร็จ (จนถึงวันที่สัมภาษณ์)	12
17. จำนวนตอนที่ออกอากาศสำเร็จ (จนถึงวันที่สัมภาษณ์)	12
18. จำนวนบุคลากรทั้งหมดในโครงการ (เช่น ผู้กำกับ, ทีมถ่ายทำ, พิธีกร)	50
19. ช่องทางการออกอากาศ: สถานีโทรทัศน์ (On Air)	ไทยรัฐ TV 32HD
20. ช่องทางการออกอากาศ: สื่อออนไลน์ (Online)	Facebook, Youtube
21. งบประมาณที่ได้รับอนุมัติจาก กทปส. ทั้งหมด	5,017,850.00 บาท
22. ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในโครงการ	<p>ค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการ</p> <ul style="list-style-type: none"> - ค่าผลิตรายการ จำนวน 13 ตอน 2,420,000 บาท (ไม่รวม VAT) - ค่าพิธีกร และ ดาราแขกรับเชิญ - บาท (ไม่รวม VAT) - ค่าจัดทำ AD / CC จำนวน 13 ตอน 120,000 บาท (ไม่รวม VAT) - ค่าตรวจสอบและจัดทำบัญชีค่าใช้จ่ายโครงการ 15,000 บาท (ไม่รวม VAT) - ค่าตอบแทนที่ปรึกษาโครงการ - บาท (ไม่รวม VAT)
23. รายได้จากการผลิตรายการ (บอกตัวเลขคร่าวๆ ได้)	รายได้จากกองทุน (งบประมาณ) 5,017,850.00 บาท
24. รายการของท่านมีการประเมินผลความพึงพอใจของผู้ชมหรือไม่	<input checked="" type="checkbox"/> มี
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

<p>26. ผลการดำเนินงานในภาพรวมเป็นไปตามแผนที่ท่านเสนอให้แก่กองทุน กทปส. ไว้หรือไม่ อย่างไร</p>	<p>ภาพรวมของผลการดำเนินงานโครงการฯ เป็นไปตามแผนที่ได้เสนอแก่กองทุน กทปส.</p>
<p>27. กรุณาเล่าถึงการบริหารจัดการโครงการของท่านในด้านการบริหารงบประมาณ, การบริหารบุคลากร, การบริหารเวลาในการดำเนินงาน การบริหารทรัพยากรในการผลิตและด้านอื่นๆ</p>	<p>เนื่องด้วยในช่วงของการผลิตโครงการ เป็นช่วงที่มีการแพร่ระบาดของโควิด-19 ทำให้มีมาตรการป้องกันจากทางภาครัฐออกมาให้ประชาชนปฏิบัติตาม ทั้งการเว้นระยะห่างระหว่างบุคคล การจำกัดจำนวนคนในการเข้าสถานที่ต่าง ทำให้ทางโครงการฯ ต้องมีการบริหารบุคลากรและบริหารเวลาในการทำงานให้เหมาะสมตามมาตรการของรัฐ โดยต้องให้ได้ประสิทธิภาพในการทำงานมากที่สุด</p>
<p>28. ปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินงานของท่านมีอะไรบ้าง กรุณายกตัวอย่างเหตุการณ์หรือสิ่งที่ทำให้ท่านสามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ของโครงการ</p>	
<p>29. ปัญหาอุปสรรคหรือข้อจำกัดในการดำเนินงานของท่านมีอะไรบ้าง กรุณายกตัวอย่างเหตุการณ์หรือสิ่งที่ทำให้ท่านไม่สามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ของโครงการ</p> <p>เช่น การขอรับทุนจาก กทปส., งบประมาณที่ได้รับ, ผลการดำเนินงาน (ก่อน ระหว่าง และ หลังการผลิตรายการ) เป็นต้น</p>	<p>ปัญหาจากการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา (Covid - 19) ส่งผลให้การประสานงานการออกไปถ่ายทำรายการ และฯลฯ กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเกิดความล่าช้า และไม่สามารถปฏิบัติงานได้ตามปกติ</p>
<p>30. ข้อเสนอแนะที่ท่านอยากเสนอให้ทาง กทปส. นำไปพัฒนาหรือปรับปรุง เพื่อให้ท่านสามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ของโครงการได้</p> <p>เช่น ขั้นตอนการพิจารณาให้ทุน, ความช่วยเหลือที่อยากได้รับจาก กทปส. เป็นต้น</p>	
<p>31. ข้อเสนอแนะอื่นๆ (ถ้ามี)</p>	<p>-</p>

10.1.3.3 โครงการผลิตสารคดีเพื่อส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่จังหวัด ชายแดนใต้

1. รายการ เชื่อมใจใต้



ข้อมูลพื้นฐาน

1. ชื่อบริษัท/หน่วยงานของผู้รับทุน	บริษัท ไทย นิวส์ เน็ตเวิร์ค (ทีเอ็นเอ็น) จำกัด
2. ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์	คุณฐิตินาถ วิโรจน์ชีวัน
3. ตำแหน่งของผู้ให้สัมภาษณ์	หัวหน้าโครงการ
4. เพศ	หญิง
5. อายุ	41 - 50 ปี
6. การศึกษา	สูงกว่าปริญญาตรี

ข้อมูลรายการ

7. ชื่อรายการ	เชื่อมใจใต้
8. รูปแบบรายการ	รายการประเภทสารคดี
9. จำนวนตอน 40 ตอน	ระยะเวลาต่อตอน 25 นาที
10. กลุ่มเป้าหมายของรายการ	เยาวชน และประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนใต้ / ประชาชนทั่วไปทั้งชาวไทยและต่างชาติ
11. เนื้อหารายการโดยสรุป	นำเสนอเรื่องราวการพัฒนาคุณภาพชีวิต ศาสนา ศิลปวัฒนธรรม วิถีชีวิตของสังคมพหุวัฒนธรรมรวมทั้งมุสลิมสายกลางทั้งในประเทศและต่างประเทศ
12. แหล่งข้อมูลหรือองค์ความรู้ในการจัดทำเนื้อหารายการ	มูลนิธิสัจใจไทยสู่ใจใต้ ข้อมูลเรื่องราวชีวิตจริงของเยาวชน โครงการสานใจ ไทยสู่ใจใต้
13. ประโยชน์ที่ท่านอยากให้เกิดขึ้นจากการเผยแพร่รายการ	<ol style="list-style-type: none"> เกิดสารคดีโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ และเผยแพร่องค์ความรู้สู่ชุมชนเพื่อสร้างความสมานฉันท์และสันติสุขให้เกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม ประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ ประชาชนทั่วไปภายนอกพื้นที่ ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ เกิดความเข้าใจอันดีที่ถูกต้องเกี่ยวกับข้อเท็จจริงในพื้นที่ อันนำไปสู่การลดความขัดแย้งและความรุนแรง เกิดแรงบันดาลใจให้กับเยาวชน และประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ ได้เห็นต้นแบบการดำเนินชีวิตของเยาวชน สานใจไทย สู่ใจใต้ ที่ได้รับการส่งเสริมคุณภาพชีวิต และเติบโตอย่างมีคุณภาพ เกิดเครือข่ายเยาวชนคนรุ่นใหม่ในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ เพื่อเชื่อมโยงความผูกพันและเป็นพลังบวกในการพัฒนาวิถีชีวิต พัฒนาสังคมให้สงบสุขอย่างถาวร
14. ระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินโครงการตามแผนที่เสนอ กทปส. (Proposal)	365 วัน / 12 เดือน

15. ระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินโครงการจริง	891 วัน/ 29 เดือน (ล่าช้ากว่าแผน)
16. จำนวนตอนที่ผลิตแล้วเสร็จ (จนถึงวันที่สัมภาษณ์)	40 ตอน ระยะเวลาตามแผนที่เสนอ กทปส. (Proposal) 90 วัน ระยะเวลาตามที่ใช้จริง 216 วัน
17. จำนวนตอนที่ออกอากาศสำเร็จ (จนถึงวันที่สัมภาษณ์)	40 ตอน
18. จำนวนบุคลากรทั้งหมดในโครงการ (เช่น ผู้กำกับ, ทีมถ่ายทำ, พิธีกร)	-
19. ช่องทางการออกอากาศ: สถานีโทรทัศน์ (On Air)	TNN ช่อง 16 ช่วงเวลาออกอากาศ (วันและเวลา) ทุกเสาร์-อาทิตย์ เวลา 13.00-13.30 น. <u>ค่าเฉลี่ย Rating ตลอดระยะเวลาการออกอากาศ</u> ➤ ค่าเฉลี่ย Rating จริง 0.03535
20. ช่องทางการออกอากาศ: สื่อออนไลน์ (Online)	❖ ช่องทางที่ 1 YouTube จำนวนผู้ติดตาม 5.51 ล้าน subscribers https://youtube.com/watch?v=A2458zVp8uM (Hashtag : #สารคดีเชื่อมโยงใจได้ #เชื่อมโยงใจได้ #TNN #TNNONLINE #TNNthailand #TNNช่อง16 ชื่อช่อง TNN Online จำนวนยอด Views ตามแผนที่เสนอ กทปส. รวมกันไม่น้อยกว่า 123,084 views จำนวนยอด Views จริง 128,547 (จำนวนยอด Views โดยรวม / จำนวนครั้งที่วิดีโอถูกเล่นทุกตอน) จำนวนยอด Likes 1,145 จำนวนยอด Comment 106 ตัวอย่าง Comment ของผู้ชมรายการ 1.รายการถ่ายทอดเรื่องราวได้ดีมากๆ (EP9) 2.ใช้เม็ดเงินเท่าไร คนจะเป็นปีกแผ่นไม่ได้ขึ้นอยู่กับการดูสารคดีขึ้นอยู่กับการปกครอง ความเสมอภาค วัฒนธรรม อื่นๆ อีกมากมาย (EP40) 3.ทำไมทำสารคดีเกี่ยวกับวัฒนธรรมของไทยบ้างคะ จะได้เป็นพหุวัฒนธรรมอย่างแท้จริงคะ (EP10) จำนวนยอด Share 845 ครั้ง ระยะเวลาการรับชมโดยเฉลี่ย (ชม.) 2.46 ❖ ช่องทางที่ 2 Facebook จำนวนผู้ติดตาม 1.1 ล้าน followers ชื่อช่อง TNN16 https://www.facebook.com/TNNthailand/?locale=th_TH จำนวนยอด Views ตามแผนที่เสนอ กทปส. รวมกันไม่น้อยกว่า 123,084 views จำนวนยอด Views จริง 82,314 (จำนวนยอด Views โดยรวม / จำนวนครั้งที่วิดีโอถูกเล่นทุกตอน) จำนวนยอด Likes 5,227 จำนวนยอด Comment 1,081 จำนวนยอด Share 636 ระยะเวลาการรับชมโดยเฉลี่ย (นาที) 29 ตัวอย่าง Comment ของผู้ชมรายการ Comment เชิงบวก: 1.รายการถ่ายทอดเรื่องราวได้ดีมากๆ (EP9) ❖ ช่องทางที่ 3 LINE TNN Online

	<p>Impressions 556,384</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ ช่องทางที่ 4 TrueID จำนวนยอด Views จริง 296,348 (จำนวนยอด Views โดยรวม / จำนวนครั้งที่วิดีโอถูกเล่นทุกตอน)
21. งบประมาณที่ได้รับอนุมัติจาก กทปส. ทั้งหมด	8,019,650.00 บาท (ผู้รับทุน)
22. ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในโครงการ	<p>ค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการ (กรุณาระบุ ประเภทรายการจ่ายและยอดเงินที่ใช้จ่ายจริง) 8,280,921.17 บาท</p> <p>รายละเอียด Budget:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการ บันทึกเทปภายในประเทศไทย - ค่าผลิตรายการ ได้แก่ Pre-Production, Production และ Post-Production ประกอบด้วย ค่าเขียนบท ค่า animation - ค่าทีมพากย์เสียง ค่าห้อง studio - ค่าทีมตัดต่อ และค่าใช้จ่ายอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตรายการ เป็นต้น - ค่าใช้จ่ายอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องในการดำเนินงานโครงการสารคดีเชื่อมโยงใจได้
23. รายได้จากการผลิตรายการ (บอกตัวเลขคร่าวๆ ได้)	<p>รายได้จากกองทุน (งบประมาณ) 8,019,650.00 บาท</p> <p>รายได้จากโฆษณา - (ไม่ได้ขาย ad) บาท</p> <p>รายได้จากช่องทางอื่นๆ - บาท</p>
24. รายการของท่านมีการประเมินผลความพึงพอใจของผู้ชมหรือไม่	<p><input checked="" type="checkbox"/> มี คะแนนความพึงพอใจโดยเฉลี่ยของผู้ชมต่อรายการ ระดับ 8-10 ประมาณ 85%</p> <p>ความคิดเห็น/ข้อเสนอแนะ/Feedback จากผู้ชมรายการ</p> <ul style="list-style-type: none"> - เป็นสารคดีที่ดีมาก ส่งเสริมให้มีความเข้าใจ และยอมรับในความแตกต่างอย่างสร้างสรรค์ นำเสนอเรื่องราวได้ดี น่าติดตาม - นำเสนอเนื้อหาได้ง่าย เข้าใจต่อสังคมพหุวัฒนธรรม และมีงาน Production ที่ดี น่าติดตาม - ให้สาระประโยชน์ในหลายๆ แง่มุมที่ไม่เคยรู้มาก่อน - รายการสามารถกระชับลงให้อยู่ใน 15 นาทีได้ เพราะ 30 นาที ทำให้ยืดเนื้อหาและควมไปวนมาอยู่ที่เดิม - อยากให้ออกอากาศช่วงเวลาหลัง 18 น.
24. 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) ● ล่ามภาษามือ (Sign Language Interpretation) ● เสียงบรรยายภาพ (Audio Description)

ปัจจัยความสำเร็จ ปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะ

25. ผลการดำเนินงานในภาพรวมเป็นไปตามแผนที่ท่านเสนอให้แก่กองทุน กทปส. ไว้หรือไม่ อย่างไร	<p>ผลการดำเนินงานเป็นไปตามแผนที่ได้นำเสนอกองทุน กทปส คือ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ขั้นตอนก่อนการผลิตและการคัดเลือกตัวบุคคลที่มีความโดดเด่นจากบุคลากรของโครงการสถานีไทยสุใจได้ การเตรียมรูปแบบและรวบรวมเนื้อหา 2. ขั้นตอนการผลิต การร้อยเรียงเรื่องราว โดยมีบทสัมภาษณ์พิเศษ พลเอกสุรยุทธ์ จุลานนท์ ประธานองคมนตรีและประธานคณะกรรมการการดำเนินโครงการสถานีไทยสุใจได้ และนำเสนอเรื่องราวของเยาวชนโครงการสถานีไทยสุใจได้ ที่ได้รับการส่งเสริมพัฒนาคุณภาพชีวิต รวมทั้งนำเสนอเรื่องราวของมุสลิมสายกลางในต่างประเทศ โดยมีการถ่ายทำสารคดีในสถานที่จริง ณ ประเทศจอร์แดน 3. ขั้นตอนการเผยแพร่ ดำเนินการเผยแพร่ทางสื่อโทรทัศน์ และออนไลน์ ตามที่กำหนด
--	--

	<p>4. ขั้นตอนการประเมินผล สรุปและส่งมอบงานโครงการโดยรายงานสรุปผลการดำเนินงานตลอดโครงการ ผลยอได้รับชมทุกช่องทาง รายงานผลงานการติดตามการประเมินผลสำเร็จของโครงการ</p>
<p>26. กรุณาเล่าถึงการบริหารจัดการโครงการของท่านในด้านการบริหารงบประมาณ, การบริหารบุคลากร, การบริหารเวลาในการดำเนินงาน การบริหารทรัพยากรในการผลิตและด้านอื่นๆ</p>	<p>การบริหารงบประมาณ : บริหารงบประมาณ ตามงบประมาณ ที่ได้รับทุนจาก กทสป คือ ดำเนินการผลิตรายการเชื่อมโยงใจได้ จำนวน 40 ตอน แบ่งเป็นผลิตในประเทศ จำนวน 38 ตอน และผลิตต่างประเทศจำนวน 2 ตอน รวมถึงค่าใช้จ่ายอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องในการดำเนินงานโครงการสารคดีเชื่อมโยงใจได้</p> <p>การบริหารบุคลากร : วางแผน จัดหาบุคลากรที่มีคุณสมบัติและจำนวนให้เพียงพอต่อการดำเนินการโครงการฯ ให้สำเร็จ</p> <p>การบริหารเวลาในการดำเนินงาน : เนื่องจากในช่วงระยะเวลาดำเนินโครงการ เกิดสถานการณ์การระบาดของโควิดอย่างต่อเนื่อง ทำให้แผนงานไม่เป็นไปตามที่กำหนด แต่อย่างไรก็ตามเมื่อสถานการณ์คลี่คลายและได้รับความช่วยเหลือจากทาง กทปส. ทำให้สามารถกลับมาบริหารจัดการผลิตผลงานได้เสร็จสมบูรณ์ ครบถ้วน</p> <p>การบริหารทรัพยากรในการผลิต : ทางผู้รับทุนได้ใช้อุปกรณ์ที่มีคุณภาพได้มาตรฐาน และทีมงานผู้เชี่ยวชาญ ในการผลิตรายการ</p> <p>การบริหารด้านอื่นๆ: มีการวางแผนบริหารจัดการการทำงานที่เป็นระบบ ถูกต้อง ครบถ้วน</p>
<p>27. ปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินงานของท่านมีอะไรบ้าง กรุณายกตัวอย่างเหตุการณ์หรือสิ่งที่ทำให้ท่านสามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ของโครงการ</p>	<ul style="list-style-type: none"> - การผลิตรายการถ่ายทำในต่างประเทศ เนื่องจากประสบปัญหาในหลายๆ เรื่อง แต่สุดท้ายด้วยความร่วมมือและช่วยเหลือจากทุกฝ่าย จนสามารถไปถ่ายทำและผลิตรายการได้ตามแผนการทำงานที่วางไว้ - การเลือก Producer ที่เป็นคนในพื้นที่ทำให้การสื่อสารและประสานขอความร่วมมือเป็นไปได้ง่ายและได้รับความไว้วางใจ
<p>28. ปัญหาอุปสรรคหรือข้อจำกัดในการดำเนินงานของท่านมีอะไรบ้าง กรุณายกตัวอย่างเหตุการณ์หรือสิ่งที่ทำให้ท่านไม่สามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ของโครงการ เช่น การขอรับทุนจาก กทปส., งบประมาณที่ได้รับ, ผลการดำเนินงาน (ก่อน ระหว่าง และ หลังการผลิตรายการ) เป็นต้น</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1) สถานการณ์โควิดระลอกแรก เป็นอุปสรรคในการลงพื้นที่ถ่ายทำ ทำให้ระยะเวลาการดำเนินโครงการ เกินกำหนด 365 วัน (ตามสัญญา) 2) ความหลากหลายทางเชื้อชาติ ศาสนา และวัฒนธรรม ความแตกต่างทางด้านความเชื่อ ความศรัทธา ลักษณะพิเศษของ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ 3) การเกิดสถานการณ์ความไม่สงบในพื้นที่อย่างต่อเนื่อง
<p>29. ข้อเสนอแนะที่ท่านอยากเสนอให้ทาง กทปส. นำไปพัฒนาหรือปรับปรุง เพื่อให้ท่านสามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ของโครงการได้ เช่น ขั้นตอนการพิจารณาให้ทุน, ความช่วยเหลือที่อยากได้รับจาก กทปส. เป็นต้น</p>	<ul style="list-style-type: none"> - ควรมีคณะที่ปรึกษาที่มีความเข้าใจต่อบริบทของพื้นที่อย่างแท้จริง และเป็นคณะบุคคลที่ได้รับการยอมรับในระดับพื้นที่ ทั้งภาคประชาชน และภาครัฐ เพื่อมีส่วนสนับสนุนการดำเนินงานของทีมงานผู้ผลิต - ส่วนที่กำกับดูแลและเนื้อหา ควรเปิดกว้างทางความคิด เปิดให้ถ่ายทอดข้อเท็จจริงให้รอบด้านครบทุกมุม กินเนื้อหาคบทุกมิติ ทั้งสารคดีเชิงข่าว/สารคดีชีวิต/สารคดีท่องเที่ยว/เอ็นพียูเอชเออร์ เพื่อให้สารคดีได้รับความสนใจมากกว่าผลิตภายใต้มุมมองของภาครัฐ เพื่อทำให้เรื่องราวกระจายไปสู่ผู้บริโภคสื่อทั้งประเทศ เกิดความเข้าใจในระดับพื้นฐานและหากสนับสนุนกลุ่มผู้ผลิตสื่อในระดับท้องถิ่นให้ทำงานร่วมกับ - องค์กรสื่อระดับประเทศ จะทำให้อเนื้อหาและเรื่องราวเข้มข้น แข็งแรง มีช่องทางเผยแพร่กว้าง สร้างความน่าสนใจให้เกิดขึ้นได้
<p>30. ข้อเสนอแนะอื่นๆ (ถ้ามี)</p>	<p>-</p>

2. รายการ เพลินทุกจุดที่สุดสยาม



ข้อมูลพื้นฐาน

1. ชื่อบริษัท/หน่วยงานของผู้รับทุน	บริษัท เพอร์เซปชั่น วัน จำกัด
2. ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์	คุณหรรษา พันธุ์โพธิ์
3. ตำแหน่งของผู้ให้สัมภาษณ์	หัวหน้าโครงการ
4. เพศ	หญิง
5. อายุ	-
6. การศึกษา	-

ข้อมูลรายการ

7. ชื่อรายการ	เพลินทุกจุด ที่สุดสยาม
8. รูปแบบรายการ	รายการประเภท สารคดีเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ ด้านศาสนา ศิลปวัฒนธรรม และวิถีชีวิตที่เป็นการเปิดมุมมองใหม่อันเป็นการให้ความรู้ใหม่แก่สังคม ก่อให้เกิดการตื่นรู้ได้แย่งและหักล้างการบิดเบือนข้อมูล เกิดคุณค่าต่อชุมชน วิถีชีวิต และประเทศชาติ
9. จำนวนตอน 22 ตอน	ระยะเวลาต่อตอน 25 นาที
10. กลุ่มเป้าหมายของรายการ	ประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนใต้ ประชาชนทั่วไปทั้งชาวไทยและต่างชาติ
11. เนื้อหารายการโดยสรุป	สารคดีโทรทัศน์ ที่นำเสนอข้อมูลของแต่ละอำเภอ ในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนใต้ จังหวัดยะลา ปัตตานี และนราธิวาส เล่าเรื่องผ่านประสบการณ์ตรงของพิธีกร ประกอบกับการพูดคุยเพื่อฟังการบอกเล่าจากคนในพื้นที่ เสริมด้วยบทสัมภาษณ์ของเจ้าหน้าที่รัฐในบางตอนที่เนื้อหาของการนำเสนอมีความเกี่ยวข้องกับหน่วยงานโดยตรง
12. แหล่งข้อมูลหรือองค์ความรู้ในการจัดทำเนื้อหารายการ	-
13. ประโยชน์ที่ท่านอยากให้เกิดขึ้นจากการเผยแพร่รายการ	1) เกิดรายการโทรทัศน์ ประเภทสารคดีเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ ด้านศาสนา ศิลปะวัฒนธรรม และวิถีชีวิตที่เป็นการเปิดมุมมองใหม่อันเป็นการให้ความรู้ใหม่แก่สังคม ก่อให้เกิดการตื่นรู้ได้แย่งหักล้างการบิดเบือนข้อมูล เกิดคุณค่าต่อชุมชน วิถีชีวิตและประเทศชาติ 2) เกิดความเข้าใจอันดีของคนในพื้นที่ อันจะนำไปสู่ความสมัคคีสามัคคีที่ขยายวงกว้างในอนาคต 3) เกิดการอยู่ร่วมกันอย่างสันติสุขระหว่างทุกศาสนาของประชาชน ชุมชน และสังคมในพื้นที่เกิดความเข้มแข็ง
14. ระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินโครงการตามแผนที่เสนอ กทปส. (Proposal)	365 วัน / 12 เดือน

15. ระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินโครงการจริง	365 วัน / 12 เดือน
16. จำนวนตอนที่ผลิตแล้วเสร็จ (จนถึงวันที่สัมภาษณ์)	22 ตอน
17. จำนวนตอนที่ออกอากาศสำเร็จ (จนถึงวันที่สัมภาษณ์)	22 ตอน
18. จำนวนบุคลากรทั้งหมดในโครงการ (เช่น ผู้กำกับ, ทีมถ่ายทำ, พิธีกร)	-
19. ช่องทางการออกอากาศ: สถานีโทรทัศน์ (On Air)	<p>ไทยรัฐ TV ช่อง 32 ช่วงเวลาออกอากาศ (วันและเวลา) ทุกวันเสาร์ – อาทิตย์ เวลา 06.30 – 07.00 น. <u>ค่าเฉลี่ย Rating ตลอดระยะเวลาการออกอากาศ</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ ค่าเฉลี่ย Rating ตามแผนที่เสนอ กทปส. (Proposal) ไม่น้อยกว่า 0.05 ➤ ค่าเฉลี่ย Rating จริง 0.08
20. ช่องทางการออกอากาศ: สื่อออนไลน์ (Online)	<ul style="list-style-type: none"> ❖ ช่องทางที่ 1 YouTube จำนวนผู้ติดตาม 323 subscribers https://www.youtube.com/@plearntookjud6970 (Hashtag : #เพลินทุกจุดที่ สุดสยาม #PlearnTookJud #สารคดีชายแดนใต้ #ชายแดนใต้ #จังหวัดชายแดนใต้ #สารคดี #เพลินทุกจุด #สุดสยาม #ยะลา #ปัตตานี #นราธิวาส #กทปส #กสทช ชื่อช่อง PlearnTookJud ❖ ช่องทางที่ 2 Facebook จำนวนผู้ติดตาม 100,000 followers ชื่อช่อง เพลินทุกจุด ที่สุดสยาม https://www.facebook.com/PlearnTookJud จำนวนยอด Views ตามแผนที่เสนอ กทปส. รวมกันไม่น้อยกว่า 2,200,000 views จำนวนยอด Views จริง 59,201 (จำนวนยอด Views โดยรวม / จำนวนครั้งที่วิดีโอถูกเล่นทุกตอน) จำนวนยอด Views โดยเฉลี่ย 2,690 ตัวอย่าง Comment ของผู้ชมรายการ Comment เชิงบวก: น่าเที่ยว, ไปทุกอำเภอจริงๆ, ปลูกผักกับข้าวหอมมะลิ อร่อยสุดๆ เลย
21. งบประมาณที่ได้รับอนุมัติจาก กทปส. ทั้งหมด	5,622,850.00 บาท
22. ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในโครงการ	-
23. รายได้จากการผลิตรายการ (บอกตัวเลขคร่าวๆ ได้)	<p>รายได้จากกองทุน (งบประมาณ) 5,622,850.00 บาท รายได้จากโฆษณา – (ไม่ได้ขาย ad) บาท รายได้จากช่องทางอื่นๆ - บาท</p>
24. รายการของท่านมีการประเมินผลความพึงพอใจของผู้ชมหรือไม่	<input checked="" type="checkbox"/> ไม่มี
24. 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)

ปัจจัยความสำเร็จ ปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะ

25. ผลการดำเนินงานในภาพรวมเป็นไปตามแผนที่ท่านเสนอให้แก่กองทุน กทปส. ไว้หรือไม่ อย่างไร	-
26. กรุณาเล่าถึงการบริหารจัดการโครงการของท่านในด้านการบริหารงบประมาณ, การบริหารบุคลากร, การบริหารเวลาในการดำเนินงาน การบริหารทรัพยากรในการผลิตและด้านอื่นๆ	-
27. ปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินงานของท่านมีอะไรบ้าง กรุณายกตัวอย่างเหตุการณ์หรือสิ่งที่ทำให้ท่านสามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ของโครงการ	-
28. ปัญหาอุปสรรคหรือข้อจำกัดในการดำเนินงานของท่านมีอะไรบ้าง กรุณายกตัวอย่างเหตุการณ์หรือสิ่งที่ทำให้ท่านไม่สามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ของโครงการ <i>เช่น การขอรับทุนจาก กทปส., งบประมาณที่ได้รับ, ผลการดำเนินงาน (ก่อน ระหว่าง และ หลังการผลิตรายการ) เป็นต้น</i>	-
29. ข้อเสนอแนะที่ท่านอยากเสนอให้ทาง กทปส. นำไปพัฒนาหรือปรับปรุง เพื่อให้ท่านสามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ของโครงการได้ <i>เช่น ขั้นตอนการพิจารณาให้ทุน, ความช่วยเหลือที่อยากได้รับจาก กทปส. เป็นต้น</i>	-
30. ข้อเสนอแนะอื่นๆ (ถ้ามี)	-

3. รายการ อัสลามมุ อาลัยกุม (PEACE FOR ALL)



ข้อมูลพื้นฐาน

1. ชื่อบริษัท/หน่วยงานของผู้รับทุน	บริษัท 641 คอร์ปอเรชั่น จำกัด
2. ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์	คุณณัฐพล ศรีภิรมย์
3. ตำแหน่งของผู้ให้สัมภาษณ์	ผู้ควบคุมรายการ (Producer)
4. เพศ	ชาย
5. อายุ	41 - 50 ปี
6. การศึกษา	สูงกว่าปริญญาตรี

ข้อมูลรายการ

7. ชื่อรายการ	อัสลามมุ อาลัยกุม (PEACE FOR ALL)
8. รูปแบบรายการ	รายการประเภท รายการสารคดี
9. จำนวนตอน 16 ตอน	ระยะเวลาต่อตอน 25 นาที
10. กลุ่มเป้าหมายของรายการ	ประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนใต้ ประชาชนทั่วไปทั้งชาวไทยและต่างชาติ
11. เนื้อหารายการโดยสรุป	รายการสารคดี ที่นำเสนอความหลากหลายของสังคมพหุวัฒนธรรม ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี สถานที่สำคัญ ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องราวคำสอนของศาสนาอิสลามที่เกี่ยวกับสันติสุข ข้อเท็จจริงเชิงบวก การอยู่ร่วมกันของมุสลิมและพุทธ สะท้อนวิถีชีวิตของสังคม ในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนใต้ จังหวัดยะลา ปัตตานี และนราธิวาส
12. แหล่งข้อมูลหรือองค์ความรู้ในการจัดทำเนื้อหารายการ	1. การค้นคว้าจากเอกสารต่างๆ 2. ข้อมูลจากบุคคลในพื้นที่ ที่เล่าเรื่อง/ดำเนินรายการ
13. ประโยชน์ที่ท่านอยากให้เกิดขึ้นจากการเผยแพร่รายการ	1) เกิดรายการโทรทัศน์ ประเภทสารคดีเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ ด้านศาสนา ศิลปวัฒนธรรม และวิถีชีวิตที่เป็นการเปิดมุมมองใหม่อันเป็นการให้ความรู้ใหม่แก่สังคม ก่อให้เกิดการตื่นรู้ ได้แย้งและหักล้างการบิดเบือนข้อมูล เกิดคุณค่าต่อชุมชน วิถีชีวิตและประเทศชาติ 2) เกิดความเข้าใจอันดีของคนในพื้นที่ อันจะนำไปสู่ความสมัคสามัคคีที่ขยายวงกว้างในอนาคต 3) เกิดการอยู่ร่วมกันอย่างสันติสุขระหว่างทุกศาสนาของประชาชน ชุมชนและสังคมในพื้นที่เกิดความเข้มแข็ง

14. ระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินโครงการตามแผนที่เสนอ กทปส. (Proposal)	365 วัน / 12 เดือน
15. ระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินโครงการจริง	18 เดือน
16. จำนวนตอนที่ผลิตแล้วเสร็จ (จนถึงวันที่สัมภาษณ์)	16 ตอน
17. จำนวนตอนที่ออกอากาศสำเร็จ (จนถึงวันที่สัมภาษณ์)	16 ตอน
18. จำนวนบุคลากรทั้งหมดในโครงการ (เช่น ผู้กำกับ, ทีมถ่ายทำ, พิธีกร)	-
19. ช่องทางการออกอากาศ: สถานีโทรทัศน์ (On Air)	PPTV HD ช่อง 36 ช่วงเวลาออกอากาศ (วันและเวลา) ทุกจันทร์ เวลา 14.00 – 14.30 น. (เริ่มออกอากาศวันที่ 5 กรกฎาคม – 18 ตุลาคม 2564) <u>ค่าเฉลี่ย Rating ตลอดระยะเวลาการออกอากาศ</u> ➤ ค่าเฉลี่ย Rating จริง 0.038
20. ช่องทางการออกอากาศ: สื่อออนไลน์ (Online)	❖ ช่องทางที่ 1 YouTube : Peaceforall ❖ ช่องทางที่ 2 Facebook จำนวนผู้ติดตาม 111,057 followers ชื่อช่อง Peace For All ชายแดนใต้ https://www.facebook.com/MyLittleBears.TV จำนวนยอด Views จริง 60,887 (จำนวนยอด Views โดยรวม / จำนวนครั้งที่วิดีโอถูกเล่นทุกตอน)
21. งบประมาณที่ได้รับอนุมัติจาก กทปส. ทั้งหมด	5,483,750 บาท (4,400,000 บาท Proposal = ผู้รับทุน)
22. ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในโครงการ	-
23. รายได้จากการผลิตรายการ (บอกตัวเลขคร่าวๆ ได้)	รายได้จากกองทุน (งบประมาณ) 5,483,750 บาท รายได้จากโฆษณา – (ไม่ได้ขาย ad) บาท รายได้จากช่องทางอื่นๆ - บาท
24. รายการของท่านมีการประเมินผลความพึงพอใจของผู้ชมหรือไม่	<input checked="" type="checkbox"/> มี
24. 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

<p>25. ผลการดำเนินงานในภาพรวมเป็นไปตามแผนที่ท่านเสนอให้แก่กองทุน กทปส. ไว้หรือไม่ อย่างไร</p>	<p>สามารถดำเนินการได้ครบถ้วนตามขอบเขตงาน แต่มีความล่าช้า เนื่องจากสถานการณ์โควิดทำให้ไม่สามารถลงพื้นที่ได้</p>
<p>26. กรุณาเล่าถึงการบริหารจัดการโครงการของท่านในด้านการบริหารงบประมาณ, การบริหารบุคลากร, การบริหารเวลาในการดำเนินงาน การบริหารทรัพยากรในการผลิตและด้านอื่นๆ</p>	<p>การบริหารงบประมาณ : ไม่มีปัญหา การบริหารบุคลากร : ไม่มีปัญหา เนื่องจากใช้บุคลากรในพื้นที่ดำเนินการถ่ายทำ การบริหารเวลาในการดำเนินงาน : โควิดทำให้ทำงานช้าลง การบริหารทรัพยากรในการผลิต : ไม่มีปัญหา เพราะใช้อุปกรณ์ในพื้นที่</p>
<p>27. ปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินงานของท่านมีอะไรบ้าง กรุณายกตัวอย่างเหตุการณ์หรือสิ่งที่ทำให้ท่านสามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ของโครงการ</p>	<p>การมีส่วนร่วมของคนในพื้นที่ และเนื้อหาที่เสนอเป็นเนื้อหาเชิงบวก</p>
<p>28. ปัญหาอุปสรรคหรือข้อจำกัดในการดำเนินงานของท่านมีอะไรบ้าง กรุณายกตัวอย่างเหตุการณ์หรือสิ่งที่ทำให้ท่านไม่สามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ของโครงการ <i>เช่น การขอรับทุนจาก กทปส., งบประมาณที่ได้รับ, ผลการดำเนินงาน (ก่อน ระหว่าง และ หลังการผลิตรายการ) เป็นต้น</i></p>	<p>1) ผลกระทบจากโควิดต่อระยะเวลาในการผลิตรายการ 2) การทำความเข้าใจกับคนในพื้นที่ โดยทีมงานต้องเข้าไปทำความรู้จักและละลายพฤติกรรมของคนในพื้นที่เพื่อให้เกิดความคุ้นเคย</p>
<p>29. ข้อเสนอแนะที่ท่านอยากเสนอให้ทาง กทปส. นำไปพัฒนาหรือปรับปรุง เพื่อให้ท่านสามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ของโครงการได้ <i>เช่น ขั้นตอนการพิจารณาให้ทุน, ความช่วยเหลือที่อยากได้รับจาก กทปส. เป็นต้น</i></p>	<p>1) ระเบียบและข้อกำหนดเกี่ยวกับการนำเสนอเนื้อหาที่มีจำนวนมาก ทำให้มีอุปสรรคในการดำเนินงาน 2) การกำหนดตัวชี้วัดที่เป็น rating การรับชม ทำให้มีต้นทุนในการซื้อช่วงเวลาการออกอากาศที่อาจมีราคาสูงไม่สอดคล้องกับงบประมาณ</p>
<p>30. ข้อเสนอแนะอื่นๆ (ถ้ามี)</p>	<p>1) การออกแบบเนื้อหารายการควรให้อิสระแก่ผู้ผลิตในการนำเสนอรูปแบบเนื้อหารายการที่น่าสนใจ 2) ควรให้การสนับสนุนรายการในลักษณะนี้อย่างต่อเนื่อง เนื่องจากได้รับผลตอบรับที่ดีจากคนในพื้นที่และนอกพื้นที่ ทำให้คนสนใจเดินทางเพื่อท่องเที่ยวในพื้นที่มากยิ่งขึ้น</p>

10.1.3.4 โครงการรณรงค์สร้างความรู้เพื่อยับยั้งและรู้เท่าทันข่าวปลอม (Stop Fake News)

รายการ Stop Fake, Spread Facts



ข้อมูลพื้นฐาน

1. ชื่อบริษัท/หน่วยงานของผู้รับทุน	สมาคมผู้ผลิตข่าวออนไลน์
2. ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์	ผศ.ดร. ศรีญญาทิศา ชนะชัยภูวพัฒน์
3. ตำแหน่งของผู้ให้สัมภาษณ์	หัวหน้าโครงการ
4. เพศ	หญิง
5. อายุ	41 - 50 ปี
6. การศึกษา	สูงกว่าปริญญาตรี

ข้อมูลรายการ

7. ชื่อรายการ	Stop Fake, Spread Facts
8. รูปแบบรายการ	เป็นการจัดกิจกรรมส่งเสริมการรับรู้เกี่ยวกับข่าวปลอมให้กับประชาชนใน 10 จังหวัด เป้าหมาย และสื่อมวลชน
9. จำนวนตอน	
10. กลุ่มเป้าหมายของรายการ	ประชาชนในพื้นที่ 10 จังหวัดเป้าหมาย
11. เนื้อหารายการโดยสรุป	เป็นกิจกรรมที่ดำเนินเพื่อส่งเสริมการรับรู้เกี่ยวกับข่าวลวงในให้กับประชาชนใน 10 จังหวัด เป้าหมาย และสื่อมวลชนผ่านการจัดกิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการ
12. แหล่งข้อมูลหรือองค์ความรู้ในการจัดทำเนื้อหารายการ	1. การค้นคว้าจากเอกสารต่างๆ 2. ข้อมูลจากบุคคลในพื้นที่
13. ประโยชน์ที่ท่านอยากให้เกิดขึ้นจากการเผยแพร่รายการ	1 ได้กลไกส่งเสริมและสนับสนุนภาคสื่อและภาคประชาชนเพื่อการรณรงค์หยุดข่าวปลอม 2 ภาคประชาชนมีความรู้ความเข้าใจ มีความสามารถ ศักยภาพในการคิด วิเคราะห์ รู้เท่าทันข้อมูลข่าวสารจริงหรือปลอมจากทุกสื่อ ไม่ตกเป็นเหยื่อหรือเครื่องมือจากผู้ไม่หวังดี 3 สื่อมวลชนแขนงต่างๆ ที่ดำเนินกิจการด้านการสื่อสารทั้งแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการตระหนักถึงจริยธรรม คุณธรรม ความรับผิดชอบการประกอบวิชาชีพนำเสนอข้อมูลข่าวสารต่อประชาชนอย่างถูกต้องเป็นธรรม ให้ความร่วมมือในการหยุดข่าวปลอม
14. ระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินโครงการตามแผนที่เสนอ กทปส. (Proposal)	365 วัน / 12 เดือน
15. ระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินโครงการจริง	18 เดือน

16. จำนวนตอนที่ผลิตแล้วเสร็จ (จนถึงวันที่สัมภาษณ์)	สื่อภาพยนตร์โฆษณา 2 ชุด ความยาว 2 นาทีนำเสนอผ่านสื่อออนไลน์ และ 15 วินาทีออกอากาศทางทีวีดิจิทัล
17. จำนวนตอนที่ออกอากาศสำเร็จ (จนถึงวันที่สัมภาษณ์)	สื่อภาพยนตร์โฆษณา 2 ชุด ความยาว 2 นาทีนำเสนอผ่านสื่อออนไลน์ และ 15 วินาทีออกอากาศทางทีวีดิจิทัล
18. จำนวนบุคลากรทั้งหมดในโครงการ (เช่น ผู้กำกับ, ทีมถ่ายทำ, พิธีกร)	-
19. ช่องทางการออกอากาศ: สถานีโทรทัศน์ (On Air)	
20. ช่องทางการออกอากาศ: สื่อออนไลน์ (Online)	<p>Spread Fact “หยุดข่าวปลอมด้วยข้อเท็จจริง”</p> <p>https://www.newtv.co.th/news/96945</p> <p>https://www.dailynews.co.th/news/863722/</p> <p>https://siamrath.co.th/n/331623</p> <p>https://www.thaipost.net/public-relations-news/105575/</p> <p>https://www.springnews.co.th/news/821978</p> <p>https://thestandard.co/stop-fake-spread-facts-project/</p> <p>https://www.tnnthailand.com/news/social/108090</p> <p>https://www.facebook.com/1191406997600635/posts/7053229378085005/?d=n</p> <p>https://tna.mcot.net/pr-news-904306</p> <p>https://www.brighttv.co.th/news/social/stop-fake-news</p> <p>https://workpointtoday.com/stop-fake-news/</p> <p>https://news.thaipbs.or.th/content/313658</p> <p>https://news.thaipbs.or.th/content/313658</p> <p>https://mgronline.com/onlinesection/detail/9650000026284</p> <p>https://www.thansettakij.com/social-biz/517641</p> <p>https://www.nationtv.tv/news/378867037</p> <p>https://www.chiangmainews.co.th/page/archives/1962136/</p> <p>https://btfp.nbtc.go.th/Newsandactivities/news/1539-(2).aspx</p>
21. งบประมาณที่ได้รับอนุมัติจาก กทปส. ทั้งหมด	3,275,000 บาท
22. ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในโครงการ	3,275,000 บาท
23. รายได้จากการผลิตรายการ (บอกตัวเลขคร่าวๆ ได้)	รายได้จากกองทุน (งบประมาณ) 3,275,000 บาท รายได้จากโฆษณา – (ไม่ได้ขาย ad) บาท รายได้จากช่องทางอื่นๆ - บาท
24. รายการของท่านมีการประเมินผลความพึงพอใจของผู้ชมหรือไม่	<input checked="" type="checkbox"/> มี
24. รายการได้มีการจัดทำบริการคำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption) หรือบริการล่ามภาษามือ (Sign Language Interpretation) และบริการเสียงบรรยายภาพ (Audio Description) หรือไม่	ไม่มี

ปัจจัยความสำเร็จ ปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะ

<p>25. ผลการดำเนินงานในภาพรวมเป็นไปตามแผนที่ท่านเสนอให้แก่กองทุน กทปส. ไว้หรือไม่ อย่างไร</p>	<p>สามารถดำเนินการได้ครบถ้วนตามขอบเขตงาน แต่มีความล่าช้า เนื่องจากสถานการณ์โควิดทำให้ไม่สามารถลงพื้นที่ได้</p>
<p>26. กรุณาเล่าถึงการบริหารจัดการโครงการของท่านในด้านการบริหารงบประมาณ, การบริหารบุคลากร, การบริหารเวลาในการดำเนินงาน การบริหารทรัพยากรในการผลิตและด้านอื่นๆ</p>	<p>การบริหารงบประมาณ : ไม่มีปัญหา การบริหารบุคลากร : ไม่มีปัญหา เนื่องจากใช้บุคลากรในพื้นที่ดำเนินการถ่ายทำ การบริหารเวลาในการดำเนินงาน : โควิดทำให้ทำงานช้าลง การบริหารทรัพยากรในการผลิต : ไม่มีปัญหา เพราะใช้อุปกรณ์ในพื้นที่</p>
<p>27. ปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินงานของท่านมีอะไรบ้าง กรุณายกตัวอย่างเหตุการณ์หรือสิ่งที่ทำให้ท่านสามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ของโครงการ</p>	<p>การมีส่วนร่วมของคนในพื้นที่ ร่วมกับการวางแผนการดำเนินงานของทีมงานที่ประสานผ่านผู้นำชุมชน หรือผู้ที่มีอำนาจในพื้นที่ให้มีส่วนร่วมในการกระจายข่าว และสร้างการรับรู้ให้กับประชาชนในพื้นที่ส่งผลให้การดำเนินงานเป็นไปด้วยดี</p>
<p>28. ปัญหาอุปสรรคหรือข้อจำกัดในการดำเนินงานของท่านมีอะไรบ้าง กรุณายกตัวอย่างเหตุการณ์หรือสิ่งที่ทำให้ท่านไม่สามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ของโครงการ <i>เช่น การขอรับทุนจาก กทปส., งบประมาณที่ได้รับ, ผลการดำเนินงาน (ก่อน ระหว่าง และ หลังการผลิตรายการ) เป็นต้น</i></p>	<p>1) ผลกระทบจากโควิดต่อระยะเวลาในการดำเนินกิจกรรม</p>
<p>29. ข้อเสนอแนะที่ท่านอยากเสนอให้ทาง กทปส. นำไปพัฒนาหรือปรับปรุง เพื่อให้ท่านสามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ของโครงการได้ <i>เช่น ขั้นตอนการพิจารณาให้ทุน, ความช่วยเหลือที่อยากได้รับจาก กทปส. เป็นต้น</i></p>	
<p>30. ข้อเสนอแนะอื่นๆ (ถ้ามี)</p>	

10.1.3.5 โครงการการผลิตรายการเพื่อส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจของคนพิการและประชาชน เกี่ยวกับการส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิคนพิการในการเข้าถึงหรือรับรู้และใช้ประโยชน์ จากกิจการโทรทัศน์

รายการ เพื่อนกันคนพันธุ์ D



ข้อมูลพื้นฐาน

1. ชื่อบริษัท/หน่วยงานของผู้รับทุน	บริษัท คิดชน พลัส จำกัด
2. ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์	คุณกฤติกา เกลียงกลม
3. ตำแหน่งของผู้ให้สัมภาษณ์	หัวหน้าโครงการ
4. เพศ	หญิง
5. อายุ	51 - 60 ปี
6. การศึกษา	ปริญญาตรี

ข้อมูลรายการ

7. ชื่อรายการ	เพื่อนกันคนพันธุ์ D
8. รูปแบบรายการ	รายการประเภท "Edutainment Reality"
9. จำนวนตอน 47 ตอน	ระยะเวลาต่อตอน 25 นาที
10. กลุ่มเป้าหมายของรายการ	1. กลุ่มคนพิการ 2. กลุ่มประชาชนทั่วไป
11. เนื้อหารายการโดยสรุป	“เพื่อนกันคนพันธุ์ D” (D – Disabled) ...คือรายการที่จะชวนคุณออกไปทำความรู้จัก เรียนรู้ และสัมผัสวิถีชีวิตของคนพิการรวมทั้งเรื่องราวรอบตัวของคนพิการทั้งในและต่างประเทศ เกี่ยวกับการส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิของคนพิการในการเข้าถึงหรือรับรู้และใช้ประโยชน์จากกิจการโทรทัศน์ ผ่าน 3 ตัวแทนของผู้คนในสังคม ที่พร้อมจะเดินเคียงข้างช่วยเหลือ แบ่งปันประสบการณ์ มุมมอง และความรู้ในมิติที่หลากหลายแก่กันและกัน ...หนึ่งคนทั่วไป ...หนึ่งคนบกพร่องทางการเห็น ...หนึ่งคนบกพร่องทางการได้ยิน สามความแตกต่างที่จะรวมเป็นหนึ่งเดียว โดยการเข้ามามีส่วนร่วมในรายการของคนพิการ เพื่อเป็นกระบอกเสียงให้ผู้คนในสังคมได้ตระหนักถึงการเห็นคุณค่าของกันและกัน เห็นสิทธิที่ทัดเทียม และได้เห็นความลงตัวของการอยู่ร่วมกันในสังคมที่เต็มเปี่ยมด้วยมิตรภาพ ที่จะกลายเป็นจุดเริ่มต้นที่ดีของการสร้างสังคมอันพึงปรารถนาในอนาคตที่เรียกว่า Inclusive Society หรือสังคมแห่งการอยู่เย็นเป็นสุขร่วมกัน
12. แหล่งข้อมูลหรือองค์ความรู้ในการจัดทำเนื้อหารายการ	สมาคมคนตาบอดแห่งประเทศไทย สมาคมคนหูหนวกแห่งประเทศไทย สมาคมล่ามภาษามือ

	เครือข่ายคนพิการ
13. ประโยชน์ที่ท่านอยากให้เกิดขึ้นจากการเผยแพร่รายการ	เพื่อเป็นกระบอกเสียงให้ผู้คนในสังคมได้ตระหนักถึงการเห็นคุณค่าของกันและกัน เห็นสิทธิที่ทัดเทียม และได้เห็นความลงตัวของการทำงานร่วมกันในสังคมที่เต็มเปี่ยมด้วยมิตรภาพ ที่จะกลายเป็นจุดเริ่มต้นที่ดีของการสร้างสังคมอันพึงปรารถนาในอนาคตที่เรียกว่า Inclusive Society หรือสังคมแห่งการอยู่เย็นเป็นสุขร่วมกัน
14. ระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินโครงการตามแผนที่เสนอ กทปส. (Proposal)	365 วัน / 12 เดือน
15. ระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินโครงการจริง	575 วัน/ 19 เดือน (ล่าช้ากว่าแผน)
16. จำนวนตอนที่ผลิตแล้วเสร็จ (จนถึงวันที่สัมภาษณ์)	47 ตอน
17. จำนวนตอนที่ออกอากาศสำเร็จ (จนถึงวันที่สัมภาษณ์)	47 ตอน ระยะเวลาตามแผนที่เสนอ กทปส. (Proposal) 180 วัน ระยะเวลาตามที่ใช้จริง 390 วัน
18. จำนวนบุคลากรทั้งหมดในโครงการ (เช่น ผู้กำกับ, ทีมถ่ายทำ, พิธีกร)	15 คน
19. ช่องทางการออกอากาศ: สถานีโทรทัศน์ (On Air)	One ช่อง 31 ช่วงเวลาออกอากาศ (วันและเวลา) ทุกวันอาทิตย์ 08.00-08.30 น. <u>ค่าเฉลี่ย Rating ตลอดระยะเวลาการออกอากาศ</u> ➤ ค่าเฉลี่ย Rating ตามแผนที่เสนอ กทปส. (Proposal) ไม่น้อยกว่า 0.05 ➤ ค่าเฉลี่ย Rating จริง 0.086
20. ช่องทางการออกอากาศ: สื่อออนไลน์ (Online)	❖ ช่องทางที่ 1 YouTube (Hashtag : #เพื่อนกันคนพันธุ์D ชื่อช่อง เพื่อนกันคนพันธุ์ D -Disabled จำนวนยอด Views ตามแผนที่เสนอ กทปส. รวมกันไม่น้อยกว่า 302,028 views จำนวนยอด Views จริง 180,142 (จำนวนยอด Views โดยรวม / จำนวนครั้งที่วิดีโอถูกเล่นทุกตอน) จำนวนยอด Likes 824 ระยะเวลาการรับชมโดยเฉลี่ย (นาที) 30 จำนวนยอด Share 216 จำนวนยอด Comment 11 ตัวอย่าง Comment ของผู้ชมรายการ ดีใจที่ได้ดูจ้า ตามมาจาก ช่องOne ได้รับสาระความรู้ ดีใจ น่ารักมากๆ ขอบๆ /เป็นรายการที่ดีมากๆ ครับ ❖ ช่องทางที่ 2 YouTube จำนวนผู้ติดตาม 38.3 ล้าน subscribers ชื่อช่อง one31 https://www.youtube.com/@one31official จำนวนยอด Views ตามแผนที่เสนอ กทปส. รวมกันไม่น้อยกว่า 302,028 views จำนวนยอด Views จริง 122,866 (จำนวนยอด Views โดยรวม / จำนวนครั้งที่วิดีโอถูกเล่นทุกตอน) จำนวนยอด Likes 235 จำนวนยอด Comment 5 ตัวอย่าง Comment ของผู้ชมรายการ Comment เชิงบวก: ดีใจได้ดูแบบนี้ ขอบคุณทีมงานที่สร้างสรรค์สื่อดีๆ ครับ
21. งบประมาณที่ได้รับอนุมัติจาก กทปส. ทั้งหมด	15,523,025 บาท
22. ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในโครงการ	ค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการ (ค่าธรรมเนียม ประเภทรายจ่ายและยอดเงินที่ใช้จ่ายจริง) 11,023,025บาท (15,523,025 บาท Proposal)

	<p>รายละเอียด Budget:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ 4,500,000 บาท - ค่าผลิตรายการในประเทศไทย 42 ตอน / ค่าผลิตรายการต่างประเทศ 5 ตอน - ค่าทีมพิธีกรผู้พิการทางสายตา / ค่าทีมพิธีกรผู้พิการทางการได้ยิน - ค่าจัดทำ AD / CC - ค่าตรวจสอบและจัดทำบัญชีโครงการ / ค่าภาษีมูลค่าเพิ่ม
23. รายได้จากผลการผลิตรายการ (บอกตัวเลขคร่าวๆ ได้)	<p>รายได้จากกองทุน (งบประมาณ) 15,523,025 บาท รายได้จากโฆษณา – (ไม่ได้ขาย ad) บาท รายได้จากช่องทางอื่นๆ - บาท</p>
24. รายการของท่านมีการประเมินผลความพึงพอใจของผู้ชมหรือไม่	<input checked="" type="checkbox"/> ไม่มี
24. 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

25. ผลการดำเนินงานในภาพรวมเป็นไปตามแผนที่ท่านเสนอให้แก่กองทุน กทปส. ไว้หรือไม่ อย่างไร	มีการปรับแผนการดำเนินงาน ในเรื่องของจำนวนตอน จาก 45 ตอนระยะเวลาการดำเนินงาน และช่องทางการออกอากาศ
26. กรุณาเล่าถึงการบริหารจัดการโครงการของท่านในด้านการบริหารงบประมาณ, การบริหารบุคลากร, การบริหารเวลาในการดำเนินงาน การบริหารทรัพยากรในการผลิต และด้านอื่นๆ	<p>การบริหารงบประมาณ : โครงการนี้มีปรับจำนวนตอนการออกอากาศ และแผนการดำเนินงานที่ขยายโครงการมากกว่าที่เสนอ แต่งบประมาณการผลิตเท่าเดิมก็ต้องบริหารให้อยู่ในงบประมาณที่ กทปส. อนุมัติ</p> <p>การบริหารบุคลากร : บริหารบุคลากรให้ตรงตามหน้าที่มากที่สุด เพื่อประสิทธิภาพในการทำงาน</p> <p>การบริหารเวลาในการดำเนินงาน : อย่างที่โครงการนี้มีการขยายเวลาการดำเนินงานทางโครงการได้บริหารเวลาไม่ให้เกิดกว่าความเหมาะสมของการขยายเวลา</p>
27. ปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินงานของท่านมีอะไรบ้าง กรุณายกตัวอย่างเหตุการณ์หรือสิ่งที่ทำให้ท่านสามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ของโครงการ	โครงการนี้ได้รับการตรวจสอบจากคณะกรรมการในทุกขั้นตอน ตั้งแต่การเขียนโครงเรื่องเขียนสคริปต์ การถ่ายทำ และการตรวจเทปก่อนออกอากาศ
28. ปัญหาอุปสรรคหรือข้อจำกัดในการดำเนินงานของท่านมีอะไรบ้าง กรุณายกตัวอย่างเหตุการณ์หรือสิ่งที่ทำให้ท่านไม่สามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ของโครงการ <i>เช่น การขอรับทุนจาก กทปส., งบประมาณที่ได้รับ, ผลการดำเนินงาน (ก่อน ระหว่าง และหลังการผลิตรายการ) เป็นต้น</i>	ปัญหาอุปสรรคในการดำเนินงานคือระหว่างการผลิตรายการ ซึ่งอยู่ในช่วงโควิด 19 ทำให้การถ่ายทำค่อนข้างลำบากทั้งในและต่างประเทศ
29. ข้อเสนอแนะที่ท่านอยากเสนอให้ทาง กทปส. นำไปพัฒนาหรือปรับปรุง เพื่อให้ท่านสามารถบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ของโครงการได้ <i>เช่น ขั้นตอนการพิจารณาให้ทุน, ความช่วยเหลือที่อยากได้รับจาก กทปส. เป็นต้น</i>	-
30. ข้อเสนอแนะอื่นๆ (ถ้ามี)	-

10.2 สรุปรายงานผลการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการเขียนบทและการกำกับรายการ

10.2.1 แผนการสัมภาษณ์

ตารางที่ 10.2 สรุปแผนการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการเขียนบทและการกำกับรายการ

ลำดับ	ชื่อผู้เชี่ยวชาญ	ผู้เชี่ยวชาญด้าน	แผนการสัมภาษณ์
1	คุณริญญากรณ์ อริยกุลสุทธิ	ผู้เชี่ยวชาญด้านการผลิตรายการ	
2	ผศ.ดร.มานา ปัจฉิมพันธ์	ผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา	20 กันยายน 2566

10.2.2 ประเด็นสัมภาษณ์

ประเด็นสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการผลิตรายการ: คุณริญญากรณ์ อริยกุลสุทธิ

- 1) สิ่งใดบ้างที่เป็นความท้าทายต่อผู้ผลิตรายการเพื่อปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีและความต้องการของผู้ชมในอนาคต ทั้งในมิติเนื้อหา รายการ รูปแบบรายการและช่องทางการนำเสนอ
- 2) เนื้อหา (Content): Trend แนวโน้มเนื้อหาที่ใหม่ๆ ที่จะเป็นที่นิยมของผู้ผลิตและผู้ชมในอนาคต จะมีแนวโน้มในลักษณะใด ถ้ามองถึงอนาคตในอีก 3 ปี, 5 ปี และ 10 ปีข้างหน้า
- 3) รูปแบบรายการ/เทคนิคการนำเสนอ/เทคนิคการผลิต: Trend แนวโน้มที่น่าสนใจมีอะไรบ้าง เช่น รูปแบบรายการในต่างประเทศที่สามารถนำมาปรับให้เข้ากับสังคมไทย
- 4) ข้อเสนอแนะต่อการผลิตและออกอากาศเนื้อหา รายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะในอนาคต ที่จะสามารถดึงดูดผู้ชมให้มีความสนใจและก่อให้เกิดประโยชน์ต่อสาธารณะตามวัตถุประสงค์อย่างแท้จริง (มีผู้ชม และสร้าง Impact ต่อสังคมได้)
- 5) ข้อเสนอแนะต่อ หน่วยงานกำกับฯ และหน่วยงานให้ทุนฯ ในรูปแบบของการกำกับเนื้อหา รายการ และการสนับสนุนผู้ผลิตให้มีความเหมาะสมต่อแนวโน้มในอนาคต

ประเด็นสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา : ผศ.ดร.มานา ปัจฉิมพันธ์

- 1) แนวโน้มหรือรูปแบบเนื้อหา รายการ (Content) ใหม่ๆ ที่จะเป็นที่นิยมของผู้ผลิตและผู้ชมในอนาคต จะมีแนวโน้มในลักษณะใด
- 2) เทคนิคการผลิต/เทคโนโลยีการผลิตใหม่ๆ ที่จะถูกนำมาใช้ในการผลิตรายการในอนาคต มีเทคนิคอะไรบ้าง มีผลดีหรือผลเสียต่อผู้ผลิตรายการในประเทศหรือไม่ อย่างไร
- 3) ผู้ผลิตรายการในประเทศไทย และหน่วยงานกำกับฯ ต้องให้ความสำคัญในการปรับตัวในด้านใดบ้าง เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี รูปแบบรายการ และความนิยมของผู้ชมในอนาคต

- 4) แนวโน้มในการผลิตและออกอากาศเนื้อหารายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะในอนาคตจะเป็นอย่างไร (ระดับประเทศ และระดับนานาชาติ) ที่จะเป็นโอกาสหรือความท้าทายกับผู้ผลิตเนื้อหา รายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ
- 5) ข้อเสนอแนะแนวทางการดึงดูดผู้ชมให้มีความสนใจชมรายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะมากขึ้น
- 6) ข้อเสนอแนะอื่นๆ ต่อ กทปส. ในฐานะหน่วยงานให้ทุนฯ ผู้ผลิตรายการ เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อการดำเนินงานในอนาคต

10.2.3 ผลการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการเขียนบทและการกำกับรายการ

สรุปผลการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการผลิตรายการ : คุณริษญารัตน์ อริยกุลสุทธิ

- 1) สิ่งใดบ้างที่เป็นความท้าทายต่อผู้ผลิตรายการเพื่อปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีและความต้องการของผู้ชมในอนาคต ทั้งในมิติเนื้อหา รายการ รูปแบบรายการและช่องทางการนำเสนอ
 - พฤติกรรมของผู้ชมที่เปลี่ยนแปลงไป เนื่องจากช่องทางการชมและนำเสนอรายการต่างๆ มีจำนวนมากขึ้น และหลากหลาย สามารถหาดูได้ทั้งช่องทางทีวีโทรทัศน์และสื่อออนไลน์ ทั้งเนื้อหารายการในประเทศ และต่างประเทศ
 - คู่แข่งขันที่เพิ่มมากขึ้น ไม่เฉพาะสถานีโทรทัศน์ แต่รวมทั้งสื่อออนไลน์ ที่มีเนื้อหา รายการ ที่หลากหลายทั้งจากผู้ผลิตภายในประเทศ และต่างประเทศ
 - ความท้าทายสำหรับ Production House ระดับ SMEs ที่มีข้อจำกัดด้านเงินทุน
- 2) เนื้อหา (Content): Trend แนวโน้มเนื้อหาที่ใหม่ๆ ที่จะเป็นที่นิยมของผู้ผลิตและผู้ชมในอนาคต จะมีแนวโน้มในลักษณะใด ถ้ามองถึงอนาคตในอีก 3 ปี, 5 ปี และ 10 ปีข้างหน้า
 - รูปแบบเนื้อหา รายการที่มีการปรับเปลี่ยนตามพฤติกรรมผู้บริโภคเป้าหมาย มีการจัดทำเนื้อหาที่เฉพาะกลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้น
 - ความสดใหม่ และความสมจริง เข้าถึงผู้ชมเฉพาะกลุ่มความสนใจ
- 3) รูปแบบรายการ/เทคนิคการนำเสนอ/เทคนิคการผลิต: Trend แนวโน้มที่น่าสนใจมีอะไรบ้าง เช่น รูปแบบรายการในต่างประเทศที่สามารถนำมาปรับให้เข้ากับสังคมไทย
 - การสร้างสรรค์เนื้อหาของรายการต่างๆ ให้มีความแปลกใหม่ และท้าทาย ฉีกแนวและมีความคิดสร้างสรรค์ เนื่องจากปัจจุบันรายการโทรทัศน์ของไทยมีเนื้อหา รายการที่ไม่ซับซ้อนตอบสนองต่อผู้ชม gen x ถึง baby boom ทำให้เนื้อหา รายการไม่น่าสนใจสำหรับกลุ่ม gen y และ gen z ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อยอดรับชมรายการผ่าน TV ที่ลดน้อยลงอย่างต่อเนื่องในอนาคต
 - จะมี Fake new มากยิ่งขึ้น ในสื่อออนไลน์ โดยเฉพาะจาก TikTok

- การกำหนดตัวชี้วัดความสำเร็จของรายการต่างๆ จะเปลี่ยนไป สู่การนับยอดวิวจากสื่อออนไลน์มากยิ่งขึ้น
- 4) ข้อเสนอแนะต่อการผลิตและออกอากาศเนื้อหารายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะในอนาคตที่จะสามารถดึงดูดผู้ชมให้มีความสนใจและก่อให้เกิดประโยชน์ต่อสาธารณะตามวัตถุประสงค์อย่างแท้จริง (มีผู้ชม และสร้าง Impact ต่อสังคมได้)
- เนื้อหารายการที่ควรมีการสนับสนุน คือ
 - การรู้เท่าทันสื่อ ในหลากหลายรูปแบบ และการนำเสนอที่ตรงไปตรงมาและทันเหตุการณ์ เช่น การเตือนภัยผ่านการนำเสนอในรายการข่าวสด
 - สารคดี โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเมืองรอง โดยความร่วมมือกับ ททท. รวมทั้งการนำเสนอข่าวด้านการท่องเที่ยวที่ตอบสนองต่อข่าวด้านลบและสร้างความเชื่อมั่นของการท่องเที่ยวไทย
- 5) ข้อเสนอแนะต่อ หน่วยงานกำกับฯ และหน่วยงานให้ทุนฯ ในรูปแบบของการกำกับเนื้อหารายการและการสนับสนุนผู้ผลิตให้มีความเหมาะสมต่อแนวโน้มในอนาคต
- หน่วยงานภาครัฐควรมีการสนับสนุนการผลิตสื่อในรูปแบบต่างๆ ตลอดกระบวนการผลิตครอบคลุมทั้งในส่วนของเครื่องมือและอุปกรณ์ ต้นทุนการผลิต การใช้สถานที่ และอื่นๆ ในรูปแบบการให้ทุนสนับสนุน การให้สิทธิประโยชน์ เป็นต้น
 - การให้ทุนสนับสนุนสื่อท้องถิ่น และผู้ผลิตรายเล็ก (SMEs) เนื่องจากผู้ผลิตรายเล็กไม่กล้าที่จะเสนอขอทุนของ กทปส. เนื่องจากติดข้อกำหนดในด้านประสิทธิภาพการทำงานกับหน่วยงานภาครัฐ และมีความกังวลว่าหากเสนอจะไม่ได้รับการพิจารณา
 - ควรมีการจัดให้มีโครงการสำหรับผู้ผลิตรายเล็กโดยเฉพาะ เพื่อลดช่องว่างทางการแข่งขันและการใช้เกณฑ์การพิจารณาที่แตกต่างกัน

สรุปผลการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา : อ.มานา

- 1) แนวโน้มหรือรูปแบบเนื้อหารายการ (Content) ใหม่ๆ ที่จะเป็นที่นิยมของผู้ผลิตและผู้ชมในอนาคต จะมีแนวโน้มในลักษณะใด
- ปัจจุบันผู้ชมต้องการการนำเสนอเรื่องราวที่สดและสมจริง และนิยมชมรายการต่างๆ ผ่านช่องทาง Social Media มากยิ่งขึ้น เนื่องจากมีการนำเสนอที่สด รวดเร็ว และไม่เป็นการล่วงหน้า เช่น รายการข่าว ที่แข่งกันที่ความสด real time ในรูปแบบที่ไม่ได้มีการเตรียมการล่วงหน้า
 - ผู้ผลิตรายการและสื่อต่างๆ จะใช้ Social Media ในการสร้าง Engagement เนื่องจากผู้ดำเนินรายการให้ความสำคัญกับการสื่อสาร และการแสดงความคิดเห็นของผู้ชมแบบ real time และมีการโต้ตอบระหว่างผู้ชมด้วยกัน และผู้ชมและผู้ดำเนินรายการ

- การนำเสนอผ่านการออกอากาศทาง TV จะติดเรื่องการกำกับ/ควบคุมคำพูดตามข้อกำหนดของ กสทช. ทำให้หลายรายการสด จะนำเสนอควบคู่กันในทีวี และ Social Media เนื่องจาก Social Media – live ไม่มีข้อจำกัดเรื่องเวลาออกอากาศ และการกำกับ/ควบคุมคำพูด
 - เมื่อรูปแบบของสื่อเปลี่ยนแปลงไป พฤติกรรมของคนดูเปลี่ยน ดังนั้นผู้ผลิตก็ต้องเปลี่ยนและปรับตัวตาม
- 2) เทคนิคการผลิต/เทคโนโลยีการผลิตใหม่ๆ ที่จะถูกนำมาใช้ในการผลิตรายการในอนาคต มีเทคนิคอะไรบ้าง มีผลดีหรือผลเสียต่อผู้ผลิตรายการในประเทศหรือไม่ อย่างไร
- ปัจจุบันเทคโนโลยี AI platform จะเป็นเทคโนโลยีที่สำคัญ ที่ทำให้ทำงานได้เร็วขึ้น สร้างเนื้อหา ภาพประกอบ ได้ไว แต่ถึงแม้ AI จะมีประโยชน์ในการผลิต ก็มีผลในเชิงลบ คือ ด้านความถูกต้องของการได้มาซึ่งข้อมูลถูกต้องหรือไม่ ดังนั้น การใช้ AI ต้องมีการตรวจสอบความถูกต้อง เหมาะสม และ copy right
 - เทคโนโลยีการผลิตถูกลง เนื่องจากมีโปรแกรมสำเร็จรูปต่างๆ ดังนั้น การประเมินต้นทุนการผลิตอาจต้องพิจารณาใหม่ เนื่องจากงบประมาณเท่าเดิม อาจทำผลผลิตได้มากขึ้น เช่น คุณภาพกล้อง studio ระบบเสียง ที่มีคุณภาพในราคาที่ไม่สูง ส่งผลทำให้เกิดช่องรายการทาง youtube ที่มีผู้สร้าง content จำนวนมาก
 - การใช้ Social Media ที่มี audio เช่น cluphouse รวมทั้งแนวโน้มของการผลิต VDO สั้น ที่ผู้ชมชื่นชอบ ทำให้มีการผลิต VDO สั้น เพิ่มมากขึ้น แต่ทั้งนี้ การผลิต VDO สั้นไปจะส่งผลกระทบต่อประเด็นเรื่อง sponsor เนื่องจากช่วงเวลาการนำเสนอเนื้อหาที่สั้นมากๆ ทำให้ไม่สามารถสอดแทรกโฆษณาได้
 - รูปแบบของการเก็บ rating ของ social media ที่ sponsor ต้องจ่าย คือการดูตาม followers กับขนาดการ engagement โดยใช้ rate card ของแต่ละช่อง
- 3) ผู้ผลิตรายการในประเทศไทย และหน่วยงานกำกับต้องให้ความสำคัญในการปรับตัวในด้านใดบ้าง เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี รูปแบบรายการ และความนิยมของผู้ชมในอนาคต
- เสนอรูปแบบรายการให้เหมาะสมกับพฤติกรรมของ target group เช่น เด็ก คือ การทำคลิปสั้น การแข่งขันแบบ Positive Competition
 - รายการสำหรับผู้พิการ เช่น การนำ influencer มาเรียนรู้ อยู่ร่วมกับผู้พิการ เพื่อเป็นการสร้างการยอมรับและอยู่ร่วมกันอย่างเป็นธรรมชาติ
- 4) แนวโน้มในการผลิตและออกอากาศเนื้อหารายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะในอนาคตจะเป็นอย่างไร (ระดับประเทศ และระดับนานาชาติ) ที่จะเป็นโอกาสหรือความท้าทายกับผู้ผลิตเนื้อหา รายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ

- รูปแบบของการผลิตสื่อมีด้วยกัน 2 รูปแบบ คือ การให้อิสระของสื่อได้เต็มที่ (ตัวอย่าง ใต้หวัน) โดยผู้ผลิตต้องมี Media Literacy เพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบทางลบต่อผู้ชมและสังคม โดยรวม และการควบคุมเนื้อหาที่ออกอากาศ (ประเทศไทย)
 - ในขณะที่การผลิตสื่อและเผยแพร่ผ่าน Social Media ยังไม่มีหน่วยงานที่เข้าควบคุมและ กำกับดูแล โดยเป็นเพียงการใช้การควบคุมภายใต้ พรบ. คอมฯ เท่านั้น
 - กรณีตัวอย่างต่างประเทศ ที่เข้าถึงเด็ก คือ รายการออนไลน์ ที่เด็กเป็นผู้ดำเนินรายการ การรีวิว การเล่นเกมส์ เน้นความสดและสมจริง ไม่มีสคริป
- 5) ข้อเสนอแนะแนวทางการดึงดูดผู้ชมให้มีความสนใจชมรายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะมากขึ้น
- การนำเสนอช่องทางการเผยแพร่ให้สอดคล้องกับช่วงวัย เช่น กรณี Social Media การแครกก เกมส์ ที่สอดแทรกความรู้ด้านจริยธรรม การบริหารเงินส่วนบุคคล การดูแลความปลอดภัย การรู้เท่าทัน technology (Literacy) เป็นต้น
 - ประเด็นที่เด็กที่ต้องรับรู้ คือ Social Bullying เช่น การรวมกลุ่มใน line เพื่อต่อต้าน LGBTQ, Mental Health (เด็กและคนรอบข้าง), ความหลากหลาย, ความเท่าเทียม (เด็กพิเศษ), ความเข้าใจสิทธิและหน้าที่ของตนเอง
- 6) ข้อเสนอแนะอื่นๆ ต่อ กทปส. ในฐานะหน่วยงานให้ทุนฯ ผู้ผลิตรายการ เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อการดำเนินงานในอนาคต
- ควรมีการพิจารณาการให้ทุนกับ Influencer ที่เข้าถึงผู้ชมได้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย เนื่องจาก Influencer จะมีความสามารถในการผลิตสื่อที่เข้าใจความต้องการของผู้ชม
 - ประเด็นการให้ทุนต้องให้ความสำคัญในประเด็นเรื่องความเหมาะสม จริยธรรม ดังนั้น ควรมี การให้ทุนในรูปแบบของการกำหนดประเด็น แต่ทั้งนี้ การให้ทุนสำหรับรายการสด จะต้องมี ความระมัดระวังในประเด็นอ่อนไหวต่างๆ
 - การจัดลำดับสำคัญในการให้ทุน โดยพิจารณาการให้ทุนสำหรับรายการที่เกี่ยวกับสถานการณ์ ภายในประเทศเป็นอันดับแรก
 - แนะนำรายการที่ กทปส. ต้องสนับสนุน คือ Sustainable, Soft power, Health (Aging, Mental, บุหรี่, ภัยสุขภาพ), technology, การหลอกลวง, ความรู้ทางการเงิน, Future skill (Coding) and soft skill (ภาษา)
 - ประเด็นในสังคมที่ควรให้ความสำคัญ คือ Aging Society : Income กับ Happiness โดยอาจพิจารณารายการที่เกี่ยวกับ Income เงินหลังเกษียร อาชีพหลังเกษียร
 - กสทช. ควรให้อิสระการดำเนินงานของสื่อมากยิ่งขึ้น แต่สื่อต้องมีจริยธรรมมากยิ่งขึ้น ดังนั้น ควรมีการอบรม ส่งเสริมจริยธรรมสื่อมากยิ่งขึ้น

10.3 สรุปรายงานผลการจัดประชุม 4 ภาคสำหรับรายการปี 2563

การประเมินผลการผลิตรายการที่ได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนเงินจากกองทุนวิจัยและพัฒนา กิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ (โครงการประจำปี 2563) โดยใช้เทคนิคการประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) ในการประชุมให้ความเห็นและประเมินผล ตัวแทนกลุ่มที่เกี่ยวข้อง โดยสุ่มตัวแทนที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของรายการที่ออกอากาศรวม 400 คน และจัดประชุมกลุ่มย่อย 5 ภูมิภาค ซึ่งกระจายไปที่ภาคเหนือ (จังหวัดเชียงใหม่) ภาคใต้ (จังหวัดสงขลา) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (จังหวัดขอนแก่น) และภาคกลาง (กรุงเทพมหานคร) โดยการจัดประชุมเพื่อประเมินผลการผลิตรายการฯ จากตัวแทนของกลุ่มเป้าหมายและกลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งประกอบด้วย 1) กลุ่มตัวแทนจากผู้ปกครองโครงการ ส่งเสริมการผลิตและออกอากาศรายการโทรทัศน์ระบบดิจิทัลรายการสำหรับเด็ก จำนวน 92 ราย 2) กลุ่มตัวแทนจากประชาชนโครงการส่งเสริมการผลิตและออกอากาศเนื้อหารายการที่เป็นประโยชน์ต่อ สาธารณะเกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสาร 5G จำนวน 80 ราย 3) กลุ่มตัวแทนจากประชาชนโครงการผลิต สารคดีเพื่อส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนใต้ จำนวน 80 ราย 4) กลุ่มตัวแทนจากประชาชนโครงการรณรงค์สร้างความรู้เพื่อยับยั้งและรู้เท่าทันข่าวปลอม (Stop Fake News) จำนวน 97 ราย และ 5) กลุ่มตัวแทนคนพิการและผู้ที่เกี่ยวข้องกับคนพิการโครงการการผลิตรายการ เพื่อส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจของคนพิการและประชาชนเกี่ยวกับการส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิคนพิการในการเข้าถึง หรือรับรู้และใช้ประโยชน์จากกิจการโทรทัศน์ จำนวน 83 ราย โดยสามารถสรุปวิธีการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง ได้ดังนี้

วิธีการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง

วิธีการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง จากการกำหนดเกณฑ์ การใช้สูตรคำนวณ ซึ่งสามารถอธิบายได้ ต่อไปนี้

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

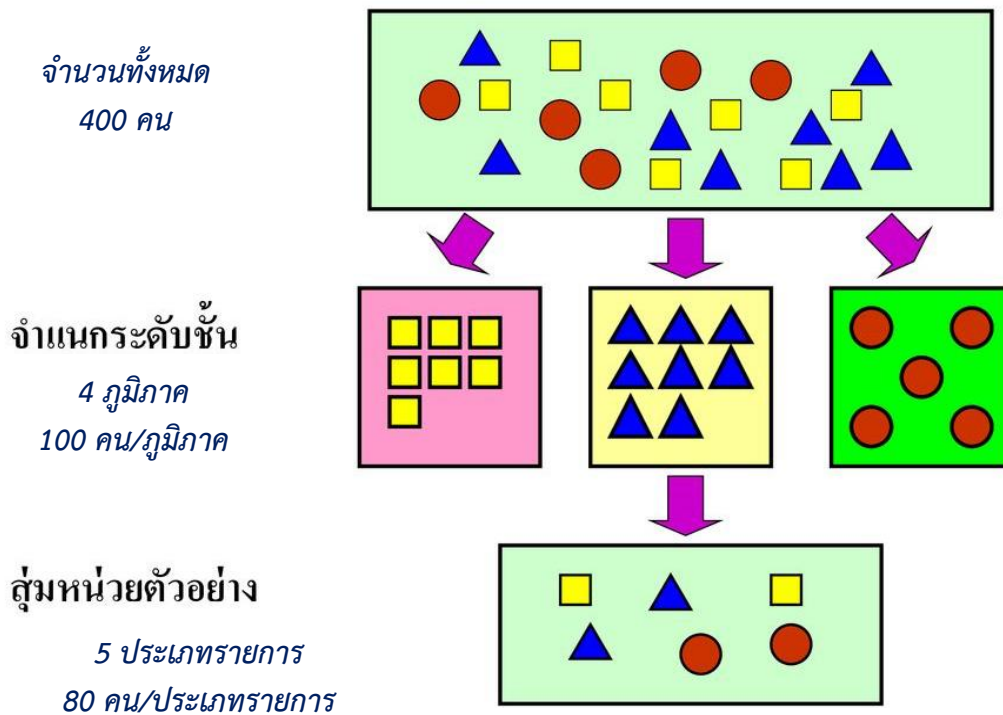
$$N = (Z_c \sigma / e_m)^2$$

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

$$N = 19.6^2$$

$$N = 384.16$$

ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่คำนวณจากการไม่ทราบขนาดของประชากร คือ 384 หน่วย โดยกำหนดความคลาดเคลื่อนมากที่สุดที่ยอมรับได้ เท่ากับ 1/10 ของส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ($e_m = \sigma / 10$) และระดับมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้การสุ่มตัวแทนที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของรายการที่ออกอากาศรวม 400 คน กลุ่มย่อย 4 ภูมิภาค และ 5 ประเภทรายการ จำนวนของการสุ่มใช้วิธีการสุ่มแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Sampling) เพื่อให้มีการกระจายของข้อมูลที่มีสัดส่วนเท่ากัน ผลรวมในแต่ละชั้นจะต้องรวมได้เท่ากับจำนวนตัวอย่างที่ต้องการ



โดยสามารถสรุปจำนวนตัวอย่าง แสดงดังตารางต่อไปนี้

สรุปจำนวนกลุ่มตัวแทนแบ่งตาม ภูมิภาค และประเภทรายการ

ประเภท	ชื่อรายการ	ภาคเหนือ	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	ภาคกลาง (กรุงเทพฯ)	ภาคใต้	รวม
โครงการส่งเสริมการผลิตและ ออกอากาศรายการโทรทัศน์ระบบ ดิจิทัลรายการสำหรับเด็ก	MY Little Bears เพื่อนหมีแสนสนุก	8	2	3	5	92
	มะลิจอมแก่นผจญภัยโควิด-19	3	3	1	3	
	5 หมู่ของหนู	2	2	2	2	
	KELX เกลอส: เพื่อน	1	2	1	4	
	Magic Pen ปากกาวิเศษ	1	2	2	3	
	ไบบุญ เณรน้อย	3	2	1	5	
	เปาเปาผจญภัยในโลกนิทาน	0	2	3	2	
	รากแก้ว เรนเจอร์	1	2	2	2	
	FLY WORM หนอนน้อยผจญภัย	1	2	3	4	
	Happy Family	0	2	2	1	
โครงการส่งเสริมการผลิตและ ออกอากาศเนื้อหารายการที่เป็น ประโยชน์ต่อสาธารณะเกี่ยวกับ เทคโนโลยีการสื่อสาร 5G	5G New Life, New Change	5	5	5	5	80
	5G 24 ชั่วโมง	6	5	6	7	
	5G SMART LIFE	4	5	4	3	
	5G Freedom	5	5	5	5	
โครงการผลิตสารคดีเพื่อส่งเสริม การพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชน ในพื้นที่จังหวัดชายแดนใต้	เชื่อมใต้	7	10	3	5	80
	เพลินทุกจุดที่ สุดสยาม	7	5	3	2	
	อิสลามมุ อาลัยกุม (PEACE FOR ALL)	6	5	14	13	
โครงการรณรงค์สร้างความรู้เพื่อยับยั้ง และรู้เท่าทันข่าวปลอม (Stop Fake News)	Stop Fake Spread Fact	20	38	20	19	97

ประเภท	ชื่อรายการ	ภาคเหนือ	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	ภาคกลาง (กรุงเทพฯ)	ภาคใต้	รวม
โครงการการผลิตรายการเพื่อส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจของคนพิการและประชาชนเกี่ยวกับการส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิคนพิการในการเข้าถึงหรือรับรู้และใช้ประโยชน์จากกิจการโทรทัศน์	เพื่อนกันคนพันธุ์ D	20	20	20	23	83
รวม		100	119	100	113	432

โดยสามารถสรุปผลการประเมิน ได้ดังนี้

10.3.1 ภาคเหนือ

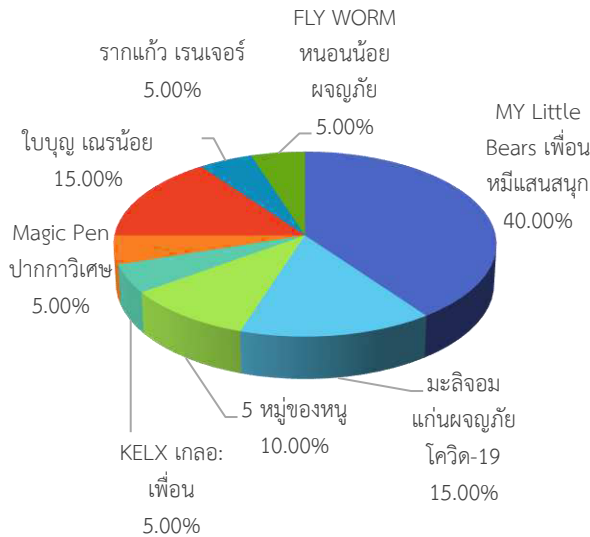
จากการลงพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ โดยการจัดประชุมเพื่อประเมินผลการผลิตรายการฯ จากตัวแทนของกลุ่มเป้าหมายและกลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งประกอบด้วย 5 ประเภทโครงการ ได้แก่ 1) กลุ่มตัวแทนจากผู้ปกครอง จำนวน 20 คน 2) กลุ่มตัวแทนจากประชาชนทั่วไป จำนวน 20 คน 3) กลุ่มตัวแทนจากประชาชนทั่วไป จำนวน 20 คน 4) กลุ่มตัวแทนจากประชาชนทั่วไป จำนวน 20 คน และ 5) กลุ่มตัวแทนจากประชาชนทั่วไป จำนวน 20 คน รวมจำนวนทั้งสิ้น 100 ราย โดยสามารถสรุปผลการประเมิน ได้ดังนี้

10.3.1.1 โครงการส่งเสริมการผลิตและออกอากาศรายการโทรทัศน์ระบบดิจิตอลรายการสำหรับเด็ก

มีผู้ตอบแบบประเมินโดยกลุ่มตัวแทนจากผู้ปกครอง จำนวน 20 ราย ประกอบด้วยข้อมูล ดังนี้

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบประเมิน

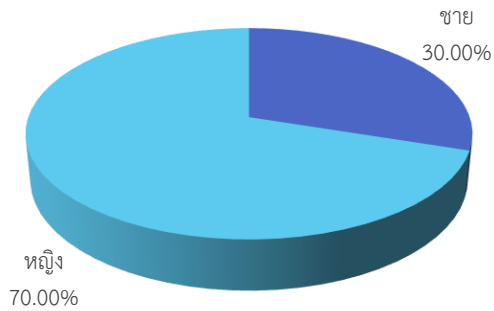
ตารางที่ 10.3 จำนวนและร้อยละของรายการ



ชื่อรายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
MY Little Bears เพื่อนหมี แสนสนุก	8	40.00
มะลิจอมแก่นผจญภัย โควิด-19	3	15.00
5 หมีของหนู	2	10.00
KELX เกลโ: เพื่อน	1	5.00
Magic Pen ปากกาวิเศษ	1	5.00
ไบบุญ เณรน้อย	3	15.00
เปาเปาผจญภัยในโลกนิทาน	0	0.00
รากแก้ว เรนเจอร์	1	5.00
FLY WORM หนอนน้อย ผจญภัย	1	5.00
Happy Family	0	0.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 10.3 ผู้ตอบแบบประเมินได้สุมรับชมรายการ MY Little Bears เพื่อนหมี แสนสนุก จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 รายการ มะลิจอมแก่นผจญภัย โควิด-19 จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 รายการ 5 หมีของหนู จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 รายการ KELX เกลโ: เพื่อน จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 รายการ Magic Pen ปากกาวิเศษ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 รายการ ไบบุญ เณรน้อย จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15 รายการ รากแก้ว เรนเจอร์ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 และ รายการ FLY WORM หนอนน้อยผจญภัย จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

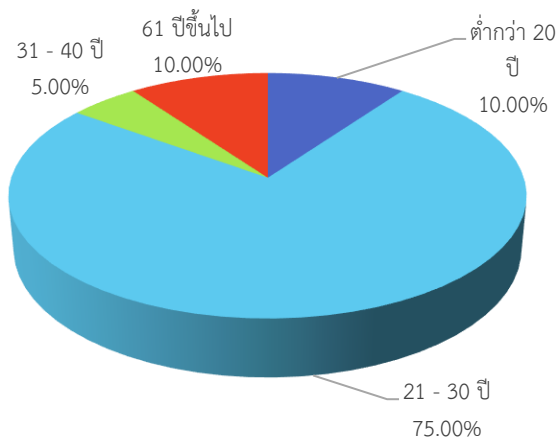
ตารางที่ 10.4 จำนวนและร้อยละของเพศ



เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	6	30.00
หญิง	14	70.00
ไม่ต้องการระบุ	0	0.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 10.4 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 70.00 รองลงมาคือ เพศชาย จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 ตามลำดับ

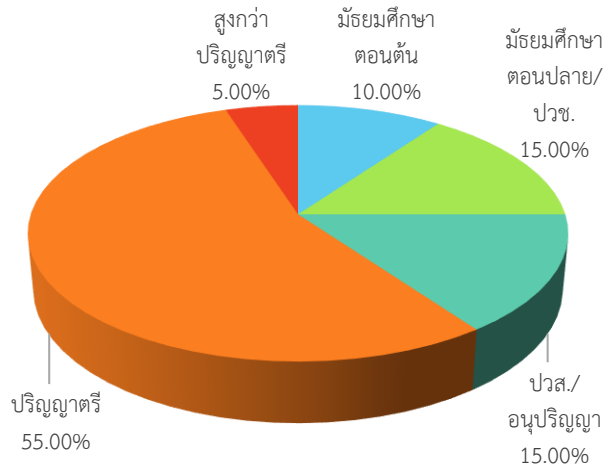
ตารางที่ 10.5 จำนวนและร้อยละของอายุ



อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	2	10.00
21 - 30 ปี	15	75.00
31 - 40 ปี	1	5.00
41 - 50 ปี	0	0.00
51 - 60 ปี	0	0.00
61 ปีขึ้นไป	2	10.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 10.5 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่อายุ 21 - 30 ปี จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 75.00 รองลงมาคือ อายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 อายุ 61 ปีขึ้นไป จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 และอายุ 31 - 40 ปี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

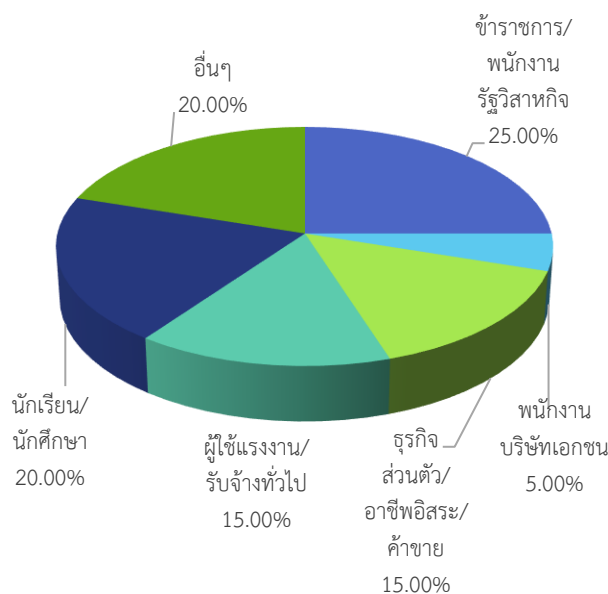
ตารางที่ 10.6 จำนวนและร้อยละของการศึกษา



การศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	0	0.00
มัธยมศึกษาตอนต้น	2	10.00
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	3	15.00
ปวส./อนุปริญญา	3	15.00
ปริญญาตรี	11	55.00
สูงกว่าปริญญาตรี	1	5.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 10.6 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 55.00 รองลงมาคือ ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 ระดับปวส./อนุปริญญา จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 และระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

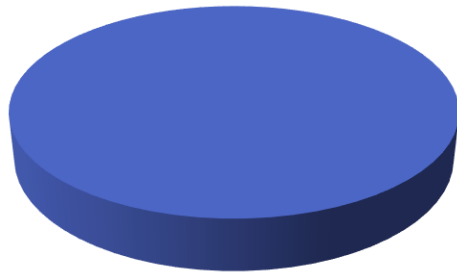
ตารางที่ 10.7 จำนวนและร้อยละของอาชีพ



อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	5	25.00
พนักงานบริษัทเอกชน	1	5.00
ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย	3	15.00
ผู้ใช้งาน/รับจ้างทั่วไป	3	15.00
เกษตรกร/ชาวประมง	0	0.00
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	0	0.00
นักเรียน/นักศึกษา	4	20.00
เกษียณอายุ/ว่างงาน	0	0.00
อื่นๆ	4	20.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 10.7 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่ประกอบอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 รองลงมาคือ นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 4 คนคิดเป็นร้อยละ 20.00 ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 ผู้ใช้งาน/รับจ้างทั่วไป จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 1 คนคิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 10.8 จำนวนและร้อยละของจังหวัดที่ท่านอาศัยอยู่ในปัจจุบัน



ภาคเหนือ
100.00%

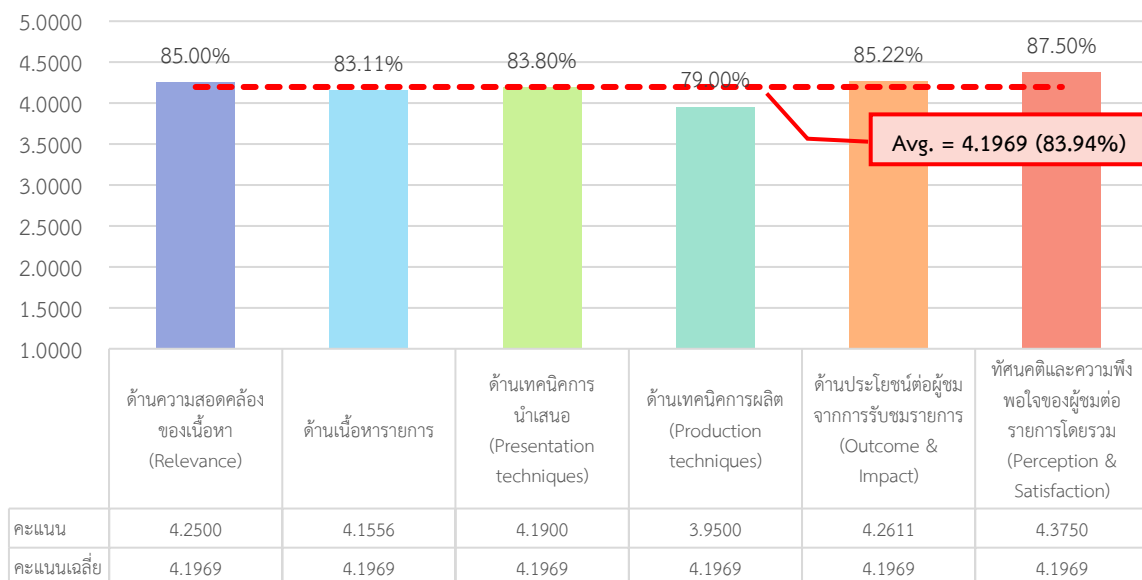
จังหวัดที่อาศัยอยู่ในปัจจุบัน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ภาคเหนือ	20	100.00
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	0	0.00
กรุงเทพฯ และปริมณฑล	0	0.00
ภาคกลาง	0	0.00
ภาคใต้	0	0.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 10.8 ผู้ตอบแบบประเมินทั้งหมดอาศัยอยู่ในจังหวัดของภาคเหนือ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00

สรุปผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ

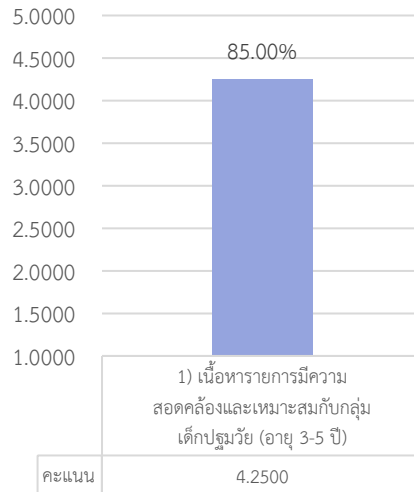
จากการตอบแบบประเมินโดยกลุ่มตัวแทนจากผู้ปกครอง จำนวน 20 ราย ในพื้นที่ภาคเหนือ มีระดับคะแนนการประเมินคุณภาพรายการทีวีในด้านต่างๆ โดยเฉลี่ย ที่ระดับ 4.1969 โดยมีระดับคะแนนการประเมินคุณภาพรายการทีวีในแต่ละด้าน ดังนี้

แผนภาพที่ 10.8 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ



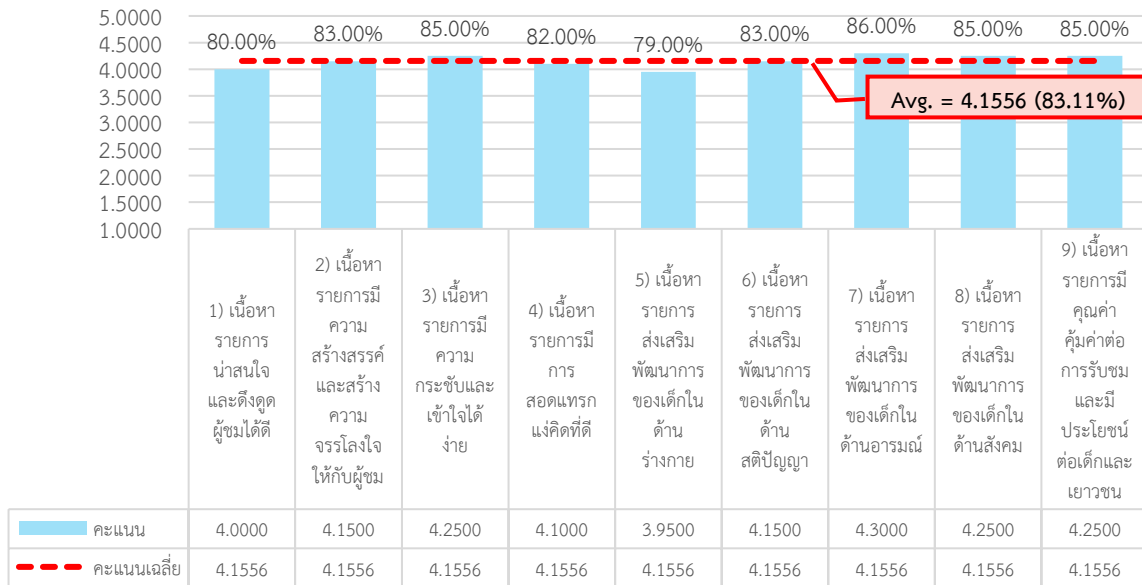
จากแผนภาพที่ 10.8 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านมีความพึงพอใจที่ระดับมาก ทั้งนี้ ทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction) มีระดับคะแนนมากที่สุด ที่ระดับ 4.3750 รองลงมาคือ ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact) มีระดับคะแนนที่ระดับ 4.2611 ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance) มีระดับคะแนนที่ระดับ 4.2500 ด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques) มีระดับคะแนนที่ระดับ 4.1900 ด้านเนื้อหารายการ (Content) มีระดับคะแนนที่ระดับ 4.1556 และด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques) มีระดับคะแนนที่ระดับ 3.9500 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 10.9 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance)



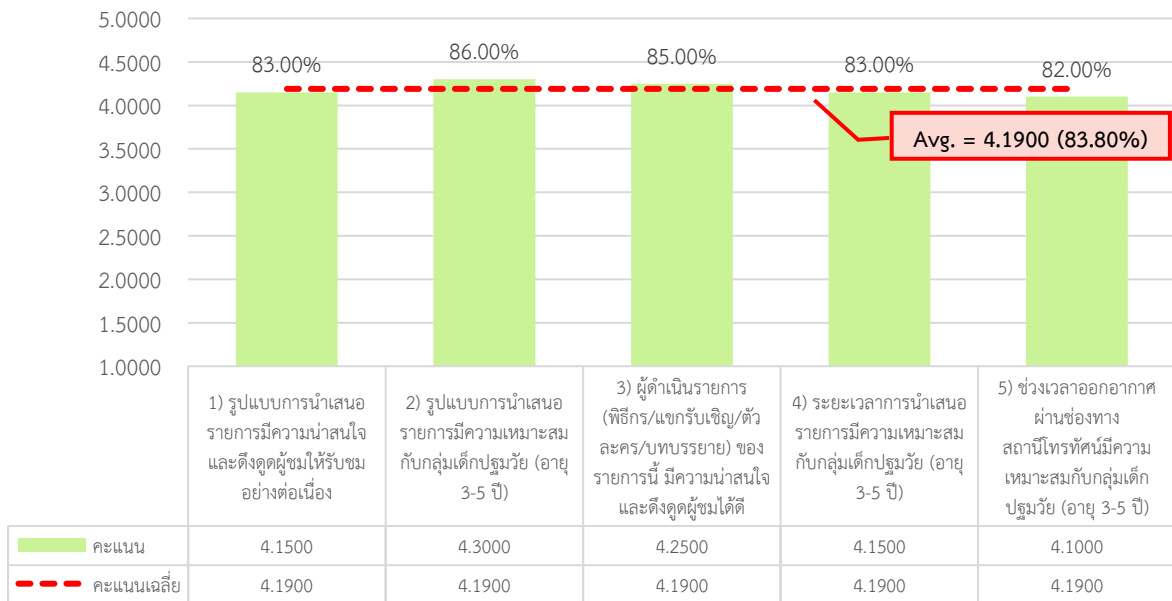
จากแผนภาพที่ 10.9 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance) อยู่ในระดับมากที่สุด จากประเด็นเนื้อหารายการมีความสอดคล้องและเหมาะสมกับกลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี) ที่ระดับคะแนน 4.2500

แผนภาพที่ 10.10 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเนื้อหารายการ (Content)



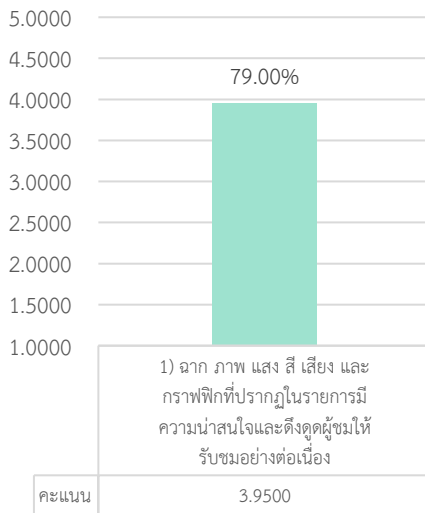
จากแผนภาพที่ 10.10 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเนื้อหารายการ (Content) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยประเด็นเนื้อหารายการส่งเสริมพัฒนาการของเด็กในด้านอารมณ์ มีระดับคะแนนสูงสุดที่ระดับคะแนน 4.3000 รองลงมาคือ เนื้อหารายการมีความกระชับและเข้าใจได้ง่าย เนื้อหารายการส่งเสริมพัฒนาการของเด็กในด้านสังคม เนื้อหารายการมีคุณค่า คุ่มค่าต่อการรับชม และมีประโยชน์ต่อเด็กและเยาวชน มีคะแนนเท่ากัน ที่ระดับคะแนน 4.2500 ประเด็นเนื้อหารายการมีความสร้างสรรค์และสร้างความจริงใจให้กับผู้ชม และเนื้อหารายการส่งเสริมพัฒนาการของเด็กในด้านสติปัญญา มีคะแนนเท่ากัน ที่ระดับคะแนน 4.1500 เนื้อหารายการมีการสอดแทรกแนวคิดที่ดี ที่ระดับคะแนน 4.1000 เนื้อหารายการน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี ระดับคะแนน 4.0000 และเนื้อหารายการส่งเสริมพัฒนาการของเด็กในด้านร่างกาย ที่ระดับคะแนน 3.9500 ตามลำดับ

**แผนภาพที่ 10.11 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการนำเสนอ
(Presentation techniques)**



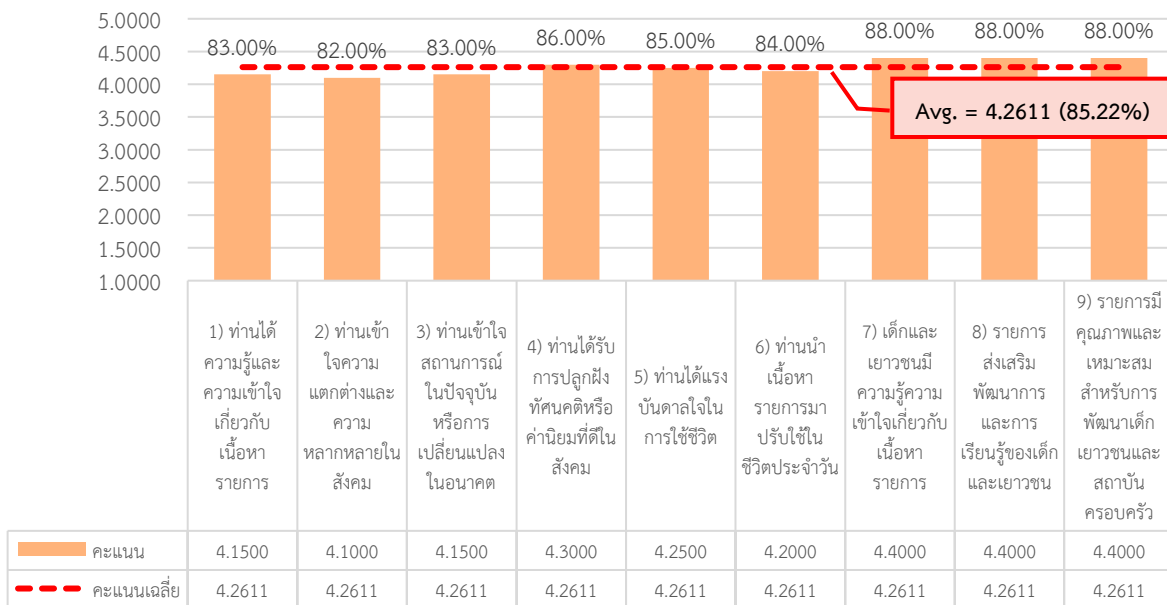
จากแผนภาพที่ 10.11 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยประเด็นรูปแบบการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี) มีระดับคะแนนสูงสุด ที่ระดับคะแนน 4.3000 รองลงมาคือ ผู้ดำเนินรายการ (พิธีกร/แขกรับเชิญ/ตัวละคร/บทบรรยาย) ของรายการนี้ มีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี ที่ระดับคะแนน 4.2500 ประเด็นรูปแบบการนำเสนอรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง และระยะเวลาการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี) มีคะแนนเท่ากัน ที่ระดับคะแนน 4.1500 และช่วงเวลาออกอากาศ ผ่านช่องทางสถานีโทรทัศน์มีความเหมาะสมกับกลุ่มเด็กปฐมวัย(อายุ 3-5 ปี) มีคะแนนต่ำสุด ที่ระดับคะแนน 4.1000 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 10.12 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques)



จากแผนภาพที่ 10.12 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques) อยู่ในระดับมาก จากประเด็นฉาก ภาพ แสง สี เสียง และกราฟฟิกที่ปรากฏในรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง ที่ระดับคะแนน 3.9500

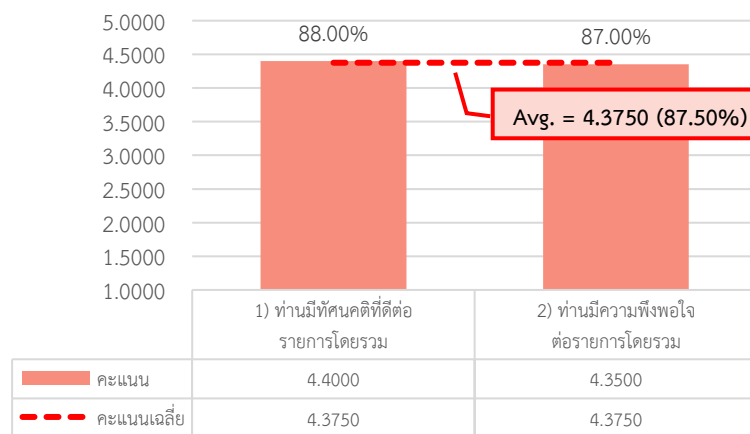
แผนภาพที่ 10.13 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact)



จากแผนภาพที่ 10.13 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact) ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยประเด็นเด็กและเยาวชนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอาหารรายการ รายการส่งเสริมพัฒนาการและการเรียนรู้ของเด็กและเยาวชน และรายการมีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็ก เยาวชนและสถาบันครอบครัว มีคะแนนเท่ากัน และมีระดับคะแนนสูงสุดที่ระดับคะแนน 4.4000 รองลงมาคือ ท่านได้รับการปลูกฝังทัศนคติ

หรือค่านิยมที่ดีในสังคม ที่ระดับคะแนน 4.3000 ท่านได้แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต ที่ระดับคะแนน 4.2500 ท่านนำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน ที่ระดับคะแนน 4.2000 ท่านได้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ และท่านเข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต มีคะแนนเท่ากัน ที่ระดับคะแนน 4.1500 และท่านเข้าใจความแตกต่างและความหลากหลายในสังคม มีคะแนนต่ำที่สุด ที่ระดับคะแนน 4.100 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 10.14 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction)



จากแผนภาพที่ 10.14 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction) อยู่ในระดับมาก โดยมีทัศนคติที่ดีต่อรายการโดยรวม ที่ระดับคะแนน 4.4000 และมีความพึงพอใจต่อรายการโดยรวมที่ระดับคะแนน 4.3500

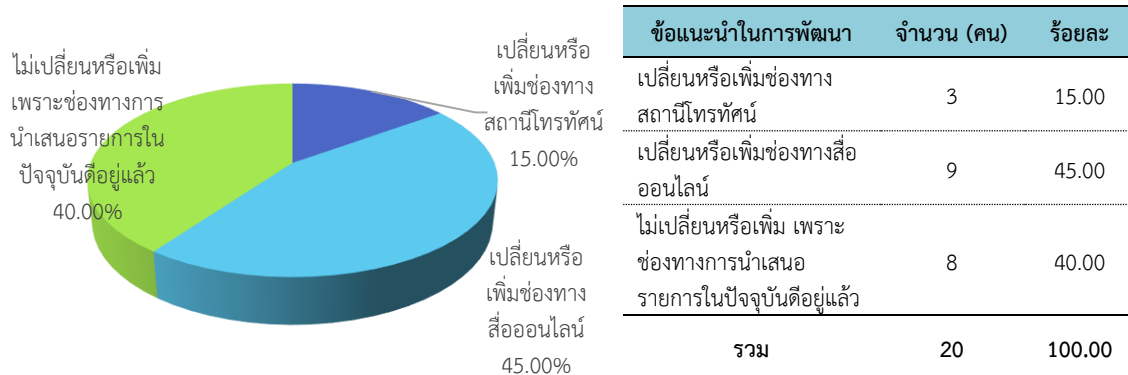
ตารางที่ 10.9 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ

ประเด็นความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
1. ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance)	4.2500	0.9665	พึงพอใจมาก
1.1 เนื้อหารายการมีความสอดคล้องและเหมาะสมกับกลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี)	4.2500	0.9665	พึงพอใจมาก
2. ด้านเนื้อหารายการ (Content)	4.1556	0.0564	พึงพอใจมาก
2.1 เนื้อหารายการน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี	4.0000	1.0260	พึงพอใจมาก
2.2 เนื้อหารายการมีความสร้างสรรค์และสร้างความจรรโลงใจให้กับผู้ชม	4.1500	0.9333	พึงพอใจมาก
2.3 เนื้อหารายการมีความกระชับและเข้าใจได้ง่าย	4.2500	0.9665	พึงพอใจมาก
2.4 เนื้อหารายการมีการสอดแทรกแง่คิดที่ดี	4.1000	0.8522	พึงพอใจมาก
2.5 เนื้อหารายการส่งเสริมพัฒนาการของเด็กในด้านร่างกาย	3.9500	0.8870	พึงพอใจมาก
2.6 เนื้อหารายการส่งเสริมพัฒนาการของเด็กในด้านสติปัญญา	4.1500	0.8751	พึงพอใจมาก
2.7 เนื้อหารายการส่งเสริมพัฒนาการของเด็กในด้านอารมณ์	4.3000	0.9787	พึงพอใจมาก
2.8 เนื้อหารายการส่งเสริมพัฒนาการของเด็กในด้านสังคม	4.2500	0.9665	พึงพอใจมาก
2.9 เนื้อหารายการมีคุณค่า คุ่มค่าต่อการรับชม และมีประโยชน์ต่อเด็กและเยาวชน	4.2500	0.9105	พึงพอใจมาก

ประเด็นความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
3. ด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques)	4.1900	0.1201	พึงพอใจมาก
3.1 รูปแบบการนำเสนอรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง	4.1500	0.7452	พึงพอใจมาก
3.2 รูปแบบการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี)	4.3000	0.7327	พึงพอใจมาก
3.3 ผู้ดำเนินรายการ (พิธีกร/แขกรับเชิญ/ตัวละคร/บทบรรยาย) ของรายการนี้ มีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี	4.2500	1.0195	พึงพอใจมาก
3.4 ระยะเวลาการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี)	4.1500	0.8751	พึงพอใจมาก
3.5 ช่วงเวลาออกอากาศ ผ่านช่องทางสถานีโทรทัศน์มีความเหมาะสมกับกลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี)	4.1000	0.9119	พึงพอใจมาก
4. ด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques)	3.9500	0.8256	พึงพอใจมาก
4.1 ฉาก ภาพ แสง สี เสียง และกราฟิกที่ปรากฏในรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง	3.9500	0.8256	พึงพอใจมาก
5. ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact)	4.2611	0.1034	พึงพอใจมาก
5.1 ท่านได้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	4.1500	0.7452	พึงพอใจมาก
5.2 ท่านเข้าใจความแตกต่างและความหลากหลายในสังคม	4.1000	0.9119	พึงพอใจมาก
5.3 ท่านเข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต	4.1500	0.8127	พึงพอใจมาก
5.4 ท่านได้รับการปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม	4.3000	0.9234	พึงพอใจมาก
5.5 ท่านได้แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต	4.2500	0.9665	พึงพอใจมาก
5.6 ท่านนำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน	4.2000	1.0563	พึงพอใจมาก
5.7 เด็กและเยาวชนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	4.4000	0.7539	พึงพอใจมาก
5.8 รายการส่งเสริมพัฒนาการและการเรียนรู้ของเด็กและเยาวชน	4.4000	0.9403	พึงพอใจมาก
5.9 รายการมีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็ก เยาวชนและสถาบันครอบครัว	4.4000	0.9403	พึงพอใจมาก
6. ทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction)	4.3750	0.0050	พึงพอใจมาก
6.1 ท่านมีทัศนคติที่ดีต่อรายการโดยรวม	4.4000	0.9403	พึงพอใจมาก
6.2 ท่านมีความพึงพอใจต่อรายการโดยรวม	4.3500	0.9333	พึงพอใจมาก
ภาพรวม	4.1969	0.475	พึงพอใจมาก

สรุปข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

ตารางที่ 10.10 จำนวนและร้อยละข้อแนะนำในการพัฒนาช่องทางการนำเสนอรายการ



จากตารางที่ 10.10 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่มีข้อแนะนำ เปลี่ยนหรือเพิ่มช่องทางสื่อออนไลน์ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 45.00 รองลงมาคือ ไม่เปลี่ยนหรือเพิ่ม เพราะช่องทางการนำเสนอรายการในปัจจุบันดีอยู่แล้ว จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 และเปลี่ยนหรือเพิ่มช่องทางสถานีโทรทัศน์ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 และ ตามลำดับ

สรุปประเด็นข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงหรือพัฒนารายการ

จากผลการสำรวจ พบว่า ในภาพรวมกลุ่มเป้าหมายรายการในภาคเหนือมีระดับความพึงพอใจต่อโครงการส่งเสริมการผลิตและออกอากาศรายการโทรทัศน์ระบบดิจิทัลรายการสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว ในระดับดี-ดีมาก โดยมีคะแนนความพึงพอใจที่ 4.3500 คะแนน ซึ่งมีคะแนนต่ำกว่าคะแนนทัศนคติที่ดี/ความคาดหวังซึ่งมีคะแนนอยู่ที่ 4.4000 คะแนน ทั้งนี้ จากการสัมภาษณ์เชิงลึกเพิ่มเติม กลุ่มเป้าหมายมีข้อเสนอแนะในการพัฒนารายการเพิ่มเติม ดังนี้

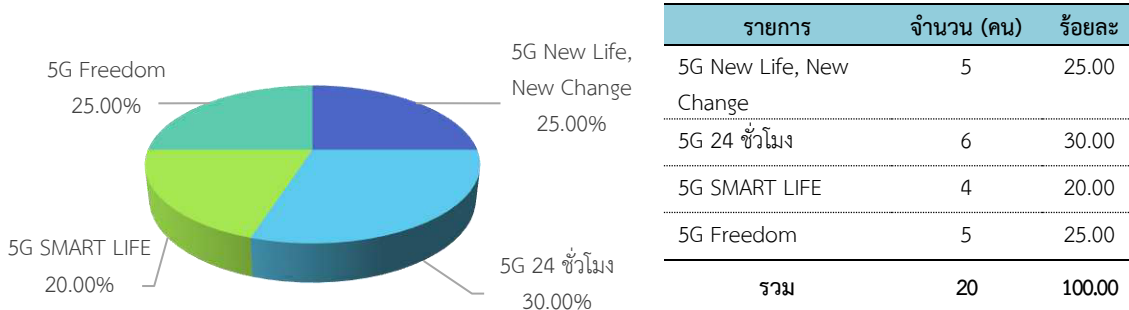
- 1) เนื้อหาในรายการบางคลิปบางตอนเข้าใจยากสำหรับเด็กในวัย 3-5 ปี เช่น เนื้อหาด้านธรรมะ
- 2) อยากให้มีการปรับปรุงภาพ การใช้สีควรให้สอดคล้องกับเนื้อหาในรายการ คลิปการ์ตูนบางคลิปสีของตัวการ์ตูนกลืนไปกับสีของพื้นรายการทำให้ตัวการ์ตูนไม่โดดเด่นภาพในรายการยังไม่ค่อยสดใสมากเท่าที่ควร
- 3) ควรประชาสัมพันธ์ช่องทางสื่อสารให้ผู้ปกครองได้รู้จักเพิ่มมากขึ้น
- 4) ควรลดการใช้คำพูด หรือภาษาที่รุนแรง และคำราชาศัพท์บางคำอาจจะเข้าใจยากสำหรับเด็ก
- 5) ข้อคิดท้ายสื่อมีคำผิดเห็นควรตรวจก่อนนำเสนอสื่อ และไม่ควรรีใช้เอฟเฟกซ์ตัวอักษร เพราะทำให้อ่านยาก กล่องข้อความบรรยายควรเปลี่ยนจากโปร่งแสงเป็นทึบแสง
- 6) ไม่ควรนำเสนอเรื่องที่มีการล้อเลียนเพื่อน
- 7) ผู้ดำเนินรายการควรสื่อสาร เสวนากับเด็กไม่ให้เกิดขัดในการตอบคำถาม
- 8) ควรเพิ่มเพลงที่สนุกสนานเพื่อให้เด็ก 3-5 ปี มีทักษะทางด้านร่างกายเพิ่มขึ้น
- 9) ควรมีคำถามหรือเกร็ดความรู้ท้ายสื่อให้ครบทุกตอนเพื่อเพิ่มความน่าติดตามและกระตุ้นให้เด็กได้ติดตาม
- 10) เนื้อหาในรายการควรเข้าใจง่าย กระชับ ไม่ซับซ้อน เหมาะสำหรับกลุ่มเป้าหมาย

10.3.1.2 โครงการส่งเสริมการผลิตและออกอากาศเนื้อหารายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะเกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสาร 5G

มีผู้ตอบแบบสอบถามโดยกลุ่มตัวแทนจากประชาชน จำนวน 20 ราย ประกอบด้วยข้อมูล ดังนี้

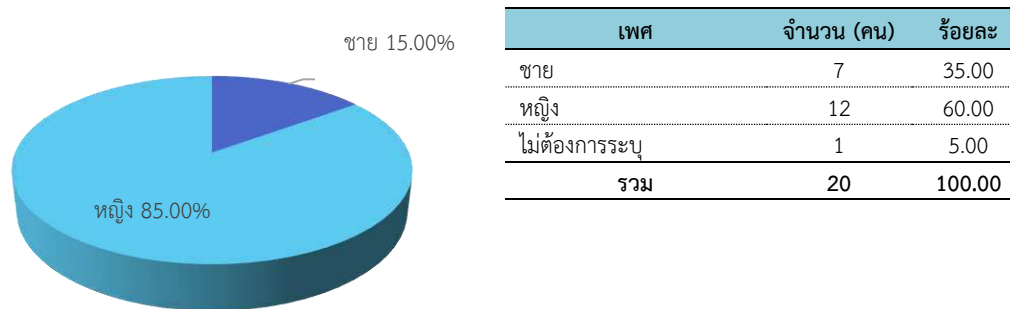
ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบประเมิน

ตารางที่ 10.11 จำนวนและร้อยละของรายการ



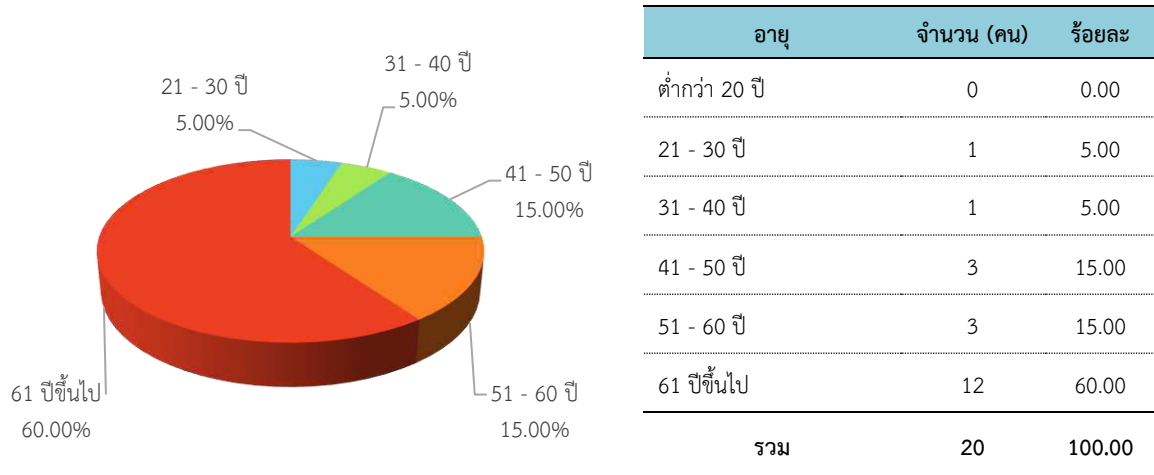
จากตารางที่ 10.11 ผู้ตอบแบบประเมินรับชมคลิปวิดีโอของรายการทีวีรายการ 5G 24 ชั่วโมง จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 รองลงมาคือ รายการ 5G New Life, New Change จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 รายการ 5G Freedom จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 และรายการ 5G SMART LIFE จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 10.12 จำนวนและร้อยละของเพศ



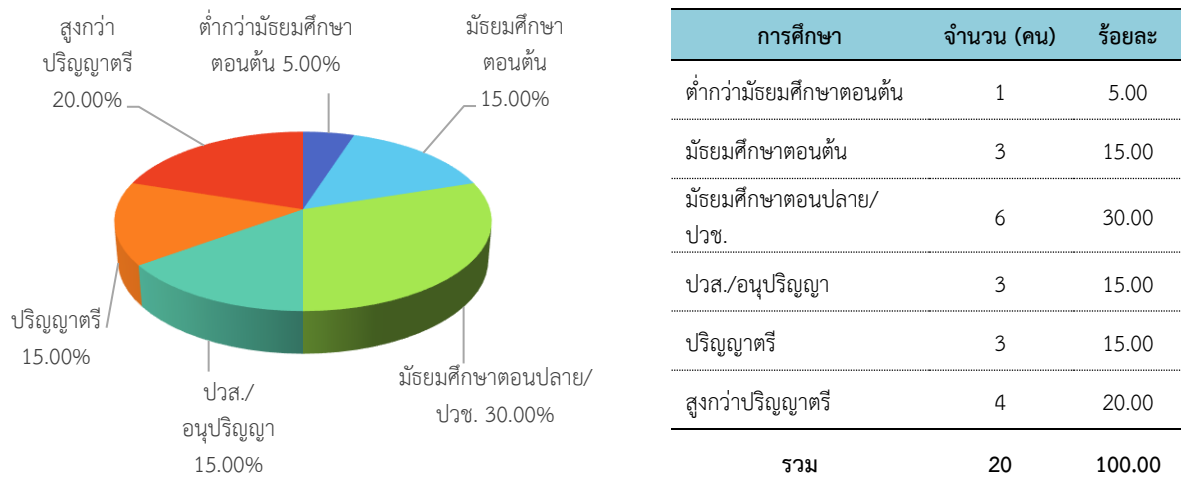
จากตารางที่ 10.12 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 60.00 รองลงมาคือ เพศชาย จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 35.00 และไม่ต้องการระบุ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 10.13 จำนวนและร้อยละของอายุ



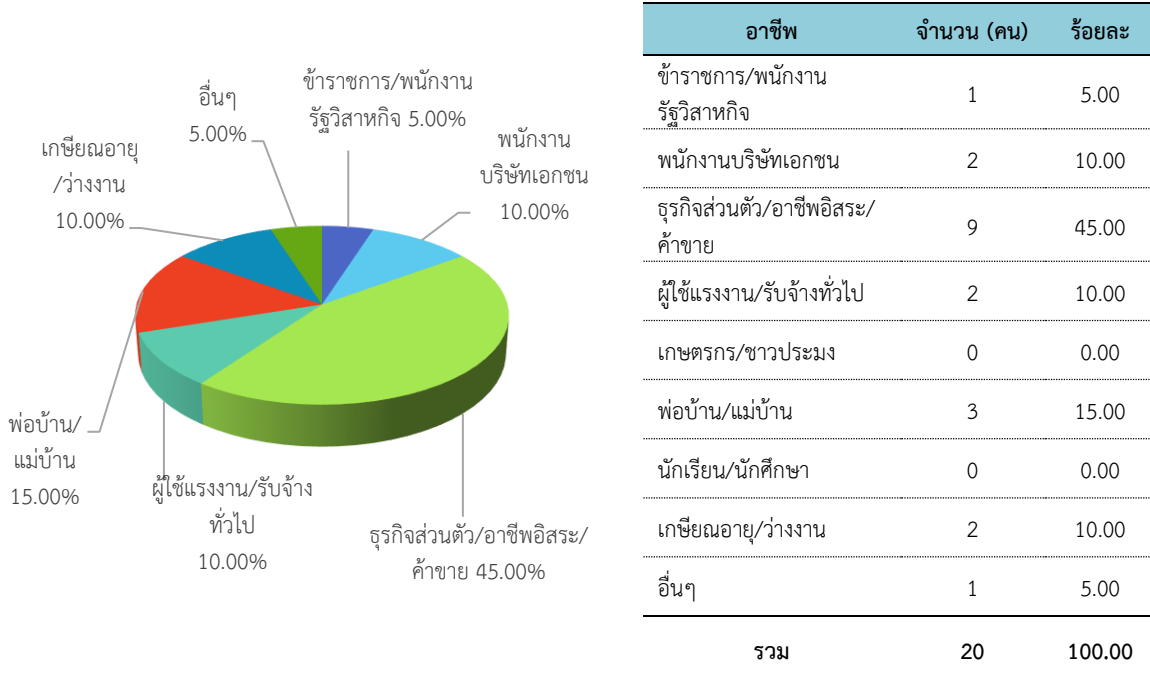
จากตารางที่ 10.13 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่อายุ 61 ปีขึ้นไป จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 60.00 รองลงมาคืออายุ 41 – 50 ปี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 อายุ 51 - 60 ปี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 อายุ 21 – 30 ปี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 และอายุ 31 – 40 ปี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 10.14 จำนวนและร้อยละของการศึกษา



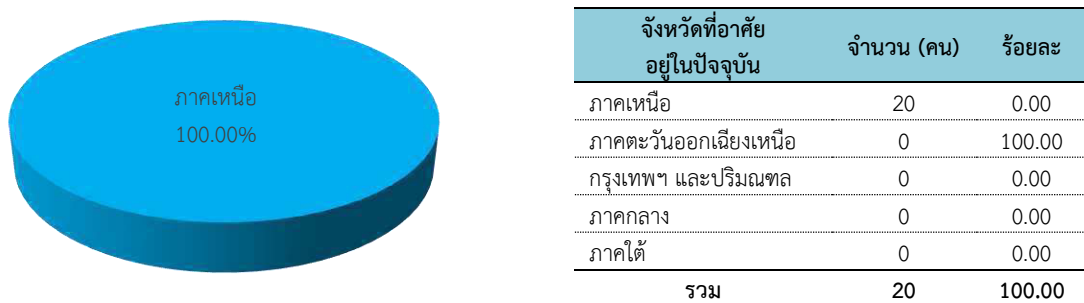
จากตารางที่ 10.14 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 รองลงมาคือสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 มัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 ปวส./อนุปริญญา จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 ปริญญาตรี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 และต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 10.15 จำนวนและร้อยละของอาชีพ



จากตารางที่ 10.15 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 45.00 รองลงมาคือ พ่อบ้าน/แม่บ้าน จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 ผู้ใช้แรงงาน/รับจ้างทั่วไป จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 เกษียณอายุ/ว่างงาน จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 ข้าราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 และอื่นๆ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 10.16 จำนวนและร้อยละของจังหวัดที่ท่านอาศัยอยู่ในปัจจุบัน

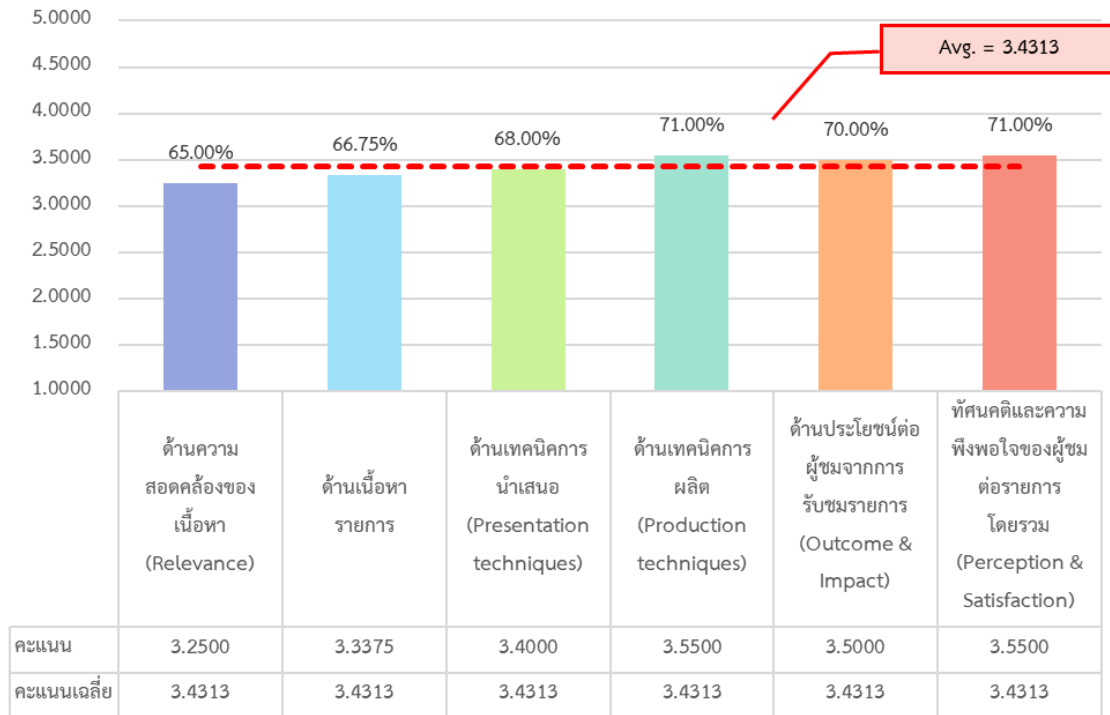


จากตารางที่ 10.16 ผู้ตอบแบบประเมินทั้งหมดอาศัยอยู่ในจังหวัดของภาคเหนือ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00

สรุปผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ

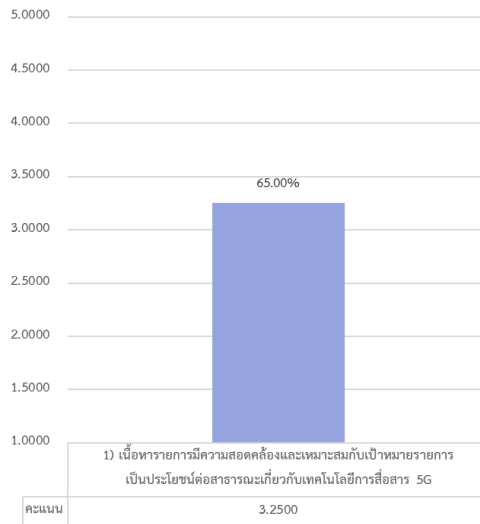
จากการตอบแบบประเมินโดยกลุ่มตัวแทนจากประชาชน จำนวน 20 ราย ในพื้นที่ภาคเหนือ มีระดับคะแนนการประเมินคุณภาพรายการทีวีในด้านต่างๆ โดยเฉลี่ย ที่ระดับ 3.4313 โดยมีระดับคะแนนการประเมินคุณภาพรายการทีวีในแต่ละด้าน ดังนี้

แผนภาพที่ 10.15 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ



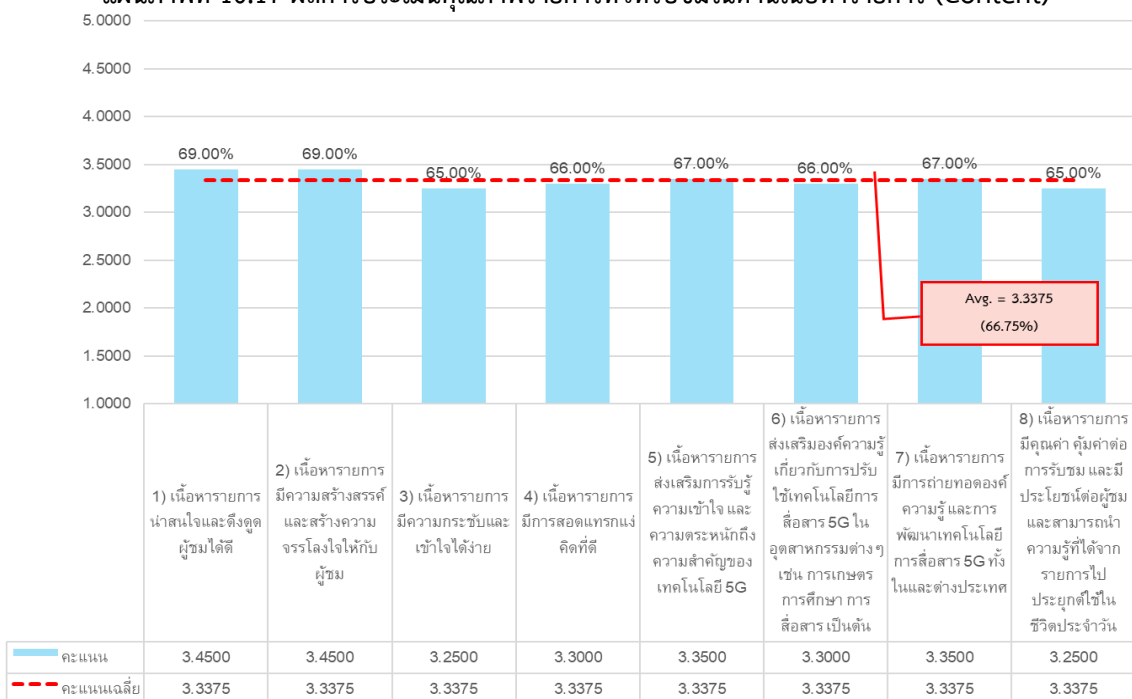
จากแผนภาพที่ 10.15 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ ในภาพรวมอยู่ในระดับพึงพอใจปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques) และทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction) มีผลคะแนนที่มากที่สุดที่ระดับ 3.5500 รองลงมาคือ ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact) มีผลคะแนน 3.5000 ด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques) มีผลคะแนน 3.4000 ด้านเนื้อหารายการ (Content) ที่ระดับคะแนน 3.3375 และด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance) มีคะแนนต่ำสุดที่ระดับ 3.2500 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 10.16 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance)



จากแผนภาพที่ 10.16 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance) อยู่ในระดับพึงพอใจปานกลาง จากประเด็นเนื้อหารายการมีความสอดคล้องและเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการเป็นประโยชน์ต่อสาธารณะเกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสาร 5G ที่ระดับคะแนน 3.2500

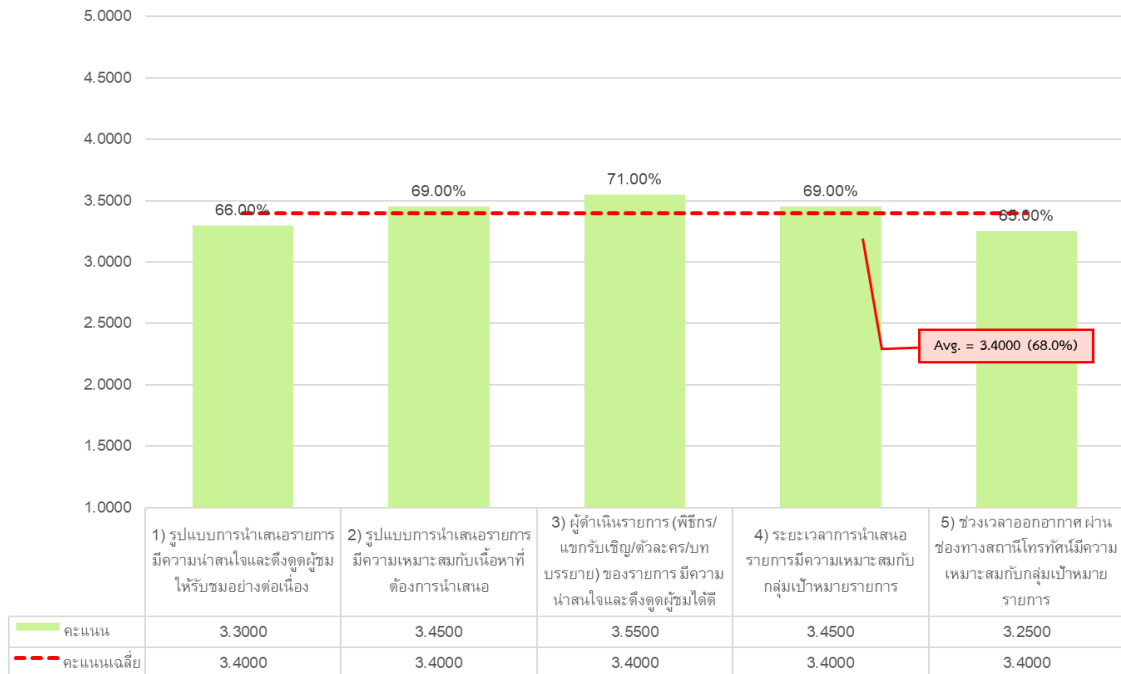
แผนภาพที่ 10.17 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเนื้อหารายการ (Content)



จากแผนภาพที่ 10.17 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเนื้อหารายการ (Content) ในภาพรวมอยู่ในระดับพึงพอใจปานกลาง โดยประเด็นเนื้อหารายการที่น่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี และประเด็นเนื้อหารายการมีความสร้างสรรค์และสร้างความจรรโลงใจให้กับผู้ชม มีคะแนนเท่ากัน และเป็นระดับคะแนนสูงสุดที่ 3.4500 รองลงมาคือ เนื้อหารายการส่งเสริมการรับรู้ความเข้าใจและความตระหนักถึงความสำคัญของเทคโนโลยี 5G และเนื้อหารายการมีการถ่ายทอดองค์ความรู้และการพัฒนาเทคโนโลยีการ

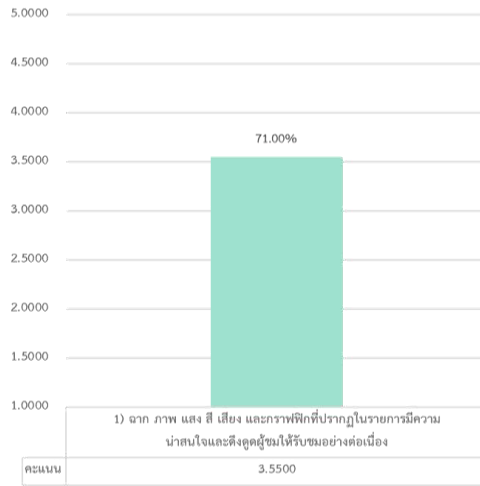
สื่อสาร 5G ทั้งในและต่างประเทศ มีคะแนนเท่ากันที่ระดับคะแนน 3.3500 เนื้อหารายการมีการสอดแทรกแง่คิดที่ดี และเนื้อหารายการส่งเสริมองค์ความรู้เกี่ยวกับการปรับใช้เทคโนโลยีการสื่อสาร 5G ในอุตสาหกรรมต่างๆ เช่น การเกษตร การศึกษา การสื่อสาร เป็นต้น ที่ระดับคะแนน 3.3000 และอีก 2 ประเด็นที่มีคะแนนต่ำสุดที่ระดับ 3.2500 คือประเด็นเนื้อหารายการมีความกระชับและเข้าใจได้ง่าย และประเด็นเนื้อหารายการมีคุณค่า คุ่มค่าต่อการรับชม และมีประโยชน์ต่อผู้ชมและสามารถนำความรู้ที่ได้จากรายการไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน

แผนภาพที่ 10.18 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques)



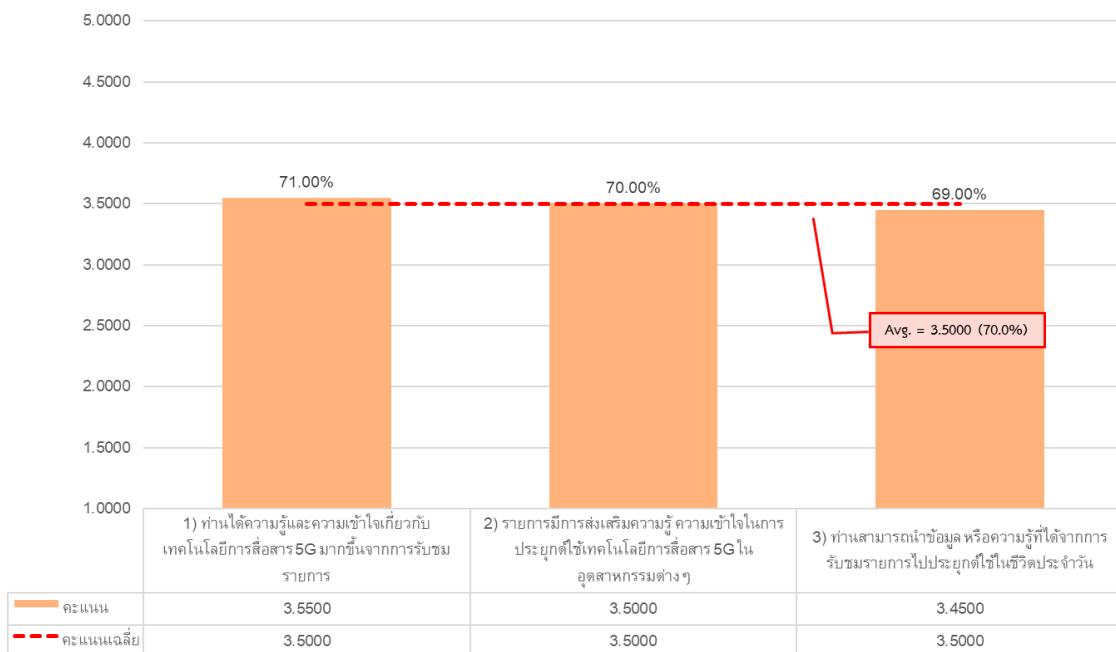
จากแผนภาพที่ 10.18 ผู้ตอบแบบประเมินมีมีระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques) ในภาพรวมอยู่ในระดับพึงพอใจปานกลาง โดยประเด็นผู้ดำเนินรายการ (พิธีกร/แขกรับเชิญ/ตัวละคร/บทบรรยาย) ของรายการ มีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี มีคะแนนสูงสุดที่ 3.5500 รองลงมาคือ ประเด็นรูปแบบการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับเนื้อหาที่ต้องการนำเสนอ และระยะเวลาการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการ มีคะแนนเท่ากันที่ 3.4500 ประเด็นรูปแบบการนำเสนอรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง มีระดับคะแนน 3.3000 และช่วงเวลาออกอากาศ ผ่านช่องทางสถานีโทรทัศน์มีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการ มีคะแนนต่ำสุดที่ระดับคะแนน 3.2500 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 10.19 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques)



จากแผนภาพที่ 10.19 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques) อยู่ในระดับพึงพอใจมาก จากประเด็นฉาก ภาพ แสง สี เสียง และกราฟฟิกที่ปรากฏในรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง ที่ระดับคะแนน 3.5500

แผนภาพที่ 10.20 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact)



จากแผนภาพที่ 10.20 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact) ในภาพรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก โดยประเด็นท่านได้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสาร 5G มากขึ้นจากการรับชมรายการ มีระดับคะแนนสูงสุดที่ 3.5500 รองลงมาคือ รายการมีการส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจในการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีการสื่อสาร 5G ในอุตสาหกรรมต่างๆ มีระดับคะแนนอยู่ที่ 3.5000 และท่านสามารถนำข้อมูล หรือความรู้ที่ได้จากการรับชมรายการไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน ที่ระดับคะแนน 3.4500 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 10.21 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction)



จากแผนภาพที่ 10.21 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction) อยู่ในระดับที่พึงพอใจมาก โดยมีความพึงพอใจต่อรายการโดยรวม ที่ระดับคะแนน 3.6000 และมีทัศนคติที่ดีต่อรายการโดยรวม ที่ระดับคะแนน 3.5000

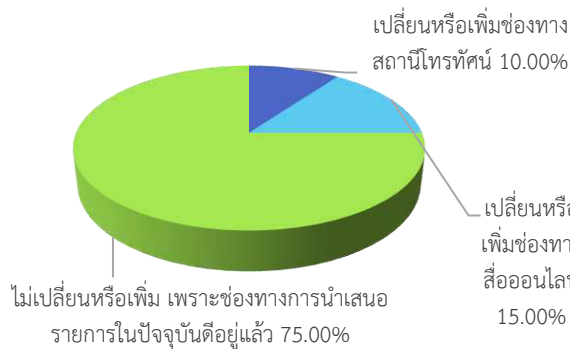
ตารางที่ 10.17 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ

ประเด็นความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ		
	คะแนน	S.D.	แปลผล
1. ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance)	3.2500	0.0000	พึงพอใจปานกลาง
1.1 เนื้อหารายการมีความสอดคล้องและเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการเป็นประโยชน์ต่อสาธารณะเกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสาร 5G	3.2500	1.4824	พึงพอใจปานกลาง
2. ด้านเนื้อหารายการ (Content)	3.3375	0.0713	พึงพอใจปานกลาง
2.1 เนื้อหารายการน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี	3.4500	1.3563	พึงพอใจปานกลาง
2.2 เนื้อหารายการมีความสร้างสรรค์และสร้างความจรรโลงใจให้กับผู้ชม	3.4500	1.4318	พึงพอใจปานกลาง
2.3 เนื้อหารายการมีความกระชับและเข้าใจได้ง่าย	3.2500	1.3328	พึงพอใจปานกลาง
2.4 เนื้อหารายการมีการสอดแทรกแง่คิดที่ดี	3.3000	1.3416	พึงพอใจปานกลาง
2.5 เนื้อหารายการส่งเสริมการรับรู้ความเข้าใจและความตระหนักถึงความสำคัญของเทคโนโลยี 5G	3.3500	1.4609	พึงพอใจปานกลาง
2.6 เนื้อหารายการส่งเสริมองค์ความรู้เกี่ยวกับการปรับใช้เทคโนโลยีการสื่อสาร 5G ในอุตสาหกรรมต่างๆ เช่น การเกษตร การศึกษา การสื่อสาร เป็นต้น	3.3000	1.4903	พึงพอใจปานกลาง
2.7 เนื้อหารายการมีการถ่ายทอดองค์ความรู้และการพัฒนาเทคโนโลยีการสื่อสาร 5G ทั้งในและต่างประเทศ	3.3500	1.4609	พึงพอใจปานกลาง
2.8 เนื้อหารายการมีคุณค่า คุ่มค่าต่อการรับชม และมีประโยชน์ต่อผู้ชมและสามารถนำความรู้ที่ได้จากรายการไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน	3.2500	1.5174	พึงพอใจปานกลาง
3. ด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques)	3.4000	0.1137	พึงพอใจปานกลาง
3.1 รูปแบบการนำเสนอรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง	3.3000	1.1743	พึงพอใจปานกลาง
3.2 รูปแบบการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับเนื้อหาที่ต้องการนำเสนอ	3.4500	1.2763	พึงพอใจปานกลาง

ประเด็นความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ		
	คะแนน	S.D.	แปลผล
3.3 ผู้ดำเนินรายการ (พิธีกร/แขกรับเชิญ/ตัวละคร/บทบรรยาย) ของรายการ มีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี	3.5500	1.3563	พึงพอใจมาก
3.4 ระยะเวลาการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการ	3.4500	1.3563	พึงพอใจปานกลาง
3.5 ช่วงเวลาออกอากาศ ผ่านช่องทางสถานีโทรทัศน์มีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการ	3.2500	1.4824	พึงพอใจปานกลาง
4. ด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques)	3.5500	0.0000	พึงพอใจมาก
4.1 ฉาก ภาพ แสง สี เสียง และกราฟิกที่ปรากฏในรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง	3.5500	1.5035	พึงพอใจมาก
5. ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact)	3.5000	0.0968	พึงพอใจมาก
5.1 ท่านได้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสาร 5G มากขึ้นจากการรับชมรายการ	3.5500	1.1910	พึงพอใจมาก
5.2 รายการมีการส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจในการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีการสื่อสาร 5G ในอุตสาหกรรมต่างๆ	3.5000	1.2354	พึงพอใจมาก
5.3 ท่านสามารถนำข้อมูล หรือความรู้ที่ได้จากการรับชมรายการไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน	3.4500	1.0501	พึงพอใจปานกลาง
6. ทศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction)	3.5500	0.0031	พึงพอใจมาก
6.1 ท่านมีทัศนคติที่ดีต่อรายการโดยรวม	3.5000	1.1921	พึงพอใจมาก
6.2 ท่านมีความพึงพอใจต่อรายการโดยรวม	3.6000	1.1877	พึงพอใจมาก
ภาพรวม	3.4313	0.0475	พึงพอใจมาก

สรุปข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

ตารางที่ 10.18 จำนวนและร้อยละข้อแนะนำในการพัฒนาช่องทางการนำเสนอรายการ



ข้อแนะนำในการพัฒนา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เปลี่ยนหรือเพิ่มช่องทางสถานีโทรทัศน์	2	10.00
เปลี่ยนหรือเพิ่มช่องทางสื่อออนไลน์	3	15.00
ไม่เปลี่ยนหรือเพิ่ม เพราะช่องทางการนำเสนอรายการในปัจจุบันดีอยู่แล้ว	15	75.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 10.18 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่มีข้อแนะนำ ไม่เปลี่ยนหรือเพิ่มเพราะช่องทางการนำเสนอรายการในปัจจุบันดีอยู่แล้ว จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 75.00 รองลงมาคือ เปลี่ยนหรือเพิ่มช่องทางสื่อออนไลน์ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 และเปลี่ยนหรือเพิ่มช่องทางสถานีโทรทัศน์ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 ตามลำดับ

สรุปประเด็นข้อแนะนำเพื่อปรับปรุงหรือพัฒนารายการ

จากผลการสำรวจ พบว่า ในภาพรวมกลุ่มเป้าหมายรายการในภาคเหนือมีระดับความพึงพอใจต่อโครงการส่งเสริมการผลิตและออกอากาศเนื้อหารายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ ในระดับดี-ดีมาก โดยมีคะแนนความพึงพอใจที่ 3.6000 คะแนน ซึ่งมีคะแนนสูงกว่าคะแนนทัศนคติที่ดี/ความคาดหวัง ซึ่งมีคะแนนอยู่ที่ 3.5000 คะแนน ทั้งนี้ จากการสัมภาษณ์เชิงลึกเพิ่มเติม กลุ่มเป้าหมายมีข้อเสนอแนะในการพัฒนารายการเพิ่มเติม ดังนี้

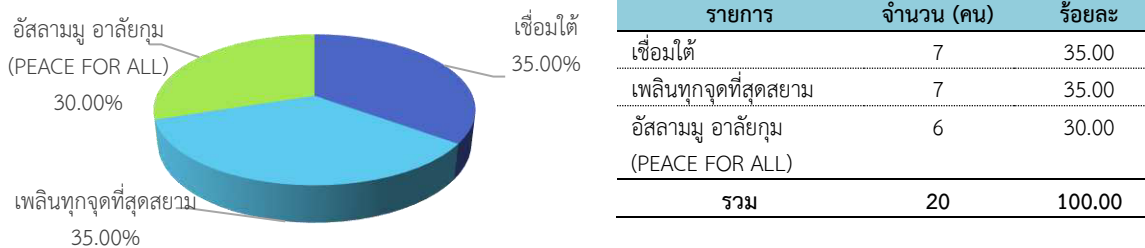
- 1) ควรประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนเข้าใจระบบ 5g อย่างสมบูรณ์แบบ ทุกช่องทาง
- 2) อยากให้ระบบ 5g มีครอบคลุมทุกจังหวัด
- 3) อยากให้มีการพัฒนาระบบที่สามารถใช้งานได้ทุกกลุ่ม และองค์กรขนาดเล็ก
- 4) อยากให้มีการขยายระบบการดูแลผู้ป่วยสูงอายุ ในทุกจังหวัดโดยเฉพาะเชียงใหม่
- 5) อยากให้คนในจังหวัดเชียงใหม่ได้ติดตั้งระบบ เพราะเชียงใหม่เป็นจังหวัดที่ใหญ่และเป็นแหล่งท่องเที่ยวของประเทศและเป็นเมืองใหญ่ นักท่องเที่ยวก็เข้ามาท่องเที่ยวมาก และได้มีความปลอดภัยของคนที่มาเที่ยวในเชียงใหม่
- 6) อัจฉริยะบ้านฉางให้ความรู้ ความรวดเร็วการติดต่อสื่อสารได้รวดเร็วทันเหตุการณ์ทันต่อความช่วยเหลือง่ายต่อการช่วยเหลือ
- 7) ความแม่นยำหาจุดช่วยเหลือได้อย่างแม่นยำรวดเร็ว
- 8) อยากให้โทรศัพท์รุ่นเก่าๆ มีการปรับระบบให้รองรับกับ 5g ได้
- 9) ควรอธิบายให้ได้ชัดเจนกว่านี้จะดีมาก เนื่องจากผู้รับฟังจะไม่เหมือนกัน มีหลากหลายกลุ่มอาชีพ
- 10) อยากให้เพิ่มเนื้อหาความรู้มากขึ้น
- 11) เรื่องที่ 2 ควรอธิบายถึงตัวกดสัญญาณว่าใช้ระบบสัญญาณ 5g ผ่านทางซิมโทรศัพท์หรือผ่านทางระบบใดหรือไม่อย่างไร เพราะรายการไม่ได้ระบุไว้
- 11) เรื่องที่ 3 การใช้โดรนเพื่อปฏิบัติงานควรอธิบายว่าใช้ซิม 5g หรือคลื่นแบบใด หรือเช่าระบบสัญญาณของเครือข่ายใดหรือไม่อย่างไร
- 12) เรื่องที่ 4 แสดงให้เห็นถึงความอัจฉริยะของ AI ในการตัดสุทออนไลน์ แต่น่าจะอธิบายว่า 5g มีความเร็วขนาดไหน ทำให้ส่งข้อมูลไปร้านตัดเสื้อผ้า suit cube ได้ และชอบการขนส่งยาในโรงพยาบาลศิริราช โดยใช้เทคโนโลยี 5 g ทำให้เห็นถึงความสำคัญอย่างชัดเจน

10.3.1.3 โครงการผลิตสารคดีเพื่อส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนใต้

มีผู้ตอบแบบสอบถามโดยกลุ่มตัวแทนจากประชาชน จำนวน 20 ราย ประกอบด้วยข้อมูล ดังนี้

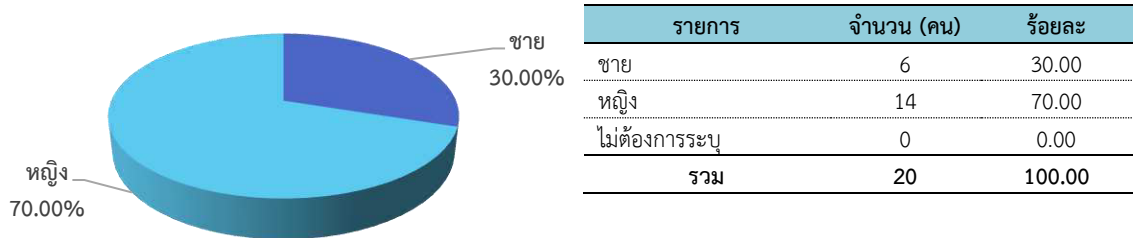
ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบประเมิน

ตารางที่ 10.19 จำนวนและร้อยละของรายการ



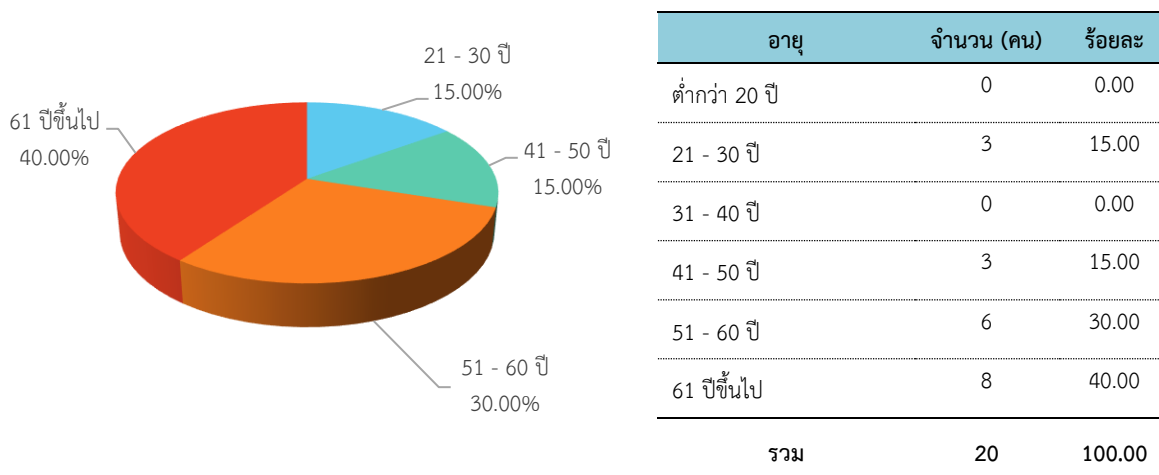
จากตารางที่ 10.19 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่รับชมคลิปวิดีโอของรายการทีวีรายการเชื่อมได้ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 35.00 รายการเพลินทุกจุดที่ สุดสยาม จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 35.00 รองลงมาคือรายการอิสลามมู อาลัยกุ่ม (PEACE FOR ALL) จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 10.20 จำนวนและร้อยละของเพศ



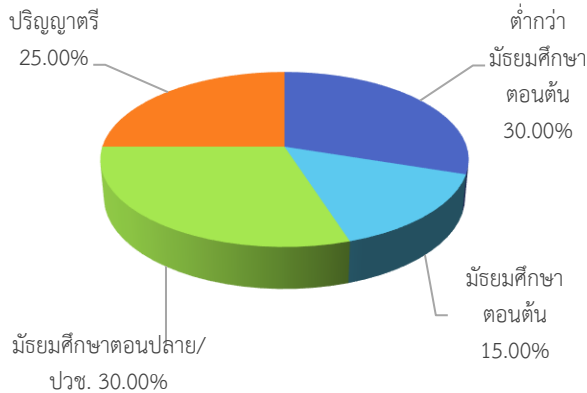
จากตารางที่ 10.20 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 70.00 รองลงมาคือ เพศชาย จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 10.21 จำนวนและร้อยละของอายุ



จากตารางที่ 10.21 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่อายุ 61 ปีขึ้นไป จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 รองลงมาคือ อายุ 51 - 60 ปี จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 อายุ 21 - 30 ปี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 และอายุ 41 - 50 ปี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 ตามลำดับ

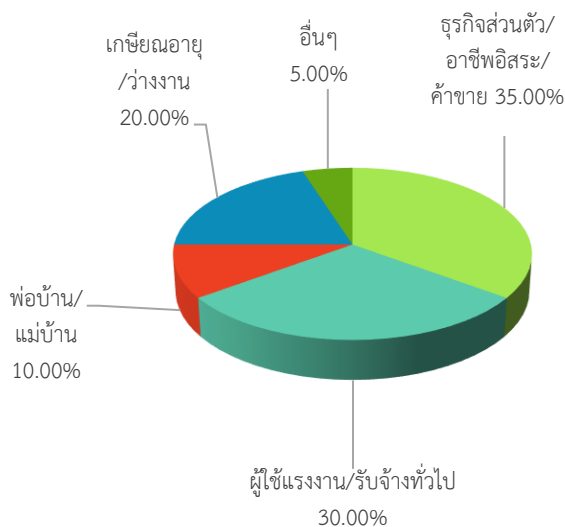
ตารางที่ 10.22 จำนวนและร้อยละของการศึกษา



การศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	6	30.00
มัธยมศึกษาตอนต้น	3	15.00
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	6	30.00
ปวส./อนุปริญญา	0	0.00
ปริญญาตรี	5	25.00
สูงกว่าปริญญาตรี	0	0.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 10.22 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 รองลงมาคือ ปริญญาตรี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 และมัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 10.23 จำนวนและร้อยละของอาชีพ



อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	0	0.00
พนักงานบริษัทเอกชน	0	0.00
ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย	7	35.00
ผู้ใช้แรงงาน/รับจ้างทั่วไป	6	30.00
เกษตรกร/ชาวประมง	0	0.00
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	2	10.00
นักเรียน/นักศึกษา	0	0.00
เกษียณอายุ/ว่างงาน	4	20.00
อื่นๆ	1	5.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 10.23 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 35.00 รองลงมาคือ ผู้ใช้แรงงาน/รับจ้างทั่วไป จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 เกษียณอายุ/ว่างงาน จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 พ่อบ้าน/แม่บ้าน จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 และอื่นๆ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 10.24 จำนวนและร้อยละของจังหวัดที่ท่านอาศัยอยู่ในปัจจุบัน



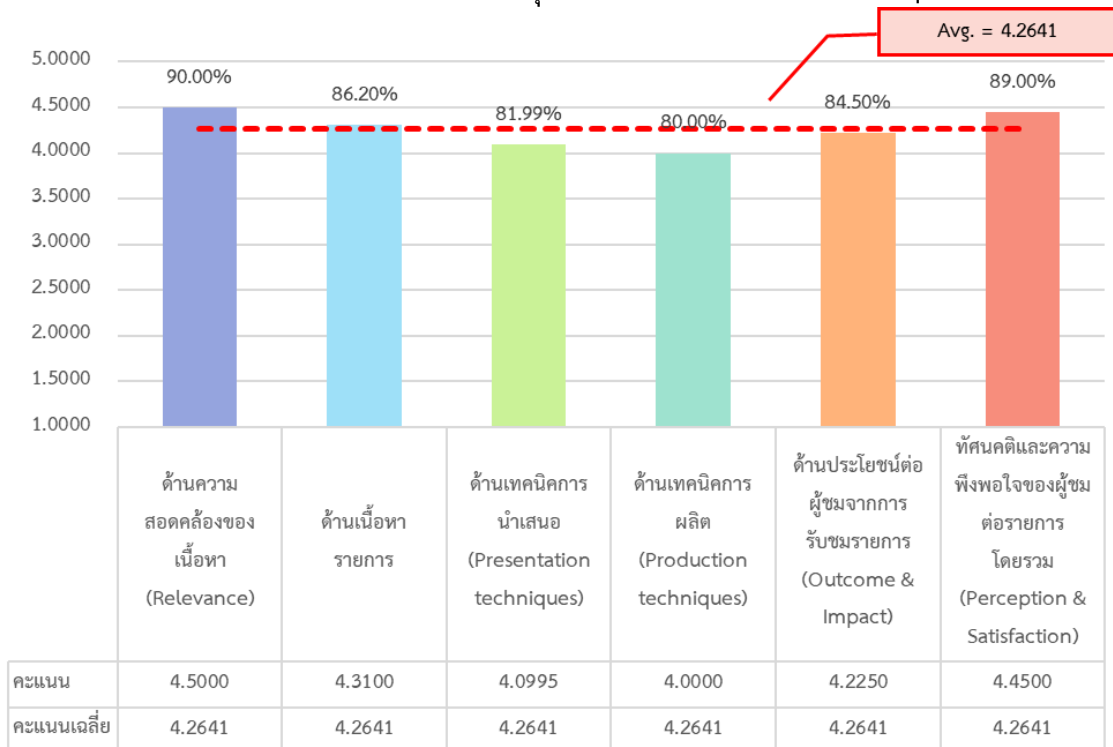
จังหวัดที่อาศัยอยู่ในปัจจุบัน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ภาคเหนือ	20	0.00
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	0	100.00
กรุงเทพฯ และปริมณฑล	0	0.00
ภาคกลาง	0	0.00
ภาคใต้	0	0.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 10.24 ผู้ตอบแบบประเมินทั้งหมดอาศัยอยู่ในจังหวัดของภาคเหนือ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00

สรุปผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ

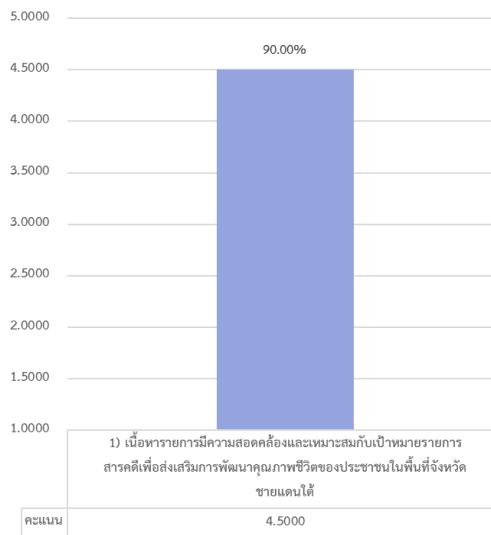
จากการตอบแบบประเมินโดยกลุ่มตัวแทนจากประชาชน จำนวน 20 ราย ในพื้นที่ภาคเหนือ มีระดับคะแนนการประเมินคุณภาพรายการทีวีในด้านต่างๆ โดยเฉลี่ย ที่ระดับ 4.2641 โดยมีระดับคะแนนการประเมินคุณภาพรายการทีวีในแต่ละด้าน ดังนี้

แผนภาพที่ 10.22 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ



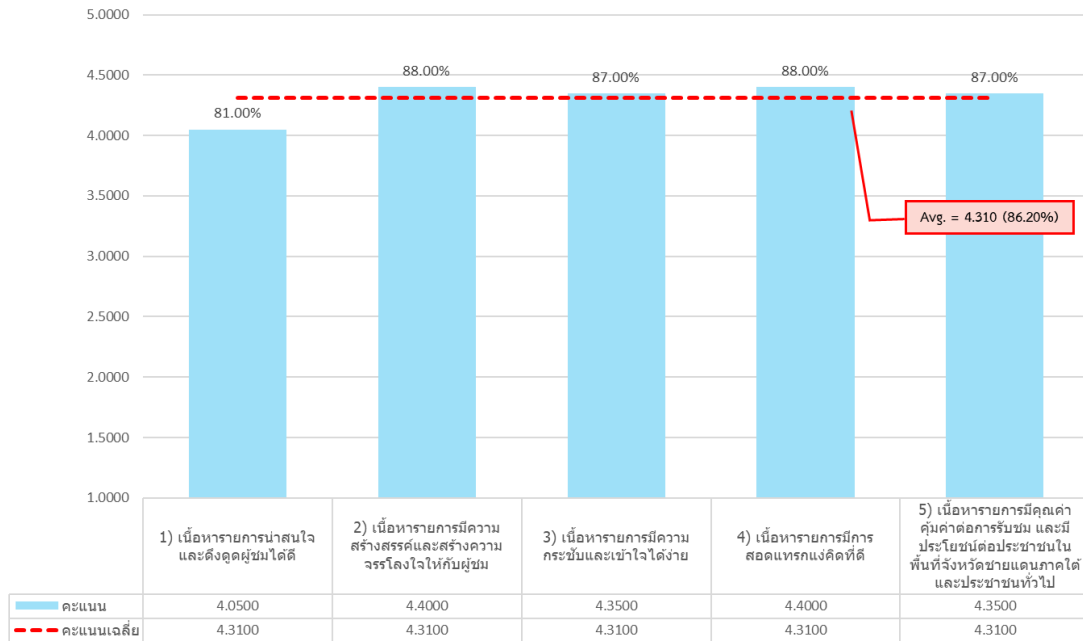
จากแผนภาพที่ 10.22 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ ในภาพรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีความเชื่อมั่นระดับมากในทุกด้าน โดยเรียงลำดับจากมากที่สุดคือ ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance) มีคะแนนที่ระดับ 4.5000 รองลงมาคือ ทักษะคิดและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction) มีผลคะแนนที่ระดับ 4.4500 ด้านเนื้อหารายการ (Content) มีผลคะแนน 4.3100 ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact) มีระดับคะแนน 4.2250 ด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques) มีผลคะแนน 4.0995 ด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques) มีผลคะแนนต่ำสุดที่ระดับ 4.0000 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 10.23 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance)



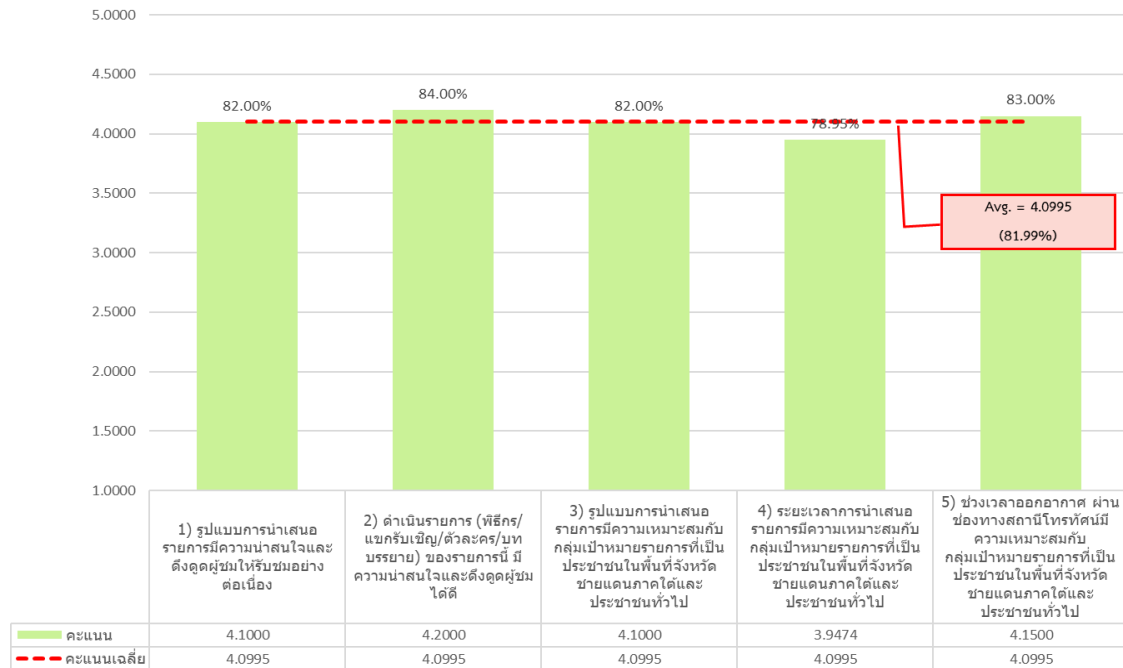
จากแผนภาพที่ 10.23 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance) อยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด จากประเด็นเนื้อหารายการมีความสอดคล้องและเหมาะสมกับเป้าหมายรายการสารคดีเพื่อส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ ที่ระดับคะแนน 4.5000

แผนภาพที่ 10.24 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเนื้อหารายการ (Content)



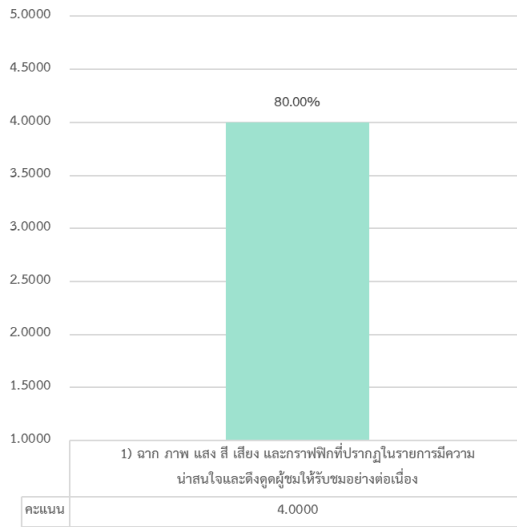
จากแผนภาพที่ 10.24 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเนื้อหารายการ (Content) ในภาพรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก โดยประเด็นเนื้อหารายการมีความสร้างสรรค์และสร้างความจรรโลงใจให้กับผู้ชม และประเด็นเนื้อหารายการมีการสอดแทรกแง่คิดที่ดี มีระดับคะแนนเท่ากันที่ 4,400 ประเด็นเนื้อหารายการมีความกระชับและเข้าใจได้ง่าย และประเด็นเนื้อหารายการมีคุณค่าคุ้มค่าต่อการรับชม และมีประโยชน์ต่อประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้และประชาชนทั่วไป มีระดับคะแนนเท่ากันที่ 4,350 และเนื้อหาที่น่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี มีคะแนนต่ำสุดที่ระดับคะแนน 4,050 ตามลำดับ

**แผนภาพที่ 10.25 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการนำเสนอ
(Presentation techniques)**



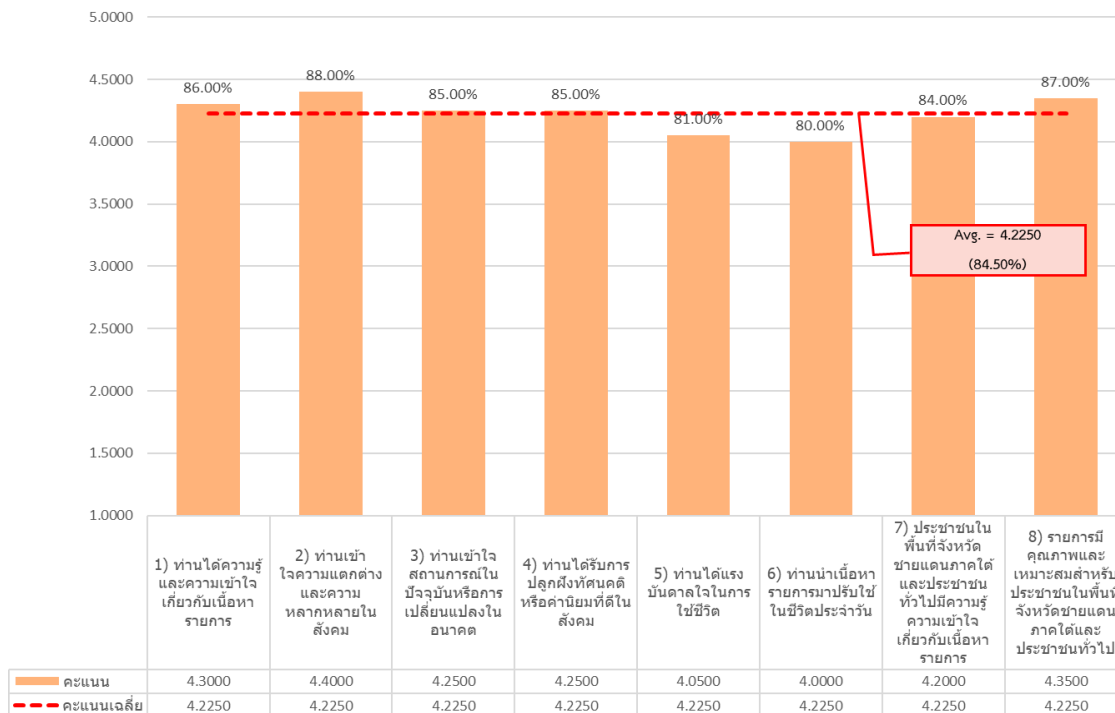
จากแผนภาพที่ 10.25 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques) ในภาพรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก โดยประเด็นผู้ดำเนินรายการ (พิธีกร/แขกรับเชิญ/ตัวละคร/บทบรรยาย) ของรายการนี้ มีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี มีคะแนนสูงสุดที่ระดับคะแนน 4.2000 รองลงมาคือ ประเด็นช่วงเวลาออกอากาศผ่านช่องทางสถานีโทรทัศน์มีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้และประชาชนทั่วไป ที่ระดับคะแนน 4.1500 รูปแบบการนำเสนอรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง และประเด็นรูปแบบการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้และประชาชนทั่วไป มีคะแนนเท่ากับที่ 4.1000 และระยะเวลาการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้และประชาชนทั่วไป มีระดับคะแนนต่ำที่สุดที่ 3.9474 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 10.26 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques)



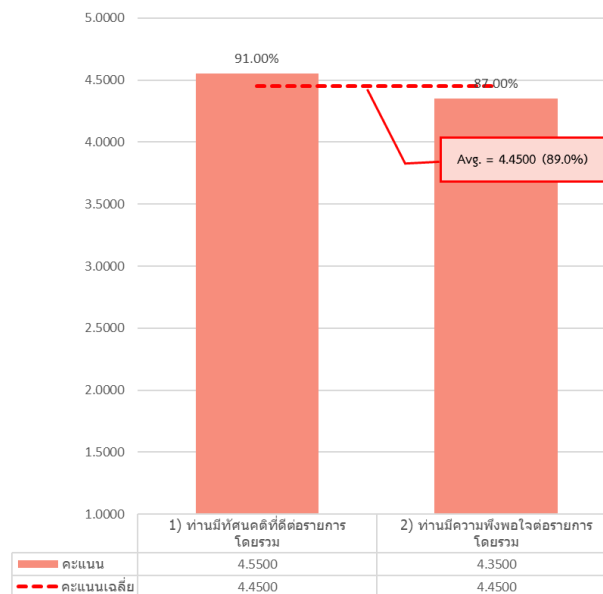
จากแผนภาพที่ 10.26 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques) อยู่ในระดับพึงพอใจมาก จากประเด็นฉาก ภาพ แสง สี เสียง และกราฟฟิกที่ปรากฏในรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง ที่ระดับคะแนน 4.0000

แผนภาพที่ 10.27 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact)



จากแผนภาพที่ 10.27 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชม ในด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact) ในภาพรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก โดยประเด็นท่านเข้าใจความแตกต่างและความหลากหลายในสังคม มีระดับคะแนนสูงสุดที่ระดับคะแนน 4.4000 รองลงมาคือ รายการมีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้และประชาชนทั่วไป มีระดับคะแนน 4.3500 ประเด็นท่านได้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ มีระดับคะแนน 4.3000 ท่านเข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต และท่านได้รับการปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม มีระดับคะแนนเท่ากันที่ 4.2500 ประเด็นประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้และประชาชนทั่วไป มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ มีระดับคะแนน 4.2000 ประเด็นท่านได้แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต มีระดับคะแนน 4.0500 และประเด็นท่านนำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน มีระดับคะแนนต่ำสุดที่ 4.0000 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 10.28 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction)



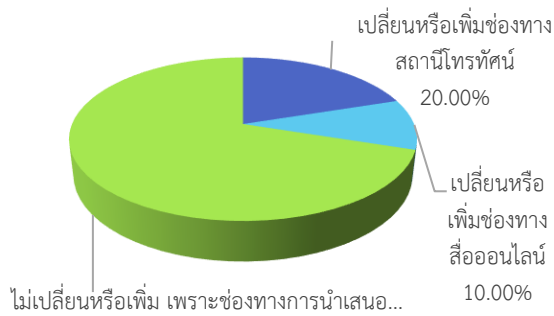
จากแผนภาพที่ 10.28 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชม ในด้านทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction) อยู่ในระดับพึงพอใจมาก โดยมีทัศนคติที่ดีต่อรายการโดยรวม ที่ระดับคะแนน 4.5500 และมีความพึงพอใจต่อรายการโดยรวม ที่ระดับคะแนน 4.3500

ตารางที่ 10.25 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ

ประเด็นความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ		
	คะแนน	S.D.	แปลผล
1. ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance)	4.5000	0.6882	พึงพอใจมากที่สุด
1.1 เนื้อหารายการมีความสอดคล้องและเหมาะสมกับเป้าหมายรายการสารคดีเพื่อส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้	4.5000	0.6882	พึงพอใจมากที่สุด
2. ด้านเนื้อหารายการ (Content)	4.3100	0.1139	พึงพอใจมาก
2.1 เนื้อหารายการน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี	4.0500	0.8870	พึงพอใจมาก
2.2 เนื้อหารายการมีความสร้างสรรค์และสร้างความจรรโลงใจให้กับผู้ชม	4.4000	0.7539	พึงพอใจมาก
2.3 เนื้อหารายการมีความกระชับและเข้าใจได้ง่าย	4.3500	0.6708	พึงพอใจมาก
2.4 เนื้อหารายการมีการสอดแทรกแง่คิดที่ดี	4.4000	0.5982	พึงพอใจมาก
2.5 เนื้อหารายการมีคุณค่า คุ่มค่าต่อการรับชม และมีประโยชน์ต่อประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้และประชาชนทั่วไป	4.3500	0.8127	พึงพอใจมาก
3. ด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques)	4.0995	0.0595	พึงพอใจมาก
3.1 รูปแบบการนำเสนอรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง	4.1000	0.6407	พึงพอใจมาก
3.2 ผู้ดำเนินรายการ (พิธีกร/แขกรับเชิญ/ตัวละคร/บทบรรยาย) ของรายการนี้ มีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี	4.2000	0.6156	พึงพอใจมาก
3.3 รูปแบบการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้และประชาชนทั่วไป	4.1000	0.7182	พึงพอใจมาก
3.4 ระยะเวลาการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้และประชาชนทั่วไป	3.9474	0.6213	พึงพอใจมาก
3.5 ช่วงเวลาออกอากาศ ผ่านช่องทางสถานีโทรทัศน์มีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้และประชาชนทั่วไป	4.1500	0.7452	พึงพอใจมาก
4. ด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques)	4.0000	0.7947	พึงพอใจมาก
4.1 ฉาก ภาพ แสง สี เสียง และกราฟฟิกที่ปรากฏในรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง	4.0000	0.7947	พึงพอใจมาก
5. ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact)	4.2250	0.0921	พึงพอใจมาก
5.1 ท่านได้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	4.3000	0.6569	พึงพอใจมาก
5.2 ท่านเข้าใจความแตกต่างและความหลากหลายในสังคม	4.4000	0.6806	พึงพอใจมาก
5.3 ท่านเข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต	4.2500	0.5501	พึงพอใจมาก
5.4 ท่านได้รับการปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม	4.2500	0.5501	พึงพอใจมาก
5.5 ท่านได้แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต	4.0500	0.5104	พึงพอใจมาก
5.6 ท่านนำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน	4.0000	0.7947	พึงพอใจมาก
5.7 ประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้และประชาชนทั่วไปมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	4.2000	0.6156	พึงพอใจมาก
5.8 รายการมีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้และประชาชนทั่วไป	4.3500	0.6708	พึงพอใจมาก
6. ทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction)	4.4500	0.1414	พึงพอใจมาก
6.1 ท่านมีทัศนคติที่ดีต่อรายการโดยรวม	4.5500	0.1414	พึงพอใจมากที่สุด
6.2 ท่านมีความพึงพอใจต่อรายการโดยรวม	4.3500	0.1414	พึงพอใจมาก
ภาพรวม	4.2641	0.3150	พึงพอใจมาก

สรุปข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

ตารางที่ 10.26 จำนวนและร้อยละข้อแนะนำในการพัฒนาช่องทางการนำเสนอรายการ



ข้อแนะนำในการพัฒนา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เปลี่ยนหรือเพิ่มช่องทางสถานีโทรทัศน์	4	20.00
เปลี่ยนหรือเพิ่มช่องทางสื่อออนไลน์	2	10.00
ไม่เปลี่ยนหรือเพิ่ม เพราะช่องทางการนำเสนอรายการในปัจจุบันดีอยู่แล้ว	14	70.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 10.26 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่มีข้อแนะนำในการพัฒนาช่องทางการนำเสนอไม่เปลี่ยนหรือเพิ่มเพราะช่องทางการนำเสนอรายการในปัจจุบันดีอยู่แล้ว จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 70.00 รองลงมาคือ เปลี่ยนหรือเพิ่มช่องทางสถานีโทรทัศน์ (ช่องทีวีหลักทุกช่อง) จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 และเปลี่ยนหรือเพิ่มช่องทางสื่อออนไลน์ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 ตามลำดับ

สรุปประเด็นข้อแนะนำเพื่อปรับปรุงหรือพัฒนารายการ

จากผลการสำรวจ พบว่า ในภาพรวมกลุ่มเป้าหมายรายการในภาคเหนือมีระดับความพึงพอใจต่อโครงการผลิตรายการดีเพื่อส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่ จังหวัดชายแดนใต้ ในระดับดี-ดีมาก โดยมีคะแนนความพึงพอใจที่ 4.3500 คะแนน ซึ่งมีค่าต่ำกว่าคะแนนทัศนคติที่ดี/ความคาดหวัง ซึ่งมีคะแนน 4.5500 ทั้งนี้ จากการสัมภาษณ์เชิงลึกเพิ่มเติม กลุ่มเป้าหมายมีข้อเสนอแนะในการพัฒนารายการเพิ่มเติม ดังนี้

- 1) อยากให้ระบุชื่อคนออกรายการในวิดีโอมากขึ้น
- 2) ควรแนะนำในการเดินทางท่องเที่ยวต่อเนื่องเข้าไปชมสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ และที่พักรวมทั้งให้ความรู้วิถีชีวิตในชุมชน สื่อสารให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสถึงสถานที่ท่องเที่ยวของชุมชนภาคใต้
- 3) อยากให้เพิ่มระยะเวลาของรายการมากขึ้นกว่านี้เพราะมีประโยชน์

10.3.1.4 โครงการรณรงค์สร้างความรู้เพื่อยับยั้งและรู้เท่าทันข่าวปลอม (Stop Fake News)

มีผู้ตอบแบบสอบถามโดยกลุ่มตัวแทนจากประชาชน จำนวน 20 ราย ประกอบด้วยข้อมูล ดังนี้

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบประเมิน

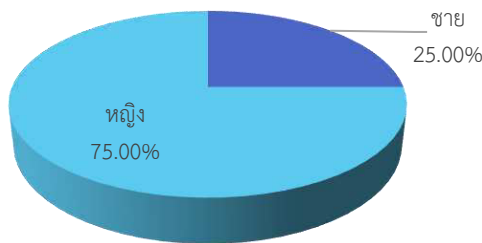
ตารางที่ 10.27 จำนวนและร้อยละของรายการ



ชื่อรายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
Stop Fake Spread Fact	20	100.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 10.27 ผู้ตอบแบบประเมินทั้งหมดรับชมคลิปวิดีโอของรายการทีวี รายการ Stop Fake Spread Fact จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00

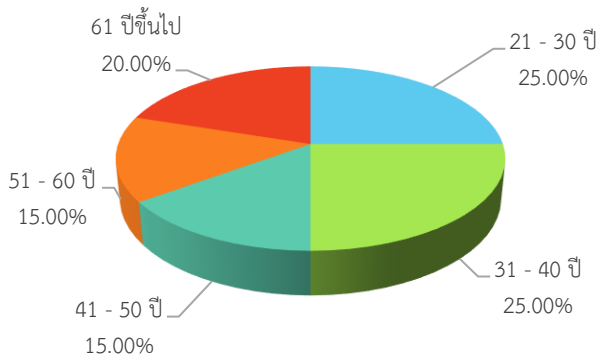
ตารางที่ 10.28 จำนวนและร้อยละของเพศ



เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	5	25.00
หญิง	15	75.00
ไม่ต้องการระบุ	0	0.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 10.28 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 75.00 รองลงมาคือเพศชาย จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 ตามลำดับ

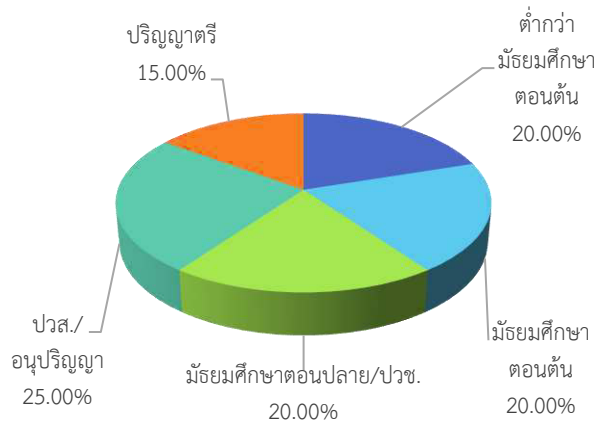
ตารางที่ 10.29 จำนวนและร้อยละของอายุ



อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	0	0.00
21 - 30 ปี	5	25.00
31 - 40 ปี	5	25.00
41 - 50 ปี	3	15.00
51 - 60 ปี	3	15.00
61 ปีขึ้นไป	4	20.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 10.29 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่อายุ 21 – 30 ปี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 อายุ 31 – 40 ปี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 รองลงมาคือ อายุ 61 ปีขึ้นไป จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 อายุ 41 – 50 ปี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 และอายุ 51 – 60 ปี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 ตามลำดับ

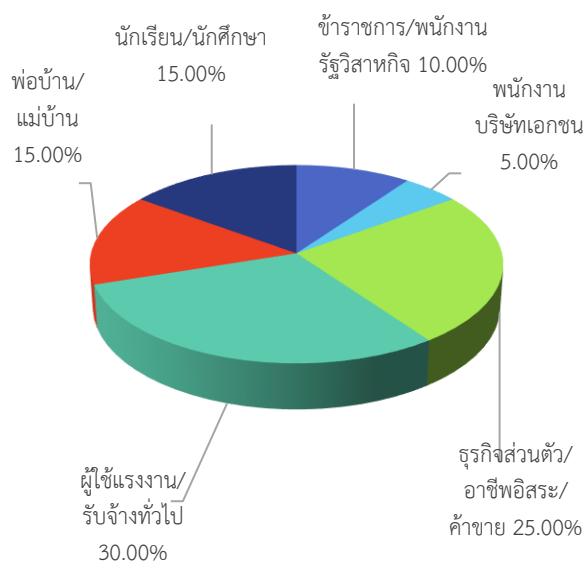
ตารางที่ 10.30 จำนวนและร้อยละของการศึกษา



การศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	4	20.00
มัธยมศึกษาตอนต้น	4	20.00
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	4	20.00
ปวส./อนุปริญญา	5	25.00
ปริญญาตรี	3	15.00
สูงกว่าปริญญาตรี	0	0.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 10.30 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในระดับ ปวส./อนุปริญญา จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 รองลงมาคือต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 มัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 และปริญญาตรี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 10.31 จำนวนและร้อยละของอาชีพ



อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	2	10.00
พนักงานบริษัทเอกชน	1	5.00
ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย	5	25.00
ผู้ใช้แรงงาน/รับจ้างทั่วไป	6	30.00
เกษียณอายุ/ว่างงาน	0	0.00
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	3	15.00
นักเรียน/นักศึกษา	3	15.00
เกษียณอายุ/ว่างงาน	0	0.00
อื่นๆ	0	0.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 10.31 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่ประกอบอาชีพผู้ใช้แรงงาน/รับจ้างทั่วไป จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 รองลงมาคือ ชุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 พ่อบ้าน/แม่บ้าน จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 และพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 10.32 จำนวนและร้อยละของจังหวัดที่ท่านอาศัยอยู่ในปัจจุบัน



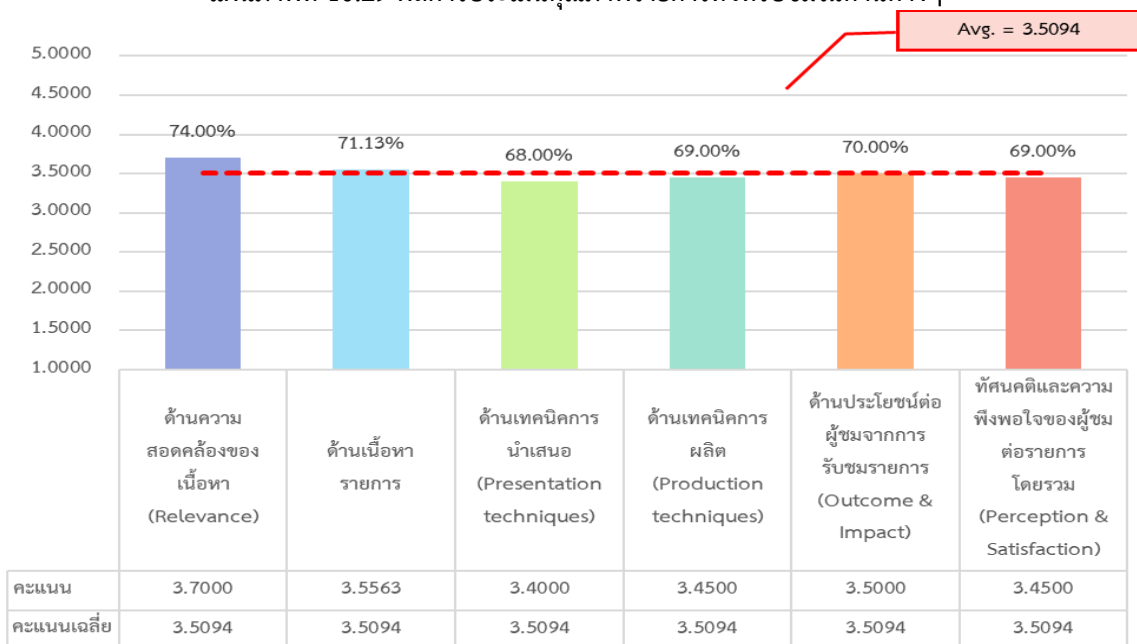
จังหวัดที่อาศัยอยู่ในปัจจุบัน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ภาคเหนือ	20	100.00
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	0	0.00
กรุงเทพฯ และปริมณฑล	0	0.00
ภาคกลาง	0	0.00
ภาคใต้	0	0.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 10.32 ผู้ตอบแบบประเมินทั้งหมดอาศัยอยู่ในจังหวัดของภาคเหนือ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00

สรุปผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ

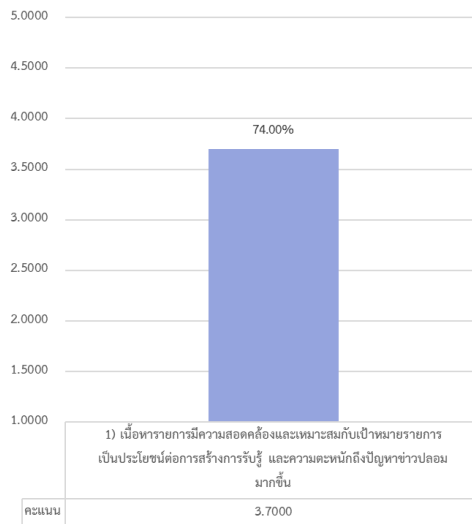
จากการตอบแบบประเมินโดยกลุ่มตัวแทนจากประชาชน จำนวน 20 ราย ในพื้นที่ภาคเหนือ มีระดับคะแนนการประเมินคุณภาพรายการทีวีในด้านต่างๆ โดยเฉลี่ย ที่ระดับ 3.5094 โดยมีระดับคะแนนการประเมินคุณภาพรายการทีวีในแต่ละด้าน ดังนี้

แผนภาพที่ 10.29 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ



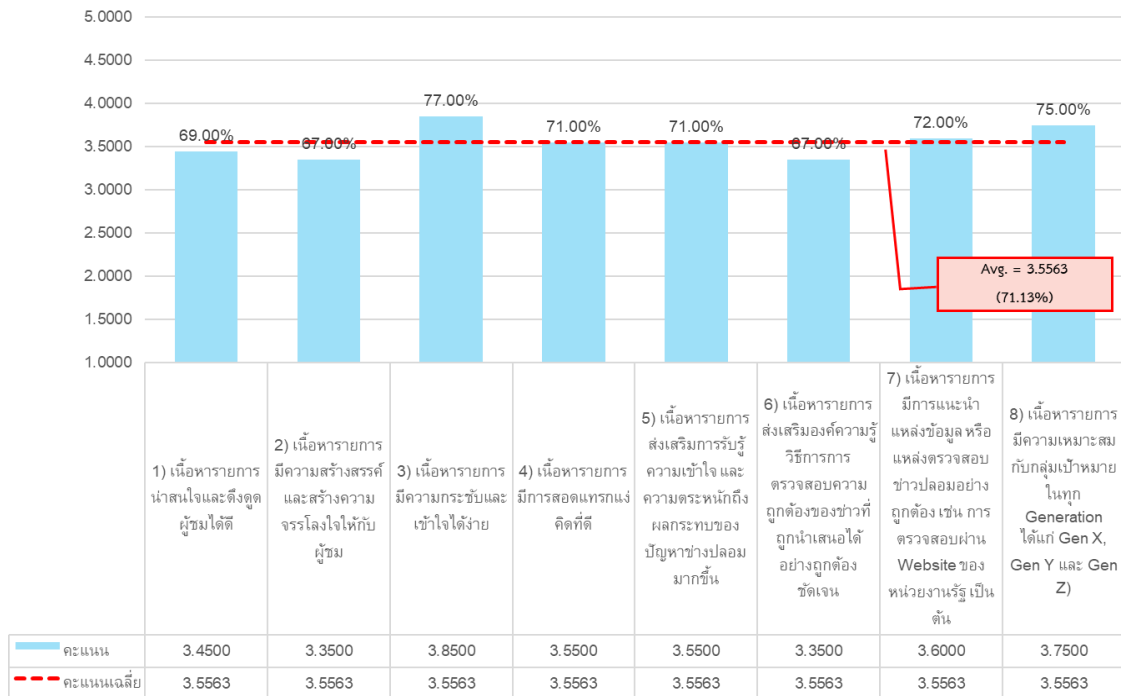
จากแผนภาพที่ 10.29 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ ในภาพรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก เรียงลำดับจากมากที่สุดคือ ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance) มีระดับคะแนน 3.7000 ด้านเนื้อหารายการ (Content) มีระดับคะแนน 3.5563 ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact) มีระดับคะแนน 3.5000 ด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques) และทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction) มีผลคะแนนเท่ากันที่ 3.4500 ด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques) มีคะแนนต่ำที่สุดที่ 3.4000 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 10.30 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance)



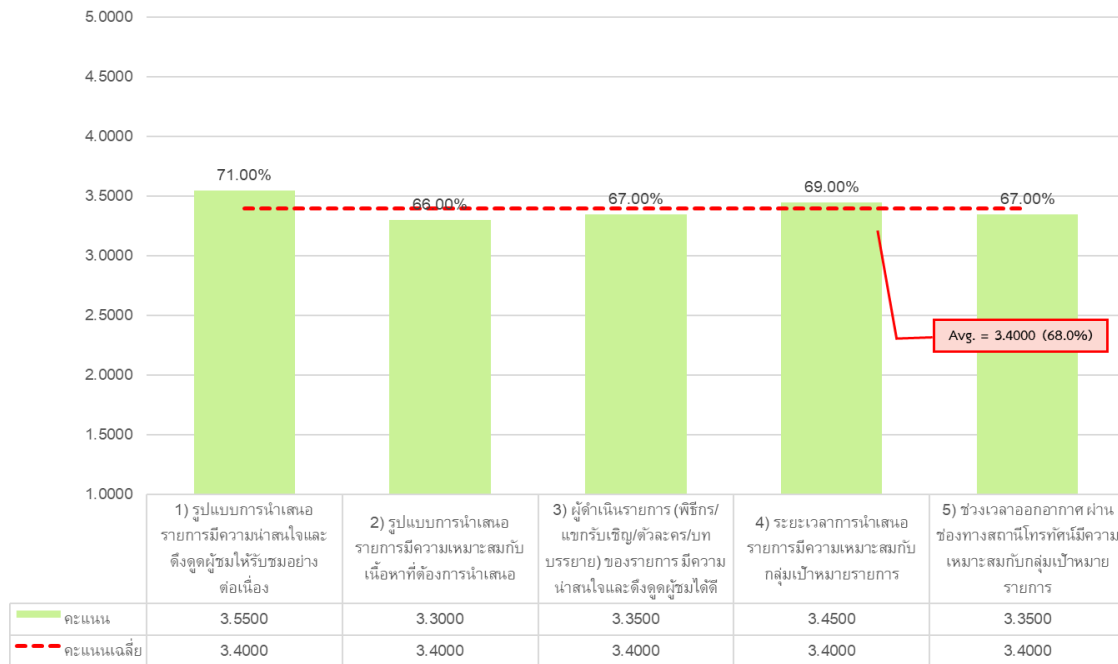
จากแผนภาพที่ 10.30 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance) อยู่ในระดับพึงพอใจมาก จากประเด็นเนื้อหารายการมีความสอดคล้องและเหมาะสมกับเป้าหมายรายการที่เป็นประโยชน์ต่อการสร้างการรับรู้และความตระหนักถึงปัญหาข่าวปลอมมากขึ้น ที่ระดับคะแนน 3.7000

แผนภาพที่ 10.31 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเนื้อหารายการ (Content)



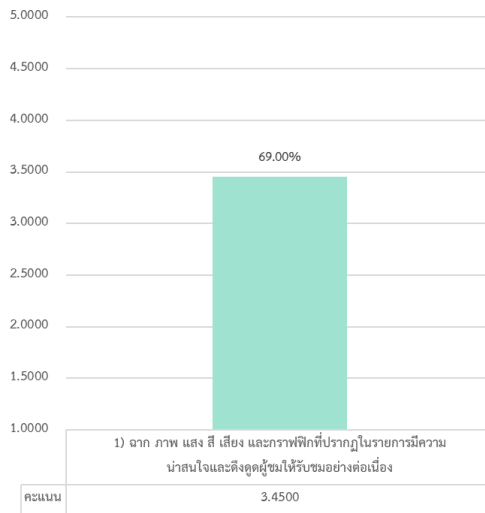
จากแผนภาพที่ 10.31 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชม ในด้านเนื้อหารายการ (Content) ในภาพรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก โดยประเด็นเนื้อหารายการมีความกระชับและ เข้าใจได้ง่าย มีระดับคะแนนสูงสุดที่ 3.8500 รองลงมาคือ เนื้อหารายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายในทุก Generation ได้แก่ Gen X, Gen Y และ Gen Z มีระดับคะแนนที่ 3.7500 ประเด็นเนื้อหารายการมีการแนะนำ แหล่งข้อมูล หรือแหล่งตรวจสอบข่าวปลอมอย่างถูกต้อง เช่น การตรวจสอบผ่าน Website ของหน่วยงานรัฐ เป็นต้น มีระดับคะแนน 3.6000 ประเด็นเนื้อหารายการมีการสอดแทรกแง่คิดที่ดีและประเด็นเนื้อหารายการส่งเสริมการรับรู้ ความเข้าใจ และความตระหนักถึงผลกระทบของปัญหาข่าวปลอมมากขึ้น มีคะแนนเท่ากันที่ 3.5500 เนื้อหารายการ น่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี มีคะแนน 3.4500 และประเด็นเนื้อหารายการมีความสร้างสรรค์และสร้างความ จรรโลงใจให้กับผู้ชม และประเด็นเนื้อหารายการส่งเสริมองค์ความรู้ วิธีการตรวจสอบความถูกต้องของข่าวที่ถูก นำเสนอได้อย่างถูกต้อง ชัดเจน มีคะแนนเท่ากัน ซึ่งเป็นระดับคะแนนต่ำสุดที่ระดับ 3.3500 ตามลำดับ

**แผนภาพที่ 10.32 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการนำเสนอ
 (Presentation techniques)**



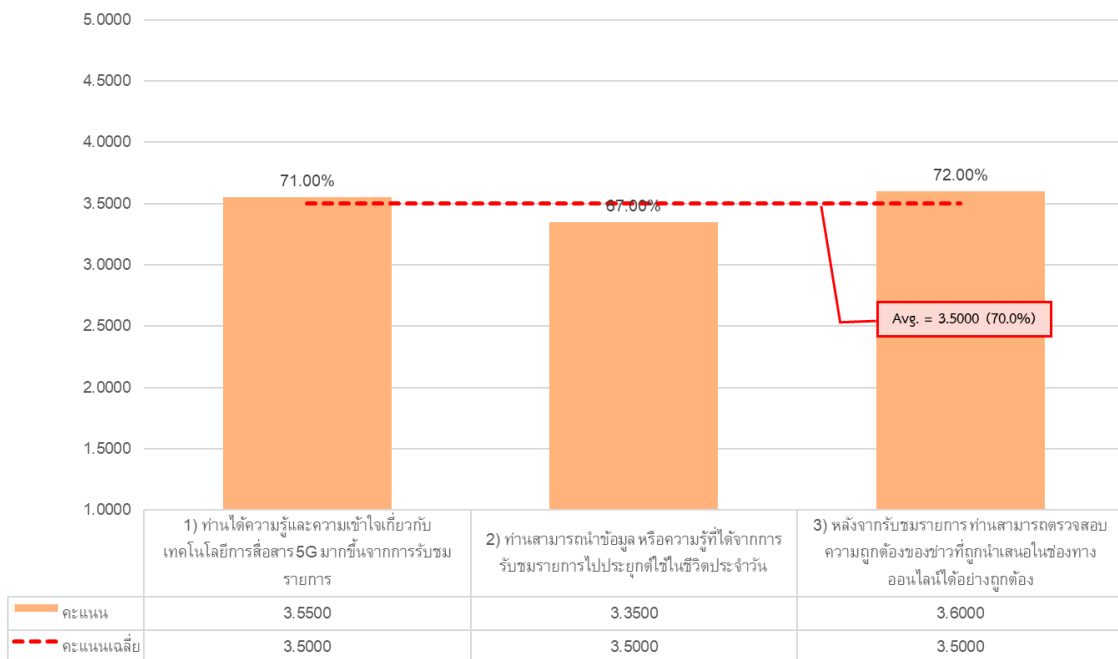
จากแผนภาพที่ 10.32 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques) ในภาพรวมอยู่ในระดับพึงพอใจปานกลาง โดยประเด็นรูปแบบการนำเสนอรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง มีระดับคะแนนสูงสุดที่ 4.3947 รองลงมาคือ ระยะเวลาการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการ มีระดับคะแนน 3.4500 ประเด็นผู้ดำเนินรายการ (พิธีกร/แขกรับเชิญ/ตัวละคร/บทบรรยาย) ของรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง รูปแบบการนำเสนอรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง และประเด็นช่วงเวลาออกอากาศ ผ่านช่องทางสถานีโทรทัศน์มีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการ มีระดับคะแนนเท่ากันที่ 3.3500 รูปแบบการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับเนื้อหาที่ต้องการนำเสนอ มีระดับคะแนนต่ำสุดที่ 3.3000 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 10.33 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques)



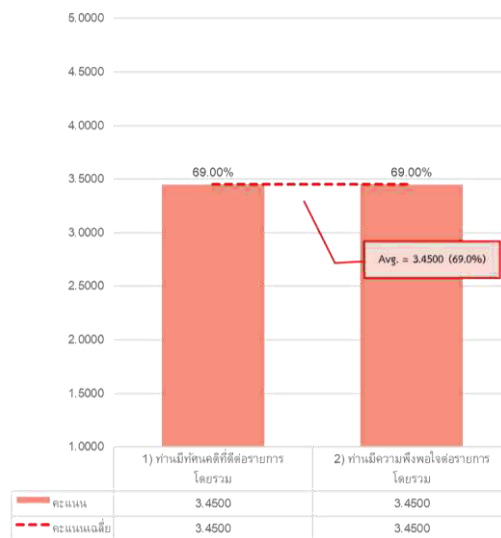
จากแผนภาพที่ 10.33 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques) อยู่ในระดับพึงพอใจปานกลาง จากประเด็นจาก ภาพ แสง สี เสียง และกราฟฟิกที่ปรากฏในรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง ที่ระดับคะแนน 3.4500

แผนภาพที่ 10.34 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact)



จากแผนภาพที่ 10.34 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact) ในภาพรวมอยู่ในระดับที่พึงพอใจมาก โดยประเด็นหลังจากรับชมรายการ ท่านสามารถตรวจสอบความถูกต้องของข่าวที่ถูกนำเสนอในช่องทางออนไลน์ได้อย่างถูกต้อง มีระดับคะแนนสูงสุดที่ 4.6316 รองลงมาคือ ท่านได้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสาร 5G มากขึ้นจากการรับชมรายการ มีระดับคะแนน 3.5500 และท่านสามารถนำข้อมูล หรือความรู้ที่ได้จากการรับชมรายการไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน มีระดับคะแนน 3.3500 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 10.35 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction)



จากแผนภาพที่ 10.35 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction) อยู่ในระดับพึงพอใจปานกลาง โดยมีความพึงพอใจต่อรายการโดยรวม และมีทัศนคติที่ดีต่อรายการโดยรวม อยู่ในระดับคะแนนที่เท่ากัน คือ 3.4500

ตารางที่ 10.33 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ

ประเด็นความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ		
	คะแนน	S.D.	แปลผล
1. ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance)	3.7000	1.3803	พึงพอใจมาก
1.1 เนื้อหารายการมีความสอดคล้องและเหมาะสมกับเป้าหมายรายการที่เป็นประโยชน์ต่อการสร้างการรับรู้และความตระหนักถึงปัญหาข่าวปลอมมากขึ้น	3.7000	1.3803	พึงพอใจมาก
2. ด้านเนื้อหารายการ (Content)	3.5563	0.1173	พึงพอใจมาก
2.1 เนื้อหารายการน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี	3.4500	1.0990	พึงพอใจปานกลาง
2.2 เนื้อหารายการมีความสร้างสรรค์และสร้างความจรรโลงใจให้กับผู้ชม	3.3500	1.2680	พึงพอใจปานกลาง
2.3 เนื้อหารายการมีความกระชับและเข้าใจได้ง่าย	3.8500	1.3870	พึงพอใจมาก
2.4 เนื้อหารายการมีการสอดแทรกแง่คิดที่ดี	3.5500	1.3945	พึงพอใจมาก
2.5 เนื้อหารายการส่งเสริมการรับรู้ ความเข้าใจ และความตระหนักถึงผลกระทบของปัญหาข่าวปลอมมากขึ้น	3.5500	1.3563	พึงพอใจมาก
2.6 เนื้อหารายการส่งเสริมองค์ความรู้ วิธีการตรวจสอบความถูกต้องของข่าวที่ถูกนำเสนอได้อย่างถูกต้อง ชัดเจน	3.3500	1.1821	พึงพอใจปานกลาง

ประเด็นความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ		
	คะแนน	S.D.	แปลผล
2.7 เนื้อหารายการมีการแนะนำแหล่งข้อมูล หรือแหล่งตรวจสอบข่าวปลอมอย่างถูกต้อง เช่น การตรวจสอบผ่าน Website ของหน่วยงานรัฐ เป็นต้น	3.6000	1.2312	พึงพอใจมาก
2.8 เนื้อหารายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายในทุก Generation ได้แก่ Gen X, Gen Y และ Gen Z	3.7500	1.1180	พึงพอใจมาก
3. ด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques)	3.4000	0.0951	พึงพอใจปานกลาง
3.1 รูปแบบการนำเสนอรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง	3.5500	1.2344	พึงพอใจมาก
3.2 รูปแบบการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับเนื้อหาที่ต้องการนำเสนอ	3.3000	1.1286	พึงพอใจปานกลาง
3.3 ผู้ดำเนินรายการ (พิธีกร/แขกรับเชิญ/ตัวละคร/บทรายการ) ของรายการ มีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี	3.3500	1.2680	พึงพอใจปานกลาง
3.4 ระยะเวลาการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการ	3.4500	1.3945	พึงพอใจปานกลาง
3.5 ช่วงเวลาออกอากาศ ผ่านช่องทางสถานีโทรทัศน์มีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการ	3.3500	1.2680	พึงพอใจปานกลาง
4. ด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques)	3.4500	1.2763	พึงพอใจปานกลาง
4.1 ฉาก ภาพ แสง สี เสียง และกราฟฟิกที่ปรากฏในรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง	3.4500	1.2763	พึงพอใจปานกลาง
5. ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact)	3.5000	0.0563	พึงพอใจมาก
5.1 ท่านได้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสาร 5G มากขึ้นจากการรับชมรายการ	3.5500	1.2763	พึงพอใจมาก
5.2 ท่านสามารถนำข้อมูล หรือความรู้ที่ได้จากการรับชมรายการไปประยุกต์ใช้ใน ชีวิตประจำวัน	3.3500	1.3870	พึงพอใจปานกลาง
5.3 หลังจากรับชมรายการ ท่านสามารถตรวจสอบความถูกต้องของข่าวที่ถูกนำเสนอในช่องทางออนไลน์ได้อย่างถูกต้อง	3.6000	1.3139	พึงพอใจมาก
6. ทศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction)	3.4500	0.0000	พึงพอใจปานกลาง
6.1 ท่านมีทัศนคติที่ดีต่อรายการโดยรวม	3.4500	1.2763	พึงพอใจปานกลาง
6.2 ท่านมีความพึงพอใจต่อรายการโดยรวม	3.4500	1.2763	พึงพอใจปานกลาง
ภาพรวม	3.5094	0.4875	พึงพอใจมาก

สรุปข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

ตารางที่ 10.34 จำนวนและร้อยละข้อแนะนำในการพัฒนาช่องทางการนำเสนอรายการ



จากตารางที่ 10.34 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่มีข้อแนะนำในการพัฒนา ไม่เปลี่ยนหรือเพิ่มเพราะช่องทางการนำเสนอรายการในปัจจุบันดีอยู่แล้ว จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 45.00 รองลงมาคือ เปลี่ยนหรือเพิ่มช่องทางสื่อออนไลน์ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 และเปลี่ยนหรือเพิ่มช่องทางสถานีโทรทัศน์จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 ตามลำดับ

สรุปประเด็นข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงหรือพัฒนารายการ

จากผลการสำรวจ พบว่า ในภาพรวมกลุ่มเป้าหมายรายการในภาคเหนือมีระดับความพึงพอใจต่อโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในระดับดี-ดีมาก โดยมีคะแนนความพึงพอใจที่ 3.4500 คะแนน ซึ่งมีคะแนนเท่ากับคะแนนทัศนคติที่ดี/ความคาดหวัง ทั้งนี้ จากการสัมภาษณ์เชิงลึกเพิ่มเติม กลุ่มเป้าหมายมีข้อเสนอแนะในการพัฒนารายการเพิ่มเติม ดังนี้

- 1) อยากให้มีองค์กรที่เกี่ยวข้องกับสื่อต่างๆ ช่วยตรวจสอบการกระจายข่าวปลอมสั้นๆ เป็นวิดีโอในสื่อต่างๆ ให้ชาวบ้านได้รับรู้ง่ายขึ้น เพราะสมัยนี้ผู้สูงอายุหันมาดูสังคมออนไลน์มากขึ้น บางทีเสพข่าวปลอมโดยไม่รู้ตัว
- 2) การพัฒนารายการให้ผู้ชมผู้ฟังมีส่วนร่วมกิจกรรมของรายการ เช่นการออกความคิดเห็นเพื่อเพิ่มความน่าสนใจ และกระตือรือร้นในการรับชม จะได้ไม่น่าเบื่อจนเกินไป
- 3) เพิ่มเนื้อหใหม่ให้มากขึ้น เพิ่มรูปแบบเช่นการ์ตูนให้เด็กๆ ได้รับรู้ด้วย
- 4) เพิ่มช่องทางการนำเสนอหลายช่องทาง สื่อออนไลน์ทาง YouTube เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น
- 5) อยากให้เพิ่มรูปภาพประกอบบรรยาย หรือใช้วิทยากรบรรยายในรายการ
- 6) อยากให้ทำสื่อในรูปแบบคลิปสั้น หรือรูปแบบภาพที่ส่งต่อในไลน์ หรือเฟซบุ๊ก เป็นภาพสั้นๆ อ่านและเข้าใจถึงข้อความที่จะสื่อสาร
- 7) อยากให้นำความรู้เกี่ยวกับสื่อ เช่น ข่าวปลอม ข่าวเตือนภัย ในระดับชุมชน และโรงเรียน ต่อเนื่องอย่างน้อยทุก 6 เดือน/ครั้ง
- 8) เนื้อหารายการควรมีความกระชับเข้าใจง่ายภายใน 1 นาที

10.3.1.5 โครงการการผลิตรายการเพื่อส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจของคนพิการและประชาชนเกี่ยวกับการส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิคนพิการในการเข้าถึงหรือรับรู้และใช้ประโยชน์จากกิจการโทรทัศน์

มีผู้ตอบแบบสอบถามโดยกลุ่มตัวแทนคนพิการและผู้ที่เกี่ยวข้องกับคนพิการ จำนวน 20 ราย ประกอบด้วยข้อมูล ดังนี้

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบประเมิน

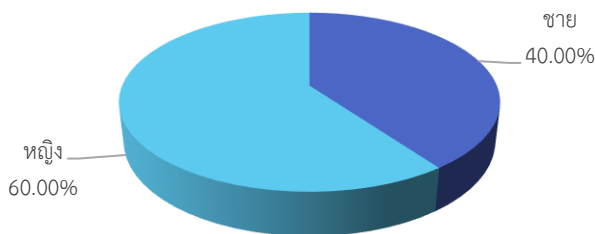
ตารางที่ 10.35 จำนวนและร้อยละของรายการ



ชื่อรายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพื่อนกันคนพันธุ์ D	20	100.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 10.35 ผู้ตอบแบบประเมินทั้งหมดรับชมคลิปวิดีโอของรายการทีวี รายการเพื่อนกันคนพันธุ์ D จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00

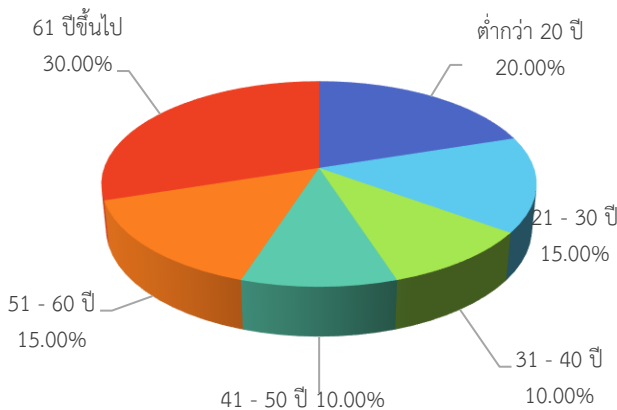
ตารางที่ 10.36 จำนวนและร้อยละของเพศ



เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	8	40.00
หญิง	12	60.00
ไม่ต้องการระบุ	0	0.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 10.36 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 60.00 และเป็นเพศชาย จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 ตามลำดับ

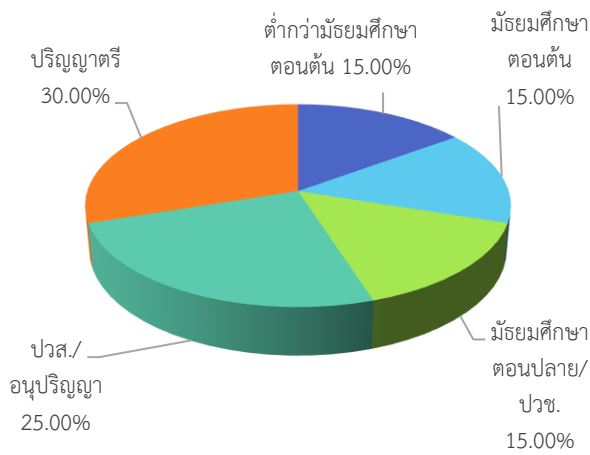
ตารางที่ 10.37 จำนวนและร้อยละของอายุ



อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	4	20.00
21 - 30 ปี	3	15.00
31 - 40 ปี	2	10.00
41 - 50 ปี	2	10.00
51 - 60 ปี	3	15.00
61 ปีขึ้นไป	6	30.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 10.37 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่อายุ 61 ปีขึ้นไป จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 รองลงมาคืออายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 อายุ 21 - 30 ปี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 อายุ 51 - 60 ปี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 อายุ 31 - 40 ปี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 และอายุ 41 - 50 ปี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 ตามลำดับ

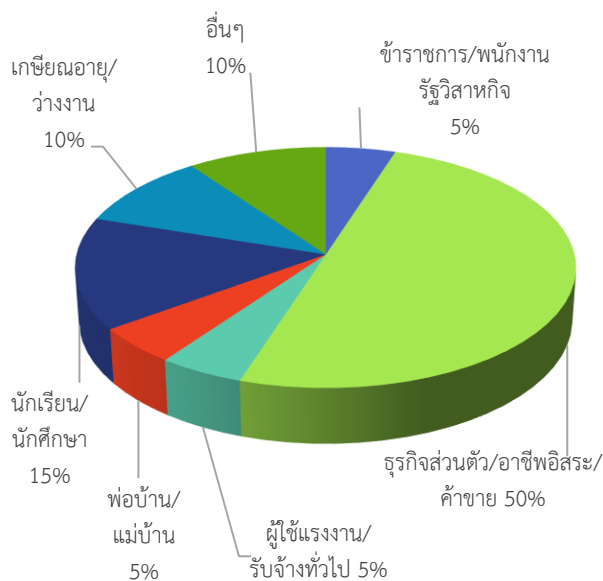
ตารางที่ 10.38 จำนวนและร้อยละของการศึกษา



การศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	3	15.00
มัธยมศึกษาตอนต้น	3	15.00
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	3	15.00
ปวส./อนุปริญญา	5	25.00
ปริญญาตรี	6	30.00
สูงกว่าปริญญาตรี	0	0.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 10.38 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 รองลงมาคือ ปวส./อนุปริญญา จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 มัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 และมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 ตามลำดับ

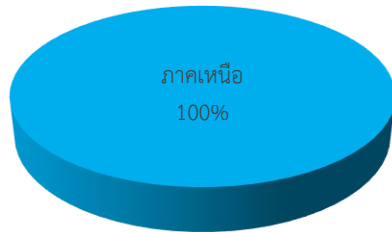
ตารางที่ 10.39 จำนวนและร้อยละของอาชีพ



อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	1	5.00
พนักงานบริษัทเอกชน	0	0.00
ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย	10	50.00
ผู้ใช้แรงงาน/รับจ้างทั่วไป	1	5.00
เกษตรกร/ชาวประมง	0	0.00
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	1	5.00
นักเรียน/นักศึกษา	3	15.00
เกษียณอายุ/ว่างงาน	2	10.00
อื่นๆ	2	10.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 10.39 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมาคือนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 เกษียณอายุ/ว่างงาน จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 อื่นๆ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ผู้ใช้แรงงาน/รับจ้างทั่วไป จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 และพ่อบ้าน/แม่บ้าน จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 10.40 จำนวนและร้อยละของจังหวัดที่ท่านอาศัยอยู่ในปัจจุบัน



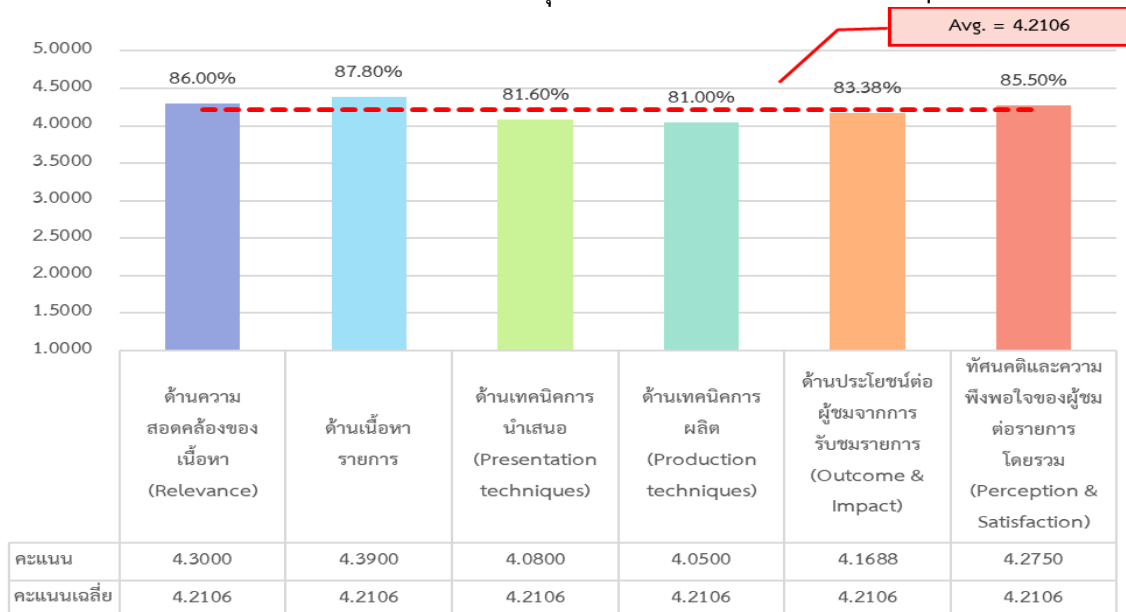
จังหวัดที่อาศัยอยู่ในปัจจุบัน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ภาคเหนือ	20	100.00
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	0	0.00
กรุงเทพฯ และปริมณฑล	0	0.00
ภาคกลาง	0	0.00
ภาคใต้	0	0.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 10.40 ผู้ตอบแบบประเมินทั้งหมดอาศัยอยู่ในจังหวัดของภาคเหนือ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00

สรุปผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ

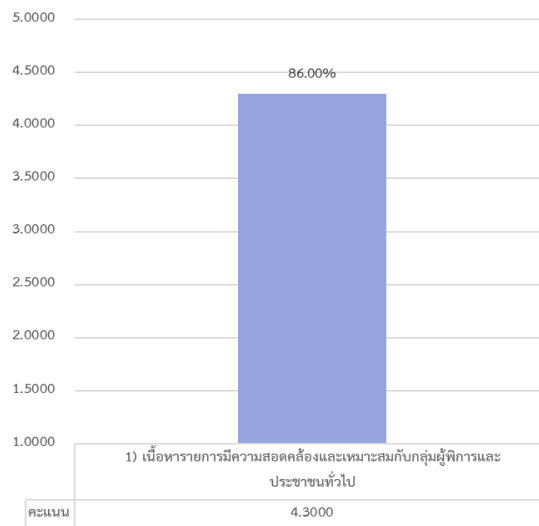
จากการตอบแบบประเมินโดยกลุ่มตัวแทนคนพิการและผู้ที่เกี่ยวข้องกับคนพิการ จำนวน 20 ราย ในพื้นที่ภาคเหนือมีระดับคะแนนการประเมินคุณภาพรายการทีวีในด้านต่างๆ โดยเฉลี่ย ที่ระดับ 4.3242 โดยมีผลคะแนนการประเมินคุณภาพรายการทีวีในแต่ละด้าน ดังนี้

แผนภาพที่ 10.36 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ



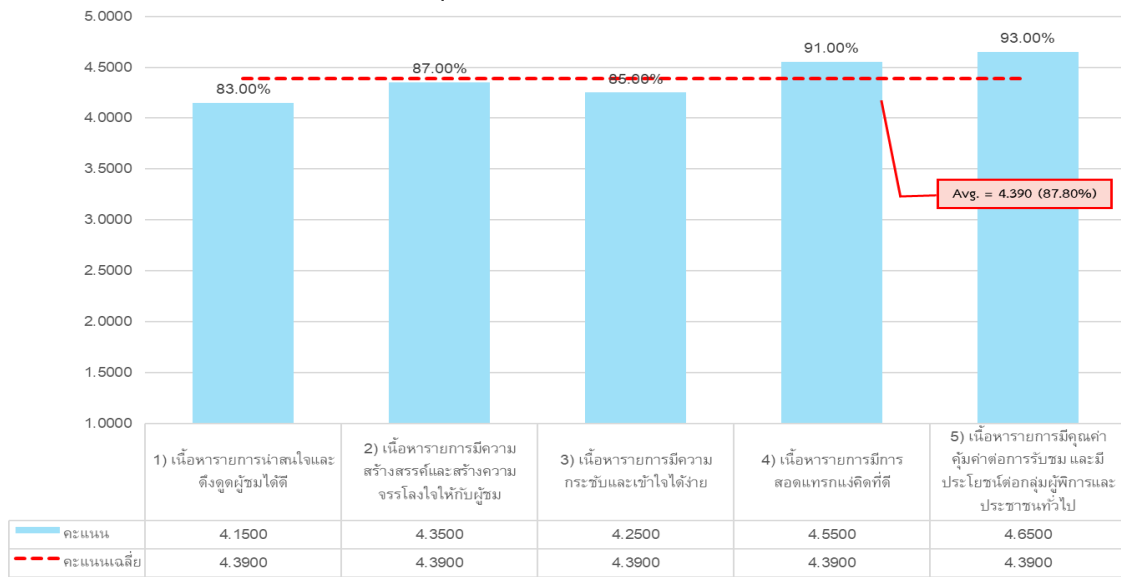
จากแผนภาพที่ 10.36 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ ในภาพรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก เรียงลำดับจากมากที่สุดคือ ด้านเนื้อหารายการ (Content) มีคะแนนสูงสุดที่ 4.3900 รองลงมาคือ ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance) ที่ระดับคะแนน 4.3000 ทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction) มีผลคะแนนที่ระดับ 4.2750 ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact) มีผลระดับคะแนน 4.1688 ด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques) มีผลคะแนนที่ระดับ 4.0800 และด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques) มีระดับคะแนนต่ำสุดที่ 4.0500 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 10.37 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance)



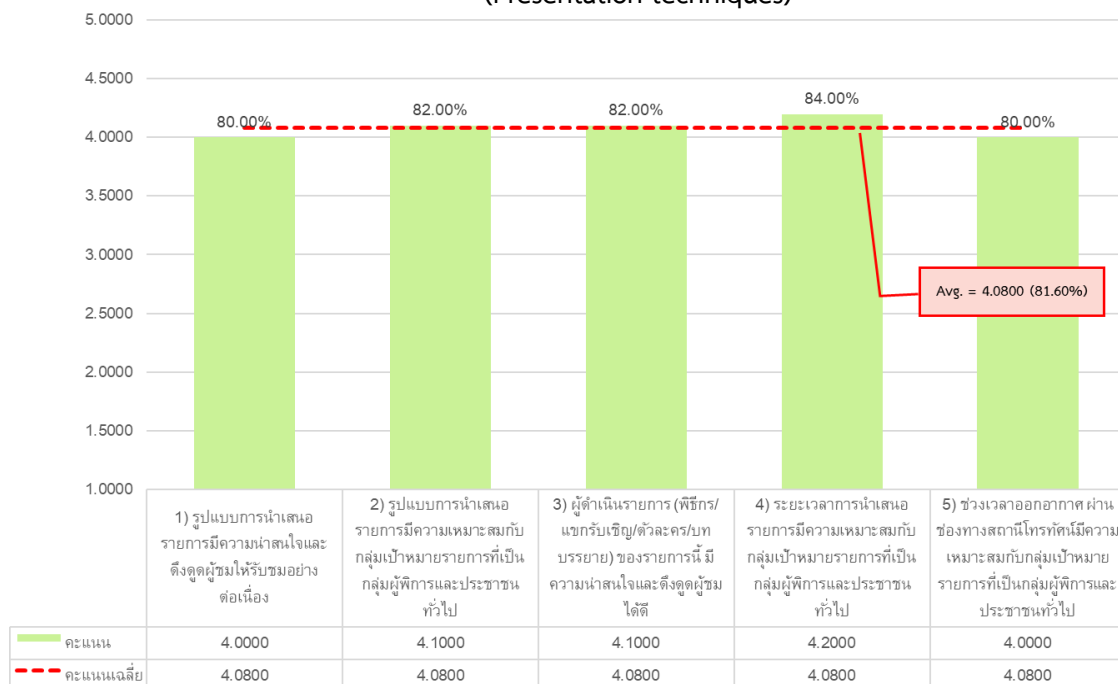
จากแผนภาพที่ 10.37 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance) อยู่ในระดับที่พึงพอใจมาก จากประเด็นเนื้อหารายการมีความสอดคล้องและเหมาะสมกับกลุ่มผู้พิการและประชาชนทั่วไป ที่ระดับคะแนน 4.3000

แผนภาพที่ 10.38 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเนื้อหารายการ (Content)



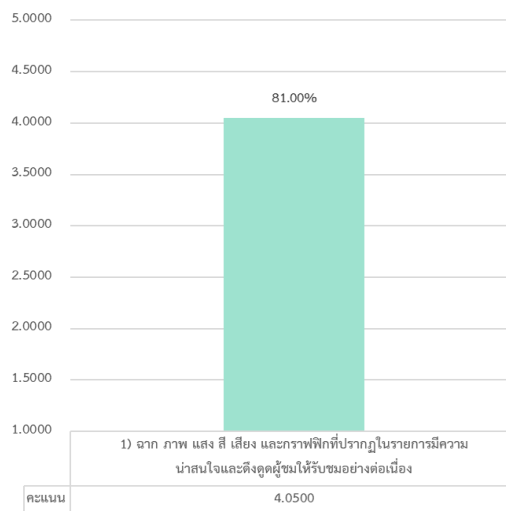
จากแผนภาพที่ 10.38 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเนื้อหารายการ (Content) ในภาพรวมอยู่ในระดับที่พึงพอใจมาก โดยประเด็นเนื้อหารายการมีคุณค่า คุ้มค่าต่อการรับชม และมีประโยชน์ต่อกลุ่มผู้พิการและประชาชนทั่วไป มีระดับคะแนนสูงสุดที่ 4.6500 รองลงมาคือประเด็นเนื้อหารายการมีการสอดแทรกแง่มุมที่ดี มีระดับคะแนน 4.5500 เนื้อหารายการมีความสร้างสรรค์และสร้างความจรรโลงใจให้กับผู้ชม มีระดับคะแนน 4.3500 เนื้อหารายการมีความกระชับและเข้าใจได้ง่าย มีระดับคะแนน 4.2500 และเนื้อหาที่น่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี มีระดับคะแนนต่ำสุดที่ 4.1500 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 10.39 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques)



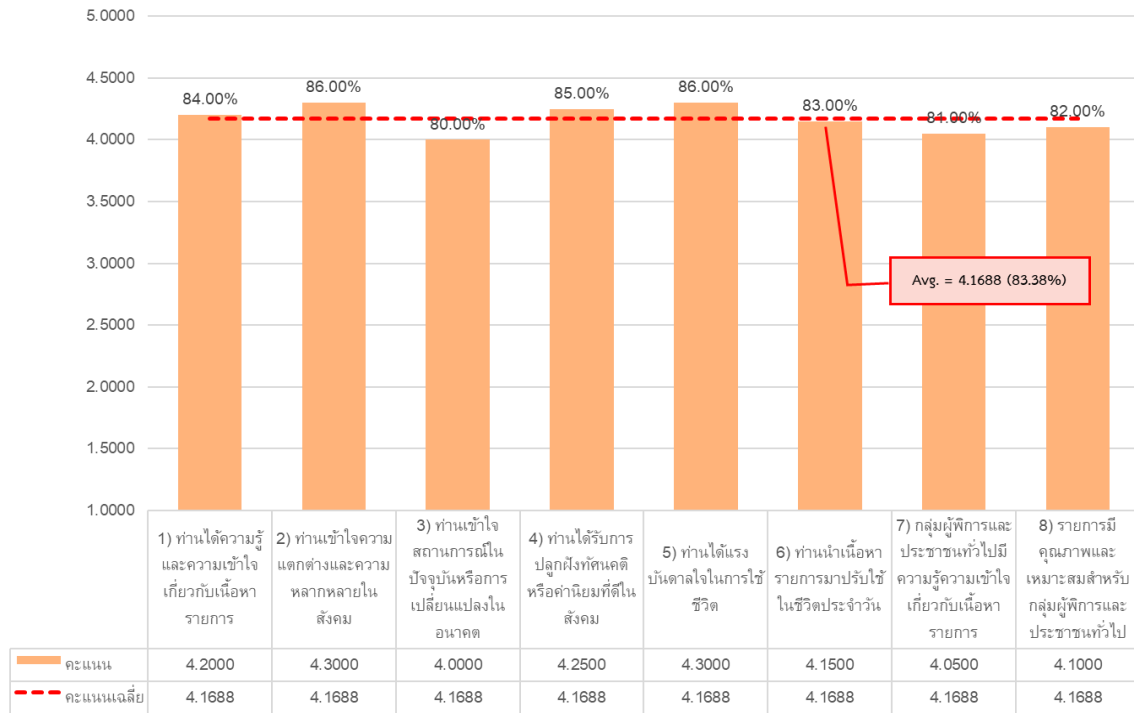
จากแผนภาพที่ 10.39 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques) ในภาพรวมอยู่ในระดับที่พึงพอใจมาก โดยประเด็นระยะเวลาการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นกลุ่มผู้พิการและประชาชนทั่วไป มีระดับคะแนนสูงสุดที่ 4.2000 ประเด็นรูปแบบการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นกลุ่มผู้พิการและประชาชนทั่วไป และประเด็นผู้ดำเนินรายการ (พิธีกร/แขกรับเชิญ/ตัวละคร/บทบรรยาย) ของรายการนี้ มีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี มีระดับคะแนนเท่ากับที่ 4.1000 ประเด็นรูปแบบการนำเสนอรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง และประเด็นช่วงเวลาออกอากาศผ่านช่องทางสถานีโทรทัศน์มีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นกลุ่มผู้พิการและประชาชนทั่วไป มีระดับคะแนนเท่ากับ ซึ่งเป็นระดับคะแนนต่ำสุดที่ 4.0000 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 10.40 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques)



จากแผนภาพที่ 10.40 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques) อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก จากประเด็นฉาก ภาพ แสง สี เสียง และกราฟฟิกที่ปรากฏในรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง ที่ระดับคะแนน 4.0500

แผนภาพที่ 10.41 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact)



จากแผนภาพที่ 10.41 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact) ในภาพรวมอยู่ในระดับที่พึงพอใจมาก โดยประเด็นท่านเข้าใจความแตกต่างและความหลากหลายในสังคม และประเด็นท่านได้แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต มีระดับคะแนนสูงสุด 4.3000 รองลงมาคือ ประเด็นท่านได้รับการปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม มีระดับคะแนน 4.2500 ท่านได้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ มีระดับคะแนนสูงสุดที่ 4.2000 ประเด็นท่านนำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน มีระดับคะแนน 4.1500 รายการมีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับกลุ่มผู้พิการและประชาชนทั่วไป ที่ระดับคะแนน 4.1000 กลุ่มผู้พิการและประชาชนทั่วไปมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ มีระดับคะแนน 4.0500 และท่านเข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต มีระดับคะแนนต่ำสุดที่ 4.0000 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 10.42 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction)



จากแผนภาพที่ 10.42 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction) อยู่ในระดับมาก โดยมีทัศนคติที่ดีต่อรายการโดยรวม ที่ระดับคะแนน 4.3000 และมีความพึงพอใจต่อรายการโดยรวม ที่ระดับคะแนน 4.2500

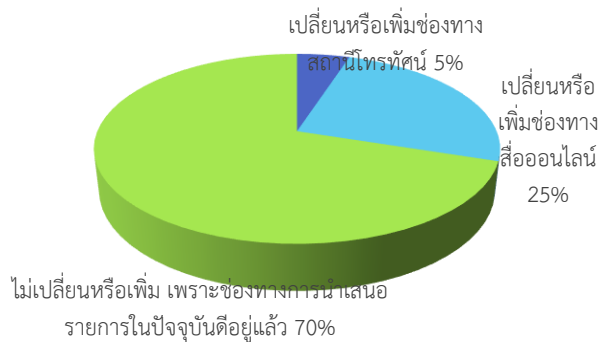
ตารางที่ 10.41 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ

ประเด็นความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ		
	คะแนน	S.D.	แปลผล
1. ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance)	4.3000	0.5712	พึงพอใจมาก
1.1 เนื้อหารายการมีความสอดคล้องและเหมาะสมกับกลุ่มผู้พิการและประชาชนทั่วไป	4.3000	0.5712	พึงพอใจมาก
2. ด้านเนื้อหารายการ (Content)	4.3900	0.0717	พึงพอใจมาก
2.1 เนื้อหารายการน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี	4.1500	0.5871	พึงพอใจมาก
2.2 เนื้อหารายการมีความสร้างสรรค์และสร้างความจรรโลงใจให้กับผู้ชม	4.3500	0.6708	พึงพอใจมาก
2.3 เนื้อหารายการมีความกระชับและเข้าใจได้ง่าย	4.2500	0.5501	พึงพอใจมาก
2.4 เนื้อหารายการมีการสอดแทรกแง่คิดที่ดี	4.5500	0.5104	พึงพอใจมากที่สุด
2.5 เนื้อหารายการมีคุณค่า คุ่มค่าต่อการรับชม และมีประโยชน์ต่อกลุ่มผู้พิการและประชาชนทั่วไป	4.6500	0.4894	พึงพอใจมากที่สุด
3. ด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques)	4.0800	0.0603	พึงพอใจมาก
3.1 รูปแบบการนำเสนอรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง	4.0000	0.6489	พึงพอใจมาก
3.2 รูปแบบการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นกลุ่มผู้พิการและประชาชนทั่วไป	4.1000	0.5525	พึงพอใจมาก
3.3 ผู้ดำเนินรายการ (พิธีกร/แขกรับเชิญ/ตัวละคร/บทบรรยาย) ของรายการ มีค่าน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี	4.1000	0.6407	พึงพอใจมาก
3.4 ระยะเวลาการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นกลุ่มผู้พิการและประชาชนทั่วไป	4.2000	0.5231	พึงพอใจมาก
3.5 ช่วงเวลาออกอากาศ ผ่านช่องทางสถานีโทรทัศน์มีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นกลุ่มผู้พิการและประชาชนทั่วไป	4.0000	0.6489	พึงพอใจมาก
4. ด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques)	4.0500	0.6863	พึงพอใจมาก
4.1 ฉาก ภาพ แสง สี เสียง และกราฟฟิกที่ปรากฏในรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง	4.0500	0.6863	พึงพอใจมาก

ประเด็นความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ		
	คะแนน	S.D.	แปลผล
5. ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact)	4.1688	0.0713	พึงพอใจมาก
5.1 ท่านได้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	4.2000	0.6156	พึงพอใจมาก
5.2 ท่านเข้าใจความแตกต่างและความหลากหลายในสังคม	4.3000	0.6569	พึงพอใจมาก
5.3 ท่านเข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต	4.0000	0.7255	พึงพอใจมาก
5.4 ท่านได้รับการปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม	4.2500	0.6387	พึงพอใจมาก
5.5 ท่านได้แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต	4.3000	0.6569	พึงพอใจมาก
5.6 ท่านนำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน	4.1500	0.5871	พึงพอใจมาก
5.7 ผู้พิการและประชาชนทั่วไปมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	4.0500	0.7592	พึงพอใจมาก
5.8 รายการมีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับกลุ่มผู้พิการและประชาชนทั่วไป	4.1000	0.7881	พึงพอใจมาก
6. ทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction)	4.2750	0.0129	พึงพอใจมาก
6.1 ท่านมีทัศนคติที่ดีต่อรายการโดยรวม	4.3000	0.6569	พึงพอใจมาก
6.2 ท่านมีความพึงพอใจต่อรายการโดยรวม	4.2500	0.6387	พึงพอใจมาก
ภาพรวม	4.2106	0.2456	พึงพอใจมาก

สรุปข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

ตารางที่ 10.42 จำนวนและร้อยละข้อแนะนำในการพัฒนาช่องทางการนำเสนอรายการ



ข้อแนะนำในการพัฒนา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เปลี่ยนหรือเพิ่มช่องทางสถานีโทรทัศน์	1	5.00
เปลี่ยนหรือเพิ่มช่องทางสื่อออนไลน์	5	25.00
ไม่เปลี่ยนหรือเพิ่ม เพราะช่องทางการนำเสนอรายการในปัจจุบันดีอยู่แล้ว	14	70.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 10.42 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่มีข้อแนะนำในการพัฒนา ไม่เปลี่ยนหรือเพิ่มเพราะช่องทางการนำเสนอรายการในปัจจุบันดีอยู่แล้ว จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 70.00 รองลงมาคือ เปลี่ยนหรือเพิ่มช่องทางสื่อออนไลน์ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 และเปลี่ยนหรือเพิ่มช่องทางสถานีโทรทัศน์จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

สรุปประเด็นข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงหรือพัฒนารายการ

จากผลการสำรวจ พบว่า ในภาพรวมกลุ่มเป้าหมายรายการในภาคเหนือมีระดับความพึงพอใจต่อโครงการจัดทำรายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมให้คนพิการรู้จักสิทธิและใช้ประโยชน์จากกิจการโทรทัศน์ได้อย่างรู้เท่าทัน ในระดับดี-ดีมาก โดยมีคะแนนความพึงพอใจที่ 4.2500 คะแนน ซึ่งมีคะแนนต่ำกว่าคะแนนทัศนคติที่ดี/ความคาดหวัง ซึ่งมีคะแนนอยู่ที่ 4.3000 คะแนน ทั้งนี้ จากการสัมภาษณ์เชิงลึกเพิ่มเติม กลุ่มเป้าหมายมีข้อเสนอแนะในการพัฒนารายการเพิ่มเติม ดังนี้

- 1) ควรทำสื่อในรูปแบบการ์ตูนแบบสนุกสนาน เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ทุกช่วงวัย เพื่อให้ประชาชนทั่วไป และเด็กๆ ทั่วไปสนใจและเข้าถึงได้มากขึ้น
- 2) เพิ่มช่องทางการนำเสนอรายการให้หลากหลายช่องทาง เช่น Line, tiktok เป็นต้น และเปิดโอกาสให้กับคนพิการได้แสดงความสามารถ
- 3) ควรนำเสนอวิธีการพัฒนาผู้พิการ เพื่อให้สามารถช่วยเหลือตนเองได้ตลอดจนการประกอบอาชีพมากกว่าเสนอบุคคลพิการเพื่อเป็นแรงบันดาลใจ
- 4) นำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับผู้พิการให้ครบทุกด้าน
- 5) พิธีกรควรใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายในการถ่ายทอดผ่านรายการ

10.3.2 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

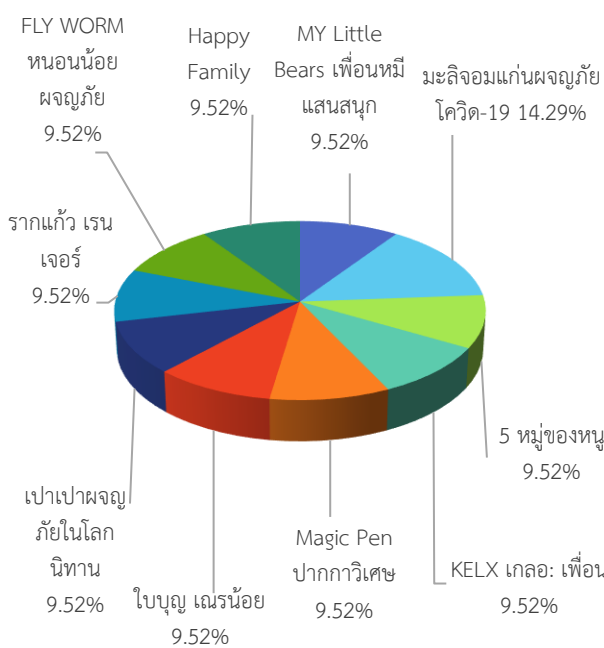
จากการลงพื้นที่ที่จังหวัดขอนแก่น โดยการจัดประชุมเพื่อประเมินผลการผลิตรายการฯ จากตัวแทนของกลุ่มเป้าหมายและกลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งประกอบด้วย 5 ประเภทโครงการ ได้แก่ 1) กลุ่มตัวแทนจากผู้ปกครอง จำนวน 21 คน 2) กลุ่มตัวแทนจากประชาชนทั่วไป จำนวน 20 คน 3) กลุ่มตัวแทนจากประชาชนทั่วไป จำนวน 20 คน 4) กลุ่มตัวแทนจากประชาชนทั่วไป จำนวน 38 คน และ 5) กลุ่มตัวแทนจากประชาชนทั่วไป จำนวน 20 คน รวมจำนวนทั้งสิ้น 119 ราย โดยสามารถสรุปผลการประเมิน ได้ดังนี้

10.3.2.1 โครงการส่งเสริมการผลิตและออกอากาศรายการโทรทัศน์ระบบดิจิทัลรายการสำหรับเด็ก

มีผู้ตอบแบบประเมินโดยกลุ่มตัวแทนจากผู้ปกครอง จำนวน 21 ราย ประกอบด้วยข้อมูล ดังนี้

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบประเมิน

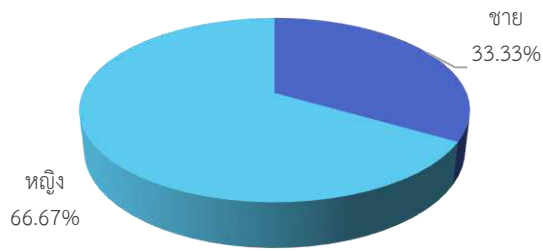
ตารางที่ 10.43 จำนวนและร้อยละของรายการ



รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
MY Little Bears เพื่อนหมีแสนสนุก	2	9.52
มะลิจอมแก่นผจญภัย โควิด-19	3	14.29
5 หมู่ของหนู	2	9.52
KELX กลล: เพื่อน	2	9.52
Magic Pen ปากกาวิเศษ	2	9.52
ใบบุญ เณรน้อย	2	9.52
เปาเปาผจญภัยในโลกนิตาน	2	9.52
รักแก้ว เรนเจอร์	2	9.52
FLY WORM หนอนน้อยผจญภัย	2	9.52
Happy Family	2	9.52
รวม	21	100.00

จากตารางที่ 10.43 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่รับชมคลิปวิดีโอของรายการทีวีรายการมะลิจอมแก่นผจญภัย โควิด-19 จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 14.29 รองลงมาคือ รายการ MY Little Bears เพื่อนหมีแสนสนุก, 5 หมู่ของหนู, KELX กลล: เพื่อน, Magic Pen ปากกาวิเศษ, ใบบุญ เณรน้อย, เปาเปาผจญภัยในโลกนิตาน, รักแก้ว เรนเจอร์, FLY WORM หนอนน้อยผจญภัย, Happy Family มีจำนวนผู้รับชมรายการละ 2 คน คิดเป็นร้อยละ 9.52 ตามลำดับ

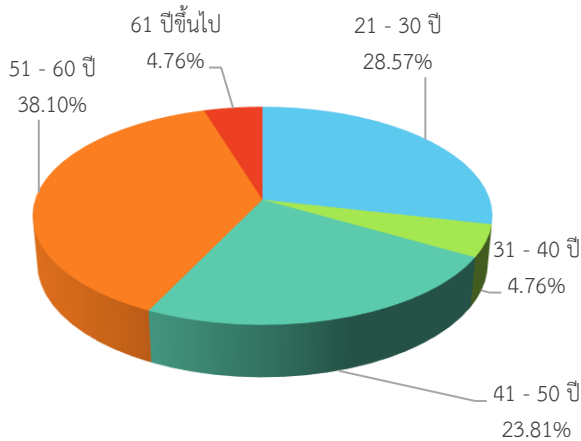
ตารางที่ 10.44 จำนวนและร้อยละของเพศ



เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	7	33.33
หญิง	14	66.67
ไม่ต้องการระบุ	0	0.00
รวม	21	100.00

จากตารางที่ 10.44 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 66.67 รองลงมาคือ เพศชาย จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33 ตามลำดับ

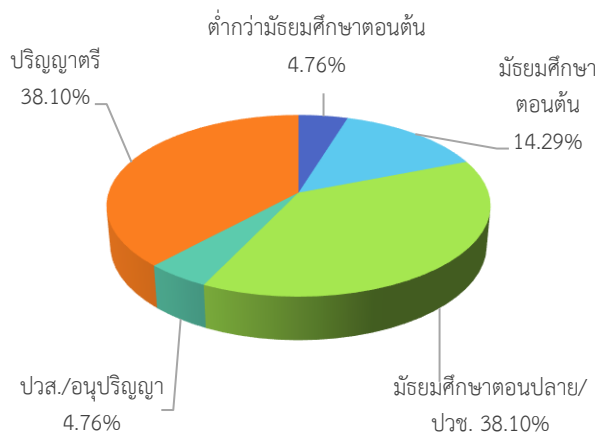
ตารางที่ 10.45 จำนวนและร้อยละของอายุ



อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	0	0.00
21 - 30 ปี	6	28.57
31 - 40 ปี	1	4.76
41 - 50 ปี	5	23.81
51 - 60 ปี	8	38.10
61 ปีขึ้นไป	1	4.76
รวม	21	100.00

จากตารางที่ 10.45 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่อายุ 51 - 60 ปี จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 38.10 รองลงมาคือ อายุ 21 - 30 ปี จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 28.75 อายุ 41 - 50 ปี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 23.81 อายุ 31 - 40 ปี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 4.76 และอายุ 61 ปีขึ้นไป จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 4.76 ตามลำดับ

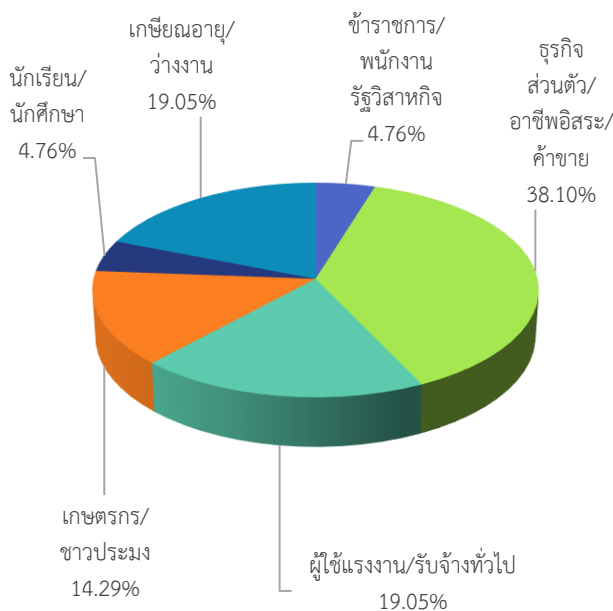
ตารางที่ 10.46 จำนวนและร้อยละของการศึกษา



การศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	1	4.76
มัธยมศึกษาตอนต้น	3	14.29
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช.	8	38.10
ปวส./อนุปริญญา	1	4.76
ปริญญาตรี	8	38.10
สูงกว่าปริญญาตรี	0	0.00
รวม	21	100.00

จากตารางที่ 10.46 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 38.10 และปริญญาตรี จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 38.10 รองลงมาคือ มัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 14.29 ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 4.76 และปวส./อนุปริญญา จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 4.76 ตามลำดับ

ตารางที่ 10.47 จำนวนและร้อยละของอาชีพ



อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	1	4.76
พนักงานบริษัทเอกชน	0	0.00
ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ ค้าขาย	8	38.10
ผู้ใช้แรงงาน/รับจ้างทั่วไป	4	19.05
เกษตรกร/ชาวประมง	3	14.29
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	0	0.00
นักเรียน/นักศึกษา	1	4.76
เกษียณอายุ/ว่างงาน	4	19.05
อื่นๆ	0	0.00
รวม	21	100.00

จากตารางที่ 10.47 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 38.10 รองลงมาคือผู้ใช้แรงงาน/รับจ้างทั่วไป จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 19.05 เกษียณอายุ/ว่างงาน จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 19.05 เกษตรกร/ชาวประมง จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 14.29 ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 4.76 และนักเรียน/นักศึกษาจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 4.76 ตามลำดับ

ตารางที่ 10.48 จำนวนและร้อยละของจังหวัดที่ท่านอาศัยอยู่ในปัจจุบัน



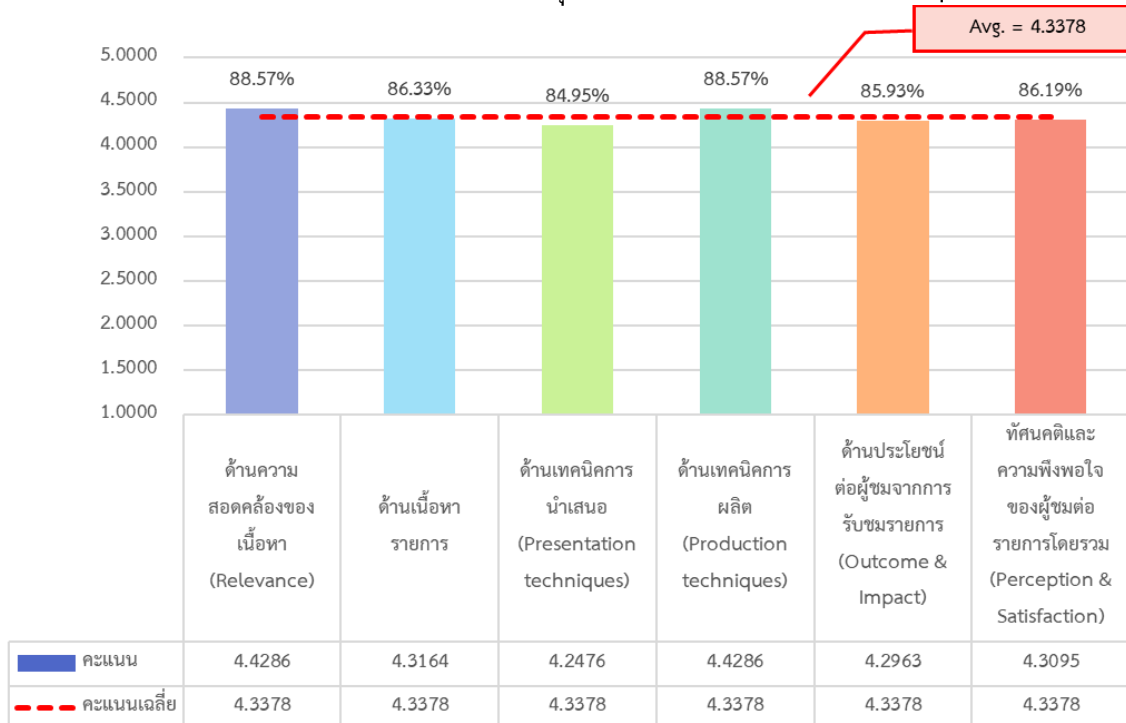
จังหวัดที่อาศัยอยู่ในปัจจุบัน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ภาคเหนือ	0	0.00
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	20	100.00
กรุงเทพฯ และปริมณฑล	0	0.00
ภาคกลาง	0	0.00
ภาคใต้	0	0.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 10.48 ผู้ตอบแบบประเมินทั้งหมดอาศัยอยู่ในจังหวัดของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (จังหวัดขอนแก่น) จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00

สรุปผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ

จากการสำรวจคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ มีผลคะแนนเฉลี่ยของระดับความคิดเห็น 4.3378 โดยมีผลคะแนนการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในแต่ละด้าน ดังนี้

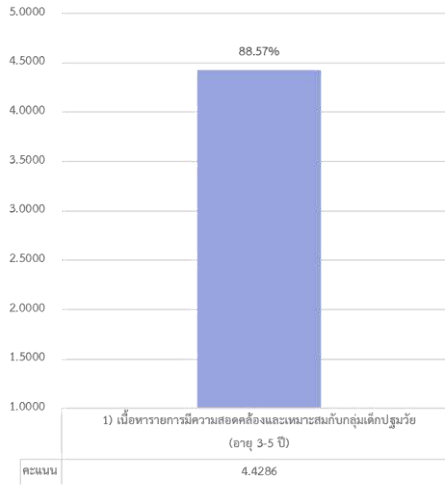
แผนภาพที่ 10.43 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ



จากแผนภาพที่ 10.43 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ ในภาพรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุดด้าน โดยเรียงลำดับจากมากที่สุดคือ ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance) และด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques) ซึ่งมีผลคะแนนที่ระดับ 4.4286 รองลงมาคือ ด้านเนื้อหารายการ (Content) มีผลคะแนนที่ระดับ 4.3164 ทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม

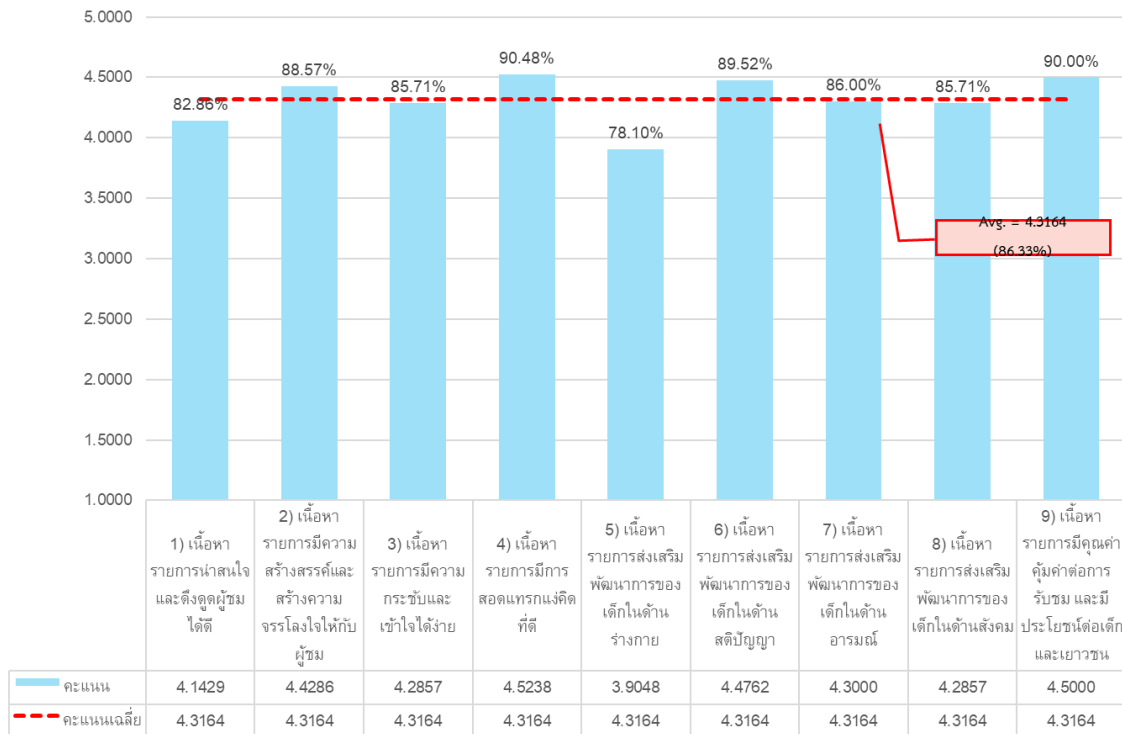
(Perception & Satisfaction) มีผลคะแนนที่ระดับ 4.3095 ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact) มีผลคะแนนที่ระดับ 4.2963 และด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques) มีผลคะแนนที่ระดับ 4.2476 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 10.44 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance)



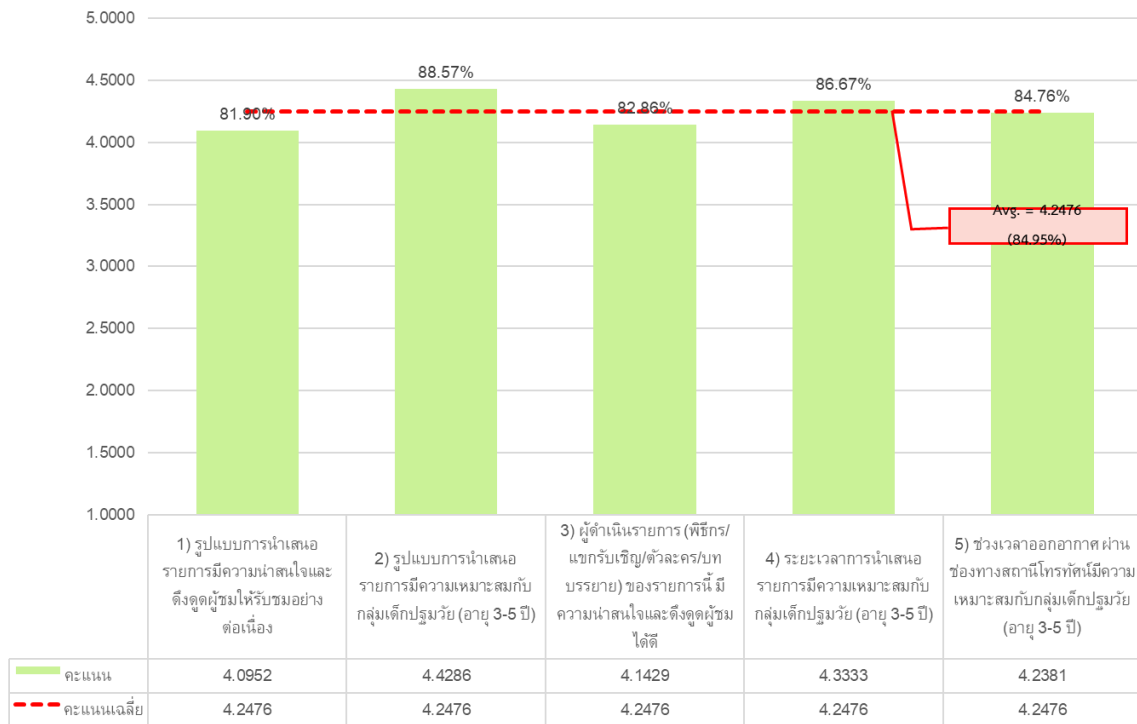
จากแผนภาพที่ 10.44 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance) อยู่ในระดับพึงพอใจมาก จากประเด็นเนื้อหารายการมีความสอดคล้องและเหมาะสมกับกลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี) ที่ระดับคะแนน 4.4286

แผนภาพที่ 10.45 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเนื้อหารายการ (Content)



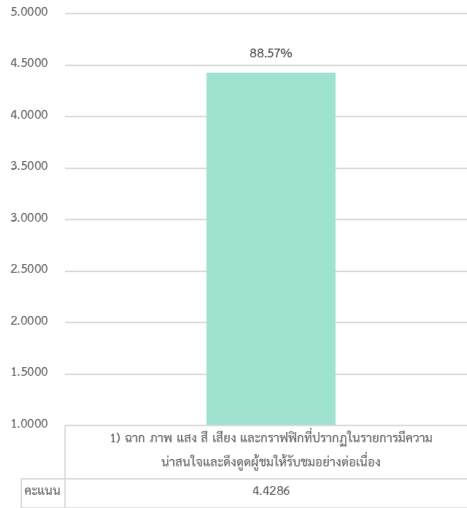
จากแผนภาพที่ 10.45 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเนื้อหารายการ (Content) ในภาพรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก โดยประเด็นเนื้อหารายการมีการสอดแทรกแง่คิดที่ดี ระดับคะแนน 4.5238 รองลงมาคือ เนื้อหารายการมีคุณค่า คุ้มค่าต่อการรับชม และมีประโยชน์ต่อเด็กและเยาวชน ที่ระดับคะแนน 4.5000 เนื้อหารายการส่งเสริมพัฒนาการของเด็กในด้านสติปัญญา มีระดับคะแนน 4.4762 เนื้อหารายการมีความสร้างสรรค์และสร้างความจริงใจให้กับผู้ชม ที่ระดับคะแนน 4.4286 เนื้อหารายการส่งเสริมพัฒนาการของเด็กในด้านอารมณ์ มีคะแนน 4.3000 เนื้อหารายการส่งเสริมพัฒนาการของเด็กในด้านสังคม และประเด็นเนื้อหารายการมีความกระชับและเข้าใจได้ง่าย มีระดับคะแนนเท่ากับที่ 4.2857 และเนื้อหาการนำเสนอใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี ที่ระดับคะแนน 4.1429 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 10.46 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการนำเสนอ
 (Presentation techniques)



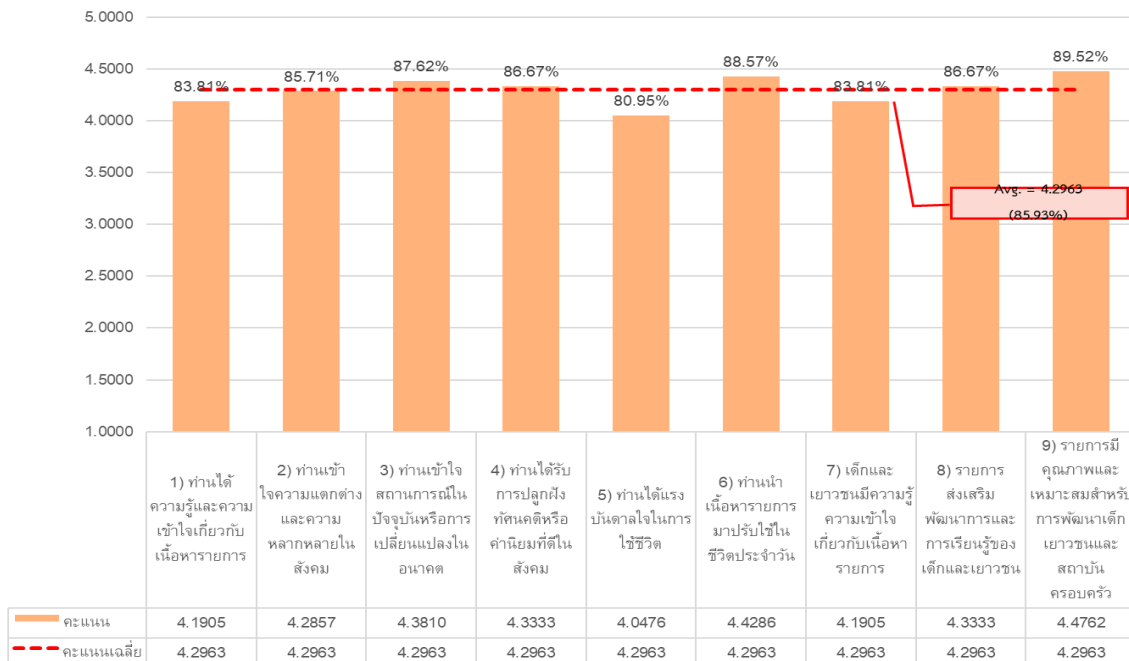
จากแผนภาพที่ 10.46 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques) ในภาพรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก โดยประเด็นรูปแบบการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี) มีคะแนนสูงสุดที่ระดับคะแนน 4.4286 รองลงมาคือ ระยะเวลาการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี) มีระดับคะแนน 4.3333 ช่วงเวลาออกอากาศผ่านช่องทางสถานีโทรทัศน์มีความเหมาะสมกับกลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี) ที่ระดับคะแนน 4.2381 ผู้ดำเนินรายการ (พิธีกร/แขกรับเชิญ/ตัวละคร/บทบรรยาย) ของรายการนี้ มีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี มีคะแนน 4.1429 และรูปแบบการนำเสนอรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง มีระดับคะแนนต่ำสุดที่ 4.0952 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 10.47 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques)



จากแผนภาพที่ 10.47 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques) อยู่ในระดับดี จากประเด็นฉาก ภาพ แสง สี เสียง และกราฟฟิกที่ปรากฏในรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง ที่ระดับคะแนน 4.5000

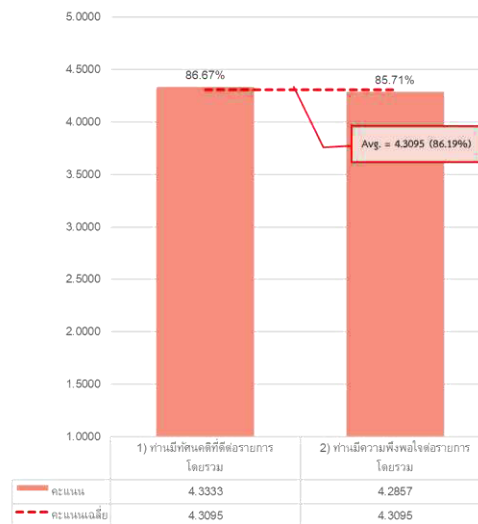
แผนภาพที่ 10.48 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact)



จากแผนภาพที่ 10.48 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact) ในภาพรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก โดยประเด็นรายการมีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็ก เยาวชนและสถาบันครอบครัว มีระดับคะแนนสูงสุดที่ระดับคะแนน 4.4762 รองลงมาคือ ท่านนำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน

ที่ระดับคะแนน 4.4286 ท่านเข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต มีคะแนนที่ระดับคะแนน 4.3810 รายการส่งเสริมพัฒนาการและการเรียนรู้ของเด็กและเยาวชน และท่านได้รับการปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม มีระดับคะแนนเท่ากับที่ 4.3333 ท่านเข้าใจความแตกต่างและความหลากหลายในสังคม ที่ระดับคะแนน 4.2857 ประเด็นท่านได้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการและประเด็นเด็กและเยาวชนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ มีคะแนนเท่ากับที่ระดับคะแนน 4.1905 และประเด็นท่านได้แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต มีระดับคะแนนต่ำสุดที่ 4.0476 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 10.49 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction)



จากแผนภาพที่ 10.49 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction) อยู่ในระดับพึงพอใจมาก โดยมีทัศนคติที่ดีต่อรายการโดยรวม ที่ระดับคะแนน 4.3333 และมีความพึงพอใจต่อรายการโดยรวมที่ระดับคะแนน 4.2857

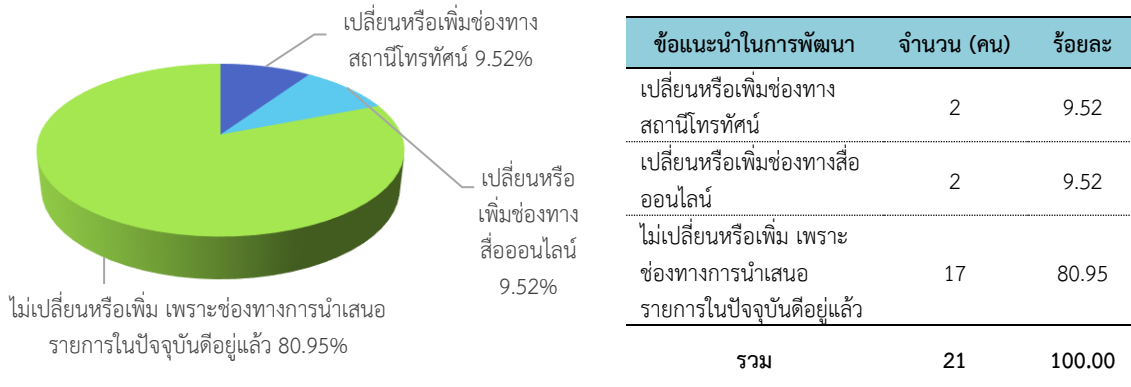
ตารางที่ 10.49 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ

ประเด็นความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ		
	คะแนน	S.D.	แปลผล
1. ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance)	4.4286	0.0000	พึงพอใจมาก
1.2 เนื้อหารายการมีความสอดคล้องและเหมาะสมกับกลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี)	4.4286	0.5071	พึงพอใจมาก
2. ด้านเนื้อหารายการ (Content)	4.3164	0.0864	พึงพอใจมาก
2.1 เนื้อหารายการน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี	4.1429	0.7928	พึงพอใจมาก
2.2 เนื้อหารายการมีความสร้างสรรค์และสร้างความจรรโลงใจให้กับผู้ชม	4.4286	0.6761	พึงพอใจมาก
2.3 เนื้อหารายการมีความกระชับและเข้าใจได้ง่าย	4.2857	0.6437	พึงพอใจมาก
2.4 เนื้อหารายการมีการสอดแทรกแง่คิดที่ดี	4.5238	0.6016	พึงพอใจมากที่สุด
2.5 เนื้อหารายการส่งเสริมพัฒนาการของเด็กในด้านร่างกาย	3.9048	0.7003	พึงพอใจมาก
2.6 เนื้อหารายการส่งเสริมพัฒนาการของเด็กในด้านสติปัญญา	4.4762	0.7496	พึงพอใจมาก
2.7 เนื้อหารายการส่งเสริมพัฒนาการของเด็กในด้านอารมณ์	4.3000	0.8013	พึงพอใจมาก

ประเด็นความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ		
	คะแนน	S.D.	แปลผล
2.8 เนื้อหารายการส่งเสริมพัฒนาการของเด็กในด้านสังคม	4.2857	0.5606	พึงพอใจมาก
2.9 เนื้อหารายการมีคุณค่า คุ่มค่าต่อการรับชม และมีประโยชน์ต่อเด็กและเยาวชน	4.5000	0.6070	พึงพอใจมากที่สุด
3. ด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques)	4.2476	0.1118	พึงพอใจมาก
3.1 รูปแบบการนำเสนอรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง	4.0952	0.8891	พึงพอใจมาก
3.2 รูปแบบการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี)	4.4286	0.5976	พึงพอใจมาก
3.3 ผู้ดำเนินรายการ (พิธีกร/แขกรับเชิญ/ตัวละคร/บทบรรยาย) ของรายการนี้ มีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี	4.1429	0.6547	พึงพอใจมาก
3.4 ระยะเวลาการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี)	4.3333	0.7303	พึงพอใจมาก
3.5 ช่วงเวลาออกอากาศ ผ่านช่องทางสถานีโทรทัศน์มีความเหมาะสมกับกลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี)	4.2381	0.7684	พึงพอใจมาก
4. ด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques)	4.4286	0.0000	พึงพอใจมาก
4.1 ฉาก ภาพ แสง สี เสียง และกราฟิกที่ปรากฏในรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง	4.4286	0.6761	พึงพอใจมาก
5. ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact)	4.2963	0.0794	พึงพอใจมาก
5.1 ท่านได้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	4.1905	0.7496	พึงพอใจมาก
5.2 ท่านเข้าใจความแตกต่างและความหลากหลายในสังคม	4.2857	0.7838	พึงพอใจมาก
5.3 ท่านเข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต	4.3810	0.7400	พึงพอใจมาก
5.4 ท่านได้รับการปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม	4.3333	0.5774	พึงพอใจมาก
5.5 ท่านได้แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต	4.0476	0.6690	พึงพอใจมาก
5.6 ท่านนำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน	4.4286	0.8106	พึงพอใจมาก
5.7 เด็กและเยาวชนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	4.1905	0.8136	พึงพอใจมาก
5.8 รายการส่งเสริมพัฒนาการและการเรียนรู้ของเด็กและเยาวชน	4.3333	0.7958	พึงพอใจมาก
5.9 รายการมีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็ก เยาวชนและสถาบันครอบครัว	4.4762	0.6796	พึงพอใจมาก
6. ทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction)	4.3095	0.0753	พึงพอใจมาก
6.1 ท่านมีทัศนคติที่ดีต่อรายการโดยรวม	4.3333	0.7958	พึงพอใจมาก
6.2 ท่านมีความพึงพอใจต่อรายการโดยรวม	4.2857	0.9024	พึงพอใจมาก
ภาพรวม	4.3378	0.0588	พึงพอใจมาก

สรุปข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

ตารางที่ 10.50 จำนวนและร้อยละข้อแนะนำในการพัฒนาช่องทางการนำเสนอรายการ



จากตารางที่ 10.50 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่มีข้อแนะนำ ไม่เปลี่ยนหรือเพิ่มเพราะช่องทางการนำเสนอรายการในปัจจุบันดีอยู่แล้ว จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 80.95 รองลงมาคือ เปลี่ยนหรือเพิ่มช่องทางสถานีโทรทัศน์ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 9.52 และเปลี่ยนหรือเพิ่มช่องทางสื่อออนไลน์ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 9.52 ตามลำดับ

สรุปประเด็นข้อแนะนำเพื่อปรับปรุงหรือพัฒนารายการ

จากผลการสำรวจ พบว่า ในภาพรวมกลุ่มเป้าหมายรายการในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีระดับความพึงพอใจต่อโครงการส่งเสริมการผลิตและออกอากาศรายการโทรทัศน์ระบบดิจิตอลรายการสำหรับเด็กเยาวชน และครอบครัว ในระดับดี-ดีมาก โดยมีคะแนนความพึงพอใจที่ 4.2857 คะแนน ซึ่งมีคะแนนต่ำกว่าคะแนนทัศนคติที่ดี/ความคาดหวังซึ่ง มีคะแนนอยู่ที่ 4.3333 คะแนน ทั้งนี้ จากการสัมภาษณ์เชิงลึกเพิ่มเติม กลุ่มเป้าหมายมีข้อเสนอแนะในการพัฒนารายการเพิ่มเติม ดังนี้

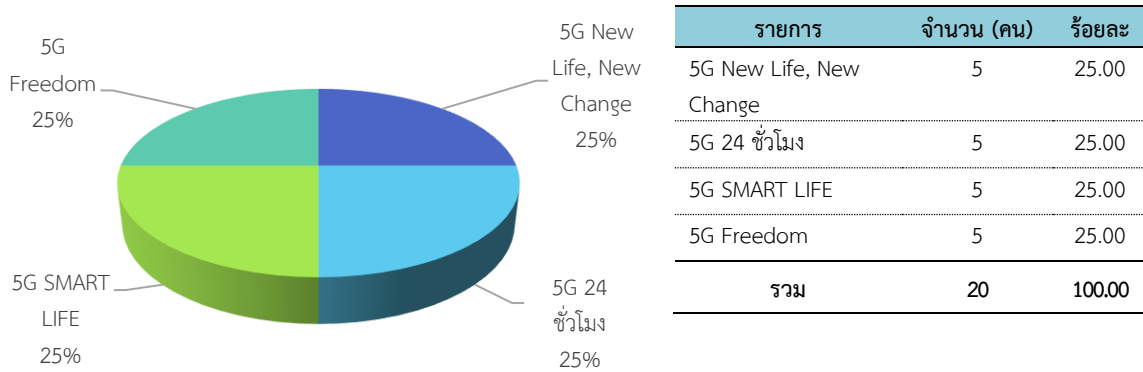
- 1) ระยะเวลานำเสนอรายการ และเนื้อหาควรกระชับสอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน เหมาะสมสำหรับเด็กอายุ 3-5 ปี
- 2) ควรใช้ภาษาที่หลากหลาย และเข้าใจง่าย
- 3) อยากให้มีรายการเกี่ยวกับกีฬา
- 4) หนูเห็นยังแสดงซัดๆ ต่อความรู้สึก จังหวะการสื่อสารเร็วเกินไป ควรมีกานำเสนอโทษยาเสพติด ให้เด็กได้รับรู้ถึงโทษยาเสพติด
- 5) ควรสอดแทรกเกมส์ สนุก ที่เหมาะสมเพื่อดึงดูดเด็กอายุ 3-5 ปี
- 6) ควรเพิ่มเวลาและช่องทางในการออกอากาศ
- 7) อยากให้ลดการ Bully รูปร่าง ไม่หัวเราะสิ่งที่ไม่น่าขำ เช่นตอนการ์ตูนหัวเราะตอนโดนล้อ และการเลี้ยงสัตว์ อยากให้แสดงถึงความรักความรับผิดชอบในสัตว์เลี้ยง

10.3.2.2 โครงการส่งเสริมการผลิตและออกอากาศเนื้อหารายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะเกี่ยวกับเทคโนโลยี 5G

มีผู้ตอบแบบสอบถามโดยกลุ่มตัวแทนจากประชาชน จำนวน 20 ราย ประกอบด้วยข้อมูล ดังนี้

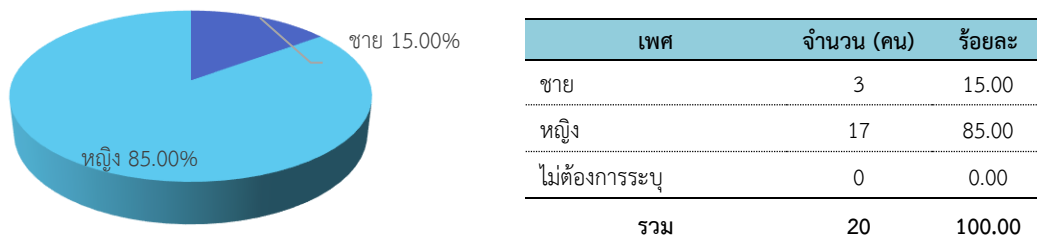
ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบประเมิน

ตารางที่ 10.51 จำนวนและร้อยละของรายการ



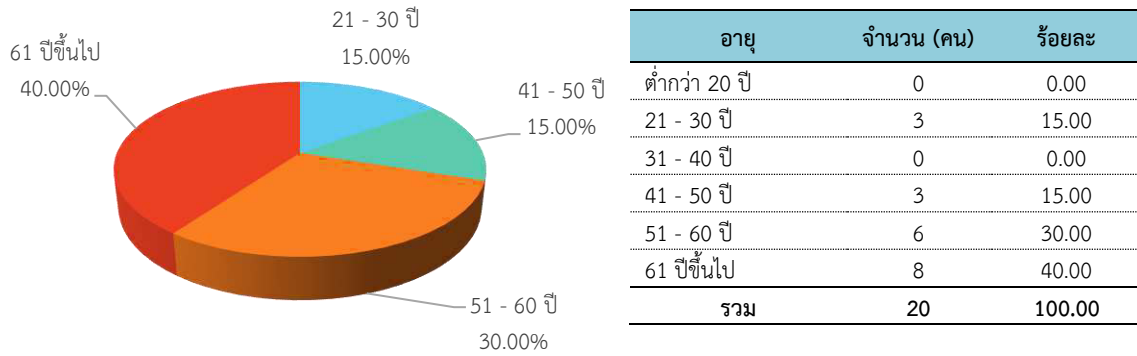
จากตารางที่ 10.51 ผู้ตอบแบบประเมินรับชมคลิปวิดีโอของรายการทีวีรายการ 5G New Life, New Change จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 รายการ 5G 24 ชั่วโมง จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 รายการ 5G SMART LIFE จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 และรายการ 5G Freedom จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00

ตารางที่ 10.52 จำนวนและร้อยละของเพศ



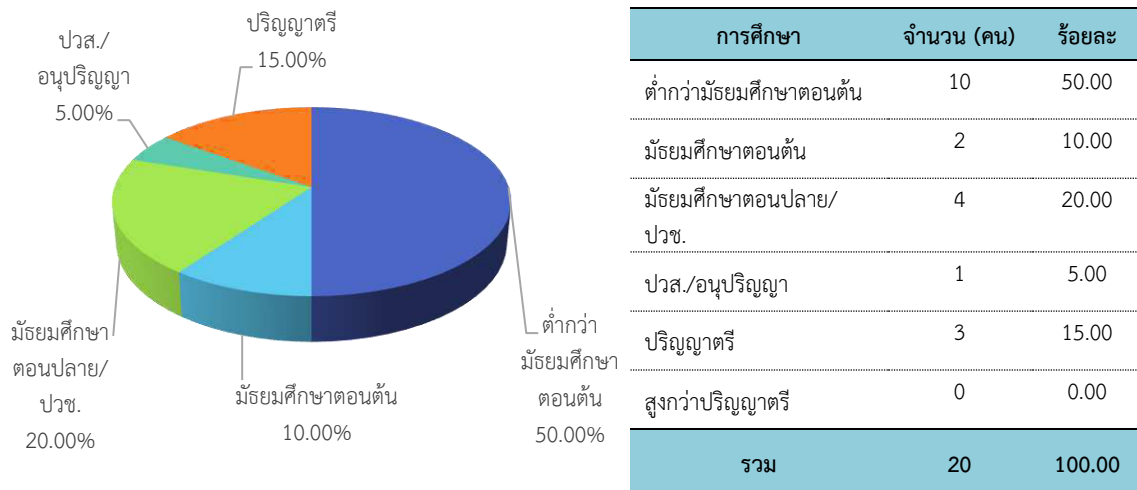
จากตารางที่ 10.52 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 85.00 รองลงมาคือ เพศชาย จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 10.53 จำนวนและร้อยละของอายุ



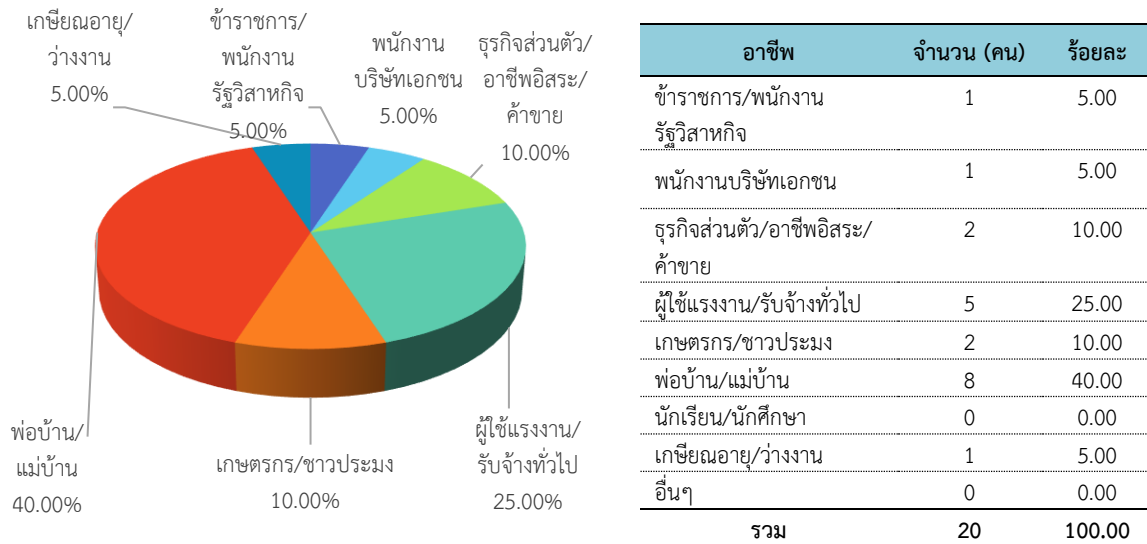
จากตารางที่ 10.53 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่อายุ 61 ปีขึ้นไป จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 รองลงมาคือ อายุ 51 - 60 ปี จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 อายุ 21 - 30 ปี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 และอายุ 41 - 50 ปี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 10.54 จำนวนและร้อยละของการศึกษา



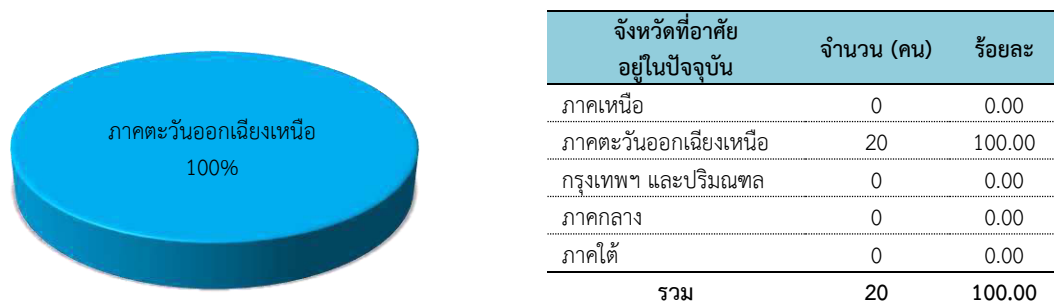
จากตารางที่ 10.54 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมาคือมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 ปริญญาตรี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 มัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 และปวส./อนุปริญญา จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 10.55 จำนวนและร้อยละของอาชีพ



จากตารางที่ 10.55 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพ่อบ้าน/แม่บ้าน จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 รองลงมาคือ ผู้ใช้แรงงาน/รับจ้างทั่วไป จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 เกษตรกร/ชาวประมง จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 และเกษียณอายุ/ว่างงาน จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 10.56 จำนวนและร้อยละของจังหวัดที่ท่านอาศัยอยู่ในปัจจุบัน

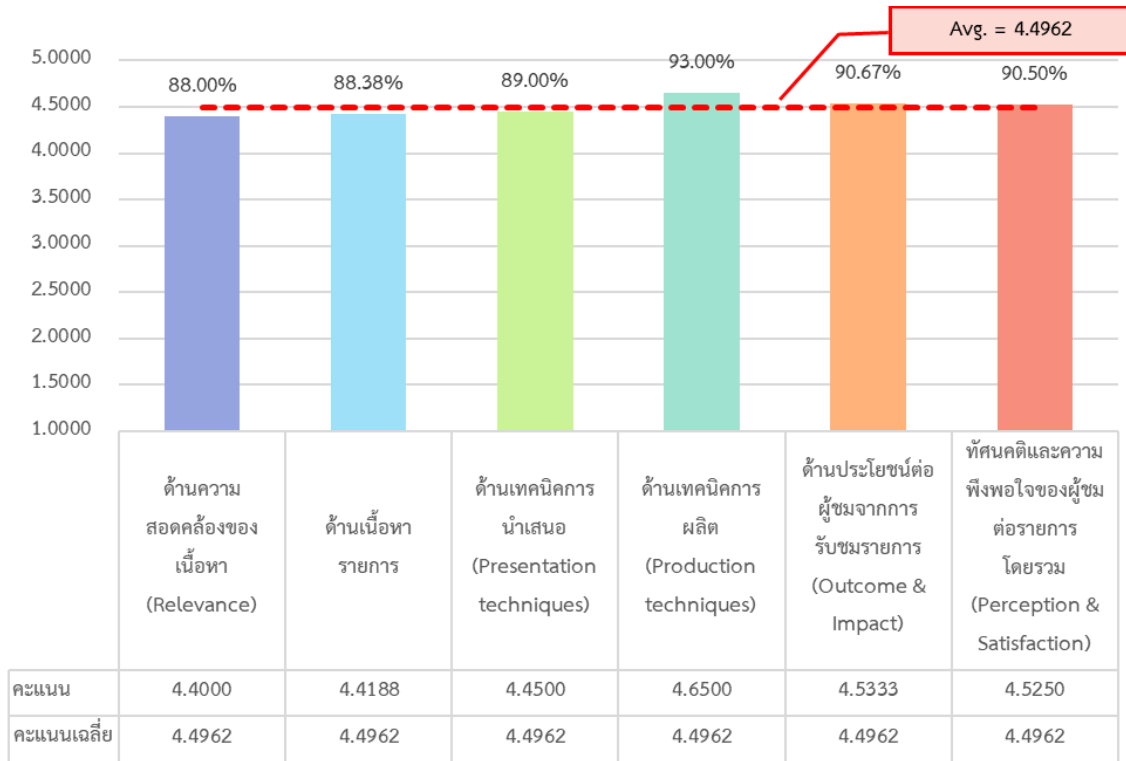


จากตารางที่ 10.56 ผู้ตอบแบบประเมินทั้งหมดอาศัยอยู่ในจังหวัดของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (จังหวัดขอนแก่น) จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00

10.3.3.2 สรุปผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ

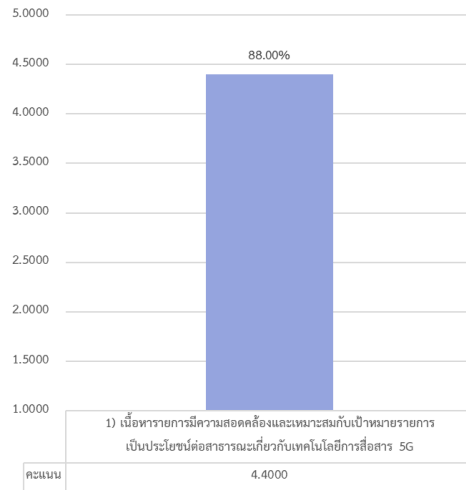
จากการสำรวจคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ มีผลคะแนนเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 4.4962 โดยมีผลคะแนนการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในแต่ละด้าน ดังนี้

แผนภาพที่ 10.50 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ



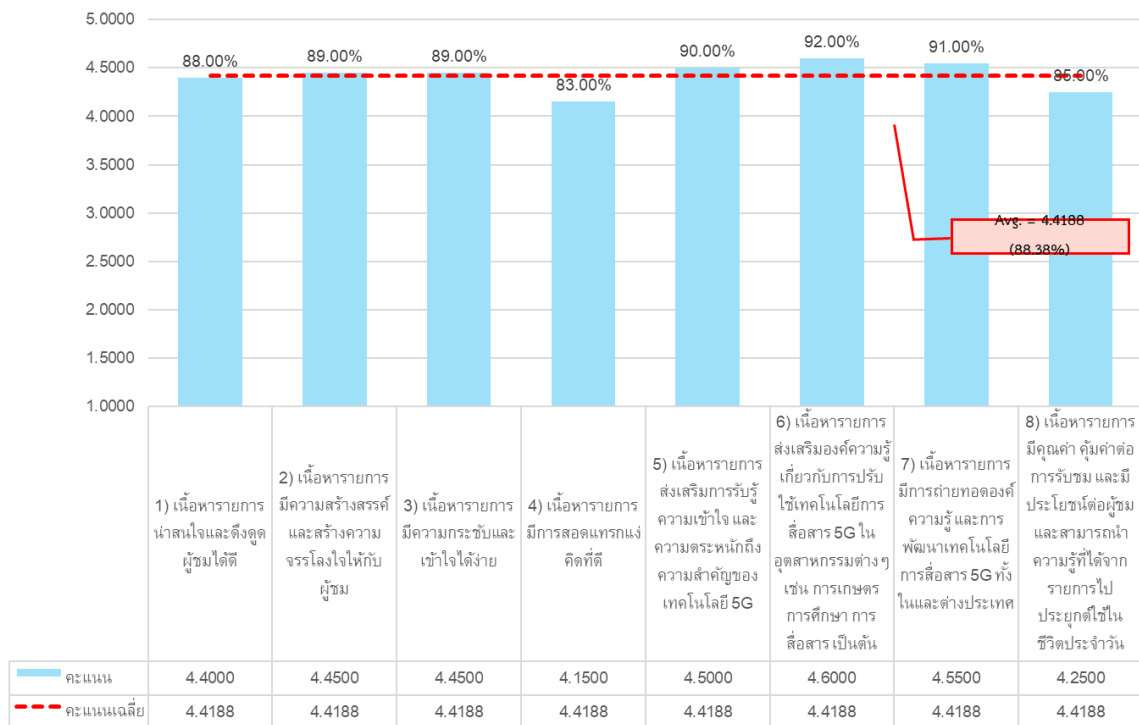
จากแผนภาพที่ 10.50 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ ในภาพรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีความพึงพอใจในระดับมากในทุกด้าน โดยด้านที่มากที่สุดคือ ด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques) ซึ่งมีผลคะแนนที่ระดับ 4.6500 รองลงมาคือ ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact) มีผลคะแนน 4.5333 ทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction) มีผลคะแนน 4.5250 ด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques) มีผลคะแนน 4.4500 ด้านเนื้อหารายการ (Content) ที่ระดับคะแนน 4.4188 และด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance) มีคะแนนต่ำสุดที่ระดับ 4.4000 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 10.51 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance)



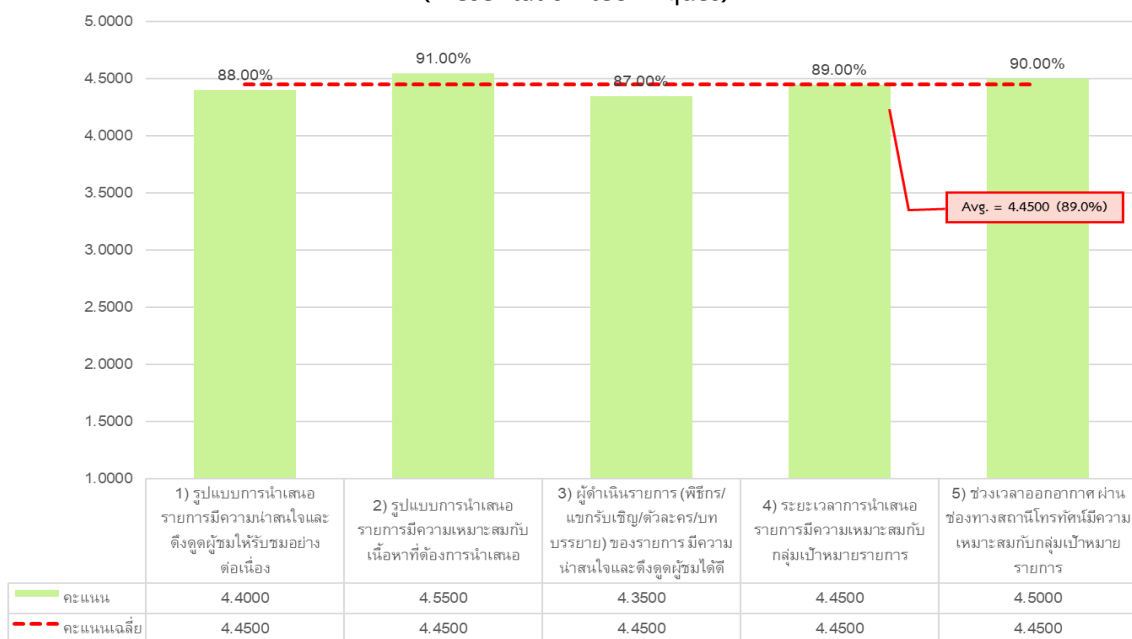
จากแผนภาพที่ 10.51 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance) อยู่ในระดับพึงพอใจมาก จากประเด็นเนื้อหารายการมีความสอดคล้องและเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการเป็นประโยชน์ต่อสาธารณะเกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสาร 5G ที่ระดับคะแนน 4.4000

แผนภาพที่ 10.52 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเนื้อหารายการ (Content)



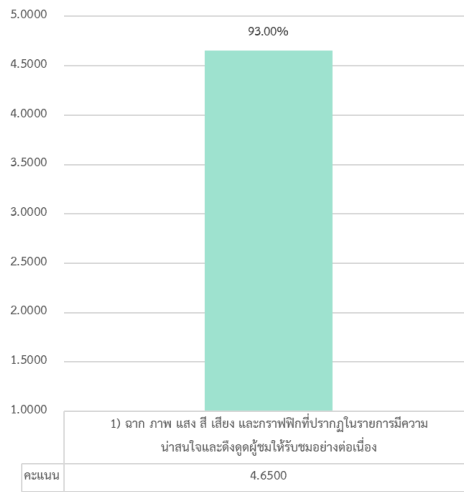
จากแผนภาพที่ 10.52 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชม ในด้านเนื้อหารายการ (Content) ในภาพรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก โดยประเด็นเนื้อหารายการส่งเสริมองค์ความรู้เกี่ยวกับการปรับใช้เทคโนโลยีการสื่อสาร 5G ในอุตสาหกรรมต่างๆ เช่น การเกษตร การศึกษา การสื่อสาร เป็นต้น ที่ระดับคะแนน 4.6000 รองลงมาคือ เนื้อหารายการมีการถ่ายทอดองค์ความรู้และการพัฒนาเทคโนโลยีการสื่อสาร 5G ทั้งในและต่างประเทศ ที่ระดับคะแนน 4.5500 เนื้อหารายการส่งเสริมการรับรู้ความเข้าใจและความตระหนักถึงความสำคัญของเทคโนโลยี 5G ที่ระดับคะแนน 4.5000 ประเด็นเนื้อหารายการมีความสร้างสรรค์ และสร้างความจรรโลงใจให้กับผู้ชม และประเด็นเนื้อหารายการมีความกระชับและเข้าใจได้ง่าย มีระดับคะแนนเท่ากันที่ 4.4500 เนื้อหารายการน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี มีคะแนน 4.4000 เนื้อหารายการมีคุณค่า คุ่มค่าต่อการรับชม และมีประโยชน์ต่อผู้ชมและสามารถนำความรู้ที่ได้จากรายการไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน มีระดับคะแนน 4.2500 และเนื้อหารายการมีการสอดแทรกแง่คิดที่ดี มีคะแนนต่ำสุดที่ระดับคะแนน 4.1500 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 10.53 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques)



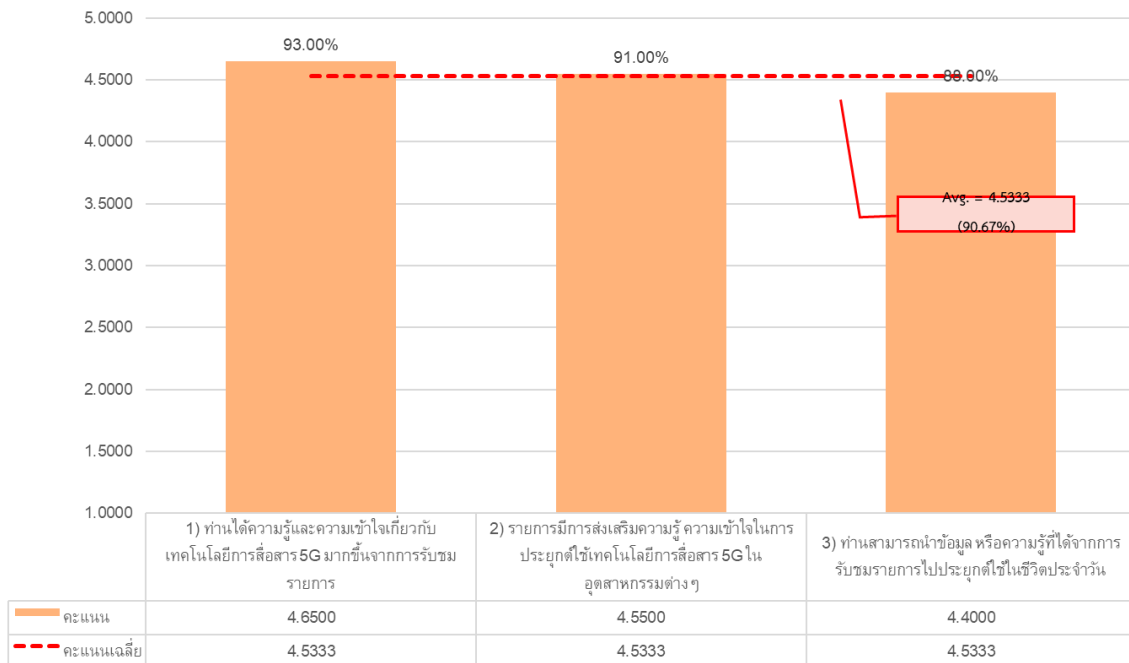
จากแผนภาพที่ 10.53 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques) ในภาพรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก โดยประเด็นรูปแบบการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับเนื้อหาที่ต้องการนำเสนอ มีคะแนนสูงสุดที่ระดับคะแนน 4.5500 รองลงมาคือ ช่วงเวลาออกอากาศ ผ่านช่องทางสถานีโทรทัศน์มีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการ ที่ระดับคะแนน 4.5000 ระยะเวลาการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการ ที่ระดับคะแนน 4.4500 รูปแบบการนำเสนอรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง มีระดับคะแนน 4.4000 และประเด็นผู้ดำเนินรายการ (พิธีกร/แขกรับเชิญ/ตัวละคร/บทบรรยาย) ของรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี มีคะแนนต่ำสุดที่ระดับคะแนน 4.3500 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 10.54 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques)



จากแผนภาพที่ 10.54 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques) อยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด จากประเด็นฉาก ภาพ แสง สี เสียง และกราฟฟิกที่ปรากฏในรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง ที่ระดับคะแนน 4.6500

แผนภาพที่ 10.55 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact)



จากแผนภาพที่ 10.55 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact) ในภาพรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด โดยประเด็นท่านได้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสาร 5G มากขึ้นจากการรับชมรายการ มีระดับคะแนนสูงสุดที่ 4.6500 รองลงมาคือ รายการมีการส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจในการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีการสื่อสาร 5G ในอุตสาหกรรมต่างๆ มีระดับคะแนนอยู่ที่ 4.5500 และท่านสามารถนำข้อมูล หรือความรู้ที่ได้จากการรับชมรายการไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน ที่ระดับคะแนน 4.4000 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 10.56 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction)



จากแผนภาพที่ 10.56 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction) อยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด โดยมีความพึงพอใจต่อรายการโดยรวม ที่ระดับคะแนน 4.5500 และมีทัศนคติที่ดีต่อรายการโดยรวม ที่ระดับคะแนน 4.5000

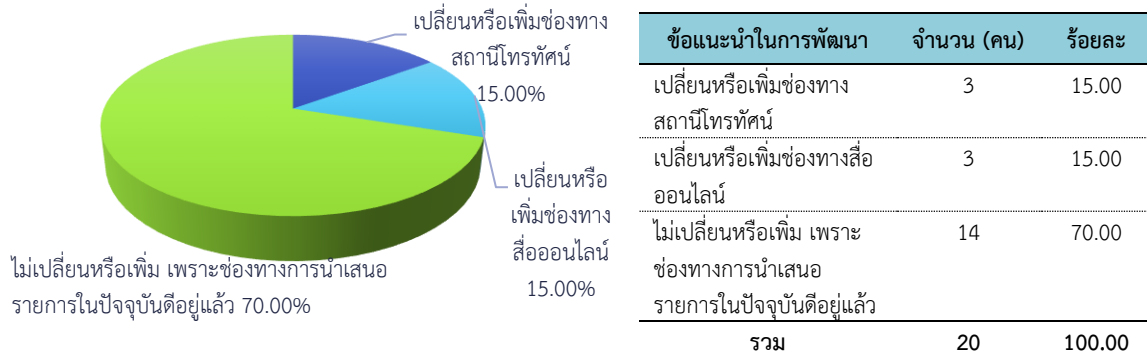
ตารางที่ 10.57 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ

ประเด็นความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ		
	คะแนน	S.D.	แปลผล
1. ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance)	4.4000	0.0000	พึงพอใจมาก
1.3 เนื้อหารายการมีความสอดคล้องและเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการเป็นประโยชน์ต่อสาธารณะเกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสาร 5G	4.4000	0.8208	พึงพอใจมาก
2. ด้านเนื้อหารายการ (Content)	4.4188	0.1967	พึงพอใจมาก
2.1 เนื้อหารายการน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี	4.4000	0.5982	พึงพอใจมาก
2.2 เนื้อหารายการมีความสร้างสรรค์และสร้างความจรรโลงใจให้กับผู้ชม	4.4500	0.5104	พึงพอใจมาก
2.3 เนื้อหารายการมีความกระชับและเข้าใจได้ง่าย	4.4500	0.6863	พึงพอใจมาก
2.4 เนื้อหารายการมีการสอดแทรกแง่คิดที่ดี	4.1500	1.0400	พึงพอใจมาก
2.5 เนื้อหารายการส่งเสริมการรับรู้ความเข้าใจและความตระหนักถึงความสำคัญของเทคโนโลยี 5G	4.5000	0.6070	พึงพอใจมากที่สุด

ประเด็นความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ		
	คะแนน	S.D.	แปลผล
2.6 เนื้อหารายการส่งเสริมองค์ความรู้เกี่ยวกับการปรับใช้เทคโนโลยีการสื่อสาร 5G ใน อุตสาหกรรมต่างๆ เช่น การเกษตร การศึกษา การสื่อสาร เป็นต้น	4.6000	0.9403	พึงพอใจมากที่สุด
2.7 เนื้อหารายการมีการถ่ายทอดองค์ความรู้และการพัฒนาเทคโนโลยีการสื่อสาร 5G ทั้งใน และต่างประเทศ	4.5500	0.6048	พึงพอใจมากที่สุด
2.8 เนื้อหารายการมีคุณค่า คุ่มค่าต่อการรับชม และมีประโยชน์ต่อผู้ชมและสามารถนำ ความรู้ที่ได้จากรายการไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน	4.2500	0.9105	พึงพอใจมาก
3. ด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques)	4.4500	0.1840	พึงพอใจมาก
3.1 รูปแบบการนำเสนอรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง	4.4000	0.5026	พึงพอใจมาก
3.2 รูปแบบการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับเนื้อหาที่ต้องการนำเสนอ	4.5500	0.6048	พึงพอใจมากที่สุด
3.3 ผู้ดำเนินรายการ (พิธีกร/แขกรับเชิญ/ตัวละคร/บทรบราย) ของรายการ มีความ น่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี	4.3500	0.9333	พึงพอใจมาก
3.4 ระยะเวลาการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการ	4.4500	0.5104	พึงพอใจมาก
3.5 ช่วงเวลาออกอากาศ ผ่านช่องทางสถานีโทรทัศน์มีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย รายการ	4.5000	0.5130	พึงพอใจมากที่สุด
4. ด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques)	4.6500	0.0000	พึงพอใจมากที่สุด
4.1 ฉาก ภาพ แสง สี เสียง และกราฟฟิกที่ปรากฏในรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชม ให้รับชมอย่างต่อเนื่อง	4.6500	0.4894	พึงพอใจมากที่สุด
5. ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากรับชมรายการ (Outcome & Impact)	4.5333	0.0963	พึงพอใจมากที่สุด
5.1 ท่านได้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสาร 5G มากขึ้นจากรับชม รายการ	4.6500	0.4894	พึงพอใจมากที่สุด
5.2 รายการมีการส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจในการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีการสื่อสาร 5G ใน อุตสาหกรรมต่างๆ	4.5500	0.6048	พึงพอใจมากที่สุด
5.3 ท่านสามารถนำข้อมูล หรือความรู้ที่ได้จากการรับชมรายการไปประยุกต์ใช้ใน ชีวิตประจำวัน	4.4000	0.6806	พึงพอใจมาก
6. ทศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction)	4.5250	0.0018	พึงพอใจมากที่สุด
6.1 ท่านมีทัศนคติที่ดีต่อรายการโดยรวม	4.5000	0.5130	พึงพอใจมากที่สุด
6.2 ท่านมีความพึงพอใจต่อรายการโดยรวม	4.5500	0.5104	พึงพอใจมากที่สุด
ภาพรวม	4.4962	0.0798	พึงพอใจมาก

สรุปข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

ตารางที่ 10.58 จำนวนและร้อยละข้อแนะนำในการพัฒนาช่องทางการนำเสนอรายการ



จากตารางที่ 10.58 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่มีข้อแนะนำ ไม่เปลี่ยนหรือเพิ่มเพราะช่องทางการนำเสนอรายการในปัจจุบันดีอยู่แล้ว จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 70.00 รองลงมาคือ เปลี่ยนหรือเพิ่มช่องทางสื่อออนไลน์ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 และเปลี่ยนหรือเพิ่มช่องทางสถานีโทรทัศน์ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 ตามลำดับ

สรุปประเด็นข้อแนะนำเพื่อปรับปรุงหรือพัฒนารายการ

จากผลการสำรวจ พบว่า ในภาพรวมกลุ่มเป้าหมายรายการในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีระดับความพึงพอใจต่อโครงการส่งเสริมการผลิตและออกอากาศเนื้อหารายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะในระดับดี-ดีมาก โดยมีคะแนนความพึงพอใจที่ 4.5500 คะแนน ซึ่งมีคะแนนสูงกว่าคะแนนทัศนคติที่ดี/ความคาดหวัง ซึ่งมีคะแนนอยู่ที่ 4.5000 คะแนน ทั้งนี้ จากการสัมภาษณ์เชิงลึกเพิ่มเติม กลุ่มเป้าหมายมีข้อเสนอแนะในการพัฒนารายการเพิ่มเติม ดังนี้

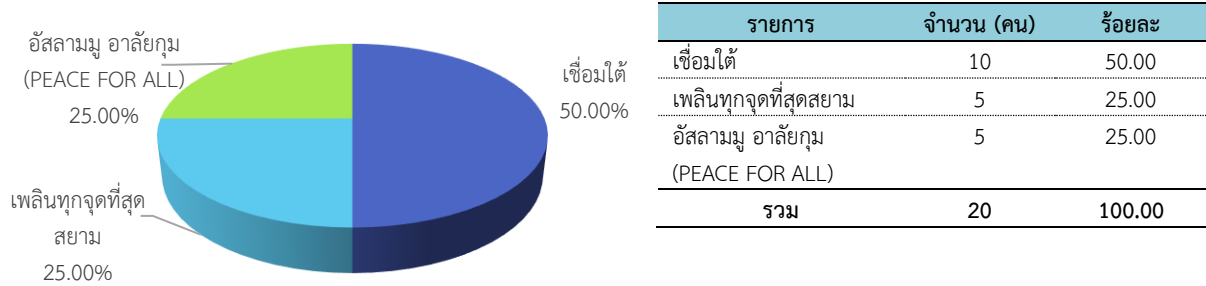
- 1) อยากให้ถ่ายทอดเนื้อหาเทคโนโลยีใหม่ๆ เพื่อนำไปศึกษาเพิ่มเติม และปรับใช้ชีวิตประจำวัน
- 2) อยากให้เพิ่มช่องทางการออกอากาศ (ช่อง 3)
- 3) อยากให้ปรับการสื่อสารหรือภาษาในการนำเสนอให้เข้าถึงง่าย
- 4) อยากให้ลดความเป็นทางการหรือการใช้ภาษาทางการให้น้อยลงกว่านี้เพื่อความลื่นไหลของรายการมากขึ้น
- 5) ภาษาที่ใช้สื่อสารกับผู้ชมบางส่วนเป็นคำเฉพาะมาก ให้เพิ่มคำอธิบาย เพื่อให้ผู้ชมได้เข้าใจมากยิ่งขึ้น

10.3.2.3 โครงการผลิตสารคดีเพื่อส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนใต้

มีผู้ตอบแบบสอบถามโดยกลุ่มตัวแทนจากประชาชน จำนวน 20 ราย ประกอบด้วยข้อมูล ดังนี้

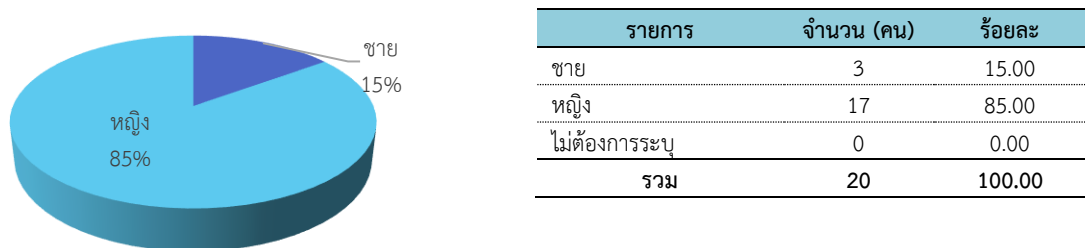
ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบประเมิน

ตารางที่ 10.59 จำนวนและร้อยละของรายการ



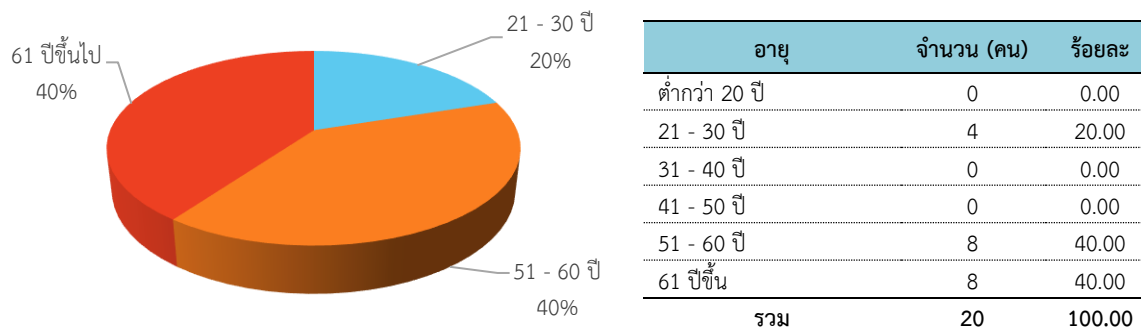
จากตารางที่ 10.59 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่รับชมคลิปวิดีโอของรายการทีวีรายการเชื่อมได้ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมาคือ รายการเพลินทุกจุดที่สุดสยาม จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 และรายการอัسلامมุ อาลัยกุม (PEACE FOR ALL) จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 10.60 จำนวนและร้อยละของเพศ



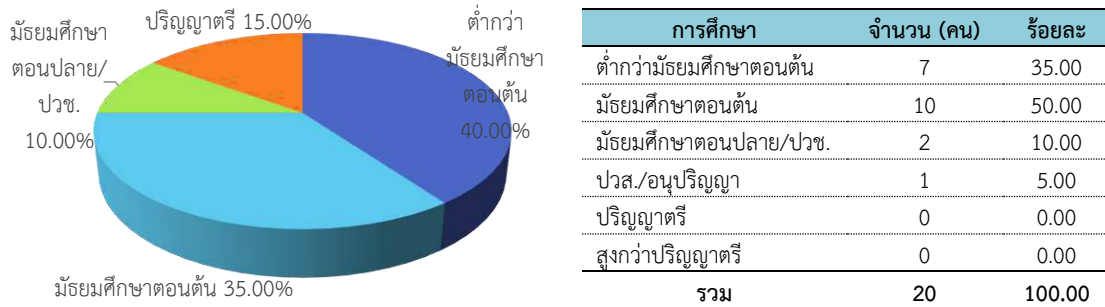
จากตารางที่ 10.60 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 85.00 รองลงมาคือ เพศชาย จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 10.61 จำนวนและร้อยละของอายุ



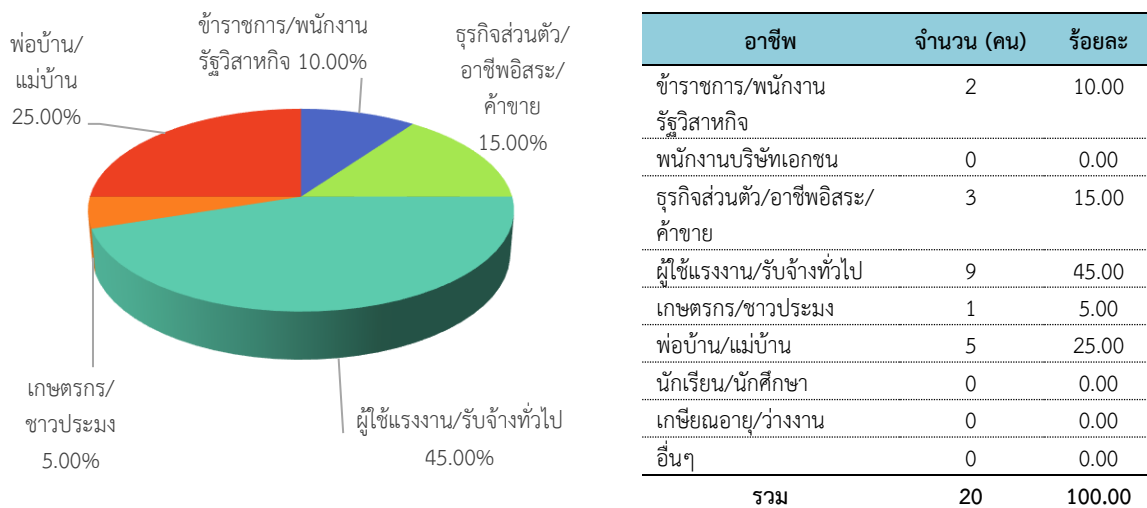
จากตารางที่ 10.61 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่อายุ 51 - 60 ปี จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 อายุ 61 ปีขึ้นไป จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 รองลงมาคือ อายุ 21 - 30 ปี จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 10.62 จำนวนและร้อยละของการศึกษา



จากตารางที่ 10.62 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 รองลงมาคือ มัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 35.00 ปริญญาตรี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 และมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 10.63 จำนวนและร้อยละของอาชีพ



จากตารางที่ 10.63 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่ประกอบอาชีพผู้ใช้แรงงาน/รับจ้างทั่วไป จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 45.00 รองลงมาคือ พ่อบ้าน/แม่บ้าน จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 ช่างราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 และเกษตรกร/ชาวประมง จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 10.64 จำนวนและร้อยละของจังหวัดที่ท่านอาศัยอยู่ในปัจจุบัน



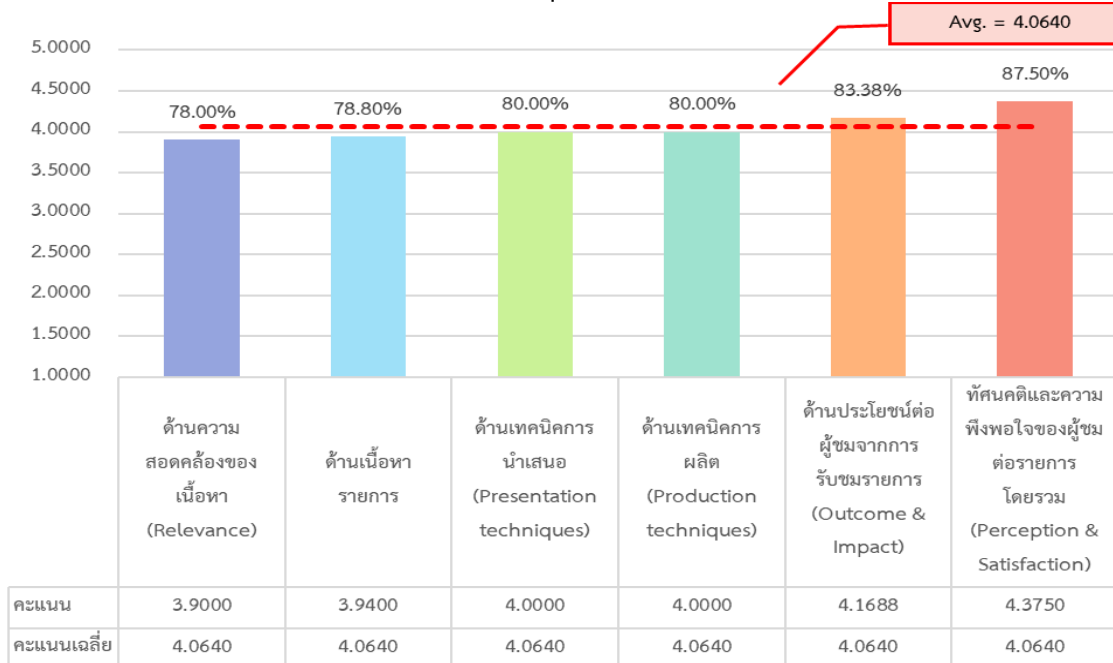
จังหวัดที่อาศัยอยู่ในปัจจุบัน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ภาคเหนือ	0	0.00
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	20	100.00
กรุงเทพฯ และปริมณฑล	0	0.00
ภาคกลาง	0	0.00
ภาคใต้	0	0.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 10.64 ผู้ตอบแบบประเมินทั้งหมดอาศัยอยู่ในจังหวัดของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (จังหวัดขอนแก่น) จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00

สรุปผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ

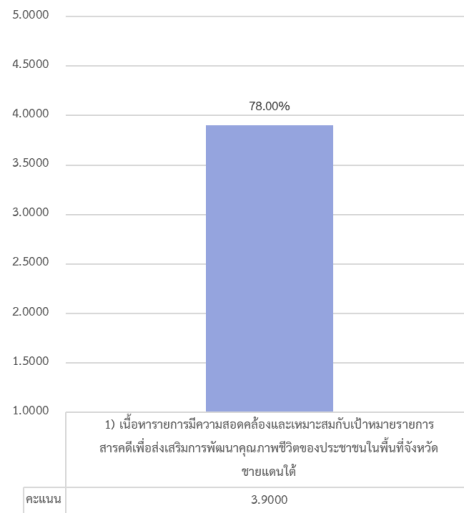
จากการสำรวจคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ มีผลคะแนนเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 4.0640 โดยมีผลคะแนนการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในแต่ละด้าน ดังนี้

แผนภาพที่ 10.57 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ



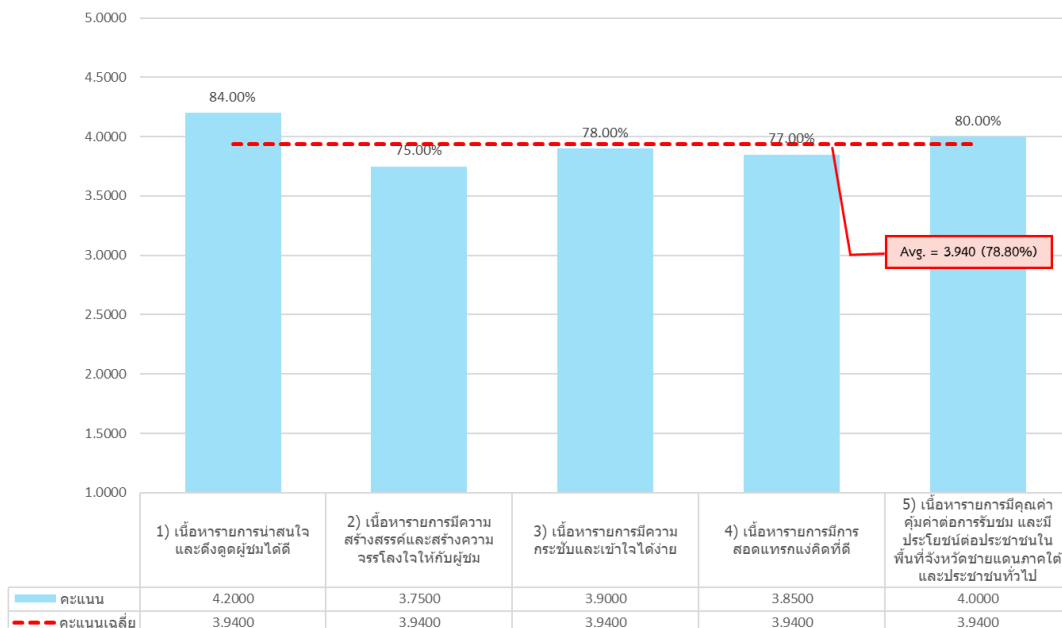
จากแผนภาพที่ 10.57 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ ในภาพรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีความเชื่อมั่นระดับมากในทุกด้าน โดยเรียงลำดับจากมากที่สุดคือ ทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction) มีคะแนนที่ระดับ 4.3750 รองลงมาคือ ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact) มีผลคะแนนที่ระดับ 4.1688 โดยด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques) และด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques) มีผลคะแนนเท่ากันที่ระดับ 4.0000 ด้านเนื้อหารายการ (Content) มีผลคะแนนที่ระดับ 3.9400 และด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance) มีผลคะแนนต่ำสุดที่ระดับ 3.9000 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 10.58 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance)



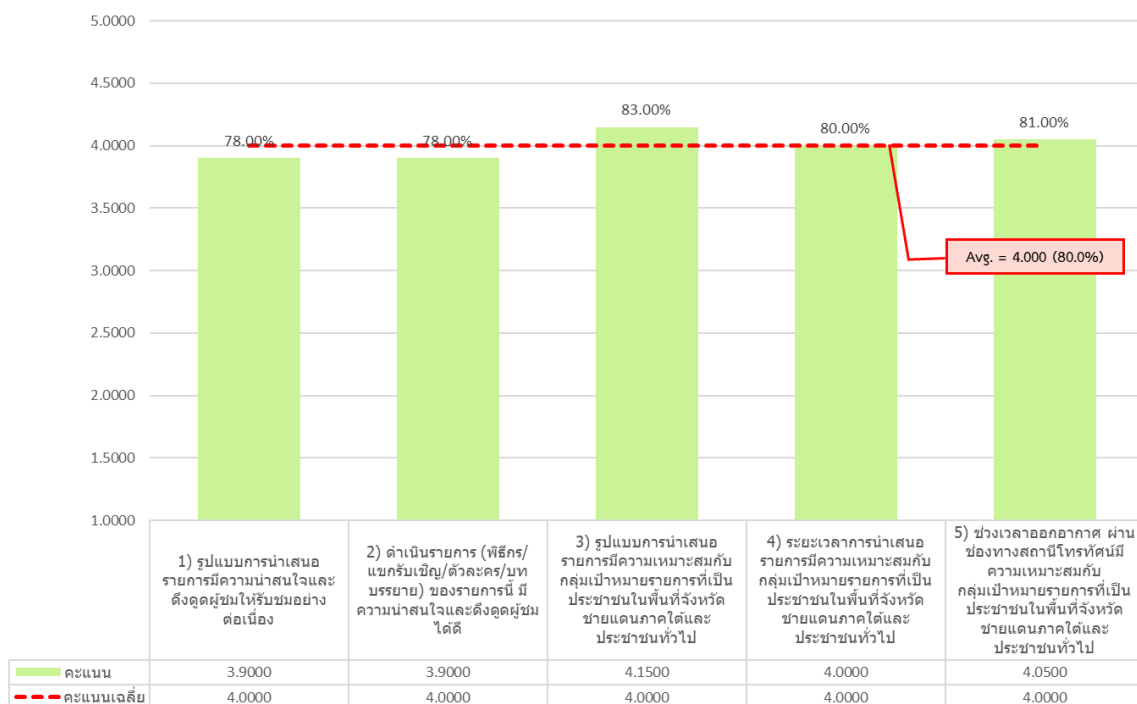
จากแผนภาพที่ 10.58 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance) อยู่ในระดับพึงพอใจมาก จากประเด็นเนื้อหารายการมีความสอดคล้องและเหมาะสมกับเป้าหมายรายการสารคดีเพื่อส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ ที่ระดับคะแนน 3.9000

แผนภาพที่ 10.59 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเนื้อหาของรายการ (Content)



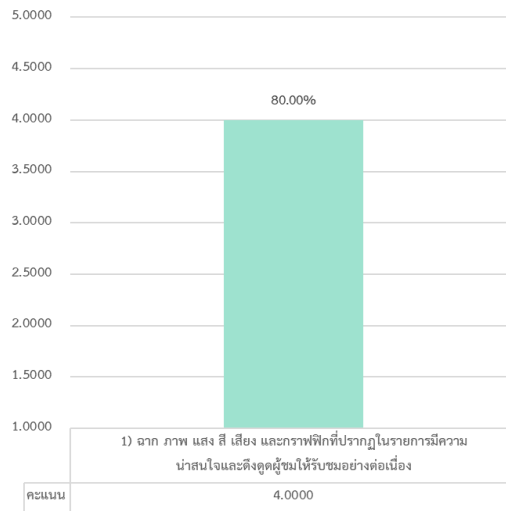
จากแผนภาพที่ 10.59 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเนื้อหารายการ (Content) ในภาพรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก โดยประเด็น เนื้อหารายการน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี มีระดับคะแนนสูงสุดที่ระดับคะแนน 4.2000 รองลงมาคือ เนื้อหารายการมีคุณค่า คุ่มค่าต่อการรับชม และมีประโยชน์ต่อประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้และประชาชนทั่วไป มีระดับคะแนนที่ 4.0000 เนื้อหารายการมีความกระชับและเข้าใจได้ง่าย มีระดับคะแนน 3.9000 เนื้อหารายการมีการสอดแทรกแง่คิดที่ดี มีระดับคะแนน 3.8500 และเนื้อหารายการมีความสร้างสรรค์และสร้างความจรรโลงใจให้กับผู้ชม มีคะแนนต่ำสุดที่ระดับคะแนน 3.7500 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 10.60 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques)



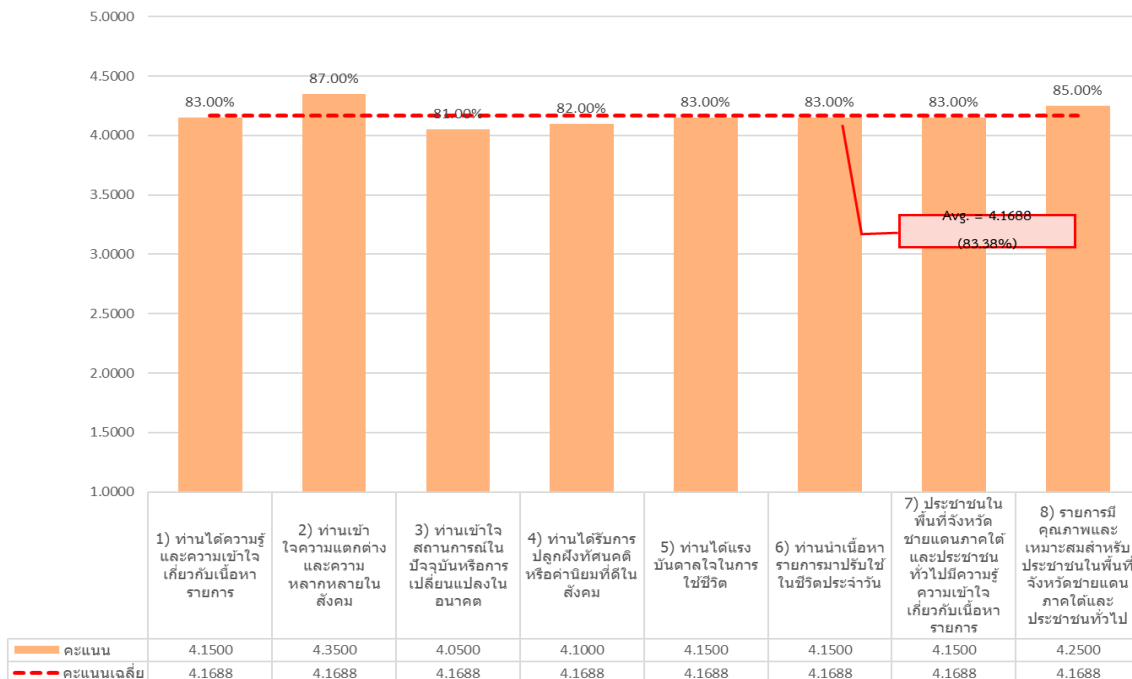
จากแผนภาพที่ 10.60 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques) ในภาพรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก โดยประเด็นรูปแบบการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้และประชาชนทั่วไป มีคะแนนสูงสุดที่ระดับคะแนน 4.1500 รองลงมาคือ ช่วงเวลาออกอากาศ ผ่านช่องทางสถานีโทรทัศน์มีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้และประชาชนทั่วไป ที่ระดับคะแนน 4.0500 ระยะเวลาการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้และประชาชนทั่วไป มีระดับคะแนน 4.0000 และรูปแบบการนำเสนอรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง และประเด็นผู้ดำเนินรายการ (พิธีกร/แขกรับเชิญ/ตัวละคร/บทบรรยาย) ของรายการนี้ มีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี มีคะแนนเท่ากันที่ 3.9000 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 10.61 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques)



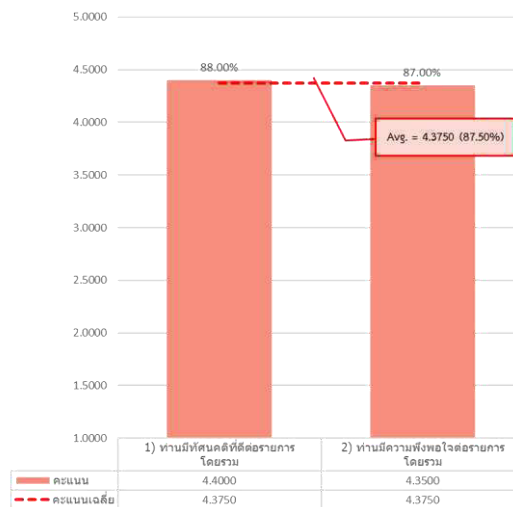
จากแผนภาพที่ 10.61 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้าน เทคนิคการผลิต (Production techniques) อยู่ในระดับพึงพอใจมาก จากประเด็นจาก ภาพ แสง สี เสียง และ กราฟฟิกที่ปรากฏในรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง ที่ระดับคะแนน 4.0000

แผนภาพที่ 10.62 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact)



จากแผนภาพที่ 10.62 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชม ในด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact) ในภาพรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก โดยประเด็นท่านเข้าใจความแตกต่างและความหลากหลายในสังคม มีระดับคะแนนสูงสุดที่ระดับคะแนน 4.4000 รองลงมาคือ รายการมีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้และประชาชนทั่วไป มีระดับคะแนนที่ 4.2500 โดยมีประเด็นที่มีคะแนนเท่ากันอยู่ 4 ประเด็น ได้แก่ ประเด็นท่านได้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ ประเด็นท่านได้แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต ประเด็นท่านนำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน และประเด็นประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้และประชาชนทั่วไป มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ ซึ่งมีคะแนนเท่ากันที่ 4.1500 ประเด็นท่านได้รับการปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม มีระดับคะแนน 4.1000 และท่านเข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต มีระดับคะแนนต่ำสุดที่ 4.2632 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 10.63 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction)



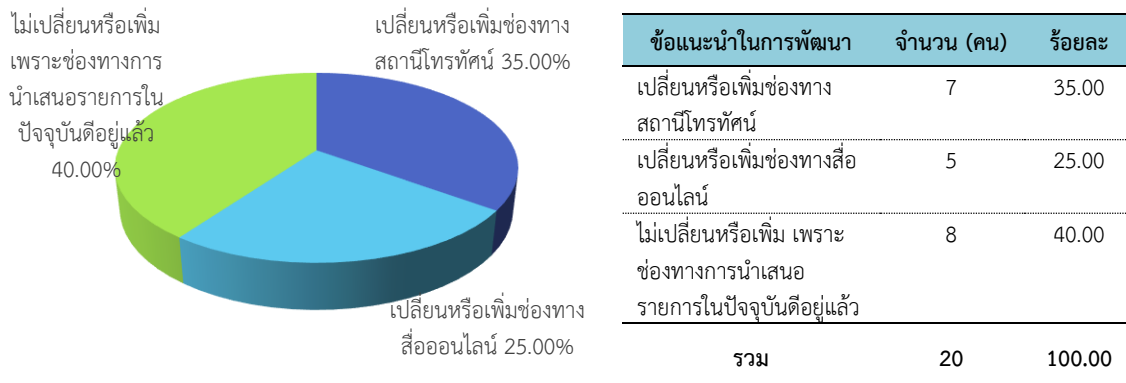
จากแผนภาพที่ 10.63 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชม ในด้านทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction) อยู่ในระดับพึงพอใจมาก โดยมีทัศนคติที่ดีต่อรายการโดยรวม ที่ระดับคะแนน 4.4000 และมีความพึงพอใจต่อรายการโดยรวม ที่ระดับคะแนน 4.3500

ตารางที่ 10.65 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ

ประเด็นความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ		
	คะแนน	S.D.	แปลผล
1. ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance)	3.9000	0.7881	พึงพอใจมาก
1.2 เนื้อหารายการมีความสอดคล้องและเหมาะสมกับเป้าหมายรายการสารคดีเพื่อส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้	3.9000	0.7881	พึงพอใจมาก
2. ด้านเนื้อหารายการ (Content)	3.9400	0.0925	พึงพอใจมาก
2.1 เนื้อหารายการน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี	4.2000	0.6959	พึงพอใจมาก
2.2 เนื้อหารายการมีความสร้างสรรค์และสร้างความจรรโลงใจให้กับผู้ชม	3.7500	0.5501	พึงพอใจมาก
2.3 เนื้อหารายการมีความกระชับและเข้าใจได้ง่าย	3.9000	0.5525	พึงพอใจมาก
2.4 เนื้อหารายการมีการสอดแทรกแง่คิดที่ดี	3.8500	0.7452	พึงพอใจมาก
2.5 เนื้อหารายการมีคุณค่า คุ่มค่าต่อการรับชม และมีประโยชน์ต่อประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้และประชาชนทั่วไป	4.0000	0.5620	พึงพอใจมาก
3. ด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques)	4.0000	0.0857	พึงพอใจมาก
3.1 รูปแบบการนำเสนอรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง	3.9000	0.7182	พึงพอใจมาก
3.2 ผู้ดำเนินรายการ (พิธีกร/แขกรับเชิญ/ตัวละคร/บทบรรยาย) ของรายการนี้ มีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี	3.9000	0.7881	พึงพอใจมาก
3.3 รูปแบบการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้และประชาชนทั่วไป	4.1500	0.7452	พึงพอใจมาก
3.4 ระยะเวลาการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้และประชาชนทั่วไป	4.0000	0.5620	พึงพอใจมาก
3.5 ช่วงเวลาออกอากาศ ผ่านช่องทางสถานีโทรทัศน์มีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้และประชาชนทั่วไป	4.0500	0.6863	พึงพอใจมาก
4. ด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques)	4.0000	0.5620	พึงพอใจมาก
4.1 ฉาก ภาพ แสง สี เสียง และกราฟิกที่ปรากฏในรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง	4.0000	0.5620	พึงพอใจมาก
5. ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact)	4.1688	0.1069	พึงพอใจมาก
5.1 ท่านได้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	4.1500	0.6708	พึงพอใจมาก
5.2 ท่านเข้าใจความแตกต่างและความหลากหลายในสังคม	4.3500	0.5871	พึงพอใจมาก
5.3 ท่านเข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต	4.0500	0.6048	พึงพอใจมาก
5.4 ท่านได้รับการปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม	4.1000	0.7182	พึงพอใจมาก
5.5 ท่านได้แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต	4.1500	0.4894	พึงพอใจมาก
5.6 ท่านนำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน	4.1500	0.6708	พึงพอใจมาก
5.7 ประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้และประชาชนทั่วไปมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	4.1500	0.8127	พึงพอใจมาก
5.8 รายการมีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้และประชาชนทั่วไป	4.2500	0.7864	พึงพอใจมาก
6. ทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction)	4.3750	0.0354	พึงพอใจมาก
6.1 ท่านมีทัศนคติที่ดีต่อรายการโดยรวม	4.4000	4.4000	พึงพอใจมาก
6.2 ท่านมีความพึงพอใจต่อรายการโดยรวม	4.3500	4.3500	พึงพอใจมาก
ภาพรวม	4.0604	0.2784	พึงพอใจมาก

สรุปข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

ตารางที่ 10.66 จำนวนและร้อยละข้อแนะนำในการพัฒนาช่องทางการนำเสนอรายการ



จากตารางที่ 10.66 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่มีข้อแนะนำในการพัฒนาช่องทางการนำเสนอ ไม่เปลี่ยนหรือเพิ่มเพราะช่องทางการนำเสนอรายการในปัจจุบันดีอยู่แล้ว จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 รองลงมาคือ เปลี่ยนหรือเพิ่มช่องทางสถานีโทรทัศน์ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 35.00 และเปลี่ยนหรือเพิ่มช่องทางสื่อออนไลน์ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 ตามลำดับ

สรุปประเด็นข้อแนะนำเพื่อปรับปรุงหรือพัฒนารายการ

จากผลการสำรวจ พบว่า ในภาพรวมกลุ่มเป้าหมายรายการในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีระดับความพึงพอใจต่อโครงการผลิตสารคดีเพื่อส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนใต้ในระดับดี-ดีมาก โดยมีคะแนนความพึงพอใจที่ 4.3500 คะแนน ซึ่งมีคะแนนต่ำกว่าคะแนนทัศนคติที่ดี/ความคาดหวัง ซึ่งมีคะแนนอยู่ที่ 4.4000 คะแนน ทั้งนี้ จากการสัมภาษณ์เชิงลึกเพิ่มเติม กลุ่มเป้าหมายมีข้อเสนอแนะในการพัฒนารายการเพิ่มเติม ดังนี้

- 1) อยากให้เพิ่มช่องทางในการนำเสนอรายการผ่านช่องทางโทรทัศน์ และสื่อออนไลน์
- 2) เนื้อหาควรมีความกระชับ ไม่ยืดเยื้อเกินไป

10.3.2.4 โครงการณรงค์สร้างความรู้เพื่อยับยั้งและรู้เท่าทันข่าวปลอม (Stop Fake News)

มีผู้ตอบแบบสอบถามโดยกลุ่มตัวแทนจากประชาชน จำนวน 38 ราย ประกอบด้วยข้อมูล ดังนี้

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบประเมิน

ตารางที่ 10.67 จำนวนและร้อยละของรายการ



รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
Stop Fake Spread Fact	38	100.00
รวม	38	100.00

จากตารางที่ 10.67 ผู้ตอบแบบประเมินทั้งหมดรับชมคลิปวิดีโอ รายการ Stop Fake Spread Fact จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00

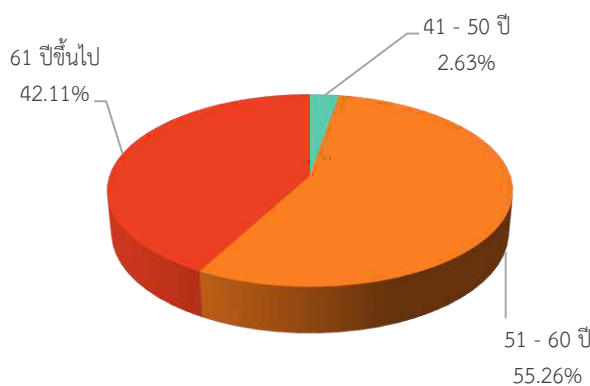
ตารางที่ 10.68 จำนวนและร้อยละของเพศ



เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	0	0.00
หญิง	38	100.00
ไม่ต้องการระบุ	0	0.00
รวม	38	100.00

จากตารางที่ 10.68 ผู้ตอบแบบประเมินทั้งหมดเป็นเพศหญิง จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00

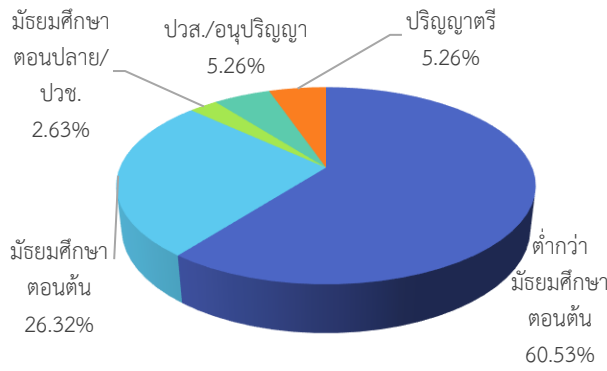
ตารางที่ 10.69 จำนวนและร้อยละของอายุ



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 10.69 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่อายุ 51 - 60 ปี จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 60.00 รองลงมาคือ อายุ 61 ปีขึ้นไป จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 และอายุ 41 - 50 ปี จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 ตามลำดับ

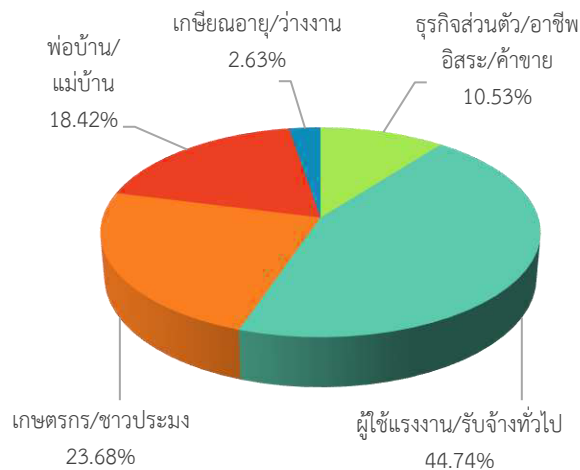
ตารางที่ 10.70 จำนวนและร้อยละของการศึกษา



การศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	23	60.53
มัธยมศึกษาตอนต้น	10	26.32
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	1	2.63
ปวส./อนุปริญญา	2	5.26
ปริญญาตรี	2	5.26
สูงกว่าปริญญาตรี	0	0.00
รวม	38	100.00

จากตารางที่ 10.70 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 60.53 รองลงมาคือมัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 26.32 ปวส./อนุปริญญา จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 5.26 ปริญญาตรี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 5.26 และมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 2.63 ตามลำดับ

ตารางที่ 10.71 จำนวนและร้อยละของอาชีพ



อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ข้าราชการ/พนักงาน	0	0.00
รัฐวิสาหกิจ	0	0.00
พนักงานบริษัทเอกชน	0	0.00
ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย	4	10.53
ผู้ใช้แรงงาน/รับจ้างทั่วไป	17	44.74
เกษตรกร/ชาวประมง	9	23.68
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	7	18.42
นักเรียน/นักศึกษา	0	0.00
เกษียณอายุ/ว่างงาน	1	2.63
อื่นๆ	0	0.00
รวม	38	100.00

จากตารางที่ 10.71 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่ประกอบอาชีพผู้ใช้แรงงาน/รับจ้างทั่วไป จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 44.74 รองลงมาคือ เกษตรกร/ชาวประมง จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 23.68 พ่อบ้าน/แม่บ้าน จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 18.42 ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 10.53 และเกษียณอายุ/ว่างงาน จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 2.63 ตามลำดับ

ตารางที่ 10.72 จำนวนและร้อยละของจังหวัดที่ท่านอาศัยอยู่ในปัจจุบัน



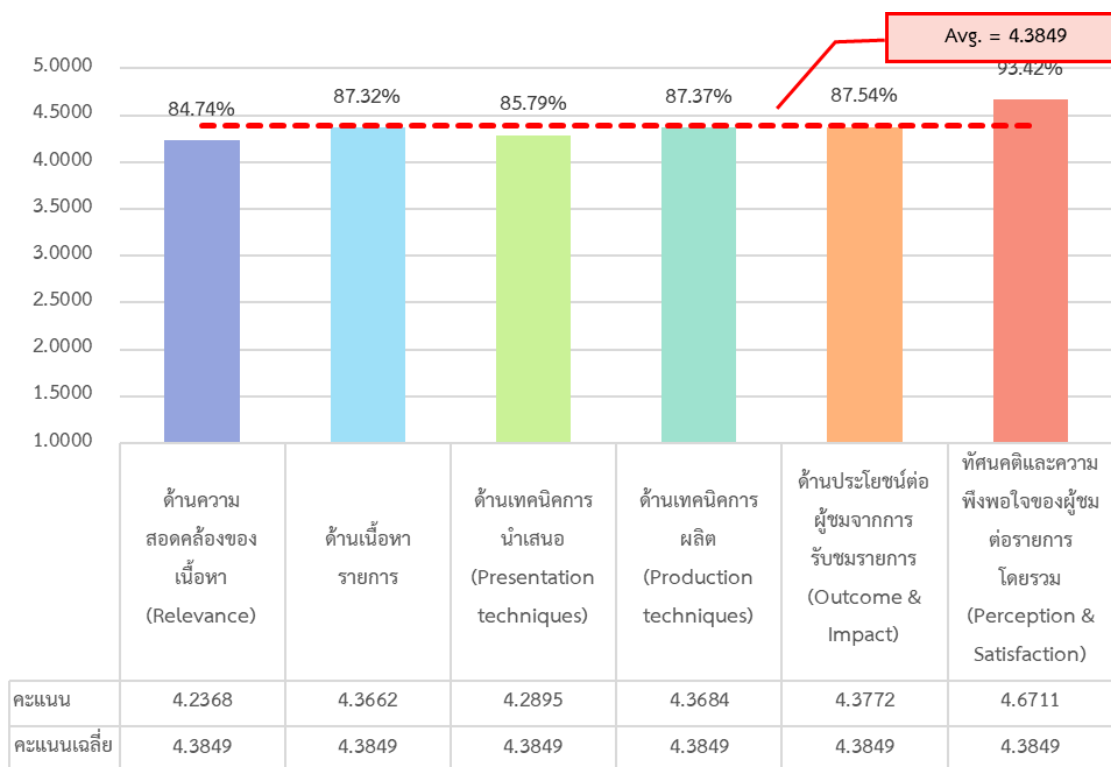
จังหวัดที่อาศัยอยู่ในปัจจุบัน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ภาคเหนือ	0	0.00
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	20	100.00
กรุงเทพฯ และปริมณฑล	0	0.00
ภาคกลาง	0	0.00
ภาคใต้	0	0.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 10.72 ผู้ตอบแบบประเมินทั้งหมดอาศัยอยู่ในจังหวัดของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (จังหวัดขอนแก่น) จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00

สรุปผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ

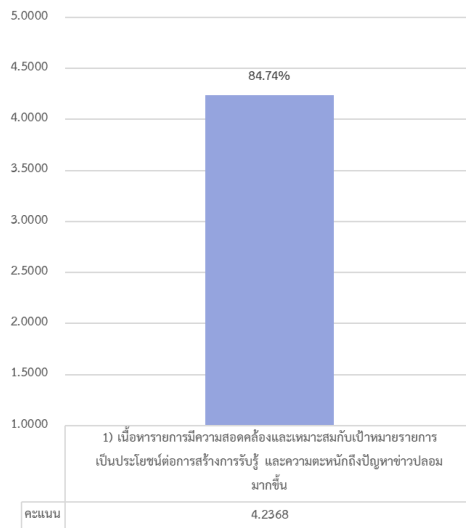
จากการสำรวจคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ มีผลคะแนนเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 4.3849 โดยมีผลคะแนนการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในแต่ละด้าน ดังนี้

แผนภาพที่ 10.64 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ



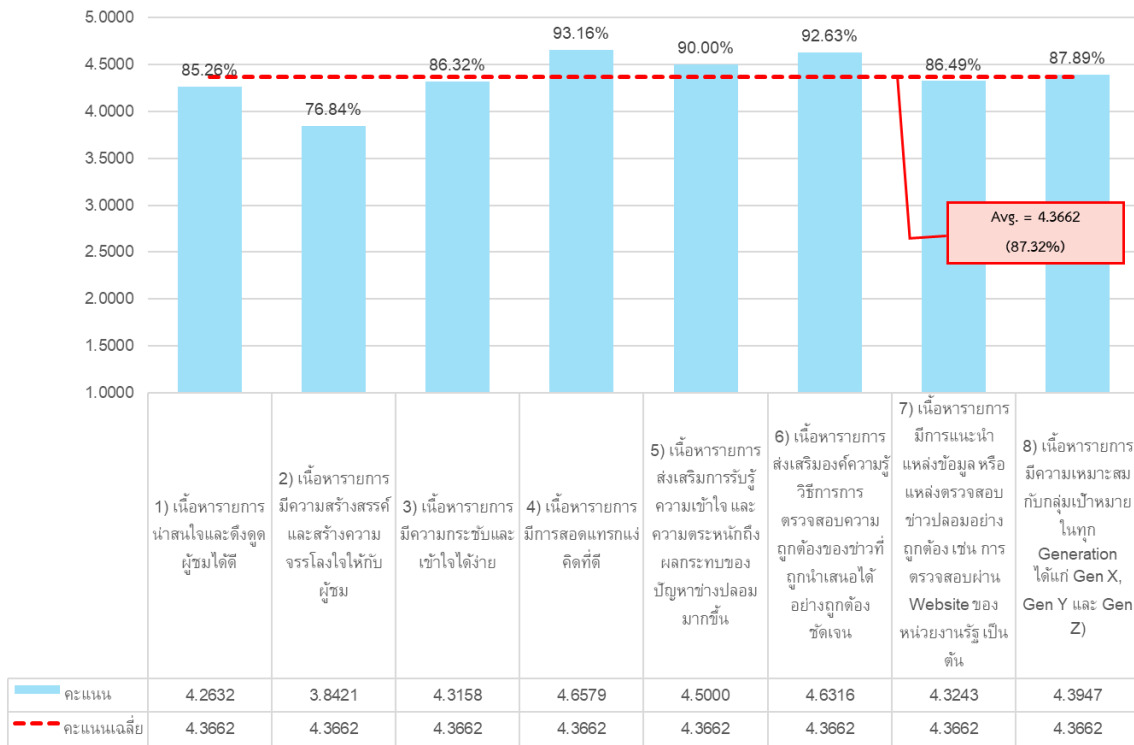
จากแผนภาพที่ 10.64 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ ในภาพรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน เรียงลำดับจากมากที่สุดคือ ทักษะคิดและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction) มีผลคะแนนที่ระดับ 4.6711 รองลงมาคือ ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact) มีระดับคะแนน 4.3772 ด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques) มีระดับคะแนน 4.3684 ด้านเนื้อหารายการ (Content) มีระดับคะแนน 4.3662 ด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques) มีผลคะแนนที่ระดับ 4.2895 และด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance) มีคะแนนต่ำที่สุดที่ 4.2368 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 10.65 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance)



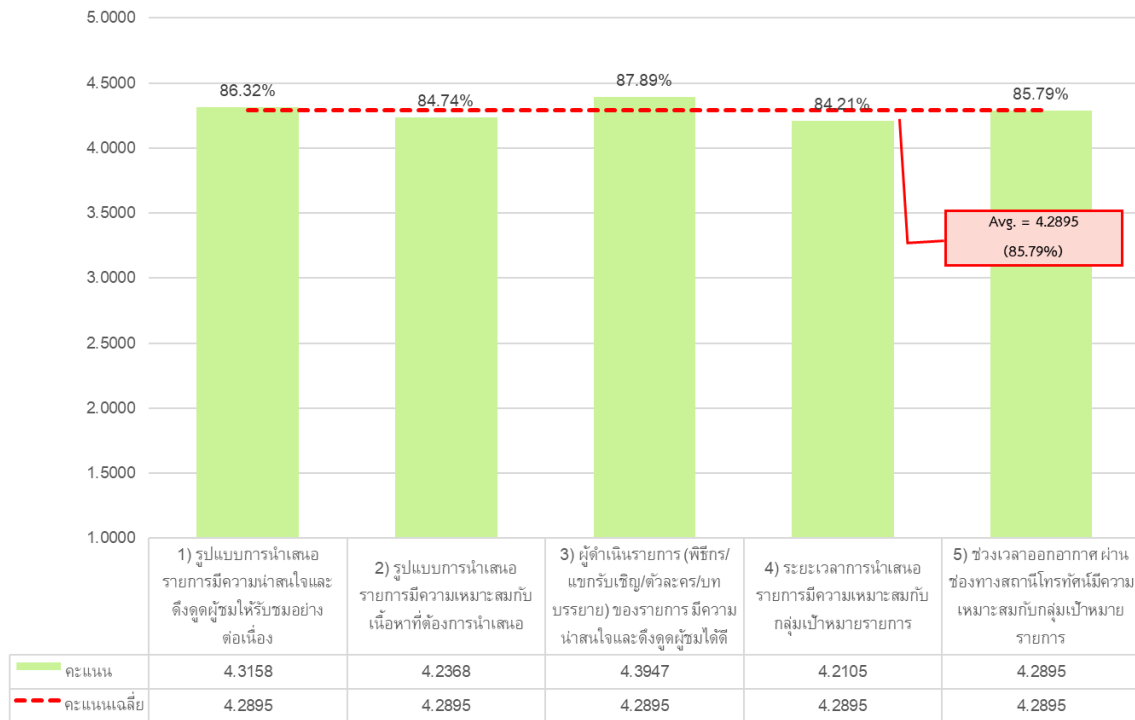
จากแผนภาพที่ 10.65 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance) อยู่ในระดับพึงพอใจมาก จากประเด็นเนื้อหารายการมีความสอดคล้องและเหมาะสมกับเป้าหมายรายการที่เป็นประโยชน์ต่อการสร้างการรับรู้และความตระหนักถึงปัญหาข่าวปลอมมากขึ้น ที่ระดับคะแนน 4.2368

แผนภาพที่ 10.66 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเนื้อหารายการ (Content)



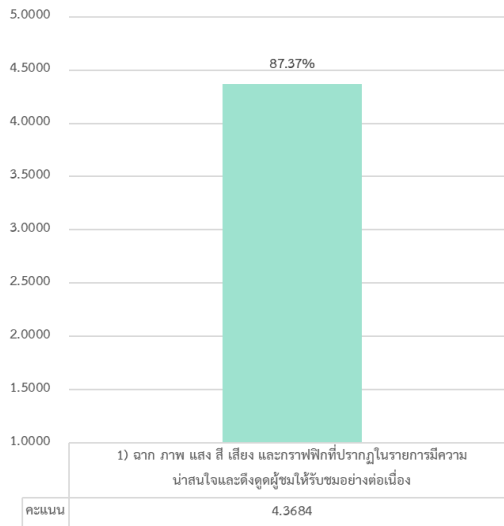
จากแผนภาพที่ 10.66 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชม ในด้านเนื้อหารายการ (Content) ในภาพรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก โดยประเด็นเนื้อหารายการมีการสอดแทรกแง่คิด ที่ดี มีระดับคะแนนสูงสุดที่ 4.6579 รองลงมาคือ เนื้อหารายการส่งเสริมองค์ความรู้ วิธีการตรวจสอบความถูกต้อง ของข่าวที่ถูกนำเสนอได้อย่างถูกต้อง ชัดเจน ที่ระดับคะแนน 4.6316 เนื้อหารายการส่งเสริมการรับรู้ ความเข้าใจ และ ความตระหนักถึงผลกระทบของปัญหาข่าวปลอมมากขึ้น มีระดับคะแนน 4.5000 เนื้อหารายการมีความ เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายในทุก Generation ได้แก่ Gen X, Gen Y และ Gen Z มีระดับคะแนน 4.3947 เนื้อหารายการมีการแนะนำแหล่งข้อมูล หรือแหล่งตรวจสอบข่าวปลอมอย่างถูกต้อง เช่น การตรวจสอบผ่าน Website ของหน่วยงานรัฐ เป็นต้น มีระดับคะแนน 4.3243 เนื้อหารายการมีความกระชับและเข้าใจได้ง่าย มีระดับคะแนน 4.3158 เนื้อหารายการน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี มีระดับคะแนน 4.2632 และเนื้อหารายการมีความสร้างสรรค์ และสร้างความจรรโลงใจให้กับผู้ชม มีระดับคะแนนต่ำสุดที่ 3.8421 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 10.67 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการนำเสนอ
 (Presentation techniques)



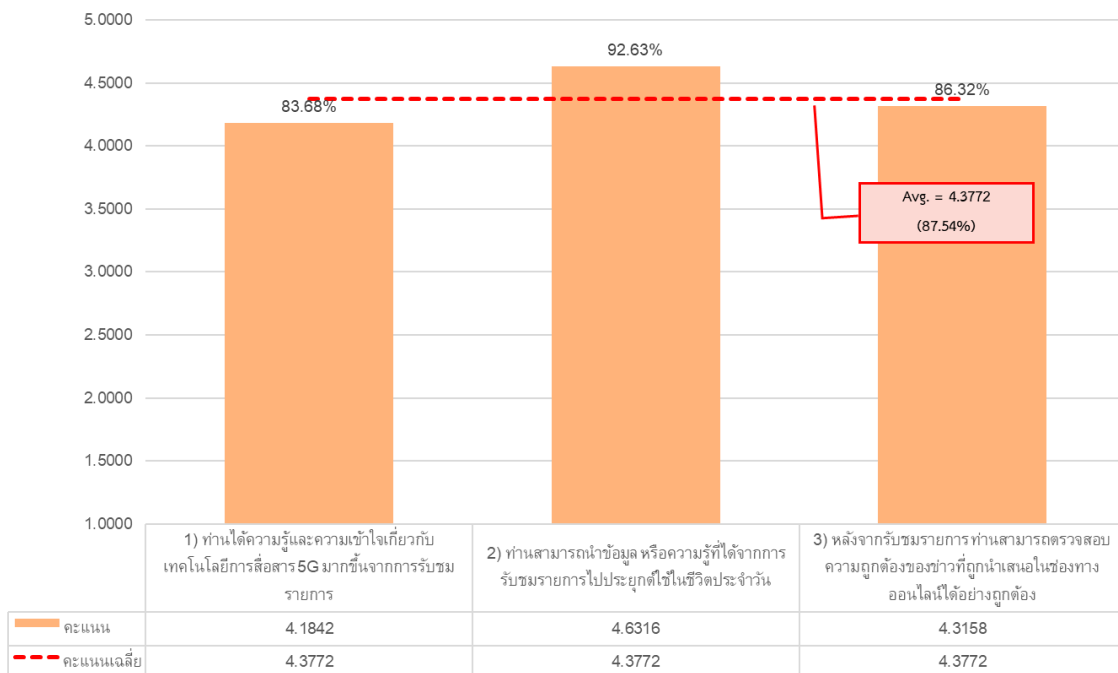
จากแผนภาพที่ 10.67 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques) ในภาพรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก โดยประเด็นผู้ดำเนินรายการ (พิธีกร/แขกรับเชิญ/ตัวละคร/บทบรรยาย) ของรายการ มีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง มีระดับคะแนนสูงสุดที่ 4.3947 รองลงมาคือ รูปแบบการนำเสนอรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง ที่ระดับคะแนน 4.3158 ช่วงเวลาออกอากาศ ผ่านช่องทางสถานีโทรทัศน์มีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการ มีระดับคะแนน 4.2895 รูปแบบการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับเนื้อหาที่ต้องการนำเสนอ มีระดับคะแนน 4.2368 และรูปแบบการนำเสนอรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง มีระดับคะแนนต่ำสุดที่ 4.3000 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 10.68 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques)



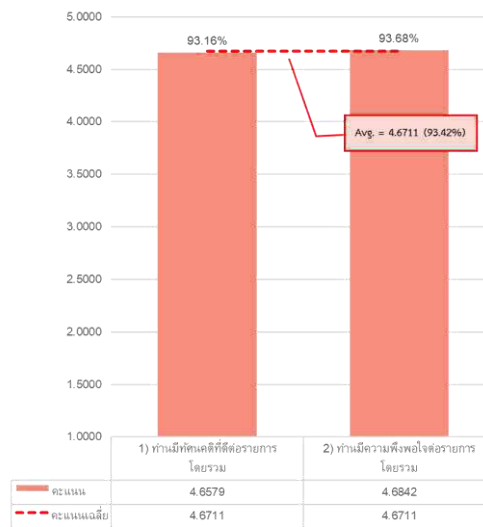
จากแผนภาพที่ 10.68 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques) อยู่ในระดับพึงพอใจมาก จากประเด็นฉาก ภาพ แสง สี เสียง และกราฟฟิกที่ปรากฏในรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง ที่ระดับคะแนน 4.3684

แผนภาพที่ 10.69 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact)



จากแผนภาพที่ 10.69 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชม ในด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact) ในภาพรวมอยู่ในระดับที่พึงพอใจมาก โดยประเด็นที่ท่านสามารถนำข้อมูล หรือความรู้ที่ได้จากการรับชมรายการไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน มีระดับคะแนนสูงสุดที่ 4.6316 รองลงมาคือ หลังจากรับชมรายการ ท่านสามารถตรวจสอบความถูกต้องของข่าว ที่ถูกนำเสนอในช่องทางออนไลน์ได้อย่างถูกต้อง มีระดับคะแนน 4.3158 และท่านได้ความรู้และความเข้าใจ เกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสาร 5G มากขึ้นจากการรับชมรายการ มีระดับคะแนน 4.1842 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 10.70 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction)



จากแผนภาพที่ 10.70 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมใน ด้านทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction) อยู่ในระดับที่พึงพอใจมากที่สุด โดยมีความพึงพอใจต่อรายการโดยรวม ที่ระดับคะแนน 4.6842 และมีทัศนคติที่ดีต่อรายการ โดยรวม ที่ระดับคะแนน 4.6579

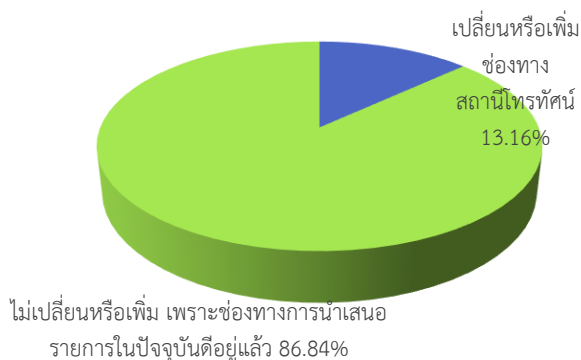
ตารางที่ 10.73 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ

ประเด็นความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ		
	คะแนน	S.D.	แปลผล
1. ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance)	4.2368	0.7862	พึงพอใจมาก
1.1 เนื้อหารายการมีความสอดคล้องและเหมาะสมกับเป้าหมายรายการที่เป็นประโยชน์ต่อการสร้างการรับรู้และความตระหนักถึงปัญหาชาวปละมมากขึ้น	4.2368	0.7862	พึงพอใจมาก
2. ด้านเนื้อหารายการ (Content)	4.3662	0.1665	พึงพอใจมาก
2.1 เนื้อหารายการน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี	4.2632	0.5032	พึงพอใจมาก
2.2 เนื้อหารายการมีความสร้างสรรค์และสร้างความจรรโลงใจให้กับผู้ชม	3.8421	0.6378	พึงพอใจมาก
2.3 เนื้อหารายการมีความกระชับและเข้าใจได้ง่าย	4.3158	0.5745	พึงพอใจมาก
2.4 เนื้อหารายการมีการสอดแทรกแง่คิดที่ดี	4.6579	0.5825	พึงพอใจมากที่สุด
2.5 เนื้อหารายการส่งเสริมการรับรู้ ความเข้าใจ และความตระหนักถึงผลกระทบของปัญหาชาวปละมมากขึ้น	4.5000	0.6877	พึงพอใจมากที่สุด
2.6 เนื้อหารายการส่งเสริมองค์ความรู้ วิธีการตรวจสอบความถูกต้องของข่าวที่ถูกนำเสนอได้อย่างถูกต้อง ชัดเจน	4.6316	0.5413	พึงพอใจมากที่สุด

ประเด็นความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ		
	คะแนน	S.D.	แปลผล
2.7 เนื้อหารายการมีการแนะนำแหล่งข้อมูล หรือแหล่งตรวจสอบข่าวปลอมอย่างถูกต้อง เช่น การตรวจสอบผ่าน Website ของหน่วยงานรัฐ เป็นต้น	4.3243	0.8183	พึงพอใจมาก
2.8 เนื้อหารายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายในทุก Generation ได้แก่ Gen X, Gen Y และ Gen Z	4.3947	1.0011	พึงพอใจมาก
3. ด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques)	4.2895	0.1892	พึงพอใจมาก
3.1 รูปแบบการนำเสนอรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง	4.3158	0.5253	พึงพอใจมาก
3.2 รูปแบบการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับเนื้อหาที่ต้องการนำเสนอ	4.2368	0.6752	พึงพอใจมาก
3.3 ผู้ดำเนินรายการ (พิธีกร/แขกรับเชิญ/ตัวละคร/บทรบราย) ของรายการ มีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี	4.3947	0.6794	พึงพอใจมาก
3.4 ระยะเวลาการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการ	4.2105	0.5769	พึงพอใจมาก
3.5 ช่วงเวลาออกอากาศ ผ่านช่องทางสถานีโทรทัศน์มีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการ	4.2895	1.0110	พึงพอใจมาก
4. ด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques)	4.3684	0.5891	พึงพอใจมาก
4.1 ฉาก ภาพ แสง สี เสียง และกราฟฟิกที่ปรากฏในรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง	4.3684	0.5891	พึงพอใจมาก
5. ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact)	4.3772	0.2880	พึงพอใจมาก
5.1 ท่านได้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสาร 5G มากขึ้นจากการรับชมรายการ	4.1842	0.8654	พึงพอใจมาก
5.2 ท่านสามารถนำข้อมูล หรือความรู้ที่ได้จากการรับชมรายการไปประยุกต์ใช้ใน ชีวิตประจำวัน	4.6316	0.5891	พึงพอใจมากที่สุด
5.3 หลังจากรับชมรายการ ท่านสามารถตรวจสอบความถูกต้องของข่าวที่ถูกนำเสนอในช่องทางออนไลน์ได้อย่างถูกต้อง	4.3158	1.1649	พึงพอใจมาก
6. ทศคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction)	4.6711	0.0315	พึงพอใจมากที่สุด
6.1 ท่านมีทัศนคติที่ดีต่อรายการโดยรวม	4.6579	0.4808	พึงพอใจมากที่สุด
6.2 ท่านมีความพึงพอใจต่อรายการโดยรวม	4.6842	0.5253	พึงพอใจมากที่สุด
ภาพรวม	4.3849	0.3417	พึงพอใจมาก

สรุปข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

ตารางที่ 10.74 จำนวนและร้อยละข้อแนะนำในการพัฒนาช่องทางการนำเสนอรายการ



ข้อแนะนำในการพัฒนา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เปลี่ยนแปลงหรือเพิ่มช่องทางสถานีโทรทัศน์	5	13.16
เปลี่ยนแปลงหรือเพิ่มช่องทางสื่อออนไลน์	0	0.00
ไม่เปลี่ยนแปลงหรือเพิ่ม เพราะช่องทางการนำเสนอรายการในปัจจุบันคืออยู่แล้ว	33	86.84
รวม	38	100.00

จากตารางที่ 10.74 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่มีข้อแนะนำในการพัฒนา ไม่เปลี่ยนแปลงหรือเพิ่มเพราะช่องทางการนำเสนอรายการในปัจจุบันคืออยู่แล้ว จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 86.84 รองลงมาคือ เปลี่ยนหรือเพิ่มช่องทางสถานีโทรทัศน์ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 13.16 ตามลำดับ

สรุปประเด็นข้อแนะนำเพื่อปรับปรุงหรือพัฒนารายการ

จากผลการสำรวจ พบว่า ในภาพรวมกลุ่มเป้าหมายรายการในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีระดับความพึงพอใจต่อโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในระดับดี-ดีมาก โดยมีคะแนนความพึงพอใจที่ 4.6842 คะแนน ซึ่งมีคะแนนสูงกว่าคะแนนทัศนคติที่ดี/ความคาดหวัง ซึ่งมีคะแนนอยู่ที่ 4.6579 คะแนน ทั้งนี้ จากการสัมภาษณ์เชิงลึกเพิ่มเติม กลุ่มเป้าหมายมีข้อเสนอแนะในการพัฒนารายการเพิ่มเติม ดังนี้

- 1) เนื้อหาของรายการต้องเป็นข้อเท็จจริง พิสูจน์ได้ ก่อนที่จะแชร์ ไม่ต้องแชร์ถ้าไม่รู้ข้อเท็จจริง
- 2) เป็นรายการที่เข้าถึงง่าย เข้าใจง่ายสำหรับคนที่มีความรู้น้อย เข้าใจไม่ยาก เป็นการสื่อสารที่ดี

10.3.2.5 โครงการการผลิตรายการเพื่อส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจของคนพิการและประชาชนเกี่ยวกับการส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิคนพิการในการเข้าถึงหรือรับรู้และใช้ประโยชน์จากกิจการโทรทัศน์

มีผู้ตอบแบบสอบถามโดยกลุ่มตัวแทนคนพิการและผู้ที่เกี่ยวข้องกับคนพิการ จำนวน 20 ราย ประกอบด้วยข้อมูล ดังนี้

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบประเมิน

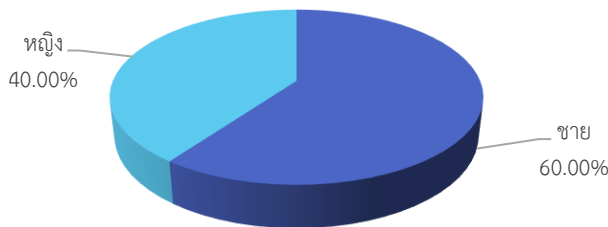
ตารางที่ 10.75 จำนวนและร้อยละของรายการ



รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพื่อนกันคนพันธุ์ D	20	100.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 10.75 ผู้ตอบแบบประเมินทั้งหมดรับชมคลิปวิดีโอของรายการทีวี รายการเพื่อนกันคนพันธุ์ D จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00

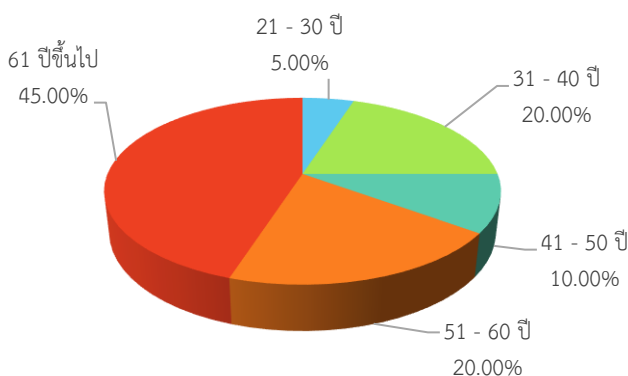
ตารางที่ 10.76 จำนวนและร้อยละของเพศ



เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	12	60.00
หญิง	8	40.00
ไม่ต้องการระบุ	0	0.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 10.76 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 60.00 และเป็นเพศหญิง จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 ตามลำดับ

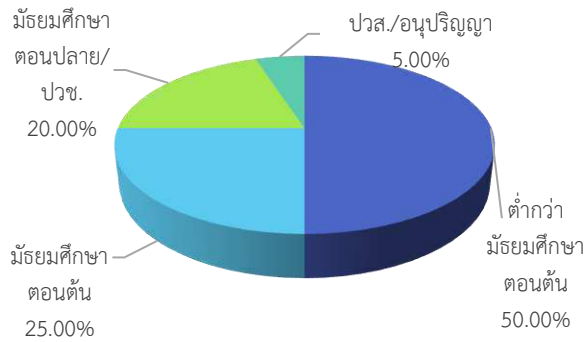
ตารางที่ 10.77 จำนวนและร้อยละของอายุ



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 10.77 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่อายุ 61 ปีขึ้นไป จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 45.00 รองลงมาคืออายุ 31 - 40 ปี จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 อายุ 51 - 60 ปี จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 อายุ 41 - 50 ปี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 และอายุ 21 - 30 ปี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

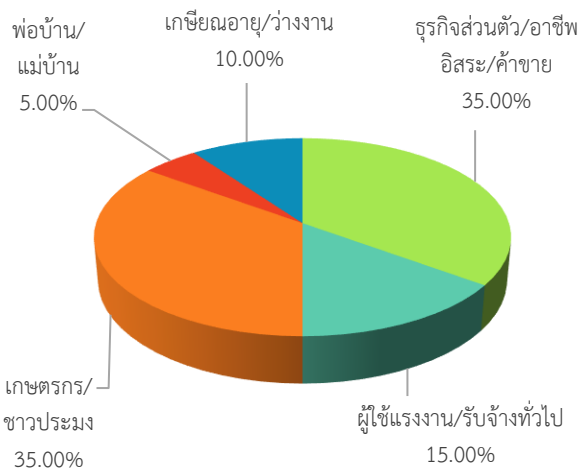
ตารางที่ 10.78 จำนวนและร้อยละของการศึกษา



การศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	10	50.00
มัธยมศึกษาตอนต้น	5	25.00
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	4	20.00
ปวส./อนุปริญญา	1	5.00
ปริญญาตรี	0	0.00
สูงกว่าปริญญาตรี	0	0.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 10.78 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมาคือ มัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 และปวส./อนุปริญญา จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 10.79 จำนวนและร้อยละของอาชีพ



อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	0	0.00
พนักงานบริษัทเอกชน	0	0.00
ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย	7	35.00
ผู้ใช้แรงงาน/รับจ้างทั่วไป	3	15.00
เกษตรกร/ชาวประมง	7	35.00
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	1	5.00
นักเรียน/นักศึกษา	0	0.00
เกษียณอายุ/ว่างงาน	2	10.00
อื่นๆ	0	0.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 10.79 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 35.00 เกษตรกร/ชาวประมง จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 35.00 รองลงมาคือผู้ใช้แรงงาน/รับจ้างทั่วไป จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 เกษียณอายุ/ว่างงาน จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 และพ่อบ้าน/แม่บ้าน จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 10.80 จำนวนและร้อยละของจังหวัดที่ท่านอาศัยอยู่ในปัจจุบัน



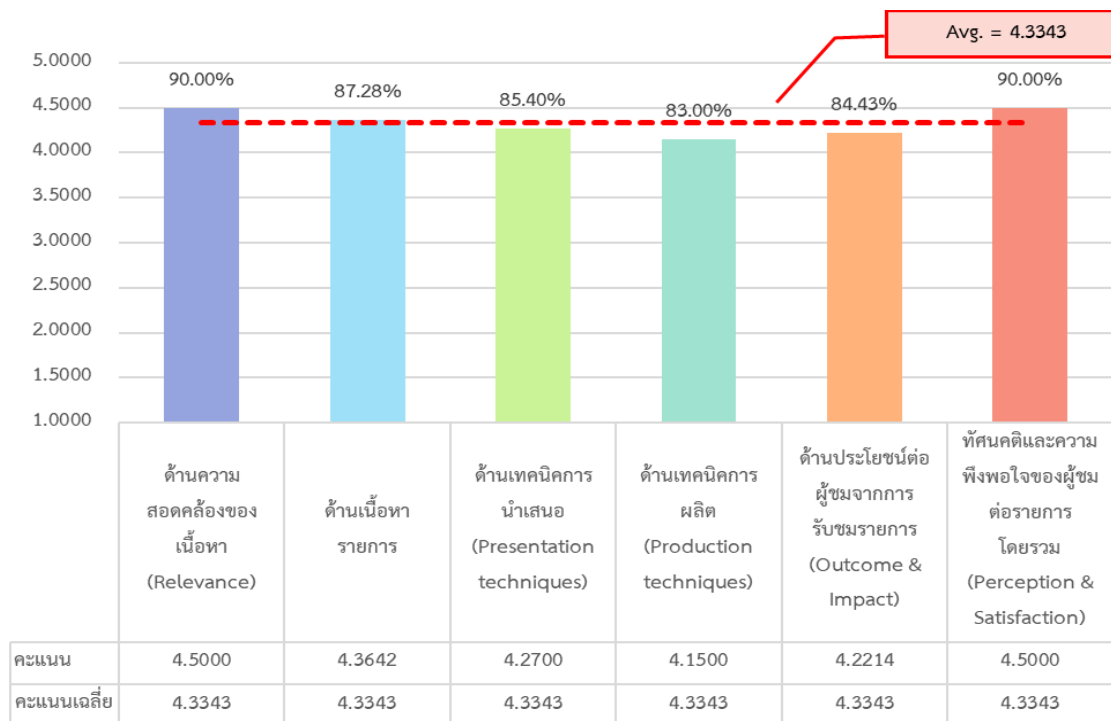
จังหวัดที่อาศัยอยู่ในปัจจุบัน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ภาคเหนือ	0	0.00
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	20	100.00
กรุงเทพฯ และปริมณฑล	0	0.00
ภาคกลาง	0	0.00
ภาคใต้	0	0.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 10.80 ผู้ตอบแบบประเมินทั้งหมดอาศัยอยู่ในจังหวัดของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (ขอนแก่น, อุบลราชธานี) จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00

สรุปผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ

จากการสำรวจคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ มีผลคะแนนเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 4.3343 โดยมีผลคะแนนการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในแต่ละด้าน ดังนี้

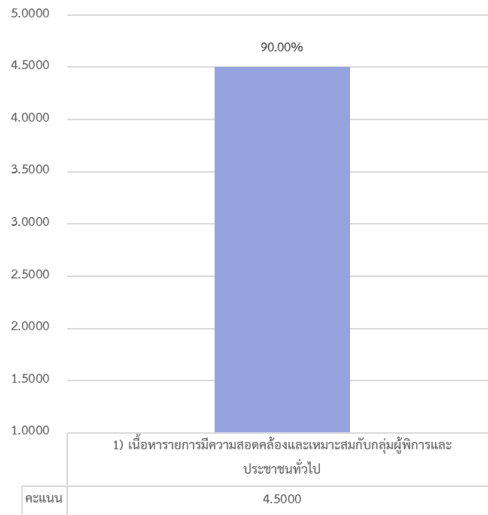
แผนภาพที่ 10.71 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ



จากแผนภาพที่ 10.71 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ ในภาพรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน เรียงลำดับจากมากที่สุดคือ ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance) และทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction) มีคะแนนสูงสุดที่ 4.5000 รองลงมาคือ ด้านเนื้อหารายการ (Content) มีผลคะแนนที่ระดับ

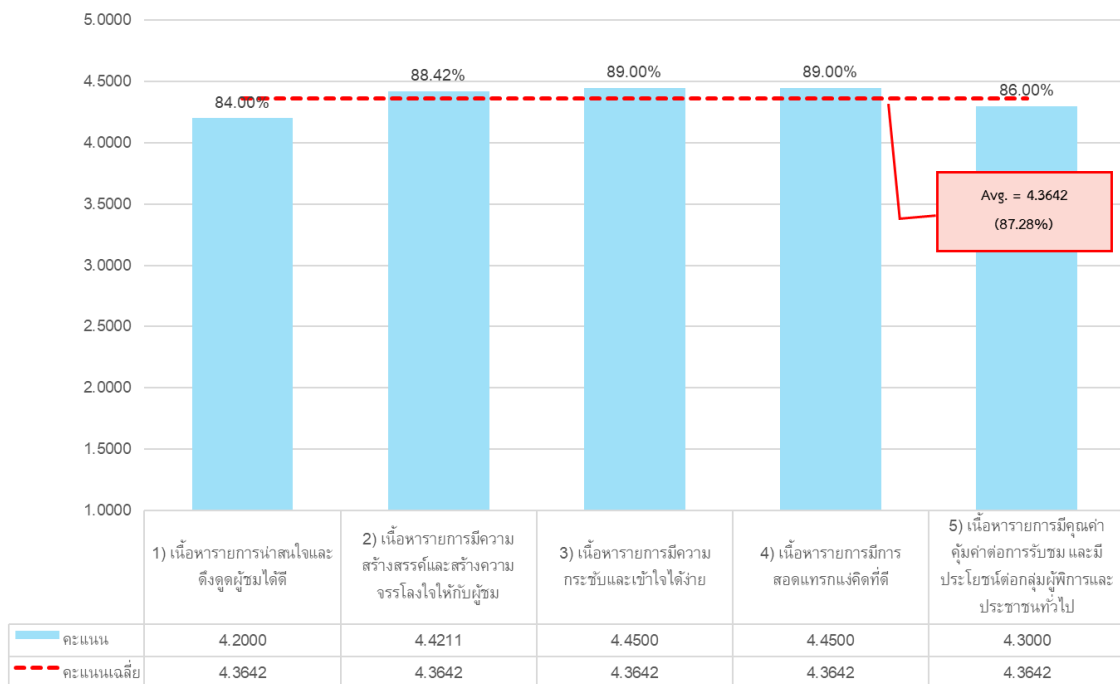
4.3642 ด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques) มีผลคะแนนที่ระดับ 4.2700 ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact) มีผลคะแนน 4.2214 และด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques) มีระดับคะแนนต่ำสุดที่ 4.1500 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 10.72 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance)



จากแผนภาพที่ 10.72 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance) อยู่ในระดับที่พึงพอใจมากที่สุด จากประเด็นเนื้อหาของรายการมีความสอดคล้องและเหมาะสมกับกลุ่มผู้พิการและประชาชนทั่วไป ที่ระดับคะแนน 4.5000

แผนภาพที่ 10.73 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเนื้อหาของรายการ (Content)



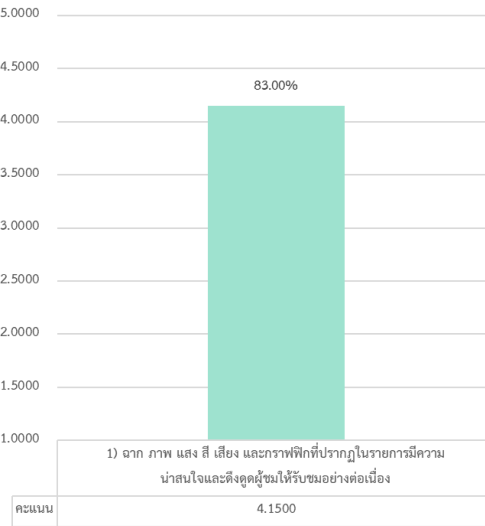
จากแผนภาพที่ 10.73 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชม ในด้านเนื้อหารายการ (Content) ในภาพรวมอยู่ในระดับที่พึงพอใจมาก โดยประเด็นเนื้อหารายการมีความกระชับ และเข้าใจได้ง่าย และประเด็นเนื้อหารายการมีการสอดแทรกแง่คิดที่ดี มีระดับคะแนนสูงสุดที่ 4.5000 รองลงมาคือ เนื้อหารายการมีความสร้างสรรค์และสร้างความจรรโลงใจให้กับผู้ชม มีระดับคะแนน 4.4211 เนื้อหารายการมีคุณค่า คุ่มค่าต่อการรับชม และมีประโยชน์ต่อกลุ่มผู้พิการและประชาชนทั่วไป มีระดับคะแนน 4.3000 และเนื้อหารายการน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี มีระดับคะแนนต่ำสุดที่ 4.2000 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 10.74 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques)



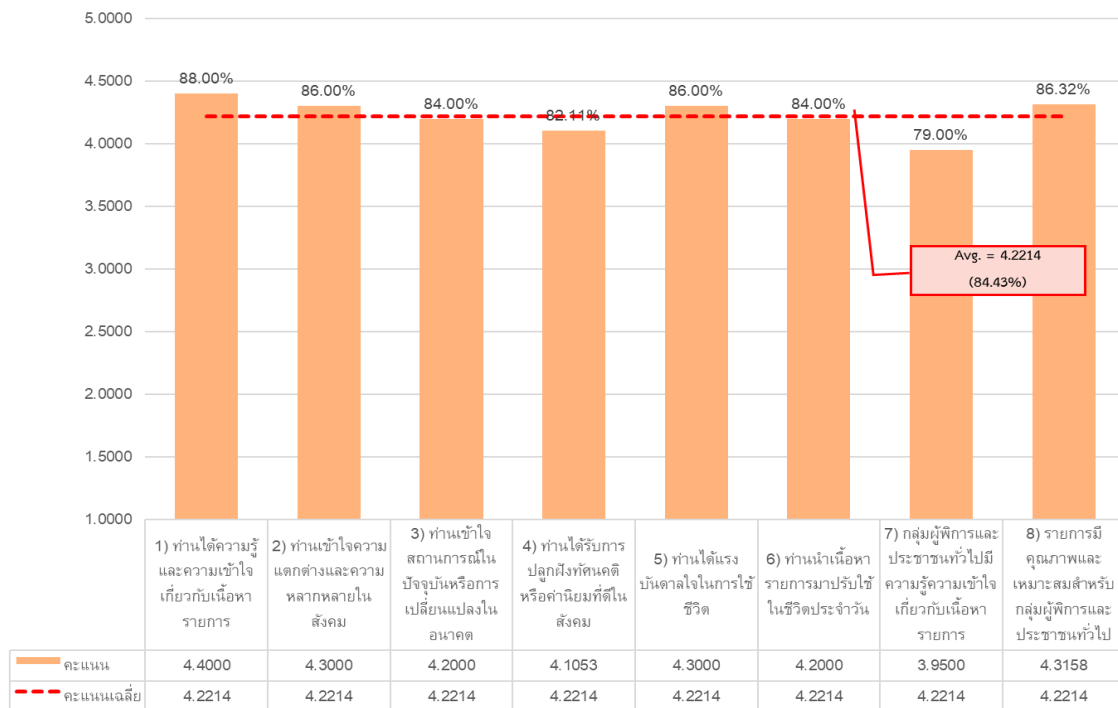
จากแผนภาพที่ 10.74 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชม ในด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques) ในภาพรวมอยู่ในระดับที่พึงพอใจมาก โดยประเด็นรูปแบบการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นกลุ่มผู้พิการและประชาชนทั่วไป และประเด็นช่วงเวลาออกอากาศ ผ่านช่องทางสถานีโทรทัศน์มีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นกลุ่มผู้พิการและประชาชนทั่วไป มีระดับคะแนนเท่ากัน และมีระดับสูงสุดที่ 4.4000 รองลงมาคือ รูปแบบการนำเสนอรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง และประเด็นผู้ดำเนินรายการ (พิธีกร/แขกรับเชิญ/ตัวละคร/บทบรรยาย) ของรายการนี้ มีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี มีระดับคะแนนเท่ากันที่ 4.3500 และประเด็นระยะเวลาการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นกลุ่มผู้พิการและประชาชนทั่วไป มีระดับคะแนนต่ำสุด 3.8500 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 10.75 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques)



จากแผนภาพที่ 10.75 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques) อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก จากประเด็นฉาก ภาพ แสง สี เสียง และกราฟิกที่ปรากฏในรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง ที่ระดับคะแนน 4.1500

แผนภาพที่ 10.76 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact)



จากแผนภาพที่ 10.76 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชม ในด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact) ในภาพรวมอยู่ในระดับที่พึงพอใจมาก โดยประเด็นท่านได้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ มีระดับคะแนนสูงสุดที่ 4.4000 รองลงมาคือ รายการมีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับกลุ่มผู้พิการและประชาชนทั่วไป ที่ระดับคะแนน 4.3158 ประเด็นท่าน เข้าใจความแตกต่างและความหลากหลายในสังคม และประเด็นท่านได้แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต มีระดับ คะแนนเท่ากันที่ 4.3000 ท่านเข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต มีระดับคะแนนเท่ากันที่ 4.2000 ซึ่งเท่ากับประเด็นท่านนำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน ประเด็นท่านได้รับการปลูกฝัง ทักษะคิดหรือค่านิยมที่ดีในสังคม มีระดับคะแนน 4.1053 และกลุ่มผู้พิการและประชาชนทั่วไปมีความรู้ความ เข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ มีระดับคะแนนต่ำสุดที่ 3.9500 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 10.77 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction)



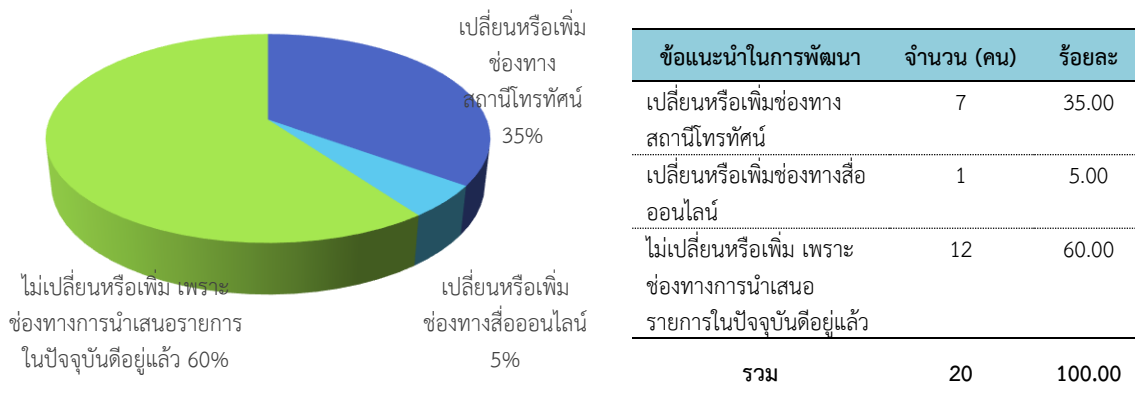
จากแผนภาพที่ 10.77 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้าน ทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction) อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมี ทัศนคติที่ดีต่อรายการโดยรวม ที่ระดับคะแนน 4.5500 และมีความพึงพอใจต่อรายการโดยรวม ที่ระดับคะแนน 4.4500

ตารางที่ 10.81 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ

ประเด็นความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ		
	คะแนน	S.D.	แปลผล
1. ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance)	4.5000	0.6882	พึงพอใจมากที่สุด
1.1 เนื้อหารายการมีความสอดคล้องและเหมาะสมกับกลุ่มผู้พิการและประชาชนทั่วไป	4.5000	0.6882	พึงพอใจมากที่สุด
2. ด้านเนื้อหารายการ (Content)	4.3642	0.0893	พึงพอใจมาก
2.1 เนื้อหารายการน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี	4.2000	0.8944	พึงพอใจมาก
2.2 เนื้อหารายการมีความสร้างสรรค์และสร้างความจรรโลงใจให้กับผู้ชม	4.4211	0.6925	พึงพอใจมาก
2.3 เนื้อหารายการมีความกระชับและเข้าใจได้ง่าย	4.4500	0.6863	พึงพอใจมาก
2.4 เนื้อหารายการมีการสอดแทรกแง่คิดที่ดี	4.4500	0.6863	พึงพอใจมาก
2.5 เนื้อหารายการมีคุณค่า คุ่มค่าต่อการรับชม และมีประโยชน์ต่อกลุ่มผู้พิการและประชาชนทั่วไป	4.3000	0.7327	พึงพอใจมาก
3. ด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques)	4.2700	0.0893	พึงพอใจมาก
3.1 รูปแบบการนำเสนอรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง	4.3500	0.7452	พึงพอใจมาก
3.2 รูปแบบการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นกลุ่มผู้พิการและประชาชนทั่วไป	4.4000	0.5982	พึงพอใจมาก
3.3 ผู้ดำเนินรายการ (พิธีกร/แขกรับเชิญ/ตัวละคร/บทรบราย) ของรายการ มีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี	4.3500	0.8127	พึงพอใจมาก
3.4 ระยะเวลาการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นกลุ่มผู้พิการและประชาชนทั่วไป	3.8500	0.7452	พึงพอใจมาก
3.5 ช่วงเวลาออกอากาศ ผ่านช่องทางสถานีโทรทัศน์มีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นกลุ่มผู้พิการและประชาชนทั่วไป	4.4000	0.8208	พึงพอใจมาก
4. ด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques)	4.1500	0.6708	พึงพอใจมาก
4.1 ฉาก ภาพ แสง สี เสียง และกราฟฟิกที่ปรากฏในรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง	4.1500	0.6708	พึงพอใจมาก
5. ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact)	4.2214	0.1031	พึงพอใจมาก
5.1 ท่านได้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	4.4000	0.8208	พึงพอใจมาก
5.2 ท่านเข้าใจความแตกต่างและความหลากหลายในสังคม	4.3000	0.7327	พึงพอใจมาก
5.3 ท่านเข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต	4.2000	0.6156	พึงพอใจมาก
5.4 ท่านได้รับการปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม	4.1053	0.6578	พึงพอใจมาก
5.5 ท่านได้แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต	4.3000	0.8013	พึงพอใจมาก
5.6 ท่านนำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน	4.2000	0.7678	พึงพอใจมาก
5.7 ผู้พิการและประชาชนทั่วไปมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	3.9500	0.9445	พึงพอใจมาก
5.8 รายการมีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับกลุ่มผู้พิการและประชาชนทั่วไป	4.3158	0.8201	พึงพอใจมาก
6. ทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction)	4.5000	0.0667	พึงพอใจมากที่สุด
6.1 ท่านมีทัศนคติที่ดีต่อรายการโดยรวม	4.5500	0.5104	พึงพอใจมากที่สุด
6.2 ท่านมีความพึงพอใจต่อรายการโดยรวม	4.4500	0.6048	พึงพอใจมาก
ภาพรวม	4.3343	0.2846	พึงพอใจมาก

สรุปข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

ตารางที่ 10.82 จำนวนและร้อยละข้อแนะนำในการพัฒนาช่องทางการนำเสนอรายการ



จากตารางที่ 10.82 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่มีข้อแนะนำในการพัฒนา ไม่เปลี่ยนหรือเพิ่มเพราะช่องทางการนำเสนอรายการในปัจจุบันดีอยู่แล้ว จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 60.00 รองลงมาคือ เปลี่ยนหรือเพิ่มช่องทางสถานีโทรทัศน์ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 35.00 และเปลี่ยนหรือเพิ่มช่องทางสื่อออนไลน์ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

สรุปประเด็นข้อแนะนำเพื่อปรับปรุงหรือพัฒนารายการ

จากผลการสำรวจ พบว่า ในภาพรวมกลุ่มเป้าหมายรายการในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีระดับความพึงพอใจต่อโครงการจัดทำรายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมให้คนพิการรู้จักสิทธิและใช้ประโยชน์จากกิจการโทรทัศน์ได้อย่างรู้เท่าทันในระดับดี-ดีมาก โดยมีคะแนนความพึงพอใจที่ 4.4500 คะแนน ซึ่งมีคะแนนต่ำกว่าคะแนนทัศนคติที่ดี/ความคาดหวัง ซึ่งมีคะแนนอยู่ที่ 4.5500 คะแนน ทั้งนี้ จากการสัมภาษณ์เชิงลึกเพิ่มเติม กลุ่มเป้าหมายมีข้อเสนอแนะในการพัฒนารายการเพิ่มเติม ดังนี้

- 1) อยากให้ทำรายการในสถานที่ที่มีเด็กพิการ/คนพิการ เพื่อให้ได้เนื้อหาเพิ่มขึ้น และอาจมีการจัดกิจกรรมที่ทำร่วมกับเด็กพิการ/คนพิการ
- 2) ควรเพิ่มช่องทางการรับชมหลายช่องทางมากขึ้น
- 3) อยากให้จัดการฝึกอบรมโครงการนอกสถานที่
- 4) เวลาในการบรรยายเนื้อหาบ่อยเกินไป
- 5) ขอเพิ่มช่องทางในการเข้าถึงให้มากขึ้น
- 6) อยากให้เพิ่มเวลาในการดำเนินรายการ
- 7) อยากให้นำเสนอสิ่งที่เป็นประเด็นใหม่ๆ เพื่อดึงดูดผู้ชมมากขึ้น

10.3.3 ภาคกลาง (กรุงเทพฯ)

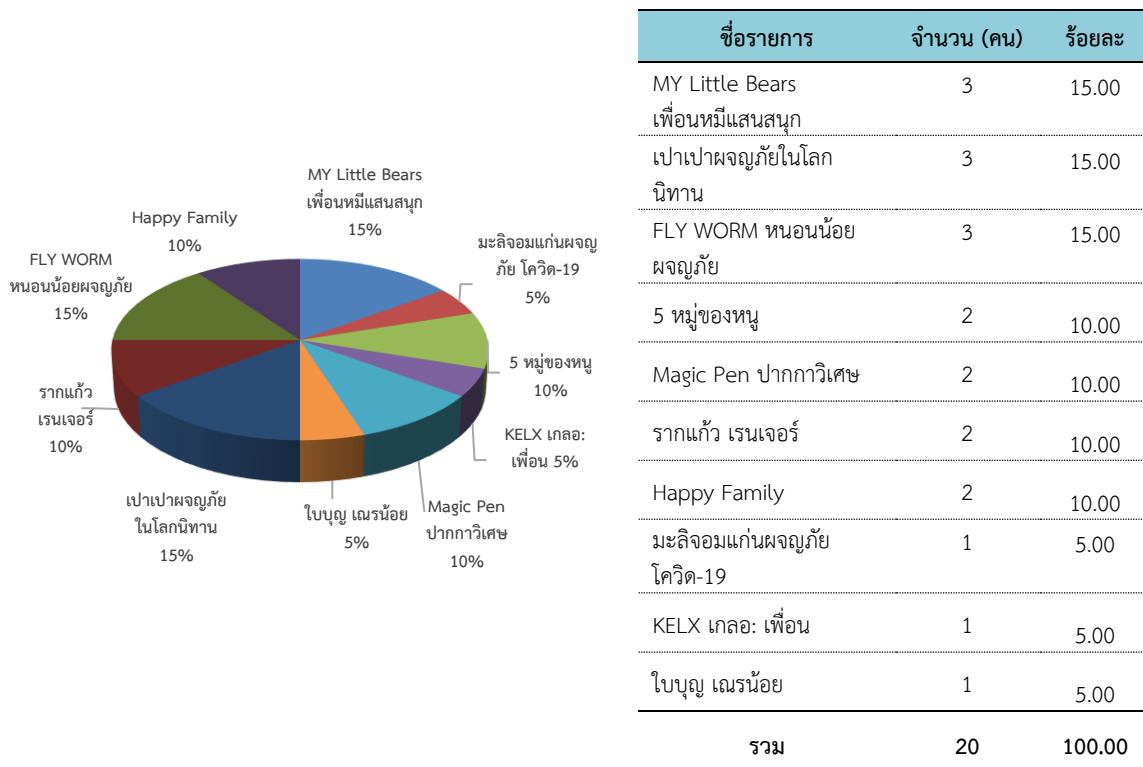
จากการลงพื้นที่ภาคกลาง (กรุงเทพฯ) โดยการจัดประชุมเพื่อประเมินผลการผลิตรายการฯ จากตัวแทนของกลุ่มเป้าหมายและกลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งประกอบด้วย 5 ประเภทโครงการ ได้แก่ 1) กลุ่มตัวแทนจากผู้ปกครอง จำนวน 20 ราย 2) กลุ่มตัวแทนจากประชาชน จำนวน 20 ราย 3) กลุ่มตัวแทนจากประชาชน จำนวน 20 ราย 4) กลุ่มตัวแทนจากประชาชน จำนวน 20 ราย และ 5) กลุ่มตัวแทนคนพิการและผู้ที่เกี่ยวข้องกับคนพิการ จำนวน 20 รายรวมจำนวนทั้งสิ้น 100 ราย โดยสามารถสรุปผลการประเมิน ได้ดังนี้

10.3.3.1 โครงการส่งเสริมการผลิตและออกอากาศรายการโทรทัศน์ระบบดิจิทัลรายการสำหรับเด็ก

มีผู้ตอบแบบประเมินโดยกลุ่มตัวแทนจากผู้ปกครอง จำนวน 20 ราย ประกอบด้วยข้อมูล ดังนี้

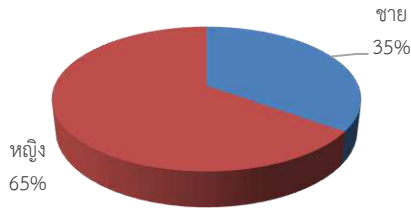
ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบประเมิน

ตารางที่ 10.83 จำนวนและร้อยละของรายการ



จากตารางที่ 10.83 ผู้ตอบแบบประเมินได้สุ่มรับชมรายการ “MY Little Bears เพื่อนหมีแสนสนุก” จำนวน 3 คน คิดเป็น ร้อยละ 15.00 รายการ “เปาเปาผจญภัยในโลกนิทาน” จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 รายการ “FLY WORM หนอนน้อยผจญภัย” จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 รายการ “5 หมู่ของหนู” จำนวน 2 คน คิดเป็น ร้อยละ 10.00 รายการ “Magic Pen ปากกาวิเศษ” จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 รายการ “รากแก้ว เรนเจอร์” จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 รายการ “Happy Family” จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 รายการ “มะลิจอมแก่นผจญภัยโควิด-19” จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 รายการ “KELX เกลอ: เพื่อน” จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 และรายการ “ไบบุญ เณรน้อย” จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

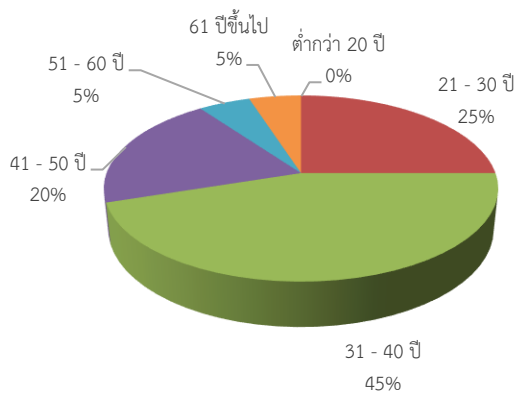
ตารางที่ 10.84 จำนวนและร้อยละของเพศ



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

จากตารางที่ 10.84 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 65.00 รองลงมาคือ เพศชาย จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 35.00 ตามลำดับ

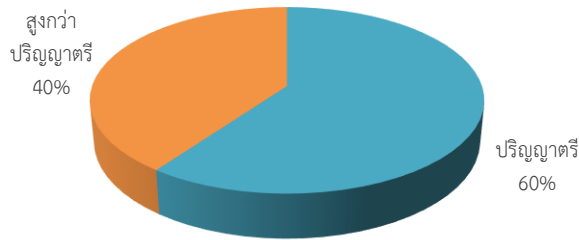
ตารางที่ 10.85 จำนวนและร้อยละของอายุ



อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	0	0.00
21 - 30 ปี	5	25.00
31 - 40 ปี	9	45.00
41 - 50 ปี	4	20.00
51 - 60 ปี	1	5.00
61 ปีขึ้นไป	1	5.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 10.85 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่อายุ 31 - 40 ปี จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 45.00 รองลงมาคือ อายุ 21 - 30 ปี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 อายุ 41 - 50 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 ตามลำดับ

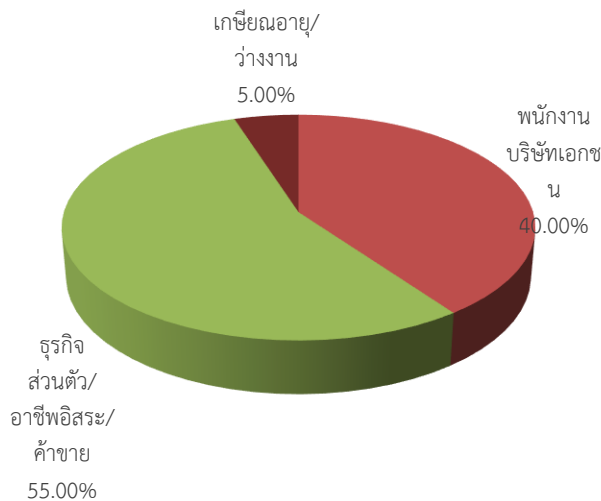
ตารางที่ 10.86 จำนวนและร้อยละของการศึกษา



การศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	0	0.00
มัธยมศึกษาตอนต้น	0	0.00
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช.	0	0.00
ปวส./อนุปริญญา	0	0.00
ปริญญาตรี	12	60.00
สูงกว่าปริญญาตรี	8	40.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 10.86 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 60.00 รองลงมาคือ สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 ตามลำดับ

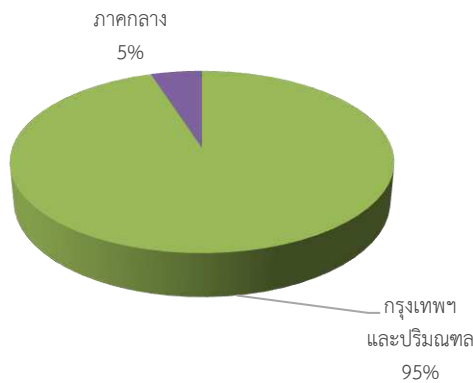
ตารางที่ 10.87 จำนวนและร้อยละของอาชีพ



อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ข้าราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	0	0.00
พนักงานบริษัทเอกชน	8	40.00
ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ ค้าขาย	11	55.00
ผู้ใช้แรงงาน/รับจ้างทั่วไป	0	0.00
เกษตรกร/ชาวประมง	0	0.00
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	0	0.00
นักเรียน/นักศึกษา	0	0.00
เกษียณอายุ/ว่างงาน	1	5.00
อื่นๆ	0	0.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 10.87 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 55.00 รองลงมาคือ พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 และ เกษียณอายุ/ว่างงาน จำนวน 1 คน เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 10.88 จำนวนและร้อยละของจังหวัดที่ท่านอาศัยอยู่ในปัจจุบัน



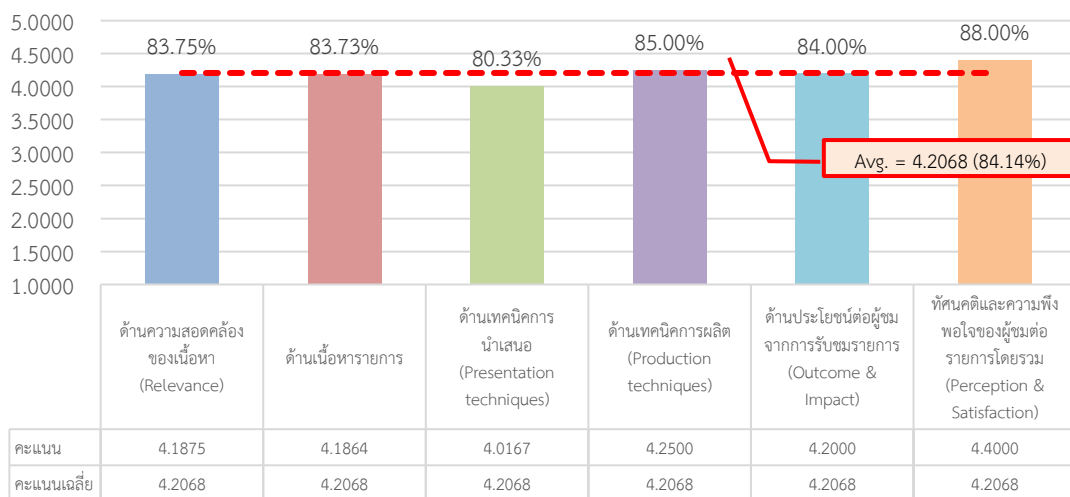
จังหวัดที่อาศัยอยู่ในปัจจุบัน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ภาคเหนือ	0	0.00
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	0	0.00
กรุงเทพฯ และปริมณฑล	19	95.00
ภาคกลาง	1	5.00
ภาคใต้	0	0.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 10.88 ผู้ตอบแบบประเมินทั้งหมดอาศัยอยู่ในจังหวัดกรุงเทพฯ และปริมณฑล จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 95.00 และภาคกลาง จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

สรุปผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ

จากการตอบแบบประเมินโดยกลุ่มตัวแทนจากผู้ปกครอง จำนวน 20 ราย ในพื้นที่ภาคเหนือมีระดับคะแนนการประเมินคุณภาพรายการทีวีในด้านต่างๆ โดยเฉลี่ย ที่ระดับ 4.2068 โดยมีระดับคะแนนการประเมินคุณภาพรายการทีวีในแต่ละด้าน ดังนี้

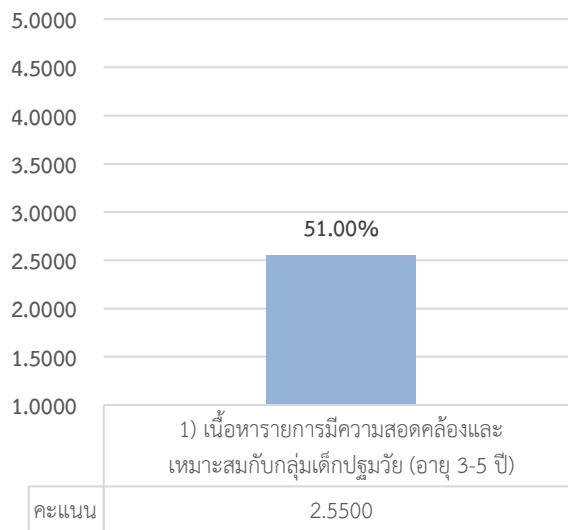
แผนภาพที่ 10.78 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ



จากแผนภาพที่ 10.78 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction) และด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques) รองลงมาคือ ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact) ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance) ด้านเนื้อหารายการ และด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques) มีระดับความเชื่อมั่นเท่ากันที่ระดับมาก

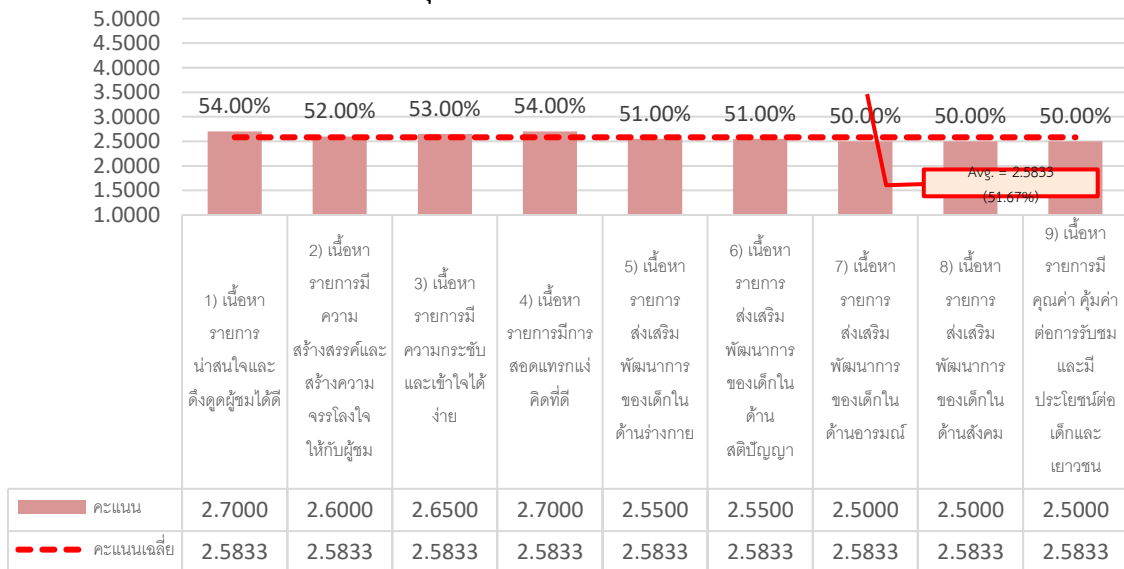
ทั้งนี้ ทศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction) มีระดับคะแนนมากที่สุด ที่ระดับ 4.4000 รองลงมาคือ ด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques) มีระดับคะแนนมากที่สุด ที่ระดับ 4.2500 ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact) มีระดับคะแนนมากที่สุด ที่ระดับ 4.2000 ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance) มีระดับคะแนนมากที่สุด ที่ระดับ 4.1875 ด้านเนื้อหารายการ มีระดับคะแนนมากที่สุด ที่ระดับ 4.1864 และด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques) มีระดับคะแนนมากที่สุด ที่ระดับ 4.0167 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 10.79 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance)



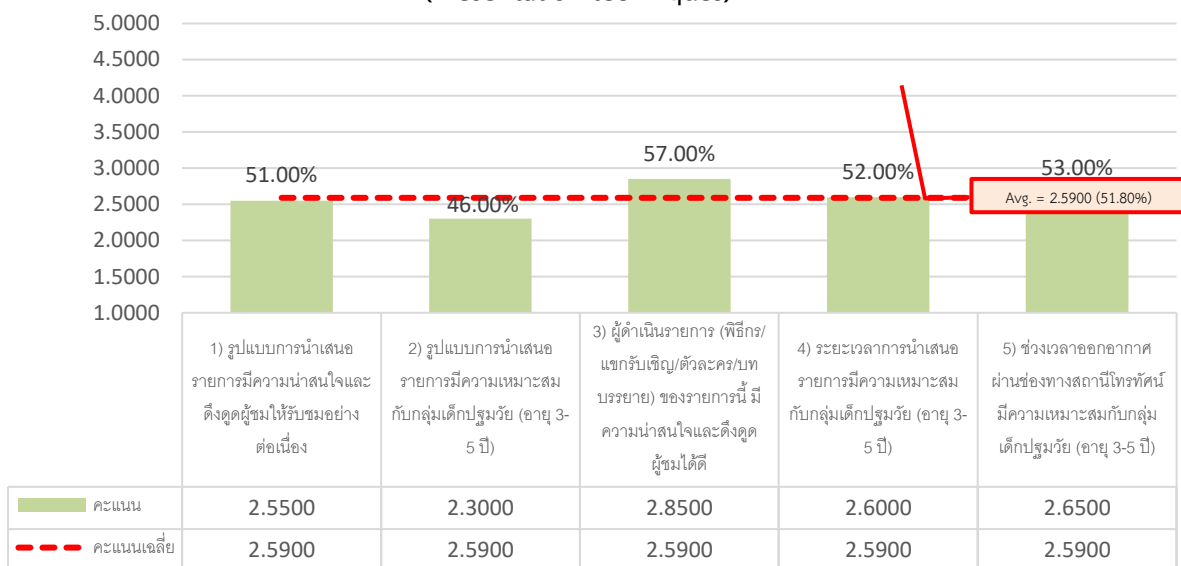
จากแผนภาพที่ 10.79 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance) อยู่ในระดับพึงพอใจน้อย จากประเด็นเนื้อหารายการมีความสอดคล้องและเหมาะสมกับกลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี) ที่ระดับคะแนน 2.5500

แผนภาพที่ 10.80 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเนื้อหารายการ (Content)



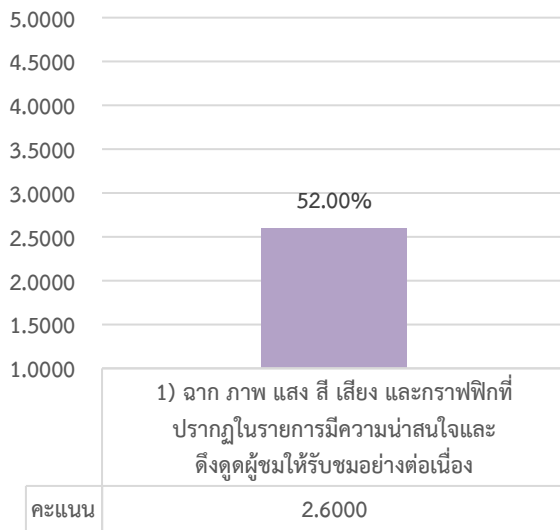
จากแผนภาพที่ 10.80 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้าน เนื้อหารายการ (Content) ในภาพรวมอยู่ในระดับพึงพอใจน้อย โดยประเด็นเนื้อหารายการน่าสนใจและดึงดูด ผู้ชมได้ดี และเนื้อหารายการมีการสอดแทรกแง่คิดที่ดี ที่ระดับคะแนน 2.7000 รองลงมาคือ เนื้อหารายการมีความ กระชับและเข้าใจได้ง่าย ที่ระดับคะแนน 2.6500 ประเด็นเนื้อหารายการมีความสร้างสรรค์และสร้าง ความจริงใจให้กับผู้ชม ที่ระดับคะแนน 2.6000 และเนื้อหารายการส่งเสริมพัฒนาการของเด็กในด้าน ร่างกาย เนื้อหารายการส่งเสริมพัฒนาการของเด็กในด้านอารมณ์ เนื้อหารายการส่งเสริมพัฒนาการของเด็กใน ด้านสังคม และเนื้อหารายการมีคุณค่า คุ่มค่าต่อการรับชม และมีประโยชน์ต่อเด็กและเยาวชน มีคะแนน เท่ากันที่ระดับคะแนน 2.5500 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 10.81 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques)



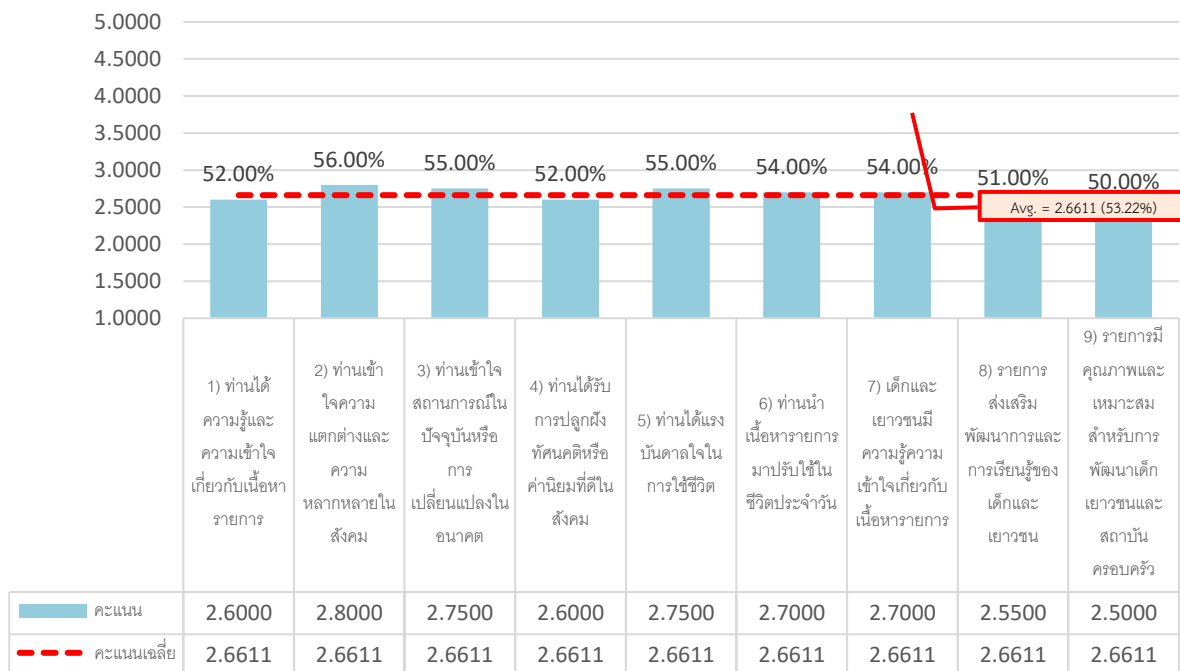
จากแผนภาพที่ 10.81 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชม ในด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques) ในภาพรวมอยู่ในระดับพึงพอใจน้อย โดยประเด็นผู้ดำเนินรายการ (พิธีกร/แขกรับเชิญ/ตัวละคร/บทบรรยาย) ของรายการนี้ มีความน่าสนใจ และดึงดูดผู้ชมได้ดี มีระดับคะแนนสูงที่สุดที่ระดับคะแนน 2.8500 รองลงมาช่วงเวลาออกอากาศผ่านช่องทาง สถานีโทรทัศน์มีความเหมาะสมกับกลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี) ที่ระดับคะแนน 2.6500 ระยะเวลา การนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี) ที่ระดับคะแนน 2.6000 รูปแบบ การนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี) ที่ระดับคะแนน 2.5500 และรูปแบบ การนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเด็กปฐมวัย ที่ระดับคะแนน 2.3000 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 10.82 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques)



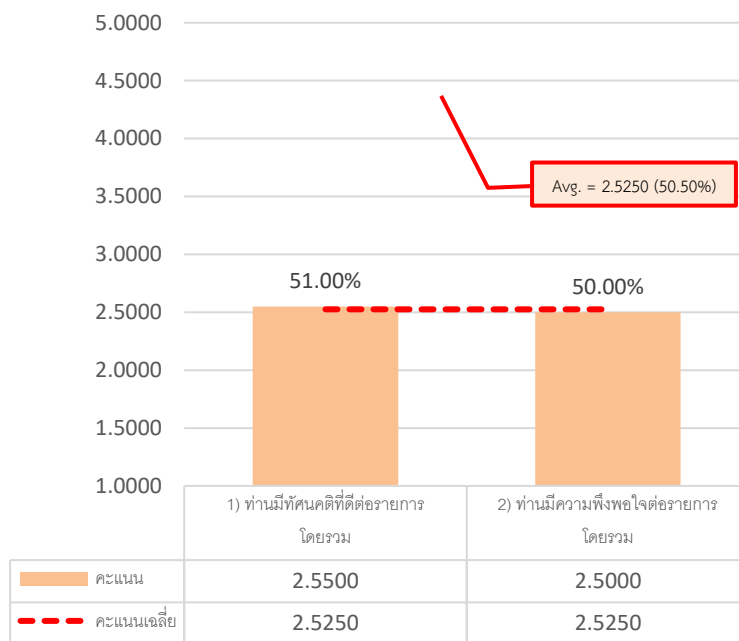
จากแผนภาพที่ 10.82 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques) อยู่ในระดับพึงพอใจน้อย จากประเด็นฉาก ภาพ แสง สี เสียงและกราฟฟิกที่ปรากฏในรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง ที่ระดับคะแนน 2.6000

แผนภาพที่ 10.83 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact)



จากแผนภาพที่ 10.83 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact) ในภาพรวมอยู่ในระดับพึงพอใจน้อย โดยประเด็นท่านเข้าใจความแตกต่างและความหลากหลายในสังคม มีระดับคะแนนสูงสุดที่ระดับคะแนน 2.8000 รองลงมาท่านเข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต และท่านได้แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต มีคะแนนเท่ากันที่ระดับคะแนน 2.7500 ท่านนำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน และเด็กและเยาวชนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ มีคะแนนเท่ากันที่ระดับคะแนน 2.7000 ท่านได้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ และท่านได้รับการปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม มีคะแนนเท่ากันที่ระดับคะแนน 2.6000 รายการส่งเสริมพัฒนาการและการเรียนรู้ของเด็กและเยาวชน มีคะแนนเท่ากันที่ระดับคะแนน 2.5500 และรายการมีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็ก เยาวชนและสถาบันครอบครัว ที่ระดับคะแนน 2.5000 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 10.84 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction)



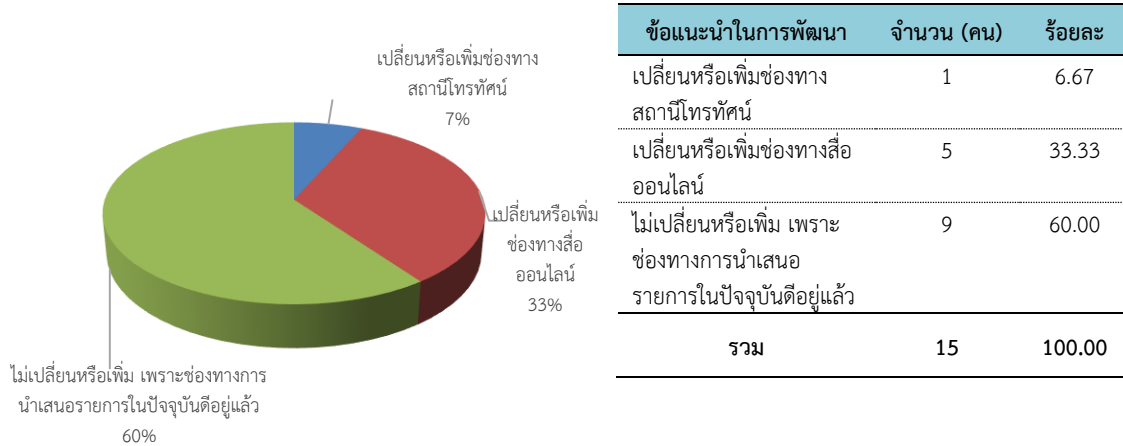
จากแผนภาพที่ 10.84 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction) อยู่ในระดับพึงพอใจน้อย โดยมีทัศนคติที่ดีต่อรายการโดยรวม ที่ระดับคะแนน 2.5500 และมีความพึงพอใจต่อรายการโดยรวม ที่ระดับคะแนน 2.5000

ตารางที่ 10.89 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ

ประเด็นความพึงพอใจ	ระดับความคิดเห็น		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
1. ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance)	2.5500	0.0000	พึงพอใจน้อย
1.1 เนื้อหารายการมีความสอดคล้องและเหมาะสมกับกลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี)	2.5500	1.7313	พึงพอใจน้อย
2. ด้านเนื้อหารายการ	2.5833	0.1079	พึงพอใจน้อย
2.1 เนื้อหารายการน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี	2.7000	1.4546	พึงพอใจน้อย
2.2 เนื้อหารายการมีความสร้างสรรค์และสร้างความจรรโลงใจให้กับผู้ชม	2.6000	1.6670	พึงพอใจน้อย
2.3 เนื้อหารายการมีความกระชับและเข้าใจได้ง่าย	2.6500	1.6631	พึงพอใจน้อย
2.4 เนื้อหารายการมีการสอดแทรกแง่คิดที่ดี	2.7000	1.7800	พึงพอใจน้อย
2.5 เนื้อหารายการส่งเสริมพัฒนาการของเด็กในด้านร่างกาย	2.5500	1.7313	พึงพอใจน้อย
2.6 เนื้อหารายการส่งเสริมพัฒนาการของเด็กในด้านสติปัญญา	2.5500	1.7911	พึงพอใจน้อย
2.7 เนื้อหารายการส่งเสริมพัฒนาการของเด็กในด้านอารมณ์	2.5000	1.5728	พึงพอใจน้อย
2.8 เนื้อหารายการส่งเสริมพัฒนาการของเด็กในด้านสังคม	2.5000	1.7321	พึงพอใจน้อย
2.9 เนื้อหารายการมีคุณค่า คุ่มค่าต่อการรับชม และมีประโยชน์ต่อเด็กและเยาวชน	2.5000	1.7321	พึงพอใจน้อย
3. ด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques)	2.5900	0.0723	พึงพอใจน้อย
3.1 รูปแบบการนำเสนอรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง	2.5500	1.5720	พึงพอใจน้อย
3.2 รูปแบบการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี)	2.3000	1.6575	พึงพอใจน้อยที่สุด
3.3 ผู้ดำเนินรายการ (พิธีกร/แขกรับเชิญ/ตัวละคร/บทบรรยาย) ของรายการนี้ มีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี	2.8500	1.5985	พึงพอใจน้อย
3.4 ระยะเวลาการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี)	2.6000	1.7592	พึงพอใจน้อย
3.5 ช่วงเวลาออกอากาศ ผ่านช่องทางสถานีโทรทัศน์มีความเหมาะสมกับกลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี)	2.6500	1.6631	พึงพอใจน้อย
4. ด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques)	2.6000	0.0000	พึงพอใจน้อย
4.1 ฉาก ภาพ แสง สี เสียง และกราฟิกที่ปรากฏในรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง	2.6000	1.2312	พึงพอใจน้อย
5. ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact)	2.6611	0.0642	พึงพอใจน้อย
5.1 ท่านได้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	2.6000	1.5694	พึงพอใจน้อย
5.2 ท่านเข้าใจความแตกต่างและความหลากหลายในสังคม	2.8000	1.5424	พึงพอใจน้อย
5.3 ท่านเข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต	2.7500	1.5517	พึงพอใจน้อย
5.4 ท่านได้รับการปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม	2.6000	1.6026	พึงพอใจน้อย
5.5 ท่านได้แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต	2.7500	1.5853	พึงพอใจน้อย
5.6 ท่านนำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน	2.7000	1.7199	พึงพอใจน้อย
5.7 เด็กและเยาวชนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	2.7000	1.6575	พึงพอใจน้อย
5.8 รายการส่งเสริมพัฒนาการและการเรียนรู้ของเด็กและเยาวชน	2.5500	1.7006	พึงพอใจน้อย
5.9 รายการมีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็ก เยาวชนและสถาบันครอบครัว	2.5000	1.6384	พึงพอใจน้อย
6. ทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction)	2.5250	0.0501	พึงพอใจน้อย
6.1 ท่านมีทัศนคติที่ดีต่อรายการโดยรวม	2.5500	1.5035	พึงพอใจน้อย
6.2 ท่านมีความพึงพอใจต่อรายการโดยรวม	2.5000	1.4327	พึงพอใจน้อย
ภาครวม	2.5849	0.0475	พึงพอใจน้อย

สรุปข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

ตารางที่ 10.90 จำนวนและร้อยละข้อแนะนำในการพัฒนาช่องทางการนำเสนอรายการ



จากตารางที่ 10.90 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่มีข้อแนะนำ ไม่เปลี่ยนหรือเพิ่ม เพราะช่องทางการนำเสนอรายการในปัจจุบันดีอยู่แล้ว จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 60.00 รองลงมาคือ เปลี่ยนหรือเพิ่มช่องทางสื่อออนไลน์ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33 และเปลี่ยนหรือเพิ่มช่องทางสถานีโทรทัศน์ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 6.67 ตามลำดับ

สรุปประเด็นข้อแนะนำเพื่อปรับปรุงหรือพัฒนารายการ

จากผลการสำรวจ พบว่า ในภาพรวมกลุ่มเป้าหมายรายการในเขตภาคกลาง กทม. และปริมณฑลมีระดับความพึงพอใจต่อโครงการส่งเสริมการผลิตและออกอากาศรายการโทรทัศน์ระบบดิจิทัลรายการสำหรับเด็ก ในระดับพึงพอใจน้อย โดยมีคะแนนความพึงพอใจที่ 2.5000 คะแนน ซึ่งมีค่าต่ำกว่าคะแนนทัศนคติที่ดี/ความคาดหวัง ซึ่งมีคะแนนที่ 2.5500 ทั้งนี้ จากการสัมภาษณ์เชิงลึกเพิ่มเติม กลุ่มเป้าหมายมีข้อเสนอแนะในการพัฒนารายการเพิ่มเติม ดังนี้

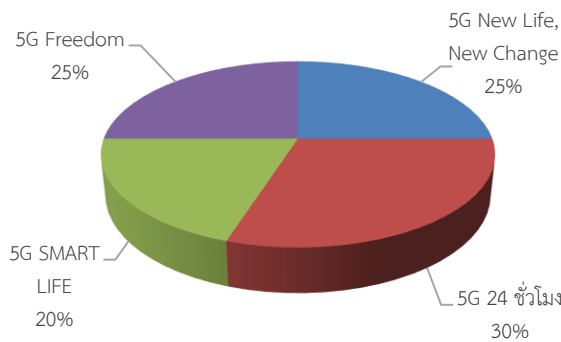
- 1) เสนอให้ปรับลดเวลาการนำเสนอรายการให้สั้นลง เนื่องจากบางรายการมีความยาวของระยะเวลา จึงอยากให้ปรับระยะเวลาให้กระชับขึ้นเพื่อความเหมาะสม
- 2) รายการที่วีสำหรับเด็กควรเน้นสีสันรายการและความตื่นเต้น ให้มีความน่าสนใจ เพื่อสร้างความดึงดูดใจให้แก่เด็ก
- 3) อยากให้เพิ่มช่องทางการรับชมสำหรับเด็กมากกว่านี้
- 4) เสนอให้มีการพัฒนาการสื่อสารระหว่างวิทยากรในรายการอยากให้ใช้คำสื่อสารที่เข้าใจง่ายมากขึ้น

10.3.3.2 โครงการส่งเสริมการผลิตและออกอากาศเนื้อหารายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะเกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสาร 5G

มีผู้ตอบแบบสอบถามโดยกลุ่มตัวแทนจากประชาชน จำนวน 20 ราย ประกอบด้วยข้อมูล ดังนี้

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบประเมิน

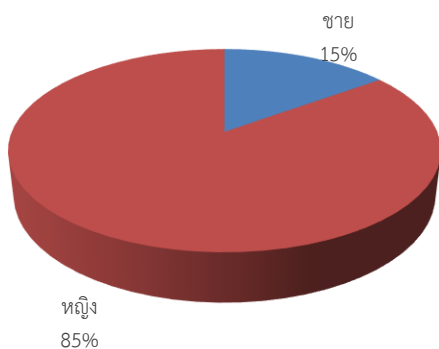
ตารางที่ 10.91 จำนวนและร้อยละของรายการ



ชื่อรายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
5G New Life, New Change	5	25.00
5G 24 ชั่วโมง	6	30.00
5G SMART LIFE	4	20.00
5G Freedom	5	25.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 10.91 ผู้ตอบแบบประเมินได้สัมผัสชมรายการ “5G 24 ชั่วโมง” จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 รายการ “5G New Life, New Change” และรายการ “5G Freedom” จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 และรายการ “5G SMART LIFE” จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 ตามลำดับ

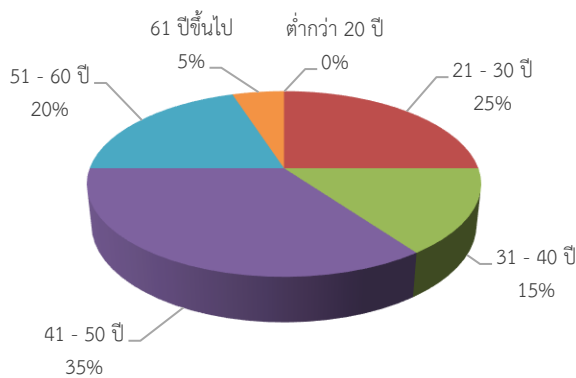
ตารางที่ 10.92 จำนวนและร้อยละของเพศ



เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	3	15.00
หญิง	17	85.00
ไม่ต้องการระบุ	0	0.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 10.92 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 85.00 รองลงมาคือ เพศชาย จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 ตามลำดับ

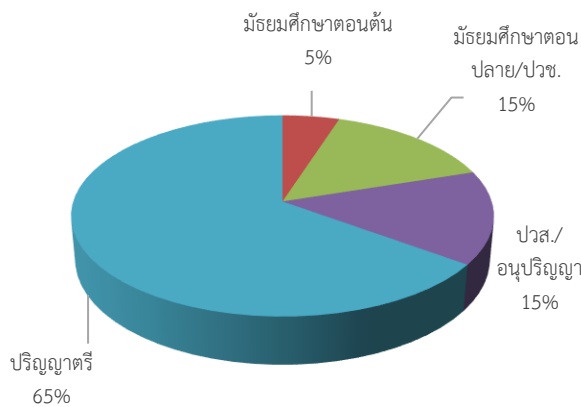
ตารางที่ 10.93 จำนวนและร้อยละของอายุ



อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	0	0.00
21 - 30 ปี	5	25.00
31 - 40 ปี	3	15.00
41 - 50 ปี	7	35.00
51 - 60 ปี	4	20.00
61 ปีขึ้นไป	1	5.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 10.93 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่อายุ 41-50 ปีขึ้นไป จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 35.00 รองลงมาคือ อายุ 21 - 30 ปี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 อายุ 51 - 60 ปี จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 อายุ 31 - 40 ปี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 และอายุ 61 ปีขึ้นไป จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

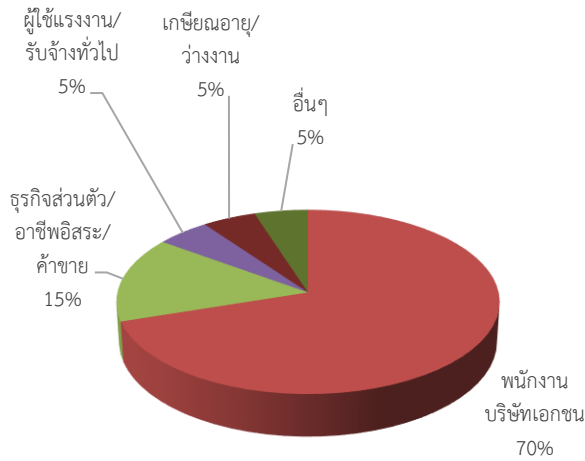
ตารางที่ 10.94 จำนวนและร้อยละของการศึกษา



การศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	0	0.00
มัธยมศึกษาตอนต้น	1	5.00
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	3	15.00
ปวส./อนุปริญญา	3	15.00
ปริญญาตรี	13	65.00
สูงกว่าปริญญาตรี	0	0.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 10.94 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 65.00 รองลงมาคือ มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. และปวส./อนุปริญญา จำนวน 3 คน เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 15.00 และระดับมัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 1 คนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

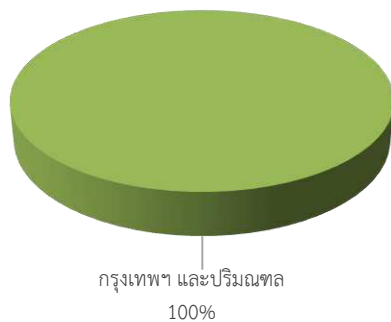
ตารางที่ 10.95 จำนวนและร้อยละของอาชีพ



อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ข้าราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	0	0.00
พนักงานบริษัทเอกชน	14	70.00
ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ ค้าขาย	3	15.00
ผู้ใช้แรงงาน/รับจ้างทั่วไป	1	5.00
เกษตรกร/ชาวประมง	0	0.00
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	0	0.00
นักเรียน/นักศึกษา	0	0.00
เกษียณอายุ/ว่างงาน	1	5.00
อื่นๆ	1	5.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 10.95 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 70.00 รองลงมาคือ ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 ผู้ใช้แรงงาน/รับจ้างทั่วไป เกษียณอายุ/ว่างงาน และอื่นๆ จำนวน 1 คน เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 10.96 จำนวนและร้อยละของจังหวัดที่ท่านอาศัยอยู่ในปัจจุบัน

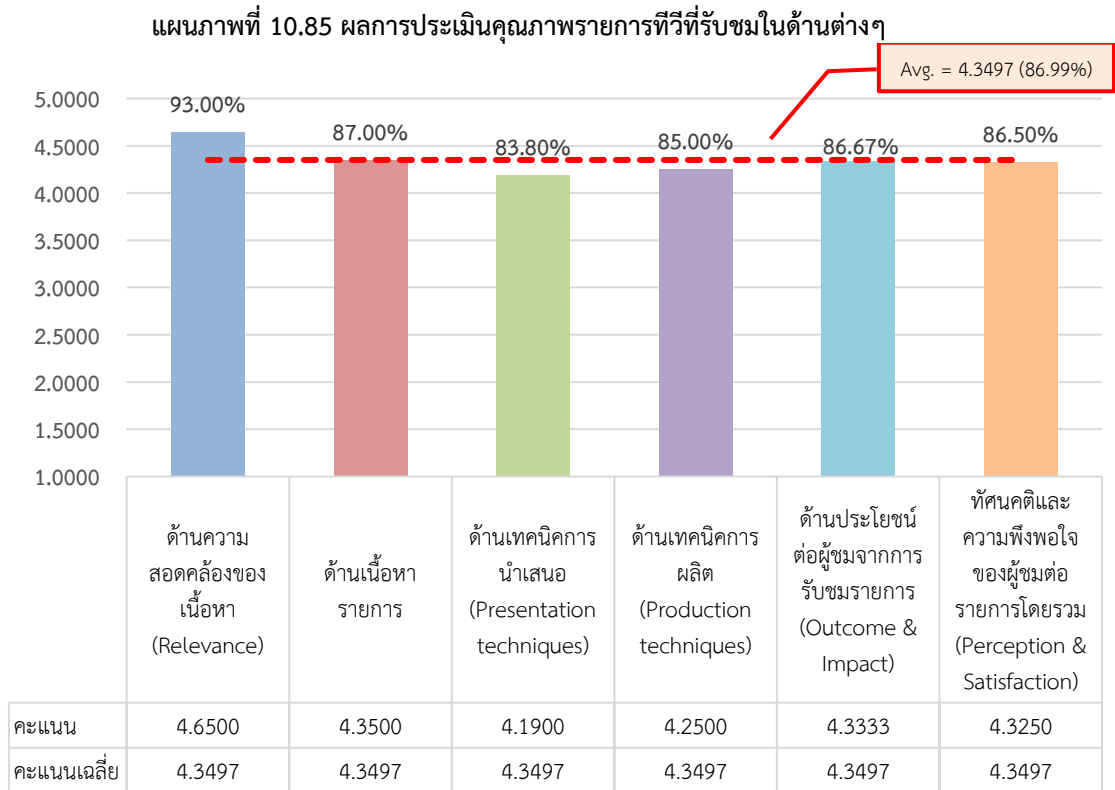


จังหวัดที่อาศัยอยู่ในปัจจุบัน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ภาคเหนือ	0	0.00
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	0	0.00
กรุงเทพฯ และปริมณฑล	20	100.00
ภาคกลาง	0	0.00
ภาคใต้	0	0.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 10.96 ผู้ตอบแบบประเมินทั้งหมดอาศัยอยู่ในกรุงเทพฯ และปริมณฑล จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00

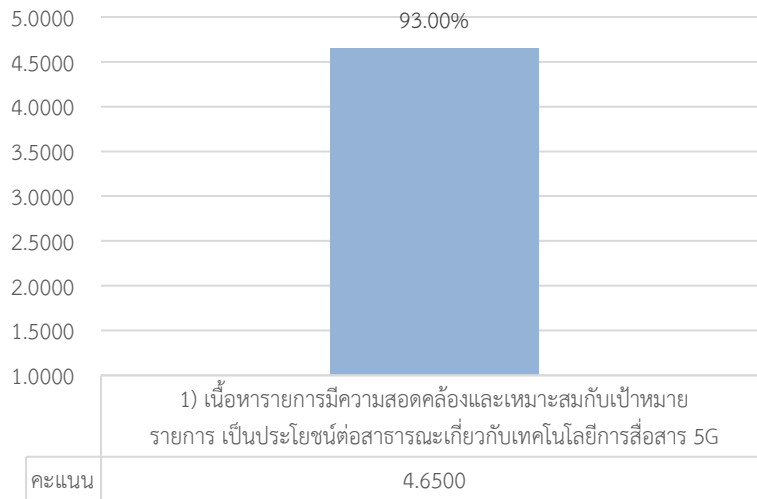
สรุปผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ

จากการตอบแบบประเมินโดยกลุ่มตัวแทนจากประชาชน จำนวน 20 ราย ในพื้นที่ภาคกลางมีระดับคะแนนการประเมินคุณภาพรายการทีวีในด้านต่างๆ โดยเฉลี่ย ที่ระดับ 4.3497 โดยมีระดับคะแนนการประเมินคุณภาพรายการทีวีในแต่ละด้าน ดังนี้



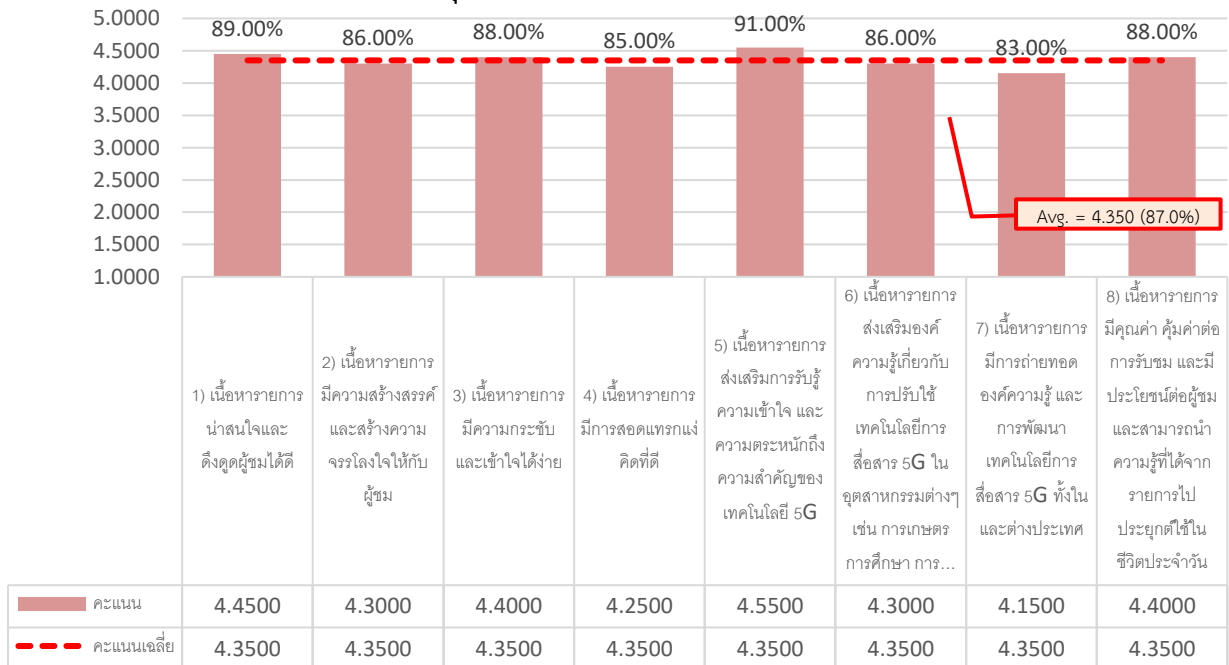
จากแผนภาพที่ 10.85 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านมีระดับความเชื่อมั่นเท่ากัน ที่ระดับมาก ทั้งนี้ ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance) มีระดับคะแนนมากที่สุด ที่ระดับ 4.6500 รองลงมาคือ ด้านเนื้อหารายการ (Content) มีระดับคะแนนที่ระดับ 4.3500 ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact) มีระดับคะแนนที่ระดับ 4.3333 ทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction) มีระดับคะแนนที่ระดับ 4.3250 ด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques) มีระดับคะแนนที่ระดับ 4.2500 และด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques) มีระดับคะแนนที่ระดับ 4.1900 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 10.86 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance)



จากแผนภาพที่ 10.86 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance) อยู่ในระดับมากที่สุด จากประเด็นเนื้อหารายการมีความสอดคล้องและเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนทั่วไป ที่ระดับคะแนน 4.6500

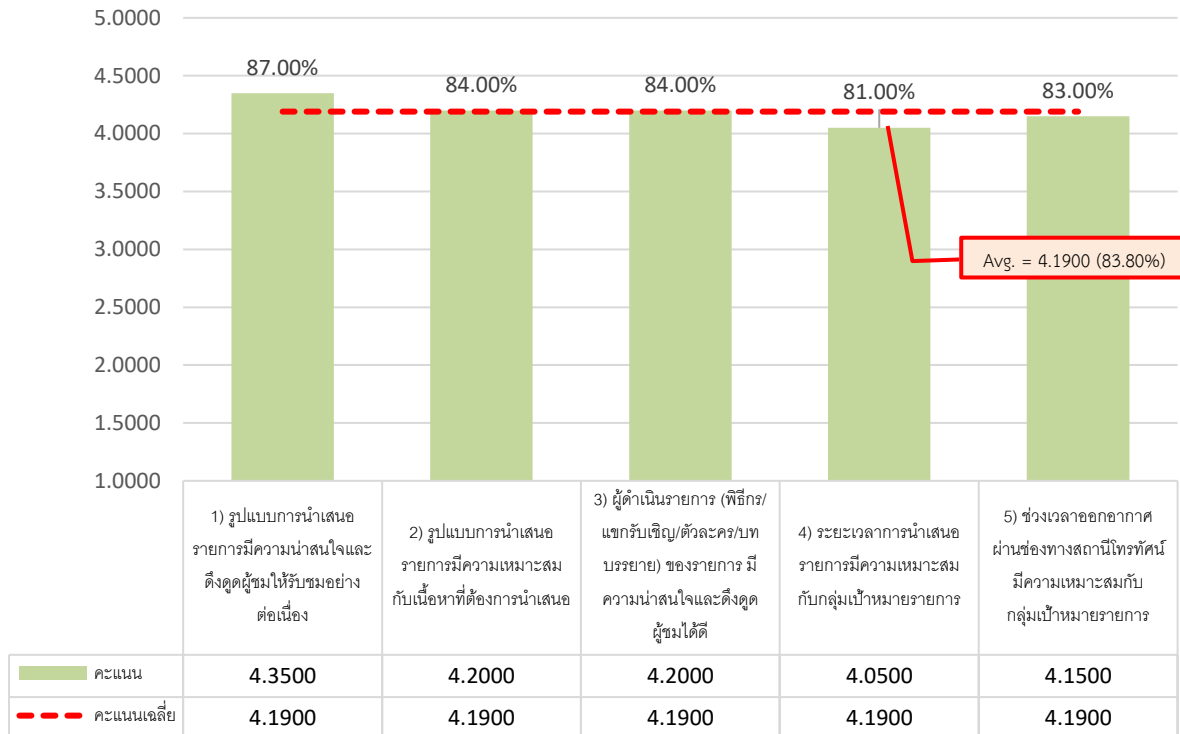
แผนภาพที่ 10.87 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเนื้อหารายการ (Content)



จากแผนภาพที่ 10.87 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเนื้อหารายการ (Content) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยประเด็นเนื้อหาการส่งเสริมการรับรู้ ความเข้าใจ และความตระหนักถึงความสำคัญของเทคโนโลยี 5G มีระดับคะแนนสูงสุด ที่ระดับคะแนน 4.5500 รองลงมาคือ เนื้อหารายการน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี ที่ระดับคะแนน 4.4500 เนื้อหารายการมีความกระชับและเข้าใจได้ง่าย และเนื้อหาการมีคุณค่า คุ่มค่าต่อการรับชม และมีประโยชน์ต่อผู้ชม และสามารถนำความรู้ที่ได้จากรายการไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน ที่ระดับคะแนน 4.4000 เนื้อหารายการมีความสร้างสรรค์และ

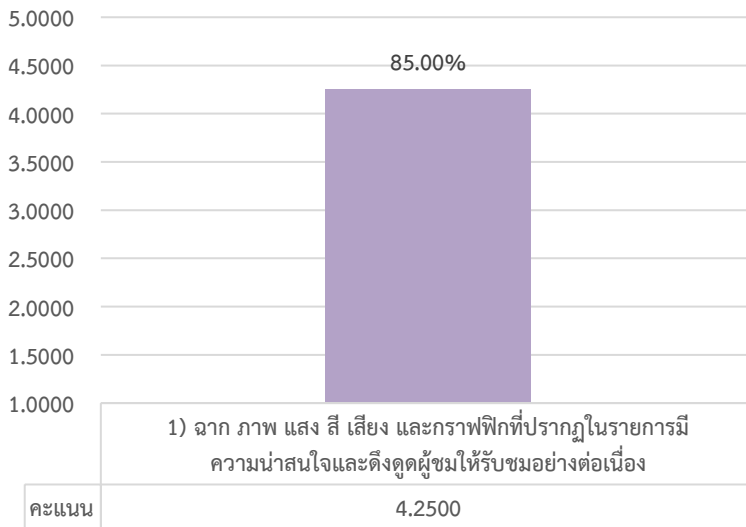
สร้างความจรรโลงใจให้กับผู้ชม และเนื้อหารายการส่งเสริมองค์ความรู้เกี่ยวกับการปรับใช้เทคโนโลยีการสื่อสาร 5G ในอุตสาหกรรมต่างๆ เช่น การเกษตร การศึกษา การสื่อสาร ที่ระดับคะแนน 4.3000 เนื้อหารายการมีการสอดแทรกแง่คิดที่ดี ที่ระดับคะแนน 4.2500 และเนื้อหารายการมีการถ่ายทอดองค์ความรู้และการพัฒนาเทคโนโลยีการสื่อสาร 5G ทั้งในและต่างประเทศ ที่ระดับคะแนน 4.1500 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 10.88 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques)



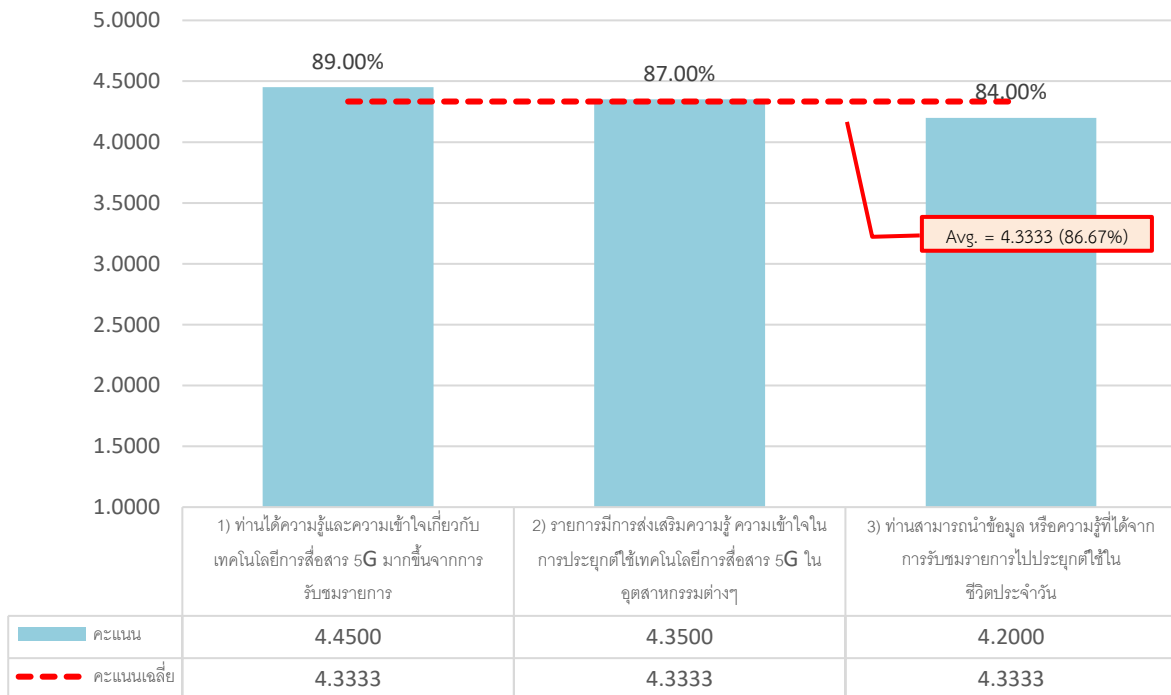
จากแผนภาพที่ 10.88 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยประเด็นรูปแบบการนำเสนอรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง มีระดับคะแนนสูงที่สุดที่ระดับคะแนน 4.3500 รองลงมาคือรูปแบบการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนทั่วไป และประเด็นผู้ดำเนินรายการ (พิธีกร/แขกรับเชิญ/ตัวละคร/บทบรรยาย) ของรายการนี้ มีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี มีระดับคะแนนเท่ากันที่ 4.2000 ประเด็นช่วงเวลาออกอากาศผ่านช่องทางสถานีโทรทัศน์มีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนทั่วไป ที่ระดับคะแนน 4.1500 และระยะเวลาการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนทั่วไป มีคะแนนต่ำสุด ที่ระดับคะแนน 4.0500 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 10.89 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques)



จากแผนภาพที่ 10.89 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques) อยู่ในระดับมาก จากประเด็นจาก ภาพ แสง สี เสียง และกราฟฟิกที่ปรากฏในรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง ที่ระดับคะแนน 4.2500

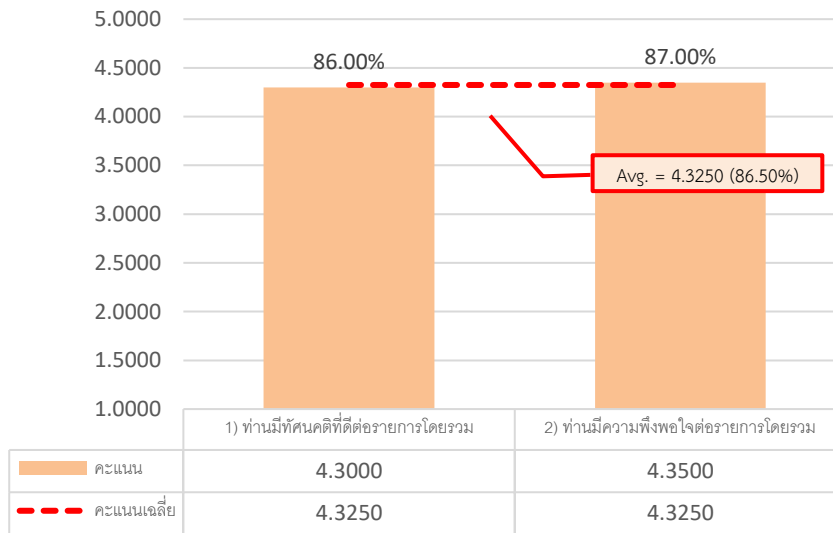
แผนภาพที่ 10.90 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact)



จากแผนภาพที่ 10.90 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยประเด็นท่านได้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสาร 5G มากขึ้นจากการรับชมรายการ มีระดับคะแนน

สูงสุดที่ระดับคะแนน 4.4500 รองลงมา คือ รายการมีการส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจในการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีการสื่อสาร 5G ในอุตสาหกรรมต่างๆ ที่ระดับคะแนน 4.3500 และท่านสามารถนำข้อมูล หรือความรู้ที่ได้จากการรับชมรายการไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันในระดับคะแนน 4.2000 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 10.91 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction)



จากแผนภาพที่ 10.91 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction) อยู่ในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจต่อรายการโดยรวม ที่ระดับคะแนน 4.3500 และมีทัศนคติที่ดีต่อรายการโดยรวม ที่ระดับคะแนน 4.3000

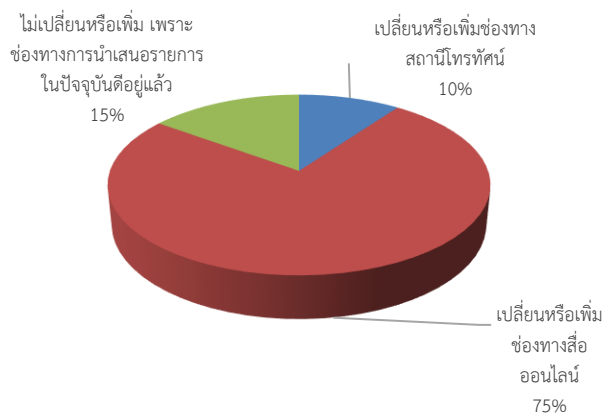
ตารางที่ 10.97 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ

ประเด็นความพึงพอใจ	ระดับความคิดเห็น		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
1. ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance)	4.6500	0.0000	พึงพอใจมากที่สุด
1.1 เนื้อหารายการมีความสอดคล้องและเหมาะสมกับเป้าหมายรายการ เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะเกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสาร 5G	4.6500	0.4894	พึงพอใจมากที่สุด
2. ด้านเนื้อหารายการ	4.3500	0.0345	พึงพอใจมาก
2.1 เนื้อหารายการน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี	4.4500	0.6048	พึงพอใจมาก
2.2 เนื้อหารายการมีความสร้างสรรค์และสร้างความจรรโลงใจให้กับผู้ชม	4.3000	0.5712	พึงพอใจมาก
2.3 เนื้อหารายการมีความกระชับและเข้าใจได้ง่าย	4.4000	0.5026	พึงพอใจมาก
2.4 เนื้อหารายการมีการสอดแทรกแง่คิดที่ดี	4.2500	0.5501	พึงพอใจมาก
2.5 เนื้อหารายการส่งเสริมการรับรู้ ความเข้าใจ และความตระหนักถึงความสำคัญของเทคโนโลยี 5G	4.5500	0.6048	พึงพอใจมากที่สุด
2.6 เนื้อหารายการส่งเสริมองค์ความรู้เกี่ยวกับการปรับใช้เทคโนโลยีการสื่อสาร 5G ในอุตสาหกรรมต่างๆ เช่น การเกษตร การศึกษา การสื่อสาร เป็นต้น	4.3000	0.5712	พึงพอใจมาก
2.7 เนื้อหารายการส่งเสริมพัฒนาการของเด็กในด้านอารมณ์	4.1500	0.5871	พึงพอใจมาก
2.8 เนื้อหารายการมีคุณค่า คุ่มค่าต่อการรับชม และมีประโยชน์ต่อผู้ชม และสามารถนำความรู้ที่ได้จากรายการไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน	4.4000	0.5982	พึงพอใจมาก

ประเด็นความพึงพอใจ	ระดับความคิดเห็น		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
3. ด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques)	4.1900	0.0942	พึงพอใจมาก
3.1 รูปแบบการนำเสนอรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง	4.3500	0.5871	พึงพอใจมาก
3.2 รูปแบบการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับเนื้อหาที่ต้องการนำเสนอ	4.2000	0.5231	พึงพอใจมาก
3.3 ผู้ดำเนินรายการ (พิธีกร/แขกรับเชิญ/ตัวละคร/บทบรรยาย) ของรายการ มีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี	4.2000	0.5231	พึงพอใจมาก
3.4 ระยะเวลาการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการ	4.0500	0.3940	พึงพอใจมาก
3.5 ช่วงเวลาออกอากาศ ผ่านช่องทางสถานีโทรทัศน์มีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการ	4.1500	0.3663	พึงพอใจมาก
4. ด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques)	4.2500	0.0000	พึงพอใจมาก
4.1 ฉาก ภาพ แสง สี เสียง และกราฟิกที่ปรากฏในรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง	4.2500	0.5501	พึงพอใจมาก
5. ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact)	4.3333	0.0411	พึงพอใจมาก
5.1 ท่านได้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสาร 5G มากขึ้นจากการรับชมรายการ	4.4500	0.5104	พึงพอใจมาก
5.2 รายการมีการส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจในการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีการสื่อสาร 5G ในอุตสาหกรรมต่างๆ	4.3500	0.5871	พึงพอใจมาก
5.3 ท่านสามารถนำข้อมูล หรือความรู้ที่ได้จากการรับชมรายการไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน	4.2000	0.5231	พึงพอใจมาก
6. ทศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction)	4.3250	0.0136	พึงพอใจมาก
6.1 ท่านมีทัศนคติที่ดีต่อรายการโดยรวม	4.3000	0.4702	พึงพอใจมาก
6.2 ท่านมีความพึงพอใจต่อรายการโดยรวม	4.3500	0.4894	พึงพอใจมาก
ภาพรวม	4.3497	0.0475	พึงพอใจมาก

สรุปข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

ตารางที่ 10.98 จำนวนและร้อยละข้อแนะนำในการพัฒนาช่องทางการนำเสนอรายการ



ข้อแนะนำในการพัฒนา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เปลี่ยนหรือเพิ่มช่องทางสถานีโทรทัศน์	2	10.00
เปลี่ยนหรือเพิ่มช่องทางสื่อออนไลน์	15	75.00
ไม่เปลี่ยนหรือเพิ่ม เพราะ ช่องทางการนำเสนอรายการในปัจจุบันดีอยู่แล้ว	3	15.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 10.98 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่มีข้อแนะนำเปลี่ยนหรือเพิ่มช่องทางสื่อออนไลน์ จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 75.00 รองลงมาคือ ไม่เปลี่ยนหรือเพิ่ม เพราะช่องทางการนำเสนอรายการในปัจจุบันดีอยู่แล้ว จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 และเปลี่ยนหรือเพิ่มช่องทางสถานีโทรทัศน์ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 ตามลำดับ

สรุปประเด็นข้อแนะนำเพื่อปรับปรุงหรือพัฒนารายการ

จากผลการสำรวจ พบว่า ในภาพรวมกลุ่มเป้าหมายรายการในเขตภาคกลาง กทม. และปริมณฑลมีระดับความพึงพอใจต่อโครงการส่งเสริมการผลิตและออกอากาศเนื้อหารายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะในระดับดีมาก โดยมีคะแนนความพึงพอใจที่ 4.3500 คะแนน ซึ่งมีค่าสูงกว่าคะแนนทัศนคติที่ดี/ความคาดหวังซึ่งมีระดับคะแนนที่ 4.3000 ทั้งนี้ จากการสัมภาษณ์เชิงลึกเพิ่มเติม กลุ่มเป้าหมายมีข้อเสนอแนะในการพัฒนารายการเพิ่มเติม ดังนี้

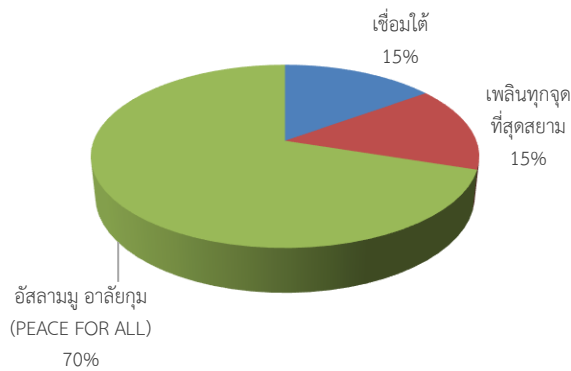
- 1) เสนอให้ปรับการดำเนินการให้มีความกระชับและปรับความน่าสนใจมากขึ้น เพื่อให้ผู้ฟังเกิดความสนใจ และอย่างตั้งใจ
- 2) เสนอให้เพิ่มเสียงดนตรีขึ้นระหว่างช่วงของรายการแต่ละรายการ เพื่อความผ่อนคลายในการรับชมทำให้ไม่น่าเบื่อในการรับชมและทำให้เพลิดเพลิน
- 3) เสนอให้ลดหรือปรับการใช้ภาษาทางการให้น้อยลง เพื่อความลื่นไหลของรายการมากขึ้น
- 4) เสนอให้มีเทคโนโลยีแบบใหม่ เพิ่มขึ้นเพื่อนำไปศึกษาเพิ่มเติมและพัฒนาในภูมิลำเนาและในชีวิตประจำวันของเรา
- 5) อยากให้เพิ่มความสุขในการรับชมให้มากกว่านี้
- 6) อยากให้เพิ่มภาพการ์ตูนเพื่อให้เข้าใจง่ายขึ้น

10.3.3.3 โครงการผลิตสารคดีเพื่อส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนใต้

มีผู้ตอบแบบสอบถามโดยกลุ่มตัวแทนจากประชาชน จำนวน 20 ราย ประกอบด้วยข้อมูล ดังนี้

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบประเมิน

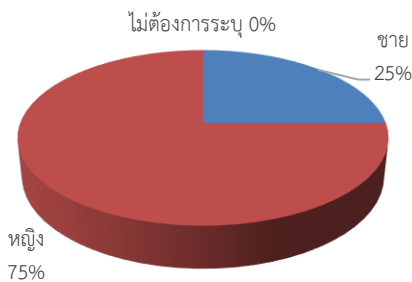
ตารางที่ 10.99 จำนวนและร้อยละของรายการ



ชื่อรายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เชื่อมใต้	3	15.00
เพลินทุกจุดที่ สุดสยาม	3	15.00
อิสลามมู อาลัยกุ่ม (PEACE FOR ALL)	14	70.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 10.99 ผู้ตอบแบบประเมินได้รับชมรายการ “อิสลามมู อาลัยกุ่ม (PEACE FOR ALL)” มากที่สุด จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 70.00 รองลงมารายการเชื่อมใต้ และรายการเพลินทุกจุดที่ สุดสยาม จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 ตามลำดับ

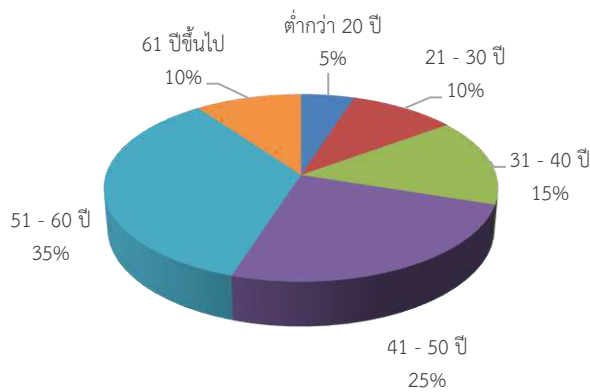
ตารางที่ 10.100 จำนวนและร้อยละของเพศ



เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	5	25.00
หญิง	15	75.00
ไม่ต้องการระบุ	0	0.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 10.100 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 75.00 รองลงมาคือ เพศชาย จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 ตามลำดับ

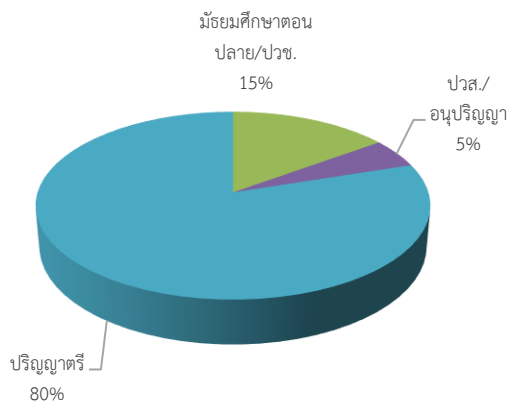
ตารางที่ 10.101 จำนวนและร้อยละของอายุ



อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	1	5.00
21 - 30 ปี	2	10.00
31 - 40 ปี	3	15.00
41 - 50 ปี	5	25.00
51 - 60 ปี	7	35.00
61 ปีขึ้นไป	2	10.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 10.101 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่อายุ 51 - 60 ปี จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 35.00 รองลงมาคือ อายุ 41 - 50 ปี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 อายุ 31 - 40 ปี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 อายุ 21 - 30 ปี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 อายุ 61 ปีขึ้นไป จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 และต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 1 คน คิดเป็น ร้อยละ 5 ตามลำดับ

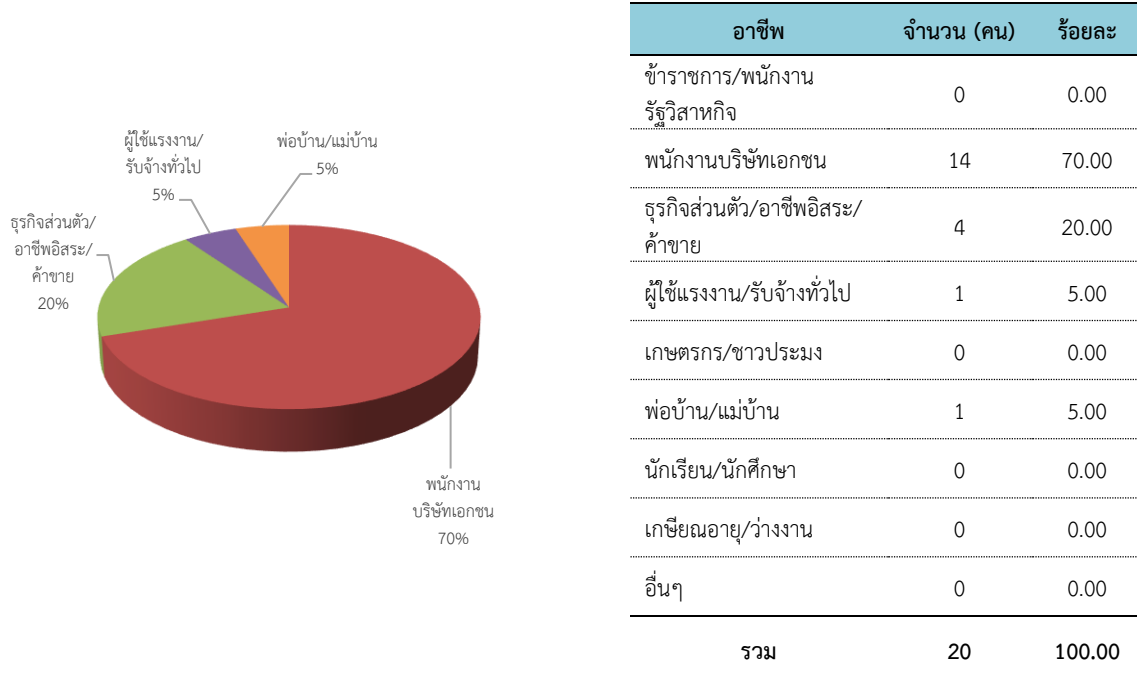
ตารางที่ 10.102 จำนวนและร้อยละของการศึกษา



การศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	0	0.00
มัธยมศึกษาตอนต้น	0	0.00
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	3	15.00
ปวส./อนุปริญญา	1	5.00
ปริญญาตรี	16	80.00
สูงกว่าปริญญาตรี	0	0.00
รวม	20	100.00

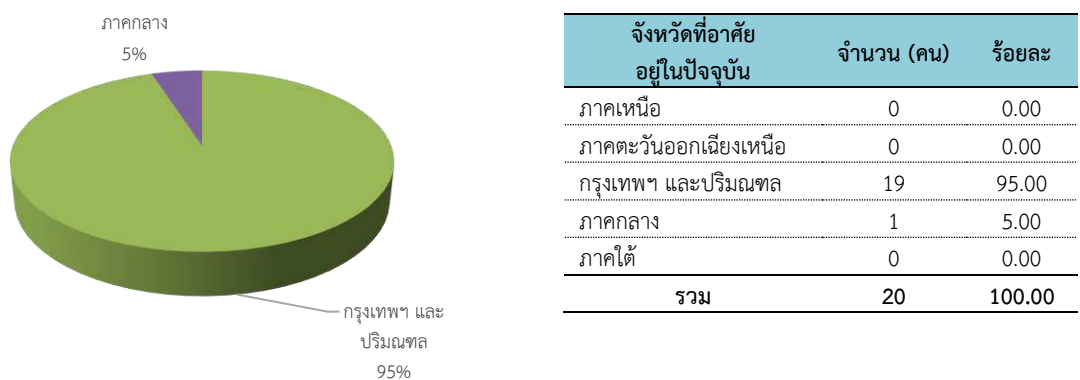
จากตารางที่ 10.102 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 80.00 รองลงมาคือ ระดับ มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 และระดับปวส./อนุปริญญาจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 10.103 จำนวนและร้อยละของอาชีพ



จากตารางที่ 10.103 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 70.00 รองลงมาคือ ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 ผู้ใช้งาน/รับจ้างทั่วไป และพ่อบ้าน/แม่บ้าน จำนวน 1 คนเท่ากัน คิดเป็น ร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

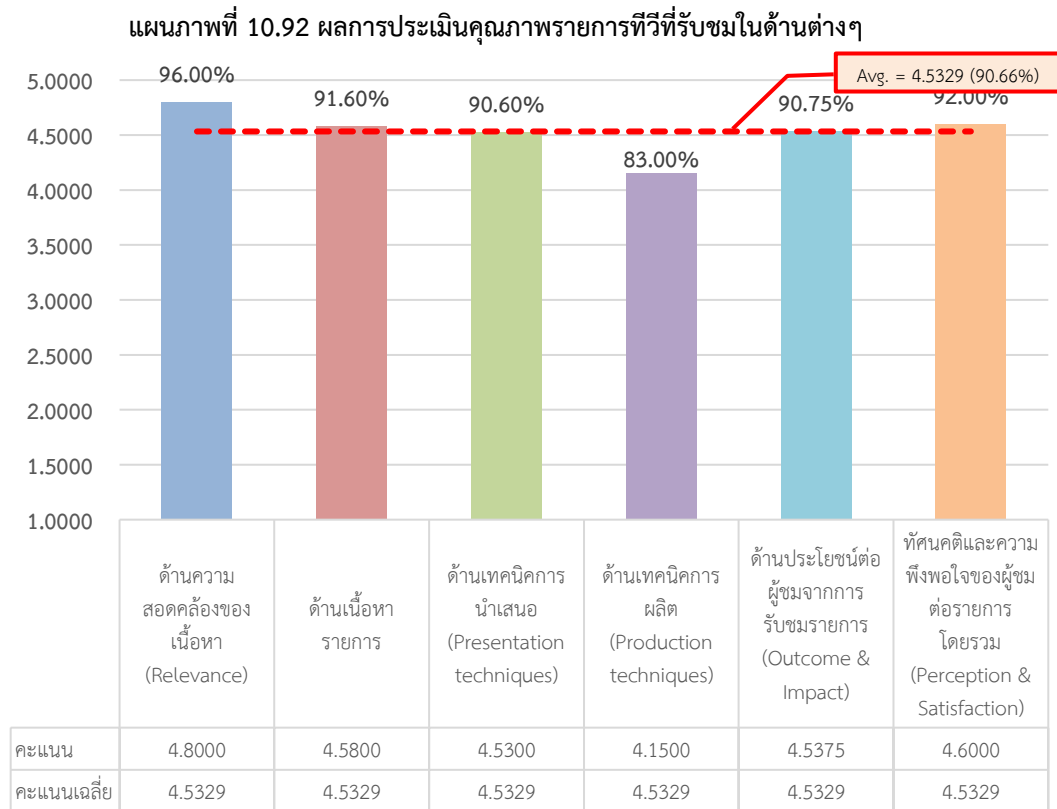
ตารางที่ 10.104 จำนวนและร้อยละของจังหวัดที่ท่านอาศัยอยู่ในปัจจุบัน



จากตารางที่ 10.104 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในกรุงเทพฯ และปริมณฑล จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 95.00 รองลงมาคือภาคกลาง จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00

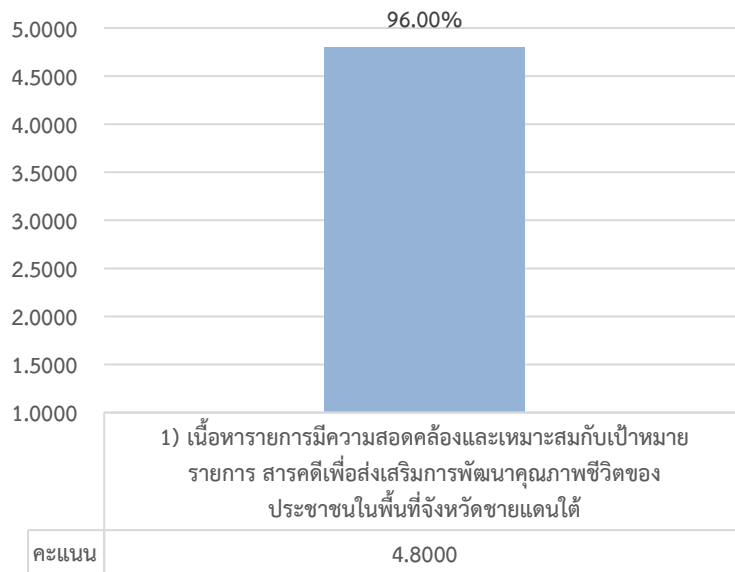
สรุปผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ

จากการตอบแบบประเมินโดยกลุ่มตัวแทนจากประชาชน จำนวน 20 ราย ในพื้นที่ภาคกลางมีระดับคะแนนการประเมินคุณภาพรายการทีวีในด้านต่างๆ โดยเฉลี่ย ที่ระดับ 4.5329 โดยมีระดับคะแนนการประเมินคุณภาพรายการทีวีในแต่ละด้าน ดังนี้



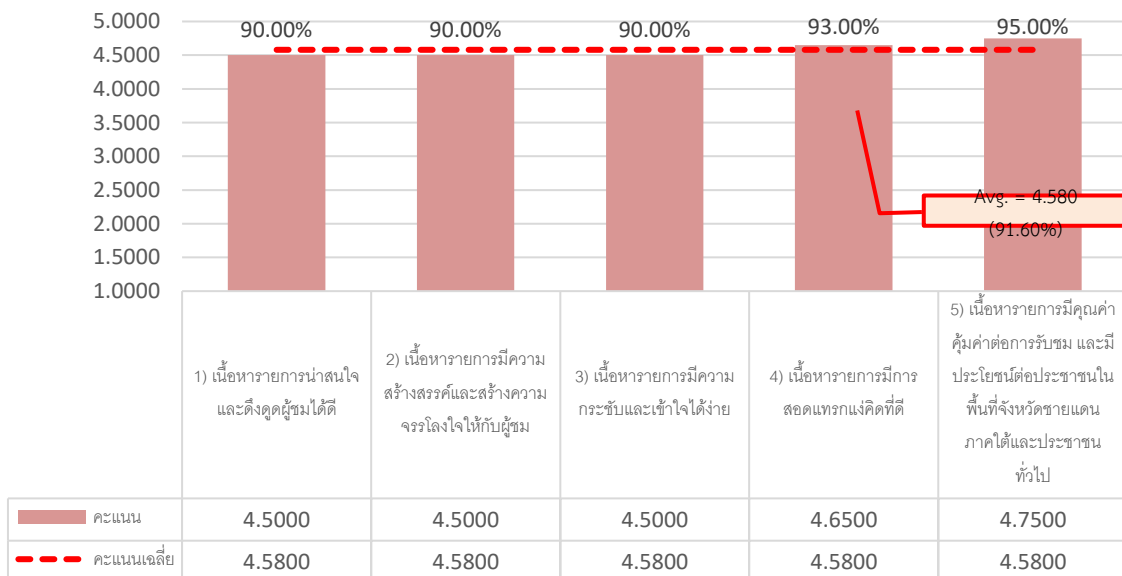
จากแผนภาพที่ 10.92 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance) มีระดับคะแนนมากที่สุด ที่ระดับ 4.8000 รองลงมาที่ทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction) มีระดับคะแนน ที่ระดับ 4.6000 ด้านเนื้อหารายการ (Content) มีระดับคะแนนที่ระดับ 4.5800 ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact) มีระดับคะแนนที่ระดับ 4.5375 ด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques) มีระดับคะแนนที่ระดับ 4.5300 และด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques) มีระดับคะแนนที่ระดับ 4.1500 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 10.93 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance)



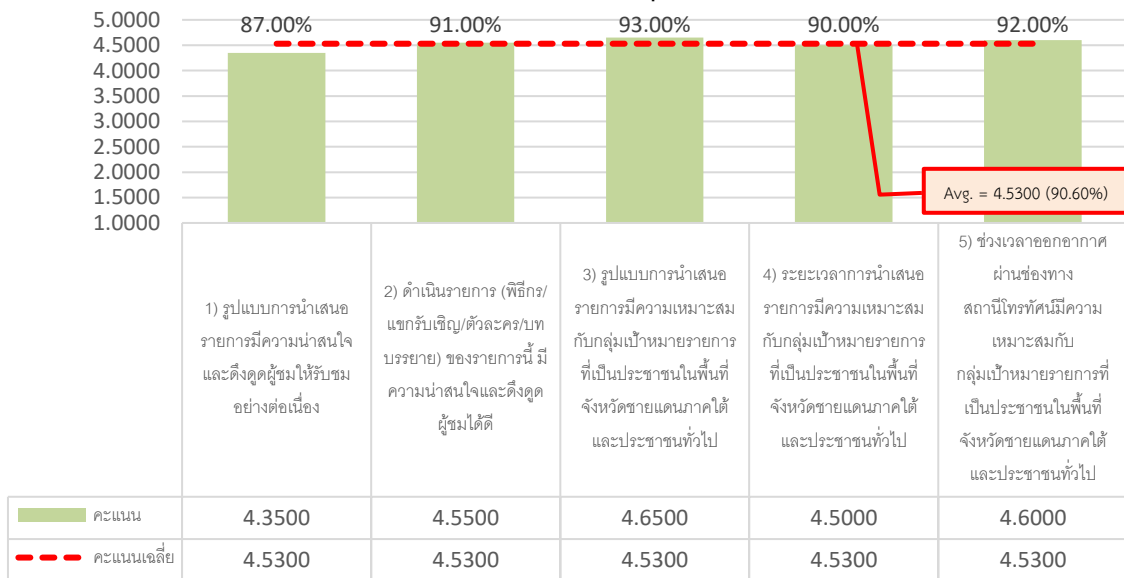
จากแผนภาพที่ 10.93 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance) อยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด จากประเด็นเนื้อหารายการมีความสอดคล้องและเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้และประชาชนทั่วไป ที่ระดับคะแนน 4.8000

แผนภาพที่ 10.94 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเนื้อหาของรายการ (Content)



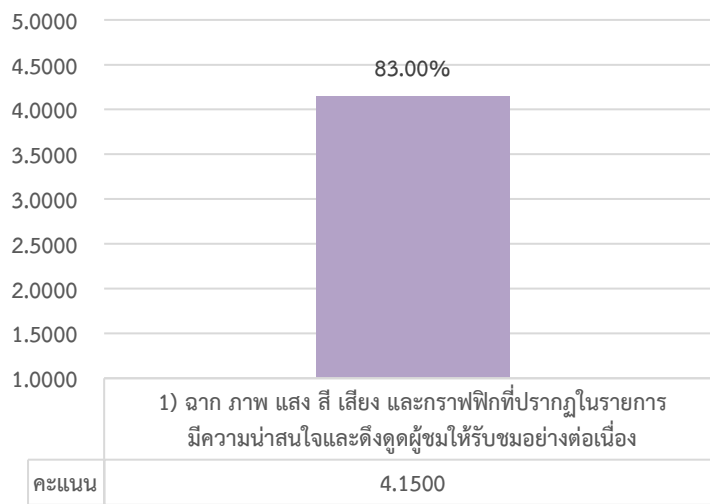
จากแผนภาพที่ 10.94 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้าน เนื้อหารายการ (Content) ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยประเด็นเนื้อหารายการมีคุณค่า คุ่มค่าต่อการ รับชม และมีประโยชน์ต่อประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้และประชาชนทั่วไป มีระดับคะแนนสูงสุด ที่ระดับคะแนน 4.7500 รองลงมาคือ เนื้อหารายการมีการสอดแทรกแง่คิดที่ดี ที่ระดับคะแนน 4.6500 เนื้อหารายการน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี เนื้อหารายการมีความสร้างสรรค์และสร้างความจรรโลงใจให้กับ ผู้ชม และเนื้อหารายการมีความกระชับและเข้าใจได้ง่าย ที่ระดับคะแนน 4.5000 เท่ากัน ตามลำดับ

แผนภาพที่ 10.95 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques)



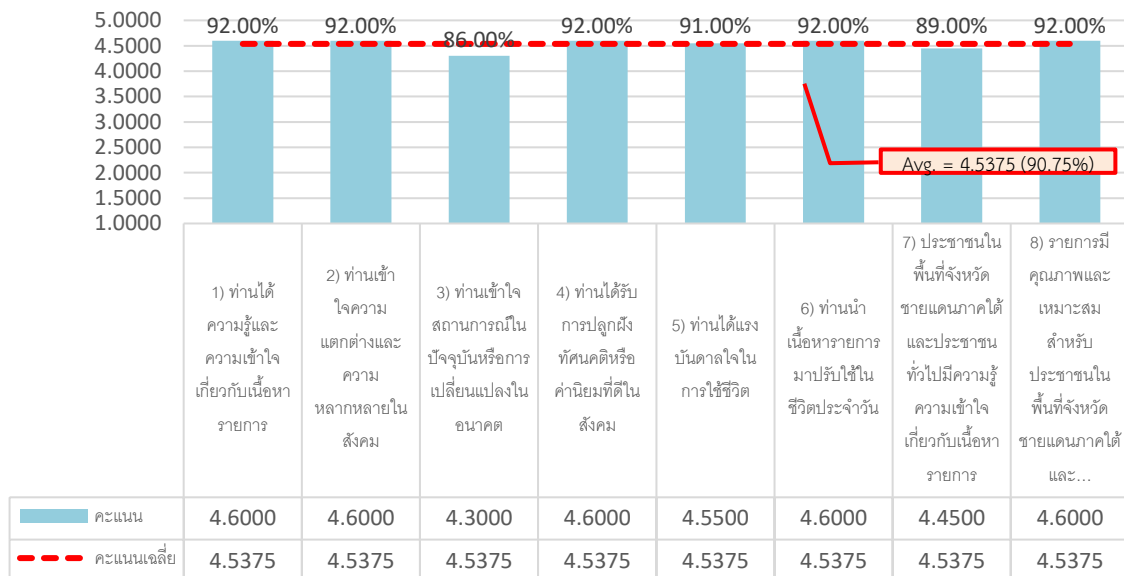
จากแผนภาพที่ 10.95 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชม ในด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques) ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยประเด็น รูปแบบการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดน ภาคใต้และประชาชนทั่วไป มีระดับคะแนนสูงที่สุดที่ระดับคะแนน 4.6500รองลงมาคือ ประเด็นช่วงเวลา ออกอากาศ ผ่านช่องทางสถานีโทรทัศน์มีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนในพื้นที่ จังหวัดชายแดนภาคใต้และประชาชนทั่วไป ที่ระดับคะแนน 4.6000 ประเด็นดำเนินรายการ (พิธีกร/แกรับ เชิญ/ตัวละคร/บทบรรยาย) ของรายการนี้ มีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี ที่ระดับคะแนน 4.5500 ประเด็นระยะเวลาการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนในพื้นที่ จังหวัดชายแดนภาคใต้และประชาชนทั่วไป ที่ระดับคะแนน 4.5000 และรูปแบบการนำเสนอรายการมีความ น่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง ที่ระดับคะแนน 4.3500 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 10.96 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques)



จากแผนภาพที่ 10.96 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques) อยู่ในระดับมาก จากประเด็นจาก ภาพ แสง สี เสียง และกราฟฟิกที่ปรากฏในรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง ที่ระดับคะแนน 4.1500

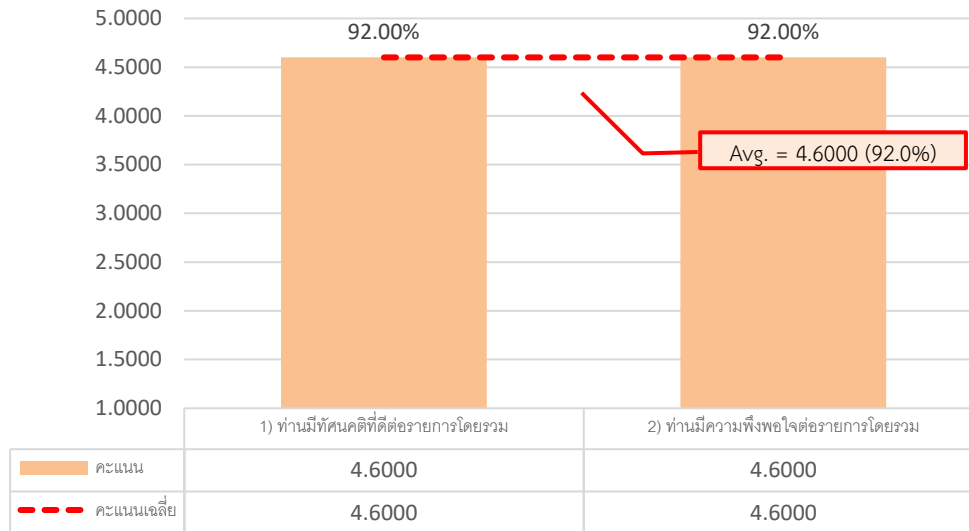
แผนภาพที่ 10.97 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact)



จากแผนภาพที่ 10.97 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact) ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยประเด็นท่านได้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ ท่านเข้าใจความแตกต่างและความหลากหลายในสังคม ท่านได้รับการปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม ท่านนำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน และรายการมีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้และประชาชนทั่วไป มีระดับ

คะแนนเท่ากัน ที่ระดับคะแนน 4.6000 รองลงมา คือ ประเด็นท่านได้แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต ที่ระดับคะแนน 4.5500 ประเด็นประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้และประชาชนทั่วไปมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ ที่ระดับคะแนน 4.4500 และประเด็นท่านเข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต ที่ระดับคะแนน 4.3000 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 10.98 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction)



จากแผนภาพที่ 10.98 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction) อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีทัศนคติที่ดีต่อรายการโดยรวม และมีความพึงพอใจต่อรายการโดยรวม ที่ระดับคะแนนเท่ากัน ที่ระดับคะแนน 4.6000

ตารางที่ 10.105 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ

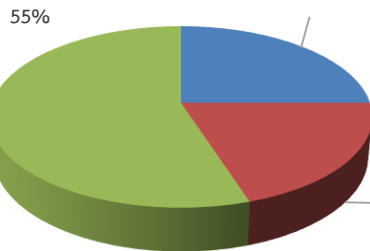
ประเด็นความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ		
	คะแนน	S.D.	แปลผล
1. ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance)	4.8000	0.4104	พึงพอใจมากที่สุด
1.1 เนื้อหารายการมีความสอดคล้องและเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้และประชาชนทั่วไป	4.8000	0.4104	พึงพอใจมากที่สุด
2. ด้านเนื้อหารายการ (Content)	4.5800	0.1325	พึงพอใจมากที่สุด
2.1 เนื้อหารายการน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี	4.5000	0.6882	พึงพอใจมากที่สุด
2.2 เนื้อหารายการมีความสร้างสรรค์และสร้างความจรรโลงใจให้กับผู้ชม	4.5000	0.7609	พึงพอใจมากที่สุด
2.3 เนื้อหารายการมีความกระชับและเข้าใจได้ง่าย	4.5000	0.6070	พึงพอใจมากที่สุด
2.4 เนื้อหารายการมีการสอดแทรกแง่คิดที่ดี	4.6500	0.4894	พึงพอใจมากที่สุด
2.5 เนื้อหารายการมีคุณค่า คุ่มค่าต่อการรับชม และมีประโยชน์ต่อประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้และประชาชนทั่วไป	4.7500	0.4443	พึงพอใจมากที่สุด
3. ด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques)	4.5300	0.0094	พึงพอใจมากที่สุด
3.1 รูปแบบการนำเสนอรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง	4.3500	0.5871	พึงพอใจมาก
3.2 รูปแบบการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้และประชาชนทั่วไป	4.5500	0.6048	พึงพอใจมากที่สุด

ประเด็นความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ		
	คะแนน	S.D.	แปลผล
3.3 ผู้ดำเนินรายการ (พิธีกร/แขกรับเชิญ/ตัวละคร/บทบรรยาย) ของรายการนี้ มีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี	4.6500	0.5871	พึงพอใจมากที่สุด
3.4 ระยะเวลาการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้และประชาชนทั่วไป	4.5000	0.6070	พึงพอใจมากที่สุด
3.5 ช่วงเวลาออกอากาศ ผ่านช่องทางสถานีโทรทัศน์มีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้และประชาชนทั่วไป	4.6000	0.5982	พึงพอใจมากที่สุด
4. ด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques)	4.1500	0.9333	พึงพอใจมาก
4.1 ฉาก ภาพ แสง สี เสียง และกราฟฟิกที่ปรากฏในรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง	4.1500	0.9333	พึงพอใจมาก
5. ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact)	4.2938	0.1392	พึงพอใจมากที่สุด
5.1 ท่านได้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	4.6000	0.5982	พึงพอใจมากที่สุด
5.2 ท่านเข้าใจความแตกต่างและความหลากหลายในสังคม	4.6000	0.5982	พึงพอใจมากที่สุด
5.3 ท่านเข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต	4.3000	0.7327	พึงพอใจมาก
5.4 ท่านได้รับการปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม	4.6000	0.5026	พึงพอใจมากที่สุด
5.5 ท่านได้แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต	4.5500	0.5104	พึงพอใจมากที่สุด
5.6 ท่านนำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน	4.6000	0.5026	พึงพอใจมากที่สุด
5.7 ประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้และประชาชนทั่วไปมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	4.4500	0.6048	พึงพอใจมาก
5.8 รายการมีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้และประชาชนทั่วไป	4.6000	0.5982	พึงพอใจมากที่สุด
6. ทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction)	4.4000	0.0583	พึงพอใจมากที่สุด
6.1 ท่านมีทัศนคติที่ดีต่อรายการโดยรวม	4.4000	0.5982	พึงพอใจมากที่สุด
6.2 ท่านมีความพึงพอใจต่อรายการโดยรวม	4.4000	0.6806	พึงพอใจมากที่สุด
ภาพรวม	4.5329	0.0475	พึงพอใจมากที่สุด

สรุปข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

ตารางที่ 10.106 จำนวนและร้อยละข้อแนะนำในการพัฒนาช่องทางการนำเสนอรายการ

ไม่เปลี่ยนหรือเพิ่ม เพราะช่องทางการนำเสนอรายการในปัจจุบันดีอยู่แล้ว



เปลี่ยนหรือเพิ่ม ช่องทางสถานีโทรทัศน์

เปลี่ยนหรือเพิ่มช่องทางสื่อออนไลน์

ข้อแนะนำในการพัฒนา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เปลี่ยนหรือเพิ่มช่องทางสถานีโทรทัศน์	5	25.00
เปลี่ยนหรือเพิ่มช่องทางสื่อออนไลน์	4	20.00
ไม่เปลี่ยนหรือเพิ่ม เพราะช่องทางการนำเสนอรายการในปัจจุบันดีอยู่แล้ว	11	55.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 10.106 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่มีข้อแนะนำไม่เปลี่ยนหรือเพิ่ม เพราะช่องทางการนำเสนอรายการในปัจจุบันดีอยู่แล้ว จำนวน 11 คนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 55.00 รองลงมาคือ เปลี่ยนหรือเพิ่มช่องทางสถานีโทรทัศน์ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 และเปลี่ยนหรือเพิ่มช่องทางสื่อออนไลน์ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 ตามลำดับ

สรุปประเด็นข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงหรือพัฒนารายการ

จากผลการสำรวจ พบว่า ในภาพรวมกลุ่มเป้าหมายรายการในเขตภาคกลาง กทม. และปริมณฑลมีระดับความพึงพอใจต่อโครงการผลิตสารคดีเพื่อส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนใต้ในระดับดีมาก โดยมีคะแนนความพึงพอใจที่ 4.6000 คะแนน ซึ่งมีค่าเท่ากับคะแนนทัศนคติที่ดี/ความคาดหวัง ทั้งนี้ จากการสัมภาษณ์เชิงลึกเพิ่มเติม กลุ่มเป้าหมายมีข้อเสนอแนะในการพัฒนารายการเพิ่มเติม ดังนี้

- 1) เสนอให้มีเพิ่มเนื้อหาสาระมีข้อคิดดี มีประโยชน์ต่อเด็ก กอละเยาวชนและทุกคน รวมถึงการสอดแทรกการใช้ชีวิตประจำวันและเหตุการณ์ปัจจุบัน
- 2) เสนอให้ปรับรูปแบบวิดีโอให้ดูสดใสกว่านี้ บางช่วงยืดเยื้อเกินไป
- 3) เสนอให้มีการเพิ่มตัวอย่างของช่วงวัยเรียนรู้เกี่ยวกับแบบอย่างตัวละครของเด็กๆ เช่น วัยประถมหรือวัยมัธยม
- 4) เสนอให้มีการแนะนำการเดินทางท่องเที่ยวต่อเนื่องเข้าไปชมสถานที่แหล่งต่างๆ และที่พักรวมทั้งให้ความรู้วิถีชีวิตในชุมชนในการสื่อสารให้นักท่องเที่ยวได้ไปสัมผัสในสถานที่นี้ของชุมชนภาคใต้
- 5) เสนอให้เพิ่มการประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวของสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ให้มากขึ้น ให้เล็งเห็นถึงความท่องเที่ยวได้อย่างปลอดภัย วิถีชีวิตของชาวใต้ อาหาร วัฒนธรรม แหล่งท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ
- 6) อยากให้เพิ่มระยะเวลาในการระบุชื่อคนออกรายการ เนื่องจากมีระยะเวลาที่เร็วเกินไป

10.3.3.4 โครงการรณรงค์สร้างความรู้เพื่อยับยั้งและรู้เท่าทันข่าวปลอม (Stop Fake News)

มีผู้ตอบแบบสอบถามโดยกลุ่มตัวแทนจากประชาชน จำนวน 20 ราย ประกอบด้วยข้อมูล ดังนี้

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบประเมิน

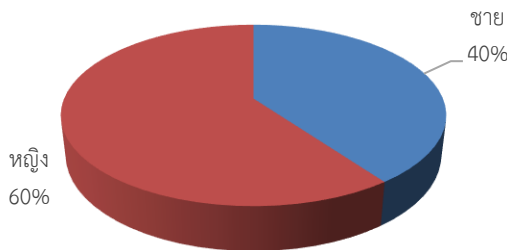
ตารางที่ 10.107 จำนวนและร้อยละของรายการ



ชื่อรายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
Stop Fake Spread Fact	20	100.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 10.107 ผู้ตอบแบบประเมินได้สัมผัสชมรายการ “Stop Fake Spread Fact” จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00

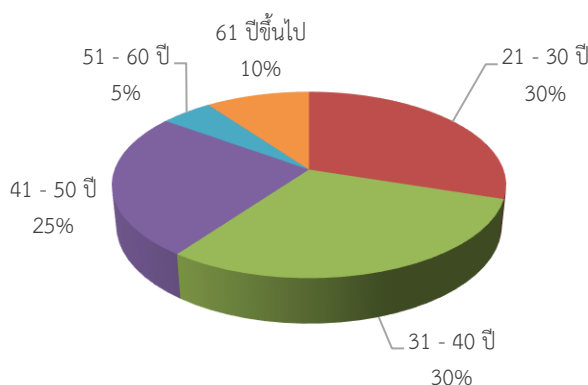
ตารางที่ 10.108 จำนวนและร้อยละของเพศ



เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	8	40.00
หญิง	12	60.00
ไม่ต้องการระบุ	0	0.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 10.108 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 60.00 รองลงมาคือ เพศชาย จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 ตามลำดับ

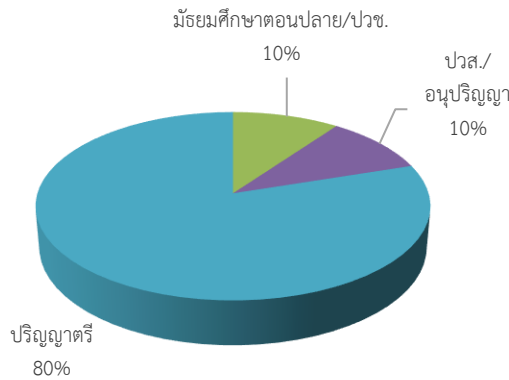
ตารางที่ 10.109 จำนวนและร้อยละของอายุ



อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	0	0.00
21 - 30 ปี	6	30.00
31 - 40 ปี	6	30.00
41 - 50 ปี	5	25.00
51 - 60 ปี	1	5.00
61 ปีขึ้นไป	2	10.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 10.109 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่อายุ 21 - 30 ปี และอายุ 31 - 40 ปี จำนวน 6 คน เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 30.00 รองลงมาคือ อายุ 41 - 50 ปี มีจำนวน 5 คนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 25.00 อายุ 61 ปีขึ้นไป มีจำนวน 2 คน เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 10.00 และอายุ 51 - 60 ปี มีจำนวน 1 คนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 10.110 จำนวนและร้อยละของการศึกษา



การศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	0	0.00
มัธยมศึกษาตอนต้น	0	0.00
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	2	10.00
ปวส./อนุปริญญา	2	10.00
ปริญญาตรี	16	80.00
สูงกว่าปริญญาตรี	0	0.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 10.110 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 55.00 รองลงมาคือ ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. และระดับ ปวส./อนุปริญญา จำนวน 4 คนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 20.00 ระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

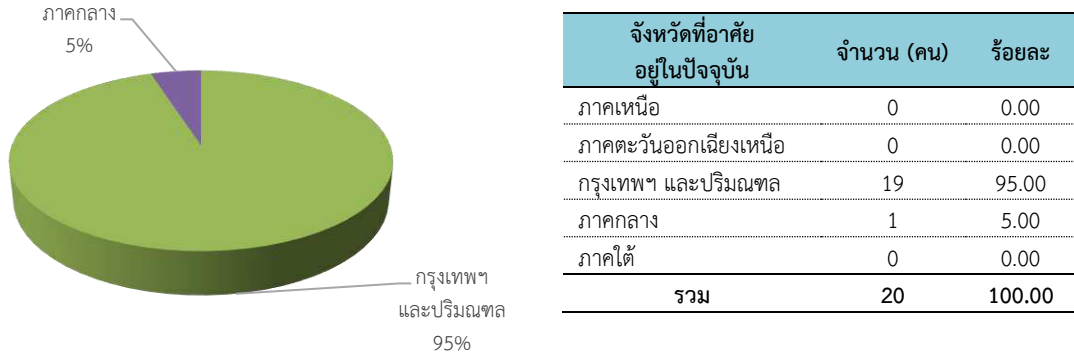
ตารางที่ 10.111 จำนวนและร้อยละของอาชีพ



อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	2	10.00
พนักงานบริษัทเอกชน	12	60.00
ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย	4	20.00
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 10.111 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนจำนวน 12 คน เท่ากันคิดเป็นร้อยละ 60.00 รองลงมาคือ ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และผู้ใช้แรงงาน/รับจ้างทั่วไป จำนวน 2 คน เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 10.00 ตามลำดับ

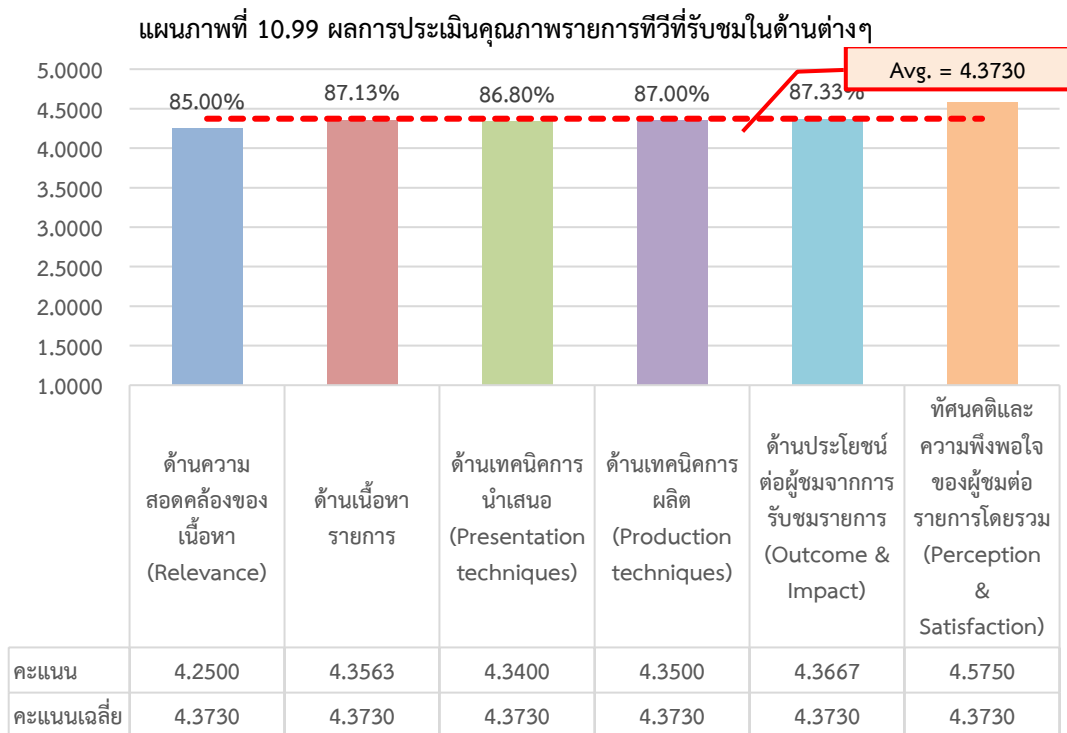
ตารางที่ 10.112 จำนวนและร้อยละของจังหวัดที่ท่านอาศัยอยู่ในปัจจุบัน



จากตารางที่ 10.112 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในกรุงเทพฯ และปริมณฑล จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 95.00 และภาคกลางจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

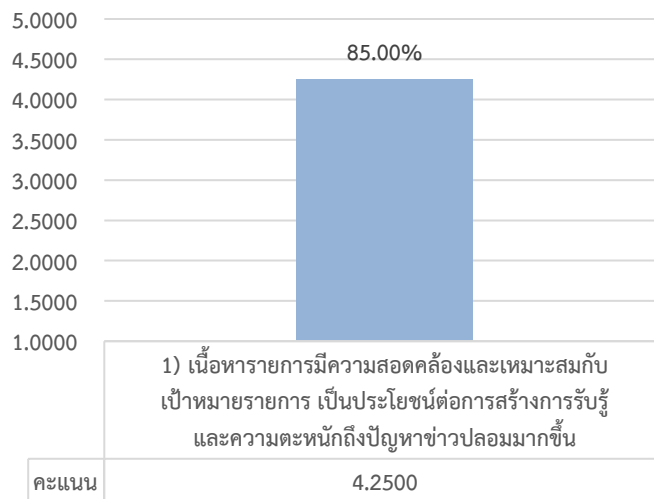
สรุปผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ

จากการตอบแบบประเมินโดยกลุ่มตัวแทนจากประชาชน จำนวน 20 ราย ในพื้นที่ภาคกลางมีระดับคะแนนการประเมินคุณภาพรายการทีวีในด้านต่างๆ โดยเฉลี่ย ที่ระดับ 4.3730 โดยมีระดับคะแนนการประเมินคุณภาพรายการทีวีในแต่ละด้าน ดังนี้



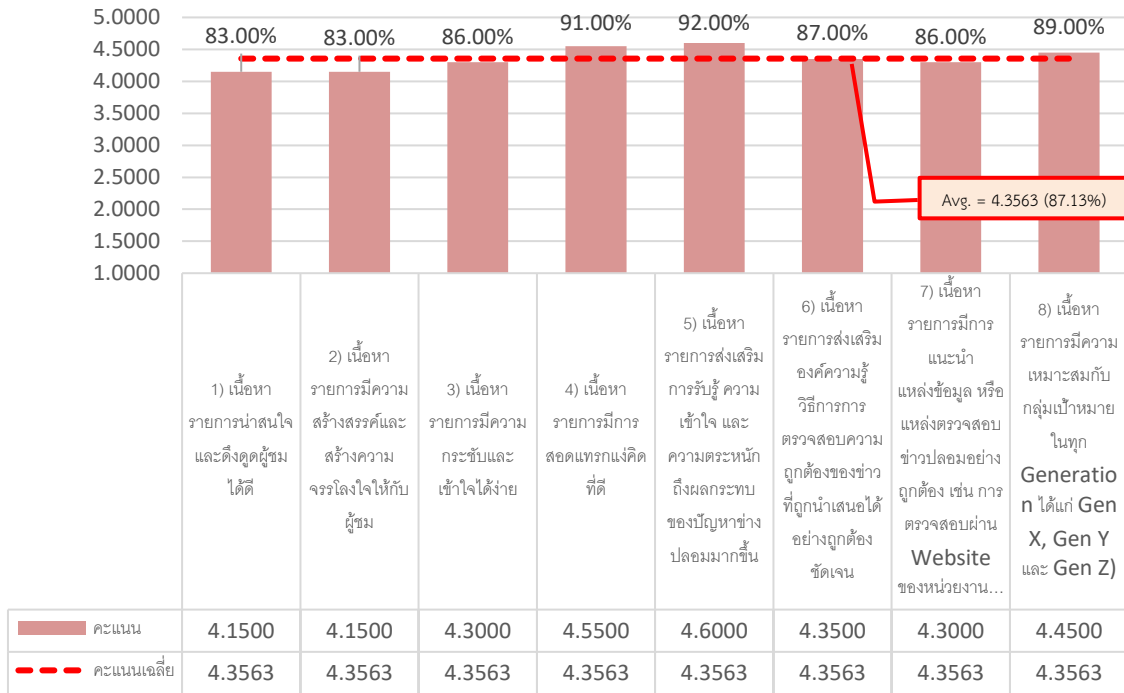
จากแผนภาพที่ 10.99 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction) มีระดับความเชื่อมั่นมากที่สุด สำหรับด้านที่เหลือ มีระดับความเชื่อมั่นเท่ากันที่ระดับมาก ทั้งนี้ ด้านทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction) มีระดับคะแนนมากที่สุด ที่ระดับ 4.5700 รองลงมาคือด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact) ที่ระดับ 4.3667 ด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques) ที่ระดับคะแนน 4.3500 ด้านเนื้อหารายการ ที่ระดับคะแนน 4.3563 ด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques) ที่ระดับคะแนน 4.3500 และด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance) ที่ระดับคะแนน 4.2500 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 10.100 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance)



จากแผนภาพที่ 10.100 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance) อยู่ในระดับมาก จากประเด็นเนื้อหารายการมีความสอดคล้องและเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนทั่วไป ที่ระดับคะแนน 4.2500

แผนภาพที่ 10.101 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเนื้อหารายการ (Content)



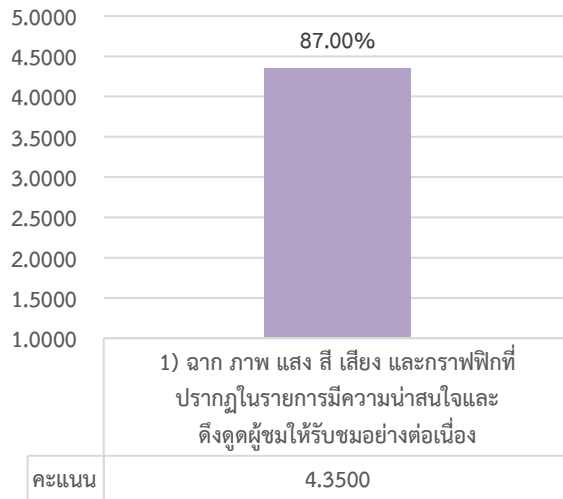
จากแผนภาพที่ 10.101 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเนื้อหารายการ (Content) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยประเด็นเนื้อหารายการส่งเสริมการรับรู้ ความเข้าใจ และความตระหนักถึงผลกระทบของปัญหาข้างปลอมมากขึ้น มีระดับคะแนนสูงสุด ที่ระดับคะแนน 4.6000 รองลงมาคือ ประเด็น 2.4 เนื้อหารายการมีการสอดแทรกแง่คิดที่ดี ที่ระดับคะแนน 4.5500 ประเด็นเนื้อหาเนื้อหาเนื้อหาที่มีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายในทุก Generation ได้แก่ Gen X, Gen Y และ Gen Z ที่ระดับคะแนน 4.4500 ประเด็นเนื้อหาเนื้อหาส่งเสริมองค์ความรู้ วิธีการการตรวจสอบความถูกต้องของข่าวที่นำเสนอได้อย่างถูกต้องชัดเจน ที่ระดับคะแนน 4.3500 เนื้อหารายการมีความกระชับและเข้าใจได้ง่าย และเนื้อหาเนื้อหาที่มีการแนะนำแหล่งข้อมูล หรือแหล่งตรวจสอบข่าวปลอมอย่างถูกต้อง เช่น การตรวจสอบผ่าน Website ของหน่วยงานรัฐ เป็นต้น มีคะแนนเท่ากันที่ระดับคะแนน 4.3000 ประเด็นเนื้อหาเนื้อหาที่น่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี และประเด็นเนื้อหาเนื้อหาที่มีความสร้างสรรค์และสร้างความจรรโลงใจให้กับผู้ชม มีคะแนนเท่ากันที่ระดับคะแนน 4.1500 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 10.102 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการนำเสนอ
 (Presentation techniques)



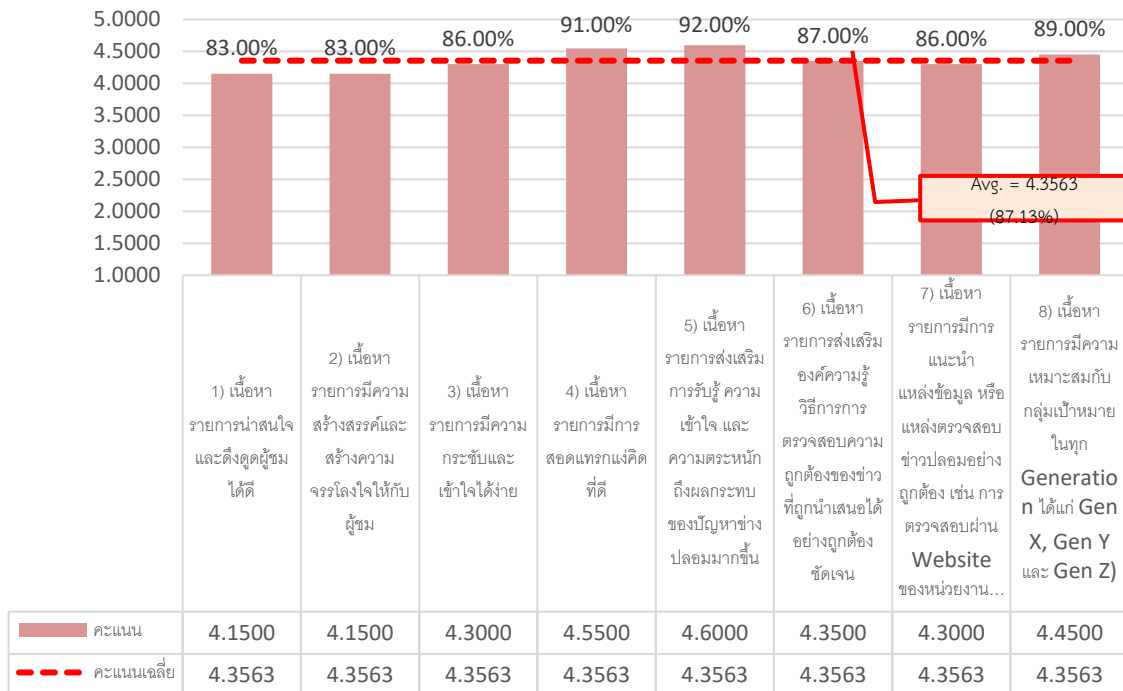
จากแผนภาพที่ 10.102 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยประเด็นรูปแบบการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับเนื้อหาที่ต้องการนำเสนอ และระยะเวลาการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการ มีระดับคะแนนสูงที่สุด ที่ระดับคะแนน 4.45000 เท่ากัน รองลงมาคือประเด็นผู้ดำเนินรายการ (พิธีกร/แขกรับเชิญ/ตัวละคร/บทบรรยาย) ของรายการ มีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี และประเด็นช่วงเวลาออกอากาศ ผ่านช่องทางสถานีโทรทัศน์มีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการ ที่ระดับคะแนน 4.30000 เท่ากัน และรูปแบบการนำเสนอรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง ที่ระดับคะแนน 4.20000 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 10.103 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques)



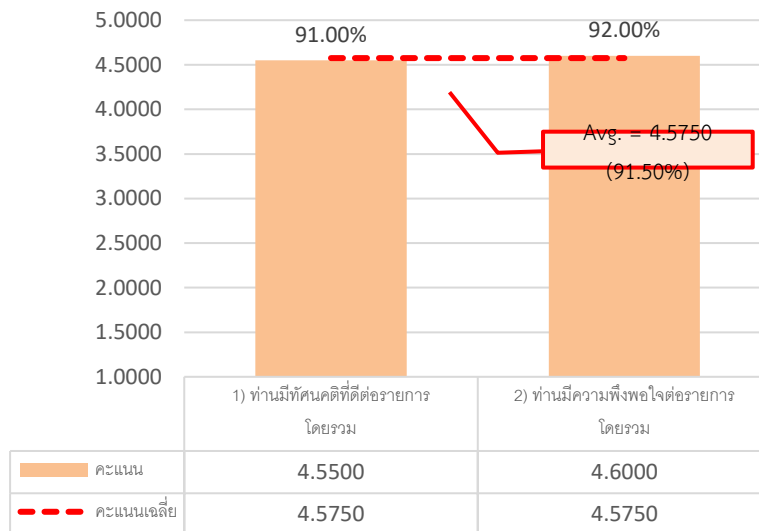
จากแผนภาพที่ 10.103 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques) อยู่ในระดับมาก จากประเด็นฉาก ภาพ แสง สี เสียง และกราฟฟิกที่ปรากฏในรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง ที่ระดับคะแนน 4.3500

แผนภาพที่ 10.104 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact)



จากแผนภาพที่ 10.104 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยประเด็นเนื้อหารายการส่งเสริมการรับรู้ ความเข้าใจ และความตระหนักถึงผลกระทบของปัญหาข้างปลอมมากขึ้น มีระดับคะแนนสูงสุด ที่ระดับคะแนน 4.6000 รองลงมา คือ ประเด็นเนื้อหารายการมีการสอดแทรกแง่คิดที่ดี ที่ระดับคะแนน 4.5500 ประเด็น ท่านเข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต ประเด็นเนื้อหารายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายในทุก Generation ได้แก่ Gen X, Gen Y และ Gen Z ที่ระดับคะแนน 4.4500 ประเด็นเนื้อหารายการส่งเสริมองค์ความรู้ วิธีการตรวจสอบความถูกต้องของข่าว ที่ถูกนำเสนอได้อย่างถูกต้อง ชัดเจนที่ระดับคะแนน 4.3500 ประเด็นเนื้อหารายการมีความกระชับและเข้าใจได้ง่าย และเนื้อหารายการมีการแนะนำแหล่งข้อมูล หรือแหล่งตรวจสอบข่าวปลอมอย่างถูกต้อง เช่น การตรวจสอบผ่าน Website ของหน่วยงานรัฐ เป็นต้น มีระดับคะแนนเท่ากัน ที่ระดับคะแนน 4.3000 และเนื้อหาที่น่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี และเนื้อหารายการมีความสร้างสรรค์และสร้างความจรรโลงใจให้กับผู้ชม มีระดับคะแนนเท่ากัน ที่ระดับคะแนน 4.1500 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 10.105 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการ โดยรวม (Perception & Satisfaction)



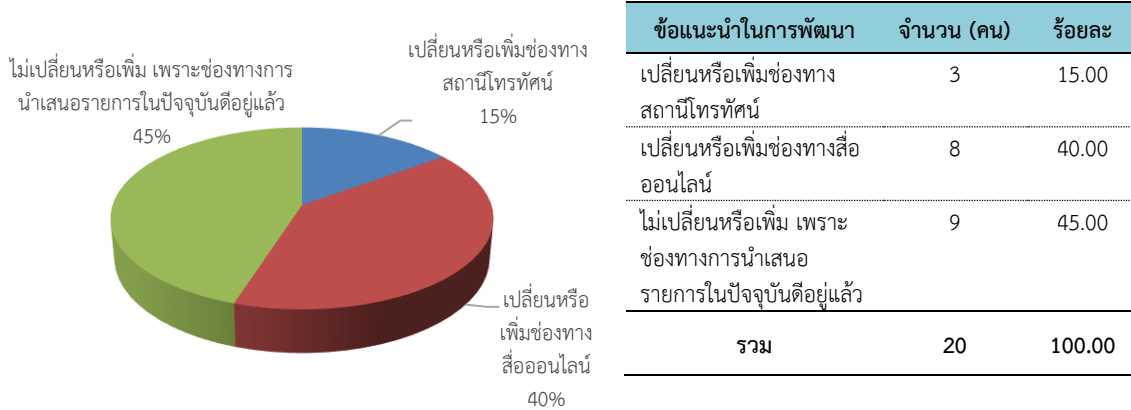
จากแผนภาพที่ 10.105 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction) อยู่ในระดับมากที่สุด โดยคือ มีความพึงพอใจต่อรายการโดยรวม ที่ระดับคะแนน 4.6000 รองลงมา มีทัศนคติที่ดีต่อรายการโดยรวม ที่ระดับคะแนน 4.5500 ตามลำดับ

ตารางที่ 10.113 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ

ประเด็นความคิดเห็น/ความพึงพอใจ	ระดับความคิดเห็น/ความพึงพอใจ		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
1. ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance)	4.2500	0.7164	พึงพอใจมาก
1.1 เนื้อหารายการมีความสอดคล้องและเหมาะสมกับเป้าหมายรายการ เป็นประโยชน์ต่อการสร้างการรับรู้ และความตระหนักถึงปัญหาข่าวปลอมมากขึ้น	4.2500	0.7164	พึงพอใจมาก
2. ด้านเนื้อหารายการ	4.3563	0.1396	พึงพอใจมาก
2.1 เนื้อหารายการน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี	4.1500	0.9333	พึงพอใจมาก
2.2 เนื้อหารายการมีความสร้างสรรค์และสร้างความกระตือรือร้นให้กับผู้ชม	4.1500	0.8127	พึงพอใจมาก
2.3 เนื้อหารายการมีความกระชับและเข้าใจได้ง่าย	4.3000	0.7327	พึงพอใจมาก
2.4 เนื้อหารายการมีการสอดแทรกแง่คิดที่ดี	4.5500	0.7592	พึงพอใจมากที่สุด
2.5 เนื้อหารายการส่งเสริมการรับรู้ ความเข้าใจ และความตระหนักถึงผลกระทบของปัญหาข่าวปลอมมากขึ้น	4.6000	0.5982	พึงพอใจมากที่สุด
2.6 เนื้อหารายการส่งเสริมองค์ความรู้ วิธีการตรวจสอบความถูกต้องของข่าวที่ถูกนำเสนอได้อย่างถูกต้อง ชัดเจน	4.3500	0.5871	พึงพอใจมาก
2.7 เนื้อหารายการมีการแนะนำแหล่งข้อมูล หรือแหล่งตรวจสอบข่าวปลอมอย่างถูกต้อง เช่น การตรวจสอบผ่าน Website ของหน่วยงานรัฐ เป็นต้น	4.3000	0.5712	พึงพอใจมาก
2.8 เนื้อหารายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายในทุก Generation ได้แก่ Gen X, Gen Y และ Gen Z	4.4500	0.8870	พึงพอใจมาก
3. ด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques)	4.3400	0.1509	พึงพอใจมาก
3.1 รูปแบบการนำเสนอรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง	4.2000	0.8944	พึงพอใจมาก
3.2 รูปแบบการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับเนื้อหาที่ต้องการนำเสนอ	4.4500	0.6048	พึงพอใจมาก
3.3 ผู้ดำเนินรายการ (พิธีกร/แขกรับเชิญ/ตัวละคร/บทบรรยาย) ของรายการ มีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี	4.3000	0.9234	พึงพอใจมาก
3.4 ระยะเวลาการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการ	4.4500	0.9445	พึงพอใจมาก
3.5 ช่วงเวลาออกอากาศ ผ่านช่องทางสถานีโทรทัศน์มีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการ	4.3000	0.9787	พึงพอใจมาก
4. ด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques)	4.3500	0.8751	พึงพอใจมาก
4.1 ฉาก ภาพ แสง สี เสียง และกราฟฟิกที่ปรากฏในรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง	4.3500	0.8751	พึงพอใจมาก
5. ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact)	4.3667	0.1654	พึงพอใจมาก
5.1 ท่านได้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสาร 5G มากขึ้นจากการรับชมรายการ	4.1500	1.0894	พึงพอใจมาก
5.2 ท่านสามารถนำข้อมูล หรือความรู้ที่ได้จากการรับชมรายการไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน	4.4000	0.9403	พึงพอใจมาก
5.3 หลังจากรับชมรายการ ท่านสามารถตรวจสอบความถูกต้องของข่าวที่ถูกนำเสนอในช่องทางออนไลน์ได้อย่างถูกต้อง	4.5500	0.7592	พึงพอใจมากที่สุด
6. ทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction)	4.5750	0.0037	พึงพอใจมากที่สุด
6.1 ท่านมีทัศนคติที่ดีต่อรายการโดยรวม	4.5500	0.7592	พึงพอใจมากที่สุด
6.2 ท่านมีความพึงพอใจต่อรายการโดยรวม	4.6000	0.7539	พึงพอใจมากที่สุด
ภาพรวม	4.3730	0.3150	พึงพอใจมาก

สรุปข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

ตารางที่ 10.114 จำนวนและร้อยละข้อแนะนำในการพัฒนาช่องทางการนำเสนอรายการ



จากตารางที่ 10.114 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่มีข้อแนะนำ ไม่เปลี่ยนหรือเพิ่ม เพราะช่องทางการนำเสนอรายการในปัจจุบันดีอยู่แล้ว จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 45.00 รองลงมาคือ เปลี่ยนหรือเพิ่มช่องทางสื่อออนไลน์ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 และเปลี่ยนหรือเพิ่มช่องทางสถานีโทรทัศน์จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 ตามลำดับ

สรุปประเด็นข้อแนะนำเพื่อปรับปรุงหรือพัฒนารายการ

จากผลการสำรวจ พบว่า ในภาพรวมกลุ่มเป้าหมายรายการในเขตภาคกลาง กทม. และปริมณฑลมีระดับความพึงพอใจต่อโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในระดับดีมาก โดยมีคะแนนความพึงพอใจที่ 4.6000 คะแนน ซึ่งสูงกว่าคะแนนทัศนคติที่ดี/ความคาดหวัง ซึ่งมีคะแนนที่ 4.5500 คะแนน ทั้งนี้ จากการสัมภาษณ์เชิงลึกเพิ่มเติม กลุ่มเป้าหมายมีข้อเสนอแนะในการพัฒนารายการเพิ่มเติม ดังนี้

- 1) เสนอแนะให้มีการปรับปรุงและพัฒนารายการให้ดีขึ้น และปรับระยะเวลาให้มีความกระชับ
- 2) ภาษาที่ใช้ในการสื่อสารอาจจะฟังยาก เช่น ภาษาอังกฤษ บางคำกลุ่มเป้าหมายที่เข้าร่วมโครงการไม่เข้าใจ
- 3) เสนอให้อยากให้มีการตรวจสอบข่าวปลอมมากขึ้น เนื่องจากปัจจุบันข่าวปลอมเยอะมาก
- 4) แนะนำให้เพิ่มช่องทางการนำเสนอเพิ่มช่องทางการนำเสนอข้อมูลให้มากขึ้นโดยเฉพาะสื่อที่นำเสนอผ่านช่องทางออนไลน์ให้มากและเวลาที่เหมาะสม เช่น YouTube Tik Tok Facebook สื่อออนไลน์ที่เข้าถึงประชาชนมากขึ้น
- 5) ควรเพิ่มช่องทางสถานีโทรทัศน์เพื่อให้แพร่หลายและประชาชนเข้าถึงได้มากกว่านี้
- 6) เสนอให้มีองค์กรที่เกี่ยวข้องกับสื่อต่างๆ ช่วยตรวจสอบการกระจายข่าวปลอมให้ชาวบ้านได้รับรู้ง่ายขึ้น เนื่องจากปัจจุบันผู้สูงอายุสนใจสังคมออนไลน์มากขึ้น
- 7) แนะนำให้ทำสื่อที่มีความน่าสนใจมากขึ้น เช่น มีรูปภาพประกอบบรรยาย
- 8) ควรลงสื่อโฆษณาบ่อยๆ และปรับกลุ่มเป้าหมายให้เหมาะสมมากยิ่งขึ้น

10.3.3.5 โครงการการผลิตรายการเพื่อส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจของคนพิการและประชาชนเกี่ยวกับการส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิคนพิการในการเข้าถึงหรือรับรู้และใช้ประโยชน์จากกิจการโทรทัศน์

มีผู้ตอบแบบสอบถามโดยกลุ่มตัวแทนคนพิการและผู้ที่เกี่ยวข้องกับคนพิการ จำนวน 20 ราย ประกอบด้วยข้อมูล ดังนี้

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบประเมิน

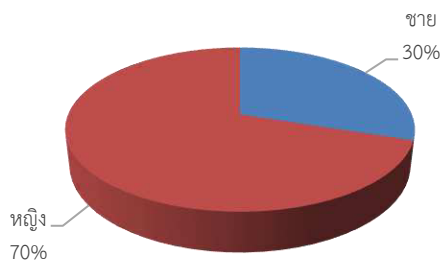
ตารางที่ 10.115 จำนวนและร้อยละของรายการ



ชื่อรายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพื่อนกันคนพันธุ์ D	20	100.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 10.115 ผู้ตอบแบบประเมินได้รับชมรายการ “เพื่อนกันคนพันธุ์ D” จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00

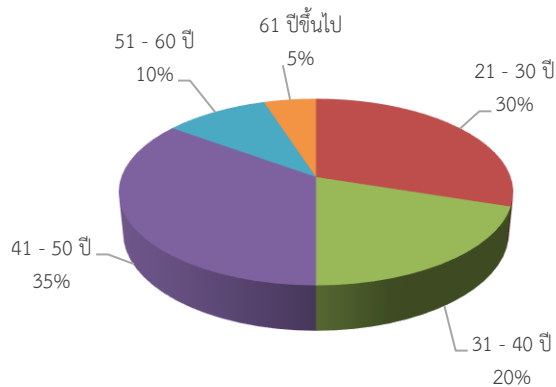
ตารางที่ 10.116 จำนวนและร้อยละของเพศ



เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	6	30.00
หญิง	14	70.00
ไม่ต้องการระบุ	0	0.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 10.116 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 70.00 รองลงมาคือ เพศชาย จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 ตามลำดับ

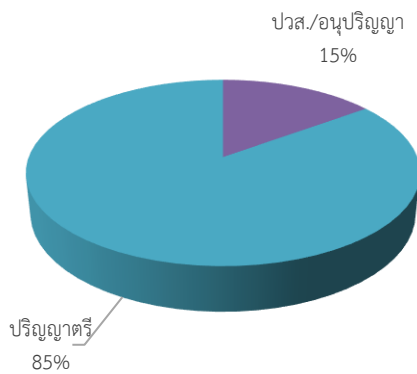
ตารางที่ 10.117 จำนวนและร้อยละของอายุ



อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	0	0.00
21 - 30 ปี	6	30.00
31 - 40 ปี	4	20.00
41 - 50 ปี	7	35.00
51 - 60 ปี	2	10.00
61 ปีขึ้นไป	1	5.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 10.117 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่มีอายุ 41-50 ปี จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 35.00 รองลงมาคือ อายุ 21 - 30 ปี จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 อายุ 31 - 40 ปี จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 อายุ 51 - 60 ปี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 และอายุ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

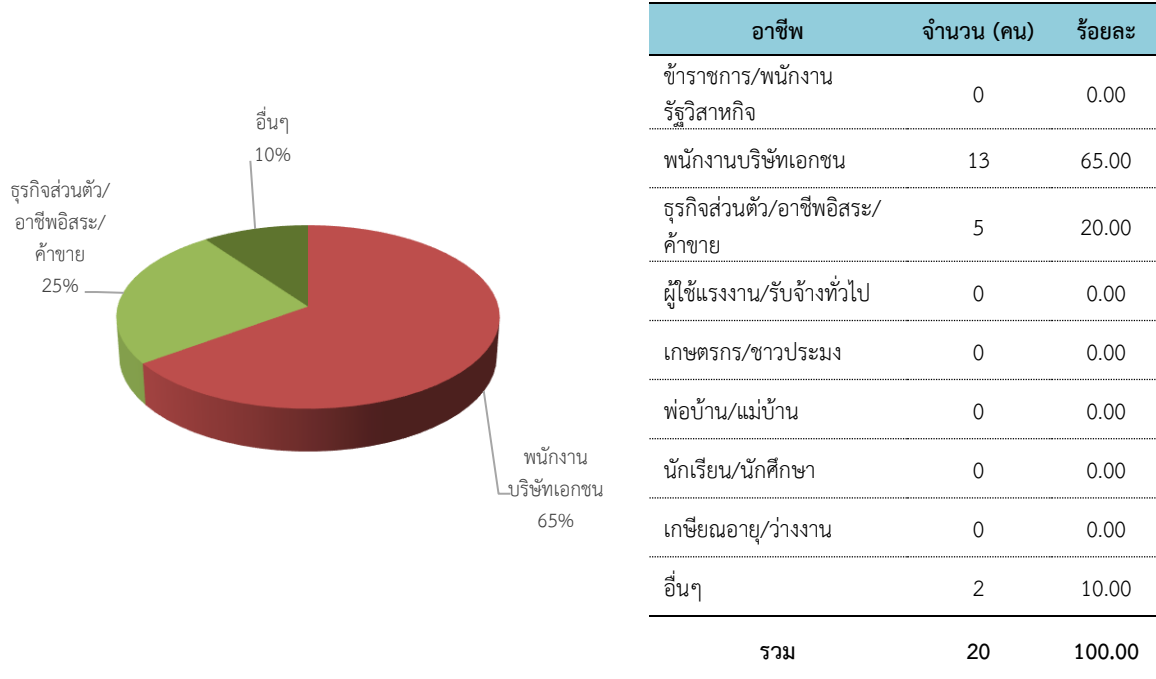
ตารางที่ 10.118 จำนวนและร้อยละของการศึกษา



การศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	0	0.00
มัธยมศึกษาตอนต้น	0	0.00
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช.	0	0.00
ปวส./อนุปริญญา	3	15.00
ปริญญาตรี	17	85.00
สูงกว่าปริญญาตรี	0	0.00
รวม	20	100.00

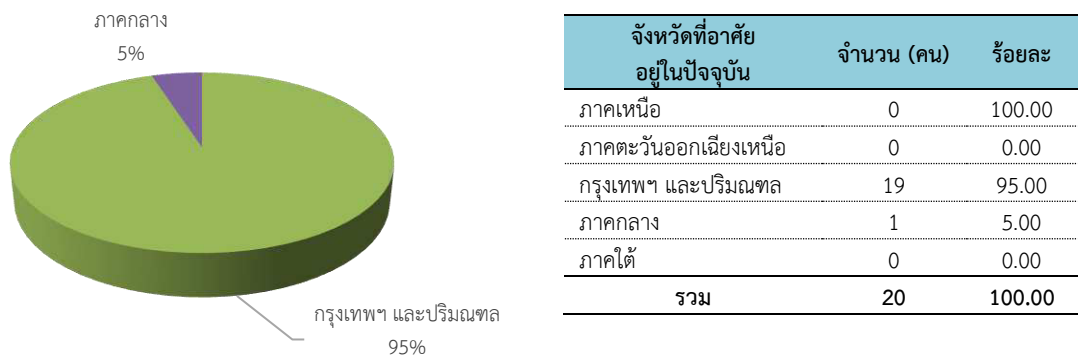
จากตารางที่ 10.118 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 85.00 รองลงมาคือ ระดับปวส./อนุปริญญา จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 10.119 จำนวนและร้อยละของอาชีพ



จากตารางที่ 10.119 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 65.00 รองลงมาคือ อาชีพธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 และอื่นๆ จำนวน 2 คน เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 10.00 ตามลำดับ

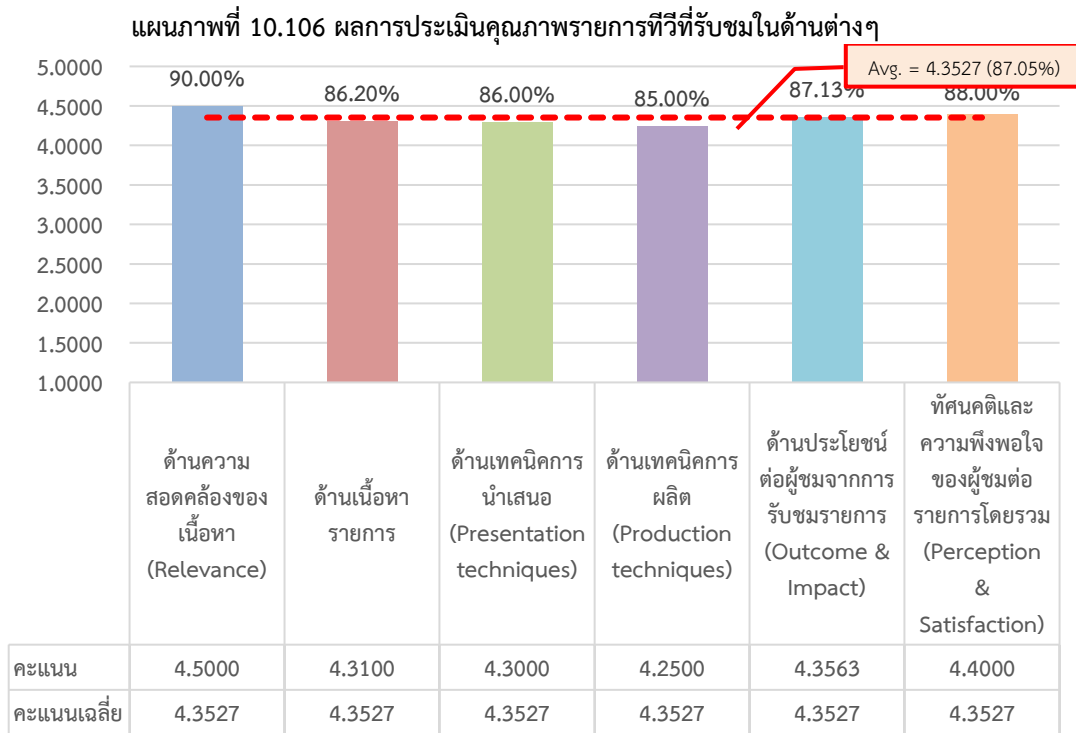
ตารางที่ 10.120 จำนวนและร้อยละของจังหวัดที่ท่านอาศัยอยู่ในปัจจุบัน



จากตารางที่ 10.120 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในกรุงเทพฯ และปริมณฑล จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 95.00 รองลงมา คือ ภาคกลาง จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00

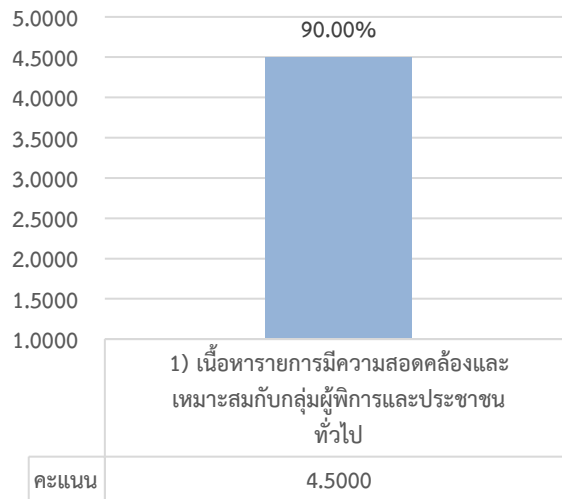
สรุปผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ

จากการตอบแบบประเมินโดยกลุ่มตัวแทนคนพิการและผู้ที่เกี่ยวข้องกับคนพิการ จำนวน 20 ราย ในพื้นที่ภาคเหนือมีระดับคะแนนการประเมินคุณภาพรายการทีวีในด้านต่างๆ โดยเฉลี่ย ที่ระดับ 4.3527 โดยมีผลคะแนนการประเมินคุณภาพรายการทีวีในแต่ละด้าน ดังนี้



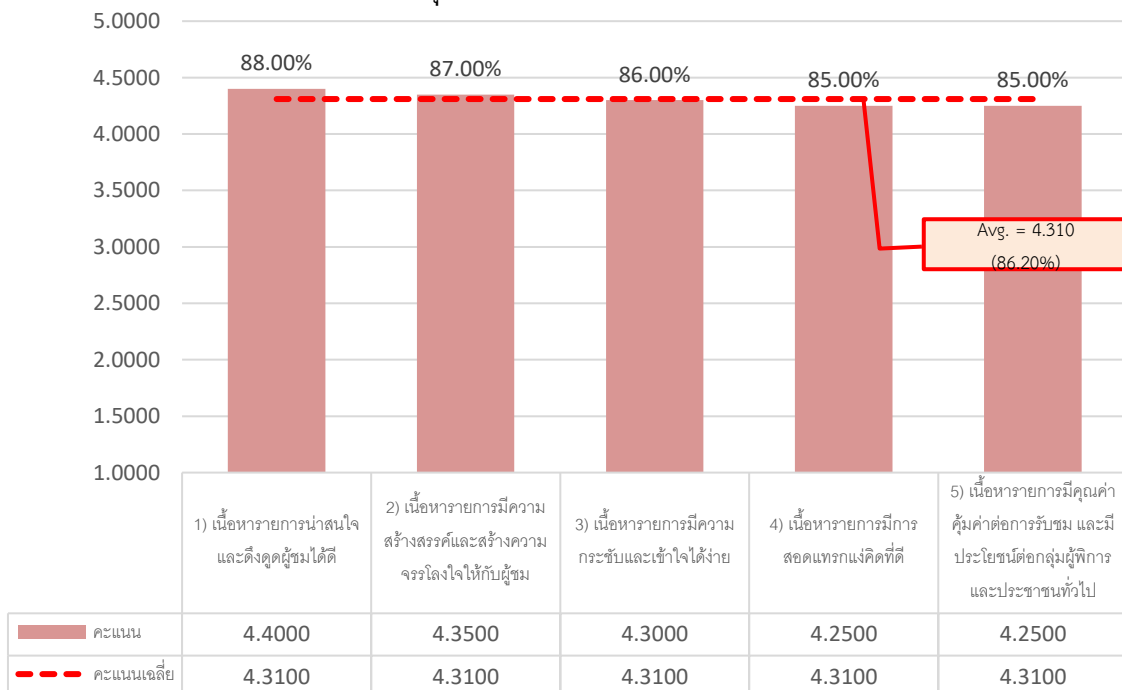
จากแผนภาพที่ 10.106 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance) มีระดับคะแนนมากที่สุด ที่ระดับ 4.5000 รองลงมาคือ ด้านทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction) ที่ระดับ 4.4000 ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact) ที่ระดับ 4.3563 ด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques) ที่ระดับ 4.3000 ด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques) ที่ระดับ 4.2500 และด้านเนื้อหารายการ (Content) ที่ระดับ 4.3100 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 10.107 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance)



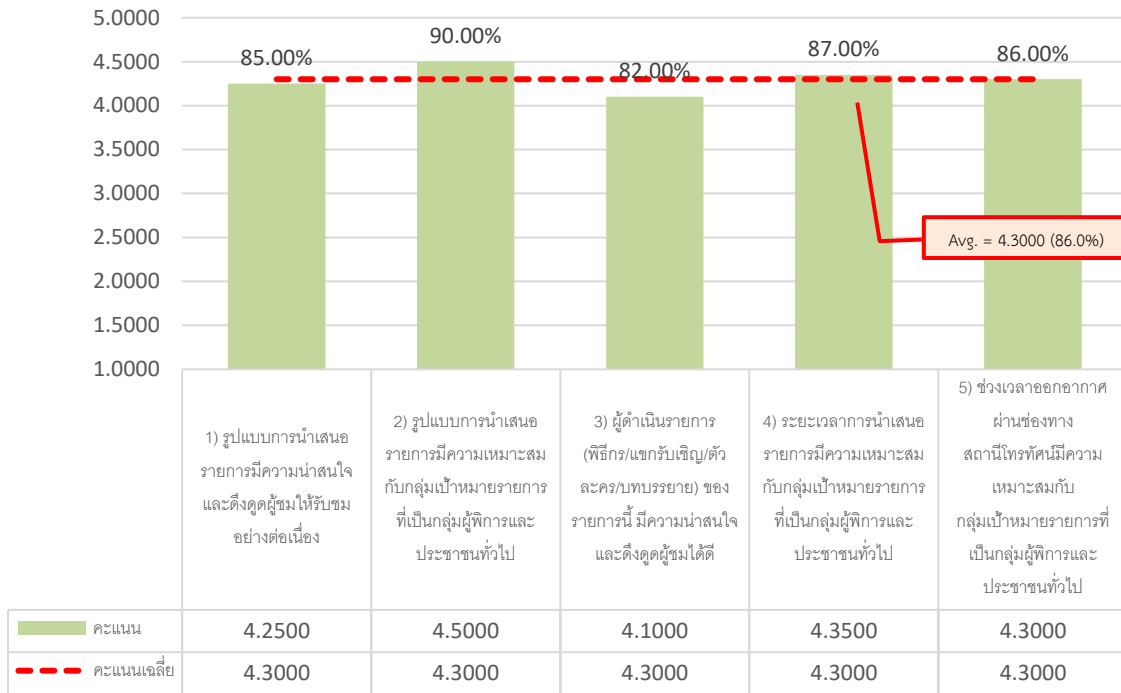
จากแผนภาพที่ 10.107 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance) อยู่ในระดับมากที่สุด จากประเด็นเนื้อหารายการมีความสอดคล้องและเหมาะสมกับกลุ่มผู้พิการและประชาชนทั่วไป ที่ระดับคะแนน 4.5000

แผนภาพที่ 10.108 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเนื้อหาของรายการ (Content)



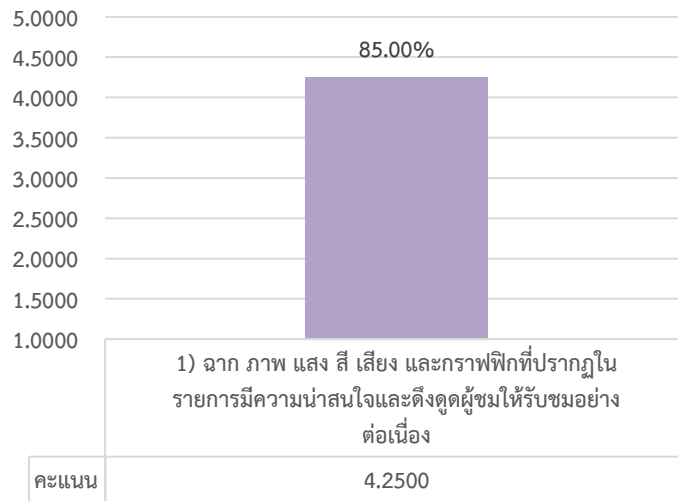
จากแผนภาพที่ 10.108 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเนื้อหาของรายการ (Content) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยประเด็นเนื้อหาการนำเสนอที่น่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี ที่ระดับ 4.4000 รองลงมาคือ ประเด็นเนื้อหาการมีความสร้างสรรค์และสร้างความจรรโลงใจให้กับผู้ชม ที่ระดับ 4.3500 ประเด็นเนื้อหาการมีความกระชับและเข้าใจได้ง่าย ที่ระดับ 4.3000 ประเด็นเนื้อหาการมีการสอดแทรกแง่คิดที่ดี และประเด็นเนื้อหาการมีคุณค่า คุ่มค่าต่อการรับชม และมีประโยชน์ต่อกลุ่มผู้พิการและประชาชนทั่วไป มีระดับคะแนนเท่ากัน ที่ระดับคะแนน 4.2500 ตามลำดับ

**แผนภาพที่ 10.109 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการนำเสนอ
 (Presentation techniques)**



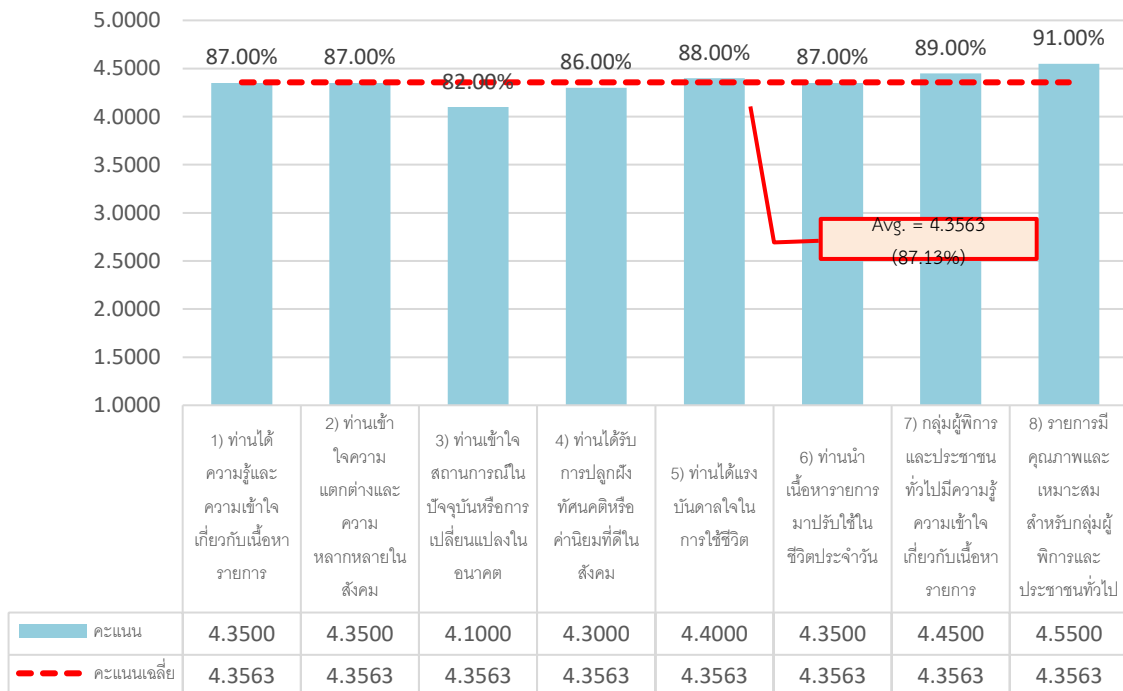
จากแผนภาพที่ 10.109 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยประเด็นรูปแบบการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นกลุ่มผู้พิการและประชาชนทั่วไป มีระดับคะแนนสูงสุด ที่ระดับ 4.5000 รองลงมาคือ ประเด็นระยะเวลาการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นกลุ่มผู้พิการและประชาชนทั่วไป ที่ระดับ 4.3500 ประเด็นช่วงเวลาออกอากาศผ่านช่องทางสถานีโทรทัศน์มีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นกลุ่มผู้พิการและประชาชนทั่วไป ที่ระดับ 4.3000 ประเด็นรูปแบบการนำเสนอรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง ที่ระดับ 4.2500 และประเด็นผู้ดำเนินรายการ (พิธีกร/แขกรับเชิญ/ตัวละคร/บทบรรยาย) ของรายการนี้มีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี ที่ระดับ 4.1000 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 10.110 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques)



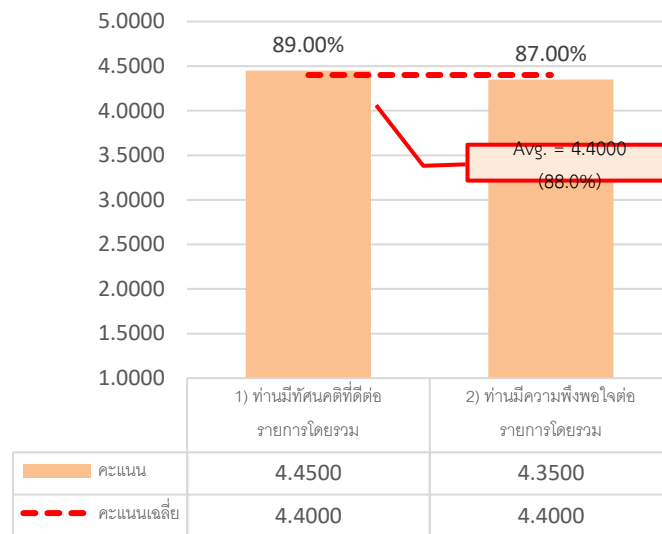
จากแผนภาพที่ 10.110 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques) อยู่ในระดับมาก จากประเด็นฉาก ภาพ แสง สี เสียง และกราฟฟิกที่ปรากฏในรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง ที่ระดับคะแนน 4.2500

แผนภาพที่ 10.111 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact)



จากแผนภาพที่ 10.111 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้าน ประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยประเด็น รายการมีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับกลุ่มผู้พิการ และประชาชนทั่วไป มีระดับคะแนนสูงสุดเท่ากัน ที่ระดับ 4.5500 รองลงมาคือ ประเด็นกลุ่มผู้พิการและประชาชนทั่วไปมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหา รายการ ที่ระดับคะแนน 4.4500 ประเด็นท่านนำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน ที่ระดับคะแนน 4.4000 ประเด็นท่านได้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหา รายการ ประเด็นท่านเข้าใจความแตกต่างและความ หลากหลายในสังคม และท่านนำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน มีระดับคะแนนเท่ากัน ที่ระดับ คะแนน 4.3500 และประเด็นท่านเข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต ที่ระดับ 4.1000 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 10.112 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการ โดยรวม (Perception & Satisfaction)



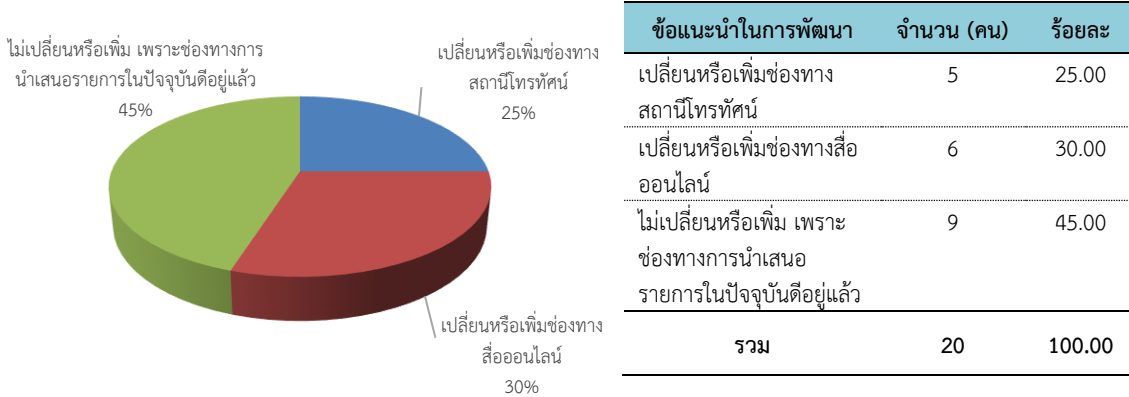
จากแผนภาพที่ 10.112 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้าน ทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction) อยู่ในระดับมาก โดยประเด็นท่านมีทัศนคติที่ดีต่อรายการโดยรวม มีระดับคะแนนสูงสุด ที่ระดับ 4.4500 รองลงมาคือ ประเด็น ท่านมีความพึงพอใจต่อรายการโดยรวม มีระดับคะแนนสูงสุด ที่ระดับ 4.3500 ตามลำดับ

ตารางที่ 10.121 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ

ประเด็นความคิดเห็น/ความพึงพอใจ	ระดับความคิดเห็น/ความพึงพอใจ		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
1. ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance)	4.5000	0.5130	พึงพอใจมากที่สุด
1.1 เนื้อหารายการมีความสอดคล้องและเหมาะสมกับกลุ่มผู้พิการและประชาชนทั่วไป	4.5000	0.5130	พึงพอใจมากที่สุด
2. ด้านเนื้อหารายการ	4.3100	0.0549	พึงพอใจมาก
2.1 เนื้อหารายการน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี	4.4000	0.7539	พึงพอใจมาก
2.2 เนื้อหารายการมีความสร้างสรรค์และสร้างความจรรโลงใจให้กับผู้ชม	4.3500	0.7452	พึงพอใจมาก
2.3 เนื้อหารายการมีความกระชับและเข้าใจได้ง่าย	4.3000	0.8645	พึงพอใจมาก
2.4 เนื้อหารายการมีการสอดแทรกแง่คิดที่ดี	4.2500	0.7864	พึงพอใจมาก
2.5 เนื้อหารายการมีคุณค่า คุ่มค่าต่อการรับชม และมีประโยชน์ต่อกลุ่มผู้พิการและประชาชนทั่วไป	4.2500	0.8507	พึงพอใจมาก
3. ด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques)	4.3000	0.1147	พึงพอใจมาก
3.1 รูปแบบการนำเสนอรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง	4.2500	0.7864	พึงพอใจมาก
3.2 รูปแบบการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นกลุ่มผู้พิการและประชาชนทั่วไป	4.5000	0.8272	พึงพอใจมากที่สุด
3.3 ผู้ดำเนินรายการ (พิธีกร/แขกรับเชิญ/ตัวละคร/บทบรรยาย) ของรายการนี้ มีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี	4.1000	0.8522	พึงพอใจมาก
3.4 ระยะเวลาการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นกลุ่มผู้พิการและประชาชนทั่วไป	4.3500	0.5871	พึงพอใจมาก
3.5 ช่วงเวลาออกอากาศ ผ่านช่องทางสถานีโทรทัศน์มีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นกลุ่มผู้พิการและประชาชนทั่วไป	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)	4.3563	0.0700	พึงพอใจมาก
5.1 ท่านได้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	4.3500	0.5871	พึงพอใจมาก
5.2 ท่านเข้าใจความแตกต่างและความหลากหลายในสังคม	4.3500	0.6708	พึงพอใจมาก
5.3 ท่านเข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต	4.1000	0.7881	พึงพอใจมาก
5.4 ท่านได้รับการปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม	4.3000	0.7327	พึงพอใจมาก
5.5 ท่านได้แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต	4.4000	0.5982	พึงพอใจมาก
5.6 ท่านนำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน	4.3500	0.6708	พึงพอใจมาก
5.7 กลุ่มผู้พิการและประชาชนทั่วไปมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	4.4500	0.6863	พึงพอใจมาก
5.8 รายการมีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับกลุ่มผู้พิการและประชาชนทั่วไป	4.5500	0.6048	พึงพอใจมากที่สุด
6. ทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction)	4.4000	0.0125	พึงพอใจมาก
6.1 ท่านมีทัศนคติที่ดีต่อรายการโดยรวม	4.4500	0.6048	พึงพอใจมาก
6.2 ท่านมีความพึงพอใจต่อรายการโดยรวม	4.3500	0.5871	พึงพอใจมาก
ภาพรวม	4.3527	0.2456	พึงพอใจมาก

สรุปข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

ตารางที่ 10.122 จำนวนและร้อยละข้อแนะนำในการพัฒนาช่องทางการนำเสนอรายการ



จากตารางที่ 10.122 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่มีข้อแนะนำ ไม่เปลี่ยนหรือเพิ่ม เพราะช่องทางการนำเสนอรายการในปัจจุบันดีอยู่แล้ว จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 45.00 รองลงมาคือ เปลี่ยนหรือเพิ่มช่องทางสื่อออนไลน์ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 และเปลี่ยนหรือเพิ่มช่องทางสถานีโทรทัศน์ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 ตามลำดับ

สรุปประเด็นข้อแนะนำเพื่อปรับปรุงหรือพัฒนารายการ

จากผลการสำรวจ พบว่า ในภาพรวมกลุ่มเป้าหมายรายการในเขตภาคกลาง กทม. และปริมณฑลมีระดับความพึงพอใจต่อโครงการจัดทำรายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมให้คนพิการรู้จักสิทธิและใช้ประโยชน์จากกิจการโทรทัศน์ได้อย่างรู้เท่าทันในระดับดีมาก โดยมีคะแนนความพึงพอใจที่ 4.3500 คะแนน ซึ่งมีค่าต่ำกว่าคะแนนทัศนคติที่ดี/ความคาดหวัง ซึ่งมีระดับคะแนนที่ 4.4500 ทั้งนี้ จากการสัมภาษณ์เชิงลึกเพิ่มเติม กลุ่มเป้าหมายมีข้อเสนอแนะในการพัฒนารายการเพิ่มเติม ดังนี้

- 1) เสนอแนะให้เพิ่มช่องทางการนำเสนอในสถานที่ที่มีเด็กพิการ เพื่อให้ได้มีโอกาสรับชมและร่วมกิจกรรมด้วย
- 2) เวลาในการบรรยายสั้นและกระชับเกินไป อยากให้เพิ่มระยะเวลาให้มีความเหมาะสมมากขึ้น
- 3) เสนอให้เพิ่มช่องทางการดูให้หลากหลายมากขึ้น
- 4) เนื่องจากรายการกล่าวถึงผู้พิการ ดังนั้นควรเพิ่มรายละเอียดให้ผู้พิการเข้าถึงหรือรับรู้เนื้อหารายการให้มากกว่านี้ เช่น การพูดบรรยายสรุปข้อมูลแทนการใช้ข้อความเพียงอย่างเดียวเพื่อให้ผู้พิการทางสายตาได้รับรู้ข้อมูลและเนื้อหาได้ครบถ้วนและรอบด้าน
- 5) เสนอให้มีการทำสื่อในรูปแบบการ์ตูน เพื่อให้เข้าถึงได้ทุกช่วงวัยและมีรูปแบบสนุกสนาน เพื่อให้ประชาชนทั่วไปและเด็กที่สนใจสามารถเข้าถึงได้มากขึ้น
- 6) อยากให้เพิ่มความยาวของรายการและความรู้เกี่ยวกับศิลปะวัฒนธรรมและความเสมอภาคของมนุษย์

10.3.4 ภาคใต้

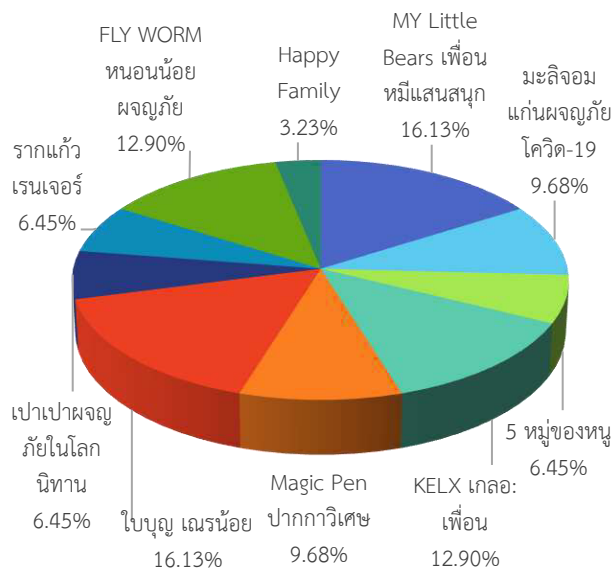
จากการลงพื้นที่จังหวัดสงขลา โดยการจัดประชุมเพื่อประเมินผลการผลิตรายการฯ จากตัวแทนของกลุ่มเป้าหมายและกลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งประกอบด้วย 5 ประเภทโครงการ ได้แก่ 1) กลุ่มตัวแทนจากผู้ปกครอง จำนวน 31 ราย 2) กลุ่มตัวแทนจากประชาชน จำนวน 20 ราย 3) กลุ่มตัวแทนจากประชาชน จำนวน 20 ราย 4) กลุ่มตัวแทนจากประชาชน จำนวน 19 ราย และ 5) กลุ่มตัวแทนคนพิการและผู้ที่เกี่ยวข้องกับคนพิการ จำนวน 23 ราย รวมจำนวนทั้งสิ้น 113 ราย โดยสามารถสรุปผลการประเมิน ได้ดังนี้

10.3.4.1 โครงการส่งเสริมการผลิตและออกอากาศรายการโทรทัศน์ระบบดิจิตอลรายการสำหรับเด็ก

มีผู้ตอบแบบประเมินโดยกลุ่มตัวแทนจากผู้ปกครอง จำนวน 31 ราย ประกอบด้วยข้อมูล ดังนี้

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบประเมิน

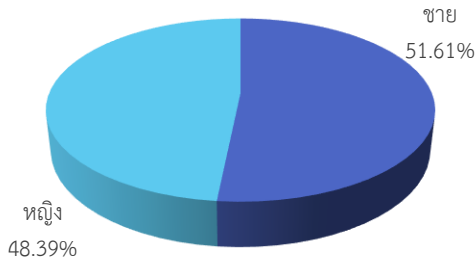
ตารางที่ 10.123 จำนวนและร้อยละของรายการ



ชื่อรายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
MY Little Bears เพื่อนหมีแสนสนุก	5	16.13
มะลิจอมแก่น ผงูภัย	3	9.68
โควิด-19		
5 หมูของหนู	2	6.45
KELX เกลอ: เพื่อน	4	12.90
Magic Pen ปากกาวิเศษ	3	9.68
ใบบุญ เณรน้อย	5	16.13
เปาเปา ผงูภัยในโลกลิทาน	2	6.45
รากแก้ว เรนเจอร์	2	6.45
FLY WORM หนอนน้อย ผงูภัย	4	12.90
Happy Family	1	3.23
รวม	31	100.00

จากตารางที่ 10.123 ผู้ตอบแบบประเมินได้สุ่มรับชมรายการ MY Little Bears เพื่อนหมี แสนสนุก จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 16.13 รายการ มะลิจอมแก่น ผงูภัย โควิด-19 จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 9.68 รายการ 5 หมูของหนู จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 6.45 รายการ KELX เกลอ: เพื่อน จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 12.90 รายการ Magic Pen ปากกาวิเศษ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 9.68 รายการ ใบบุญ เณรน้อย จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 16.13 รายการ เปาเปา ผงูภัยในโลกลิทาน จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 6.45 รายการ รากแก้ว เรนเจอร์ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 6.45 รายการ FLY WORM หนอนน้อย ผงูภัย จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 12.90 และรายการ Happy Family จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 3.23 ตามลำดับ

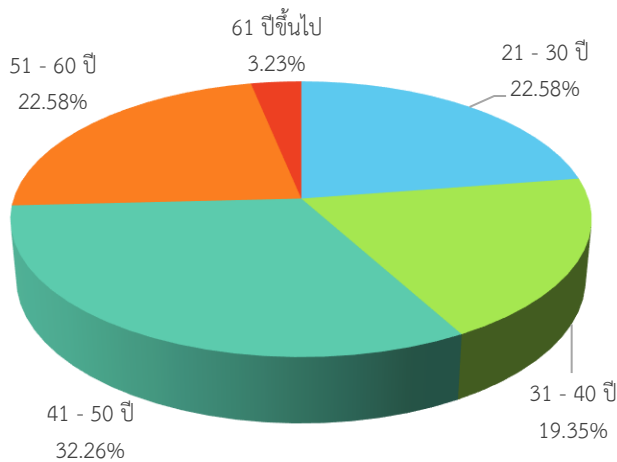
ตารางที่ 10.124 จำนวนและร้อยละของเพศ



เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	16	51.61
หญิง	15	48.39
ไม่ต้องการระบุ	0	0.00
รวม	31	100.00

จากตารางที่ 10.124 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 51.61 และเพศหญิง จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 48.39 ตามลำดับ

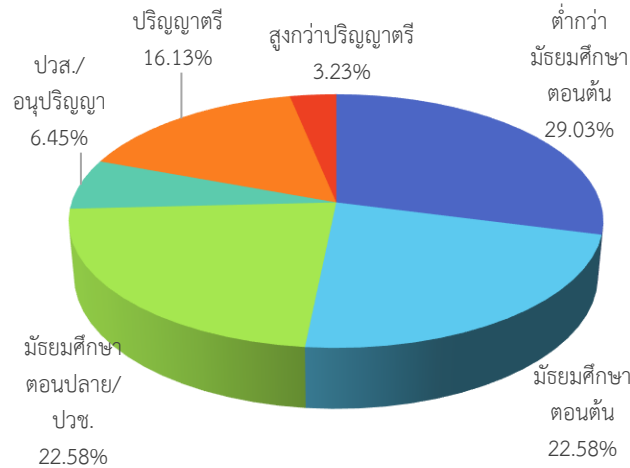
ตารางที่ 10.125 จำนวนและร้อยละของอายุ



อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	0	0.00
21 - 30 ปี	7	22.58
31 - 40 ปี	6	19.35
41 - 50 ปี	10	32.26
51 - 60 ปี	7	22.58
61 ปีขึ้นไป	1	3.23
รวม	31	100.00

จากตารางที่ 10.125 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่ อายุ 41 - 50 ปี จำนวน 10 คนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 32.26 รองลงมา คือ อายุ 21 - 30 ปี และ อายุ 51 - 60 ปี จำนวน 7 คนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 22.58 อายุ 31 - 40 ปี จำนวน 6 คนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 19.35 และอายุ 61 ปีขึ้นไป จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 3.23 ตามลำดับ

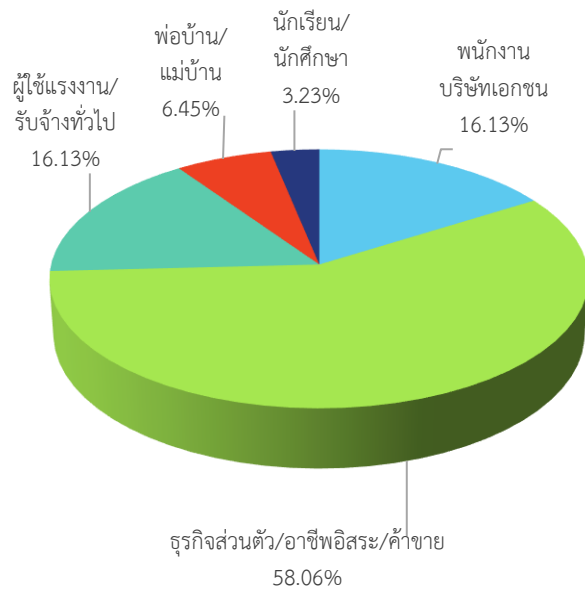
ตารางที่ 10.126 จำนวนและร้อยละของการศึกษา



การศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	9	29.03
มัธยมศึกษาตอนต้น	7	22.58
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช.	7	22.58
ปวส./อนุปริญญา	2	6.45
ปริญญาตรี	5	16.13
สูงกว่าปริญญาตรี	1	3.23
รวม	31	100.00

จากตารางที่ 10.126 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่มีการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 29.03 รองลงมาคือ ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น และระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. จำนวน 7 คนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 22.58 ระดับปริญญาตรี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 16.13 ระดับ ปวส./อนุปริญญา จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 6.45 และระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 3.23 ตามลำดับ

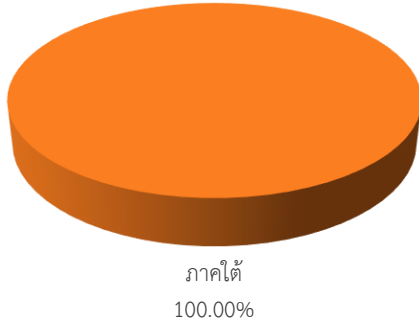
ตารางที่ 10.127 จำนวนและร้อยละของอาชีพ



อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ข้าราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	0	0.00
พนักงานบริษัทเอกชน	5	16.13
ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ ค้าขาย	18	58.06
ผู้ใช้แรงงาน/รับจ้างทั่วไป	5	16.13
เกษตรกร/ชาวประมง	0	0.00
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	2	6.45
นักเรียน/นักศึกษา	1	3.23
เกษียณอายุ/ว่างงาน	0	0.00
อื่นๆ	0	0.00
รวม	31	100.00

จากตารางที่ 10.127 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 58.06 รองลงมาคือ พนักงานบริษัทเอกชน และผู้ใช้แรงงาน/รับจ้างทั่วไป จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 16.13 พ่อบ้าน/แม่บ้าน จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 6.45 และนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 3.23 ตามลำดับ

ตารางที่ 10.128 จำนวนและร้อยละของจังหวัดที่ท่านอาศัยอยู่ในปัจจุบัน



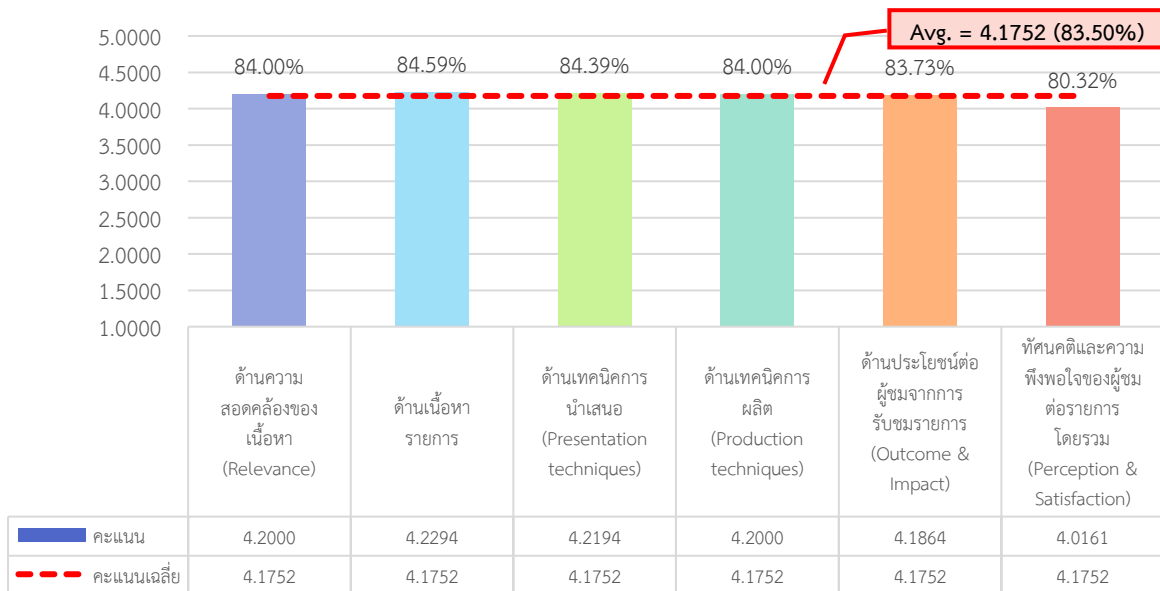
จังหวัดที่อาศัยอยู่ในปัจจุบัน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ภาคเหนือ	0	0.00
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	0	0.00
กรุงเทพฯ และปริมณฑล	0	0.00
ภาคกลาง	0	0.00
ภาคใต้	31	100.00
รวม	31	100.00

จากตารางที่ 10.128 ผู้ตอบแบบประเมินทั้งหมดอาศัยอยู่ในจังหวัดของภาคใต้ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00

สรุปผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ

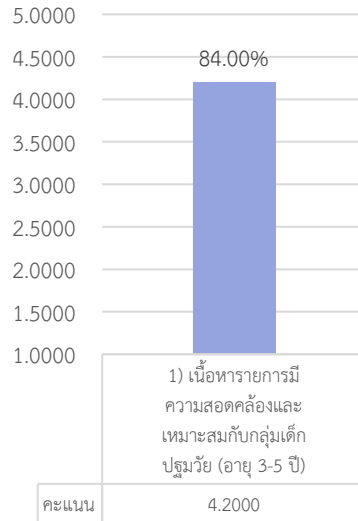
จากการตอบแบบประเมินโดยกลุ่มตัวแทนจากผู้ปกครอง จำนวน 31 ราย ในพื้นที่ภาคใต้ มีระดับคะแนนการประเมินคุณภาพรายการทีวีในด้านต่างๆ โดยเฉลี่ย ที่ระดับ 4.1752 โดยมีระดับคะแนนการประเมินคุณภาพรายการทีวีในแต่ละด้าน ดังนี้

แผนภาพที่ 10.113 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ



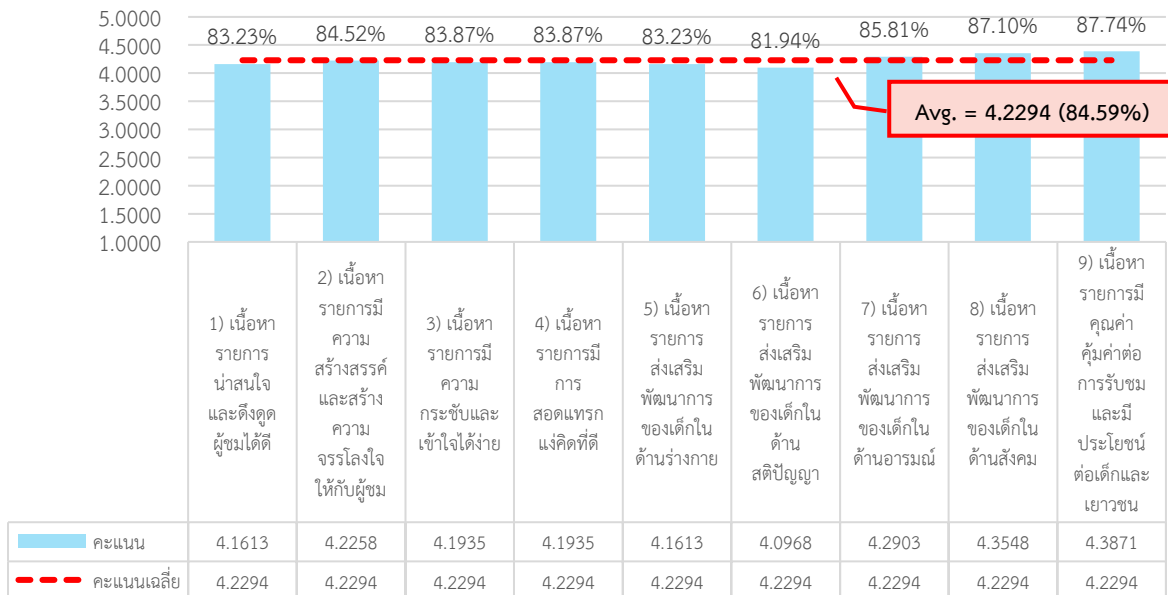
จากแผนภาพที่ 10.113 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านมีระดับความเชื่อมั่นที่ระดับมาก ทั้งนี้ ด้านเนื้อหารายการ (Content) มีระดับคะแนนมากที่สุด ที่ระดับ 4.2294 รองลงมาคือ ด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques) มีระดับคะแนนที่ระดับ 4.2194 ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance) และด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques) มีระดับคะแนนเท่ากัน ที่ระดับ 4.2000 ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact) มีระดับคะแนนที่ระดับ 4.1864 และทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction) มีระดับคะแนนที่ระดับ 4.0161 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 10.114 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance)



จากแผนภาพที่ 10.114 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance) อยู่ในระดับมาก จากประเด็นเนื้อหารายการมีความสอดคล้องและเหมาะสมกับกลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี) ที่ระดับคะแนน 4.2000

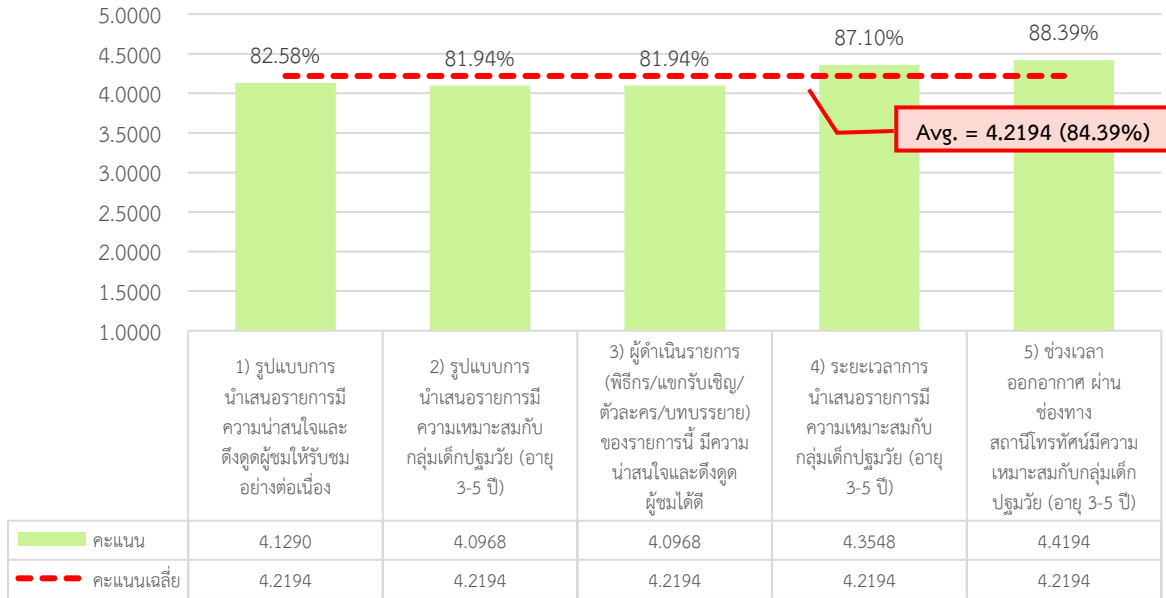
แผนภาพที่ 10.115 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเนื้อหารายการ (Content)



จากแผนภาพที่ 10.115 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเนื้อหารายการ (Content) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยประเด็นเนื้อหารายการมีคุณค่า คุ่มค่าต่อการรับชมและมีประโยชน์ต่อเด็กและเยาวชน มีระดับคะแนนสูงสุด ที่ระดับคะแนน 4.3871 รองลงมาคือ ประเด็นเนื้อหารายการส่งเสริมพัฒนาการของเด็กในด้านสังคม ที่ระดับคะแนน 4.3548 ประเด็นเนื้อหารายการส่งเสริมพัฒนาการของเด็กในด้านอารมณ์ ที่ระดับคะแนน 4.2903 ประเด็นเนื้อหารายการมีความสร้างสรรค์และสร้างความจรรโลงใจให้กับผู้ชม ที่ระดับคะแนน 4.2258 ประเด็นเนื้อหารายการมีความกระชับและเข้าใจได้ง่าย และเนื้อหารายการมีการสอดแทรกแง่คิดที่ดี มีคะแนนเท่ากัน ที่ระดับคะแนน 4.1935 ประเด็นเนื้อหารายการ

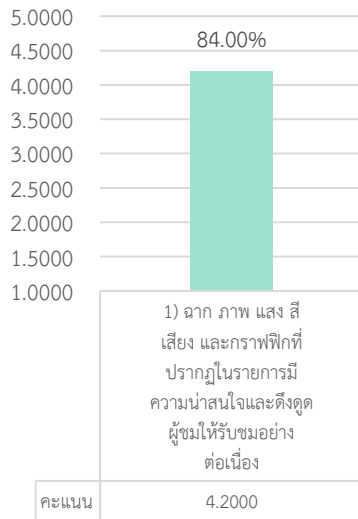
น่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี และเนื้อหารายการส่งเสริมพัฒนาการของเด็กในด้านร่างกาย มีคะแนนเท่ากับที่ระดับคะแนน 4.1613 และประเด็นเนื้อหารายการส่งเสริมพัฒนาการของเด็กในด้านสติปัญญา ที่ระดับคะแนน 4.5500 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 10.116 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques)



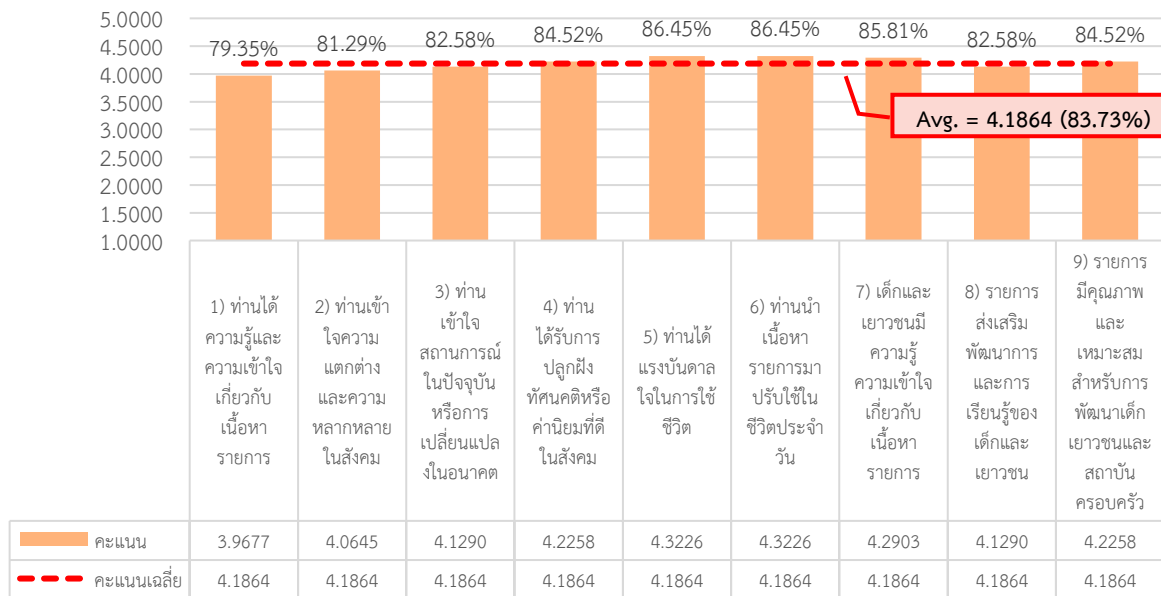
จากแผนภาพที่ 10.116 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยประเด็นช่วงเวลาออกอากาศ ผ่านช่องทางสถานีโทรทัศน์มีความเหมาะสมกับกลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี) มีระดับคะแนนสูงที่สุด ที่ระดับคะแนน 4.4194 รองลงมาคือ ประเด็นระยะเวลาการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี) ที่ระดับคะแนน 4.3548 ประเด็นรูปแบบการนำเสนอรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง ที่ระดับคะแนน 4.1290 และรูปแบบการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี) และผู้ดำเนินรายการ (พิธีกร/แขกรับเชิญ/ตัวละคร/บทบรรยาย) ของรายการนี้ มีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี มีคะแนนเท่ากับ ที่ระดับคะแนน 4.0968 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 10.117 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques)



จากแผนภาพที่ 10.117 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques) อยู่ในระดับมาก จากประเด็นฉาก ภาพ แสง สี เสียง และกราฟฟิกที่ปรากฏในรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง ที่ระดับคะแนน 4.2000

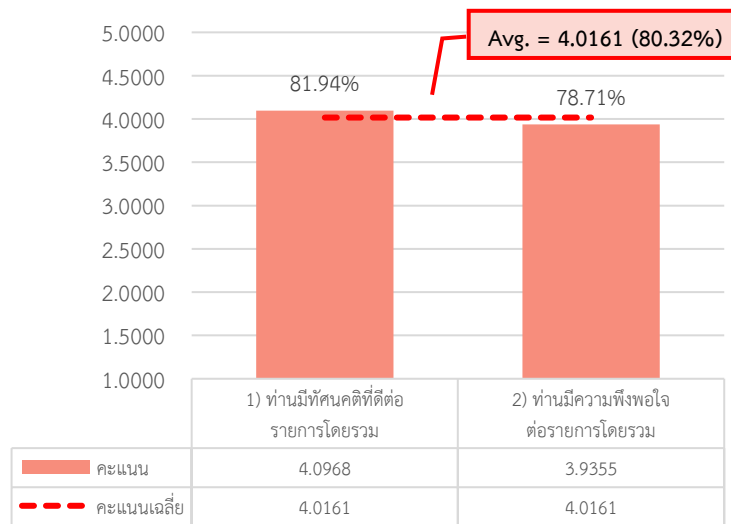
แผนภาพที่ 10.118 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact)



จากแผนภาพที่ 10.118 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยประเด็นท่านได้แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต และท่านนำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน มีระดับคะแนนสูงสุดเท่ากัน ที่ระดับคะแนน 4.3226 รองลงมาคือ ประเด็นเด็กและเยาวชนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหา รายการ ที่ระดับคะแนน 4.2903 ประเด็นท่านได้รับการปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม และรายการมี

คุณภาพและเหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็ก เยาวชนและสถาบันครอบครัว มีคะแนนเท่ากับ ที่ระดับคะแนน 4.2258 ประเด็นท่านเข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต และรายการส่งเสริมพัฒนาการและการเรียนรู้ของเด็กและเยาวชน มีคะแนนเท่ากับ ที่ระดับคะแนน 4.1290 ประเด็นท่านเข้าใจความแตกต่างและความหลากหลายในสังคม ที่ระดับคะแนน 4.0645 และประเด็นท่านได้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ ที่ระดับคะแนน 3.9677 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 10.119 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction)



จากแผนภาพที่ 10.119 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction) อยู่ในระดับมาก โดยประเด็นท่านมีทัศนคติที่ดีต่อรายการโดยรวม มีระดับคะแนนสูงสุด ที่ระดับคะแนน 4.0968 รองลงมาคือ ประเด็นท่านมีความพึงพอใจต่อรายการโดยรวม ที่ระดับคะแนน 3.9355 ตามลำดับ

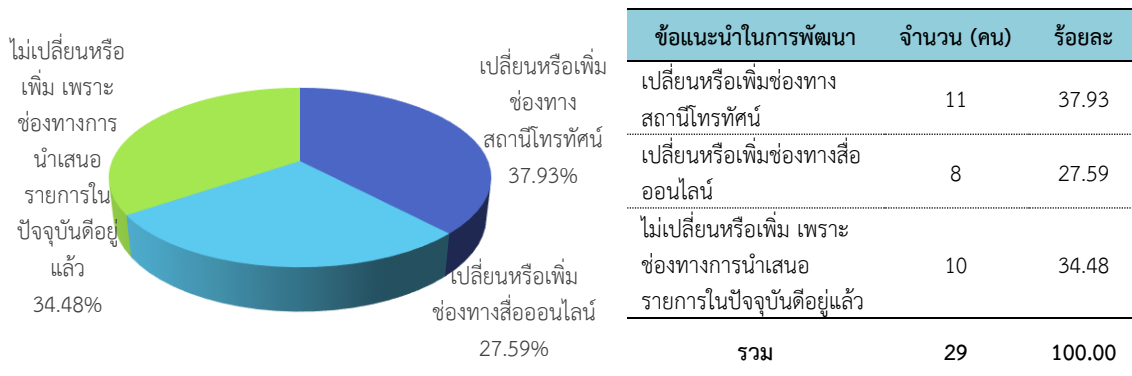
ตารางที่ 10.129 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ

ประเด็นความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
1. ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance)	4.2000	1.1861	พึงพอใจมาก
1.1 เนื้อหารายการมีความสอดคล้องและเหมาะสมกับกลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี)	4.2000	1.1861	พึงพอใจมาก
2. ด้านเนื้อหารายการ (Content)	4.2294	0.0577	พึงพอใจมาก
2.1 เนื้อหารายการน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี	4.1613	1.0984	พึงพอใจมาก
2.2 เนื้อหารายการมีความสร้างสรรค์และสร้างความจรรโลงใจให้กับผู้ชม	4.2258	1.1168	พึงพอใจมาก
2.3 เนื้อหารายการมีความกระชับและเข้าใจได้ง่าย	4.1935	1.1667	พึงพอใจมาก
2.4 เนื้อหารายการมีการสอดแทรกแง่คิดที่ดี	4.1935	1.1950	พึงพอใจมาก
2.5 เนื้อหารายการส่งเสริมพัฒนาการของเด็กในด้านร่างกาย	4.1613	1.2137	พึงพอใจมาก
2.6 เนื้อหารายการส่งเสริมพัฒนาการของเด็กในด้านสติปัญญา	4.0968	1.0756	พึงพอใจมาก
2.7 เนื้อหารายการส่งเสริมพัฒนาการของเด็กในด้านอารมณ์	4.2903	1.2435	พึงพอใจมาก
2.8 เนื้อหารายการส่งเสริมพัฒนาการของเด็กในด้านสังคม	4.3548	1.1986	พึงพอใจมาก
2.9 เนื้อหารายการมีคุณค่า คุ่มค่าต่อการรับชม และมีประโยชน์ต่อเด็กและเยาวชน	4.3871	1.2021	พึงพอใจมาก

ประเด็นความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
3. ด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques)	4.2194	0.0977	พึงพอใจมาก
3.1 รูปแบบการนำเสนอรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง	4.1290	0.9571	พึงพอใจมาก
3.2 รูปแบบการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี)	4.0968	1.0756	พึงพอใจมาก
3.3 ผู้ดำเนินรายการ (พิธีกร/แขกรับเชิญ/ตัวละคร/บทบรรยาย) ของรายการนี้ มีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี	4.0968	1.1932	พึงพอใจมาก
3.4 ระยะเวลาการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี)	4.3548	1.0503	พึงพอใจมาก
3.5 ช่วงเวลาออกอากาศ ผ่านช่องทางสถานีโทรทัศน์มีความเหมาะสมกับกลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี)	4.4194	0.9583	พึงพอใจมาก
4. ด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques)	4.2000	1.1265	พึงพอใจมาก
4.1 ฉาก ภาพ แสง สี เสียง และกราฟฟิกที่ปรากฏในรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง	4.2000	1.1265	พึงพอใจมาก
5. ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact)	4.1864	0.0656	พึงพอใจมาก
5.1 ท่านได้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	3.9677	1.0796	พึงพอใจมาก
5.2 ท่านเข้าใจความแตกต่างและความหลากหลายในสังคม	4.0645	0.9639	พึงพอใจมาก
5.3 ท่านเข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต	4.1290	1.0565	พึงพอใจมาก
5.4 ท่านได้รับการปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม	4.2258	1.1750	พึงพอใจมาก
5.5 ท่านได้แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต	4.3226	1.1072	พึงพอใจมาก
5.6 ท่านนำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน	4.3226	1.1072	พึงพอใจมาก
5.7 เด็กและเยาวชนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	4.2903	1.1013	พึงพอใจมาก
5.8 รายการส่งเสริมพัฒนาการและการเรียนรู้ของเด็กและเยาวชน	4.1290	1.1472	พึงพอใจมาก
5.9 รายการมีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็ก เยาวชนและสถาบันครอบครัว	4.2258	1.1750	พึงพอใจมาก
6. ทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction)	4.0161	0.0492	พึงพอใจมาก
6.1 ท่านมีทัศนคติที่ดีต่อรายการโดยรวม	4.0968	1.1932	พึงพอใจมาก
6.2 ท่านมีความพึงพอใจต่อรายการโดยรวม	3.9355	1.1236	พึงพอใจมาก
ภาพรวม	4.1752	0.0385	พึงพอใจมาก

สรุปข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

ตารางที่ 10.130 จำนวนและร้อยละข้อแนะนำในการพัฒนาช่องทางการนำเสนอรายการ



จากตารางที่ 10.130 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่มีข้อแนะนำ เปลี่ยนหรือเพิ่มช่องทางสถานีโทรทัศน์ จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 37.93 รองลงมาคือ ไม่เปลี่ยนหรือเพิ่ม เพราะช่องทางการนำเสนอรายการในปัจจุบันดีอยู่แล้ว จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 34.48 และเปลี่ยนหรือเพิ่มช่องทางสื่อออนไลน์ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 27.59 ตามลำดับ

สรุปประเด็นข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงหรือพัฒนารายการ

จากผลการสำรวจ พบว่า ในภาพรวมกลุ่มเป้าหมายรายการในกลุ่มภาคใต้ มีระดับความพึงพอใจต่อโครงการส่งเสริมการผลิตและออกอากาศรายการโทรทัศน์ระบบดิจิตอลรายการสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว ในระดับดี-ดีมาก โดยมีคะแนนความพึงพอใจที่ 3.9355 คะแนน ซึ่งมีคะแนนต่ำกว่าคะแนนทัศนคติ/ความคาดหวัง ซึ่งมีคะแนนอยู่ที่ 4.0968 ทั้งนี้ จากการสัมภาษณ์เชิงลึกเพิ่มเติม กลุ่มเป้าหมายมีข้อเสนอแนะในการพัฒนารายการเพิ่มเติม ดังนี้

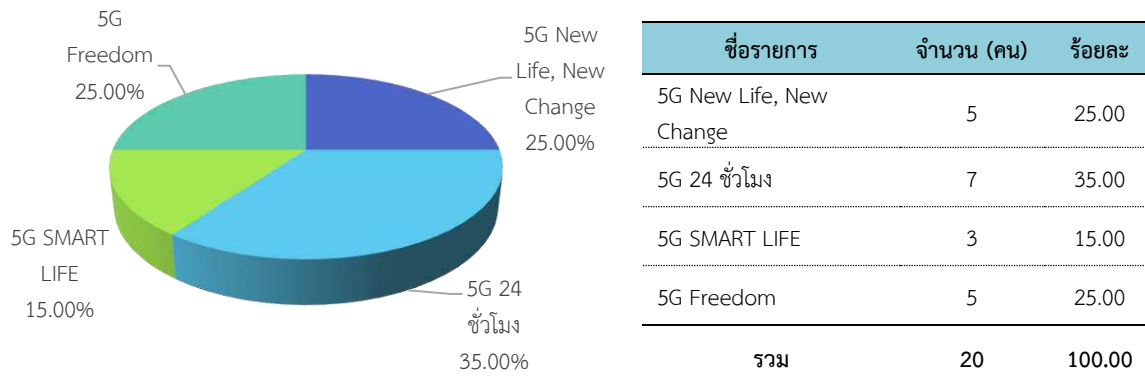
- 1) ควรเพิ่มช่องทางในการสื่อสารให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น
- 2) ควรปรับเนื้อหารายการ ภาพ แสง สี เสียงดนตรี และคำบรรยายในการนำเสนอรายการให้มีรูปแบบที่ทันสมัยและน่าสนใจเพื่อดึงดูดเด็กๆ ให้เข้ามารับชม
- 3) ควรเพิ่มระยะเวลาในการรับชม เนื่องจากเวลาในการออกอากาศสั้นเกินไป

10.3.4.2 โครงการส่งเสริมการผลิตและออกอากาศเนื้อหารายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะเกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสาร 5G

มีผู้ตอบแบบประเมินโดยกลุ่มตัวแทนจากประชาชน จำนวน 20 ราย ประกอบด้วยข้อมูล ดังนี้

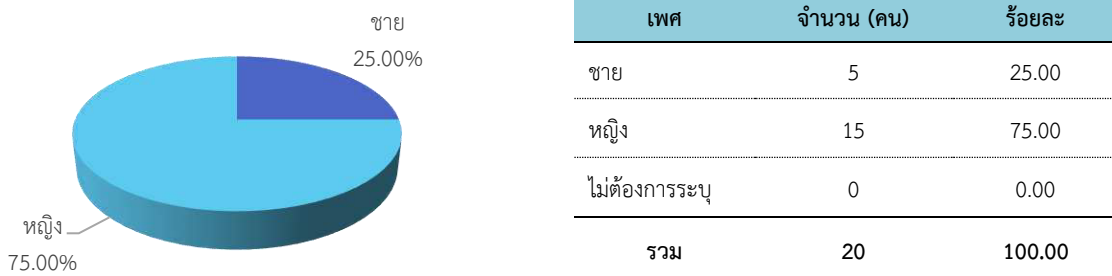
ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบประเมิน

ตารางที่ 10.131 จำนวนและร้อยละของรายการ



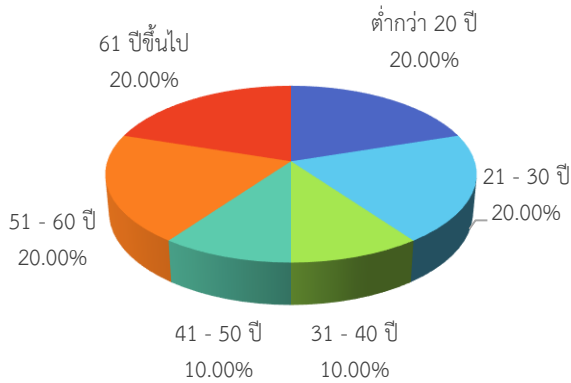
จากตารางที่ 10.131 ผู้ตอบแบบประเมินได้สัมผัสชมรายการ 5G New Life, New Change จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 รายการ 5G 24 ชั่วโมง จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 35.00 รายการ 5G SMART LIFE จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 และรายการ 5G Freedom จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 10.132 จำนวนและร้อยละของเพศ



จากตารางที่ 10.132 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 75.00 รองลงมาคือ เพศชาย จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 ตามลำดับ

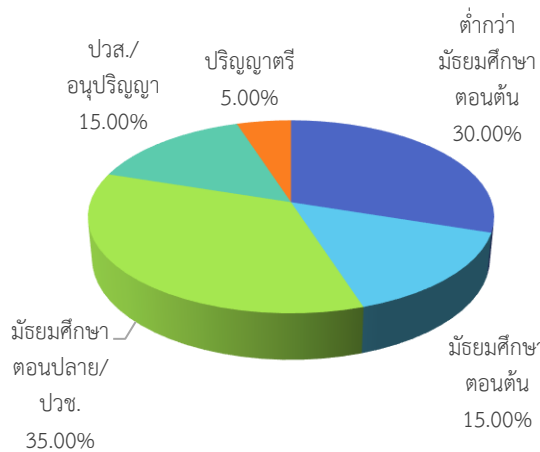
ตารางที่ 10.133 จำนวนและร้อยละของอายุ



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

จากตารางที่ 10.133 ผู้ตอบแบบประเมินอายุต่ำกว่า 20 ปี อายุ 21 - 30 ปี อายุ 51 - 60 ปี และอายุ 61 ปีขึ้นไป มีจำนวน 4 คนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 20.00 รองลงมาคือ อายุ 31 - 40 ปี และอายุ 41 - 50 ปี มีจำนวน 2 คนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 10.00 ตามลำดับ

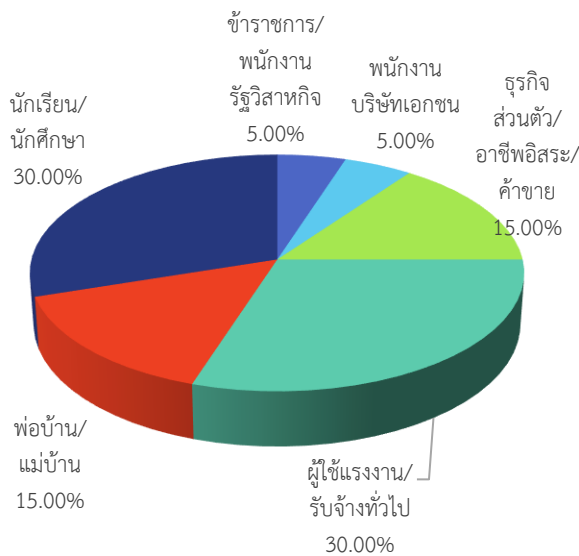
ตารางที่ 10.134 จำนวนและร้อยละของการศึกษา



การศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	6	30.00
มัธยมศึกษาตอนต้น	3	15.00
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	7	35.00
ปวส./อนุปริญญา	3	15.00
ปริญญาตรี	1	5.00
สูงกว่าปริญญาตรี	0	0.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 10.134 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 35.00 รองลงมาคือ ระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น และระดับ ปวส./อนุปริญญา มีจำนวน 3 คนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 15.00 และระดับปริญญาตรี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

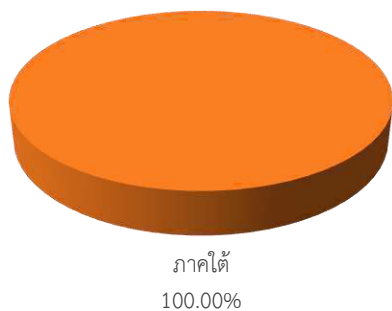
ตารางที่ 10.135 จำนวนและร้อยละของอาชีพ



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

จากตารางที่ 10.135 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่ประกอบอาชีพผู้ใช้งานแรงงาน/รับจ้างทั่วไป และนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 6 คนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 30.00 รองลงมาคือ ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย และพ่อบ้าน/แม่บ้าน จำนวน 3 คนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 15.00 และข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 1 คนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 10.136 จำนวนและร้อยละของจังหวัดที่ท่านอาศัยอยู่ในปัจจุบัน



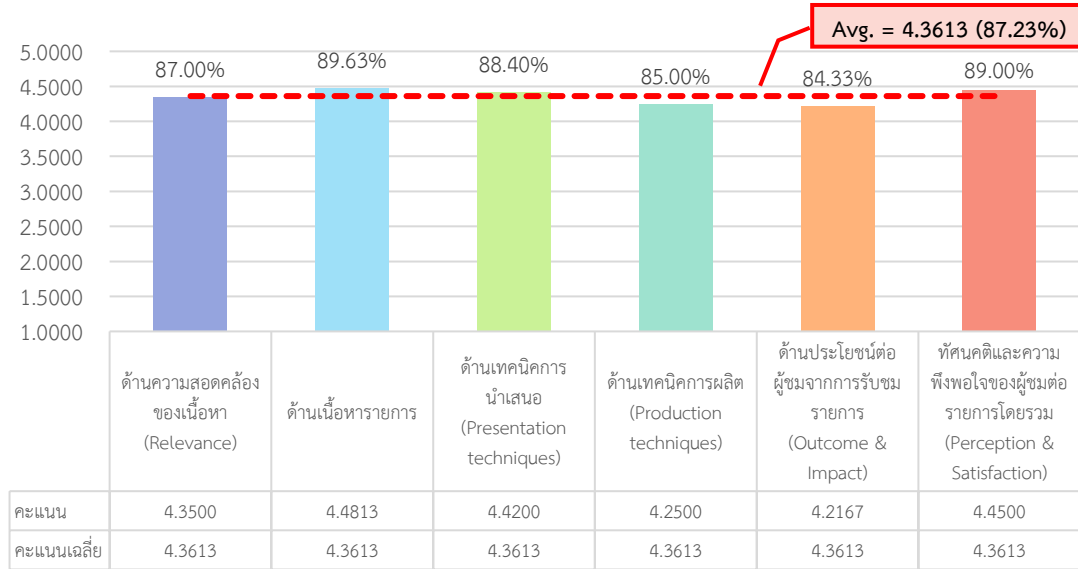
จังหวัดที่อาศัยอยู่ในปัจจุบัน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ภาคเหนือ	0	0.00
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	0	0.00
กรุงเทพฯ และปริมณฑล	0	0.00
ภาคกลาง	0	0.00
ภาคใต้	20	100.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 10.136 ผู้ตอบแบบประเมินทั้งหมดอาศัยอยู่ในจังหวัดของภาคใต้ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00

สรุปผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ

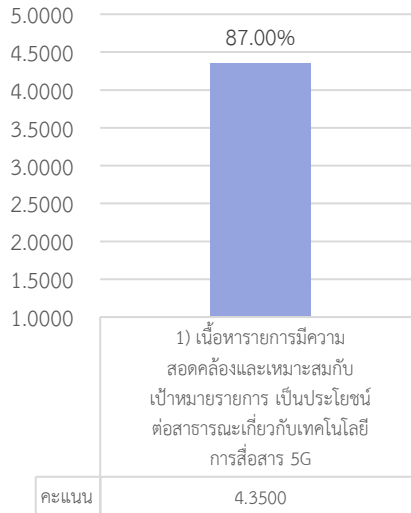
จากการตอบแบบประเมินโดยกลุ่มตัวแทนจากประชาชน จำนวน 20 ราย ในพื้นที่ภาคใต้ มีระดับคะแนนการประเมินคุณภาพรายการทีวีในด้านต่างๆ โดยเฉลี่ย ที่ระดับ 4.3613 โดยมีระดับคะแนนการประเมินคุณภาพรายการทีวีในแต่ละด้าน ดังนี้

แผนภาพที่ 10.120 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ



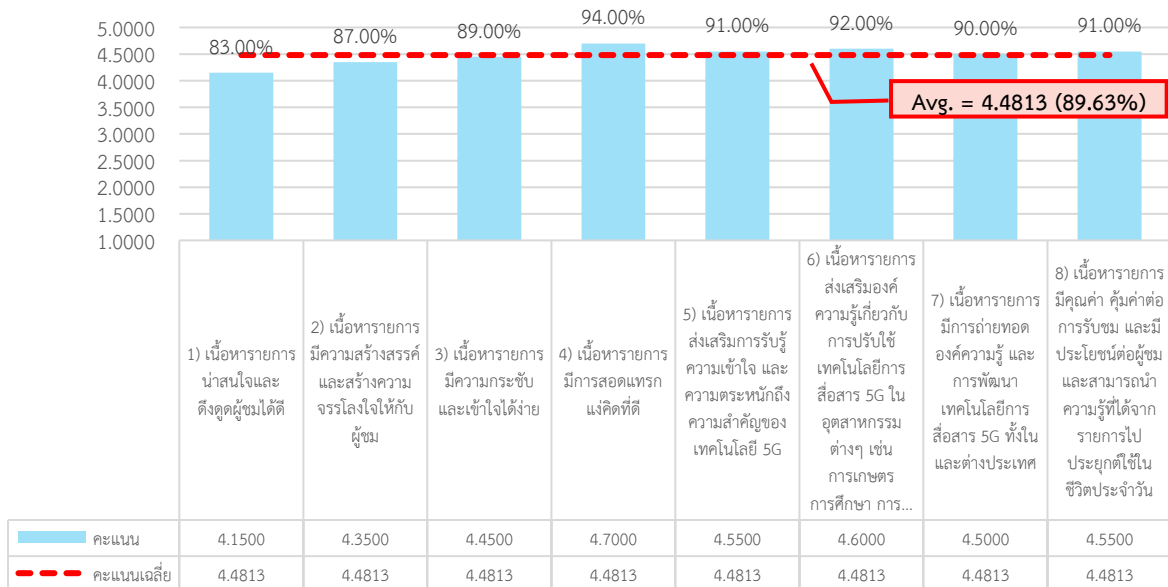
จากแผนภาพที่ 10.120 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านมีระดับความเชื่อมั่นที่ระดับมากที่สุด ทั้งนี้ ด้านเนื้อหารายการ (Content) มีระดับคะแนนมากที่สุด มีระดับคะแนนที่ระดับ 4.4813 รองลงมาคือ ทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction) มีระดับคะแนนที่ระดับ 4.4500 ด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques) มีระดับคะแนนที่ระดับ 4.4200 ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance) มีระดับคะแนนที่ระดับ 4.3500 ด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques) มีระดับคะแนนที่ระดับ 4.2500 และด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact) มีระดับคะแนนที่ระดับ 4.2167 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 10.121 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance)



จากแผนภาพที่ 10.121 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance) อยู่ในระดับมาก จากประเด็นเนื้อหารายการมีความสอดคล้องและเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนทั่วไป ที่ระดับคะแนน 4.3500

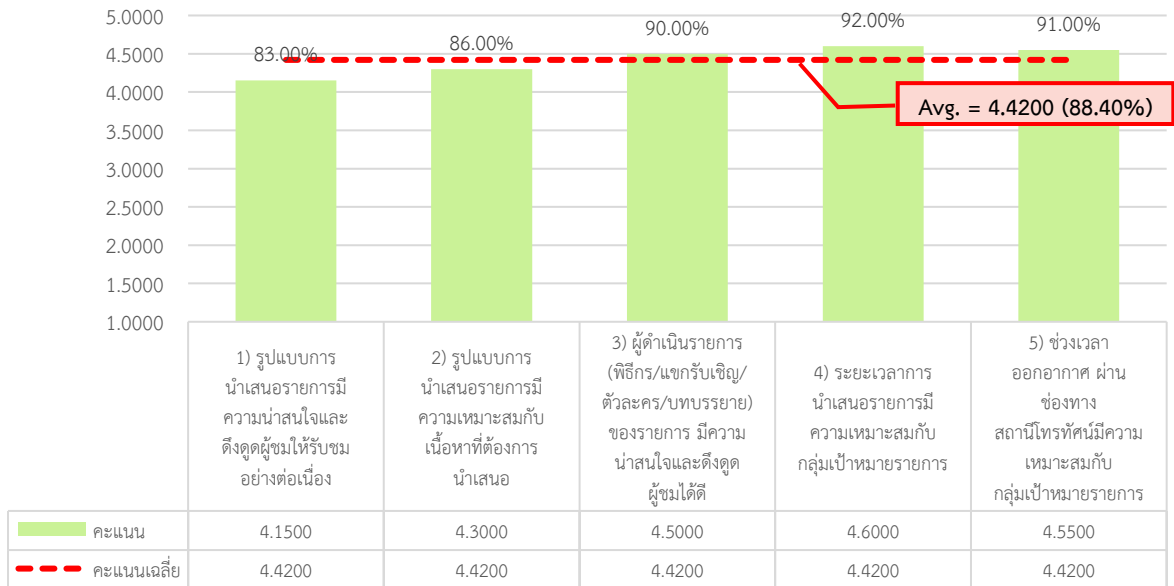
แผนภาพที่ 10.122 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเนื้อหารายการ (Content)



จากแผนภาพที่ 10.122 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเนื้อหารายการ (Content) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยประเด็นเนื้อหารายการมีการสอดแทรกแง่คิดที่ดี มีระดับคะแนนสูงสุด ที่ระดับคะแนน 4.7000 รองลงมาคือ ประเด็นเนื้อหารายการส่งเสริมองค์ความรู้เกี่ยวกับการปรับใช้เทคโนโลยีการสื่อสาร 5G ในอุตสาหกรรมต่างๆ เช่น การเกษตร การศึกษา การสื่อสาร เป็นต้น ที่ระดับคะแนน 4.6000 ประเด็นเนื้อหารายการส่งเสริมการรับรู้ ความเข้าใจ และความตระหนักถึงความสำคัญของเทคโนโลยี 5G และเนื้อหารายการมีคุณค่า คุ่มค่าต่อการรับชม และมีประโยชน์ต่อผู้ชม และสามารถนำความรู้ที่ได้จากรายการไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน มีระดับคะแนนเท่ากัน ที่ระดับคะแนน 4.5500

ประเด็นเนื้อหารายการมีการถ่ายทอดองค์ความรู้ และการพัฒนาเทคโนโลยีการสื่อสาร 5G ทั้งในและต่างประเทศ ที่ระดับคะแนน 4.5000 ประเด็นเนื้อหารายการมีความกระชับและเข้าใจได้ง่าย ที่ระดับคะแนน 4.4500 ประเด็นเนื้อหารายการมีความสร้างสรรค์และสร้างความจรรโลงใจให้กับผู้ชม ที่ระดับคะแนน 4.3500 และประเด็นเนื้อหารายการน่าใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี ที่ระดับคะแนน 4.1500 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 10.123 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques)



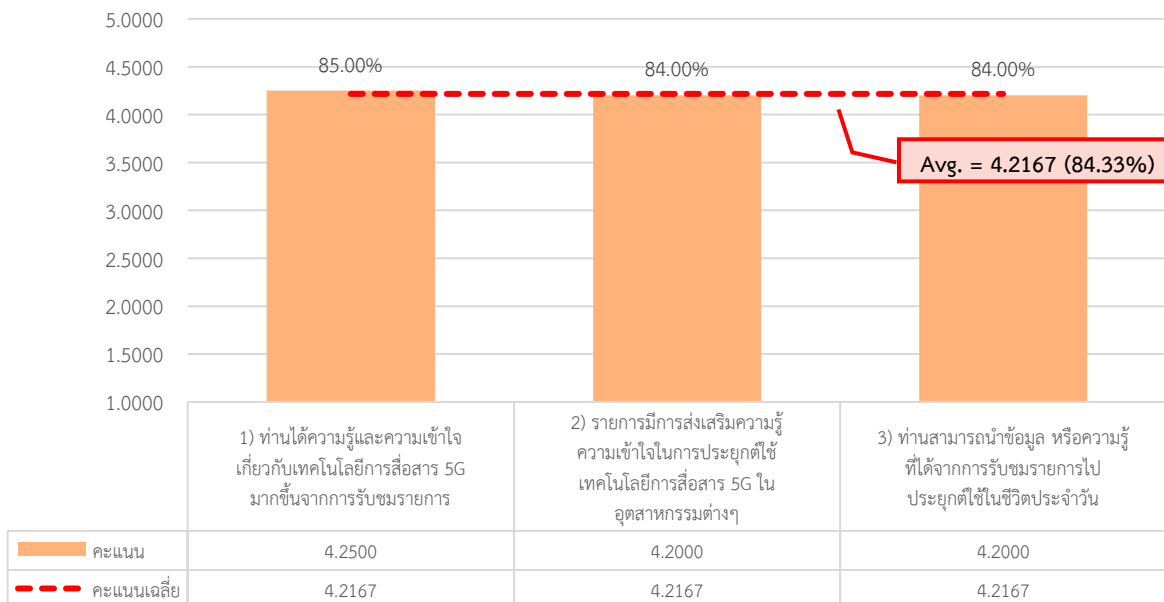
จากแผนภาพที่ 10.123 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยประเด็นระยะเวลาการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการ มีระดับคะแนนสูงที่สุด ที่ระดับคะแนน 4.6000 รองลงมาคือ ประเด็นช่วงเวลาออกอากาศ ผ่านช่องทางสถานีโทรทัศน์มีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการ ที่ระดับคะแนน 4.5500 ประเด็นผู้ดำเนินรายการ (พิธีกร/แขกรับเชิญ/ตัวละคร/บทบรรยาย) ของรายการ มีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี ที่ระดับคะแนน 4.5000 ประเด็นรูปแบบการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับเนื้อหาที่ต้องการนำเสนอ ที่ระดับคะแนน 4.3000 และประเด็นรูปแบบการนำเสนอรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง ที่ระดับคะแนน 4.1500 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 10.124 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques)



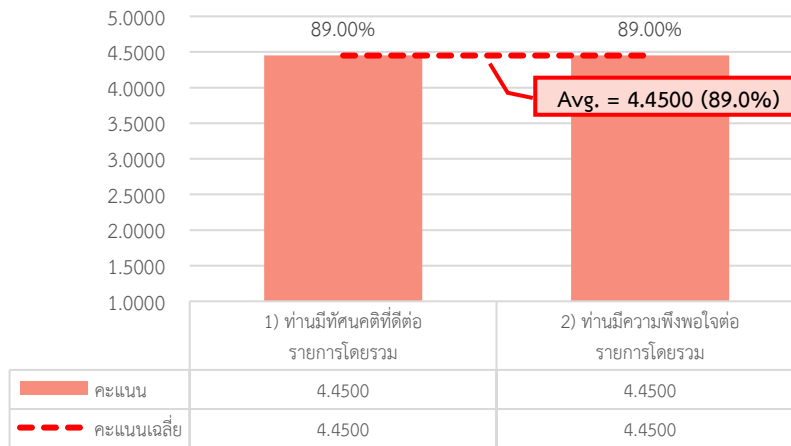
จากแผนภาพที่ 10.124 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques) อยู่ในระดับมาก จากประเด็นจาก ภาพ แสง สี เสียง และกราฟฟิกที่ปรากฏในรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง ที่ระดับคะแนน 4.2500

แผนภาพที่ 10.125 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact)



จากแผนภาพที่ 10.125 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยประเด็นท่านได้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสาร 5G มากขึ้นจากการรับชมรายการ มีระดับคะแนนสูงที่สุด ที่ระดับคะแนน 4.2500 รองลงมาคือ ประเด็นรายการมีการส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจในการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีการสื่อสาร 5G ในอุตสาหกรรมต่างๆ และท่านสามารถนำข้อมูล หรือความรู้ที่ได้จากการรับชมรายการไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน มีระดับคะแนนเท่ากัน ที่ระดับคะแนน 4.2000 ตามลำดับ

**แผนภาพที่ 10.126 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการ
โดยรวม (Perception & Satisfaction)**



จากแผนภาพที่ 10.126 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction) อยู่ในระดับมาก โดยทัศนคติที่ดีต่อรายการโดยรวม และความพึงพอใจต่อรายการโดยรวม มีระดับคะแนนเท่ากัน ที่ระดับคะแนน 4.4500

ตารางที่ 10.137 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ

ประเด็นความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
1. ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance)	4.3500	0.4894	พึงพอใจมาก
1.1 เนื้อหารายการมีความสอดคล้องและเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการ เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะเกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสาร 5G	4.3500	0.4894	พึงพอใจมาก
2. ด้านเนื้อหารายการ (Content)	4.4813	0.0876	พึงพอใจมาก
2.1 เนื้อหารายการน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี	4.1500	0.4894	พึงพอใจมาก
2.2 เนื้อหารายการมีความสร้างสรรค์และสร้างความจรรโลงใจให้กับผู้ชม	4.3500	0.4894	พึงพอใจมาก
2.3 เนื้อหารายการมีความกระชับและเข้าใจได้ง่าย	4.4500	0.6863	พึงพอใจมาก
2.4 เนื้อหารายการมีการสอดแทรกแง่คิดที่ดี	4.7000	0.6569	พึงพอใจมากที่สุด
2.5 เนื้อหารายการส่งเสริมการรับรู้ ความเข้าใจ และความตระหนักถึงความสำคัญของเทคโนโลยี 5G	4.5500	0.6048	พึงพอใจมากที่สุด
2.6 เนื้อหารายการส่งเสริมองค์ความรู้เกี่ยวกับการปรับใช้เทคโนโลยีการสื่อสาร 5G ในอุตสาหกรรมต่างๆ เช่น การเกษตร การศึกษา การสื่อสาร เป็นต้น	4.6000	0.6806	พึงพอใจมากที่สุด
2.7 เนื้อหารายการมีการถ่ายทอดองค์ความรู้ และการพัฒนาเทคโนโลยีการสื่อสาร 5G ทั้งในและต่างประเทศ	4.5000	0.5130	พึงพอใจมากที่สุด
2.8 เนื้อหารายการมีคุณค่า คุ่มค่าต่อการรับชม และมีประโยชน์ต่อผู้ชม และสามารถนำความรู้ที่ได้จากรายการไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน	4.5500	0.5104	พึงพอใจมากที่สุด
3. ด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques)	4.4200	0.0884	พึงพอใจมาก
3.1 รูปแบบการนำเสนอรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง	4.1500	0.4894	พึงพอใจมาก
3.2 รูปแบบการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับเนื้อหาที่ต้องการนำเสนอ	4.3000	0.4702	พึงพอใจมาก
3.3 ผู้ดำเนินรายการ (พิธีกร/แขกรับเชิญ/ตัวละคร/บทบรรยาย) ของรายการ มีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี	4.5000	0.6070	พึงพอใจมากที่สุด
3.4 ระยะเวลาการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการ	4.6000	0.6806	พึงพอใจมากที่สุด

ประเด็นความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
3.5 ช่วงเวลาออกอากาศ ผ่านช่องทางสถานีโทรทัศน์มีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการ	4.5500	0.6048	พึงพอใจมากที่สุด
4. ด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques)	4.2500	0.4443	พึงพอใจมาก
4.1 ฉาก ภาพ แสง สี เสียง และกราฟิกที่ปรากฏในรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง	4.2500	0.4443	พึงพอใจมาก
5. ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact)	4.2167	0.0156	พึงพอใจมาก
5.1 ท่านได้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสาร 5G มากขึ้นจากการรับชมรายการ	4.2500	0.5501	พึงพอใจมาก
5.2 รายการมีการส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจในการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีการสื่อสาร 5G ในอุตสาหกรรมต่างๆ	4.2000	0.5231	พึงพอใจมาก
5.3 ท่านสามารถนำข้อมูล หรือความรู้ที่ได้จากการรับชมรายการไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน	4.2000	0.5231	พึงพอใจมาก
6. ทศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction)	4.4500	0.0000	พึงพอใจมาก
6.1 ท่านมีทัศนคติที่ดีต่อรายการโดยรวม	4.4500	0.6048	พึงพอใจมาก
6.2 ท่านมีความพึงพอใจต่อรายการโดยรวม	4.4500	0.6048	พึงพอใจมาก
ภาพรวม	4.3613	0.0439	พึงพอใจมาก

สรุปข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

ตารางที่ 10.138 จำนวนและร้อยละข้อเสนอแนะในการพัฒนาช่องทางการนำเสนอรายการ



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

จากตารางที่ 10.138 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่มีข้อเสนอแนะ เปลี่ยนหรือเพิ่มช่องทางสถานีโทรทัศน์ จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 55.00 รองลงมาคือ เปลี่ยนหรือเพิ่มช่องทางสื่อออนไลน์ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 และไม่เปลี่ยนหรือเพิ่ม เพราะช่องทางนำเสนอรายการในปัจจุบันดีอยู่แล้ว จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 ตามลำดับ

สรุปประเด็นข้อแนะนำเพื่อปรับปรุงหรือพัฒนารายการ

จากผลการสำรวจ พบว่า ในภาพรวมกลุ่มเป้าหมายรายการในกลุ่มภาคใต้ มีระดับความพึงต่อโครงการส่งเสริมการผลิตและออกอากาศเนื้อหารายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ ในระดับดี-ดีมาก โดยมีคะแนนความพึงพอใจที่ 4.4500 คะแนน ซึ่งมีคะแนนเท่ากับคะแนนทัศนคติที่ดี/ความคาดหวัง ซึ่งมีคะแนนอยู่ที่ 4.4500 ทั้งนี้ จากการสัมภาษณ์เชิงลึกเพิ่มเติม กลุ่มเป้าหมายมีข้อเสนอแนะในการพัฒนารายการเพิ่มเติม ดังนี้

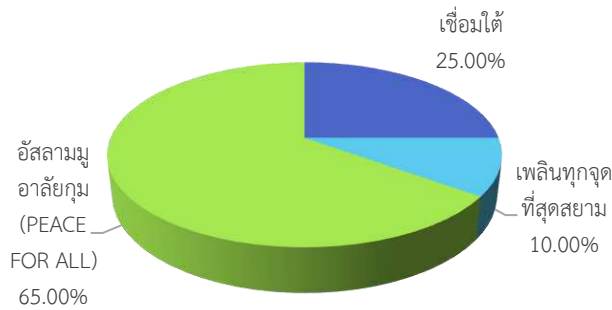
- 1) อยากให้เพิ่มเวลาของรายการให้ยาวขึ้น และควรปรับเนื้อหาให้มีความกระชับ และเน้นเฉพาะใจความสำคัญของเรื่อง เพื่อจะได้ข้อมูลที่ชัดเจนและเข้าใจมากยิ่งขึ้น
- 2) ควรปรับรูปแบบการนำเสนอให้มี ภาพ เสียง และอนิเมชั่น เพื่อดึงดูดความสนใจ รวมถึงการที่รายการมีโฆษณาเยอะเกินไปทำให้การดูหรือฟังข้อมูลไม่สนุก และขาดความต่อเนื่อง
- 3) ควรมีการพูดถึงประโยชน์ของการสื่อสารระบบ 5G ให้มากยิ่งขึ้น

10.3.4.3 โครงการผลิตสารคดีเพื่อส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่จังหวัด ชัยแดนใต้

มีผู้ตอบแบบประเมินโดยกลุ่มตัวแทนจากประชาชน จำนวน 20 ราย ประกอบด้วยข้อมูล ดังนี้

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบประเมิน

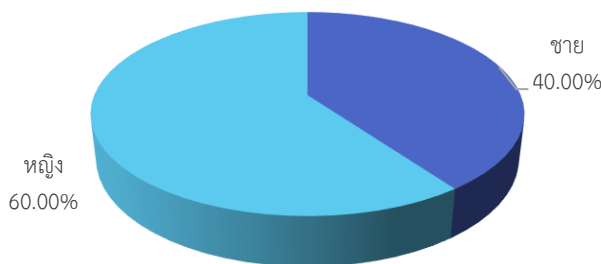
ตารางที่ 10.139 จำนวนและร้อยละของรายการ



ชื่อรายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เชื่อมใต้	5	25.00
เพลินทุกจุดที่ สุดสยาม	2	10.00
อิสลามมุ อาลัยกุม (PEACE FOR ALL)	13	65.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 10.139 ผู้ตอบแบบประเมินได้รับชมรายการ เชื่อมใต้ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 รายการ เพลินทุกจุดที่ สุดสยาม จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 และรายการ อิสลามมุ อาลัยกุม (PEACE FOR ALL) จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 65.00 ตามลำดับ

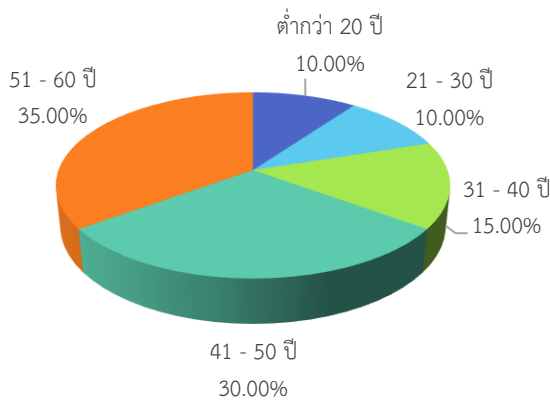
ตารางที่ 10.140 จำนวนและร้อยละของเพศ



เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	8	40.00
หญิง	12	60.00
ไม่ต้องการระบุ	0	0.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 10.140 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 60.00 รองลงมาคือ เพศชาย จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 ตามลำดับ

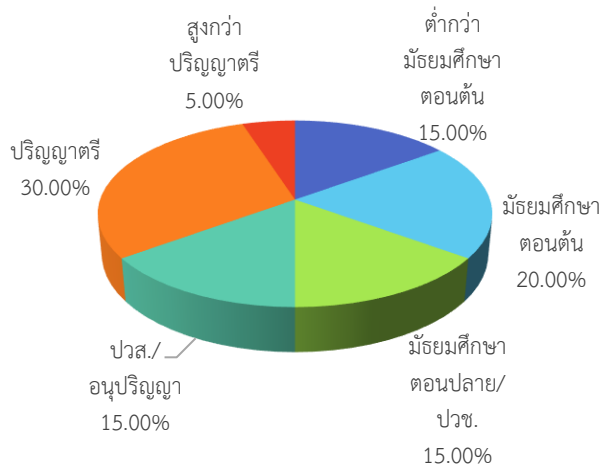
ตารางที่ 10.141 จำนวนและร้อยละของอายุ



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

จากตารางที่ 10.141 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่ อายุ 51 - 60 ปี จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 35.00 รองลงมาคือ อายุ 41 - 50 ปี จำนวน 6 คนคิดเป็นร้อยละ 30.00 อายุ 31 - 40 ปี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 และอายุต่ำกว่า 20 ปี และอายุ 21 - 30 ปี จำนวน 2 คนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 10.00 ตามลำดับ

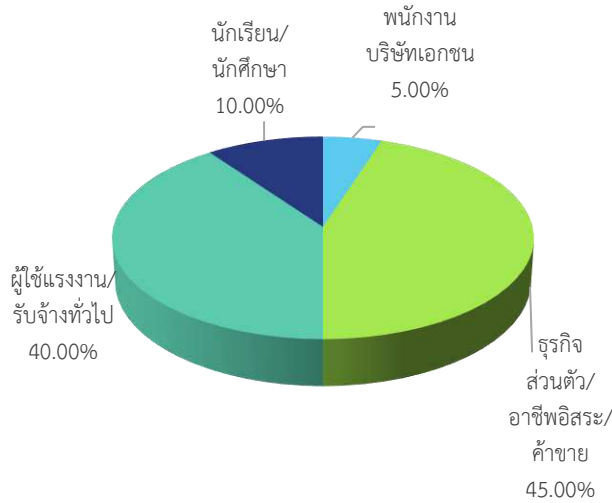
ตารางที่ 10.142 จำนวนและร้อยละของการศึกษา



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

จากตารางที่ 10.142 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 30 รองลงมาคือ ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. และระดับ ปวส./อนุปริญญา จำนวน 3 คนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 15.00 และระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 10.143 จำนวนและร้อยละของอาชีพ



อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ข้าราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	0	0.00
พนักงานบริษัทเอกชน	1	5.00
ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ ค้าขาย	9	45.00
ผู้ใช้แรงงาน/รับจ้างทั่วไป	8	40.00
เกษตรกร/ชาวประมง	0	0.00
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	0	0.00
นักเรียน/นักศึกษา	2	10.00
เกษียณอายุ/ว่างงาน	0	0.00
อื่นๆ	0	0.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 10.143 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 45.00 รองลงมาคือ ผู้ใช้แรงงาน/รับจ้างทั่วไป จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 นักเรียน/นักศึกษา มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 และพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 10.144 จำนวนและร้อยละของจังหวัดที่ท่านอาศัยอยู่ในปัจจุบัน



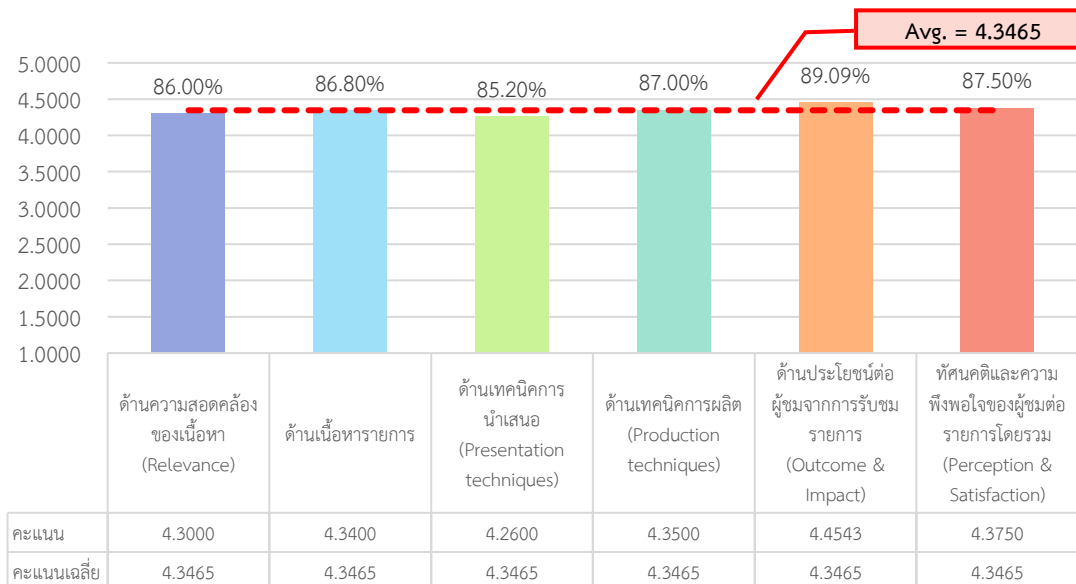
จังหวัดที่อาศัย อยู่ในปัจจุบัน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ภาคเหนือ	0	0.00
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	0	0.00
กรุงเทพฯ และปริมณฑล	0	0.00
ภาคกลาง	0	0.00
ภาคใต้	20	100.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 10.144 ผู้ตอบแบบประเมินทั้งหมดอาศัยอยู่ในจังหวัดของภาคใต้ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00

สรุปผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ

จากการตอบแบบประเมินโดยกลุ่มตัวแทนจากประชาชน จำนวน 20 ราย ในพื้นที่ภาคใต้ มีระดับคะแนนการประเมินคุณภาพรายการทีวีในด้านต่างๆ โดยเฉลี่ย ที่ระดับ 4.3465 โดยมีระดับคะแนนการประเมินคุณภาพรายการทีวีในแต่ละด้าน ดังนี้

แผนภาพที่ 10.127 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ



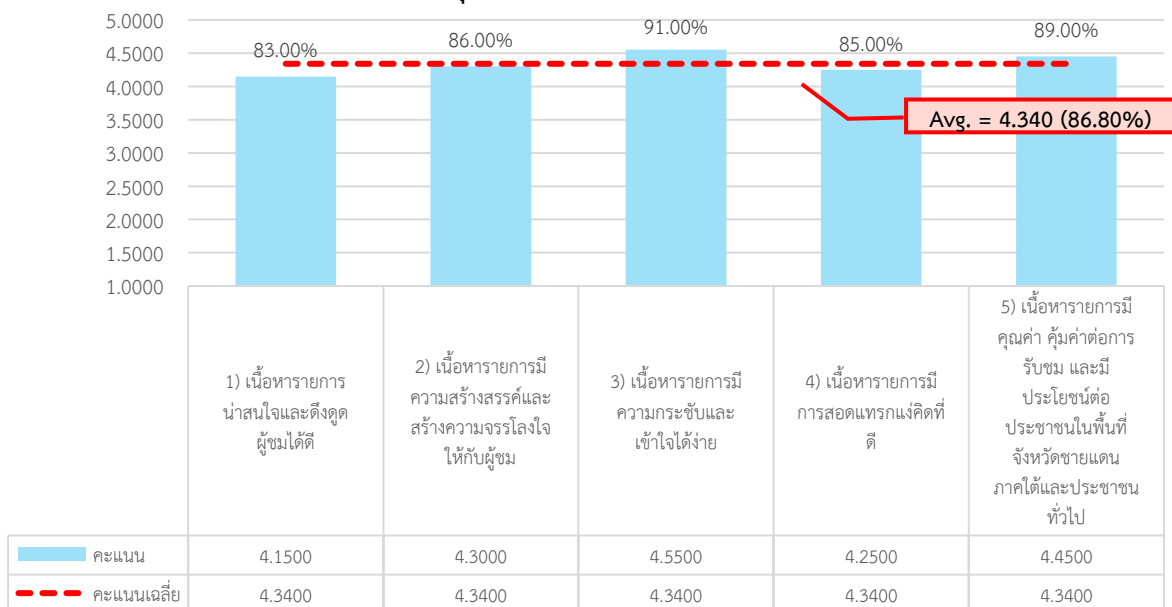
จากแผนภาพที่ 10.127 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีระดับความเชื่อมั่นเท่ากันทุกด้านที่ระดับมาก ทั้งนี้ ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact) มีระดับคะแนนมากที่สุด ที่ระดับ 4.4543 รองลงมาคือ ทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction) มีระดับคะแนนที่ระดับ 4.3750 ด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques) มีระดับคะแนนที่ระดับ 4.3500 ด้านเนื้อหารายการ (Content) มีระดับคะแนนที่ระดับ 4.3400 ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance) มีระดับคะแนนที่ระดับ 4.3000 และด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques) มีระดับคะแนนที่ระดับ 4.2600 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 10.128 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance)



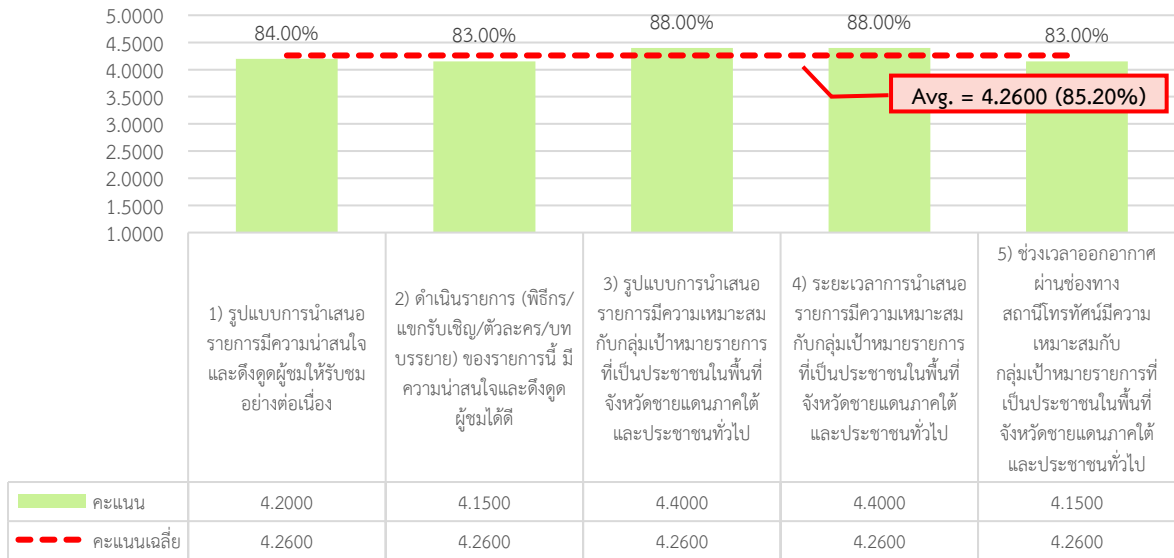
จากแผนภาพที่ 10.128 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance) อยู่ในระดับมาก จากประเด็นเนื้อหารายการมีความสอดคล้องและเหมาะสมกับเป้าหมายรายการ สารคดีเพื่อส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนใต้ ที่ระดับคะแนน 4.3000

แผนภาพที่ 10.129 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเนื้อหารายการ (Content)



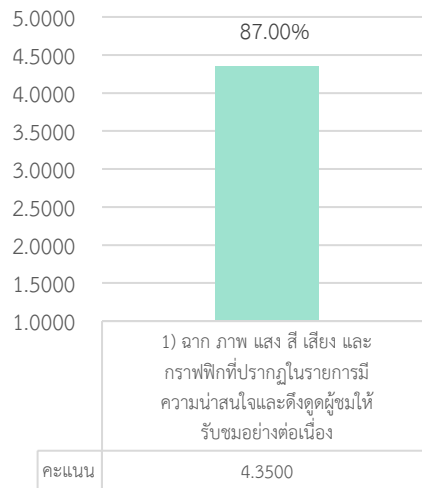
จากแผนภาพที่ 10.129 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเนื้อหารายการ (Content) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยประเด็นเนื้อหารายการมีความกระชับและเข้าใจได้ง่าย มีระดับคะแนนสูงสุด ที่ระดับคะแนน 4.5500 รองลงมาคือ ประเด็นเนื้อหารายการมีคุณค่า คุ่มค่าต่อการรับชม และมีประโยชน์ต่อประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้และประชาชนทั่วไป ที่ระดับคะแนน 4.4500 ประเด็นเนื้อหารายการมีความสร้างสรรค์และสร้างความจรรโลงใจให้กับผู้ชม ที่ระดับคะแนน 4.3000 เนื้อหารายการมีการสอดแทรกแง่คิดที่ดี ที่ระดับคะแนน 4.2500 และประเด็นเนื้อหาการนำเสนอและดึงดูดผู้ชมได้ดี ที่ระดับคะแนน 4.1500 ตามลำดับ

**แผนภาพที่ 10.130 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการนำเสนอ
 (Presentation techniques)**



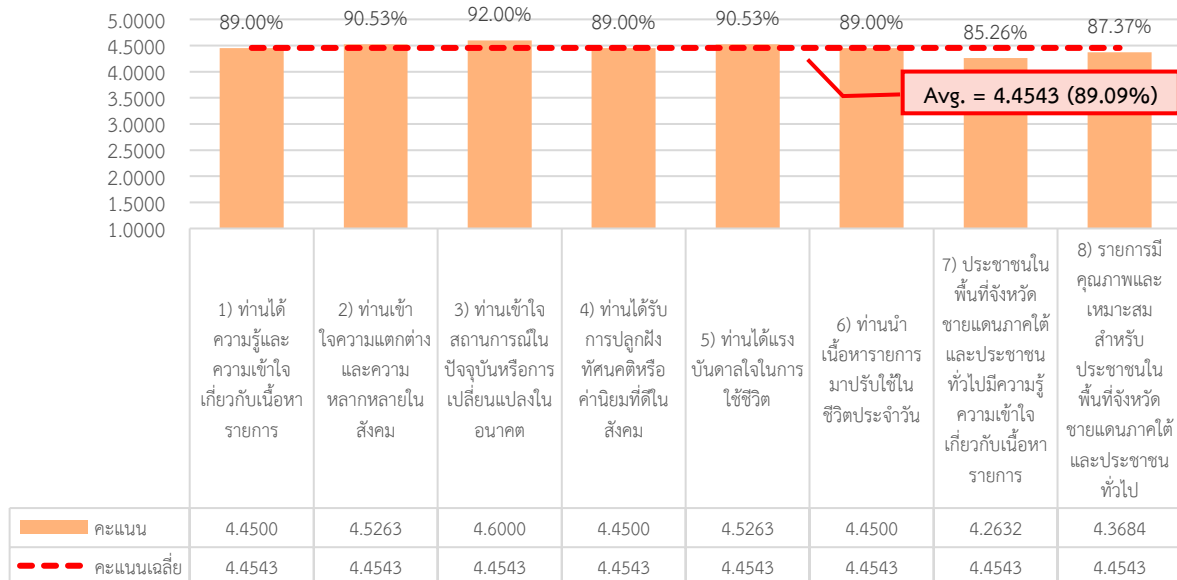
จากแผนภาพที่ 10.130 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยประเด็นรูปแบบการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้และประชาชนทั่วไป และระยะเวลาการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้และประชาชนทั่วไป มีระดับคะแนนสูงที่สุดเท่ากัน ที่ระดับคะแนน 4.4000 ประเด็นรูปแบบการนำเสนอรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง ที่ระดับคะแนน 4.2000 และประเด็นผู้ดำเนินรายการ (พิธีกร/แขกรับเชิญ/ตัวละคร/บทบรรยาย) ของรายการนี้ มีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี และช่วงเวลาออกอากาศผ่านช่องทางสถานีโทรทัศน์มีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้และประชาชนทั่วไป มีระดับคะแนนเท่ากัน ที่ระดับคะแนน 4.1500 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 10.131 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques)



จากแผนภาพที่ 10.131 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques) อยู่ในระดับมาก จากประเด็นฉาก ภาพ แสง สี เสียง และกราฟฟิกที่ปรากฏในรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง ที่ระดับคะแนน 4.3500

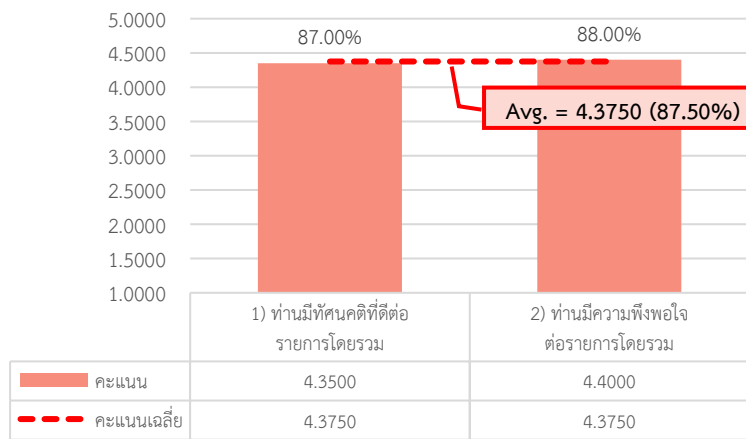
แผนภาพที่ 10.132 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact)



จากแผนภาพที่ 10.132 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยประเด็นท่านเข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต มีระดับคะแนนสูงสุด ที่ระดับคะแนน 4.6000 รองลงมาคือ ประเด็นท่านเข้าใจความแตกต่างและความหลากหลายในสังคม และท่านได้แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต มีระดับคะแนนเท่ากัน ที่ระดับคะแนน 4.5263 ประเด็นท่านได้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหา

รายการ ท่านได้รับการปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม และท่านนำเนื้อหารายการมาปรับใช้ใน
ชีวิตประจำวัน มีระดับคะแนนเท่ากัน ที่ระดับคะแนน 4.4500 ประเด็นรายการมีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับ
ประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้และประชาชนทั่วไป ที่ระดับคะแนน 4.3684 และประเด็นประชาชน
ในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้และประชาชนทั่วไปมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ ที่ระดับคะแนน
4.2632 ตามลำดับ

**แผนภาพที่ 10.133 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการ
โดยรวม (Perception & Satisfaction)**



จากแผนภาพที่ 10.133 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้าน
ทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction) อยู่ในระดับมาก
โดยประเด็นท่านมีความพึงพอใจต่อรายการโดยรวม มีระดับคะแนนสูงสุด ที่ระดับคะแนน 4.4000 รองลงมา
คือ ประเด็นท่านมีทัศนคติที่ดีต่อรายการโดยรวม ที่ระดับคะแนน 4.3500

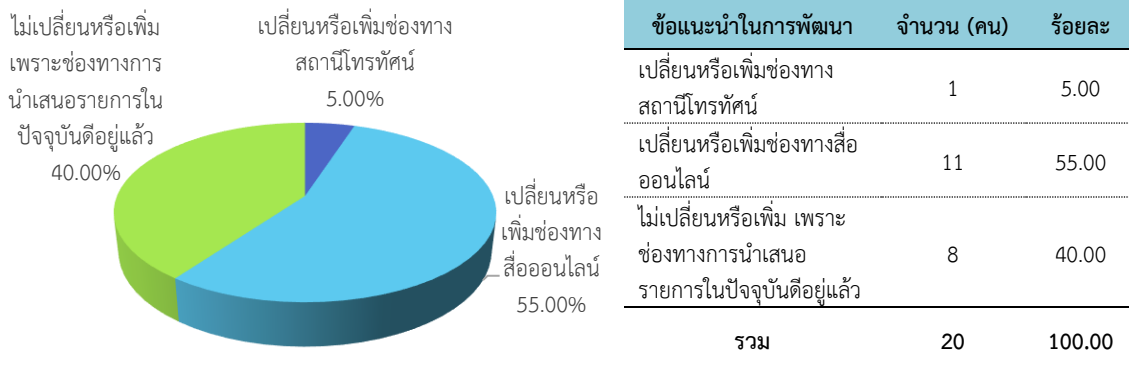
ตารางที่ 10.145 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ

ประเด็นความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
1. ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance)	4.3000	0.5712	พึงพอใจมาก
1.1 เนื้อหารายการมีความสอดคล้องและเหมาะสมกับเป้าหมายรายการ สารคดีเพื่อส่งเสริม การพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนใต้	4.3000	0.5712	พึงพอใจมาก
2. ด้านเนื้อหารายการ (Content)	4.3400	0.0234	พึงพอใจมาก
2.1 เนื้อหารายการน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี	4.1500	0.5871	พึงพอใจมาก
2.2 เนื้อหารายการมีความสร้างสรรค์และสร้างความจรรโลงใจให้กับผู้ชม	4.3000	0.5712	พึงพอใจมาก
2.3 เนื้อหารายการมีความกระชับและเข้าใจได้ง่าย	4.5500	0.6048	พึงพอใจมากที่สุด
2.4 เนื้อหารายการมีการสอดแทรกแง่คิดที่ดี	4.2500	0.5501	พึงพอใจมาก
2.5 เนื้อหารายการมีคุณค่า คุ่มค่าต่อการรับชม และมีประโยชน์ต่อประชาชนในพื้นที่จังหวัด ชายแดนภาคใต้และประชาชนทั่วไป	4.4500	0.6048	พึงพอใจมาก
3. ด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques)	4.3500	0.0962	พึงพอใจมาก
3.1 รูปแบบการนำเสนอรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง	4.4500	0.7678	พึงพอใจมาก
3.2 ดำเนินรายการ (พิธีกร/แขกรับเชิญ/ตัวละคร/บทบรรยาย) ของรายการนี้ มีความ น่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี	4.2500	0.6708	พึงพอใจมาก
3.3 รูปแบบการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชน ในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้และประชาชนทั่วไป	4.6000	0.6806	พึงพอใจมาก

ประเด็นความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
3.4 ระยะเวลาการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้และประชาชนทั่วไป	4.2500	0.5026	พึงพอใจมาก
3.5 ช่วงเวลาออกอากาศ ผ่านช่องทางสถานีโทรทัศน์มีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้และประชาชนทั่วไป	4.2000	0.6708	พึงพอใจมาก
4. ด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques)	4.3500	0.7452	พึงพอใจมาก
4.1 ฉาก ภาพ แสง สี เสียง และกราฟฟิกที่ปรากฏในรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง	4.3500	0.7452	พึงพอใจมาก
5. ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact)	4.4543	0.0496	พึงพอใจมาก
5.1 ท่านได้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	4.4500	0.6048	พึงพอใจมาก
5.2 ท่านเข้าใจความแตกต่างและความหลากหลายในสังคม	4.5263	0.5130	พึงพอใจมากที่สุด
5.3 ท่านเข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต	4.6000	0.5982	พึงพอใจมากที่สุด
5.4 ท่านได้รับการปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม	4.4500	0.6048	พึงพอใจมาก
5.5 ท่านได้แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต	4.5263	0.6118	พึงพอใจมากที่สุด
5.6 ท่านนำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน	4.4500	0.5104	พึงพอใจมาก
5.7 ประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้และประชาชนทั่วไปมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	4.2632	0.6534	พึงพอใจมาก
5.8 รายการมีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้และประชาชนทั่วไป	4.3684	0.5973	พึงพอใจมาก
6. ทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction)	4.3750	0.0057	พึงพอใจมาก
6.1 ท่านมีทัศนคติที่ดีต่อรายการโดยรวม	4.3500	0.8127	พึงพอใจมาก
6.2 ท่านมีความพึงพอใจต่อรายการโดยรวม	4.4000	0.8208	พึงพอใจมาก
ภาพรวม	4.3465	0.3235	พึงพอใจมาก

สรุปข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

ตารางที่ 10.146 จำนวนและร้อยละข้อแนะนำในการพัฒนาช่องทางการนำเสนอรายการ



จากตารางที่ 10.146 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่มีข้อแนะนำ เปลี่ยนหรือเพิ่มช่องทางสื่อออนไลน์ จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 55.00 รองลงมาคือ ไม่เปลี่ยนหรือเพิ่ม เพราะช่องทางการนำเสนอรายการในปัจจุบันดีอยู่แล้ว จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 และเปลี่ยนหรือเพิ่มช่องทางสถานีโทรทัศน์ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

สรุปประเด็นข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงหรือพัฒนารายการ

จากผลการสำรวจ พบว่า ในภาพรวมกลุ่มเป้าหมายรายการในกลุ่มภาคใต้ มีระดับความพึงพอใจต่อโครงการผลิตสารคดีเพื่อส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนใต้ ในระดับดี-ดีมาก โดยมีคะแนนความพึงพอใจที่ 4.4000 คะแนน ซึ่งมีคะแนนสูงกว่าคะแนนทัศนคติที่ดี/ความคาดหวัง ซึ่งมีคะแนนอยู่ที่ 4.3500 ทั้งนี้ จากการสัมภาษณ์เชิงลึกเพิ่มเติม กลุ่มเป้าหมายมีข้อเสนอแนะในการพัฒนารายการเพิ่มเติม ดังนี้

- 1) ควรเพิ่มช่องทางสื่อออนไลน์ให้มากขึ้น
- 2) ควรปรับเนื้อหารายการ มีการให้ความรู้เพิ่มเติมจากวิทยากรที่มีความรู้และความเชี่ยวชาญ และเพิ่มเนื้อหาสารคดีที่เกี่ยวกับชุมชนให้มากขึ้น
- 3) ควรปรับระยะเวลาของรายการให้เหมาะสม และมีความกระชับเพื่อเพิ่มความน่าสนใจของรายการให้มากขึ้น
- 4) ควรมีการเพิ่มเนื้อหาในรูปแบบสารคดีลงสู่ห้องเรียนหรือสู่กิจกรรมของนักเรียน เพื่อให้เด็กและเยาวชน ได้เรียนรู้และนำไปปรับใช้ในชีวิตประจำวัน

10.3.4.4 โครงการรณรงค์สร้างความรู้เพื่อยับยั้งและรู้เท่าทันข่าวปลอม (Stop Fake News)

มีผู้ตอบแบบประเมินโดยกลุ่มตัวแทนจากประชาชน จำนวน 20 ราย ประกอบด้วยข้อมูล ดังนี้

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบประเมิน

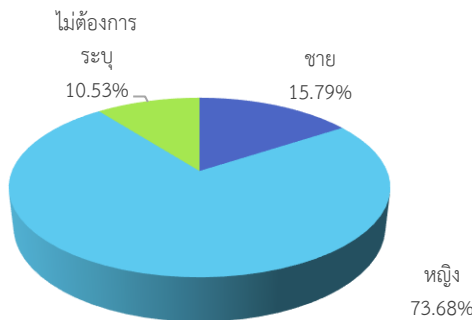
ตารางที่ 10.147 จำนวนและร้อยละของรายการ



ชื่อรายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
Stop Fake Spread Fact	19	100.00
รวม	19	100.00

จากตารางที่ 10.147 ผู้ตอบแบบประเมินได้รับชมรายการ Stop Fake Spread Fact จำนวน 19 คนคิดเป็นร้อยละ 100.00

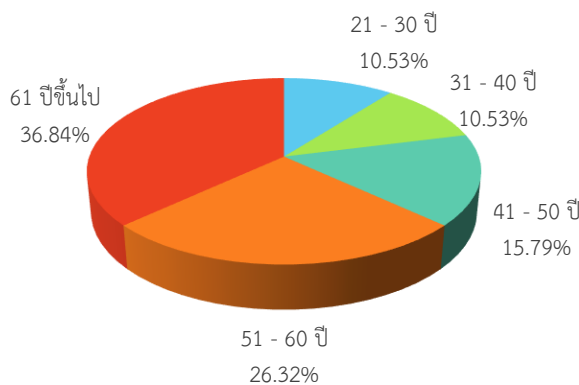
ตารางที่ 10.148 จำนวนและร้อยละของเพศ



เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	3	15.79
หญิง	14	73.68
ไม่ต้องการระบุ	2	10.53
รวม	19	100.00

จากตารางที่ 10.148 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 73.68 รองลงมาคือ เพศชาย จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15.79 และไม่ต้องการระบุ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.53 ตามลำดับ

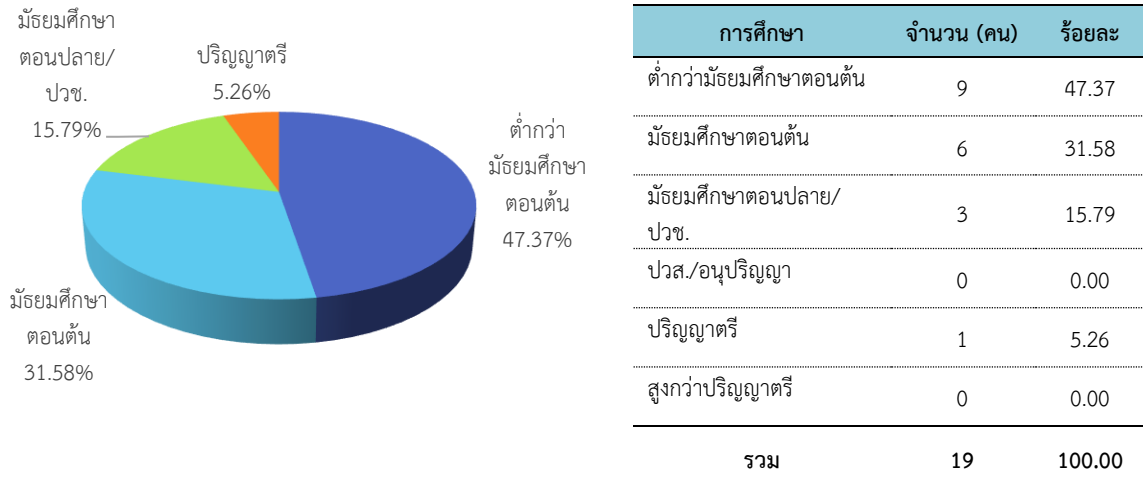
ตารางที่ 10.149 จำนวนและร้อยละของอายุ



อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	0	0.00
21 - 30 ปี	2	10.53
31 - 40 ปี	2	10.53
41 - 50 ปี	3	15.79
51 - 60 ปี	5	26.32
61 ปีขึ้นไป	7	36.84
รวม	19	100.00

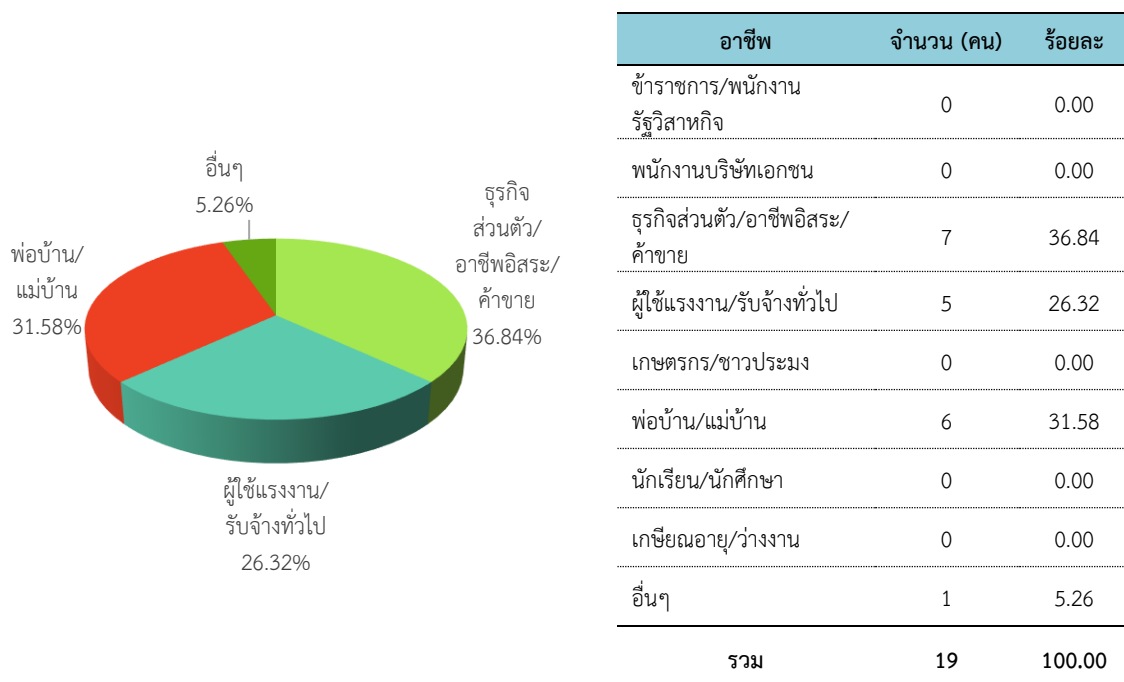
จากตารางที่ 10.149 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่มีอายุ 61 ปีขึ้นไป จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 36.84 รองลงมาคือ อายุ 51 - 60 ปี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 26.32 อายุ 41 - 50 ปี จำนวน 3 คน เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 15.79 และอายุ 21 - 30 ปี และ อายุ 31 - 40 ปี จำนวน 2 คนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 10.53 ตามลำดับ

ตารางที่ 10.150 จำนวนและร้อยละของการศึกษา



จากตารางที่ 10.150 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 47.37 รองลงมาคือ ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 31.58 ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15.79 และระดับปริญญาตรี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.26 ตามลำดับ

ตารางที่ 10.151 จำนวนและร้อยละของอาชีพ



จากตารางที่ 10.151 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 36.84 รองลงมาคือ อาชีพพ่อบ้าน/แม่บ้าน จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 31.58 อาชีพผู้ใช้แรงงาน/รับจ้างทั่วไป จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 26.32 และอื่นๆ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.26 ตามลำดับ

ตารางที่ 10.152 จำนวนและร้อยละของจังหวัดที่ท่านอาศัยอยู่ในปัจจุบัน



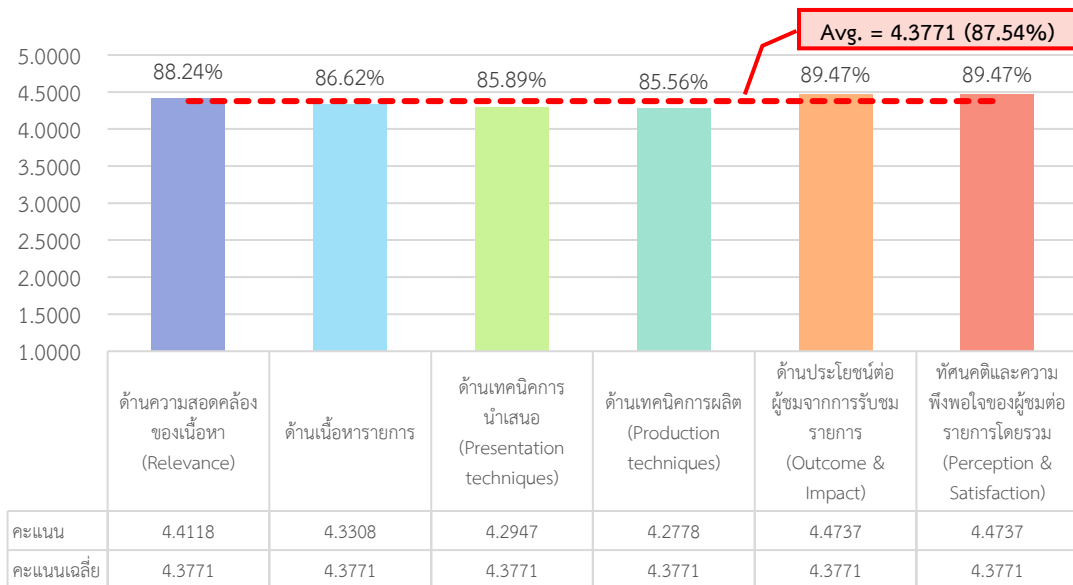
จังหวัดที่อาศัยอยู่ในปัจจุบัน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ภาคเหนือ	0	0.00
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	0	0.00
กรุงเทพฯ และปริมณฑล	0	0.00
ภาคกลาง	0	0.00
ภาคใต้	19	100.00
รวม	19	100.00

จากตารางที่ 10.152 ผู้ตอบแบบประเมินทั้งหมดอาศัยอยู่ในจังหวัดของภาคใต้ จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00

สรุปผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ

จากการตอบแบบประเมินโดยกลุ่มตัวแทนจากประชาชน จำนวน 19 ราย ในพื้นที่ภาคใต้ มีระดับคะแนนการประเมินคุณภาพรายการทีวีในด้านต่างๆ โดยเฉลี่ย ที่ระดับ 4.3771 โดยมีระดับคะแนนการประเมินคุณภาพรายการทีวีในแต่ละด้าน ดังนี้

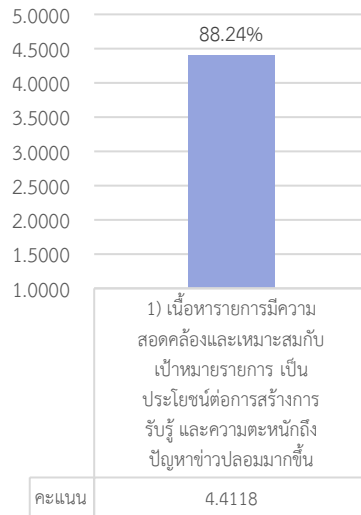
แผนภาพที่ 10.134 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ



จากแผนภาพที่ 10.134 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีระดับความเชื่อมั่นเท่ากันทุกด้านที่ระดับมาก ทั้งนี้ ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact) และทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction) มีระดับคะแนน

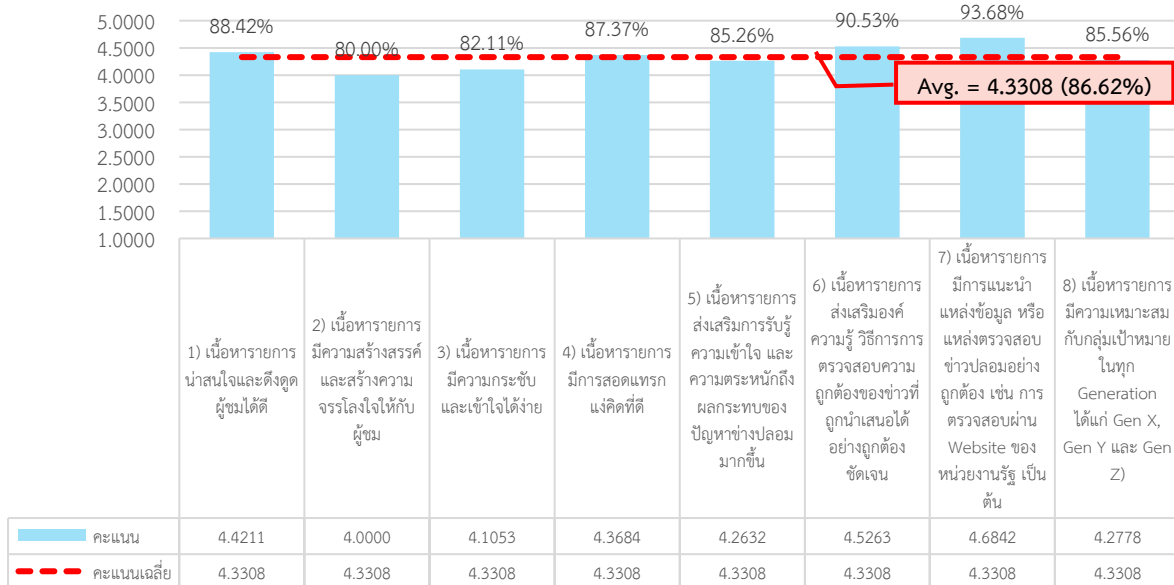
สูงสุดเท่ากัน ที่ระดับ 4.4737 รองลงมาคือ ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance) ที่ระดับคะแนน 4.4118 ด้านเนื้อหารายการ (Content) ที่ระดับคะแนน 4.3308 ด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques) ที่ระดับคะแนน 4.2947 และด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques) ที่ระดับคะแนน 4.2778 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 10.135 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance)



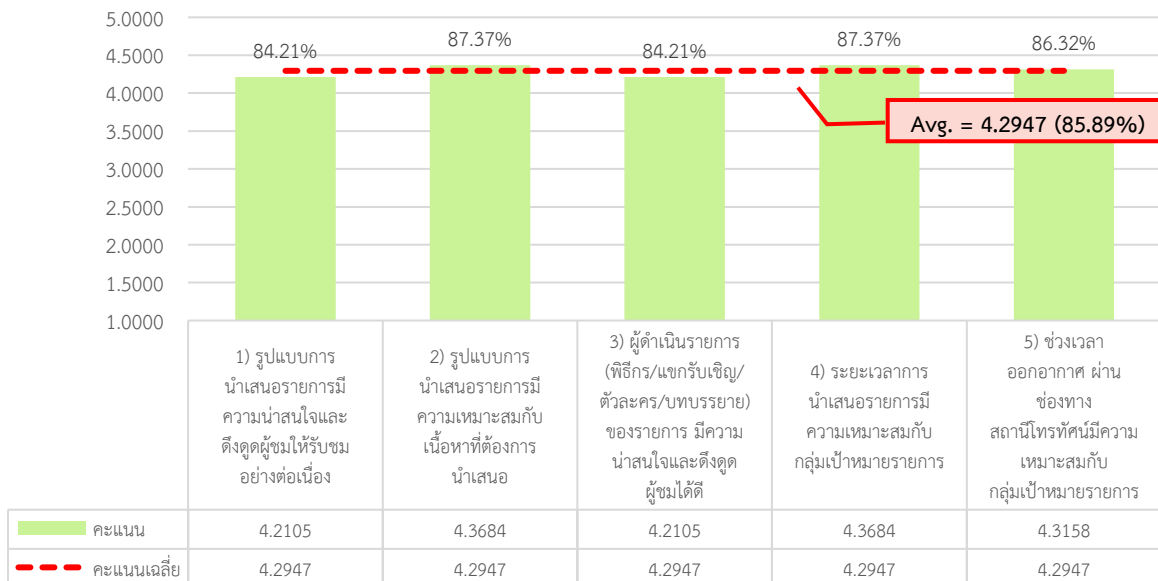
จากแผนภาพที่ 10.135 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance) อยู่ในระดับมาก จากประเด็นเนื้อหารายการมีความสอดคล้องและเหมาะสมกับเป้าหมายรายการ เป็นประโยชน์ต่อการสร้างการรับรู้ และความตระหนักถึงปัญหาข่าวปลอมมากขึ้น ที่ระดับคะแนน 4.4118

แผนภาพที่ 10.136 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเนื้อหารายการ (Content)



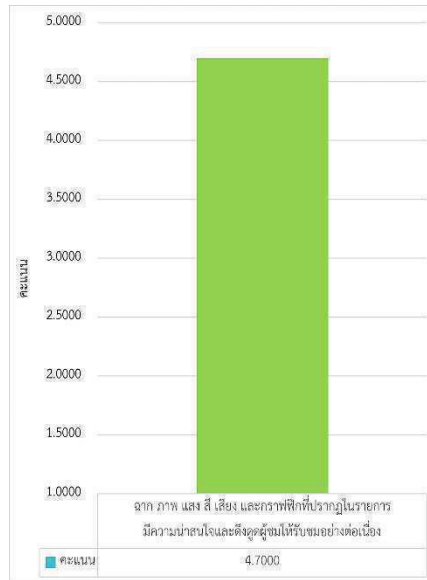
จากแผนภาพที่ 10.136 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้าน เนื้อหารายการ (Content) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยประเด็นเนื้อหารายการมีการแนะนำแหล่งข้อมูล หรือแหล่งตรวจสอบข่าวปลอมอย่างถูกต้อง เช่น การตรวจสอบผ่าน Website ของหน่วยงานรัฐ เป็นต้น มีระดับคะแนนสูงสุด ที่ระดับ 4.6842 รองลงมาคือ ประเด็นเนื้อหารายการส่งเสริมองค์ความรู้ วิธีการการ ตรวจสอบความถูกต้องของข่าวที่ถูกนำเสนอได้อย่างถูกต้อง ชัดเจน ที่ระดับคะแนน 4.5263 ประเด็นเนื้อหา รายการน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี ที่ระดับคะแนน 4.4211 ประเด็นเนื้อหารายการมีการสอดแทรกแง่คิดที่ดี ที่ระดับคะแนน 4.3684 ประเด็นเนื้อหารายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายในทุก Generation ได้แก่ Gen X, Gen Y และ Gen Z ที่ระดับคะแนน 4.2778 ประเด็น เนื้อหารายการส่งเสริมการรับรู้ ความเข้าใจ และความตระหนักถึงผลกระทบของปัญหาข้างปลอมมากขึ้น ที่ระดับคะแนน 4.2632 ประเด็นเนื้อหารายการ มีความกระชับและเข้าใจได้ง่าย ที่ระดับคะแนน 4.1053 และประเด็นเนื้อหารายการมีความสร้างสรรค์และ สร้างความจรรโลงใจให้กับผู้ชม มีระดับคะแนนเท่ากัน ที่ระดับ 4.0000 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 10.137 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques)



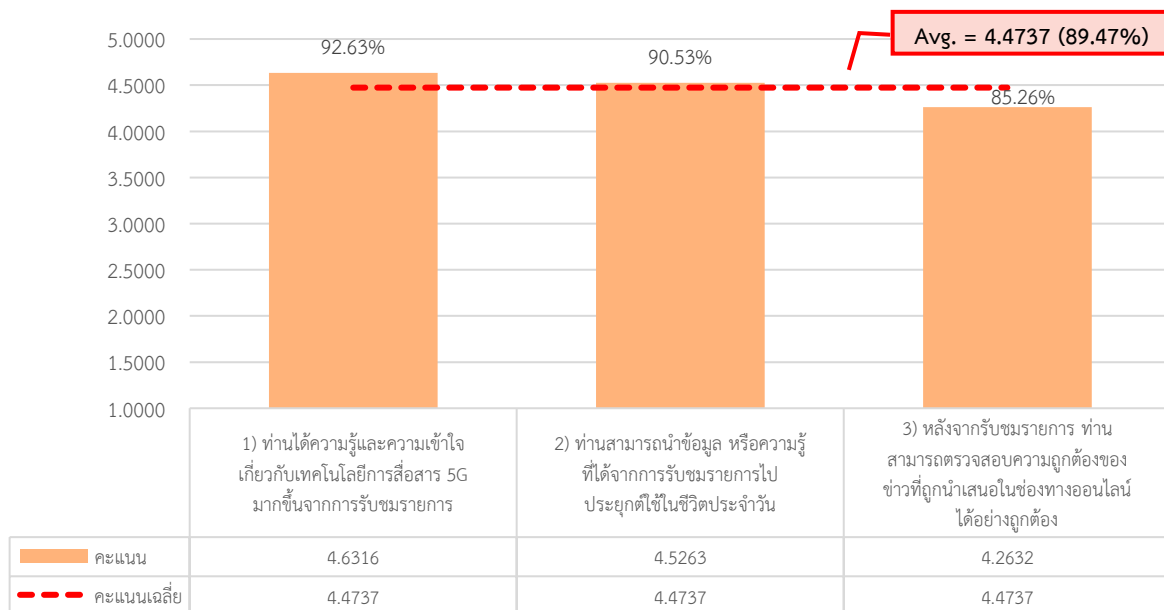
จากแผนภาพที่ 10.137 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชม ในด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยประเด็นรูปแบบ การนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับเนื้อหาที่ต้องการนำเสนอ และระยะเวลาการนำเสนอรายการมีความ เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการ มีระดับคะแนนสูงสุดเท่ากัน ที่ระดับคะแนน 4.3684 รองลงมาคือ ประเด็น ช่วงเวลาออกอากาศ ผ่านช่องทางสถานีโทรทัศน์มีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการ ที่ระดับคะแนน 4.3158 และประเด็นรูปแบบการนำเสนอรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง และ ดำเนินรายการ (พิธีกร/แขกรับเชิญ/ตัวละคร/บทบรรยาย) ของรายการ มีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชม ได้ดี มีระดับคะแนนเท่ากัน ที่ระดับ 4.2105 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 10.138 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques)



จากแผนภาพที่ 10.138 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques) อยู่ในระดับมาก จากประเด็นจาก ภาพ แสง สี เสียง และกราฟที่ปรากฏในรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง ที่ระดับคะแนน 4.2778

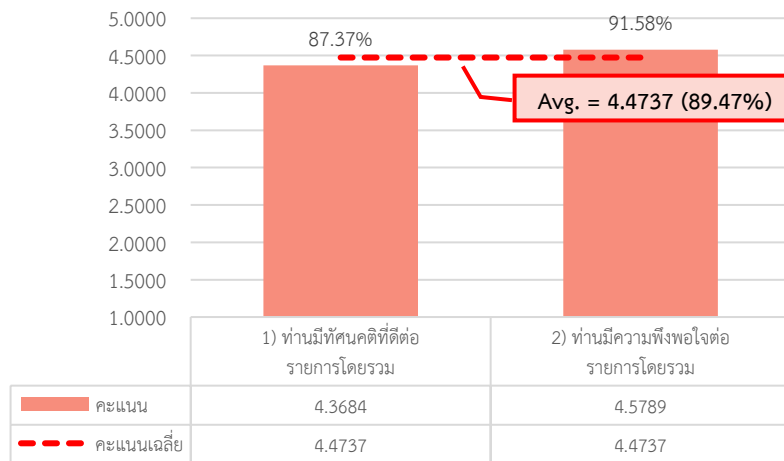
แผนภาพที่ 10.139 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact)



จากแผนภาพที่ 10.139 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยประเด็นท่านได้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสาร 5G มากขึ้นจากการรับชมรายการ มีระดับคะแนนสูงสุด ที่ระดับ 4.6316 รองลงมาคือ ประเด็นท่านได้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสาร 5G

มากขึ้นจากการรับชมรายการ ที่ระดับคะแนน 4.5263 และประเด็นหลังจากรับชมรายการ ท่านสามารถตรวจสอบความถูกต้องของข่าวที่ถูกนำเสนอในช่องทางออนไลน์ได้อย่างถูกต้อง ที่ระดับคะแนน 4.2632 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 10.140 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการ โดยรวม (Perception & Satisfaction)



จากแผนภาพที่ 10.140 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction) อยู่ในระดับมาก โดยท่านมีความพึงพอใจต่อรายการโดยรวม มีระดับคะแนนสูงสุด ที่ระดับ 4.5789 และประเด็นท่านมีทัศนคติที่ดีต่อรายการโดยรวม ที่ระดับคะแนน 4.3684

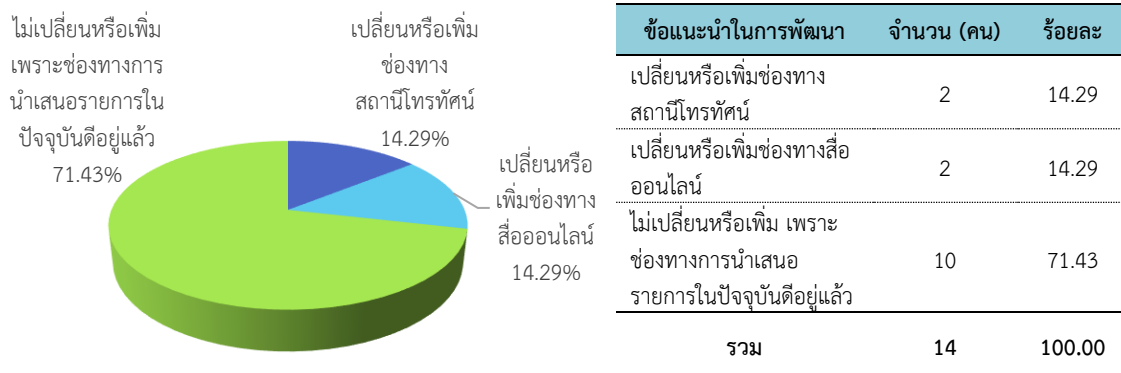
ตารางที่ 10.153 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ

ประเด็นความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
1. ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance)	4.4118	0.5073	พึงพอใจมาก
1.1 เนื้อหารายการมีความสอดคล้องและเหมาะสมกับเป้าหมายรายการ เป็นประโยชน์ต่อการสร้างการรับรู้ และความตระหนักถึงปัญหาข่าวปลอมมากขึ้น	4.4118	0.5073	พึงพอใจมาก
2. ด้านเนื้อหารายการ (Content)	4.3308	0.1037	พึงพอใจมาก
2.1 เนื้อหารายการน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี	4.4211	0.7685	พึงพอใจมาก
2.2 เนื้อหารายการมีความสร้างสรรค์และสร้างความจรรโลงใจให้กับผู้ชม	4.0000	0.6667	พึงพอใจมาก
2.3 เนื้อหารายการมีความกระชับและเข้าใจได้ง่าย	4.1053	0.7375	พึงพอใจมาก
2.4 เนื้อหารายการมีการสอดแทรกแง่คิดที่ดี	4.3684	0.5973	พึงพอใจมาก
2.5 เนื้อหารายการส่งเสริมการรับรู้ ความเข้าใจ และความตระหนักถึงผลกระทบของปัญหาข่าวปลอมมากขึ้น	4.2632	0.8057	พึงพอใจมาก
2.6 เนื้อหารายการส่งเสริมองค์ความรู้ วิธีการตรวจสอบความถูกต้องของข่าวที่ถูกนำเสนอได้อย่างถูกต้อง ชัดเจน	4.5263	0.6967	พึงพอใจมากที่สุด
2.7 เนื้อหารายการมีการแนะนำแหล่งข้อมูล หรือแหล่งตรวจสอบข่าวปลอมอย่างถูกต้อง เช่น การตรวจสอบผ่าน Website ของหน่วยงานรัฐ เป็นต้น	4.6842	0.4776	พึงพอใจมากที่สุด
2.8 เนื้อหารายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายในทุก Generation ได้แก่ Gen X, Gen Y และ Gen Z	4.2778	0.6691	พึงพอใจมาก
3. ด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques)	4.2947	0.0270	พึงพอใจมาก
3.1 รูปแบบการนำเสนอรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง	4.2105	0.7133	พึงพอใจมาก
3.2 รูปแบบการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับเนื้อหาที่ต้องการนำเสนอ	4.3684	0.6840	พึงพอใจมาก

ประเด็นความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
3.3 ผู้ดำเนินรายการ (พิธีกร/แขกรับเชิญ/ตัวละคร/บทบรรยาย) ของรายการ มีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี	4.2105	0.7133	พึงพอใจมาก
3.4 ระยะเวลาการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการ	4.3684	0.6840	พึงพอใจมาก
3.5 ช่วงเวลาออกอากาศ ผ่านช่องทางสถานีโทรทัศน์มีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการ	4.3158	0.7493	พึงพอใจมาก
4. ด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques)	4.2778	0.7519	พึงพอใจมาก
4.1 ฉาก ภาพ แสง สี เสียง และกราฟิกที่ปรากฏในรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง	4.2778	0.7519	พึงพอใจมาก
5. ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact)	4.4737	0.1058	พึงพอใจมาก
5.1 ท่านได้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสาร 5G มากขึ้นจากการรับชมรายการ	4.6316	0.4956	พึงพอใจมากที่สุด
5.2 ท่านสามารถนำข้อมูล หรือความรู้ที่ได้จากการรับชมรายการไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน	4.5263	0.6967	พึงพอใจมากที่สุด
5.3 หลังจากรับชมรายการ ท่านสามารถตรวจสอบความถูกต้องของข่าวที่ถูกนำเสนอในช่องทางออนไลน์ได้อย่างถูกต้อง	4.2632	0.6534	พึงพอใจมาก
6. ทศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction)	4.4737	0.0636	พึงพอใจมาก
6.1 ท่านมีทัศนคติที่ดีต่อรายการโดยรวม	4.3684	0.5973	พึงพอใจมาก
6.2 ท่านมีความพึงพอใจต่อรายการโดยรวม	4.5789	0.5073	พึงพอใจมากที่สุด
ภาพรวม	4.3771	0.2981	พึงพอใจมากที่สุด

สรุปข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

ตารางที่ 10.154 จำนวนและร้อยละข้อแนะนำในการพัฒนาช่องทางการนำเสนอรายการ



จากตารางที่ 10.154 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่มีข้อแนะนำ ไม่เปลี่ยนหรือเพิ่ม เพราะช่องทางการนำเสนอรายการในปัจจุบันดีอยู่แล้ว จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 71.43 รองลงมาคือ เปลี่ยนหรือเพิ่มช่องทางสื่อออนไลน์ และเปลี่ยนหรือเพิ่มช่องทางสถานีโทรทัศน์ จำนวน 2 คนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 14.29 ตามลำดับ

สรุปประเด็นข้อแนะนำเพื่อปรับปรุงหรือพัฒนารายการ

จากผลการสำรวจ พบว่า ในภาพรวมกลุ่มเป้าหมายรายการในกลุ่มภาคใต้ มีระดับความพึงพอใจต่อโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อ ในระดับดี-ดีมาก โดยมีคะแนนความพึงพอใจที่ 4.6500 คะแนน ซึ่งมีคะแนนเท่ากับคะแนนทัศนคติที่ดี/ความคาดหวัง ทั้งนี้ จากการสัมภาษณ์เชิงลึกเพิ่มเติม กลุ่มเป้าหมายมีข้อเสนอแนะในการพัฒนารายการเพิ่มเติม ดังนี้

- 1) ควรมีการปรับภาษาที่ใช้ในการสื่อสารเพื่อให้ฟังง่ายและเข้าใจได้ไม่ซับซ้อน เช่น การใช้ภาษาอังกฤษบางคำ อาจทำให้เกิดการรับความรู้ความเข้าใจที่แตกต่างกันระหว่างชาวบ้านกับนักวิชาการ
- 2) อยากให้มีการตรวจสอบข่าวปลอมมากขึ้น เพราะปัจจุบันข่าวปลอมเยอะมากแต่ผู้สูงวัยไม่สามารถเข้าถึงข้อมูลได้
- 3) เพิ่มช่องทางการนำเสนอข้อมูลให้มากขึ้น โดยเฉพาะสื่อที่นำเสนอผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น YouTube TikTok Facebook ซึ่งสื่อออนไลน์ที่เข้าถึงประชาชนมากขึ้นรวมถึงการเผยแพร่ในช่วงเวลาที่เหมาะสม เพื่อที่ประชาชนทั่วไปสามารถนำสื่อที่ได้รับชมนำมาประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ได้มากที่สุด
- 4) เนื้อหาควรมีความกระชับ เข้าใจง่าย รวมถึงให้ความรู้กับเด็กและเยาวชน ในการรับข้อมูลข่าวสารต่างๆ ในสถานการศึกษา เพื่อจะได้นำความรู้ที่ได้รับไปใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด
- 5) อยากให้มุ่งเน้นข้อมูลเกี่ยวกับการซื้อของออนไลน์ให้มากขึ้น

10.3.4.5 โครงการการผลิตรายการเพื่อส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจของคนพิการและประชาชนเกี่ยวกับการส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิคนพิการในการเข้าถึงหรือรับรู้และใช้ประโยชน์จากกิจการโทรทัศน์

มีผู้ตอบแบบประเมินโดยกลุ่มตัวแทนคนพิการและผู้ที่เกี่ยวข้องกับคนพิการ จำนวน 23 ราย ประกอบด้วยข้อมูล ดังนี้

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบประเมิน

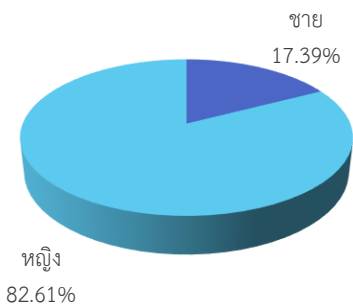
ตารางที่ 10.155 จำนวนและร้อยละของรายการ



ชื่อรายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพื่อนกันคนพันธุ์ D	23	100.00
รวม	23	100.00

จากตารางที่ 10.155 ผู้ตอบแบบประเมินได้รับชมรายการ เพื่อนกันคนพันธุ์ D จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00

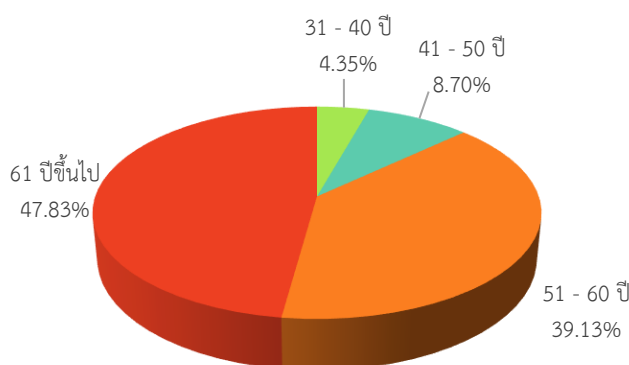
ตารางที่ 10.156 จำนวนและร้อยละของเพศ



เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	4	17.39
หญิง	19	82.61
ไม่ต้องการระบุ	0	0.00
รวม	23	100.00

จากตารางที่ 10.156 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 82.61 รองลงมาคือ เพศชาย จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 17.39 ตามลำดับ

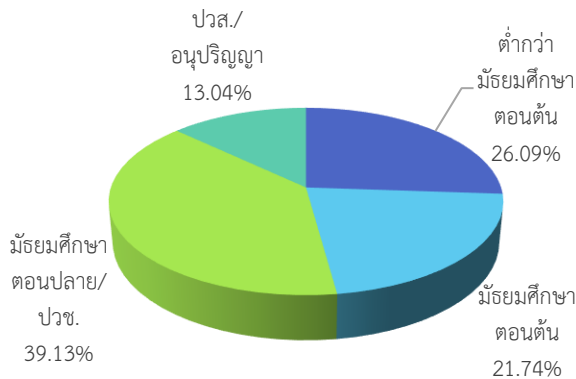
ตารางที่ 10.157 จำนวนและร้อยละของอายุ



อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	0	0.00
21 - 30 ปี	0	0.00
31 - 40 ปี	1	4.35
41 - 50 ปี	2	8.70
51 - 60 ปี	9	39.13
61 ปีขึ้นไป	11	47.83
รวม	23	100.00

จากตารางที่ 10.157 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่อายุ 61 ปีขึ้นไป จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 47.83 รองลงมาคืออายุ 51 - 60 ปี จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 39.13 อายุ 41 - 50 ปี จำนวน 2 คน เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 8.70 และอายุ 31 - 40 ปี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 4.35 ตามลำดับ

ตารางที่ 10.158 จำนวนและร้อยละของการศึกษา



การศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	6	26.09
มัธยมศึกษาตอนต้น	5	21.74
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	9	39.13
ปวส./อนุปริญญา	3	13.04
ปริญญาตรี	0	0.00
สูงกว่าปริญญาตรี	0	0.00
รวม	23	100.00

จากตารางที่ 10.158 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. จำนวน 9 คน เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 39.13 รองลงมาคือ ระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 26.09 ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 21.74 และระดับปวส./อนุปริญญา จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 13.04 ตามลำดับ

ตารางที่ 10.159 จำนวนและร้อยละของอาชีพ



อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	0	0.00
พนักงานบริษัทเอกชน	0	0.00
ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย	14	60.87
ผู้ใช้แรงงาน/รับจ้างทั่วไป	3	13.04
เกษตรกร/ชาวประมง	0	0.00
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	6	26.09
นักเรียน/นักศึกษา	0	0.00
เกษียณอายุ/ว่างงาน	0	0.00
อื่นๆ	0	0.00
รวม	23	100.00

จากตารางที่ 10.159 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 60.87 รองลงมาคือ อาชีพพ่อบ้าน/แม่บ้าน จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 26.09 และ อาชีพผู้ใช้แรงงาน/รับจ้างทั่วไป จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 13.04 ตามลำดับ

ตารางที่ 10.160 จำนวนและร้อยละของจังหวัดที่ท่านอาศัยอยู่ในปัจจุบัน



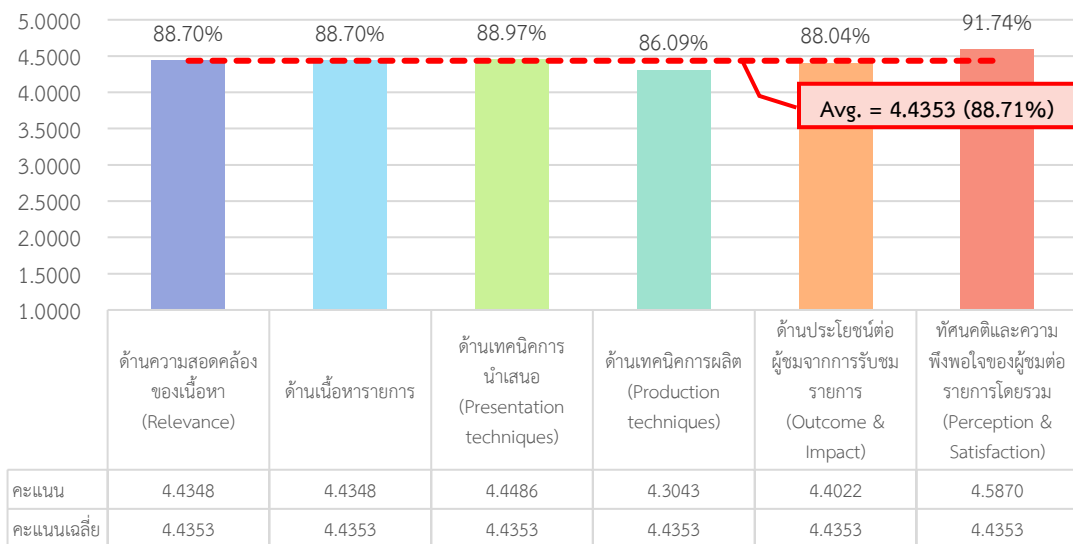
จังหวัดที่อาศัยอยู่ในปัจจุบัน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ภาคเหนือ	0	0.00
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	0	0.00
กรุงเทพฯ และปริมณฑล	0	0.00
ภาคกลาง	0	0.00
ภาคใต้	23	100.00
รวม	23	100.00

จากตารางที่ 10.160 ผู้ตอบแบบประเมินทั้งหมดอาศัยอยู่ในจังหวัดของภาคใต้ จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00

สรุปผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ

จากการตอบแบบประเมินโดยกลุ่มตัวแทนคนพิการและผู้ที่เกี่ยวข้องกับคนพิการ จำนวน 23 ราย ในพื้นที่ภาคใต้มีระดับคะแนนการประเมินคุณภาพรายการทีวีในด้านต่างๆ โดยเฉลี่ย ที่ระดับ 4.4353 โดยมีผลคะแนนการประเมินคุณภาพรายการทีวีในแต่ละด้าน ดังนี้

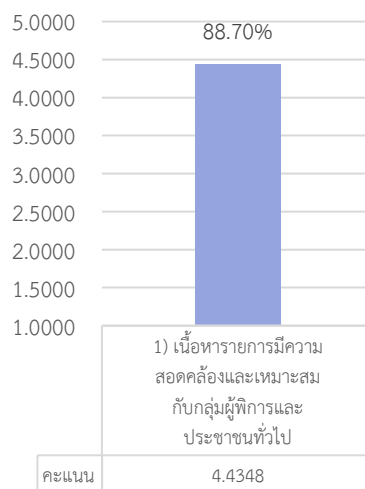
แผนภาพที่ 10.141 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ



จากแผนภาพที่ 10.141 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction) มีระดับความเชื่อมั่นอยู่ในระดับมากที่สุด สำหรับด้านอื่นๆ มีระดับความเชื่อมั่นเท่ากัน อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ ด้านทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction) มีระดับคะแนนสูงที่สุด ที่ระดับ 4.5870 รองลงมาคือ ด้านเทคนิคการ

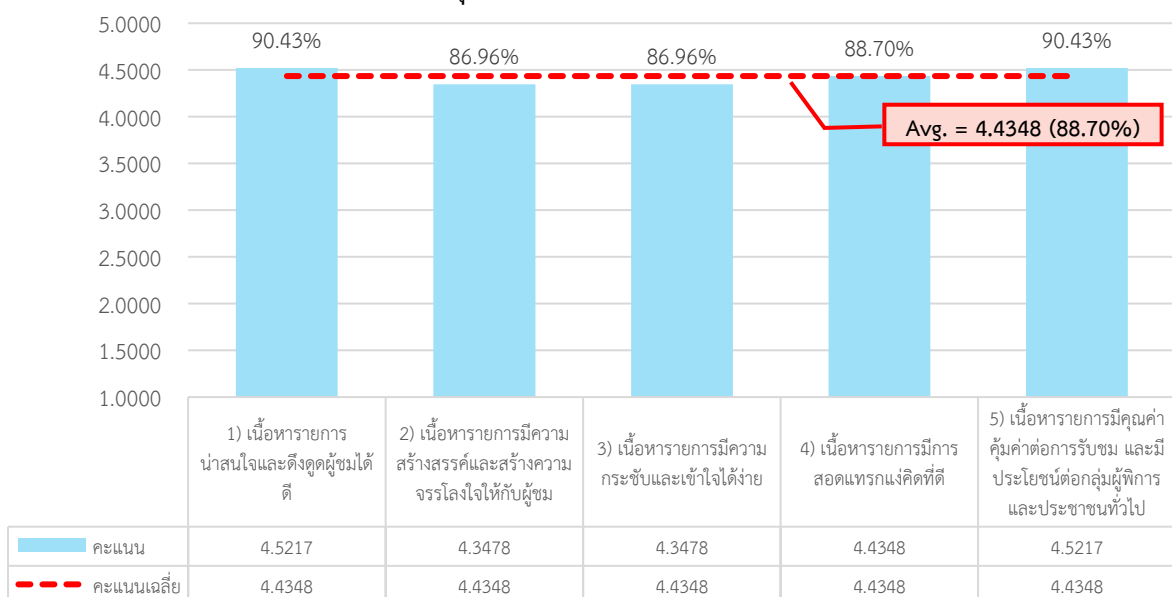
นำเสนอ (Presentation techniques) ที่ระดับคะแนน 4.4486 ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance) และด้านเนื้อหารายการ (Content) มีระดับคะแนนเท่ากัน ที่ระดับคะแนน 4.4348 ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact) ที่ระดับคะแนน 4.4022 และด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques) ที่ระดับคะแนน 4.3043 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 10.142 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance)



จากแผนภาพที่ 10.142 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance) อยู่ในระดับมากที่สุด จากประเด็นเนื้อหารายการมีความสอดคล้องและเหมาะสมกับกลุ่มผู้พิการและประชาชนทั่วไป ที่ระดับคะแนน 4.4348

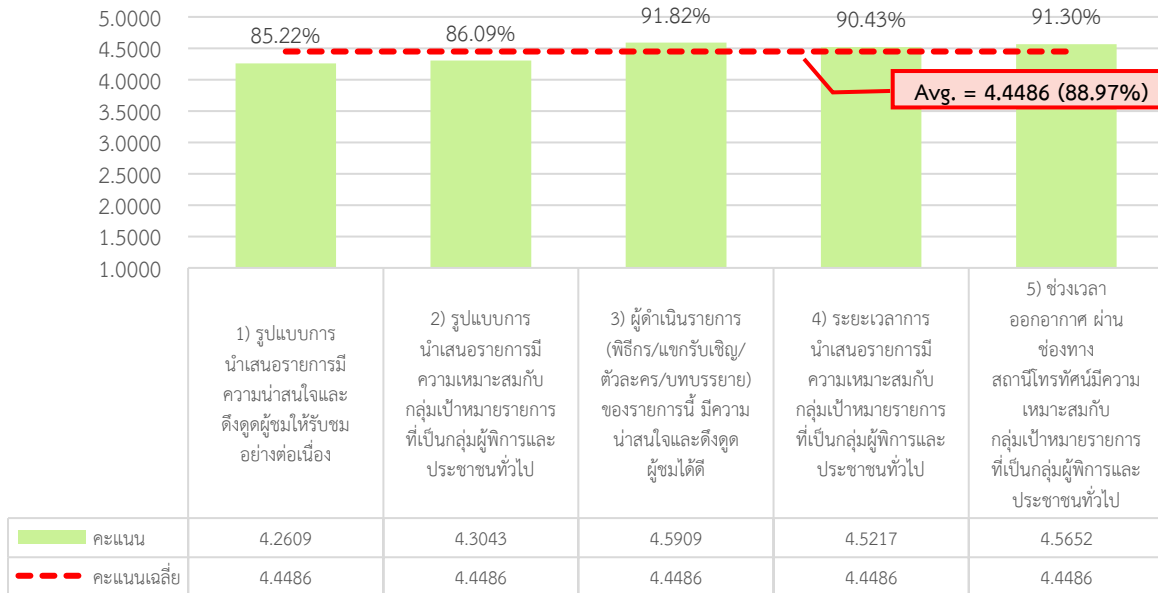
แผนภาพที่ 10.143 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเนื้อหารายการ (Content)



จากแผนภาพที่ 10.143 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเนื้อหารายการ (Content) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยประเด็นเนื้อหาที่น่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี และเนื้อหารายการมีคุณค่า คุ่มค่าต่อการรับชม และมีประโยชน์ต่อกลุ่มผู้พิการและประชาชนทั่วไป มีระดับ

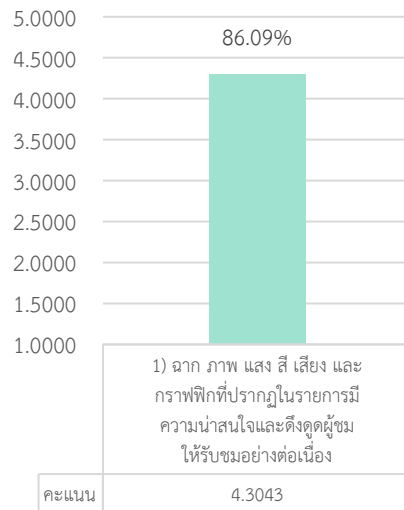
คะแนนสูงสุดเท่ากัน ที่ระดับคะแนน 4.5217 รองลงมาคือ ประเด็นเนื้อหารายการมีการสอดแทรกแง่คิดที่ดี ที่ระดับคะแนน 4.4348 และประเด็นเนื้อหารายการมีความสร้างสรรค์และสร้างความจรรโลงใจให้กับผู้ชม และเนื้อหารายการมีความกระชับและเข้าใจได้ง่าย มีคะแนนเท่ากัน ที่ระดับคะแนน 4.3478 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 10.144 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques)



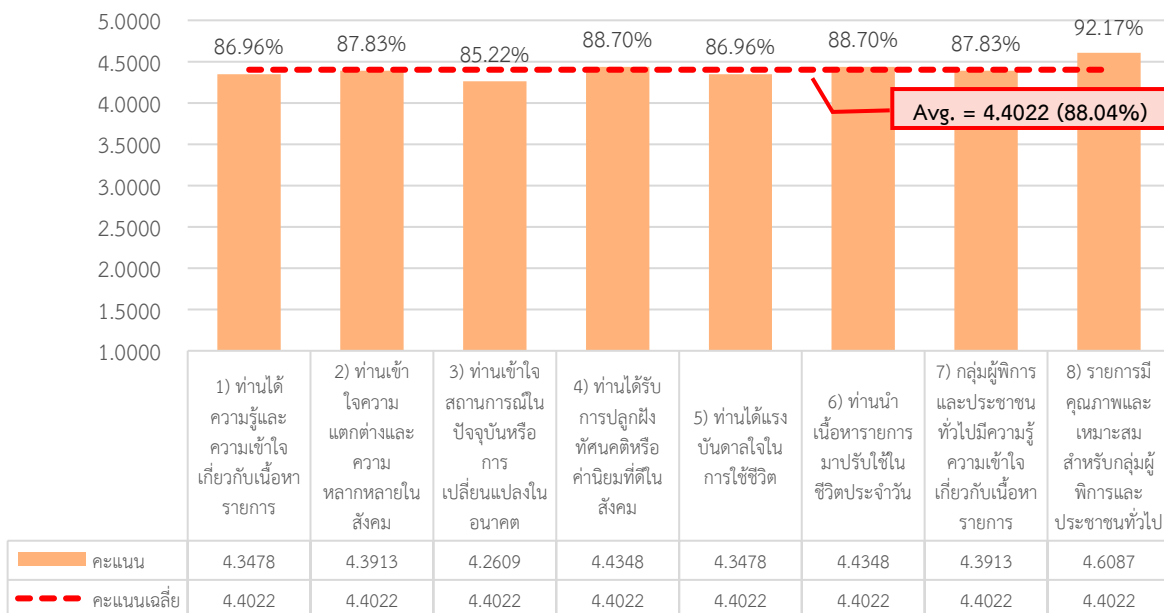
จากแผนภาพที่ 10.144 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยประเด็นผู้ดำเนินรายการ (พิธีกร/แขกรับเชิญ/ตัวละคร/บทบรรยาย) ของรายการนี้ มีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี มีระดับคะแนนสูงสุดเท่ากัน ที่ระดับคะแนน 4.5909 รองลงมาคือ ประเด็นช่วงเวลาออกอากาศ ผ่านช่องทางสถานีโทรทัศน์มีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นกลุ่มผู้พิการและประชาชนทั่วไป ที่ระดับคะแนน 4.5652 ประเด็นระยะเวลาการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นกลุ่มผู้พิการและประชาชนทั่วไป ที่ระดับคะแนน 4.5217 ประเด็นรูปแบบการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นกลุ่มผู้พิการและประชาชนทั่วไป ที่ระดับคะแนน 4.3043 และประเด็นรูปแบบการนำเสนอรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง ที่ระดับ 4.2609 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 10.145 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques)



จากแผนภาพที่ 10.145 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques) อยู่ในระดับมาก จากประเด็นฉาก ภาพ แสง สี เสียง และกราฟฟิกที่ปรากฏในรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง ที่ระดับคะแนน 4.3043

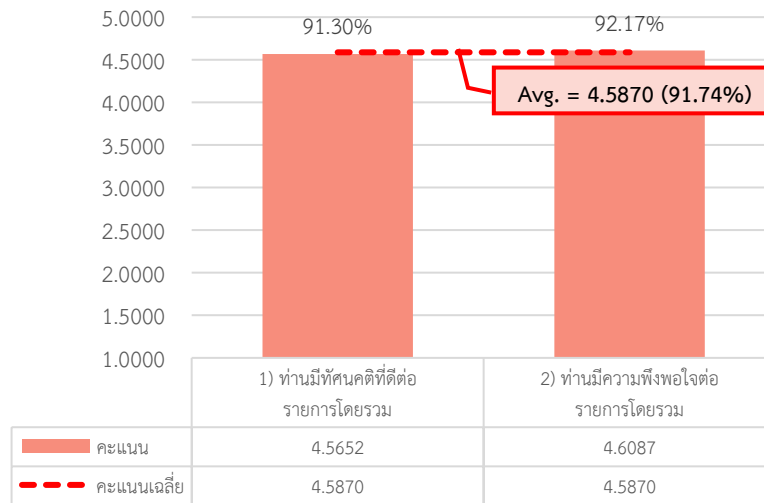
แผนภาพที่ 10.146 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact)



จากแผนภาพที่ 10.146 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยประเด็นรายการมีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับกลุ่มผู้พิการและประชาชนทั่วไป มีระดับคะแนนสูงสุด ที่ระดับคะแนน 4.6087 รองลงมาคือ ประเด็นท่านได้รับการปลุกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม และประเด็นท่านนำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน มีระดับคะแนนเท่ากัน ที่ระดับคะแนน 4.4348 ประเด็นท่านเข้าใจความ

แตกต่างและความหลากหลายในสังคม และประเด็นกลุ่มผู้พิการและประชาชนทั่วไปมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ ที่ระดับคะแนน 4.3913 ประเด็นท่านได้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ และประเด็นท่านได้แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต มีระดับคะแนนเท่ากัน ที่ระดับคะแนน 4.3478 และประเด็นท่านเข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต ที่ระดับคะแนน 4.2609 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 10.147 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction)



จากแผนภาพที่ 10.147 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction) อยู่ในระดับมากที่สุด โดยประเด็นท่านมีความพึงพอใจต่อรายการโดยรวม มีระดับคะแนนสูงสุด ที่ระดับคะแนน 4.6087 รองลงมาคือ ประเด็นท่านมีทัศนคติที่ดีต่อรายการโดยรวม ที่ระดับคะแนน 4.5652 ตามลำดับ

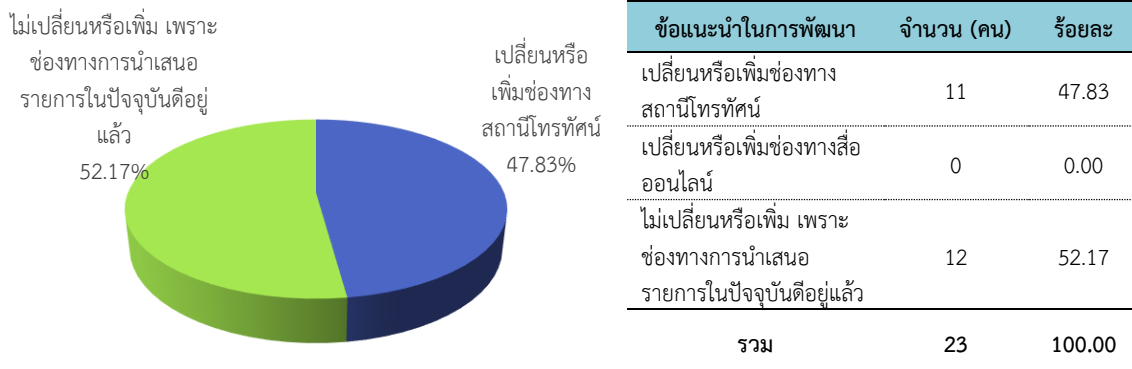
ตารางที่ 10.161 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ

ประเด็นความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
1. ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance)	4.4348	0.5898	พึงพอใจมาก
1.1 เนื้อหารายการมีความสอดคล้องและเหมาะสมกับกลุ่มผู้พิการและประชาชนทั่วไป	4.4348	0.5898	พึงพอใจมาก
2. ด้านเนื้อหารายการ (Content)	4.4348	0.0560	พึงพอใจมาก
2.1 เนื้อหารายการน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี	4.5217	0.5931	พึงพอใจมากที่สุด
2.2 เนื้อหารายการมีความสร้างสรรค์และสร้างความจรรโลงใจให้กับผู้ชม	4.3478	0.6473	พึงพอใจมาก
2.3 เนื้อหารายการมีความกระชับและเข้าใจได้ง่าย	4.3478	0.6473	พึงพอใจมาก
2.4 เนื้อหารายการมีการสอดแทรกแง่คิดที่ดี	4.4348	0.5898	พึงพอใจมาก
2.5 เนื้อหารายการมีคุณค่า คุ่มค่าต่อการรับชม และมีประโยชน์ต่อกลุ่มผู้พิการและประชาชนทั่วไป	4.5217	0.5108	พึงพอใจมากที่สุด
3. ด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques)	4.4486	0.0333	พึงพอใจมาก
3.1 รูปแบบการนำเสนอรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง	4.2609	0.5408	พึงพอใจมาก
3.2 รูปแบบการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นกลุ่มผู้พิการและประชาชนทั่วไป	4.3043	0.6350	พึงพอใจมาก
3.3 ผู้ดำเนินรายการ (พิธีกร/แขกรับเชิญ/ตัวละคร/บทรบราย) ของรายการนี้ มีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี	4.5909	0.5903	พึงพอใจมากที่สุด

ประเด็นความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
3.4 ระยะเวลาการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นกลุ่มผู้ พิการและประชาชนทั่วไป	4.5217	0.5931	พึงพอใจมากที่สุด
3.5 ช่วงเวลาออกอากาศ ผ่านช่องทางสถานีโทรทัศน์มีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย รายการที่เป็นกลุ่มผู้พิการและประชาชนทั่วไป	4.5652	0.5898	พึงพอใจมากที่สุด
4. ด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques)	4.3043	0.5588	พึงพอใจมาก
4.1 ฉาก ภาพ แสง สี เสียง และกราฟฟิกที่ปรากฏในรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชม ให้รับชมอย่างต่อเนื่อง	4.3043	0.5588	พึงพอใจมาก
5. ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact)	4.4022	0.1056	พึงพอใจมาก
5.1 ท่านได้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	4.3478	0.7141	พึงพอใจมาก
5.2 ท่านเข้าใจความแตกต่างและความหลากหลายในสังคม	4.3913	0.4990	พึงพอใจมาก
5.3 ท่านเข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต	4.2609	0.7518	พึงพอใจมาก
5.4 ท่านได้รับการปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม	4.4348	0.5898	พึงพอใจมาก
5.5 ท่านได้แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต	4.3478	0.7141	พึงพอใจมาก
5.6 ท่านนำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน	4.4348	0.5069	พึงพอใจมาก
5.7 กลุ่มผู้พิการและประชาชนทั่วไปมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	4.3913	0.5830	พึงพอใจมาก
5.8 รายการมีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับกลุ่มผู้พิการและประชาชนทั่วไป	4.6087	0.4990	พึงพอใจมากที่สุด
6. ทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction)	4.5870	0.0561	พึงพอใจมากที่สุด
6.1 ท่านมีทัศนคติที่ดีต่อรายการโดยรวม	4.5652	0.6624	พึงพอใจมากที่สุด
6.2 ท่านมีความพึงพอใจต่อรายการโดยรวม	4.6087	0.5830	พึงพอใจมากที่สุด
ภาพรวม	4.4353	0.2654	พึงพอใจมาก

สรุปข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

ตารางที่ 10.162 จำนวนและร้อยละข้อแนะนำในการพัฒนาช่องทางการนำเสนอรายการ



จากตารางที่ 10.162 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่มีข้อแนะนำ ไม่เปลี่ยนหรือเพิ่ม เพราะช่องทางการนำเสนอรายการในปัจจุบันดีอยู่แล้ว จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 52.17 รองลงมาคือ เปลี่ยนหรือเพิ่มช่องทางสถานีโทรทัศน์ จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 47.83 ตามลำดับ

สรุปประเด็นข้อแนะนำเพื่อปรับปรุงหรือพัฒนารายการ

จากผลการสำรวจ พบว่า ในภาพรวมกลุ่มเป้าหมายรายการในกลุ่มภาคใต้ มีระดับความพึงพอใจต่อโครงการจัดทำรายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมให้คนพิการรู้จักสิทธิและใช้ประโยชน์จากกิจการโทรทัศน์ได้อย่างรู้เท่าทัน ในระดับดี-ดีมาก โดยมีคะแนนความพึงพอใจที่ 4.6087 คะแนน ซึ่งมีคะแนนสูงกว่าคะแนนทัศนคติที่ดี/ความคาดหวัง ซึ่งมีคะแนนที่ 4.5652 คะแนน ทั้งนี้ จากการสัมภาษณ์เชิงลึกเพิ่มเติม กลุ่มเป้าหมายมีข้อเสนอแนะในการพัฒนารายการเพิ่มเติม ดังนี้

- 1) ควรปรับเนื้อหารายการให้มีความน่าสนใจมากขึ้นและกระชับเนื้อหาให้มากกว่านี้
- 2) ควรเพิ่มช่องทางการนำเสนอรายการในสื่อที่หลากหลายรูปแบบ เนื่องจากบางคนยังเข้าไม่ถึงโซเชียล
- 3) ด้านสิทธิประโยชน์ของคนพิการ ควรมีการสื่อสารในช่องทางที่ทำให้คนพิการสามารถเข้าใจได้ง่าย
- 4) จังหวัดที่มีการท่องเที่ยวควรมีการทำถนนที่อำนวยความสะดวกและปลอดภัยให้กับประชากร เช่น เทศบาลเมืองปากเกร็ด เป็นต้น
- 5) ควรมีปรับการบรรยาย ให้เสียงบรรยายมีความกระชับและเสียงดังกว่านี้
- 6) ควรเพิ่มเนื้อหาเกี่ยวกับการใช้ชีวิตประจำวันของกลุ่มผู้พิการและความรู้ต่างๆ เกี่ยวกับการประกอบอาชีพที่สามารถนำไปใช้ได้สำหรับผู้พิการทุกคน

10.4 สรุปรายงานผลการจัดประชุมตัวแทนผู้ผลิตรายการสำหรับรายการปี 2563

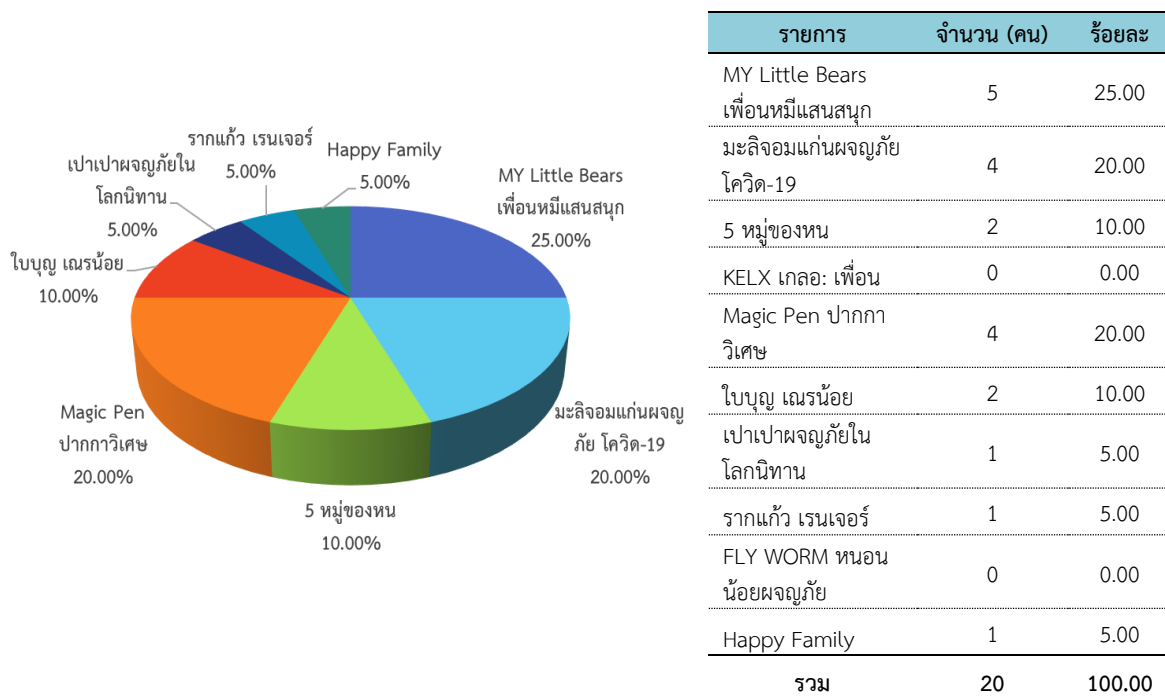
การประเมินผลการผลิตรายการที่ได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนเงินจากกองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ (โครงการประจำปี 2563) โดยใช้วิธีการจัดประชุมในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อสัมภาษณ์ตัวแทนของผู้ผลิตรายการ โดยสามารถสรุปผลการประเมิน ได้ดังนี้

10.4.1 โครงการส่งเสริมการผลิตและออกอากาศรายการโทรทัศน์ระบบดิจิตอลรายการสำหรับเด็ก

มีผู้ตอบแบบประเมินโดยกลุ่มตัวแทนจากผู้ผลิตรายการ ผู้เชี่ยวชาญด้านการเขียนบทและการกำกับรายการ ทีมงานการผลิต จำนวน 20 ราย ประกอบด้วยข้อมูล ดังนี้

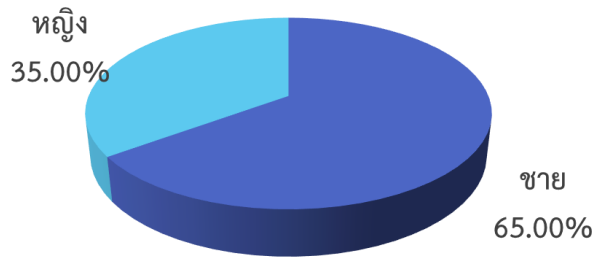
ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบประเมิน

ตารางที่ 10.163 จำนวนและร้อยละของรายการ



จากตารางที่ 10.163 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่รับชมคลิปวิดีโอของ รายการ MY Little Bears เพื่อนหมีแสนสนุก จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 รองลงมาคือ รายการมะลิจอมแก่นผจญภัย โควิด-19 และรายการ Magic Pen ปากกาวิเศษ จำนวน 4 คนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 20.00 รายการใบบุญ เณรน้อย จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 รายการเปาเปาผจญภัยในโลกลินทาน รายการรากแก้ว เรนเจอร์ และรายการ Happy Family จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

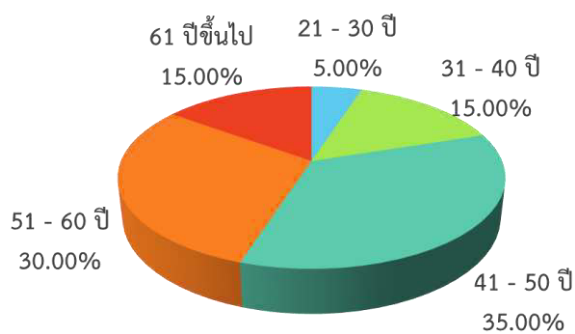
ตารางที่ 10.164 จำนวนและร้อยละของเพศ



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

จากตารางที่ 10.164 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 65.00 และเป็นเพศหญิง จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 35.00 ตามลำดับ

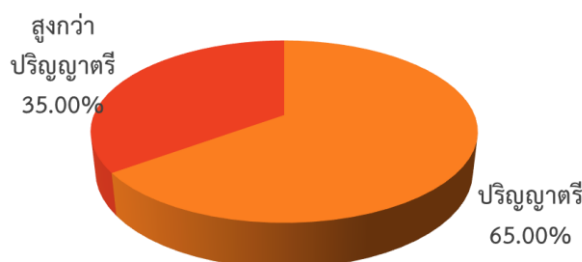
ตารางที่ 10.165 จำนวนและร้อยละของอายุ



อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	0	0.00
21 - 30 ปี	1	5.00
31 - 40 ปี	3	15.00
41 - 50 ปี	7	35.00
51 - 60 ปี	6	30.00
61 ปีขึ้นไป	3	15.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 10.165 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่มีอายุ 41 - 50 ปี จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 35.00 รองลงมาคือ อายุ 51 - 60 ปี จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 อายุ 31 - 40 ปี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 อายุ 61 ปีขึ้นไป จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 และอายุ 21 - 30 ปี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

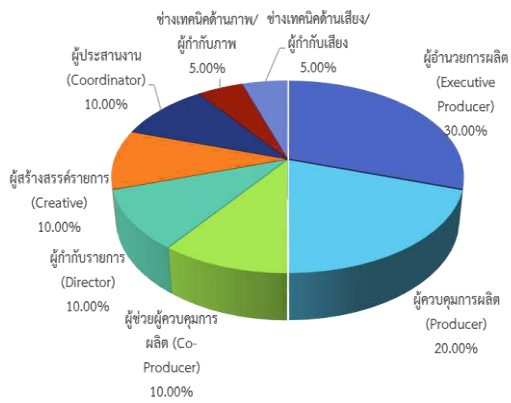
ตารางที่ 10.166 จำนวนและร้อยละของการศึกษา



การศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	0	0.00
มัธยมศึกษาตอนต้น	0	0.00
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช.	0	0.00
ปวส./อนุปริญญา	0	0.00
ปริญญาตรี	13	65.00
สูงกว่าปริญญาตรี	7	35.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 10.166 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 65.00 รองลงมาคือ สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 35.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 10.167 จำนวนและร้อยละของอาชีพ



อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ผู้อำนวยการผลิต (Executive Producer)	6	30.00
ผู้ควบคุมการผลิต (Producer)	4	20.00
ผู้ช่วยผู้ควบคุมการผลิต (Co-Producer)	2	10.00
ผู้กำกับรายการ (Director)	2	10.00
ผู้สร้างสรรค์รายการ (Creative)	2	10.00
ผู้เขียนขบวนการเขียนบท (Script Writer)	0	0.00
ผู้ประสานงาน (Coordinator)	2	10.00
ศิลปิน/ผู้ออกแบบฉาก	0	0.00
ช่างภาพ (Cameraman)	0	0.00
ช่างกล้อง (Camera Operator)	0	0.00
ช่างเทคนิคด้านแสง/ผู้กำกับแสง	0	0.00
ช่างเทคนิคด้านภาพ/ผู้กำกับภาพ	1	5.00
ช่างเทคนิคด้านเสียง/ผู้กำกับเสียง	1	5.00
ช่างเทคนิคผู้ควบคุมการตัดต่อ	0	0.00
ผู้ช่วยประสานงานการผลิต (Production Assistant)	0	0.00
ผู้กำกับเวที (Floor or Stage Manager)	0	0.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 10.167 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่ประกอบอาชีพผู้อำนวยการผลิต (Executive Producer) จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 รองลงมาคือ อาชีพผู้ควบคุมการผลิต (Producer) จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 อาชีพผู้ช่วยผู้ควบคุมการผลิต (Co-Producer) อาชีพผู้กำกับรายการ (Director) อาชีพผู้สร้างสรรค์รายการ (Creative) และอาชีพผู้ประสานงาน (Coordinator) จำนวน 2 คนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 10.00 อาชีพช่างเทคนิคด้านภาพ/ผู้กำกับภาพ และอาชีพช่างเทคนิคด้านเสียง/ผู้กำกับเสียง จำนวน 1 คนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 10.168 จำนวนและร้อยละของจังหวัดที่ท่านอาศัยอยู่ในปัจจุบัน



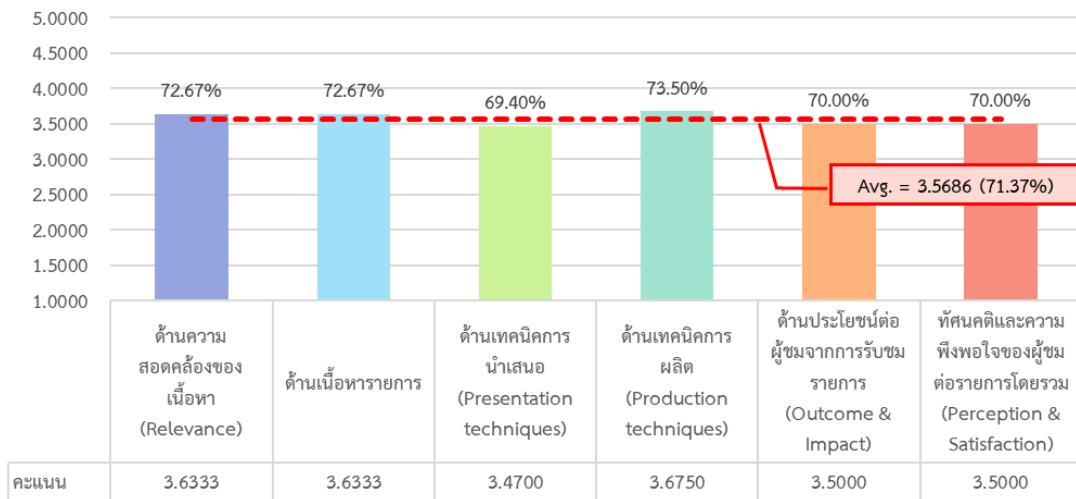
จังหวัดที่อาศัย อยู่ในปัจจุบัน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ภาคเหนือ	0	0.00
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	0	0.00
กรุงเทพฯ และปริมณฑล	20	100.00
ภาคกลาง	0	0.00
ภาคใต้	0	0.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 10.168 ผู้ตอบแบบประเมินทั้งหมดปัจจุบันอาศัยอยู่ในกรุงเทพฯ และปริมณฑล จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00

สรุปผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ

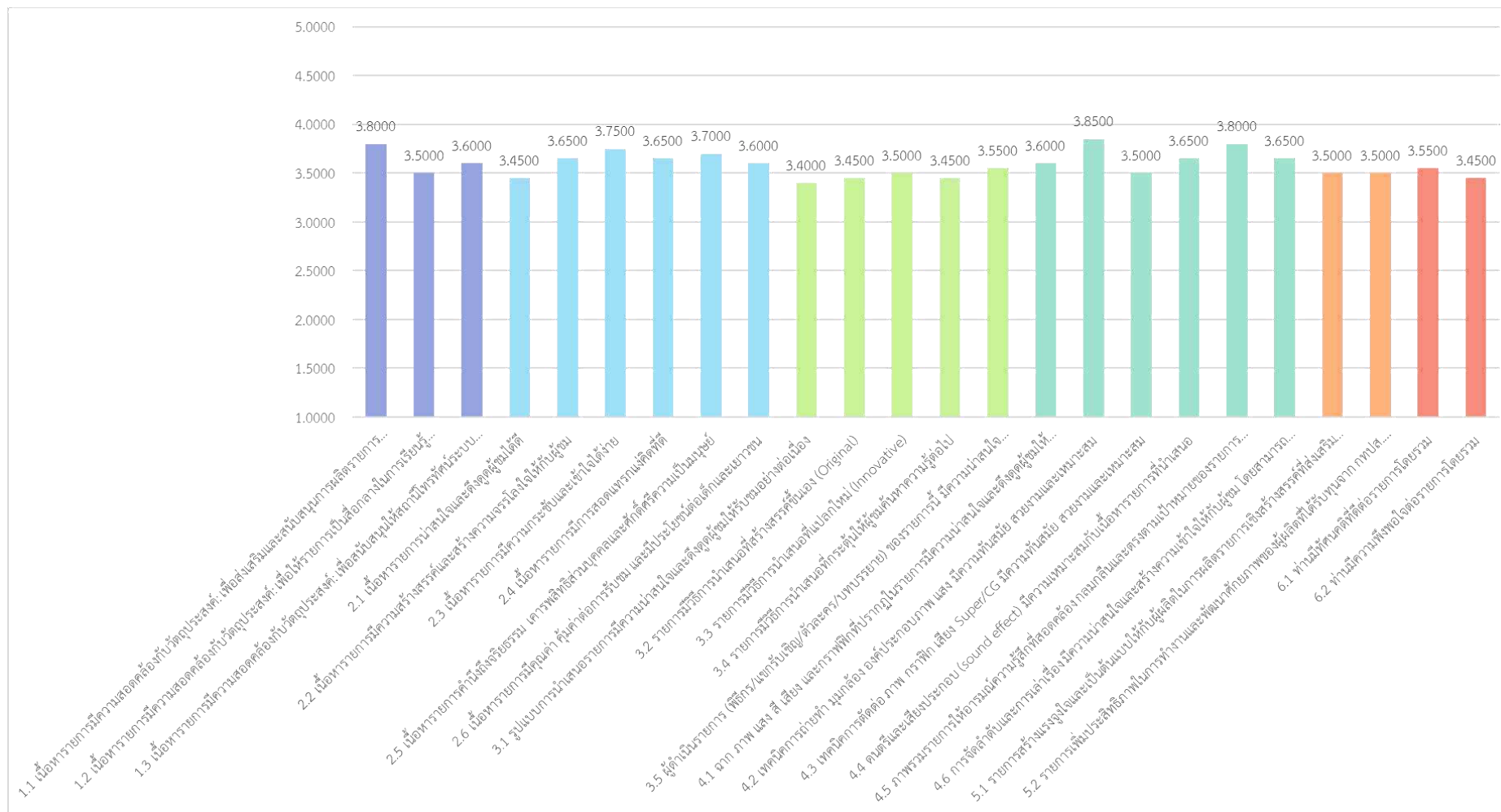
จากการสำรวจคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ มีผลคะแนนเฉลี่ยของระดับความคิดเห็น 3.5686 โดยมีผลคะแนนการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในแต่ละด้าน ดังนี้

แผนภาพที่ 10.148 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ



จากแผนภาพที่ 10.148 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับจากมากที่สุดคือ ด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques) มีผลคะแนนที่ระดับ 3.6750 รองลงมาคือ ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance) และด้านเนื้อหารายการ (Content) มีผลระดับคะแนนเท่ากันที่ 3.6333 ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact) และด้านทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction) มีผลระดับคะแนนเท่ากันที่ 3.5000 และด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques) มีผลคะแนนที่ระดับ 3.4700 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 10.149 ผลการประเมินคุณภาพรายการที่วีสำหรับเด็ก เยาวชนและครอบครัว



จากแผนภาพที่ 10.149 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ ดังนี้

ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance) มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับที่เห็นด้วยมาก โดยประเด็นเนื้อหารายการมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์: เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการผลิตรายการที่พัฒนาองค์ความรู้ในเชิงสร้างสรรค์ไปสู่เด็ก เยาวชน และครอบครัว มีคะแนนสูงสุดที่ระดับคะแนน 3.8000 รองลงมาคือ ประเด็นเนื้อหารายการมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์: เพื่อสนับสนุนให้สถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัลนำเสนอรายการที่มีเนื้อหาเชิงสร้างสรรค์และมีคุณภาพต่อผู้ชมเพิ่มมากขึ้น มีระดับคะแนน 3.6000 และประเด็นเนื้อหารายการมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์: เพื่อให้รายการเป็นสื่อกลางในการเรียนรู้ของเด็ก เยาวชน และครอบครัวจนสามารถนำสาระความรู้จากรายการไปต่อยอด พัฒนาคุณภาพชีวิต และสร้างความสัมพันธ์อันดีในครอบครัวอย่างยั่งยืน มีระดับคะแนน 3.5000 ตามลำดับ

ด้านเนื้อหาของรายการ (Content) มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับที่เห็นด้วยมาก โดยประเด็นเนื้อหารายการมีความกระชับและเข้าใจได้ง่าย มีคะแนนสูงสุดที่ระดับคะแนน 3.7500 รองลงมาคือ ประเด็นเนื้อหารายการคำนึงถึงจริยธรรม เคารพสิทธิส่วนบุคคลและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ มีระดับคะแนน 3.7000 ประเด็นเนื้อหารายการมีความสร้างสรรค์และสร้างความจรรโลงใจให้กับผู้ชม และประเด็นเนื้อหารายการมีการสอดแทรกแง่คิดที่ดี มีระดับคะแนนเท่ากันที่ 3.6500 ประเด็นเนื้อหารายการมีคุณค่า คุ่มค่าต่อการรับชม และมีประโยชน์ต่อเด็กและเยาวชน มีระดับคะแนน 3.6000 และประเด็นเนื้อหารายการน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี มีระดับคะแนน 3.4500 ตามลำดับ

ด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques) มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับที่เห็นด้วยปานกลาง โดยประเด็นผู้ดำเนินรายการ (พิธีกร/แขกรับเชิญ/ตัวละคร/บทบรรยาย) ของรายการนี้ มีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี มีคะแนนสูงสุดที่ระดับคะแนน 3.5500 รองลงมาคือ ประเด็นรายการมีวิธีการนำเสนอที่แปลกใหม่ (Innovative) มีระดับคะแนน 3.5000 ประเด็นรายการมีวิธีการนำเสนอที่สร้างสรรค์ขึ้นเอง (Original) และประเด็นรายการมีวิธีการนำเสนอที่กระตุ้นให้ผู้ชมค้นหาความรู้ต่อไป มีระดับคะแนนเท่ากันที่ 3.4500 และประเด็นรูปแบบการนำเสนอรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง มีระดับคะแนน 3.4000 ตามลำดับ

ด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques) มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับที่เห็นด้วยมาก โดยประเด็นรายการสร้างแรงจูงใจและเป็นต้นแบบให้กับผู้ผลิตในการผลิตรายการเชิงสร้างสรรค์ที่ส่งเสริมพัฒนาการและการเรียนรู้สำหรับเด็กและเยาวชน และประเด็นรายการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานและพัฒนาศักยภาพของผู้ผลิตที่ได้รับทุนจาก กทปส. ในด้านการผลิตเนื้อหารายการเชิงสร้างสรรค์สำหรับเด็กและเยาวชน มีระดับคะแนนเท่ากันที่ 3.5000

ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากรับชมรายการ (Outcome & Impact) มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับที่เห็นด้วยมาก โดยประเด็นรายการสร้างแรงจูงใจและเป็นต้นแบบให้กับผู้ผลิตในการผลิตรายการเชิงสร้างสรรค์ที่ส่งเสริมพัฒนาการและการเรียนรู้สำหรับเด็กและเยาวชน และประเด็นรายการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานและพัฒนาศักยภาพของผู้ผลิตที่ได้รับทุนจาก กทปส. ในด้านการผลิตเนื้อหารายการเชิงสร้างสรรค์สำหรับเด็กและเยาวชน มีระดับคะแนนเท่ากันที่คะแนน 3.5000

ทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction)
มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับที่เห็นด้วยมาก โดยประเด็นที่ท่านมีทัศนคติที่ดีต่อรายการโดยรวม มีระดับคะแนน 3.5500 และท่านมีความพึงพอใจต่อรายการโดยรวม มีระดับคะแนน 3.4500 ตามลำดับ

ตารางที่ 10.169 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ

ประเด็นความคิดเห็น	ระดับความคิดเห็น		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
1. ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance)	3.6333	0.0574	เห็นด้วยมาก
1.1 เนื้อหารายการมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์: เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการผลิตรายการที่พัฒนาองค์ความรู้ในเชิงสร้างสรรค์ไปสู่เด็ก เยาวชน และครอบครัว	3.8000	0.7678	เห็นด้วยมาก
1.2 เนื้อหารายการมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์: เพื่อให้รายการเป็นสื่อกลางในการเรียนรู้ของเด็ก เยาวชน และครอบครัวจนสามารถนำสาระความรู้จากรายการไปต่อยอดพัฒนาคุณภาพชีวิต และสร้างความสัมพันธ์อันดีในครอบครัวอย่างยั่งยืน	3.5000	0.8272	เห็นด้วยมาก
1.3 เนื้อหารายการมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์: เพื่อสนับสนุนให้สถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัลนำเสนอรายการที่มีเนื้อหาเชิงสร้างสรรค์และมีคุณภาพต่อผู้ชมเพิ่มมากขึ้น	3.6000	0.8826	เห็นด้วยมาก
2. ด้านเนื้อหารายการ (Content)	3.6333	0.1093	เห็นด้วยมาก
2.1 เนื้อหารายการน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี	3.4500	0.9987	เห็นด้วยปานกลาง
2.2 เนื้อหารายการมีความสร้างสรรค์และสร้างความจรรโลงใจให้กับผู้ชม	3.6500	0.7452	เห็นด้วยมาก
2.3 เนื้อหารายการมีความกระชับและเข้าใจได้ง่าย	3.7500	0.9665	เห็นด้วยมาก
2.4 เนื้อหารายการมีการสอดแทรกแง่คิดที่ดี	3.6500	0.7452	เห็นด้วยมาก
2.5 เนื้อหารายการคำนึงถึงจริยธรรม เคารพสิทธิส่วนบุคคลและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์	3.7000	0.9234	เห็นด้วยมาก
2.6 เนื้อหารายการมีคุณค่า คุ่มค่าต่อการรับชม และมีประโยชน์ต่อเด็กและเยาวชน	3.6000	0.8826	เห็นด้วยมาก
3. ด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques)	3.4700	0.0660	เห็นด้วยปานกลาง
3.1 รูปแบบการนำเสนอรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง	3.4000	0.9403	เห็นด้วยปานกลาง
3.2 รายการมีวิธีการนำเสนอที่สร้างสรรค์ขึ้นเอง (Original)	3.4500	0.8870	เห็นด้วยปานกลาง
3.3 รายการมีวิธีการนำเสนอที่แปลกใหม่ (Innovative)	3.5000	1.0000	เห็นด้วยมาก
3.4 รายการมีวิธีการนำเสนอที่กระตุ้นให้ผู้ชมค้นหาความรู้ต่อไป	3.4500	0.9445	เห็นด้วยปานกลาง
3.5 ผู้ดำเนินรายการ (พิธีกร/แขกรับเชิญ/ตัวละคร/บทบรรยาย) ของรายการนี้ มีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี	3.5500	0.8256	เห็นด้วยมาก
4. ด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques)	3.6750	0.0682	เห็นด้วยมาก
4.1 ฉาก ภาพ แสง สี เสียง และกราฟิกที่ปรากฏในรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง	3.6000	0.8208	เห็นด้วยมาก
4.2 เทคนิคการถ่ายทำ มุมกล้อง องค์ประกอบภาพ แสง มีความทันสมัย สวยงามและเหมาะสม	3.8500	0.8127	เห็นด้วยมาก
4.3 เทคนิคการตัดต่อ ภาพ กราฟิก เสียง Super/CG มีความทันสมัย สวยงามและเหมาะสม	3.5000	0.8272	เห็นด้วยมาก
4.4 ดนตรีและเสียงประกอบ (sound effect) มีความเหมาะสมกับเนื้อหารายการที่นำเสนอ	3.6500	0.7452	เห็นด้วยมาก
4.5 ภาพรวมรายการให้อารมณ์ความรู้สึกที่สอดคล้อง กลมกลืนและตรงตามเป้าหมายของรายการ (mood and tone)	3.8000	0.6959	เห็นด้วยมาก
4.6 การจัดลำดับและการเล่าเรื่อง มีความน่าสนใจและสร้างความเข้าใจให้กับผู้ชม โดยสามารถลำดับเรื่องราวตั้งแต่ต้นจนจบได้อย่างเชื่อมโยงและร้อยเรียงได้อย่างลงตัว (storytelling)	3.6500	0.6708	เห็นด้วยมาก
5. ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact)	3.5000	0.0514	เห็นด้วยมาก
5.1 รายการสร้างแรงจูงใจและเป็นต้นแบบให้กับผู้ผลิตในการผลิตรายการเชิงสร้างสรรค์ที่ส่งเสริมพัฒนาการและการเรียนรู้สำหรับเด็กและเยาวชน	3.5000	0.6882	เห็นด้วยมาก
5.2 รายการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานและพัฒนาศักยภาพของผู้ผลิตที่ได้รับทุนจาก กทปส. ในด้านการผลิตเนื้อหารายการเชิงสร้างสรรค์สำหรับเด็กและเยาวชน	3.5000	0.7609	เห็นด้วยมาก

ประเด็นความคิดเห็น	ระดับความคิดเห็น		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
6. ทศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction)	3.5000	0.0515	เห็นด้วยมาก
6.1 ท่านมีทัศนคติที่ดีต่อรายการโดยรวม	3.5500	0.7592	เห็นด้วยมาก
6.2 ท่านมีความพึงพอใจต่อรายการโดยรวม	3.4500	0.6863	เห็นด้วยปานกลาง
ภาพรวม	3.5686	0.0218	เห็นด้วยมาก

ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

ผู้ตอบแบบประเมินได้ให้ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ สามารถสรุปรายละเอียดตามตารางที่ 10.170 ดังนี้

ตารางที่ 10.170 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

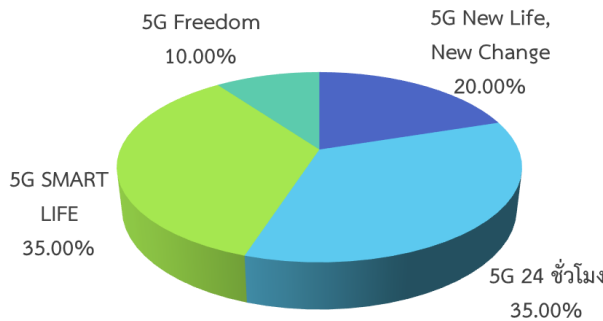
	ด้านเทคนิคการนำเสนอ	ด้านเทคนิคการผลิต
จุดเด่นด้านเทคนิคของรายการนี้	<ul style="list-style-type: none"> - รายการสามารถนำเสนอเกี่ยวกับความสนใจของเด็ก ได้ดี - มีการนำเสนอเกี่ยวกับสถานการณ์ปัจจุบันที่น่าสนใจ - มีการนำเสนอเกี่ยวกับเรื่องชีวิตประจำวันของเด็ก ความรู้รอบตัว 	<ul style="list-style-type: none"> - มีการใช้สีและเสียงเพื่อดึงดูดความสนใจของเด็ก - สามารถตอบโจทย์ตามที่เด็กต้องการได้ - มีการนำเสนอเรื่องใกล้ตัวให้กับเด็กที่เป็นความรู้พื้นฐาน
ข้อแนะนำเพื่อปรับปรุงหรือพัฒนารายการนี้	<ul style="list-style-type: none"> - ลักษณะของการวิดีโอเป็นในรูปแบบของสองมิติซึ่งค่อนข้างล้าสมัย อีกทั้งเป็นรายการที่ดูแล้วค่อนข้างน่าเบื่อ - ควรมีการสอดแทรกเนื้อหาที่เป็นประโยชน์และสาระสำคัญมากขึ้นกว่าเดิม- - เนื้อหารายการอาจมีความน่าเบื่อสำหรับเด็กควรจะมีเรื่องของนันทนาการให้กับเด็กๆ มากขึ้น 	<ul style="list-style-type: none"> - การผลิตผลงานควรใช้รูปแบบที่สามารถส่งเสริมให้ผู้ชมหรือกลุ่มเด็กติดตามและสร้างความสนใจมากยิ่งขึ้น - สื่อมีลักษณะที่เป็นรูปแบบเก่าควรจะมีการผลิตรูปแบบใหม่ใหม่ที่เด็กจะมีความน่าสนใจมากกว่านี้

10.4.2 โครงการส่งเสริมการผลิตและออกอากาศเนื้อหารายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะเกี่ยวกับเทคโนโลยี 5G

มีผู้ตอบแบบสอบถามโดยกลุ่มผู้ผลิตรายการ จำนวน 20 ราย ประกอบด้วยข้อมูล ดังนี้

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบประเมิน

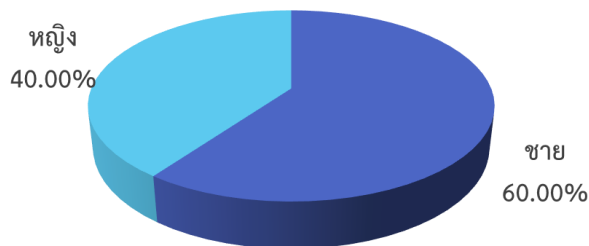
ตารางที่ 10.171 จำนวนและร้อยละของรายการ



รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
5G New Life, New Change	4	20.00
5G 24 ชั่วโมง	7	35.00
5G SMART LIFE	7	35.00
5G Freedom	2	10.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 10.171 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่รับชมคลิปวิดีโอของรายการ 5G 24 ชั่วโมง และรายการ 5G SMART LIFE จำนวน 7 คนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 35.00 รองลงมาคือ รายการ 5G New Life, New Change จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 และรายการ 5G Freedom จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 ตามลำดับ

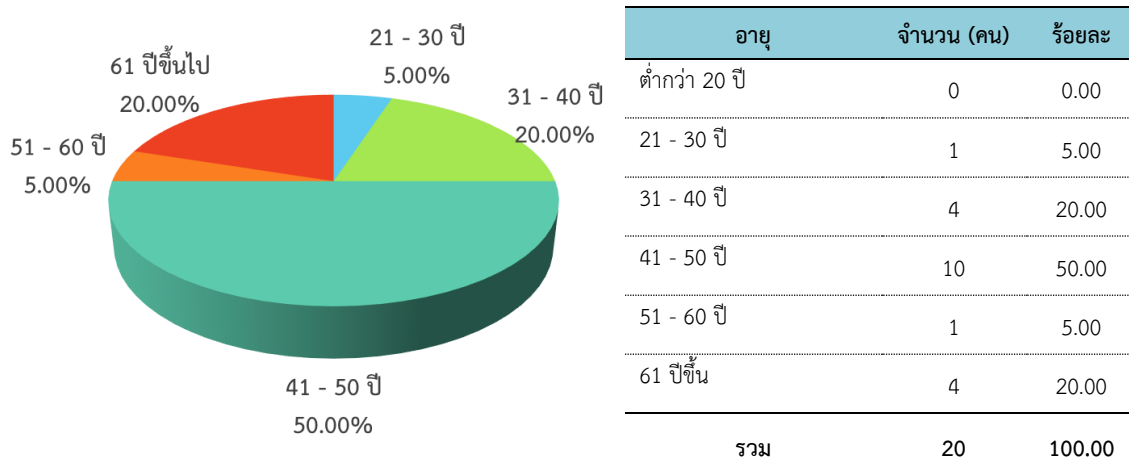
ตารางที่ 10.172 จำนวนและร้อยละของเพศ



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

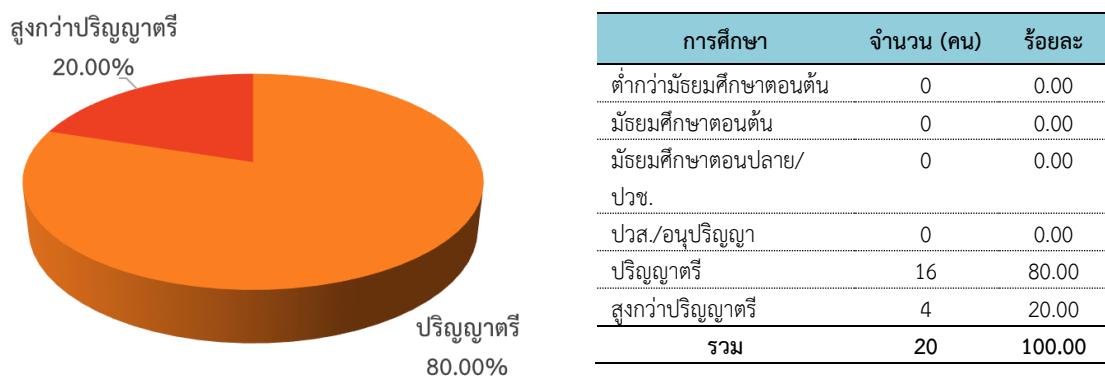
จากตารางที่ 10.172 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 60.00 และเป็นเพศหญิง จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 10.173 จำนวนและร้อยละของอายุ



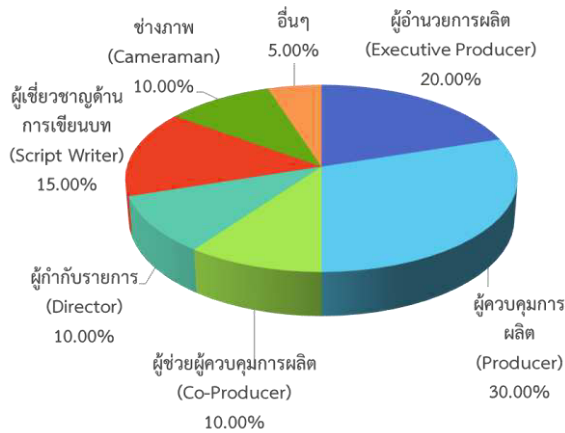
จากตารางที่ 10.173 ผู้ตอบแบบประเมินมีอายุอยู่ระหว่าง 41 - 50 ปี จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมาคือ อายุ 31 - 40 ปี จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 อายุ 61 ปีขึ้นไป จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 อายุ 21 - 30 ปี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 และอายุ 51 - 60 ปี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00

ตารางที่ 10.174 จำนวนและร้อยละของการศึกษา



จากตารางที่ 10.174 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 80.00 และสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 ตามลำดับ

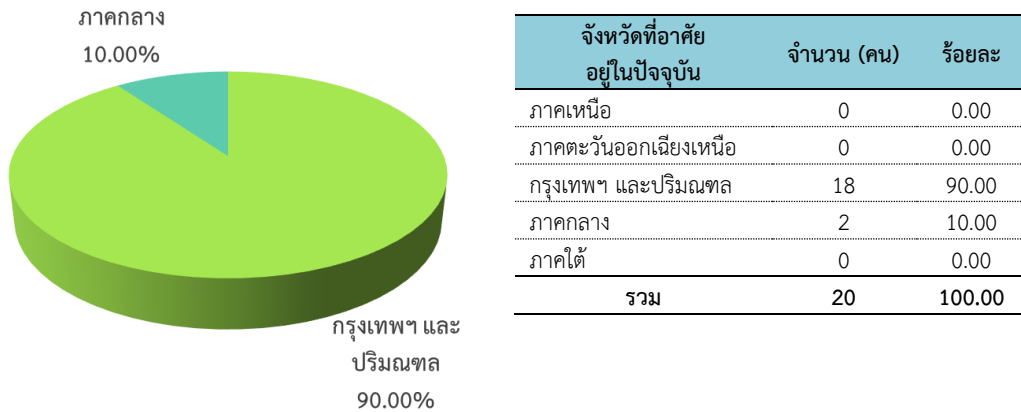
ตารางที่ 10.175 จำนวนและร้อยละของอาชีพ



อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ผู้อำนวยการผลิต (Executive Producer)	4	20.00
ผู้ควบคุมการผลิต (Producer)	6	30.00
ผู้ช่วยผู้ควบคุมการผลิต (Co-Producer)	2	10.00
ผู้กำกับการรายการ (Director)	2	10.00
ผู้สร้างสรรค์รายการ (Creative)	0	0.00
ผู้เขียนบท (Script Writer)	3	15.00
ผู้ประสานงาน (Coordinator)	0	0.00
ศิลปิน/ผู้ออกแบบฉาก	0	0.00
ช่างภาพ (Cameraman)	2	10.00
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	1	5.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 10.175 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่ประกอบอาชีพ ผู้ควบคุมการผลิต (Producer) จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 รองลงมาคือ ผู้อำนวยการผลิต (Executive Producer) จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 ผู้เขียนบท (Script Writer) จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 ผู้ช่วยผู้ควบคุมการผลิต (Co-Producer) ผู้กำกับการรายการ (Director) และช่างภาพ (Cameraman) จำนวน 2 คน เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 10.00 และอาชีพอื่นๆ จำนวน 1 คนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 10.176 จำนวนและร้อยละของจังหวัดที่ท่านอาศัยอยู่ในปัจจุบัน

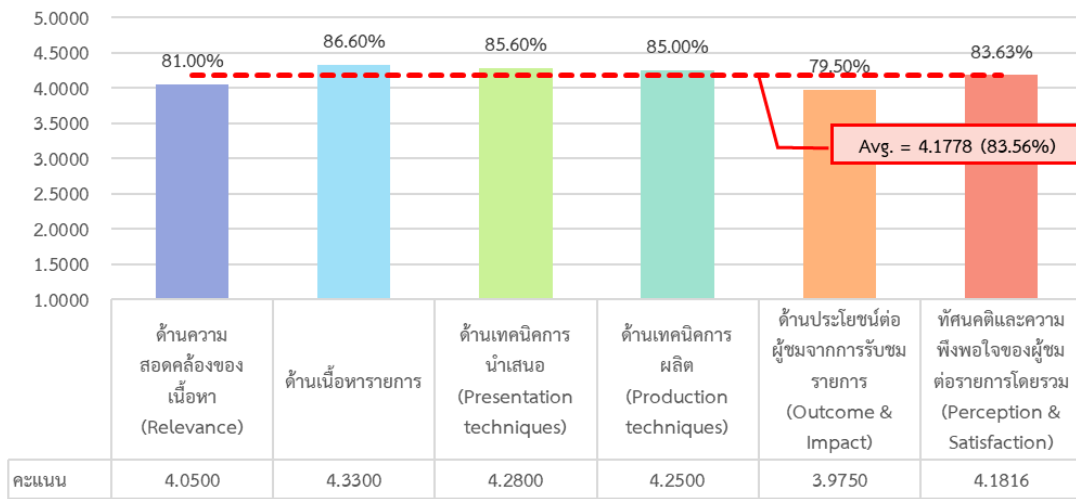


จากตารางที่ 10.176 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่ปัจจุบันอาศัยอยู่ในกรุงเทพฯ และปริมณฑล จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 90.00 และอาศัยอยู่ในภาคกลาง จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 ตามลำดับ

สรุปผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ

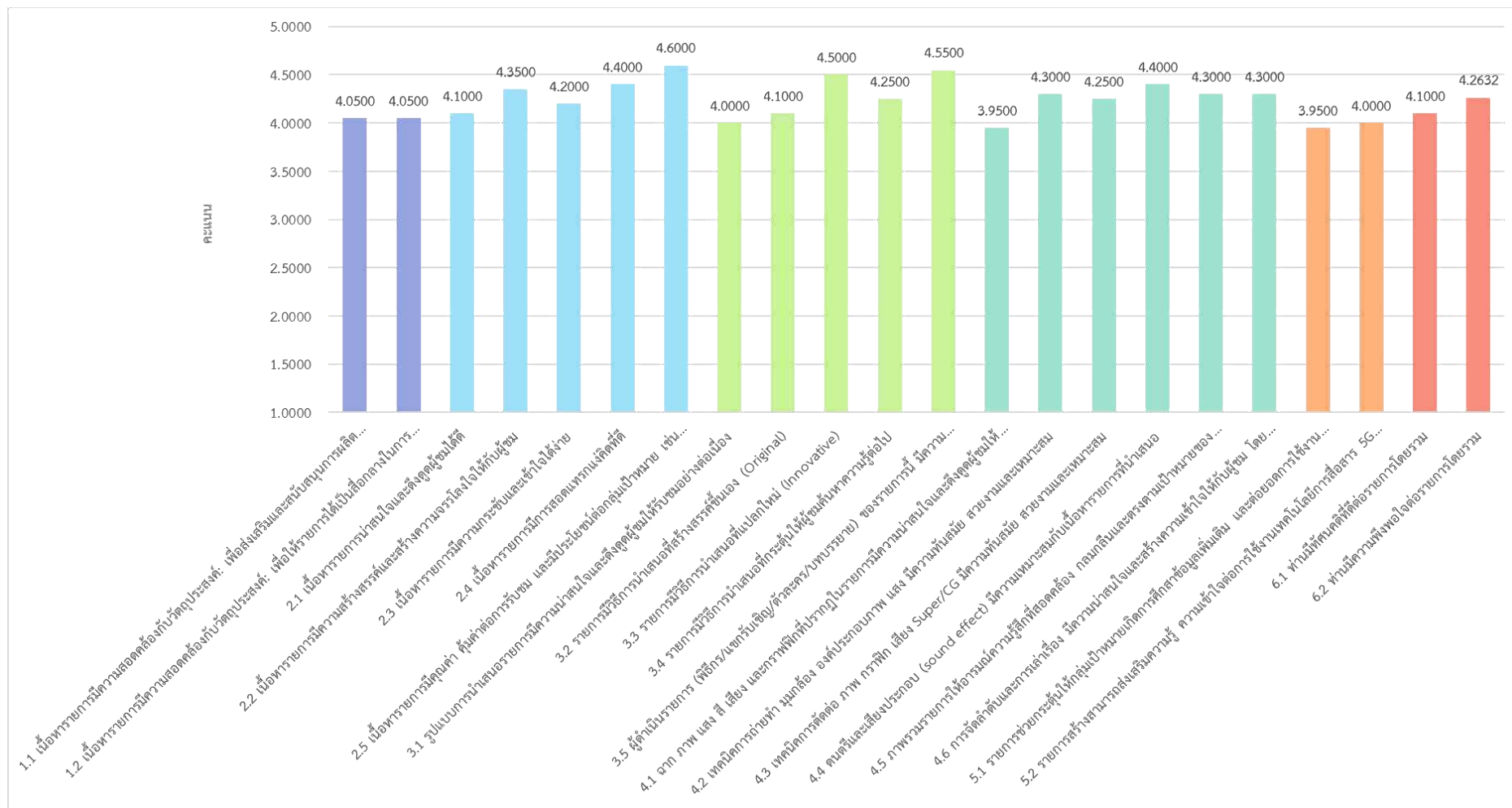
จากการสำรวจคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ มีผลคะแนนเฉลี่ยของระดับความคิดเห็น 4.1778 โดยมีผลคะแนนการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในแต่ละด้าน ดังนี้

แผนภาพที่ 10.150 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ



จากแผนภาพที่ 10.150 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับจากมากที่สุดคือ ด้านเนื้อหารายการ (Content) มีผลคะแนนที่ระดับ 4.3300 รองลงมาคือ ด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques) มีผลคะแนนที่ระดับ 4.2800 ด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques) มีผลคะแนนที่ 4.2500 ด้านทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction) มีผลคะแนนที่ระดับ 4.1816 ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance) มีระดับคะแนน 4.0500 และด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact) มีผลระดับคะแนนเท่ากันที่ 3.9750 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 10.151 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีสำหรับรายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะเกี่ยวกับเทคโนโลยี 5G



จากแผนภาพที่ 10.151 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ ดังนี้

ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance) มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับที่เห็นด้วยมาก โดยประเด็นเนื้อหารายการมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์: เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการผลิตเนื้อหาที่เป็นประโยชน์สาธารณะ และมีความคิดสร้างสรรค์ น่าสนใจ มีคุณภาพ ซึ่งผู้ผลิตรายการจำนวนหนึ่งไม่สามารถดำเนินการได้ หรือดำเนินการได้ยาก เพราะข้อจำกัดด้านต้นทุน หรือรายได้จากการโฆษณา และประเด็นเนื้อหา รายการมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์: เพื่อให้รายการได้เป็นสื่อกลางในการสร้างความรู้ ความเข้าใจ ความตระหนักรู้ของประชาชนที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ เกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสาร 5G มีระดับคะแนน เท่ากันที่ระดับคะแนน 4.0500

ด้านเนื้อหารายการ (Content) มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับที่เห็นด้วยมาก โดยประเด็นเนื้อหา รายการมีคุณค่า คุ่มค่าต่อการรับชม และมีประโยชน์ต่อกลุ่มเป้าหมาย เช่น ประชาชนทั่วไป และผู้ที่สนใจด้าน เทคโนโลยีการสื่อสาร 5G มีระดับคะแนนสูงสุดที่ 4.6000 รองลงมาคือ ประเด็นเนื้อหารายการมีการสอดแทรก แง่คิดที่ดี มีระดับคะแนน 4.4000 ประเด็นเนื้อหารายการมีความสร้างสรรค์และสร้างความจรรโลงใจให้กับผู้ชม มีระดับคะแนน 4.3500 ประเด็นเนื้อหารายการมีความกระชับและเข้าใจได้ง่าย มีระดับคะแนน 4.2000 และ ประเด็นเนื้อหารายการน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี มีระดับคะแนน 4.1000 ตามลำดับ

ด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques) มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับที่เห็นด้วยมาก โดยประเด็นผู้ดำเนินรายการ (พิธีกร/แขกรับเชิญ/ตัวละคร/บทบรรยาย) ของรายการนี้ มีความน่าสนใจและ ดึงดูดผู้ชมได้ดี ระดับคะแนนสูงสุดที่ 4.5500 รองลงมาคือ ประเด็นรายการมีวิธีการนำเสนอที่แปลกใหม่ (Innovative) มีระดับคะแนน 4.5000 ประเด็นรายการมีวิธีการนำเสนอที่กระตุ้นให้ผู้ชมค้นหาคำความรู้ต่อไป มีระดับคะแนน 4.2500 ประเด็นรายการมีวิธีการนำเสนอที่สร้างสรรค์ขึ้นเอง (Original) มีระดับคะแนน 4.1000 และประเด็นรูปแบบการนำเสนอรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง มีระดับคะแนน 4.0000 ตามลำดับ

ด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques) มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับที่เห็นด้วยมาก โดยประเด็นดนตรีและเสียงประกอบ (sound effect) มีความเหมาะสมกับเนื้อหาการที่นำเสนอ มีระดับ คะแนนสูงสุดที่ 4.4000 รองลงมาคือ ประเด็นเทคนิคการถ่ายทำ มุมกล้อง องค์ประกอบภาพ แสง มีความ ทันสมัย สวยงามและเหมาะสม ประเด็นภาพรวมรายการให้อารมณ์ความรู้สึกที่สอดคล้อง กลมกลืนและ ตรงตามเป้าหมายของรายการ (mood and tone) และประเด็นการจัดลำดับและการเล่าเรื่อง มีความน่าสนใจ และสร้างความเข้าใจให้กับผู้ชม โดยสามารถลำดับเรื่องราวตั้งแต่ต้นจนจบได้อย่างเชื่อมโยงและร้อยเรียงได้ อย่างลงตัว (storytelling) มีระดับคะแนนเท่ากันที่ 4.3000 ประเด็นเทคนิคการตัดต่อ ภาพ กราฟิก เสียง Super/CG มีความทันสมัย สวยงามและเหมาะสม มีระดับคะแนน 4.2500 และประเด็นฉาก ภาพ แสง สี เสียง และกราฟิกที่ปรากฏในรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง มีระดับคะแนน 3.9500 ตามลำดับ

ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact) มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับที่เห็นด้วยมาก โดยประเด็นรายการสร้างสามารถส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจต่อการใช้งานเทคโนโลยีการสื่อสาร 5G ของกลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี มีระดับคะแนนสูงสุดที่ 4.0000 รองลงมาคือ ประเด็นรายการช่วยกระตุ้นให้กลุ่มเป้าหมายเกิดการศึกษาค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติม และต่อยอดการใช้งานเทคโนโลยีการสื่อสาร 5G ในชีวิตประจำวัน มีระดับคะแนน 3.9500 ตามลำดับ

ทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction) มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับที่เห็นด้วยมาก โดยประเด็นท่านมีความพึงพอใจต่อรายการโดยรวม มีระดับคะแนนสูงสุดที่ 4.2632 รองลงมาคือ ประเด็นท่านมีทัศนคติที่ดีต่อรายการโดยรวม มีระดับคะแนน 4.1000 ตามลำดับ

ตารางที่ 10.177 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ

ประเด็นความคิดเห็น	ระดับความคิดเห็น		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
1. ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance)	4.0500	0.1205	เห็นด้วยมาก
1.1 เนื้อหารายการมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์: เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการผลิตเนื้อหารายการที่เป็นประโยชน์สาธารณะ และมีความคิดสร้างสรรค์ น่าสนใจ มีคุณภาพ ซึ่งผู้ผลิตรายการจำนวนหนึ่งไม่สามารถดำเนินการได้ หรือดำเนินการได้ยาก เพราะข้อจำกัดด้านต้นทุน หรือรายได้จากการโฆษณา	4.0500	0.2236	เห็นด้วยมาก
1.2 เนื้อหารายการมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์: เพื่อให้รายการได้เป็นสื่อกลางในการสร้างความรู้ ความเข้าใจ ความตระหนักรู้ของประชาชนที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะเกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสาร 5G	4.0500	0.3940	เห็นด้วยมาก
2. ด้านเนื้อหารายการ (Content)	4.3300	0.1297	เห็นด้วยมาก
2.1 เนื้อหารายการน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี	4.1000	0.3078	เห็นด้วยมาก
2.2 เนื้อหารายการมีความสร้างสรรค์และสร้างความจรรโลงใจให้กับผู้ชม	4.3500	0.4894	เห็นด้วยมาก
2.3 เนื้อหารายการมีความกระชับและเข้าใจได้ง่าย	4.2000	0.6156	เห็นด้วยมาก
2.4 เนื้อหารายการมีการสอดแทรกแง่คิดที่ดี	4.4000	0.5982	เห็นด้วยมาก
2.5 เนื้อหารายการมีคุณค่า คุ่มค่าต่อการรับชม และมีประโยชน์ต่อกลุ่มเป้าหมาย เช่น ประชาชนทั่วไป และผู้ที่สนใจด้านเทคโนโลยีการสื่อสาร 5G	4.6000	0.5982	เห็นด้วยมากที่สุด
3. ด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques)	4.2800	0.1491	เห็นด้วยมาก
3.1 รูปแบบการนำเสนอรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง	4.0000	0.3244	เห็นด้วยมาก
3.2 รายการมีวิธีการนำเสนอที่สร้างสรรค์ขึ้นเอง (Original)	4.1000	0.6407	เห็นด้วยมาก
3.3 รายการมีวิธีการนำเสนอที่แปลกใหม่ (Innovative)	4.5000	0.6070	เห็นด้วยมากที่สุด
3.4 รายการมีวิธีการนำเสนอที่กระตุ้นให้ผู้ชมค้นหาความรู้ต่อไป	4.2500	0.7164	เห็นด้วยมาก
3.5 ผู้ดำเนินรายการ (พิธีกร/แขกรับเชิญ/ตัวละคร/บทบรรยาย) ของรายการนี้ มีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี	4.5500	0.6048	เห็นด้วยมากที่สุด
4. ด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques)	4.2500	0.1074	เห็นด้วยมาก
4.1 ฉาก ภาพ แสง สี เสียง และกราฟิกที่ปรากฏในรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง	3.9500	0.3940	เห็นด้วยมาก
4.2 เทคนิคการถ่ายทำ มุมกล้อง องค์ประกอบภาพ แสง มีความทันสมัย สวยงามและเหมาะสม	4.3000	0.6569	เห็นด้วยมาก
4.3 เทคนิคการตัดต่อ ภาพ กราฟิก เสียง Super/CG มีความทันสมัย สวยงามและเหมาะสม	4.2500	0.6387	เห็นด้วยมาก
4.4 ดนตรีและเสียงประกอบ (sound effect) มีความเหมาะสมกับเนื้อหารายการที่นำเสนอ	4.4000	0.6806	เห็นด้วยมาก
4.5 ภาพรวมรายการให้อารมณ์ความรู้สึกที่สอดคล้อง กลมกลืนและตรงตามเป้าหมายของรายการ (mood and tone)	4.3000	0.5712	เห็นด้วยมาก

ประเด็นความคิดเห็น	ระดับความคิดเห็น		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
4.6 การจัดลำดับและการเล่าเรื่อง มีความน่าสนใจและสร้างความเข้าใจให้กับผู้ชม โดยสามารถลำดับเรื่องราวตั้งแต่ต้นจนจบได้อย่างเชื่อมโยงและร้อยเรียงได้อย่างลงตัว (storytelling)	4.3000	0.6569	เห็นด้วยมาก
5. ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact)	3.9750	0.0458	เห็นด้วยมาก
5.1 รายการช่วยกระตุ้นให้กลุ่มเป้าหมายเกิดการศึกษาค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติม และต่อยอดการใช้งานเทคโนโลยีการสื่อสาร 5G ในชีวิตประจำวัน	3.9500	0.3940	เห็นด้วยมาก
5.2 รายการสร้างสามารถส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจต่อการใช้งานเทคโนโลยีการสื่อสาร 5G ของกลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี	4.0000	0.4588	เห็นด้วยมาก
6. ทศคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction)	4.1816	0.1023	เห็นด้วยมาก
6.1 ท่านมีทัศนคติที่ดีต่อรายการโดยรวม	4.1000	0.3078	เห็นด้วยมาก
6.2 ท่านมีความพึงพอใจต่อรายการโดยรวม	4.2632	0.4524	เห็นด้วยมาก
ภาพรวม	4.1778	0.0352	เห็นด้วยมาก

ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

ผู้ตอบแบบประเมินได้ให้ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ สามารถสรุปรายละเอียดตามตารางที่ 10.178 ดังนี้

ตารางที่ 10.178 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

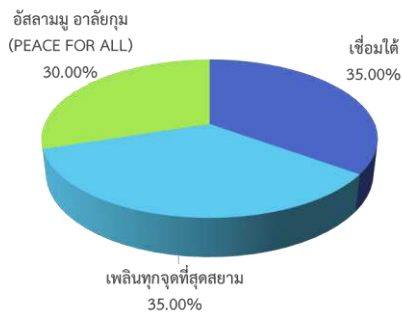
	ด้านเทคนิคการนำเสนอ	ด้านเทคนิคการผลิต
จุดเด่นด้านเทคนิคของรายการนี้	<ul style="list-style-type: none"> - รายละเอียดการนำเสนอและเนื้อหาที่น่าสนใจ เข้าใจง่าย - เนื้อหารายการน่าสนใจ - เนื้อหาสอดแทรกแง่คิดที่ดี - เป็นเทคโนโลยี IT ยุคใหม่ 	<ul style="list-style-type: none"> - มีความเข้าใจในสิ่งที่ต้องการสื่อสาร - การตัดต่อ ภาพ เสียงดี - ดนตรีประกอบดี - เทคนิคการถ่ายทำดี มุมกล้องดี
ข้อแนะนำเพื่อปรับปรุงหรือพัฒนารายการนี้	<ul style="list-style-type: none"> - นำเสนอเรื่องใหม่ๆ ด้าน IT - ปรับปรุงลักษณะภาษากาย - การใช้ภาษาและคำศัพท์เฉพาะทำให้คนดูเข้าใจยาก - ปรับเรื่องเนื้อหาให้กระชับ 	<ul style="list-style-type: none"> - เทคนิคภาพยังดูไม่ทันสมัย - ปรับเรื่องแสงและเพลง - ความต่อเนื่องของคลิป - เสียงเพลงค่อนข้างดัง

10.4.3 โครงการผลิตสารคดีเพื่อส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนใต้

มีผู้ตอบแบบสอบถามโดยกลุ่มผู้ผลิตรายการ จำนวน 20 ราย ประกอบด้วยข้อมูล ดังนี้

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบประเมิน

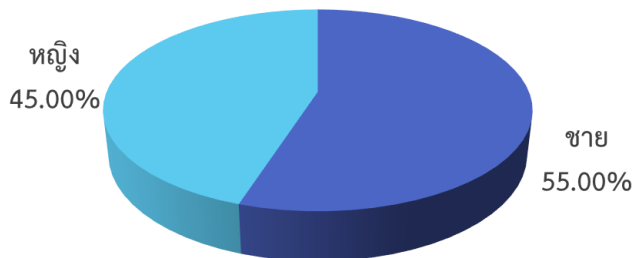
ตารางที่ 10.179 จำนวนและร้อยละของรายการ



รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เชื่อมใต้	7	35.00
เพลินทุกจุดที่สุดสยาม	7	35.00
อิสลามมุ อาลัยกุม (PEACE FOR ALL)	6	30.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 10.179 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่รับชมคลิปวิดีโอของรายการเชื่อมใต้ และรายการเพลินทุกจุดที่สุดสยาม จำนวน 7 คนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 35.00 รองลงมาคือ รายการอิสลามมุ อาลัยกุม (PEACE FOR ALL) จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00

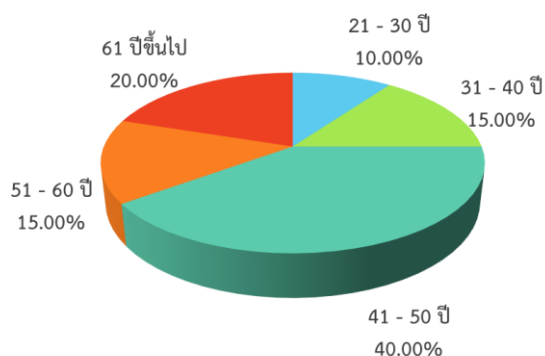
ตารางที่ 10.180 จำนวนและร้อยละของเพศ



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

จากตารางที่ 10.180 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 55.00 และเป็นเพศหญิง จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 45.00 ตามลำดับ

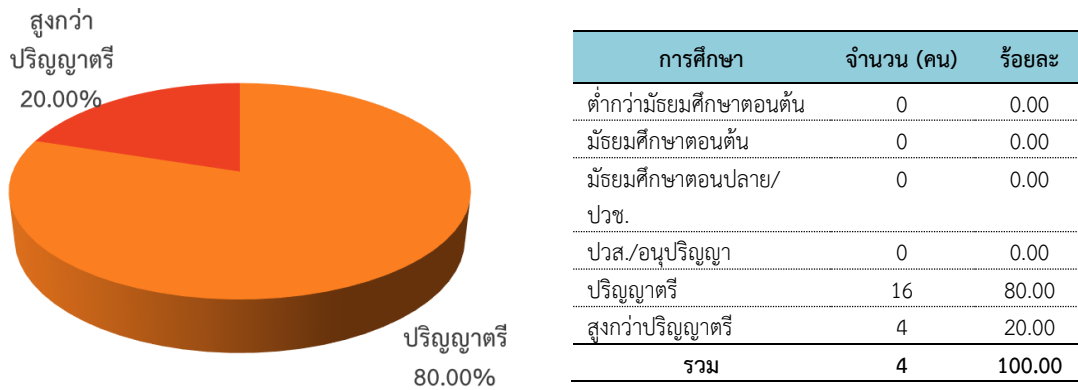
ตารางที่ 10.181 จำนวนและร้อยละของอายุ



อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	0	0.00
21 - 30 ปี	2	10.00
31 - 40 ปี	3	15.00
41 - 50 ปี	8	40.00
51 - 60 ปี	3	15.00
61 ปีขึ้นไป	4	20.00
รวม	20	100.00

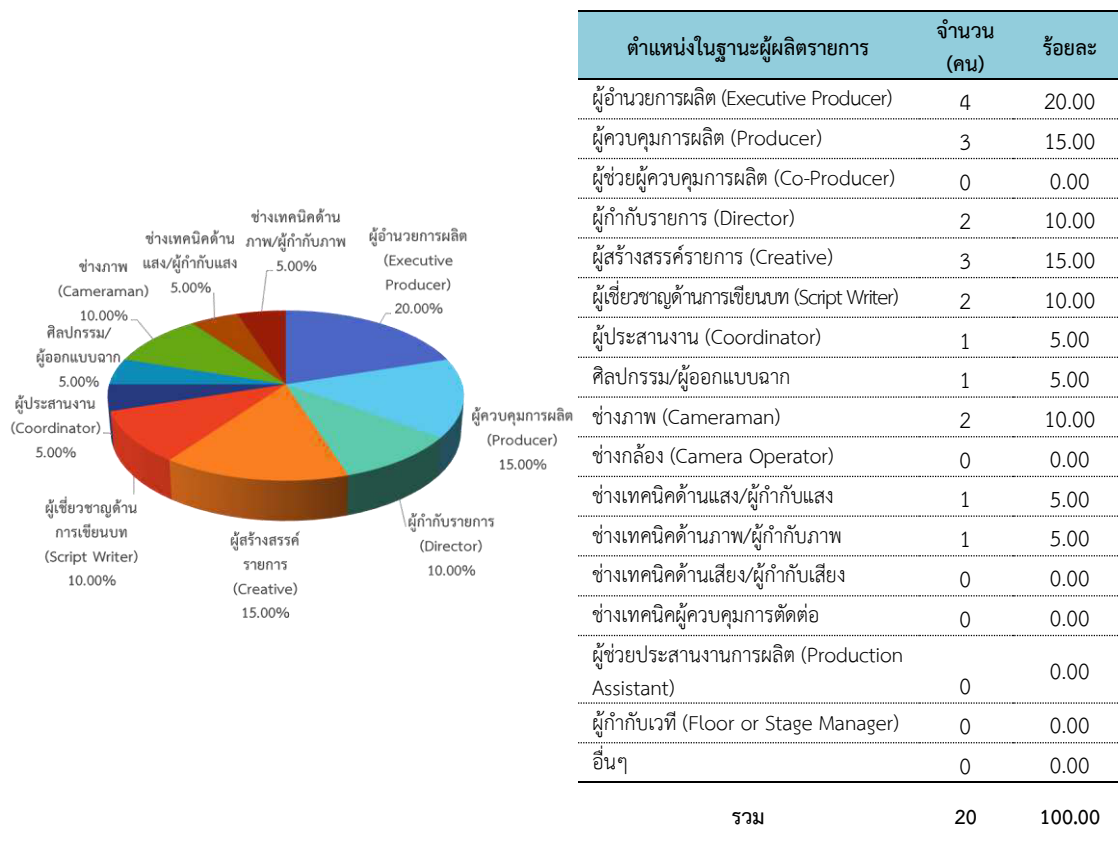
จากตารางที่ 10.181 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่มีอายุอยู่ระหว่าง 41 - 50 ปี จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 อายุ 61 ปีขึ้นไป จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 อายุ 31 - 40 ปี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 อายุ 51 - 60 ปี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 และอายุ 21 - 30 ปี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 10.182 จำนวนและร้อยละของการศึกษา



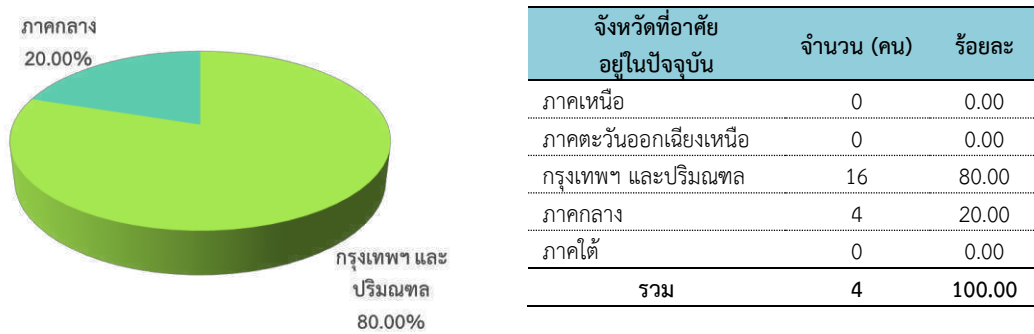
จากตารางที่ 10.182 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 80.00 และระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00

ตารางที่ 10.183 จำนวนและร้อยละของตำแหน่งในฐานะผู้ผลิตรายการ



จากตารางที่ 10.183 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่มีตำแหน่งในฐานะผู้อำนวยการผลิต (Executive Producer) จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 รองลงมาคือ ผู้ควบคุมการผลิต (Producer) และผู้สร้างสรรค์รายการ (Creative) จำนวน 3 คนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 15.00 ผู้กำกับรายการ (Director) ผู้เชี่ยวชาญด้านการเขียนบท (Script Writer) และช่างภาพ (Cameraman) จำนวน 2 คนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 10.00 ผู้ประสานงาน (Coordinator) ศิลปกรรม/ผู้ออกแบบฉาก ช่างเทคนิคด้านแสง/ผู้กำกับแสง และช่างเทคนิคด้านภาพ/ผู้กำกับภาพ จำนวน 1 คนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 5.00

ตารางที่ 10.184 จำนวนและร้อยละของจังหวัดที่ท่านอาศัยอยู่ในปัจจุบัน

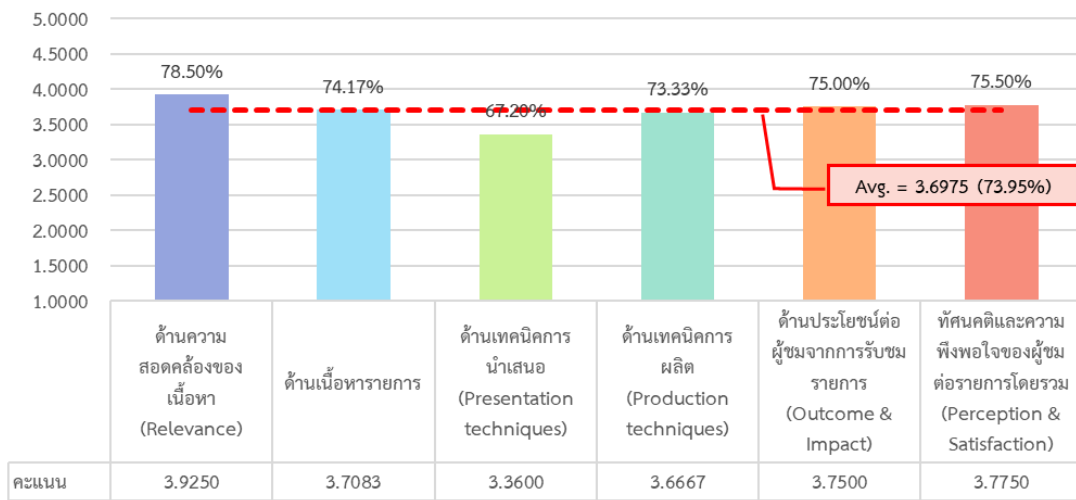


จากตารางที่ 10.184 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่ปัจจุบันอาศัยอยู่ในกรุงเทพฯ และปริมณฑล จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 80.00 และอยู่ในภาคกลาง จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00

สรุปผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ

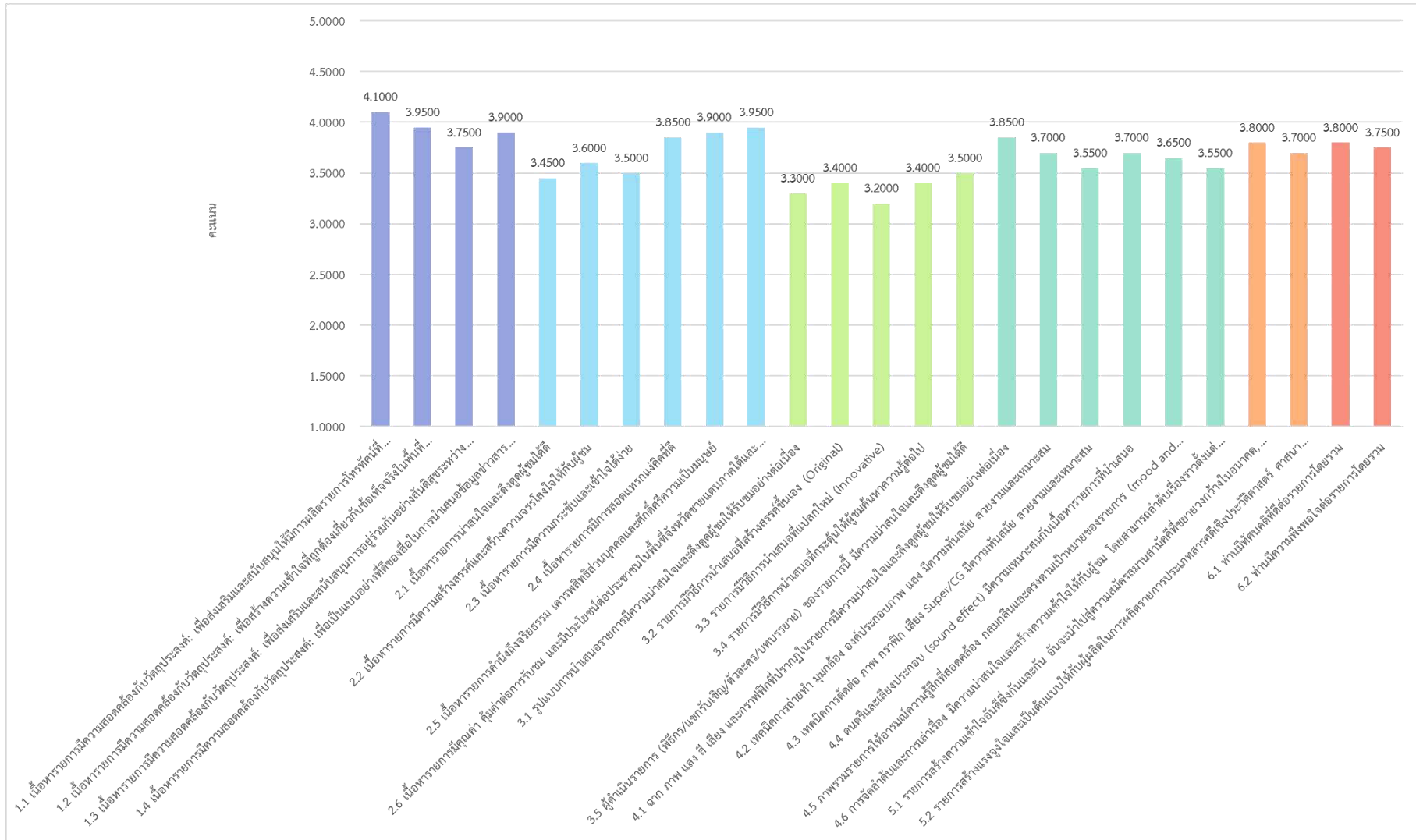
จากการสำรวจคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ มีผลคะแนนเฉลี่ยของระดับความคิดเห็น 3.6975 โดยมีผลคะแนนการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในแต่ละด้าน ดังนี้

แผนภาพที่ 10.152 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ



จากแผนภาพที่ 10.152 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ ในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก โดยเรียงลำดับจากมากที่สุดคือ ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance) มีระดับคะแนนที่ 3.9250 รองลงมาคือ ด้านทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction) มีระดับคะแนนที่ 3.7750 ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact) มีระดับคะแนนที่ 3.7500 ด้านเนื้อหารายการ (Content) มีระดับคะแนนที่ 3.7083 ด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques) มีระดับคะแนนที่ 3.6667 และด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques) มีระดับคะแนนที่ 3.3600 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 10.153 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีสำหรับรายการสารคดีเชิงประวัติศาสตร์เพื่อนำเสนอข้อมูลเชิงบวกและสร้างสรรค์ในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้



จากแผนภาพที่ 10.153 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ ดังนี้

ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance) มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับที่เห็นด้วยมาก โดยประเด็นเนื้อหารายการมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์: เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการผลิตรายการโทรทัศน์ที่นำเสนอข้อเท็จจริงเกี่ยวกับความเป็นมาและประวัติศาสตร์ของพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ ศาสนา ศิลปวัฒนธรรม และวิถีชีวิตของมุสลิม (สายกลาง) ทั้งในประเทศและต่างประเทศ มีระดับคะแนนสูงสุดที่ 4.1000 รองลงมาคือ ประเด็นเนื้อหารายการมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์: เพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับข้อเท็จจริงในพื้นที่ สร้างความเข้าใจอันดีซึ่งกันและกันของประชาชนในชุมชน ลดความขัดแย้งและความรุนแรงให้เกิดขึ้นอย่างยั่งยืน มีระดับคะแนนที่ 3.9500 ประเด็นเนื้อหารายการมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์: เพื่อเป็นแบบอย่างที่ดีของสื่อในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารข้อเท็จจริงที่ถูกต้องและเป็นประโยชน์ต่อประชาชนและสังคมประเทศ มีระดับคะแนนที่ 3.9000 และประเด็นเนื้อหารายการมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์: เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการอยู่ร่วมกันอย่างสันติสุขระหว่างทุกศาสนาของประชาชน ชุมชนและสังคมในพื้นที่ภายใต้หลักการเอกภาพบนความหลากหลาย แตกต่างแต่ไม่แตกแยก มีระดับคะแนนที่ 3.7500 ตามลำดับ

ด้านเนื้อหาของรายการ (Content) มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับที่เห็นด้วยมาก โดยประเด็นเนื้อหา รายการมีคุณค่า คุ่มค่าต่อการรับชม และมีประโยชน์ต่อประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้และประชาชนทั่วไป มีระดับคะแนนสูงสุดที่ 3.9500 รองลงมาคือ ประเด็นเนื้อหารายการคำนึงถึงจริยธรรม เคารพสิทธิส่วนบุคคลและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ มีระดับคะแนนที่ 3.9000 ประเด็นเนื้อหารายการมีการสอดแทรกแง่คิดที่ดี มีระดับคะแนนที่ 3.8500 ประเด็นเนื้อหารายการมีความสร้างสรรค์และสร้างความจรรโลงใจให้กับผู้ชม มีระดับคะแนนที่ 3.6000 ประเด็นเนื้อหารายการมีความกระชับและเข้าใจได้ง่าย มีระดับคะแนนที่ 3.5000 และประเด็นเนื้อหาที่น่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี มีระดับคะแนนที่ 3.4500 ตามลำดับ

ด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques) มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับที่เห็นด้วยมาก โดยประเด็นผู้ดำเนินรายการ (พิธีกร/แขกรับเชิญ/ตัวละคร/บทบรรยาย) ของรายการนี้ มีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี มีระดับคะแนนสูงสุดที่ 3.5000 รองลงมาคือ ประเด็นรายการมีวิธีการนำเสนอที่สร้างสรรค์ขึ้นเอง (Original) และประเด็นรายการมีวิธีการนำเสนอที่กระตุ้นให้ผู้ชมค้นหาความรู้ต่อไป มีระดับคะแนนเท่ากันที่ 3.4000 ประเด็นรูปแบบการนำเสนอรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง มีระดับคะแนนที่ 3.3000 และประเด็นรายการมีวิธีการนำเสนอที่แปลกใหม่ (Innovative) มีระดับคะแนนที่ 3.2000

ด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques) มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับที่เห็นด้วยมาก โดยประเด็นฉาก ภาพ แสง สี เสียง และกราฟฟิกที่ปรากฏในรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง มีระดับคะแนนสูงสุดที่ 3.8500 ประเด็นเทคนิคการถ่ายทำ มุมกล้อง องค์ประกอบภาพ แสง มีความทันสมัย สวยงามและเหมาะสม และประเด็นดนตรีและเสียงประกอบ (sound effect) มีความเหมาะสมกับเนื้อหาของรายการที่นำเสนอ มีระดับคะแนนเท่ากันที่ 3.7000 ประเด็นภาพรวมรายการให้อารมณ์ความรู้สึกที่สอดคล้อง กลมกลืนและตรงตามเป้าหมายของรายการ (mood and tone) มีระดับคะแนนที่ 3.6500 ประเด็นเทคนิคการตัดต่อ ภาพ กราฟิก เสียง Super/CG มีความทันสมัย สวยงามและเหมาะสม และประเด็นการจัดลำดับ และการเล่าเรื่อง มีความน่าสนใจและสร้างความเข้าใจให้กับผู้ชม โดยสามารถลำดับเรื่องราวตั้งแต่ต้นจนจบได้อย่างเชื่อมโยงและร้อยเรียงได้อย่างลงตัว (storytelling) มีระดับคะแนนเท่ากันที่ 3.5500 ตามลำดับ

ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact) มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับที่เห็นด้วยมาก โดยประเด็นรายการสร้างความเข้าใจอันดีซึ่งกันและกัน อันจะนำไปสู่ความสมัครสมานสามัคคีที่ขยายวงกว้างในอนาคต, ประชาชนอยู่ร่วมกันอย่างสันติสุขระหว่างทุกศาสนา และชุมชนในพื้นที่เกิดความเข้มแข็ง, ประชาชนมีรายการประเภทสารคดีเชิงประวัติศาสตร์ ศาสนา ศิลปวัฒนธรรม และวิถีชีวิตที่เปิดมุมมองใหม่และให้ความรู้ใหม่แก่สังคม, รายการสร้างการตื่นรู้และหักล้างการบิดเบือนข้อมูล ซึ่งก่อให้เกิดคุณค่าต่อชุมชนและประเทศชาติ มีระดับคะแนนสูงสุดที่ 3.8000 และประเด็นรายการสร้างแรงจูงใจและเป็นต้นแบบให้กับผู้ผลิตในการผลิตรายการประเภทสารคดีเชิงประวัติศาสตร์ ศาสนา ศิลปวัฒนธรรมและวิถีชีวิตเพื่อนำเสนอข้อมูลเชิงบวกและสร้างสรรค์ มีระดับคะแนนที่ 3.7000 ตามลำดับ

ทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction) มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับที่เห็นด้วยมาก โดยประเด็นที่ท่านมีทัศนคติที่ดีต่อรายการโดยรวม มีระดับคะแนนสูงสุดที่ 3.8000 และประเด็นท่านมีความพึงพอใจต่อรายการโดยรวม มีระดับคะแนนเท่ากันที่ 3.7500 ตามลำดับ

ตารางที่ 10.185 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ

ประเด็นความคิดเห็น	ระดับความคิดเห็น		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
1. ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance)	3.9250	0.0641	เห็นด้วยมาก
1.1 เนื้อหารายการมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์: เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการผลิตรายการโทรทัศน์ที่นำเสนอข้อเท็จจริงเกี่ยวกับความเป็นมาและประวัติศาสตร์ของพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ ศาสนา ศิลปวัฒนธรรม และวิถีชีวิตของมุสลิม (สายกลาง) ทั้งในประเทศและต่างประเทศ	4.1000	0.6407	เห็นด้วยมาก
1.2 เนื้อหารายการมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์: เพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับข้อเท็จจริงในพื้นที่ สร้างความเข้าใจอันดีซึ่งกันและกันของประชาชนในชุมชน ลดความขัดแย้งและความรุนแรงให้เกิดขึ้นอย่างยั่งยืน	3.9500	0.7592	เห็นด้วยมาก
1.3 เนื้อหารายการมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์: เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการอยู่ร่วมกันอย่างสันติสุขระหว่างทุกศาสนาของประชาชน ชุมชนและสังคมในพื้นที่ภายใต้หลักการเอกภาพบนความหลากหลาย แตกต่างแต่ไม่แตกแยก	3.7500	0.7164	เห็นด้วยมาก
1.4 เนื้อหารายการมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์: เพื่อเป็นแบบอย่างที่ดีของสื่อในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารข้อเท็จจริงที่ถูกต้องและเป็นประโยชน์ต่อประชาชนและสังคมประเทศ	3.9000	0.7881	เห็นด้วยมาก
2. ด้านเนื้อหารายการ (Content)	3.7083	0.0437	เห็นด้วยมาก
2.1 เนื้อหารายการน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี	3.4500	0.9445	เห็นด้วยปานกลาง
2.2 เนื้อหารายการมีความสร้างสรรค์และสร้างความจรรโลงใจให้กับผู้ชม	3.6000	0.8826	เห็นด้วยมาก
2.3 เนื้อหารายการมีความกระชับและเข้าใจได้ง่าย	3.5000	0.8885	เห็นด้วยมาก
2.4 เนื้อหารายการมีการสอดแทรกแง่คิดที่ดี	3.8500	0.8127	เห็นด้วยมาก
2.5 เนื้อหารายการคำนึงถึงจริยธรรม เคารพสิทธิส่วนบุคคลและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์	3.9000	0.8522	เห็นด้วยมาก
2.6 เนื้อหารายการมีคุณค่า คุ่มค่าต่อการรับชม และมีประโยชน์ต่อประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้และประชาชนทั่วไป	3.9500	0.8870	เห็นด้วยมาก
3. ด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques)	3.3600	0.0828	เห็นด้วยปานกลาง
3.1 รูปแบบการนำเสนอรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง	3.3000	1.0311	เห็นด้วยปานกลาง
3.2 รายการมีวิธีการนำเสนอที่สร้างสรรค์ขึ้นเอง (Original)	3.4000	0.9947	เห็นด้วยปานกลาง
3.3 รายการมีวิธีการนำเสนอที่แปลกใหม่ (Innovative)	3.2000	0.9515	เห็นด้วยปานกลาง
3.4 รายการมีวิธีการนำเสนอที่กระตุ้นให้ผู้ชมค้นหาความรู้ต่อไป	3.4000	0.8826	เห็นด้วยปานกลาง

ประเด็นความคิดเห็น	ระดับความคิดเห็น		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
3.5 ผู้ดำเนินรายการ (พิธีกร/แขกรับเชิญ/ตัวละคร/บทบรรยาย) ของรายการนี้ มีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี	3.5000	0.8272	เห็นด้วยมาก
4. ด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques)	3.6667	0.1185	เห็นด้วยมาก
4.1 ฉาก ภาพ แสง สี เสียง และกราฟิกที่ปรากฏในรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง	3.8500	0.9333	เห็นด้วยมาก
4.2 เทคนิคการถ่ายทำ มุมกล้อง องค์ประกอบภาพ แสง มีความทันสมัย สวยงามและเหมาะสม	3.7000	0.9787	เห็นด้วยมาก
4.3 เทคนิคการตัดต่อ ภาพ กราฟิก เสียง Super/CG มีความทันสมัย สวยงามและเหมาะสม	3.5500	0.8870	เห็นด้วยมาก
4.4 ดนตรีและเสียงประกอบ (sound effect) มีความเหมาะสมกับเนื้อหารายการที่น่าเสนอ	3.7000	0.8645	เห็นด้วยมาก
4.5 ภาพรวมรายการให้อารมณ์ความรู้สึกที่สอดคล้อง กลมกลืนและตรงตามเป้าหมายของรายการ (mood and tone)	3.6500	0.6708	เห็นด้วยมาก
4.6 การจัดลำดับและการเล่าเรื่อง มีความน่าสนใจและสร้างความเข้าใจให้กับผู้ชม โดยสามารถลำดับเรื่องราวตั้งแต่ต้นจนจบได้อย่างเชื่อมโยงและร้อยเรียงได้อย่างลงตัว (storytelling)	3.5500	0.9987	เห็นด้วยมาก
5. ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact)	3.7500	0.1313	เห็นด้วยมาก
5.1 รายการสร้างความเข้าใจอันดีซึ่งกันและกัน อันจะนำไปสู่ความสมัครสมานสามัคคีที่ขยายวงกว้างในอนาคต, ประชาชนอยู่ร่วมกันอย่างสันติสุขระหว่างทุกศาสนา และชุมชนในพื้นที่เกิดความเข้มแข็ง, ประชาชนมีรายการประเภทสารคดีเชิงประวัติศาสตร์ ศาสนา ศิลปวัฒนธรรม และวิถีชีวิตที่เปิดมุมมองใหม่และให้ความรู้ใหม่แก่สังคม, รายการสร้างการตื่นรู้และหักล้างการบิดเบือนข้อมูล ซึ่งก่อให้เกิดคุณค่าต่อชุมชนและประเทศชาติ	3.8000	0.6156	เห็นด้วยมาก
5.2 รายการสร้างแรงจูงใจและเป็นต้นแบบให้กับผู้ผลิตในการผลิตรายการประเภทสารคดีเชิงประวัติศาสตร์ ศาสนา ศิลปวัฒนธรรมและวิถีชีวิต เพื่อนำเสนอข้อมูลเชิงบวกและสร้างสรรค์	3.7000	0.8013	เห็นด้วยมาก
6. ทศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction)	3.7750	0.1208	เห็นด้วยมาก
6.1 ท่านมีทัศนคติที่ดีต่อรายการโดยรวม	3.8000	0.6156	เห็นด้วยมาก
6.2 ท่านมีความพึงพอใจต่อรายการโดยรวม	3.7500	0.7864	เห็นด้วยมาก
ภาพรวม	3.6975	0.0354	เห็นด้วยมาก

ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

ผู้ตอบแบบประเมินได้ให้ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ สามารถสรุปรายละเอียดตามตารางที่ 10.186 ดังนี้

ตารางที่ 10.186 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

	ด้านเทคนิคการนำเสนอ	ด้านเทคนิคการผลิต
จุดเด่นด้านเทคนิคของรายการนี้	<ul style="list-style-type: none"> - การนำเสนอเนื้อหาเพื่อพัฒนาทัศนคติและค่านิยม - ภาพสวยทุกมุมกล้อง ภาพแคบกว้างทำได้ดี - มีการนำเสนอด้วยเสียงบรรยายสำหรับผู้ที่ไม่เห็น - Content empowered the local, good chronological sequence. 	<ul style="list-style-type: none"> - เนื้อหาและภาพกลมกลืน - การเรียงลำดับเนื้อหาดี - good shots that reflect the content comprehensive, mood and tone relaxed motion the theme of content (travel) leisure lifestyle and peace.

	ด้านเทคนิคการนำเสนอ	ด้านเทคนิคการผลิต
ข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงหรือพัฒนารายการนี้	<ul style="list-style-type: none"> - ระยะเวลาสั้นเกินไป - ควรกระชับข้อมูลให้รวบรัดเข้าใจง่ายขึ้น - ควรเปิดคลิปเพื่อดึงดูดความสนใจ - ให้ชาวบ้านหรือคนทั่วไปได้แสดงความเห็นบ้าง 	<ul style="list-style-type: none"> - สไตล์การตัดและกราฟฟิกยังไม่ทันสมัย - ควรทำให้สั้นเข้าใจง่ายที่สุด

10.4.4 โครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้ความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อ Stop Fake Spread Fact

มีผู้ตอบแบบสอบถามโดยกลุ่มผู้ผลิตรายการ จำนวน 20 ราย ประกอบด้วยข้อมูล ดังนี้

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบประเมิน

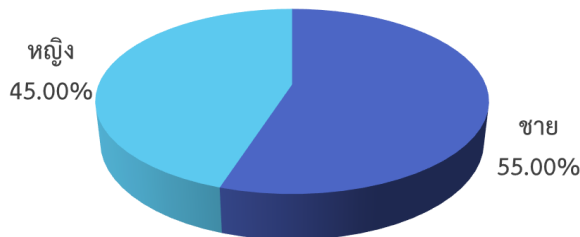
ตารางที่ 10.187 จำนวนและร้อยละของรายการ



รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
Stop Fake Spread Fact	20	100.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 10.187 ผู้ตอบแบบประเมินทั้งหมดรับชมคลิปวิดีโอของรายการ Stop Fake Spread Fact จำนวน 20 คน คิดเป็น ร้อยละ 100.00

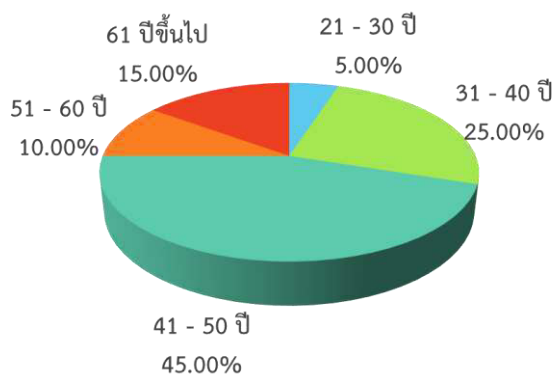
ตารางที่ 10.188 จำนวนและร้อยละของเพศ



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

จากตารางที่ 10.188 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 55.00 และเป็นเพศหญิง จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 45.00 ตามลำดับ

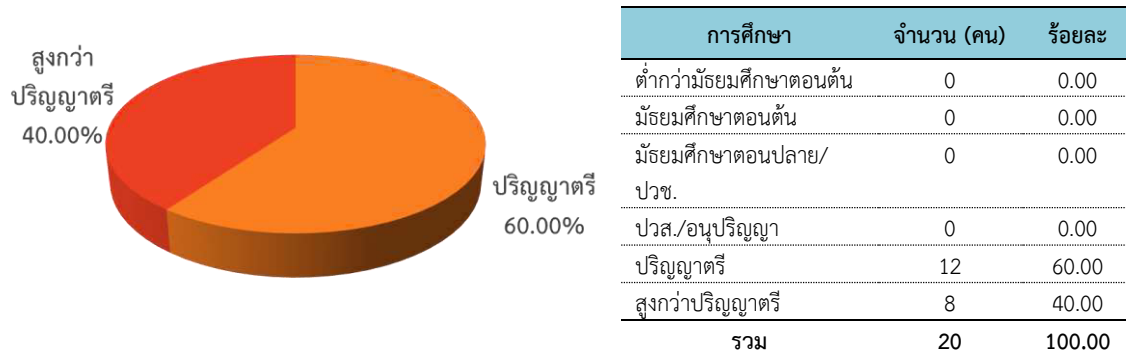
ตารางที่ 10.189 จำนวนและร้อยละของอายุ



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

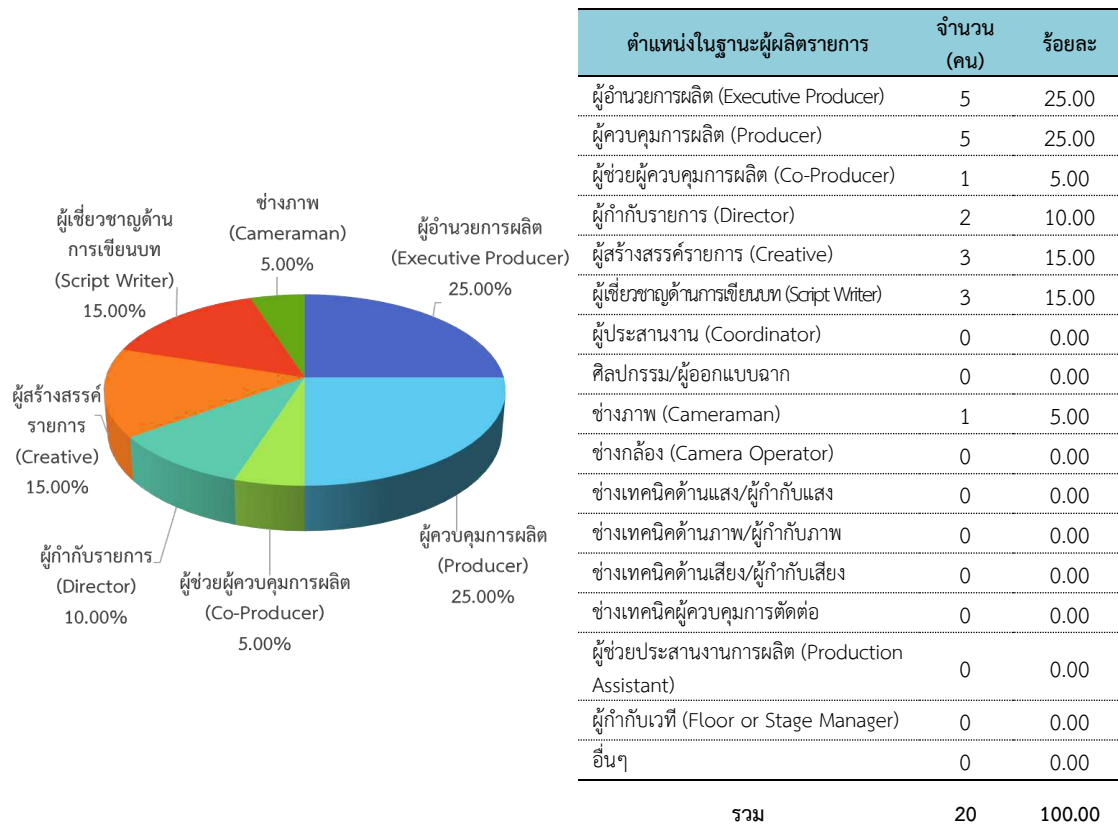
จากตารางที่ 10.189 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่มีอายุอยู่ระหว่าง 41 – 50 ปี จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 45.00 รองลงมาคือ 31 - 40 ปี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 อายุ 61 ปีขึ้นไป จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 อายุ 51 - 60 ปี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 และอายุ 21 - 30 ปี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 10.190 จำนวนและร้อยละของการศึกษา



จากตารางที่ 10.190 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 60.00 และสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00

ตารางที่ 10.191 จำนวนและร้อยละของตำแหน่งในฐานะผู้ผลิตรายการ



จากตารางที่ 10.191 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่มีตำแหน่งในฐานะผู้อำนวยการผลิต (Executive Producer) และผู้ควบคุมการผลิต (Producer) จำนวน 5 คนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 25.00 รองลงมาเป็นผู้สร้างสรรค์รายการ (Creative) และผู้เชี่ยวชาญด้านการเขียนบท (Script Writer) จำนวน 3 คนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 15.00 ผู้กำกับรายการ (Director) จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 ผู้ช่วยผู้ควบคุมการผลิต (Co-Producer) และช่างภาพ (Cameraman) จำนวน 1 คนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 5.00

ตารางที่ 10.192 จำนวนและร้อยละของจังหวัดที่ท่านอาศัยอยู่ในปัจจุบัน



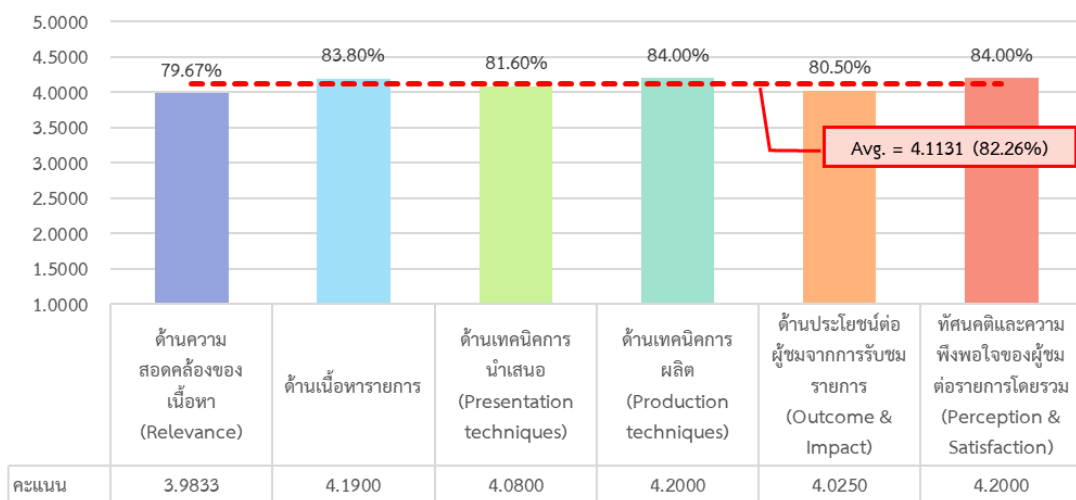
จังหวัดที่อาศัยอยู่ในปัจจุบัน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ภาคเหนือ	0	0.00
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	0	0.00
กรุงเทพฯ และปริมณฑล	19	95.00
ภาคกลาง	1	5.00
ภาคใต้	0	0.00
รวม	4	100.00

จากตารางที่ 10.192 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่ปัจจุบันอาศัยอยู่ในกรุงเทพฯ และปริมณฑล จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 95.00 และอยู่ในภาคกลาง จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00

สรุปผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ

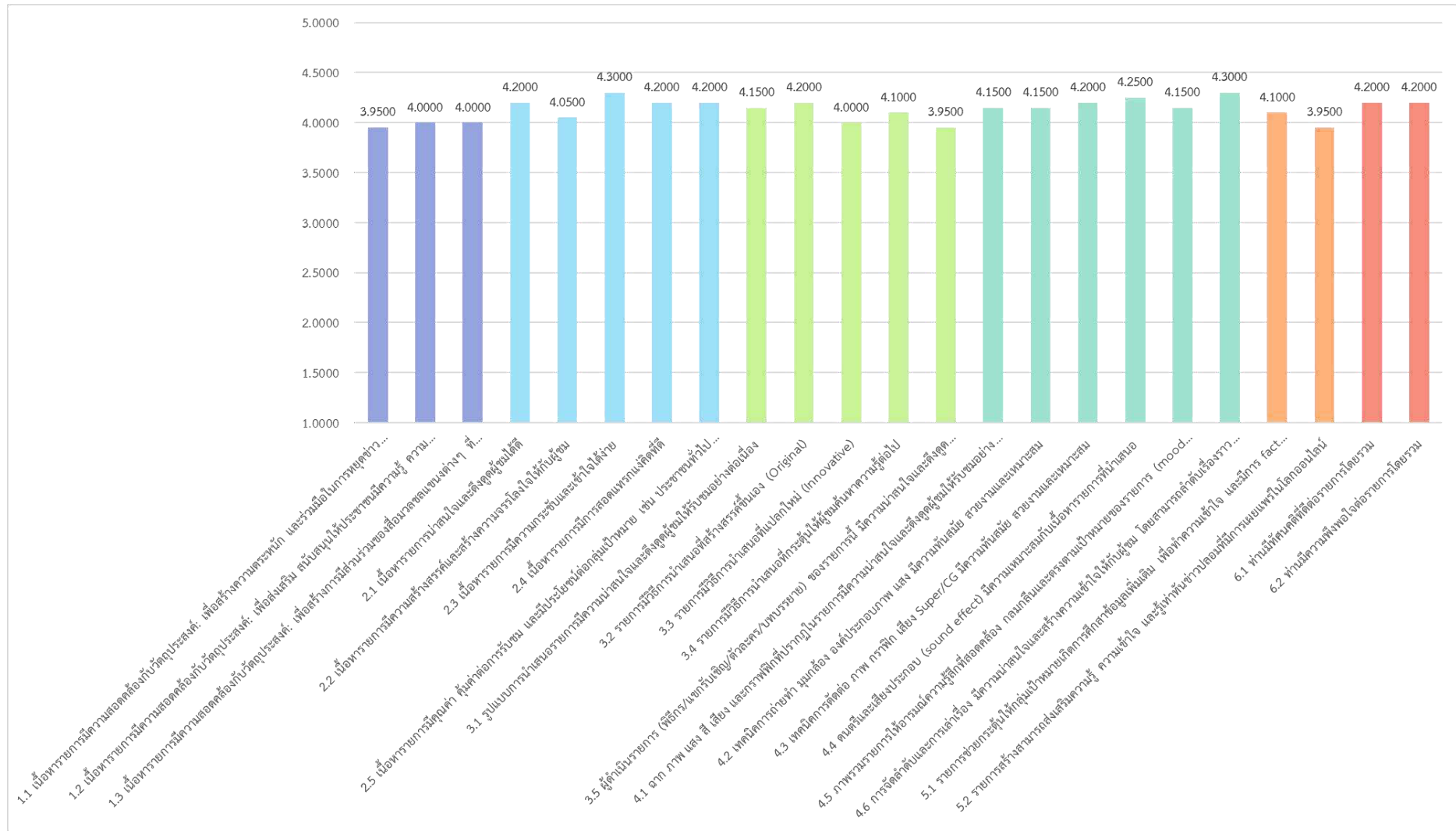
จากการสำรวจคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ มีผลคะแนนเฉลี่ยของระดับความคิดเห็น 4.1131 โดยมีผลคะแนนการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในแต่ละด้าน ดังนี้

แผนภาพที่ 10.154 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ



จากแผนภาพที่ 10.154 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ ในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก โดยเรียงลำดับจากมากที่สุดคือ ด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques) และด้านทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction) มีระดับคะแนนเท่ากันที่ 4.2000 รองลงมาคือ ด้านเนื้อหารายการ (Content) มีผลคะแนน 4.1900 ด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques) มีผลคะแนนที่ 4.0800 ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact) มีผลคะแนนที่ 4.0250 และด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance) มีระดับคะแนนที่ 3.9833 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 10.155 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีสำหรับรายการรู้เท่าทันสื่อ Stop Fake Spread Fact



จากแผนภาพที่ 10.155 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ ดังนี้

ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance) มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับที่เห็นด้วยมาก โดยประเด็นเนื้อหารายการมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์: เพื่อส่งเสริม สนับสนุนให้ประชาชนมีความรู้ ความเข้าใจเพิ่มขีดความสามารถ ศักยภาพในการคิด วิเคราะห์อย่างรู้เท่าทันข้อมูลข่าวสารจริงหรือปลอมจากทุก สื่อ ไม่ตกเป็นเหยื่อหรือเครื่องมือจากผู้ไม่หวังดี และประเด็นเนื้อหารายการมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์: เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของสื่อมวลชนแขนงต่างๆ ที่ดำเนินกิจการด้านการสื่อสารแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการให้ตระหนักถึงจริยธรรม คุณธรรม ความรับผิดชอบการประกอบวิชาชีพนำเสนอข้อมูลข่าวสารต่อ ประชาชนอย่างถูกต้องเป็นธรรม และสร้างความร่วมมือในการหยุดข่าวปลอม มีระดับคะแนนเท่ากับที่ 4.0000 รองลงมาคือ ประเด็นเนื้อหารายการมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์: เพื่อสร้างความตระหนัก และร่วมมือในการหยุดข่าวปลอม อีกทั้งส่งเสริม สนับสนุนให้ประชาชนมีวิจารณญาณ เพิ่มขีดความสามารถ ทักษะการรู้เท่าทัน ข่าวสารจากทุกสื่ออย่างฉลาด มีผลระดับคะแนนที่ 3.9500 ตามลำดับ

ด้านเนื้อหารายการ (Content) มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับที่เห็นด้วยมาก โดยประเด็นเนื้อหา รายการมีความกระชับและเข้าใจได้ง่าย มีระดับคะแนนสูงสุดที่ 4.3000 รองลงมาคือ ประเด็นเนื้อหา รายการน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี ประเด็นเนื้อหารายการมีการสอดแทรกแง่คิดที่ดี และประเด็นเนื้อหา รายการมีคุณค่า คุ่มค่าต่อการรับชม และมีประโยชน์ต่อกลุ่มเป้าหมาย เช่น ประชาชนทั่วไปสามารถจำแนก ตรวจสอบ และมีความรู้เท่าทันข่าวปลอมได้เป็นอย่างดี มีระดับคะแนนเท่ากับที่ 4.2000 และประเด็นเนื้อหา รายการมีความ สร้างสรรค์และสร้างความจรรโลงใจให้กับผู้ชม มีระดับคะแนนที่ 4.0500 ตามลำดับ

ด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques) มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับที่เห็นด้วยมาก โดย ประเด็นรายการมีวิธีการนำเสนอที่สร้างสรรค์ขึ้นเอง (Original) มีระดับคะแนนสูงสุดที่ 4.2000 รองลงมาคือ ประเด็นรูปแบบการนำเสนอรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง มีระดับคะแนนที่ 4.1500 ประเด็นรายการมีวิธีการนำเสนอที่กระตุ้นให้ผู้ชมค้นหาความรู้ต่อไป มีระดับคะแนนที่ 4.1000 ประเด็น รายการมีวิธีการนำเสนอที่แปลกใหม่ (Innovative) มีระดับคะแนนที่ 4.0000 และประเด็นผู้ดำเนินรายการ (พิธีกร/แขกรับเชิญ/ตัวละคร/บทบรรยาย) ของรายการนี้ มีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี มีระดับคะแนนที่ 3.9500 ตามลำดับ

ด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques) มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับที่เห็นด้วยมาก โดย ประเด็นการจัดลำดับและการเล่าเรื่อง มีความน่าสนใจและสร้างความเข้าใจให้กับผู้ชม โดยสามารถลำดับ เรื่องราวตั้งแต่ต้นจนจบได้อย่างเชื่อมโยงและร้อยเรียงได้อย่างลงตัว (storytelling) มีระดับคะแนนสูงสุดที่ 4.3000 รองลงมาคือประเด็นดนตรีและเสียงประกอบ (sound effect) มีความเหมาะสมกับเนื้อหารายการที่ นำเสนอ มีระดับคะแนนที่ 4.2500 ประเด็นเทคนิคการตัดต่อ ภาพ กราฟิก เสียง Super/CG มีความทันสมัย สวยงามและเหมาะสม มีระดับคะแนนที่ 4.2000 ประเด็นเทคนิคการถ่ายทำ มุมกล้อง องค์กรประกอบภาพ แสง มีความทันสมัย สวยงามและเหมาะสม และประเด็นภาพรวมรายการให้อารมณ์ความรู้สึกที่สอดคล้อง กลมกลืน และตรงตามเป้าหมายของรายการ (mood and tone) มีระดับคะแนนเท่ากับที่ 4.1500

ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact) มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับที่เห็นด้วยมาก โดยประเด็นรายการช่วยกระตุ้นให้กลุ่มเป้าหมายเกิดการศึกษาค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติม เพื่อทำความเข้าใจ และมีการ fact check ข่าวสารที่ได้รับอย่างต่อเนื่อง มีระดับคะแนนสูงสุดที่ 4.1000 และประเด็นรายการสร้างสามารถส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ และรู้เท่าทันข่าวปลอมที่มีการเผยแพร่ในโลกออนไลน์ มีระดับคะแนนที่ -3.9500

ทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction) มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับที่เห็นด้วยมาก โดยประเด็นที่ท่านมีทัศนคติที่ดีต่อรายการโดยรวม และท่านมีความพึงพอใจต่อรายการโดยรวม มีระดับคะแนนเท่ากับที่ 4.2000

ตารางที่ 10.193 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ

ประเด็นความคิดเห็น	ระดับความคิดเห็น		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
1. ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance)	3.9833	0.0205	เห็นด้วยมาก
1.1 เนื้อหารายการมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์: เพื่อสร้างความตระหนัก และร่วมมือในการหยุดข่าวปลอม อีกทั้งส่งเสริม สนับสนุนให้ประชาชนมีวิจารณญาณ เพิ่มขีดความสามารถ ทักชะการรู้เท่าทันข่าวสารจากทุกสื่ออย่างฉลาด	3.9500	0.7592	เห็นด้วยมาก
1.2 เนื้อหารายการมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์: เพื่อส่งเสริม สนับสนุนให้ประชาชนมีความรู้ ความเข้าใจเพิ่มขีดความสามารถ ศักยภาพในการคิด วิเคราะห์อย่างรู้เท่าทันข้อมูลข่าวสารจริงหรือปลอมจากทุกสื่อ ไม่ตกเป็นเหยื่อหรือเครื่องมือจากผู้ไม่หวังดี	4.0000	0.7947	เห็นด้วยมาก
1.3 เนื้อหารายการมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์: เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของสื่อมวลชนแขนงต่างๆ ที่ดำเนินกิจการด้านการสื่อสารแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการให้ตระหนักถึงจริยธรรม คุณธรรม ความรับผิดชอบการประกอบวิชาชีพนำเสนอข้อมูลข่าวสารต่อประชาชนอย่างถูกต้องเป็นธรรม และสร้างความร่วมมือในการหยุดข่าวปลอม	4.0000	0.7947	เห็นด้วยมาก
2. ด้านเนื้อหารายการ (Content)	4.1900	0.0805	เห็นด้วยมาก
2.1 เนื้อหารายการน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี	4.2000	0.6959	เห็นด้วยมาก
2.2 เนื้อหารายการมีความสร้างสรรค์และสร้างความจรรโลงใจให้กับผู้ชม	4.0500	0.6863	เห็นด้วยมาก
2.3 เนื้อหารายการมีความกระชับและเข้าใจได้ง่าย	4.3000	0.5712	เห็นด้วยมาก
2.4 เนื้อหารายการมีการสอดแทรกแง่คิดที่ดี	4.2000	0.7678	เห็นด้วยมาก
2.5 เนื้อหารายการมีคุณค่า คุ่มค่าต่อการรับชม และมีประโยชน์ต่อกลุ่มเป้าหมาย เช่น ประชาชนทั่วไปสามารถจำแนก ตรวจสอบ และมีความรู้เท่าทันข่าวปลอมได้เป็นอย่างดี	4.2000	0.7678	เห็นด้วยมาก
3. ด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques)	4.0800	0.1024	เห็นด้วยมาก
3.1 รูปแบบการนำเสนอรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง	4.1500	0.5871	เห็นด้วยมาก
3.2 รายการมีวิธีการนำเสนอที่สร้างสรรค์ขึ้นเอง (Original)	4.2000	0.6959	เห็นด้วยมาก
3.3 รายการมีวิธีการนำเสนอที่แปลกใหม่ (Innovative)	4.0000	0.8584	เห็นด้วยมาก
3.4 รายการมีวิธีการนำเสนอที่กระตุ้นให้ผู้ชมค้นหาความรู้ต่อไป	4.1000	0.7881	เห็นด้วยมาก
3.5 ผู้ดำเนินรายการ (พิธีกร/แขกรับเชิญ/ตัวละคร/บทบรรยาย) ของรายการนี้ มีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี	3.9500	0.7592	เห็นด้วยมาก
4. ด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques)	4.2000	0.0697	เห็นด้วยมาก
4.1 ฉาก ภาพ แสง สี เสียง และกราฟิกที่ปรากฏในรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง	4.1500	0.6708	เห็นด้วยมาก
4.2 เทคนิคการถ่ายทำ มุมกล้อง องค์กรประกอบภาพ แสง มีความทันสมัย สวยงามและเหมาะสม	4.1500	0.4894	เห็นด้วยมาก
4.3 เทคนิคการตัดต่อ ภาพ กราฟิก เสียง Super/CG มีความทันสมัย สวยงามและเหมาะสม	4.2000	0.6156	เห็นด้วยมาก
4.4 ดนตรีและเสียงประกอบ (sound effect) มีความเหมาะสมกับเนื้อหารายการที่นำเสนอ	4.2500	0.6387	เห็นด้วยมาก

ประเด็นความคิดเห็น	ระดับความคิดเห็น		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
4.5 ภาพรวมรายการให้อารมณ์ความรู้สึกที่สอดคล้อง กลมกลืนและตรงตามเป้าหมายของรายการ (mood and tone)	4.1500	0.6708	เห็นด้วยมาก
4.6 การจัดลำดับและการเล่าเรื่อง มีความน่าสนใจและสร้างความเข้าใจให้กับผู้ชม โดยสามารถลำดับเรื่องราวตั้งแต่ต้นจนจบได้อย่างเชื่อมโยงและร้อยเรียงได้อย่างลงตัว (storytelling)	4.3000	0.5712	เห็นด้วยมาก
5. ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact)	4.0250	0.0189	เห็นด้วยมาก
5.1 รายการช่วยกระตุ้นให้กลุ่มเป้าหมายเกิดการศึกษาข้อมูลเพิ่มเติม เพื่อทำความเข้าใจ และมีการ fact check ข่าวสารที่ได้รับอย่างต่อเนื่อง	4.1000	0.8522	เห็นด้วยมาก
5.2 รายการสร้างสามารถส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ และรู้เท่าทันข่าวปลอมที่มีการเผยแพร่ในโลกออนไลน์	3.9500	0.8256	เห็นด้วยมาก
6. ทศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction)	4.2000	0.0465	เห็นด้วยมาก
6.1 ท่านมีทัศนคติที่ดีต่อรายการโดยรวม	4.2000	0.7678	เห็นด้วยมาก
6.2 ท่านมีความพึงพอใจต่อรายการโดยรวม	4.2000	0.8335	เห็นด้วยมาก
ภาพรวม	4.1131	0.0337	เห็นด้วยมาก

ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

ผู้ตอบแบบประเมินได้ให้ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ สามารถสรุปรายละเอียดตามตารางที่ 10.194 ดังนี้

ตารางที่ 10.194 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

	ด้านเทคนิคการนำเสนอ	ด้านเทคนิคการผลิต
จุดเด่นด้านเทคนิคของรายการนี้	<ul style="list-style-type: none"> - มีการนำเสนอด้านการนำเพลงมาดึงดูดได้ดี ตัวนักแสดงแต่ละตัวคัดมาดี ทำหน้าที่ได้เข้าใจง่ายในระยะเวลาที่จำกัด - ชัดเจน เข้าใจง่าย 	<ul style="list-style-type: none"> - ตัดกระชับ/กราฟฟิกสวย - ทำออกมาได้น่าสนใจดึงดูดให้เข้าใจได้
ข้อแนะนำเพื่อปรับปรุงหรือพัฒนารายการนี้	<ul style="list-style-type: none"> - ตัวแสดงถ้าน่าสนใจหรือเป็นคนที่มีความน่าสนใจยิ่งขึ้น - เนื้อหาภาพรวมยังอ่อน ยังไม่เข้าใจว่าผลเสีย-ผลดีอย่างไร - รายละเอียดยังไม่ค่อยไป 	<ul style="list-style-type: none"> - too front of scene freer of PPL might not get the content thoriyrhly

10.4.5 โครงการจัดทำรายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมให้คนพิการรู้จักสิทธิและใช้ประโยชน์จากกิจการโทรทัศน์ได้อย่างรู้เท่าทัน

มีผู้ตอบแบบสอบถามโดยกลุ่มผู้ผลิตรายการ จำนวน 20 ราย ประกอบด้วยข้อมูล ดังนี้

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบประเมิน

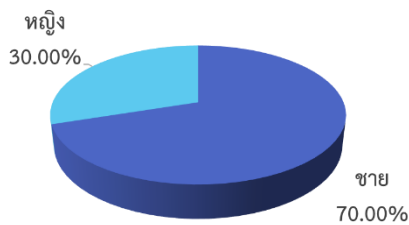
ตารางที่ 10.195 จำนวนและร้อยละของรายการ



รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพื่อนกันคนพันธุ์ D	20	100.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 10.195 ผู้ตอบแบบประเมินทั้งหมดรับชมคลิปวิดีโอของรายการ เพื่อนกันคนพันธุ์ D จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00

ตารางที่ 10.196 จำนวนและร้อยละของเพศ



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

จากตารางที่ 10.196 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 70.00 และเป็นเพศหญิง จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 ตามลำดับ

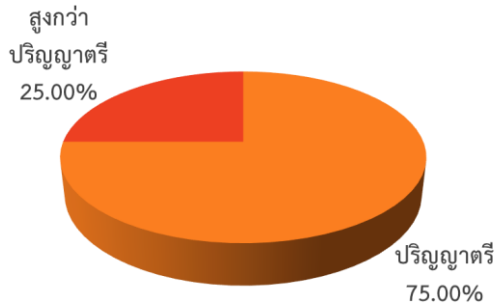
ตารางที่ 10.197 จำนวนและร้อยละของอายุ



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	8	40.00
51 - 60 ปี	5	25.00
61 ปีขึ้นไป	4	20.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 10.197 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่มีอายุอยู่ระหว่าง 41 – 50 ปี จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 อายุ 51 - 60 ปี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 อายุ 61 ปีขึ้นไป จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 อายุ 31 - 40 ปี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 และอายุ 21 - 30 ปี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

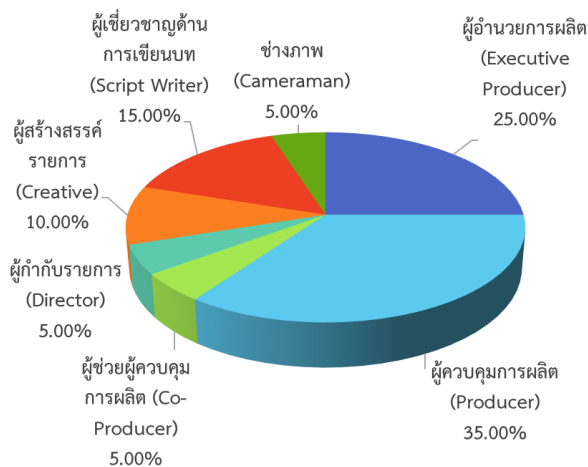
ตารางที่ 10.198 จำนวนและร้อยละของการศึกษา



การศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	0	0.00
มัธยมศึกษาตอนต้น	0	0.00
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	0	0.00
ปวส./อนุปริญญา	0	0.00
ปริญญาตรี	15	75.00
สูงกว่าปริญญาตรี	5	25.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 10.198 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 75.00 รองลงมาคือ สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 ตามลำดับ

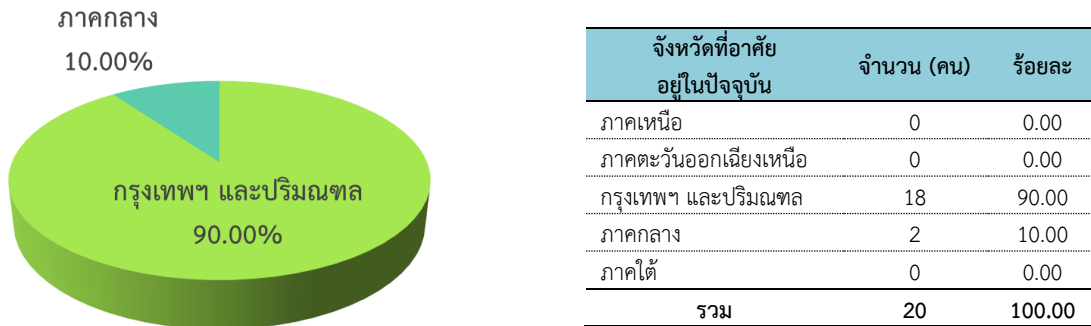
ตารางที่ 10.199 จำนวนและร้อยละของตำแหน่งในฐานะผู้ผลิตรายการ



ตำแหน่งในฐานะผู้ผลิตรายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ผู้อำนวยการผลิต (Executive Producer)	5	25.00
ผู้ควบคุมการผลิต (Producer)	7	35.00
ผู้ช่วยผู้ควบคุมการผลิต (Co-Producer)	1	5.00
ผู้กำกับการ (Director)	1	5.00
ผู้สร้างสรรครายการ (Creative)	2	10.00
ผู้เขียนบท (Script Writer)	3	15.00
ผู้ประสานงาน (Coordinator)	0	0.00
ศิลปกรรม/ผู้ออกแบบฉาก	0	0.00
ช่างภาพ (Cameraman)	1	5.00
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	20	100.00

จากตารางที่ 10.199 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่มีตำแหน่งในฐานะผู้ควบคุมการผลิต (Producer) จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 35.00 รองลงมาคือ ผู้อำนวยการผลิต (Executive Producer) จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 ผู้เชี่ยวชาญด้านการเขียนบท (Script Writer) จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 ผู้สร้างสรรค์รายการ (Creative) จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 ผู้ช่วยผู้ควบคุมการผลิต (Co-Producer) ผู้กำกับรายการ (Director) และ

ตารางที่ 10.200 จำนวนและร้อยละของจังหวัดที่ท่านอาศัยอยู่ในปัจจุบัน

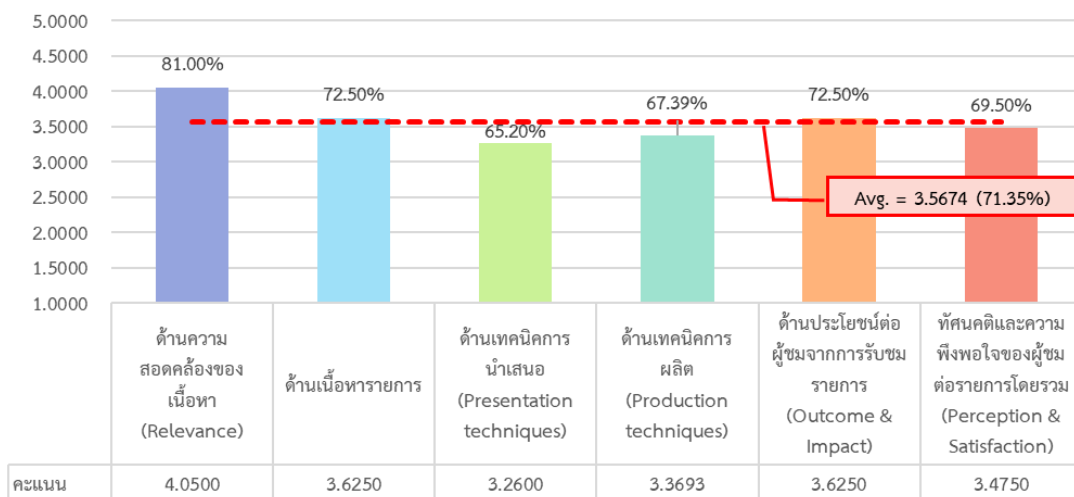


จากตารางที่ 10.200 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่ปัจจุบันอาศัยอยู่ในกรุงเทพฯ และปริมณฑล จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 90.00 และอยู่ในภาคกลาง จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00

สรุปผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ

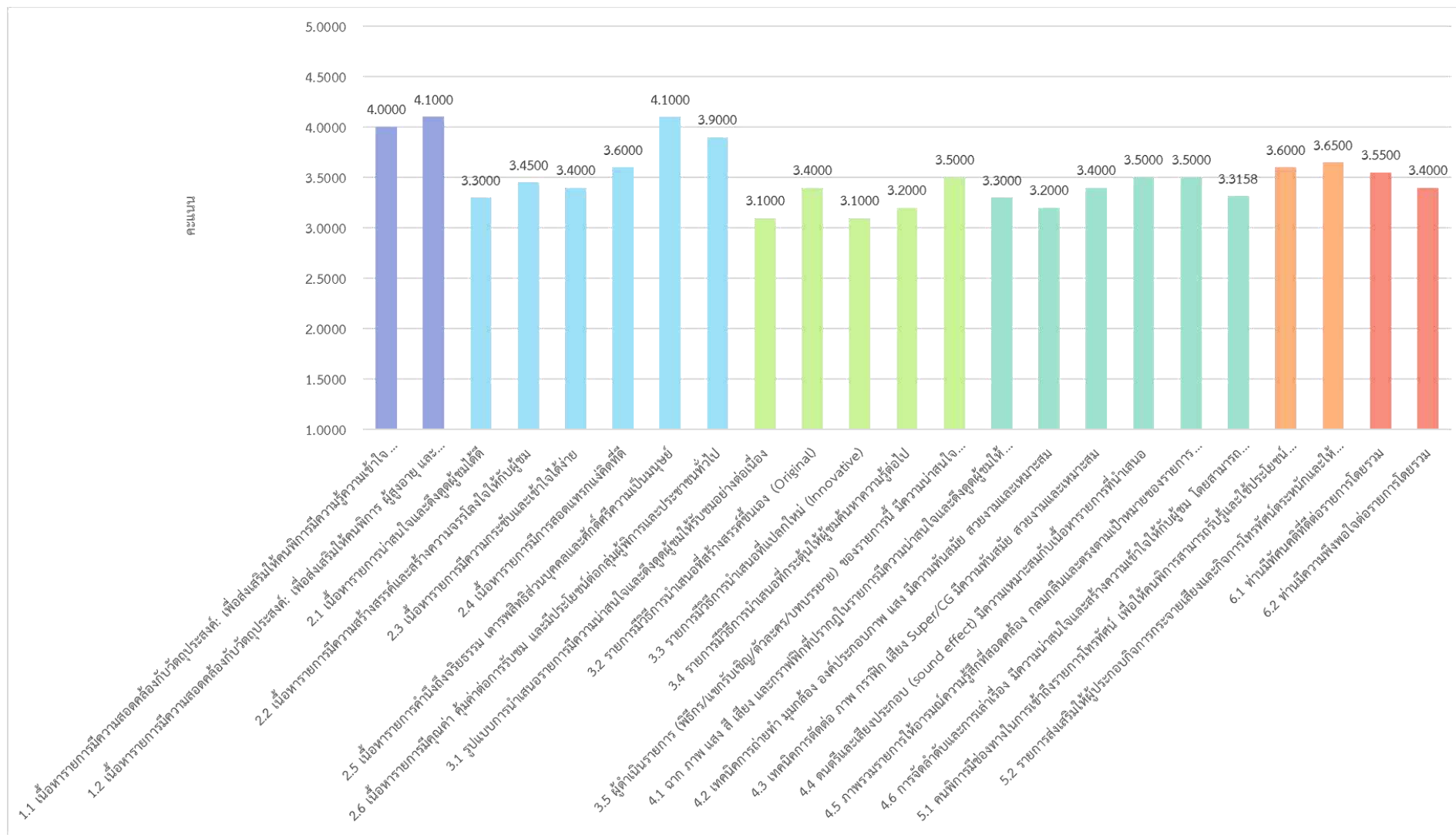
จากการสำรวจคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ มีผลคะแนนเฉลี่ยของระดับความคิดเห็น 3.5674 โดยมีผลคะแนนการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในแต่ละด้าน ดังนี้

แผนภาพที่ 10.156 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ



จากแผนภาพที่ 10.156 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ ในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก โดยเรียงลำดับจากมากที่สุดคือ ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance) มีระดับคะแนนที่ 4.0500 รองลงมาคือ ด้านเนื้อหารายการ (Content) และด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact) มีระดับคะแนนเท่ากันที่ 3.6250 ด้านทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction) มีระดับคะแนนที่ 3.4750 ด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques) ที่ระดับคะแนนที่ 3.3693 และด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques) ที่ระดับคะแนนที่ 3.2600 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 10.157 ผลการประเมินคุณภาพรายการที่วีสำหรับคนพิการ



จากแผนภาพที่ 10.157 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ ดังนี้

ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance) มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับที่เห็นด้วยมาก โดยประเด็นเนื้อหารายการมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์: เพื่อส่งเสริมให้คนพิการ ผู้สูงอายุ และผู้ด้อยโอกาสสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารผ่านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ได้อย่างเสมอภาคกับบุคคลทั่วไป มีระดับคะแนนสูงสุดเท่ากับที่ 4.1000 รองลงมาคือ ประเด็นเนื้อหารายการมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์: เพื่อส่งเสริมให้คนพิการมีความรู้ความเข้าใจในสิทธิและประโยชน์ในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร รวมถึงการใช้ประโยชน์จากกิจการโทรทัศน์ได้อย่างเท่าเทียมกับบุคคลทั่วไป และตระหนักในสิทธิของตนเอง มีระดับคะแนน 4.0000 ตามลำดับ

ด้านเนื้อหาของรายการ (Content) มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับที่เห็นด้วยมาก โดยประเด็นเนื้อหา รายการคำนิ่งถึงจริยธรรม เคารพสิทธิส่วนบุคคลและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ มีระดับคะแนนสูงสุดเท่ากับที่ 4.1000 รองลงมาคือ ประเด็นเนื้อหารายการมีคุณค่า คุ่มค่าต่อการรับชม และมีประโยชน์ต่อกลุ่มผู้พิการและประชาชนทั่วไป มีระดับคะแนน 3.9000 ประเด็นเนื้อหารายการมีการสอดแทรกแง่คิดที่ดี มีระดับคะแนน 3.6000 ประเด็นเนื้อหารายการมีความสร้างสรรค์และสร้างความจรรโลงใจให้กับผู้ชม มีระดับคะแนน 3.4500 ประเด็นเนื้อหารายการมีความกระชับและเข้าใจได้ง่าย มีระดับคะแนน 3.4000 และประเด็นเนื้อหา รายการ น่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี มีระดับคะแนน 3.3000 ตามลำดับ

ด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques) มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับที่เห็นด้วยปานกลาง โดยประเด็นผู้ดำเนินรายการ (พิธีกร/แขกรับเชิญ/ตัวละคร/บทบรรยาย) ของรายการนี้ มีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี มีระดับคะแนนสูงสุดเท่ากับที่ 3.5000 รองลงมาคือ ประเด็นรายการมีวิธีการนำเสนอที่สร้างสรรค์ขึ้นเอง (Original) มีระดับคะแนน 3.4000 ประเด็นรายการมีวิธีการนำเสนอที่กระตุ้นให้ผู้ชมค้นหาความรู้ต่อไป มีระดับคะแนน 3.2000 ประเด็นรูปแบบการนำเสนอรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง และประเด็นรายการมีวิธีการนำเสนอที่แปลกใหม่ (Innovative) มีระดับคะแนนเท่ากับที่ 3.1000 ตามลำดับ

ด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques) มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับที่เห็นด้วยปานกลาง โดยประเด็นดนตรีและเสียงประกอบ (sound effect) มีความเหมาะสมกับเนื้อหาของรายการที่นำเสนอ และประเด็นภาพรวมรายการให้อารมณ์ความรู้สึกที่สอดคล้อง กลมกลืนและตรงตามเป้าหมายของรายการ (mood and tone) มีระดับคะแนนสูงสุดเท่ากับที่ 3.5000 รองลงมาคือ ประเด็นเทคนิคการตัดต่อ ภาพ กราฟิก เสียง Super/CG มีความทันสมัย สวยงามและเหมาะสม มีระดับคะแนน 3.4000 ประเด็นการจัดลำดับและการเล่าเรื่อง มีความน่าสนใจและสร้างความเข้าใจให้กับผู้ชม โดยสามารถลำดับเรื่องราวตั้งแต่ต้นจนจบได้อย่างเชื่อมโยงและร้อยเรียงได้อย่างลงตัว (storytelling) มีระดับคะแนน 3.3158 ประเด็นฉาก ภาพ แสง สี เสียง และกราฟิกที่ปรากฏในรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง มีระดับคะแนน 3.3000 และประเด็นเทคนิคการถ่ายทำ มุมกล้อง องค์กรประกอบภาพ แสง มีความทันสมัย สวยงามและเหมาะสม มีระดับคะแนน 3.2000 ตามลำดับ

ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact) มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับที่เห็นด้วยมาก โดยประเด็นรายการส่งเสริมให้ผู้ประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ตระหนักและให้ความสำคัญกับการจัดให้มีบริการสำหรับ คนพิการในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร มีระดับคะแนนสูงสุดเท่ากับที่ 3.6500 รองลงมาคือ ประเด็นคนพิการมีช่องทางในการเข้าถึงรายการโทรทัศน์ เพื่อให้คนพิการสามารถรับรู้และใช้ประโยชน์จากรายการได้, คนพิการมีความตื่นตัว เข้มแข็ง รู้จักปกป้องตนเอง สามารถเข้าถึงและใช้สื่ออย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์แก่ตนเอง ผ่านกระบวนการรู้เท่าทันสื่อและการณรงค์ทางสังคม, ประชาชนมีรายการโทรทัศน์ที่จัดให้มีบริการล่ามภาษามือเต็มจอ (Sign Language) เสียงบรรยายภาพ (Audio Description) และคำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption) ที่เหมาะสมและสอดคล้องกับความพิการและความต้องการของคนพิการประเภทนั้น, คนพิการและบุคคลทั่วไปสามารถเข้าถึงรายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้อย่างเท่าเทียมและทั่วถึง มีระดับคะแนน 3.6000 ตามลำดับ

ทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction) มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับที่เห็นด้วยปานกลาง โดยประเด็นท่านมีทัศนคติที่ดีต่อรายการโดยรวม มีระดับคะแนนสูงสุดเท่ากับที่ 3.5500 และประเด็นท่านมีความพึงพอใจต่อรายการโดยรวม มีระดับคะแนนที่ 3.4000

ตารางที่ 10.201 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ

ประเด็นความคิดเห็น	ระดับความคิดเห็น		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
1. ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance)	4.0500	0.0497	เห็นด้วยมาก
1.1 เนื้อหารายการมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์: เพื่อส่งเสริมให้คนพิการมีความรู้ความเข้าใจในสิทธิและประโยชน์ในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร รวมถึงการใช้ประโยชน์จากกิจการโทรทัศน์ได้อย่างเท่าเทียมกับบุคคลทั่วไป และตระหนักในสิทธิของตนเอง	4.0000	0.8584	เห็นด้วยมาก
1.2 เนื้อหารายการมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์: เพื่อส่งเสริมให้คนพิการ ผู้สูงอายุ และผู้ด้อยโอกาส สามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารผ่านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ได้อย่างเสมอภาคกับบุคคลทั่วไป	4.1000	0.7881	เห็นด้วยมาก
2. ด้านเนื้อหารายการ (Content)	3.6250	0.0995	เห็นด้วยมาก
2.1 เนื้อหารายการน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี	3.3000	0.9787	เห็นด้วยปานกลาง
2.2 เนื้อหารายการมีความสร้างสรรค์และสร้างความจรรโลงใจให้กับผู้ชม	3.4500	0.9445	เห็นด้วยปานกลาง
2.3 เนื้อหารายการมีความกระชับและเข้าใจได้ง่าย	3.4000	1.0954	เห็นด้วยปานกลาง
2.4 เนื้อหารายการมีการสอดแทรกแง่คิดที่ดี	3.6000	0.9403	เห็นด้วยมาก
2.5 เนื้อหารายการคำนึงถึงจริยธรรม เคารพสิทธิส่วนบุคคลและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์	4.1000	0.9119	เห็นด้วยมาก
2.6 เนื้อหารายการมีคุณค่า คุ่มค่าต่อการรับชม และมีประโยชน์ต่อกลุ่มผู้พิการและประชาชนทั่วไป	3.9000	0.7881	เห็นด้วยมาก
3. ด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques)	3.2600	0.0786	เห็นด้วยปานกลาง
3.1 รูปแบบการนำเสนอรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง	3.1000	1.0712	เห็นด้วยปานกลาง
3.2 รายการมีวิธีการนำเสนอที่สร้างสรรค์ขึ้นเอง (Original)	3.4000	1.1425	เห็นด้วยปานกลาง
3.3 รายการมีวิธีการนำเสนอที่แปลกใหม่ (Innovative)	3.1000	1.1653	เห็นด้วยปานกลาง
3.4 รายการมีวิธีการนำเสนอที่กระตุ้นให้ผู้ชมค้นหาความรู้ต่อไป	3.2000	1.1050	เห็นด้วยปานกลาง
3.5 ผู้ดำเนินรายการ (พิธีกร/แขกรับเชิญ/ตัวละคร/บทบรรยาย) ของรายการนี้ มีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี	3.5000	1.2773	เห็นด้วยมาก
4. ด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques)	3.3693	0.0541	เห็นด้วยปานกลาง
4.1 ฉาก ภาพ แสง สี เสียง และกราฟฟิกที่ปรากฏในรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง	3.3000	1.1286	เห็นด้วยปานกลาง

ประเด็นความคิดเห็น	ระดับความคิดเห็น		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
4.2 เทคนิคการถ่ายทำ มุมกล้อง องค์ประกอบภาพ แสง มีความทันสมัย สวยงามและเหมาะสม	3.2000	1.1050	เห็นด้วยปานกลาง
4.3 เทคนิคการตัดต่อ ภาพ กราฟิก เสียง Super/CG มีความทันสมัย สวยงามและเหมาะสม	3.4000	1.1425	เห็นด้วยปานกลาง
4.4 ดนตรีและเสียงประกอบ (sound effect) มีความเหมาะสมกับเนื้อหารายการที่น่าเสนอ	3.5000	1.0513	เห็นด้วยมาก
4.5 ภาพรวมรายการให้อารมณ์ความรู้สึกที่สอดคล้อง กลมกลืนและตรงตามเป้าหมายของรายการ (mood and tone)	3.5000	1.0000	เห็นด้วยมาก
4.6 การจัดลำดับและการเล่าเรื่อง มีความน่าสนใจและสร้างความเข้าใจให้กับผู้ชม โดยสามารถลำดับเรื่องราวตั้งแต่ต้นจนจบได้อย่างเชื่อมโยงและร้อยเรียงได้อย่างลงตัว (storytelling)	3.3158	1.0569	เห็นด้วยปานกลาง
5. ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact)	3.6250	0.1497	เห็นด้วยมาก
5.1 คนพิการมีช่องทางในการเข้าถึงรายการโทรทัศน์ เพื่อให้คนพิการสามารถรับรู้และใช้ประโยชน์จากรายการได้, คนพิการมีความตื่นตัว เข้มแข็ง รู้จักปกป้องตนเอง สามารถเข้าถึงและใช้สื่ออย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์แก่ตนเอง ผ่านกระบวนการรู้เท่าทันสื่อและการณรงค์ทางสังคม, ประชาชนมีรายการโทรทัศน์ที่จัดให้มีบริการล่ามภาษามือเต็มจอ (Sign Language) เสียงบรรยายภาพ (Audio Description) และคำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption) ที่เหมาะสมและสอดคล้องกับความพิการและความต้องการของคนพิการประเภทนั้น, คนพิการและบุคคลทั่วไปสามารถเข้าถึงรายการโทรทัศน์ เพื่อส่งเสริมการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้อย่างเท่าเทียมและทั่วถึง	3.6000	0.8826	เห็นด้วยมาก
5.2 รายการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ตระหนักและให้ความสำคัญกับการจัดให้มีบริการสำหรับ คนพิการในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร	3.6500	0.6708	เห็นด้วยมาก
6. ทศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction)	3.4750	0.0469	เห็นด้วยปานกลาง
6.1 ท่านมีทัศนคติที่ดีต่อรายการโดยรวม	3.5500	0.8870	เห็นด้วยมาก
6.2 ท่านมีความพึงพอใจต่อรายการโดยรวม	3.4000	0.8208	เห็นด้วยปานกลาง
ภาพรวม	3.5674	0.0398	เห็นด้วยมาก

ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

ผู้ตอบแบบประเมินได้ให้ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ สามารถสรุปรายละเอียดตามตารางที่ 10.202 ดังนี้

ตารางที่ 10.202 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

	ด้านเทคนิคการนำเสนอ	ด้านเทคนิคการผลิต
จุดเด่นด้านเทคนิคของรายการนี้	<ul style="list-style-type: none"> - นำเสนอให้คนพิการทางการได้ยินและการมองเห็น - ภาพเล่าเรื่องต่างๆ ทำให้เข้าใจได้ดี - ส่งเสริมเรื่องคนพิการ ทำให้ทราบว่าควรมีรายการประเภทนี้ 	<ul style="list-style-type: none"> - กราฟฟิกมีความทันสมัย - มีการใช้ภาษามือ
ข้อแนะนำเพื่อปรับปรุงหรือพัฒนารายการนี้	<ul style="list-style-type: none"> - ในการนำเสนอการทำอาหาร หากมีเสียงบรรยาย เพื่อคนพิการทางสายตาคouldรับรู้ด้วย - ควรมีการบรรยายสำหรับผู้พิการทางการมองเห็น - ควรเพิ่มซับไตเติ้ล - เขียนบทให้ดูกระชับมากขึ้นหรือใส่ลูกเล่นกราฟฟิก 	<ul style="list-style-type: none"> - ภาพไม่สวย - ปรับมุมกล้องให้ทันสมัย - เพิ่มกราฟฟิก

10.5 สรุปรายงานผลการจัดประชุมตัวแทนผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาสำหรับรายการปี 2563

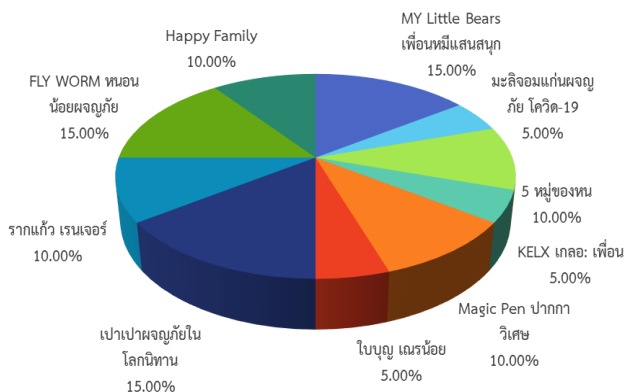
จากการการประเมินผลการผลิตรายการที่ได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนเงินจากกองทุนวิจัยและพัฒนา กิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ (โครงการประจำปี 2563) จากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญและนักวิชาการที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหารายการ จำนวน 20 ราย สามารถสรุปผลการประเมิน ได้ดังนี้

10.5.1 โครงการส่งเสริมการผลิตและออกอากาศรายการโทรทัศน์ระบบดิจิตอลรายการสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว

มีผู้ตอบแบบประเมิน จำนวน 20 ราย ประกอบด้วยข้อมูล ดังนี้

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบประเมิน

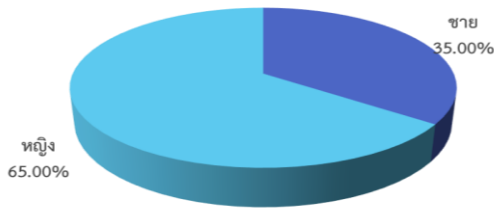
ตารางที่ 10.203 จำนวนและร้อยละของรายการ



ชื่อรายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
MY Little Bears เพื่อนหมีแสนสนุก	3	15.00
มะลิจอมแก่นผจญภัย โควิด-19	1	5.00
5 หมูของหนู	2	10.00
KELX เกลล: เพื่อน	1	5.00
Magic Pen ปากกาวิเศษ	2	10.00
ใบบุญ เณรน้อย	1	5.00
เป้าเป่าผจญภัยในโลกนิทาน	3	15.00
รากแก้ว เรนเจอร์	2	10.00
FLY WORM หนอนน้อยผจญภัย	3	15.00
Happy Family	2	10.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 10.203 ผู้ตอบแบบประเมินได้สุ่มรับชมรายการ “MY Little Bears เพื่อนหมีแสนสนุก” จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 รายการ “เป้าเป่าผจญภัยในโลกนิทาน” จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 รายการ “FLY WORM หนอนน้อยผจญภัย” จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 รายการ “5 หมูของหนู” จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 รายการ “Magic Pen ปากกาวิเศษ” จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 รายการ “รากแก้ว เรนเจอร์” จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 รายการ “Happy Family” จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 รายการ “มะลิจอมแก่นผจญภัย โควิด-19” จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 รายการ “KELX เกลล: เพื่อน” จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 และรายการ “ใบบุญ เณรน้อย” จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00

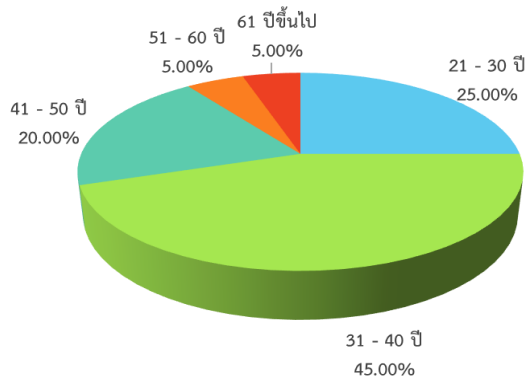
ตารางที่ 10.204 จำนวนและร้อยละของเพศ



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

จากตารางที่ 10.204 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 65.00 และเพศชาย จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 35.00

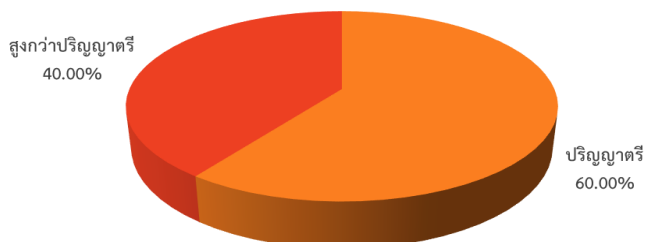
ตารางที่ 10.205 จำนวนและร้อยละของอายุ



อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	0	0.00
21 - 30 ปี	5	25.00
31 - 40 ปี	9	45.00
41 - 50 ปี	4	20.00
51 - 60 ปี	1	5.00
61 ปีขึ้นไป	1	5.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 10.205 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่มีอายุ 31 - 40 ปี จำนวน 9 คน คิดเป็น ร้อยละ 45.00 รองลงมาคือ อายุ 21 - 30 ปี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 และอายุ 41 - 50 ปี จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 อายุ 51 - 60 ปี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 และอายุ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

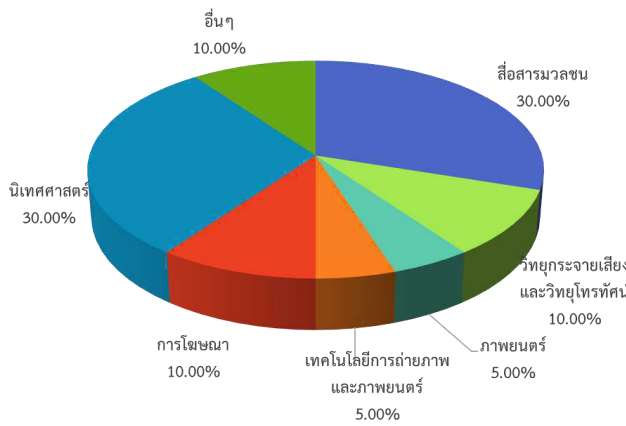
ตารางที่ 10.206 จำนวนและร้อยละของการศึกษา



การศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	0	0.00
มัธยมศึกษาตอนต้น	0	0.00
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช.	0	0.00
ปวส./อนุปริญญา	0	0.00
ปริญญาตรี	12	60.00
สูงกว่าปริญญาตรี	8	40.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 10.206 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 60.00 รองลงมาคือ สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 10.207 จำนวนและร้อยละของสาขาที่เชี่ยวชาญ



สาขาที่เชี่ยวชาญ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
สื่อสารมวลชน	6	30.00
ศิลปะการแสดง	0	0.00
วิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์	2	10.00
ภาพยนตร์	1	5.00
เทคโนโลยีการถ่ายภาพและภาพยนตร์	1	5.00
การโฆษณา	2	10.00
วารสารศาสตร์	0	0.00
นิเทศศาสตร์	6	30.00
อื่นๆ	2	10.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 10.207 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่มีความเชี่ยวชาญในสาขาสื่อสารมวลชน และนิเทศศาสตร์ จำนวนสาขาละ 6 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 รองลงมาคือ สาขาวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ สาขาการโฆษณา และสาขาอื่นๆ จำนวนสาขาละ 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 สาขาภาพยนตร์ และเทคโนโลยีการถ่ายภาพและภาพยนตร์ จำนวนสาขาละ 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 10.208 จำนวนและร้อยละของจังหวัดที่ท่านอาศัยอยู่ในปัจจุบัน



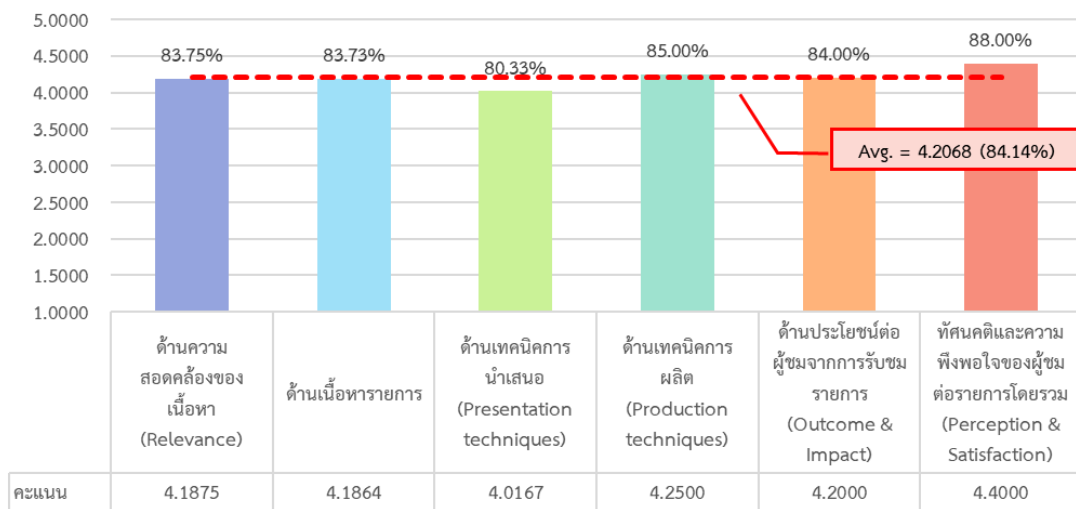
จังหวัดที่อาศัยอยู่ในปัจจุบัน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ภาคเหนือ	0	0.00
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	0	0.00
กรุงเทพฯ และปริมณฑล	19	95.00
ภาคกลาง	1	5.00
ภาคใต้	0	0.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 10.208 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในกรุงเทพฯ และปริมณฑล จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 95.00 และอาศัยอยู่ในภาคกลาง จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00

สรุปผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ

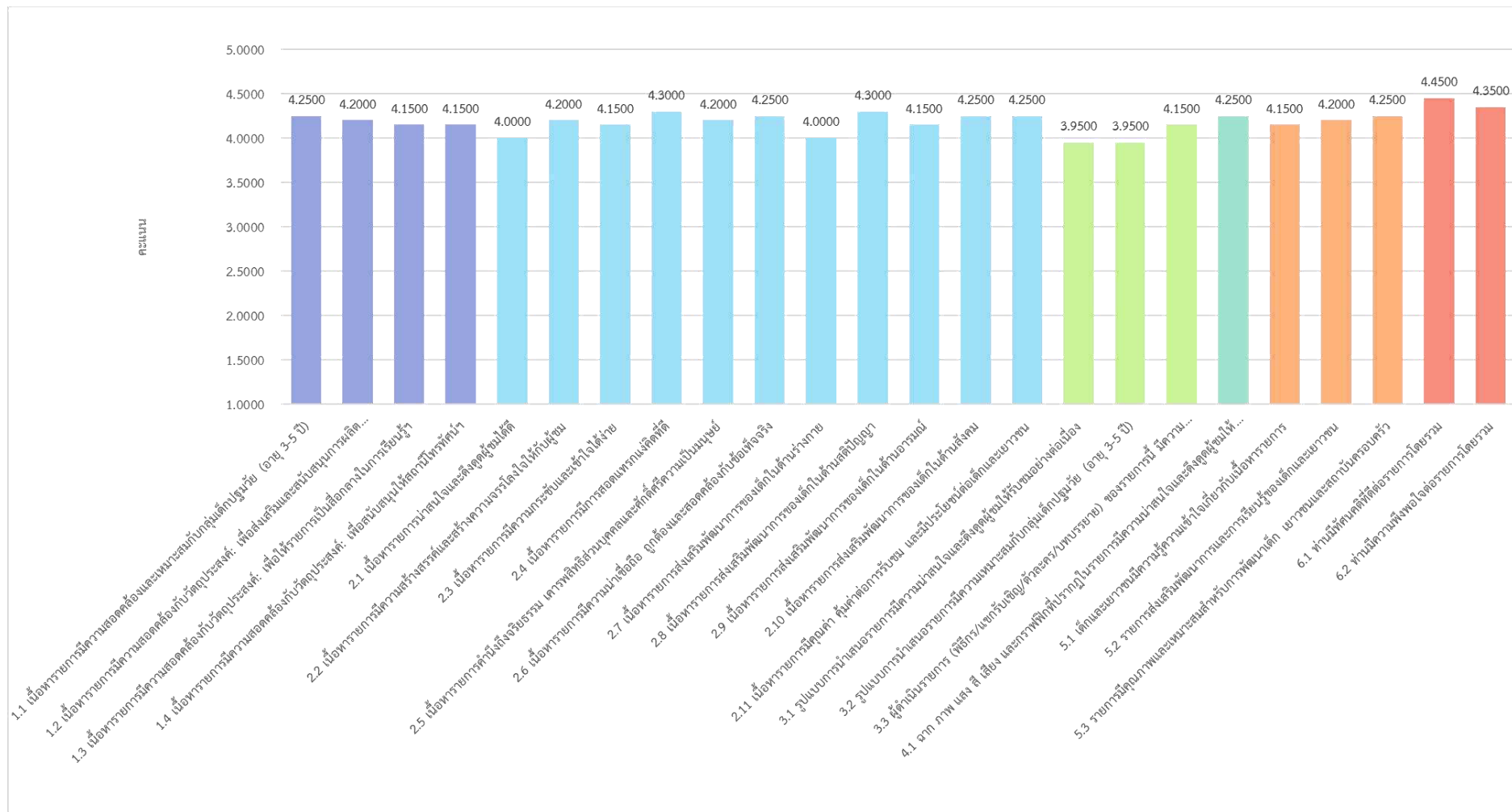
จากการตอบแบบประเมินโดยกลุ่มผู้เชี่ยวชาญและนักวิชาการที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหารายการ จำนวน 20 ราย มีระดับคะแนนการประเมินคุณภาพรายการทีวีในด้านต่างๆ โดยเฉลี่ย ที่ระดับ 4.2068 โดยมีระดับคะแนนการประเมินคุณภาพรายการทีวีในแต่ละด้าน ดังนี้

แผนภาพที่ 10.158 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ



จากแผนภาพที่ 10.158 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าทุกด้านมีระดับความเชื่อมั่นที่ระดับมาก ทั้งนี้ทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction) มีระดับคะแนนสูงสุด ที่ระดับ 4.4000 รองลงมาคือ ด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques) ที่ระดับคะแนน 4.2500 ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact) ที่ระดับคะแนน 4.2000 ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance) ที่ระดับคะแนน 4.1875 ด้านเนื้อหารายการ ที่ระดับคะแนน 4.1864 และด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques) ระดับคะแนน 4.0167 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 10.159 ผลการประเมินคุณภาพรายการที่วิพากษ์สำหรับเด็ก เยาวชนและครอบครัว



จากแผนภาพที่ 10.159 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีรายการสำหรับเด็กเยาวชนและครอบครัว ในแต่ละด้าน ดังนี้

ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance)

ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance) อยู่ในระดับมาก โดยประเด็นเนื้อหารายการมีความสอดคล้องและเหมาะสมกับกลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี) มีระดับคะแนนสูงสุดที่ระดับ 4.2500 รองลงมาคือ ประเด็นเนื้อหารายการมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์: เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการผลิตรายการที่พัฒนาองค์ความรู้ในเชิงสร้างสรรค์ไปสู่เด็ก เยาวชน และครอบครัว ที่ระดับ 4.2000 ประเด็นเนื้อหารายการมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์: เพื่อให้รายการเป็นสื่อกลางในการเรียนรู้ของเด็ก เยาวชน และครอบครัวจนสามารถนำสาระความรู้จากรายการไปต่อยอด พัฒนาคุณภาพชีวิต และสร้างความสัมพันธ์อันดีในครอบครัวอย่างยั่งยืน และเนื้อหารายการมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์: เพื่อสนับสนุนให้สถานีโทรทัศน์ระบบดิจิตอลนำเสนอรายการที่มีเนื้อหาเชิงสร้างสรรค์และมีคุณภาพต่อผู้ชมเพิ่มมากขึ้น มีระดับคะแนนเท่ากัน ที่ระดับ 4.1500 ตามลำดับ

ด้านเนื้อหาของรายการ (Content)

ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเนื้อหาของรายการ (Content) อยู่ในระดับมาก โดยประเด็นเนื้อหารายการมีการสอดแทรกแง่คิดที่ดี และประเด็นเนื้อหารายการส่งเสริมพัฒนาการของเด็กในด้านสติปัญญา มีระดับคะแนนสูงสุดเท่ากัน ที่ระดับ 4.3000 รองลงมาคือ ประเด็นเนื้อหารายการมีความน่าเชื่อถือ ถูกต้องและสอดคล้องกับข้อเท็จจริง ประเด็นเนื้อหารายการส่งเสริมพัฒนาการของเด็กในด้านสังคม และประเด็นเนื้อหารายการมีคุณค่า คุ่มค่าต่อการรับชม และมีประโยชน์ต่อเด็กและเยาวชน มีระดับคะแนนเท่ากัน ที่ระดับ 4.2500 ถัดมาประเด็นเนื้อหารายการมีความสร้างสรรค์และสร้างความจรรโลงใจให้กับผู้ชม ประเด็นเนื้อหารายการคำนึงถึงจริยธรรม และเคารพสิทธิส่วนบุคคลและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ มีระดับคะแนนเท่ากัน ที่ระดับ 4.2000 ประเด็นเนื้อหารายการมีความกระชับและเข้าใจได้ง่าย และประเด็นเนื้อหารายการส่งเสริมพัฒนาการของเด็กในด้านอารมณ์ มีระดับคะแนนเท่ากัน ที่ระดับ 4.1500 และประเด็นเนื้อหารายการนำเสนอและดึงดูดผู้ชมได้ดี ประเด็นเนื้อหารายการส่งเสริมพัฒนาการของเด็กในด้านร่างกาย มีระดับคะแนนเท่ากัน ที่ระดับ 4.2000 ตามลำดับ

ด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques)

ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques) อยู่ในระดับมาก โดยประเด็นผู้ดำเนินรายการ (พิธีกร/แขกรับเชิญ/ตัวละคร/บทบรรยาย) ของรายการนี้ มีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี มีระดับคะแนนสูงสุดที่ 4.1500 รองลงมา คือ ประเด็นรูปแบบการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี) และประเด็นรูปแบบการนำเสนอรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง มีระดับคะแนนเท่ากัน ที่ระดับ 3.9500 ตามลำดับ

ด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques)

ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques) อยู่ในระดับมาก จากประเด็นฉาก ภาพ แสง สี เสียงและกราฟฟิกที่ปรากฏในรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง ที่ระดับ 4.2500

ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact)

ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact) อยู่ในระดับมาก โดยประเด็นรายการส่งเสริมพัฒนาการและการเรียนรู้ของเด็กและเยาวชน มีระดับคะแนนสูงสุด ที่ระดับ 4.2000 รองลงมาคือ ประเด็นเด็กและเยาวชนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ มีระดับคะแนนที่ระดับ 4.1500 ตามลำดับ

ด้านทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction)

ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction) อยู่ในระดับมาก โดยประเด็นท่านมีทัศนคติที่ดีต่อรายการโดยรวม มีระดับคะแนนสูงสุดที่ระดับ 4.4500 และประเด็นท่านมีความพึงพอใจต่อรายการโดยรวม มีระดับคะแนนที่ระดับ 4.3500

ตารางที่ 10.209 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ

ประเด็นความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
1. ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance)	4.1875	0.0563	พึงพอใจมาก
1.1 เนื้อหารายการมีความสอดคล้องและเหมาะสมกับกลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี)	4.2500	1.0699	พึงพอใจมาก
1.2 เนื้อหารายการมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์: เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการผลิตรายการที่พัฒนาองค์ความรู้ในเชิงสร้างสรรค์ไปสู่เด็ก เยาวชน และครอบครัว	4.2000	1.0052	พึงพอใจมาก
1.3 เนื้อหารายการมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์: เพื่อให้รายการเป็นสื่อกลางในการเรียนรู้ของเด็ก เยาวชน และครอบครัวจนสามารถนำสาระความรู้จากรายการไปต่อยอดพัฒนาคุณภาพชีวิต และสร้างความสัมพันธ์อันดีในครอบครัวอย่างยั่งยืน	4.1500	0.9333	พึงพอใจมาก
1.4 เนื้อหารายการมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์: เพื่อสนับสนุนให้สถานีโทรทัศน์ระบบดิจิตอลนำเสนอรายการที่มีเนื้อหาเชิงสร้างสรรค์และมีคุณภาพต่อผู้ชมเพิ่มมากขึ้น	4.1500	0.9881	พึงพอใจมาก
2. ด้านเนื้อหารายการ (Content)	4.1864	0.1042	พึงพอใจมาก
2.1 เนื้อหารายการน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี	4.0000	0.8584	พึงพอใจมาก
2.2 เนื้อหารายการมีความสร้างสรรค์และสร้างความจริงใจให้กับผู้ชม	4.2000	1.1517	พึงพอใจมาก
2.3 เนื้อหารายการมีความกระชับและเข้าใจได้ง่าย	4.1500	1.2258	พึงพอใจมาก
2.4 เนื้อหารายการมีการสอดแทรกแง่คิดที่ดี	4.3000	1.1743	พึงพอใจมาก
2.5 เนื้อหารายการคำนึงถึงจริยธรรม เคารพสิทธิส่วนบุคคลและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์	4.2000	1.1050	พึงพอใจมาก
2.6 เนื้อหารายการมีความน่าเชื่อถือ ถูกต้องและสอดคล้องกับข้อเท็จจริง	4.2500	0.9665	พึงพอใจมาก
2.7 เนื้อหารายการส่งเสริมพัฒนาการของเด็กในด้านร่างกาย	4.0000	1.0761	พึงพอใจมาก
2.8 เนื้อหารายการส่งเสริมพัฒนาการของเด็กในด้านสติปัญญา	4.3000	1.0809	พึงพอใจมาก
2.9 เนื้อหารายการส่งเสริมพัฒนาการของเด็กในด้านอารมณ์	4.1500	1.0894	พึงพอใจมาก
2.10 เนื้อหารายการส่งเสริมพัฒนาการของเด็กในด้านสังคม	4.2500	1.0195	พึงพอใจมาก
2.11 เนื้อหารายการมีคุณค่า คุ่มค่าต่อการรับชม และมีประโยชน์ต่อเด็กและเยาวชน	4.2500	1.1642	พึงพอใจมาก
3. ด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques)	4.0167	0.0058	พึงพอใจมาก
3.1 รูปแบบการนำเสนอรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง	3.9500	1.0501	พึงพอใจมาก
3.2 รูปแบบการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเด็กปฐมวัย (อายุ 3-5 ปี)	3.9500	1.0501	พึงพอใจมาก
3.3 ผู้ดำเนินรายการ (พิธีกร/แขกรับเชิญ/ตัวละคร/บทรบราย) ของรายการนี้ มีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี	4.1500	1.0400	พึงพอใจมาก

ประเด็นความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
4. ด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques)	4.2500	1.1642	พึงพอใจมาก
4.1 ฉาก ภาพ แสง สี เสียง และกราฟฟิกที่ปรากฏในรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง	4.2500	1.1642	พึงพอใจมาก
5. ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact)	4.2000	0.0324	พึงพอใจมาก
5.1 เด็กและเยาวชนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	4.1500	1.0400	พึงพอใจมาก
5.2 รายการส่งเสริมพัฒนาการและการเรียนรู้ของเด็กและเยาวชน	4.2000	1.0052	พึงพอใจมาก
5.3 รายการมีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็ก เยาวชนและสถาบันครอบครัว	4.2500	1.0699	พึงพอใจมาก
6. ทศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction)	4.4000	0.0308	พึงพอใจมาก
6.1 ท่านมีทัศนคติที่ดีต่อรายการโดยรวม	4.4500	0.9445	พึงพอใจมาก
6.2 ท่านมีความพึงพอใจต่อรายการโดยรวม	4.3500	0.9881	พึงพอใจมาก
ภาพรวม	4.2068	0.4577	พึงพอใจมาก

สรุปข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

ผู้ตอบแบบประเมินได้ให้ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ สามารถสรุปรายละเอียดตามตารางที่ 10.210 ดังนี้

ตารางที่ 10.210 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

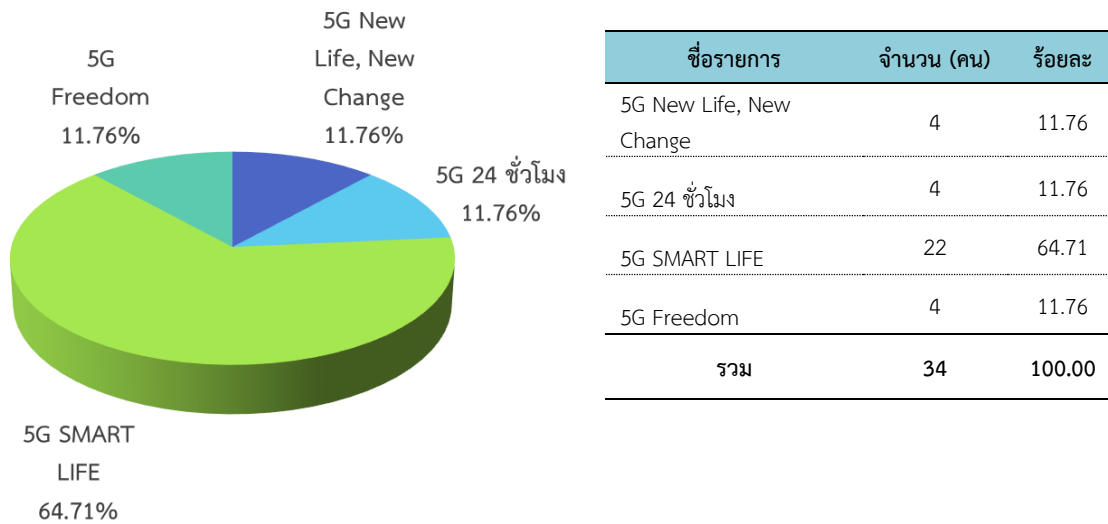
	ด้านเนื้อหารายการ
จุดเด่นด้านเทคนิคของรายการนี้	<ul style="list-style-type: none"> - มีเนื้อหาเข้าใจง่าย - รูปแบบสีสันทันเหมาะสมกับเด็ก 3-5ปี สามารถดึงดูดความสนใจเด็กได้ - เนื้อหาสามารถกระตุ้นจินตนาการและสร้างแรงบันดาลใจให้แก่เยาวชนได้อย่างดี - สีสดใสดึงดูดสายตา
ข้อแนะนำเพื่อปรับปรุงหรือพัฒนารายการนี้	<ul style="list-style-type: none"> - อยากให้มีการแทรกเรื่องราวรูปทรง หรือความรู้ที่เหมาะสมกับวัย - ราบรื่นเกินไป ขาดความน่าสนใจ - ความต่อเนื่องของเนื้อหา - สีของฉากหลัง/กราฟฟิกบางช่วง สีสันทันมากเกินไป

10.5.2 โครงการส่งเสริมการผลิตและออกอากาศเนื้อหารายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะเกี่ยวกับเทคโนโลยี 5G

มีผู้ตอบแบบประเมิน จำนวน 34 ราย ประกอบด้วยข้อมูล ดังนี้

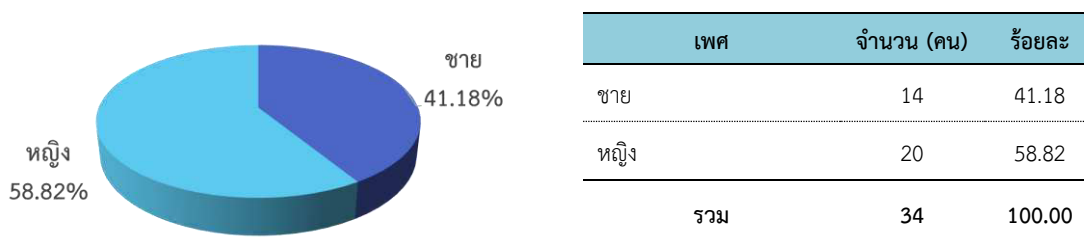
ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบประเมิน

ตารางที่ 10.211 จำนวนและร้อยละของรายการ



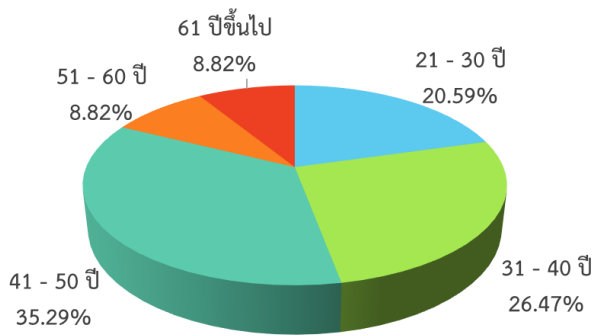
จากตารางที่ 10.211 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่ได้สุมรับชมรายการ “5G SMART LIFE” จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 64.71 รองลงมาคือ รายการ “5G New Life, New Change” จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 11.76 รายการ “5G 24 ชั่วโมง” จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 11.76 และรายการ “5G Freedom” จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 11.76 ตามลำดับ

ตารางที่ 10.212 จำนวนและร้อยละของเพศ



จากตารางที่ 10.212 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 58.82 และเป็นเพศชาย จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 41.18

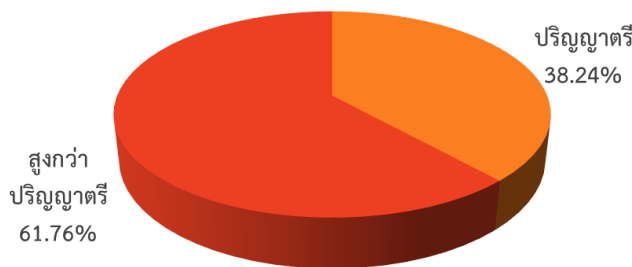
ตารางที่ 10.213 จำนวนและร้อยละของอายุ



อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	0	0.00
21 - 30 ปี	7	20.59
31 - 40 ปี	9	26.47
41 - 50 ปี	12	35.29
51 - 60 ปี	3	8.82
61 ปีขึ้นไป	3	8.82
รวม	34	100.00

จากตารางที่ 10.213 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่อายุ 41 - 50 ปี จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 35.29 รองลงมาคือ อายุ 31 - 40 ปี จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 26.47 อายุ 21 - 30 ปี จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 20.59 อายุ 51 - 60 ปี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 8.82 และอายุ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 8.82 ตามลำดับ

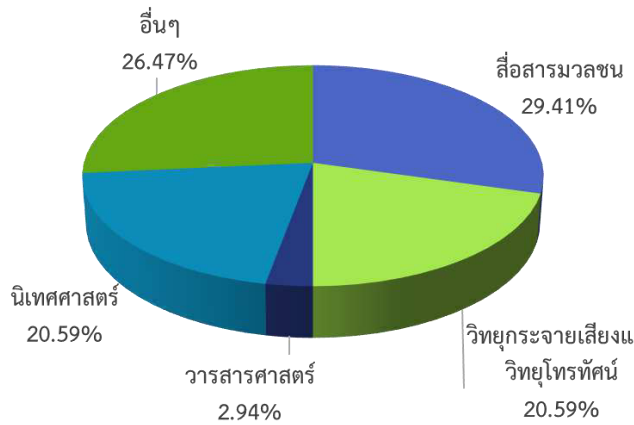
ตารางที่ 10.214 จำนวนและร้อยละของการศึกษา



การศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	0	0.00
มัธยมศึกษาตอนต้น	0	0.00
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช.	0	0.00
ปวส./อนุปริญญา	0	0.00
ปริญญาตรี	13	38.24
สูงกว่าปริญญาตรี	21	61.76
รวม	34	100.00

จากตารางที่ 10.214 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 61.76 รองลงมาคือ ระดับปริญญาตรี จำนวน 13 คน คิดเป็น ร้อยละ 38.24

ตารางที่ 10.215 จำนวนและร้อยละของสาขาที่เชี่ยวชาญ



สาขาที่เชี่ยวชาญ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
สื่อสารมวลชน	10	29.41
ศิลปะการแสดง	0	0.00
วิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์	7	20.59
ภาพยนตร์	0	0.00
เทคโนโลยีการถ่ายภาพและภาพยนตร์	0	0.00
การโฆษณา	0	0.00
วารสารศาสตร์	1	2.94
นิเทศศาสตร์	7	20.59
อื่นๆ	9	26.47
รวม	34	100.00

จากตารางที่ 10.215 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่มีความเชี่ยวชาญในสาขาสื่อสารมวลชน จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 29.41 รองลงมาคือ สาขาอื่นๆ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 26.47 สาขาวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 20.59 สาขานิเทศศาสตร์ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 20.59 และวารสารศาสตร์ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 2.94 ตามลำดับ

ตารางที่ 10.216 จำนวนและร้อยละของจังหวัดที่ท่านอาศัยอยู่ในปัจจุบัน



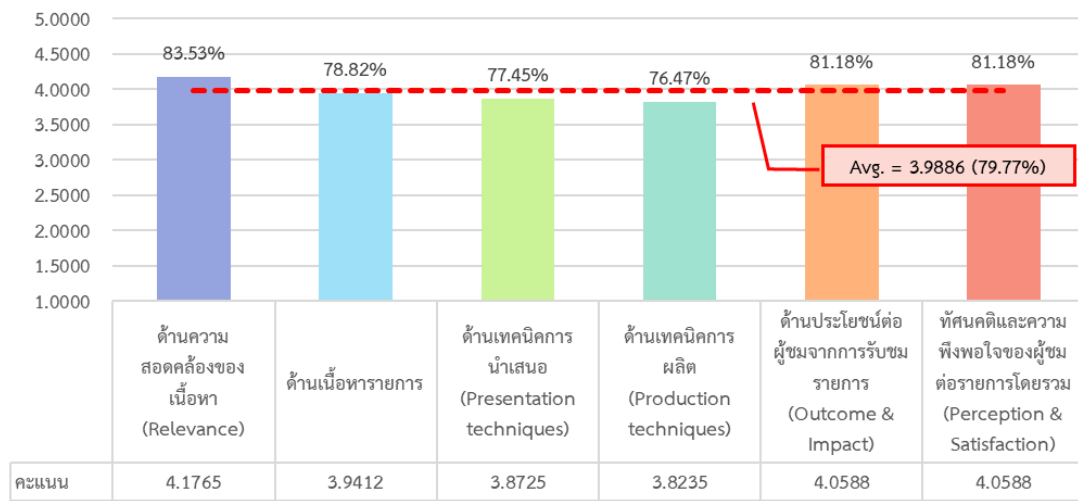
จังหวัดที่อาศัยอยู่ในปัจจุบัน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ภาคเหนือ	1	2.94
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	0	0.00
กรุงเทพฯ และปริมณฑล	30	88.24
ภาคกลาง	3	8.82
ภาคใต้	0	0.00
รวม	34	100.00

จากตารางที่ 10.216 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในกรุงเทพฯ และปริมณฑล จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 88.24 และอาศัยอยู่ในภาคกลาง จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 8.82

สรุปผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ

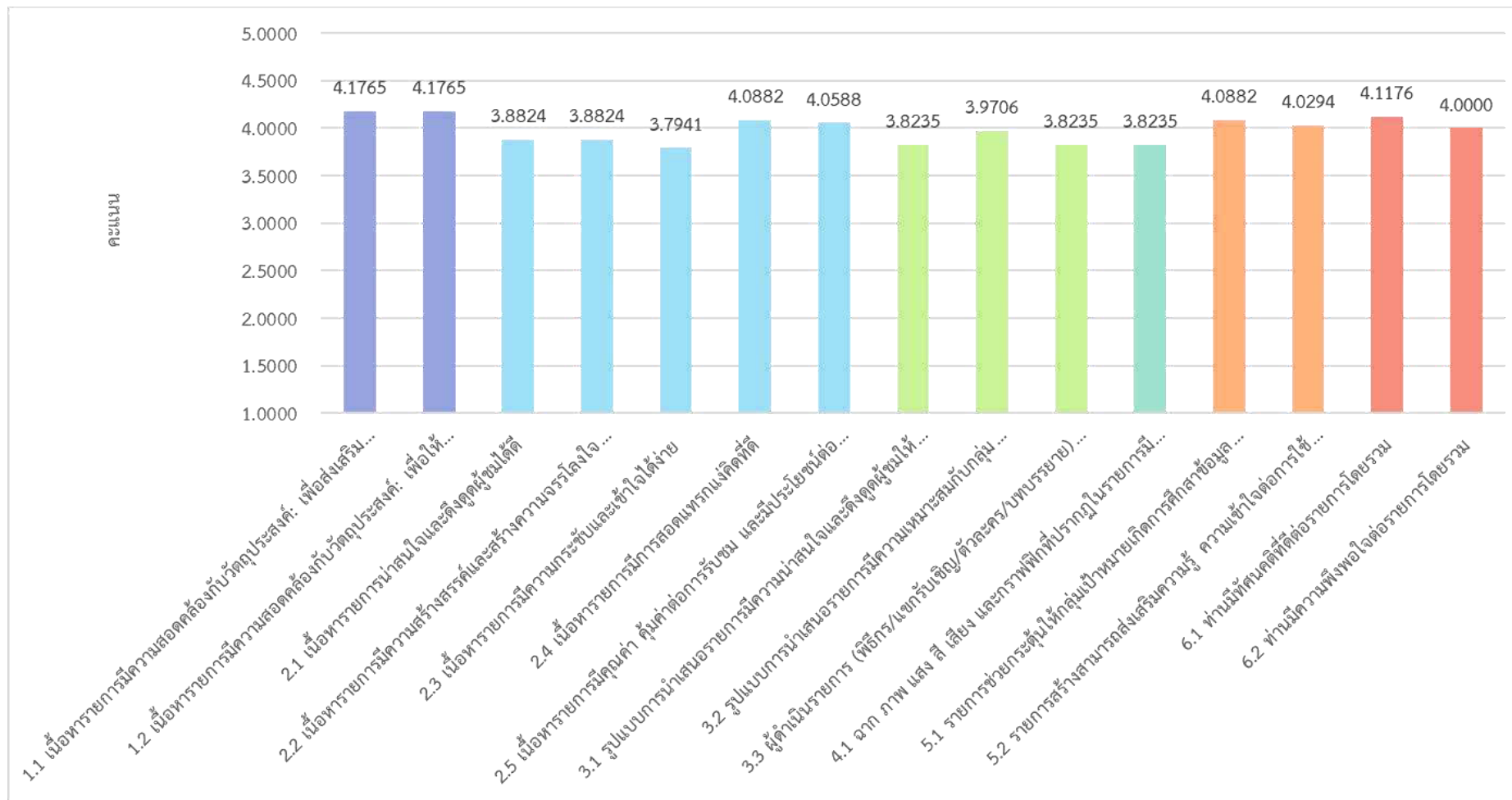
จากการตอบแบบประเมินโดยกลุ่มผู้เชี่ยวชาญและนักวิชาการที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหารายการ จำนวน 34 ราย มีระดับคะแนนการประเมินคุณภาพรายการทีวีในด้านต่างๆ โดยเฉลี่ย ที่ระดับ 3.9886 โดยมีระดับคะแนนการประเมินคุณภาพรายการทีวีในแต่ละด้าน ดังนี้

แผนภาพที่ 10.160 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ



จากแผนภาพที่ 10.160 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านระดับความเชื่อมั่นเท่ากันที่ระดับมาก ทั้งนี้ ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance) มีระดับคะแนนสูงสุด ที่ระดับ 4.1785 รองลงมาคือ ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact) และด้านทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction) ระดับคะแนนเท่ากันที่ระดับ 4.0588 ด้านเนื้อหารายการ (Content) ที่ระดับ 3.9412 ด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques) ที่ระดับ 3.8725 และด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques) ที่ระดับ 3.8235 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 10.161 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีรายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ เกี่ยวกับเทคโนโลยี 5G



จากแผนภาพที่ 10.161 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีรายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ ในแต่ละด้าน ดังนี้

ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance)

ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance) อยู่ในระดับมาก โดยประเด็นเนื้อหารายการมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์: เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการผลิตเนื้อหารายการที่เป็นประโยชน์สาธารณะ และมีความคิดสร้างสรรค์ น่าสนใจ มีคุณภาพ ซึ่งผู้ผลิตรายการจำนวนหนึ่งไม่สามารถดำเนินการได้ หรือดำเนินการได้ยาก เพราะข้อจำกัดด้านต้นทุน หรือรายได้จากการโฆษณา และประเด็นเนื้อหารายการมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์: เพื่อให้รายการได้เป็นสื่อกลางในการสร้างความรู้ ความเข้าใจ ความตระหนักรู้ของประชาชนที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ เกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสาร 5G มีระดับคะแนนเท่ากับ ที่ระดับ 4.1765

ด้านเนื้อหารายการ (Content)

ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเนื้อหารายการ (Content) อยู่ในระดับมาก โดยประเด็นเนื้อหารายการมีการสอดแทรกแง่คิดที่ดี มีระดับคะแนนสูงสุด ที่ระดับ 4.0882 รองลงมาคือ ประเด็นเนื้อหารายการมีคุณค่า คุ่มค่าต่อการรับชม และมีประโยชน์ต่อกลุ่มเป้าหมาย เช่น ประชาชนทั่วไป และผู้ที่สนใจด้านเทคโนโลยีการสื่อสาร 5G ที่ระดับ 4.0588 ประเด็นเนื้อหารายการ น่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี และประเด็นเนื้อหารายการมีความสร้างสรรค์และสร้างความจรรโลงใจให้กับผู้ชม มีระดับคะแนนเท่ากับ ที่ระดับ 3.8824 และประเด็นเนื้อหารายการมีความกระชับและเข้าใจได้ง่าย ที่ระดับ 3.7941 ตามลำดับ

ด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques)

ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques) อยู่ในระดับมาก โดยประเด็นรูปแบบการนำเสนอ รายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มประชาชนทั่วไป และผู้ที่สนใจในเทคโนโลยีการสื่อสาร 5G มีระดับคะแนนสูงสุด ที่ระดับ 3.9706 รองลงมาคือ ประเด็นรูปแบบการนำเสนอรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง และประเด็นผู้ดำเนินรายการ (พิธีกร/แขกรับเชิญ/ตัวละคร/บทบรรยาย) ของรายการนี้ มีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี มีระดับคะแนนเท่ากับ ที่ระดับ 3.8235 ตามลำดับ

ด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques)

ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques) อยู่ในระดับมาก จากประเด็นฉาก ภาพ แสง สี เสียงและกราฟฟิกที่ปรากฏในรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง ที่ระดับ 3.8235

ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact)

ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact) อยู่ในระดับมาก โดยประเด็นรายการช่วยกระตุ้นให้กลุ่มเป้าหมาย เกิดการศึกษาข้อมูลเพิ่มเติม และต่อยอดการใช้งานเทคโนโลยีการสื่อสาร 5G ในชีวิตประจำวัน มีระดับคะแนนสูงสุด ที่ระดับ 4.0882 และประเด็นรายการสร้างสามารถส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจต่อการใช้งานเทคโนโลยีการสื่อสาร 5G ของกลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี ที่ระดับ 4.0294

ด้านทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction)

ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction) อยู่ในระดับมาก โดยประเด็นท่านมีทัศนคติที่ดีต่อรายการโดยรวม มีระดับคะแนนสูงสุด ที่ระดับ 4.1176 รองลงมาคือ ประเด็นท่านมีความพึงพอใจต่อรายการโดยรวม มีระดับคะแนนสูงสุด ที่ระดับ 4.0000 ตามลำดับ

ตารางที่ 10.217 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ

ประเด็นความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
1. ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance)	4.1765	0.0000	พึงพอใจมาก
1.1 เนื้อหารายการมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์: เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการผลิตเนื้อหารายการที่เป็นประโยชน์สาธารณะ และมีความคิดสร้างสรรค์ น่าสนใจ มีคุณภาพ ซึ่งผู้ผลิตรายการจำนวนหนึ่งไม่สามารถดำเนินการได้ หรือดำเนินการได้ยาก เพราะข้อจำกัดด้านต้นทุน หรือรายได้จากการโฆษณา	4.1765	0.8694	พึงพอใจมาก
1.2 เนื้อหารายการมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์: เพื่อให้รายการได้เป็นสื่อกลางในการสร้างความรู้ ความเข้าใจ ความตระหนักรู้ของประชาชนที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะเกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสาร 5G	4.1765	0.8694	พึงพอใจมาก
2. ด้านเนื้อหารายการ (Content)	3.9412	0.1001	พึงพอใจมาก
2.1 เนื้อหารายการน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี	3.8824	0.8444	พึงพอใจมาก
2.2 เนื้อหารายการมีความสร้างสรรค์และสร้างความจรรโลงใจให้กับผู้ชม	3.8824	1.0376	พึงพอใจมาก
2.3 เนื้อหารายการมีความกระชับและเข้าใจได้ง่าย	3.7941	1.0084	พึงพอใจมาก
2.4 เนื้อหารายการมีการสอดแทรกแง่คิดที่ดี	4.0882	0.8300	พึงพอใจมาก
2.5 เนื้อหารายการมีคุณค่า คุ่มค่าต่อการรับชม และมีประโยชน์ต่อกลุ่มเป้าหมาย เช่น ประชาชนทั่วไป และผู้ที่สนใจด้านเทคโนโลยีการสื่อสาร 5G	4.0588	0.8507	พึงพอใจมาก
3. ด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques)	3.8725	0.1128	พึงพอใจมาก
3.1 รูปแบบการนำเสนอรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง	3.8235	1.0290	พึงพอใจมาก
3.2 รูปแบบการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มประชาชนทั่วไป และผู้ที่สนใจในเทคโนโลยีการสื่อสาร 5G	3.9706	1.0294	พึงพอใจมาก
3.3 ผู้ดำเนินรายการ (พิธีกร/แขกรับเชิญ/ตัวละคร/บทบรรยาย) ของรายการนี้ มีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี	3.8235	0.8338	พึงพอใจมาก
4. ด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques)	3.8235	0.8694	พึงพอใจมาก
4.1 ฉาก ภาพ แสง สี เสียง และกราฟฟิกที่ปรากฏในรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง	3.8235	0.8694	พึงพอใจมาก
5. ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact)	4.0588	0.0206	พึงพอใจมาก
5.1 รายการช่วยกระตุ้นให้กลุ่มเป้าหมายเกิดการศึกษาค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติม และต่อยอดการใช้งานเทคโนโลยีการสื่อสาร 5G ในชีวิตประจำวัน	4.0882	0.9331	พึงพอใจมาก
5.2 รายการสร้างสามารถส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจต่อการใช้งานเทคโนโลยีการสื่อสาร 5G ของกลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี	4.0294	0.9040	พึงพอใจมาก
6. ทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction)	4.0588	0.0059	พึงพอใจมาก
6.1 ท่านมีทัศนคติที่ดีต่อรายการโดยรวม	4.1176	0.8444	พึงพอใจมาก
6.2 ท่านมีความพึงพอใจต่อรายการโดยรวม	4.0000	0.8528	พึงพอใจมาก
ภาพรวม	3.9886	0.3388	พึงพอใจมาก

สรุปข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

ผู้ตอบแบบประเมินได้ให้ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ สามารถสรุปรายละเอียดตามตารางที่ 10.218
ดังนี้

ตารางที่ 10.218 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

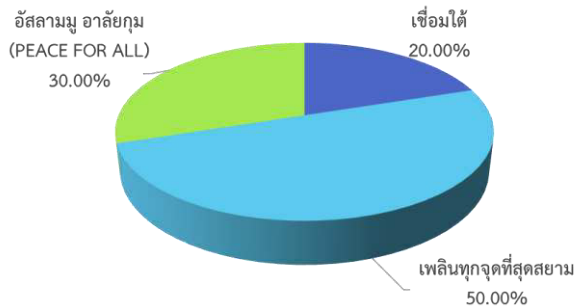
	ด้านเนื้อหารายการ
จุดเด่นของรายการนี้	<ul style="list-style-type: none"> - นำเสนอข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับ 5G ได้อย่างชัดเจน - การนำเสนอภาพน่าสนใจ - การหาบุคคลผู้เชี่ยวชาญมาสัมภาษณ์ ทำให้เนื้อหาน่าสนใจ - เนื้อหาสื่อสารตรงวัตถุประสงค์ สั้นกระชับ - เพลงทำให้ติดหูได้ ไอเดียเพลงดี น่าสนใจ
ข้อแนะนำเพื่อปรับปรุงหรือพัฒนารายการนี้	<ul style="list-style-type: none"> - อาจใช้รูปแบบอื่นๆ นำเสนอ และสอดแทรกเนื้อหา โดยยึดรูปแบบเพลง หรือวิธีการนำเสนอไว้ แต่เปลี่ยนเนื้อหา - ควรชี้ให้เห็นโทษของการแชร์เฟคนิวเพิ่มเติม - เนื้อหาค่อนข้างเยอะ ใช้เวลามาก - ใช้คำทับศัพท์ อาจทำให้ชาวบ้านไม่เข้าใจคำศัพท์ต่างๆ - พิธีกรไม่ควรใส่ Mask

10.5.3 โครงการผลิตสารคดีเพื่อส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนใต้

มีผู้ตอบแบบประเมิน จำนวน 20 ราย ประกอบด้วยข้อมูล ดังนี้

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบประเมิน

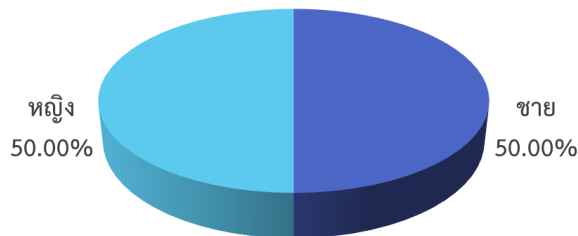
ตารางที่ 10.219 จำนวนและร้อยละของรายการ



ชื่อรายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เชื่อมใต้	4	20.00
เพลินทุกจุดที่สุดสยาม	10	50.00
อิสลามมู อาลัยกุม (PEACE FOR ALL)	6	30.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 10.219 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่ได้รับชมรายการ “เพลินทุกจุดที่สุดสยาม” จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมาคือ รายการ “อิสลามมู อาลัยกุม (PEACE FOR ALL)” จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 และรายการ “เชื่อมใต้” จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00

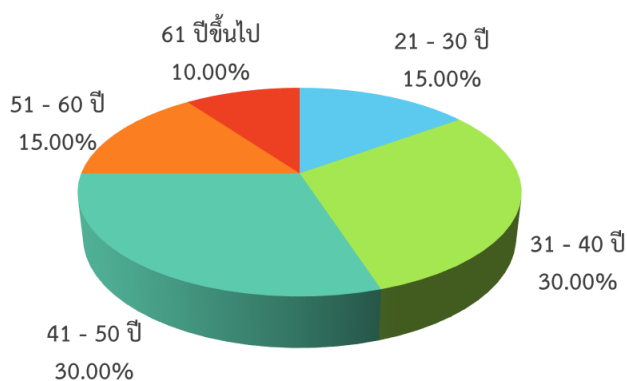
ตารางที่ 10.220 จำนวนและร้อยละของเพศ



เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	10	50.00
หญิง	10	50.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 10.220 ผู้ตอบแบบประเมินเป็นเพศชาย จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 และเพศหญิง จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00

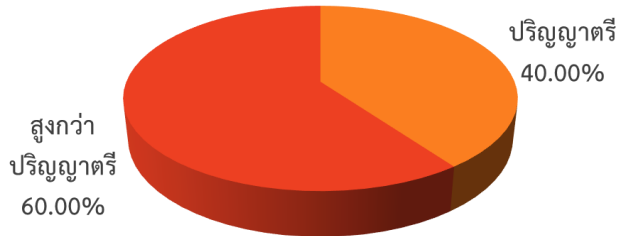
ตารางที่ 10.221 จำนวนและร้อยละของอายุ



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

จากตารางที่ 10.221 ผู้ตอบแบบประเมินมีอายุ 31 - 40 ปี จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 อายุ 41-50 ปี จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 รองลงมาคือ อายุ 21-30 ปี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 อายุ 51-60 ปี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 และอายุ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00

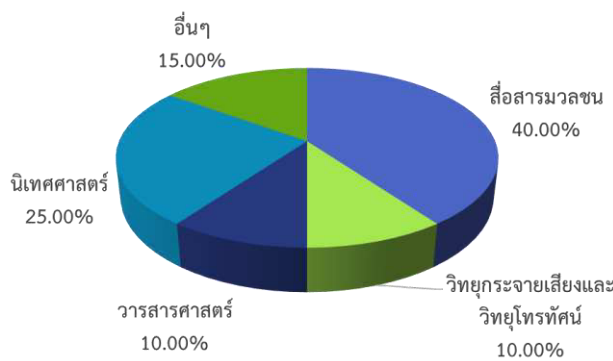
ตารางที่ 10.222 จำนวนและร้อยละของการศึกษา



การศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	0	0.00
มัธยมศึกษาตอนต้น	0	0.00
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช.	0	0.00
ปวส./อนุปริญญา	0	0.00
ปริญญาตรี	8	40.00
สูงกว่าปริญญาตรี	12	60.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 10.222 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 60.00 รองลงมาคือ ระดับปริญญาตรี จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 ตามลำดับ

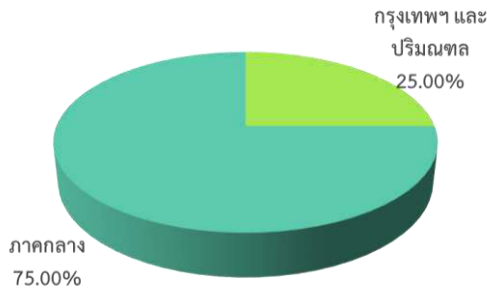
ตารางที่ 10.223 จำนวนและร้อยละของสาขาที่เชี่ยวชาญ



สาขาที่เชี่ยวชาญ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
สื่อสารมวลชน	8	40.00
ศิลปะการแสดง	0	0.00
วิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์	2	10.00
ภาพยนตร์	0	0.00
เทคโนโลยีการถ่ายภาพและภาพยนตร์	0	0.00
การโฆษณา	0	0.00
วารสารศาสตร์	2	10.00
นิเทศศาสตร์	5	25.00
อื่นๆ	3	15.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 10.223 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่มีความเชี่ยวชาญในสาขาสื่อสารมวลชน จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 รองลงมาคือ สาขานิเทศศาสตร์ จำนวน 5 คนคิดเป็นร้อยละ 25.00 สาขาอื่นๆ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 สาขาวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ และวารสารศาสตร์ จำนวน 2 คน เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 10.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 10.224 จำนวนและร้อยละของจังหวัดที่ท่านอาศัยอยู่ในปัจจุบัน



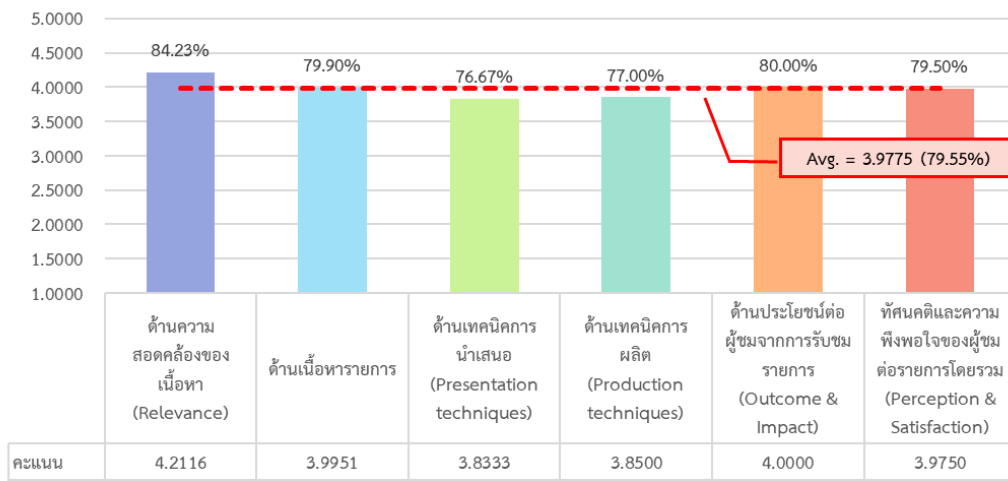
จังหวัดที่อาศัยอยู่ในปัจจุบัน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ภาคเหนือ	0	0.00
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	0	0.00
กรุงเทพฯ และปริมณฑล	5	25.00
ภาคกลาง	15	75.00
ภาคใต้	0	0.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 10.224 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในภาคกลาง จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 75.00 รองลงมาคือ อาศัยอยู่ในกรุงเทพฯ และปริมณฑล จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00

สรุปผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ

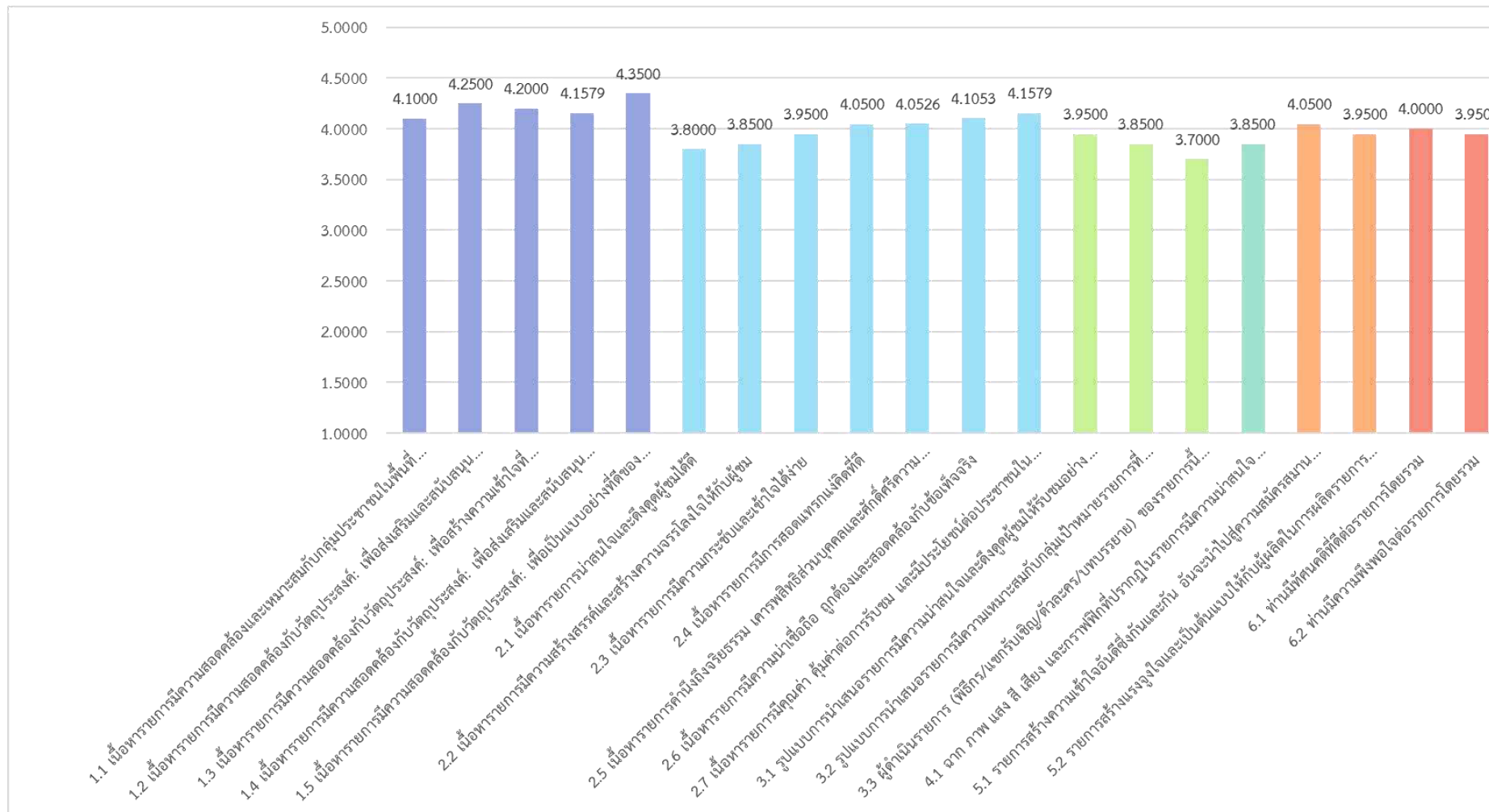
จากการตอบแบบประเมินโดยกลุ่มผู้เชี่ยวชาญและนักวิชาการที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหารายการ จำนวน 20 ราย มีระดับคะแนนการประเมินคุณภาพรายการทีวีในด้านต่างๆ โดยเฉลี่ย ที่ระดับ 3.9775 โดยมีระดับคะแนนการประเมินคุณภาพรายการทีวีในแต่ละด้าน ดังนี้

แผนภาพที่ 10.162 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ



จากแผนภาพที่ 10.162 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านมีระดับความเชื่อมั่นที่ระดับมาก ทั้งนี้ ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance) มีระดับคะแนนสูงสุด ที่ระดับ 4.2116 รองลงมาคือ ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact) ที่ระดับ 4.0000 ด้านเนื้อหารายการ (Content) ที่ระดับ 3.9951 ด้านทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction) ที่ระดับ 3.9750 ด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques) ที่ระดับ 3.8500 และด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques) ที่ระดับ 3.8333 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 10.163 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมรายการสารคดีเชิงประวัติศาสตร์



จากแผนภาพที่ 10.163 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีรายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ ในแต่ละด้าน ดังนี้

ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance)

ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance) อยู่ในระดับมาก โดยประเด็นเนื้อหารายการมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์: เพื่อเป็นแบบอย่างที่ดีของสื่อในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารข้อเท็จจริงที่ถูกต้องและเป็นประโยชน์ต่อประชาชนและสังคมประเทศ มีระดับคะแนนสูงสุด ที่ระดับ 4.3500 รองลงมาคือ ประเด็นเนื้อหารายการมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์: เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการผลิตรายการโทรทัศน์ที่นำเสนอข้อเท็จจริงเกี่ยวกับความเป็นมาและประวัติศาสตร์ของพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ ศาสนา ศิลปวัฒนธรรม และวิถีชีวิตของมุสลิม (สายกลาง) ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ที่ระดับ 4.2500 ประเด็นเนื้อหารายการมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์: เพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับข้อเท็จจริงในพื้นที่ สร้างความเข้าใจอันดีซึ่งกันและกันของประชาชนในชุมชน ลดความขัดแย้งและความรุนแรงให้เกิดขึ้นอย่างยั่งยืน ที่ระดับ 4.2000 ประเด็นเนื้อหารายการมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์: เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการอยู่ร่วมกันอย่างสันติสุขระหว่างทุกศาสนาของประชาชน ชุมชนและสังคมในพื้นที่ภายใต้หลักการเอกภาพบนความหลากหลาย แตกต่างแต่ไม่แตกแยก ที่ระดับ 4.1579 และประเด็นเนื้อหารายการมีความสอดคล้องและเหมาะสมกับกลุ่มประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้และประชาชนทั่วไป ที่ระดับ 4.1000 ตามลำดับ

ด้านเนื้อหารายการ (Content)

ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเนื้อหารายการ (Content) อยู่ในระดับมาก โดยประเด็นเนื้อหารายการมีคุณค่า คุ่มค่าต่อการรับชม และมีประโยชน์ต่อประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้และประชาชนทั่วไป มีระดับคะแนนสูงสุด ที่ระดับ 4.1579 รองลงมาคือ ประเด็นเนื้อหารายการมีความน่าเชื่อถือ ถูกต้องและสอดคล้องกับข้อเท็จจริง ที่ระดับ 4.1053 ประเด็นเนื้อหารายการค่านึงถึงจริยธรรม เคารพสิทธิส่วนบุคคลและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ ที่ระดับ 4.0526 ประเด็นเนื้อหารายการมีการสอดแทรกแง่คิดที่ดี ที่ระดับ 4.0500 ประเด็นเนื้อหารายการมีความกระชับและเข้าใจได้ง่าย ที่ระดับ 3.9500 ประเด็นเนื้อหารายการมีความสร้างสรรค์และสร้างความจรรโลงใจให้กับผู้ชม ที่ระดับ 3.8500 และประเด็นเนื้อหารายการนำเสนอและดึงดูดผู้ชมได้ดี ที่ระดับ 3.8000 ตามลำดับ

ด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques)

ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques) อยู่ในระดับมาก โดยประเด็นรูปแบบการนำเสนอรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง มีระดับคะแนนสูงสุด ที่ระดับ 3.9500 รองลงมาคือ ประเด็นรูปแบบการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้และประชาชนทั่วไป ที่ระดับ 3.8500 และประเด็นผู้ดำเนินรายการ (พิธีกร/แขกรับเชิญ/ตัวละคร/บทรบร่าย) ของรายการนี้ มีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี ที่ระดับ 3.7000 ตามลำดับ

ด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques)

ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques) อยู่ในระดับมาก จากประเด็นฉาก ภาพ แสง สี เสียงและกราฟฟิกที่ปรากฏในรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง ที่ระดับ 3.8500

ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact)

ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact) อยู่ในระดับมาก โดยประเด็นรายการสร้างความเข้าใจอันดีซึ่งกันและกัน อันจะนำไปสู่ความสามัคคีที่ขยายวงกว้างในอนาคต, ประชาชนอยู่ร่วมกันอย่างสันติสุขระหว่างทุกศาสนา และชุมชนในพื้นที่เกิดความเข้มแข็ง, ประชาชนมีรายการประเภทสารคดีเชิงประวัติศาสตร์ ศาสนา ศิลปวัฒนธรรม และวิถีชีวิตที่เปิดมุมมองใหม่และให้ความรู้ใหม่แก่สังคม, รายการสร้างการตื่นรู้และหักล้างการบิดเบือนข้อมูล ซึ่งก่อให้เกิดคุณค่าต่อชุมชนและประเทศชาติ มีระดับคะแนนสูงสุด ที่ระดับ 4.0500 รองลงมาคือ ประเด็นรายการสร้างแรงจูงใจและเป็นต้นแบบให้กับผู้ผลิตในการผลิตรายการประเภทสารคดีเชิงประวัติศาสตร์ ศาสนา ศิลปวัฒนธรรมและวิถีชีวิต เพื่อนำเสนอข้อมูลเชิงบวกและสร้างสรรค์ ที่ระดับ 3.9500 ตามลำดับ

ด้านทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction)

ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction) อยู่ในระดับมาก โดยประเด็นท่านมีทัศนคติที่ดีต่อรายการโดยรวม มีระดับคะแนนสูงสุด ที่ระดับ 4.5000 รองลงมาคือ ประเด็นท่านมีความพึงพอใจต่อรายการโดยรวม ที่ระดับ 3.9500 ตามลำดับ

ตารางที่ 10.225 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ

ประเด็นความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
1. ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance)	4.2116	0.0468	พึงพอใจมาก
1.1 เนื้อหารายการมีความสอดคล้องและเหมาะสมกับกลุ่มประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้และประชาชนทั่วไป	4.1000	0.9119	พึงพอใจมาก
1.2 เนื้อหารายการมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์: เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการผลิตรายการโทรทัศน์ที่นำเสนอข้อเท็จจริงเกี่ยวกับความเป็นมาและประวัติศาสตร์ของพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ ศาสนา ศิลปวัฒนธรรม และวิถีชีวิตของมุสลิม (สายกลาง) ทั้งในประเทศและต่างประเทศ	4.2500	0.7864	พึงพอใจมาก
1.3 เนื้อหารายการมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์: เพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับข้อเท็จจริงในพื้นที่ สร้างความเข้าใจอันดีซึ่งกันและกันของประชาชนในชุมชน ลดความขัดแย้งและความรุนแรงให้เกิดขึ้นอย่างยั่งยืน	4.2000	0.8335	พึงพอใจมาก
1.4 เนื้อหารายการมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์: เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการอยู่ร่วมกันอย่างสันติสุขระหว่างทุกศาสนาของประชาชน ชุมชนและสังคมในพื้นที่ภายใต้หลักการเอกภาพบนความหลากหลาย แตกต่างแต่ไม่แตกแยก	4.1579	0.8342	พึงพอใจมาก
1.5 เนื้อหารายการมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์: เพื่อเป็นแบบอย่างที่ดีของสื่อในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารข้อเท็จจริงที่ถูกต้องและเป็นประโยชน์ต่อประชาชนและสังคมประเทศ	4.3500	0.8127	พึงพอใจมาก
2. ด้านเนื้อหารายการ (Content)	3.9951	0.1070	พึงพอใจมาก
2.1 เนื้อหารายการน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี	3.8000	0.9515	พึงพอใจมาก
2.2 เนื้อหารายการมีความสร้างสรรค์และสร้างความกระตือรือร้นให้กับผู้ชม	3.8500	0.6708	พึงพอใจมาก
2.3 เนื้อหารายการมีความกระชับและเข้าใจได้ง่าย	3.9500	0.8256	พึงพอใจมาก
2.4 เนื้อหารายการมีการสอดแทรกแง่คิดที่ดี	4.0500	0.9445	พึงพอใจมาก
2.5 เนื้อหารายการดำเนินถึงจริยธรรม เคารพสิทธิส่วนบุคคลและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์	4.0526	0.7799	พึงพอใจมาก
2.6 เนื้อหารายการมีความน่าเชื่อถือ ถูกต้องและสอดคล้องกับข้อเท็จจริง	4.1053	0.8753	พึงพอใจมาก
2.7 เนื้อหารายการมีคุณค่า คุ่มค่าต่อการรับชม และมีประโยชน์ต่อประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้และประชาชนทั่วไป	4.1579	0.9582	พึงพอใจมาก

ประเด็นความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
3. ด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques)	3.8333	0.1598	พึงพอใจมาก
3.1 รูปแบบการนำเสนอรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง	3.9500	0.8256	พึงพอใจมาก
3.2 รูปแบบการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้และประชาชนทั่วไป	3.8500	1.0894	พึงพอใจมาก
3.3 ผู้ดำเนินรายการ (พิธีกร/แขกรับเชิญ/ตัวละคร/บทบรรยาย) ของรายการนี้ มีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี	3.7000	0.8013	พึงพอใจมาก
4. ด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques)	3.8500	0.7452	พึงพอใจมาก
4.1 ฉาก ภาพ แสง สี เสียง และกราฟฟิกที่ปรากฏในรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง	3.8500	0.7452	พึงพอใจมาก
5. ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact)	4.0000	0.0841	พึงพอใจมาก
5.1 รายการสร้างความเข้าใจอันดีซึ่งกันและกัน อันจะนำไปสู่ความสมัครสมานสามัคคีที่ขยายวงกว้างในอนาคต, ประชาชนอยู่ร่วมกันอย่างสันติสุขระหว่างทุกศาสนา และชุมชนในพื้นที่ที่เกิดความขัดแย้ง, ประชาชนมีรายการประเภทสารคดีเชิงประวัติศาสตร์ ศาสนา ศิลปวัฒนธรรม และวิถีชีวิตที่เปิดมุมมองใหม่และให้ความรู้ใหม่แก่สังคม, รายการสร้างการตื่นรู้และหักล้างการบิดเบือนข้อมูล ซึ่งก่อให้เกิดคุณค่าต่อชุมชนและประเทศชาติ	4.0500	0.9445	พึงพอใจมาก
5.2 รายการสร้างแรงจูงใจและเป็นต้นแบบให้กับผู้ผลิตในการผลิตรายการประเภทสารคดีเชิงประวัติศาสตร์ ศาสนา ศิลปวัฒนธรรมและวิถีชีวิต เพื่อนำเสนอข้อมูลเชิงบวกและสร้างสรรค์	3.9500	0.8256	พึงพอใจมาก
6. ทศคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction)	3.9750	0.0653	พึงพอใจมาก
6.1 ท่านมีทัศนคติที่ดีต่อรายการโดยรวม	4.0000	0.7947	พึงพอใจมาก
6.2 ท่านมีความพึงพอใจต่อรายการโดยรวม	3.9500	0.8870	พึงพอใจมาก
ภาพรวม	3.9775	0.2693	พึงพอใจมาก

สรุปข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

ผู้ตอบแบบประเมินได้ให้ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ สามารถสรุปรายละเอียดตามตารางที่ 10.226 ดังนี้

ตารางที่ 10.226 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

	ด้านเนื้อหารายการ
จุดเด่นของรายการนี้	<ul style="list-style-type: none"> - เหมาะสมสำหรับกลุ่มที่สนใจและกลุ่มสูงวัยที่มีเวลาชมรายการเพียงพอ - ภาพสวย มุมถ่ายหลากหลาย วิธีการเล่าเรื่องน่าสนใจ ไม่น่าเบื่อ - พิธีกรมีรอยยิ้มระหว่างการพูดคุยสร้างความผ่อนคลาย - มีเนื้อหาบรรยายสำหรับผู้พิการการได้ยิน สามารถรับรู้รับชมได้คนพิการทางสายตาก็สามารถชมได้เพราะ ข่าวดูบรรยายเสียง เป็นภาพ far all
ข้อแนะนำเพื่อปรับปรุงหรือพัฒนารายการนี้	<ul style="list-style-type: none"> - รายการยาวเกินไป 10-15 นาทีน่าจะพอดี รายการต้องมีข้อจำกัดการนำเสนอเช่น ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม วิถีชีวิตประเพณี และอื่นๆ - ซับไตเติ้ล อ่านยาก ตัวหนังสือพอมและชิดกันเกินไป - ควรมีเนื้อหาภาษาถิ่นเพิ่มขึ้น แหล่งท่องเที่ยววิถีชีวิตชาวพื้นเมือง ภาพบางช่วงไม่ตรงกับเนื้อหา ควรเลือกภาพที่ตรงกับเนื้อหาในบางช่วง - พิธีกรไม่ควนสวมแว่นตาสีดำ เพราะทำให้ไม่ทราบถึงการถ่ายทอดอารมณ์ที่ชัดเจน แก่นเรื่องของกรนำเสนอ แต่ละตอน มีครบ ชัดเจน เจาะลึกมากกว่าเดิม หรือรายละเอียดที่เป็นวิถีชีวิตของผู้คน

10.5.4 โครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อ Stop Fake Spread Fact

มีผู้ตอบแบบประเมิน จำนวน 20 ราย ประกอบด้วยข้อมูล ดังนี้

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบประเมิน

ตารางที่ 10.227 จำนวนและร้อยละของรายการ



ชื่อรายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
Stop Fake Spread Fact	20	100.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 10.227 ผู้ตอบแบบประเมินได้สัมผัสชมรายการ “Stop Fake Spread Fact” จำนวน 20 คน คิดเป็น ร้อยละ 100.00

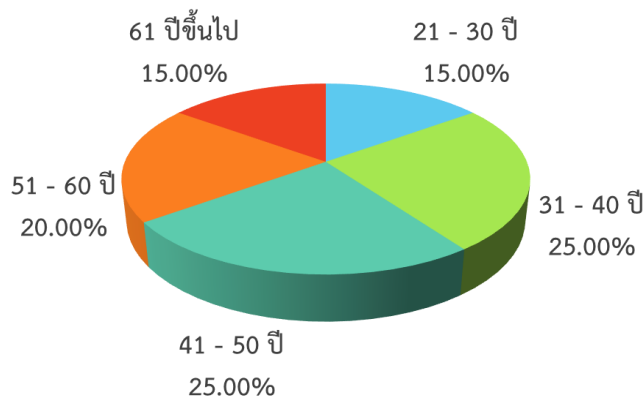
ตารางที่ 10.228 จำนวนและร้อยละของเพศ



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

จากตารางที่ 10.228 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 55.00 และเพศชายจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 45.00

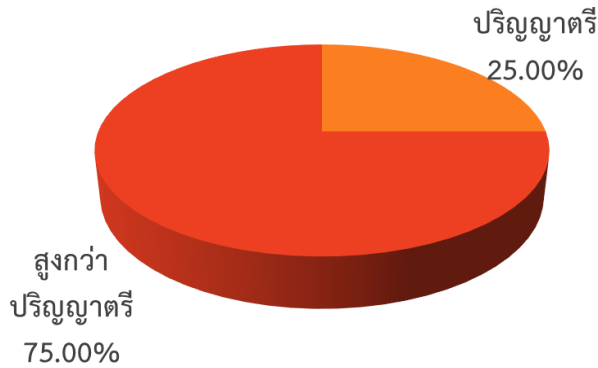
ตารางที่ 10.229 จำนวนและร้อยละของอายุ



อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	0	0.00
21 - 30 ปี	3	15.00
31 - 40 ปี	5	25.00
41 - 50 ปี	5	25.00
51 - 60 ปี	4	20.00
61 ปีขึ้นไป	3	15.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 10.229 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่อายุ 31 - 40 ปี และอายุ 41 - 50 ปี จำนวน 5 คน เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 25.00 รองลงมาคือ อายุ 51 - 60 ปี จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 อายุ 21 - 30 ปี และอายุ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 3 คนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 15.00 ตามลำดับ

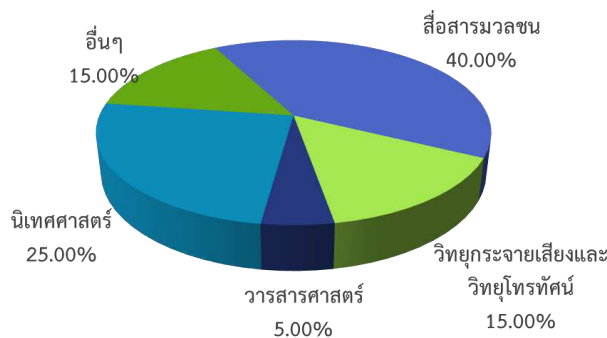
ตารางที่ 10.230 จำนวนและร้อยละของการศึกษา



การศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	0	0.00
มัธยมศึกษาตอนต้น	0	0.00
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช.	0	0.00
ปวส./อนุปริญญา	0	0.00
ปริญญาตรี	5	25.00
สูงกว่าปริญญาตรี	15	75.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 10.230 ผู้ตอบแบบประเมินมีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 75.00 และระดับปริญญาตรี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 ตามลำดับ

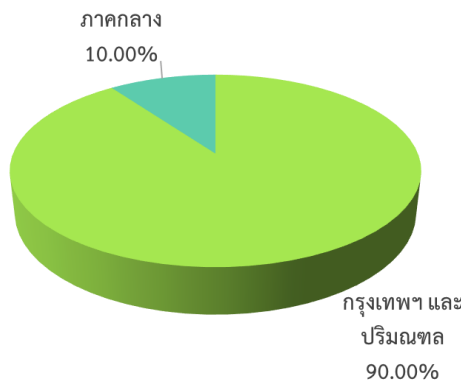
ตารางที่ 10.231 จำนวนและร้อยละของสาขาที่เชี่ยวชาญ



สาขาที่เชี่ยวชาญ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
สื่อสารมวลชน	8	40.00
ศิลปะการแสดง	0	0.00
วิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์	3	15.00
ภาพยนตร์	0	0.00
เทคโนโลยีการถ่ายภาพและภาพยนตร์	0	0.00
การโฆษณา	0	0.00
วารสารศาสตร์	1	5.00
นิเทศศาสตร์	5	25.00
อื่นๆ	3	15.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 10.231 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่มีความเชี่ยวชาญในสาขาสื่อสารมวลชน จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 สาขานิเทศศาสตร์ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 สาขาวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ และสาขาอื่นๆ จำนวน 3 คนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 15.00 และสาขาวารสารศาสตร์ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00

ตารางที่ 10.232 จำนวนและร้อยละของจังหวัดที่ท่านอาศัยอยู่ในปัจจุบัน



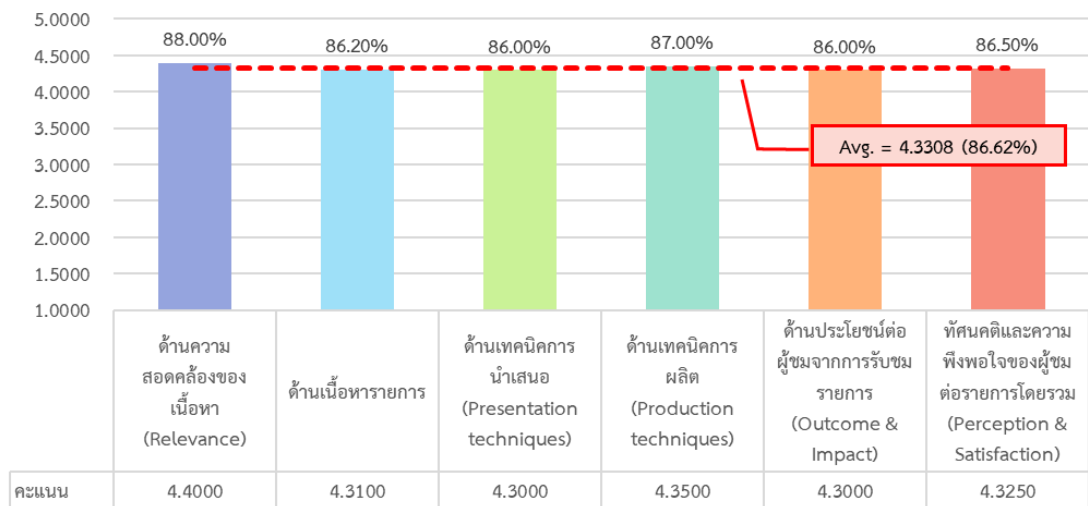
จังหวัดที่อาศัยอยู่ในปัจจุบัน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ภาคเหนือ	0	0.00
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	0	0.00
กรุงเทพฯ และปริมณฑล	18	90.00
ภาคกลาง	2	10.00
ภาคใต้	0	0.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 10.232 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในกรุงเทพฯ และปริมณฑล จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 90.00 และอาศัยอยู่ในภาคกลาง จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00

สรุปผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ

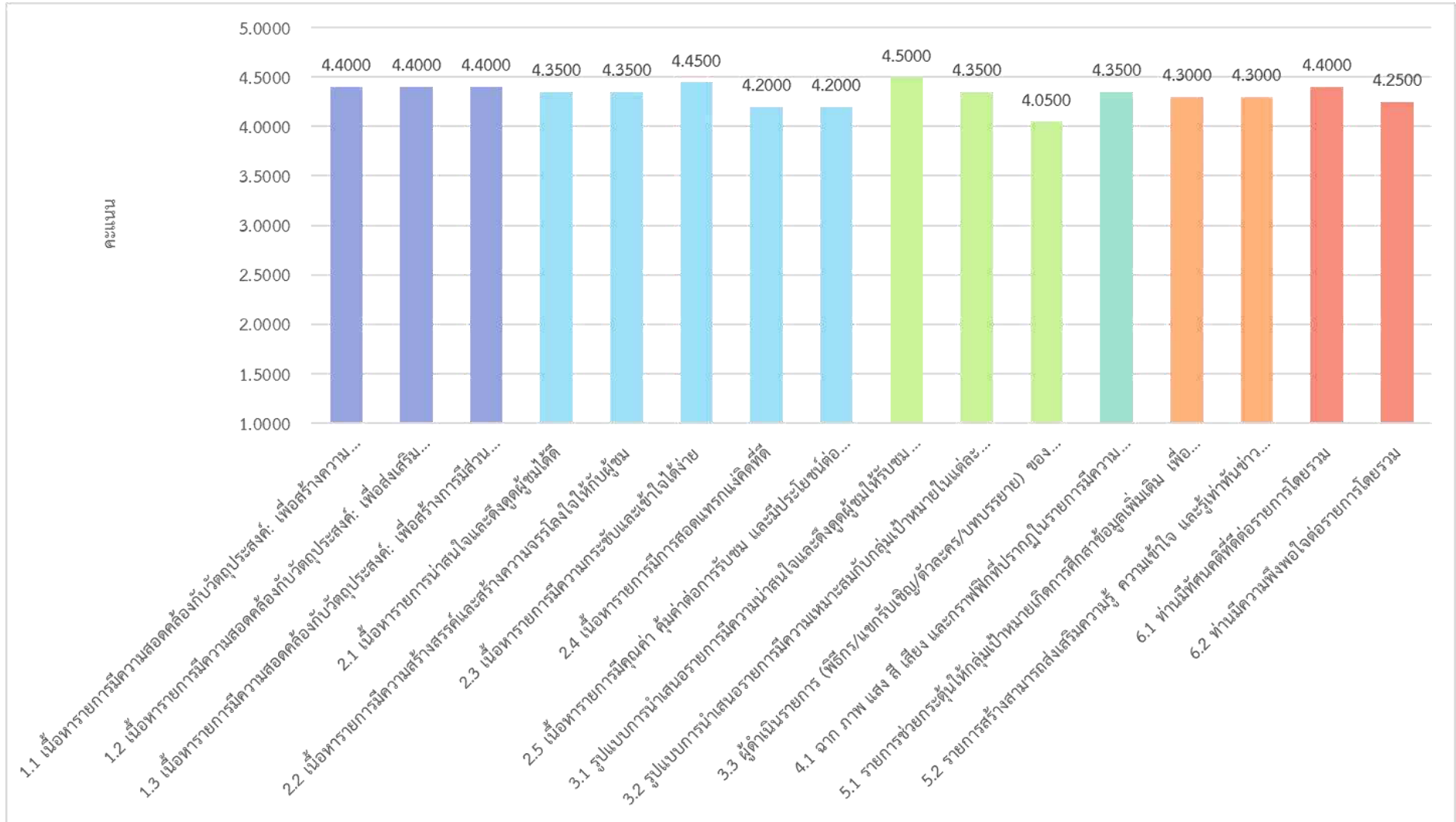
จากการตอบแบบประเมินโดยกลุ่มผู้เชี่ยวชาญและนักวิชาการที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหารายการ จำนวน 20 ราย มีระดับคะแนนการประเมินคุณภาพรายการทีวีในด้านต่างๆ โดยเฉลี่ย ที่ระดับ 4.3308 โดยมีระดับคะแนนการประเมินคุณภาพรายการทีวีในแต่ละด้าน ดังนี้

แผนภาพที่ 10.164 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ



จากแผนภาพที่ 10.164 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านมีระดับความเชื่อมั่นเท่ากัน ที่ระดับมาก ทั้งนี้ ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance) มีระดับคะแนนสูงสุดที่ระดับ 4.4000 รองลงมาคือ ด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques) ที่ระดับ 4.3500 ด้านทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction) ที่ระดับ 4.3250 ด้านเนื้อหารายการ (Content) ที่ระดับ 4.3100 ด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques) และด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact) ระดับคะแนนเท่ากัน ที่ระดับ 4.3000 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 10.165 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมรายการรู้เท่าทันสื่อ Stop Fake Spread Fact



จากแผนภาพที่ 10.165 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีรายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ ในแต่ละด้าน ดังนี้

ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance)

ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance) อยู่ในระดับมาก โดยประเด็นเนื้อหารายการมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์: เพื่อสร้างความตระหนัก และร่วมมือในการหยุดข่าวปลอม อีกทั้งส่งเสริม สนับสนุนให้ประชาชนมีวิจารณญาณ เพิ่มขีดความสามารถ ทักษะการรู้เท่าทันข่าวสารจากทุกสื่ออย่างฉลาด ประเด็นเนื้อหารายการมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์: เพื่อส่งเสริม สนับสนุนให้ประชาชนมีความรู้ ความเข้าใจเพิ่มขีดความสามารถ ศักยภาพในการคิดวิเคราะห์อย่างรู้เท่าทันข้อมูลข่าวสารจริงหรือปลอมจากทุกสื่อ ไม่ตกเป็นเหยื่อหรือเครื่องมือจากผู้ไม่หวังดี และประเด็นเนื้อหารายการมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์: เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของสื่อมวลชนแขนงต่างๆ ที่ดำเนินกิจการด้านการสื่อสารแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการให้ตระหนักถึงจริยธรรม คุณธรรม ความรับผิดชอบการประกอบวิชาชีพนำเสนอข้อมูลข่าวสารต่อประชาชนอย่างถูกต้องเป็นธรรม และสร้างความร่วมมือในการหยุดข่าวปลอม มีระดับคะแนนเท่ากัน ที่ระดับ 4.4000

ด้านเนื้อหาของรายการ (Content)

ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเนื้อหาของรายการ (Content) อยู่ในระดับมาก โดยประเด็นเนื้อหาของรายการมีความกระชับและเข้าใจได้ง่าย มีระดับคะแนนสูงสุดที่ระดับ 4.4500 รองลงมาคือ ประเด็นเนื้อหาของรายการน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี และประเด็นเนื้อหาของรายการมีความสร้างสรรค์และสร้างความจรรโลงใจให้กับผู้ชม มีระดับคะแนนเท่ากัน ที่ระดับ 4.3500 ประเด็นเนื้อหาของรายการมีการสอดแทรกแง่คิดที่ดี ที่ระดับ 4.2000 และประเด็นเนื้อหาของรายการมีคุณค่า คุ่มค่าต่อการรับชม และมีประโยชน์ต่อกลุ่มเป้าหมาย เช่น ประชาชนทั่วไปสามารถจำแนก ตรวจสอบ และมีความรู้เท่าทันข่าวปลอมได้เป็นอย่างดี ที่ระดับ 4.4000 ตามลำดับ

ด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques)

ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques) อยู่ในระดับมาก โดยประเด็นรูปแบบการนำเสนอรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง มีระดับคะแนนสูงสุด ที่ระดับ 4.5000 รองลงมาคือ ประเด็นรูปแบบการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายในแต่ละ Generation (Gen X, Gen Y และ Gen Z) ที่ระดับ 4.3500 และประเด็นผู้ดำเนินรายการ (พิธีกร/แขกรับเชิญ/ตัวละคร/บทบรรยาย) ของรายการนี้ มีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี ที่ระดับ 4.0500 ตามลำดับ

ด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques)

ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques) อยู่ในระดับมาก จากประเด็นฉาก ภาพ แสง สี เสียงและกราฟฟิกที่ปรากฏในรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง ที่ระดับ 4.3500

ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact)

ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact) อยู่ในระดับมาก โดยประเด็นรายการช่วยกระตุ้นให้กลุ่มเป้าหมายเกิดการศึกษาค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติม เพื่อทำความเข้าใจ และมีการ fact check ข่าวสารที่ได้รับอย่างต่อเนื่อง และประเด็นรายการสร้างสามารถส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ และรู้เท่าทันข่าวปลอมที่มีการเผยแพร่ในโลกออนไลน์ มีระดับคะแนนเท่ากับ ที่ระดับ 4.3000

ด้านทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction)

ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction) อยู่ในระดับมาก โดยประเด็นท่านมีทัศนคติที่ดีต่อรายการโดยรวม มีระดับคะแนนสูงสุด ที่ระดับ 4.4000 และประเด็นท่านมีความพึงพอใจต่อรายการโดยรวม ที่ระดับ 4.2500 ตามลำดับ

ตารางที่ 10.233 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ

ประเด็นความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
1. ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance)	4.4000	0.0475	พึงพอใจมาก
1.1 เนื้อหารายการมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์: เพื่อสร้างความตระหนัก และร่วมมือในการหยุดข่าวปลอม อีกทั้งส่งเสริม สนับสนุนให้ประชาชนมีวิจารณญาณ เพิ่มขีดความสามารถ ทักขะการรู้เท่าทันข่าวสารจากทุกสื่ออย่างฉลาด	4.4000	0.6806	พึงพอใจมาก
1.2 เนื้อหารายการมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์: เพื่อส่งเสริม สนับสนุนให้ประชาชนมีความรู้ ความเข้าใจเพิ่มขีดความสามารถ คักยภาพในการคิด วิเคราะห์อย่างรู้เท่าทันข้อมูลข่าวสารจริงหรือปลอมจากทุกสื่อ ไม่ตกเป็นเหยื่อหรือเครื่องมือจากผู้ไม่หวังดี	4.4000	0.5982	พึงพอใจมาก
1.3 เนื้อหารายการมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์: เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของสื่อมวลชนแขนงต่างๆ ที่ดำเนินกิจการด้านการสื่อสารแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการให้ตระหนักถึงจริยธรรม คุณธรรม ความรับผิดชอบการประกอบวิชาชีพนำเสนอข้อมูลข่าวสารต่อประชาชนอย่างถูกต้องเป็นธรรม และสร้างความร่วมมือในการหยุดข่าวปลอม	4.4000	0.5982	พึงพอใจมาก
2. ด้านเนื้อหารายการ (Content)	4.3100	0.0643	พึงพอใจมาก
2.1 เนื้อหารายการน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี	4.3500	0.6708	พึงพอใจมาก
2.2 เนื้อหารายการมีความสร้างสรรค์และสร้างความจรรโลงใจให้กับผู้ชม	4.3500	0.7452	พึงพอใจมาก
2.3 เนื้อหารายการมีความกระชับและเข้าใจได้ง่าย	4.4500	0.6048	พึงพอใจมาก
2.4 เนื้อหารายการมีการสอดแทรกแง่คิดที่ดี	4.2000	0.6959	พึงพอใจมาก
2.5 เนื้อหารายการมีคุณค่า คุ่มค่าต่อการรับชม และมีประโยชน์ต่อกลุ่มเป้าหมาย เช่น ประชาชนทั่วไปสามารถจำแนก ตรวจสอบ และมีความรู้เท่าทันข่าวปลอมได้เป็นอย่างดี	4.2000	0.7678	พึงพอใจมาก
3. ด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques)	4.3000	0.0487	พึงพอใจมาก
3.1 รูปแบบการนำเสนอรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง	4.5000	0.5130	พึงพอใจมากที่สุด
3.2 รูปแบบการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายในแต่ละ Generation (Gen X, Gen Y และ Gen Z)	4.3500	0.5871	พึงพอใจมาก
3.3 ผู้ดำเนินรายการ (พิธีกร/แขกรับเชิญ/ตัวละคร/บทบรรยาย) ของรายการนี้ มีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี	4.0500	0.6048	พึงพอใจมาก
4. ด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques)	4.3500	0.5871	พึงพอใจมาก
4.1 ฉาก ภาพ แสง สี เสียง และกราฟฟิกที่ปรากฏในรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง	4.3500	0.5871	พึงพอใจมาก

ประเด็นความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
5. ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact)	4.3000	0.1142	พึงพอใจมาก
5.1 รายการช่วยกระตุ้นให้กลุ่มเป้าหมายเกิดการศึกษาค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติม เพื่อทำความเข้าใจ และมีการ fact check ข่าวสารที่ได้รับอย่างต่อเนื่อง	4.3000	0.7327	พึงพอใจมาก
5.2 รายการสร้างสามารถส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ และรู้เท่าทันข่าวปลอมที่มีการเผยแพร่ในโลกออนไลน์	4.3000	0.5712	พึงพอใจมาก
6. ทศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction)	4.3250	0.0286	พึงพอใจมาก
6.1 ท่านมีทัศนคติที่ดีต่อรายการโดยรวม	4.4000	0.5982	พึงพอใจมาก
6.2 ท่านมีความพึงพอใจต่อรายการโดยรวม	4.2500	0.6387	พึงพอใจมาก
ภาพรวม	4.3308	0.2169	พึงพอใจมาก

สรุปข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

ผู้ตอบแบบประเมินได้ให้ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ สามารถสรุปรายละเอียดตามตารางที่ 10.234 ดังนี้

ตารางที่ 10.234 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

	ด้านเนื้อหารายการ
จุดเด่นของรายการนี้	<ul style="list-style-type: none"> - เนื้อหาสื่อสารตรงวัตถุประสงค์สั้นกระชับตัดต่อดี - เพลงเล่าเรื่องได้ดี - สั้น กระชับ เข้าใจง่าย ใช้วิธีนำเสนอด้วยเพลง สอดแทรกเนื้อหาที่น่าสนใจ ให้แนวคิด แนวปฏิบัติ สร้างความเข้าใจกับสังคม - มีความทันสมัยเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ดี
ข้อแนะนำเพื่อปรับปรุงหรือพัฒนารายการนี้	<ul style="list-style-type: none"> - ควรมีเนื้อหาเกี่ยวกับเยาวชนเพิ่มขึ้น - ควรชี้ให้เห็นโทษของการแชร์เฟคนิวเพิ่มเติม - อาจจะเพิ่มโทษหรือผลจากการแชร์ข่าวหรือข่าวที่สร้างความเสียหาย / อาจใช้รูปแบบอื่นๆ นำเสนอ และสอดแทรกเนื้อหา เช่น เพลงฉ่อย หมอลำ หนังตะลุง หรือเพลงประจำถิ่น/ ประยุกต์เนื้อหาไปตามกระแสโดยยึดรูปแบบเพลง หรือวิธีการนำเสนอ - ควรเพิ่มลักษณะแบบที่สื่อให้มีตัวอย่างเป็นกลุ่มผู้สูงอายุมากขึ้น

10.5.5 โครงการจัดทำรายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมให้คนพิการรู้จักสิทธิและใช้ประโยชน์จากกิจการโทรทัศน์ได้อย่างรู้เท่าทัน

มีผู้ตอบแบบประเมิน จำนวน 20 ราย ประกอบด้วยข้อมูล ดังนี้

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบประเมิน

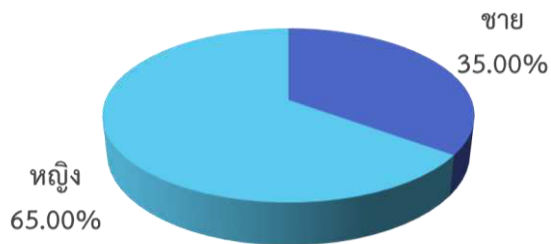
ตารางที่ 10.235 จำนวนและร้อยละของรายการ



ชื่อรายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพื่อนกันคนพันธุ์ D	20	100.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 10.235 ผู้ตอบแบบประเมินได้รับชมรายการ “เพื่อนกันคนพันธุ์ D” จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00

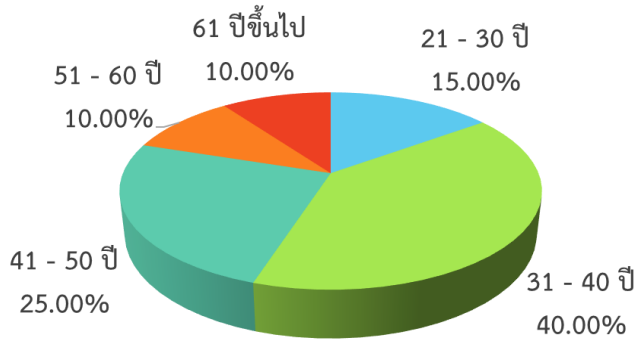
ตารางที่ 10.236 จำนวนและร้อยละของเพศ



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

จากตารางที่ 10.236 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 35.00 และเพศชายจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 65.00 ตามลำดับ

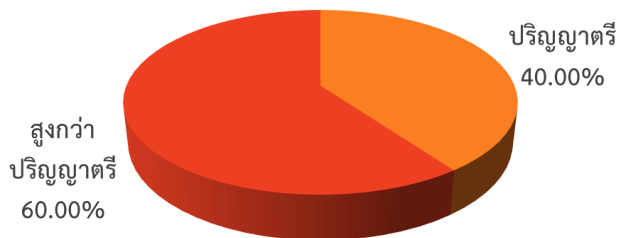
ตารางที่ 10.237 จำนวนและร้อยละของอายุ



อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	0	0.00
21 - 30 ปี	3	15.00
31 - 40 ปี	8	40.00
41 - 50 ปี	5	25.00
51 - 60 ปี	2	10.00
61 ปีขึ้นไป	2	10.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 10.237 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่อายุ 31 - 40 ปี จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 รองลงมาคือ อายุ 41 - 50 ปี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 อายุ 21 - 30 ปี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 อายุ 21 - 30 ปี และอายุ 61 ปีขึ้นไป จำนวน 2 คนเท่ากัน คิดเป็น ร้อยละ 10.00 ตามลำดับ

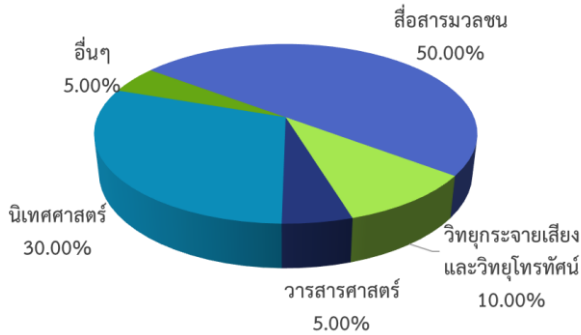
ตารางที่ 10.238 จำนวนและร้อยละของการศึกษา



การศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	0	0.00
มัธยมศึกษาตอนต้น	0	0.00
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช.	0	0.00
ปวส./อนุปริญญา	0	0.00
ปริญญาตรี	8	40.00
สูงกว่าปริญญาตรี	12	60.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 10.238 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 60.00 รองลงมาคือ ระดับปริญญาตรี จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 10.239 จำนวนและร้อยละของสาขาที่เชี่ยวชาญ



สาขาที่เชี่ยวชาญ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
สื่อสารมวลชน	10	50.00
ศิลปะการแสดง	0	0.00
วิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์	2	10.00
ภาพยนตร์	0	0.00
เทคโนโลยีการถ่ายภาพและภาพยนตร์	0	0.00
การโฆษณา	0	0.00
วารสารศาสตร์	1	5.00
นิเทศศาสตร์	6	30.00
อื่นๆ	1	5.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 10.239 ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่มีความเชี่ยวชาญในสาขาสื่อสารมวลชน จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมาคือ สาขานิเทศศาสตร์ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 สาขาวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 สาขาวารสารศาสตร์ และอื่นๆ จำนวน 1 คนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 10.240 จำนวนและร้อยละของจังหวัดที่ท่านอาศัยอยู่ในปัจจุบัน



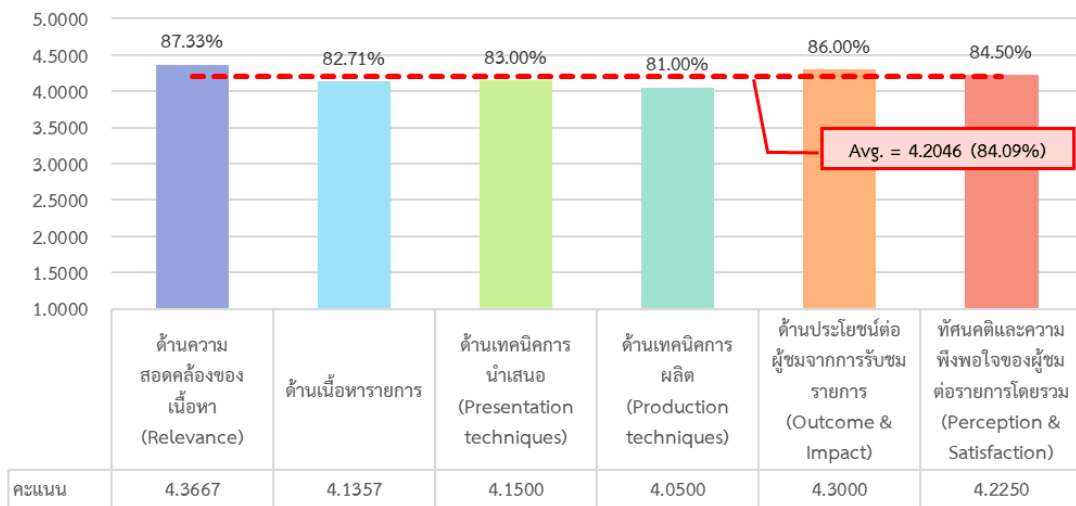
จังหวัดที่อาศัยอยู่ในปัจจุบัน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ภาคเหนือ	0	0.00
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	0	0.00
กรุงเทพฯ และปริมณฑล	20	100.00
ภาคกลาง	0	0.00
ภาคใต้	0	0.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 10.240 ผู้ตอบแบบประเมินทั้งหมดอาศัยอยู่ในกรุงเทพฯ และปริมณฑล จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00

สรุปผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ

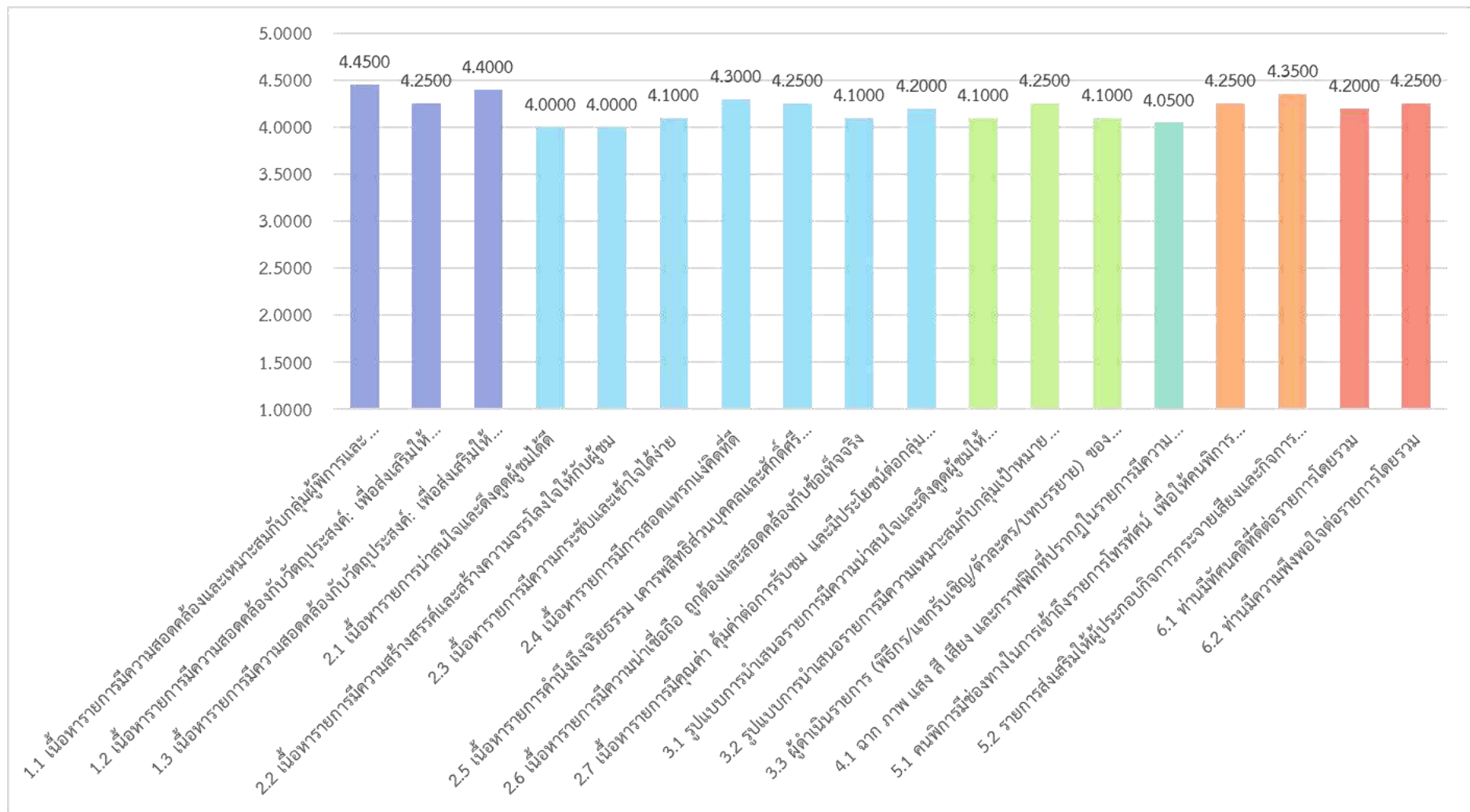
จากการตอบแบบประเมินโดยกลุ่มผู้เชี่ยวชาญและนักวิชาการที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหารายการ จำนวน 20 ราย มีระดับคะแนนการประเมินคุณภาพรายการทีวีในด้านต่างๆ โดยเฉลี่ย ที่ระดับ 4.2046 โดยมีระดับคะแนนการประเมินคุณภาพรายการทีวีในแต่ละด้าน ดังนี้

แผนภาพที่ 10.166 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ



จากแผนภาพที่ 10.166 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านมีระดับความเชื่อมั่นเท่ากัน ที่ระดับมาก ทั้งนี้ ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance) มีระดับคะแนนสูงสุดที่ระดับ 4.3667 รองลงมาคือ ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact) ที่ระดับ 4.3000 ด้านทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction) ที่ระดับ 4.2250 ด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques) ที่ระดับ 4.1500 ด้านเนื้อหารายการ (Content) ที่ระดับ 4.1357 และด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques) ที่ระดับ 4.0500 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 10.167 ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมรายการสำหรับคนพิการ



จากแผนภาพที่ 10.167 ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีรายการ
สำหรับคนพิการ ในแต่ละด้าน ดังนี้

ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance)

ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านความสอดคล้องของ
เนื้อหา (Relevance) อยู่ในระดับมาก โดยประเด็นเนื้อหารายการมีความสอดคล้องและเหมาะสมกับกลุ่ม
ผู้พิการและประชาชนทั่วไป มีระดับคะแนนสูงสุด ที่ระดับ 4.4500 รองลงมาคือ ประเด็นเนื้อหารายการมีความ
สอดคล้องกับวัตถุประสงค์: เพื่อส่งเสริมให้คนพิการ ผู้สูงอายุ และผู้ด้อยโอกาส สามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร
ผ่านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ได้อย่างเสมอภาคกับบุคคลทั่วไป ที่ระดับ 4.4000 และประเด็น
เนื้อหารายการมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์: เพื่อส่งเสริมให้คนพิการมีความรู้ความเข้าใจในสิทธิและ
ประโยชน์ในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร รวมถึงการใช้ประโยชน์จากกิจการโทรทัศน์ได้อย่างเท่าเทียมกับบุคคล
ทั่วไป และตระหนักในสิทธิของตนเอง ที่ระดับ 4.2500 ตามลำดับ

ด้านเนื้อหาของรายการ (Content)

ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเนื้อหาของรายการ
(Content) อยู่ในระดับมาก โดยประเด็นเนื้อหารายการมีการสอดแทรกแง่คิดที่ดี มีระดับคะแนนสูงสุด ที่ระดับ
4.3000 รองลงมาคือ ประเด็นเนื้อหารายการคำนึงถึงจริยธรรม เคารพสิทธิส่วนบุคคลและศักดิ์ศรีความเป็น
มนุษย์ ที่ระดับ 4.2500 ประเด็นเนื้อหารายการมีคุณค่า คุ่มค่าต่อการรับชม และมีประโยชน์ต่อกลุ่มผู้พิการ
และประชาชนทั่วไป ที่ระดับ 4.2000 ประเด็นเนื้อหารายการมีความกระชับและเข้าใจได้ง่าย และประเด็น
เนื้อหารายการมีความน่าเชื่อถือ ถูกต้องและสอดคล้องกับข้อเท็จจริง มีระดับคะแนนเท่ากัน ที่ระดับ 4.1000
ประเด็นเนื้อหารายการน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี และประเด็นเนื้อหารายการมีความสร้างสรรค์และสร้าง
ความจรรโลงใจให้กับผู้ชม มีระดับคะแนนเท่ากัน ที่ระดับ 4.0000 ตามลำดับ

ด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques)

ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิค
การนำเสนอ (Presentation techniques) อยู่ในระดับมาก โดยประเด็นรูปแบบการนำเสนอ
รายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นกลุ่มผู้พิการและประชาชนทั่วไป มีระดับ
คะแนนสูงสุด ที่ระดับ 4.2500 รองลงมาคือ ประเด็นรูปแบบการนำเสนอรายการมีความน่าสนใจ
และดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง และประเด็นผู้ดำเนินรายการ (พิธีกร/แขกรับเชิญ/ตัวละคร/
บทบรรยาย) ของรายการนี้ มีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี มีระดับคะแนนเท่ากัน ที่ระดับ 4.1000
ตามลำดับ

ด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques)

ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านเทคนิคการผลิต
(Production techniques) อยู่ในระดับมาก จากประเด็นฉาก ภาพ แสง สี เสียงและกราฟฟิกที่ปรากฏใน
รายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง ที่ระดับ 4.0500

ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact)

ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact) อยู่ในระดับมาก โดยประเด็นรายการส่งเสริมให้ผู้ประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ตระหนักและให้ความสำคัญกับการจัดให้มีบริการสำหรับ คนพิการในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร มีระดับคะแนนสูงสุด ที่ระดับ 4.3500 รองลงมาคือ ประเด็นคนพิการมีช่องทางในการเข้าถึงรายการโทรทัศน์ เพื่อให้คนพิการสามารถรับรู้และใช้ประโยชน์จากรายการได้, คนพิการมีความตื่นตัวเข้มแข็ง รู้จักปกป้องตนเอง สามารถเข้าถึงและใช้สื่ออย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์แก่ตนเอง ผ่านกระบวนการรู้เท่าทันสื่อและการรณรงค์ทางสังคม, ประชาชนมีรายการโทรทัศน์ที่จัดให้มีบริการล่ามภาษามือเต็มจอ (Sign Language) เสียงบรรยายภาพ (Audio Description) และคำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption) ที่เหมาะสมและสอดคล้องกับความพิการและความต้องการของคนพิการประเภทนั้น, คนพิการและบุคคลทั่วไปสามารถเข้าถึงรายการโทรทัศน์ เพื่อส่งเสริมการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้อย่างเท่าเทียมและทั่วถึงที่ระดับ 4.2500 ตามลำดับ

ด้านทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction)

ผู้ตอบแบบประเมินมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction) อยู่ในระดับมาก โดยประเด็นท่านมีความพึงพอใจต่อรายการโดยรวม มีระดับคะแนนสูงสุด ที่ระดับ 4.2500 รองลงมาคือ ประเด็นท่านมีทัศนคติที่ดีต่อรายการโดยรวม ที่ระดับ 4.2500 ตามลำดับ

ตารางที่ 10.241 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ

ประเด็นความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
1. ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา (Relevance)	4.3667	0.0875	พึงพอใจมาก
1.1 เนื้อหารายการมีความสอดคล้องและเหมาะสมกับกลุ่มผู้พิการและประชาชนทั่วไป	4.4500	0.6863	พึงพอใจมาก
1.2 เนื้อหารายการมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์: เพื่อส่งเสริมให้คนพิการมีความรู้ความเข้าใจในสิทธิและประโยชน์ในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร รวมถึงการใช้ประโยชน์จากกิจการโทรทัศน์ได้อย่างเท่าเทียมกับบุคคลทั่วไป และตระหนักในสิทธิของตนเอง	4.2500	0.8507	พึงพอใจมาก
1.3 เนื้อหารายการมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์: เพื่อส่งเสริมให้คนพิการ ผู้สูงอายุ และผู้ด้อยโอกาส สามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารผ่านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ได้อย่างเสมอภาคกับบุคคลทั่วไป	4.4000	0.8208	พึงพอใจมาก
2. ด้านเนื้อหารายการ (Content)	4.1357	0.1155	พึงพอใจมาก
2.1 เนื้อหารายการน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี	4.0000	0.7947	พึงพอใจมาก
2.2 เนื้อหารายการมีความสร้างสรรค์และสร้างความจรรโลงใจให้กับผู้ชม	4.0000	0.7947	พึงพอใจมาก
2.3 เนื้อหารายการมีความกระชับและเข้าใจได้ง่าย	4.1000	0.8522	พึงพอใจมาก
2.4 เนื้อหารายการมีการสอดแทรกแง่คิดที่ดี	4.3000	0.5712	พึงพอใจมาก
2.5 เนื้อหารายการคำนึงถึงจริยธรรม เคารพสิทธิส่วนบุคคลและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์	4.2500	0.6387	พึงพอใจมาก
2.6 เนื้อหารายการมีความน่าเชื่อถือ ถูกต้องและสอดคล้องกับข้อเท็จจริง	4.1000	0.7881	พึงพอใจมาก
2.7 เนื้อหารายการมีคุณค่า คุ่มค่าต่อการรับชม และมีประโยชน์ต่อกลุ่มผู้พิการและประชาชนทั่วไป	4.2000	0.8944	พึงพอใจมาก
3. ด้านเทคนิคการนำเสนอ (Presentation techniques)	4.1500	0.0983	พึงพอใจมาก
3.1 รูปแบบการนำเสนอรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง	4.1000	0.7182	พึงพอใจมาก

ประเด็นความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
3.2 รูปแบบการนำเสนอรายการมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรายการที่เป็นกลุ่มผู้พิการและประชาชนทั่วไป	4.2500	0.7864	พึงพอใจมาก
3.3 ผู้ดำเนินรายการ (พิธีกร/แขกรับเชิญ/ตัวละคร/บทบรรยาย) ของรายการนี้ มีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้ดี	4.1000	0.9119	พึงพอใจมาก
4. ด้านเทคนิคการผลิต (Production techniques)	4.0500	0.6863	พึงพอใจมาก
4.1 ฉาก ภาพ แสง สี เสียง และกราฟฟิกที่ปรากฏในรายการมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมให้รับชมอย่างต่อเนื่อง	4.0500	0.6863	พึงพอใจมาก
5. ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมจากการรับชมรายการ (Outcome & Impact)	4.3000	0.0204	พึงพอใจมาก
5.1 คนพิการมีช่องทางในการเข้าถึงรายการโทรทัศน์ เพื่อให้คนพิการสามารถรับรู้และใช้ประโยชน์จากรายการได้, คนพิการมีความตื่นตัว เข้มแข็ง รู้จักปกป้องตนเอง สามารถเข้าถึงและใช้สื่ออย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์แก่ตนเอง ผ่านกระบวนการรู้เท่าทันสื่อและการณรงค์ทางสังคม, ประชาชนมีรายการโทรทัศน์ที่จัดให้มีบริการล่ามภาษามือเต็มจอ (Sign Language) เสียงบรรยายภาพ (Audio Description) และคำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption) ที่เหมาะสมและสอดคล้องกับความพิการและความต้องการของคนพิการประเภทนั้น, คนพิการและบุคคลทั่วไปสามารถเข้าถึงรายการโทรทัศน์ เพื่อส่งเสริมการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้อย่างเท่าเทียมและทั่วถึง	4.2500	0.7164	พึงพอใจมาก
5.2 รายการส่งเสริมให้ผู้ประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ตระหนักและให้ความสำคัญกับการจัดให้มีบริการสำหรับ คนพิการในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร	4.3500	0.7452	พึงพอใจมาก
6. ทศนคติและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการโดยรวม (Perception & Satisfaction)	4.2250	0.0333	พึงพอใจมาก
6.1 ท่านมีทัศนคติที่ดีต่อรายการโดยรวม	4.2000	0.8335	พึงพอใจมาก
6.2 ท่านมีความพึงพอใจต่อรายการโดยรวม	4.2500	0.7864	พึงพอใจมาก
ภาพรวม	4.2046	0.2540	พึงพอใจมาก

สรุปข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

ผู้ตอบแบบประเมินได้ให้ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ สามารถสรุปรายละเอียดตามตารางที่ 10.242 ดังนี้

ตารางที่ 10.242 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

	ด้านเนื้อหารายการ
จุดเด่นของรายการนี้	<ul style="list-style-type: none"> - กราฟฟิกดี มีล่ามภาษามือ เนื้อหาส่งเสริมสร้างสรรค์ ทำให้คนในสังคมเห็นถึงสิทธิของผู้พิการ ปรับทัศนคติของผู้ชมได้ แทรกข้อคิด เทคนิคดี - ตัวแทนผู้พิการต่างมีส่วนร่วมในรายการ - ล่ามภาษามือแปลความหมายออกมาได้ดี เข้าใจง่าย เป็นธรรมชาติ ผู้พิการทางสายตา และผู้พิการทางการได้ยินได้ทำงานร่วมกัน - มีผู้พิการเป็นผู้ดำเนินรายการ มีการสอดแทรกเทคนิค ในการทำกับข้าวให้แก่ผู้พิการ - เนื้อหาน่าสนใจ กระตุ้นให้คนพิการ พัฒนาศักยภาพของตนเอง
ข้อแนะนำเพื่อปรับปรุงหรือพัฒนารายการนี้	<ul style="list-style-type: none"> - ความยาวของรายการนานเกินไป - รายการควรแจ้งว่าไปทำอะไร ที่ไหน - ควรมีเสียงบรรยายระหว่างกิจกรรม ที่ผู้พิการทางสายตา ได้รับรู้ด้วย - ควรเพิ่มคำบรรยายเป็นตัวหนังสือด้วย - เน้นการมีส่วนร่วมกัน ในสังคมของผู้พิการ และประชาชนทั่วไป

	ด้านเนื้อหารายการ
	- การถ่ายทำ ดำเนินรายการ หากมีการลำดับเรื่องราว ให้เป็นไปตามความสามารถในการรับชมของกลุ่มเป้าหมาย จะน่าสนใจขึ้น และควรให้บทบาทนำเสนอไปอยู่ที่คนพิการเป็นตัวแทนของกลุ่มเป้าหมาย

บทที่ 11

รายงานผลการติดตามประเมินผลฯ ผลการจัดทำ Online survey / Social listening และข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย ปี 2563

11.1 สรุปผลการกำหนดค่าใช้จ่าย ค่าตอบแทนบุคลากร ค่าใช้จ่ายในการผลิตแต่ละประเภทรายการ

11.1.1 โครงการส่งเสริมการผลิตและออกอากาศรายการโทรทัศน์ระบบดิจิทัล รายการสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว

1. รายการ MY Little Bears เพื่อนหมีแสนสนุก



การบริหารจัดการงบประมาณ : ข้อมูลค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการและค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ
(Unit cost) เพื่อให้กองทุนใช้เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาความเหมาะสมของงบประมาณโครงการผลิตรายการ

- งบประมาณโครงการที่ได้รับอนุมัติ : 4,944,470.00 บาท
- งบประมาณโครงการที่เบิกจ่ายจริง : 4,935,834.15 บาท
 - ค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการ : 3,865,834.15 บาท
 - ค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ/ค่าเช่าเวลาออกอากาศรายการ : 1,070,000 บาท
- งบประมาณคงเหลือ : 8,635.85 บาท

ตารางที่ 11.1 งบประมาณที่ได้รับอนุมัติ และการเบิกจ่ายจริงของรายการ MY Little Bears เพื่อนมี้แสนสนุก

รายการ	งบประมาณที่ได้รับอนุมัติ [1]			การเบิกจ่ายจริง [2]			คงเหลือ [1]-[2]
	จำนวน หน่วย	ราคาต่อ หน่วย	จำนวนเงิน	จำนวน หน่วย	ราคาต่อ หน่วย	จำนวนเงิน	
1. ค่าตอบแทน ที่ปรึกษา โครงการ	40	1,337.50	53,500.00	40	1,337.50	53,500.00	0.00
2. ค่าใช้จ่าย ในการผลิต รายการ	40	74,900.00	2,996,000.00	40	90,814.35	3,632,574.15	636,574.15
3. ค่าวัสดุ	40	963.00	38,520.00	40	936.25	37,450.00	1,070.00
4. ค่าใช้จ่าย อื่นๆ เช่น ค่าวัสดุ / ค่า จัดทำรายงาน / ค่าจัดทำ บัญชี / ค่า ประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อ ออนไลน์	40	3,611.25	144,450.00	40	3,557.75	142,310.00	2,140.00
5. ค่าเช่าเวลา ออกอากาศ	40	42,800.00	1,712,000.00	40	26,750.00	1,070,000.00	642,000.00
รวมทั้งสิ้น	40	123,611.75	4,944,470.00	40	123,395.85	4,935,834.15	8,635.85

หมายเหตุ: ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้รับทุนโครงการรายการ "MY Little Bears เพื่อนมี้แสนสนุก"

2. รายการ มะลิจอมแก่นผจญภัย โควิด-19



การบริหารจัดการงบประมาณ : ข้อมูลค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการและค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ (Unit cost) เพื่อให้กองทุนใช้เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาความเหมาะสมของงบประมาณโครงการผลิตรายการ

- งบประมาณโครงการที่ได้รับอนุมัติ : 4,948,750.00 บาท
- งบประมาณโครงการที่เบิกจ่ายจริง : 4,948,750.00 บาท
 - ค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการ : 2,800,000.00 บาท
 - ค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ/ค่าเช่าเวลาออกอากาศรายการ : 1,600,000.00 บาท
 - ค่าจัดทำคำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption) และเสียงบรรยายภาพ (Audio Description) : 120,000.00 บาท
- งบประมาณคงเหลือ : 0.00 บาท

ตารางที่ 11.2 งบประมาณที่ได้รับอนุมัติ และการเบิกจ่ายจริงของรายการ มะลิจอมแก่นผจญภัย โควิด-19

รายการ	งบประมาณที่ได้รับอนุมัติ [1]			การเบิกจ่ายจริง [2]			คงเหลือ [1]-[2]
	จำนวน หน่วย	ราคาต่อ หน่วย	จำนวนเงิน	จำนวน หน่วย	ราคาต่อ หน่วย	จำนวนเงิน	
1. ค่าตอบแทนที่ปรึกษาโครงการ	1	50,000.00	50,000.00	1	50,000.00	50,000.00	0.00
2. ค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการ	40	70,000.00	2,800,000.00	40	70,000.00	2,800,000.00	0.00
3. ค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ	40	40,000.00	1,600,000.00	40	40,000.00	1,600,000.00	0.00

รายการ	งบประมาณที่ได้รับอนุมัติ [1]			การเบิกจ่ายจริง [2]			คงเหลือ [1]-[2]
	จำนวน หน่วย	ราคาต่อ หน่วย	จำนวนเงิน	จำนวน หน่วย	ราคาต่อ หน่วย	จำนวนเงิน	
4. ค่าวัสดุ โฆษณาและ เผยแพร่	12	3,000.00	36,000.00	12	3,000.00	36,000.00	0.00
5. ค่าจัดทำ CC และ AD	40	3,000.00	120,000.00	40	3,000.00	120,000.00	0.00
6. ค่าใช้จ่าย อื่นๆ เช่น ค่าวัสดุ / ค่า จัดทำรายงาน / ค่าจัดทำ บัญชี / ค่า ประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อ ออนไลน์	1	19,000.00	19,000.00	1	19,000.00	19,000.00	0.00
รวมค่าใช้จ่าย ทั้งหมด	40	115,625.00	4,625,000.00	40	115,625.00	4,625,000.00	0.00
ภาษีมูลค่าเพิ่ม (Vat 7%)	40	8,093.75	323,750.00	40	8,093.75	323,750.00	0.00
รวมทั้งสิ้น	40	123,718.75	4,948,750.00	40	123,718.75	4,948,750.00	0.00

หมายเหตุ: ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้รับทุนโครงการรายการ "มะลิจอมแก่นผจญภัย โควิด-19"

3. รายการ 5 หมู่ของหนู



การบริหารจัดการงบประมาณ : ข้อมูลค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการและค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ (Unit cost) เพื่อให้กองทุนใช้เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาความเหมาะสมของงบประมาณโครงการผลิตรายการ

- งบประมาณโครงการที่ได้รับอนุมัติ : 4,332,858.00 บาท
- งบประมาณโครงการที่เบิกจ่ายจริง : 4,332,858.00 บาท
 - ค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการ : 2,800,000.00 บาท
 - ค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ/ค่าเช่าเวลาออกอากาศรายการ : 1,000,000.00 บาท
 - ค่าจัดทำคำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption) และเสียงบรรยายภาพ (Audio Description) : 120,000.00 บาท
- งบประมาณคงเหลือ : 0.00 บาท

ตารางที่ 11.3 งบประมาณที่ได้รับอนุมัติ และการเบิกจ่ายจริงของรายการ 5 หมู่ของหนู

รายการ	งบประมาณที่ได้รับอนุมัติ [1]			การเบิกจ่ายจริง [2]			คงเหลือ [1]-[2]
	จำนวน หน่วย	ราคาต่อ หน่วย	จำนวนเงิน	จำนวน หน่วย	ราคาต่อ หน่วย	จำนวนเงิน	
1. ค่าตอบแทนที่ปรึกษาโครงการ	2	50,000.00	100,000.00	2	50,000.00	100,000.00	0.00
2. ค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการ	40	70,000.00	2,800,000.00	40	70,000.00	2,800,000.00	0.00
3. ค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ	40	25,000.00	1,000,000.00	40	25,000.00	1,000,000.00	0.00

รายการ	งบประมาณที่ได้รับอนุมัติ [1]			การเบิกจ่ายจริง [2]			คงเหลือ [1]-[2]
	จำนวน หน่วย	ราคาต่อ หน่วย	จำนวนเงิน	จำนวน หน่วย	ราคาต่อ หน่วย	จำนวนเงิน	
4. ค่าวัสดุ โฆษณาและ เผยแพร่	12	1,200.00	14,400.00	12	1,200.00	14,400.00	0.00
5. ค่าจัดทำ CC และ AD	40	3,000.00	120,000.00	40	3,000.00	120,000.00	0.00
6. ค่าใช้จ่าย อื่นๆ เช่น ค่าวัสดุ / ค่า จัดทำรายงาน / ค่าจัดทำ บัญชี / ค่า ประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อ ออนไลน์	1	15,000.00	15,000.00	1	15,000.00	15,000.00	0.00
รวมค่าใช้จ่าย ทั้งหมด	40	101,235.00	4,049,400.00	40	101,235.00	4,049,400.00	0.00
ภาษีมูลค่าเพิ่ม (Vat 7%)	40	7,086.45	283,458.00	40	7,086.45	283,458.00	0.00
รวมทั้งสิ้น	40	108,321.45	4,332,858.00	40	108,321.45	4,332,858.00	0.00

หมายเหตุ: ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้รับทุนโครงการรายการ "5 หมู่ของหนู"

4. รายการ KELX เกลอส: เพื่อน



การบริหารจัดการงบประมาณ : ข้อมูลค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการและค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ (Unit cost) เพื่อให้กองทุนใช้เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาความเหมาะสมของงบประมาณโครงการผลิตรายการ

- งบประมาณโครงการที่ได้รับอนุมัติ : 4,279,358.00 บาท
- งบประมาณโครงการที่เบิกจ่ายจริง : 4,279,358.00 บาท
 - ค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการ : 2,800,000.00 บาท
 - ค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ/ค่าเช่าเวลาออกอากาศรายการ : 1,000,000.00 บาท
 - ค่าจัดทำคำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption) และเสียงบรรยายภาพ (Audio Description) : 120,000.00 บาท
- งบประมาณคงเหลือ : 0.00 บาท

ตารางที่ 11.4 งบประมาณที่ได้รับอนุมัติ และการเบิกจ่ายจริงของรายการ KELX เกลอส: เพื่อน

รายการ	งบประมาณที่ได้รับอนุมัติ [1]			การเบิกจ่ายจริง [2]			คงเหลือ [1]-[2]
	จำนวน หน่วย	ราคาต่อ หน่วย	จำนวนเงิน	จำนวน หน่วย	ราคาต่อ หน่วย	จำนวนเงิน	
1. ค่าตอบแทนที่ปรึกษาโครงการ	1	50,000.00	50,000.00	1	50,000.00	50,000.00	0.00
2. ค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการ	40	70,000.00	2,800,000.00	40	70,000.00	2,800,000.00	0.00
3. ค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ	40	25,000.00	1,000,000.00	40	25,000.00	1,000,000.00	0.00

รายการ	งบประมาณที่ได้รับอนุมัติ [1]			การเบิกจ่ายจริง [2]			คงเหลือ [1]-[2]
	จำนวน หน่วย	ราคาต่อ หน่วย	จำนวนเงิน	จำนวน หน่วย	ราคาต่อ หน่วย	จำนวนเงิน	
4. ค่าวัสดุ โฆษณาและ เผยแพร่	12	1,200.00	14,400.00	12	1,200.00	14,400.00	0.00
5. ค่าจัดทำ CC และ AD	40	3,000.00	120,000.00	40	3,000.00	120,000.00	0.00
6. ค่าใช้จ่าย อื่นๆ เช่น ค่าวัสดุ / ค่า จัดทำรายงาน / ค่าจัดทำ บัญชี / ค่า ประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อ ออนไลน์	1	15,000.00	15,000.00	1	15,000.00	15,000.00	0.00
รวมค่าใช้จ่าย ทั้งหมด	40	99,985.00	3,999,400.00	40	99,985.00	3,999,400.00	0.00
ภาษีมูลค่าเพิ่ม (Vat 7%)	40	6,998.95	279,958.00	40	6,998.95	279,958.00	0.00
รวมทั้งสิ้น	40	106,983.95	4,279,358.00	40	106,983.95	4,279,358.00	0.00

หมายเหตุ: ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้รับทุนโครงการรายการ "KELX เกลอส เพื่อน"

5. รายการ Magic Pen ปากกาวิเศษ



การบริหารจัดการงบประมาณ : ข้อมูลค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการและค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ (Unit cost) เพื่อให้กองทุนใช้เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาความเหมาะสมของงบประมาณโครงการผลิตรายการ

- งบประมาณโครงการที่ได้รับอนุมัติ : 4,944,470.00 บาท
- งบประมาณโครงการที่เบิกจ่ายจริง : 4,944,470.00 บาท
 - ค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการ : 2,800,000.00 บาท
 - ค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ/ค่าเช่าเวลาออกอากาศรายการ : 1,600,000.00 บาท
 - ค่าจัดทำคำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption) และเสียงบรรยายภาพ (Audio Description) : 120,000.00 บาท
- งบประมาณคงเหลือ : 0.00 บาท

ตารางที่ 11.5 งบประมาณที่ได้รับอนุมัติ และการเบิกจ่ายจริงของรายการ Magic Pen ปากกาวิเศษ

รายการ	งบประมาณที่ได้รับอนุมัติ [1]			การเบิกจ่ายจริง [2]			คงเหลือ [1]-[2]
	จำนวน หน่วย	ราคาต่อ หน่วย	จำนวนเงิน	จำนวน หน่วย	ราคาต่อ หน่วย	จำนวนเงิน	
1. ค่าตอบแทนที่ปรึกษาโครงการ	1	50,000.00	50,000.00	1	50,000.00	50,000.00	0.00
2. ค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการ	40	70,000.00	2,800,000.00	40	70,000.00	2,800,000.00	0.00
3. ค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ	40	40,000.00	1,600,000.00	40	40,000.00	1,600,000.00	0.00

รายการ	งบประมาณที่ได้รับอนุมัติ [1]			การเบิกจ่ายจริง [2]			คงเหลือ [1]-[2]
	จำนวน หน่วย	ราคาต่อ หน่วย	จำนวนเงิน	จำนวน หน่วย	ราคาต่อ หน่วย	จำนวนเงิน	
4. ค่าวัสดุ โฆษณาและ เผยแพร่	12	3,000.00	36,000.00	12	3,000.00	36,000.00	0.00
5. ค่าจัดทำ CC และ AD	40	3,000.00	120,000.00	40	3,000.00	120,000.00	0.00
6. ค่าใช้จ่าย อื่นๆ เช่น ค่าวัสดุ / ค่า จัดทำรายงาน / ค่าจัดทำ บัญชี / ค่า ประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อ ออนไลน์	1	15,000.00	15,000.00	1	15,000.00	15,000.00	0.00
รวมค่าใช้จ่าย ทั้งหมด	40	115,525.00	4,621,000.00	40	115,525.00	4,621,000.00	0.00
ภาษีมูลค่าเพิ่ม (Vat 7%)	40	8,086.75	323,470.00	40	8,086.75	323,470.00	0.00
รวมทั้งสิ้น	40	123,611.75	4,944,470.00	40	123,611.75	4,944,470.00	0.00

หมายเหตุ: ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้รับทุนโครงการรายการ "Magic Pen ปากกาวิเศษ"

6. รายการ ใบบุญ เณรน้อย



การบริหารจัดการงบประมาณ : ข้อมูลค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการและค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ (Unit cost) เพื่อให้กองทุนใช้เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาความเหมาะสมของงบประมาณโครงการผลิตรายการ

- งบประมาณโครงการที่ได้รับอนุมัติ : 4,944,470.00 บาท
- งบประมาณโครงการที่เบิกจ่ายจริง : 4,944,470.00 บาท
 - ค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการ : 2,800,000.00 บาท
 - ค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ/ค่าเช่าเวลาออกอากาศรายการ 40,000.00 บาท
 - ค่าจัดทำคำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption) และเสียงบรรยายภาพ (Audio Description) : 120,000.00 บาท
- งบประมาณคงเหลือ : 0.00 บาท

ตารางที่ 11.6 งบประมาณที่ได้รับอนุมัติ และการเบิกจ่ายจริงของรายการ ใบบุญ เณรน้อย

รายการ	งบประมาณที่ได้รับอนุมัติ [1]			การเบิกจ่ายจริง [2]			คงเหลือ [1]-[2]
	จำนวน หน่วย	ราคาต่อ หน่วย	จำนวนเงิน	จำนวน หน่วย	ราคาต่อ หน่วย	จำนวนเงิน	
1. ค่าตอบแทนที่ปรึกษาโครงการ	1	50,000.00	50,000.00	1	50,000.00	50,000.00	0.00
2. ค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการ	40	70,000.00	2,800,000.00	40	70,000.00	2,800,000.00	0.00
3. ค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ	40	40,000.00	40,000.00	40	40,000.00	40,000.00	0.00

รายการ	งบประมาณที่ได้รับอนุมัติ [1]			การเบิกจ่ายจริง [2]			คงเหลือ [1]-[2]
	จำนวน หน่วย	ราคาต่อ หน่วย	จำนวนเงิน	จำนวน หน่วย	ราคาต่อ หน่วย	จำนวนเงิน	
4. ค่าวัสดุ โฆษณาและ เผยแพร่	12	3,000.00	36,000.00	12	3,000.00	36,000.00	0.00
5. ค่าจัดทำ CC และ AD	40	3,000.00	120,000.00	40	3,000.00	120,000.00	0.00
6. ค่าใช้จ่าย อื่นๆ เช่น ค่าวัสดุ / ค่า จัดทำรายงาน / ค่าจัดทำ บัญชี / ค่า ประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อ ออนไลน์	1	15,000.00	15,000.00	1	15,000.00	15,000.00	0.00
รวมค่าใช้จ่าย ทั้งหมด	40	115,525.00	4,621,000.00	40	115,525.00	4,621,000.00	0.00
ภาษีมูลค่าเพิ่ม (Vat 7%)	40	8,086.75	323,470.00	40	8,086.75	323,470.00	0.00
รวมทั้งสิ้น	40	123,611.80	4,944,470.00	40	123,611.80	4,944,470.00	0.00

หมายเหตุ: ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้รับทุนโครงการรายการ "ไปบุญ เณรน้อย"

7. รายการ เปาเปาผจญภัยในโลกนิทาน



การบริหารจัดการงบประมาณ : ข้อมูลค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการและค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ (Unit cost) เพื่อให้กองทุนใช้เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาความเหมาะสมของงบประมาณโครงการผลิตรายการ

- งบประมาณโครงการที่ได้รับอนุมัติ : 5,372,470.00 บาท
- งบประมาณโครงการที่เบิกจ่ายจริง : 5,372,470.00 บาท
 - ค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการ : 3,600,000.00 บาท
 - ค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ/ค่าเช่าเวลาออกอากาศรายการ : 1,200,000.00 บาท
 - ค่าจัดทำคำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption) และเสียงบรรยายภาพ (Audio Description) : 120,000.00 บาท
- งบประมาณคงเหลือ : 0.00 บาท

ตารางที่ 11.7 งบประมาณที่ได้รับอนุมัติ และการเบิกจ่ายจริงของรายการ เปาเปาผจญภัยในโลกนิทาน

รายการ	งบประมาณที่ได้รับอนุมัติ [1]			การเบิกจ่ายจริง [2]			คงเหลือ [1]-[2]
	จำนวน หน่วย	ราคาต่อ หน่วย	จำนวนเงิน	จำนวน หน่วย	ราคาต่อ หน่วย	จำนวนเงิน	
1. ค่าตอบแทนที่ปรึกษาโครงการ	1	50,000.00	50,000.00	1	50,000.00	50,000.00	0.00
2. ค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการ	40	90,000.00	3,600,000.00	40	90,000.00	3,600,000.00	0.00
3. ค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ	40	30,000.00	1,200,000.00	40	30,000.00	1,200,000.00	0.00

รายการ	งบประมาณที่ได้รับอนุมัติ [1]			การเบิกจ่ายจริง [2]			คงเหลือ [1]-[2]
	จำนวน หน่วย	ราคาต่อ หน่วย	จำนวนเงิน	จำนวน หน่วย	ราคาต่อ หน่วย	จำนวนเงิน	
4. ค่าวัสดุ โฆษณาและ เผยแพร่	12	3,000.00	36,000.00	12	3,000.00	36,000.00	0.00
5. ค่าจัดทำ CC และ AD	40	3,000.00	120,000.00	40	3,000.00	120,000.00	0.00
6. ค่าใช้จ่าย อื่นๆ เช่น ค่าวัสดุ / ค่า จัดทำรายงาน / ค่าจัดทำ บัญชี / ค่า ประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อ ออนไลน์	1	15,000.00	15,000.00	1	15,000.00	15,000.00	0.00
รวมค่าใช้จ่าย ทั้งหมด	40	125,525.00	5,021,000.00	40	125,525.00	5,021,000.00	0.00
ภาษีมูลค่าเพิ่ม (Vat 7%)	40	8,786.75	351,470.00	40	8,786.75	351,470.00	0.00
รวมทั้งสิ้น	40	134,311.80	5,372,470.00	40	134,311.80	5,372,470.00	0.00

หมายเหตุ: ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้รับทุนโครงการรายการ "เปาเปาผจญภัยในโลกนิทาน"

8. รายการ รากแก้ว เรนเจอร์



การบริหารจัดการงบประมาณ : ข้อมูลค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการและค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ (Unit cost) เพื่อให้กองทุนใช้เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาความเหมาะสมของงบประมาณโครงการผลิตรายการ

- งบประมาณโครงการที่ได้รับอนุมัติ : 5,970,000.00 บาท
- งบประมาณโครงการที่เบิกจ่ายจริง : 5,970,000.00 บาท
 - ค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการ : 4,176,000.00 บาท
 - ค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ/ค่าเช่าเวลาออกอากาศรายการ : 3,360,000.00 บาท
 - ค่าจัดทำคำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption) และเสียงบรรยายภาพ (Audio Description) : 288,000.00 บาท
- งบประมาณคงเหลือ : 0.00 บาท

ตารางที่ 11.8 งบประมาณที่ได้รับอนุมัติ และการเบิกจ่ายจริงของรายการ รากแก้ว เรนเจอร์

รายการ	งบประมาณที่ได้รับอนุมัติ [1]			การเบิกจ่ายจริง [2]			คงเหลือ [1]-[2]
	จำนวน หน่วย	ราคาต่อ หน่วย	จำนวนเงิน	จำนวน หน่วย	ราคาต่อ หน่วย	จำนวนเงิน	
1. ค่าตอบแทนที่ปรึกษาโครงการ	0	0	0	0	0	0	0.00
2. ค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการ	48	87,000.00	4,176,000.00	50	83,520.00	4,176,000.00	0.00
3. ค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ	48	70,000.00	3,360,000.00	50	67,200.00	3,360,000.00	0.00
4. ค่าวัสดุ	12	3,000.00	36,000.00	12	3,000.00	36,000.00	0.00
5. ค่าจัดทำ CC และ AD	48	6,000.00	288,000.00	50	5,760.00	288,000.00	0.00

รายการ	งบประมาณที่ได้รับอนุมัติ [1]			การเบิกจ่ายจริง [2]			คงเหลือ [1]-[2]
	จำนวน หน่วย	ราคาต่อ หน่วย	จำนวนเงิน	จำนวน หน่วย	ราคาต่อ หน่วย	จำนวนเงิน	
6. ค่าใช้จ่าย อื่นๆ เช่น ค่าวัสดุ / ค่า จัดทำรายงาน / ค่าจัดทำ บัญชี / ค่า ประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อ ออนไลน์	1	15,000.00	15,000.00	1	15,000.00	15,000.00	0.00
รวมค่าใช้จ่าย ทั้งหมด	48	124,375.00	5,970,000.00	50	119,400.00	5,970,000.00	0.00
ภาษีมูลค่าเพิ่ม (Vat 7%)			0			0	0.00
รวมทั้งสิ้น	48	124,375.00	5,970,000.00	48	119,400.00	5,970,000.00	0.00

หมายเหตุ: ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้รับทุนโครงการรายการ "รากแก้ว เรนเจอร์"

9. รายการ FLY WORM หนอนน้อยผจญภัย



การบริหารจัดการงบประมาณ : ข้อมูลค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการและค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ (Unit cost) เพื่อให้กองทุนใช้เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาความเหมาะสมของงบประมาณโครงการผลิตรายการ

- งบประมาณโครงการที่ได้รับอนุมัติ : 5,870,020.00 บาท
- งบประมาณโครงการที่เบิกจ่ายจริง : 5,870,020.00 บาท
 - ค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการ : 2,800,000.00 บาท
 - ค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ/ค่าเช่าเวลาออกอากาศรายการ : 2,400,000.00 บาท
 - ค่าจัดทำคำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption) และเสียงบรรยายภาพ (Audio Description) : 120,000.00 บาท
- งบประมาณคงเหลือ : 0.00 บาท

ตารางที่ 11.9 งบประมาณที่ได้รับอนุมัติ และการเบิกจ่ายจริงของรายการ FLY WORM หนอนน้อยผจญภัย

รายการ	งบประมาณที่ได้รับอนุมัติ [1]			การเบิกจ่ายจริง [2]			คงเหลือ [1]-[2]
	จำนวน หน่วย	ราคาต่อ หน่วย	จำนวนเงิน	จำนวน หน่วย	ราคาต่อ หน่วย	จำนวนเงิน	
1. ค่าตอบแทนที่ปรึกษาโครงการ	2	50,000.00	100,000.00	2	50,000.00	100,000.00	0.00
2. ค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการ	40	70,000.00	2,800,000.00	40	70,000.00	2,800,000.00	0.00
3. ค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ	40	60,000.00	2,400,000.00	40	60,000.00	2,400,000.00	0.00
4. ค่าวัสดุโฆษณาและเผยแพร่	12	3,000.00	36,000.00	12	3,000.00	36,000.00	0.00

รายการ	งบประมาณที่ได้รับอนุมัติ [1]			การเบิกจ่ายจริง [2]			คงเหลือ [1]-[2]
	จำนวน หน่วย	ราคาต่อ หน่วย	จำนวนเงิน	จำนวน หน่วย	ราคาต่อ หน่วย	จำนวนเงิน	
5. ค่าจัดทำ CC และ AD	40	3,000.00	120,000.00	40	3,000.00	120,000.00	0.00
6. ค่าใช้จ่าย อื่นๆ เช่น ค่าวัสดุ / ค่า จัดทำรายงาน / ค่าจัดทำ บัญชี / ค่า ประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อ ออนไลน์	1	15,000.00	15,000.00	1	15,000.00	15,000.00	0.00
รวมค่าใช้จ่าย ทั้งหมด	40	137,150.00	5,486,000.00	40	137,150.00	5,486,000.00	0.00
ภาษีมูลค่าเพิ่ม (Vat 7%)	40	9,600.50	384,020.00	40	9,600.50	384,020.00	0.00
รวมทั้งสิ้น	40	146,750.50	5,870,020.00	40	146,750.50	5,870,020.00	0.00

หมายเหตุ: ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้รับทุนโครงการรายการ "FLY WORM หนอนน้อยผจญภัย"

10. รายการ Happy Family



การบริหารจัดการงบประมาณ : ข้อมูลค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการและค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ (Unit cost) เพื่อให้กองทุนใช้เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาความเหมาะสมของงบประมาณโครงการผลิตรายการ

- งบประมาณโครงการที่ได้รับอนุมัติ : 4,353,830.00 บาท
- งบประมาณโครงการที่เบิกจ่ายจริง : 5,133,830 บาท
 - ค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการ : 3,120,000.00 บาท
 - ค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ/ค่าเช่าเวลาออกอากาศรายการ : - บาท
 - ค่าจัดทำคำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption) และเสียงบรรยายภาพ (Audio Description) : 104,000.00 บาท
- งบประมาณคงเหลือ : 0.00 บาท

ตารางที่ 11.10 งบประมาณที่ได้รับอนุมัติ และการเบิกจ่ายจริงของรายการ Magic Pen ปากกาวิเศษ

รายการ	งบประมาณที่ได้รับอนุมัติ [1]			การเบิกจ่ายจริง [2]			คงเหลือ [1]-[2]
	จำนวน หน่วย	ราคาต่อ หน่วย	จำนวนเงิน	จำนวน หน่วย	ราคาต่อ หน่วย	จำนวนเงิน	
1. ค่าตอบแทนที่ปรึกษาโครงการ	1	50,000.00	50,000.00	1	50,000.00	50,000.00	0.00
2. ค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการ	13	240,000.00	3,120,000.00	13	240,000.00	3,120,000.00	0.00
3. ค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ	0	0	0	0	0	0	0.00

รายการ	งบประมาณที่ได้รับอนุมัติ [1]			การเบิกจ่ายจริง [2]			คงเหลือ [1]-[2]
	จำนวน หน่วย	ราคาต่อ หน่วย	จำนวนเงิน	จำนวน หน่วย	ราคาต่อ หน่วย	จำนวนเงิน	
4. ค่าวัสดุ โฆษณาและ เผยแพร่	0	0	0	0	0	0	0.00
5. ค่าจัดทำ CC และ AD	13	8,000.00	104,000.00	13	8,000.00	104,000.00	0.00
6. ค่าใช้จ่าย อื่นๆ เช่น ค่าวัสดุ / ค่า จัดทำรายงาน / ค่าจัดทำ บัญชี / ค่า ประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อ ออนไลน์	1	15,000.00	15,000.00	1	15,000.00	15,000.00	0.00
รวมค่าใช้จ่าย ทั้งหมด	13	313,000.00	4,069,000.00	13	313,000.00	4,069,000.00	0.00
ภาษีมูลค่าเพิ่ม (Vat 7%)	13	21,910.00	284,830.00	13	21,910.00	284,830.00	0.00
รวมทั้งสิ้น	13	334,910.00	4,353,830.00	13	334,910.00	4,353,830.00	0.00

หมายเหตุ: ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้รับทุนโครงการรายการ "Happy Family"

มีค่าจ้างพิธีกรและแขกรับเชิญ จำนวน 13 ครอบครัวๆ ละ 60,000 บาท รวม 780,000 บาท
ทำให้มีค่าใช้จ่ายรวมทั้งสิ้น 5,133,830 บาท

11.1.2 โครงการส่งเสริมการผลิตและออกอากาศเนื้อหารายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ เกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสาร 5G

1. รายการ 5G New Life, New Change



การบริหารจัดการงบประมาณ : ข้อมูลค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการและค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ (Unit cost) เพื่อให้กองทุนใช้เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาความเหมาะสมของงบประมาณโครงการผลิตรายการ

- งบประมาณโครงการที่ได้รับอนุมัติ : 4,018,750.00 บาท
- งบประมาณโครงการที่เบิกจ่ายจริง : 4,018,750.00 บาท
 - ค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการ : 2,420,000.00 บาท
 - ค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ/ค่าเช่าเวลาออกอากาศรายการ : 1,200,000.00 บาท
 - ค่าจัดทำคำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption) และเสียงบรรยายภาพ (Audio Description) : 120,000.00 บาท
- งบประมาณคงเหลือ : 0.00 บาท

ตารางที่ 11.11 งบประมาณที่ได้รับอนุมัติ และการเบิกจ่ายจริงของรายการ 5G New Life, New Change

รายการ	งบประมาณที่ได้รับอนุมัติ [1]			การเบิกจ่ายจริง [2]			คงเหลือ [1]-[2]
	จำนวน หน่วย	ราคาต่อ หน่วย	จำนวนเงิน	จำนวน หน่วย	ราคาต่อ หน่วย	จำนวนเงิน	
1. ค่าตอบแทน ที่ปรึกษา โครงการ							0.00
2. ค่าใช้จ่าย ในการผลิต รายการ	16	251,171.87	4,018,750.00	16	251,171.87	4,018,750.00	0.00
3. ค่าใช้จ่าย ในการ ออกอากาศ	16	7,500	120,000.00	16	7,500	120,000.00	0.00
4. ค่าวัสดุ โฆษณาและ เผยแพร่							
5. ค่าจัดทำ CC และ AD	16	7,500	120,000.00	16	7,500	120,000.00	0.00
6. ค่าใช้จ่าย อื่นๆ เช่น ค่าวัสดุ / ค่า จัดทำรายงาน / ค่าจัดทำ บัญชี / ค่า ประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อ ออนไลน์	1	15,000.00	15,000.00	1	15,000.00	15,000.00	0.00
รวมค่าใช้จ่าย ทั้งหมด	16	234,687.5	3,755,000.00	16	234,687.5	3,755,000.00	0.00
ภาษีมูลค่าเพิ่ม (Vat 7%)	16	16,428.12	262,850.00	16	16,428.12	262,850.00	0.00
รวมทั้งสิ้น	16	251,115.62	4,017,850.00	16	251,115.62	4,017,850.00	0.00

หมายเหตุ: ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้รับทุนโครงการรายการ "รายการ 5G New Life, New Change"

2. รายการ 5G 24 ชั่วโมง



การบริหารจัดการงบประมาณ : ข้อมูลค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการและค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ (Unit cost) เพื่อให้กองทุนใช้เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาความเหมาะสมของงบประมาณโครงการผลิตรายการ

- งบประมาณโครงการที่ได้รับอนุมัติ : 4,768,110.00 บาท
- งบประมาณโครงการที่เบิกจ่ายจริง : 4,768,110.00 บาท
 - ค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการ : 2,800,000.00 บาท
 - ค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ/ค่าเช่าเวลาออกอากาศรายการ : 1,200,000.00 บาท
 - ค่าจัดทำคำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption) และเสียงบรรยายภาพ (Audio Description) : 120,000.00 บาท
- งบประมาณคงเหลือ : 0.00 บาท

ตารางที่ 11.12 งบประมาณที่ได้รับอนุมัติ และการเบิกจ่ายจริงของรายการ 5G 24 ชั่วโมง

รายการ	งบประมาณที่ได้รับอนุมัติ [1]			การเบิกจ่ายจริง [2]			คงเหลือ [1]-[2]
	จำนวน หน่วย	ราคาต่อ หน่วย	จำนวนเงิน	จำนวน หน่วย	ราคาต่อ หน่วย	จำนวนเงิน	
1. ค่าตอบแทนที่ปรึกษาโครงการ	1	50,000.00	50,000.00	1	50,000.00	50,000.00	0.00
2. ค่าเจ้าหน้าที่ประสานงาน	12	10,000.00	120,000.00	12	10,000.00	120,000.00	0.00
3. ค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการ	12	233,333.33	2,800,000.00	12	233,333.33	2,800,000.00	0.00

รายการ	งบประมาณที่ได้รับอนุมัติ [1]			การเบิกจ่ายจริง [2]			คงเหลือ [1]-[2]
	จำนวน หน่วย	ราคาต่อ หน่วย	จำนวนเงิน	จำนวน หน่วย	ราคาต่อ หน่วย	จำนวนเงิน	
4. ค่าใช้จ่าย ในการ ออกอากาศ	12	100,000.00	1,200,000.00	12	100,000.00	1,200,000.00	0.00
5. ค่าวัสดุ โฆษณาและ เผยแพร่	12	833.33	10,000.00	12	833.33	10,000.00	0.00
6. ค่าจัดทำ CC และ AD	12	10,000.00	120,000.00	12	10,000.00	120,000.00	0.00
7. ค่าใช้จ่าย อื่นๆ เช่น ค่าวัสดุ / ค่า จัดทำรายงาน / ค่าจัดทำ บัญชี / ค่า ประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อ ออนไลน์	1	15,000.00	15,000.00	1	15,000.00	15,000.00	0.00
รวมค่าใช้จ่าย ทั้งหมด	12	372,750.00	4,473,000.00	12	372,750.00	4,473,000.00	0.00
ภาษีมูลค่าเพิ่ม (Vat 7%)	12	26,092.50	313,110.00	12	26,092.50	313,110.00	0.00
รวมทั้งสิ้น	12	398,842.50	4,786,110.00	12	398,842.50	4,786,110.00	0.00

หมายเหตุ: ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้รับทุนโครงการรายการ "รายการ 5G 24 ชั่วโมง"

3. โครงการส่งเสริมการผลิตและออกอากาศเนื้อหารายการที่เป็นประโยชน์กับสาธารณะ เกี่ยวกับเทคโนโลยีสื่อสาร 5G



การบริหารจัดการงบประมาณ : ข้อมูลค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการและค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ (Unit cost) เพื่อให้กองทุนใช้เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาความเหมาะสมของงบประมาณโครงการผลิตรายการ

- งบประมาณโครงการที่ได้รับอนุมัติ 4,243,620.00 บาท
- งบประมาณโครงการที่เบิกจ่ายจริง : 4,243,620.00 บาท
 - ค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการ : 1,750,000 บาท
 - ค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ/ค่าเช่าเวลาออกอากาศรายการ : 1,500,000.00 บาท
 - ค่าจัดทำคำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption) และเสียงบรรยายภาพ (Audio Description) : 125,000.00 บาท
- งบประมาณคงเหลือ : 0.00 บาท

ตารางที่ 11.13 งบประมาณที่ได้รับอนุมัติ และการเบิกจ่ายจริงของรายการ 5G Smart Life

รายการ	งบประมาณที่ได้รับอนุมัติ [1]			การเบิกจ่ายจริง [2]			คงเหลือ [1]-[2]
	จำนวน หน่วย	ราคาต่อ หน่วย	จำนวนเงิน	จำนวน หน่วย	ราคาต่อ หน่วย	จำนวนเงิน	
1. ค่าตอบแทนที่ปรึกษาโครงการ	1	55,000.00	55,000.00	1	55,000.00	55,000.00	
2. ค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการ	25	70,000.00	1,350,000.00	25	70,000.00	1,350,000.00	0.00

รายการ	งบประมาณที่ได้รับอนุมัติ [1]			การเบิกจ่ายจริง [2]			คงเหลือ [1]-[2]
	จำนวน หน่วย	ราคาต่อ หน่วย	จำนวนเงิน	จำนวน หน่วย	ราคาต่อ หน่วย	จำนวนเงิน	
3. ค่าใช้จ่าย ในการ ออกอากาศ	25	60,000.00	1,500,000.00	25	60,000.00	1,500,000.00	0.00
4. ค่าวัสดุ โฆษณาและ เผยแพร่							
5. ค่าจัดทำ CC และ AD	25	5,000.00	125,000.00	25	5,000.00	125,000.00	0.00
6. ค่าใช้จ่าย อื่นๆ เช่น ค่าวัสดุ / ค่า จัดทำรายงาน / ค่าจัดทำ บัญชี / ค่า ประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อ ออนไลน์	1	15,000.00	15,000.00	1	15,000.00	15,000.00	0.00
รวมค่าใช้จ่าย ทั้งหมด	25	158,640.00	3,966,000.00	25	158,640.00	3,966,000.00	0.00
ภาษีมูลค่าเพิ่ม (Vat 7%)	25	11,544.80	288,620.00	25	11,544.80	288,620.00	0.00
รวมทั้งสิ้น	25	170,184.80	4,254,620.00	25	170,184.80	4,254,620.00	0.00

หมายเหตุ: ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้รับทุนโครงการรายการ "รายการ 5G Smart Life"

4. รายการ 5G Freedom



การบริหารจัดการงบประมาณ : ข้อมูลค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการและค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ (Unit cost) เพื่อให้กองทุนใช้เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาความเหมาะสมของงบประมาณโครงการผลิตรายการ

- งบประมาณโครงการที่ได้รับอนุมัติ : 4,017,850.00 บาท
- งบประมาณโครงการที่เบิกจ่ายจริง : 4,017,850.00 บาท
 - ค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการ : 2,420,000.00 บาท
 - ค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ/ค่าเช่าเวลาออกอากาศรายการ : 1,200,000.00 บาท
 - ค่าจัดทำคำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption) และเสียงบรรยายภาพ (Audio Description) : 120,000.00 บาท
- งบประมาณคงเหลือ : 0.00 บาท

ตารางที่ 11.14 งบประมาณที่ได้รับอนุมัติ และการเบิกจ่ายจริงของรายการ 5G Freedom

รายการ	งบประมาณที่ได้รับอนุมัติ [1]			การเบิกจ่ายจริง [2]			คงเหลือ [1]-[2]
	จำนวน หน่วย	ราคาต่อ หน่วย	จำนวนเงิน	จำนวน หน่วย	ราคาต่อ หน่วย	จำนวนเงิน	
1. ค่าตอบแทนที่ปรึกษาโครงการ							
2. ค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการ	7	345,714.28	2,420,000.00	7	345,714.28	2,420,000.00	0.00
3. ค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ	12	100,000.00	1,200,000.00	12	100,000.00	1,200,000.00	0.00

รายการ	งบประมาณที่ได้รับอนุมัติ [1]			การเบิกจ่ายจริง [2]			คงเหลือ [1]-[2]
	จำนวน หน่วย	ราคาต่อ หน่วย	จำนวนเงิน	จำนวน หน่วย	ราคาต่อ หน่วย	จำนวนเงิน	
4. ค่าวัสดุ โฆษณาและ เผยแพร่							
5. ค่าจัดทำ CC และ AD	12	10,000.00	120,000.00	12	10,000.00	120,000.00	0.00
6. ค่าใช้จ่าย อื่นๆ เช่น ค่าวัสดุ / ค่า จัดทำรายงาน / ค่าจัดทำ บัญชี / ค่า ประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อ ออนไลน์	1	15,000.00	15,000.00	1	15,000.00	15,000.00	0.00
รวมค่าใช้จ่าย ทั้งหมด	12	312,916.66	3,755,000.00	12	312,916.66	3,755,000.00	0.00
ภาษีมูลค่าเพิ่ม (Vat 7%)	12	21,870.83	262,450.00	12	21,870.83	262,450.00	0.00
รวมทั้งสิ้น	12	334,787.49	4,017,450.00	12	334,787.49	4,017,450.00	0.00

หมายเหตุ: ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้รับทุนโครงการรายการ "รายการ 5G Freedom"

11.1.3 โครงการผลิตสารคดีเพื่อส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่จังหวัด ชัยแดนใต้

1. รายการ เชื่อมใจใต้



การบริหารจัดการงบประมาณ : ข้อมูลค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการและค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ (Unit cost) เพื่อให้กองทุนใช้เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาความเหมาะสมของงบประมาณโครงการผลิตรายการ

- งบประมาณโครงการที่ได้รับอนุมัติ : 8,019,650.00 บาท
- งบประมาณโครงการที่เบิกจ่ายจริง : 8,019,650.00 บาท
 - ค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการ : 6,080,000.00 บาท
 - ค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ/ค่าเช่าเวลาออกอากาศรายการ : - บาท
 - ค่าจัดทำคำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption) และเสียงบรรยายภาพ (Audio Description) : 800,000.00บาท
- งบประมาณคงเหลือ : 0.00 บาท

ตารางที่ 11.15 งบประมาณที่ได้รับอนุมัติ และการเบิกจ่ายจริงของรายการ เชื่อมใจใต้

รายการ	งบประมาณที่ได้รับอนุมัติ [1]			การเบิกจ่ายจริง [2]			คงเหลือ [1]-[2]
	จำนวน หน่วย	ราคาต่อ หน่วย	จำนวนเงิน	จำนวน หน่วย	ราคาต่อ หน่วย	จำนวนเงิน	
1. ค่าตอบแทน ที่ปรึกษา โครงการ	0	0	0.00	0	0	0.00	0.00
2. ค่าใช้จ่าย ในการผลิต รายการ	40	160,000.00	6,080,000.00	40	160,000.00	6,080,000.00	0.00

รายการ	งบประมาณที่ได้รับอนุมัติ [1]			การเบิกจ่ายจริง [2]			คงเหลือ [1]-[2]
	จำนวน หน่วย	ราคาต่อ หน่วย	จำนวนเงิน	จำนวน หน่วย	ราคาต่อ หน่วย	จำนวนเงิน	
3. ค่าใช้จ่าย ในการ ออกอากาศ	0	0	0.00	0	0	0.00	0.00
4. ค่าวัสดุ โฆษณาและ เผยแพร่	0	0	0.00	0	0	0.00	0.00
5. ค่าจัดทำ CC และ AD	40	20,000.00	800,000.00	40	20,000.00	800,000.00	0.00
6. ค่าใช้จ่าย อื่นๆ เช่น ค่าวัสดุ / ค่า จัดทำรายงาน / ค่าจัดทำ บัญชี / ค่า ประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อ ออนไลน์	1	15,000.00	15,000.00	1	15,000.00	15,000.00	0.00
รวมค่าใช้จ่าย ทั้งหมด	40	187,375.00	7,495,000.00	40	187,375.00	7,495,000.00	0.00
ภาษีมูลค่าเพิ่ม (Vat 7%)	40	13,116.25	524,650.00	40	13,116.25	524,650.00	0.00
รวมทั้งสิ้น	40	200,491.30	8,019,650.00	40	200,491.30	8,019,650.00	0.00

หมายเหตุ: ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้รับทุนโครงการรายการ "เชื่อมโยงใจใต้"

มีหมวดค่าใช้สอยหรือค่าดำเนินการและหมวดค่าใช้จ่ายอื่นๆ จำนวน 261,271.17 บาท (เป็นส่วน
งบประมาณของบริษัท) ทำให้มีค่าใช้จ่ายรวมทั้งสิ้น 8,280,921.17 บาท

2. รายการ เพลินทุกจุดที่สุดสยาม



การบริหารจัดการงบประมาณ : ข้อมูลค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการและค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ (Unit cost) เพื่อให้กองทุนใช้เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาความเหมาะสมของงบประมาณโครงการผลิตรายการ

- งบประมาณโครงการที่ได้รับอนุมัติ : 6,917,550.00 บาท
- งบประมาณโครงการที่เบิกจ่ายจริง : 6,917,550.00 บาท
 - ค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการ : 3,930,000.00 บาท
 - ค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ/ค่าเช่าเวลาออกอากาศรายการ : 2,200,000.00 บาท
 - ค่าจัดทำคำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption) และเสียงบรรยายภาพ (Audio Description) : 220,000.00บาท
- งบประมาณคงเหลือ : 0.00 บาท

ตารางที่ 11.16 งบประมาณที่ได้รับอนุมัติ และการเบิกจ่ายจริงของรายการ เพลินทุกจุดที่สุดสยาม

รายการ	งบประมาณที่ได้รับอนุมัติ [1]			การเบิกจ่ายจริง [2]			คงเหลือ [1]-[2]
	จำนวน หน่วย	ราคาต่อ หน่วย	จำนวนเงิน	จำนวน หน่วย	ราคาต่อ หน่วย	จำนวนเงิน	
1. ค่าตอบแทนที่ปรึกษาโครงการ	2	50,000.00	100,000.00	2	50,000.00	100,000.00	0.00
2. ค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการ	22	178,636.36	3,930,000.00	22	178,636.36	3,930,000.00	0.00
3. ค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ	22	100,000.00	2,200,000.00	22	100,000.00	2,200,000.00	0.00

รายการ	งบประมาณที่ได้รับอนุมัติ [1]			การเบิกจ่ายจริง [2]			คงเหลือ [1]-[2]
	จำนวน หน่วย	ราคาต่อ หน่วย	จำนวนเงิน	จำนวน หน่วย	ราคาต่อ หน่วย	จำนวนเงิน	
4. ค่าวัสดุ โฆษณาและ เผยแพร่	0	0	0.00	0	0	0.00	0.00
5. ค่าจัดทำ CC และ AD	22	10,000.00	220,000.00	22	10,000.00	220,000.00	0.00
6. ค่าใช้จ่าย อื่นๆ เช่น ค่าวัสดุ / ค่า จัดทำรายงาน / ค่าจัดทำ บัญชี / ค่า ประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อ ออนไลน์	1	15,000.00	15,000.00	1	15,000.00	15,000.00	0.00
รวมค่าใช้จ่าย ทั้งหมด	22	293,863.60	6,465,000.00	22	293,863.60	6,465,000.00	0.00
ภาษีมูลค่าเพิ่ม (Vat 7%)	22	20,570.45	452,550.00	22	20,570.45	452,550.00	0.00
รวมทั้งสิ้น	22	314,434.10	6,917,550.00	22	314,434.10	6,917,550.00	0.00

หมายเหตุ: ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้รับทุนโครงการรายการ "เพลินทุกจุดที่สุดสยาม"

3. รายการ อีสลามมู อาลัยกุ่ม (PEACE FOR ALL)



การบริหารจัดการงบประมาณ : ข้อมูลค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการและค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ (Unit cost) เพื่อให้กองทุนใช้เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาความเหมาะสมของงบประมาณโครงการผลิตรายการ

- งบประมาณโครงการที่ได้รับอนุมัติ : 4,980,850.00 บาท
- งบประมาณโครงการที่เบิกจ่ายจริง : 4,980,850.00 บาท
 - ค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการ : 2,780,000.00บาท
 - ค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ/ค่าเช่าเวลาออกอากาศรายการ : 1,600,000.00 บาท
 - ค่าจัดทำคำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption) และเสียงบรรยายภาพ (Audio Description) : 160,000.00 บาท
- งบประมาณคงเหลือ : 0.00 บาท

ตารางที่ 11.17 งบประมาณที่ได้รับอนุมัติ และการเบิกจ่ายจริงของรายการ อีสลามมู อาลัยกุ่ม (PEACE FOR ALL)

รายการ	งบประมาณที่ได้รับอนุมัติ [1]			การเบิกจ่ายจริง [2]			คงเหลือ [1]-[2]
	จำนวน หน่วย	ราคาต่อ หน่วย	จำนวนเงิน	จำนวน หน่วย	ราคาต่อ หน่วย	จำนวนเงิน	
1. ค่าตอบแทนที่ปรึกษาโครงการ	2	50,000.00	100,000.00	2	50,000.00	100,000.00	0.00
2. ค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการ	16	173,750.00	2,780,000.00	16	173,750.00	2,780,000.00	0.00
3. ค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ	16	100,000.00	1,600,000.00	16	100,000.00	1,600,000.00	0.00

รายการ	งบประมาณที่ได้รับอนุมัติ [1]			การเบิกจ่ายจริง [2]			คงเหลือ [1]-[2]
	จำนวน หน่วย	ราคาต่อ หน่วย	จำนวนเงิน	จำนวน หน่วย	ราคาต่อ หน่วย	จำนวนเงิน	
4. ค่าวัสดุ โฆษณาและ เผยแพร่	0	0	0	0	0	0	0.00
5. ค่าจัดทำ CC และ AD	16	10,000.00	160,000.00	16	10,000.00	160,000.00	0.00
6. ค่าใช้จ่าย อื่นๆ เช่น ค่าวัสดุ / ค่า จัดทำรายงาน / ค่าจัดทำ บัญชี / ค่า ประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อ ออนไลน์	1	15,000.00	15,000.00	1	15,000.00	15,000.00	0.00
รวมค่าใช้จ่าย ทั้งหมด	16	290,937.50	4,655,000.00	16	290,937.50	4,655,000.00	0.00
ภาษีมูลค่าเพิ่ม (Vat 7%)	16	20,365.63	325,850.00	16	20,365.63	325,850.00	0.00
รวมทั้งสิ้น	16	311,303.10	4,980,850.00	16	311,303.10	4,980,850.00	0.00

หมายเหตุ: ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้รับทุนโครงการรายการ "อิสลามมู อาลัยกุ่ม (PEACE FOR ALL)"

11.1.4 โครงการรณรงค์สร้างความรู้เพื่อยับยั้งและรู้เท่าทันข่าวปลอม (Stop Fake News)

รายการ Stop Fake, Spread Facts

การบริหารจัดการงบประมาณ : ข้อมูลค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการและค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ (Unit cost) เพื่อให้กองทุนใช้เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาความเหมาะสมของงบประมาณโครงการผลิตรายการ

- งบประมาณโครงการที่ได้รับอนุมัติ : 17,664,576,50 บาท
- งบประมาณโครงการที่เบิกจ่ายจริง : 17,664,576,50 บาท
 - ค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการ : 2,800,000.00 บาท
 - ค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ/ค่าเช่าเวลาออกอากาศรายการ : 3,000,000.00 บาท
 - ค่าจัดทำคำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption) และเสียงบรรยายภาพ (Audio Description) : ไม่มีค่าใช้จ่ายในส่วนนี้
- งบประมาณคงเหลือ : 0.00 บาท

ตารางที่ 11.18 งบประมาณที่ได้รับอนุมัติ และการเบิกจ่ายจริงของรายการ Stop Fake, Spread Facts

รายการ	งบประมาณที่ได้รับอนุมัติ [1]			การเบิกจ่ายจริง [2]			คงเหลือ [1]-[2]
	จำนวนหน่วย	ราคาต่อหน่วย	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	ราคาต่อหน่วย	จำนวนเงิน	
1. ค่าตอบแทนบุคลากร หรือค่าจ้างนักวิจัย							
1.1 ค่าตอบแทนที่ปรึกษาโครงการ	5	25,000.00	125,000.00	5	25,000.00	125,000.00	0.00
1.2 ค่าตอบแทนบุคลากร	9	365,000	3,285,000.00	9	365,000	3,285,000.00	0.00
2. ค่าใช้สอยหรือค่าดำเนินการ	5 กิจกรรม	1,910,590.00	9,552,950.00	5 กิจกรรม	1,910,590.00	9,552,950.00	0.00
3. ค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ	3 ช่องทาง	1,000,000.00	3,000,000.00	3 ช่องทาง	1,000,000.00	3,000,000.00	0.00

รายการ	งบประมาณที่ได้รับอนุมัติ [1]			การเบิกจ่ายจริง [2]			คงเหลือ [1]-[2]
	จำนวน หน่วย	ราคาต่อหน่วย	จำนวนเงิน	จำนวน หน่วย	ราคาต่อหน่วย	จำนวนเงิน	
4. ค่าวัสดุ โฆษณาและ เผยแพร่	12	3,000.00	36,000.00	12	3,000.00	36,000.00	0.00
5. ค่าจัดทำ CC และ AD							
6. ค่าใช้จ่าย อื่นๆ เช่น ค่าวัสดุ / ค่า จัดทำรายงาน / ค่าจัดทำ บัญชี / ค่า ประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อ ออนไลน์	1	15,000.00	15,000.00	1	15,000.00	15,000.00	0.00
รวมค่าใช้จ่าย ทั้งหมด	12	1,375,745.83	16,508,950.00	12	1,375,745.83	16,508,950.00	0.00
ภาษีมูลค่าเพิ่ม (Vat 7%)	12	96,302.20	1,155,626.50	12	96,302.20	1,155,626.50	0.00
รวมทั้งสิ้น	12	1,472,048.03	17,664,576.50	12	1,472,048.03	17,664,576.50	0.00

หมายเหตุ: ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้รับทุนโครงการรายการ "รายการ Stop Fake, Spread Facts"

11.1.5 โครงการการผลิตรายการเพื่อส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจของคนพิการและประชาชน เกี่ยวกับการส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิคนพิการในการเข้าถึงหรือรับรู้และใช้ประโยชน์จากกิจการโทรทัศน์

รายการ เพื่อนกันคนพันธุ์ D



การบริหารจัดการงบประมาณ : ข้อมูลค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการและค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ (Unit cost) เพื่อให้กองทุนใช้เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาความเหมาะสมของงบประมาณโครงการการผลิตรายการ

- งบประมาณโครงการที่ได้รับอนุมัติ : 15,523,025.00 บาท
- งบประมาณโครงการที่เบิกจ่ายจริง : 15,523,025.00 บาท
 - ค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการ : 9,442,500.00 บาท
 - ค่าใช้จ่ายในการออกอากาศ/ค่าเช่าเวลาออกอากาศรายการ : 4,500,000.00 บาท
 - ค่าจัดทำคำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption) และเสียงบรรยายภาพ (Audio Description) : 450,000.00 บาท
- งบประมาณคงเหลือ : 0.00 บาท

ตารางที่ 11.19 งบประมาณที่ได้รับอนุมัติ และการเบิกจ่ายจริงของรายการ เพื่อนกันคนพันธุ์ D

รายการ	งบประมาณที่ได้รับอนุมัติ [1]			การเบิกจ่ายจริง [2]			คงเหลือ [1]-[2]
	จำนวน หน่วย	ราคาต่อ หน่วย	จำนวนเงิน	จำนวน หน่วย	ราคาต่อ หน่วย	จำนวนเงิน	
1. ค่าตอบแทน ที่ปรึกษา โครงการ	2	50,000.00	100,000.00	2	50,000.00	100,000.00	0.00
2. ค่าใช้จ่าย ในการผลิต รายการ	45	209,833.33	9,442,500.00	45	209,833.33	9,442,500.00	0.00

รายการ	งบประมาณที่ได้รับอนุมัติ [1]			การเบิกจ่ายจริง [2]			คงเหลือ [1]-[2]
	จำนวน หน่วย	ราคาต่อ หน่วย	จำนวนเงิน	จำนวน หน่วย	ราคาต่อ หน่วย	จำนวนเงิน	
3. ค่าใช้จ่าย ในการ ออกอากาศ	45	100,000.00	4,500,000.00	45	100,000.00	4,500,000.00	0.00
4. ค่าวัสดุ โฆษณาและ เผยแพร่	0	0	0	0	0	0	0.00
5. ค่าจัดทำ CC และ AD	45	10,000.00	450,000.00	45	10,000.00	450,000.00	0.00
6. ค่าใช้จ่าย อื่นๆ เช่น ค่าวัสดุ / ค่า จัดทำรายงาน / ค่าจัดทำ บัญชี / ค่า ประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อ ออนไลน์	1	15,000.00	15,000.00	1	15,000.00	15,000.00	0.00
รวมค่าใช้จ่าย ทั้งหมด	45	322,388.90	14,507,500.00	45	322,388.90	14,507,500.00	0.00
ภาษีมูลค่าเพิ่ม (Vat 7%)	45	22,567.22	1,015,525.00	45	22,567.22	1,015,525.00	0.00
รวมทั้งสิ้น	45	344,956.10	15,523,025.00	45	344,956.10	15,523,025.00	0.00

หมายเหตุ: ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้รับทุนโครงการรายการ "เพื่อนกันคนพันธุ์ D"

11.2 ผลการสำรวจและวิเคราะห์ความเต็มใจบริจาคเพื่อสนับสนุนการผลิตรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ

11.2.1 ผลการสำรวจความเต็มใจบริจาคเพื่อสนับสนุนการผลิตรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ

รายงานผลการวิเคราะห์แบบสอบถามความเต็มใจบริจาคเพื่อสนับสนุนการผลิตรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ และผลการประเมินผลความคิดเห็นต่อรายการจากสื่อ Social Media ต่างๆ (Social Listening) ประกอบด้วยเนื้อหาหลักทั้งหมด 5 ส่วน ได้แก่ (1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (2) การวิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคมของผู้ตอบแบบสอบถาม และข้อมูลเกี่ยวกับรายการ และ (3) การวิเคราะห์ความเต็มใจบริจาค และประเภทรายการ (4) ข้อเสนอแนะจากผลการวิเคราะห์แบบสอบถามความเต็มใจบริจาคเพื่อสนับสนุนการผลิตรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ และ (5) ผลการประเมินความคิดเห็นต่อรายการจากสื่อ Social Media ต่างๆ ซึ่งมีรายละเอียดของผลการวิเคราะห์ ดังต่อไปนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการเก็บข้อมูลผ่านแบบสอบถามทั้งหมด การศึกษาครั้งนี้มีผู้ตอบแบบสอบถามรวมทั้งสิ้น 4,125 ราย จากตารางที่ 11.19 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อมูลทั่วไป พบว่ากลุ่มตัวอย่างเพศชายมีสัดส่วนน้อยกว่าเพศหญิงเล็กน้อย (ร้อยละ 46.96 และ 51.88 ตามลำดับ) โดยมีผู้รายงานว่าไม่ต้องการระบุเพศอีกร้อยละ 1.16 ผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนของผู้ที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี สูงที่สุด (ร้อยละ 35.56) มากกว่าครึ่งมีระดับการศึกษาสูงสุด คือ ระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 59.10) ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย (ร้อยละ 28.61) รองลงมาคือ ประกอบอาชีพเป็นข้าราชการ (ร้อยละ 22.21) โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีสถานภาพสมรสแต่งงานมีบุตรสูงที่สุด (ร้อยละ 43.03) รองลงมาคือเป็นโสด (ร้อยละ 38.23) และกลุ่มตัวอย่างประมาณครึ่งหนึ่งไม่มีบุตร (ร้อยละ 52.80) ต่อมาเมื่อพิจารณาคูณลักษณะของครัวเรือนจากผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในครัวเรือนที่มีสมาชิก 3-5 คน (ร้อยละ 76.75) และครัวเรือนส่วนใหญ่มีรายได้ครัวเรือน 20,000 บาทขึ้นไป/เดือน ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามกระจายอยู่ตามภูมิภาคต่างๆ จำนวนหัวภูมิภาค ได้แก่ กรุงเทพมหานคร ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลาง และภาคใต้ โดยผู้ตอบแบบสอบถามอาศัยอยู่ในภาคกลางเป็นสัดส่วนสูงที่สุด (ร้อยละ 34.13) รองลงมาคือภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคเหนือในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน (ร้อยละ 20.97 และ 20.46 ตามลำดับ)

เมื่อพิจารณาข้อมูลทั่วไปด้านการรับชมรายการทีวีของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย 2-3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ และ 4-5 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ ในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน (ร้อยละ 34.35 และ 32.39 ตามลำดับ) โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีประเภทรายการทีวีที่รับชมเป็นประจำ คือ รายการที่มีเนื้อหาเป็นประโยชน์ต่อประชาชนทั่วไปเป็นสัดส่วนสูงที่สุด (ร้อยละ 37.84) รองลงมาคือรายการเสริมสร้างความรู้ เช่น ความรู้เท่าทันสื่อ (ร้อยละ 22.51) และลำดับที่สามคือรายการสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว (ร้อยละ 19.42)

ตารางที่ 11.20 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อมูลทั่วไป

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
ข้อมูลทั่วไปด้านคุณลักษณะพื้นฐาน		
เพศ		
ชาย	1937	46.96
หญิง	2140	51.88
ไม่ระบุ	48	1.16
อายุ		
20 ปีหรือน้อยกว่า	173	4.19
21-30 ปี	1180	28.61
31-40 ปี	1467	35.56
41-50 ปี	827	20.05
51-60 ปี	266	6.45
มากกว่า 60 ปี	212	5.14
การศึกษา		
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	41	0.99
มัธยมศึกษาตอนต้น	77	1.87
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	557	13.50
ปวส./อนุปริญญา	529	12.82
ปริญญาตรี	2438	59.10
สูงกว่าปริญญาตรี	483	11.71
อาชีพ		
เกษตรกร/ชาวประมง	147	3.56
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	916	22.21
ลูกจ้างประจำ/พนักงานราชการ	35	0.85
ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย	1180	28.61
ผู้ใช้แรงงาน/รับจ้างทั่วไป	528	12.80
พนักงานบริษัทเอกชน	720	17.45
เกษียณอายุ/ว่างงาน	218	5.28
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	45	1.09
นักเรียน/นักศึกษา	336	8.15
สถานภาพสมรส		
โสด	1577	38.23
แต่งงาน ไม่มีบุตร	438	10.62
แต่งงาน มีบุตร	1775	43.03
หย่าร้าง/เป็นหม้าย/แยกกันอยู่	335	8.12

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
จำนวนบุตร		
ไม่มีบุตร	2178	52.80
1 คน	771	18.69
2 คน	930	22.55
3-4 คน	236	5.72
5 คนขึ้นไป	10	0.24
สมาชิกในครัวเรือน		
1-2 คน	426	10.33
3-5 คน	3166	76.75
6-8 คน	526	12.75
มากกว่า 8 คน	7	0.17
รายได้ครัวเรือน (บาท/เดือน)		
น้อยกว่า 10,000 บาท	234	5.67
10,000-19,000 บาท	635	15.39
20,000-29,999 บาท	821	19.90
30,000-39,999 บาท	964	23.37
40,000-49,999 บาท	870	21.09
50,000 บาท หรือมากกว่า	601	14.57
ภูมิภาค		
กรุงเทพมหานคร	385	9.33
ภาคเหนือ	844	20.46
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	865	20.97
ภาคกลาง	1408	34.13
ภาคใต้	623	15.10
ความเกี่ยวข้องกับผู้พิการ (ถามเฉพาะผู้ตอบแบบสอบถามส่วนรายการสำหรับคนพิการ)		
ไม่ได้เป็นผู้พิการและไม่มีผู้พิการในครอบครัว	684	16.58
ไม่ได้เป็นผู้พิการ แต่มีผู้พิการในครอบครัว	82	1.99
เป็นผู้พิการทางการมองเห็น (มีผู้อื่นช่วยตอบแบบสอบถาม)	6	0.15
เป็นผู้พิการทางการได้ยินหรือสื่อความหมาย	5	0.12
เป็นผู้พิการทางการเคลื่อนไหวร่างกาย	34	0.82
ข้อมูลทั่วไปด้านการรับชมรายการทีวี		
การรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย		
1 ชั่วโมงต่อสัปดาห์หรือน้อยกว่า	301	7.30
2-3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	1417	34.35

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
4-5 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	1332	32.29
6-7 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	705	17.09
8 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	370	8.97
ประเภทรายการทีวีที่รับชมเป็นประจำ (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)		
รายการสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว		19.42%
รายการที่มีเนื้อหาเป็นประโยชน์ต่อประชาชนทั่วไป		37.84%
รายการสารคดีเชิงประวัติศาสตร์		15.13%
รายการเสริมสร้างความรู้ เช่น ความรู้เท่าทันสื่อ		22.51%
รายการสำหรับคนพิการ		4.33%
รายการเกี่ยวกับข่าว		0.22%
รายการเกี่ยวกับความบันเทิงอื่นๆ		0.55%

2. การวิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคมของผู้ตอบแบบสอบถาม และข้อมูลเกี่ยวกับรายการ

สำหรับส่วนที่สองของรายการ จะเป็นการวิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคมของผู้ตอบแบบสอบถาม และข้อมูลเกี่ยวกับรายการทั้งหมด 5 ประเภท ได้แก่ (1) รายการสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว (2) รายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะเกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสาร 5G (3) รายการส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนใต้ (4) รายการเพื่อสร้างความรู้เพื่อยับยั้งและรู้เท่าทันข่าวปลอม (Stop Fake News) และ (5) รายการเพื่อส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจของคนพิการและประชาชนเกี่ยวกับการส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิ ซึ่งมีการวิเคราะห์จำแนกประเภทและรายการ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

2.1 รายการสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว

รายการสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว ประกอบด้วย 8 รายการ ได้แก่ (1) Tamacot (2) จี้อคิดส์ พิซิตฟัน (3) Kids Zone (4) ปริศนาร่างกาย (5) บ้านมหัศจรรย์ (Wonder house) (6) ใจใส ใส่ใจ (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 โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนของเพศชายน้อยกว่าเพศหญิงประมาณร้อยละ 10 (ร้อยละ 44.52 และ ร้อยละ 54.05 ตามลำดับ) โดยมีกลุ่มตัวอย่างอีกร้อยละ 1.43 ที่ไม่ระบุเพศ ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างมีอายุระหว่าง 31-40 ปีเป็นสัดส่วนสูงที่สุด (ร้อยละ 40.12) และกลุ่มตัวอย่างมากกว่าครึ่งมีระดับการศึกษาสูงสุดคือระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 57.26) รวมไปถึงประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย ในสัดส่วนที่สูงที่สุด

(ร้อยละ 31.31) กลุ่มตัวอย่างมีสถานภาพสมรสแต่งงานและมีบุตร สัดส่วนสูงที่สุด (ร้อยละ 49.40) และกลุ่มตัวอย่างเกือบครึ่งไม่มีบุตร (ร้อยละ 47.02) รวมไปถึงอาศัยอยู่ในครัวเรือนที่มีสมาชิกระหว่าง 3-5 คนสูงสุด (ร้อยละ 79.52) และส่วนใหญ่มีรายได้ครัวเรือน 20,000 บาทขึ้นไป/เดือน

ผู้ตอบแบบสอบถามในรายการดังกล่าวมีสัดส่วนที่อาศัยอยู่ในภาคกลางสูงที่สุด (ร้อยละ 31.31) รองลงมาคือภาคเหนือ (ร้อยละ 21.90) และลำดับที่สามคือภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (ร้อยละ 80.83) ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามเกือบครึ่งรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย 4-5 ชั่วโมงต่อสัปดาห์เป็นสัดส่วนสูงที่สุด (ร้อยละ 34.88) และรับชมรายการที่มีเนื้อหาเป็นประโยชน์ต่อประชาชนทั่วไปเป็นสัดส่วนสูงที่สุด (ร้อยละ 37.79)

ตารางที่ 11.21 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในประเภทรายการสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส จำนวนบุตร สมาชิกในครัวเรือน และรายได้ครัวเรือน

ลักษณะเศรษฐกิจสังคม ของผู้ตอบแบบสอบถามในประเภทรายการสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
ข้อมูลทั่วไปด้านคุณลักษณะพื้นฐาน		
เพศ		
ชาย	374	44.52
หญิง	454	54.05
ไม่ระบุ	12	1.43
อายุ		
20 ปีหรือน้อยกว่า	24	2.86
21-30 ปี	226	26.90
31-40 ปี	337	40.12
41-50 ปี	169	20.12
51-60 ปี	49	5.83
มากกว่า 60 ปี	35	4.17
การศึกษา		
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	6	0.71
มัธยมศึกษาตอนต้น	11	1.31
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	92	10.95
ปวส./อนุปริญญา	122	14.52
ปริญญาตรี	481	57.26
สูงกว่าปริญญาตรี	128	15.24
อาชีพ		
เกษตรกร/ชาวประมง	22	2.62

ลักษณะเศรษฐกิจสังคม ของผู้ตอบแบบสอบถามในประเภทรายการสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	205	24.40
ลูกจ้างประจำ/พนักงานราชการ	5	0.60
ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย	263	31.31
ผู้ใช้แรงงาน/รับจ้างทั่วไป	94	11.19
พนักงานบริษัทเอกชน	153	18.21
เกษียณอายุ/ว่างงาน	35	4.17
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	6	0.71
นักเรียน/นักศึกษา	57	6.79
สถานภาพสมรส		
โสด	294	35.00
แต่งงาน ไม่มีบุตร	81	9.64
แต่งงาน มีบุตร	415	49.40
หย่าร้าง/เป็นหม้าย/แยกกันอยู่	50	5.95
จำนวนบุตร		
ไม่มีบุตร	395	47.02
1 คน	206	24.52
2 คน	198	23.57
3-4 คน	38	4.52
5 คนขึ้นไป	3	0.36
สมาชิกในครัวเรือน		
1-2 คน	62	7.38
3-5 คน	668	79.52
6-8 คน	108	12.86
มากกว่า 8 คน	2	0.24
รายได้ครัวเรือน (บาท/เดือน)		
น้อยกว่า 10,000 บาท	41	4.88
10,000-19,000 บาท	145	17.26
20,000-29,999 บาท	169	20.12
30,000-39,999 บาท	177	21.07
40,000-49,999 บาท	185	22.02
50,000 บาท หรือมากกว่า	123	14.64

ตารางที่ 11.22 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในประเภทรายการสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว จำแนกตามภาค

ภาค	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
กรุงเทพมหานคร	83	9.88
ภาคเหนือ	184	21.90
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	175	20.83
ภาคกลาง	263	31.31
ภาคใต้	135	16.07

ตารางที่ 11.23 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในประเภทรายการสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว จำแนกตามปริมาณการรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย

ปริมาณการรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
1 ชั่วโมงต่อสัปดาห์หรือน้อยกว่า	59	7.02
2-3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	258	30.71
4-5 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	293	34.88
6-7 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	176	20.95
8 ชั่วโมงต่อสัปดาห์หรือมากกว่า	54	6.43

ตารางที่ 11.24 จำนวนและร้อยละของคำตอบผู้ตอบแบบสอบถามในประเภทรายการสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว จำแนกตามประเภทรายการทีวีที่รับชมเป็นประจำ (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

ประเภทรายการทีวีที่รับชมเป็นประจำ	ร้อยละ
รายการสำหรับเด็ก เยาวชนและครอบครัว	20.09
รายการที่มีเนื้อหาเป็นประโยชน์ต่อประชาชนทั่วไป	37.79
รายการสารคดีเชิงประวัติศาสตร์	14.46
รายการเสริมสร้างความรู้ เช่น ความรู้เท่าทันสื่อ	23.28
รายการสำหรับคนพิการ	3.29
อื่นๆ	1.10

2.1.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับประเภทรายการสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว

หากพิจารณาการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับในประเภทรายการสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว สามารถสรุปได้ดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนการเคยรับชมหรือรู้จักในประเภทรายการสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 51.79
2. ผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนของการรับชมรายการระหว่าง 71-100% เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 57.74
3. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเต็มใจที่จะบริจาคให้ในประเภทรายการสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 32.98 โดยแบ่งเป็นผู้ที่เต็มใจบริจาคเป็นจำนวน 1-100 บาท คิดเป็นร้อยละ 14.17 และเต็มใจบริจาคมากกว่า 200 บาท คิดเป็นร้อยละ 13.81 และเต็มใจบริจาคจำนวน 101-200 บาท คิดเป็นร้อยละ 5.00 โดยมีผู้ที่เต็มใจบริจาคเป็นจำนวนเงินสูงสุดจำนวน 2,000 บาท ทั้งนี้มีค่าเฉลี่ยของจำนวนที่เต็มใจจะบริจาคเป็นจำนวน 92.89 บาท
4. ผู้ตอบแบบสอบถามรายงานว่าได้รับประโยชน์จากในประเภทรายการสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว ในด้านการมีรายการคุณภาพและเหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็ก เยาวชน และสถาบันครอบครัว เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 99.64
5. ผู้ตอบแบบสอบถามให้คะแนนความต้องการจัดสรรเงินบริจาคแก่ในประเภทรายการสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว ในด้านการมีรายการคุณภาพและเหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็ก เยาวชน และสถาบันครอบครัว เฉลี่ยสูงสุด คือ 14.81/100 คะแนน และคิดเป็นมูลค่าเงินบริจาคเฉลี่ย 47.26 บาท
6. ผู้ตอบแบบสอบถามที่เต็มใจที่จะบริจาคให้ในประเภทรายการสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว มีเหตุผลที่เต็มใจบริจาค คือ รายการนี้มีประโยชน์ต่อสังคมและประเทศไทยโดยรวม เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 51.26 และมีเหตุผลที่ไม่เต็มใจจะบริจาค คือ เป็นหน้าที่ของหน่วยงานรัฐที่ต้องสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 38.01

ตารางที่ 11.25 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในประเภทรายการสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว จำแนกตามการเคยรับชมหรือรู้จักรายการ

การเคยรับชมหรือรู้จักรายการ	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
เคยรับชม/รู้จัก	405	48.21
ไม่เคยรับชม/ไม่รู้จัก	435	51.79

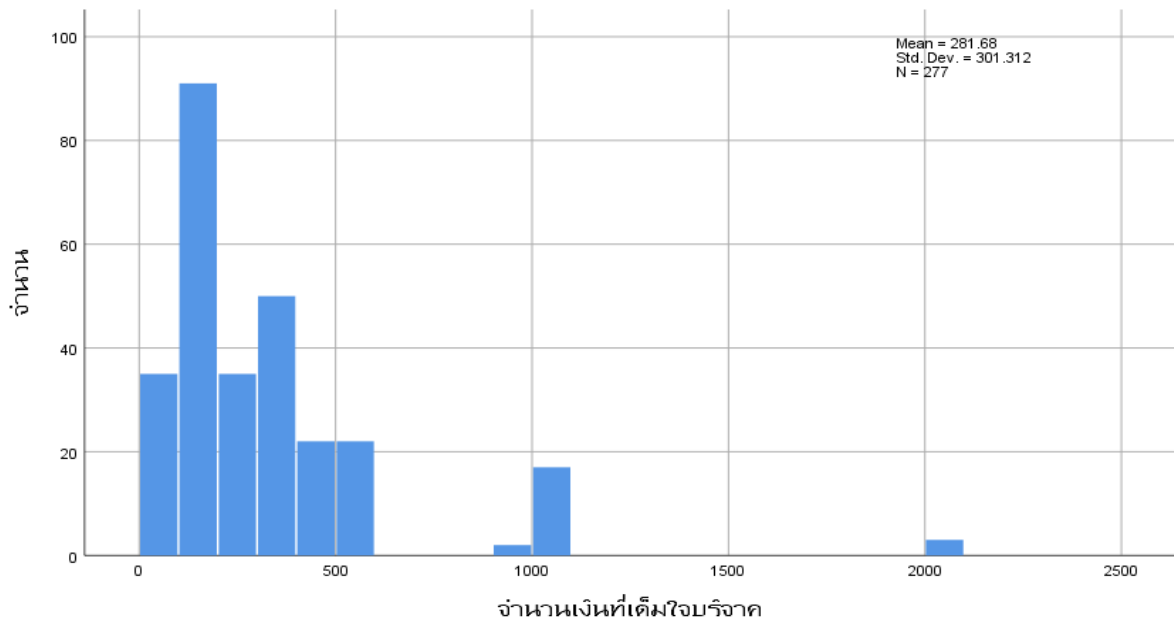
ตารางที่ 11.26 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในประเภทรายการสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว จำแนกตามสัดส่วนของการรับชมรายการ เพื่อประเมินความเต็มใจบริจาค

สัดส่วนของการรับชมรายการ เพื่อประเมินความเต็มใจบริจาค	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
ไม่เกิน 25%	31	3.69
25 - 50 %	100	11.90
50 - 75 %	224	26.67
75 - 100 %	485	57.74

ตารางที่ 11.27 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามในประเภทรายการสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว ตามความเต็มใจบริจาค

ความเต็มใจบริจาคและจำนวนเงินที่เต็มใจบริจาค	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
ไม่เต็มใจบริจาค	563	67.02
1 - 100 บาท	119	14.17
101 - 200 บาท	42	5.00
มากกว่า 200 บาท	116	13.81
ค่าเฉลี่ย	92.89	
ค่าต่ำสุด	0.00	
ค่าสูงสุด	2000.00	
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	217.77	

แผนภาพที่ 11.1 การกระจายตัวของจำนวนเงินเฉลี่ยที่เต็มใจบริจาคในประเภทรายการสำหรับเด็ก
 เยาวชน และครอบครัว



ตารางที่ 11.28 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในประเภทรายการสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว จำแนกตามประโยชน์ที่ได้รับจากรายการในแต่ละด้าน

ประโยชน์ที่ได้รับจากรายการในแต่ละด้าน	ไม่ได้รับ		ได้รับ	
	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง
ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	0.72	2	99.28	275
ความเข้าใจความแตกต่างและหลากหลายในสังคม	11.55	32	88.45	245
ความเข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต	9.39	26	90.61	251
การปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม	6.14	17	93.86	260
แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต	15.52	43	84.48	234
การนำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน	9.03	25	90.97	252
การมีรายการที่ส่งเสริมพัฒนาการและการเรียนรู้สำหรับเด็กและเยาวชน	1.81	5	98.19	272
การมีรายการที่มีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็กเยาวชน และสถาบันครอบครัว	0.36	1	99.64	276
อื่นๆ	90.97	252	9.03	25

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 11.29 ค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามในประเภทรายการสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว จำแนกตามการประเมินสัดส่วนที่ต้องการบริจาคในด้านต่างๆ และการประเมินมูลค่าเงินบริจาคในแต่ละด้าน เฉพาะผู้ตอบแบบสอบถามที่ยินดีบริจาคให้รายการในด้านต่างๆ

การจัดสรรเงินบริจาคเพื่อพัฒนาประโยชน์ในด้านต่างๆ	สัดส่วนเฉลี่ย	มูลค่าเงินบริจาคเฉลี่ย (บาท)
ได้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	13.12	41.32
เข้าใจความแตกต่างและความหลากหลายในสังคม	11.08	27.45
เข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต	11.98	31.05
ได้รับการปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม	12.57	32.58
ได้แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต	10.31	26.96
นำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน	10.99	27.17
มีรายการที่ส่งเสริมพัฒนาการและการเรียนรู้สำหรับเด็กและเยาวชน	14.16	44.14
มีรายการที่มีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็ก เยาวชนและสถาบันครอบครัว	14.81	47.26
ด้านอื่นๆ	0.99	3.76
รวม (เฉพาะผู้ยินดีบริจาคเพื่อประโยชน์ในด้านต่างๆ จำนวน (277 คน))	100.00	281.68

**ตารางที่ 11.30 ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในประเภทรายการสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว
จำแนกตามเหตุผลที่เต็มใจจะบริจาคและไม่เต็มใจจะบริจาค**

เหตุผลที่เต็มใจจะบริจาคและไม่เต็มใจจะบริจาค	ร้อยละ
เหตุผลที่เต็มใจจะบริจาค	
ประชาชนทุกคนควรมีส่วนร่วมในการสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ	27.08
เนื้อหารายการนี้มีความจำเป็นเร่งด่วนในสังคมไทย	6.86
รายการนี้มีประโยชน์ต่อตนเองและครอบครัวโดยตรง	14.80
รายการนี้มีประโยชน์ต่อสังคมและประเทศไทยโดยรวม	51.26
เหตุผลที่ไม่เต็มใจจะบริจาค	
รายได้ไม่เพียงพอ	22.20
รายการไม่มีประโยชน์ต่อตนเองและครอบครัว	4.80
รายการไม่มีประโยชน์ต่อสังคมและประเทศไทยโดยรวม	0.53
เป็นหน้าที่ของหน่วยงานรัฐที่ต้องสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ	38.01
รายการต้องเกิดขึ้นแน่นอน ถึงแม้ว่าจะไม่บริจาค	26.29
รายการไม่ใช่เรื่องจำเป็นเร่งด่วนในสังคมไทย	8.17

2.1.3 การวิเคราะห์ข้อมูลประเภทรายการสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว จำแนกตามรายการ

1) MY Little Bears เพื่อนหมีแสนสนุก

รายการ MY Little Bears เพื่อนหมีแสนสนุก เป็นประเภทรายการสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว มีผู้ตอบแบบสอบถามในรายการดังกล่าวจำนวน 85 ราย โดยมีรายละเอียดผลการวิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคมของผู้ตอบและการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรายการ ดังนี้

1.1) การวิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคม

จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ MY Little Bears เพื่อนหมีแสนสนุก จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส จำนวนบุตร สมาชิกในครัวเรือน และรายได้ครัวเรือน ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคมพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถามในรายการดังกล่าว โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนของเพศหญิงสูงกว่าเพศชาย (ร้อยละ 55.29 และร้อยละ 40.00 ตามลำดับ) โดยมีกลุ่มตัวอย่างอีกร้อยละ 4.71 ที่ไม่ระบุเพศ ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างมีอายุระหว่าง 31-40 ปีเป็นสัดส่วนสูงที่สุด (ร้อยละ 47.06) และกลุ่มตัวอย่างมากกว่าครึ่งมีระดับการศึกษาสูงสุดคือระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 54.12) รวมไปถึงประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขายสูงที่สุด (ร้อยละ 35.29) กลุ่มตัวอย่างมีสถานภาพสมรสแต่งงานมีบุตร สัดส่วนสูงที่สุด (ร้อยละ 55.29) และมากกว่าครึ่งมีบุตรจำนวน 1-2 คน) รวมไปถึงอาศัยอยู่ในครัวเรือนที่มีสมาชิกระหว่าง 3-5 คนสูงสุด (ร้อยละ 74.12) และส่วนใหญ่มีรายได้ครัวเรือน 20,000 ขึ้นไป/เดือน

ผู้ตอบแบบสอบถามในรายการดังกล่าวมีสัดส่วนที่อาศัยอยู่ในภาคกลางสูงที่สุด (ร้อยละ 30.59) รองลงมาคือภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (ร้อยละ 21.18 และ 21.18) ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย 4-5 ชั่วโมงต่อสัปดาห์เป็นสัดส่วนสูงที่สุด (ร้อยละ 36.47) และรับชมรายการที่มีเนื้อหาเป็นประโยชน์ต่อประชาชนทั่วไปเป็นสัดส่วนสูงที่สุด (ร้อยละ 33.33)

ตารางที่ 11.31 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ MY Little Bears เพื่อนหมีแสนสนุก จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส จำนวนบุตร สมาชิกในครัวเรือน และรายได้ครัวเรือน

ลักษณะเศรษฐกิจสังคม ของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ MY Little Bears เพื่อนหมีแสนสนุก	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
ข้อมูลทั่วไปด้านคุณลักษณะพื้นฐาน		
เพศ		
ชาย	34	40.00
หญิง	47	55.29
ไม่ระบุ	4	4.71
อายุ		
20 ปีหรือน้อยกว่า	2	2.35
21-30 ปี	21	24.71
31-40 ปี	40	47.06
41-50 ปี	15	17.65
51-60 ปี	4	4.71
มากกว่า 60 ปี	3	3.53
การศึกษา		
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	1	1.18
มัธยมศึกษาตอนต้น	2	2.35
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	6	7.06
ปวส./อนุปริญญา	15	17.65
ปริญญาตรี	46	54.12
สูงกว่าปริญญาตรี	15	17.65
อาชีพ		
เกษตรกร/ชาวประมง	2	2.35
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	23	27.06
ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย	30	35.29
ผู้ใช้แรงงาน/รับจ้างทั่วไป	9	10.59
พนักงานบริษัทเอกชน	15	17.65
เกษียณอายุ/ว่างงาน	3	3.53
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	1	1.18
นักเรียน/นักศึกษา	2	2.35
สถานภาพสมรส		
โสด	25	29.41

ลักษณะเศรษฐกิจสังคม ของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ MY Little Bears เพื่อนหมีแสนสนุก	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
แต่งงาน ไม่มีบุตร	9	10.59
แต่งงาน มีบุตร	47	55.29
หย่าร้าง/เป็นหม้าย/แยกกันอยู่	4	4.71
จำนวนบุตร		
ไม่มีบุตร	36	42.35
1 คน	22	25.88
2 คน	22	25.88
3-4 คน	5	5.88
5 คนขึ้นไป	36	42.35
สมาชิกในครัวเรือน		
1-2 คน	9	10.59
3-5 คน	63	74.12
6-8 คน	13	15.29
รายได้ครัวเรือน (บาท/เดือน)		
น้อยกว่า 10,000 บาท	2	2.35
10,000-19,000 บาท	16	18.82
20,000-29,999 บาท	15	17.65
30,000-39,999 บาท	19	22.35
40,000-49,999 บาท	22	25.88
50,000 บาท หรือมากกว่า	11	12.94

ตารางที่ 11.32 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ MY Little Bears เพื่อนหมีแสนสนุก
จำแนกตามภาค

ภาค	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
กรุงเทพมหานคร	11	12.94
ภาคเหนือ	18	21.18
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	18	21.18
ภาคกลาง	26	30.59
ภาคใต้	12	14.12

ตารางที่ 11.33 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในรายการ MY Little Bears เพื่อนหมีแสนสนุก จำแนกตามปริมาณการรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย

ปริมาณการรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
1 ชั่วโมงต่อสัปดาห์หรือน้อยกว่า	4	4.71
2-3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	20	23.53
4-5 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	31	36.47
6-7 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	25	29.41
8 ชั่วโมงต่อสัปดาห์หรือมากกว่า	5	5.88

ตารางที่ 11.34 จำนวนและร้อยละของคำตอบผู้ตอบแบบสอบถามในประเภทรายการ MY Little Bears เพื่อนหมีแสนสนุก จำแนกตามประเภทรายการทีวีที่รับชมเป็นประจำ (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

ประเภทรายการทีวีที่รับชมเป็นประจำ	ร้อยละ
รายการสำหรับเด็ก เยาวชนและครอบครัว	22.22
รายการที่มีเนื้อหาเป็นประโยชน์ต่อประชาชนทั่วไป	33.33
รายการสารคดีเชิงประวัติศาสตร์	14.01
รายการเสริมสร้างความรู้ เช่น ความรู้เท่าทันสื่อ	26.09
รายการสำหรับคนพิการ	2.90
รายการเกี่ยวกับข่าว	1.45
รายการเกี่ยวกับความบันเทิงอื่นๆ	22.22

1.2) การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรายการ

หากพิจารณาการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรายการ MY Little Bears เพื่อนหมีแสนสนุก สามารถสรุปได้ดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนการเคยรับชมหรือรู้จักรายการ MY Little Bears เพื่อนหมีแสนสนุก คิดเป็นร้อยละ 55.29
2. ผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนของการรับชมรายการระหว่าง 71-100% เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 58.82
3. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเต็มใจที่จะบริจาคให้รายการ MY Little Bears เพื่อนหมีแสนสนุก คิดเป็นร้อยละ 37.65 โดยแบ่งเป็นผู้ที่เต็มใจบริจาคเป็นจำนวน 1-100 บาท คิดเป็นร้อยละ 18.82 และเต็มใจบริจาคมากกว่า 200 บาท คิดเป็นร้อยละ 10.59 และ 101-200 บาท คิดเป็นร้อยละ 8.24 โดยมีผู้ที่เต็มใจบริจาคเป็นจำนวนเงินสูงสุดจำนวน 500 บาท ทั้งนี้มีค่าเฉลี่ยของจำนวนที่เต็มใจจะบริจาคเป็นจำนวน 69.41 บาท
4. ผู้ตอบแบบสอบถามรายงานว่าได้รับประโยชน์จากรายการ MY Little Bears เพื่อนหมีแสนสนุก ในด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 100.0

5. ผู้ตอบแบบสอบถามให้คะแนนความต้องการจัดสรรเงินบริจาคแก่รายการ MY Little Bears เพื่อนหมีแสนสนุก ในด้านการรายการที่มีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็ก เยาวชน และสถาบันครอบครัว เฉลี่ยสูงสุด คือ 13.34/100 คะแนน โดยคิดเป็นมูลค่าเงินบริจาคเฉลี่ย 23.94 บาท
6. ผู้ตอบแบบสอบถามที่เต็มใจที่จะบริจาคให้รายการ MY Little Bears เพื่อนหมีแสนสนุก มีเหตุผลที่เต็มใจบริจาค คือ รายการนี้มีประโยชน์ต่อสังคมและประเทศไทยโดยรวม และประชาชนทุกคนควรมีส่วนร่วมในการสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 40.63 เท่ากัน และมีเหตุผลที่ไม่เต็มใจจะบริจาค คือ เป็นหน้าที่ของหน่วยงานรัฐที่ต้องสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 35.85

ตารางที่ 11.35 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ MY Little Bears เพื่อนหมีแสนสนุก จำแนกตามการเคยรับชมหรือรู้จักรายการ

การเคยรับชมหรือรู้จักรายการ	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
ไม่เคยรับชม/ไม่รู้จัก	38	44.71
เคยรับชม/รู้จัก	47	55.29

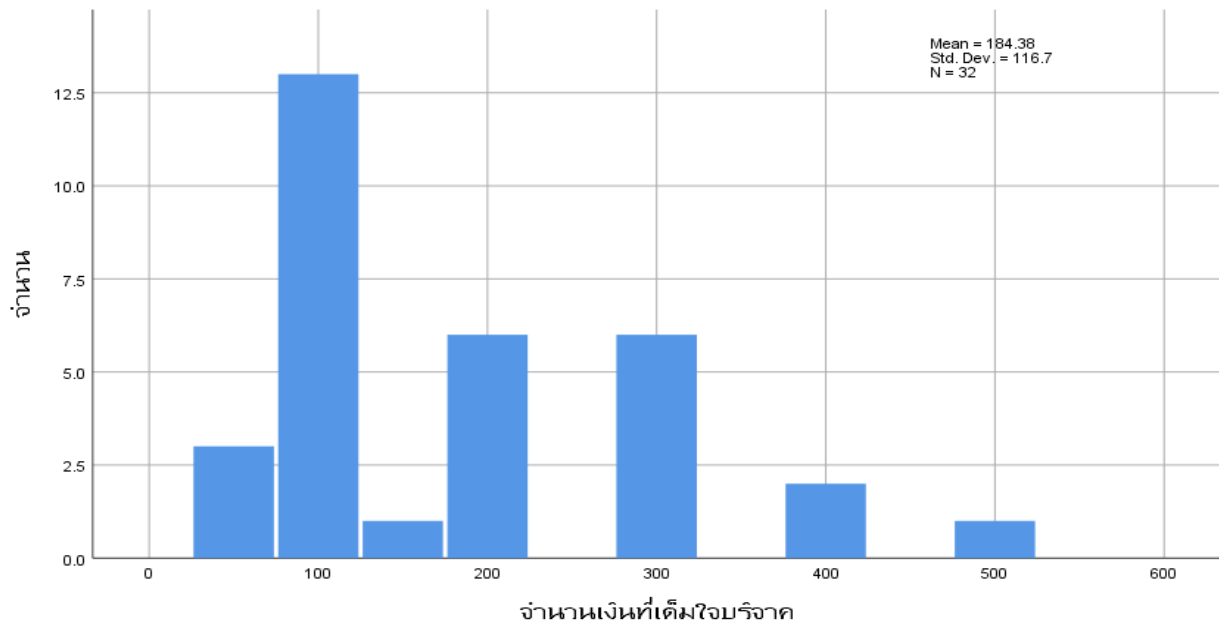
ตารางที่ 11.36 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ MY Little Bears เพื่อนหมีแสนสนุก จำแนกตามสัดส่วนของการรับชมรายการ เพื่อประเมินความเต็มใจบริจาค

สัดส่วนของการรับชมรายการ เพื่อประเมินความเต็มใจบริจาค	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
ไม่เกิน 25%	4	4.71
25 - 50 %	7	8.24
50 - 75 %	24	28.24
71 - 100 %	50	58.82

ตารางที่ 11.37 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ MY Little Bears เพื่อนหมีแสนสนุก ตามความเต็มใจบริจาค

ความเต็มใจบริจาคและจำนวนเงินที่เต็มใจบริจาค	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
ไม่เต็มใจบริจาค	53	62.35
1 - 100 บาท	16	18.82
101 - 200 บาท	7	8.24
มากกว่า 200 บาท	9	10.59
ค่าเฉลี่ย	69.41	
ค่าต่ำสุด	0.00	
ค่าสูงสุด	500.00	
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	114.46	

แผนภาพที่ 11.2 การกระจายตัวของจำนวนเงินเฉลี่ยที่เต็มใจบริจาคในรายการ MY Little Bears เพื่อนหมีแสนสนุก



ตารางที่ 11.38 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ MY Little Bears เพื่อนหมีแสนสนุก จำแนกตามประโยชน์ที่ได้รับจากรายการในแต่ละด้าน

ประโยชน์ที่ได้รับจากรายการในแต่ละด้าน	ไม่ได้รับ		ได้รับ	
	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง
ได้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	0.00	0	100.00	32
เข้าใจความแตกต่างและความหลากหลายในสังคม	6.25	2	93.75	30
เข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต	6.25	2	93.75	30
ได้รับการปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม	3.13	1	96.88	31
ได้แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต	3.13	1	96.88	31
นำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน	6.25	2	93.75	30
มีรายการที่ส่งเสริมพัฒนาการและการเรียนรู้สำหรับเด็กและเยาวชน	3.13	1	96.88	31
มีรายการที่มีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็ก เยาวชน และสถาบันครอบครัว	3.13	1	96.88	31
อื่นๆ ได้สอนลูก มีประโยชน์	90.63	29	9.38	3

ตารางที่ 11.39 ค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ MY Little Bears เพื่อนหมีแสนสนุก จำแนกตามการประเมินสัดส่วนที่ต้องการบริจาคในด้านต่างๆ และการประเมินมูลค่าเงินบริจาคในแต่ละด้าน เฉพาะผู้ตอบแบบสอบถามที่ยินดีบริจาคให้รายการในด้านต่างๆ

โดยการประเมินสัดส่วนที่ต้องการบริจาคในด้านต่างๆ นั้น ผู้วิจัยคำนวณจากสูตร

$$\frac{\text{คะแนนความต้องการการจัดสรรเงินบริจาคเพื่อพัฒนาประโยชน์ในด้านของแต่ละบุคคล} \times 100}{\text{คะแนนรวมทุกด้านของผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละคน}}$$

โดยที่ คะแนนความต้องการการจัดสรรเงินบริจาคเพื่อพัฒนาประโยชน์ในด้านของแต่ละบุคคลมีค่าตั้งแต่ 0 - 10 จะนำไปหาสัดส่วนจากคะแนนรวมของทุกด้านของผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละคน ซึ่งมีจำนวนด้านที่ให้คะแนนไม่เท่ากัน แล้วจึงนำไปคูณด้วย 100 เพื่อให้มีค่าสัดส่วนอยู่ในช่วง 0 - 100 คะแนน จากนั้นจึงนำไปประเมินมูลค่าของเงินบริจาคในแต่ละด้านตามสูตรดังนี้

$$\text{มูลค่าของเงินบริจาคในแต่ละด้าน} = \frac{\text{สัดส่วนที่ต้องการบริจาคในด้านต่างๆ} \times \text{จำนวนเงินที่ยินดีบริจาค}}{100}$$

การจัดสรรเงินบริจาคเพื่อพัฒนาประโยชน์ในด้านต่างๆ	สัดส่วนเฉลี่ย	มูลค่าเงินบริจาคเฉลี่ย (บาท)
ได้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	12.96	22.52
เข้าใจความแตกต่างและความหลากหลายในสังคม	12.20	21.51
เข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต	11.97	22.95
ได้รับการปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม	12.72	23.83
ได้แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต	12.37	22.61
นำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน	10.58	20.11
มีรายการที่ส่งเสริมพัฒนาการและการเรียนรู้สำหรับเด็กและเยาวชน	12.70	24.19
มีรายการที่มีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็ก เยาวชนและสถาบันครอบครัว	13.34	23.94
ด้านอื่นๆ	1.15	2.71
รวม (เฉพาะผู้ยินดีบริจาคเพื่อประโยชน์ในด้านต่างๆ จำนวน 32 คน)	100.00	184.38

ตารางที่ 11.40 ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ MY Little Bears เพื่อนหมีแสนสนุก จำแนกตาม เหตุผลที่เต็มใจจะบริจาคและไม่เต็มใจจะบริจาค

เหตุผลที่เต็มใจจะบริจาคและไม่เต็มใจจะบริจาค	ร้อยละ
เหตุผลที่เต็มใจจะบริจาค	
ประชาชนทุกคนควรมีส่วนร่วมในการสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ	40.63
เนื้อหารายการนี้มีความจำเป็นเร่งด่วนในสังคมไทย	3.13
รายการนี้มีประโยชน์ต่อตนเองและครอบครัวโดยตรง	15.63
รายการนี้มีประโยชน์ต่อสังคมและประเทศไทยโดยรวม	40.63
เหตุผลที่ไม่เต็มใจจะบริจาค	
รายได้ไม่เพียงพอ	24.53
รายการไม่มีประโยชน์ต่อตนเองและครอบครัว	7.55
เป็นหน้าที่ของหน่วยงานรัฐที่ต้องสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ	35.85
รายการต้องเกิดขึ้นแน่นอน ถึงแม้ว่าจะไม่บริจาค	28.30
รายการไม่ใช่เรื่องจำเป็นเร่งด่วนในสังคมไทย	3.77

2) มะลิจอมแก่นผจญภัย โควิด-19

รายการมะลิจอมแก่นผจญภัย โควิด-19 เป็นประเภทรายการสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว มีผู้ตอบแบบสอบถามในรายการดังกล่าวจำนวน 80 ราย โดยมีรายละเอียดผลการวิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคมของผู้ตอบและการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรายการ ดังนี้

2.1) การวิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคม

จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการมะลิจอมแก่นผจญภัย โควิด-19 จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส จำนวนบุตร สมาชิกในครัวเรือน และรายได้ครัวเรือน ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคมพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถามในรายการดังกล่าว โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนของเพศหญิงสูงกว่าเพศชาย (ร้อยละ 57.50 และร้อยละ 40.00 ตามลำดับ) โดยมีกลุ่มตัวอย่างอีกร้อยละ 2.50 ที่ไม่ระบุเพศ ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างมีอายุระหว่าง 31-40 ปีเป็นสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 47.50) และกลุ่มตัวอย่างมากกว่าครึ่งมีระดับการศึกษาสูงสุดคือระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 62.50) รวมไปถึงประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขายสูงสุด (ร้อยละ 32.50) กลุ่มตัวอย่างมีสถานภาพสมรสแต่งงานมีบุตร สัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 51.25) และมากกว่าครึ่งมีบุตรจำนวน 1-2 คน) รวมไปถึงอาศัยอยู่ในครัวเรือนที่มีสมาชิก ระหว่าง 3-5 คนสูงสุด (ร้อยละ 76.25) และส่วนใหญ่มีรายได้ครัวเรือน 20,000 ขึ้นไป/เดือน

ผู้ตอบแบบสอบถามในรายการดังกล่าวมีสัดส่วนที่อาศัยอยู่ในภาคกลางสูงสุด (ร้อยละ 32.50) รองลงมาคือภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (ร้อยละ 22.50 และ 21.25 ตามลำดับ) (ตารางที่ 11.42) ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย 4-5 ชั่วโมงต่อสัปดาห์เป็นสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 33.75) และรับชมรายการที่มีเนื้อหาเป็นประโยชน์ต่อประชาชนทั่วไปเป็นสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 36.06)

ตารางที่ 11.41 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการมะลิจอมแก่นผจญภัย โควิด-19 จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส จำนวนบุตร สมาชิกในครัวเรือน และรายได้ครัวเรือน

ลักษณะเศรษฐกิจสังคมของผู้ตอบแบบสอบถาม รายการมะลิจอมแก่นผจญภัย โควิด-19	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
ข้อมูลทั่วไปด้านคุณลักษณะพื้นฐาน		
เพศ		
ชาย	32	40.00
หญิง	46	57.50
ไม่ระบุ	2	2.50
อายุ		
20 ปีหรือน้อยกว่า	1	1.25
21-30 ปี	21	26.25
31-40 ปี	38	47.50
41-50 ปี	14	17.50
51-60 ปี	3	3.75
มากกว่า 60 ปี	3	3.75
การศึกษา		
มัธยมศึกษาตอนต้น	3	3.75
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	4	5.00
ปวส./อนุปริญญา	13	16.25
ปริญญาตรี	50	62.50
สูงกว่าปริญญาตรี	10	12.50
อาชีพ		
เกษตรกร/ชาวประมง	2	2.50
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	17	21.25
ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย	26	32.50
ผู้ใช้แรงงาน/รับจ้างทั่วไป	12	15.00
พนักงานบริษัทเอกชน	17	21.25
เกษียณอายุ/ว่างงาน	3	3.75
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	2	2.50
นักเรียน/นักศึกษา	1	1.25
สถานภาพสมรส		
โสด	22	27.50
แต่งงาน ไม่มีบุตร	11	13.75
แต่งงาน มีบุตร	41	51.25
หย่าร้าง/เป็นหม้าย/แยกกันอยู่	6	7.50

ลักษณะเศรษฐกิจสังคมของผู้ตอบแบบสอบถาม รายการมะลิจอมแก่นผจญภัย โควิด-19	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
จำนวนบุตร		
ไม่มีบุตร	35	43.75
1 คน	21	26.25
2 คน	22	27.50
3-4 คน	2	2.50
5 คนขึ้นไป	35	43.75
สมาชิกในครัวเรือน		
1-2 คน	8	10.00
3-5 คน	61	76.25
6-8 คน	11	13.75
รายได้ครัวเรือน (บาท/เดือน)		
น้อยกว่า 10,000 บาท	5	6.25
10,000-19,000 บาท	18	22.50
20,000-29,999 บาท	13	16.25
30,000-39,999 บาท	16	20.00
40,000-49,999 บาท	18	22.50
50,000 บาท หรือมากกว่า	10	12.50

**ตารางที่ 11.42 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการมะลิจอมแก่นผจญภัย โควิด-19
จำแนกตามภาค**

ภาค	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
กรุงเทพมหานคร	8	10.00
ภาคเหนือ	18	22.50
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	17	21.25
ภาคกลาง	26	32.50
ภาคใต้	11	13.75

**ตารางที่ 11.43 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในรายการมะลิจอมแก่นผจญภัย โควิด-19
จำแนกตามปริมาณการรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย**

ปริมาณการรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
1 ชั่วโมงต่อสัปดาห์หรือน้อยกว่า	4	5.00
2-3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	20	25.00
4-5 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	27	33.75
6-7 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	20	25.00
8 ชั่วโมงต่อสัปดาห์หรือมากกว่า	9	11.25

**ตารางที่ 11.44 จำนวนและร้อยละของคำตอบผู้ตอบแบบสอบถามรายการมะลิจอมแก่นผจญภัย โควิด-19
จำแนกตามประเภทรายการทีวีที่รับชมเป็นประจำ (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)**

ประเภทรายการทีวีที่รับชมเป็นประจำ	ร้อยละ
รายการสำหรับเด็ก เยาวชนและครอบครัว	19.71
รายการที่มีเนื้อหาเป็นประโยชน์ต่อประชาชนทั่วไป	36.06
รายการสารคดีเชิงประวัติศาสตร์	15.87
รายการเสริมสร้างความรู้ เช่น ความรู้เท่าทันสื่อ	21.63
รายการสำหรับคนพิการ	4.33
รายการเกี่ยวกับความบันเทิงอื่นๆ	2.40

2.2) การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรายการ

หากพิจารณาการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรายการมะลิจอมแก่นผจญภัย โควิด-19 สามารถสรุปได้ดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนการเคยรับชมหรือรู้จักรายการมะลิจอมแก่นผจญภัย โควิด-19 คิดเป็นร้อยละ 58.75
2. ผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนของการรับชมรายการระหว่าง 71-100% เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 60.00
3. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเต็มใจที่จะบริจาคให้รายการมะลิจอมแก่นผจญภัย โควิด-19 คิดเป็นร้อยละ 37.50 โดยแบ่งเป็นผู้ที่เต็มใจบริจาคเป็นจำนวน 1-100 บาท คิดเป็นร้อยละ 16.25 และเต็มใจบริจาคมากกว่า 200 บาท คิดเป็นร้อยละ 12.50 และ 101-200 บาท คิดเป็นร้อยละ 8.75 โดยมีผู้ที่เต็มใจบริจาคเป็นจำนวนเงินสูงสุดจำนวน 500 บาท ทั้งนี้มีค่าเฉลี่ยของจำนวนที่เต็มใจจะบริจาคเป็นจำนวน 132.88 บาท
4. ผู้ตอบแบบสอบถามรายงานว่าได้รับประโยชน์จากรายการมะลิจอมแก่นผจญภัย โควิด-19 ในด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ และการรายการที่มีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็ก เยาวชนและสถาบันครอบครัว เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 100.0
5. ผู้ตอบแบบสอบถามให้คะแนนความต้องการจัดสรรเงินบริจาคแก่รายการมะลิจอมแก่นผจญภัย โควิด-19 ในด้านการรายการที่มีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็ก เยาวชนและสถาบันครอบครัว เฉลี่ยสูงสุด คือ 14.80/100 คะแนน โดยคิดเป็นมูลค่าเงินบริจาคเฉลี่ย 31.42 บาท
6. ผู้ตอบแบบสอบถามที่เต็มใจที่จะบริจาคให้รายการมะลิจอมแก่นผจญภัย โควิด-19 มีเหตุผลที่เต็มใจบริจาค คือ รายการนี้มีประโยชน์ต่อสังคมและประเทศไทยโดยรวม เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 66.67 และมีเหตุผลที่ไม่เต็มใจจะบริจาค คือ เป็นหน้าที่ของหน่วยงานรัฐที่ต้องสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 36.00

**ตารางที่ 11.45 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการมะลิจอมแก่นผจญภัย โควิด-19
จำแนกตามการเคยรับชมหรือรู้จักรายการ**

การเคยรับชมหรือรู้จักรายการ	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
ไม่เคยรับชม/ไม่รู้จัก	33	41.25
เคยรับชม/รู้จัก	47	58.75

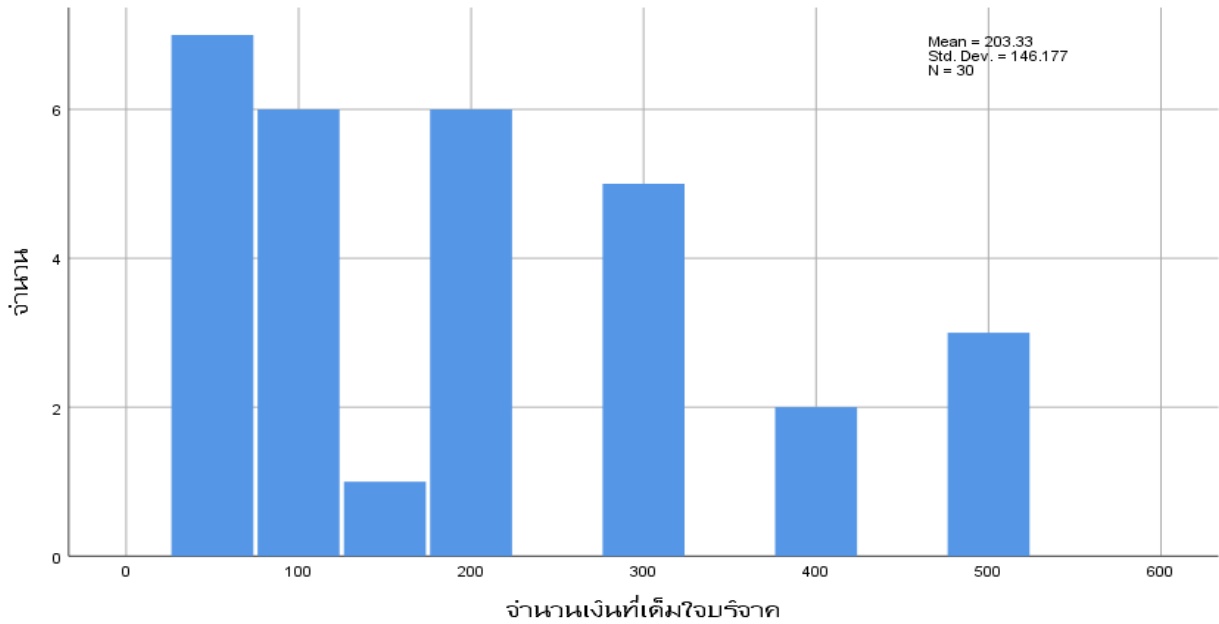
**ตารางที่ 11.46 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการมะลิจอมแก่นผจญภัย โควิด-19
จำแนกตามสัดส่วนของการรับชมรายการ เพื่อประเมินความเต็มใจบริจาค**

สัดส่วนของการรับชมรายการ เพื่อประเมินความเต็มใจบริจาค	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
ไม่เกิน 25%	2	2.50
25 - 50 %	12	15.00
50 - 75 %	18	22.50
71 - 100 %	48	60.00

**ตารางที่ 11.47 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามรายการมะลิจอมแก่นผจญภัย โควิด-19
ตามความเต็มใจบริจาค**

ความเต็มใจบริจาคและจำนวนเงินที่เต็มใจบริจาค	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
ไม่เต็มใจบริจาค	50	62.50
1 - 100 บาท	13	16.25
101 - 200 บาท	7	8.75
มากกว่า 200 บาท	10	12.50
<i>ค่าเฉลี่ย</i>	<i>76.25</i>	
<i>ค่าต่ำสุด</i>	<i>0.00</i>	
<i>ค่าสูงสุด</i>	<i>500.00</i>	
<i>ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน</i>	<i>132.88</i>	

แผนภาพที่ 11.3 การกระจายตัวของจำนวนเงินเฉลี่ยที่เต็มใจบริจาคใน
 รายการมะลิจอมแก่นผจญภัย โควิด-19



ตารางที่ 11.48 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการมะลิจอมแก่นผจญภัย โควิด-19
 จำแนกตามประโยชน์ที่ได้รับจากรายการในแต่ละด้าน

ประโยชน์ที่ได้รับจากรายการในแต่ละด้าน	ไม่ได้รับ		ได้รับ	
	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง
ได้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	0.00	0	100.00	30
เข้าใจความแตกต่างและความหลากหลายในสังคม	13.33	4	86.67	26
เข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต	3.33	1	96.67	29
ได้รับการปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม	6.67	2	93.33	28
ได้แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต	20.00	6	80.00	24
นำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน	3.33	1	96.67	29
มีรายการที่ส่งเสริมพัฒนาการและการเรียนรู้สำหรับเด็กและเยาวชน	6.67	2	93.33	28
มีรายการที่มีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็ก เยาวชน และสถาบันครอบครัว	0.00	0	100.00	30
อื่นๆ รายการมีประโยชน์	96.67	29	3.33	1

โดยการประเมินสัดส่วนที่ต้องการบริจาคในด้านต่างๆ 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 11.49 ค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามรายการมะลิจอมแก่นผจญภัย โควิด-19 จำแนกตามการประเมินสัดส่วนที่ต้องการบริจาคในด้านต่างๆ และการประเมินมูลค่าเงินบริจาคในแต่ละด้าน เฉพาะผู้ตอบแบบสอบถามที่ยินดีบริจาคให้รายการในด้านต่างๆ

การจัดสรรเงินบริจาคเพื่อพัฒนาประโยชน์ในด้านต่างๆ	สัดส่วนเฉลี่ย	มูลค่าเงินบริจาคเฉลี่ย (บาท)
ได้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	12.70	27.88
เข้าใจความแตกต่างและความหลากหลายในสังคม	10.84	20.98
เข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต	13.44	29.06
ได้รับการปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม	12.73	23.21
ได้แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต	9.54	16.83
นำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน	12.44	27.97
มีรายการที่ส่งเสริมพัฒนาการและการเรียนรู้สำหรับเด็กและเยาวชน	13.14	24.12
มีรายการที่มีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็ก เยาวชนและสถาบันครอบครัว	14.80	31.42
ด้านอื่นๆ	0.37	1.85
รวม (เฉพาะผู้ยินดีบริจาคเพื่อประโยชน์ในด้านต่างๆ จำนวน 30 คน)	100.00	203.33

ตารางที่ 11.50 ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการมะลิจอมแก่นผจญภัย โควิด-19 จำแนกตาม เหตุผลที่เต็มใจจะบริจาคและไม่เต็มใจจะบริจาค

เหตุผลที่เต็มใจจะบริจาคและไม่เต็มใจจะบริจาค	ร้อยละ
เหตุผลที่เต็มใจจะบริจาค	
ประชาชนทุกคนควรมีส่วนร่วมในการสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ	23.33
เนื้อหารายการนี้มีความจำเป็นเร่งด่วนในสังคมไทย	3.33
รายการนี้มีประโยชน์ต่อตนเองและครอบครัวโดยตรง	6.67
รายการนี้มีประโยชน์ต่อสังคมและประเทศไทยโดยรวม	66.67
เหตุผลที่ไม่เต็มใจจะบริจาค	
รายได้ไม่เพียงพอ	30.00
รายการไม่มีประโยชน์ต่อตนเองและครอบครัว	6.00
เป็นหน้าที่ของหน่วยงานรัฐที่ต้องสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ	36.00
รายการต้องเกิดขึ้นแน่นอน ถึงแม้ว่าจะไม่บริจาค	24.00
รายการไม่ใช่เรื่องจำเป็นเร่งด่วนในสังคมไทย	4.00

3) 5 หมู่ของหนู

รายการ 5 หมู่ของหนู เป็นประเภทรายการสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว มีผู้ตอบแบบสอบถามในรายการดังกล่าวจำนวน 80 ราย โดยมีรายละเอียดผลการวิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคมของผู้ตอบและการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรายการ ดังนี้

3.1) การวิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคม

ตารางที่ 11.51 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ 5 หมู่ของหนู จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส จำนวนบุตร สมาชิกในครัวเรือน และรายได้ครัวเรือน ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคมพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถามในรายการดังกล่าว โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนของเพศหญิงสูงกว่าเพศชาย (ร้อยละ 56.25 และร้อยละ 40.00 ตามลำดับ) โดยมีกลุ่มตัวอย่างอีกร้อยละ 3.75 ที่ไม่ระบุเพศ ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างมีอายุระหว่าง 31-40 ปีเป็นสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 50.00) และกลุ่มตัวอย่างมากกว่าครึ่งมีระดับการศึกษาสูงสุดคือระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 51.25) รวมไปถึงประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขายสูงสุด (ร้อยละ 31.25) กลุ่มตัวอย่างมีสถานภาพสมรสแต่งงานมีบุตร สัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 42.50) และมากกว่าครึ่งไม่มีบุตร (ร้อยละ 53.75) รวมไปถึงอาศัยอยู่ในครัวเรือนที่มีสมาชิกระหว่าง 3-5 คนสูงสุด (ร้อยละ 77.50) และส่วนใหญ่มีรายได้ครัวเรือน 20,000 ขึ้นไป/เดือน

ผู้ตอบแบบสอบถามในรายการดังกล่าวมีสัดส่วนที่อาศัยอยู่ในภาคกลางสูงที่สุด (ร้อยละ 32.50) รองลงมาคือภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (ร้อยละ 22.50 และ 21.25 ตามลำดับ) (ตารางที่ 11.52) ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย 4-5 ชั่วโมงต่อสัปดาห์และ 6-7 ชั่วโมงต่อสัปดาห์เป็นสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 31.25 เท่ากัน) และรับชมรายการที่มีเนื้อหาเป็นประโยชน์ต่อประชาชนทั่วไปเป็นสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 34.08) (ตารางที่ 11.53 และตารางที่ 11.54)

ตารางที่ 11.51 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ 5 หมู่ของหนู จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส จำนวนบุตร สมาชิกในครัวเรือน และรายได้ครัวเรือน

ลักษณะเศรษฐกิจสังคมของผู้ตอบแบบสอบถาม รายการ 5 หมู่ของหนู	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
ข้อมูลทั่วไปด้านคุณลักษณะพื้นฐาน		
เพศ		
ชาย	32	40.00
หญิง	45	56.25
ไม่ระบุ	3	3.75
อายุ		
20 ปีหรือน้อยกว่า	3	3.75
21-30 ปี	20	25.00
31-40 ปี	40	50.00
41-50 ปี	10	12.50
51-60 ปี	4	5.00
มากกว่า 60 ปี	3	3.75
การศึกษา		
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	2	2.50
มัธยมศึกษาตอนต้น	6	7.50
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	19	23.75
ปวส./อนุปริญญา	41	51.25
ปริญญาตรี	12	15.00
สูงกว่าปริญญาตรี	2	2.50
อาชีพ		
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	16	20.00
ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย	25	31.25
ผู้ใช้แรงงาน/รับจ้างทั่วไป	13	16.25
พนักงานบริษัทเอกชน	16	20.00
เกษียณอายุ/ว่างงาน	4	5.00
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	1	1.25
นักเรียน/นักศึกษา	5	6.25
สถานภาพสมรส		
โสด	27	33.75
แต่งงาน ไม่มีบุตร	14	17.50
แต่งงาน มีบุตร	34	42.50
หย่าร้าง/เป็นหม้าย/แยกกันอยู่	5	6.25

ลักษณะเศรษฐกิจสังคมของผู้ตอบแบบสอบถาม รายการ 5 หมู่ของหนู	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
จำนวนบุตร		
ไม่มีบุตร	43	53.75
1 คน	19	23.75
2 คน	16	20.00
3-4 คน	2	2.50
สมาชิกในครัวเรือน		
1-2 คน	7	8.75
3-5 คน	62	77.50
6-8 คน	10	12.50
มากกว่า 8 คน	1	1.25
รายได้ครัวเรือน (บาท/เดือน)		
น้อยกว่า 10,000 บาท	7	8.75
10,000-19,000 บาท	17	21.25
20,000-29,999 บาท	13	16.25
30,000-39,999 บาท	15	18.75
40,000-49,999 บาท	18	22.50
50,000 บาท หรือมากกว่า	10	12.50

ตารางที่ 11.52 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ 5 หมู่ของหนู จำแนกตามภาค

ภาค	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
กรุงเทพมหานคร	8	10.00
ภาคเหนือ	18	22.50
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	17	21.25
ภาคกลาง	26	32.50
ภาคใต้	11	13.75

ตารางที่ 11.53 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในรายการ 5 หมู่ของหนู จำแนกตามปริมาณการรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย

ปริมาณการรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
1 ชั่วโมงต่อสัปดาห์หรือน้อยกว่า	4	5.00
2-3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	16	20.00
4-5 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	25	31.25
6-7 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	25	31.25
8 ชั่วโมงต่อสัปดาห์หรือมากกว่า	10	12.50

ตารางที่ 11.54 จำนวนและร้อยละของคำตอบผู้ตอบแบบสอบถามรายการ 5 หมู่ของหนู จำแนกตามประเภทรายการทีวีที่รับชมเป็นประจำ (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

ประเภทรายการทีวีที่รับชมเป็นประจำ	ร้อยละ
รายการสำหรับเด็ก เยาวชนและครอบครัว	21.97
รายการที่มีเนื้อหาเป็นประโยชน์ต่อประชาชนทั่วไป	34.08
รายการสารคดีเชิงประวัติศาสตร์	17.94
รายการเสริมสร้างความรู้ เช่น ความรู้เท่าทันสื่อ	21.97
รายการสำหรับคนพิการ	3.59
รายการเกี่ยวกับความบันเทิงอื่นๆ	0.45

3.2) การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรายการ

หากพิจารณาการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรายการ 5 หมู่ของหนู สามารถสรุปได้ดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนการเคยรับชมหรือรู้จักรายการ 5 หมู่ของหนู คิดเป็นร้อยละ 56.25
2. ผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนของการรับชมรายการระหว่าง 71-100% เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 66.25
3. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเต็มใจที่จะบริจาคให้รายการ 5 หมู่ของหนู คิดเป็นร้อยละ 33.75 โดยแบ่งเป็นผู้ที่เต็มใจบริจาคเป็นจำนวน 1-100 บาท คิดเป็นร้อยละ 13.75 และเต็มใจบริจาคมากกว่า 200 บาท คิดเป็นร้อยละ 12.50 และ 101-200 บาท คิดเป็นร้อยละ 7.50 โดยมีผู้ที่เต็มใจบริจาคเป็นจำนวนเงินสูงสุดจำนวน 500 บาท ทั้งนี้มีค่าเฉลี่ยของจำนวนที่เต็มใจจะบริจาคเป็นจำนวน 68.13 บาท
4. ผู้ตอบแบบสอบถามรายงานว่าได้รับประโยชน์จากรายการ 5 หมู่ของหนู ในด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ และการรายการที่มีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็ก เยาวชนและสถาบันครอบครัว เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 100.0
5. ผู้ตอบแบบสอบถามให้คะแนนความต้องการจัดสรรเงินบริจาคแก่รายการ 5 หมู่ของหนู ในด้านการรายการที่มีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็ก เยาวชนและสถาบันครอบครัว เฉลี่ยสูงสุด คือ 14.83/100 คะแนน โดยคิดเป็นมูลค่าเงินบริจาคเฉลี่ย 31.03 บาท
6. ผู้ตอบแบบสอบถามที่เต็มใจที่จะบริจาคให้รายการ 5 หมู่ของหนู มีเหตุผลที่เต็มใจบริจาค คือ รายการนี้มีประโยชน์ต่อสังคมและประเทศไทยโดยรวม เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 62.96 และมีเหตุผลที่ไม่เต็มใจจะบริจาค คือ เป็นหน้าที่ของหน่วยงานรัฐที่ต้องสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 39.62

ตารางที่ 11.55 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ 5 หมู่ของหนู จำแนกตามการเคย
รับชมหรือรู้จักรายการ

การเคยรับชมหรือรู้จักรายการ	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
ไม่เคยรับชม/ไม่รู้จัก	35	43.75
เคยรับชม/รู้จัก	45	56.25

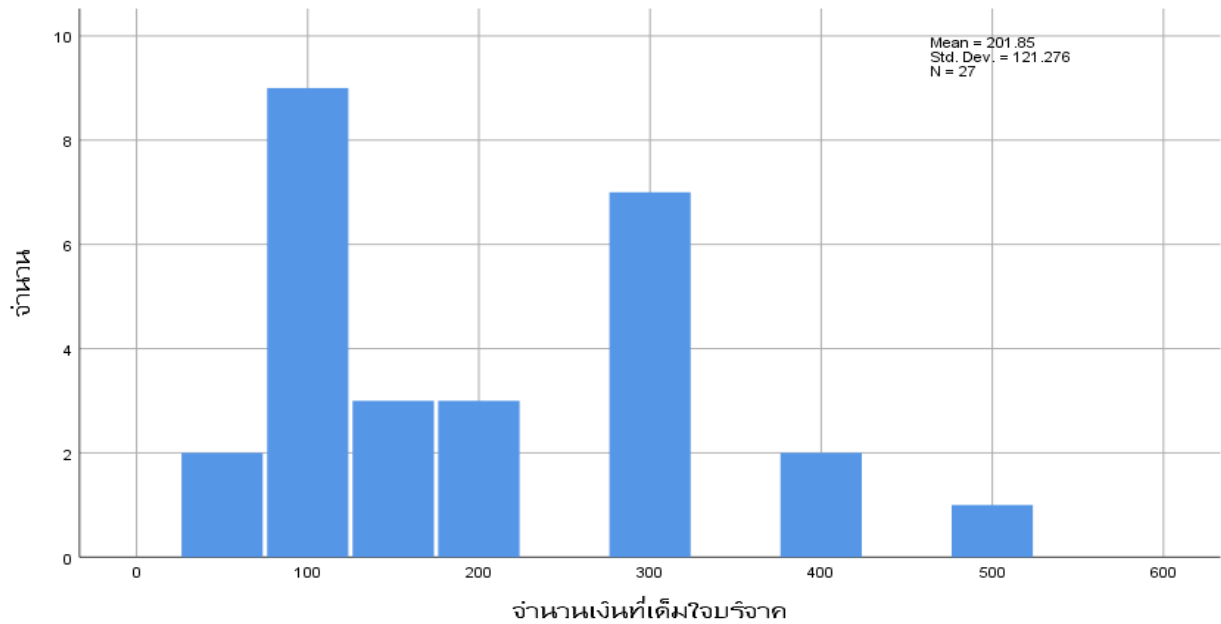
ตารางที่ 11.56 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ 5 หมู่ของหนู จำแนกตามสัดส่วนของ
การรับชมรายการ เพื่อประเมินความเต็มใจบริจาค

สัดส่วนของการรับชมรายการ เพื่อประเมินความเต็มใจบริจาค	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
ไม่เกิน 25%	1	1.25
25 - 50 %	6	7.50
50 - 75 %	20	25.00
71 - 100 %	53	66.25

ตารางที่ 11.57 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ 5 หมู่ของหนู ตามความเต็มใจ
บริจาค

ความเต็มใจบริจาคและจำนวนเงินที่เต็มใจบริจาค	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
ไม่เต็มใจบริจาค	53	66.25
1 - 100 บาท	11	13.75
101 - 200 บาท	6	7.50
มากกว่า 200 บาท	10	12.50
<i>ค่าเฉลี่ย</i>	<i>68.13</i>	
<i>ค่าต่ำสุด</i>	<i>0.00</i>	
<i>ค่าสูงสุด</i>	<i>500.00</i>	
<i>ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน</i>	<i>118.60</i>	

แผนภาพที่ 11.4 การกระจายตัวของจำนวนเงินเฉลี่ยที่เต็มใจบริจาคในรายการ 5 หมู่ของหนู



ตารางที่ 11.58 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ 5 หมู่ของหนู จำแนกตามประโยชน์ที่ได้รับจากรายการในแต่ละด้าน

ประโยชน์ที่ได้รับจากรายการในแต่ละด้าน	ไม่ได้รับ		ได้รับ	
	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง
ได้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	0.00	0	100.00	27
เข้าใจความแตกต่างและความหลากหลายในสังคม	14.81	4	85.19	23
เข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต	14.81	4	85.19	23
ได้รับการปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม	7.41	2	92.59	25
ได้แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต	29.63	8	70.37	19
นำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน	3.70	1	96.30	26
มีรายการที่ส่งเสริมพัฒนาการและการเรียนรู้สำหรับเด็กและเยาวชน	3.70	1	96.30	26
มีรายการที่มีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็ก เยาวชน และสถาบันครอบครัว	0.00	0	100.00	27
ด้านอื่นๆ ความรู้ด้านประโยชน์ของอาหาร	88.89	24	11.11	3

โดยการประเมินสัดส่วนที่ต้องการบริจาคในด้านต่างๆ 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 11.59 ค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ 5 หมู่ของหนู จำแนกตามการประเมินสัดส่วนที่ต้องการบริจาคในด้านต่างๆ และการประเมินมูลค่าเงินบริจาคในแต่ละด้าน เฉพาะผู้ตอบแบบสอบถามที่ยินดีบริจาคให้รายการในด้านต่างๆ

การจัดสรรเงินบริจาคเพื่อพัฒนาประโยชน์ในด้านต่างๆ	สัดส่วนเฉลี่ย	มูลค่าเงินบริจาคเฉลี่ย (บาท)
ได้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	13.55	28.26
เข้าใจความแตกต่างและความหลากหลายในสังคม	11.07	20.57
เข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต	11.31	21.18
ได้รับการปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม	12.19	24.79
ได้แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต	8.22	16.02
นำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน	13.20	26.53
มีรายการที่ส่งเสริมพัฒนาการและการเรียนรู้สำหรับเด็กและเยาวชน	14.30	30.32
มีรายการที่มีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็ก เยาวชนและสถาบันครอบครัว	14.83	31.03
ด้านอื่นๆ	1.33	3.15
รวม (เฉพาะผู้ยินดีบริจาคเพื่อประโยชน์ในด้านต่างๆ จำนวน 27 คน)	100.00	201.85

**ตารางที่ 11.60 ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ 5 หมู่ของหนู จำแนกตามเหตุผลที่เต็มใจจะ
บริจาคและไม่เต็มใจจะบริจาค**

เหตุผลที่เต็มใจจะบริจาคและไม่เต็มใจจะบริจาค	ร้อยละ
เหตุผลที่เต็มใจจะบริจาค	
ประชาชนทุกคนควรมีส่วนร่วมในการสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์ สาธารณะ	18.52
เนื้อหารายการนี้มีความจำเป็นเร่งด่วนในสังคมไทย	7.41
รายการนี้มีประโยชน์ต่อตนเองและครอบครัวโดยตรง	11.11
รายการนี้มีประโยชน์ต่อสังคมและประเทศไทยโดยรวม	62.96
เหตุผลที่ไม่เต็มใจจะบริจาค	
รายได้ไม่เพียงพอ	26.42
รายการไม่มีประโยชน์ต่อตนเองและครอบครัว	5.66
เป็นหน้าที่ของหน่วยงานรัฐที่ต้องสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์ สาธารณะ	39.62
รายการต้องเกิดขึ้นแน่นอน ถึงแม้ว่าจะไม่บริจาค	24.53
รายการไม่ใช่เรื่องจำเป็นเร่งด่วนในสังคมไทย	3.77

4) KELX เกล: เพื่อน

รายการ KELX เกล: เพื่อน เป็นประเภทรายการสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว มีผู้ตอบแบบสอบถามในรายการดังกล่าวจำนวน 81 ราย โดยมีรายละเอียดผลการวิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคมของผู้ตอบและการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรายการ ดังนี้

4.1) การวิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคม

จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ KELX เกล: เพื่อน จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส จำนวนบุตร สมาชิกในครัวเรือน และรายได้ครัวเรือน ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคมพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถามในรายการดังกล่าว โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนของเพศหญิงสูงกว่าเพศชาย (ร้อยละ 58.02 และร้อยละ 40.74 ตามลำดับ) โดยมีกลุ่มตัวอย่างอีกร้อยละ 1.23 ที่ไม่ระบุเพศ ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างมีอายุระหว่าง 31-40 ปีเป็นสัดส่วนสูงที่สุด (ร้อยละ 44.44) และกลุ่มตัวอย่างมากกว่าครึ่งมีระดับการศึกษาสูงสุดคือระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 62.96) รวมไปถึงประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขายสูงที่สุด (ร้อยละ 32.10) กลุ่มตัวอย่างมีสถานภาพสมรสแต่งงานมีบุตร สัดส่วนสูงที่สุด (ร้อยละ 55.56) และมีบุตร 1-2 จำนวนเป็นสัดส่วนประมาณครึ่งหนึ่ง รวมไปถึงอาศัยอยู่ในครัวเรือนที่มีสมาชิกระหว่าง 3-5 คนสูงสุด (ร้อยละ 79.01) และส่วนใหญ่มีรายได้ครัวเรือน 20,000 ขึ้นไป/เดือน

ผู้ตอบแบบสอบถามในรายการดังกล่าวมีสัดส่วนที่อาศัยอยู่ในภาคกลางสูงที่สุด (ร้อยละ 30.86) รองลงมาคือภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (ร้อยละ 23.46 และ 22.22 ตามลำดับ) (ตารางที่ 11.61) ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย 2-3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์และ 4-5 ชั่วโมงต่อสัปดาห์เป็นสัดส่วนสูงที่สุด (ร้อยละ 33.33 และ 34.57 ตามลำดับ) และรับชมรายการที่มีเนื้อหาเป็นประโยชน์ต่อประชาชนทั่วไปเป็นสัดส่วนสูงที่สุด (ร้อยละ 35.92)

ตารางที่ 11.61 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ KELX เกลอส: เพื่อน จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส จำนวนบุตร สมาชิกในครัวเรือน และรายได้ครัวเรือน

ลักษณะเศรษฐกิจสังคมของผู้ตอบแบบสอบถาม รายการ KELX เกลอส: เพื่อน	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
ข้อมูลทั่วไปด้านคุณลักษณะพื้นฐาน		
เพศ		
ชาย	33	40.74
หญิง	47	58.02
ไม่ระบุ	1	1.23
อายุ		
20 ปีหรือน้อยกว่า	1	1.23
21-30 ปี	17	20.99
31-40 ปี	36	44.44
41-50 ปี	17	20.99
51-60 ปี	5	6.17
มากกว่า 60 ปี	5	6.17
การศึกษา		
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	2	2.47
มัธยมศึกษาตอนต้น	1	1.23
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	2	2.47
ปวส./อนุปริญญา	10	12.35
ปริญญาตรี	51	62.96
สูงกว่าปริญญาตรี	15	18.52
อาชีพ		
เกษตรกร/ชาวประมง	2	2.47
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	24	29.63
ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย	26	32.10
ผู้ใช้แรงงาน/รับจ้างทั่วไป	8	9.88
พนักงานบริษัทเอกชน	14	17.28
เกษียณอายุ/ว่างงาน	5	6.17
นักเรียน/นักศึกษา	2	2.47
สถานภาพสมรส		
โสด	22	27.16
แต่งงาน ไม่มีบุตร	7	8.64
แต่งงาน มีบุตร	45	55.56
หย่าร้าง/เป็นหม้าย/แยกกันอยู่	7	8.64

ลักษณะเศรษฐกิจสังคมของผู้ตอบแบบสอบถาม รายการ KELX เกล: เพื่อน	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
จำนวนบุตร		
ไม่มีบุตร	31	38.27
1 คน	22	27.16
2 คน	19	23.46
3-4 คน	8	9.88
5 คนขึ้นไป	1	1.23
สมาชิกในครัวเรือน		
1-2 คน	3	3.70
3-5 คน	64	79.01
6-8 คน	13	16.05
มากกว่า 8 คน	1	1.23
รายได้ครัวเรือน (บาท/เดือน)		
น้อยกว่า 10,000 บาท	4	4.94
10,000-19,000 บาท	5	6.17
20,000-29,999 บาท	21	25.93
30,000-39,999 บาท	22	27.16
40,000-49,999 บาท	19	23.46
50,000 บาท หรือมากกว่า	10	12.35

ตารางที่ 11.62 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ KELX เกล: เพื่อน จำแนกตามภาค

ภาค	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
กรุงเทพมหานคร	8	9.88
ภาคเหนือ	19	23.46
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	18	22.22
ภาคกลาง	25	30.86
ภาคใต้	11	13.58

ตารางที่ 11.63 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในรายการ KELX เกล: เพื่อน จำแนกตามปริมาณการรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย

ปริมาณการรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
1 ชั่วโมงต่อสัปดาห์หรือน้อยกว่า	5	6.17
2-3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	27	33.33
4-5 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	28	34.57
6-7 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	17	20.99
8 ชั่วโมงต่อสัปดาห์หรือมากกว่า	4	4.94

ตารางที่ 11.64 จำนวนและร้อยละของคำตอบผู้ตอบแบบสอบถามรายการ KELX เกลอส: เพื่อน จำแนกตามประเภทรายการทีวีที่รับชมเป็นประจำ (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

ประเภทรายการทีวีที่รับชมเป็นประจำ	ร้อยละ
รายการสำหรับเด็ก เยาวชนและครอบครัว	25.24
รายการที่มีเนื้อหาเป็นประโยชน์ต่อประชาชนทั่วไป	35.92
รายการสารคดีเชิงประวัติศาสตร์	12.62
รายการเสริมสร้างความรู้ เช่น ความรู้เท่าทันสื่อ	21.84
รายการสำหรับคนพิการ	2.91
รายการเกี่ยวกับความบันเทิงอื่นๆ	1.46

4.2) การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรายการ

หากพิจารณาการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรายการ KELX เกลอส: เพื่อน สามารถสรุปได้ดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนการเคยรับชมหรือรู้จักรายการ KELX เกลอส: เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 54.32
2. ผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนของการรับชมรายการระหว่าง 71-100% เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 65.43
3. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเต็มใจที่จะบริจาคให้รายการ KELX เกลอส: เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 38.27 โดยแบ่งเป็นผู้ที่เต็มใจบริจาคเป็นจำนวน 1-100 บาท คิดเป็นร้อยละ 20.99 และเต็มใจบริจาคมากกว่า 200 บาท คิดเป็นร้อยละ 12.35 และ 101-200 บาท คิดเป็นร้อยละ 4.94 โดยมีผู้ที่เต็มใจบริจาคเป็นจำนวนเงินสูงสุดจำนวน 1,000 บาท ทั้งนี้มีค่าเฉลี่ยของจำนวนที่เต็มใจจะบริจาคเป็นจำนวน 79.01 บาท
4. ผู้ตอบแบบสอบถามรายงานว่าได้รับประโยชน์จากรายการ KELX เกลอส: เพื่อน ในด้านความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ ด้านความเข้าใจความแตกต่างและหลากหลายในสังคม ด้านการปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม ด้านการมีรายการที่ส่งเสริมพัฒนาการและการเรียนรู้สำหรับเด็กและเยาวชน และด้านการมีรายการที่มีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็ก เยาวชนและสถาบันครอบครัว เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 100.0
5. ผู้ตอบแบบสอบถามให้คะแนนความต้องการจัดสรรเงินบริจาคแก่รายการ KELX เกลอส: เพื่อน ในด้านการรายการที่มีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็ก เยาวชนและสถาบันครอบครัว เฉลี่ยสูงสุด คือ 13.55/100 คะแนน โดยคิดเป็นมูลค่าเงินบริจาคเฉลี่ย 28.36 บาท
6. ผู้ตอบแบบสอบถามที่เต็มใจที่จะบริจาคให้รายการ KELX เกลอส: เพื่อน มีเหตุผลที่เต็มใจบริจาค คือ ประชาชนทุกคนควรมีส่วนร่วมในการสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 41.94 และมีเหตุผลที่ไม่เต็มใจจะบริจาค คือ รายการต้องเกิดขึ้นแน่นอน ถึงแม้ว่าจะไม่บริจาค เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 36.00

ตารางที่ 11.65 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ KELX เกลอส: เพื่อน จำแนกตาม การเคยรับชมหรือรู้จักรายการ

การเคยรับชมหรือรู้จักรายการ	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
ไม่เคยรับชม/ไม่รู้จัก	37	45.68
เคยรับชม/รู้จัก	44	54.32

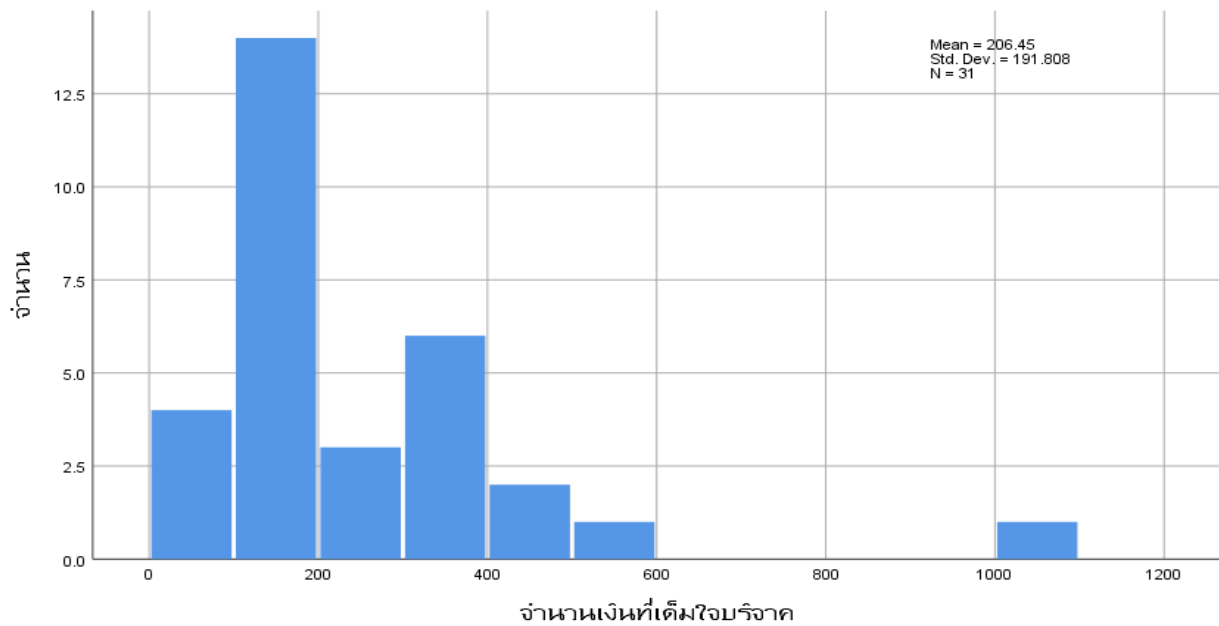
ตารางที่ 11.66 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ KELX เกลอส: เพื่อน จำแนกตาม สัดส่วนของการรับชมรายการ เพื่อประเมินความเต็มใจบริจาค

สัดส่วนของการรับชมรายการ เพื่อประเมินความเต็มใจบริจาค	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
ไม่เกิน 25%	2	2.47
25 - 50 %	9	11.11
50 - 75 %	17	20.99
71 - 100 %	53	65.43

ตารางที่ 11.67 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ KELX เกลอส: เพื่อน ตามความเต็มใจบริจาค

ความเต็มใจบริจาคและจำนวนเงินที่เต็มใจบริจาค	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
ไม่เต็มใจบริจาค	50	61.73
1 - 100 บาท	17	20.99
101 - 200 บาท	4	4.94
มากกว่า 200 บาท	10	12.35
ค่าเฉลี่ย	79.01	
ค่าต่ำสุด	0.00	
ค่าสูงสุด	1,000.00	
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	154.89	

แผนภาพที่ 11.5 การกระจายตัวของจำนวนเงินเฉลี่ยที่เต็มใจบริจาคในรายการ KELX เกลอส: เพื่อน



ตารางที่ 11.68 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ KELX เกลอส: เพื่อน จำแนกตามประโยชน์ที่ได้รับจากรายการในแต่ละด้าน

ประโยชน์ที่ได้รับจากรายการในแต่ละด้าน	ไม่ได้รับ		ได้รับ	
	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง
ได้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	0.00	0	100.00	31.00
เข้าใจความแตกต่างและความหลากหลายในสังคม	0.00	0	100.00	31.00
เข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต	3.23	1	96.77	30.00
ได้รับการปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม	0.00	0	100.00	31.00
ได้แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต	6.45	2	93.55	29.00
นำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน	6.45	2	93.55	29.00
มีรายการที่ส่งเสริมพัฒนาการและการเรียนรู้สำหรับเด็กและเยาวชน	0.00	0	100.00	31.00
มีรายการที่มีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็ก เยาวชน และสถาบันครอบครัว	0.00	0	100.00	31.00
ด้านอื่นๆ การรู้จักแบ่งปัน	93.55	29	6.45	2.00

โดยการประเมินสัดส่วนที่ต้องการบริจาคในด้านต่างๆ 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 11.69 ค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ KELX เกลอส: เพื่อน จำแนกตามการประเมินสัดส่วนที่ต้องการบริจาคในด้านต่างๆ และการประเมินมูลค่าเงินบริจาคในแต่ละด้าน เฉพาะผู้ตอบแบบสอบถามที่ยินดีบริจาคให้รายการในด้านต่างๆ

การจัดสรรเงินบริจาคเพื่อพัฒนาประโยชน์ในด้านต่างๆ	สัดส่วนเฉลี่ย	มูลค่าเงินบริจาคเฉลี่ย (บาท)
ได้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	12.61	27.30
เข้าใจความแตกต่างและความหลากหลายในสังคม	12.19	25.68
เข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต	12.45	25.16
ได้รับการปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม	12.63	26.46
ได้แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต	11.45	22.48
นำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน	11.48	22.01
มีรายการที่ส่งเสริมพัฒนาการและการเรียนรู้สำหรับเด็กและเยาวชน	12.98	27.04
มีรายการที่มีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็ก เยาวชนและสถาบันครอบครัว	13.55	28.36
ด้านอื่นๆ	0.66	1.97
รวม (เฉพาะผู้ยินดีบริจาคเพื่อประโยชน์ในด้านต่างๆ จำนวน 31 คน)	100.00	206.45

**ตารางที่ 11.70 ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ KELX เกล: เพื่อน จำแนกตามเหตุผลที่เต็มใจจะ
บริจาคและไม่เต็มใจจะบริจาค**

เหตุผลที่เต็มใจจะบริจาคและไม่เต็มใจจะบริจาค	ร้อยละ
เหตุผลที่เต็มใจจะบริจาค	
ประชาชนทุกคนควรมีส่วนร่วมในการสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์ สาธารณะ	41.94
เนื้อหารายการนี้มีความจำเป็นเร่งด่วนในสังคมไทย	6.45
รายการนี้มีประโยชน์ต่อตนเองและครอบครัวโดยตรง	16.13
รายการนี้มีประโยชน์ต่อสังคมและประเทศไทยโดยรวม	35.48
เหตุผลที่ไม่เต็มใจจะบริจาค	
รายได้ไม่เพียงพอ	18.00
รายการไม่มีประโยชน์ต่อตนเองและครอบครัว	6.00
เป็นหน้าที่ของหน่วยงานรัฐที่ต้องสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์ สาธารณะ	34.00
รายการต้องเกิดขึ้นแน่นอน ถึงแม้ว่าจะไม่บริจาค	36.00
รายการไม่ใช่เรื่องจำเป็นเร่งด่วนในสังคมไทย	6.00

5) Magic Pen ปากกาพิเศษ

รายการ Magic Pen ปากกาพิเศษ เป็นประเภทรายการสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว มีผู้ตอบแบบสอบถามในรายการดังกล่าวจำนวน 80 ราย โดยมีรายละเอียดผลการวิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคมของผู้ตอบและการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรายการ ดังนี้

5.1) การวิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคม

จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ Magic Pen ปากกาพิเศษ จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส จำนวนบุตร สมาชิกในครัวเรือน และรายได้ครัวเรือน ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคมพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถามในรายการดังกล่าว โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนของเพศหญิงสูงกว่าเพศชาย (ร้อยละ 58.75 และร้อยละ 40.00 ตามลำดับ) โดยมีกลุ่มตัวอย่างอีกร้อยละ 1.25 ที่ไม่ระบุเพศ ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างมีอายุระหว่าง 31-40 ปีเป็นสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 45.00) และกลุ่มตัวอย่างมากกว่าครึ่งมีระดับการศึกษาสูงสุดคือระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 68.75) รวมไปถึงประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขายสูงสุด (ร้อยละ 37.50) กลุ่มตัวอย่างมีสถานภาพสมรสแต่งงานมีบุตร สัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 52.50) และมีบุตร 1-2 คนเป็นสัดส่วนประมาณครึ่งหนึ่ง รวมไปถึงอาศัยอยู่ในครัวเรือนที่มีสมาชิกระหว่าง 3-5 คนสูงสุด (ร้อยละ 72.50) และส่วนใหญ่มีรายได้ครัวเรือน 20,000 ขึ้นไป/เดือน

ผู้ตอบแบบสอบถามในรายการดังกล่าวมีสัดส่วนที่อาศัยอยู่ในภาคกลางสูงสุด (ร้อยละ 33.75) รองลงมาคือภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (ร้อยละ 21.25 เท่ากัน) (ตารางที่ 11.72) ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย 2-3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์เป็นสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 36.25) และรับชมรายการที่มีเนื้อหาเป็นประโยชน์ต่อประชาชนทั่วไปเป็นสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 36.13)

ตารางที่ 11.71 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ Magic Pen ปากกาวิเศษ จำแนกตาม เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส จำนวนบุตร สมาชิกในครัวเรือน และรายได้ครัวเรือน

ลักษณะเศรษฐกิจสังคมของผู้ตอบแบบสอบถาม รายการ Magic Pen ปากกาวิเศษ	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
ข้อมูลทั่วไปด้านคุณลักษณะพื้นฐาน		
เพศ		
ชาย	32	40.00
หญิง	47	58.75
ไม่ระบุ	1	1.25
อายุ		
20 ปีหรือน้อยกว่า	2	2.50
21-30 ปี	14	17.50
31-40 ปี	36	45.00
41-50 ปี	18	22.50
51-60 ปี	6	7.50
มากกว่า 60 ปี	4	5.00
การศึกษา		
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	3	3.75
ปวส./อนุปริญญา	8	10.00
ปริญญาตรี	55	68.75
สูงกว่าปริญญาตรี	14	17.50
อาชีพ		
เกษตรกร/ชาวประมง	1	1.25
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	24	30.00
ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย	30	37.50
ผู้ใช้แรงงาน/รับจ้างทั่วไป	6	7.50
พนักงานบริษัทเอกชน	14	17.50
เกษียณอายุ/ว่างงาน	3	3.75
นักเรียน/นักศึกษา	2	2.50
สถานภาพสมรส		
โสด	23	28.75
แต่งงาน ไม่มีบุตร	7	8.75
แต่งงาน มีบุตร	42	52.50
หย่าร้าง/เป็นหม้าย/แยกกันอยู่	8	10.00
จำนวนบุตร		
ไม่มีบุตร	32	40.00

ลักษณะเศรษฐกิจสังคมของผู้ตอบแบบสอบถาม รายการ Magic Pen ปากกาพิเศษ	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
1 คน	23	28.75
2 คน	19	23.75
3-4 คน	6	7.50
สมาชิกในครัวเรือน		
1-2 คน	7	8.75
3-5 คน	58	72.50
6-8 คน	15	18.75
รายได้ครัวเรือน (บาท/เดือน)		
น้อยกว่า 10,000 บาท	1	1.25
10,000-19,000 บาท	12	15.00
20,000-29,999 บาท	19	23.75
30,000-39,999 บาท	17	21.25
40,000-49,999 บาท	20	25.00
50,000 บาท หรือมากกว่า	11	13.75

ตารางที่ 11.72 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ Magic Pen ปากกาพิเศษ จำแนกตามภาค

ภาค	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
กรุงเทพมหานคร	8	10.00
ภาคเหนือ	17	21.25
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	17	21.25
ภาคกลาง	27	33.75
ภาคใต้	11	13.75

ตารางที่ 11.73 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ Magic Pen ปากกาพิเศษ จำแนกตามปริมาณการรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย

ปริมาณการรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
1 ชั่วโมงต่อสัปดาห์หรือน้อยกว่า	7	8.75
2-3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	29	36.25
4-5 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	22	27.50
6-7 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	18	22.50
8 ชั่วโมงต่อสัปดาห์หรือมากกว่า	4	5.00

**ตารางที่ 11.74 จำนวนและร้อยละของคำตอบผู้ตอบแบบสอบถามรายการ Magic Pen ปากกาวิเศษ
จำแนกตามประเภทรายการทีวีที่รับชมเป็นประจำ (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)**

ประเภทรายการทีวีที่รับชมเป็นประจำ	ร้อยละ
รายการสำหรับเด็ก เยาวชนและครอบครัว	23.56
รายการที่มีเนื้อหาเป็นประโยชน์ต่อประชาชนทั่วไป	36.13
รายการสารคดีเชิงประวัติศาสตร์	13.61
รายการเสริมสร้างความรู้ เช่น ความรู้เท่าทันสื่อ	23.56
รายการสำหรับคนพิการ	3.14

5.2) การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรายการ

หากพิจารณาการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรายการ Magic Pen ปากกาวิเศษ สามารถสรุปได้ดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนการเคยรับชมหรือรู้จักรายการ Magic Pen ปากกาวิเศษ คิดเป็นร้อยละ 61.25
2. ผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนของการรับชมรายการระหว่าง 71-100% เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 65.00
3. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเต็มใจที่จะบริจาคให้รายการ Magic Pen ปากกาวิเศษ คิดเป็นร้อยละ 37.50 โดยแบ่งเป็นผู้ที่เต็มใจบริจาคเป็นจำนวน 1-100 บาท คิดเป็นร้อยละ 17.50 และเต็มใจบริจาคมากกว่า 200 บาท คิดเป็นร้อยละ 13.75 และ 101-200 บาท คิดเป็นร้อยละ 6.25 โดยมีผู้ที่เต็มใจบริจาคเป็นจำนวนเงินสูงสุดจำนวน 500 บาท ทั้งนี้มีค่าเฉลี่ยของจำนวนที่เต็มใจจะบริจาคเป็นจำนวน 79.38 บาท
4. ผู้ตอบแบบสอบถามรายงานว่าได้รับประโยชน์จากรายการ Magic Pen ปากกาวิเศษ ในด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ มีรายการที่ส่งเสริมพัฒนาการและการเรียนรู้สำหรับเด็กและเยาวชน และการรายการที่มีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็ก เยาวชนและสถาบันครอบครัว เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 100.0
5. ผู้ตอบแบบสอบถามให้คะแนนความต้องการจัดสรรเงินบริจาคแก่รายการ Magic Pen ปากกาวิเศษ ในด้านการรายการที่มีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็ก เยาวชนและสถาบันครอบครัว เฉลี่ยสูงสุด คือ 15.16/100 คะแนน โดยคิดเป็นมูลค่าเงินบริจาคเฉลี่ย 32.64 บาท
6. ผู้ตอบแบบสอบถามที่เต็มใจที่จะบริจาคให้รายการ Magic Pen ปากกาวิเศษ มีเหตุผลที่เต็มใจบริจาค คือ รายการนี้มีประโยชน์ต่อสังคมและประเทศไทยโดยรวม เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 63.33 และมีเหตุผลที่ไม่เต็มใจจะบริจาค คือ เป็นหน้าที่ของหน่วยงานรัฐที่ต้องสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 38.00

ตารางที่ 11.75 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ Magic Pen ปากกาวิเศษ จำแนกตาม การเคยรับชมหรือรู้จักรายการ

การเคยรับชมหรือรู้จักรายการ	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
ไม่เคยรับชม/ไม่รู้จัก	31	38.75
เคยรับชม/รู้จัก	49	61.25

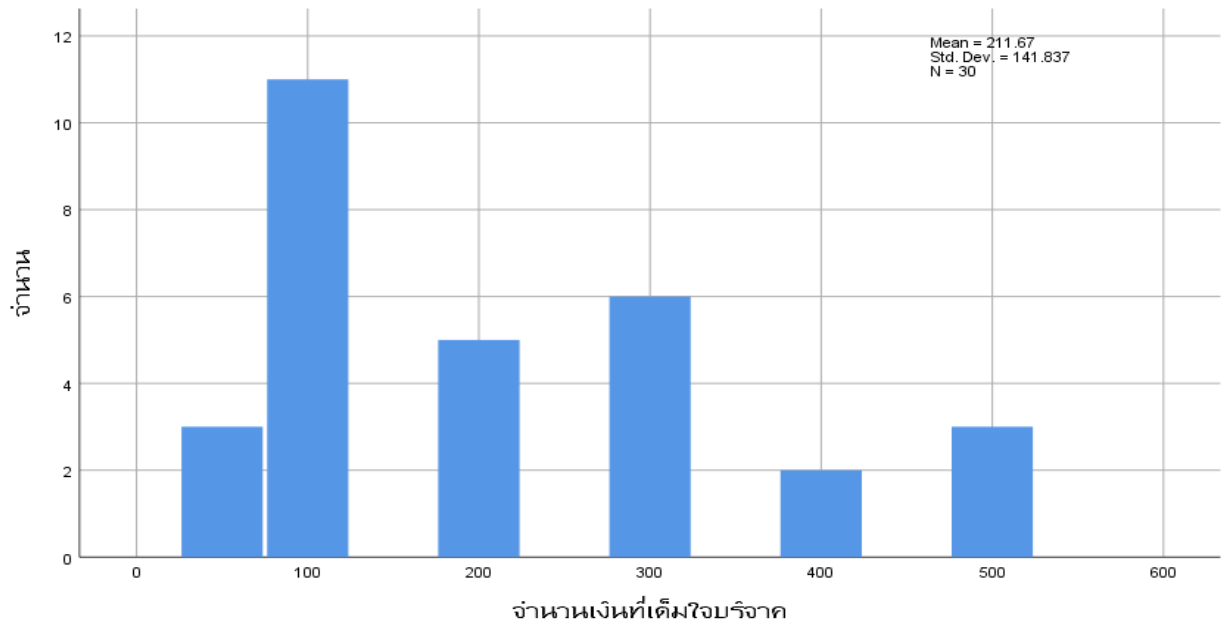
ตารางที่ 11.76 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ Magic Pen ปากกาวิเศษ จำแนกตาม สัดส่วนของการรับชมรายการ เพื่อประเมินความเต็มใจบริจาค

สัดส่วนของการรับชมรายการ เพื่อประเมินความเต็มใจบริจาค	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
ไม่เกิน 25%	1	1.25
25 - 50 %	3	3.75
50 - 75 %	24	30.00
71 - 100 %	52	65.00

ตารางที่ 11.77 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ Magic Pen ปากกาวิเศษ ตามความเต็มใจบริจาค

ความเต็มใจบริจาคและจำนวนเงินที่เต็มใจบริจาค	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
ไม่เต็มใจบริจาค	50	62.50
1 - 100 บาท	14	17.50
101 - 200 บาท	5	6.25
มากกว่า 200 บาท	11	13.75
<i>ค่าเฉลี่ย</i>	<i>79.38</i>	
<i>ค่าต่ำสุด</i>	<i>0.00</i>	
<i>ค่าสูงสุด</i>	<i>500.00</i>	
<i>ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน</i>	<i>134.23</i>	

แผนภาพที่ 11.6 การกระจายตัวของจำนวนเงินเฉลี่ยที่เต็มใจบริจาคในรายการ Magic Pen ปากกาวิเศษ



ตารางที่ 11.78 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ Magic Pen ปากกาวิเศษ จำแนกตามประโยชน์ที่ได้รับจากรายการในแต่ละด้าน

ประโยชน์ที่ได้รับจากรายการในแต่ละด้าน	ไม่ได้รับ		ได้รับ	
	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง
ได้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	0.00	0	100.00	30
เข้าใจความแตกต่างและความหลากหลายในสังคม	6.67	2	93.33	28
เข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต	10.00	3	90.00	27
ได้รับการปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม	6.67	2	93.33	28
ได้แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต	20.00	6	80.00	24
นำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน	10.00	3	90.00	27
มีรายการที่ส่งเสริมพัฒนาการและการเรียนรู้สำหรับเด็กและเยาวชน	0.00	0	100.00	30
มีรายการที่มีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็ก เยาวชน และสถาบันครอบครัว	0.00	0	100.00	30
ด้านอื่นๆ มีประโยชน์	96.67	29	3.33	1

โดยการประเมินสัดส่วนที่ต้องการบริจาคในด้านต่างๆ 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 11.79 ค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ Magic Pen ปากกาวิเศษ จำแนกตามการประเมินสัดส่วนที่ต้องการบริจาคในด้านต่างๆ และการประเมินมูลค่าเงินบริจาคในแต่ละด้าน เฉพาะผู้ตอบแบบสอบถามที่ยินดีบริจาคให้รายการในด้านต่างๆ

การจัดสรรเงินบริจาคเพื่อพัฒนาประโยชน์ในด้านต่างๆ	สัดส่วนเฉลี่ย	มูลค่าเงินบริจาคเฉลี่ย (บาท)
ได้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	13.21	28.34
เข้าใจความแตกต่างและความหลากหลายในสังคม	12.00	23.53
เข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต	11.49	23.63
ได้รับการปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม	12.93	28.90
ได้แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต	9.53	20.48
นำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน	10.87	21.88
มีรายการที่ส่งเสริมพัฒนาการและการเรียนรู้สำหรับเด็กและเยาวชน	14.47	30.60
มีรายการที่มีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็ก เยาวชนและสถาบันครอบครัว	15.16	32.64
ด้านอื่นๆ	0.34	1.69
รวม (เฉพาะผู้ยินดีบริจาคเพื่อประโยชน์ในด้านต่างๆ จำนวน 30 คน)	100.00	211.67

ตารางที่ 11.80 ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ Magic Pen ปากกาวิเศษ จำแนกตามเหตุผลที่เต็มใจจะบริจาคและไม่เต็มใจจะบริจาค

เหตุผลที่เต็มใจจะบริจาคและไม่เต็มใจจะบริจาค	ร้อยละ
เหตุผลที่เต็มใจจะบริจาค	
ประชาชนทุกคนควรมีส่วนร่วมในการสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ	13.33
เนื้อหารายการนี้มีความจำเป็นเร่งด่วนในสังคมไทย	6.67
รายการนี้มีประโยชน์ต่อตนเองและครอบครัวโดยตรง	16.67
รายการนี้มีประโยชน์ต่อสังคมและประเทศไทยโดยรวม	63.33
เหตุผลที่ไม่เต็มใจจะบริจาค	
รายได้ไม่เพียงพอ	12.00
รายการไม่มีประโยชน์ต่อตนเองและครอบครัว	6.00
เป็นหน้าที่ของหน่วยงานรัฐที่ต้องสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ	38.00
รายการต้องเกิดขึ้นแน่นอน ถึงแม้ว่าจะไม่บริจาค	34.00
รายการไม่ใช่เรื่องจำเป็นเร่งด่วนในสังคมไทย	10.00

6) ใบบุญ เณรน้อย

รายการ ใบบุญ เณรน้อย เป็นประเภทรายการสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว มีผู้ตอบแบบสอบถามในรายการดังกล่าวจำนวน 82 ราย โดยมีรายละเอียดผลการวิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคมของผู้ตอบและการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรายการ ดังนี้

6.1) การวิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคม

จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ ใบบุญ เณรน้อย จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส จำนวนบุตร สมาชิกในครัวเรือน และรายได้ครัวเรือน ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคมพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถามในรายการดังกล่าว โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนของเพศหญิงสูงกว่าเพศชาย (ร้อยละ 53.66 และร้อยละ 46.34 ตามลำดับ) ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างมีอายุระหว่าง 31-40 ปี เป็นสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 37.80) และกลุ่มตัวอย่างมากกว่าครึ่งมีระดับการศึกษาสูงสุดคือระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 57.32) รวมไปถึงประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขายสูงที่สุด (ร้อยละ 32.93) กลุ่มตัวอย่างมีสถานภาพสมรสแต่งงานมีบุตร สัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 53.66) และกลุ่มตัวอย่างไม่มีบุตรเป็นสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 43.90) รวมไปถึงอาศัยอยู่ในครัวเรือนที่มีสมาชิกระหว่าง 3-5 คนสูงสุด (ร้อยละ 82.93) และส่วนใหญ่มีรายได้ครัวเรือน 20,000 ขึ้นไป/เดือน

ผู้ตอบแบบสอบถามในรายการดังกล่าวมีสัดส่วนที่อาศัยอยู่ในภาคกลางสูงที่สุด (ร้อยละ 32.93) รองลงมาคือภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (ร้อยละ 21.95 และ 20.73 ตามลำดับ) (ตารางที่ 11.82) ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย 4-5 ชั่วโมงต่อสัปดาห์เป็นสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 35.37) และรับชมรายการที่มีเนื้อหาเป็นประโยชน์ต่อประชาชนทั่วไปเป็นสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 38.24)

ตารางที่ 11.81 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการใบอนุญาต เณรน้อย จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส จำนวนบุตร สมาชิกในครัวเรือน และรายได้ครัวเรือน

ลักษณะเศรษฐกิจสังคมของผู้ตอบแบบสอบถาม รายการใบอนุญาต เณรน้อย	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
ข้อมูลทั่วไปด้านคุณลักษณะพื้นฐาน		
เพศ		
ชาย	38	46.34
หญิง	44	53.66
อายุ		
20 ปีหรือน้อยกว่า	3	3.66
21-30 ปี	19	23.17
31-40 ปี	31	37.80
41-50 ปี	17	20.73
51-60 ปี	8	9.76
มากกว่า 60 ปี	4	4.88
การศึกษา		
มัธยมศึกษาตอนต้น	1	1.22
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	11	13.41
ปวส./อนุปริญญา	11	13.41
ปริญญาตรี	47	57.32
สูงกว่าปริญญาตรี	12	14.63
อาชีพ		
เกษตรกร/ชาวประมง	4	4.88
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	17	20.73
ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย	27	32.93
ผู้ใช้แรงงาน/รับจ้างทั่วไป	9	10.98
พนักงานบริษัทเอกชน	15	18.29
เกษียณอายุ/ว่างงาน	4	4.88
นักเรียน/นักศึกษา	6	7.32
สถานภาพสมรส		
โสด	29	35.37
แต่งงาน ไม่มีบุตร	5	6.10
แต่งงาน มีบุตร	44	53.66
หย่าร้าง/เป็นหม้าย/แยกกันอยู่	4	4.88
จำนวนบุตร		
ไม่มีบุตร	36	43.90

ลักษณะเศรษฐกิจสังคมของผู้ตอบแบบสอบถาม รายการใบอนุญาต เณรน้อย	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
1 คน	19	23.17
2 คน	21	25.61
3-4 คน	4	4.88
5 คนขึ้นไป	2	2.44
สมาชิกในครัวเรือน		
1-2 คน	5	6.10
3-5 คน	68	82.93
6-8 คน	9	10.98
รายได้ครัวเรือน (บาท/เดือน)		
น้อยกว่า 10,000 บาท	5	6.10
10,000-19,000 บาท	15	18.29
20,000-29,999 บาท	15	18.29
30,000-39,999 บาท	16	19.51
40,000-49,999 บาท	18	21.95
50,000 บาท หรือมากกว่า	13	15.85

ตารางที่ 11.82 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการใบอนุญาต เณรน้อย จำแนกตามภาค

ภาค	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
กรุงเทพมหานคร	8	9.76
ภาคเหนือ	18	21.95
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	17	20.73
ภาคกลาง	27	32.93
ภาคใต้	12	14.63

ตารางที่ 11.83 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในรายการใบอนุญาต เณรน้อย จำแนกตามปริมาณการรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย

ปริมาณการรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
1 ชั่วโมงต่อสัปดาห์หรือน้อยกว่า	5	6.10
2-3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	25	30.49
4-5 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	29	35.37
6-7 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	17	20.73
8 ชั่วโมงต่อสัปดาห์หรือมากกว่า	6	7.32

ตารางที่ 11.84 จำนวนและร้อยละของคำตอบผู้ตอบแบบสอบถามรายการใบอนุญาต เณรน้อย จำแนกตามประเภทรายการทีวีที่รับชมเป็นประจำ (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

ประเภทรายการทีวีที่รับชมเป็นประจำ	ร้อยละ
รายการสำหรับเด็ก เยาวชนและครอบครัว	17.16
รายการที่มีเนื้อหาเป็นประโยชน์ต่อประชาชนทั่วไป	38.24
รายการสารคดีเชิงประวัติศาสตร์	14.71
รายการเสริมสร้างความรู้ เช่น ความรู้เท่าทันสื่อ	22.06
รายการสำหรับคนพิการ	3.43
รายการเกี่ยวกับความบันเทิงอื่นๆ	4.4%

6.2) การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรายการ

หากพิจารณาการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรายการใบอนุญาต เณรน้อย สามารถสรุปได้ดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนการเคยรับชมหรือรู้จักรายการใบอนุญาต เณรน้อย คิดเป็นร้อยละ 52.44
2. ผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนของการรับชมรายการระหว่าง 71-100% เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 56.10
3. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเต็มใจที่จะบริจาคให้รายการใบอนุญาต เณรน้อย คิดเป็นร้อยละ 35.37 โดยแบ่งเป็นผู้ที่เต็มใจบริจาคเป็นจำนวน 1-100 บาท คิดเป็นร้อยละ 15.85 และเต็มใจบริจาคมากกว่า 200 บาท คิดเป็นร้อยละ 14.63 และ 101-200 บาท คิดเป็นร้อยละ 4.88 โดยมีผู้ที่เต็มใจบริจาคเป็นจำนวนเงินสูงสุดจำนวน 2,000 บาท ทั้งนี้มีค่าเฉลี่ยของจำนวนที่เต็มใจจะบริจาคเป็นจำนวน 114.02 บาท
4. ผู้ตอบแบบสอบถามรายงานว่าได้รับประโยชน์จากรายการใบอนุญาต เณรน้อย ในด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ เข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต ได้รับการปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม นำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน มีรายการที่ส่งเสริมพัฒนาการและการเรียนรู้สำหรับเด็กและเยาวชน และการรายการที่มีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็ก เยาวชนและสถาบันครอบครัว เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 100.0
5. ผู้ตอบแบบสอบถามให้คะแนนความต้องการจัดสรรเงินบริจาคแก่รายการใบอนุญาต เณรน้อย ในด้านการรายการที่มีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็ก เยาวชนและสถาบันครอบครัว เฉลี่ยสูงสุด คือ 13.19/100 คะแนน โดยคิดเป็นมูลค่าเงินบริจาคเฉลี่ย 42.09 บาท
6. ผู้ตอบแบบสอบถามที่เต็มใจที่จะบริจาคให้รายการใบอนุญาต เณรน้อย มีเหตุผลที่เต็มใจบริจาค คือ รายการนี้มีประโยชน์ต่อสังคมและประเทศไทยโดยรวม เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 44.83 และมีเหตุผลที่ไม่เต็มใจจะบริจาค คือ เป็นหน้าที่ของหน่วยงานรัฐที่ต้องสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 43.40

**ตารางที่ 11.85 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการใบอนุญาต เณรน้อย จำแนกตามการเคย
รับชมหรือรู้จักรายการ**

การเคยรับชมหรือรู้จักรายการ	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
ไม่เคยรับชม/ไม่รู้จัก	39	47.56
เคยรับชม/รู้จัก	43	52.44

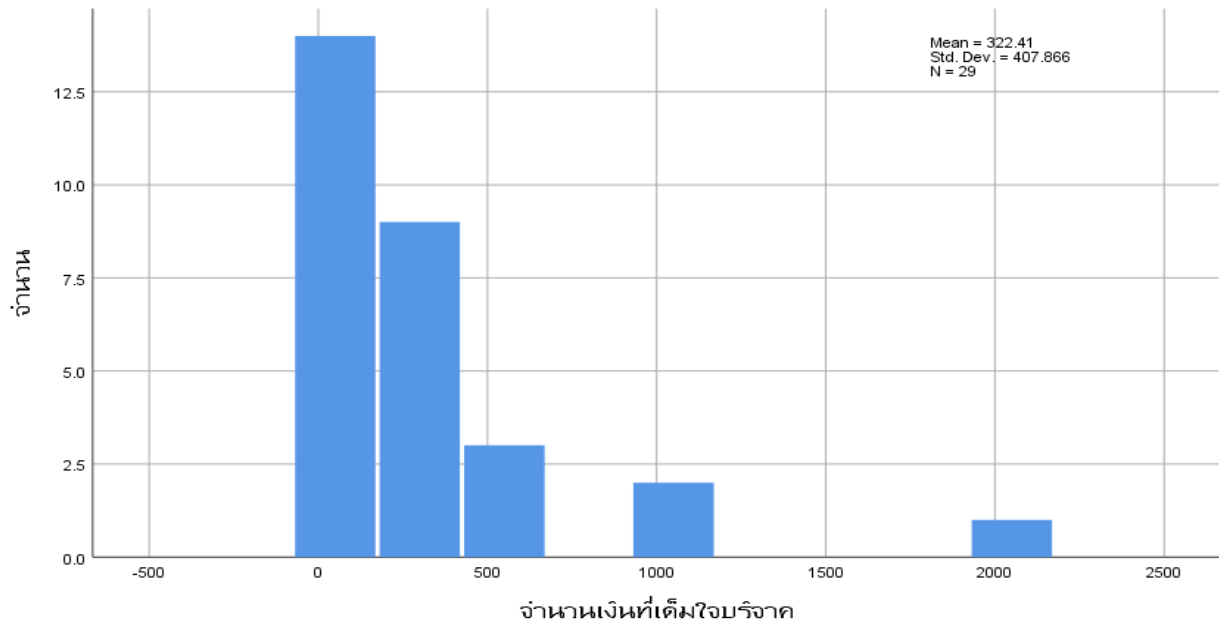
**ตารางที่ 11.86 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการใบอนุญาต เณรน้อย จำแนกตามสัดส่วน
ของการรับชมรายการ เพื่อประเมินความเต็มใจบริจาค**

สัดส่วนของการรับชมรายการ เพื่อประเมินความเต็มใจบริจาค	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
ไม่เกิน 25%	1	1.22
25 - 50 %	11	13.41
50 - 75 %	24	29.27
71 - 100 %	46	56.10

**ตารางที่ 11.87 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามรายการใบอนุญาต เณรน้อย ตามความ
เต็มใจบริจาค**

ความเต็มใจบริจาคและจำนวนเงินที่เต็มใจบริจาค	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
ไม่เต็มใจบริจาค	53	64.63
1 - 100 บาท	13	15.85
101 - 200 บาท	4	4.88
มากกว่า 200 บาท	12	14.63
ค่าเฉลี่ย	114.02	
ค่าต่ำสุด	0.00	
ค่าสูงสุด	2,000.00	
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	285.59	

แผนภาพที่ 11.7 การกระจายตัวของจำนวนเงินเฉลี่ยที่เต็มใจบริจาคในรายการใบอนุญาต เณรน้อย



ตารางที่ 11.88 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการใบอนุญาต เณรน้อย จำแนกตามประโยชน์ที่ได้รับจากรายการในแต่ละด้าน

ประโยชน์ที่ได้รับจากรายการในแต่ละด้าน	ไม่ได้รับ		ได้รับ	
	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง
ได้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	0.00	0	100.00	29
เข้าใจความแตกต่างและความหลากหลายในสังคม	3.45	1	96.55	28
เข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต	0.00	0	100.00	29
ได้รับการปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม	0.00	0	100.00	29
ได้แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต	10.34	3	89.66	26
นำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน	0.00	0	100.00	29
มีรายการที่ส่งเสริมพัฒนาการและการเรียนรู้สำหรับเด็กและเยาวชน	0.00	0	100.00	29
มีรายการที่มีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็ก เยาวชน และสถาบันครอบครัว	0.00	0	100.00	29
ด้านอื่นๆ ได้ความรู้ด้านธรรมะ ธรรมเนียมปฏิบัติของคนรุ่นเก่า	86.21	25	13.79	4

โดยการประเมินสัดส่วนที่ต้องการบริจาคในด้านต่างๆ 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 11.89 ค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามรายการใบอนุญาต เณรน้อย จำแนกตามการประเมินสัดส่วนที่ต้องการบริจาคในด้านต่างๆ และการประเมินมูลค่าเงินบริจาคในแต่ละด้าน เฉพาะผู้ตอบแบบสอบถามที่ยินดีบริจาคให้รายการในด้านต่างๆ

การจัดสรรเงินบริจาคเพื่อพัฒนาประโยชน์ในด้านต่างๆ	สัดส่วนเฉลี่ย	มูลค่าเงินบริจาคเฉลี่ย (บาท)
ได้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	12.01	39.05
เข้าใจความแตกต่างและความหลากหลายในสังคม	11.85	35.98
เข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต	13.14	42.34
ได้รับการปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม	12.95	42.95
ได้แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต	10.68	32.54
นำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน	11.64	39.76
มีรายการที่ส่งเสริมพัฒนาการและการเรียนรู้สำหรับเด็กและเยาวชน	13.05	42.94
มีรายการที่มีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็ก เยาวชนและสถาบันครอบครัว	13.19	42.09
ด้านอื่นๆ	1.50	4.75
รวม (เฉพาะผู้ยินดีบริจาคเพื่อประโยชน์ในด้านต่างๆ จำนวน 29 คน)	100.00	322.41

**ตารางที่ 11.90 ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการใบอนุญาต เณรน้อย จำแนกตามเหตุผลที่เต็มใจจะ
บริจาคและไม่เต็มใจจะบริจาค**

เหตุผลที่เต็มใจจะบริจาคและไม่เต็มใจจะบริจาค	ร้อยละ
เหตุผลที่เต็มใจจะบริจาค	
ประชาชนทุกคนควรมีส่วนร่วมในการสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์ สาธารณะ	17.24
เนื้อหารายการนี้มีความจำเป็นเร่งด่วนในสังคมไทย	20.69
รายการนี้มีประโยชน์ต่อตนเองและครอบครัวโดยตรง	17.24
รายการนี้มีประโยชน์ต่อสังคมและประเทศไทยโดยรวม	44.83
เหตุผลที่ไม่เต็มใจจะบริจาค	
รายได้ไม่เพียงพอ	20.75
รายการไม่มีประโยชน์ต่อตนเองและครอบครัว	3.77
เป็นหน้าที่ของหน่วยงานรัฐที่ต้องสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์ สาธารณะ	43.40
รายการต้องเกิดขึ้นแน่นอน ถึงแม้ว่าจะไม่บริจาค	22.64
รายการไม่ใช่เรื่องจำเป็นเร่งด่วนในสังคมไทย	9.43

7) เปาเปาผจญภัยในโลกนิทาน

รายการ เปาเปาผจญภัยในโลกนิทาน เป็นประเภทรายการสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว มีผู้ตอบแบบสอบถามในรายการดังกล่าวจำนวน 82 ราย โดยมีรายละเอียดผลการวิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคมของผู้ตอบและการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรายการ ดังนี้

7.1) การวิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคม

จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ เปาเปาผจญภัยในโลกนิทาน จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส จำนวนบุตร สมาชิกในครัวเรือน และรายได้ครัวเรือน ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคมพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถามในรายการดังกล่าว โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนของเพศหญิงสูงกว่าเพศชาย (ร้อยละ 51.02 และร้อยละ 48.98 ตามลำดับ) ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างมีอายุระหว่าง 21-30 ปีเป็นสัดส่วนสูงที่สุด (ร้อยละ 41.84) และกลุ่มตัวอย่างมากกว่าครึ่งมีระดับการศึกษาสูงสุดคือระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 54.08) รวมไปถึงประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขายสูงที่สุด (ร้อยละ 24.49) กลุ่มตัวอย่างมีสถานภาพโสด สัดส่วนสูงที่สุด (ร้อยละ 43.88) และกลุ่มตัวอย่างไม่มีบุตรเป็นสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 54.08) รวมไปถึงอาศัยอยู่ในครัวเรือนที่มีสมาชิกระหว่าง 3-5 คนสูงสุด (ร้อยละ 82.65) และส่วนใหญ่มีรายได้ครัวเรือน 20,000 ขึ้นไป/เดือน

ผู้ตอบแบบสอบถามในรายการดังกล่าวมีสัดส่วนที่อาศัยอยู่ในภาคกลางสูงที่สุด (ร้อยละ 27.55) รองลงมาคือภาคใต้ และภาคเหนือ (ร้อยละ 25.51 และ 20.41 ตามลำดับ) (ตารางที่ 11.92) ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย 2-3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์เป็นสัดส่วนสูงที่สุด (ร้อยละ 37.76) และรับชมรายการที่มีเนื้อหาเป็นประโยชน์ต่อประชาชนทั่วไปเป็นสัดส่วนสูงที่สุด (ร้อยละ 39.81)

ตารางที่ 11.91 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการเปาเป่าผจญภัยในโลกนิทาน จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส จำนวนบุตร สมาชิกในครัวเรือน และรายได้ครัวเรือน

ลักษณะเศรษฐกิจสังคมของผู้ตอบแบบสอบถาม รายการเปาเป่าผจญภัยในโลกนิทาน	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
ข้อมูลทั่วไปด้านคุณลักษณะพื้นฐาน		
เพศ		
ชาย	48	48.98
หญิง	50	51.02
อายุ		
20 ปีหรือน้อยกว่า	3	3.06
21-30 ปี	41	41.84
31-40 ปี	26	26.53
41-50 ปี	18	18.37
51-60 ปี	6	6.12
มากกว่า 60 ปี	4	4.08
การศึกษา		
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	1	1.02
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	21	21.43
ปวส./อนุปริญญา	11	11.22
ปริญญาตรี	53	54.08
สูงกว่าปริญญาตรี	12	12.24
อาชีพ		
เกษตรกร/ชาวประมง	4	4.08
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	22	22.45
ลูกจ้างประจำ/พนักงานราชการ	5	5.10
ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย	24	24.49
ผู้ใช้แรงงาน/รับจ้างทั่วไป	11	11.22
พนักงานบริษัทเอกชน	15	15.31
เกษียณอายุ/ว่างงาน	4	4.08
นักเรียน/นักศึกษา	13	13.27
สถานภาพสมรส		
โสด	43	43.88
แต่งงาน ไม่มีบุตร	8	8.16
แต่งงาน มีบุตร	42	42.86
หย่าร้าง/เป็นหม้าย/แยกกันอยู่	5	5.10
จำนวนบุตร		

ลักษณะเศรษฐกิจสังคมของผู้ตอบแบบสอบถาม รายการเปาเปาพจนัญภัยในโลกนิทาน	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
ไม่มีบุตร	53	54.08
1 คน	22	22.45
2 คน	21	21.43
3-4 คน	2	2.04
สมาชิกในครัวเรือน		
1-2 คน	6	6.12
3-5 คน	81	82.65
6-8 คน	11	11.22
มากกว่า 8 คน		
รายได้ครัวเรือน (บาท/เดือน)		
น้อยกว่า 10,000 บาท	8	8.16
10,000-19,000 บาท	18	18.37
20,000-29,999 บาท	23	23.47
30,000-39,999 บาท	17	17.35
40,000-49,999 บาท	17	17.35
50,000 บาท หรือมากกว่า	15	15.31

ตารางที่ 11.92 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการเปาเปาพจนัญภัยในโลกนิทาน จำแนกตามภาค

ภาค	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
กรุงเทพมหานคร	8	8.16
ภาคเหนือ	20	20.41
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	18	18.37
ภาคกลาง	27	27.55
ภาคใต้	25	25.51

ตารางที่ 11.93 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในรายการเปาเปาพจนัญภัยในโลกนิทาน จำแนกตามปริมาณการรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย

ปริมาณการรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
1 ชั่วโมงต่อสัปดาห์หรือน้อยกว่า	8	8.16
2-3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	37	37.76
4-5 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	36	36.73
6-7 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	14	14.29
8 ชั่วโมงต่อสัปดาห์หรือมากกว่า	3	3.06

**ตารางที่ 11.94 จำนวนและร้อยละของคำตอบผู้ตอบแบบสอบถามรายการเปาเปาผจญภัยในโลกนิทาน
จำแนกตามประเภทรายการทีวีที่รับชมเป็นประจำ (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)**

ประเภทรายการทีวีที่รับชมเป็นประจำ	ร้อยละ
รายการสำหรับเด็ก เยาวชนและครอบครัว	19.43
รายการที่มีเนื้อหาเป็นประโยชน์ต่อประชาชนทั่วไป	39.81
รายการสารคดีเชิงประวัติศาสตร์	14.69
รายการเสริมสร้างความรู้ เช่น ความรู้เท่าทันสื่อ	23.22
รายการสำหรับคนพิการ	2.84

7.2) การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรายการ

หากพิจารณาการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรายการเปาเปาผจญภัยในโลกนิทาน สามารถสรุปได้ดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนการเคยรับชมหรือรู้จักรายการเปาเปาผจญภัยในโลกนิทาน คิดเป็นร้อยละ 45.92
2. ผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนของการรับชมรายการระหว่าง 71-100% เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 53.06
3. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเต็มใจที่จะบริจาคให้รายการเปาเปาผจญภัยในโลกนิทาน คิดเป็นร้อยละ 27.55 โดยแบ่งเป็นผู้ที่เต็มใจบริจาคเป็นจำนวนมากกว่า 200 บาท คิดเป็นร้อยละ 15.31 และเต็มใจบริจาค 1-100 บาท คิดเป็นร้อยละ 10.20 และ 101-200 บาท คิดเป็นร้อยละ 2.04 โดยมีผู้ที่เต็มใจบริจาคเป็นจำนวนเงินสูงสุดจำนวน 1,000 บาท ทั้งนี้มีค่าเฉลี่ยของจำนวนที่เต็มใจจะบริจาคเป็นจำนวน 109.66 บาท
4. ผู้ตอบแบบสอบถามรายงานว่าได้รับประโยชน์จากรายการเปาเปาผจญภัยในโลกนิทาน ในด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ ได้รับการปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม นำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน มีรายการที่ส่งเสริมพัฒนาการและการเรียนรู้สำหรับเด็กและเยาวชน และการรายการที่มีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็ก เยาวชนและสถาบันครอบครัว เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 100.0
5. ผู้ตอบแบบสอบถามให้คะแนนความต้องการจัดสรรเงินบริจาคแก่รายการเปาเปาผจญภัยในโลกนิทาน ในด้านการรายการที่มีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็ก เยาวชนและสถาบันครอบครัว เฉลี่ยสูงสุด คือ 14.16/100 คะแนน โดยคิดเป็นมูลค่าเงินบริจาคเฉลี่ย 56.08 บาท
6. ผู้ตอบแบบสอบถามที่เต็มใจที่จะบริจาคให้รายการเปาเปาผจญภัยในโลกนิทาน มีเหตุผลที่เต็มใจบริจาค คือ รายการนี้มีประโยชน์ต่อสังคมและประเทศไทยโดยรวม เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 48.15 และมีเหตุผลที่ไม่เต็มใจจะบริจาค คือ รายได้ไม่เพียงพอ เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 35.21

ตารางที่ 11.95 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการเปาเป่าผจญภัยในโลกนิทาน จำแนกตามการเคยรับชมหรือรู้จักรายการ

การเคยรับชมหรือรู้จักรายการ	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
ไม่เคยรับชม/ไม่รู้จัก	53	54.08
เคยรับชม/รู้จัก	45	45.92

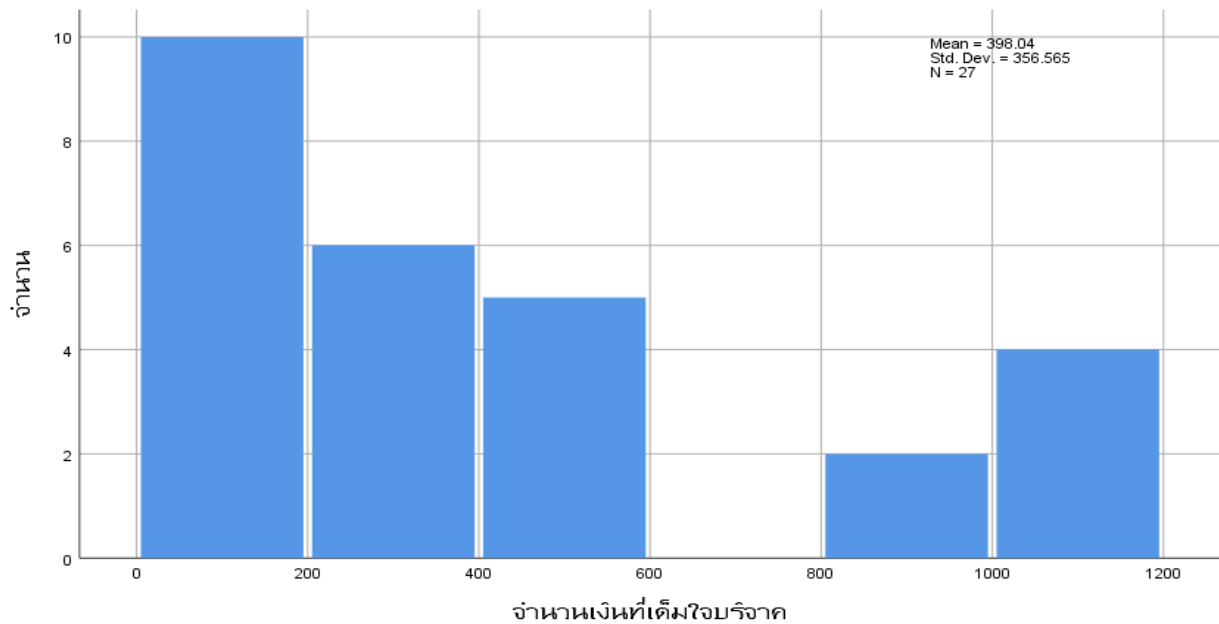
ตารางที่ 11.96 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการเปาเป่าผจญภัยในโลกนิทาน จำแนกตามสัดส่วนของการรับชมรายการ เพื่อประเมินความเต็มใจบริจาค

สัดส่วนของการรับชมรายการ เพื่อประเมินความเต็มใจบริจาค	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
ไม่เกิน 25%	5	5.10
25 - 50 %	14	14.29
50 - 75 %	27	27.55
71 - 100 %	52	53.06

ตารางที่ 11.97 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามรายการเปาเป่าผจญภัยในโลกนิทาน ตามความเต็มใจบริจาค

ความเต็มใจบริจาคและจำนวนเงินที่เต็มใจบริจาค	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
ไม่เต็มใจบริจาค	71	72.45
1 - 100 บาท	10	10.20
101 - 200 บาท	2	2.04
มากกว่า 200 บาท	15	15.31
ค่าเฉลี่ย	109.66	
ค่าต่ำสุด	0.00	
ค่าสูงสุด	1,000.00	
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	256.96	

**แผนภาพที่ 11.8 การกระจายตัวของจำนวนเงินเฉลี่ยที่เต็มใจบริจาค
 ในรายการเปาเปาผจญภัยในโลกนิทาน**



ตารางที่ 11.98 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการเปาเปาผจญภัยในโลกนิทาน จำแนกตามประโยชน์ที่ได้รับจากรายการในแต่ละด้าน

ประโยชน์ที่ได้รับจากรายการในแต่ละด้าน	ไม่ได้รับ		ได้รับ	
	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง
ได้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	0.00	0	100.00	27
เข้าใจความแตกต่างและความหลากหลายในสังคม	14.81	4	85.19	23
เข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต	3.70	1	96.30	26
ได้รับการปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม	0.00	0	100.00	27
ได้แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต	11.11	3	88.89	24
นำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน	7.41	2	92.59	25
มีรายการที่ส่งเสริมพัฒนาการและการเรียนรู้สำหรับเด็กและเยาวชน	0.00	0	100.00	27
มีรายการที่มีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็ก เยาวชน และสถาบันครอบครัว	0.00	0	100.00	27
ด้านอื่นๆ ได้ความรู้ คุณธรรม พัฒนาการของเด็ก	81.48	22	18.52	5

โดยการประเมินสัดส่วนที่ต้องการบริจาคในด้านต่างๆ 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 11.99 ค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามรายการเปาเป่าผจญภัยในโลกนิทาน จำแนกตามการประเมินสัดส่วนที่ต้องการบริจาคในด้านต่างๆ และการประเมินมูลค่าเงินบริจาคในแต่ละด้าน เฉพาะผู้ตอบแบบสอบถามที่ยินดีบริจาคให้รายการในด้านต่างๆ

การจัดสรรเงินบริจาคเพื่อพัฒนาประโยชน์ในด้านต่างๆ	สัดส่วนเฉลี่ย	มูลค่าเงินบริจาคเฉลี่ย (บาท)
ได้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	11.68	46.27
เข้าใจความแตกต่างและความหลากหลายในสังคม	10.25	34.34
เข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต	12.73	54.11
ได้รับการปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม	13.73	55.59
ได้แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต	10.71	41.35
นำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน	10.92	45.38
มีรายการที่ส่งเสริมพัฒนาการและการเรียนรู้สำหรับเด็กและเยาวชน	14.16	56.08
มีรายการที่มีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็ก เยาวชนและสถาบันครอบครัว	13.83	54.05
ด้านอื่นๆ	1.98	10.88
รวม (เฉพาะผู้ยินดีบริจาคเพื่อประโยชน์ในด้านต่างๆ จำนวน 27 คน)	100.00	398.04

ตารางที่ 11.100 ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการเปาเปาผจญภัยในโลกนิทาน จำแนกตามเหตุผลที่เต็มใจจะบริจาคและไม่เต็มใจจะบริจาค

เหตุผลที่เต็มใจจะบริจาคและไม่เต็มใจจะบริจาค	ร้อยละ
เหตุผลที่เต็มใจจะบริจาค	
ประชาชนทุกคนควรมีส่วนร่วมในการสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ	25.93
เนื้อหารายการนี้มีความจำเป็นเร่งด่วนในสังคมไทย	11.11
รายการนี้มีประโยชน์ต่อตนเองและครอบครัวโดยตรง	14.81
รายการนี้มีประโยชน์ต่อสังคมและประเทศไทยโดยรวม	48.15
เหตุผลที่ไม่เต็มใจจะบริจาค	
รายได้ไม่เพียงพอ	35.21
รายการไม่มีประโยชน์ต่อตนเองและครอบครัว	4.23
รายการไม่มีประโยชน์ต่อสังคมและประเทศไทยโดยรวม	1.41
เป็นหน้าที่ของหน่วยงานรัฐที่ต้องสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ	30.99
รายการต้องเกิดขึ้นแน่นอน ถึงแม้ว่าจะไม่บริจาค	18.31
รายการไม่ใช่เรื่องจำเป็นเร่งด่วนในสังคมไทย	9.86

8) รากแก้ว เรนเจอร์

รายการ รากแก้ว เรนเจอร์ เป็นประเภทรายการสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว มีผู้ตอบแบบสอบถามในรายการดังกล่าวจำนวน 85 ราย โดยมีรายละเอียดผลการวิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคมของผู้ตอบและการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรายการ ดังนี้

8.1) การวิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคม

จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ รากแก้ว เรนเจอร์ จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส จำนวนบุตร สมาชิกในครัวเรือน และรายได้ครัวเรือน ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคมพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถามในรายการดังกล่าว โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนของเพศหญิงเท่ากับเพศชาย (ร้อยละ 49.41 เท่ากัน) และมีกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ระบุเพศเป็นสัดส่วนร้อยละ 1.18 ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างมีอายุระหว่าง 31-40 ปีเป็นสัดส่วนสูงที่สุด (ร้อยละ 35.29) และกลุ่มตัวอย่างมากกว่าครึ่งมีการศึกษาสูงสุดคือระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 52.94) รวมไปถึงประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขายสูงที่สุด (ร้อยละ 32.94) กลุ่มตัวอย่างมีสถานภาพแต่งงานมีบุตร สัดส่วนสูงที่สุด (ร้อยละ 51.76) และกลุ่มตัวอย่างไม่มีบุตรเป็นสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 47.06) รวมไปถึงอาศัยอยู่ในครัวเรือนที่มีสมาชิกระหว่าง 3-5 คนสูงสุด (ร้อยละ 83.53) และส่วนใหญ่มีรายได้ครัวเรือน 20,000 ขึ้นไป/เดือน

ผู้ตอบแบบสอบถามในรายการดังกล่าวมีสัดส่วนที่อาศัยอยู่ในภาคกลางสูงที่สุด (ร้อยละ 31.76) รองลงมาคือภาคเหนือ และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (ร้อยละ 22.35 เท่ากัน) (ตารางที่ 11.102) ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย 4-5 ชั่วโมงต่อสัปดาห์เป็นสัดส่วนสูงที่สุด (ร้อยละ 37.65) และรับชมรายการที่มีเนื้อหาเป็นประโยชน์ต่อประชาชนทั่วไปเป็นสัดส่วนสูงที่สุด (ร้อยละ 42.33)

ตารางที่ 11.101 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการรากแก้ว เรนเจอร์ จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส จำนวนบุตร สมาชิกในครัวเรือน และรายได้ครัวเรือน

ลักษณะเศรษฐกิจสังคมของผู้ตอบแบบสอบถาม รายการรากแก้ว เรนเจอร์	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
ข้อมูลทั่วไปด้านคุณลักษณะพื้นฐาน		
เพศ		
ชาย	42	49.41
หญิง	42	49.41
ไม่ระบุ	1	1.18
อายุ		
20 ปีหรือน้อยกว่า	2	2.35
21-30 ปี	24	28.24
31-40 ปี	30	35.29
41-50 ปี	21	24.71
51-60 ปี	6	7.06
มากกว่า 60 ปี	2	2.35
การศึกษา		
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	1	1.18
มัธยมศึกษาตอนต้น	2	2.35
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	11	12.94
ปวส./อนุปริญญา	13	15.29
ปริญญาตรี	45	52.94
สูงกว่าปริญญาตรี	13	15.29
อาชีพ		
เกษตรกร/ชาวประมง	2	2.35
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	21	24.71
ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย	28	32.94
ผู้ใช้แรงงาน/รับจ้างทั่วไป	10	11.76
พนักงานบริษัทเอกชน	14	16.47
เกษียณอายุ/ว่างงาน	2	2.35
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	1	1.18
นักเรียน/นักศึกษา	7	8.24
สถานภาพสมรส		
โสด	32	37.65
แต่งงาน ไม่มีบุตร	6	7.06
แต่งงาน มีบุตร	44	51.76

ลักษณะเศรษฐกิจสังคมของผู้ตอบแบบสอบถาม รายการรากแก้ว เรนเจอร์	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
หย่าร้าง/เป็นหม้าย/แยกกันอยู่	3	3.53
จำนวนบุตร		
ไม่มีบุตร	40	47.06
1 คน	22	25.88
2 คน	19	22.35
3-4 คน	4	4.71
สมาชิกในครัวเรือน		
1-2 คน	6	7.06
3-5 คน	71	83.53
6-8 คน	8	9.41
รายได้ครัวเรือน (บาท/เดือน)		
น้อยกว่า 10,000 บาท	2	2.35
10,000-19,000 บาท	12	14.12
20,000-29,999 บาท	18	21.18
30,000-39,999 บาท	19	22.35
40,000-49,999 บาท	20	23.53
50,000 บาท หรือมากกว่า	14	16.47

ตารางที่ 11.102 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการรากแก้ว เรนเจอร์ จำแนกตามภาค

ภาค	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
กรุงเทพมหานคร	8	9.41
ภาคเหนือ	19	22.35
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	19	22.35
ภาคกลาง	27	31.76
ภาคใต้	12	14.12

ตารางที่ 11.103 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในรายการรากแก้ว เรนเจอร์ จำแนกตามปริมาณการรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย

ปริมาณการรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
1 ชั่วโมงต่อสัปดาห์หรือน้อยกว่า	8	9.41
2-3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	25	29.41
4-5 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	32	37.65
6-7 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	14	16.47
8 ชั่วโมงต่อสัปดาห์หรือมากกว่า	6	7.06

ตารางที่ 11.104 จำนวนและร้อยละของคำตอบผู้ตอบแบบสอบถามรายการรากแก้ว เรนเจอร์ จำแนกตามประเภทรายการทีวีที่รับชมเป็นประจำ (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

ประเภทรายการทีวีที่รับชมเป็นประจำ	ร้อยละ
รายการสำหรับเด็ก เยาวชนและครอบครัว	15.87
รายการที่มีเนื้อหาเป็นประโยชน์ต่อประชาชนทั่วไป	42.33
รายการสารคดีเชิงประวัติศาสตร์	14.29
รายการเสริมสร้างความรู้ เช่น ความรู้เท่าทันสื่อ	23.81
รายการสำหรับคนพิการ	3.17
รายการเกี่ยวกับความบันเทิงอื่นๆ	0.53

8.2) การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรายการ

หากพิจารณาการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรายการรากแก้ว เรนเจอร์ สามารถสรุปได้ดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนการเคยรับชมหรือรู้จักรายการรากแก้ว เรนเจอร์ คิดเป็นร้อยละ 45.88
2. ผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนของการรับชมรายการระหว่าง 71-100% เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 50.59
3. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเต็มใจที่จะบริจาคให้รายการรากแก้ว เรนเจอร์ คิดเป็นร้อยละ 28.24 โดยแบ่งเป็นผู้ที่เต็มใจบริจาคเป็นจำนวนมากกว่า 200 บาท คิดเป็นร้อยละ 17.65 และเต็มใจบริจาค 1-100 บาท คิดเป็นร้อยละ 8.24 และ 101-200 บาท คิดเป็นร้อยละ 2.35 โดยมีผู้ที่เต็มใจบริจาคเป็นจำนวนเงินสูงสุดจำนวน 1,000 บาท ทั้งนี้มีค่าเฉลี่ยของจำนวนที่เต็มใจจะบริจาคเป็นจำนวน 103.53 บาท
4. ผู้ตอบแบบสอบถามรายงานว่าได้รับประโยชน์จากรายการรากแก้ว เรนเจอร์ ในด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ มีรายการที่ส่งเสริมพัฒนาการและการเรียนรู้สำหรับเด็กและเยาวชน และการรายการที่มีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็ก เยาวชนและสถาบันครอบครัว เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 100.0
5. ผู้ตอบแบบสอบถามให้คะแนนความต้องการจัดสรรเงินบริจาคแก่รายการรากแก้ว เรนเจอร์ ในด้านการมีรายการที่ส่งเสริมพัฒนาการและการเรียนรู้สำหรับเด็กและเยาวชน เฉลี่ยสูงสุด คือ 15.26/100 คะแนน โดยคิดเป็นมูลค่าเงินบริจาคเฉลี่ย 57.11 บาท
6. ผู้ตอบแบบสอบถามที่เต็มใจที่จะบริจาคให้รายการรากแก้ว เรนเจอร์ มีเหตุผลที่เต็มใจบริจาค คือ รายการนี้มีประโยชน์ต่อสังคมและประเทศไทยโดยรวม เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 50.00 และมีเหตุผลที่ไม่เต็มใจจะบริจาค คือ รายได้ไม่เพียงพอ เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 40.98

ตารางที่ 11.105 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการรากแก้ว เรนเจอร์ จำแนกตาม การเคยรับชมหรือรู้จักรายการ

การเคยรับชมหรือรู้จักรายการ	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
ไม่เคยรับชม/ไม่รู้จัก	46	54.12
เคยรับชม/รู้จัก	39	45.88

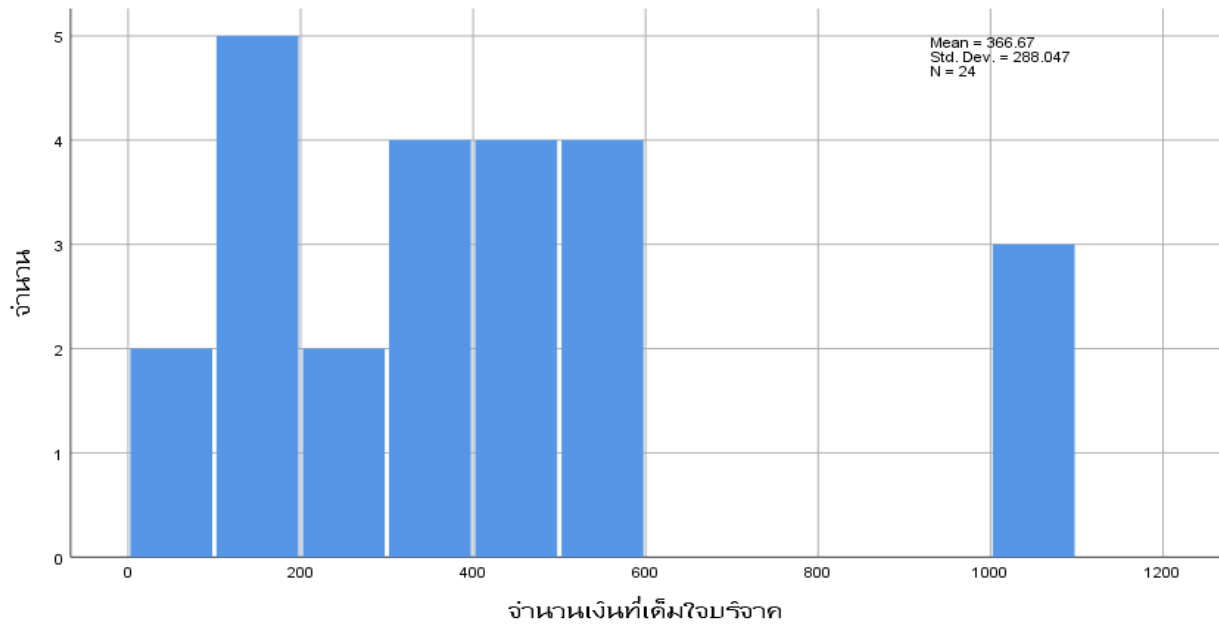
ตารางที่ 11.106 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการรากแก้ว เรนเจอร์ จำแนกตาม สัดส่วนของการรับชมรายการ เพื่อประเมินความเต็มใจบริจาค

สัดส่วนของการรับชมรายการ เพื่อประเมินความเต็มใจบริจาค	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
ไม่เกิน 25%	5	5.88
25 - 50 %	14	16.47
50 - 75 %	23	27.06
71 - 100 %	43	50.59

ตารางที่ 11.107 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามรายการรากแก้ว เรนเจอร์ ตามความเต็มใจบริจาค

ความเต็มใจบริจาคและจำนวนเงินที่เต็มใจบริจาค	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
ไม่เต็มใจบริจาค	61	71.76
1 - 100 บาท	7	8.24
101 - 200 บาท	2	2.35
มากกว่า 200 บาท	15	17.65
<i>ค่าเฉลี่ย</i>	<i>103.53</i>	
<i>ค่าต่ำสุด</i>	<i>0.00</i>	
<i>ค่าสูงสุด</i>	<i>1,000.00</i>	
<i>ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน</i>	<i>224.24</i>	

แผนภาพที่ 11.9 การกระจายตัวของจำนวนเงินเฉลี่ยที่เต็มใจบริจาคในรายการรากแก้ว เรนเจอร์



ตารางที่ 11.108 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการรากแก้ว เรนเจอร์ จำแนกตามประโยชน์ที่ได้รับจากรายการในแต่ละด้าน

ประโยชน์ที่ได้รับจากรายการในแต่ละด้าน	ไม่ได้รับ		ได้รับ	
	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง
ได้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	0.00	0	100.00	24
เข้าใจความแตกต่างและความหลากหลายในสังคม	16.67	4	83.33	20
เข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต	12.50	3	87.50	21
ได้รับการปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม	4.17	1	95.83	23
ได้แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต	16.67	4	83.33	20
นำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน	16.67	4	83.33	20
มีรายการที่ส่งเสริมพัฒนาการและการเรียนรู้สำหรับเด็กและเยาวชน	0.00	0	100.00	24
มีรายการที่มีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็ก เยาวชน และสถาบันครอบครัว	0.00	0	100.00	24
ด้านอื่นๆ การเรียนรู้	91.67	22	8.33	2

โดยการประเมินสัดส่วนที่ต้องการบริจาคในด้านต่างๆ 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 11.109 ค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามรายการรากแก้ว เรนเจอร์ จำแนกตามการประเมินสัดส่วนที่ต้องการบริจาคในด้านต่างๆ และการประเมินมูลค่าเงินบริจาคในแต่ละด้าน เฉพาะผู้ตอบแบบสอบถามที่ยินดีบริจาคให้รายการในด้านต่างๆ

การจัดสรรเงินบริจาคเพื่อพัฒนาประโยชน์ในด้านต่างๆ	สัดส่วนเฉลี่ย	มูลค่าเงินบริจาคเฉลี่ย (บาท)
ได้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	12.99	50.13
เข้าใจความแตกต่างและความหลากหลายในสังคม	10.53	38.33
เข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต	11.66	40.92
ได้รับการปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม	13.80	51.29
ได้แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต	10.18	33.22
นำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน	9.45	31.71
มีรายการที่ส่งเสริมพัฒนาการและการเรียนรู้สำหรับเด็กและเยาวชน	15.26	57.11
มีรายการที่มีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็ก เยาวชนและสถาบันครอบครัว	15.22	57.01
ด้านอื่นๆ	0.90	6.94
รวม (เฉพาะผู้ยินดีบริจาคเพื่อประโยชน์ในด้านต่างๆ จำนวน 24 คน)	100.00	366.67

**ตารางที่ 11.110 ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการรากแก้ว เรนเจอร์ จำแนกตามเหตุผลที่เต็มใจจะ
บริจาคและไม่เต็มใจจะบริจาค**

เหตุผลที่เต็มใจจะบริจาคและไม่เต็มใจจะบริจาค	ร้อยละ
เหตุผลที่เต็มใจจะบริจาค	
ประชาชนทุกคนควรมีส่วนร่วมในการสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์ สาธารณะ	37.50
รายการนี้มีประโยชน์ต่อตนเองและครอบครัวโดยตรง	12.50
รายการนี้มีประโยชน์ต่อสังคมและประเทศไทยโดยรวม	50.00
เหตุผลที่ไม่เต็มใจจะบริจาค	
รายได้ไม่เพียงพอ	16.39
รายการไม่มีประโยชน์ต่อตนเองและครอบครัว	3.28
รายการไม่มีประโยชน์ต่อสังคมและประเทศไทยโดยรวม	3.28
เป็นหน้าที่ของหน่วยงานรัฐที่ต้องสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์ สาธารณะ	40.98
รายการต้องเกิดขึ้นแน่นอน ถึงแม้ว่าจะไม่บริจาค	24.59
รายการไม่ใช่เรื่องจำเป็นเร่งด่วนในสังคมไทย	11.48

9) FLY WORM หนอนน้อยผจญภัย

รายการ FLY WORM หนอนน้อยผจญภัย เป็นประเภทรายการสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว มีผู้ตอบแบบสอบถามในรายการดังกล่าวจำนวน 83 ราย โดยมีรายละเอียดผลการวิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคมของผู้ตอบและการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรายการ ดังนี้

9.1) การวิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคม

จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ FLY WORM หนอนน้อยผจญภัย จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส จำนวนบุตร สมาชิกในครัวเรือน และรายได้ครัวเรือน ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคมพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถามในรายการดังกล่าว โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนของเพศหญิงสูงกว่าเพศชาย (ร้อยละ 53.01 และ 46.99 ตามลำดับ) ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างมีอายุระหว่าง 31-40 ปีเป็นสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 34.94) และกลุ่มตัวอย่างมากกว่าครึ่งมีระดับการศึกษาสูงสุดคือระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 57.83) รวมไปถึงประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขายสูงสุด (ร้อยละ 28.92) กลุ่มตัวอย่างมีสถานภาพโสด และแต่งงานมีบุตร สัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 43.37 เท่ากัน) และกลุ่มตัวอย่างไม่มีบุตรเป็นสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 54.22) รวมไปถึงอาศัยอยู่ในครัวเรือนที่มีสมาชิกระหว่าง 3-5 คนสูงสุด (ร้อยละ 83.13) และส่วนใหญ่มีรายได้ครัวเรือน 20,000 ขึ้นไป/เดือน

ผู้ตอบแบบสอบถามในรายการดังกล่าวมีสัดส่วนที่อาศัยอยู่ในภาคกลางสูงสุด (ร้อยละ 31.76) รองลงมาคือภาคเหนือ และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (ร้อยละ 22.35 เท่ากัน) (ตารางที่ 11.112) ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย 4-5 ชั่วโมงต่อสัปดาห์เป็นสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 37.65) และรับชมรายการที่มีเนื้อหาเป็นประโยชน์ต่อประชาชนทั่วไปเป็นสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 42.33)

ตารางที่ 11.111 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ FLY WORM หนอนน้อยผจญภัย จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส จำนวนบุตร สมาชิกในครัวเรือน และรายได้ครัวเรือน

ลักษณะเศรษฐกิจสังคมของผู้ตอบแบบสอบถาม รายการ FLY WORM หนอนน้อยผจญภัย	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
ข้อมูลทั่วไปด้านคุณลักษณะพื้นฐาน		
เพศ		
ชาย	39	46.99
หญิง	44	53.01
อายุ		
20 ปีหรือน้อยกว่า	4	4.82
21-30 ปี	25	30.12
31-40 ปี	29	34.94
41-50 ปี	18	21.69
51-60 ปี	4	4.82
มากกว่า 60 ปี	3	3.61
การศึกษา		
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	1	1.20
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	11	13.25
ปวส./อนุปริญญา	12	14.46
ปริญญาตรี	48	57.83
สูงกว่าปริญญาตรี	11	13.25
อาชีพ		
เกษตรกร/ชาวประมง	1	1.20
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	18	21.69
ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย	24	28.92
ผู้ใช้แรงงาน/รับจ้างทั่วไป	8	9.64
พนักงานบริษัทเอกชน	17	20.48
เกษียณอายุ/ว่างงาน	3	3.61
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	1	1.20
นักเรียน/นักศึกษา	11	13.25
สถานภาพสมรส		
โสด	36	43.37
แต่งงาน ไม่มีบุตร	7	8.43
แต่งงาน มีบุตร	36	43.37
หย่าร้าง/เป็นหม้าย/แยกกันอยู่	4	4.82

ลักษณะเศรษฐกิจสังคมของผู้ตอบแบบสอบถาม รายการ FLY WORM หนอนน้อยผจญภัย	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
จำนวนบุตร		
ไม่มีบุตร	45	54.22
1 คน	16	19.28
2 คน	19	22.89
3-4 คน	3	3.61
สมาชิกในครัวเรือน		
1-2 คน	4	4.82
3-5 คน	69	83.13
6-8 คน	10	12.05
รายได้ครัวเรือน (บาท/เดือน)		
น้อยกว่า 10,000 บาท	4	4.82
10,000-19,000 บาท	14	16.87
20,000-29,999 บาท	16	19.28
30,000-39,999 บาท	18	21.69
40,000-49,999 บาท	16	19.28
50,000 บาท หรือมากกว่า	15	18.07

ตารางที่ 11.112 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ FLY WORM หนอนน้อยผจญภัย
จำแนกตามภาค

ภาค	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
กรุงเทพมหานคร	8	9.64
ภาคเหนือ	18	21.69
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	17	20.48
ภาคกลาง	26	31.33
ภาคใต้	14	16.87

ตารางที่ 11.113 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในรายการ FLY WORM หนอนน้อยผจญภัย
จำแนกตามปริมาณการรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย

ปริมาณการรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
1 ชั่วโมงต่อสัปดาห์หรือน้อยกว่า	6	7.23
2-3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	29	34.94
4-5 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	32	38.55
6-7 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	12	14.46
8 ชั่วโมงต่อสัปดาห์หรือมากกว่า	4	4.82

ตารางที่ 11.114 จำนวนและร้อยละของคำตอบผู้ตอบแบบสอบถามรายการ FLY WORM หนอนน้อย ผงูกล้วย จำแนกตามประเภทรายการทีวีที่รับชมเป็นประจำ (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

ประเภทรายการทีวีที่รับชมเป็นประจำ	ร้อยละ
รายการสำหรับเด็ก เยาวชนและครอบครัว	15.38
รายการที่มีเนื้อหาเป็นประโยชน์ต่อประชาชนทั่วไป	41.76
รายการสารคดีเชิงประวัติศาสตร์	13.19
รายการเสริมสร้างความรู้ เช่น ความรู้เท่าทันสื่อ	25.82
รายการสำหรับคนพิการ	3.85

9.2) การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรายการ

หากพิจารณาการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรายการ FLY WORM หนอนน้อย ผงูกล้วย สามารถสรุปได้ดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนการเคยรับชมหรือรู้จักรายการ FLY WORM หนอนน้อย ผงูกล้วย คิดเป็นร้อยละ 45.78
2. ผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนของการรับชมรายการระหว่าง 71-100% เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 51.81
3. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเต็มใจที่จะบริจาคให้รายการ FLY WORM หนอนน้อย ผงูกล้วย คิดเป็นร้อยละ 27.71 โดยแบ่งเป็นผู้ที่เต็มใจบริจาคเป็นจำนวนมากกว่า 200 บาท คิดเป็นร้อยละ 14.46 และเต็มใจบริจาค 1-100 บาท คิดเป็นร้อยละ 10.84 และ 101-200 บาท คิดเป็นร้อยละ 2.41 โดยมีผู้ที่เต็มใจบริจาคเป็นจำนวนเงินสูงสุดจำนวน 1,000 บาท ทั้งนี้มีค่าเฉลี่ยของจำนวนที่เต็มใจจะบริจาคเป็นจำนวน 235.07 บาท
4. ผู้ตอบแบบสอบถามรายงานว่าได้รับประโยชน์จากรายการ FLY WORM หนอนน้อย ผงูกล้วย ในด้านการมีรายการที่มีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็ก เยาวชนและสถาบันครอบครัว เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 100.0
5. ผู้ตอบแบบสอบถามให้คะแนนความต้องการจัดสรรเงินบริจาคแก่รายการ FLY WORM หนอนน้อย ผงูกล้วย ในด้านการมีรายการที่มีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็ก เยาวชนและสถาบันครอบครัว เฉลี่ยสูงสุด คือ 18.97/100 คะแนน โดยคิดเป็นมูลค่าเงินบริจาคเฉลี่ย 97.23 บาท
6. ผู้ตอบแบบสอบถามที่เต็มใจที่จะบริจาคให้รายการ FLY WORM หนอนน้อย ผงูกล้วย มีเหตุผลที่เต็มใจบริจาค คือ รายการนี้มีประโยชน์ต่อสังคมและประเทศไทยโดยรวม เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 60.87 และมีเหตุผลที่ไม่เต็มใจจะบริจาค คือ เป็นหน้าที่ของหน่วยงานรัฐที่ต้องสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 41.67

**ตารางที่ 11.115 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ FLY WORM หนอนน้อยผจญภัย
จำแนกตามการเคยรับชมหรือรู้จักรายการ**

การเคยรับชมหรือรู้จักรายการ	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
ไม่เคยรับชม/ไม่รู้จัก	45	54.22
เคยรับชม/รู้จัก	38	45.78

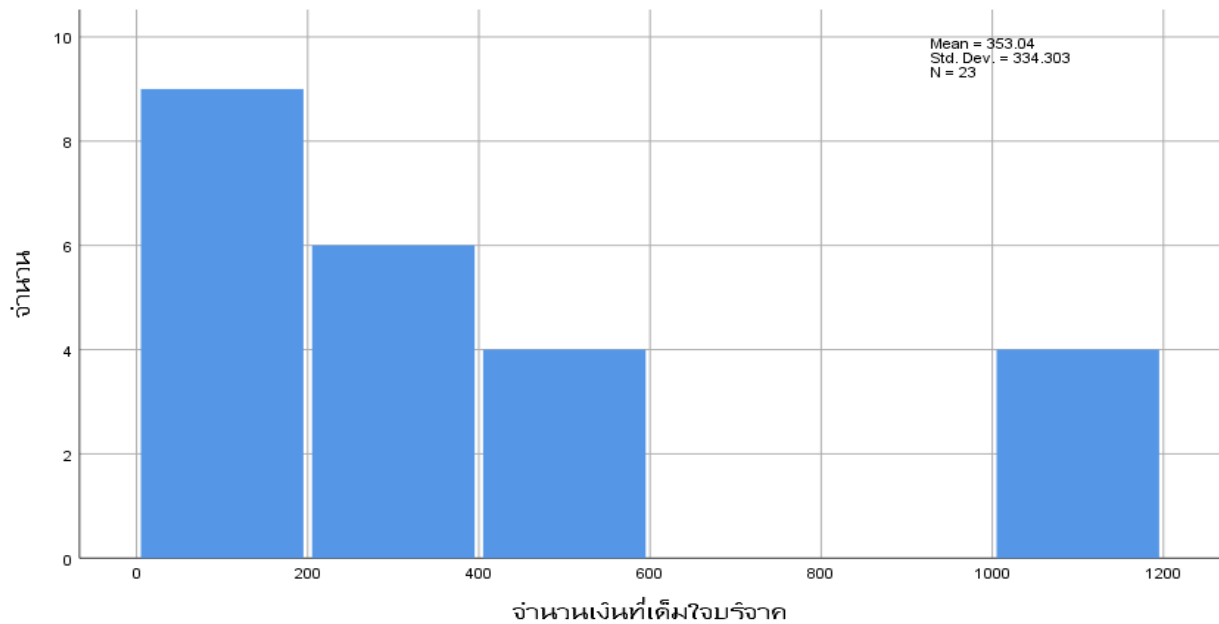
**ตารางที่ 11.116 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ FLY WORM หนอนน้อยผจญภัย
จำแนกตามสัดส่วนของการรับชมรายการ เพื่อประเมินความเต็มใจบริจาค**

สัดส่วนของการรับชมรายการ เพื่อประเมินความเต็มใจบริจาค	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
ไม่เกิน 25%	3	3.61
25 - 50 %	14	16.87
50 - 75 %	23	27.71
71 - 100 %	43	51.81

**ตารางที่ 11.117 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ FLY WORM หนอนน้อย
ผจญภัย ตามความเต็มใจบริจาค**

ความเต็มใจบริจาคและจำนวนเงินที่เต็มใจบริจาค	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
ไม่เต็มใจบริจาค	60	72.29
1 - 100 บาท	9	10.84
101 - 200 บาท	2	2.41
มากกว่า 200 บาท	12	14.46
<i>ค่าเฉลี่ย</i>	<i>97.83</i>	
<i>ค่าต่ำสุด</i>	<i>0.00</i>	
<i>ค่าสูงสุด</i>	<i>1,000.00</i>	
<i>ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน</i>	<i>235.07</i>	

แผนภาพที่ 11.10 การกระจายตัวของจำนวนเงินเฉลี่ยที่เต็มใจบริจาคในรายการ
 FLY WORM หนอนน้อยผจญภัย



ตารางที่ 11.118 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ FLY WORM หนอนน้อยผจญภัย
 จำแนกตามประโยชน์ที่ได้รับจากรายการในแต่ละด้าน

ประโยชน์ที่ได้รับจากรายการในแต่ละด้าน	ไม่ได้รับ		ได้รับ	
	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง
ได้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	4.35	1	95.65	22
เข้าใจความแตกต่างและความหลากหลายในสังคม	21.74	5	78.26	18
เข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต	17.39	4	82.61	19
ได้รับการปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม	21.74	5	78.26	18
ได้แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต	26.09	6	73.91	17
นำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน	21.74	5	78.26	18
มีรายการที่ส่งเสริมพัฒนาการและการเรียนรู้สำหรับเด็กและเยาวชน	4.35	1	95.65	22
มีรายการที่มีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็ก เยาวชน และสถาบันครอบครัว	0.00	0	100.00	23
ด้านอื่นๆ ประโยชน์และความรู้	91.30	21	8.70	2

โดยการประเมินสัดส่วนที่ต้องการบริจาคในด้านต่างๆ 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 11.119 ค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ FLY WORM หอนอนน้อยผจญภัย จำแนกตามการประเมินสัดส่วนที่ต้องการบริจาคในด้านต่างๆ และการประเมินมูลค่าเงินบริจาคในแต่ละด้าน เฉพาะผู้ตอบแบบสอบถามที่ยินดีบริจาคให้รายการในด้านต่างๆ

การจัดสรรเงินบริจาคเพื่อพัฒนาประโยชน์ในด้านต่างๆ	สัดส่วนเฉลี่ย	มูลค่าเงินบริจาคเฉลี่ย (บาท)
ได้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหาอาหารรายการ	15.12	71.96
เข้าใจความแตกต่างและความหลากหลายในสังคม	9.34	18.72
เข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต	11.74	35.04
ได้รับการปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม	10.23	20.44
ได้แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต	8.67	18.11
นำเนื้อหาอาหารรายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน	8.83	17.33
มีรายการที่ส่งเสริมพัฒนาการและการเรียนรู้สำหรับเด็กและเยาวชน	16.19	71.92
มีรายการที่มีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็ก เยาวชนและสถาบันครอบครัว	18.97	97.23
ด้านอื่นๆ	0.91	2.29
รวม (เฉพาะผู้ยินดีบริจาคเพื่อประโยชน์ในด้านต่างๆ จำนวน 23 คน)	100.00	353.04

ตารางที่ 11.120 ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ FLY WORM หนอนน้อยผจญภัย จำแนกตาม เหตุผลที่เต็มใจจะบริจาคและไม่เต็มใจจะบริจาค

เหตุผลที่เต็มใจจะบริจาคและไม่เต็มใจจะบริจาค	ร้อยละ
เหตุผลที่เต็มใจจะบริจาค	
ประชาชนทุกคนควรมีส่วนร่วมในการสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ	21.74
เนื้อหารายการนี้มีความจำเป็นเร่งด่วนในสังคมไทย	4.35
รายการนี้มีประโยชน์ต่อตนเองและครอบครัวโดยตรง	13.04
รายการนี้มีประโยชน์ต่อสังคมและประเทศไทยโดยรวม	60.87
เหตุผลที่ไม่เต็มใจจะบริจาค	
รายได้ไม่เพียงพอ	18.33
รายการไม่มีประโยชน์ต่อตนเองและครอบครัว	3.33
เป็นหน้าที่ของหน่วยงานรัฐที่ต้องสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ	41.67
รายการต้องเกิดขึ้นแน่นอน ถึงแม้ว่าจะไม่บริจาค	28.33
รายการไม่ใช่เรื่องจำเป็นเร่งด่วนในสังคมไทย	8.33

10) Happy Family

รายการ Happy Family เป็นประเภทรายการสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว มีผู้ตอบแบบสอบถามในรายการดังกล่าวจำนวน 86 ราย โดยมีรายละเอียดผลการวิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคมของผู้ตอบและการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรายการ ดังนี้

10.1) การวิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคม

จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ Happy Family จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส จำนวนบุตร สมาชิกในครัวเรือน และรายได้ครัวเรือน ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคมพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถามในรายการดังกล่าว โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนของเพศชายสูงกว่าเพศหญิง (ร้อยละ 51.16 และ 48.84 ตามลำดับ) ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างมีอายุระหว่าง 31-40 ปีเป็นสัดส่วนสูงที่สุด (ร้อยละ 36.05) และกลุ่มตัวอย่างมากกว่าครึ่งมีระดับการศึกษาสูงสุดคือระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 52.33) รวมไปถึงประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขายสูงสุด และข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจสูงสุด (ร้อยละ 26.74) กลุ่มตัวอย่างแต่งงานมีบุตร สัดส่วนสูงที่สุด (ร้อยละ 46.51) และกลุ่มตัวอย่างไม่มีบุตรเป็นสัดส่วนสูงที่สุด (ร้อยละ 51.66) รวมไปถึงอาศัยอยู่ในครัวเรือนที่มีสมาชิกระหว่าง 3-5 คน สูงสุด (ร้อยละ 82.56) และส่วนใหญ่มีรายได้ครัวเรือน 20,000 ขึ้นไป/เดือน

ผู้ตอบแบบสอบถามในรายการดังกล่าวมีสัดส่วนที่อาศัยอยู่ในภาคกลางสูงที่สุด (ร้อยละ 30.23) รองลงมาคือภาคเหนือ และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (ร้อยละ 22.09 และ 19.77 ตามลำดับ) (ตารางที่ 11.122) ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย 4-5 ชั่วโมงต่อสัปดาห์เป็นสัดส่วนสูงที่สุด (ร้อยละ 36.05) และรับชมรายการที่มีเนื้อหาเป็นประโยชน์ต่อประชาชนทั่วไปเป็นสัดส่วนสูงที่สุด (ร้อยละ 41.62)

ตารางที่ 11.121 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ Happy Family จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส จำนวนบุตร สมาชิกในครัวเรือน และรายได้ครัวเรือน

ลักษณะเศรษฐกิจสังคมของผู้ตอบแบบสอบถาม รายการ Happy Family	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
ข้อมูลทั่วไปด้านคุณลักษณะพื้นฐาน		
เพศ		
ชาย	44	51.16
หญิง	42	48.84
อายุ		
20 ปีหรือน้อยกว่า	3	3.49
21-30 ปี	24	27.91
31-40 ปี	31	36.05
41-50 ปี	21	24.42
51-60 ปี	3	3.49
มากกว่า 60 ปี	4	4.65
การศึกษา		
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	17	19.77
ปวส./อนุปริญญา	10	11.63
ปริญญาตรี	45	52.33
สูงกว่าปริญญาตรี	14	16.28
อาชีพ		
เกษตรกร/ชาวประมง	4	4.65
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	23	26.74
ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย	23	26.74
ผู้ใช้แรงงาน/รับจ้างทั่วไป	8	9.30
พนักงานบริษัทเอกชน	16	18.60
เกษียณอายุ/ว่างงาน	4	4.65
นักเรียน/นักศึกษา	8	9.30
สถานภาพสมรส		
โสด	35	40.70
แต่งงาน ไม่มีบุตร	7	8.14
แต่งงาน มีบุตร	40	46.51
หย่าร้าง/เป็นหม้าย/แยกกันอยู่	4	4.65
จำนวนบุตร		
ไม่มีบุตร	44	51.16
1 คน	20	23.26

ลักษณะเศรษฐกิจสังคมของผู้ตอบแบบสอบถาม รายการ Happy Family	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
2 คน	20	23.26
3-4 คน	2	2.33
สมาชิกในครัวเรือน		
1-2 คน	7	8.14
3-5 คน	71	82.56
6-8 คน	8	9.30
รายได้ครัวเรือน (บาท/เดือน)		
น้อยกว่า 10,000 บาท	3	3.49
10,000-19,000 บาท	18	20.93
20,000-29,999 บาท	16	18.60
30,000-39,999 บาท	18	20.93
40,000-49,999 บาท	17	19.77
50,000 บาท หรือมากกว่า	14	16.28

ตารางที่ 11.122 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ Happy Family จำแนกตามภาค

ภาค	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
กรุงเทพมหานคร	8	9.30
ภาคเหนือ	19	22.09
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	17	19.77
ภาคกลาง	26	30.23
ภาคใต้	16	18.60

ตารางที่ 11.123 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในรายการ Happy Family จำแนกตามปริมาณการรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย

ปริมาณการรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
1 ชั่วโมงต่อสัปดาห์หรือน้อยกว่า	8	9.30
2-3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	30	34.88
4-5 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	31	36.05
6-7 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	14	16.28
8 ชั่วโมงต่อสัปดาห์หรือมากกว่า	3	3.49

ตารางที่ 11.124 จำนวนและร้อยละของคำตอบผู้ตอบแบบสอบถามรายการ Happy Family จำแนกตามประเภทรายการทีวีที่รับชมเป็นประจำ (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

ประเภทรายการทีวีที่รับชมเป็นประจำ	ร้อยละ
รายการสำหรับเด็ก เยาวชนและครอบครัว	19.46
รายการที่มีเนื้อหาเป็นประโยชน์ต่อประชาชนทั่วไป	41.62
รายการสารคดีเชิงประวัติศาสตร์	12.97
รายการเสริมสร้างความรู้ เช่น ความรู้เท่าทันสื่อ	23.24
รายการสำหรับคนพิการ	2.70

10.2) การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรายการ

หากพิจารณาการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรายการ Happy Family สามารถสรุปได้ดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนการเคยรับชมหรือรู้จักรายการ Happy Family คิดเป็นร้อยละ 44.19
2. ผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนของการรับชมรายการระหว่าง 71-100% เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 52.33
3. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเต็มใจที่จะบริจาคให้รายการ Happy Family คิดเป็นร้อยละ 27.91 โดยแบ่งเป็นผู้ที่เต็มใจบริจาคเป็นจำนวนมากกว่า 200 บาท คิดเป็นร้อยละ 13.95 และเต็มใจบริจาค 1-100 บาท คิดเป็นร้อยละ 10.47 และ 101-200 บาท คิดเป็นร้อยละ 3.49 โดยมีผู้ที่เต็มใจบริจาคเป็นจำนวนเงินสูงสุดจำนวน 2,000 บาท ทั้งนี้มีค่าเฉลี่ยของจำนวนที่เต็มใจจะบริจาคเป็นจำนวน 125.69 บาท
4. ผู้ตอบแบบสอบถามรายงานว่าได้รับประโยชน์จากรายการ Happy Family ในด้านการมีรายการที่ส่งเสริมพัฒนาการและการเรียนรู้สำหรับเด็กและเยาวชน และมีรายการที่มีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็ก เยาวชนและสถาบันครอบครัว เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 100.0
5. ผู้ตอบแบบสอบถามให้คะแนนความต้องการจัดสรรเงินบริจาคแก่รายการ Happy Family ในด้านการมีรายการที่ส่งเสริมพัฒนาการและการเรียนรู้สำหรับเด็กและเยาวชนเฉลี่ยสูงสุด คือ 16.62/100 คะแนน โดยคิดเป็นมูลค่าเงินบริจาคเฉลี่ย 98.75 บาท
6. ผู้ตอบแบบสอบถามที่เต็มใจที่จะบริจาคให้รายการ Happy Family มีเหตุผลที่เต็มใจบริจาค คือ รายการนี้มีประโยชน์ต่อสังคมและประเทศไทยโดยรวม เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 41.87 และมีเหตุผลที่ไม่เต็มใจจะบริจาค คือ เป็นหน้าที่ของหน่วยงานรัฐที่ต้องสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 40.32

ตารางที่ 11.125 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ Happy Family จำแนกตามการเคยรับชมหรือรู้จักรายการ

การเคยรับชมหรือรู้จักรายการ	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
ไม่เคยรับชม/ไม่รู้จัก	48	55.81
เคยรับชม/รู้จัก	38	44.19

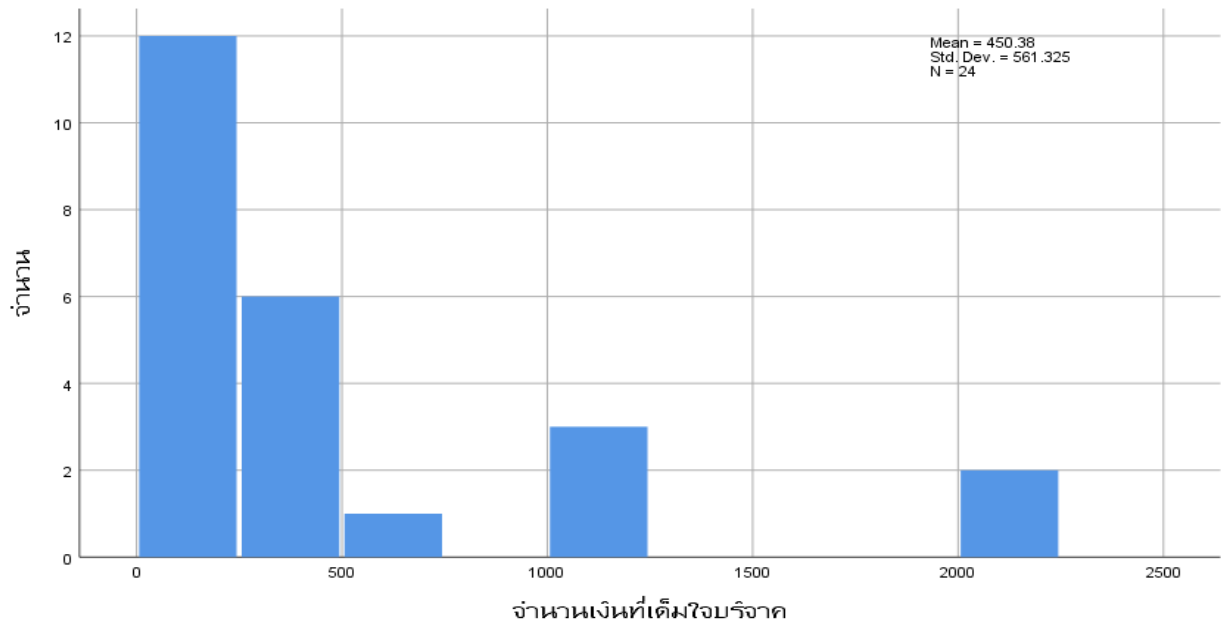
ตารางที่ 11.126 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ Happy Family จำแนกตามสัดส่วนของการรับชมรายการ เพื่อประเมินความเต็มใจบริจาค

สัดส่วนของการรับชมรายการ เพื่อประเมินความเต็มใจบริจาค	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
ไม่เกิน 25%	7	8.14
25 - 50 %	10	11.63
50 - 75 %	24	27.91
71 - 100 %	45	52.33

ตารางที่ 11.127 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ Happy Family ตามความเต็มใจบริจาค

ความเต็มใจบริจาคและจำนวนเงินที่เต็มใจบริจาค	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
ไม่เต็มใจบริจาค	62	72.09
1 - 100 บาท	9	10.47
101 - 200 บาท	3	3.49
มากกว่า 200 บาท	12	13.95
<i>ค่าเฉลี่ย</i>	<i>125.69</i>	
<i>ค่าต่ำสุด</i>	<i>0.00</i>	
<i>ค่าสูงสุด</i>	<i>2,000.00</i>	
<i>ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน</i>	<i>355.74</i>	

แผนภาพที่ 11.11 การกระจายตัวของจำนวนเงินเฉลี่ยที่เต็มใจบริจาคในรายการ Happy Family



ตารางที่ 11.128 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ Happy Family จำแนกตามประโยชน์ที่ได้รับจากรายการในแต่ละด้าน

ประโยชน์ที่ได้รับจากรายการในแต่ละด้าน	ไม่ได้รับ		ได้รับ	
	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง
ได้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	4.17	1	95.83	23
เข้าใจความแตกต่างและความหลากหลายในสังคม	25.00	6	75.00	18
เข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต	29.17	7	70.83	17
ได้รับการปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม	16.67	4	83.33	20
ได้แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต	16.67	4	83.33	20
นำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน	20.83	5	79.17	19
มีรายการที่ส่งเสริมพัฒนาการและการเรียนรู้สำหรับเด็กและเยาวชน	0.00	0	100.00	24
มีรายการที่มีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็ก เยาวชน และสถาบันครอบครัว	0.00	0	100.00	24
ด้านอื่นๆ มีประโยชน์	91.67	22	8.33	2

โดยการประเมินสัดส่วนที่ต้องการบริจาคในด้านต่างๆ 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 11.129 ค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ Happy Family จำแนกตามการประเมินสัดส่วนที่ต้องการบริจาคในด้านต่างๆ และการประเมินมูลค่าเงินบริจาคในแต่ละด้าน เฉพาะผู้ตอบแบบสอบถามที่ยินดีบริจาคให้รายการในด้านต่างๆ

การจัดสรรเงินบริจาคเพื่อพัฒนาประโยชน์ในด้านต่างๆ	สัดส่วนเฉลี่ย	มูลค่าเงินบริจาคเฉลี่ย (บาท)
ได้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	15.07	91.16
เข้าใจความแตกต่างและความหลากหลายในสังคม	9.53	37.83
เข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต	9.22	19.02
ได้รับการปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม	11.38	31.75
ได้แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต	11.15	50.89
นำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน	9.65	18.72
มีรายการที่ส่งเสริมพัฒนาการและการเรียนรู้สำหรับเด็กและเยาวชน	16.62	98.75
มีรายการที่มีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็ก เยาวชนและสถาบันครอบครัว	16.54	100.11
ด้านอื่นๆ	0.84	2.14
รวม (เฉพาะผู้ยินดีบริจาคเพื่อประโยชน์ในด้านต่างๆ จำนวน 24 คน)	100.0	450.38

**ตารางที่ 11.130 ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ Happy Family จำแนกตามเหตุผลที่เต็มใจจะ
บริจาคและไม่เต็มใจจะบริจาค**

เหตุผลที่เต็มใจจะบริจาคและไม่เต็มใจจะบริจาค	ร้อยละ
เหตุผลที่เต็มใจจะบริจาค	
ประชาชนทุกคนควรมีส่วนร่วมในการสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์ สาธารณะ	29.17
เนื้อหาของรายการนี้มีความจำเป็นเร่งด่วนในสังคมไทย	4.17
รายการนี้มีประโยชน์ต่อตนเองและครอบครัวโดยตรง	25.00
รายการนี้มีประโยชน์ต่อสังคมและประเทศไทยโดยรวม	41.67
เหตุผลที่ไม่เต็มใจจะบริจาค	
รายได้ไม่เพียงพอ	17.74
รายการไม่มีประโยชน์ต่อตนเองและครอบครัว	3.23
เป็นหน้าที่ของหน่วยงานรัฐที่ต้องสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์ สาธารณะ	40.32
รายการต้องเกิดขึ้นแน่นอน ถึงแม้ว่าจะไม่บริจาค	25.81
รายการไม่ใช่เรื่องจำเป็นเร่งด่วนในสังคมไทย	12.90

2.2 รายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะเกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสาร 5G

รายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะเกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสาร 5G ประกอบด้วย 4 รายการ ได้แก่ (1) 5G New life, New Change (2) 5G 24 ชั่วโมง (3) 5G Smart Life และ (4) 5G Freedom ซึ่ง มีรายละเอียดผลการวิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคมของผู้ตอบและการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรายการ ดังนี้

2.2.1 การวิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคมในภาพรวมของผู้ตอบแบบสอบถามรายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะเกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสาร 5G

จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในประเภทรายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะเกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสาร 5G จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส จำนวนบุตร สมาชิกในครัวเรือน และรายได้ครัวเรือน ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคมพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถามในประเภทรายการดังกล่าว โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนของเพศชายน้อยกว่าเพศหญิง (ร้อยละ 47.78 และร้อยละ 51.86 ตามลำดับ) โดยมีกลุ่มตัวอย่างอีกร้อยละ 0.36 ที่ไม่ระบุเพศ ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างมีอายุระหว่าง 31-40 ปีเป็นสัดส่วนสูงที่สุด (ร้อยละ 33.29) และกลุ่มตัวอย่างมากกว่าครึ่งมีระดับการศึกษาสูงสุดคือระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 58.08) รวมไปถึงประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย ในสัดส่วนที่สูงที่สุด (ร้อยละ 27.66) กลุ่มตัวอย่างมีสถานภาพสมรสแต่งงานและมีบุตร สัดส่วนสูงที่สุด (ร้อยละ 41.32) และกลุ่มตัวอย่างมากกว่าครึ่งไม่มีบุตร (ร้อยละ 53.89) รวมไปถึงอาศัยอยู่ในครัวเรือนที่มีสมาชิกระหว่าง 3-5 คน สูงสุด (ร้อยละ 76.17) และส่วนใหญ่มีรายได้ครัวเรือน 20,000 บาทขึ้นไป/เดือน

ผู้ตอบแบบสอบถามในรายการดังกล่าวมีสัดส่วนที่อาศัยอยู่ในภาคกลางสูงที่สุด (ร้อยละ 36.41) รองลงมาคือภาคเหนือ และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (ร้อยละ 19.40 และ 16.94 ตามลำดับ) (ตารางที่ 11.132) ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามเกือบครึ่งรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย 2-3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์เป็นสัดส่วนสูงที่สุด (ร้อยละ 38.68) และรับชมรายการที่มีเนื้อหาเป็นประโยชน์ต่อประชาชนทั่วไปเป็นสัดส่วนสูงที่สุด (ร้อยละ 39.73)

ตารางที่ 11.131 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในประเภทรายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะเกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสาร 5G จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส จำนวนบุตร สมาชิกในครัวเรือน และรายได้ครัวเรือน

ลักษณะเศรษฐกิจสังคม	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
ของผู้ตอบแบบสอบถามในประเภทรายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะเกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสาร 5G		
ข้อมูลทั่วไปด้านคุณลักษณะพื้นฐาน		
เพศ		
ชาย	399	47.78
หญิง	433	51.86
ไม่ระบุ	3	0.36
อายุ		
20 ปีหรือน้อยกว่า	34	4.07
21-30 ปี	264	31.62
31-40 ปี	278	33.29

ลักษณะเศรษฐกิจสังคม ของผู้ตอบแบบสอบถามในประเภทรายการที่เป็น ประโยชน์ต่อสาธารณะเกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสาร 5G	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
41-50 ปี	162	19.40
51-60 ปี	57	6.83
มากกว่า 60 ปี	40	4.79
การศึกษา		
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	17	2.04
มัธยมศึกษาตอนต้น	9	1.08
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	138	16.53
ปวส./อนุปริญญา	94	11.26
ปริญญาตรี	485	58.08
สูงกว่าปริญญาตรี	92	11.02
อาชีพ		
เกษตรกร/ชาวประมง	39	4.67
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	175	20.96
ลูกจ้างประจำ/พนักงานราชการ	10	1.20
ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย	231	27.66
ผู้ใช้แรงงาน/รับจ้างทั่วไป	116	13.89
พนักงานบริษัทเอกชน	155	18.56
เกษียณอายุ/ว่างงาน	39	4.67
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	3	0.36
นักเรียน/นักศึกษา	67	8.02
สถานภาพสมรส		
โสด	338	40.48
แต่งงาน ไม่มีบุตร	79	9.46
แต่งงาน มีบุตร	345	41.32
หย่าร้าง/เป็นหม้าย/แยกกันอยู่	73	8.74
จำนวนบุตร		
ไม่มีบุตร	450	53.89
1 คน	133	15.93
2 คน	206	24.67
3-4 คน	44	5.27
5 คนขึ้นไป	2	0.24
สมาชิกในครัวเรือน		
1-2 คน	97	11.62

ลักษณะเศรษฐกิจสังคม ของผู้ตอบแบบสอบถามในประเภทรายการที่เป็น ประโยชน์ต่อสาธารณะเกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสาร 5G	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
3-5 คน	636	76.17
6-8 คน	100	11.98
มากกว่า 8 คน	2	0.24
รายได้ครัวเรือน (บาท/เดือน)		
น้อยกว่า 10,000 บาท	65	7.78
10,000-19,000 บาท	146	17.49
20,000-29,999 บาท	168	20.12
30,000-39,999 บาท	173	20.72
40,000-49,999 บาท	158	18.92
50,000 บาท หรือมากกว่า	125	14.97

ตารางที่ 11.132 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในประเภทรายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะเกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสาร 5G จำแนกตามภาค

ภาค	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
กรุงเทพมหานคร	79	9.46
ภาคเหนือ	162	19.40
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	164	19.64
ภาคกลาง	304	36.41
ภาคใต้	126	15.09

ตารางที่ 11.133 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในประเภทรายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะเกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสาร 5G จำแนกตามปริมาณการรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย

ปริมาณการรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
1 ชั่วโมงต่อสัปดาห์หรือน้อยกว่า	73	8.74
2-3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	323	38.68
4-5 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	267	31.98
6-7 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	124	14.85
8 ชั่วโมงต่อสัปดาห์หรือมากกว่า	48	5.75

ตารางที่ 11.134 จำนวนและร้อยละของคำตอบผู้ตอบแบบสอบถามในประเภทรายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะเกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสาร 5G จำแนกตามประเภทรายการทีวีที่รับชมเป็นประจำ (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

ประเภทรายการทีวีที่รับชมเป็นประจำ	ร้อยละ
รายการสำหรับเด็ก เยาวชนและครอบครัว	19.54
รายการที่มีเนื้อหาเป็นประโยชน์ต่อประชาชนทั่วไป	39.73
รายการสารคดีเชิงประวัติศาสตร์	14.55
รายการเสริมสร้างความรู้ เช่น ความรู้เท่าทันสื่อ	23.30
รายการสำหรับคนพิการ	2.76
รายการเกี่ยวกับข่าว	0.06
รายการเกี่ยวกับความบันเทิงอื่นๆ	0.06

2.2.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับประเภทรายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะเกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสาร 5G

หากพิจารณาการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับในประเภทรายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะเกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสาร 5G สามารถสรุปได้ดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนการเคยรับชมหรือรู้จักในประเภทรายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะเกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสาร 5G คิดเป็นร้อยละ 56.41
2. ผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนของการรับชมรายการระหว่าง 71-100% เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 51.50
3. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเต็มใจที่จะบริจาคให้ในประเภทรายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะเกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสาร 5G คิดเป็นร้อยละ 32.98 โดยแบ่งเป็นผู้ที่เต็มใจบริจาคเป็นจำนวนมากกว่า 200 บาท คิดเป็นร้อยละ 20.24 และเต็มใจบริจาค 1-100 บาท คิดเป็นร้อยละ 5.51 และเต็มใจบริจาคจำนวน 101-200 บาท คิดเป็นร้อยละ 2.63 โดยมีผู้ที่เต็มใจบริจาคเป็นจำนวนเงินสูงสุดจำนวน 10,000 บาท ทั้งนี้มีค่าเฉลี่ยของจำนวนที่เต็มใจจะบริจาคเป็นจำนวน 371.56 บาท
4. ผู้ตอบแบบสอบถามรายงานว่าได้รับประโยชน์จากในประเภทรายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะเกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสาร 5G ในด้านการมีได้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ และ นำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 99.58
5. ผู้ตอบแบบสอบถามให้คะแนนความต้องการจัดสรรเงินบริจาคแก่ในประเภทรายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะเกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสาร 5G ในด้านการเข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต เฉลี่ยสูงสุด คือ 12.78/100 คะแนน และคิดเป็นมูลค่าเงินบริจาคเฉลี่ย 164.47 บาท
6. ผู้ตอบแบบสอบถามที่เต็มใจที่จะบริจาคให้ในประเภทรายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะเกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสาร 5G คือ รายการนี้มีประโยชน์ต่อสังคมและประเทศไทยโดยรวม เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 64.56 และมีเหตุผลที่ไม่เต็มใจจะบริจาค คือ เป็นหน้าที่ของหน่วยงานรัฐที่ต้องสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 39.13

ตารางที่ 11.135 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในประเภทรายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะเกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสาร 5G จำแนกตามการเคยรับชมหรือรู้จักรายการ

การเคยรับชมหรือรู้จักรายการ	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
ไม่เคยรับชม/ไม่รู้จัก	364	43.59
เคยรับชม/รู้จัก	471	56.41

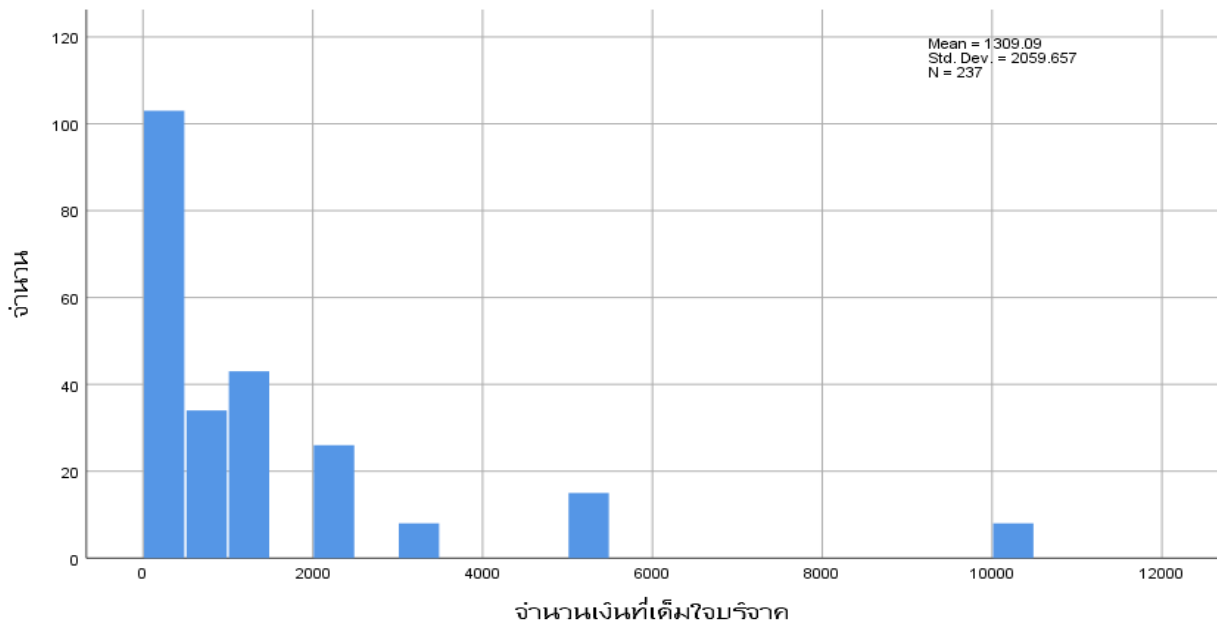
ตารางที่ 11.136 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในประเภทรายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะเกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสาร 5G จำแนกตามสัดส่วนของการรับชมรายการ เพื่อประเมินความเต็มใจบริจาค

สัดส่วนของการรับชมรายการ เพื่อประเมินความเต็มใจบริจาค	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
ไม่เกิน 25%	59	7.07
25 - 50 %	128	15.33
50 - 75 %	218	26.11
71 - 100 %	430	51.50

ตารางที่ 11.137 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามในประเภทรายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะเกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสาร 5G ตามความเต็มใจบริจาค

ความเต็มใจบริจาคและจำนวนเงินที่เต็มใจบริจาค	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
ไม่เต็มใจบริจาค	598	71.62
1 - 100 บาท	46	5.51
101 - 200 บาท	22	2.63
มากกว่า 200 บาท	169	20.24
ค่าเฉลี่ย	371.56	
ค่าต่ำสุด	0.00	
ค่าสูงสุด	10,000.00	
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	1244.67	

แผนภาพที่ 11.12 การกระจายตัวของจำนวนเงินเฉลี่ยที่เต็มใจบริจาคในประเภทรายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะเกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสาร 5G



ตารางที่ 11.138 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในประเภทรายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะเกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสาร 5G จำแนกตามประโยชน์ที่ได้รับจากรายการในแต่ละด้าน

ประโยชน์ที่ได้รับจากรายการในแต่ละด้าน	ไม่ได้รับ		ได้รับ	
	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
ได้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	0.42	1	99.58	236
เข้าใจความแตกต่างและความหลากหลายในสังคม	1.27	3	98.73	234
เข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต	1.27	3	98.73	234
ได้รับการปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม	4.22	10	95.78	227
ได้แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต	5.06	12	94.94	225
นำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน	0.42	1	99.58	236
มีรายการที่ส่งเสริมพัฒนาการและการเรียนรู้สำหรับเด็กและเยาวชน	1.69	4	98.31	233
มีรายการที่มีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็ก เยาวชน และสถาบันครอบครัว	2.11	5	97.89	232
อื่นๆ ได้ความรู้ด้าน IT เทคโนโลยี การศึกษา สังคม เสริมความรู้รอบตัว	91.56	217	8.44	20

โดยการประเมินสัดส่วนที่ต้องการบริจาคในด้านต่างๆ นั้น ผู้วิจัยคำนวณจากสูตร

คะแนนความต้องการการจัดสรรเงินบริจาคเพื่อพัฒนาประโยชน์ในด้านของแต่ละบุคคล × 100
คะแนนรวมทุกด้านของผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละคน

โดยที่ คะแนนความต้องการการจัดสรรเงินบริจาคเพื่อพัฒนาประโยชน์ในด้านของแต่ละบุคคลมีค่าตั้งแต่ 0 -10 จะนำไปหาสัดส่วนจากคะแนนรวมของทุกด้านของผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละคน ซึ่งมีจำนวนด้านที่ให้คะแนนไม่เท่ากัน แล้วจึงนำไปคูณด้วย 100 เพื่อให้มีค่าสัดส่วนอยู่ในช่วง 0 - 100 คะแนน จากนั้นจึงนำไปประเมินมูลค่าของเงินบริจาคในแต่ละด้านตามสูตรดังนี้

มูลค่าของเงินบริจาคในแต่ละด้าน = สัดส่วนที่ต้องการบริจาคในด้านต่างๆ × จำนวนเงินที่ยินดีบริจาค
100

ตารางที่ 11.139 ค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามในประเภทรายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะเกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสาร 5G จำแนกตามการประเมินสัดส่วนที่ต้องการบริจาคในด้านต่างๆ และการประเมินมูลค่าเงินบริจาคในแต่ละด้าน เฉพาะผู้ตอบแบบสอบถามที่ยินดีบริจาคให้รายการในด้านต่างๆ

การจัดสรรเงินบริจาคเพื่อพัฒนาประโยชน์ในด้านต่างๆ	สัดส่วนเฉลี่ย	มูลค่าเงินบริจาคเฉลี่ย (บาท)
ได้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	12.37	162.32
เข้าใจความแตกต่างและความหลากหลายในสังคม	12.67	167.10
เข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต	12.78	164.47
ได้รับการปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม	12.10	156.95
ได้แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต	11.59	156.12
นำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน	12.26	164.68
มีรายการที่ส่งเสริมพัฒนาการและการเรียนรู้สำหรับเด็กและเยาวชน	12.76	167.63
มีรายการที่มีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็ก เยาวชนและสถาบันครอบครัว	12.65	167.12
ด้านอื่นๆ	0.83	2.71
รวม (เฉพาะผู้ยินดีบริจาคเพื่อประโยชน์ในด้านต่างๆ จำนวน 237 คน)	100.0	1309.09

ตารางที่ 11.140 ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในประเภทรายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะเกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสาร 5G จำแนกตามเหตุผลที่เต็มใจจะบริจาคและไม่เต็มใจจะบริจาค

เหตุผลที่เต็มใจจะบริจาคและไม่เต็มใจจะบริจาค	ร้อยละ
เหตุผลที่เต็มใจจะบริจาค	
ประชาชนทุกคนควรมีส่วนร่วมในการสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ	21.52
เนื้อหารายการนี้มีความจำเป็นเร่งด่วนในสังคมไทย	6.75
รายการนี้มีประโยชน์ต่อตนเองและครอบครัวโดยตรง	7.17
รายการนี้มีประโยชน์ต่อสังคมและประเทศไทยโดยรวม	64.56
เหตุผลที่ไม่เต็มใจจะบริจาค	
รายได้ไม่เพียงพอ	26.92
รายการไม่มีประโยชน์ต่อตนเองและครอบครัว	5.52
รายการไม่มีประโยชน์ต่อสังคมและประเทศไทยโดยรวม	0.33
เป็นหน้าที่ของหน่วยงานรัฐที่ต้องสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ	39.13
รายการต้องเกิดขึ้นแน่นอน ถึงแม้ว่าจะไม่บริจาค	20.74
รายการไม่ใช่เรื่องจำเป็นเร่งด่วนในสังคมไทย	7.19
ไม่แน่ใจ	0.17

2.2.3 การวิเคราะห์ข้อมูลประเภทรายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะเกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสาร 5G จำแนกตามรายการ

1) 5G New Life, New Change

รายการ 5G New Life, New Change เป็นประเภทรายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะเกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสาร 5G มีผู้ตอบแบบสอบถามในรายการดังกล่าวจำนวน 220 ราย โดยมีรายละเอียดผลการวิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคมของผู้ตอบและการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรายการ ดังนี้

1.1) การวิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคม

จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ 5G New Life, New Change จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส จำนวนบุตร สมาชิกในครัวเรือน และรายได้ครัวเรือน ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคมพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถามในรายการดังกล่าว โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนของเพศหญิงสูงกว่าเพศชายเล็กน้อย (ร้อยละ 50.0 และร้อยละ 49.55 ตามลำดับ) โดยมีกลุ่มตัวอย่างอื่น ร้อยละ 0.45 ที่ไม่ระบุเพศ ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างมีอายุระหว่าง 31-40 ปีเป็นสัดส่วนสูงที่สุด (ร้อยละ 33.64) และกลุ่มตัวอย่างมากกว่าครึ่งมีระดับการศึกษาสูงสุดคือระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 56.36) รวมไปถึงประกอบอาชีพ ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขายสูงที่สุด (ร้อยละ 29.09) กลุ่มตัวอย่างมีสถานภาพโสด สัดส่วนสูงที่สุด (ร้อยละ 43.64) และมากกว่าครึ่งไม่มีบุตร (ร้อยละ 56.36) รวมไปถึงอาศัยอยู่ในครัวเรือนที่มีสมาชิกระหว่าง 3-5 คนสูงสุด (ร้อยละ 77.73) และส่วนใหญ่มีรายได้ครัวเรือน 20,000 ขึ้นไป/เดือน

ผู้ตอบแบบสอบถามในรายการดังกล่าวมีสัดส่วนที่อาศัยอยู่ในภาคกลางสูงที่สุด (ร้อยละ 35.00) รองลงมาคือภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (ร้อยละ 19.09 และ 18.64) ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย 2-3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์เป็นสัดส่วนสูงที่สุด (ร้อยละ 34.55) และรับชมรายการที่มีเนื้อหาเป็นประโยชน์ต่อประชาชนทั่วไปเป็นสัดส่วนสูงที่สุด (ร้อยละ 39.59)

ตารางที่ 11.141 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ 5G New Life, New Change จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส จำนวนบุตร สมาชิกในครัวเรือน และรายได้ครัวเรือน

ลักษณะเศรษฐกิจสังคมของผู้ตอบแบบสอบถาม รายการ 5G New Life, New Change	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
ข้อมูลทั่วไปด้านคุณลักษณะพื้นฐาน		
เพศ		
ชาย	109	49.55
หญิง	110	50.00
ไม่ระบุ	1	0.45
อายุ		
20 ปีหรือน้อยกว่า	7	3.18
21-30 ปี	69	31.36
31-40 ปี	74	33.64
41-50 ปี	38	17.27
51-60 ปี	20	9.09
มากกว่า 60 ปี	12	5.45
การศึกษา		
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	9	4.09
มัธยมศึกษาตอนต้น	5	2.27
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	40	18.18
ปวส./อนุปริญญา	18	8.18
ปริญญาตรี	124	56.36
สูงกว่าปริญญาตรี	24	10.91
อาชีพ		
เกษตรกร/ชาวประมง	10	4.55
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	50	22.73
ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย	64	29.09
ผู้ใช้แรงงาน/รับจ้างทั่วไป	32	14.55
พนักงานบริษัทเอกชน	34	15.45
เกษียณอายุ/ว่างงาน	14	6.36

ลักษณะเศรษฐกิจสังคมของผู้ตอบแบบสอบถาม รายการ 5G New Life, New Change	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	2	0.91
นักเรียน/นักศึกษา	14	6.36
สถานภาพสมรส		
โสด	96	43.64
แต่งงาน ไม่มีบุตร	20	9.09
แต่งงาน มีบุตร	82	37.27
หย่าร้าง/เป็นหม้าย/แยกกันอยู่	22	10.00
จำนวนบุตร		
ไม่มีบุตร	124	56.36
1 คน	37	16.82
2 คน	51	23.18
3-4 คน	8	3.64
สมาชิกในครัวเรือน		
1-2 คน	26	11.82
3-5 คน	171	77.73
6-8 คน	22	10.00
มากกว่า 8 คน	1	0.45
รายได้ครัวเรือน (บาท/เดือน)		
น้อยกว่า 10,000 บาท	22	10.00
10,000-19,000 บาท	39	17.73
20,000-29,999 บาท	41	18.64
30,000-39,999 บาท	42	19.09
40,000-49,999 บาท	42	19.09
50,000 บาท หรือมากกว่า	34	15.45

ตารางที่ 11.142 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ 5G New Life, New Change จำแนกตามภาค

ภาค	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
กรุงเทพมหานคร	20	9.09
ภาคเหนือ	42	19.09
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	41	18.64
ภาคกลาง	77	35.00
ภาคใต้	40	18.18

ตารางที่ 11.143 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในรายการ 5G New Life, New Change จำแนกตามปริมาณการรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย

ปริมาณการรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
1 ชั่วโมงต่อสัปดาห์หรือน้อยกว่า	24	10.91
2-3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	76	34.55
4-5 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	71	32.27
6-7 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	32	14.55
8 ชั่วโมงต่อสัปดาห์หรือมากกว่า	17	7.73

ตารางที่ 11.144 จำนวนและร้อยละของคำตอบผู้ตอบแบบสอบถามรายการ 5G New Life, New Change จำแนกตามประเภทรายการทีวีที่รับชมเป็นประจำ (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

ประเภทรายการทีวีที่รับชมเป็นประจำ	ร้อยละ
รายการสำหรับเด็ก เยาวชนและครอบครัว	19.68
รายการที่มีเนื้อหาเป็นประโยชน์ต่อประชาชนทั่วไป	39.59
รายการสารคดีเชิงประวัติศาสตร์	14.42
รายการเสริมสร้างความรู้ เช่น ความรู้เท่าทันสื่อ	22.88
รายการสำหรับคนพิการ	3.20
รายการเกี่ยวกับข่าว	0.23

1.2) การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรายการ

หากพิจารณาการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรายการ 5G New Life, New Change สามารถสรุปได้ดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนการเคยรับชมหรือรู้จักรายการ 5G New Life, New Change คิดเป็นร้อยละ 55.91
2. ผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนของการรับชมรายการระหว่าง 71-100% เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 50.00
3. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเต็มใจที่จะบริจาคให้รายการ 5G New Life, New Change คิดเป็นร้อยละ 27.27 โดยแบ่งเป็นผู้ที่เต็มใจบริจาคเป็นจำนวนมากกว่า 200 บาท คิดเป็นร้อยละ 19.09 และเต็มใจบริจาค 1-100 บาท คิดเป็นร้อยละ 5.45 และ 101-200 บาท คิดเป็นร้อยละ 2.73 โดยมีผู้ที่เต็มใจบริจาคเป็นจำนวนเงินสูงสุดจำนวน 10,000 บาท ทั้งนี้มีค่าเฉลี่ยของจำนวนที่เต็มใจจะบริจาคเป็นจำนวน 312.55 บาท
4. ผู้ตอบแบบสอบถามรายงานว่าได้รับประโยชน์จากรายการ 5G New Life, New Change ในด้านนำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 100.0
5. ผู้ตอบแบบสอบถามให้คะแนนความต้องการจัดสรรเงินบริจาคแก่รายการ 5G New Life, New Change ในด้านการมีรายการที่ส่งเสริมพัฒนาการและการเรียนรู้สำหรับเด็กและเยาวชนเฉลี่ยสูงสุด คือ 13.24/100 คะแนน โดยคิดเป็นมูลค่าเงินบริจาคเฉลี่ย 151.93 บาท

6. ผู้ตอบแบบสอบถามที่เต็มใจที่จะบริจาคให้รายการ 5G New Life, New Change มีเหตุผลที่เต็มใจบริจาค คือ รายการนี้มีประโยชน์ต่อสังคมและประเทศไทยโดยรวม เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 66.67 และมีเหตุผลที่ไม่เต็มใจจะบริจาค คือ เป็นหน้าที่ของหน่วยงานรัฐที่ต้องสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 40.00

ตารางที่ 11.145 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ 5G New Life, New Change จำแนกตามการเคยรับชมหรือรู้จักรายการ

การเคยรับชมหรือรู้จักรายการ	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
ไม่เคยรับชม/ไม่รู้จัก	97	44.09
เคยรับชม/รู้จัก	123	55.91

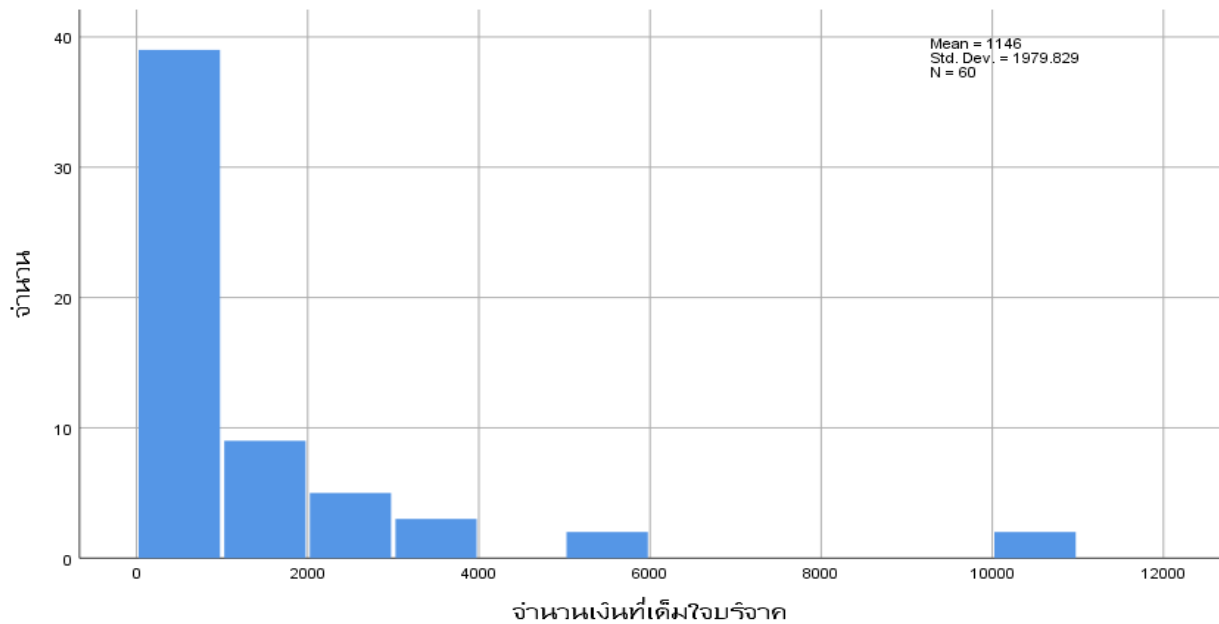
ตารางที่ 11.146 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ 5G New Life, New Change จำแนกตามสัดส่วนของการรับชมรายการ เพื่อประเมินความเต็มใจบริจาค

สัดส่วนของการรับชมรายการ เพื่อประเมินความเต็มใจบริจาค	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
ไม่เกิน 25%	22	10.00
25 - 50 %	29	13.18
50 - 75 %	59	26.82
71 - 100 %	110	50.00

ตารางที่ 11.147 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ 5G New Life, New Change ตามความเต็มใจบริจาค

ความเต็มใจบริจาคและจำนวนเงินที่เต็มใจบริจาค	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
ไม่เต็มใจบริจาค	160	72.73
1 - 100 บาท	12	5.45
101 - 200 บาท	6	2.73
มากกว่า 200 บาท	42	19.09
ค่าเฉลี่ย	312.55	
ค่าต่ำสุด	0.00	
ค่าสูงสุด	10,000.00	
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	1147.90	

แผนภาพที่ 11.13 การกระจายตัวของจำนวนเงินเฉลี่ยที่เต็มใจบริจาคใน
 รายการ 5G New Life, New Change



ตารางที่ 11.148 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ 5G New Life, New Change
 จำแนกตามประโยชน์ที่ได้รับจากรายการในแต่ละด้าน

ประโยชน์ที่ได้รับจากรายการในแต่ละด้าน	ไม่ได้รับ		ได้รับ	
	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง
ได้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	1.67	1	98.33	59
เข้าใจความแตกต่างและความหลากหลายในสังคม	3.33	2	96.67	58
เข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต	3.33	2	96.67	58
ได้รับการปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม	6.67	4	93.33	56
ได้แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต	6.67	4	93.33	56
นำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน	0.00	0	100.00	60
มีรายการที่ส่งเสริมพัฒนาการและการเรียนรู้สำหรับเด็กและเยาวชน	1.67	1	98.33	59
มีรายการที่มีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็ก เยาวชน และสถาบันครอบครัว	3.33	2	96.67	58
ด้านอื่นๆ มีประโยชน์	95.00	57	5.00	3

โดยการประเมินสัดส่วนที่ต้องการบริจาคในด้านต่างๆ 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 11.149 ค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ 5G New Life, New Change จำแนกตามการประเมินสัดส่วนที่ต้องการบริจาคในด้านต่างๆ และการประเมินมูลค่าเงินบริจาคในแต่ละด้าน เฉพาะผู้ตอบแบบสอบถามที่ยินดีบริจาคให้รายการในด้านต่างๆ

การจัดสรรเงินบริจาคเพื่อพัฒนาประโยชน์ในด้านต่างๆ	สัดส่วนเฉลี่ย	มูลค่าเงินบริจาคเฉลี่ย (บาท)
ได้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	12.32	134.62
เข้าใจความแตกต่างและความหลากหลายในสังคม	12.51	153.39
เข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต	12.61	137.98
ได้รับการปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม	11.80	136.97
ได้แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต	11.28	128.95
นำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน	12.92	151.75
มีรายการที่ส่งเสริมพัฒนาการและการเรียนรู้สำหรับเด็กและเยาวชน	13.24	151.93
มีรายการที่มีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็ก เยาวชนและสถาบันครอบครัว	12.77	149.28
ด้านอื่นๆ	0.54	1.12
รวม (เฉพาะผู้ยินดีบริจาคเพื่อประโยชน์ในด้านต่างๆ จำนวน 60 คน)	100.00	1146.00

ตารางที่ 11.150 ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ 5G New Life, New Change จำแนกตาม เหตุผลที่เต็มใจจะบริจาคและไม่เต็มใจจะบริจาค

เหตุผลที่เต็มใจจะบริจาคและไม่เต็มใจจะบริจาค	ร้อยละ
เหตุผลที่เต็มใจจะบริจาค	
ประชาชนทุกคนควรมีส่วนร่วมในการสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ	21.67
เนื้อหารายการนี้มีความจำเป็นเร่งด่วนในสังคมไทย	5.00
รายการนี้มีประโยชน์ต่อตนเองและครอบครัวโดยตรง	6.67
รายการนี้มีประโยชน์ต่อสังคมและประเทศไทยโดยรวม	66.67
เหตุผลที่ไม่เต็มใจจะบริจาค	
รายได้ไม่เพียงพอ	28.75
รายการไม่มีประโยชน์ต่อตนเองและครอบครัว	6.25
รายการไม่มีประโยชน์ต่อสังคมและประเทศไทยโดยรวม	0.63
เป็นหน้าที่ของหน่วยงานรัฐที่ต้องสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ	40.00
รายการต้องเกิดขึ้นแน่นอน ถึงแม้ว่าจะไม่บริจาค	18.13
รายการไม่ใช่เรื่องจำเป็นเร่งด่วนในสังคมไทย	6.25

2) 5G 24 ชั่วโมง

รายการ 5G 24 ชั่วโมง เป็นประเภทรายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะเกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสาร 5G มีผู้ตอบแบบสอบถามในรายการดังกล่าวจำนวน 206 ราย โดยมีรายละเอียดผลการวิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคมของผู้ตอบและการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรายการ ดังนี้

2.1) การวิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคม

ตารางที่ 11.151 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ 5G 24 ชั่วโมง จำแนกตาม เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส จำนวนบุตร สมาชิกในครัวเรือน และรายได้ครัวเรือน ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคมพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถามในรายการดังกล่าว โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนของเพศหญิงสูงกว่าเพศชายเล็กน้อย (ร้อยละ 51.94 และร้อยละ 47.57 ตามลำดับ) โดยมีกลุ่มตัวอย่างอีกร้อยละ 0.49 ที่ไม่ระบุเพศ ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างมีอายุระหว่าง 31-40 ปีเป็นสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 34.47) และกลุ่มตัวอย่างมากกว่าครึ่งมีระดับการศึกษาสูงสุดคือระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 60.68) รวมไปถึงประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขายสูงสุด (ร้อยละ 25.73) กลุ่มตัวอย่างมีสถานภาพแต่งงานและมีบุตร สัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 44.66) และประมาณครึ่งไม่มีบุตร (ร้อยละ 50.49) รวมไปถึงอาศัยอยู่ในครัวเรือนที่มีสมาชิกระหว่าง 3-5 คนสูงสุด (ร้อยละ 78.64) และส่วนใหญ่มีรายได้ครัวเรือน 20,000 ขึ้นไป/เดือน

ผู้ตอบแบบสอบถามในรายการดังกล่าวมีสัดส่วนที่อาศัยอยู่ในภาคกลางสูงสุด (ร้อยละ 36.89) รองลงมาคือภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (ร้อยละ 19.90 เท่ากัน) (ตารางที่ 11.152) ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย 2-3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์เป็นสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 36.41) และรับชมรายการที่มีเนื้อหาเป็นประโยชน์ต่อประชาชนทั่วไปเป็นสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 37.18) (ตารางที่ 11.153 และ ตารางที่ 11.154)

ตารางที่ 11.151 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ 5G 24 ชั่วโมง จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส จำนวนบุตร สมาชิกในครัวเรือน และรายได้ครัวเรือน

ลักษณะเศรษฐกิจสังคมของผู้ตอบแบบสอบถาม รายการ 5G 24 ชั่วโมง	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
ข้อมูลทั่วไปด้านคุณลักษณะพื้นฐาน		
เพศ		
ชาย	98	47.57
หญิง	107	51.94
ไม่ระบุ	1	0.49
อายุ		
20 ปีหรือน้อยกว่า	11	5.34
21-30 ปี	55	26.70
31-40 ปี	71	34.47
41-50 ปี	43	20.87
51-60 ปี	16	7.77
มากกว่า 60 ปี	10	4.85
การศึกษา		
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	3	1.46
มัธยมศึกษาตอนต้น	2	0.97
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	38	18.45
ปวส./อนุปริญญา	17	8.25
ปริญญาตรี	125	60.68
สูงกว่าปริญญาตรี	21	10.19
อาชีพ		
เกษตรกร/ชาวประมง	16	7.77
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	45	21.84
ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย	53	25.73
ผู้ใช้แรงงาน/รับจ้างทั่วไป	32	15.53
พนักงานบริษัทเอกชน	36	17.48
เกษียณอายุ/ว่างงาน	9	4.37
นักเรียน/นักศึกษา	15	7.28
สถานภาพสมรส		
โสด	78	37.86
แต่งงาน ไม่มีบุตร	17	8.25
แต่งงาน มีบุตร	92	44.66
หย่าร้าง/เป็นหม้าย/แยกกันอยู่	19	9.22

ลักษณะเศรษฐกิจสังคมของผู้ตอบแบบสอบถาม รายการ 5G 24 ชั่วโมง	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
จำนวนบุตร		
ไม่มีบุตร	104	50.49
1 คน	33	16.02
2 คน	52	25.24
3-4 คน	16	7.77
5 คนขึ้นไป	1	0.49
สมาชิกในครัวเรือน		
1-2 คน	21	10.19
3-5 คน	162	78.64
6-8 คน	23	11.17
รายได้ครัวเรือน (บาท/เดือน)		
น้อยกว่า 10,000 บาท	16	7.77
10,000-19,000 บาท	34	16.50
20,000-29,999 บาท	41	19.90
30,000-39,999 บาท	46	22.33
40,000-49,999 บาท	38	18.45
50,000 บาท หรือมากกว่า	31	15.05

ตารางที่ 11.152 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ 5G 24 ชั่วโมง จำแนกตามภาค

ภาค	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
กรุงเทพมหานคร	20	9.71
ภาคเหนือ	41	19.90
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	41	19.90
ภาคกลาง	76	36.89
ภาคใต้	28	13.59

ตารางที่ 11.153 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในรายการ 5G 24 ชั่วโมง จำแนกตามปริมาณการรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย

ปริมาณการรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
1 ชั่วโมงต่อสัปดาห์หรือน้อยกว่า	15	7.28
2-3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	75	36.41
4-5 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	71	34.47
6-7 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	33	16.02
8 ชั่วโมงต่อสัปดาห์หรือมากกว่า	12	5.83

ตารางที่ 11.154 จำนวนและร้อยละของคำตอบผู้ตอบแบบสอบถามรายการ 5G 24 ชั่วโมง จำแนกตามประเภทรายการทีวีที่รับชมเป็นประจำ (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

ประเภทรายการทีวีที่รับชมเป็นประจำ	ร้อยละ
รายการสำหรับเด็ก เยาวชนและครอบครัว	20.00
รายการที่มีเนื้อหาเป็นประโยชน์ต่อประชาชนทั่วไป	37.18
รายการสารคดีเชิงประวัติศาสตร์	14.82
รายการเสริมสร้างความรู้ เช่น ความรู้เท่าทันสื่อ	25.65
รายการสำหรับคนพิการ	2.35

2.2) การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรายการ

หากพิจารณาการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรายการ 5G 24 ชั่วโมง สามารถสรุปได้ดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนการเคยรับชมหรือรู้จักรายการ 5G 24 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 55.83
2. ผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนของการรับชมรายการระหว่าง 71-100% เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 50.49
3. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเต็มใจที่จะบริจาคให้รายการ 5G 24 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 26.70 โดยแบ่งเป็นผู้ที่เต็มใจบริจาคเป็นจำนวนมากกว่า 200 บาท คิดเป็นร้อยละ 19.42 และเต็มใจบริจาค 1-100 บาท คิดเป็นร้อยละ 5.34 และ 101-200 บาท คิดเป็นร้อยละ 1.94 โดยมีผู้ที่เต็มใจบริจาคเป็นจำนวนเงินสูงสุดจำนวน 10,000 บาท ทั้งนี้มีค่าเฉลี่ยของจำนวนที่เต็มใจจะบริจาคเป็นจำนวน 476.02 บาท
4. ผู้ตอบแบบสอบถามรายงานว่าได้รับประโยชน์จากรายการ 5G 24 ชั่วโมง ในด้านได้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ เข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต ได้รับการปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม และนำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 100.0
5. ผู้ตอบแบบสอบถามให้คะแนนความต้องการจัดสรรเงินบริจาคแก่รายการ 5G 24 ชั่วโมง ในด้านการมีรายการที่ส่งเสริมพัฒนาการและการเรียนรู้สำหรับเด็กและเยาวชน เฉลี่ยสูงสุด คือ 13.19/100 คะแนน โดยคิดเป็นมูลค่าเงินบริจาคเฉลี่ย 228.43 บาท
6. ผู้ตอบแบบสอบถามที่เต็มใจที่จะบริจาคให้รายการ 5G 24 ชั่วโมง มีเหตุผลที่เต็มใจบริจาค คือ รายการนี้มีประโยชน์ต่อสังคมและประเทศไทยโดยรวม เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 65.45 และมีเหตุผลที่ไม่เต็มใจจะบริจาค คือ เป็นหน้าที่ของหน่วยงานรัฐที่ต้องสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 38.41

ตารางที่ 11.155 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ 5G 24 ชั่วโมง จำแนกตามการเคย
รับชมหรือรู้จักรายการ

การเคยรับชมหรือรู้จักรายการ	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
ไม่เคยรับชม/ไม่รู้จัก	91	44.17
เคยรับชม/รู้จัก	115	55.83

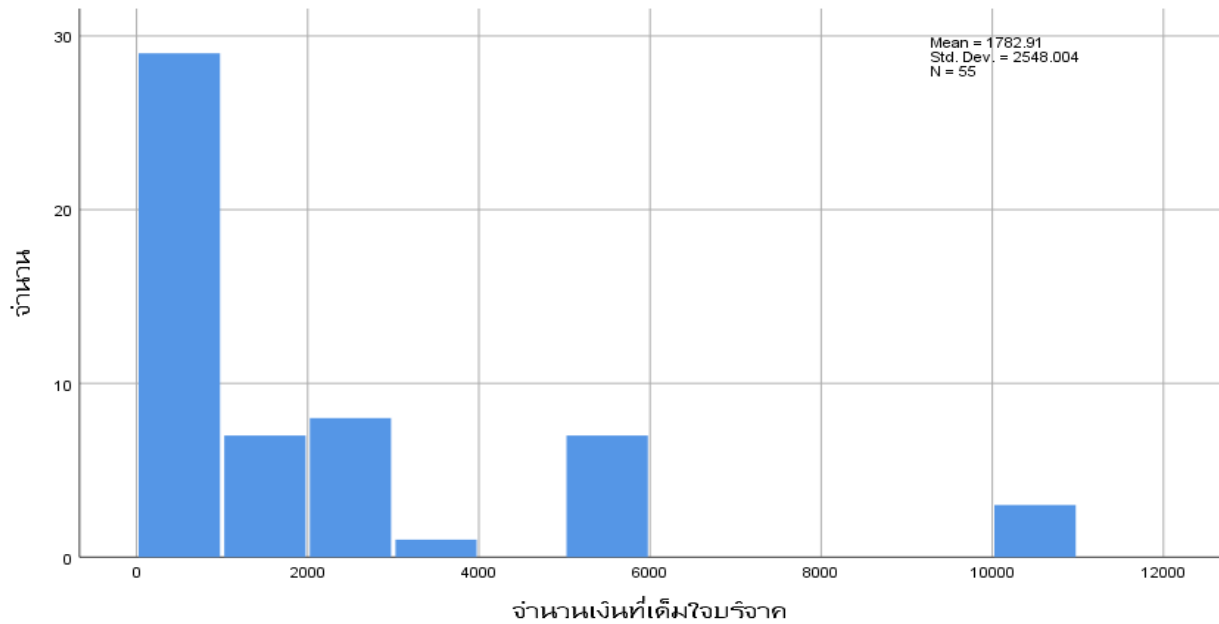
ตารางที่ 11.156 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ 5G 24 ชั่วโมง จำแนกตามสัดส่วน
ของการรับชมรายการ เพื่อประเมินความเต็มใจบริจาค

สัดส่วนของการรับชมรายการ เพื่อประเมินความเต็มใจบริจาค	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
ไม่เกิน 25%	9	4.37
25 - 50 %	29	14.08
50 - 75 %	64	31.07
71 - 100 %	104	50.49

ตารางที่ 11.157 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ 5G 24 ชั่วโมง
ตามความเต็มใจบริจาค

ความเต็มใจบริจาคและจำนวนเงินที่เต็มใจบริจาค	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
ไม่เต็มใจบริจาค	151	73.30
1 - 100 บาท	11	5.34
101 - 200 บาท	4	1.94
มากกว่า 200 บาท	40	19.42
ค่าเฉลี่ย	476.02	
ค่าต่ำสุด	0.00	
ค่าสูงสุด	10,000.00	
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	1528.17	

แผนภาพที่ 11.14 การกระจายตัวของจำนวนเงินเฉลี่ยที่เต็มใจบริจาคในรายการ 5G 24 ชั่วโมง



ตารางที่ 11.158 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ 5G 24 ชั่วโมง จำแนกตามประโยชน์ที่ได้รับจากรายการในแต่ละด้าน

ประโยชน์ที่ได้รับจากรายการในแต่ละด้าน	ไม่ได้รับ		ได้รับ	
	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง
ได้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	0.00	0	100.00	55
เข้าใจความแตกต่างและความหลากหลายในสังคม	1.82	1	98.18	54
เข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต	0.00	0	100.00	55
ได้รับการปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม	0.00	0	100.00	55
ได้แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต	1.82	1	98.18	54
นำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน	0.00	0	100.00	55
มีรายการที่ส่งเสริมพัฒนาการและการเรียนรู้สำหรับเด็กและเยาวชน	1.82	1	98.18	54
มีรายการที่มีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็ก เยาวชน และสถาบันครอบครัว	1.82	1	98.18	54
ด้านอื่นๆ ได้รับประโยชน์	94.55	52	5.45	3

โดยการประเมินสัดส่วนที่ต้องการบริจาคในด้านต่างๆ 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 11.159 ค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ 5G 24 ชั่วโมง จำแนกตามการประเมินสัดส่วนที่ต้องการบริจาคในด้านต่างๆ และการประเมินมูลค่าเงินบริจาคในแต่ละด้าน เฉพาะผู้ตอบแบบสอบถามที่ยินดีบริจาคให้รายการในด้านต่างๆ

การจัดสรรเงินบริจาคเพื่อพัฒนาประโยชน์ในด้านต่างๆ	สัดส่วนเฉลี่ย	มูลค่าเงินบริจาคเฉลี่ย (บาท)
ได้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	12.03	215.73
เข้าใจความแตกต่างและความหลากหลายในสังคม	12.00	221.11
เข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต	12.82	223.56
ได้รับการปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม	13.19	228.43
ได้แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต	12.35	228.24
นำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน	11.91	216.70
มีรายการที่ส่งเสริมพัฒนาการและการเรียนรู้สำหรับเด็กและเยาวชน	12.62	231.30
มีรายการที่มีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็ก เยาวชนและสถาบันครอบครัว	12.47	216.67
ด้านอื่นๆ	0.61	1.16
รวม (เฉพาะผู้ยินดีบริจาคเพื่อประโยชน์ในด้านต่างๆ จำนวน 55 คน)	100.00	1782.91

**ตารางที่ 11.160 ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ 5G 24 ชั่วโมง จำแนกตามเหตุผลที่เต็มใจจะ
บริจาคและไม่เต็มใจจะบริจาค**

เหตุผลที่เต็มใจจะบริจาคและไม่เต็มใจจะบริจาค	ร้อยละ
เหตุผลที่เต็มใจจะบริจาค	
ประชาชนทุกคนควรมีส่วนร่วมในการสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์ สาธารณะ	20.00
เนื้อหารายการนี้มีความจำเป็นเร่งด่วนในสังคมไทย	7.27
รายการนี้มีประโยชน์ต่อตนเองและครอบครัวโดยตรง	7.27
รายการนี้มีประโยชน์ต่อสังคมและประเทศไทยโดยรวม	65.45
เหตุผลที่ไม่เต็มใจจะบริจาค	
รายได้ไม่เพียงพอ	29.14
รายการไม่มีประโยชน์ต่อตนเองและครอบครัว	5.30
เป็นหน้าที่ของหน่วยงานรัฐที่ต้องสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์ สาธารณะ	38.41
รายการต้องเกิดขึ้นแน่นอน ถึงแม้ว่าจะไม่บริจาค	19.21
รายการไม่ใช่เรื่องจำเป็นเร่งด่วนในสังคมไทย	7.95

3) 5G Smart Life

รายการ 5G Smart Life เป็นประเภทรายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะเกี่ยวกับเทคโนโลยีการ
สื่อสาร 5G มีผู้ตอบแบบสอบถามในรายการดังกล่าวจำนวน 206 ราย โดยมีรายละเอียดผลการวิเคราะห์
ลักษณะเศรษฐกิจสังคมของผู้ตอบและการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรายการ ดังนี้

3.1) การวิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคม

จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ 5G Smart Life จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา
อาชีพ สถานภาพสมรส จำนวนบุตร สมาชิกในครัวเรือน และรายได้ครัวเรือน ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ลักษณะ
เศรษฐกิจสังคมพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถามในรายการดังกล่าว โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนของเพศ
หญิงสูงกว่าเพศชายเล็กน้อย (ร้อยละ 51.21 และร้อยละ 48.79 ตามลำดับ) ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างมีอายุระหว่าง
21-30 ปีเป็นสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 35.27) และกลุ่มตัวอย่างมากกว่าครึ่งมีระดับการศึกษาสูงสุดคือระดับ
ปริญญาตรี (ร้อยละ 53.62) รวมไปถึงประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขายสูงสุด (ร้อยละ 26.09)
กลุ่มตัวอย่างมีสถานภาพโสด แต่งงานและมีบุตร สัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 40.58 เท่ากัน) และประมาณครึ่ง
ไม่มีบุตร (ร้อยละ 54.59) รวมไปถึงอาศัยอยู่ในครัวเรือนที่มีสมาชิกระหว่าง 3-5 คนสูงสุด (ร้อยละ 71.01)
และส่วนใหญ่มีรายได้ครัวเรือน 20,000 ขึ้นไป/เดือน

ผู้ตอบแบบสอบถามในรายการดังกล่าวมีสัดส่วนที่อาศัยอยู่ในภาคกลางสูงสุด (ร้อยละ 37.68)
รองลงมาคือภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (ร้อยละ 19.32 และ 19.81 ตามลำดับ) ทั้งนี้ผู้ตอบ
แบบสอบถามรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย 2-3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์เป็นสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 39.61) และรับชม
รายการที่มีเนื้อหาเป็นประโยชน์ต่อประชาชนทั่วไปเป็นสัดส่วนสูงสุด

ตารางที่ 11.161 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ 5G Smart Life จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส จำนวนบุตร สมาชิกในครัวเรือน และรายได้ครัวเรือน

ลักษณะเศรษฐกิจสังคมของผู้ตอบแบบสอบถาม รายการ 5G Smart Life	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
ข้อมูลทั่วไปด้านคุณลักษณะพื้นฐาน		
เพศ		
ชาย	101	48.79
หญิง	106	51.21
อายุ		
20 ปีหรือน้อยกว่า	7	3.38
21-30 ปี	73	35.27
31-40 ปี	66	31.88
41-50 ปี	39	18.84
51-60 ปี	12	5.80
มากกว่า 60 ปี	10	4.83
การศึกษา		
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	5	2.42
มัธยมศึกษาตอนต้น	1	0.48
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	40	19.32
ปวส./อนุปริญญา	27	13.04
ปริญญาตรี	111	53.62
สูงกว่าปริญญาตรี	23	11.11
อาชีพ		
เกษตรกร/ชาวประมง	8	3.86
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	39	18.84
ลูกจ้างประจำ/พนักงานราชการ	5	2.42
ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย	54	26.09
ผู้ใช้แรงงาน/รับจ้างทั่วไป	32	15.46
พนักงานบริษัทเอกชน	42	20.29
เกษียณอายุ/ว่างงาน	8	3.86
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	1	0.48
นักเรียน/นักศึกษา	18	8.70
สถานภาพสมรส		
โสด	84	40.58
แต่งงาน ไม่มีบุตร	21	10.14
แต่งงาน มีบุตร	84	40.58

ลักษณะเศรษฐกิจสังคมของผู้ตอบแบบสอบถาม รายการ 5G Smart Life	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
หย่าร้าง/เป็นหม้าย/แยกกันอยู่	18	8.70
จำนวนบุตร		
ไม่มีบุตร	113	54.59
1 คน	30	14.49
2 คน	50	24.15
3-4 คน	13	6.28
5 คนขึ้นไป	1	0.48
สมาชิกในครัวเรือน		
1-2 คน	31	14.98
3-5 คน	147	71.01
6-8 คน	29	14.01
รายได้ครัวเรือน (บาท/เดือน)		
น้อยกว่า 10,000 บาท	18	8.70
10,000-19,000 บาท	40	19.32
20,000-29,999 บาท	37	17.87
30,000-39,999 บาท	43	20.77
40,000-49,999 บาท	37	17.87
50,000 บาท หรือมากกว่า	32	15.46

ตารางที่ 11.162 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ 5G Smart Life จำแนกตามภาค

ภาค	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
กรุงเทพมหานคร	19	9.18
ภาคเหนือ	40	19.32
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	41	19.81
ภาคกลาง	78	37.68
ภาคใต้	29	14.01

ตารางที่ 11.163 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในรายการ 5G Smart Life จำแนกตามปริมาณการรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย

ปริมาณการรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
1 ชั่วโมงต่อสัปดาห์หรือน้อยกว่า	16	7.73
2-3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	82	39.61
4-5 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	66	31.88
6-7 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	32	15.46
8 ชั่วโมงต่อสัปดาห์หรือมากกว่า	11	5.31

ตารางที่ 11.164 จำนวนและร้อยละของคำตอบผู้ตอบแบบสอบถามรายการ 5G Smart Life จำแนกตามประเภทรายการทีวีที่รับชมเป็นประจำ (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

ประเภทรายการทีวีที่รับชมเป็นประจำ	ร้อยละ
รายการสำหรับเด็ก เยาวชนและครอบครัว	20.79
รายการที่มีเนื้อหาเป็นประโยชน์ต่อประชาชนทั่วไป	40.89
รายการสารคดีเชิงประวัติศาสตร์	14.02
รายการเสริมสร้างความรู้ เช่น ความรู้เท่าทันสื่อ	21.73
รายการสำหรับคนพิการ	2.57

3.2) การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรายการ

หากพิจารณาการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรายการ 5G Smart Life สามารถสรุปได้ดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนการเคยรับชมหรือรู้จักรายการ 5G Smart Life คิดเป็นร้อยละ 58.45
2. ผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนของการรับชมรายการระหว่าง 71-100% เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 53.14
3. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเต็มใจที่จะบริจาคให้รายการ 5G Smart Life คิดเป็นร้อยละ 26.70 โดยแบ่งเป็นผู้ที่เต็มใจบริจาคเป็นจำนวนมากกว่า 200 บาท คิดเป็นร้อยละ 21.26 และเต็มใจบริจาค 1-100 บาท คิดเป็นร้อยละ 5.31 และ 101-200 บาท คิดเป็นร้อยละ 2.90 โดยมีผู้ที่เต็มใจบริจาคเป็นจำนวนเงินสูงสุดจำนวน 10,000 บาท ทั้งนี้มีค่าเฉลี่ยของจำนวนที่เต็มใจจะบริจาคเป็นจำนวน 445.65 บาท
4. ผู้ตอบแบบสอบถามรายงานว่าได้รับประโยชน์จากรายการ 5G Smart Life ในด้านได้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ เข้าใจความแตกต่างและความหลากหลายในสังคม เข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต และนำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 100.0
5. ผู้ตอบแบบสอบถามให้คะแนนความต้องการจัดสรรเงินบริจาคแก่รายการ 5G Smart Life ในด้านการเข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต เฉลี่ยสูงสุด คือ 13.15/100 คะแนน โดยคิดเป็นมูลค่าเงินบริจาคเฉลี่ย 195.52 บาท
6. ผู้ตอบแบบสอบถามที่เต็มใจที่จะบริจาคให้รายการ 5G Smart Life มีเหตุผลที่เต็มใจบริจาค คือ รายการนี้มีประโยชน์ต่อสังคมและประเทศไทยโดยรวม เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 67.21 และมีเหตุผลที่ไม่เต็มใจจะบริจาค คือ เป็นหน้าที่ของหน่วยงานรัฐที่ต้องสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 36.99

**ตารางที่ 11.165 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ 5G Smart Life จำแนกตามการเคย
รับชมหรือรู้จักรายการ**

การเคยรับชมหรือรู้จักรายการ	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
ไม่เคยรับชม/ไม่รู้จัก	86	41.55
เคยรับชม/รู้จัก	121	58.45

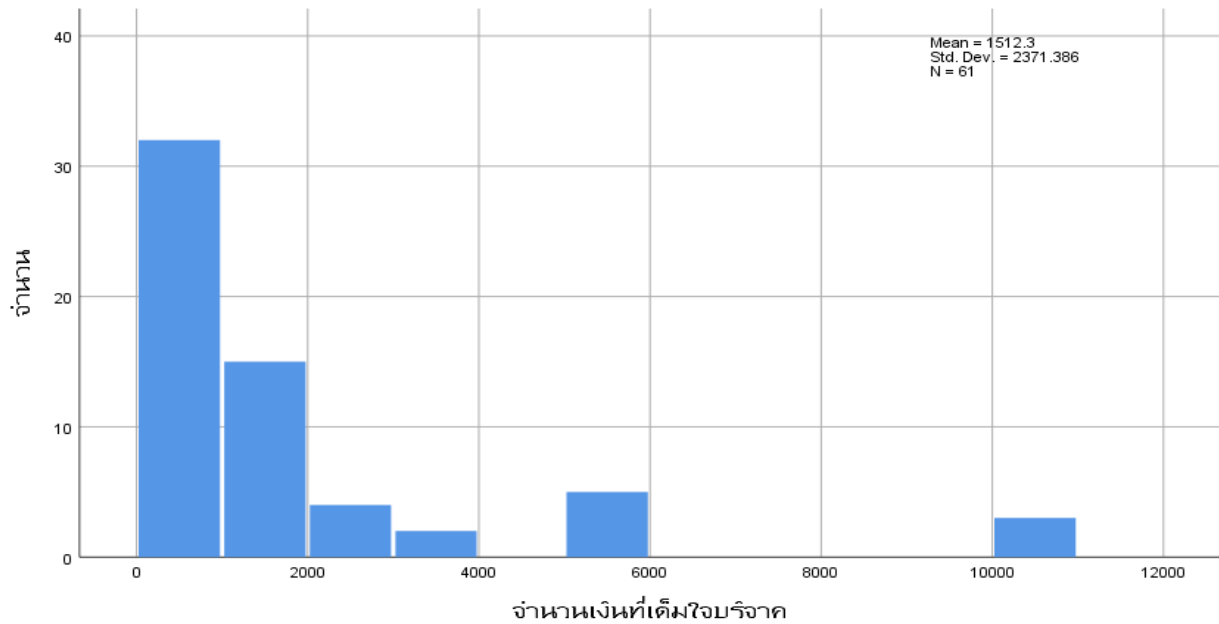
**ตารางที่ 11.166 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ 5G Smart Life จำแนกตามสัดส่วน
ของการรับชมรายการ เพื่อประเมินความเต็มใจบริจาค**

สัดส่วนของการรับชมรายการ เพื่อประเมินความเต็มใจบริจาค	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
ไม่เกิน 25%	18	8.70
25 - 50 %	37	17.87
50 - 75 %	42	20.29
71 - 100 %	110	53.14

**ตารางที่ 11.167 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ 5G Smart Life
ตามความเต็มใจบริจาค**

ความเต็มใจบริจาคและจำนวนเงินที่เต็มใจบริจาค	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
ไม่เต็มใจบริจาค	146	70.53
1 - 100 บาท	11	5.31
101 - 200 บาท	6	2.90
มากกว่า 200 บาท	44	21.26
<i>ค่าเฉลี่ย</i>	445.65	
<i>ค่าต่ำสุด</i>	0.00	
<i>ค่าสูงสุด</i>	10,000.00	
<i>ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน</i>	1454.50	

แผนภาพที่ 11.15 การกระจายตัวของจำนวนเงินเฉลี่ยที่เต็มใจบริจาคในรายการ 5G Smart Life



ตารางที่ 11.168 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ 5G Smart Life จำแนกตามประโยชน์ที่ได้รับจากรายการในแต่ละด้าน

ประโยชน์ที่ได้รับจากรายการในแต่ละด้าน	ไม่ได้รับ		ได้รับ	
	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง
ได้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	0.00	0	100.00	61
เข้าใจความแตกต่างและความหลากหลายในสังคม	0.00	0	100.00	61
เข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต	0.00	0	100.00	61
ได้รับการปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม	8.20	5	91.80	56
ได้แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต	8.20	5	91.80	56
นำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน	0.00	0	100.00	61
มีรายการที่ส่งเสริมพัฒนาการและการเรียนรู้สำหรับเด็กและเยาวชน	1.64	1	98.36	60
มีรายการที่มีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็ก เยาวชน และสถาบันครอบครัว	1.64	1	98.36	60
ด้านอื่นๆ เนื้อหาครบถ้วน ความรู้รอบตัว เทคโนโลยี	86.89	53	13.11	8

โดยการประเมินสัดส่วนที่ต้องการบริจาคในด้านต่างๆ 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 11.169 ค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ 5G Smart Life จำแนกตามการประเมินสัดส่วนที่ต้องการบริจาคในด้านต่างๆ และการประเมินมูลค่าเงินบริจาคในแต่ละด้าน เฉพาะผู้ตอบแบบสอบถามที่ยินดีบริจาคให้รายการในด้านต่างๆ

การจัดสรรเงินบริจาคเพื่อพัฒนาประโยชน์ในด้านต่างๆ	สัดส่วนเฉลี่ย	มูลค่าเงินบริจาคเฉลี่ย (บาท)
ได้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	12.54	197.79
เข้าใจความแตกต่างและความหลากหลายในสังคม	12.93	193.34
เข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต	13.15	195.52
ได้รับการปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม	11.29	165.86
ได้แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต	11.17	173.77
นำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน	12.28	190.03
มีรายการที่ส่งเสริมพัฒนาการและการเรียนรู้สำหรับเด็กและเยาวชน	12.72	189.33
มีรายการที่มีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็ก เยาวชนและสถาบันครอบครัว	12.88	201.52
ด้านอื่นๆ	1.04	5.12
รวม (เฉพาะผู้ยินดีบริจาคเพื่อประโยชน์ในด้านต่างๆ จำนวน 61 คน)	100.00	1512.30

**ตารางที่ 11.170 ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ 5G Smart Life จำแนกตามเหตุผลที่เต็มใจจะ
บริจาคและไม่เต็มใจจะบริจาค**

เหตุผลที่เต็มใจจะบริจาคและไม่เต็มใจจะบริจาค	ร้อยละ
เหตุผลที่เต็มใจจะบริจาค	
ประชาชนทุกคนควรมีส่วนร่วมในการสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์ สาธารณะ	21.31
เนื้อหารายการนี้มีความจำเป็นเร่งด่วนในสังคมไทย	6.56
รายการนี้มีประโยชน์ต่อตนเองและครอบครัวโดยตรง	4.92
รายการนี้มีประโยชน์ต่อสังคมและประเทศไทยโดยรวม	67.21
เหตุผลที่ไม่เต็มใจจะบริจาค	
รายได้ไม่เพียงพอ	26.71
รายการไม่มีประโยชน์ต่อตนเองและครอบครัว	4.79
รายการไม่มีประโยชน์ต่อสังคมและประเทศไทยโดยรวม	0.68
เป็นหน้าที่ของหน่วยงานรัฐที่ต้องสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์ สาธารณะ	36.99
รายการต้องเกิดขึ้นแน่นอน ถึงแม้ว่าจะไม่บริจาค	23.29
รายการไม่ใช่เรื่องจำเป็นเร่งด่วนในสังคมไทย	7.53

4) 5G Freedom

รายการ 5G Freedom เป็นประเภทรายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะเกี่ยวกับเทคโนโลยีการ
สื่อสาร 5G มีผู้ตอบแบบสอบถามในรายการดังกล่าวจำนวน 202 ราย โดยมีรายละเอียดผลการวิเคราะห์
ลักษณะเศรษฐกิจสังคมของผู้ตอบและการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรายการ ดังนี้

4.1) การวิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคม

จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ 5G Freedom จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา
อาชีพ สถานภาพสมรส จำนวนบุตร สมาชิกในครัวเรือน และรายได้ครัวเรือน ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ลักษณะ
เศรษฐกิจสังคมพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถามในรายการดังกล่าว โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนของเพศ
หญิงสูงกว่าเพศชายเล็กน้อย (ร้อยละ 54.46 และร้อยละ 45.05 ตามลำดับ) โดยมีกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ระบุเพศ
เป็นสัดส่วนร้อยละ 0.50 ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างมีอายุระหว่าง 21-30 ปี และ 31-40 ปีเป็นสัดส่วนสูงสุด เท่ากัน
(ร้อยละ 33.17) และกลุ่มตัวอย่างมากกว่าครึ่งมีระดับการศึกษาสูงสุดคือระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 61.88)
รวมไปถึงประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขายสูงสุด (ร้อยละ 29.70) กลุ่มตัวอย่างมีสถานภาพ
แต่งงานและมีบุตร สัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 43.07) และประมาณครึ่งไม่มีบุตร (ร้อยละ 53.96) รวมไปถึงอาศัย
อยู่ในครัวเรือนที่มีสมาชิกระหว่าง 3-5 คนสูงสุด (ร้อยละ 77.23) และส่วนใหญ่มีรายได้ครัวเรือน 20,000 ขึ้นไป/เดือน

ผู้ตอบแบบสอบถามในรายการดังกล่าวมีสัดส่วนที่อาศัยอยู่ในภาคกลางสูงสุด (ร้อยละ 36.14)
รองลงมาคือภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (ร้อยละ 19.31 และ 20.30 ตามลำดับ) ทั้งนี้ผู้ตอบ
แบบสอบถามรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย 2-3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์เป็นสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 44.55) และรับชม
รายการที่มีเนื้อหาเป็นประโยชน์ต่อประชาชนทั่วไปเป็นสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 41.3)

ตารางที่ 11.171 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ 5G Freedom จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส จำนวนบุตร สมาชิกในครัวเรือน และรายได้ครัวเรือน

ลักษณะเศรษฐกิจสังคมของผู้ตอบแบบสอบถาม รายการ 5G Freedom	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
ข้อมูลทั่วไปด้านคุณลักษณะพื้นฐาน		
เพศ		
ชาย	91	45.05
หญิง	110	54.46
ไม่ระบุ	1	0.50
อายุ		
20 ปีหรือน้อยกว่า	9	4.46
21-30 ปี	67	33.17
31-40 ปี	67	33.17
41-50 ปี	42	20.79
51-60 ปี	9	4.46
มากกว่า 60 ปี	8	3.96
การศึกษา		
มัธยมศึกษาตอนต้น	1	0.50
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	20	9.90
ปวส./อนุปริญญา	32	15.84
ปริญญาตรี	125	61.88
สูงกว่าปริญญาตรี	24	11.88
อาชีพ		
เกษตรกร/ชาวประมง	5	2.48
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	41	20.30
ลูกจ้างประจำ/พนักงานราชการ	5	2.48
ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย	60	29.70
ผู้ใช้แรงงาน/รับจ้างทั่วไป	20	9.90
พนักงานบริษัทเอกชน	43	21.29
เกษียณอายุ/ว่างงาน	8	3.96
นักเรียน/นักศึกษา	20	9.90
สถานภาพสมรส		
โสด	80	39.60
แต่งงาน ไม่มีบุตร	21	10.40
แต่งงาน มีบุตร	87	43.07
หย่าร้าง/เป็นหม้าย/แยกกันอยู่	14	6.93

ลักษณะเศรษฐกิจสังคมของผู้ตอบแบบสอบถาม รายการ 5G Freedom	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
จำนวนบุตร		
ไม่มีบุตร	109	53.96
1 คน	33	16.34
2 คน	53	26.24
3-4 คน	7	3.47
สมาชิกในครัวเรือน		
1-2 คน	19	9.41
3-5 คน	156	77.23
6-8 คน	26	12.87
มากกว่า 8 คน	1	0.50
รายได้ครัวเรือน (บาท/เดือน)		
น้อยกว่า 10,000 บาท	9	4.46
10,000-19,000 บาท	33	16.34
20,000-29,999 บาท	49	24.26
30,000-39,999 บาท	42	20.79
40,000-49,999 บาท	41	20.30
50,000 บาท หรือมากกว่า	28	13.86

ตารางที่ 11.172 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ 5G Freedom จำแนกตามภาค

ภาค	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
กรุงเทพมหานคร	20	9.90
ภาคเหนือ	39	19.31
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	41	20.30
ภาคกลาง	73	36.14
ภาคใต้	29	14.36

ตารางที่ 11.173 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในรายการ 5G Freedom จำแนกตามปริมาณการรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย

ปริมาณการรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
1 ชั่วโมงต่อสัปดาห์หรือน้อยกว่า	18	8.91
2-3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	90	44.55
4-5 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	59	29.21
6-7 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	27	13.37
8 ชั่วโมงต่อสัปดาห์หรือมากกว่า	8	3.96

ตารางที่ 11.174 จำนวนและร้อยละของคำตอบผู้ตอบแบบสอบถามรายการ 5G Freedom จำแนกตามประเภทรายการทีวีที่รับชมเป็นประจำ (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

ประเภทรายการทีวีที่รับชมเป็นประจำ	ร้อยละ
รายการสำหรับเด็ก เยาวชนและครอบครัว	17.6
รายการที่มีเนื้อหาเป็นประโยชน์ต่อประชาชนทั่วไป	41.3
รายการสารคดีเชิงประวัติศาสตร์	15.0
รายการเสริมสร้างความรู้ เช่น ความรู้เท่าทันสื่อ	22.9
รายการสำหรับคนพิการ	2.9
รายการเกี่ยวกับความบันเทิงอื่นๆ	0.2

4.2) การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรายการ

หากพิจารณาการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรายการ 5G Freedom สามารถสรุปได้ดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนการเคยรับชมหรือรู้จักรายการ 5G Freedom คิดเป็นร้อยละ 55.45
2. ผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนของการรับชมรายการระหว่าง 71-100% เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 52.48
3. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเต็มใจที่จะบริจาคให้รายการ 5G Freedom คิดเป็นร้อยละ 30.20 โดยแบ่งเป็นผู้ที่เต็มใจบริจาคเป็นจำนวนมากกว่า 200 บาท คิดเป็นร้อยละ 21.29 และเต็มใจบริจาค 1-100 บาท คิดเป็นร้อยละ 5.94 และ 101-200 บาท คิดเป็นร้อยละ 2.97 โดยมีผู้ที่เต็มใจบริจาคเป็นจำนวนเงินสูงสุดจำนวน 5,000 บาท ทั้งนี้มีค่าเฉลี่ยของจำนวนที่เต็มใจจะบริจาคเป็นจำนวน 253.39 บาท
4. ผู้ตอบแบบสอบถามรายงานว่าได้รับประโยชน์จากรายการ 5G Freedom ในด้านได้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ และเข้าใจความแตกต่างและความหลากหลายในสังคม เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 100.0
5. ผู้ตอบแบบสอบถามให้คะแนนความต้องการจัดสรรเงินบริจาคแก่รายการ 5G Freedom ในด้านการเข้าใจความแตกต่างและความหลากหลายในสังคม เฉลี่ยสูงสุด คือ 13.17/100 คะแนน โดยคิดเป็นมูลค่าเงินบริจาคเฉลี่ย 105.64 บาท
6. ผู้ตอบแบบสอบถามที่เต็มใจที่จะบริจาคให้รายการ 5G Freedom มีเหตุผลที่เต็มใจบริจาค คือ รายการนี้มีประโยชน์ต่อสังคมและประเทศไทยโดยรวม เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 59.02 และมีเหตุผลที่ไม่เต็มใจจะบริจาค คือ เป็นหน้าที่ของหน่วยงานรัฐที่ต้องสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 41.13

ตารางที่ 11.175 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ 5G Freedom จำแนกตามการเคยรับชมหรือรู้จักรายการ

การเคยรับชมหรือรู้จักรายการ	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
ไม่เคยรับชม/ไม่รู้จัก	90	44.55
เคยรับชม/รู้จัก	112	55.45

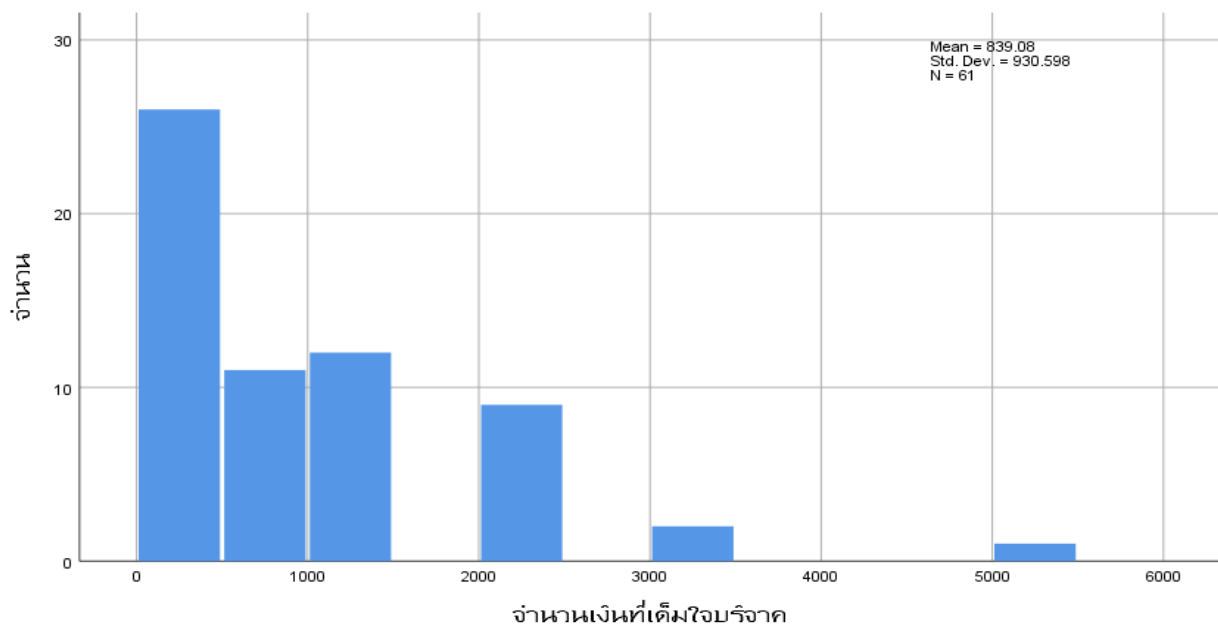
ตารางที่ 11.176 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ 5G Freedom จำแนกตามสัดส่วนของการรับชมรายการ เพื่อประเมินความเต็มใจบริจาค

สัดส่วนของการรับชมรายการ เพื่อประเมินความเต็มใจบริจาค	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
ไม่เกิน 25%	10	4.95
25 - 50 %	33	16.34
50 - 75 %	53	26.24
71 - 100 %	106	52.48

ตารางที่ 11.177 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ 5G Freedom ตามความเต็มใจบริจาค

ความเต็มใจบริจาคและจำนวนเงินที่เต็มใจบริจาค	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
ไม่เต็มใจบริจาค	141	69.80
1 - 100 บาท	12	5.94
101 - 200 บาท	6	2.97
มากกว่า 200 บาท	43	21.29
ค่าเฉลี่ย	253.39	
ค่าต่ำสุด	0.00	
ค่าสูงสุด	5,000.00	
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	638.48	

แผนภาพที่ 11.16 การกระจายตัวของจำนวนเงินเฉลี่ยที่เต็มใจบริจาคในรายการ 5G Freedom



ตารางที่ 11.178 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ 5G Freedom จำแนกตามประโยชน์ที่ได้รับจากรายการในแต่ละด้าน

ประโยชน์ที่ได้รับจากรายการในแต่ละด้าน	ไม่ได้รับ		ได้รับ	
	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง
ได้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	0.00	0	100.00	61
เข้าใจความแตกต่างและความหลากหลายในสังคม	0.00	0	100.00	61
เข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต	1.64	1	98.36	60
ได้รับการปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม	1.64	1	98.36	60
ได้แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต	3.28	2	96.72	59
นำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน	1.64	1	98.36	60
มีรายการที่ส่งเสริมพัฒนาการและการเรียนรู้สำหรับเด็กและเยาวชน	1.64	1	98.36	60
มีรายการที่มีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็ก เยาวชน และสถาบันครอบครัว	1.64	1	98.36	60
ด้านอื่นๆ เนื้อหาครบถ้วน ความรู้รอบตัว เทคโนโลยี	90.16	55	9.84	6

โดยการประเมินสัดส่วนที่ต้องการบริจาคในด้านต่างๆ 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 11.179 ค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ 5G Freedom จำแนกตามการประเมินสัดส่วนที่ต้องการบริจาคในด้านต่างๆ และการประเมินมูลค่าเงินบริจาคในแต่ละด้าน เฉพาะผู้ตอบแบบสอบถามที่ยินดีบริจาคให้รายการในด้านต่างๆ

การจัดสรรเงินบริจาคเพื่อพัฒนาประโยชน์ในด้านต่างๆ	สัดส่วนเฉลี่ย	มูลค่าเงินบริจาคเฉลี่ย (บาท)
ได้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	12.55	105.91
เข้าใจความแตกต่างและความหลากหลายในสังคม	13.17	105.64
เข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต	12.53	106.18
ได้รับการปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม	12.22	103.23
ได้แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต	11.62	100.16
นำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน	11.90	105.15
มีรายการที่ส่งเสริมพัฒนาการและการเรียนรู้สำหรับเด็กและเยาวชน	12.46	103.97
มีรายการที่มีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็ก เยาวชนและสถาบันครอบครัว	12.46	105.58
ด้านอื่น	1.09	3.26
รวม (เฉพาะผู้ยินดีบริจาคเพื่อประโยชน์ในด้านต่างๆ จำนวน 61 คน)	100.00	839.08

ตารางที่ 11.180 ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ 5G Freedom จำแนกตามเหตุผลที่เต็มใจจะบริจาคและไม่เต็มใจจะบริจาค

เหตุผลที่เต็มใจจะบริจาคและไม่เต็มใจจะบริจาค	ร้อยละ
เหตุผลที่เต็มใจจะบริจาค	
ประชาชนทุกคนควรมีส่วนร่วมในการสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ	22.95
เนื้อหารายการนี้มีความจำเป็นเร่งด่วนในสังคมไทย	8.20
รายการนี้มีประโยชน์ต่อตนเองและครอบครัวโดยตรง	9.84
รายการนี้มีประโยชน์ต่อสังคมและประเทศไทยโดยรวม	59.02
เหตุผลที่ไม่เต็มใจจะบริจาค	
รายได้ไม่เพียงพอ	22.70
รายการไม่มีประโยชน์ต่อตนเองและครอบครัว	5.67
เป็นหน้าที่ของหน่วยงานรัฐที่ต้องสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ	41.13
รายการต้องเกิดขึ้นแน่นอน ถึงแม้ว่าจะไม่บริจาค	22.70
รายการไม่ใช่เรื่องจำเป็นเร่งด่วนในสังคมไทย	7.09
ไม่แน่ใจ	0.71

2.3 รายการส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนใต้

รายการส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนใต้ ประกอบด้วย 3 รายการ ได้แก่ (1) เชื่อมใจใต้ (2) เพลินทุกจุดที่ สุดสยาม และ (3) อัสลามมุ อาลัยกุม (PEACE FOR ALL) ซึ่งมีรายละเอียดผลการวิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคมของผู้ตอบและการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรายการ ดังนี้

2.3.1 การวิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคมในภาพรวมของผู้ตอบแบบสอบถามรายการส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนใต้

จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในประเภทรายการส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนใต้ จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส จำนวนบุตร สมาชิกในครัวเรือน และรายได้ครัวเรือน ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคมพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถามในประเภทรายการดังกล่าว โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนของเพศชายน้อยกว่าเพศหญิง (ร้อยละ 47.35 และร้อยละ 52.39 ตามลำดับ) โดยมีกลุ่มตัวอย่างอีกร้อยละ 0.26 ที่ไม่ระบุเพศ ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างมีอายุระหว่าง 31-40 ปีเป็นสัดส่วนสูงที่สุด (ร้อยละ 32.60) และกลุ่มตัวอย่างมากกว่าครึ่งมีระดับการศึกษาสูงสุดคือระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 59.51) รวมไปถึงประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย ในสัดส่วนที่สูงที่สุด (ร้อยละ 27.55) กลุ่มตัวอย่างมีสถานภาพสมรสแต่งงานและมีบุตร สัดส่วนสูงที่สุด (ร้อยละ 48.90) และกลุ่มตัวอย่างเกือบครึ่งไม่มีบุตร (ร้อยละ 48.12) รวมไปถึงอาศัยอยู่ในครัวเรือนที่มีสมาชิกระหว่าง 3-5 คนสูงสุด (ร้อยละ 79.56) และส่วนใหญ่มีรายได้ครัวเรือน 20,000 บาทขึ้นไป/เดือน

ผู้ตอบแบบสอบถามในรายการดังกล่าวมีสัดส่วนที่อาศัยอยู่ในภาคกลางสูงที่สุด (ร้อยละ 34.15) รองลงมาคือภาคเหนือ และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (ร้อยละ 20.44 และ 21.35 ตามลำดับ) ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามเกือบครึ่งรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย 2-3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์เป็นสัดส่วนสูงที่สุด (ร้อยละ 38.68) และรับชมรายการที่มีเนื้อหาเป็นประโยชน์ต่อประชาชนทั่วไปเป็นสัดส่วนสูงที่สุด (ร้อยละ 40.17)

ตารางที่ 11.181 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในประเภทรายการส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนใต้ จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส จำนวนบุตร สมาชิกในครัวเรือน และรายได้ครัวเรือน

ลักษณะเศรษฐกิจสังคม ของผู้ตอบแบบสอบถามในประเภทรายการส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนใต้	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
ข้อมูลทั่วไปด้านคุณลักษณะพื้นฐาน		
เพศ		
ชาย	366	47.35
หญิง	405	52.39
ไม่ระบุ	2	0.26
อายุ		
20 ปีหรือน้อยกว่า	17	2.20
21-30 ปี	225	29.11

ลักษณะเศรษฐกิจสังคม ของผู้ตอบแบบสอบถามในประเภทรายการส่งเสริมการ พัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่จังหวัด ชายแดนใต้	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
31-40 ปี	252	32.60
41-50 ปี	185	23.93
51-60 ปี	56	7.24
มากกว่า 60 ปี	38	4.92
การศึกษา		
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	5	0.65
มัธยมศึกษาตอนต้น	6	0.78
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	128	16.56
ปวส./อนุปริญญา	97	12.55
ปริญญาตรี	460	59.51
สูงกว่าปริญญาตรี	77	9.96
อาชีพ		
เกษตรกร/ชาวประมง	16	2.07
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	174	22.51
ลูกจ้างประจำ/พนักงานราชการ	15	1.94
ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย	213	27.55
ผู้ใช้แรงงาน/รับจ้างทั่วไป	106	13.71
พนักงานบริษัทเอกชน	154	19.92
เกษียณอายุ/ว่างงาน	39	5.05
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	8	1.03
นักเรียน/นักศึกษา	48	6.21
สถานภาพสมรส		
โสด	254	32.86
แต่งงาน ไม่มีบุตร	85	11.00
แต่งงาน มีบุตร	378	48.90
หย่าร้าง/เป็นหม้าย/แยกกันอยู่	56	7.24
จำนวนบุตร		
ไม่มีบุตร	372	48.12
1 คน	155	20.05
2 คน	208	26.91
3-4 คน	38	4.92

ลักษณะเศรษฐกิจสังคม ของผู้ตอบแบบสอบถามในประเภทรายการส่งเสริมการ พัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่จังหวัด ชายแดนใต้	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
สมาชิกในครัวเรือน		
1-2 คน	62	8.02
3-5 คน	615	79.56
6-8 คน	96	12.42
รายได้ครัวเรือน (บาท/เดือน)		
น้อยกว่า 10,000 บาท	29	3.75
10,000-19,000 บาท	149	19.28
20,000-29,999 บาท	168	21.73
30,000-39,999 บาท	153	19.79
40,000-49,999 บาท	147	19.02
50,000 บาท หรือมากกว่า	127	16.43

ตารางที่ 11.182 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในประเภทรายการส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนใต้ จำแนกตามภาค

ภาค	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
กรุงเทพมหานคร	69	8.93
ภาคเหนือ	158	20.44
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	165	21.35
ภาคกลาง	264	34.15
ภาคใต้	117	15.14

ตารางที่ 11.183 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในประเภทรายการส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนใต้ จำแนกตามปริมาณการรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย

ปริมาณการรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
1 ชั่วโมงต่อสัปดาห์หรือน้อยกว่า	53	6.86
2-3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	299	38.68
4-5 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	239	30.92
6-7 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	134	17.34
8 ชั่วโมงต่อสัปดาห์หรือมากกว่า	48	6.21

ตารางที่ 11.184 จำนวนและร้อยละของคำตอบผู้ตอบแบบสอบถามในประเภทรายการส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนใต้ จำแนกตามประเภทรายการทีวีที่รับชมเป็นประจำ (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

ประเภทรายการทีวีที่รับชมเป็นประจำ	ร้อยละ
รายการสำหรับเด็ก เยาวชนและครอบครัว	20.73
รายการที่มีเนื้อหาเป็นประโยชน์ต่อประชาชนทั่วไป	40.17
รายการสารคดีเชิงประวัติศาสตร์	14.06
รายการเสริมสร้างความรู้ เช่น ความรู้เท่าทันสื่อ	22.56
รายการสำหรับคนพิการ	2.42
รายการเกี่ยวกับความบันเทิงอื่นๆ	0.06

2.3.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับประเภทรายการส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนใต้

หากพิจารณาการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับในประเภทรายการส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนใต้ สามารถสรุปได้ดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนการเคยรับชมหรือรู้จักในประเภทรายการส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนใต้ คิดเป็นร้อยละ 52.01
2. ผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนของการรับชมรายการระหว่าง 71-100% เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 54.98
3. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเต็มใจที่จะบริจาคให้ในประเภทรายการส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนใต้ คิดเป็นร้อยละ 26.65 โดยแบ่งเป็นผู้ที่เต็มใจบริจาคเป็นจำนวนมากกว่า 200 บาท คิดเป็นร้อยละ 18.37 และเต็มใจบริจาค 1-100 บาท คิดเป็นร้อยละ 6.34 และเต็มใจบริจาคจำนวน 101-200 บาท คิดเป็นร้อยละ 1.94 โดยมีผู้ที่เต็มใจบริจาคเป็นจำนวนเงินสูงสุดจำนวน 5,000 บาท ทั้งนี้มีค่าเฉลี่ยของจำนวนที่เต็มใจจะบริจาคเป็นจำนวน 188.31 บาท
4. ผู้ตอบแบบสอบถามรายงานว่าได้รับประโยชน์จากในประเภทรายการส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนใต้ ในด้านการมีได้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ และ เข้าใจความแตกต่างและความหลากหลายในสังคม เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 99.03
5. ผู้ตอบแบบสอบถามให้คะแนนความต้องการจัดสรรเงินบริจาคแก่ในประเภทรายการส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนใต้ ในด้านการเข้าใจความแตกต่างและความหลากหลายในสังคมเฉลี่ยสูงสุด คือ 16.57/100 คะแนน และคิดเป็นมูลค่าเงินบริจาคเฉลี่ย 135.49 บาท
6. ผู้ตอบแบบสอบถามที่เต็มใจที่จะบริจาคให้ในประเภทรายการส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนใต้ คือ รายการนี้มีประโยชน์ต่อสังคมและประเทศไทยโดยรวม เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 63.11 และมีเหตุผลที่ไม่เต็มใจจะบริจาค คือ เป็นหน้าที่ของหน่วยงานรัฐที่ต้องสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 46.03

ตารางที่ 11.185 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในประเภทรายการส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนใต้ จำแนกตามการเคยรับชมหรือรู้จักรายการ

การเคยรับชมหรือรู้จักรายการ	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
ไม่เคยรับชม/ไม่รู้จัก	371	47.99
เคยรับชม/รู้จัก	402	52.01

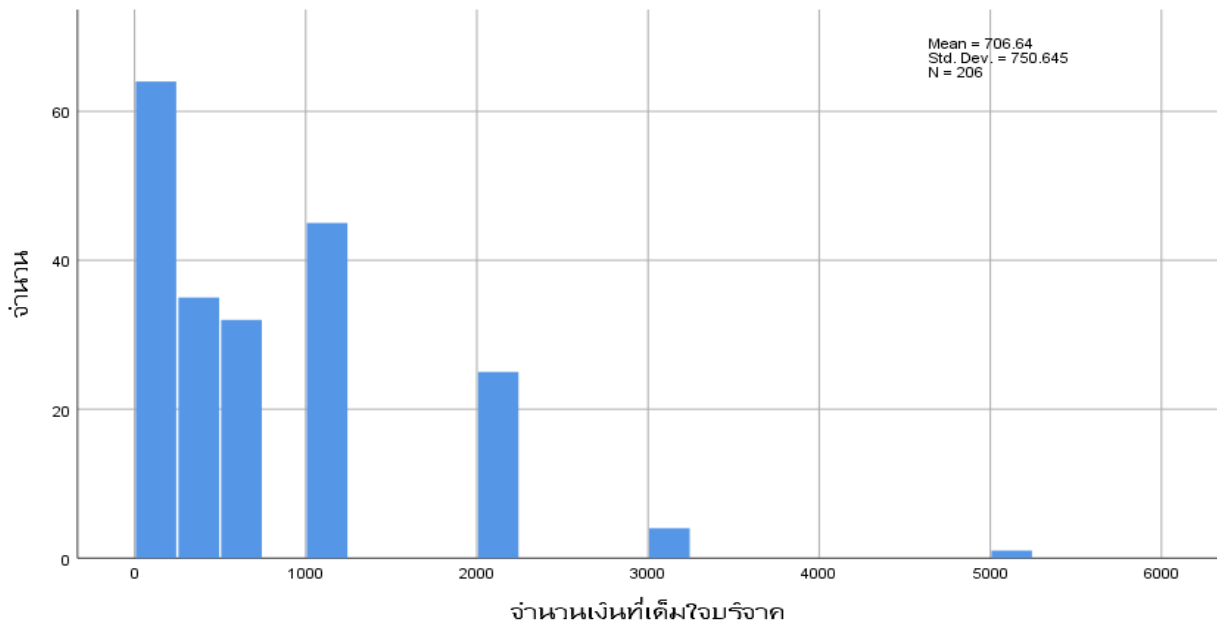
ตารางที่ 11.186 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในประเภทรายการส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนใต้ จำแนกตามสัดส่วนของการรับชมรายการ เพื่อประเมินความเต็มใจบริจาค

สัดส่วนของการรับชมรายการ เพื่อประเมินความเต็มใจบริจาค	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
ไม่เกิน 25%	37	4.79
25 - 50 %	90	11.64
50 - 75 %	221	28.59
71 - 100 %	425	54.98

ตารางที่ 11.187 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามในประเภทรายการส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนใต้ ตามความเต็มใจบริจาค

ความเต็มใจบริจาคและจำนวนเงินที่เต็มใจบริจาค	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
ไม่เต็มใจบริจาค	567	73.35
1 - 100 บาท	49	6.34
101 - 200 บาท	15	1.94
มากกว่า 200 บาท	142	18.37
ค่าเฉลี่ย	188.31	
ค่าต่ำสุด	0.00	
ค่าสูงสุด	5000.00	
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	497.35	

แผนภาพที่ 11.17 การกระจายตัวของจำนวนเงินเฉลี่ยที่เต็มใจบริจาคในประเภทรายการส่งเสริมการ
 พัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนใต้



ตารางที่ 11.188 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในประเภทรายการส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพ
 ชีวิตของประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนใต้ จำแนกตามประโยชน์ที่ได้รับจากรายการในแต่ละด้าน

ประโยชน์ที่ได้รับจากรายการในแต่ละด้าน	ไม่ได้รับ		ได้รับ	
	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง
ได้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	0.97	2	99.03	204
เข้าใจความแตกต่างและความหลากหลายในสังคม	0.97	2	99.03	204
เข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต	2.91	6	97.09	200
ได้รับการปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม	28.64	59	71.36	147
ได้แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต	39.81	82	60.19	124
นำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน	32.52	67	67.48	139
มีรายการที่ส่งเสริมพัฒนาการและการเรียนรู้สำหรับเด็กและเยาวชน	17.48	36	82.52	170
มีรายการที่มีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็ก เยาวชน และสถาบันครอบครัว	34.95	72	65.05	134
อื่นๆ เรียนรู้วิถีชีวิต วัฒนธรรม ศาสนา การศึกษา ความไม่สงบใน ภาคใต้	84.47	174	15.53	32

โดยการประเมินสัดส่วนที่ต้องการบริจาคในด้านต่างๆ 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 11.189 ค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามในประเภทรายการส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนใต้ จำแนกตามการประเมินสัดส่วนที่ต้องการบริจาคในด้านต่างๆ และการประเมินมูลค่าเงินบริจาคในแต่ละด้าน เฉพาะผู้ตอบแบบสอบถามที่ยินดีบริจาคให้รายการในด้านต่างๆ

การจัดสรรเงินบริจาคเพื่อพัฒนาประโยชน์ในด้านต่างๆ	สัดส่วนเฉลี่ย	มูลค่าเงินบริจาคเฉลี่ย (บาท)
ได้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	16.27	127.79
เข้าใจความแตกต่างและความหลากหลายในสังคม	16.57	135.49
เข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต	15.95	128.30
ได้รับการปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม	10.16	62.24
ได้แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต	8.04	43.08
นำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน	8.68	57.02
มีรายการที่ส่งเสริมพัฒนาการและการเรียนรู้สำหรับเด็กและเยาวชน	12.93	96.27
มีรายการที่มีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็ก เยาวชนและสถาบันครอบครัว	8.81	46.22
ด้านอื่นๆ	2.10	10.22
รวม (เฉพาะผู้ยินดีบริจาคเพื่อประโยชน์ในด้านต่างๆ จำนวน xx คน)	100.00	706.63

ตารางที่ 11.190 ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในประเภทรายการส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนใต้ จำแนกตามเหตุผลที่เต็มใจจะบริจาคและไม่เต็มใจจะบริจาค

เหตุผลที่เต็มใจจะบริจาคและไม่เต็มใจจะบริจาค	ร้อยละ
เหตุผลที่เต็มใจจะบริจาค	
ประชาชนทุกคนควรมีส่วนร่วมในการสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ	26.21
เนื้อหารายการนี้มีความจำเป็นเร่งด่วนในสังคมไทย	4.85
รายการนี้มีประโยชน์ต่อตนเองและครอบครัวโดยตรง	5.83
รายการนี้มีประโยชน์ต่อสังคมและประเทศไทยโดยรวม	63.11
เหตุผลที่ไม่เต็มใจจะบริจาค	
รายได้ไม่เพียงพอ	18.17
รายการไม่มีประโยชน์ต่อตนเองและครอบครัว	7.23
รายการไม่มีประโยชน์ต่อสังคมและประเทศไทยโดยรวม	0.35
เป็นหน้าที่ของหน่วยงานรัฐที่ต้องสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ	46.03
รายการต้องเกิดขึ้นแน่นอน ถึงแม้ว่าจะไม่บริจาค	22.05
รายการไม่ใช่เรื่องจำเป็นเร่งด่วนในสังคมไทย	6.17

2.3.3 การวิเคราะห์ข้อมูลประเภทรายการส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนใต้ จำแนกตามรายการ

1) เชื่อมใจได้

รายการ เชื่อมใจได้ เป็นประเภทรายการส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนใต้ มีผู้ตอบแบบสอบถามในรายการดังกล่าวจำนวน 261 ราย โดยมีรายละเอียดผลการวิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคมของผู้ตอบและการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรายการ ดังนี้

1.1) การวิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคม

จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ เชื่อมใจได้ จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส จำนวนบุตร สมาชิกในครัวเรือน และรายได้ครัวเรือน ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคมพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถามในรายการดังกล่าว โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนของเพศหญิงสูงกว่าเพศชายเล็กน้อย (ร้อยละ 53.26 และร้อยละ 46.74 ตามลำดับ) ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างมีอายุ 31-40 ปีเป็นสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 31.03) และกลุ่มตัวอย่างมากกว่าครึ่งมีระดับการศึกษาสูงสุดคือระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 61.69) รวมไปถึงประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขายสูงสุด (ร้อยละ 26.82) กลุ่มตัวอย่างมีสถานภาพสมรสแต่งงานและมีบุตร สัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 50.19) และประมาณครึ่งไม่มีบุตร (ร้อยละ 46.36) รวมไปถึงอาศัยอยู่ในครัวเรือนที่มีสมาชิกระหว่าง 3-5 คนสูงสุด (ร้อยละ 81.23) และส่วนใหญ่มีรายได้ครัวเรือน 20,000 ขึ้นไป/เดือน

ผู้ตอบแบบสอบถามในรายการดังกล่าวมีสัดส่วนที่อาศัยอยู่ในภาคกลางสูงสุด (ร้อยละ 34.48) รองลงมาคือภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคเหนือ (ร้อยละ 21.07 และ 19.92 ตามลำดับ) ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย 2-3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์เป็นสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 37.93) และรับชมรายการที่มีเนื้อหาเป็นประโยชน์ต่อประชาชนทั่วไปเป็นสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 39.39)

ตารางที่ 11.191 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการเชื่อมโยงใจใต้ จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส จำนวนบุตร สมาชิกในครัวเรือน และรายได้ครัวเรือน

ลักษณะเศรษฐกิจสังคมของผู้ตอบแบบสอบถาม รายการเชื่อมโยงใจใต้	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
ข้อมูลทั่วไปด้านคุณลักษณะพื้นฐาน		
เพศ		
ชาย	122	46.74
หญิง	139	53.26
อายุ		
20 ปีหรือน้อยกว่า	10	3.83
21-30 ปี	72	27.59
31-40 ปี	81	31.03
41-50 ปี	64	24.52
51-60 ปี	22	8.43
มากกว่า 60 ปี	12	4.60
การศึกษา		
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	2	0.77
มัธยมศึกษาตอนต้น	2	0.77
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	40	15.33
ปวส./อนุปริญญา	30	11.49
ปริญญาตรี	161	61.69
สูงกว่าปริญญาตรี	26	9.96
อาชีพ		
เกษตรกร/ชาวประมง	6	2.30
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	57	21.84
ลูกจ้างประจำ/พนักงานราชการ	5	1.92
ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย	70	26.82
ผู้ใช้แรงงาน/รับจ้างทั่วไป	36	13.79
พนักงานบริษัทเอกชน	50	19.16
เกษียณอายุ/ว่างงาน	12	4.60
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	2	0.77
นักเรียน/นักศึกษา	23	8.81
สถานภาพสมรส		
โสด	83	31.80
แต่งงาน ไม่มีบุตร	27	10.34
แต่งงาน มีบุตร	131	50.19

ลักษณะเศรษฐกิจสังคมของผู้ตอบแบบสอบถาม รายการเชื่อมโยงใจใต้	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
หย่าร้าง/เป็นหม้าย/แยกกันอยู่	20	7.66
จำนวนบุตร		
ไม่มีบุตร	121	46.36
1 คน	56	21.46
2 คน	70	26.82
3-4 คน	14	5.36
สมาชิกในครัวเรือน		
1-2 คน	18	6.90
3-5 คน	212	81.23
6-8 คน	31	11.88
รายได้ครัวเรือน (บาท/เดือน)		
น้อยกว่า 10,000 บาท	13	4.98
10,000-19,000 บาท	47	18.01
20,000-29,999 บาท	56	21.46
30,000-39,999 บาท	53	20.31
40,000-49,999 บาท	49	18.77
50,000 บาท หรือมากกว่า	43	16.48

ตารางที่ 11.192 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการเชื่อมโยงใจใต้ จำแนกตามภาค

ภาค	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
กรุงเทพมหานคร	23	8.81
ภาคเหนือ	52	19.92
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	55	21.07
ภาคกลาง	90	34.48
ภาคใต้	41	15.71

ตารางที่ 11.193 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในรายการเชื่อมโยงใจใต้ จำแนกตามปริมาณการรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย

ปริมาณการรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
1 ชั่วโมงต่อสัปดาห์หรือน้อยกว่า	19	7.28
2-3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	99	37.93
4-5 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	81	31.03
6-7 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	45	17.24
8 ชั่วโมงต่อสัปดาห์หรือมากกว่า	17	6.51

ตารางที่ 11.194 จำนวนและร้อยละของคำตอบผู้ตอบแบบสอบถามรายการเชื่อมโยงใจใต้ จำแนกตามประเภทรายการทีวีที่รับชมเป็นประจำ (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

ประเภทรายการทีวีที่รับชมเป็นประจำ	ร้อยละ
รายการสำหรับเด็ก เยาวชนและครอบครัว	22.92
รายการที่มีเนื้อหาเป็นประโยชน์ต่อประชาชนทั่วไป	39.39
รายการสารคดีเชิงประวัติศาสตร์	13.92
รายการเสริมสร้างความรู้ เช่น ความรู้เท่าทันสื่อ	21.05
รายการสำหรับคนพิการ	2.55
รายการเกี่ยวกับความบันเทิงอื่นๆ	0.17

1.2) การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรายการ

หากพิจารณาการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรายการ เชื่อมใจใต้ สามารถสรุปได้ดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนการเคยรับชมหรือรู้จักรายการ เชื่อมใจใต้ คิดเป็นร้อยละ 51.72
2. ผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนของการรับชมรายการระหว่าง 71-100% เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 51.72
3. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเต็มใจที่จะบริจาคให้รายการ เชื่อมใจใต้ คิดเป็นร้อยละ 27.59 โดยแบ่งเป็นผู้ที่เต็มใจบริจาคเป็นจำนวนมากกว่า 200 บาท คิดเป็นร้อยละ 18.01 และเต็มใจบริจาค 1-100 บาท คิดเป็นร้อยละ 7.66 และ 101-200 บาท คิดเป็นร้อยละ 1.92 โดยมีผู้ที่เต็มใจบริจาคเป็นจำนวนเงินสูงสุดจำนวน 3,000 บาท ทั้งนี้มีค่าเฉลี่ยของจำนวนที่เต็มใจจะบริจาคเป็นจำนวน 182.37 บาท
4. ผู้ตอบแบบสอบถามรายงานว่าได้รับประโยชน์รายการ เชื่อมใจใต้ ในด้านได้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ และเข้าใจความแตกต่างและความหลากหลายในสังคม เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 98.61
5. ผู้ตอบแบบสอบถามให้คะแนนความต้องการจัดสรรเงินบริจาคแก่รายการ เชื่อมใจใต้ ในด้านการเข้าใจความแตกต่างและความหลากหลายในสังคม เฉลี่ยสูงสุด คือ 15.40/100 คะแนน โดยคิดเป็นมูลค่าเงินบริจาคเฉลี่ย 111.69 บาท
6. ผู้ตอบแบบสอบถามที่เต็มใจที่จะบริจาคให้รายการ เชื่อมใจใต้ มีเหตุผลที่เต็มใจบริจาค คือ รายการนี้มีประโยชน์ต่อสังคมและประเทศไทยโดยรวม เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 66.67 และมีเหตุผลที่ไม่เต็มใจจะบริจาค คือ เป็นหน้าที่ของหน่วยงานรัฐที่ต้องสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 48.68

ตารางที่ 11.195 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการเชื่อมโยงใจใต้ จำแนกตามการเคยรับชมหรือรู้จักรายการ

การเคยรับชมหรือรู้จักรายการ	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
ไม่เคยรับชม/ไม่รู้จัก	126	48.28
เคยรับชม/รู้จัก	135	51.72

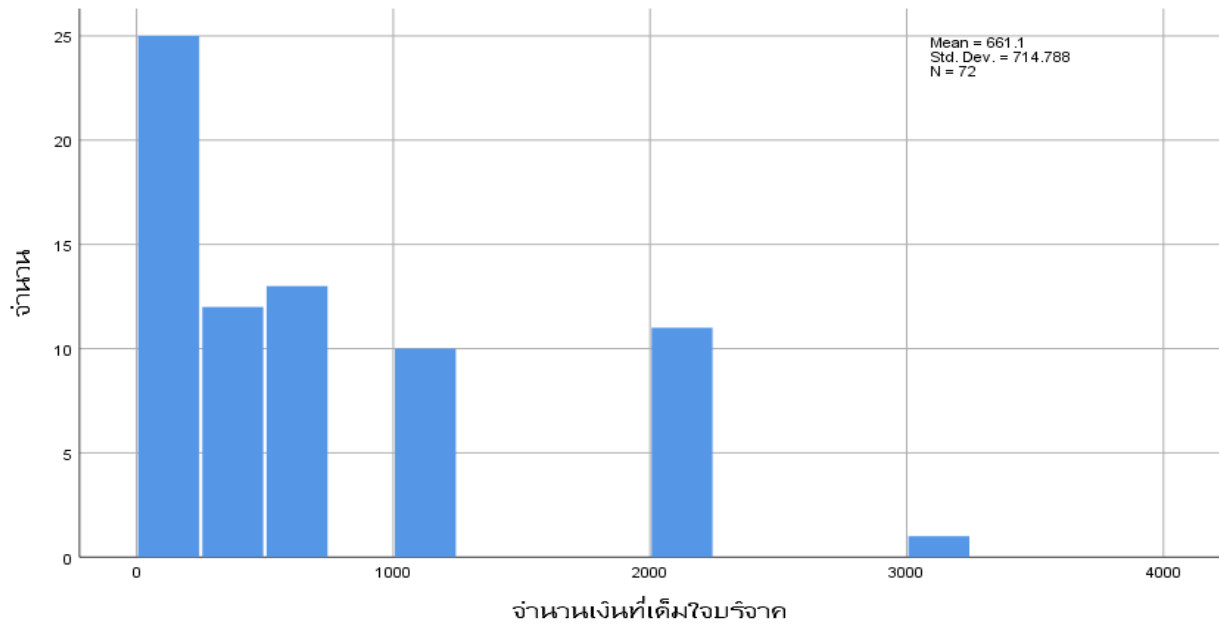
ตารางที่ 11.196 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการเชื่อมโยงใจใต้ จำแนกตามสัดส่วนของการรับชมรายการ เพื่อประเมินความเต็มใจบริจาค

สัดส่วนของการรับชมรายการ เพื่อประเมินความเต็มใจบริจาค	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
ไม่เกิน 25%	17	6.51
25 - 50 %	35	13.41
50 - 75 %	74	28.35
71 - 100 %	135	51.72

ตารางที่ 11.197 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามรายการเชื่อมโยงใจใต้ ตามความเต็มใจบริจาค

ความเต็มใจบริจาคและจำนวนเงินที่เต็มใจบริจาค	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
ไม่เต็มใจบริจาค	189	72.41
1 - 100 บาท	20	7.66
101 - 200 บาท	5	1.92
มากกว่า 200 บาท	47	18.01
ค่าเฉลี่ย	182.37	
ค่าต่ำสุด	0.00	
ค่าสูงสุด	3,000.00	
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	476.62	

แผนภาพที่ 11.18 การกระจายตัวของจำนวนเงินเฉลี่ยที่เต็มใจบริจาคในรายการเชื่อมโยงใจใต้



ตารางที่ 11.19 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการเชื่อมโยงใจใต้ จำแนกตามประโยชน์ที่ได้รับจากรายการในแต่ละด้าน

ประโยชน์ที่ได้รับจากรายการในแต่ละด้าน	ไม่ได้รับ		ได้รับ	
	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง
ได้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	1.39	1	98.61	71
เข้าใจความแตกต่างและความหลากหลายในสังคม	1.39	1	98.61	71
เข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต	2.78	2	97.22	70
ได้รับการปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม	5.56	4	94.44	68
ได้แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต	15.28	11	84.72	61
นำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน	22.22	16	77.78	56
มีรายการที่ส่งเสริมพัฒนาการและการเรียนรู้สำหรับเด็กและเยาวชน	38.89	28	61.11	44
มีรายการที่มีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็ก เยาวชน และสถาบันครอบครัว	38.89	28	61.11	44
ด้านอื่นๆ เข้าใจมุมมองของคนได้ การศึกษา การใช้ชีวิต ปัญหาไฟใต้	83.33	60	16.67	12

โดยการประเมินสัดส่วนที่ต้องการบริจาคในด้านต่างๆ 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 11.199 ค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามรายการเชื่อมโยงใจใต้ จำแนกตามการประเมินสัดส่วนที่ต้องการบริจาคในด้านต่างๆ และการประเมินมูลค่าเงินบริจาคในแต่ละด้าน เฉพาะผู้ตอบแบบสอบถามที่ยินดีบริจาคให้รายการในด้านต่างๆ

การจัดสรรเงินบริจาคเพื่อพัฒนาประโยชน์ในด้านต่างๆ	สัดส่วนเฉลี่ย	มูลค่าเงินบริจาคเฉลี่ย (บาท)
ได้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	14.43	104.72
เข้าใจความแตกต่างและความหลากหลายในสังคม	15.40	111.69
เข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต	14.55	103.96
ได้รับการปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม	14.42	104.96
ได้แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต	12.11	93.36
นำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน	10.18	72.58
มีรายการที่ส่งเสริมพัฒนาการและการเรียนรู้สำหรับเด็กและเยาวชน	7.88	32.44
มีรายการที่มีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็ก เยาวชนและสถาบันครอบครัว	7.78	30.87
ด้านอื่นๆ	1.85	6.50
รวม (เฉพาะผู้ยินดีบริจาคเพื่อประโยชน์ในด้านต่างๆ จำนวน 72 คน)	100.00	661.08

ตารางที่ 11.200 ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการเชื่อมโยงใจใต้ จำแนกตามเหตุผลที่เต็มใจจะบริจาค และไม่เต็มใจจะบริจาค

เหตุผลที่เต็มใจจะบริจาคและไม่เต็มใจจะบริจาค	ร้อยละ
เหตุผลที่เต็มใจจะบริจาค	
ประชาชนทุกคนควรมีส่วนร่วมในการสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ	22.22
เนื้อหารายการนี้มีความจำเป็นเร่งด่วนในสังคมไทย	4.17
รายการนี้มีประโยชน์ต่อตนเองและครอบครัวโดยตรง	6.94
รายการนี้มีประโยชน์ต่อสังคมและประเทศไทยโดยรวม	66.67
เหตุผลที่ไม่เต็มใจจะบริจาค	
รายได้ไม่เพียงพอ	16.40
รายการไม่มีประโยชน์ต่อตนเองและครอบครัว	6.35
เป็นหน้าที่ของหน่วยงานรัฐที่ต้องสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ	48.68
รายการต้องเกิดขึ้นแน่นอน ถึงแม้ว่าจะไม่บริจาค	22.75
รายการไม่ใช่เรื่องจำเป็นเร่งด่วนในสังคมไทย	5.82

2) เพลินทุกจุดที่สุดสยาม

รายการ เพลินทุกจุดที่สุดสยาม เป็นประเภทรายการส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนใต้ มีผู้ตอบแบบสอบถามในรายการดังกล่าวจำนวน 256 ราย โดยมีรายละเอียดผลการวิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคมของผู้ตอบและการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรายการ ดังนี้

2.1) การวิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคม

จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ เพลินทุกจุดที่สุดสยาม จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส จำนวนบุตร สมาชิกในครัวเรือน และรายได้ครัวเรือน ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคมพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถามในรายการดังกล่าว โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนของเพศหญิงสูงกว่าเพศชายเล็กน้อย (ร้อยละ 51.17 และร้อยละ 48.83 ตามลำดับ) ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างมีอายุ 31-40 ปีเป็นสัดส่วนสูงที่สุด (ร้อยละ 33.98) และกลุ่มตัวอย่างมากกว่าครึ่งมีระดับการศึกษาสูงสุดคือระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 60.16) รวมไปถึงประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขายสูงที่สุด (ร้อยละ 28.91) กลุ่มตัวอย่างมีสถานภาพสมรสแต่งงานและมีบุตร สัดส่วนสูงที่สุด (ร้อยละ 49.22) และประมาณเกือบครึ่งไม่มีบุตร (ร้อยละ 48.05) รวมไปถึงอาศัยอยู่ในครัวเรือนที่มีสมาชิกระหว่าง 3-5 คนสูงสุด (ร้อยละ 79.30) และส่วนใหญ่มีรายได้ครัวเรือน 20,000 ขึ้นไป/เดือน

ผู้ตอบแบบสอบถามในรายการดังกล่าวมีสัดส่วนที่อาศัยอยู่ในภาคกลางสูงที่สุด (ร้อยละ 33.98) รองลงมาคือภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคเหนือ (ร้อยละ 21.48 และ 20.70 ตามลำดับ) ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย 2-3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์เป็นสัดส่วนสูงที่สุด (ร้อยละ 37.50) และรับชมรายการที่มีเนื้อหาเป็นประโยชน์ต่อประชาชนทั่วไปเป็นสัดส่วนสูงที่สุด (ร้อยละ 38.98)

ตารางที่ 11.201 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการเพลินทุกจุดที่สุดสยาม จำแนกตาม เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส จำนวนบุตร สมาชิกในครัวเรือน และรายได้ครัวเรือน

ลักษณะเศรษฐกิจสังคมของผู้ตอบแบบสอบถาม รายการเพลินทุกจุดที่สุดสยาม	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
ข้อมูลทั่วไปด้านคุณลักษณะพื้นฐาน		
เพศ		
ชาย	125	48.83
หญิง	131	51.17
อายุ		
20 ปีหรือน้อยกว่า	3	1.17
21-30 ปี	75	29.30
31-40 ปี	87	33.98
41-50 ปี	60	23.44
51-60 ปี	18	7.03
มากกว่า 60 ปี	13	5.08
การศึกษา		
มัธยมศึกษาตอนต้น	1	0.39
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	44	17.19
ปวส./อนุปริญญา	32	12.50
ปริญญาตรี	154	60.16
สูงกว่าปริญญาตรี	25	9.77
อาชีพ		
เกษตรกร/ชาวประมง	3	1.17
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	60	23.44
ลูกจ้างประจำ/พนักงานราชการ	5	1.95
ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย	74	28.91
ผู้ใช้แรงงาน/รับจ้างทั่วไป	31	12.11
พนักงานบริษัทเอกชน	56	21.88
เกษียณอายุ/ว่างงาน	13	5.08
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	3	1.17
นักเรียน/นักศึกษา	11	4.30
สถานภาพสมรส		
โสด	82	32.03
แต่งงาน ไม่มีบุตร	31	12.11
แต่งงาน มีบุตร	126	49.22
หย่าร้าง/เป็นหม้าย/แยกกันอยู่	17	6.64

ลักษณะเศรษฐกิจสังคมของผู้ตอบแบบสอบถาม รายการเพลินทุกจุดที่สุดสยาม	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
จำนวนบุตร		
ไม่มีบุตร	123	48.05
1 คน	52	20.31
2 คน	69	26.95
3-4 คน	12	4.69
สมาชิกในครัวเรือน		
1-2 คน	22	8.59
3-5 คน	203	79.30
6-8 คน	31	12.11
รายได้ครัวเรือน (บาท/เดือน)		
น้อยกว่า 10,000 บาท	4	1.56
10,000-19,000 บาท	49	19.14
20,000-29,999 บาท	60	23.44
30,000-39,999 บาท	51	19.92
40,000-49,999 บาท	50	19.53
50,000 บาท หรือมากกว่า	42	16.41

ตารางที่ 11.202 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการเพลินทุกจุดที่สุดสยาม จำแนกตาม
ภาค

ภาค	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
กรุงเทพมหานคร	23	8.98
ภาคเหนือ	53	20.70
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	55	21.48
ภาคกลาง	87	33.98
ภาคใต้	38	14.84

ตารางที่ 11.203 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในรายการเพลินทุกจุดที่สุดสยาม จำแนกตาม
ปริมาณการรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย

ปริมาณการรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
1 ชั่วโมงต่อสัปดาห์หรือน้อยกว่า	16	6.25
2-3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	96	37.50
4-5 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	82	32.03
6-7 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	46	17.97
8 ชั่วโมงต่อสัปดาห์หรือมากกว่า	16	6.25

ตารางที่ 11.204 จำนวนและร้อยละของคำตอบผู้ตอบแบบสอบถามรายการเพลินทุกจุดที่สุดสยาม จำแนกตามประเภทรายการทีวีที่รับชมเป็นประจำ (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

ประเภทรายการทีวีที่รับชมเป็นประจำ	ร้อยละ
รายการสำหรับเด็ก เยาวชนและครอบครัว	21.34
รายการที่มีเนื้อหาเป็นประโยชน์ต่อประชาชนทั่วไป	38.98
รายการสารคดีเชิงประวัติศาสตร์	13.40
รายการเสริมสร้างความรู้ เช่น ความรู้เท่าทันสื่อ	23.81
รายการสำหรับคนพิการ	2.47

2.2) การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรายการ

หากพิจารณาการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรายการ เพลินทุกจุดที่สุดสยาม สามารถสรุปได้ดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนการเคยรับชมหรือรู้จักรายการ เพลินทุกจุดที่สุดสยาม คิดเป็นร้อยละ 53.91
2. ผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนของการรับชมรายการระหว่าง 71-100% เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 57.81
3. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเต็มใจที่จะบริจาคให้รายการ เพลินทุกจุดที่สุดสยาม คิดเป็นร้อยละ 27.59 โดยแบ่งเป็นผู้ที่เต็มใจบริจาคเป็นจำนวนมากกว่า 200 บาท คิดเป็นร้อยละ 19.92 และเต็มใจบริจาค 1-100 บาท คิดเป็นร้อยละ 4.69 และ 101-200 บาท คิดเป็นร้อยละ 2.34 โดยมีผู้ที่เต็มใจบริจาคเป็นจำนวนเงินสูงสุดจำนวน 3,000 บาท ทั้งนี้มีค่าเฉลี่ยของจำนวนที่เต็มใจจะบริจาคเป็นจำนวน 206.05 บาท
4. ผู้ตอบแบบสอบถามรายงานว่าได้รับประโยชน์รายการ เพลินทุกจุดที่สุดสยาม ในด้านได้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ เข้าใจความแตกต่างและความหลากหลายในสังคม และเข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 100.0
5. ผู้ตอบแบบสอบถามให้คะแนนความต้องการจัดสรรเงินบริจาคแก่รายการ เพลินทุกจุดที่สุดสยาม ในด้านการเข้าใจความแตกต่างและความหลากหลายในสังคม เฉลี่ยสูงสุด คือ 19.67/100 คะแนน โดยคิดเป็นมูลค่าเงินบริจาคเฉลี่ย 181.64 บาท
6. ผู้ตอบแบบสอบถามที่เต็มใจที่จะบริจาคให้รายการ เพลินทุกจุดที่สุดสยาม มีเหตุผลที่เต็มใจบริจาค คือ รายการนี้มีประโยชน์ต่อสังคมและประเทศไทยโดยรวม เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 76.81 และมีเหตุผลที่ไม่เต็มใจจะบริจาค คือ เป็นหน้าที่ของหน่วยงานรัฐที่ต้องสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 49.20

ตารางที่ 11.205 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการเพลินทุกจุดที่สุดสยาม จำแนกตาม การเคยรับชมหรือรู้จักรายการ

การเคยรับชมหรือรู้จักรายการ	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
ไม่เคยรับชม/ไม่รู้จัก	118	46.09
เคยรับชม/รู้จัก	138	53.91

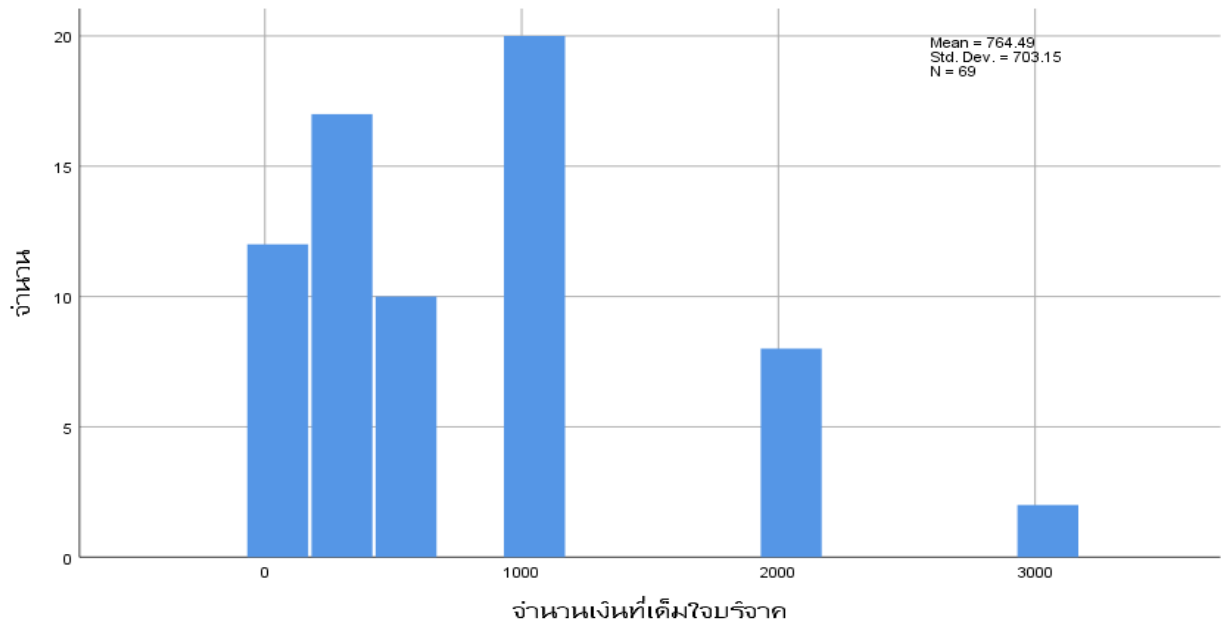
ตารางที่ 11.206 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการเพลินทุกจุดที่สุดสยาม จำแนกตาม สัดส่วนของการรับชมรายการ เพื่อประเมินความเต็มใจบริจาค

สัดส่วนของการรับชมรายการ เพื่อประเมินความเต็มใจบริจาค	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
ไม่เกิน 25%	11	4.30
25 - 50 %	33	12.89
50 - 75 %	64	25.00
71 - 100 %	148	57.81

ตารางที่ 11.207 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามรายการเพลินทุกจุดที่สุดสยาม ตามความเต็มใจบริจาค

ความเต็มใจบริจาคและจำนวนเงินที่เต็มใจบริจาค	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
ไม่เต็มใจบริจาค	187	73.05
1 - 100 บาท	12	4.69
101 - 200 บาท	6	2.34
มากกว่า 200 บาท	51	19.92
ค่าเฉลี่ย	206.05	
ค่าต่ำสุด	0.00	
ค่าสูงสุด	3,000.00	
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	497.36	

แผนภาพที่ 11.19 การกระจายตัวของจำนวนเงินเฉลี่ยที่เต็มใจบริจาคในรายการเพลินทุกจุดที่สุดสยาม



ตารางที่ 11.208 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการเพลินทุกจุดที่สุดสยาม จำแนกตามประโยชน์ที่ได้รับจากรายการในแต่ละด้าน

ประโยชน์ที่ได้รับจากรายการในแต่ละด้าน	ไม่ได้รับ		ได้รับ	
	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง
ได้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	0.00	0	100.00	69
เข้าใจความแตกต่างและความหลากหลายในสังคม	0.00	0	100.00	69
เข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต	0.00	0	100.00	69
ได้รับการปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม	53.62	37	46.38	32
ได้แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต	59.42	41	40.58	28
นำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน	57.97	40	42.03	29
มีรายการที่ส่งเสริมพัฒนาการและการเรียนรู้สำหรับเด็กและเยาวชน	8.70	6	91.30	63
มีรายการที่มีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็ก เยาวชน และสถาบันครอบครัว	53.62	37	46.38	32
ด้านอื่นๆ เรียนรู้วิถีชีวิต สังคม นำความรู้ไปให้เด็กๆ เพื่อพัฒนาทัศนคติ	85.51	59	14.49	10

โดยการประเมินสัดส่วนที่ต้องการบริจาคในด้านต่างๆ 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 11.209 ค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามรายการเพลินทุกจุดที่สุดสยาม จำแนกตามการประเมินสัดส่วนที่ต้องการบริจาคในด้านต่างๆ และการประเมินมูลค่าเงินบริจาคในแต่ละด้าน เฉพาะผู้ตอบแบบสอบถามที่ยินดีบริจาคให้รายการในด้านต่างๆ

การจัดสรรเงินบริจาคเพื่อพัฒนาประโยชน์ในด้านต่างๆ	สัดส่วนเฉลี่ย	มูลค่าเงินบริจาคเฉลี่ย (บาท)
ได้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	18.89	168.22
เข้าใจความแตกต่างและความหลากหลายในสังคม	19.67	181.64
เข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต	19.62	175.45
ได้รับการปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม	6.11	19.85
ได้แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต	4.88	14.07
นำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน	4.88	12.37
มีรายการที่ส่งเสริมพัฒนาการและการเรียนรู้สำหรับเด็กและเยาวชน	17.12	151.94
มีรายการที่มีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็ก เยาวชนและสถาบันครอบครัว	6.38	24.78
ด้านอื่นๆ	2.46	16.17
รวม (เฉพาะผู้ยินดีบริจาคเพื่อประโยชน์ในด้านต่างๆ จำนวน 69 คน)	100.00	764.49

ตารางที่ 11.210 ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการเพลินทุกจุดที่สุดสยาม จำแนกตามเหตุผลที่เต็มใจจะบริจาคและไม่เต็มใจจะบริจาค

เหตุผลที่เต็มใจจะบริจาคและไม่เต็มใจจะบริจาค	ร้อยละ
เหตุผลที่เต็มใจจะบริจาค	
ประชาชนทุกคนควรมีส่วนร่วมในการสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ	15.94
เนื้อหารายการนี้มีความจำเป็นเร่งด่วนในสังคมไทย	2.90
รายการนี้มีประโยชน์ต่อตนเองและครอบครัวโดยตรง	4.35
รายการนี้มีประโยชน์ต่อสังคมและประเทศไทยโดยรวม	76.81
เหตุผลที่ไม่เต็มใจจะบริจาค	
รายได้ไม่เพียงพอ	17.65
รายการไม่มีประโยชน์ต่อตนเองและครอบครัว	6.42
รายการไม่มีประโยชน์ต่อสังคมและประเทศไทยโดยรวม	0.53
เป็นหน้าที่ของหน่วยงานรัฐที่ต้องสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ	49.20
รายการต้องเกิดขึ้นแน่นอน ถึงแม้ว่าจะไม่บริจาค	19.79
รายการไม่ใช่เรื่องจำเป็นเร่งด่วนในสังคมไทย	6.42

3) อัสลามู อาลัยกุม (PEACE FOR ALL)

รายการ อัสลามู อาลัยกุม (PEACE FOR ALL) เป็นประเภทรายการส่งเสริมการพัฒนาคูณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนใต้ มีผู้ตอบแบบสอบถามในรายการดังกล่าวจำนวน 256 ราย โดยมีรายละเอียดผลการวิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคมของผู้ตอบและการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรายการ ดังนี้

3.1) การวิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคม

จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ อัสลามู อาลัยกุม (PEACE FOR ALL) จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส จำนวนบุตร สมาชิกในครัวเรือน และรายได้ครัวเรือน ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคมพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถามในรายการดังกล่าว โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนของเพศหญิงสูงกว่าเพศชายเล็กน้อย (ร้อยละ 52.73 และร้อยละ 46.48 ตามลำดับ) ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างมีอายุ 31-40 ปีเป็นสัดส่วนสูงที่สุด (ร้อยละ 32.81) และกลุ่มตัวอย่างมากกว่าครึ่งมีระดับการศึกษาสูงสุดคือระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 56.64) รวมไปถึงประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขายสูงที่สุด (ร้อยละ 26.95) กลุ่มตัวอย่างมีสถานภาพสมรสแต่งงานและมีบุตร สัดส่วนสูงที่สุด (ร้อยละ 47.27) และประมาณครึ่งไม่มีบุตร (ร้อยละ 50.00) รวมไปถึงอาศัยอยู่ในครัวเรือนที่มีสมาชิกระหว่าง 3-5 คนสูงที่สุด (ร้อยละ 78.13) และส่วนใหญ่มีรายได้ครัวเรือน 20,000 ขึ้นไป/เดือน

ผู้ตอบแบบสอบถามในรายการดังกล่าวมีสัดส่วนที่อาศัยอยู่ในภาคกลางสูงที่สุด (ร้อยละ 33.98) รองลงมาคือภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคเหนือ (ร้อยละ 21.48 และ 20.70 ตามลำดับ) ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย 2-3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์เป็นสัดส่วนสูงที่สุด (ร้อยละ 40.63) และรับชมรายการที่มีเนื้อหาเป็นประโยชน์ต่อประชาชนทั่วไปเป็นสัดส่วนสูงที่สุด (ร้อยละ 42.27)

ตารางที่ 11.211 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการอัลลามู อาลัยกุ่ม (PEACE FOR ALL) จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส จำนวนบุตร สมาชิกในครัวเรือน และรายได้ครัวเรือน

ลักษณะเศรษฐกิจสังคมของผู้ตอบแบบสอบถาม รายการอัลลามู อาลัยกุ่ม (PEACE FOR ALL)	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
ข้อมูลทั่วไปด้านคุณลักษณะพื้นฐาน		
เพศ		
ชาย	119	46.48
หญิง	135	52.73
ไม่ระบุ	2	0.78
อายุ		
20 ปีหรือน้อยกว่า	4	1.56
21-30 ปี	78	30.47
31-40 ปี	84	32.81
41-50 ปี	61	23.83
51-60 ปี	16	6.25
มากกว่า 60 ปี	13	5.08
การศึกษา		
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	3	1.17
มัธยมศึกษาตอนต้น	3	1.17
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	44	17.19
ปวส./อนุปริญญา	35	13.67
ปริญญาตรี	145	56.64
สูงกว่าปริญญาตรี	26	10.16
อาชีพ		
เกษตรกร/ชาวประมง	7	2.73
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	57	22.27
ลูกจ้างประจำ/พนักงานราชการ	5	1.95
ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย	69	26.95
ผู้ใช้แรงงาน/รับจ้างทั่วไป	39	15.23
พนักงานบริษัทเอกชน	48	18.75
เกษียณอายุ/ว่างงาน	14	5.47
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	3	1.17
นักเรียน/นักศึกษา	14	5.47
สถานภาพสมรส		
โสด	89	34.77
แต่งงาน ไม่มีบุตร	27	10.55
แต่งงาน มีบุตร	121	47.27

ลักษณะเศรษฐกิจสังคมของผู้ตอบแบบสอบถาม รายการอัลสลามู อาลัยกุม (PEACE FOR ALL)	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
หย่าร้าง/เป็นหม้าย/แยกกันอยู่	19	7.42
จำนวนบุตร		
ไม่มีบุตร	128	50.00
1 คน	47	18.36
2 คน	69	26.95
3-4 คน	12	4.69
สมาชิกในครัวเรือน		
1-2 คน	22	8.59
3-5 คน	200	78.13
6-8 คน	34	13.28
รายได้ครัวเรือน (บาท/เดือน)		
น้อยกว่า 10,000 บาท	12	4.69
10,000-19,000 บาท	53	20.70
20,000-29,999 บาท	52	20.31
30,000-39,999 บาท	49	19.14
40,000-49,999 บาท	48	18.75
50,000 บาท หรือมากกว่า	42	16.41

ตารางที่ 11.212 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการอัลสลามู อาลัยกุม (PEACE FOR ALL) จำแนกตามภาค

ภาค	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
กรุงเทพมหานคร	23	8.98
ภาคเหนือ	53	20.70
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	55	21.48
ภาคกลาง	87	33.98
ภาคใต้	38	14.84

ตารางที่ 11.213 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในรายการอัลสลามู อาลัยกุม (PEACE FOR ALL) จำแนกตามปริมาณการรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย

ปริมาณการรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
1 ชั่วโมงต่อสัปดาห์หรือน้อยกว่า	18	7.03
2-3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	104	40.63
4-5 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	76	29.69
6-7 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	43	16.80
8 ชั่วโมงต่อสัปดาห์หรือมากกว่า	15	5.86

ตารางที่ 11.214 จำนวนและร้อยละของคำตอบผู้ตอบแบบสอบถามรายการอัลสลามู อาลัยกุ่ม (PEACE FOR ALL) จำแนกตามประเภทรายการทีวีที่รับชมเป็นประจำ (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

ประเภทรายการทีวีที่รับชมเป็นประจำ	ร้อยละ
รายการสำหรับเด็ก เยาวชนและครอบครัว	17.69%
รายการที่มีเนื้อหาเป็นประโยชน์ต่อประชาชนทั่วไป	42.27%
รายการสารคดีเชิงประวัติศาสตร์	14.90%
รายการเสริมสร้างความรู้ เช่น ความรู้เท่าทันสื่อ	22.91%
รายการสำหรับคนพิการ	2.23%

3.2) การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรายการ

หากพิจารณาการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรายการ อัลสลามู อาลัยกุ่ม (PEACE FOR ALL) สามารถสรุปได้ดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนการเคยรับชมหรือรู้จักรายการ อัลสลามู อาลัยกุ่ม (PEACE FOR ALL) คิดเป็นร้อยละ 50.39
2. ผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนของการรับชมรายการระหว่าง 71-100% เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 55.47
3. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเต็มใจที่จะบริจาคให้รายการ อัลสลามู อาลัยกุ่ม (PEACE FOR ALL) คิดเป็นร้อยละ 25.39 โดยแบ่งเป็นผู้ที่เต็มใจบริจาคเป็นจำนวนมากกว่า 200 บาท คิดเป็นร้อยละ 17.19 และเต็มใจบริจาค 1-100 บาท คิดเป็นร้อยละ 6.64 และ 101-200 บาท คิดเป็นร้อยละ 1.56 โดยมีผู้ที่เต็มใจบริจาคเป็นจำนวนเงินสูงสุดจำนวน 5,000 บาท ทั้งนี้มีค่าเฉลี่ยของจำนวนที่เต็มใจจะบริจาคเป็นจำนวน 176.63 บาท
4. ผู้ตอบแบบสอบถามรายงานว่าได้รับประโยชน์รายการ อัลสลามู อาลัยกุ่ม (PEACE FOR ALL) ในด้านได้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ และ เข้าใจความแตกต่างและความหลากหลายในสังคม เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 98.46
5. ผู้ตอบแบบสอบถามให้คะแนนความต้องการจัดสรรเงินบริจาคแก่รายการ อัลสลามู อาลัยกุ่ม (PEACE FOR ALL) ในด้านการได้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ เฉลี่ยสูงสุด คือ 15.53/100 คะแนน โดยคิดเป็นมูลค่าเงินบริจาคเฉลี่ย 110.41 บาท
6. ผู้ตอบแบบสอบถามที่เต็มใจที่จะบริจาคให้รายการ อัลสลามู อาลัยกุ่ม (PEACE FOR ALL) มีเหตุผลที่เต็มใจบริจาค คือ รายการนี้มีประโยชน์ต่อสังคมและประเทศไทยโดยรวม เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 44.62 และมีเหตุผลที่ไม่เต็มใจจะบริจาค คือ เป็นหน้าที่ของหน่วยงานรัฐที่ต้องสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 40.31

ตารางที่ 11.215 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการอัลสลามู อาลัยกุ่ม (PEACE FOR ALL) จำแนกตามการเคยรับชมหรือรู้จักรายการ

การเคยรับชมหรือรู้จักรายการ	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
ไม่เคยรับชม/ไม่รู้จัก	127	49.61
เคยรับชม/รู้จัก	129	50.39

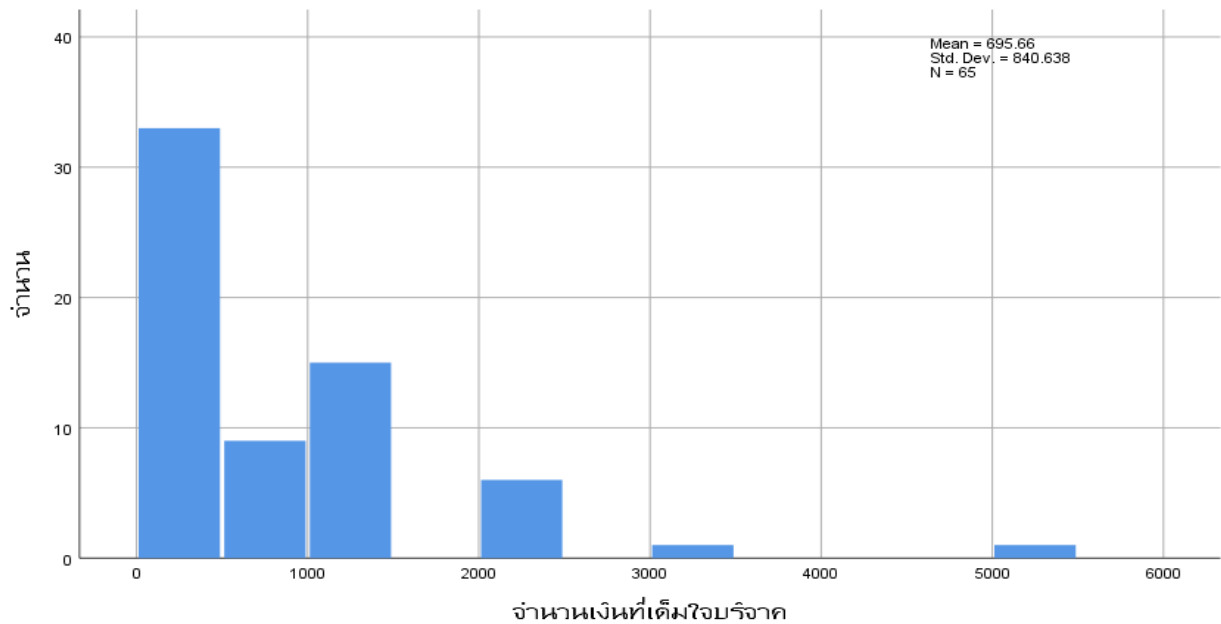
ตารางที่ 11.216 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการอัลสลามู อาลัยกุ่ม (PEACE FOR ALL) จำแนกตามสัดส่วนของการรับชมรายการ เพื่อประเมินความเต็มใจบริจาค

สัดส่วนของการรับชมรายการ เพื่อประเมินความเต็มใจบริจาค	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
ไม่เกิน 25%	9	3.52
25 - 50 %	22	8.59
50 - 75 %	83	32.42
71 - 100 %	142	55.47

ตารางที่ 11.217 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามรายการอัลสลามู อาลัยกุ่ม (PEACE FOR ALL) ตามความเต็มใจบริจาค

ความเต็มใจบริจาคและจำนวนเงินที่เต็มใจบริจาค	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
ไม่เต็มใจบริจาค	191	74.61
1 - 100 บาท	17	6.64
101 - 200 บาท	4	1.56
มากกว่า 200 บาท	44	17.19
<i>ค่าเฉลี่ย</i>	176.63	
<i>ค่าต่ำสุด</i>	0.00	
<i>ค่าสูงสุด</i>	5,000.00	
<i>ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน</i>	519.04	

แผนภาพที่ 11.20 การกระจายตัวของจำนวนเงินเฉลี่ยที่เต็มใจบริจาคในรายการอัลลามู อาลัยกุ่ม
 (PEACE FOR ALL)



ตารางที่ 11.218 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการอัลลามู อาลัยกุ่ม (PEACE FOR ALL)
 จำแนกตามประโยชน์ที่ได้รับจากรายการในแต่ละด้าน

ประโยชน์ที่ได้รับจากรายการในแต่ละด้าน	ไม่ได้รับ		ได้รับ	
	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง
ได้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	1.54	1	98.46	64
เข้าใจความแตกต่างและความหลากหลายในสังคม	1.54	1	98.46	64
เข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต	6.15	4	93.85	61
ได้รับการปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม	27.69	18	72.31	47
ได้แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต	46.15	30	53.85	35
นำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน	16.92	11	83.08	54
มีรายการที่ส่งเสริมพัฒนาการและการเรียนรู้สำหรับเด็กและเยาวชน	3.08	2	96.92	63
มีรายการที่มีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็ก เยาวชน และสถาบันครอบครัว	10.77	7	89.23	58
ด้านอื่นๆ วัฒนธรรม การทำเครื่องใช้ วิถีชีวิต ศาสนา การศึกษา	84.62	55	15.38	10

โดยการประเมินสัดส่วนที่ต้องการบริจาคในด้านต่างๆ 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 11.219 ค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามรายการอัลลามุม อาลัยกุม (PEACE FOR ALL) จำแนกตามการประเมินสัดส่วนที่ต้องการบริจาคในด้านต่างๆ และการประเมินมูลค่าเงินบริจาคในแต่ละด้าน เฉพาะผู้ตอบแบบสอบถามที่ยินดีบริจาคให้รายการในด้านต่างๆ

การจัดสรรเงินบริจาคเพื่อพัฒนาประโยชน์ในด้านต่างๆ	สัดส่วนเฉลี่ย	มูลค่าเงินบริจาคเฉลี่ย (บาท)
ได้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	15.53	110.41
เข้าใจความแตกต่างและความหลากหลายในสังคม	14.57	112.86
เข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต	13.61	105.20
ได้รับการปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม	9.74	59.91
ได้แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต	6.88	18.19
นำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน	11.07	87.19
มีรายการที่ส่งเสริมพัฒนาการและการเรียนรู้สำหรับเด็กและเยาวชน	14.07	107.87
มีรายการที่มีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็ก เยาวชนและสถาบันครอบครัว	12.54	85.99
ด้านอื่นๆ	1.99	8.05
รวม (เฉพาะผู้ยินดีบริจาคเพื่อประโยชน์ในด้านต่างๆ จำนวน 65 คน)	100.00	695.66

ตารางที่ 11.220 ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการอัลลามู อาลัยกุม (PEACE FOR ALL) จำแนกตามเหตุผลที่เต็มใจจะบริจาคและไม่เต็มใจจะบริจาค

เหตุผลที่เต็มใจจะบริจาคและไม่เต็มใจจะบริจาค	ร้อยละ
เหตุผลที่เต็มใจจะบริจาค	
ประชาชนทุกคนควรมีส่วนร่วมในการสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ	41.54
เนื้อหาของรายการนี้มีความจำเป็นเร่งด่วนในสังคมไทย	7.69
รายการนี้มีประโยชน์ต่อตนเองและครอบครัวโดยตรง	6.15
รายการนี้มีประโยชน์ต่อสังคมและประเทศไทยโดยรวม	44.62
เหตุผลที่ไม่เต็มใจจะบริจาค	
รายได้ไม่เพียงพอ	20.42
รายการไม่มีประโยชน์ต่อตนเองและครอบครัว	8.90
รายการไม่มีประโยชน์ต่อสังคมและประเทศไทยโดยรวม	0.52
เป็นหน้าที่ของหน่วยงานรัฐที่ต้องสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ	40.31
รายการต้องเกิดขึ้นแน่นอน ถึงแม้ว่าจะไม่บริจาค	23.56
รายการไม่ใช่เรื่องจำเป็นเร่งด่วนในสังคมไทย	6.28

2.4 รายการเพื่อสร้างความรู้เพื่อยับยั้งและรู้เท่าทันข่าวปลอม (Stop Fake News)

รายการเพื่อสร้างความรู้เพื่อยับยั้งและรู้เท่าทันข่าวปลอม (Stop Fake News) ประกอบด้วย 1 รายการ คือ รายการ Stop Fake, Spread Facts ซึ่งมีรายละเอียดผลการวิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคมของผู้ตอบและการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรายการ ดังนี้

1) รายการ Stop Fake, Spread Facts

รายการ Stop Fake, Spread Facts เป็นประเภทรายการเพื่อสร้างความรู้เพื่อยับยั้งและรู้เท่าทันข่าวปลอม (Stop Fake News) มีผู้ตอบแบบสอบถามในรายการดังกล่าวจำนวน 866 ราย โดยมีรายละเอียดผลการวิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคมของผู้ตอบและการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรายการ ดังนี้

2.4.1 การวิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคมในภาพรวมของผู้ตอบแบบสอบถามรายการเพื่อสร้างความรู้เพื่อยับยั้งและรู้เท่าทันข่าวปลอม (Stop Fake News)

จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการ Stop Fake, Spread Facts จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส จำนวนบุตร สมาชิกในครัวเรือน และรายได้ครัวเรือน ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคมพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถามในรายการดังกล่าว โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนของเพศหญิงสูงกว่าเพศชายเล็กน้อย (ร้อยละ 52.31 และร้อยละ 47.69 ตามลำดับ) ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างมีอายุ 31-40 ปีเป็นสัดส่วนสูงที่สุด (ร้อยละ 36.37) และกลุ่มตัวอย่างมากกว่าครึ่งมีระดับการศึกษาสูงสุดคือระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 60.51) รวมไปถึงประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขายสูงที่สุด (ร้อยละ 27.83) กลุ่มตัวอย่างมีสถานภาพโสดสัดส่วนสูงที่สุด (ร้อยละ 40.42) และประมาณครึ่งไม่มีบุตร (ร้อยละ 56.12) รวมไปถึงอาศัยอยู่ในครัวเรือนที่มีสมาชิกระหว่าง 3-5 คนสูงสุด (ร้อยละ 74.71) และส่วนใหญ่มีรายได้ครัวเรือน 20,000 ขึ้นไป/เดือน

ผู้ตอบแบบสอบถามในรายการดังกล่าวมีสัดส่วนที่อาศัยอยู่ในภาคกลางสูงที่สุด (ร้อยละ 35.91) รองลงมาคือภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคเหนือ (ร้อยละ 20.79 และ 19.86 ตามลำดับ) ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย 4-5 ชั่วโมงต่อสัปดาห์เป็นสัดส่วนสูงที่สุด (ร้อยละ 33.83) และรับชมรายการที่มีเนื้อหาเป็นประโยชน์ต่อประชาชนทั่วไปเป็นสัดส่วนสูงที่สุด (ร้อยละ 36.06)

ตารางที่ 11.221 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในประเภทรายการเพื่อสร้างความรู้เพื่อยับยั้งและรู้เท่าทันข่าวปลอม (Stop Fake News) จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส จำนวนบุตร สมาชิกในครัวเรือน และรายได้ครัวเรือน

ลักษณะเศรษฐกิจสังคม ของผู้ตอบแบบสอบถามในประเภทรายการเพื่อสร้าง ความรู้เพื่อยับยั้งและรู้เท่าทันข่าวปลอม (Stop Fake News)	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
ข้อมูลทั่วไปด้านคุณลักษณะพื้นฐาน		
เพศ		
ชาย	413	47.69
หญิง	453	52.31
อายุ		

ลักษณะเศรษฐกิจสังคม ของผู้ตอบแบบสอบถามในประเภทรายการเพื่อสร้าง ความรู้เพื่อยับยั้งและรู้เท่าทันข่าวปลอม (Stop Fake News)	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
20 ปีหรือน้อยกว่า	55	6.35
21-30 ปี	239	27.60
31-40 ปี	315	36.37
41-50 ปี	159	18.36
51-60 ปี	43	4.97
มากกว่า 60 ปี	55	6.35
การศึกษา		
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	2	0.23
มัธยมศึกษาตอนต้น	18	2.08
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	104	12.01
ปวส./อนุปริญญา	115	13.28
ปริญญาตรี	524	60.51
สูงกว่าปริญญาตรี	103	11.89
อาชีพ		
เกษตรกร/ชาวประมง	44	5.08
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	188	21.71
ลูกจ้างประจำ/พนักงานราชการ	4	0.46
ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย	241	27.83
ผู้ใช้แรงงาน/รับจ้างทั่วไป	102	11.78
พนักงานบริษัทเอกชน	134	15.47
เกษียณอายุ/ว่างงาน	48	5.54
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	16	1.85
นักเรียน/นักศึกษา	89	10.28
สถานภาพสมรส		
โสด	350	40.42
แต่งงาน ไม่มีบุตร	101	11.66
แต่งงาน มีบุตร	341	39.38
หย่าร้าง/เป็นหม้าย/แยกกันอยู่	74	8.55
จำนวนบุตร		
ไม่มีบุตร	486	56.12
1 คน	155	17.90
2 คน	167	19.28

ลักษณะเศรษฐกิจสังคม ของผู้ตอบแบบสอบถามในประเภทรายการเพื่อสร้าง ความรู้เพื่อยับยั้งและรู้เท่าทันข่าวปลอม (Stop Fake News)	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
3-4 คน	55	6.35
5 คนขึ้นไป	3	0.35
สมาชิกในครัวเรือน		
1-2 คน	96	11.09
3-5 คน	647	74.71
6-8 คน	122	14.09
มากกว่า 8 คน	1	0.12
รายได้ครัวเรือน (บาท/เดือน)		
น้อยกว่า 10,000 บาท	29	3.35
10,000-19,000 บาท	66	7.62
20,000-29,999 บาท	176	20.32
30,000-39,999 บาท	264	30.48
40,000-49,999 บาท	214	24.71
50,000 บาท หรือมากกว่า	117	13.51

ตารางที่ 11.222 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในประเภทรายการเพื่อสร้างความรู้เพื่อยับยั้งและรู้เท่าทันข่าวปลอม (Stop Fake News) จำแนกตามภาค

ภาค	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
กรุงเทพมหานคร	82	9.47
ภาคเหนือ	172	19.86
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	180	20.79
ภาคกลาง	311	35.91
ภาคใต้	121	13.97

ตารางที่ 11.223 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในประเภทรายการเพื่อสร้างความรู้เพื่อยับยั้งและรู้เท่าทันข่าวปลอม (Stop Fake News) จำแนกตามปริมาณการรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย

ปริมาณการรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
1 ชั่วโมงต่อสัปดาห์หรือน้อยกว่า	48	5.54
2-3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	263	30.37
4-5 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	293	33.83
6-7 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	122	14.09
8 ชั่วโมงต่อสัปดาห์หรือมากกว่า	140	16.17

ตารางที่ 11.224 จำนวนและร้อยละของคำตอบผู้ตอบแบบสอบถามในประเภทรายการเพื่อสร้างความรู้เพื่อยับยั้งและรู้เท่าทันข่าวปลอม (Stop Fake News) จำแนกตามประเภทรายการทีวีที่รับชมเป็นประจำ (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

ประเภทรายการทีวีที่รับชมเป็นประจำ	ร้อยละ
รายการสำหรับเด็ก เยาวชนและครอบครัว	17.94
รายการที่มีเนื้อหาเป็นประโยชน์ต่อประชาชนทั่วไป	36.06
รายการสารคดีเชิงประวัติศาสตร์	16.38
รายการเสริมสร้างความรู้ เช่น ความรู้เท่าทันสื่อ	21.10
รายการสำหรับคนพิการ	6.99
รายการเกี่ยวกับข่าว	0.71
รายการเกี่ยวกับความบันเทิงอื่นๆ	0.80

2.4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับประเภทรายการเพื่อสร้างความรู้เพื่อยับยั้งและรู้เท่าทันข่าวปลอม (Stop Fake News)

หากพิจารณาการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรายการ Stop Fake, Spread Facts สามารถสรุปได้ดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนการเคยรับชมหรือรู้จักรายการ Stop Fake, Spread Facts คิดเป็นร้อยละ 52.89
2. ผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนของการรับชมรายการระหว่าง 71-100% เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 82.10
3. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเต็มใจที่จะบริจาคให้รายการ Stop Fake, Spread Facts คิดเป็นร้อยละ 47.00 โดยแบ่งเป็นผู้ที่เต็มใจบริจาคจำนวน 1-100 บาท คิดเป็นร้อยละ 29.56 เต็มใจบริจาคเป็นจำนวนมากกว่า 200 บาท คิดเป็นร้อยละ 10.74 และเต็มใจบริจาค 101-200 บาท คิดเป็นร้อยละ 6.70 โดยมีผู้ที่เต็มใจบริจาคเป็นจำนวนเงินสูงสุดจำนวน 5,000 บาท ทั้งนี้มีค่าเฉลี่ยของจำนวนที่เต็มใจจะบริจาคเป็นจำนวน 119.90 บาท
4. ผู้ตอบแบบสอบถามรายงานว่าได้รับประโยชน์รายการ Stop Fake, Spread Facts ในด้านได้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ และ เข้าใจความแตกต่างและความหลากหลายในสังคม เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 99.75
5. ผู้ตอบแบบสอบถามให้คะแนนความต้องการจัดสรรเงินบริจาคแก่รายการ Stop Fake, Spread Facts ในด้านเข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต เฉลี่ยสูงสุด คือ 12.81/100 คะแนน โดยคิดเป็นมูลค่าเงินบริจาคเฉลี่ย 37.12 บาท
6. ผู้ตอบแบบสอบถามที่เต็มใจที่จะบริจาคให้รายการ Stop Fake, Spread Facts มีเหตุผลที่เต็มใจบริจาค คือ รายการนี้มีประโยชน์ต่อสังคมและประเทศไทยโดยรวม เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 37.35 และมีเหตุผลที่ไม่เต็มใจจะบริจาค คือ เป็นหน้าที่ของหน่วยงานรัฐที่ต้องสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 40.74

ตารางที่ 11.225 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในประเภทรายการเพื่อสร้างความรู้เพื่อยับยั้งและรู้เท่าทันข่าวปลอม (Stop Fake News) จำแนกตามการเคยรับชมหรือรู้จักรายการ

การเคยรับชมหรือรู้จักรายการ	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
ไม่เคยรับชม/ไม่รู้จัก	408	47.11
เคยรับชม/รู้จัก	458	52.89

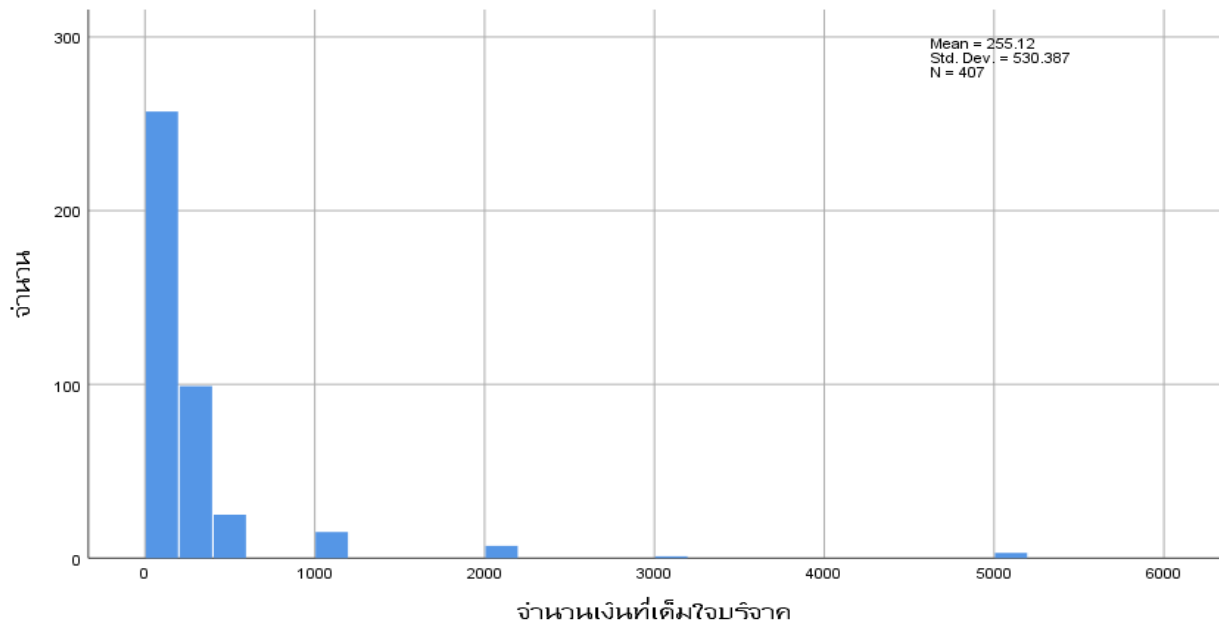
ตารางที่ 11.226 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในประเภทรายการเพื่อสร้างความรู้เพื่อยับยั้งและรู้เท่าทันข่าวปลอม (Stop Fake News) จำแนกตามสัดส่วนของการรับชมรายการ เพื่อประเมินความเต็มใจบริจาค

สัดส่วนของการรับชมรายการเพื่อประเมินความเต็มใจบริจาค	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
ไม่เกิน 25%	17	1.96
25 - 50 %	23	2.66
50 - 75 %	115	13.28
71 - 100 %	711	82.10

ตารางที่ 11.227 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามในประเภทรายการเพื่อสร้างความรู้เพื่อยับยั้งและรู้เท่าทันข่าวปลอม (Stop Fake News) ตามความเต็มใจบริจาค

ความเต็มใจบริจาคและจำนวนเงินที่เต็มใจบริจาค	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
ไม่เต็มใจบริจาค	459	53.00
1 - 100 บาท	256	29.56
101 - 200 บาท	58	6.70
มากกว่า 200 บาท	93	10.74
ค่าเฉลี่ย	119.90	
ค่าต่ำสุด	0.00	
ค่าสูงสุด	5000.00	
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	385.06	

**แผนภาพที่ 11.21 การกระจายตัวของจำนวนเงินเฉลี่ยที่เต็มใจบริจาคในประเภทรายการเพื่อสร้างความรู้
 เพื่อยับยั้งและรู้เท่าทันข่าวปลอม (Stop Fake News)**



**ตารางที่ 11.228 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในประเภทรายการเพื่อสร้างความรู้เพื่อยับยั้ง
 และรู้เท่าทันข่าวปลอม (Stop Fake News) จำแนกตามประโยชน์ที่ได้รับจากรายการในแต่ละด้าน**

ประโยชน์ที่ได้รับจากรายการในแต่ละด้าน	ไม่ได้รับ		ได้รับ	
	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง
ได้รับความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	0.25	1	99.75	406
เข้าใจความแตกต่างและความหลากหลายในสังคม	0.25	1	99.75	406
เข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต	0.74	3	99.26	404
ได้รับการปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม	2.46	10	97.54	397
ได้แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต	8.35	34	91.65	373
นำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน	0.49	2	99.51	405
มีรายการที่ส่งเสริมพัฒนาการและการเรียนรู้สำหรับเด็กและเยาวชน	6.88	28	93.12	379
มีรายการที่มีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็ก เยาวชน และสถาบันครอบครัว	4.91	20	95.09	387
อื่นๆ ได้คิดก่อนแชร์ รู้จักเช็คข้อมูลและป้องกันตัวก่อนที่จะแชร์ ข้อมูล	84.28	343	15.72	64

โดยการประเมินสัดส่วนที่ต้องการบริจาคในด้านต่างๆ 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 11.229 ค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามในประเภทรายการเพื่อสร้างความรู้เพื่อยับยั้งและรู้เท่าทันข่าวปลอม (Stop Fake News) จำแนกตามการประเมินสัดส่วนที่ต้องการบริจาคในด้านต่างๆ และการประเมินมูลค่าเงินบริจาคในแต่ละด้าน เฉพาะผู้ตอบแบบสอบถามที่ยินดีบริจาคให้รายการในด้านต่างๆ

การจัดสรรเงินบริจาคเพื่อพัฒนาประโยชน์ในด้านต่างๆ	สัดส่วนเฉลี่ย	มูลค่าเงินบริจาคเฉลี่ย (บาท)
ได้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	12.76	37.12
เข้าใจความแตกต่างและความหลากหลายในสังคม	12.65	37.59
เข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต	12.81	37.12
ได้รับการปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม	12.57	31.34
ได้แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต	11.25	20.45
นำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน	12.64	37.03
มีรายการที่ส่งเสริมพัฒนาการและการเรียนรู้สำหรับเด็กและเยาวชน	11.59	23.82
มีรายการที่มีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็ก เยาวชนและสถาบันครอบครัว	11.95	28.23
ด้านอื่นๆ	1.79	2.42
รวม (เฉพาะผู้ยินดีบริจาคเพื่อประโยชน์ในด้านต่างๆ จำนวน 407 คน)	100.00	255.12

ตารางที่ 11.230 ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในประเภทรายการเพื่อสร้างความรู้เพื่อยับยั้งและรู้เท่าทัน
ข่าวปลอม (Stop Fake News) จำแนกตามเหตุผลที่เต็มใจจะบริจาคและไม่เต็มใจจะบริจาค

เหตุผลที่เต็มใจจะบริจาคและไม่เต็มใจจะบริจาค	ร้อยละ
เหตุผลที่เต็มใจจะบริจาค	
ประชาชนทุกคนควรมีส่วนร่วมในการสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์ สาธารณะ	32.68
เนื้อหารายการนี้มีความจำเป็นเร่งด่วนในสังคมไทย	23.83
รายการนี้มีประโยชน์ต่อตนเองและครอบครัวโดยตรง	6.14
รายการนี้มีประโยชน์ต่อสังคมและประเทศไทยโดยรวม	37.35
เหตุผลที่ไม่เต็มใจจะบริจาค	
รายได้ไม่เพียงพอ	32.24
รายการไม่มีประโยชน์ต่อตนเองและครอบครัว	6.54
เป็นหน้าที่ของหน่วยงานรัฐที่ต้องสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์ สาธารณะ	40.74
รายการต้องเกิดขึ้นแน่นอน ถึงแม้ว่าจะไม่บริจาค	14.16
รายการไม่ใช่เรื่องจำเป็นเร่งด่วนในสังคมไทย	6.32

2.5 รายการเพื่อส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจของคนพิการและประชาชนเกี่ยวกับการส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิ

รายการเพื่อส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจของคนพิการและประชาชนเกี่ยวกับการส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิ คือ รายการเพื่อนกันพันธุ์ D ซึ่งมีรายละเอียดผลการวิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคมของผู้ตอบและการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรายการ ดังนี้

1) รายการเพื่อนกันพันธุ์ D

รายการเพื่อนกันพันธุ์ D เป็นประเภทรายการเพื่อส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจของคนพิการและประชาชนเกี่ยวกับการส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิ มีผู้ตอบแบบสอบถามในรายการดังกล่าวจำนวน 811 ราย โดยมีรายละเอียดผลการวิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคมของผู้ตอบและการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรายการ ดังนี้

2.5.1 การวิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคมในภาพรวมของผู้ตอบแบบสอบถามรายการเพื่อส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจของคนพิการและประชาชนเกี่ยวกับการส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิ

จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามรายการเพื่อนกันพันธุ์ D จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส จำนวนบุตร สมาชิกในครัวเรือน และรายได้ครัวเรือน ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ลักษณะเศรษฐกิจสังคมพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถามในรายการดังกล่าว โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนของเพศหญิงสูงกว่าเพศชายเล็กน้อย (ร้อยละ 48.71 และร้อยละ 47.47 ตามลำดับ) และกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ระบุเพศอีก ร้อยละ 3.82 ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างมีอายุ 31-40 ปีเป็นสัดส่วนสูงที่สุด (ร้อยละ 35.14) และกลุ่มตัวอย่างมากกว่าครึ่งมีระดับการศึกษาสูงสุดคือระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 60.17) รวมไปถึงประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขายสูงที่สุด (ร้อยละ 28.61) กลุ่มตัวอย่างมีสถานภาพโสดสัดส่วนสูงที่สุด (ร้อยละ 42.05) และประมาณครึ่งไม่มีบุตร (ร้อยละ 58.57) รวมไปถึงอาศัยอยู่ในครัวเรือนที่มีสมาชิกระหว่าง 3-5 คนสูงสุด (ร้อยละ 73.98) และส่วนใหญ่มีรายได้ครัวเรือน 20,000 ขึ้นไป/เดือน และส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามไม่ได้เป็นผู้พิการและไม่มีผู้พิการอยู่ในครอบครัว (ร้อยละ 84.34)

ผู้ตอบแบบสอบถามในรายการดังกล่าวมีสัดส่วนที่อาศัยอยู่ในภาคกลางสูงที่สุด (ร้อยละ 32.80) รองลงมาคือภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคเหนือ (ร้อยละ 22.32 และ 20.72 ตามลำดับ) ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย 2-3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์เป็นสัดส่วนสูงที่สุด (ร้อยละ 33.79) และรับชมรายการที่มีเนื้อหาเป็นประโยชน์ต่อประชาชนทั่วไปเป็นสัดส่วนสูงที่สุด (ร้อยละ 36.25)

ตารางที่ 11.231 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในประเภทรายการเพื่อส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจของคนพิการและประชาชนเกี่ยวกับการส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิ จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส จำนวนบุตร สมาชิกในครัวเรือน และรายได้ครัวเรือน

ลักษณะเศรษฐกิจสังคม	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
ของผู้ตอบแบบสอบถามในประเภทรายการเพื่อส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจของคนพิการและประชาชนเกี่ยวกับการส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิ		
ข้อมูลทั่วไปด้านคุณลักษณะพื้นฐาน		
เพศ		
ชาย	385	47.47

ลักษณะเศรษฐกิจสังคม ของผู้ตอบแบบสอบถามในประเภทรายการเพื่อส่งเสริม ความรู้ ความเข้าใจของคนพิการและประชาชนเกี่ยวกับ การส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิ	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
หญิง	395	48.71
ไม่ระบุ	31	3.82
อายุ		
20 ปีหรือน้อยกว่า	43	5.30
21-30 ปี	226	27.87
31-40 ปี	285	35.14
41-50 ปี	152	18.74
51-60 ปี	61	7.52
มากกว่า 60 ปี	44	5.43
การศึกษา		
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	11	1.36
มัธยมศึกษาตอนต้น	33	4.07
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	95	11.71
ปวส./อนุปริญญา	101	12.45
ปริญญาตรี	488	60.17
สูงกว่าปริญญาตรี	83	10.23
อาชีพ		
เกษตรกร/ชาวประมง	26	3.21
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	174	21.45
ลูกจ้างประจำ/พนักงานราชการ	1	0.12
ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย	232	28.61
ผู้ใช้แรงงาน/รับจ้างทั่วไป	110	13.56
พนักงานบริษัทเอกชน	124	15.29
เกษียณอายุ/ว่างงาน	57	7.03
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	12	1.48
นักเรียน/นักศึกษา	75	9.25
สถานภาพสมรส		
โสด	341	42.05
แต่งงาน ไม่มีบุตร	92	11.34
แต่งงาน มีบุตร	296	36.50
หย่าร้าง/เป็นหม้าย/แยกกันอยู่	82	10.11
จำนวนบุตร		

ลักษณะเศรษฐกิจสังคม ของผู้ตอบแบบสอบถามในประเภทรายการเพื่อส่งเสริม ความรู้ ความเข้าใจของคนพิการและประชาชนเกี่ยวกับ การส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิ	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
ไม่มีบุตร	475	58.57
1 คน	122	15.04
2 คน	151	18.62
3-4 คน	61	7.52
5 คนขึ้นไป	2	0.25
สมาชิกในครัวเรือน		
1-2 คน	109	13.44
3-5 คน	600	73.98
6-8 คน	100	12.33
มากกว่า 8 คน	2	0.25
รายได้ครัวเรือน (บาท/เดือน)		
น้อยกว่า 10,000 บาท	70	8.63
10,000-19,000 บาท	129	15.91
20,000-29,999 บาท	140	17.26
30,000-39,999 บาท	197	24.29
40,000-49,999 บาท	166	20.47
50,000 บาท หรือมากกว่า	109	13.44
ความเกี่ยวข้องกับผู้พิการ		
ไม่ได้เป็นผู้พิการและไม่มีผู้พิการอยู่ในครอบครัว	684	84.34
ไม่ได้เป็นผู้พิการ แต่มีผู้พิการอยู่ในครอบครัว	82	10.11
เป็นผู้พิการทางการมองเห็น (มีผู้อื่นช่วยตอบ แบบสอบถาม)	6	0.74
เป็นผู้พิการทางการได้ยินหรือสื่อความหมาย	5	0.62
เป็นผู้พิการทางการเคลื่อนไหวร่างกาย	34	4.19

ตารางที่ 11.232 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในประเภทรายการเพื่อส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจของคนพิการและประชาชนเกี่ยวกับการส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิ จำแนกตามภาค

ภาค	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
กรุงเทพมหานคร	72	8.88
ภาคเหนือ	168	20.72
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	181	22.32
ภาคกลาง	266	32.80
ภาคใต้	124	15.29

ตารางที่ 11.233 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในประเภทรายการเพื่อส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจของคนพิการและประชาชนเกี่ยวกับการส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิ จำแนกตามปริมาณ การรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย

ปริมาณการรับชมรายการทีวีโดยเฉลี่ย	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
1 ชั่วโมงต่อสัปดาห์หรือน้อยกว่า	68	8.38
2-3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	274	33.79
4-5 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	240	29.59
6-7 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	149	18.37
8 ชั่วโมงต่อสัปดาห์หรือมากกว่า	80	9.86

ตารางที่ 11.234 จำนวนและร้อยละของคำตอบผู้ตอบแบบสอบถามในประเภทรายการเพื่อส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจของคนพิการและประชาชนเกี่ยวกับการส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิ จำแนกตามประเภทรายการ ทีวีที่รับชมเป็นประจำ (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

ประเภทรายการทีวีที่รับชมเป็นประจำ	ร้อยละ
รายการสำหรับเด็ก เยาวชนและครอบครัว	19.21
รายการที่มีเนื้อหาเป็นประโยชน์ต่อประชาชนทั่วไป	36.25
รายการสารคดีเชิงประวัติศาสตร์	15.81
รายการเสริมสร้างความรู้ เช่น ความรู้เท่าทันสื่อ	22.61
รายการสำหรับคนพิการ	5.36
รายการเกี่ยวกับข่าว	0.21
รายการเกี่ยวกับความบันเทิงอื่นๆ	0.57

2.5.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับประเภทรายการเพื่อส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจของคนพิการและ ประชาชนเกี่ยวกับการส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิ

หากพิจารณาการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรายการเพื่อนกันพันธุ์ D สามารถสรุปได้ดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนการเคยรับชมหรือรู้จักรายการเพื่อนกันพันธุ์ D คิดเป็นร้อยละ 55.36
2. ผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนของการรับชมรายการระหว่าง 71-100% เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็น ร้อยละ 66.71
3. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเต็มใจที่จะบริจาคให้รายการเพื่อนกันพันธุ์ D คิดเป็นร้อยละ 37.11 โดยแบ่งเป็นผู้ที่เต็มใจบริจาคจำนวน 1-100 บาท คิดเป็นร้อยละ 21.21 เต็มใจบริจาคเป็นจำนวน มากกว่า 200 บาท คิดเป็นร้อยละ 8.26 และเต็มใจบริจาค 101-200 บาท คิดเป็นร้อยละ 7.64 โดยมีผู้ที่เต็มใจบริจาคเป็นจำนวนเงินสูงสุดจำนวน 5,000 บาท ทั้งนี้มีค่าเฉลี่ยของจำนวน ที่เต็มใจจะบริจาคเป็นจำนวน 72.64 บาท
4. ผู้ตอบแบบสอบถามรายงานว่าได้รับประโยชน์รายการเพื่อนกันพันธุ์ D ในด้านได้ความรู้และ ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 100.0

5. ผู้ตอบแบบสอบถามให้คะแนนความต้องการจัดสรรเงินบริจาคแก่รายการเพื่อนกันพันธุ์ D ในด้านมีรายการที่มีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็ก เยาวชนและสถาบันครอบครัวเฉลี่ยสูงสุด คือ 12.41/100 คะแนน โดยคิดเป็นมูลค่าเงินบริจาคเฉลี่ย 24.31 บาท
6. ผู้ตอบแบบสอบถามที่เต็มใจที่จะบริจาคให้รายการเพื่อนกันพันธุ์ D มีเหตุผลที่เต็มใจบริจาค คือ ประชาชนทุกคนควรมีส่วนร่วมในการสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 36.21 และมีเหตุผลที่ไม่เต็มใจจะบริจาค คือ เป็นหน้าที่ของหน่วยงานรัฐที่ต้องสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ เป็นสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 36.86

ตารางที่ 11.235 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในประเภทรายการเพื่อส่งเสริมความรู้ความเข้าใจของคนพิการและประชาชนเกี่ยวกับการส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิ จำแนกตามการเคยรับชมหรือรู้จักรายการ

การเคยรับชมหรือรู้จักรายการ	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
ไม่เคยรับชม/ไม่รู้จัก	362	44.64
เคยรับชม/รู้จัก	449	55.36

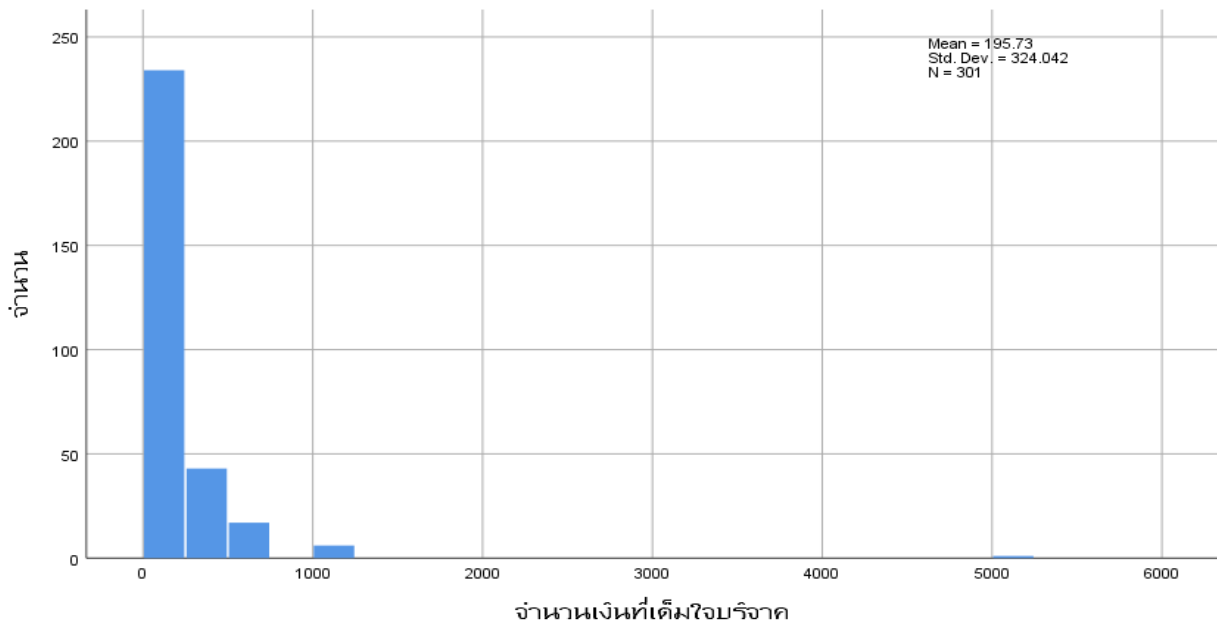
ตารางที่ 11.236 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในประเภทรายการเพื่อส่งเสริมความรู้ความเข้าใจของคนพิการและประชาชนเกี่ยวกับการส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิ จำแนกตามสัดส่วนของการรับชมรายการ เพื่อประเมินความเต็มใจบริจาค

สัดส่วนของการรับชมรายการเพื่อประเมินความเต็มใจบริจาค	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
ไม่เกิน 25%	17	2.10
25 - 50 %	50	6.17
50 - 75 %	203	25.03
71 - 100 %	541	66.71

ตารางที่ 11.237 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามในประเภทรายการเพื่อส่งเสริมความรู้ความเข้าใจของคนพิการและประชาชนเกี่ยวกับการส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิ ตามความเต็มใจบริจาค

ความเต็มใจบริจาคและจำนวนเงินที่เต็มใจบริจาค	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
ไม่เต็มใจบริจาค	510	62.89
1 - 100 บาท	172	21.21
101 - 200 บาท	62	7.64
มากกว่า 200 บาท	67	8.26
ค่าเฉลี่ย	72.64	
ค่าต่ำสุด	0.00	
ค่าสูงสุด	5,000.00	
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	218.73	

แผนภาพที่ 11.22 การกระจายตัวของจำนวนเงินเฉลี่ยที่เต็มใจบริจาคในประเภทรายการเพื่อส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจของคนพิการและประชาชนเกี่ยวกับการส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิ



ตารางที่ 11.238 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในประเภทรายการเพื่อส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจของคนพิการและประชาชนเกี่ยวกับการส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิ จำแนกตามประโยชน์ที่ได้รับจากรายการในแต่ละด้าน

ประโยชน์ที่ได้รับจากรายการในแต่ละด้าน	ไม่ได้รับ		ได้รับ	
	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง
ได้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	0.00	0	100.00	301
เข้าใจความแตกต่างและความหลากหลายในสังคม	0.33	1	99.67	300
เข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต	2.99	9	97.01	292
ได้รับการปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม	0.33	1	99.67	300
ได้แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต	1.33	4	98.67	297
นำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน	1.66	5	98.34	296
มีรายการที่ส่งเสริมพัฒนาการและการเรียนรู้สำหรับเด็กและเยาวชน	1.00	3	99.00	298
มีรายการที่มีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็ก เยาวชน และสถาบันครอบครัว	1.33	4	98.67	297
อื่นๆ เข้าใจความแตกต่าง ความหลากหลายในสังคม เข้าใจผู้พิการ	70.10	211	29.90	90

โดยการประเมินสัดส่วนที่ต้องการบริจาคในด้านต่างๆ 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 11.239 ค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามในประเภทรายการเพื่อส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจของคณพิการและประชาชนเกี่ยวกับการส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิ จำแนกตามการประเมินสัดส่วนที่ต้องการบริจาคในด้านต่างๆ และการประเมินมูลค่าเงินบริจาคในแต่ละด้าน เฉพาะผู้ตอบแบบสอบถามที่ยินดีบริจาคให้รายการในด้านต่างๆ

การจัดสรรเงินบริจาคเพื่อพัฒนาประโยชน์ในด้านต่างๆ	สัดส่วนเฉลี่ย	มูลค่าเงินบริจาคเฉลี่ย (บาท)
ได้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	12.16	23.42
เข้าใจความแตกต่างและความหลากหลายในสังคม	12.17	23.70
เข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต	11.91	23.48
ได้รับการปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม	12.23	23.93
ได้แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต	11.89	22.89
นำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน	11.71	22.49
มีรายการที่ส่งเสริมพัฒนาการและการเรียนรู้สำหรับเด็กและเยาวชน	12.21	23.68
มีรายการที่มีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็ก เยาวชนและสถาบันครอบครัว	12.41	24.31
ด้านอื่นๆ	3.32	7.84
รวม (เฉพาะผู้ยินดีบริจาคเพื่อประโยชน์ในด้านต่างๆ จำนวน 301 คน)	100.00	195.73

ตารางที่ 11.240 ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในประเภทรายการเพื่อส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจของ
คนพิการและประชาชนเกี่ยวกับการส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิ จำแนกตามเหตุผลที่เต็มใจจะบริจาคและ
ไม่เต็มใจจะบริจาค

เหตุผลที่เต็มใจจะบริจาคและไม่เต็มใจจะบริจาค	ร้อยละ
เหตุผลที่เต็มใจจะบริจาค	
ประชาชนทุกคนควรมีส่วนร่วมในการสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์ สาธารณะ	44.52
เนื้อหารายการนี้มีความจำเป็นเร่งด่วนในสังคมไทย	9.30
รายการนี้มีประโยชน์ต่อตนเองและครอบครัวโดยตรง	9.97
รายการนี้มีประโยชน์ต่อสังคมและประเทศไทยโดยรวม	36.21
เหตุผลที่ไม่เต็มใจจะบริจาค	
รายได้ไม่เพียงพอ	34.31
รายการไม่มีประโยชน์ต่อตนเองและครอบครัว	6.08
รายการไม่มีประโยชน์ต่อสังคมและประเทศไทยโดยรวม	0.20
เป็นหน้าที่ของหน่วยงานรัฐที่ต้องสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์ สาธารณะ	36.86
รายการต้องเกิดขึ้นแน่นอน ถึงแม้ว่าจะไม่บริจาค	16.27
รายการไม่ใช่เรื่องจำเป็นเร่งด่วนในสังคมไทย	6.27

3. การวิเคราะห์ความเต็มใจบริจาค และประเภทรายการ

3.1 ความเต็มใจบริจาค

ผลการวิเคราะห์ความเต็มใจบริจาค จำแนกตามช่วงอายุพบว่า สัดส่วนของผู้เต็มใจบริจาคในกลุ่มอายุ 31-40 สูงที่สุด เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงอายุอื่นๆ คือร้อยละ 47.51 ในขณะที่กลุ่มอายุระหว่าง 21-30 ปี มีสัดส่วนของผู้ที่เต็มใจบริจาค่น้อยที่สุด คือร้อยละ 15.59

ตารางที่ 11.241 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดตามความเต็มใจบริจาค จำแนกตามช่วงอายุ

ช่วงอายุ	ความเต็มใจบริจาค				รวม	
	เต็มใจ		ไม่เต็มใจ		ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง
	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง		
20 ปีหรือน้อยกว่า	23.70	41	76.30	132	100.00	173
21-30 ปี	15.59	184	84.41	996	100.00	1180
31-40 ปี	47.51	697	52.49	770	100.00	1467
41-50 ปี	46.67	386	53.33	441	100.00	827
51-60 ปี	30.83	82	69.17	184	100.00	266
มากกว่า 60 ปี	17.92	38	82.08	174	100.00	212
รวม	34.62	1428	65.38	2697	100.00	4125

ผลการวิเคราะห์ความเต็มใจบริจาค จำแนกตามระดับการศึกษาพบว่า สัดส่วนของผู้เต็มใจบริจาคในกลุ่มผู้ที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมีสัดส่วนสูงที่สุดอย่างชัดเจน คือ ในขณะที่ผู้ที่มีระดับการศึกษาอื่นๆ จะมีสัดส่วนของผู้เต็มใจบริจาคค่อนข้างน้อยคือ ประมาณ 1 ใน 3 ในกลุ่มมัธยมศึกษาจนถึงอนุปริญญา ในขณะที่กลุ่มผู้ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาและปริญญาตรีมีสัดส่วนผู้เต็มใจบริจาคต่ำกว่า 1 ใน 3

ตารางที่ 11.242 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดตามความเต็มใจบริจาค จำแนกตามการศึกษา

การศึกษา	ความเต็มใจบริจาค				รวม	
	เต็มใจ		ไม่เต็มใจ		ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง
	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง		
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	19.51	8	80.49	33	100.00	41
มัธยมศึกษาตอนต้น	36.36	28	63.64	49	100.00	77

การศึกษา	ความเต็มใจบริจาค				รวม	
	เต็มใจ		ไม่เต็มใจ			
	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง
มัธยมศึกษาตอน ปลาย/ปวช.	34.83	194	65.17	363	100.00	557
ปวส./ อนุปริญญา	39.89	211	60.11	318	100.00	529
ปริญญาตรี	26.05	635	73.95	1803	100.00	2438
สูงกว่าปริญญา ตรี	72.88	352	27.12	131	100.00	483
รวม	34.62	1428	65.38	2697	100.00	4125

ผลการวิเคราะห์ความเต็มใจบริจาค จำแนกตามจำนวนบุตรพบว่า สัดส่วนของผู้เต็มใจบริจาคในกลุ่ม
ผู้ที่มีบุตร 5 คนขึ้นไปมีสัดส่วนค่อนข้างมากถึงร้อยละ 70.00 รองลงมาคือ กลุ่มผู้ที่มีบุตร 3 – 4 คน และ 1 คน
คือ ร้อยละ 41.95 และ 35.54 ตามลำดับ

ตารางที่ 11.243 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดตามความเต็มใจบริจาค จำแนกตาม
จำนวนบุตร

จำนวนบุตร	ความเต็มใจบริจาค				รวม	
	เต็มใจ		ไม่เต็มใจ			
	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง
ไม่มีบุตร	33.65	733	66.35	1445	100.00	2178
1 คน	35.54	274	64.46	497	100.00	771
2 คน	33.87	315	66.13	615	100.00	930
3-4 คน	41.95	99	58.05	137	100.00	236
5 คนขึ้นไป	70.00	7	30.00	3	100.00	10
รวม	34.62	1428	65.38	2697	100.00	4125

ผลการวิเคราะห์ความเต็มใจบริจาคเมื่อจำแนกตามรายได้ครัวเรือนพบว่ากลุ่มที่มีรายได้ครัวเรือน
40,000-49,000 บาท มีสัดส่วนของผู้เต็มใจบริจาคมากที่สุด คือร้อยละ 45.63 รองลงมาคือกลุ่มที่มีรายได้
ครัวเรือน ระหว่าง 20,000-29,999 บาท คือร้อยละ 38.25

ตารางที่ 11.244 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดตามความเต็มใจบริจาค จำแนกตาม รายได้ครัวเรือน

รายได้ครัวเรือน (ต่อเดือน)	ความเต็มใจบริจาค				รวม	
	เต็มใจ		ไม่เต็มใจ		ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง
	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง		
น้อยกว่า 10,000 บาท	26.07	61	73.93	173	100.00	234
10,000-19,000 บาท	35.12	223	64.88	412	100.00	635
20,000-29,999 บาท	38.25	314	61.75	507	100.00	821
30,000-39,999 บาท	25.21	243	74.79	721	100.00	964
40,000-49,999 บาท	45.63	397	54.37	473	100.00	870
50,000 บาท หรือ มากกว่า	31.61	190	68.39	411	100.00	601
รวม	34.62	1428	65.38	2697	100.00	4125

ผลการวิเคราะห์ความเต็มใจบริจาคเมื่อจำแนกตามภาคพบว่าตัวอย่างที่อยู่ภาคใต้มีสัดส่วนของผู้เต็มใจบริจาคมากที่สุด คือร้อยละ 47.83 รองลงมาคือภาคกลาง คือร้อยละ 42.90

ตารางที่ 11.245 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดตามความเต็มใจบริจาค จำแนกตาม ภูมิภาค

ภูมิภาค	ความเต็มใจบริจาค				รวม	
	เต็มใจ		ไม่เต็มใจ		ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง
	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง	ร้อยละ	จำนวน ตัวอย่าง		
กรุงเทพมหานคร	34.81	134	65.19	251	100.00	385
ภาคเหนือ	20.26	171	79.74	673	100.00	844
ภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ	25.55	221	74.45	644	100.00	865
ภาคกลาง	42.90	604	57.10	804	100.00	1408
ภาคใต้	47.83	298	52.17	325	100.00	623
รวม	34.62	1428	65.38	2697	100.00	4125

ผลการวิเคราะห์ความเต็มใจบริจาคเฉพาะตัวอย่างที่ตอบคำถามในรายการเพื่อส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจของคนพิการและประชาชนเกี่ยวกับการส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิ คือรายการเพื่อนกันพันธุ์ D จำนวน 811 คน เมื่อจำแนกตามความเกี่ยวข้องกับผู้พิการแล้ว กลุ่มไม่ได้เป็นผู้พิการ แต่มีผู้พิการอยู่ในครอบครัว มีสัดส่วนของผู้เต็มใจบริจาคสูงสุด คือ ร้อยละ 58.54 ในขณะที่เป็นผู้พิการ (การมองเห็น/การได้ยิน หรือสื่อความหมาย/การเคลื่อนไหวร่างกาย) มีสัดส่วนของผู้เต็มใจบริจาคเพียงร้อยละ 26.67

ตารางที่ 11.246 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดตามความเต็มใจบริจาค จำแนกตามความเกี่ยวข้องกับผู้พิการ (เฉพาะตัวอย่างที่ตอบคำถามในรายการเพื่อส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจของคนพิการและประชาชนเกี่ยวกับการส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิ: รายการเพื่อนกันพันธุ์ D)

ความเกี่ยวข้องกับผู้พิการ	ความเต็มใจบริจาค				รวม	
	เต็มใจ		ไม่เต็มใจ		ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง		
ไม่ได้เป็นผู้พิการและไม่มีผู้พิการอยู่ในครอบครัว	35.23	241	64.77	443	100.00	684
ไม่ได้เป็นผู้พิการ แต่มีผู้พิการอยู่ในครอบครัว	58.54	48	41.46	34	100.00	82
เป็นผู้พิการ (การมองเห็น/ การได้ยินหรือสื่อความหมาย/การเคลื่อนไหวร่างกาย)	26.67	12	73.33	33	100.00	45
รวม	37.11	301	62.89	510	100.00	811

3.2 การวิเคราะห์ประเภทรายการ

ผลการวิเคราะห์ความเต็มใจบริจาค เมื่อจำแนกตามประเภทรายการแล้ว รายการเพื่อสร้างความรู้เพื่อยับยั้งและรู้เท่าทันข่าวปลอม (Stop Fake News) เป็นประเภทรายการที่มีสัดส่วนผู้เต็มใจบริจาคมากที่สุด คือ ร้อยละ 47.00 รองลงมาคือ รายการเพื่อส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจของคนพิการและประชาชนเกี่ยวกับการส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิคนพิการ ร้อยละ 37.11 และรายการสำหรับเด็ก เยาวชนและครอบครัว ร้อยละ 32.98

ตารางที่ 11.247 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดตามความเต็มใจบริจาค จำแนกตามประเภทรายการ

ประเภทรายการ	ความเต็มใจบริจาค				รวม	
	เต็มใจ		ไม่เต็มใจ		ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง		
รายการสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว	32.98	277	67.02	563	100.00	840
รายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะเกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสาร 5G	28.38	237	71.62	598	100.00	835
รายการส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนใต้	26.65	206	73.35	567	100.00	773
รายการเพื่อสร้างความรู้เพื่อยับยั้งและรู้เท่าทันข่าวปลอม (Stop Fake News)	47.00	407	53.00	459	100.00	866
รายการเพื่อส่งเสริมความรู้ความเข้าใจของคนพิการและประชาชนเกี่ยวกับการส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิคนพิการ	37.11	301	62.89	510	100.00	811
รวม	34.62	1428	65.38	2697	100.00	4125

ผลการวิเคราะห์ร้อยละของตัวอย่างทั้งหมด 4,125 คน เมื่อจำแนกตามประเภทรายการและกลุ่มอายุแล้วพบว่าผู้ยินดีบริจาคที่อายุ 31-40 ปี มีสัดส่วนผู้ที่เต็มใจบริจาคมากที่สุดในรายการสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว และรายการเพื่อส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจของคนพิการและประชาชนเกี่ยวกับการส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิคนพิการ คือร้อยละ 52.52 และ 48.42 ตามลำดับ ส่วนกลุ่มอายุ 41-50 ปี มีสัดส่วนผู้ที่เต็มใจบริจาคมากที่สุดในรายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะเกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสาร 5G และ รายการเพื่อสร้างความรู้เพื่อยับยั้งและรู้เท่าทันข่าวปลอม (Stop Fake News) และรายการส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนใต้ คือร้อยละ 46.30 และ 62.89 และ 37.84 ตามลำดับ

อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาโดยรวมทุกประเภทรายการแล้ว กลุ่มอายุ 31-40 ปี มีสัดส่วนของผู้ยินดี
บริจาคมากที่สุด รองลงมาคือ กลุ่มอายุ 41 – 50 ปี และ 51-60 ปี คือร้อยละ 47.51 46.67 และ 30.83
ตามลำดับ

**ตารางที่ 11.248 ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดที่เต็มใจบริจาคตามประเภทรายการ จำแนกตาม
ช่วงอายุ**

ประเภทรายการ	ความเต็มใจ บริจาค	อายุ					
		20 ปีหรือ น้อยกว่า	21-30 ปี	31-40 ปี	41- 50 ปี	51- 60 ปี	มากกว่า 60 ปี
รายการสำหรับเด็ก เยาวชนและครอบครัว	ไม่เต็มใจบริจาค	91.67	92.48	47.48	59.76	79.59	91.43
	เต็มใจบริจาค	8.33	7.52	52.52	40.24	20.41	8.57
รายการที่เป็นประโยชน์ ต่อสาธารณะเกี่ยวกับ เทคโนโลยี การสื่อสาร 5G	ไม่เต็มใจบริจาค	94.12	91.67	57.91	53.70	70.18	90.00
	เต็มใจบริจาค	5.88	8.33	42.09	46.30	29.82	10.00
รายการส่งเสริมการ พัฒนาคุณภาพชีวิตของ ประชาชนในพื้นที่จังหวัด ชายแดนใต้	ไม่เต็มใจบริจาค	82.35	92.89	62.70	62.16	67.86	86.84
	เต็มใจบริจาค	17.65	7.11	37.30	37.84	32.14	13.16
รายการเพื่อสร้างความรู้ เพื่อยับยั้งและรู้เท่าทัน ข่าวปลอม (Stop Fake News)	ไม่เต็มใจบริจาค	65.45	67.78	45.71	37.11	58.14	60.00
	เต็มใจบริจาค	34.55	32.22	54.29	62.89	41.86	40.00
รายการเพื่อส่งเสริม ความรู้ ความเข้าใจของ คนพิการและประชาชน เกี่ยวกับการส่งเสริมและ คุ้มครองสิทธิคนพิการ	ไม่เต็มใจบริจาค	65.12	76.99	51.58	51.97	68.85	90.91
	เต็มใจบริจาค	34.88	23.01	48.42	48.03	31.15	9.09
รวม	ไม่เต็มใจ บริจาค	76.30	84.41	52.49	53.33	69.17	82.08
	เต็มใจบริจาค	23.70	15.59	47.51	46.67	30.83	17.92

เมื่อทำการวิเคราะห์ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดตามเหตุผลที่เต็มใจจะบริจาคและไม่เต็มใจจะบริจาค
จำแนกตามประเภทรายการ ในส่วนของผู้ที่เต็มใจบริจาคระบุเหตุผลสำคัญที่สุดคือ เพราะรายการนี้มีประโยชน์
ต่อสังคมและประเทศไทยโดยรวม ซึ่งมีการให้ความสำคัญของเหตุผลที่สอดคล้องกันในทุกประเภทรายการ
ยกเว้นประเภทรายการรายการเพื่อส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจของคนพิการและประชาชนเกี่ยวกับการส่งเสริม
และคุ้มครองสิทธิคนพิการ ซึ่งให้ความสำคัญกับการประชาชนทุกคนควรมีส่วนร่วมในการสนับสนุนรายการทีวี
เพื่อประโยชน์สาธารณะสูงสุด

สำหรับผู้ที่ไม่เต็มใจบริจาค นั้น ได้ระบุเหตุผลสำคัญที่สุด เพราะเห็นเป็นหน้าที่ของหน่วยงานรัฐที่ต้องสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ ในทุกประเภทรายการ สำหรับเหตุผลรองลงมา นั้น ระบุว่าเพราะรายการรายการต้องเกิดขึ้นแน่นอน ถึงแม้ว่าจะไม่บริจาค และเนื่องจากรายได้ไม่เพียงพอ เป็นลำดับที่สองและสามโดยภาพรวม

ตารางที่ 11.249 ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดตามเหตุผลที่เต็มใจจะบริจาคและไม่เต็มใจจะบริจาค จำแนกตามประเภทรายการ

เหตุผลที่เต็มใจจะบริจาค และไม่เต็มใจจะบริจาค	ประเภทรายการ				
	รายการสำหรับเด็ก เยาวชนและ ครอบครัว	รายการที่เป็น ประโยชน์ต่อ สาธารณะ เกี่ยวกับ เทคโนโลยี การสื่อสาร 5G	รายการ ส่งเสริมการ พัฒนา คุณภาพชีวิต ของ ประชาชนใน พื้นที่จังหวัด ชายแดนใต้	รายการเพื่อ สร้างความรู้ เพื่อยับยั้ง และรู้เท่าทัน ข่าวปลอม (Stop Fake News)	รายการเพื่อ ส่งเสริม ความรู้ ความเข้าใจ ของคน พิการและ ประชาชน เกี่ยวกับการ ส่งเสริมและ คุ้มครอง สิทธิ คนพิการ
เหตุผลที่เต็มใจจะบริจาค จำนวน 1,428 คน					
ประชาชนทุกคนควรมีส่วน ร่วมในการสนับสนุนรายการ ทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ	27.08	21.52	26.21	32.68	44.52
เนื้อหารายการนี้มีความ จำเป็นเร่งด่วนในสังคมไทย	6.86	6.75	4.85	23.83	9.30
รายการนี้มีประโยชน์ต่อ ตนเองและครอบครัวโดยตรง	14.80	7.17	5.83	6.14	9.97
รายการนี้มีประโยชน์ต่อ สังคมและประเทศไทย โดยรวม	51.26	64.56	63.11	37.35	36.21
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
เหตุผลที่ไม่เต็มใจจะบริจาค จำนวน 2,697 คน					
รายได้ไม่เพียงพอ	22.20	26.92	18.17	32.24	34.31
รายการไม่มีประโยชน์ต่อ ตนเองและครอบครัว	4.80	5.52	7.23	6.54	6.08

เหตุผลที่เต็มใจจะบริจาค และไม่เต็มใจจะบริจาค	ประเภทรายการ				
	รายการ สำหรับเด็ก เยาวชนและ ครอบครัว	รายการที่ เป็น ประโยชน์ต่อ สาธารณะ เกี่ยวกับ เทคโนโลยี การสื่อสาร 5G	รายการ ส่งเสริมการ พัฒนา คุณภาพชีวิต ของ ประชาชนใน พื้นที่จังหวัด ชายแดนใต้	รายการเพื่อ สร้างความรู้ เพื่อยับยั้ง และรู้เท่าทัน ข่าวปลอม (Stop Fake News)	รายการเพื่อ ส่งเสริม ความรู้ ความเข้าใจ ของคน พิการและ ประชาชน เกี่ยวกับการ ส่งเสริมและ คุ้มครอง สิทธิ คนพิการ
รายการไม่มีประโยชน์ต่อ สังคมและประเทศไทย โดยรวม	0.53	0.33	0.35	0.00	0.20
เป็นหน้าที่ของหน่วยงานรัฐที่ ต้องสนับสนุนรายการทีวีเพื่อ ประโยชน์สาธารณะ	38.01	39.13	46.03	40.74	36.86
รายการต้องเกิดขึ้นแน่นอน ถึงแม้ว่าจะไม่บริจาค	26.29	20.74	22.05	14.16	16.27
รายการไม่ใช่เรื่องจำเป็น เร่งด่วนในสังคมไทย	8.17	7.19	6.17	6.32	6.27
ไม่แน่ใจ	0.00	0.17	0.00	0.00	0.00
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

เมื่อวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดตามคะแนนความต้องการการจัดสรรเงินบริจาค เพื่อพัฒนาประโยชน์ในด้านต่างๆ เฉพาะผู้ตอบแบบสอบถามที่ยินดีบริจาค เฉพาะผู้ตอบแบบสอบถามที่ยินดีบริจาค (0 - 100 คะแนน) สามารถจำแนกคะแนนตามประเภทรายการได้ดังนี้

1. รายการสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว กลุ่มตัวอย่างให้คะแนนความต้องการการจัดสรรเงินบริจาคเพื่อพัฒนาประโยชน์ในการมีรายการที่มีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็ก เยาวชน และสถาบันครอบครัวมากที่สุด รองลงมาคือ การมีรายการที่ส่งเสริมพัฒนาการและการเรียนรู้สำหรับเด็กและเยาวชนตามลำดับ

2. รายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะเกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสาร 5G กลุ่มตัวอย่างให้คะแนนความต้องการการจัดสรรเงินบริจาคเพื่อพัฒนาประโยชน์ในด้านความเข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคตมากที่สุด รองลงมาคือ การมีรายการที่ส่งเสริมพัฒนาการและการเรียนรู้สำหรับเด็กและเยาวชนตามลำดับ

3. รายการส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนใต้ กลุ่มตัวอย่างให้คะแนนความต้องการการจัดสรรเงินบริจาคเพื่อพัฒนาประโยชน์ในด้านความเข้าใจความแตกต่างและหลากหลายในสังคม รองลงมาคือ ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการตามลำดับ

4. รายการเพื่อสร้างความรู้เพื่อยับยั้งและรู้เท่าทันข่าวปลอม (Stop Fake News) กลุ่มตัวอย่างให้คะแนนความต้องการการจัดสรรเงินบริจาคเพื่อพัฒนาประโยชน์ในด้านความเข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคตมากที่สุด รองลงมาคือ ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการตามลำดับ

5. รายการเพื่อส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจของคนพิการและประชาชนเกี่ยวกับการส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิคนพิการ กลุ่มตัวอย่างให้คะแนนความต้องการการจัดสรรเงินบริจาคเพื่อพัฒนาประโยชน์ด้านการมีรายการที่มีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็ก เยาวชน และสถาบันครอบครัวมากที่สุด รองลงมาคือ การปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม ตามลำดับ

ในภาพรวมของทุกรายการ กลุ่มตัวอย่างให้คะแนนความต้องการการจัดสรรเงินบริจาคเพื่อพัฒนาประโยชน์ในการมีรายการที่มีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็ก เยาวชน และสถาบันครอบครัว (คะแนนเฉลี่ย 14.81) รองลงมาคือ การมีรายการที่ส่งเสริมพัฒนาการและการเรียนรู้สำหรับเด็กและเยาวชน (คะแนนเฉลี่ย 14.16) และความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ (คะแนนเฉลี่ย 13.12) ตามลำดับ

ตารางที่ 11.250 ค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดตามคะแนนความต้องการการจัดสรรเงินบริจาคเพื่อพัฒนาประโยชน์ในด้านต่างๆ เฉพาะผู้ตอบแบบสอบถามที่ยินดีบริจาค เฉพาะผู้ตอบแบบสอบถามที่ยินดีบริจาค (0 - 100 คะแนน) จำแนกตามประเภทรายการ (เฉพาะผู้เต็มใจบริจาค จำนวน 1,428 คน)

	ประเภทรายการ					รวม คะแนน เฉลี่ย
	รายการ สำหรับเด็ก เยาวชน และ ครอบครัว	รายการที่ เป็น ประโยชน์ ต่อ สาธารณะ เกี่ยวกับ เทคโนโลยี การสื่อสาร 5G	รายการ ส่งเสริม การ พัฒนา คุณภาพ ชีวิตของ ประชาชน ในพื้นที่ จังหวัด ชายแดน ใต้	รายการเพื่อ สร้างความรู้ เพื่อยับยั้ง และรู้เท่าทัน ข่าวปลอม (Stop Fake News)	รายการเพื่อ ส่งเสริม ความรู้ ความเข้าใจ ของคน พิการและ ประชาชน เกี่ยวกับการ ส่งเสริมและ คุ้มครอง สิทธิ คนพิการ	
ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการ	13.12	12.37	16.27	12.76	12.16	13.12
ความเข้าใจความแตกต่างและหลากหลายในสังคม	11.08	12.67	16.57	12.65	12.17	11.08

	ประเภทรายการ					รวมคะแนนเฉลี่ย
	รายการสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว	รายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะเกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสาร 5G	รายการส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนใต้	รายการเพื่อสร้างความรู้เพื่อยับยั้งและรู้เท่าทันข่าวปลอม (Stop Fake News)	รายการเพื่อส่งเสริมความรู้ความเข้าใจของคนพิการและประชาชนเกี่ยวกับการส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิคนพิการ	
คะแนนความต้องการการจัดสรรเงินบริจาคเพื่อพัฒนาประโยชน์ในด้านต่างๆ						
ความเข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันหรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต	11.98	12.78	15.95	12.81	11.91	11.98
การปลูกฝังทัศนคติหรือค่านิยมที่ดีในสังคม	12.57	12.10	10.16	12.57	12.23	12.57
แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต	10.31	11.59	8.04	11.25	11.89	10.31
การนำเนื้อหารายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน	10.99	12.26	8.68	12.64	11.71	10.99
การมีรายการที่ส่งเสริมพัฒนาการและการเรียนรู้สำหรับเด็กและเยาวชน	14.16	12.76	12.93	11.59	12.21	14.16
การมีรายการที่มีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับการพัฒนาเด็ก เยาวชน และสถาบันครอบครัว	14.81	12.65	8.81	11.95	12.41	14.81
ด้านอื่นๆ	0.99	0.83	2.10	1.79	3.32	0.99
รวมคะแนนเฉลี่ย	11.11	11.11	11.06	11.11	11.11	11.11

3.3 การวิเคราะห์เหตุผลในการเต็มใจ/ไม่เต็มใจบริจาค

เมื่อวิเคราะห์ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดตามเหตุผลที่เต็มใจจะบริจาคและไม่เต็มใจจะบริจาค จำแนกตามช่วงอายุ ในส่วนของเหตุผลที่เต็มใจบริจาคมานั้น ผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มอายุระบุว่าเพราะรายการนี้มีประโยชน์ต่อสังคมและประเทศไทยโดยรวมมากที่สุด ยกเว้นในกลุ่มอายุ 20 ปีหรือน้อยกว่าที่ระบุว่าเนื้อหา รายการนี้มีความจำเป็นเร่งด่วนในสังคมไทย เป็นเหตุผลที่เต็มใจบริจาคมากที่สุด ในส่วนเหตุผลที่มีสัดส่วนผู้ตอบรองลงมาในภาพรวม คือเพราะประชาชนทุกคนควรมีส่วนร่วมในการสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ

ในส่วนของเหตุผลที่ไม่เต็มใจบริจาคมานั้น ผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มอายุระบุว่าเพราะเป็นหน้าที่ของหน่วยงานรัฐที่ต้องสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะมากที่สุด ในขณะที่กลุ่มอายุ 20 ปีหรือน้อยกว่า และ 21-30 ปีตอบว่าเพราะรายได้ไม่เพียงพอ กลุ่มอายุ 31 – 40 ปีและ 60 ปีขึ้นไป มีสัดส่วนของผู้ตอบรองมา คือ รายการต้องเกิดขึ้นแน่นอน ถึงแม้ว่าจะไม่บริจาค และกลุ่มอายุ 41 – 50 และ 60 ปีขึ้นไป มีสัดส่วนของผู้ตอบรองมาคือ รายการไม่มีประโยชน์ต่อตนเองและครอบครัว ในขณะที่กลุ่มอายุ 51-60 ปี มีสัดส่วนของผู้ตอบรองลงมาคือรายได้ไม่เพียงพอ เช่นเดียวกับในกลุ่มอายุต่ำกว่า 30 ปี

ตารางที่ 11.251 ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดตามเหตุผลที่เต็มใจจะบริจาคและไม่เต็มใจจะบริจาค จำแนกตามช่วงอายุ

เหตุผลที่เต็มใจจะ บริจาค และไม่เต็มใจจะบริจาค	ช่วงอายุ					
	20 ปีหรือ น้อยกว่า	21-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี	มากกว่า 60 ปี
เหตุผลที่เต็มใจจะบริจาค จำนวน 1,428 คน						
ประชาชนทุกคนควรมี ส่วนร่วมในการสนับสนุน รายการทีวีเพื่อประโยชน์ สาธารณะ	34.15	37.50	28.41	31.87	35.37	36.84
เนื้อหา รายการนี้มีความ จำเป็นเร่งด่วนใน สังคมไทย	34.15	16.30	11.91	9.59	6.10	2.63
รายการนี้มีประโยชน์ต่อ ตนเองและครอบครัว โดยตรง	4.88	6.52	10.33	8.81	4.88	2.63
รายการนี้มีประโยชน์ต่อ สังคมและประเทศไทย โดยรวม	26.83	39.67	49.35	49.74	53.66	57.89
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

เหตุผลที่เต็มใจจะ บริจาค และไม่เต็มใจจะบริจาค	ช่วงอายุ					
	20 ปีหรือ น้อยกว่า	21-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี	มากกว่า 60 ปี
เหตุผลที่ไม่เต็มใจจะบริจาค จำนวน 2,697 คน						
รายได้ไม่เพียงพอ	78.03	35.04	14.16	16.78	30.43	12.07
รายการไม่มีประโยชน์ต่อ ตนเองและครอบครัว	0.00	1.91	3.90	15.87	23.37	0.00
รายการไม่มีประโยชน์ต่อ สังคมและประเทศไทย โดยรวม	1.52	0.40	0.13	0.23	0.00	0.00
เป็นหน้าที่ของหน่วยงาน รัฐที่ต้องสนับสนุน รายการทีวีเพื่อประโยชน์ สาธารณะ	15.15	34.24	42.86	54.20	39.13	47.13
รายการต้องเกิดขึ้น แน่นอน ถึงแม้ว่าจะไม่ บริจาค	4.55	14.76	33.12	12.02	7.07	40.80
รายการไม่ใช่เรื่องจำเป็น เร่งด่วนในสังคมไทย	0.76	13.65	5.84	0.68	0.00	0.00
ไม่แน่ใจ	0.00	0.00	0.00	0.23	0.00	0.00
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

เมื่อวิเคราะห์ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดตามเหตุผลที่เต็มใจจะบริจาคและไม่เต็มใจจะบริจาค จำแนกตามภาค ในส่วนของเหตุผลที่เต็มใจบริจาคนั้น ผู้ตอบแบบสอบถามทุกภาคระบุว่าเพราะรายการนี้มีประโยชน์ต่อสังคมและประเทศไทยโดยรวมมากที่สุด ยกเว้นในภาคเหนือที่ระบุว่าประชาชนทุกคนควรมีส่วนร่วมในการสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะสูงสุด ในส่วนเหตุผลที่มีสัดส่วนผู้ตอบรองลงมา ผู้ตอบแบบสอบถามในกรุงเทพมหานคร ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลาง ภาคใต้คือเพราะประชาชนทุกคนควรมีส่วนร่วมในการสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ ในขณะที่ภาคเหนือ มีสัดส่วนของผู้ตอบรองลงมาคือรายการนี้มีประโยชน์ต่อสังคมและประเทศไทยโดยรวม

ในส่วนของเหตุผลที่ไม่เต็มใจบริจาค นั้น ผู้ตอบแบบสอบถามทุกภาคระบุว่าเพราะเป็นหน้าที่ของหน่วยงานรัฐที่ต้องสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะมากที่สุด ยกเว้นภาคใต้ที่ระบุว่ารายได้ไม่เพียงพอในสัดส่วนสูงสุด ในส่วนเหตุผลที่มีสัดส่วนผู้ตอบรองลงมา ในกรุงเทพมหานครและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ คือ รายได้ไม่เพียงพอ สำหรับภาคเหนือและภาคกลาง คือ รายการต้องเกิดขึ้นแน่นอน ถึงแม้ว่าจะไม่บริจาค ในขณะที่ภาคกลางมีเหตุผลรองลงมาคือ ในขณะที่ภาคใต้มีเหตุผลรองลงมาคือ เป็นหน้าที่ของหน่วยงานรัฐที่ต้องสนับสนุนรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ

ตารางที่ 11.252 ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดตามเหตุผลที่เต็มใจจะบริจาคและไม่เต็มใจจะบริจาค จำแนกตามภูมิภาค

เหตุผลที่เต็มใจจะบริจาค และไม่เต็มใจจะบริจาค	ภูมิภาค				
	กทม.	เหนือ	ตอ.เฉียง เหนือ	กลาง	ใต้
เหตุผลที่เต็มใจจะบริจาค					
ประชาชนทุกคนควรมีส่วน ร่วมในการสนับสนุนรายการ ทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ	14.18	40.35	30.77	30.13	36.58
เนื้อหารายการนี้มีความ จำเป็นเร่งด่วนในสังคมไทย	5.97	12.28	14.48	9.27	17.79
รายการนี้มีประโยชน์ต่อ ตนเองและครอบครัวโดยตรง	6.72	7.60	17.65	6.13	9.06
รายการนี้มีประโยชน์ต่อ สังคมและประเทศไทย โดยรวม	73.13	39.77	37.10	54.47	36.58
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
เหตุผลที่ไม่เต็มใจจะบริจาค					
รายได้ไม่เพียงพอ	22.71	15.90	31.99	25.37	42.46
รายการไม่มีประโยชน์ต่อ ตนเองและครอบครัว	17.13	10.10	6.21	0.87	1.23
รายการไม่มีประโยชน์ต่อ สังคมและประเทศไทย โดยรวม	0.00	0.00	0.00	0.25	1.85
เป็นหน้าที่ของหน่วยงานรัฐที่ ต้องสนับสนุนรายการทีวีเพื่อ ประโยชน์สาธารณะ	44.62	33.58	48.29	39.80	35.38
รายการต้องเกิดขึ้นแน่นอน ถึงแม้ว่าจะไม่บริจาค	15.54	32.69	3.42	26.49	15.69
รายการไม่ใช่เรื่องจำเป็น เร่งด่วนในสังคมไทย	0.00	7.73	10.09	7.21	3.08
ไม่แน่ใจ	0.00	0.00	0.00	0.00	0.31
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

11.2.2 ผลการวิเคราะห์ความเต็มใจบริจาคเพื่อสนับสนุนการผลิตรายการทีวีเพื่อประโยชน์สาธารณะ

การคำนวณมูลค่าทางเศรษฐกิจ-สังคมของโครงการประกอบด้วยทั้งหมด 2 ส่วนได้แก่ มูลค่าทางตรงที่เกิดจากโครงการ และมูลค่าทางอ้อมที่เกิดจากโครงการ ดังสูตรคำนวณด้านล่าง

$$\text{ความคุ้มค่าของโครงการ} = \frac{\text{มูลค่าที่เกิดจากโครงการ}}{\text{ต้นทุนโครงการ}}$$

โดย มูลค่าที่เกิดจากโครงการ = มูลค่าทางตรง + มูลค่าทางอ้อม

โดยมูลค่าทางตรงของโครงการ (Direct used value) หมายถึง มูลค่าที่เกิดจากการผลิตรายการโดยตรง เช่น มูลค่าที่ได้รับจากค่าโฆษณา มูลค่าที่ได้รับจากการสนับสนุนโครงการ (ค่า Sponsor) เป็นต้น โดยมีมูลค่าทั้งหมด 105,636,200.00 บาท

มูลค่าทางอ้อมของโครงการ (Indirect use value) หมายถึงมูลค่า หรือคุณค่าที่ประชาชน หรือกลุ่มเป้าหมายโครงการผ่านการสอบถามความเต็มใจจ่าย 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 11.253 ผลการคำนวณของ Logistics Regression

จำนวนกลุ่มตัวอย่าง = 4,125 ตัวอย่าง

ค่า $R^2 = 0.0622$

ค่า Log likelihood = 5131.211

ตัวแปร	สัมประสิทธิ์	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	p-value
ตัวแปรตาม			
WTP			
ตัวแปรอิสระ			
Gender	-0.4411	0.0685	0.000***
Age	0.0262	0.0038	0.000***
Education	-0.4271	0.0941	0.000***
Status	0.1670	0.1085	0.124
Children	0.0002	0.1055	0.999
FamMember	-0.2408	0.0323	0.000***
Income	0.00002	0.00002	0.000***
Region	-0.1197	0.1224	0.328
AvgWatching	0.0641	0.0175	0.000***
ค่าคงที่	-1.2054	0.1972	0.000***

หมายเหตุ: * หมายถึงระดับความเชื่อมั่นที่ ร้อยละ 90 ** หมายถึงระดับความเชื่อมั่นที่ ร้อยละ 95 *** หมายถึงระดับความเชื่อมั่นที่ ร้อยละ 99

การอภิปรายผล

จากผลการวิเคราะห์ของ Logistic regression model สามารถสรุปผลการคำนวณ ดังนี้

Gender มีค่าสัมประสิทธิ์ ที่ -0.4411 หมายถึง เพศหญิงมีความเต็มใจจ่ายน้อยกว่าเพศชาย ที่ 0.4411 บาท โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99

Age มีค่าสัมประสิทธิ์ ที่ 0.0262 หมายถึง เมื่ออายุเพิ่มขึ้น 1 ปี จะมีความเต็มใจจ่ายเพิ่มขึ้น 0.0262 บาท โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99

Education มีค่าสัมประสิทธิ์ ที่ -0.4271 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามจบปริญญาตรีขึ้นไป มีความเต็มใจจ่ายน้อยกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่จบการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี 0.4271 บาท โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99

Status มีค่าสัมประสิทธิ์ ที่ 0.1670 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามที่แต่งงานมีความเต็มใจจ่ายต่ำกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ได้แต่งงาน 0.1670 บาท แต่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

Children มีค่าสัมประสิทธิ์ ที่ 0.0002 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีบุตรมีความเต็มใจจ่ายสูงกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่มีบุตร 0.0002 บาท แต่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

FamMember มีค่าสัมประสิทธิ์ ที่ -0.2408 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีครอบครัวเล็ก มีความเต็มใจจ่ายสูงกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีครอบครัวใหญ่ 0.2408 บาท โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99

Income มีค่าสัมประสิทธิ์ ที่ 0.00002 หมายถึง เมื่อรายได้ครัวเรือนเพิ่มขึ้น 1 บาท จะมีความเต็มใจจ่ายเพิ่มขึ้น 0.00002 บาท โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99

Region มีค่าสัมประสิทธิ์ ที่ -0.1197 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพฯ มีความเต็มใจจ่ายต่ำกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่อาศัยอยู่ในพื้นที่อื่นๆ 0.1197 บาท แต่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

AvgWatching มีค่าสัมประสิทธิ์ ที่ 0.0641 หมายถึง เมื่อชั่วโมงการดูทีวีโดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์เพิ่มขึ้น 1 ชั่วโมง จะมีความเต็มใจจ่ายเพิ่มขึ้น 0.0641 บาท โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99

ทั้งนี้ ค่า $R^2 = 0.242$ หมายความว่า ตัวแปรอิสระสามารถอธิบายตัวแปรตามได้ร้อยละ 24.20

แบบจำลองทางสถิติ

สรุปแบบจำลองทางสถิติสำหรับการหามูลค่าความเต็มใจจ่ายของกลุ่มเป้าหมาย ได้ดังนี้

$$WTP = -1.2054 + (0.4411 * Gender) + (0.0262 * Age) + (0.4271 * Education) + (-0.2408 * FamMember) + (0.00002 * Income) + (0.0641 * AvgWatching)$$

เมื่อนำผลการประมวลผล พบว่า มูลค่าความพึงพอใจไขว่ของกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ

$$WTP = -1.2054 + (0.4411 * 1) + (0.0262 * 60) + (0.4271 * 1) + (-0.2408 * 8) + (0.00002 * 50,000) + (0.0641 * 8) = 0.8212 \text{ บาทต่อครัวเรือน}$$

$$\begin{aligned} \text{ความเต็มใจจ่ายทั้งหมด} &= 0.8212 \text{ บาทต่อครัวเรือน} * 8,094,954 \text{ ครัวเรือน} \\ &= 6,647,576.22 \text{ บาท} \end{aligned}$$

ความคุ้มค่าของโครงการ

$$\begin{aligned} \text{สรุปมูลค่าทั้งหมดของโครงการ} &= 6,647,576.22 \text{ บาท} + 105,636,200.00 \text{ บาท} \\ &= 168,403,072.05 \text{ บาท} \end{aligned}$$

ดังนั้น จึงสามารถคำนวณความคุ้มค่าของโครงการได้ ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ความคุ้มค่าของโครงการ} &= 112,283,776.22 \text{ บาท} / 105,636,200.00 \text{ บาท} \\ &= 1.06 \text{ เท่า} \end{aligned}$$

11.3 การประเมินผลความคิดเห็นต่อรายการจากสื่อ Social Media ต่างๆ (Social Listening)

11.3.1 รายการสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว

5.1.1 My Little Bears เพื่อนหมีแสนสนุก

กลุ่มเป้าหมายของรายการ คือ ประชาชนทั่วไปที่มีเด็กอยู่ในครอบครัว

ลิงค์รายการที่ใช้เก็บข้อมูล (1) <https://www.youtube.com/@mylittlebears9890/Videos>

(2) <https://www.facebook.com/MyLittleBears.TV>

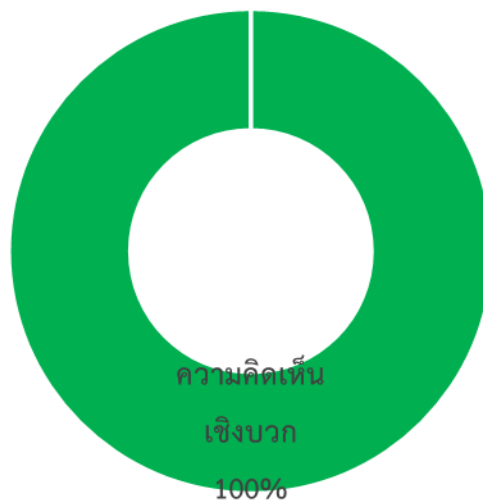
Facebook Fanpage ผู้ติดตาม 5,100 คน

จำนวนการกด Likes จาก Facebook คือ 174 Likes จาก 40 Videos

ระดับความพึงพอใจต่อรายการเฉลี่ย 1.6667 คะแนน (มีความพึงพอใจระดับปานกลาง)

2) ประเด็นความคิดเห็นต่อรายการ My Little Bears เพื่อนหมีแสนสนุก

(1) ความคิดเห็นจากช่อง YouTube และ Facebook



- หลานๆ ชอบมากเลย เลิฟรายการนี้
- ดีมากเลยค่ะ
- รายการการ์ตูนแบบนี้ เด็กๆ ชอบเลยค่ะ
- ลูกๆ ดูตลอดเลยค่ะ
- เป็นรายการการ์ตูนที่ส่งเสริมการพัฒนาเด็กหลายด้าน
- การ์ตูนดีๆ แบบนี้ยากให้มีเรื่อยๆ ค่ะ ลูกสาวชอบ
- หลังจากการ์ตูนจบ ลูกที่บ้านชวนไปทำกิจกรรมตามเลยค่ะ บางทีแม่ก็ไม่ไหวทำตาม
- เป็นรายการที่สร้างความสัมพันธ์ระหว่างคนในครอบครัว หรือระหว่างเพื่อนในโรงเรียน
- รายการดีเป็นประโยชน์แก่เด็กๆ
- รายการนี้ดี มีความรู้ สอนเด็กๆ ได้ดีในเวลาสั้นๆ

- อยากให้ผลิตรายการดีๆ สำหรับเด็กออกมาอีกนะคะ สอนเด็กๆ หลายอย่างมากเลยคะ คุณแม่ยังสนุกกับลูกตอนเปิดดูเลยคะ
- การสื่อสารของลูกดีขึ้นคะ ตั้งแต่เปิดรายการเพื่อนหมีแสนสนุกให้ลูกดู แต่ลูกบอกว่าการ์ตูนจบเร็วมาก บางวันต้องดูวน 2-3 รอบเลยคะ
- ตั้งแต่ติดตามจน EP. 20 ลูกชายชอบมากกกกกกก และยังนำเอาสาระต่างๆ ในรายการไปใช้ใน ชีวิตประจำวันของเขาด้วยคะ
- รายการมาตอนหลังเคารพธงชาติบางทีติดงานบ้าน เปิดให้ลูกดูไม่ทัน ยังดีว่ามีดูย้อนหลังได้ครับ
- เป็นรายการการ์ตูนที่สนุก มีประโยชน์มากๆ ค่ะ

(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 7 กันยายน 2566 ผ่านโปรแกรม Zoom Meeting มีรายละเอียด ดังนี้

1. ด้านมาตรฐานและจริยธรรมในการนำเสนอเนื้อหา

- เนื้อหามีการนำเสนอเนื้อเรื่องดี น่ารัก เข้าใจง่าย เหมาะแก่การเปิดให้เด็กดู
- เสียงพากย์ดี พุดชัดถ้อยชัดคำ ไม่พุดซ้ำหรือเร็วจนเกินไป ฟังง่ายและสร้างความมีมาตรฐานที่ดีของเนื้อหา

- เนื้อหาดีมาก มีความน่ารักเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย การให้ข้อมูลดี สนุกน่าดู มีประโยชน์มากๆ เลยคะได้เรียนรู้ไปกับรายการด้วย

- ทางรายการมีการให้ข้อมูลดีมากๆ เหมาะกับนำมาใช้ในยามว่างเป็นกิจกรรมครอบครัวมากๆ ทั้งยังเสริมสร้างวิธีบริหารร่างกายไปในคลิปกอีกด้วย

- เป็นรายการที่ดีมากๆ ทำให้สามารถนำมาใช้ในเวลางาน ทำให้เกิดประโยชน์ได้อีกทั้งยังเสริมสร้างความรู้ให้กับเด็กๆ และหรือคนที่ได้รับชมคลิปกนี้ด้วย

2. ด้านการเสริมสร้างทักษะการคิดและแรงบันดาลใจ

- มีการเสริมสร้างความคิด และจินตนาการของเด็ก ให้ได้รู้จักการคิดสร้างสรรค์ เช่น รูปแบบของผลไม้จากแป้งโดว์ด้วยตัวเอง

- มีการส่งเสริมการคิด เช่น การบอกวัตถุดิบที่ใช้อย่างชัดเจนเป็นรูปภาพ ทั้งยังบอกปริมาณการผสมที่ชัดเจน ให้เด็กสามารถนำไปทำตามได้

- ทางรายการมีการเสริมสร้างทักษะให้แก่ผู้ที่ได้รับชมมากๆ เป็นการฝึกสมาธิให้เด็กมีสติจดจ่อกับสิ่งที่ทำ อีกทั้งยังเสริมสร้างจินตนาการอีกด้วย

- การส่งเสริมความคิด เช่น การสอนป็นให้เป็นผลไม้ในรูปแบบต่างๆ เป็นการส่งเสริมสร้างจินตนาการให้แก่เด็กได้ดี

- ส่งเสริมการฝึกสมาธิ มีการเสริมสร้างจินตนาการดีมาก ทำให้ผู้รับชมได้มีจินตนาการและยังเสริมสร้างทักษะการป็นอีกด้วย สามารถนำไปใช้ได้กับชีวิตประจำวัน

3. ด้านการส่งเสริมการเรียนรู้ศักยภาพและทักษะชีวิต

- ส่งเสริมการเรียนรู้ และจินตนาการของเด็ก
- เป็นการ์ตูนที่เนื้อหาเข้าใจง่าย สอดแทรกการเรียนรู้จากการดำเนินชีวิต
ในชีวิตประจำวัน

- เนื้อหาการนำเสนอดีมาก ๆ เลยค่ะ ช่วยส่งเสริมทักษะและจินตนาการของเด็กๆ
ได้ดีมาก

- เป็นรายการที่ดีมากเหมาะแก่การดูเพื่อศึกษาและเรียนรู้ทำให้ได้ข้อมูลต่างๆ
มากมายจากคลิปรายการ

- รายการนี้เป็นรายการที่มีการเสริมสร้างความรู้ ทักษะ และจินตนาการของผู้รับชม
ได้ดีมาก ทำให้ได้รับความรู้ทั่วไปได้ดี

4. ด้านการมีส่วนร่วมของเด็ก เยาวชน และสมาชิกในครอบครัว

- เป็นการสร้างเสริมความสัมพันธ์ที่ดีในครอบครัว ในการทำกิจกรรมร่วมกัน
- มีการถามความคิดเห็นของเด็ก ให้มีการเสนอความคิด และไอเดียของตัวเอง
- เป็นรายการที่เหมาะสมแก่การที่คุณพ่อคุณแม่จะเป็นดูไปกับลูกๆ เพื่อเสริมสร้าง
ทักษะต่างๆ ให้แก่เด็กและเยาวชน

- เป็นรายการที่สามารถนำมาใช้เป็นกิจกรรมครอบครัวได้ดีมากเลย เหมาะแก่การใช้
เวลาร่วมกันอย่างมาก

- เนื้อหาของคลิปรายการเป็นเนื้อหาสร้างสรรค์ และสามารถใช้เวลาทำร่วมกันกับ
ผู้อื่นได้

5. ด้านความสอดคล้องของเนื้อหาในกลุ่มเป้าหมาย

- มีความสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย เนื้อหาสั้นกระชับ เข้าใจง่าย เหมาะสำหรับเด็ก
- เนื้อหาสอดคล้องกับเด็ก และจะเป็นการดีหากมีผู้ปกครองเข้าร่วมด้วย
- เป็นคลิปรายการที่เหมาะสมแก่เด็กและเยาวชนมากๆ มีการเสริมสร้างความรู้ ทักษะ
และจินตนาการเยอะและมีประโยชน์มาก

- เนื้อหาการนำเสนอรายการเป็นการนำเสนอในรูปแบบของการ์ตูนภาพทำให้มี
ความน่ารัก

- เนื้อหาดีมาก มีการสอดแทรกความรู้และวิธีการบริหารร่างกายไปในตัว ทำให้ผู้ที่
ได้รับชมสามารถนำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้

6. ด้านส่งเสริมคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรม

- ยังไม่เห็นด้านนี้ที่ชัดเจน แต่ก็เป็นแนวทางการใช้เวลาว่างอย่างเป็นประโยชน์กับ
ครอบครัว โดยไม่ก่อความเดือดร้อน วุ่นวายต่อสังคม

- ด้านวัฒนธรรม ถือเป็นการส่งเสริมให้ครอบครัวมีการทำกิจกรรมร่วมกันมากยิ่งขึ้น
เพื่อส่งเสริมพัฒนาการของเด็ก โดยทั่วไปจะเห็นได้จากครอบครัวคนไทยได้น้อยมาก

- เป็นรายการที่มีการเสริมสร้างความรู้ ทักษะ และจินตนาการให้แก่เด็กและผู้ใหญ่ ทำให้มีความคิดสร้างสรรค์มากขึ้น
- รายการมีการส่งเสริมให้เด็กมีความคิดที่สร้างสรรค์ ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ อีกทั้งยังส่งเสริมด้านจินตนาการอีกด้วย
- ทำให้เด็กๆ มีสมาธิจดจ่ออยู่กับสิ่งที่ทำมากขึ้น อีกทั้งยังช่วยเสริมสร้างจินตนาการได้เป็นอย่างดี

สรุปการประเมินผลความคิดเห็นต่อรายการ My Little Bears เพื่อนหมีแสนสนุก

รายการ My Little Bears เพื่อนหมีแสนสนุก มีการประเมิน 6 ด้าน ประกอบด้วย ด้านมาตรฐานและจริยธรรมในการนำเสนอเนื้อหา ด้านการเสริมสร้างทักษะการคิดและแรงบันดาลใจ ด้านการส่งเสริมการเรียนรู้ ศักยภาพและทักษะชีวิต ด้านการมีส่วนร่วมของเด็ก เยาวชน และสมาชิกในครอบครัว ด้านความสอดคล้องของเนื้อหาในกลุ่มเป้าหมาย ด้านส่งเสริมคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรม ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า รายการมีเนื้อหาที่เป็นมาตรฐานที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย ให้ข้อมูลที่มีประโยชน์ เสริมสร้างทักษะและส่งเสริมจินตนาการที่จะช่วยสร้างแรงบันดาลใจ อีกทั้งยังช่วยสร้างการมีส่วนร่วมของเด็ก เยาวชน และสมาชิกในครอบครัวผ่านการทำกิจกรรมร่วมกัน

5.1.2 การ์ตูนมะลิจอมแก่น ผจญภัย โควิด-19

กลุ่มเป้าหมายของรายการ คือ ประชาชนทั่วไปที่มีเด็กอยู่ในครอบครัว

ลิงค์รายการที่ใช้เก็บข้อมูล (1) <https://www.youtube.com/@mylittlebears9890/Videos>

(2) <https://www.facebook.com/MaliJomKaenTheSeries>

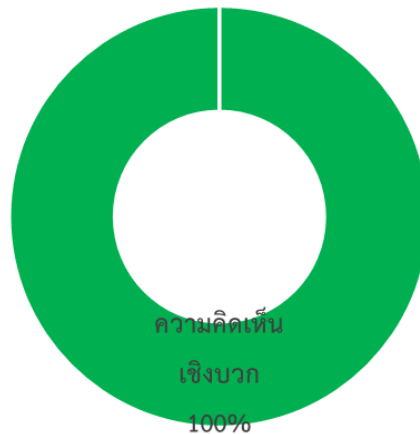
Facebook Fanpage ผู้ติดตาม 1,000 คน

จำนวนการกด Likes จาก YouTube คือ 3,681 Likes จาก 40 Videos

ระดับความพึงพอใจต่อรายการเฉลี่ย 2.0000 คะแนน (มีความพึงพอใจระดับปานกลาง)

2) ประเด็นความคิดเห็นต่อรายการ การ์ตูนมะลิจอมแก่น ผจญภัย โควิด-19

(1) ความคิดเห็นจากช่อง YouTube และ Facebook



- เป็นรายการที่ดี

(2) ความคิดเห็นจากการสนทนากลุ่ม

ใช้รูปแบบการประเมิน ด้านมิติและเนื้อหา ของการประเมินตามระบบการวัดคุณภาพของสื่อที่นำเสนอต่อสังคม (Quality Rating) (กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์, 2564) โดยแบ่งออกเป็น 6 ด้าน ประกอบด้วย (1) ด้านมาตรฐานและจริยธรรมในการนำเสนอเนื้อหา (2) ด้านการเสริมสร้างทักษะการคิด และแรงบันดาลใจ (3) ด้านการส่งเสริมการเรียนรู้ศักยภาพและทักษะชีวิต (4) ด้านการมีส่วนร่วมของเด็กเยาวชน และสมาชิกในครอบครัว (5) ด้านความสอดคล้องของเนื้อหากับกลุ่มเป้าหมาย และ (6) ด้านส่งเสริมคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรมสอดคล้องตามวัตถุประสงค์ของรายการ

ทั้งนี้ดำเนินการสัมภาษณ์จำนวน 5 คน (Nastasi & Schensul, 2005) เมื่อวันที่ 7 กันยายน 2566 ผ่านโปรแกรม Zoom Meeting มีรายละเอียด ดังนี้

1. ด้านมาตรฐานและจริยธรรมในการนำเสนอเนื้อหา

- เป็นการ์ตูนน่ารัก เป็นสื่อที่ดี มีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับโรคโควิด-19 ที่เข้าใจง่าย
- วิดีโอมีการสอดแทรกความรู้ และการป้องกันตัวจากโรคโควิด-19 ซึ่งถือเป็นวิดีโอที่มีประโยชน์มาก

มีประโยชน์มาก

- มีการนำเสนอถึงที่มาที่ไปของเชื้อไวรัสได้เป็นอย่างดี เหมาะแก่การให้เด็กได้ดู

เพื่อที่จะรู้เท่าทันถึงโรคระบาด

- รายการมีการให้ความรู้ถึงโรคระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ซึ่งมีประโยชน์มาก อีกทั้งยังสามารถเปิดคลิปนี้แล้วให้เด็กและเยาวชนทำเนื้อหาสถานการณ์โรคง่ายมากยิ่งขึ้น
- รายการดีควรค่าแก่การดู ช่วยให้เด็กรู้เท่าทันถึงสถานการณ์ของเชื้อไวรัสและโรคระบาดและทำให้เกิดการกระตุ้นการดูแลป้องกันตัวเอง

2. ด้านการเสริมสร้างทักษะการคิดและแรงบันดาลใจ

- มีการสอนการป้องกันตัวเองจากการติดเชื้อ โดยมีภาพประกอบ และเนื้ออธิบายให้เข้าใจ
- มีการอธิบายความหมายของคำว่า COVID-19 อย่างชัดเจน โดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย เหมาะสำหรับเด็ก
- ช่วยให้เด็กเข้าถึงข่าวสารของโรคระบาดได้ดียิ่งขึ้น อีกทั้งยังให้เด็กๆ รู้จักป้องกันตัวไม่ให้ติดเชื้อได้อีกด้วย
- ทำให้ผู้รับชมมีความรู้และเข้าใจถึงโรคระบาดได้เป็นอย่างดี รู้ว่าควรทำตัวอย่างไร เป็นการเสริมสร้างทักษะความรู้
- รายการดีทำให้เด็กๆ ที่ได้รับชมเข้าใจถึงสถานการณ์และยังดูแลรักษาสุขภาพของตัวเองเพื่อที่จะได้ไม่ติดเชื้อ

3. ด้านการส่งเสริมการเรียนรู้ศักยภาพและทักษะชีวิต

- มีคำศัพท์ภาษาอังกฤษ และมีการอธิบายความหมายของศัพท์นั้นอย่างชัดเจน และเข้าใจได้ง่าย
- เรื่องของทักษะชีวิต เด็กอาจจะยังไม่สามารถปฏิบัติได้อย่างถูกต้อง ควรจะมีผู้ปกครองแนะนำอยู่เสมอ
- รายการทำให้มีความรู้ ความเข้าใจต่อเชื้อโรค โรคระบาดที่ระบาดอยู่ในขณะนี้ได้เป็นอย่างดี
- ทำให้รู้จักที่จะป้องกันตนเอง ไม่ไปในสถานที่ที่มีความเสี่ยงต่อการติดเชื้อ รู้จักดูแลตัวเองได้ดีขึ้น
- เป็นรายการที่ช่วยส่งเสริมความรู้และความเข้าใจต่อโรคระบาด ทำให้ผู้ได้รับข่าวสารสามารถที่จะป้องกันตัวเองจากโรคระบาดได้

4. ด้านการมีส่วนร่วมของเด็ก เยาวชน และสมาชิกในครอบครัว

- มีการถามตอบ ให้เด็กได้ตั้งคำถาม และมีการตอบอย่างเข้าใจง่ายและชัดเจน
- ผู้ปกครองให้ความสำคัญกับเด็ก ที่มีการอธิบายให้ฟังว่าทำไมต้องหยุดเรียน เพราะจากปัญหาโควิด-19
- เป็นรายการที่ผู้ใหญ่ควรเปิดให้แก่เด็กดูเป็นอย่างมาก เนื้อหาในคลิปมีความสนุก และยังสอดแทรกความรู้ทำให้เด็กสามารถรับข่าวสารได้ดียิ่งขึ้น เพื่อปรับใช้ในชีวิตได้
- รายการดีเหมาะแก่การที่คุณพ่อคุณแม่จะเปิดให้ลูกๆ ได้รับชม อีกทั้งยังสามารถนั่งรับชมไปกับลูกๆ ได้อีกด้วย ทำให้มีเวลาครอบครัวมากขึ้น
- เป็นรายการที่สามารถเปิดให้เด็กดูคนเดียวได้หรือจะให้ความรู้เพิ่มเติมในขณะที่รับชมก็ได้เช่นกัน ทำให้มีการพูดคุยกันในครอบครัวมากยิ่งขึ้น

5. ด้านความสอดคล้องของเนื้อหาต่อกับกลุ่มเป้าหมาย

- สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายมาก แต่เนื้อหาค่อนข้างเข้าใจยากสำหรับเด็กเล็กที่อายุไม่เกิน 3-5 ปี
- การทำสื่อการสอนเป็นรูปแบบการ์ตูน ทำให้เด็กเข้าใจเนื้อหาที่ต้องการสื่อได้ง่าย
- รายการมีการสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย เป็นรายการที่ผู้ใหญ่สามารถให้ความรู้เพิ่มเติมแก่เด็กได้อีกด้วย
- เนื้อหามีการกล่าวถึงโรคระบาดในปัจจุบัน ซึ่งคุณพ่อคุณแม่ หรือผู้ใหญ่ที่อยู่กับเด็กในครอบครัวจะช่วยให้ข้อมูลเพิ่มเติมให้แก่เด็กได้มากขึ้น
- เป็นรายการที่ดีมากๆ เหมาะแก่ทั้งเด็กและผู้ใหญ่ มีการให้เนื้อหา ความรู้ที่ดี ภาพบรรยายก็น่าดูทำให้ได้รับข้อมูลได้ดียิ่งขึ้น

6. ด้านส่งเสริมคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรม

- เป็นการสอนให้เด็กรู้จักการป้องกันตัวเอง และผู้อื่นจากการติดเชื้อโรคผ่านสื่อวิดีโอที่เข้าใจง่าย
- เด็กจะได้เรียนรู้การให้ความสำคัญกับสังคมเพิ่มขึ้น ในช่วงที่กำลังเผชิญกับสถานการณ์ที่อันตราย เด็กจะถือว่าเป็นกำลังสำคัญในอนาคตต่อไปได้
- ช่วยให้เด็กมีความรู้ มีความเข้าใจต่อโรคระบาดมากยิ่งขึ้น ทำให้ไม่ออกไปเที่ยวหรือไปอยู่ในที่มีผู้คนอยู่เยอะ ทำให้การแพร่ระบาดไม่ระบาดหนักขึ้นไปอีก
- มีการให้ข้อมูลความรู้ที่ถูกต้องแก่เด็กและผู้ใหญ่ ทำให้ป้องกันตัวเอง ดูแลตัวเองได้จากโรคระบาด
- ทำให้เข้าใจถึงสถานการณ์ของโรคระบาดที่เป็นอยู่ และอีกทั้งยังทำให้ผู้คนตระหนักได้ถึงสถานการณ์ปัจจุบันและดูแลตัวเองเพิ่มมากขึ้น

สรุปการประเมินผลความคิดเห็นต่อรายการ การ์ตูนมะลิจอมแก่น ผจญภัย โควิด-19

รายการ การ์ตูนมะลิจอมแก่น ผจญภัย โควิด-19 มีการประเมิน 6 ด้าน ประกอบด้วย ด้านมาตรฐาน และจริยธรรมในการนำเสนอเนื้อหา ด้านการเสริมสร้างทักษะการคิดและแรงบันดาลใจ ด้านการส่งเสริมการเรียนรู้ศักยภาพและทักษะชีวิต ด้านการมีส่วนร่วมของเด็ก เยาวชน และสมาชิกในครอบครัว ด้านความสอดคล้องของเนื้อหาต่อกับกลุ่มเป้าหมาย ด้านส่งเสริมคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรม ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า รายการมีมาตรฐานในการนำเสนอเนื้อหาที่ถูกต้องและสอดคล้องกับสถานการณ์ทางสังคม ส่งเสริมให้เกิดความตระหนักรู้เรื่องความปลอดภัย และวิธีปฏิบัติเพื่อให้ปลอดภัยจากโรค อีกทั้งยังสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องให้กับเด็ก เยาวชน และสมาชิกในครอบครัว ให้สามารถสร้างวิธีการรับมือและป้องกันต่อสถานการณ์การระบาดของโรคโควิด-19 ได้อย่างถูกต้อง

5.1.3 5 หมู่ของหนู

กลุ่มเป้าหมายของรายการ คือ ประชาชนทั่วไปที่มีเด็กอยู่ในครอบครัว

ลิงค์รายการที่ใช้เก็บข้อมูล (1) https://www.youtube.com/watch?v=RE_sytsLsJg&list=PL2yVJ0LHC9EGfnyJsqfDSm5PIL2UugEUx

(2) https://www.facebook.com/profile.php?id=100066431786546&paipv=0&eav=AfaEsnGuCzaazoeUVyndJsKDZ1H5Y7cstTMZQfplXfEmGHNbBuLRg8N84yQIE4wp9n4&_rdr

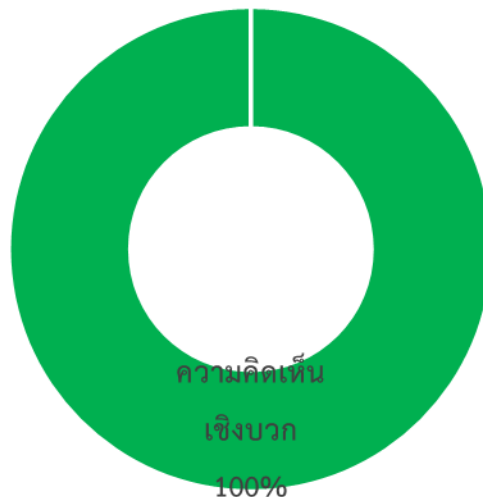
Facebook Fanpage ผู้ติดตาม 110 คน

จำนวนการกด Likes จาก Facebook คือ 62 Likes จาก 40 Videos

ระดับความพึงพอใจต่อรายการเฉลี่ย 2.0000 คะแนน (มีความพึงพอใจระดับปานกลาง)

2) ประเด็นความคิดเห็นต่อรายการ 5 หมู่ของหนู

(1) ความคิดเห็นจากช่อง YouTube และ Facebook



- น้องนะ ขอร่วมกิจกรรมด้วยคนนะครั้บ ตอนที่ 2, 4, 6
- รายการสนุกและได้ความรู้ด้วยค่ะ เด็กๆ ได้ทบทวนประโยชน์ของอาหาร 5 หมู่ดีจริงๆ
- ชอบคุณรายการมากค่ะ

(2) ความคิดเห็นจากการสนทนากลุ่ม

ใช้รูปแบบการประเมิน ด้านมิติและเนื้อหา ของการประเมินตามระบบการวัดคุณภาพของสื่อที่นำเสนอต่อสังคม (Quality Rating) (กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์, 2564) โดยแบ่งออกเป็น 6 ด้าน ประกอบด้วย (1) ด้านมาตรฐานและจริยธรรมในการนำเสนอเนื้อหา (2) ด้านการเสริมสร้างทักษะการคิด และแรงบันดาลใจ (3) ด้านการส่งเสริมการเรียนรู้ศักยภาพและทักษะชีวิต (4) ด้านการมีส่วนร่วมของเด็กเยาวชน และสมาชิกในครอบครัว (5) ด้านความสอดคล้องของเนื้อหาในกลุ่มเป้าหมาย และ (6) ด้านส่งเสริมคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรมสอดคล้องตามวัตถุประสงค์ของรายการ

ทั้งนี้ดำเนินการสัมภาษณ์จำนวน 5 คน (Nastasi & Schensul, 2005) เมื่อวันที่ 7 กันยายน 2566 ผ่านโปรแกรม Zoom Meeting มีรายละเอียด ดังนี้

1. ด้านมาตรฐานและจริยธรรมในการนำเสนอเนื้อหา

- สื่อวิดีโอน่ารัก สีสันสดใสเหมาะสำหรับเด็ก
- สอนให้รู้จักการทานอาหารที่มีประโยชน์ โดยใช้อาหารที่เด็กทานง่ายเป็นสื่อในการสอน
- เป็นการทำที่เหมาะสมแก่การที่จะเปิดให้เด็กๆ ได้ดูเป็นอย่างมาก มีการให้ความรู้ถึง

สารอาหารต่างๆ ที่มีประโยชน์ต่อร่างกายได้เป็นอย่างดี

- รายการมีการนำเสนอข้อมูลที่มีคุณค่าแก่เด็กๆ ทำให้เด็กๆ ได้รับข้อมูลที่ถูกต้อง และสามารถให้ความรู้แก่คุณพ่อคุณแม่ หรือญาติผู้ใหญ่ที่ดูแลเด็กให้สามารถจัดเตรียมอาหารให้ครบ 5 หมู่ เพื่อประโยชน์ต่อร่างกายของเด็ก

- เนื้อหามีการกล่าวถึงคุณประโยชน์ของอาหารแต่ละหมู่ รวมถึงประโยชน์ต่างๆ ช่วยเสริมสร้างความรู้ให้แก่เด็กได้เป็นอย่างดี

2. ด้านการเสริมสร้างทักษะการคิดและแรงบันดาลใจ

- ส่งเสริมให้เด็กทานอาหารที่มีประโยชน์ เนื่องจากมีการอธิบายประโยชน์ของอาหารแต่ละหมู่

- มีการใช้ตัวอย่างของอาหารแต่ละหมู่ในการอธิบาย เพื่อให้เด็กเข้าใจได้ง่าย

- ทำให้ผู้รับชมได้รับข้อมูลความรู้ถึงประโยชน์ของอาหารหลักทั้ง 5 หมู่ รวมถึงได้รู้ว่าหลักไหนสามารถเจอมากได้ในที่ไหนอีกด้วย

- รายการมีการบอกแหล่งที่มาของข้อมูล อีกทั้งยังมีรูปการ์ตูนแสดงให้ดู ทำให้ง่ายต่อการจำและทำความเข้าใจ

- รายการมีการให้ข้อคิดในท้ายคลิปเสมอ ทำให้เกิดการเรียนรู้และเข้าใจต่อคลิปมากยิ่งขึ้น

3. ด้านการส่งเสริมการเรียนรู้ศักยภาพและทักษะชีวิต

- สอนให้เด็กทานอาหารครบ 5 หมู่ เสริมสร้างให้ร่างกายและสติปัญญาของเด็กดี

- เป็นการ์ตูนที่ไม่ซับซ้อน เข้าใจได้ง่าย ทำให้เด็กสามารถรู้ประโยชน์อาหารแต่ละชนิดได้

- เนื้อหาการนำเสนอของรายการดีเยี่ยมมาก ช่วยส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจในเรื่องของอาหาร ทำให้รู้ถึงคุณค่าของอาหารแต่ละหมู่

- เป็นรายการการ์ตูนที่แนะนำให้เปิดให้เด็กและเยาวชนดู เพราะมีทั้งภาพที่สวยงาม ช่วยเสริมสร้างจินตนาการให้แก่เด็กๆ อีกทั้งยังให้ความรู้อีกด้วย

- รายการดีแนะนำให้ดูเป็นอย่างมาก ไม่เป็นข้อมูลมากเกินไป แต่จะเป็นการบอกกล่าวผ่านตัวละครที่เป็นการ์ตูนซึ่งเด็กจะชื่นชอบอยู่แล้ว ทำให้สามารถรับข้อมูลได้ดีขึ้น

4. ด้านการมีส่วนร่วมของเด็ก เยาวชน และสมาชิกในครอบครัว

- สามารถดูได้ทั้งครอบครัว ถือเป็นส่งเสริมให้เด็กรู้จักการทานอาหารที่มีประโยชน์ โดยที่ผู้ปกครองไม่ต้องยึดเยียดให้ทาน

- ทำให้เด็กสามารถทานอาหารได้หลากหลาย เพื่อสุขภาพที่แข็งแรง และทำให้ผู้ปกครองสามารถประกอบอาหารได้ง่ายขึ้น เนื่องจากลูกทานได้ทุกอย่าง

- หากผู้ปกครองต้องการจะหาคลิปรายการหรือการ์ตูนให้เด็กได้ดูเพื่อเสริมสร้างพัฒนาการและความรู้ สามารถใช้รายการนี้ให้เด็กดูได้เพราะเหมาะแก่การเรียนรู้และมีมาตรฐานที่ดี

- การใช้เวลากับครอบครัวเพื่อดูรายการนี้เป็นเรื่องดีมาก เพราะผู้ปกครองสามารถ
ให้ความรู้เพิ่มเติมให้แก่เด็กๆ ได้มากยิ่งขึ้น สร้างความสัมพันธ์ในครอบครัว

- เป็นรายการที่เหมาะสมแก่การเปิดดูด้วยกันทั้งเด็กและผู้ปกครอง ทั้งเรื่องของคุณค่า
ทางโภชนาการหรือคุณประโยชน์ของอาหารหลัก 5 หมู่ ที่ทุกคนสามารถที่จะเรียนรู้ได้และสามารถเอาไปใช้ใน
ชีวิตประจำวันได้

5. ด้านความสอดคล้องของเนื้อหาในกลุ่มเป้าหมาย

- สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายของเด็กในวัยหัดทานอาหาร ช่วงอายุ 1-3 ปี เนื่องจาก
อาหารหลายชนิดอาจจะมีรสชาติไม่อร่อย ทำให้ทานอาหารได้ยาก เมื่อมีความเข้าใจในประโยชน์จะทำให้เด็ก
สามารถทานอาหารได้หลากหลายมากยิ่งขึ้น

- ควรเพิ่มเติมประเภทของอาหารแต่ละชนิดให้มากขึ้น จะทำให้เด็กเข้าใจและรู้จัก
อาหารที่หลากหลายขึ้นด้วย

- เนื้อหาดี มีการสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย เด็ก เยาวชน และผู้ปกครองสามารถดู
ได้เพื่อนำไปเป็นความรู้และนำไปใช้ในชีวิตประจำวัน

- รายการดีสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ดีทั้งเด็กและผู้ใหญ่ การให้ดูการ์ตูนง่ายๆ
ทำให้สามารถเข้าใจได้ถึงเนื้อหามากขึ้น

- มีความสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย เพราะหากผู้ปกครองให้เพียงความรู้กับเด็ก
ทางเดียวคงไม่ค่อยเข้าใจ แต่การเปิดเป็นคลิปวิดีโอที่แสดงผ่านการตูนน่ารักและสดใส จะทำให้เด็กให้ความ
สนใจมากขึ้น รวมถึงสามารถเข้าใจถึงเนื้อหาเพิ่มขึ้นอีกด้วย

6. ด้านส่งเสริมคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรม

- คุณค่าทางสังคมดีได้หลากหลาย ในรายการอาจจะยังไม่ได้สะท้อนเรื่อง
คุณค่าทางสังคมหรือวัฒนธรรม

- ในด้านนี้จะยังไม่เห็นอย่างชัดเจน แต่ถ้าวัตถุประสงค์ของรายการคือการให้เด็ก
เข้าใจในเรื่องประโยชน์อาหาร 5 หมู่ ก็คิดว่าบรรลุวัตถุประสงค์ของรายการแล้ว

- รายการมีการสอดแทรกถึงเรื่องการดูแลสุขภาพ การกินอาหารให้ถูกสุขอนามัย
รวมถึงมีการบอกให้กินครบ 5 หมู่ ซึ่งดีมากต่อการเติบโตของเด็ก

- เป็นรายการที่ให้ข้อมูล ส่งเสริมความรู้ให้แก่เด็กได้ดีมาก เด็กและเยาวชนจะได้มี
ข้อมูลความรู้ที่ถูกต้องและเข้าใจถึงคุณประโยชน์ของอาหารแต่ละหมู่

- เป็นรายการที่ส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจในเรื่องของประโยชน์ของอาหารแต่ละ
หมู่ได้ดีมาก

สรุปการประเมินผลความคิดเห็นต่อรายการ 5 หมู่ของหนู

รายการ 5 หมู่ของหนู มีการประเมิน 6 ด้าน ประกอบด้วย ด้านมาตรฐานและจริยธรรมในการ
นำเสนอเนื้อหา ด้านการเสริมสร้างทักษะการคิดและแรงบันดาลใจ ด้านการส่งเสริมการเรียนรู้ศักยภาพและ
ทักษะชีวิต ด้านการมีส่วนร่วมของเด็ก เยาวชน และสมาชิกในครอบครัว ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา
กลุ่มเป้าหมาย ด้านส่งเสริมคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรม ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า รายการนำเสนอข้อมูลที่
ถูกต้องและเหมาะสมให้กับเด็ก เยาวชน และสมาชิกในครอบครัว ถึงเรื่องโภชนาการที่จำเป็น ซึ่งจะส่งผลต่อ
การเติบโตอย่างเหมาะสมของเด็ก มีการส่งเสริมแรงบันดาลใจและให้ข้อคิดกับเด็ก รวมไปถึงการปลูกฝังทักษะ
การคิด การมีส่วนร่วม และการดูแลสุขภาพที่ถูกต้องตามหลักอนามัย

5.1.4 KELX เกลอ

กลุ่มเป้าหมายของรายการ คือ ประชาชนทั่วไปที่มีเด็กอยู่ในครอบครัว

ลิงค์รายการที่ใช้เก็บข้อมูล (1) <https://www.youtube.com/watch?v=2ozJFPJxzh4&list=PL2yVJ0LHC9EGooYgE3vy19ptsG6qTWBVw>

(2) https://www.facebook.com/p/KELX-เกลอ-เพื่อน-100066491155934/?paipv=0&eav=Afbx2kekEssvfVfTCnEYfdeqYuoPTJeQgo8GoKpcjf-zaVnUemdaKNwDryvBvwRsV_4&_rdr

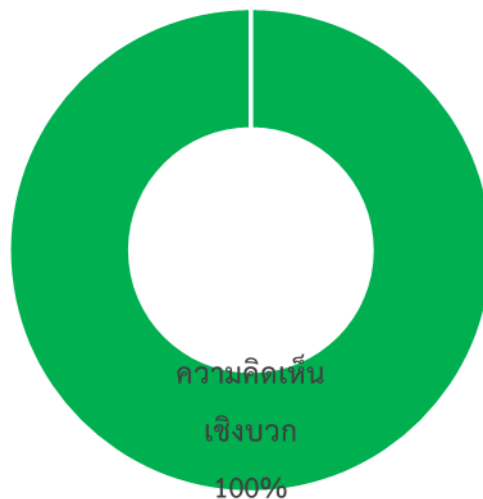
Facebook Fanpage ผู้ติดตาม 229 คน

จำนวนการกด Likes จาก Facebook คือ 206 Likes จาก 40 Videos

ระดับความพึงพอใจต่อรายการเฉลี่ย 2.0000 คะแนน (มีความพึงพอใจระดับปานกลาง)

2) ประเด็นความคิดเห็นต่อรายการ KELX เกลอ

(1) ความคิดเห็นจากช่อง YouTube และ Facebook



- แป๋วแห้ว ป้องแป้ง ตงตง น่ารักที่สุดค่ะ
- น่ารักมาก
- สนุกจัง น่ารักด้วย
- แนนอนสิครับ สนุกมากๆ

(2) ความคิดเห็นจากการสนทนากลุ่ม

ใช้รูปแบบการประเมิน ด้านมิติและเนื้อหา ของการประเมินตามระบบการวัดคุณภาพของสื่อที่นำเสนอต่อสังคม (Quality Rating) (กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์, 2564) โดยแบ่งออกเป็น 6 ด้าน ประกอบด้วย (1) ด้านมาตรฐานและจริยธรรมในการนำเสนอเนื้อหา (2) ด้านการเสริมสร้างทักษะการคิดและแรงบันดาลใจ (3) ด้านการส่งเสริมการเรียนรู้ศักยภาพและทักษะชีวิต (4) ด้านการมีส่วนร่วมของเด็กเยาวชน และสมาชิกในครอบครัว (5) ด้านความสอดคล้องของเนื้อหาต่อกับกลุ่มเป้าหมาย และ (6) ด้านส่งเสริมคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรมสอดคล้องตามวัตถุประสงค์ของรายการ

ทั้งนี้ดำเนินการสัมภาษณ์จำนวน 5 คน (Nastasi & Schensul, 2005) เมื่อวันที่ 7 กันยายน 2566 ผ่านโปรแกรม Zoom Meeting มีรายละเอียด ดังนี้

1. ด้านมาตรฐานและจริยธรรมในการนำเสนอเนื้อหา

- การตุนนาร์มาก เป็นสื่อที่ตีพิมพ์สำหรับเด็กที่กำลังจะเข้าโรงเรียน ได้เรียนรู้ การเข้าสังคมกับเพื่อน

- มีการให้พูดทักทายกัน โดยมีคุณครูให้คำแนะนำ ตีมาก ๆ

- รายการมีการนำเสนอที่ดี เสนอเรื่องการปรับตัวเข้ากับเพื่อนและคนรอบข้าง เช่น ในวันเปิดเทอมเป็นอะไรที่ตื่นเต้น รายการช่วงส่งเสริมให้เด็กๆ มีความมั่นใจมากขึ้น

- รายการช่วยส่งเสริมด้านการแสดงออก การปรับตัวในสถานการณ์ของเด็ก

- เป็นการนำเสนอถึงเรื่องราวของตัวการ์ตูนและพฤติกรรมของเด็ก ซึ่งอาจจะเจอได้ในอนาคต เด็กจะสามารถรับมือได้กับสถานการณ์ได้ดียิ่งขึ้น

2. ด้านการเสริมสร้างทักษะการคิดและแรงบันดาลใจ

- มีการยกตัวอย่างกิจกรรมที่โรงเรียนให้เด็กดู เพิ่มความสนใจให้เด็กอยากไปโรงเรียนมากขึ้น

- คุณครูมีการตักเตือนเด็กชายแบ่งปันของเพื่อน ซึ่งเด็กชายแบ่งปัน ก็ไม่มีทำให้อ่าง และยังขอหาเพื่อนๆ อีกด้วย

- รายการส่งเสริมให้เด็กมีความกล้าแสดงออก มีความมั่นใจและสามารถปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ได้ดียิ่งขึ้น

- ทำให้เด็กๆ ได้มีการคิดและเข้าใจถึงสถานการณ์ที่อาจจะเกิดขึ้น และยังสามารถ ทำให้เด็กๆ มีแรงบันดาลใจในการไปโรงเรียน

- รายการช่วยเสริมสร้างการปรับตัวให้แก่เด็กที่อยู่ในวัยกำลังเรียนรู้

3. ด้านการส่งเสริมการเรียนรู้ศักยภาพและทักษะชีวิต

- มีการสอดแทรกเรื่องการแบ่งปันในคลิป ถือเป็นเรื่องดีมาก

- ในเนื้อหามีการขอโทษเพื่อน เมื่อทำผิด ทำให้เด็กรู้จักการขอโทษผู้อื่น แม้เป็น ความผิดเล็กน้อย

- เด็กสามารถเรียนรู้วิธีการปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ต่างๆ และยังสามารถนำมา ปรับใช้ได้ในชีวิตประจำวันอีกด้วย

- การไปโรงเรียนที่เปิดเทอมวันแรกจำเป็นตัวให้การปรับตัวเพื่อทำให้สามารถเข้ากับ ผู้อื่นได้ ซึ่งคลิปรายการได้ให้ความรู้ในเรื่องนี้

- รายการตีมีสาระ ทำให้เด็กที่ดูมีความกระตือรือร้นในการไปโรงเรียนมากยิ่งขึ้น

4. ด้านการมีส่วนร่วมของเด็ก เยาวชน และสมาชิกในครอบครัว

- ตีมากคะ ทำให้เด็กรู้จักการแบ่งปันสิ่งของกับผู้อื่น

- เนื้อหามีการให้เด็กวาดภาพอะไรก็ได้ ถือเป็นเสริมสร้างจินตนาการให้กับเด็ก

- ทำให้เด็กและผู้ปกครองสามารถรับมือกับสถานการณ์ที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคตได้

- ทำให้เด็กๆ ได้เรียนรู้ถึงการปรับตัวให้เข้ากับผู้อื่น

- ผู้ปกครองสามารถที่จะเปิดคลิปให้เด็กๆ ได้ดูและอธิบายเพิ่มเติมได้อีกด้วย

5. ด้านความสอดคล้องของเนื้อหากับกลุ่มเป้าหมาย

- เนื้อหาดีมาก เหมาะสมกับเด็กวัยเข้าโรงเรียน เป็นเสมือนการเตรียมตัวก่อนไปโรงเรียนได้
- สอดคล้องดี มีการให้เด็กได้ทำกิจกรรมโดยการวาดรูป ซึ่งให้เด็กแบ่งปันสีกันใช้ ทำให้รู้จักการแบ่งปันมากขึ้น
- เนื้อหาดีมีการสอดแทรกการใช้ชีวิตเข้าไปทำให้เด็กได้เรียนรู้และนำไปปรับใช้ในชีวิตประจำวัน
- เป็นรายการที่เหมาะสมแก่การเปิดให้เด็กได้ดูเป็นอย่างมาก เพราะทำให้เด็กได้เรียนรู้ที่จะปรับตัวให้เข้ากับสังคมรอบตัวได้
- ในการนำเสนอเนื้อหาที่เป็นการ์ตูนทำให้เด็กสามารถเข้าใจและเข้าถึงเนื้อหาได้ดียิ่งขึ้น

6. ด้านส่งเสริมคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรม

- มีการสอนเรื่องความแตกต่างของรูปลักษณ์ และเพศ ซึ่งให้เด็กรู้ว่าความเป็นเพื่อนสามารถเป็นได้กับทุกเพศ และทุกคน ไม่แบ่งแยก
- ทำให้เด็กรู้จักการเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ หรือการแบ่งปันของกับเพื่อน
- เป็นการช่วยส่งเสริมสังคมให้ดีขึ้น เด็กๆ สามารถปรับตัวเข้าหากันได้ และไม่เกิดการทะเลาะกัน
- การปรับตัวให้เข้ากับเพื่อนๆ ในสถานการณ์ต่างๆ เป็นเรื่องที่ดีมากฯ รายการได้นำเสนอในมุมมองของตัวการ์ตูนได้ดีมาก
- เป็นรายการที่ให้ความรู้ ความเข้าใจสถานการณ์ของเด็กได้ดีมาก ทำให้เด็กสามารถนำมาปรับใช้ในชีวิตประจำวันได้

สรุปการประเมินผลความคิดเห็นต่อรายการ KELX เกลอ

รายการ KELX เกลอ มีการประเมิน 6 ด้าน ประกอบด้วย ด้านมาตรฐานและจริยธรรมในการนำเสนอเนื้อหา ด้านการเสริมสร้างทักษะการคิดและแรงบันดาลใจ ด้านการส่งเสริมการเรียนรู้ศักยภาพและทักษะชีวิต ด้านการมีส่วนร่วมของเด็ก เยาวชน และสมาชิกในครอบครัว ด้านความสอดคล้องของเนื้อหากับกลุ่มเป้าหมาย ด้านส่งเสริมคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรม ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า รายการส่งเสริมจริยธรรมให้กับเด็กผ่านการปรับความเข้าใจในการปรับตัวกับการอยู่ร่วมกันของเด็ก มีการส่งเสริมการแสดงออก สร้างแรงบันดาลใจในการเรียนรู้ ทักษะชีวิตที่จำเป็น อีกทั้งยังส่งเสริมคุณค่าทางสังคมที่เอาไปปรับใช้ในชีวิตประจำวันได้

5.1.5 Magic Pen ปากกาวิเศษ

กลุ่มเป้าหมายของรายการ คือ ประชาชนทั่วไปที่มีเด็กอยู่ในครอบครัว

ลิงค์รายการที่ใช้เก็บข้อมูล (1) <https://www.youtube.com/watch?v=jOq7mXVycv4&list=PL2yVJ0LHC9EHdIsW21AWCE3LUh0PrEggP&index=4>

(2) <https://www.facebook.com/CartoonMagicPen/Videos>

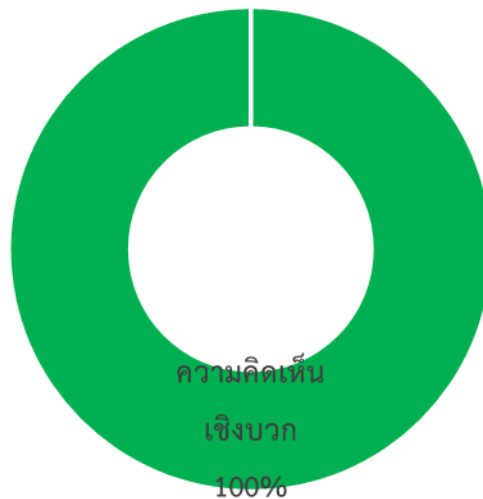
Facebook Fanpage ผู้ติดตาม 983 คน

จำนวนการกด Likes จาก Facebook คือ 44 Likes จาก 40 Videos

ระดับความพึงพอใจต่อรายการเฉลี่ย 1.5000 คะแนน (มีความพึงพอใจระดับน้อย)

2) ประเด็นความคิดเห็นต่อรายการ Magic Pen ปากกาวิเศษ

(1) ความคิดเห็นจากช่อง YouTube และ Facebook



- เป็นรายการที่ดี

(2) ความคิดเห็นจากการสนทนากลุ่ม

ใช้รูปแบบการประเมิน ด้านมิติและเนื้อหา ของการประเมินตามระบบการวัดคุณภาพของสื่อที่นำเสนอต่อสังคม (Quality Rating) (กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์, 2564) โดยแบ่งออกเป็น 6 ด้าน ประกอบด้วย (1) ด้านมาตรฐานและจริยธรรมในการนำเสนอเนื้อหา (2) ด้านการเสริมสร้างทักษะการคิด และแรงบันดาลใจ (3) ด้านการส่งเสริมการเรียนรู้ศักยภาพและทักษะชีวิต (4) ด้านการมีส่วนร่วมของเด็กเยาวชน และสมาชิกในครอบครัว (5) ด้านความสอดคล้องของเนื้อหากับกลุ่มเป้าหมาย และ (6) ด้านส่งเสริมคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรมสอดคล้องตามวัตถุประสงค์ของรายการ

ทั้งนี้ดำเนินการสัมภาษณ์จำนวน 5 คน (Nastasi & Schensul, 2005) เมื่อวันที่ 7 กันยายน 2566 ผ่านโปรแกรม Zoom Meeting มีรายละเอียด ดังนี้

1. ด้านมาตรฐานและจริยธรรมในการนำเสนอเนื้อหา

- รายการสอนเรื่องการช่วยเหลือผู้อื่น
- มีการสอนเรื่องการดูแลรักษาของตัวเองให้ดี เก็บให้เป็นระเบียบเป็นที่ เป็นทาง
- รายการเป็นสื่อกลางในการสอนเรื่องต่างๆ ทำให้เด็กมีความรู้และความเข้าใจ

ในเรื่องต่างๆ มากขึ้น

- เป็นสื่อที่ดีเหมาะแก่การเปิดให้ลูกหรือเด็กได้ดูมาก มีการให้ความรู้และยังสอดแทรกการใช้ชีวิตเข้าไปอีกด้วย

สิ่งของที่มีอีกด้วย

- รายการดีมาก ทำให้เด็กรู้จักเก็บรักษาของที่เป็นของตัวเองและยังเห็นคุณค่าของ

2. ด้านการเสริมสร้างทักษะการคิดและแรงบันดาลใจ

- สร้างเสริมจินตนาการให้กับเด็กในการวาดภาพ
- ทำให้เด็กมีความเป็นผู้นำ มีการสอนการเรียงลำดับการยื่นเข้าแถว โดยให้เด็กเป็น

คนช่วยจัด

- รายการมีการเสริมสร้างการมีจิตใจที่ดีช่วยเหลือผู้อื่นซึ่งเป็นเรื่องที่ดีมาก
- รายการเสนอเรื่องการพูดถึงเรื่องการช่วยเหลือผู้อื่น เช่น เด็กผู้ชายในคลิปที่มีจิตใจ

ดีเห็นผู้อื่นเดือดร้อนก็อยากช่วยเหลือ

- การนำเสนอการรู้จักรักษาของของรายการมีความเข้าใจง่ายและสามารถทำตามได้

ไม่ยาก

3. ด้านการส่งเสริมการเรียนรู้ศักยภาพและทักษะชีวิต

- การเสริมสร้างความคิดที่แทรกมาของรายการเป็นเนื้อหาที่ดีมากๆ ไม่ต้องกังวลว่า
จะเป็นเรื่องไม่ดีเลย เด็กๆ สามารถทำตามได้และยังทำให้มีความรู้ในเรื่องรอบตัวมากขึ้นอีกด้วย

- มีการฝึกการบริหารจัดการ ความเป็นผู้นำให้กับเด็ก
- เนื้อหาการนำเสนอของรายการทำให้ได้เห็นถึงคุณค่าของสิ่งของที่เรามีและรู้จัก

รักษาส่งของเหล่านั้น

- การเสริมสร้างความคิดที่ดีที่แทรกเข้ามาของรายการเป็นเรื่องที่ดีมาก เด็กสามารถ
ทำตามได้และยังทำให้รู้จักรักษาส่งของ

ทำตามได้และยังทำให้รู้จักรักษาส่งของ

- เป็นรายการที่มีการสอดแทรกความคิด สอดแทรกการรักษาผ่านการเรียนรู้

ผ่านสื่อการ์ตูน

4. ด้านการมีส่วนร่วมของเด็ก เยาวชน และสมาชิกในครอบครัว

- เด็กได้รู้จักการเป็นผู้นำ บริหารจัดการสิ่งต่างๆ รู้จักการวางแผน
- มีการสอนให้เด็กรู้จักการช่วยเหลือผู้อื่นที่เดือดร้อน

- หากผู้ปกครองอยากหารายการหรือคลิปการ์ตูนเพื่อเสริมสร้างพัฒนาการของเด็ก
สามารถใช้รายการนี้เป็นสื่อในการสร้างการมีส่วนร่วมในครอบครัวได้

- การใช้เวลากับครอบครัวเพื่อดูรายการนี้เป็นเรื่องที่ดีมากๆ เพราะจะทำให้มีเวลา
ครอบครัวมากขึ้น อีกทั้งผู้ปกครองสามารถที่จะให้ความรู้และอธิบายเรื่องต่างๆ แก่เด็กๆ ได้

- เป็นรายการที่เหมาะสมแก่เด็กและผู้ปกครอง การเรียนรู้ที่จะรักษาของและเรียนรู้
ที่จะช่วยเหลือผู้อื่น ทั้งนี้รายการไม่ใช่แค่เหมาะกับเด็กที่ต้องเรียนรู้ยังรวมถึงผู้ปกครองก็สามารถเรียนรู้ได้

เช่นเดียวกัน เพื่อใช้ในการมีส่วนร่วมกับลูก

5. ด้านความสอดคล้องของเนื้อหาในกลุ่มเป้าหมาย

- มีความสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย เนื้อหากระชับเข้าใจได้ง่าย ไม่ต้องตีความ
- ส่งเสริมให้เด็กมีความกล้าคิดกล้าทำมากขึ้น
- เนื้อหาที่มีความสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย เด็กสามารถดูและนำไปปรับใช้ใน

ชีวิตประจำวันได้

- มีความสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย เพราะเด็กและเยาวชนมักจะทำของหายบ่อย การที่让孩子ดูก็เพื่อเสริมสร้างพัฒนาการในเรื่องนี้ได้เป็นอย่างดี

- รายการดีสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี

6. ด้านส่งเสริมคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรม

- ปลูกฝังให้รู้จักการช่วยเหลือผู้อื่น หรือผู้ที่เดือดร้อน หากมีโอกาส
- รายการช่วยสร้างความเป็นผู้นำให้กับเด็ก กล้าคิด กล้าทำ กล้าแสดงออก
- เป็นรายการที่ส่งเสริมการใช้ชีวิตได้ดีมาก เด็กจะได้มีความเข้าใจในสถานการณ์

และรู้จักรับผิดชอบของตัวเอง

- รายการมีการสอดแทรกเรื่องการเมืองมีจิตใจโอบอ้อมอารี ซึ่งเป็นอุปนิสัยที่ควรส่งเสริม

ตามวัฒนธรรมของไทย

- เป็นรายการที่ส่งเสริมการรักษาของและการดูแลรักษาของได้ดีมากๆ

สรุปการประเมินผลความคิดเห็นต่อรายการ Magic Pen ปากกาวิเศษ

รายการ Magic Pen ปากกาวิเศษ มีการประเมิน 6 ด้าน ประกอบด้วย ด้านมาตรฐานและจรรยาบรรณ ในการนำเสนอเนื้อหา ด้านการเสริมสร้างทักษะการคิดและแรงบันดาลใจ ด้านการส่งเสริมการเรียนรู้ศักยภาพ และทักษะชีวิต ด้านการมีส่วนร่วมของเด็ก เยาวชน และสมาชิกในครอบครัว ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา กับกลุ่มเป้าหมาย ด้านส่งเสริมคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรม ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า รายการส่งเสริมจรรยาบรรณ ทางความคิดในประเด็นการเห็นคุณค่าของสิ่งที่มีอยู่ สร้างแรงบันดาลใจและทักษะการมีน้ำใจและการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน เนื้อหาสอดคล้องกับเด็กและเยาวชน อีกทั้งยังช่วยสร้างคุณค่าในจิตใจและการเป็นผู้ให้ ให้กับเด็กและเยาวชน

5.1.6 ใบบุญ เณรน้อย

กลุ่มเป้าหมายของรายการ คือ ประชาชนทั่วไปที่มีเด็กอยู่ในครอบครัว

ลิงค์รายการที่ใช้เก็บข้อมูล <https://www.youtube.com/@user-dt2em9fn8g>

YouTube Fanpage ผู้ติดตาม 1,070 คน

จำนวนการกด Likes จาก YouTube คือ 1297 Likes จาก 40 Videos

ระดับความพึงพอใจต่อรายการเฉลี่ย 1.5000 คะแนน (มีความพึงพอใจระดับน้อย)

2) ประเด็นความคิดเห็นต่อรายการ ใบบุญ เณรน้อย

(1) ความคิดเห็นจากการสนทนากลุ่ม

ใช้รูปแบบการประเมิน ด้านมิติและเนื้อหา ของการประเมินตามระบบการวัดคุณภาพของสื่อที่นำเสนอต่อสังคม (Quality Rating) (กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์, 2564) โดยแบ่งออกเป็น 6 ด้าน ประกอบด้วย (1) ด้านมาตรฐานและจริยธรรมในการนำเสนอเนื้อหา (2) ด้านการเสริมสร้างทักษะการคิดและแรงบันดาลใจ (3) ด้านการส่งเสริมการเรียนรู้ศักยภาพและทักษะชีวิต (4) ด้านการมีส่วนร่วมของเด็กเยาวชน และสมาชิกในครอบครัว (5) ด้านความสอดคล้องของเนื้อหาในกลุ่มเป้าหมาย และ (6) ด้านส่งเสริมคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรมสอดคล้องตามวัตถุประสงค์ของรายการ

ทั้งนี้ดำเนินการสัมภาษณ์จำนวน 5 คน (Nastasi & Schensul, 2005) เมื่อวันที่ 7 กันยายน 2566 ผ่านโปรแกรม Zoom Meeting มีรายละเอียด ดังนี้

1. ด้านมาตรฐานและจริยธรรมในการนำเสนอเนื้อหา

- มีหลักคำสอนเกี่ยวกับการยอมรับความเป็นจริง อยู่กับปัจจุบัน ด้วยสติและปัญญา
- มีการสอนว่าทำอะไรให้มีความสุข เมื่อไม่ได้ตั้งใจหรือที่หวังไว้
- รายการการ์ตูนน่ารักมาก เป็นสื่อที่ดีเหมาะสมมีการให้ความรู้และข้อมูลจะสามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้ในชีวิตประจำวัน

- รายการดีมาก ทำให้ผู้รับชมสามารถนำข้อคิดที่ได้มาปรับใช้ในชีวิต
- เป็นรายการที่มีการนำเสนอเนื้อหาที่ดีและมีคุณค่าแก่การเรียนรู้และการดูเป็น

อย่างยิ่ง

2. ด้านการเสริมสร้างทักษะการคิดและแรงบันดาลใจ

- เนื้อหามีการสอนให้เรียนรู้จักยอมรับความจริง อยู่กับปัจจุบันให้ได้ แม้ว่าจะไม่ได้เป็นดังที่หวังก็ตาม

- หลวงพี่มีการยกตัวอย่างการคิดถึงเรื่องความพึงพอใจโดยใช้นก เป็นการสอน ทำให้เข้าใจได้ง่ายขึ้น

- การยอมรับในสิ่งที่เป็น เป็นเรื่องที่ดีมาก รายการมีการนำเสนอในสิ่งนี้ซึ่งเป็นสิ่งที่ดีมากเหมาะแก่การนำไปใช้

- เป็นรายการที่ให้คุณค่าและข้อคิดที่ดีมากๆ รายการหนึ่ง ทำให้ผู้รับชมสามารถนำข้อคิดที่ได้ไปปรับใช้กับตัวเอง

- จากการดูคลิปทำให้ได้รับรู้ถึงการมีสติเพื่อส่งเสริมทักษะการคิด

3. ด้านการส่งเสริมการเรียนรู้ศักยภาพและทักษะชีวิต

- สร้างเสริมความคิดเรื่องการเรียนรู้การอยู่กับหลักความเป็นจริงให้ได้
- ส่งเสริมให้รู้จักการเข้าวัด เพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับศาสนามากขึ้นในวัยเด็ก
- รายการมีการส่งเสริมให้ผู้รับชมมีความเข้าใจและยอมรับในสถานการณ์
- รายการมีการเสริมสร้างความคิดที่ดีและสามารถนำไปปรับใช้ได้ในชีวิตประจำวัน
- การนำเสนอเนื้อหาของรายการเป็นการนำเสนอที่ดีมาก มีการใช้การ์ตูนเป็นรูปประกอบที่สอดคล้องกับเนื้อหา ทำให้คลิปรายการมีความสนุกและเข้าใจได้ง่าย

4. ด้านการมีส่วนร่วมของเด็ก เยาวชน และสมาชิกในครอบครัว

- ทำให้เด็กเห็นการใช้เวลาว่างช่วงปิดเทอมให้เป็นประโยชน์ โดยการไปเข้าค่ายต่างๆ ตามในเรื่องเป็นการเข้าค่ายสามเณร

- เป็นการฝึกการอยู่ร่วมกับผู้อื่น
- ผู้ปกครองสามารถเอาให้ลูกหลานหรือเด็กดูได้ เพราะจะช่วยพัฒนาความคิดของเด็กให้ดียิ่งขึ้น

- เด็กสามารถแสดงความคิดเห็นแก่กันได้ เป็นการเสริมสร้างความรู้
- การที่คุณพ่อคุณแม่เปิดคลิปนี้ดูกับลูกๆ จะเป็นการเพิ่มเวลาครอบครัว อีกทั้งคุณพ่อคุณแม่สามารถช่วยแนะนำเพิ่มเติมแก่ลูกๆ ได้อีกด้วย

5. ด้านความสอดคล้องของเนื้อหากับกลุ่มเป้าหมาย

- เนื้อหาของการนำเสนอเป็นการตุนภาพ ทำให้เด็กเข้าถึงข้อมูลได้ง่ายขึ้น ทั้งยังช่วยเสริมสร้างให้รายการน่าดูมากยิ่งขึ้น

- เนื้อหามีการสอดแทรกหลักคำสอนที่เข้าใจได้ง่าย เหมาะสำหรับเด็ก
- มีการนำเสนอในรูปแบบของภาพการ์ตูนเคลื่อนไหว ซึ่งสามารถเข้าถึงกลุ่มของเด็ก
- เนื้อหาของรายการเป็นการสอดแทรกความรู้และการใช้ชีวิตซึ่งเป็นสิ่งจำเป็น

ในการดำเนินชีวิต

- เป็นรายการที่ดีเหมาะแก่การเปิดให้เด็กดูเป็นอย่างมาก เนื่องจากมีการสอนและให้ความรู้ในเรื่องของการใช้ชีวิต

6. ด้านส่งเสริมคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรม

- รายการช่วยส่งเสริมการอยู่ร่วมกันกับคนในสังคม ดังตัวอย่างในเรื่องที่เด็กชายไบบุญได้ไปเข้าร่วมกับค่ายสามเณร ซึ่งมีเด็กคนอื่นเข้าร่วมอยู่ด้วย

- การบวชเป็นสามเณร เป็นการฝึกตนให้อยู่ในศีลธรรมอันดี เพื่อให้สามารถอยู่ร่วมกับผู้อื่นในสังคมได้

- การที่เรามีความสุขกับสิ่งที่เกิดจะทำให้ชีวิตของเรามีความสุขมากขึ้น ซึ่งส่งผลดีมากต่อตนเองและสังคม

- การเข้าใจในจุดของตัวเองและยอมรับมันได้เป็นเรื่องที่ดีมาก รายการนำเสนอในหัวข้อนี้ทำให้ทั้งเด็กและผู้ใหญ่ได้เรียนรู้คุณค่าร่วมกัน

- รายการมีการสอดแทรกเรื่องของการมีสติ อาจจะไม่บอกกล่าวอย่างตรงไปตรงมา

สรุปการประเมินผลความคิดเห็นต่อรายการ ใบบุญ เณรน้อย

รายการ ใบบุญ เณรน้อย มีการประเมิน 6 ด้าน ประกอบด้วย ด้านมาตรฐานและจริยธรรมในการนำเสนอเนื้อหา ด้านการเสริมสร้างทักษะการคิดและแรงบันดาลใจ ด้านการส่งเสริมการเรียนรู้ศักยภาพและทักษะชีวิต ด้านการมีส่วนร่วมของเด็ก เยาวชน และสมาชิกในครอบครัว ด้านความสอดคล้องของเนื้อหาในกลุ่มเป้าหมาย ด้านส่งเสริมคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรม ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า รายการส่งเสริมการยอมรับในตัวตน การให้ข้อคิดเกี่ยวกับการมีสติ จะช่วยสร้างทักษะและภูมิด้านทานทางสังคม อีกทั้งรายการยังสร้างความเข้าใจให้เด็ก เยาวชน และสมาชิกในครอบครัว ผ่านสถานการณ์ตัวอย่างโดยใช้สติเป็นที่ตั้งในการแก้ไขปัญหา ซึ่งถือเป็นจุดเด่นที่จะช่วยสร้างทักษะในอนาคตให้กับเด็กและเยาวชน

5.1.7 เปาเปาผจญภัยในโลกนิทาน

กลุ่มเป้าหมายของรายการ คือ ประชาชนทั่วไปที่มีเด็กอยู่ในครอบครัว

ลิงค์รายการที่ใช้เก็บข้อมูล (1) https://www.youtube.com/watch?v=Jw6V3OnNoM0&list=PL2yVJ0LHC9EHRw4FDN_bRBPshjsTTUPVt

(2) <https://www.facebook.com/adventures.paopao/>

Facebook Fanpage ผู้ติดตาม 100 คน

จำนวนการกด Likes จาก Facebook คือ 265 Likes จาก 40 Videos

ระดับความพึงพอใจต่อรายการเฉลี่ย 2.0000 คะแนน (มีความพึงพอใจระดับปานกลาง)

2) ประเด็นความคิดเห็นต่อรายการ เปาเปาผจญภัยในโลกนิทาน

(1) ความคิดเห็นจากการสนทนากลุ่ม

ใช้รูปแบบการประเมิน ด้านมิติและเนื้อหา ของการประเมินตามระบบการวัดคุณภาพของสื่อที่นำเสนอต่อสังคม (Quality Rating) (กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์, 2564) โดยแบ่งออกเป็น 6 ด้าน ประกอบด้วย (1) ด้านมาตรฐานและจริยธรรมในการนำเสนอเนื้อหา (2) ด้านการเสริมสร้างทักษะการคิดและแรงบันดาลใจ (3) ด้านการส่งเสริมการเรียนรู้ศักยภาพและทักษะชีวิต (4) ด้านการมีส่วนร่วมของเด็กเยาวชน และสมาชิกในครอบครัว (5) ด้านความสอดคล้องของเนื้อหากับกลุ่มเป้าหมาย และ (6) ด้านส่งเสริมคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรมสอดคล้องตามวัตถุประสงค์ของรายการ

ทั้งนี้ดำเนินการสัมภาษณ์จำนวน 5 คน (Nastasi & Schensul, 2005) เมื่อวันที่ 7 กันยายน 2566 ผ่านโปรแกรม Zoom Meeting มีรายละเอียด ดังนี้

1. ด้านมาตรฐานและจริยธรรมในการนำเสนอเนื้อหา

- รายการนำเสนอว่าไม่ควรทรชนงตน มั่นใจในสิ่งที่ตัวเองเป็น จนทำให้ตัวเองเดือดร้อน ซึ่งสะท้อนจริยธรรมที่ดี

- ส่งเสริมให้ทราบโดยทั่วกันว่าทุกคนล้วนมีหน้าที่ของตัวเอง ควรทำหน้าที่ของตัวเองอย่างเต็มที่

- การนำเสนอข้อมูลมีความสดใสและเหมาะสมกับเด็กมีการนำเสนอสอดแทรกความรู้และการใช้ชีวิตที่สอดคล้องกับจริยธรรมพื้นฐาน

- มีการสอนให้รู้จักคบเพื่อนและสอนให้รู้จักกับหน้าที่ของตนเองเป็นอย่างดี ซึ่งถือเป็นประเด็นที่จะสร้างพฤติกรรมให้เกิดขึ้นกับเด็กได้

- รายการดำเนินการเป็นไปตามมาตรฐานของไทยและสากล อีกทั้งยังไม่ขัดต่อหลักจริยธรรมอีกด้วย

2. ด้านการเสริมสร้างทักษะการคิดและแรงบันดาลใจ

- ตัวการ์ตูนน่ารักมาก เป็นการเล่าผ่านการอ่านนิทาน ของเด็กชายเปาเปา ทำให้เด็กรู้จักการอ่านหนังสือมากขึ้น

- ส่งเสริมจินตนาการของเด็กๆ เช่น การเปรียบเทียบลักษณะของแมวน้ำกับแมวที่มีขนาดเหมือนกัน

- รายการมีการส่งเสริมถึงเรื่องกระบวนการคิด การรู้จักคิดที่จะทำอะไร การคิดที่จะคบเพื่อนรวมถึงการคิดถึงหน้าที่ที่ตนต้องทำ

- มีการสร้างทักษะความคิดให้กับเด็กผ่านจินตนาการและตัวการ์ตูนและเนื่องจาก
คลิปไม่ได้มีความยาวอะไรมากมายทำให้เกิดความเข้าใจได้ง่ายขึ้น

3. ด้านการส่งเสริมการเรียนรู้ศักยภาพและทักษะชีวิต

- ส่งเสริมทักษะการช่วยเหลือผู้อื่น ในการช่วยแพนกวินในการสร้างบ้าน
- การเลือกคบคนส่งผลต่อตัวเอง หากคบคนไม่ดี อาจก่อให้เกิดปัญหาได้
- ส่งเสริมทักษะการปรับตัว สอดแทรกการเรียนรู้การอยู่กัน รวมถึงการเลือกคบเพื่อน
- มีการส่งเสริมพัฒนาการเรื่องทักษะการใช้ชีวิตเยอะมากขึ้น ส่งเสริมการเรียนรู้การ
ใช้ชีวิตได้ดี

- รายการช่วยเสริมสร้างจินตนาการและความคิดของเด็กได้ดี รวมถึงมีการให้ข้อคิด
ในเรื่องของการใช้ชีวิตได้ดียิ่งขึ้น

4. ด้านการมีส่วนร่วมของเด็ก เยาวชน และสมาชิกในครอบครัว

- รายการมีการสร้างการมีส่วนร่วมที่ดีมาก ให้รู้จักการทำงานกันเป็นทีม
- การช่วยเหลือผู้ที่ตกทุกข์ได้ยาก ถือเป็นเรื่องที่ดีมาก แม้คนเหล่านี้จะไม่ดีกับเรา
การทำดีจะทำให้ตัวเองประสบพบเจอแต่สิ่งที่ดี

- หากต้องการเสริมสร้างพัฒนาการของเด็ก สามารถใช้รายการนี้ในการช่วยพัฒนา
ได้ดีเลย เหมาะแก่การเปิดให้เด็กๆ ได้ดูและสร้างทัศนคติที่ดีเกี่ยวกับครอบครัวให้เด็กได้

- รายการนี้สามารถเข้าถึงได้ทุกวัยทำให้ทั้งผู้ปกครองและเด็ก สามารถมีเวลาในการ
ดูร่วมกัน และยังเป็นเวลาที่ผู้ปกครองสามารถอธิบายเพิ่มเติมถึงเนื้อหาในการ์ตูนได้อีกด้วย

- ก่อเกิดความสัมพันธ์ที่ดีในครอบครัว ทำให้ครอบครัวมีเวลาร่วมกัน เด็กเกิดการ
เรียนรู้ได้ง่ายขึ้น

5. ด้านความสอดคล้องของเนื้อหากับกลุ่มเป้าหมาย

- สอดคล้องเหมาะสมกับเด็กมาก เนื้อหาเข้าใจง่าย
- เนื้อหาที่น่าสนใจแล้วเข้าใจง่าย ไม่ต้องตีความมากมาย
- กลุ่มเป้าหมายที่เป็นเด็กมีความสอดคล้องและเหมาะสมเพราะจะได้ช่วยเสริมสร้าง
พัฒนาการความคิดของเด็กและเยาวชน

- มีการสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายมาก เด็กวัยนี้ยังไม่มีความคิดที่ซับซ้อน การให้ดู
การ์ตูนเพื่อเสริมสร้างพัฒนาการจะช่วยสร้างกระบวนการคิดทำให้เด็กเข้าใจได้ง่ายขึ้น

- สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายเพราะเป็นการนำเสนอด้วยการ์ตูนที่มีความน่ารัก
สดใสเหมาะกับช่วงวัย

6. ด้านส่งเสริมคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรม

- ส่งเสริมให้เด็กรู้จักการช่วยเหลือผู้อื่น การทำงานเป็นทีม
- เป็นรายการที่ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจในหน้าที่ของตนเอง
- รายการมีการพูดถึงเรื่องการคบเพื่อนและการรู้จักหน้าที่ของตน
- รายการมีการสอดแทรกเรื่องของการคบเพื่อนด้วย ซึ่งเป็นเรื่องที่ดีมาก ๆ
เพราะหากเราคบเพื่อนผิดก็พาเราไปสู่ทางที่ไม่ดี

- สอดคล้องเรื่องการที่เด็กจะได้เรียนรู้และพัฒนาความคิด รวมถึงเรียนรู้ในเรื่องของ
การใช้ชีวิตด้วย

สรุปการประเมินผลความคิดเห็นต่อรายการ เปาเปาผจญภัยในโลกนิทาน

รายการ เปาเปาผจญภัยในโลกนิทาน มีการประเมิน 6 ด้าน ประกอบด้วย ด้านมาตรฐานและจรรยาบรรณในการนำเสนอเนื้อหา ด้านการเสริมสร้างทักษะการคิดและแรงบันดาลใจ ด้านการส่งเสริมการเรียนรู้ศักยภาพและทักษะชีวิต ด้านการมีส่วนร่วมของเด็ก เยาวชน และสมาชิกในครอบครัว ด้านความสอดคล้องของเนื้อหาในกลุ่มเป้าหมาย ด้านส่งเสริมคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรม ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า รายการส่งเสริมจรรยาบรรณการเป็นพลเมืองที่รู้จักหน้าที่ของตนเอง ส่งเสริมแรงบันดาลใจในการคิดและการทำหน้าที่ มีการปลูกฝังการพัฒนาทักษะการคิด สร้างการมีส่วนร่วมให้ครอบครัว และส่งเสริมวัฒนธรรมการอยู่ร่วมกันในสังคมให้กับเด็กและเยาวชน

5.1.8 รากแก้วเรนเจอร์ Rakkaew Ranger

กลุ่มเป้าหมายของรายการ คือ ประชาชนทั่วไปที่มีเด็กอยู่ในครอบครัว

ลิงค์รายการที่ใช้เก็บข้อมูล (1) <https://www.youtube.com/@user-jt4ni8vp9e/playlists>

(2) <https://www.facebook.com/RakkaewRanger/>

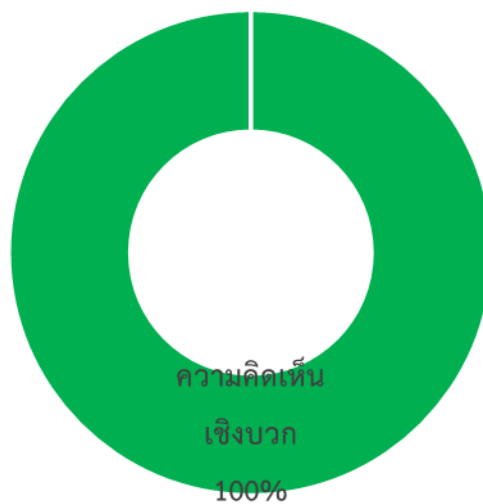
Facebook Fanpage ผู้ติดตาม 881 คน

จำนวนการกด Likes จาก YouTube คือ 369 Likes จาก 50 Videos

ระดับความพึงพอใจต่อรายการเฉลี่ย 2.0000 คะแนน (มีความพึงพอใจระดับปานกลาง)

2) ประเด็นความคิดเห็นต่อรายการ รากแก้วเรนเจอร์ Rakkaew Ranger

(1) ความคิดเห็นจากช่อง YouTube และ Facebook



- ประทับใจ
- ดีมาก
- สาธุ
- รอร่วมกิจกรรมครั้งต่อไปนะคะ
- อยากร่วมสนุกกับทางรายการเรื่อยๆ นะคะ รอกิจกรรมต่อไปค่ะ
- คิดถึงรายการ

(2) ความคิดเห็นจากการสนทนากลุ่ม

ใช้รูปแบบการประเมิน ด้านมิติและเนื้อหา ของการประเมินตามระบบการวัดคุณภาพของสื่อที่นำเสนอต่อสังคม (Quality Rating) (กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์, 2564) โดยแบ่งออกเป็น 6 ด้าน ประกอบด้วย (1) ด้านมาตรฐานและจริยธรรมในการนำเสนอเนื้อหา (2) ด้านการเสริมสร้างทักษะการคิดและแรงบันดาลใจ (3) ด้านการส่งเสริมการเรียนรู้ศักยภาพและทักษะชีวิต (4) ด้านการมีส่วนร่วมของเด็กเยาวชน และสมาชิกในครอบครัว (5) ด้านความสอดคล้องของเนื้อหาในกลุ่มเป้าหมาย และ (6) ด้านส่งเสริมคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรมสอดคล้องตามวัตถุประสงค์ของรายการ

ทั้งนี้ดำเนินการสัมภาษณ์จำนวน 5 คน (Nastasi & Schensul, 2005) เมื่อวันที่ 7 กันยายน 2566 ผ่านโปรแกรม Zoom Meeting มีรายละเอียด ดังนี้

1. ด้านมาตรฐานและจริยธรรมในการนำเสนอเนื้อหา

- รายการส่งเสริมการคิดด้วยหลักคุณงามความดีให้กับเด็ก
- รายการมีการสอนเรื่องความดีซึ่งเป็นหลักจริยธรรมที่ดีในการใช้ชีวิต รวมถึงมีการกล่าวอ้างถึงความดีของในหลวงรัชกาลที่ 9 ที่หยิบยกมาเป็นตัวอย่าง
- รายการมีการให้ความรู้ถึงเรื่องของความดี มีการนำเสนอตัวอย่างที่เห็นได้ชัดเจน ทำให้เกิดความรู้จักความเข้าใจได้ง่าย

2. ด้านการเสริมสร้างทักษะการคิดและแรงบันดาลใจ

- ช่วยเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจถึงเรื่องราวความดีของเด็กๆ รวมถึงมีการกล่าวถึงโครงการต่างๆ ทำให้ได้ความรู้เพิ่มขึ้นอีกด้วย
- รายการทำให้เด็กมีความคิดที่จะพัฒนาตนเองด้านการเรียน ทำให้มีความคิดที่อยากเรียนสูงๆ เพื่อที่จะนำมาพัฒนาประเทศ
- รายการเป็นการสร้างแรงบันดาลใจให้แก่เด็ก รวมถึงผู้รับชมได้มีแรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต

3. ด้านการส่งเสริมการเรียนรู้ศักยภาพและทักษะชีวิต

- ช่วยส่งเสริมด้านการพัฒนาสังคม ทำให้เด็กๆ มีความคิดที่ดีและอยากเติบโตเป็นคนที่ดีเพื่อที่จะมาพัฒนาประเทศให้ดียิ่งขึ้น
- รายการไม่ค่อยมีการพูดถึงการส่งเสริมการเรียนรู้ อาจจะควรเพิ่มเนื้อหาส่วนนี้
- การที่จะเป็นคนดีได้เราต้องเป็นคนดีทั้งกายและใจ ต้องปฏิบัติตามหลักให้เป็นประจำ ตัวรายการมีการสอนเรื่องหลักธรรม

4. ด้านการมีส่วนร่วมของเด็ก เยาวชน และสมาชิกในครอบครัว

- เป็นรายการที่ผู้ปกครองสามารถเปิดให้ลูกๆ เด็กๆ ได้ดูเพราะจะช่วยในการเสริมสร้างพัฒนาการความคิดของเด็กๆ
- การใช้เวลาร่วมกันในการดูรายการนี้ทำให้ครอบครัวมีเวลาอยู่ด้วยกันมากขึ้น อีกทั้งยังทำให้มีเรื่องพูดคุยกันมากขึ้น
- ก่อเกิดความสัมพันธ์ที่ดีขึ้นในครอบครัว การมีการถามระหว่างการทำให้เด็กได้มีการคิดอยู่เสมอ

5. ด้านความสอดคล้องของเนื้อหากับกลุ่มเป้าหมาย

- รายการดี เนื้อหาสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างดีและเหมาะสม เป็นการปลูกฝังความคิดที่ดีให้แก่เด็กและเยาวชน ซึ่งเป็นช่วงวัยกำลังเติบโต
- เนื้อหาที่แสดงอาจจะยากเกินไปกว่าเด็กที่อายุต่ำกว่าชั้นประถมศึกษา อาจจะต้องปรับปรุงแยกแยะตามช่วงของอายุ
- เนื้อหาบางช่วงบางตอนอาจจะยังไม่สามารถเข้าถึงเด็กเล็กๆ ได้ อาจจะต้องให้คุณพ่อคุณแม่หรือผู้ปกครองคอยแนะนำ

6. ด้านส่งเสริมคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรม

- มีการทำภาษามือสำหรับผู้พิการทางการได้ยิน ได้รับชมเรื่องราวด้วย
- เป็นรายการที่ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจและความคิดที่ดีให้แก่เด็กและเยาวชน
- ยังไม่ค่อยเห็นด้านนี้ชัดเจนมากเท่าไร การเข้าถึงข้อมูลอาจจะไม่มาก
- ทางรายการเป็นการส่งเสริมให้เด็กนึกถึงความดีและนำมาเป็นแบบอย่าง แต่อาจจะยกตัวอย่างในเรื่องอื่นๆ เพิ่มเติมจะทำให้เข้าใจได้ง่ายยิ่งขึ้น

สรุปการประเมินผลความคิดเห็นต่อรายการ รากแก้วเรนเจอร์ Rakkaew Ranger

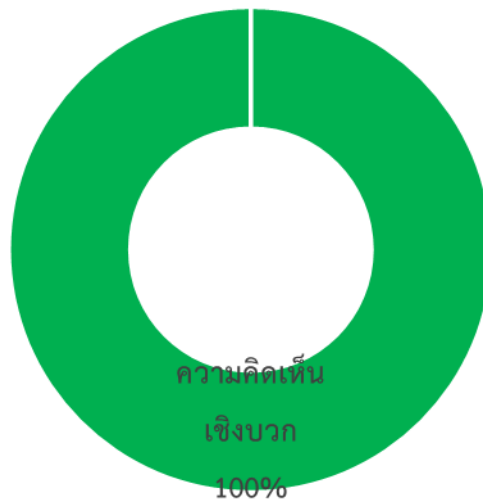
รายการ รากแก้วเรนเจอร์ Rakkaew Ranger มีการประเมิน 6 ด้าน ประกอบด้วย ด้านมาตรฐานและจริยธรรมในการนำเสนอเนื้อหา ด้านการเสริมสร้างทักษะการคิดและแรงบันดาลใจ ด้านการส่งเสริมการเรียนรู้ ศักยภาพและทักษะชีวิต ด้านการมีส่วนร่วมของเด็ก เยาวชน และสมาชิกในครอบครัว ด้านความสอดคล้องของเนื้อหาในกลุ่มเป้าหมาย ด้านส่งเสริมคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรม ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า รายการมีการส่งเสริมหลักจริยธรรมในการดำเนินชีวิต โดยใช้แนวคิดปรัชญาของในหลวงรัชกาลที่ 9 มาเป็นแนวทาง อีกทั้งยังสร้างความเข้าใจในการพัฒนาสังคมและปลูกฝังการเรื่องหลักคุณธรรมให้กับเด็กและเยาวชน เนื้อหาในการนำเสนอสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย แต่อาจจะปรับให้เข้าใจง่ายขึ้น

5.1.9 FLYWORM หนอนน้อยผจญภัย

กลุ่มเป้าหมายของรายการ คือ ประชาชนทั่วไปที่มีเด็กอยู่ในครอบครัว
ลิงค์รายการที่ใช้เก็บข้อมูล (1) <https://www.youtube.com/@flyworm6206>
(2) https://www.facebook.com/flyworm/Videos?locale=th_TH
Facebook Fanpage ผู้ติดตาม 1100 คน
จำนวนการกด Likes จาก YouTube คือ 2732 Likes จาก 40 Videos
ระดับความพึงพอใจต่อรายการเฉลี่ย 2.0000 คะแนน (มีความพึงพอใจระดับปานกลาง)

2) ประเด็นความคิดเห็นต่อรายการ FLYWORM หนอนน้อยผจญภัย

(1) ความคิดเห็นจากช่อง YouTube และ Facebook



- สนุกมากๆ อยากรู้อต่อแล้วค่ะ
- เสียงไข่มุกน่ารักจัง
- หนอนน้อยน่ารักโดยเฉพาะชั้นนี้ เดี่ยวจะชวนน้องดูด้วยค่ะ สนุกดีค่า
- เรื่องมีความสนุกสนานมากค่ะ
- Awesome
- Very nice!
- สนุกขึ้นเรื่อยๆ รอดติดตามตอนต่อไปพุงนี้
- เสียงเพลงจากไข่มุกและครูเกล้าเพราะมากเลย
- การ์ตูนสนุกและเสียงพี่ไข่มุกน่ารักมากๆ ดูทุกตอนเลยคะ เป็นกำลังใจให้นะคะ
- สนุกมีข้อคิดดีๆ ด้วยค่ะ
- การ์ตูนนี้ได้ข้อคิดทุกตอนเลย ชอบๆ แล้วแต่ละข้อคิดคือดีมาก ตรงกับคนสมัยนี้
- สนุกมากเลย
- Another great Videos!

(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) ด้านความสอดคล้องของเนื้อหาต่อกลุ่มเป้าหมาย และ (6) ด้านส่งเสริมคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรมสอดคล้องตามวัตถุประสงค์ของรายการ

ทั้งนี้ดำเนินการสัมภาษณ์จำนวน 5 คน (Nastasi & Schensul, 2005) เมื่อวันที่ 7 กันยายน 2566 ผ่านโปรแกรม Zoom Meeting มีรายละเอียด ดังนี้

1. ด้านมาตรฐานและจริยธรรมในการนำเสนอเนื้อหา

- ครอบครัวคือจุดเริ่มต้นของชีวิต และความรักที่ไม่สิ้นสุด เป็นคำพูดที่จริงมาก
- เป็นรายการที่น่ารักมาก แสดงถึงการให้ความสำคัญกับคนในครอบครัว ใส่ใจดูแลกันน่ารักดีมาก
- เป็นรายการที่แสดงถึงความรักของพ่อและแม่ มีการบรรยายได้น่ารัก เหมาะสมกับวัยของเด็กที่จะต้องส่งเสริมจริยธรรมในด้านนี้

2. ด้านการเสริมสร้างทักษะการคิดและแรงบันดาลใจ

- ส่งเสริมความมั่นใจให้กับเด็กว่าสามารถพัฒนาตัวเอง และเอาชนะปัญหาและอุปสรรคได้
- แรงบันดาลใจสร้างได้ง่ายขึ้นเนื่องจากคลิปไม่ยึดเยียดความคิดให้เด็กมากเกินไป
- การอ้างอิงยังไม่ค่อยเห็นถึงเรื่องอะไรเท่าไร อาจจะต้องเพิ่มเนื้อหาให้มากกว่านี้
- เป็นรายการเสริมสร้างจินตนาการของเด็กได้ดี เหมาะกับเด็กเล็กๆ ที่ให้ดูภาพสวยงาม แต่ถ้าพูดถึงเรื่องของข้อคิดต่างๆ ยังไม่ค่อยมีเท่าไร
- อาจจะต้องเพิ่มเติมข้อมูลที่เกี่ยวกับข้อคิดหรือทักษะอื่นๆ เข้าไป เพราะภายในคลิปยังไม่เห็นถึงการพัฒนาทักษะเท่าที่ควร

3. ด้านการส่งเสริมการเรียนรู้ศักยภาพและทักษะชีวิต

- เป็นการ์ตูนที่แนะนำ ไม่เครียดหรือวิชาการอัดข้อมูลมากเกินไปแต่เป็นการสอดแทรกการเรียนรู้ผ่านสื่อการ์ตูนทำให้เด็กๆ เข้าใจได้มากขึ้น
- ถ้าเรื่องมิติทักษะชีวิตเด็กอาจจะยังไม่สามารถเข้าใจได้มากแต่ถ้าจะถือเป็นสิ่งที่เด็กจดจำได้ วิดีโอช่วยสร้างภาพจำที่ดี

4. ด้านการมีส่วนร่วมของเด็ก เยาวชน และสมาชิกในครอบครัว

- ก่อเกิดความสัมพันธ์ที่ดีในครอบครัว เด็กเกิดการเรียนรู้ได้ง่าย
- หากผู้ปกครองอยากหากการ์ตูนเพื่อเสริมสร้างพัฒนาการเด็ก สามารถเปิดการ์ตูนนี้ให้เด็กดูได้เลย เหมาะแก่การเรียนรู้และสร้างทัศนคติที่ดีเกี่ยวกับครอบครัวให้เด็กได้ สามารถเข้าถึงได้ทุกวัย
- การดูร่วมกันระหว่างผู้ปกครองและลูกจะทำให้มีเวลาของครอบครัวมากขึ้น

- รายการมีการบอกถึงความรักของคนเป็นพ่อและคนเป็นแม่ซึ่งจะช่วยเพิ่มพัฒนาการเรียนรู้ของลูกได้ส่วนหนึ่ง
- เป็นการ์ตูนที่คุณแม่หรือผู้ปกครองสามารถเปิดให้เด็กดูได้ระหว่างวันเพื่อผ่อนคลายสมองได้

5. ด้านความสอดคล้องของเนื้อหากับกลุ่มเป้าหมาย

- มีความสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นเด็ก แต่อาจจะจะเป็นเด็กที่อายุต่ำกว่าประถมศึกษา เพราะเป็นการ์ตูนที่ดูไว้เพื่อผ่อนคลาย
- เป็นการ์ตูนเด็ก สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย
- เนื้อหามีการกล่าวถึงการใช้ชีวิตของครอบครัว

6. ด้านส่งเสริมคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรม

- อยากให้เพิ่มเรื่องการพัฒนาตัวเองของเด็กแบบจริงจัง เช่น แบบสอนไปเลยว่าควรทำแบบนี้และแบบนี้ไม่ดี
- มีพูดถึงเรื่องของความรักของพ่อแม่ หากเด็กที่มีอายุที่โตขึ้นมาหน่อยจะเข้าใจง่ายกว่าเด็กเล็ก
- ช่วยเสริมสร้างจินตนาการของเด็กเล็กได้อยู่ในระดับหนึ่ง มีการใช้สีสันที่หลากหลายทำให้น่าสนใจมากยิ่งขึ้น

สรุปการประเมินผลความคิดเห็นต่อรายการ FLYWORM หนอนน้อยผจญภัย

รายการ FLYWORM หนอนน้อยผจญภัย มีการประเมิน 6 ด้าน ประกอบด้วย ด้านมาตรฐานและจริยธรรมในการนำเสนอเนื้อหา ด้านการเสริมสร้างทักษะการคิดและแรงบันดาลใจ ด้านการส่งเสริมการเรียนรู้ศักยภาพและทักษะชีวิต ด้านการมีส่วนร่วมของเด็ก เยาวชน และสมาชิกในครอบครัว ด้านความสอดคล้องของเนื้อหาเกี่ยวกับกลุ่มเป้าหมาย ด้านส่งเสริมคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรม ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า รายการส่งเสริมจริยธรรมความรักภายในครอบครัว มีการใช้ภาพที่สวยงามสื่อสารกับเด็ก มีการส่งเสริมแรงบันดาลใจให้กับเด็กเล็ก ส่งเสริมการมีส่วนร่วมในครอบครัวผ่านการทำกิจกรรมร่วมกันสำหรับเด็กเล็กและสำหรับด้านความสอดคล้องของเนื้อหาเกี่ยวกับกลุ่มเป้าหมาย มีความสอดคล้องกันในระดับที่ดีมากสำหรับเด็กเล็ก

5.1.10 Happy Family

กลุ่มเป้าหมายของรายการ คือ ประชาชนทั่วไปที่มีเด็กอยู่ในครอบครัว

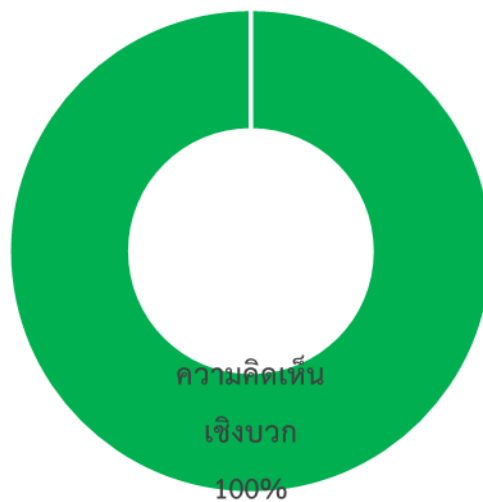
ลิงค์รายการที่ใช้เก็บข้อมูล <https://www.youtube.com/watch?v=RKdjNjDNU8&list=PLltnDy2l71JIQaOpX64Ob6u-RhK4PgEpQ&index=2>

จำนวนการกด Likes จาก YouTube คือ 355 Likes จาก 13 Videos

ระดับความพึงพอใจต่อรายการเฉลี่ย 2.0000 คะแนน (มีความพึงพอใจระดับปานกลาง)

2) ประเด็นความคิดเห็นต่อรายการ Happy Family

(1) ความคิดเห็นจากช่อง YouTube และ Facebook



- รายการดี เป็นประโยชน์ต่อครอบครัว
- ออเกรชน่ารักกกก
- น่ารักค่ะ
- เมญาน่ารัก
- บ้านนี้บันเทิงทั้งครอบครัว สุดยอดจริงๆ
- น้อมมาตา เก่งมากครับ

(2) ความคิดเห็นจากการสนทนากลุ่ม

ใช้รูปแบบการประเมิน ด้านมิติและเนื้อหา ของการประเมินตามระบบการวัดคุณภาพของสื่อที่นำเสนอต่อสังคม (Quality Rating) (กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์, 2564) โดยแบ่งออกเป็น 6 ด้าน ประกอบด้วย (1) ด้านมาตรฐานและจริยธรรมในการนำเสนอเนื้อหา (2) ด้านการเสริมสร้างทักษะการคิดและแรงบันดาลใจ (3) ด้านการส่งเสริมการเรียนรู้ศักยภาพและทักษะชีวิต (4) ด้านการมีส่วนร่วมของเด็กเยาวชน และสมาชิกในครอบครัว (5) ด้านความสอดคล้องของเนื้อหาในกลุ่มเป้าหมาย และ (6) ด้านส่งเสริมคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรมสอดคล้องตามวัตถุประสงค์ของรายการ

ทั้งนี้ดำเนินการสัมภาษณ์จำนวน 5 คน (Nastasi & Schensul, 2005) เมื่อวันที่ 7 กันยายน 2566 ผ่านโปรแกรม Zoom Meeting มีรายละเอียด ดังนี้

1. ด้านมาตรฐานและจริยธรรมในการนำเสนอเนื้อหา

- การมีส่วนร่วมกิจกรรมของครอบครัว เป็นพื้นฐานของความสุขของลูก
- เป็นรายการที่ดี ที่ทำให้เห็นความสำคัญของสถาบันครอบครัว พ่อแม่ เป็นบุคคลที่มีอิทธิพลต่อชีวิตของลูก การดูแลเอาใจใส่ การเลี้ยงดู ส่งผลต่อเด็กเป็นอย่างมาก
- มีการอ้างอิงข้อมูลเป็นอย่างดี และมีทั้งคำบรรยายทั้งเสียงและภาพ ทำให้สามารถเข้าใจได้มากขึ้น อีกทั้งรายการมีความสนุกน่าดู

- รายการไม่มีความอันตรายที่จะทำให้เด็กเกิดการเลียนแบบได้
- รายการมีจริยธรรมที่ดีไม่มีการพาดพิง มีความเหมาะสมแก่เด็กและผู้รับชมทุกวัย

2. ด้านการเสริมสร้างทักษะการคิดและแรงบันดาลใจ

- เด็กมีการฝึกใช้ไหวพริบการตัดสินใจเฉพาะหน้า
- การชื่นชมลูก เมื่อลูกสามารถทำสิ่งเล็กน้อยได้ เป็นการสร้างความมั่นใจให้กับ

ตัวเด็กได้มาก

- การนำเสนอของรายการให้ความรู้และมีความสร้างสรรค์มากๆ เป็นรายการดูไว้ในเรื่องสร้างแรงบันดาลใจให้แก่เด็กและเยาวชนได้

- ทำให้เด็กกล้าทำ กล้าแสดงความรู้สึก มีการแสดงถึงทักษะต่างๆ ของเด็กๆ
- มีการสร้างแรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต เพราะในความเป็นจริงเด็กบางคนอาจจะยังไม่เข้าถึงคำว่าแรงบันดาลใจแต่การดูรายการแบบนี้จะช่วยสร้างสิ่งที่เรียกว่าแรงบันดาลใจ

3. ด้านการส่งเสริมการเรียนรู้ศักยภาพและทักษะชีวิต

- ทำให้เด็กรู้จักการเรียนรู้ การตัดสินใจด้วยตัวเอง มีความมั่นใจในตัวเอง
- ลูกจะดีได้ ขึ้นอยู่กับสิ่งที่พ่อแม่ผู้ปกครองปลูกฝังตั้งแต่เด็ก
- ช่วยเสริมสร้างทักษะการใช้ชีวิตได้ด้วยรายการที่มีการแทรกเนื้อหาที่ดีมาก
- เป็นรายการที่เอาไวดูเพื่อผ่อนคลายได้อีกทั้งยังมีประโยชน์ในด้านต่างๆ อีกมาก

4. ด้านการมีส่วนร่วมของเด็ก เยาวชน และสมาชิกในครอบครัว

- เป็นรายการที่ดี ทำให้ครอบครัวได้ทำกิจกรรมร่วมกัน
- การมีกิจกรรมร่วมกัน ทำให้เด็กมีความสุข ได้รู้จักการทำงานร่วมกันเป็นทีม
- ครอบครัวสามารถดูรายการแล้วนำมาใช้ในชีวิตประจำวันได้ ทำให้ความสัมพันธ์

ในครอบครัวดีมากขึ้น

- เป็นรายการที่เหมาะสมกับทุกวัย มีความคิดสร้างสรรค์ในการนำเสนอเนื้อหา ไม่ใช่แค่เด็กที่สามารถทำตามได้ผู้ใหญ่ก็สามารถทำได้เช่นกัน

- รายการดีมีการให้เด็กจะได้ทดลองทำด้วยตัวเอง ถึงจะมีผู้ปกครองช่วยแต่เป็นกับเพิ่มความสัมพันธ์ที่ดีให้กับครอบครัว

5. ด้านความสอดคล้องของเนื้อหาในกลุ่มเป้าหมาย

- เป็นรายการที่เหมาะสมสำหรับครอบครัวที่มีเด็กๆ เพราะเป็นตัวอย่างการทำกิจกรรมร่วมกันของคนในครอบครัว ส่งเสริมความรัก ความเอาใจใส่ของคนในครอบครัว

- สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย เนื่องจากเป็นรายการที่นำเสนอเกี่ยวกับการทำ
กิจกรรมร่วมกันของครอบครัว

- เนื้อหามีความสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย สามารถดูเพื่อนำไปเป็นความรู้และ
ปรับใช้ได้

- สอดคล้องดีมาก มีการให้ครอบครัวช่วยกันทำตามเป้าหมายซึ่งเป็นเรื่องที่ดีมาก
- เนื้อหาดีมาก โดยกลุ่มเป้าหมายที่ทางรายการนำมาเสนออยู่ในช่วงของวัยเรียนรู้
เนื้อหาที่นำเสนอไม่มีความยากเกินไป

6. ด้านส่งเสริมคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรม

- ครอบครัวเป็นสถาบันแรกที่ทำให้ความรู้แก่เด็กๆ หากเด็กได้รับการสั่งสอนและเลี้ยงดู
อย่างดีจากครอบครัว ก็จะทำให้สามารถดำรงชีวิตในสังคมได้อย่างมีความสุข

- รายการแสดงให้เห็นถึงวัฒนธรรมของครอบครัวคนไทยที่เปลี่ยนแปลงในทางดีขึ้น
เนื่องจากการที่ผู้ปกครองให้ความสำคัญกับลูก ถือเป็นพื้นฐานแห่งความสุขของเด็ก

- รายการช่วยสร้างวัฒนธรรมทางความคิด ให้เด็กได้มีส่วนร่วมกับครอบครัวมาก
ยิ่งขึ้น

- ช่วยส่งเสริมด้านกิจกรรมของครอบครัว ปัจจุบันคนไม่ค่อยได้คุยกันมากนักเพราะ
อยู่ในโลกโซเชียลแต่รายการได้นำเสนอในด้านนี้

- รายการมีการส่งเสริมให้เด็กทำงานร่วมกันกับครอบครัว ทำให้มีการสื่อสาร พูดคุย
และช่วยเหลือกันภายในครอบครัว

สรุปการประเมินผลความคิดเห็นต่อรายการ Happy Family

รายการ Happy Family มีการประเมิน 6 ด้าน ประกอบด้วย ด้านมาตรฐานและจริยธรรมในการ
นำเสนอเนื้อหา ด้านการเสริมสร้างทักษะการคิดและแรงบันดาลใจ ด้านการส่งเสริมการเรียนรู้ศักยภาพและ
ทักษะชีวิต ด้านการมีส่วนร่วมของเด็ก เยาวชน และสมาชิกในครอบครัว ด้านความสอดคล้องของเนื้อหา
กลุ่มเป้าหมาย ด้านส่งเสริมคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรม ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า รายการมีมาตรฐานที่ดีในการ
นำเสนอ มีการอ้างอิงเนื้อหาในการนำเสนออย่างดี ส่งเสริมกระบวนการคิดและแรงบันดาลใจในการกล้าคิด
กล้าแสดงออก สอดแทรกทักษะการใช้ชีวิต การมีส่วนร่วมของครอบครัว เนื้อหาสอดคล้องกับเด็ก เยาวชน
และสมาชิกในครอบครัว ส่งเสริมสถาบันครอบครัวและการให้คุณค่ากับการช่วยเหลือกันของครอบครัว

5.2 รายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ

5.2.1 5G New Life, New Change

กลุ่มเป้าหมายของรายการ คือ ประชาชนทั่วไป

ลิงค์รายการที่ใช้เก็บข้อมูล (1) <https://www.youtube.com/@5gnewlifewchange365>

(2) <https://www.facebook.com/profile.php?id=100066583875423>

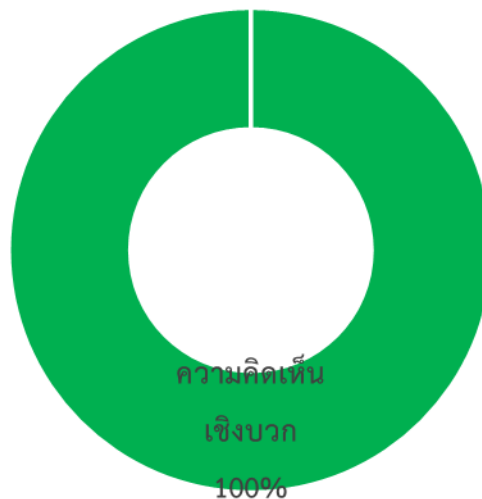
Facebook Fanpage ผู้ติดตาม 659 คน

จำนวนการกด Likes จาก YouTube คือ 33 Likes จาก 16 Videos

ระดับความพึงพอใจต่อรายการเฉลี่ย 1.6667 คะแนน (มีความพึงพอใจระดับปานกลาง)

2) ประเด็นความคิดเห็นต่อรายการ 5G New Life, New Change

(1) ความคิดเห็นจากช่อง YouTube และ Facebook



- ชอบคุณครับ
- เยี่ยม
- ดีมาก
- ทำคลิปออกมาไม่ชวนให้ติดตามเลยครับ อยากให้ปรับปรุง
- สุดยอด 5G ดีมากๆ
- ชอบค่ะ ดีมีประโยชน์ค่ะ

(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 7 กันยายน 2566 ผ่านโปรแกรม Zoom Meeting มีรายละเอียด ดังนี้

1. ด้านมาตรฐานและจริยธรรม ในการนำเสนอเนื้อหา

- รายการมีมาตรฐานในการนำเสนอ มีการอ้างอิงที่เหมาะสม
- รายการไม่ได้สื่อสารเรื่องจริยธรรมมากนักแต่สอดแทรกอยู่ในการใช้เทคโนโลยีเป็นการเคารพผู้อื่นในการใช้เทคโนโลยี
- มาตรฐานของรายการนำเสนอดีมากโดยมีการนำเสนอเกี่ยวกับเรื่องของ 5G ว่ามีประโยชน์ต่างๆ อย่างไรซึ่งเป็นการส่งเสริมความรู้ให้แก่ผู้รับชม

2. ด้านการส่งเสริมการเรียนรู้ ทักษะชีวิต การคิด และแรงบันดาลใจ

- ส่งเสริมการเรียนรู้เทคโนโลยีแบบไร้ขีดจำกัด และทันสมัยมากขึ้น
- Internet of Thing (IOT) สามารถวิเคราะห์ข้อมูลแบบเรียลไทม์ ช่วยตรวจสอบข้อมูลเบื้องต้นได้ ซึ่งมีความแม่นยำสูง ส่งผลให้เทคโนโลยีการแพทย์ล้ำสมัยมากขึ้น
- ทางรายการมีการบอกเกี่ยวกับความรู้ ความเข้าใจ และข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวกับโลก 5G ทำให้ผู้รับชมรับรู้ข้อมูลที่ครบถ้วน

3. ด้านการมีส่วนร่วมของผู้รับชมรายการ

- ทำให้ผู้รับชมได้รู้ถึงนวัตกรรมใหม่ คือเทคโนโลยีที่จะช่วยเหลือวงการแพทย์ให้ทันสมัยและสะดวกสบายมากขึ้น
- สามารถนำเอาขั้นตอนที่ได้เรียนรู้เก็บไว้เป็นความรู้และนำมาใช้ในการเข้าถึงการรักษาได้มากขึ้น
- ส่งเสริมให้ผู้รับชมที่รับชมคลิปรายการได้รู้จักกับข้อมูลต่างๆ ของเทคโนโลยี 5G และเข้าใจการทำงานในเรื่องของเทคโนโลยีที่นำเสนอให้เรื่องต่างๆ ได้เป็นอย่างดี

4. ด้านส่งเสริมคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรม

- เป็นรายการที่ดีที่ได้เห็นนวัตกรรมใหม่ทางการแพทย์ที่ทันสมัยขึ้น ด้วยการผ่าตัดแบบเรียลไทม์ ผ่านระบบ AR และ MR ทำให้สามารถช่วยผู้คนได้มากขึ้น ไม่ว่าจะอยู่ที่ไหนก็ตามของโลก
- เป็นรายการที่นำเสนอเทคโนโลยีใหม่ ในโลกเสมือนจริง โดยนำไปใช้ในการรักษาทางการแพทย์ ซึ่งมีความสมจริงมาก โดยมีเทคโนโลยี VR แสดงผล 3 มิติ จำลอง ใช้ในการช่วยอีกด้วย
- มีการนำเทคโนโลยี 5G ที่ล้ำสมัยมาประยุกต์ใช้กับการใช้ชีวิตในปัจจุบัน ยกตัวอย่างจากรายการนี้คือ การนำมาปรับใช้กับทางการแพทย์ ซึ่งเป็นเทคโนโลยีที่ล้ำสมัยและมีประโยชน์

สรุปการประเมินผลความคิดเห็นต่อรายการ 5G New Life, New Change

รายการ 5G New Life, New Change มีการประเมิน 4 ด้าน ประกอบด้วย ด้านมาตรฐานและจรรยาบรรณ ในการนำเสนอเนื้อหา ด้านการส่งเสริมการเรียนรู้ ทักษะชีวิต การคิด และแรงบันดาลใจ ด้านการมีส่วนร่วมของผู้รับชมรายการ และด้านส่งเสริมคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรม ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า รายการมีมาตรฐานในการนำเสนอและให้ความรู้ที่ทันกับสถานการณ์ รายการส่งเสริมการมีส่วนร่วมด้วยการนำเสนอความรู้ที่เป็นสากลเกี่ยวกับเทคโนโลยีให้ผู้รับชมสามารถไปทดลองใช้ อีกทั้งยังส่งเสริมคุณค่าทางสังคมให้เกิดการเรียนรู้ที่หลากหลายและกว้างขวางมากยิ่งขึ้น

5.2.2 5G 24 ชั่วโมง

กลุ่มเป้าหมายของรายการ คือ ประชาชนทั่วไป

ลิงค์รายการที่ใช้เก็บข้อมูล (1) https://www.youtube.com/watch?v=5AdlsZ7M_RI&list=PL2yVJ0LHC9EGN166bOx5joOXxNa_YNhBf

(2) <https://www.facebook.com/5G.24hour/>

Facebook Fanpage ผู้ติดตาม 14000 คน

จำนวนการกด Likes จาก Facebook คือ 249 Likes จาก 12 Videos

ระดับความพึงพอใจต่อรายการเฉลี่ย 2.0000 คะแนน (มีความพึงพอใจระดับปานกลาง)

2) ประเด็นความคิดเห็นต่อรายการ 5G 24 ชั่วโมง

(1) ความคิดเห็นจากการสนทนากลุ่ม

ใช้รูปแบบการประเมิน ด้านมิติและเนื้อหา ของการประเมินตามระบบการวัดคุณภาพของสื่อที่นำเสนอต่อสังคม (Quality Rating) (กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์, 2564) โดยปรับและแบ่งออกเป็น 4 ด้าน ประกอบด้วย (1) ด้านมาตรฐานและจรรยาบรรณ ในการนำเสนอเนื้อหา (2) ด้านการส่งเสริมการเรียนรู้ ทักษะชีวิต การคิด และแรงบันดาลใจ (3) ด้านการมีส่วนร่วมของผู้รับชมรายการ และ (4) ด้านส่งเสริมคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรม

ทั้งนี้ดำเนินการสัมภาษณ์จำนวน 5 คน (Nastasi & Schensul, 2005) เมื่อวันที่ 7 กันยายน 2566 ผ่านโปรแกรม Zoom Meeting มีรายละเอียด ดังนี้

1. ด้านมาตรฐานและจรรยาบรรณ ในการนำเสนอเนื้อหา

- รายการไม่ได้สื่อสารเรื่องจรรยาบรรณเป็นหลัก แต่มีการพูดถึงเรื่องการใช้เทคโนโลยีอย่างมีจรรยาบรรณ

- รายการมีการให้ข้อมูลต่างๆ มีดีและมีประโยชน์มากๆ มีการให้ผู้เชี่ยวชาญในเรื่องมาให้ข้อมูลความรู้และได้ทำความเข้าใจต่อเนื้อหาที่นำเสนอ ทำให้เกิดความเข้าใจมากยิ่งขึ้น

2. ด้านการส่งเสริมการเรียนรู้ ทักษะชีวิต การคิด และแรงบันดาลใจ

- สร้างแรงบันดาลใจให้กับผู้ที่เรียนแพทย์ เพราะมีความล้ำสมัยมากขึ้น โดยการนำเอาเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการรักษาได้

- ช่วยลดเวลาในการเดินทางเพื่อไปรักษาในต่างพื้นที่

- รายการมีให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องของการใช้ชีวิตในยุค 5G รวมถึงบอกถึงคุณประโยชน์ต่างๆ ของเทคโนโลยี 5G

3. ด้านการมีส่วนร่วมของผู้รับชมรายการ

- ทำให้ทราบถึงเทคโนโลยีการรักษาผู้ป่วยทางไกลได้ แบบเรียลไทม์

- เข้าถึงการรักษาที่รวดเร็ว และทันถ่วงที โดยการใช้เทคโนโลยีจากอินเทอร์เน็ต 5G

- ในยุคปัจจุบันคนเราก็ใช้ชีวิตอยู่ในยุคของเทคโนโลยี 5G เป็นส่วนใหญ่ รายการมีการให้ความรู้ในเรื่องของเทคโนโลยีในเรื่องต่างๆ ได้ดี มีประโยชน์ที่จะนำมาใช้ในปัจจุบัน

4. ด้านส่งเสริมคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรม

- การเข้าถึงการแพทย์ไม่ใช่เรื่องยากอีกต่อไป มีแอปพลิเคชันที่เข้ามามีบทบาทมากขึ้น ผู้คนสามารถติดต่อหมอได้ แม้ไม่ต้องไปโรงพยาบาล
- ทำให้ลดความเสี่ยงในการพบแพทย์ที่โรงพยาบาลที่มีเชื้อโรคมามากมายได้
- มีการส่งเสริมการใช้เทคโนโลยี 5G ทำให้การทำงานทางการแพทย์ การติดต่อทำได้ง่ายขึ้น ซึ่งเป็นเรื่องดีของรายการที่นำเสนอได้เข้าใจอย่างง่าย

สรุปการประเมินผลความคิดเห็นต่อรายการ 5G 24 ชั่วโมง

รายการ 5G 24 ชั่วโมง มีการประเมิน 4 ด้าน ประกอบด้วย ด้านมาตรฐานและจริยธรรม ในการนำเสนอเนื้อหา ด้านการส่งเสริมการเรียนรู้ ทักษะชีวิต การคิด และแรงบันดาลใจ ด้านการมีส่วนร่วมของผู้รับชมรายการ และด้านส่งเสริมคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรม ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า รายการมีการให้ความรู้ของเทคโนโลยีและโลกในยุคสมัยใหม่ ทั้งปัจจุบันและอนาคต มีการอธิบายถึงการทำงานทางการแพทย์ที่ส่งผลต่อการดำรงอยู่ อีกทั้งรายการยังนำเสนอได้เข้าใจต่อคนทั่วไป

5.2.3 5G Smart Life

กลุ่มเป้าหมายของรายการ คือ ประชาชนทั่วไป

ลิงค์รายการที่ใช้เก็บข้อมูล (1) <https://www.youtube.com/@5gsmartlife271/playlists>

(2) https://www.facebook.com/5GSMARTLIFE/?locale=th_TH

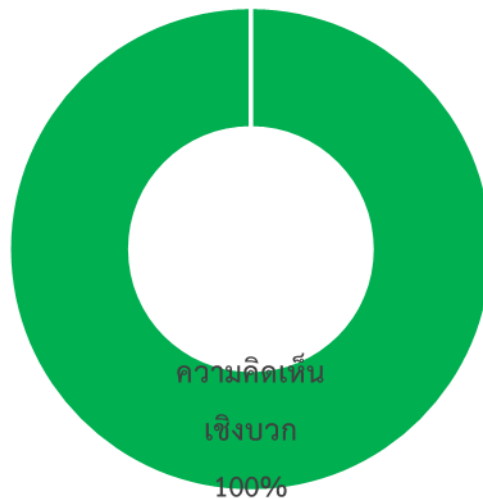
Facebook Fanpage ผู้ติดตาม 5300 คน

จำนวนการกด Likes จาก Facebook คือ 94 Likes จาก 25 Videos

ระดับความพึงพอใจต่อรายการเฉลี่ย 1.6667 คะแนน (มีความพึงพอใจระดับปานกลาง)

2) ประเด็นความคิดเห็นต่อรายการ 5G Smart Life

(1) ความคิดเห็นจากช่อง YouTube และ Facebook



- ถ้าหมอรักษาได้แบบนี้ทั่วประเทศคือดี
- รายการ กสช. คือเยี่ยม
- ชอบเรื่องหมอกับกุ๊กภัย
- ช่วง 3 ปีหลังนี้เทคโนโลยีมันไปไกลมาก ต้องตามให้ทัน

(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 7 กันยายน 2566 ผ่านโปรแกรม Zoom Meeting มีรายละเอียด ดังนี้

ทั่วโลก

1. ด้านมาตรฐานและจริยธรรม ในการนำเสนอเนื้อหา

- เป็นรายการที่ดี นำเสนอเรื่องสำคัญของเทคโนโลยีในปัจจุบัน เพื่อให้เท่าเทียมกับ
- เป็นการเสนอสื่อที่ได้มาตรฐาน รับชมแล้วมีประโยชน์
- รายการมีการสัมภาษณ์กับคนที่มีประสบการณ์และมีความเชี่ยวชาญในเรื่องนี้

โดยตรง รวมถึงมีการให้ข้อมูลที่ครบถ้วนและเป็นความจริง

2. ด้านการส่งเสริมการเรียนรู้ ทักษะชีวิต การคิด และแรงบันดาลใจ

- ทำให้เข้าใจถึงความเร็วแรงของ 5G ซึ่งปัจจุบันนำไปใช้ในการดำรงชีวิต
- ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง และพัฒนาธุรกิจ ให้ทันสมัย และรวดเร็วมากยิ่งขึ้น
- ผู้รับชมได้เรียนรู้ถึงการใช้งานเทคโนโลยี 5G รวมถึงมีการกล่าวถึงเรื่องการ

ออกแบบการนำเทคโนโลยี 5G มาประยุกต์ใช้ในเรื่องต่างๆ อีกด้วย ทำให้เกิดการคิดและแรงบันดาลใจในการพัฒนาเทคโนโลยีให้ดียิ่งขึ้น

3. ด้านการมีส่วนร่วมของผู้รับชมรายการ

- ทำให้ได้ทราบถึงประโยชน์ของการนำ Heat map sensing มาใช้ในการวางแผนการใช้เทคโนโลยีอย่างเหมาะสม ภายในธุรกิจ

- สามารถใช้ข้อมูล Heat map sensing เพื่อออกแบบ Smart office ได้ ปัจจุบันการใช้อินเทอร์เน็ตเป็นสิ่งจำเป็นของการทำงาน ซึ่งความเร็วแรงของเครือข่ายมีผลต่อประสิทธิภาพการทำงาน เมื่อรู้ความต้องการในการใช้ สามารถจัดสรรให้ตรงตามการใช้งานได้มากขึ้น

- ผู้รับชมรายการสามารถนำข้อมูลที่ได้จากรายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวันได้ และยังสามารถนำข้อมูลที่ได้มาเสริมสร้าง พัฒนาความรู้อของตัวเองให้เพิ่มขึ้นอีก

4. ด้านส่งเสริมคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรม

- รายการมีการบอกค่า ความหมาย และโอกาสในการใช้ได้ดี ทำให้ผู้รับชมสามารถเข้าใจและเรียนรู้ได้ สามารถนำไปใช้ในสังคมได้ตอนดำรงชีวิตก็ถือเป็นการให้คุณค่ากับสังคมไทย

- เป็นรายการที่ให้ความรู้ดีมาก ทำให้ผู้คนได้รับข่าวสารอย่างทันเหตุการณ์ ซึ่งก็จะช่วยสร้างการดูแลตัวเองให้กับคนที่ดูรายการ

- เทคโนโลยี 5G มีส่วนร่วมและมีประโยชน์เป็นอย่างมากต่อการดำเนินชีวิตในเรื่องต่างๆ ช่วยอำนวยความสะดวกแก่การใช้ชีวิตได้เยอะมาก

สรุปการประเมินผลความคิดเห็นต่อรายการ 5G Smart Life

รายการ 5G Smart Life มีการประเมิน 4 ด้าน ประกอบด้วย ด้านมาตรฐานและจริยธรรม ในการนำเสนอเนื้อหา ด้านการส่งเสริมการเรียนรู้ ทักษะชีวิต การคิด และแรงบันดาลใจ ด้านการมีส่วนร่วมของผู้รับชมรายการ และด้านส่งเสริมคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรม ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า รายการมีมาตรฐานในการนำเสนอ มีการสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้องเพื่อสร้างประสบการณ์ร่วมให้กับผู้เข้าชม อีกทั้งยังอธิบายถึงการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่ไปใช้ในชีวิตประจำวัน มีการสร้างแรงบันดาลใจในการพัฒนาตนเองผ่านเทคโนโลยี

5.2.4 5G Freedom

กลุ่มเป้าหมายของรายการ คือ ประชาชนทั่วไป

ลิงค์รายการที่ใช้เก็บข้อมูล (1) <https://www.youtube.com/watch?v=hngfmkOGuLY&list=PL2yVJ0LHC9EElrUs4zTraNKemJfM-RPIq>

จำนวนการกด Likes จาก YouTube คือ 1 Likes จาก 14 Videos

ระดับความพึงพอใจต่อรายการเฉลี่ย 1.6667 คะแนน (มีความพึงพอใจระดับปานกลาง)

2) ประเด็นความคิดเห็นต่อรายการ 5G Freedom

(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 7 กันยายน 2566 ผ่านโปรแกรม Zoom Meeting มีรายละเอียด ดังนี้

1. ด้านมาตรฐานและจริยธรรม ในการนำเสนอเนื้อหา

- เป็นรายการที่ดีมาก นำเสนอเกี่ยวกับเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่เหมาะสมกับคนไทยที่ประกอบอาชีพเป็นเกษตรกรส่วนใหญ่
- เป็นการเสนอสื่อที่ได้มาตรฐาน รับชมแล้วมีประโยชน์ และสร้างแรงบันดาลใจให้คนดูได้
- มีการบอกถึงข้อกำหนดต่างๆ ที่ใช้ในการผลิตคลิปรายการออกมา ทำให้มีความน่าเชื่อถือเป็นอย่างมาก

2. ด้านการส่งเสริมการเรียนรู้ ทักษะชีวิต การคิด และแรงบันดาลใจ

- 5G กับการแก้ปัญหาหลายด้านทางการเกษตร โดยนำเทคโนโลยีเกษตรอัจฉริยะเข้ามาประยุกต์ใช้ ทำให้เกิดประสิทธิภาพการผลิตที่ดีขึ้น
- สร้างแรงบันดาลใจให้คนรุ่นใหม่ ที่มองว่าการทำการเกษตรเป็นเรื่องยาก ให้เป็นเรื่องง่ายได้ โดยการประยุกต์เทคโนโลยีมาใช้ในการเกษตร
- มีนាំบอกถึงการนำเทคโนโลยี 5G มาใช้ในการประกอบอาชีพ ในรายการนี้ ยกตัวอย่างของเกษตรกรที่ผลิตข้าว ได้นำเทคโนโลยี 5G มาปรับใช้ให้เกิดประโยชน์

3. ด้านการมีส่วนร่วมของผู้รับชมรายการ

- ทำให้ได้ทราบถึงเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่สามารถนำมาใช้ทางการเกษตรได้ ซึ่งจะช่วยให้เกษตรกร สามารถผลิตผลผลิตได้ง่ายมากขึ้น เหมาะกับคนไทยมาก
- นำแนวคิดมาประยุกต์ใช้ให้เข้ากับการดำเนินชีวิตได้
- ผู้รับชมรายการได้รับความรู้ และได้รับข้อมูลในเรื่องของเทคโนโลยี 5G ได้เป็นอย่างดี ทำให้สามารถนำมาใช้ในการดำเนินชีวิตได้

4. ด้านส่งเสริมคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรม

- ผู้ที่รับชมที่เป็นเกษตรกรสามารถนำความรู้ที่ได้รับไปใช้ได้
- ส่งเสริมให้เกษตรกรมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น เมื่อมีการนำเทคโนโลยีมาใช้ ช่วยให้

สะดวกสบายมากขึ้น

- การนำเทคโนโลยีมาปรับใช้ในการเกษตรทำให้เกิดผลผลิตทางการเกษตรที่ดีขึ้น และสามารถควบคุมตัวแปรต่างๆ ที่พืชต้องการได้ดีมากๆ

สรุปการประเมินผลความคิดเห็นต่อรายการ 5G Freedom

รายการ 5G Freedom มีการประเมิน 4 ด้าน ประกอบด้วย ด้านมาตรฐานและจริยธรรม ในการนำเสนอเนื้อหา ด้านการส่งเสริมการเรียนรู้ ทักษะชีวิต การคิด และแรงบันดาลใจ ด้านการมีส่วนร่วมของผู้รับชมรายการ และด้านส่งเสริมคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรม ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า รายการมีมาตรฐานในการนำเสนอเนื้อหาที่น่าเชื่อถือ อธิบายแหล่งที่มาของข้อมูลและสร้างความเข้าใจเทคโนโลยีให้กับคนรับชม อีกทั้งยังสามารถนำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้ มีการอธิบายถึงการทำเกษตรกรรมโดยใช้เทคโนโลยีที่จะทำให้ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรมีประสิทธิภาพได้ด้วยเทคโนโลยี

5.3 รายการการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนใต้

5.3.1 สารคดีเชื่อมโยงใจใต้

กลุ่มเป้าหมายของรายการ คือ ประชาชนทั่วไป

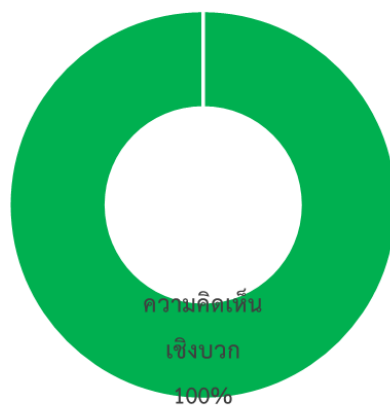
ลิงค์รายการที่ใช้เก็บข้อมูล <https://www.youtube.com/hashtag/สารคดีเชื่อมโยงใจใต้>

จำนวนการกด Likes จาก YouTube คือ 7 Likes จาก 38 Videos

ระดับความพึงพอใจต่อรายการเฉลี่ย 1.5000 คะแนน (มีความพึงพอใจระดับน้อย)

1) ประเด็นความคิดเห็นต่อรายการ สารคดีเชื่อมโยงใจใต้

(1) ความคิดเห็นจากช่อง YouTube และ Facebook



- เป็นกำลังใจครับ สงครามใต้ ไม่มีจริง คนแก่ครับ สวีสวีครับ
- มีซับภาษาอาหรับด้วย
- ไปอ่านคำสอนก่อนพี่น้องไทย
- แบล้ง ไม่ธรรมดาณะคับ เห็นใส่เสื้อชุดบ้านๆ แต่ แบล้ง สุดยอดๆ ผมรู้จักเค้ารุ่นพี่ผม
- เป็นครอบครัวที่น่ารัก และน่าภาคภูมิใจจริงๆ ครับ
- สวยงามมากทะเล
- รายการถ่ายทอดเรื่องราวได้ดีมากๆ
- ขอบคุณข้อมูล TNN
- สายน้ำใจใต้ขอบคุณ
- Thanks

(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 7 กันยายน 2566 ผ่านโปรแกรม Zoom Meeting มีรายละเอียด ดังนี้

1. ด้านมาตรฐานและจริยธรรม ในการนำเสนอเนื้อหา

- มีการนำเสนอเนื้อหาที่เหมาะสม ส่งผลให้เข้าใจเนื้อหาและสามารถนำไปปรับใช้ได้
- รายการนี้เป็นรายการที่ให้แรงบันดาลใจกับผู้อื่นได้ดีมาก
- ทางรายการมีการเพิ่มคำบรรยายภาษาต่างประเทศ คือ ภาษาอาหรับ เข้าไปด้วย ซึ่งเป็นเรื่องที่ดีมากเพราะจะทำให้มีการสื่อสารได้กว้างขวางมากขึ้น

2. ด้านการส่งเสริมการเรียนรู้ ทักษะชีวิต การคิด และแรงบันดาลใจ

- แสดงให้เห็นความมุ่งมั่น ตั้งใจของ ดร.มุลลือา เจ๊ะซอ แม้ชีวิตในวัยเด็กจะไม่สวยงาม แต่ก็พัฒนาและตั้งใจเรียน เพื่อทำให้ชีวิตตัวเองดีขึ้น
- ถือเป็นแรงบันดาลใจที่ดีของคนที่อาจจะเรียกว่าด้อยโอกาส หรือมีโอกาสน้อยกว่าคนอื่น ให้รักการเรียน เพื่อเปลี่ยนแปลงคุณภาพชีวิตให้ดีขึ้นกว่าเดิม
- มีการสร้างแรงบันดาลใจให้กับผู้รับชมมากๆ เรื่องการใช้ชีวิต การดำเนินชีวิตและการมีความอดทนและพยายามเพื่อที่จะพัฒนาชีวิตและพัฒนาชุมชนในการต่อไป

3. ด้านการมีส่วนร่วมของผู้รับชมรายการ

- ทำให้รู้สึกว่าเป็นแรงบันดาลใจที่ดีในการเปลี่ยนแปลงชีวิตตัวเองให้ไปในทางที่ดีขึ้น
- รายการนี้ทำให้เห็นถึงความพยายามของผู้ด้อยโอกาสที่ประสบความสำเร็จด้วยตัวเอง สร้างแรงบันดาลใจได้ดีมาก
- ทำให้ผู้รับชมรายการได้รับข้อมูลและความรู้ต่างๆ ที่เกี่ยวกับโครงการรักอุปถัมภ์ รวมถึงการนำการใช้ชีวิตของตัวเองในรายการมาปรับใช้ให้เข้ากับชีวิตของเราได้อีกด้วย

4. ด้านส่งเสริมคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรม

- เหมาะสมกับการส่งเสริมเรื่องคุณค่าทางสังคม เพราะทำให้เป็นแรงบันดาลใจแก่ผู้อื่นได้มาก
- มีการพูดถึงวัฒนธรรมการใช้ชีวิตกับศาสนาที่แตกต่างกันของแต่ละพื้นที่ได้ดี
- มีการส่งเสริมให้ผู้รับชมได้รู้จักกับโครงการดีๆ และมีการส่งเสริมถึงเรื่องการพัฒนาชุมชน

สรุปการประเมินผลความคิดเห็นต่อรายการ ย้อนอดีตที่ปลายด้ามขวาน

รายการ สารคดีเชื่อมโยงใจได้ มีการประเมิน 4 ด้าน ประกอบด้วย ด้านมาตรฐานและจริยธรรม ในการนำเสนอเนื้อหา ด้านการส่งเสริมการเรียนรู้ ทักษะชีวิต การคิด และแรงบันดาลใจ ด้านการมีส่วนร่วมของผู้รับชมรายการ และด้านส่งเสริมคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรม ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า รายการมีมาตรฐานในการนำเสนอที่ดีมีการใช้ภาษาต่างประเทศเข้ามาร่วมด้วย ให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายและสร้างความเข้าใจที่ดียิ่งขึ้นให้กับผู้เข้าชมรายการ อีกทั้งรายการยังส่งเสริมและสร้างแรงบันดาลใจในการดำเนินชีวิตผ่านข้อคิดการพัฒนาชุมชนและการสังคม

5.3.2 เพลินทุกจุดที่สุดสยาม

กลุ่มเป้าหมายของรายการ คือ ประชาชนทั่วไป

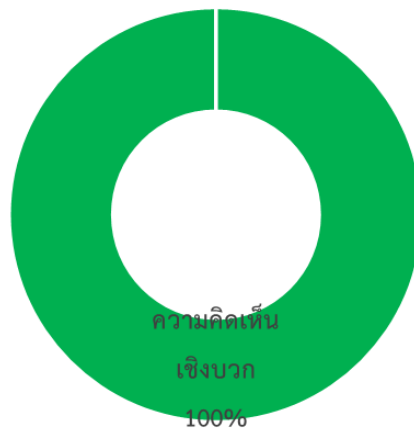
ลิงค์รายการที่ใช้เก็บข้อมูล <https://www.youtube.com/@zensetv/search?query=เพลินทุกจุด>

จำนวนการกด Likes จาก YouTube คือ 536 Likes จาก 22 Videos

ระดับความพึงพอใจต่อรายการเฉลี่ย 1.5000 คะแนน (มีความพึงพอใจระดับน้อย)

1) ประเด็นความคิดเห็นต่อรายการ เพลินทุกจุดที่สุดสยาม

(1) ความคิดเห็นจากช่อง YouTube และ Facebook



- พี่ครับมาเที่ยวที่ตากใบวิวยสวยมาก
- นำไป
- คุณพิธีกรนี้ใช้ที่เคยทำ 360 องศา รีปาวนะ
- วัฒนธรรมคนใต้ตั้งแต่ชุมพรลงมาถึงนราธิวาสสมัยก่อนเขาทำสวนยางพอดัดยางเสร็จเขาก็มารวมตัวกันที่ร้านน้ำชารอเก็บน้ำยาง
- ช่วยๆ กันแชร์รายการดีๆ แบบนี้ครับ
- ใช้ 360 degree world คิดถึงมาก
- สวยงามมากค่ะชอบคุณนะค่ะที่พาชม
- เป็นเมืองที่น่าอยู่มากครับ นำไปเที่ยว ขอให้เรื่องร้ายๆ สงบลงโดยเร็วนะครับ
- 3 จังหวัด ผู้คนน่ารักจังเลย
- ชอบครับรายการแนวนี้
- อยากไปเที่ยวมากเลยดินแดนแห่งวัฒนธรรม
- ผมคือลูกหลานของคนที่นั่นคนหนึ่งครับ แต่ไม่ได้เติบโตเล่าเรียนอยู่ที่นั่นเลย แต่ยังรักและผูกพันกับพี่น้องฝ่ายพ่อที่นั่นตลอดมาครับ คิดถึงเสมอตากใบ ช่วงโควิด-19 มาแรงไม่ได้ไปมาหลายปีแล้วครับ ดู YouTube ของครูเทียบแล้วยิ่งคิดถึงมากๆ เลย
- ยะลาไม่น่ากลัวแบบที่คุณคิด ผู้คนใจดีทุกเชื้อชาติ มาเที่ยวยะลาทั้งแหละ

(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 7 กันยายน 2566 ผ่านโปรแกรม Zoom Meeting มีรายละเอียด ดังนี้

1. ด้านมาตรฐานและจริยธรรม ในการนำเสนอเนื้อหา

- ข่าวสารในอดีตส่งผลถึงปัจจุบัน รายการได้นำเสนอถึงความเป็นอยู่ของผู้อยู่ในอำเภอระแงะ จังหวัดนราธิวาส นั้นเป็นปกติ ไม่ได้มีความรุนแรงดังเช่นในอดีตแล้ว

- ผู้คนในพื้นที่ที่มีความหลากหลายเชื้อชาติ ทั้งชาวไทยพุทธ อิสลาม คนไทยเชื้อสายจีน ซึ่งดำรงชีวิตร่วมกันอย่างสงบสุข

- ทางรายการมีการควบคุมมาตรฐานในการนำเสนออยู่แล้ว ทำให้รายการมีความน่าเชื่อถือและมีมาตรฐานในการทำรายการ

2. ด้านการส่งเสริมการเรียนรู้ ทักษะชีวิต การคิด และแรงบันดาลใจ

- ผู้คนส่วนใหญ่ในพื้นที่ ใช้ชีวิตอย่างสงบเรียบง่าย ปลูกพืชผัก ค้าขาย

- การไม่แบ่งแยก เชื้อชาติ ศาสนา ของผู้คนในพื้นที่

- มีการส่งเสริมให้ผู้รับชมได้มีการคิดถึงชีวิตในปัจจุบันของคนในพื้นที่นั้นไม่ได้น่ากลัวและอันตรายเหมือนที่สังคมเข้าใจ

3. ด้านการมีส่วนร่วมของผู้รับชมรายการ

- ทำให้ผู้ที่ได้รับชมได้ทราบว่า สถานที่ที่เคยถูกเรียกว่า พื้นที่อันตราย ปัจจุบันเป็นพื้นที่ที่นำไปท่องเที่ยว เนื่องจากไม่มีความรุนแรงดังในอดีตแล้ว

- ทำให้เห็นถึงความรักของคนในพื้นที่ แม้จะเคยมีความอันตราย แต่ก็มีควมสวยงามมากมาย ทั้งสถานที่ และผู้คน

- ทำให้ผู้รับชมรายการได้รู้ถึงการใช้ชีวิตของคนในพื้นที่ รวมถึงได้รับข่าวสารที่ถูกต้องและไม่บิดเบือนทำให้เข้าใจถึงผู้คนที่อยู่ในพื้นที่

4. ด้านส่งเสริมคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรม

- วัฒนธรรมการพบปะที่ร้านชาคาแฟ่ ยังคงมีอยู่ดั้งเดิม อย่างในอดีต ซึ่งเป็นวัฒนธรรมที่น่ารักมาก

- มีการส่งเสริมสังคมให้ดีขึ้น มีการแสดงให้เห็นถึงคุณค่าของสิ่งต่างๆ ที่ยังคงมีอยู่และที่สร้างขึ้นใหม่

สรุปการประเมินผลความคิดเห็นต่อรายการ เพลินทุกจุดที่สุดสยาม

รายการ เพลินทุกจุดที่สุดสยาม มีการประเมิน 4 ด้าน ประกอบด้วย ด้านมาตรฐานและจริยธรรม ในการนำเสนอเนื้อหา ด้านการส่งเสริมการเรียนรู้ ทักษะชีวิต การคิด และแรงบันดาลใจ ด้านการมีส่วนร่วมของผู้รับชมรายการ และด้านส่งเสริมคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรม ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า รายการมีการควบคุมมาตรฐานในการนำเสนอ ส่งเสริมความเข้าใจการเรียนรู้ ทักษะชีวิตและการคิดผ่านวิถีชุมชนของคนในพื้นที่ มีการอธิบายความเข้าใจและการไม่บิดเบือนเนื้อหา อีกทั้งยังส่งเสริมสังคมโดยการสร้างคุณค่าและความเข้าใจที่ถูกต้องให้กับผู้รับชม

5.3.3 อีสลามมูอาลียุกุม (PEACE FOR ALL)

กลุ่มเป้าหมายของรายการ คือ ประชาชนทั่วไป

ลิงค์รายการที่ใช้เก็บข้อมูล <https://www.youtube.com/watch?v=nNHoDEtBONU&list=PL2yVJ0LHC9EGvLli97FJlqspMg6BOPwSG&index=2>

จำนวนการกด Likes จาก YouTube คือ 4 Likes จาก 16 Videos

ระดับความพึงพอใจต่อรายการเฉลี่ย 1.5000 คะแนน (มีความพึงพอใจระดับน้อย)

1) ประเด็นความคิดเห็นต่อรายการ อีสลามมูอาลียุกุม (PEACE FOR ALL)

(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 7 กันยายน 2566 ผ่านโปรแกรม Zoom Meeting มีรายละเอียด ดังนี้

1. ด้านมาตรฐานและจริยธรรม ในการนำเสนอเนื้อหา

- การอยู่ร่วมกัน ต้องผสมกลมกลืนกัน แสวงหาสิ่งที่ดีร่วมกันของต่างวัฒนธรรม
- รายการนี้นำเสนอถึงความกลมเกลียวของผู้คนในพื้นที่ ที่มีความนับถือศาสนาต่างกัน ผ่านการจับน้ำชา (มาแอกแต)
- เป็นการนำเสนอสื่อที่ได้มาตรฐาน รับชมแล้วมีประโยชน์ ไม่มีการกล่าวอ้างพาดพิงถึงผู้อื่นในทางที่เสียหาย รวมถึงมีการกล่าวถึงวัฒนธรรมที่ยังคงมีอยู่อีกด้วย

2. ด้านการส่งเสริมการเรียนรู้ ทักษะชีวิต การคิด และแรงบันดาลใจ

- สร้างแรงบันดาลใจในการอยู่ร่วมกันของคนที่มีความต่างกัน เช่น ต่างชาติต่างศาสนา ต่างเพศ
- ส่งเสริมความร่วมมือกันของคนในชุมชน
- ผู้รับชมรายการได้รับรู้ถึงวิถีชีวิตการใช้ชีวิตของผู้คนในอดีตมา รวมถึงมีการนำเสนอถึงวัฒนธรรมการจับน้ำชาช่วยส่งเสริมการเรียนรู้ต่างๆ

3. ด้านการมีส่วนร่วมของผู้รับชมรายการ

- ทำให้เห็นความสวยงามของจังหวัดปัตตานี ทั้งความคิด การใช้ชีวิตของผู้คนในพื้นที่ และสถานที่ต่างๆ ในจังหวัด
- แสดงให้เห็นความกลมเกลียวกันของคนในพื้นที่ เป็นวัฒนธรรมที่น่ารักมาก
- รายการมีการให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ ในบางเรื่องผู้รับชมสามารถนำมาปรับใช้กับชีวิตประจำวันได้

4. ด้านส่งเสริมคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรม

- วัฒนธรรมการจับน้ำชา (มาแอกแต) จังหวัดปัตตานี เป็นจุดแลกเปลี่ยนความคิดเห็นของทั้งชาวไทยพุทธ มุสลิม หรือแม้แต่เชื้อสายจีน
- การอยู่ร่วมกัน คือ การแสวงหาจุดร่วม สงวนจุดต่างที่ไม่เหมือนกัน ของสามวัฒนธรรมศาสนา
- มีการคงไว้ถึงวัฒนธรรมที่ทำกันมานาน นั่นคือวัฒนธรรมการจับน้ำชา ซึ่งในปัจจุบันหาได้ยากมากในพื้นที่ในเมือง

สรุปการประเมินผลความคิดเห็นต่อรายการ อัลฮาลัมมูอาลัยกุม (PEACE FOR ALL)

รายการ อัลฮาลัมมูอาลัยกุม (PEACE FOR ALL) มีการประเมิน 4 ด้าน ประกอบด้วย ด้านมาตรฐานและจริยธรรม ในการนำเสนอเนื้อหา ด้านการส่งเสริมการเรียนรู้ ทักษะชีวิต การคิด และแรงบันดาลใจ ด้านการมีส่วนร่วมของผู้รับชมรายการ และด้านส่งเสริมคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรม ซึ่งสามารถสรุปได้ว่ารายการมีการส่งเสริมความหลากหลายของพหุวัฒนธรรม สร้างความเข้าใจและมาตรฐานการนำเสนอที่มีแหล่งอ้างอิง มีการอธิบายถึงดินแดนปัตตานี ให้ความเข้าใจที่ถูกต้อง เรียนรู้และแลกเปลี่ยนมุมมองทางวัฒนธรรมของคนพื้นที่กับผู้รับชม

5.4 รายการเพื่อสร้างความรู้เพื่อยับยั้งและรู้เท่าทันข่าวปลอม (Stop Fake News)

5.4.1 Stop Fake, Spread Facts

กลุ่มเป้าหมายของรายการ คือ ประชาชนทั่วไป

ลิงค์รายการที่ใช้เก็บข้อมูล <https://www.youtube.com/watch?v=E6g0a92Dl44>

ระดับความพึงพอใจต่อรายการเฉลี่ย 1.5000 คะแนน (มีความพึงพอใจระดับน้อย)

1) ประเด็นความคิดเห็นต่อรายการ Stop Fake, Spread Facts

(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 7 กันยายน 2566 ผ่านโปรแกรม Zoom Meeting มีรายละเอียด ดังนี้

1. ด้านมาตรฐานและจริยธรรม ในการนำเสนอเนื้อหา

- การนำเสนอเรื่องการใช้งานโซเชียลมีเดียที่เหมาะสม ผ่านเพลงที่ทำให้เข้าถึงผู้คนที่ได้ง่าย
- การนำเสนอเป็นเพลงทำให้เข้าถึงได้ง่าย เนื้อหากระชับ เข้าใจได้อย่างแจ่มแจ้ง
- มีการพูดถึงเรื่องการใช้สติก่อนแชร์โดยการนำเสนอผ่านเนื้อเพลงที่สามารถฟังได้ง่ายและเข้าใจได้ไม่ยาก

2. ด้านการส่งเสริมการเรียนรู้ ทักษะชีวิต การคิด และแรงบันดาลใจ

- รู้จักการใช้งานโซเชียลมีเดียอย่างรู้เท่าทัน ไม่หลงผิด
- สร้างเสริมความรู้ของคุณและทาของการใช้งานโซเชียลมีเดีย
- โฆษณามีการใช้เพลงในการประกอบการโฆษณาซึ่งเป็นตัวเสริมสร้างการเรียนรู้ และทำความเข้าใจเนื้อหาได้ง่ายขึ้น

3. ด้านการมีส่วนร่วมของผู้รับชมรายการ

- เพลงมีเนื้อหาเข้าใจง่าย ทำนองเพราะ ฟังง่าย เนื้อหาเป็นเรื่องที่เข้าใจโดยทั่วกัน
- ทำให้ผู้ที่ได้รับชม เข้าใจถึงภัยของโซเชียลมีเดียมากขึ้น และระมัดระวังการใช้งานได้มากขึ้นด้วย
- ผู้รับชมได้รับความบันเทิงจากเพลงโฆษณาก็ทั้งยังได้ความรู้เพิ่มเติม

4. ด้านส่งเสริมคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรม

- เป็นโฆษณาที่ให้ความรู้แก่ประชาชนถึงการใช้งานโซเชียลมีเดีย
- โฆษณามีการบอกถึงเทคนิคในการทำงานของมิจฉาซีพีทีมาในรูปแบบของลิงค์ข่าว

ทำให้เรามีสติมากขึ้นก่อนทำการแชร์ และยังมีการบอกวิธีแก้ไขอีกด้วย

สรุปการประเมินผลความคิดเห็นต่อรายการ Stop Fake, Spread Facts

รายการ Stop Fake, Spread Facts มีการประเมิน 4 ด้าน ประกอบด้วย ด้านมาตรฐานและจรรยาบรรณ ในการนำเสนอเนื้อหา ด้านการส่งเสริมการเรียนรู้ ทักษะชีวิต การคิด และแรงบันดาลใจ ด้านการมีส่วนร่วมของผู้รับชมรายการ และด้านส่งเสริมคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรม ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า เป็นการนำเสนอที่น่าสนใจและเข้าถึงง่าย มีการใช้เพลงประกอบจังหวะที่น่าสนใจ ทำให้ผู้ฟังรู้สึกสนุกและเรียนรู้เนื้อหาของเพลงไปด้วย อีกทั้งยังสร้างความเข้าใจและป้องกันภัยที่จะเกิดขึ้นได้น่าสนใจมาก

5.5 รายการเพื่อส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจของคนพิการและประชาชนเกี่ยวกับการส่งเสริม และคุ้มครองสิทธิคนพิการ

5.5.1 เพื่อนกันคนพันธุ์ D

กลุ่มเป้าหมายของรายการ คือ ประชาชนทั่วไป

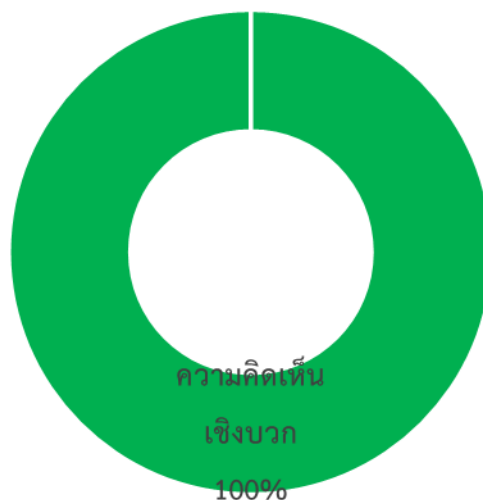
ลิงค์รายการที่ใช้เก็บข้อมูล <https://www.youtube.com/@one31official/search?query=เพื่อนกันคนพันธุ์%20D>

จำนวนการกด Likes จาก YouTube คือ 431 Likes จาก 49 Videos

ระดับความพึงพอใจต่อรายการเฉลี่ย 2.0000 คะแนน (มีความพึงพอใจระดับปานกลาง)

2) ประเด็นความคิดเห็นต่อรายการ เพื่อนกันคนพันธุ์ D

(1) ความคิดเห็นจากช่อง YouTube และ Facebook



- ดีใจที่ได้ดูเทปนี้ ขอขอบคุณทีมงานที่สร้างสรรค์สื่อดีๆ ครับ
- ติดตามค่ะ
- เยี่ยมเลยค่ะ รายการดีมาก

(2) ความคิดเห็นจากการสนทนากลุ่ม

ใช้รูปแบบการประเมิน ด้านมิติและเนื้อหา ของการประเมินตามระบบการวัดคุณภาพของสื่อ ที่นำเสนอต่อสังคม (Quality Rating) (กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์, 2564) โดยปรับและแบ่ง ออกเป็น 4 ด้าน ประกอบด้วย (1) ด้านมาตรฐานและจริยธรรม ในการนำเสนอเนื้อหา (2) ด้านการส่งเสริมการเรียนรู้ ทักษะชีวิต การคิด และแรงบันดาลใจ (3) ด้านการมีส่วนร่วมของผู้รับชมรายการ และ (4) ด้านส่งเสริมคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรม

ทั้งนี้ดำเนินการสัมภาษณ์จำนวน 5 คน (Nastasi & Schensul, 2005) เมื่อวันที่ 7 กันยายน 2566 ผ่านโปรแกรม Zoom Meeting มีรายละเอียด ดังนี้

1. ด้านมาตรฐานและจริยธรรม ในการนำเสนอเนื้อหา

- การให้ความสำคัญกับผู้ที่มีความแตกต่าง เขาอาจจะไม่ปกติ แต่เขายังสามารถใช้ชีวิตได้เท่าเทียมกับบุคคลทั่วไป

- เป็นรายการที่ดีมากๆ รายการหนึ่ง ทำให้ได้เห็นคุณค่าของการใช้ชีวิต ขนาดผู้พิการทางสายตามองไม่เห็นและผู้พิการทางการได้ยินยังทำได้ขนาดนี้ ก็ถือว่ามียุติธรรมในการนำเสนอสื่อที่ดี

- เป็นรายการที่ดีมากๆ มีการสัมภาษณ์กับบุคคลจริงๆ และมีข้อมูลครบถ้วน

2. ด้านการส่งเสริมการเรียนรู้ ทักษะชีวิต การคิด และแรงบันดาลใจ

- รายการนี้เป็นแรงบันดาลใจให้คนไม่ย่อท้อต่อชีวิตมากๆ ทำให้คนพยายามสู้ต่อไปเพื่อมีชีวิต ไม่คิดน้อยใจในตัวเอง

- การรับมือกับความเจ็บปวดทางกายและใจนั้นเป็นสิ่งสำคัญ รายการนำเสนอมุมมองการเรียนรู้ที่จะพยายามทำสิ่งต่างๆ เพื่อความสำเร็จในชีวิต คนเราทุกคนสามารถประสบความสำเร็จในชีวิตได้ เป็นการถ่ายทอดที่ดีมาก

- รายการมีนำเสนอเรื่องราวที่เป็นแรงบันดาลใจให้กับผู้รับชมได้มีแรงบันดาลใจในการทำสิ่งที่ตัวเองต้องการถึงแม้เราจะมึนงงแต่เราก็ไม่ย่อท้อ

3. ด้านการมีส่วนร่วมของผู้รับชมรายการ

- เนื้อหาของรายการดีมาก สร้างแรงบันดาลใจและความฝัน ให้มีความไม่ย่อท้อต่อสู้กับอุปสรรคปัญหาที่สามารถเป็นแรงบันดาลใจให้ทั้งคนที่ดู

- มีส่วนร่วมในการสามารถนำเอาแนวคิดที่ได้ไปปรับใช้กับชีวิต อีกทั้งยังใช้ความรู้ที่ตนมีช่วยผู้อื่นต่อยอดได้

- ผู้รับชมสามารถนำข้อคิดที่ได้จากรายการมาใช้ในการดำเนินชีวิตในเรื่องของการคิดที่จะพัฒนาตนเอง และการคิดที่จะทำในสิ่งที่อยากทำโดยสิ่งนั้นจะต้องไม่ผิดกฎหมายและไม่เดือดร้อนถึงผู้อื่น

4. ด้านส่งเสริมคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรม

- มีการทำภาษามือให้สำหรับผู้พิการทางการได้ยินด้วย ซึ่งพิธีกรก็ผู้พิการทางการได้ยินและพิการด้านการมองเห็น ใช้ภาษามือในการนำเสนอด้วย ดีมาก เป็นการไม่แบ่งแยกระหว่างคนปกติกับผู้พิการ

- มีการส่งเสริมคุณค่า ด้วยการไม่ให้อ้อยค่าในตัวเองไม่ว่าจะเกิดปัญหาอะไรขึ้น

- รายการมีการส่งเสริมคุณค่าทางสังคมในเรื่องการส่งเสริมคุณค่าให้แก่ตนเอง เมื่อเราเห็นคุณค่าในตัวเอง ไม่อ้อยค่าตัวเองเราก็สามารถทำในสิ่งที่คิดได้อย่างมั่นใจ

สรุปการประเมินผลความคิดเห็นต่อรายการ เพื่อนกันคนพันธุ์ D

รายการ เพื่อนกันคนพันธุ์ D มีการประเมิน 4 ด้าน ประกอบด้วย ด้านมาตรฐานและจริยธรรม ในการนำเสนอเนื้อหา ด้านการส่งเสริมการเรียนรู้ ทักษะชีวิต การคิด และแรงบันดาลใจ ด้านการมีส่วนร่วมของผู้รับชมรายการ และด้านส่งเสริมคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรม ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า รายการมีมาตรฐานในการนำเสนอที่น่าสนใจ ด้านการส่งเสริมความรู้และทักษะชีวิตและการคิด และสร้างแรงบันดาลใจมีการนำเสนอเรื่องราวที่สร้างแรงบันดาลใจในการดำเนินชีวิตให้ผู้รับชมมีประสบการณ์ร่วม อีกทั้งรายการยังส่งเสริมการให้คุณค่าทางสังคมและให้คุณค่าต่อตนเอง

11.3.6 ภาพรวมการประเมินรายการ

ภาพรวมการประเมินรายการทั้ง 19 รายการ โดยแบ่งออกเป็น 5 หมวด คือ รายการสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว รายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ รายการการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนใต้ รายการเพื่อสร้างความรู้เพื่อยับยั้งและรู้เท่าทันข่าวปลอม (Stop Fake News) และ รายการเพื่อส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจของคนพิการและประชาชนเกี่ยวกับการส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิคนพิการ ประกอบด้วยรายการ ดังนี้

1. MY Little Bears เพื่อนหมีแสนสนุก
2. มะลิจอมแก่นผจญภัย โควิด-19
3. 5 หมู่ของหนู
4. KELX เกลอส: เพื่อน
5. Magic Pen ปากกาวิเศษ
6. ใบบุญ เณรน้อย
7. เปาเปาผจญภัยในโลกนิทาน
8. รากแก้ว เรนเจอร์
9. FLY WORM หนอนน้อยผจญภัย
10. Happy Family
11. 5G New Life, New Change
12. 5G 24 ชั่วโมง
13. 5G Smart Life
14. 5G Freedom
15. เชื่อมใจได้
16. เพลินทุกจุดที่ สุดสยาม
17. อัสลามมุ อาลัยกุ่ม (PEACE FOR ALL)
18. Stop Fake, Spread Facts
19. เพื่อนกันคนพันธุ์ D

ทั้งนี้การประเมิน 19 รายการได้ แบ่งประเด็นนำเสนอ 3 ประเด็นหลัก คือ (1) ข้อเสนอจากการเก็บข้อมูลการประเมินรายการ (2) ข้อเสนอแนะที่ได้จากการประเมินรายการ และ (3) ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมมีรายละเอียด ดังนี้

11.3.6.1 ข้อเสนอจากการเก็บข้อมูลการประเมินรายการ

1.1 รายการที่มียอดผู้ติดตามใน Facebook Fanpage มากที่สุด 3 อันดับแรก คือ อันดับหนึ่ง รายการ 5G 24 ชั่วโมงมียอดผู้ติดตามใน Facebook Fanpage อยู่ที่ 14,000 คน อันดับสอง รายการ 5G Smart Life มียอดผู้ติดตามใน Facebook Fanpage อยู่ที่ 5,300 คน และ อันดับสาม รายการ MY Little Bears เพื่อนหมีแสนสนุก มียอดผู้ติดตามใน Facebook Fanpage อยู่ที่ 5,100 คน

1.2 ด้านความพึงพอใจ พบว่ารายการส่วนใหญ่ได้รับความพึงพอใจที่ระดับปานกลาง แต่ทั้งนี้ มี 6 รายการที่มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย คือ Magic Pen ปากกาวิเศษ ไบบูญ เณรน้อย เชื่อมใจใต้ เพลินทุกจุดที่ สุดสยาม อัสลามมุ อาลัยกุม (PEACE FOR ALL) และ Stop Fake, Spread Facts

11.3.6.2 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการประเมินรายการ

1. ด้านมาตรฐานและจริยธรรมในการนำเสนอเนื้อหา

รายการทั้ง 19 รายการ มีเนื้อหาที่สอดคล้องกับมาตรฐานและจริยธรรมของประเทศไทยอย่างดี เนื้อหามีความชัดเจนในแหล่งที่มาของข้อมูล มีการบรรยายแทนเสียงและเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการ รวมถึงมีการแปลภาษาต่างประเทศสำหรับบางรายการให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายอีกด้วย ทั้งนี้เนื้อหาเหมาะสมกับผู้ชมในทุกกลุ่มเป้าหมาย รายการดำเนินการเป็นไปตามมาตรฐานของไทยและมาตรฐานสากล อีกทั้งยังไม่ขัดต่อจริยธรรมอันดีงามอันแนวปฏิบัติที่ยึดถือตามกฎหมาย

2. ด้านการส่งเสริมการเรียนรู้ ทักษะชีวิต การคิด และแรงบันดาลใจ

รายการทั้ง 19 รายการ มีการส่งเสริมทักษะการคิดอย่างเป็นรูปธรรม มีการส่งเสริมกระบวนการคิดที่แตกต่างกันตามกลุ่มเป้าหมาย โดยรายการสำหรับเด็ก เยาวชนและครอบครัว ก็มีการสร้างกิจกรรมที่สนับสนุนการคิดของเด็ก เช่น การวาดรูป การประดิษฐ์สิ่งของ เป็นต้น รายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ ก็มีการส่งเสริมประเด็นที่ทันสมัย เช่น เทคโนโลยี 5G การแพทย์ การเกษตร เป็นต้น รายการการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนใต้ ก็มีความหลากหลายทางภาษา และเป็นพหุวัฒนธรรม รายการเพื่อสร้างความรู้เพื่อยับยั้งและรู้เท่าทันข่าวปลอม (Stop Fake News) ใช้เพลงในการสื่อสาร และ รายการเพื่อส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจของคนพิการและประชาชนเกี่ยวกับการส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิคนพิการ ก็ส่งเสริมและสนับสนุนการสร้างแรงบันดาลใจในการดำรงชีวิต

3. ด้านการมีส่วนร่วมของ เด็ก เยาวชน สมาชิกในครอบครัว ประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ กลุ่มคนพิการ และประชาชนทั่วไป

รายการทั้ง 19 รายการ มีการส่งเสริมการเรียนรู้ในประเด็นที่หลากหลายและสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกัน มีการสอดแทรกทักษะการดำรงชีวิต ถึงแม้ว่าในปัจจุบันรูปแบบทักษะชีวิตจะเปลี่ยนแปลงไปตามสถานการณ์โลก เช่น สถานการณ์โควิด-19 คนทุกกลุ่ม เด็ก เยาวชน สมาชิกในครอบครัว ประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ กลุ่มคนพิการ และประชาชนทั่วไป ทุกคนล้วนมีความแตกต่างกัน แต่ถึงอย่างไรก็ตามการสื่อสารของรายการทั้งหมดก็สะท้อนความต่างนั้นและส่งเสริมแนะนำ ชี้แนะ แนวทางที่ต่างกันออกไปตามประเภทของรายการ พฤติกรรม ช่วงอายุ วิถีชีวิต พื้นที่ ก็เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพของคนและเพิ่มพูนทักษะในการใช้ชีวิตให้กับผู้รับชม

4. ด้านส่งเสริมคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรม

รายการทั้ง 19 รายการ การมีส่วนร่วมของกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกัน ทั้งเด็ก เยาวชน สมาชิกในครอบครัว ประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ กลุ่มคนพิการ และประชาชนทั่วไป ถูกถ่ายทอดผ่านรายการที่มีเนื้อหาในลักษณะที่ต่างกันด้วย โดยรายการสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว มีการสร้างการมีส่วนร่วมผ่านกิจกรรม ความสดใส น่ารัก และเหมาะสมกับช่วงวัย จะมุ่งเน้นไปที่ความคิดสร้างสรรค์ การร่วมกิจกรรมและการออกแบบภายใต้จินตนาการที่มีการกำกับแนะนำ รายการที่เป็นประโยชน์ต่อ

สาธารณะ มีการสร้างการมีส่วนร่วมผ่านความทันสมัย เทคโนโลยี และการมีประสบการณ์ร่วมกันของผู้รับชมรายการ เช่น การแพทย์ การเกษตร เป็นต้น รายการการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนใต้ มีการสร้างการมีส่วนร่วมทางความคิด การสร้างความปกติแบบการอยู่ร่วมกัน การเป็นสังคมแบบพหุวัฒนธรรมผ่านการเล่าเรื่องราว รายการเพื่อสร้างความรู้เพื่อยับยั้งและรู้เท่าทันข่าวปลอม (Stop Fake News) มีการสร้างการมีส่วนร่วมผ่านเพลงและการจดจำที่ง่ายและสอดคล้องกับสถานการณ์ที่คนในสังคมกำลังเผชิญ และ รายการเพื่อส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจของคนพิการและประชาชนเกี่ยวกับการส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิคนพิการ มีการสร้างการมีส่วนร่วมในการดูแล เอื้อเฟื้อ เข้าใจ และอยู่ร่วมกันได้ ของคนทุกกลุ่ม ทั้งกลุ่มคนทั่วไปและกลุ่มคนเปราะบาง

5. ด้านความสอดคล้องของเนื้อหาในกลุ่มเป้าหมาย

รายการทั้ง 19 รายการ มีการนำเสนอเนื้อหาที่สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกัน รายการสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว มุ่งเน้นไปที่ประชาชนทั่วไปที่มีเด็กอยู่ในครอบครัว รายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ มุ่งเน้นไปที่ประชาชนทั่วไป รายการการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนใต้ มุ่งเน้นไปที่ประชาชนทั่วไปซึ่งเฉพาะเจาะจงไปยังบุคคลที่สนใจสถานการณ์ชายแดนใต้ และผู้ที่ต้องการรู้ความเป็นพหุวัฒนธรรม รายการเพื่อสร้างความรู้เพื่อยับยั้งและรู้เท่าทันข่าวปลอม (Stop Fake News) มุ่งเน้นไปที่ประชาชนทั่วไปและผู้ที่ต้องระมัดระวังในการเป็นกลุ่มเสี่ยงที่จะถูกมิจฉาชีพหลอก และ รายการเพื่อส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจของคนพิการและประชาชนเกี่ยวกับการส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิคนพิการ มุ่งเน้นไปที่ประชาชนทั่วไปและกลุ่มเปราะบาง ทั้งหมดทุกรายการมีกลุ่มเป้าหมายที่เฉพาะเจาะจงและสอดคล้องไปกับเนื้อหาที่นำเสนอ

6. ด้านส่งเสริมคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรม

รายการทั้ง 19 รายการ มีการส่งเสริมคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรม รายการสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว มีการสร้างค่านิยมและให้คุณค่าของวัฒนธรรม ไม่มีการสอดแทรกเนื้อหาที่มีการคิดที่ซับซ้อนมากจนเกินไป ในขณะที่รายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ มีการให้คุณค่าทางสังคมและจริยธรรมที่มีความซับซ้อนของเนื้อหา และรายการเฉพาะเจาะจงกลุ่มเป้าหมาย เช่น รายการการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนใต้ รายการเพื่อสร้างความรู้เพื่อยับยั้งและรู้เท่าทันข่าวปลอม (Stop Fake News) และ รายการเพื่อส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจของคนพิการและประชาชนเกี่ยวกับการส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิคนพิการ มีการส่งเสริมคุณค่าทางสังคมแบบเฉพาะเจาะจงไปในกลุ่มเป้าหมาย มีการสอดแทรกมิติความเชื่อทางศาสนา ความเฉพาะของกลุ่ม และประเด็นอื่น ๆ ที่ให้ความสำคัญและชี้เฉพาะไปที่กลุ่มโดยตรง ทั้งนี้ด้านส่งเสริมคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรม มีความสอดคล้องไปกับกลุ่มเป้าหมายเพื่อยกระดับให้สังคมมีความหลากหลายและให้ความสำคัญกับความหลากหลายทางภาษา ความคิด วัฒนธรรม และวิถีชีวิตของคนในสังคม

11.4 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย ปี 2563

1. รายการสำหรับการให้ความรู้ความเท่าทันสื่อเกี่ยวกับข่าวปลอม ควรมีการส่งเสริมและสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากเกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันของประชาชนและปัจจุบันมีรูปแบบและช่องทางการเผยแพร่ข่าวปลอมที่หลากหลายและรวดเร็ว การส่งเสริมและสนับสนุนให้ประชาชนมีความตระหนักรู้ว่าปัญหาของการเผยแพร่ข่าวเท็จ การให้ข้อมูลที่ผิด การแชร์ข้อมูลจากแหล่งที่ไม่น่าเชื่อถือในยุคสังคมสารสนเทศที่จำนวนข้อมูลข่าวสารเพิ่มขึ้นอย่างมหาศาล เป็นปัญหาที่มีความสำคัญต่อสังคมอันควรได้รับการแก้ไขอย่างเร่งด่วน โดยการให้ความรู้ด้านการเลือกรับรู้ เชื่อถือและส่งต่อข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง ควรสนับสนุนให้มีการเพิ่มจำนวนรายการเพื่อสร้างความรู้เท่าทันสื่อ ทักษะดิจิทัล แก่ผู้ชมหรือประชาชนทั่วไป โดยอาศัยช่องทางสื่อที่สามารถเข้าถึงคนทุกกลุ่มอย่างทั่วถึงและดำเนินการอย่างต่อเนื่อง

2. รายการที่ส่งเสริมสิทธิคนพิการมีส่วนของผู้เต็มใจบริจาคค่อนข้างสูง หน่วยงานรัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรสนับสนุนรายการส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจคนพิการอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะกลุ่มผู้ที่มีผู้พิการอยู่ในครัวเรือนเดียวกัน นอกจากนี้ เลือกลงเนื้อหาสำหรับกลุ่มผู้ชมที่เป็นผู้พิการแล้ว ยังควรเลือกเนื้อหาที่เป็นประโยชน์กับบุคคลที่ต้องอาศัยอยู่ร่วมกับผู้พิการอย่างใกล้ชิด เพื่อเพิ่มความเข้าใจสร้างทัศนคติที่ดีในการอาศัยอยู่ร่วมกันกับผู้พิการได้อย่างโดยเคารพความแตกต่างและมีปฏิสัมพันธ์กันอย่างเหมาะสม

3. รูปแบบการส่งเสริมรายการเพื่อประโยชน์สาธารณะ ควรปรับให้เข้ากับพฤติกรรมของผู้ชมที่เปลี่ยนแปลงไป เช่น การส่งเสริมองค์ความรู้กลุ่มเด็กและเยาวชน ควรผลิตเนื้อหาที่เป็นคลิปสั้น การแข่งขันแบบ Positive Competition หรือการดำเนินรายการโดย Influencer ที่เป็นที่ยอมรับของกลุ่มเด็กและเยาวชน และการนำ influencer มาเรียนรู้ อยู่ร่วมกับผู้พิการ เพื่อเป็นการสร้างการยอมรับและอยู่ร่วมกันอย่างเป็นธรรมชาติ เป็นต้น

4. เพื่อให้การส่งเสริมการผลิตสื่อสาธารณะให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายและบรรลุตามวัตถุประสงค์ของกองทุนฯ รวมทั้งสามารถตอบสนองต่อพฤติกรรมของผู้ชมที่เปลี่ยนแปลงไป การผลิตรายการต่างๆ ควรปรับรูปแบบให้มีความสร้างสรรค์เนื้อหาของรายการให้มีความแปลกใหม่ และท้าทายฉีกแนว เนื่องจากปัจจุบันรายการโทรทัศน์ของไทยมีเนื้อหารายการที่ไม่ซับซ้อน ตอบสนองต่อผู้ชม gen x ถึง baby boom ทำให้เนื้อหารายการไม่น่าสนใจสำหรับกลุ่ม gen y และ gen z รวมทั้งพฤติกรรมผู้ชมมีแนวโน้มที่จะชอบเนื้อหารายการที่น่าเสนอความจริง สดใหม่ ทันต่อเหตุการณ์ และไม่เป็นทางการมากนัก ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อ收视率รายการผ่าน TV ที่ลดน้อยลงอย่างต่อเนื่องในอนาคต

5. การส่งเสริมผู้ผลิตรายเล็ก โดยกำหนดโครงการที่ส่งเสริมเฉพาะผู้ผลิตรายเล็กโดยเฉพาะ และกำหนดเกณฑ์การพิจารณาการจัดสรรทุนฯ และตัวชี้วัดที่เหมาะสมสำหรับผู้ผลิตรายเล็ก เนื่องจากผู้ผลิตรายเล็กจะมีข้อจำกัดด้านงบประมาณ บุคลากร และทรัพยากร ที่จะส่งผลกระทบต่อสภาพคล่องของการดำเนินงาน และหากมีการสื่อข้อเสนอขอรับทุนฯ โดยมุ่งเน้นการสนับสนุนรูปแบบรายการที่มีความคิดสร้างสรรค์ และเป็นการผลิตรายการหรือรูปแบบสื่อในรูปแบบใหม่ๆ เพื่อกระตุ้นให้รายเล็กกล้าคิด กล้าทำ รายการที่ผู้ผลิตรายใหญ่อาจไม่สนใจที่จะดำเนินการ (รายการที่ไม่มุ่งหวังกำไร)

6. รูปแบบรายการเพื่อประโยชน์สาธารณะที่ควรให้การส่งเสริมและสนับสนุน คือ รายการเด็กที่ใช้รูปแบบรายการผ่าน Social Media การแทรกเกมส์ ที่สอดแทรกความรู้ด้านจริยธรรม การบริหารเงินส่วนบุคคล การดูแลความปลอดภัย การรู้เท่าทัน technology (Literacy) และรายการที่สร้างความตระหนักรู้ เช่น Sustainable, Soft power, Health (Aging, Mental, บุหรี่, ภัยพิบัติ), การหลอกลวง, ความรู้ทางการเงิน, Future skill and soft skill เป็นต้น

11.5 ผลการวิเคราะห์ความคุ้มค่าของการดำเนินโครงการปี 2562-2563

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 236,115,816.24 บาท แบ่งเป็นมูลค่าที่เกิดในปี 2562 ทั้งหมด 130,479,616.24 บาท และมูลค่าที่เกิดในปี 2563 ทั้งหมด 105,636,200.00 บาท

มูลค่าทางอ้อมของโครงการ (Indirect use value) หมายถึงมูลค่า หรือคุณค่าที่ประชาชนหรือกลุ่มเป้าหมายโครงการผ่านการสอบถามความเต็มใจจ่าย หรือ Willingness to pay: WTP โดยใช้วิธีการทางสถิติแบบ Logistics Regression โดยใช้โปรแกรมทางสถิติ (Statistic Package) ของ SPSS โดยมีโดยมีมูลค่าทั้งหมด 44,571,032.03 บาท แบ่งเป็นมูลค่าที่เกิดในปี 2562 ทั้งหมด 37,923,455.81 บาท และมูลค่าที่เกิดในปี 2563 ทั้งหมด 6,647,576.22 บาท

ต้นทุนของโครงการ หมายถึงงบประมาณที่ กทปส. ได้สนับสนุนให้กับผู้ผลิตรายการตลอด 2 ปี โดยมีมูลค่าทั้งหมด 235,480,935.00 บาท แบ่งเป็นต้นทุนในปี 2562 ทั้งหมด 129,844,735.00 บาท และต้นทุนในปี 2563 ทั้งหมด 105,636,200.00 บาท

ความคุ้มค่าของโครงการ

$$\begin{aligned} \text{สรุปมูลค่าทั้งหมดของโครงการ} &= 236,115,816.24 \text{ บาท} + 44,571,032.03 \text{ บาท} \\ &= 280,686,848.27 \text{ บาท} \end{aligned}$$

ดังนั้น จึงสามารถคำนวณความคุ้มค่าของโครงการได้ ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ความคุ้มค่าของโครงการ} &= 280,686,848.27 \text{ บาท} / 235,480,935.00 \text{ บาท} \\ &= 1.19 \text{ เท่า} \end{aligned}$$

ส่วนที่ 4

ความก้าวหน้าในการดำเนินการด้านอื่น ๆ

บทที่ 12

ผลการประเมินผลสัมฤทธิ์ของโครงการติดตามและประเมินผลการผลิตรายการ ประจำปี 2562 และ 2563

วิธีการติดตามและประเมินผลโครงการติดตามและประเมินผลการผลิตรายการที่ได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนเงินจากกองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ (กทปส.) ประจำปี พ.ศ. 2562 – 2563 แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ 1) การประเมินกระบวนการผลิต เนื้อหา คุณภาพของรายการที่ได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนเงินจากกองทุนวิจัยและพัฒนา กิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ (กทปส.) 2) การประเมินผลสัมฤทธิ์ของโครงการติดตามและประเมินผลการผลิตรายการที่ได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนเงินจาก กทปส. และ 3) การประเมินความคุ้มค่าและมูลค่าทางเศรษฐกิจและสังคมที่เกิดขึ้นจากการผลิตและเผยแพร่รายการที่ได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนเงินจาก กทปส. โดยมีผลการติดตามประเมินผลที่จะสะท้อนถึงผลสัมฤทธิ์จากการดำเนินโครงการหรือผลที่เกิดขึ้นจากการผลิตและเผยแพร่รายการตามตัวชี้วัดเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพที่ได้จากการวิเคราะห์ห่วงโซ่ผลลัพธ์การดำเนินงาน (Result Chain) สำหรับแต่ละรายการและภาพรวมของโครงการ ดังนี้

12.1 การติดตามประเมินผลการดำเนินโครงการ ประจำปี 2562

โครงการที่ได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนเงินจาก กทปส. ประจำปี 2562 มีจำนวนทั้งหมด 5 โครงการ 21 รายการดังนี้

โครงการประจำปี 2562	ชื่อรายการ	จำนวนตอนและเวลาออกอากาศ
โครงการส่งเสริมการผลิตและออกอากาศรายการโทรทัศน์ระบบดิจิทัลรายการสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว	1. Tamacot	40 ตอนๆ ละ 5 นาที
	2. จ๊อบคิดส์ พิชิตฝัน	48 ตอนๆ ละ 15 นาที
	3. Kids Zone	28 ตอนๆ ละ 30 นาที
	4. ปริศนาร่างกาย	50 ตอนๆ ละ 10 นาที
	5. บ้านมหัศจรรย์ (Wonder house)	32 ตอนๆ ละ 5 นาที
	6. ใจใส ใสใจ	50 ตอนๆ ละ 3 นาที
	7. KIDS DEE ธรรม ดี	26 ตอนๆ ละ 26 นาที
	8. Let's be a doctor	40 ตอนๆ ละ 5 นาที
โครงการส่งเสริมการผลิตและออกอากาศเนื้อหารายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ	1. แก่งกระจาน สู่มรดกโลก	8 ตอนๆ ละ 30 นาที
	2. Thaitive	24 ตอนๆ ละ 30 นาที
	3. GO GREEN เปลี่ยนโลก	24 ตอนๆ ละ 24 นาที
	4. ตามรอยลูกเสือ	24 ตอนๆ ละ 10 นาที
	5. ประชาบดีคนดีได้ฝันฟ้า	16 ตอนๆ ละ 10 นาที

โครงการประจำปี 2562	ชื่อรายการ	จำนวนตอนและ เวลาออกอากาศ
	6. ไทยสปิริต	24 ตอนๆ ละ 25 นาที
	7. สุภาพิต คำ ปัง ปัง (คำดังอินเทอร์เน็ต)	24 ตอนๆ ละ 10 นาที
	8. Young@Heart Show: Celeb Talk	20 ตอนๆ ละ 5 นาที
	9. ลายแทงชุมชน	20 ตอนๆ ละ 5 นาที
	10. กาลครั้งหนึ่ง	10 ตอนๆ ละ 10 นาที
โครงการผลิตสารคดีเชิงประวัติศาสตร์ เพื่อนำเสนอข้อมูลเชิงบวกและ สร้างสรรค์ในพื้นที่จังหวัดชายแดน ภาคใต้	ย้อนอดีตที่ปลายด้ามขวาน	45 ตอนๆ ละ 25 นาที
โครงการเสริมสร้างความรู้แก่ ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถ ในการรู้เท่าทันสื่อ	บริษัท (ไม่) จำกัด จำกัด	18 ตอนๆ ละ 25 นาที
โครงการจัดทำรายการโทรทัศน์ เพื่อส่งเสริมให้คนพิการรู้จักสิทธิและ ใช้ประโยชน์จากกิจการโทรทัศน์ได้ อย่างรู้เท่าทัน	D-มีดี	26 ตอนๆ ละ 30 นาที

ซึ่งจากการติดตามและประเมินผลการดำเนินโครงการ ประจำปี 2562 สามารถสรุปได้ดังนี้

1) ผลการประเมินกระบวนการผลิต เนื้อหา คุณภาพของรายการที่ได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนเงินจากกองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ

ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ มีระดับคุณภาพอยู่ในระดับมากทุกโครงการ โดยเฉพาะในด้านความสอดคล้องของเนื้อหารายการที่มีระดับคะแนนคุณภาพสูงที่สุด รองลงมาเป็นคุณภาพด้านเนื้อหารายการ ด้านเทคนิคการนำเสนอ และเทคนิคการผลิต ตามลำดับ โดยผู้เชี่ยวชาญและผู้ผลิตเห็นว่ารายการต่างๆ มีคุณภาพและเนื้อหาที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม แต่ทั้งนี้ มีข้อเสนอแนะในการพัฒนาเนื้อหา เทคนิคการนำเสนอ และเทคนิคการผลิตรายการ ดังนี้

- **โครงการส่งเสริมการผลิตและออกอากาศรายการโทรทัศน์ระบบดิจิตอลรายการสำหรับเด็กเยาวชนและครอบครัว** ด้านเนื้อหารายการควรมีการเปิดโอกาสให้ผู้ชมได้เสนอเนื้อหารายการที่สนใจผ่านช่องทางการสื่อสารของทางรายการ ส่วนในด้านเทคนิคการนำเสนอควรปรับเวลาในการนำเสนอให้กระชับขึ้นโดยเข้าประเด็นเนื้อหาที่ต้องการสื่อสารตั้งแต่ 6 วินาทีแรก เพิ่มวิธีการนำเสนอที่ดึงดูดความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย และเน้นเผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์ รวมทั้งเพิ่มคำบรรยายใต้ภาพเพื่อให้ผู้พิการสามารถรับชมรายการได้ และด้านเทคนิคการผลิต ควรปรับ ภาพ แสง สี ให้ทันสมัย และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น

- **โครงการส่งเสริมการผลิตและออกอากาศเนื้อหารายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ**
ด้านเนื้อหารายการควรมีการทำการศึกษาค้นคว้าความสนใจของกลุ่มเป้าหมายและนำข้อมูลมาวิเคราะห์เพื่อออกแบบการนำเสนอรายการ ส่วนในด้านเทคนิคการนำเสนอควรนำเสนอรายการที่มีความทันสมัยและโดดเด่น โดยใช้เทคนิคการนำเสนอรูปแบบใหม่ พัฒนารูปแบบรายการที่น่าสนใจ และระยะเวลาในการนำเสนอไม่ควรเกิน 5-10 นาที และด้านเทคนิคการผลิตควรใช้เทคนิคการผลิตที่น่าสนใจโดยการผลิตรายการที่มีภาพและเสียงชัดเจน ตลอดจนการใช้อุปกรณ์เครื่องมือที่ทันสมัย
- **โครงการผลิตสารคดีเพื่อส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนใต้** ด้านเนื้อหารายการควรเพิ่มรายละเอียดสำคัญของศาสนาอิสลามให้คนในศาสนาอื่นเข้าใจและสอดแทรกวิถีชีวิตทัศนคติของผู้คนในชายแดนใต้เพื่อให้เข้าใจในวิถีชีวิตวัฒนธรรมต่างๆ อีกทั้งควรเพิ่มการสัมภาษณ์ชาวบ้านมุสลิมในแง่มุมอื่นๆ ส่วนในด้านเทคนิคการนำเสนอควรมีการถ่ายแบบวิถีชีวิตพื้นบ้านของชาวภาคใต้นำเสนอความเป็นวิถีชีวิตวัฒนธรรมประเพณี เพื่อสร้างคุณค่าและทำให้เกิดเป็นวิถีทัศน์ที่มีชีวิต และด้านเทคนิคการผลิตควรปรับปรุงเทคนิคการผลิต ปรับปรุงมุกกล้องมีความทันสมัยมากกว่านี้เพื่อให้ดึงดูดคนยุคใหม่มาชมสารคดีประเภทนี้มากขึ้น
- **โครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อ**
ด้านเนื้อหารายการควรเพิ่มเนื้อหาที่มีความใกล้ตัวมากขึ้น เช่น การตรวจสอบข้อมูลข่าวจริงข่าวปลอม การใช้สื่อโซเชียลในปัจจุบัน เพื่อให้ผู้ชมสามารถนำไปปรับใช้ในชีวิตประจำวันได้มากขึ้น ส่วนในด้านเทคนิคการนำเสนอควรเพิ่มช่องหรือเปลี่ยนช่องโทรทัศน์ที่ออกอากาศเนื่องจากข้อจำกัดของผู้เข้าชม และเพิ่มการเผยแพร่สื่อในหลายแพลตฟอร์มมากขึ้น และด้านเทคนิคการผลิตควรจัดฉากในรายการให้สอดคล้องกับเนื้อหามากขึ้น รวมถึงพัฒนาการจัดแสงสีเสียงในรายการให้มีความน่าสนใจมากขึ้น
- **โครงการจัดทำรายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมให้คนพิการรู้จักสิทธิและใช้ประโยชน์จากกิจการโทรทัศน์ได้อย่างรู้เท่าทัน** ด้านเนื้อหารายการควรทำให้เนื้อหาที่มีความทันสมัยมากขึ้น การเพิ่มเนื้อหาที่คลายเครียดให้กับผู้พิการ เนื้อหาสำหรับผู้พิการที่เป็นเด็ก เนื้อหาเกี่ยวกับการใช้ชีวิตประจำวันของผู้พิการ และถ่ายทอดความคิดเห็นของผู้พิการจริงๆ ผ่านทางรายการ ส่วนด้านเทคนิคการนำเสนอควรกระชับเวลาการออกอากาศให้มากขึ้น เพิ่มการนำเสนอที่ครอบคลุมผู้พิการในหลากหลายประเภท เพิ่มช่องทางการออกอากาศ รวมถึงช่องทางออนไลน์ มีคำบรรยายประกอบการพูดของพิธีกรและแขกรับเชิญ และด้านเทคนิคการผลิตควรพัฒนาเสียงในรายการให้ดังและกระชับกว่านี้ รวมถึงฉากหลังในการถ่ายทำที่ควรมีความหลากหลายมากขึ้น และควรมีการลงพื้นที่ตามสถานที่ที่มีผู้พิการอยู่ด้วย

2) ผลการประเมินผลสัมฤทธิ์ของโครงการติดตามและประเมินผลการผลิตรายการ

การประเมินด้านประสิทธิภาพ (Efficiency) ในด้านการใช้จ่ายงบประมาณ พบว่า งบประมาณทั้งหมดของการผลิตรายการที่ได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนเงินจากกองทุนฯ เท่ากับ 129.8447 ล้านบาท โดยค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการ เท่ากับ 90.3177 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 69.56 ของงบประมาณทั้งหมด

การประเมินด้านประสิทธิผล (Effectiveness)

- **ผลผลิต (Output)** ตัวชี้วัดสำคัญคือจำนวนตอนที่ผลิตสำเร็จ จำนวนตอนที่ออกอากาศ และจำนวนช่องทางที่เผยแพร่ ซึ่งทุกรายการสามารถดำเนินการได้ตามเป้าหมายที่วางไว้ ร้อยละ 100.00
- **ผลลัพธ์ต่อผู้ชม (Outcome)** ด้านตัวชี้วัดเชิงปริมาณ พบว่า ค่าเฉลี่ยเรตติ้งสำหรับการรับชมรายการทางช่องทางสถานีอยู่ที่ 0.16 และที่จำนวนผู้ชมทางช่องทางออนไลน์สามารถสร้างยอดวิวได้ 21,582,943 วิว โดยโครงการผลิตสารคดีเพื่อส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนใต้มียอดวิวสูงสุด จำนวน 7,742,487 วิว ในขณะที่โครงการจัดทำรายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมให้คนพิการรู้จักสิทธิและใช้ประโยชน์จากกิจการโทรทัศน์ได้อย่างรู้เท่าทันมียอดผู้ชมทางออนไลน์ต่ำที่สุด จำนวน 60,657 วิว ซึ่งมาจากข้อจำกัดในการเข้าถึงสื่อออนไลน์ของกลุ่มเป้าหมาย ในด้านตัวชี้วัดเชิงคุณภาพพบว่า ผลตอบรับจากผู้ชมในภาพรวมเห็นว่ารายการเพื่อประโยชน์สาธารณะทุกประเภทมีประโยชน์ต่อกลุ่มเป้าหมาย สามารถสร้างความรู้และความเข้าใจในด้านต่างๆ ให้แก่สังคมในภาพรวม ส่งผลให้ผู้ชมมีความพึงพอใจต่อรายการที่นำเสนอมากกว่าร้อยละ 80.00 ทุกรายการ
- **ผลกระทบ (Impact)** พบว่า ในภาพรวมโครงการที่ได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนฯ ในปี 2562 สามารถสร้างมูลค่าผลประโยชน์ต่อผู้ชมเฉลี่ย 1,984.32 บาท/รายการ

3) การประเมินความคุ้มค่าและมูลค่าทางเศรษฐกิจและสังคมที่เกิดขึ้นจากการผลิตและเผยแพร่รายการที่ได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนเงินจาก กทปส.

มูลค่าทางเศรษฐกิจ-สังคมของโครงการประกอบด้วย 2 ส่วน ได้แก่

- **มูลค่าทางตรงที่เกิดจากโครงการ (Direct used value)** หมายถึง มูลค่าที่เกิดจากการผลิตรายการโดยตรง เช่น มูลค่าที่ได้รับจากค่าโฆษณา มูลค่าที่ได้รับการสนับสนุนโครงการ (ค่า Sponsor) เป็นต้น โดยมีมูลค่าทั้งหมด 130,479,616.24 บาท
- **มูลค่าทางอ้อมที่เกิดจากโครงการ** หมายถึง มูลค่าหรือคุณค่าที่ประชาชน หรือกลุ่มเป้าหมายโครงการผ่านการสอบถามความเต็มใจจ่าย หรือ Willingness to pay: WTP ซึ่งผลมูลค่าความพึงพอใจจ่ายของกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 37,923,455.81 บาท
- **ความคุ้มค่าของโครงการ** โดยสรุปมูลค่าทางเศรษฐกิจและสังคมที่เกิดขึ้นจากการผลิตและเผยแพร่รายการที่ได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนเงินจาก กทปส. เท่ากับ 168,403,072.05 บาท ทำให้เกิดความคุ้มค่าในการดำเนินโครงการเท่ากับ 1.30 เท่า

12.2 การติดตามประเมินผลการดำเนินโครงการ ประจำปี 2563

โครงการที่ได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนเงินจาก กทปส. ประจำปี 2563 มีจำนวนทั้งหมด 5 โครงการ 19 รายการดังนี้

โครงการประจำปี 2563	ชื่อรายการ	จำนวนตอนและเวลาออกอากาศ
โครงการส่งเสริมการผลิตและออกอากาศรายการโทรทัศน์ระบบดิจิทัลรายการสำหรับเด็ก	1. MY Little Bears เพื่อนหมีแสนสนุก	40 ตอนๆ ละ 5 นาที
	2. มะลิจอมแก่นผจญภัย โควิด-19	50 ตอนๆ ละ 5 นาที
	3. 5 หมู่ของหนู	40 ตอนๆ ละ 5 นาที
	4. KELX เกลล: เพื่อน	40 ตอนๆ ละ 5 นาที
	5. Magic Pen ปากกาวิเศษ	65 ตอนๆ ละ 5 นาที
	6. ใบบุญ เณรน้อย	40 ตอนๆ ละ 5 นาที
	7. เปาเปาผจญภัยในโลกนิทาน	48 ตอนๆ ละ 10 นาที
	8. รากแก้ว เรนเจอร์	48 ตอนๆ ละ 25 นาที
	9. FLY WORM หนอนน้อยผจญภัย	40 ตอนๆ ละ 5 นาที
	10. Happy Family	30 ตอนๆ ละ 30 นาที
โครงการส่งเสริมการผลิตและออกอากาศเนื้อหารายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะเกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสาร 5G	1. 5G New Life, New Change	16 ตอนๆ ละ 30 นาที
	2. 5G 24 ชั่วโมง	12 ตอนๆ ละ 30 นาที
	3. โครงการส่งเสริมการผลิตและออกอากาศเนื้อหารายการที่เป็นประโยชน์กับสาธารณะ เกี่ยวกับเทคโนโลยีสื่อสาร 5G	25 ตอนๆ ละ 15 นาที
	4. 5G Freedom	36 ตอนๆ ละ 25 นาที
โครงการผลิตสารคดีเพื่อส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนใต้	1. เชื่อมใต้	45 ตอนๆ ละ 30 นาที
	2. เพลินทุกจุดที่สุตสยาม	22 ตอนๆ ละ 25 นาที
	3. อัสลามมุ อาลัยกุม (PEACE FOR ALL)	16 ตอนๆ ละ 25 นาที
โครงการรณรงค์สร้างความรู้เพื่อยับยั้งและรู้เท่าทันข่าวปลอม (Stop Fake News)	Stop Fake, Spread Facts	สปอตโฆษณา 300 ครั้ง
โครงการผลิตรายการเพื่อส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจของคนพิการและประชาชนเกี่ยวกับการส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิคนพิการในการเข้าถึงหรือรับรู้และใช้ประโยชน์จากกิจการโทรทัศน์	เพื่อนกันคนพันธุ์ D	45 ตอนๆ ละ 30 นาที

ซึ่งจากการติดตามและประเมินผลการดำเนินโครงการ ประจำปี 2563 สามารถสรุปได้ดังนี้

1) ผลการประเมินกระบวนการผลิต เนื้อหา คุณภาพของรายการที่ได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนเงินจากกองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ

ผลการประเมินคุณภาพรายการทีวีที่รับชมในด้านต่างๆ มีระดับคุณภาพอยู่ในระดับมากทุกโครงการ โดยเฉพาะในด้านความสอดคล้องของเนื้อหารายการที่มีระดับคะแนนคุณภาพสูงที่สุด รองลงมาเป็นคุณภาพด้านเนื้อหารายการ ด้านเทคนิคการนำเสนอ และเทคนิคการผลิต ตามลำดับ โดยผู้เชี่ยวชาญและผู้ผลิตเห็นว่ารายการต่างๆ มีคุณภาพและเนื้อหาที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม แต่ทั้งนี้ มีข้อเสนอแนะในการพัฒนาเนื้อหา เทคนิคการนำเสนอ และเทคนิคการผลิตรายการ ดังนี้

- โครงการส่งเสริมการผลิตและออกอากาศรายการโทรทัศน์ระบบดิจิทัลรายการสำหรับเด็ก ด้านเนื้อหารายการควรมีการสอดแทรกเนื้อหาที่เป็นประโยชน์และสาระสำคัญมากขึ้น เช่น เพิ่มความรู้ที่เหมาะสมกับวัย และควรมีเนื้อเรื่องที่เป็นนันทนาการให้กับเด็กๆ มากขึ้น ส่วนในด้านเทคนิคการนำเสนอรูปแบบการนำเสนอควรปรับเป็นแบบสามมิติให้มีความน่าสนใจและนำเสนอเนื้อหาอย่างต่อเนื่องไม่ให้น่าเบื่อสำหรับเด็ก และด้านเทคนิคการผลิตควรใช้รูปแบบที่สามารถส่งเสริมให้ผู้ชมหรือกลุ่มเด็กมีความสนใจและอยากติดตามชมรายการให้มากขึ้น สื่อมีลักษณะที่เป็นรูปแบบเก่าควรจะมีการผลิตรูปแบบใหม่ๆ เพื่อดึงดูดความสนใจกับเด็ก อีกทั้ง สีของฉากหลัง/กราฟฟิกบางช่วง สีสั่นมากเกินไป
- โครงการส่งเสริมการผลิตและออกอากาศเนื้อหารายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะเกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสาร 5G ด้านเนื้อหารายการควรมีการสอดแทรกเนื้อหาโทษของการแชร์เฟคนิวเพิ่มเติมและควรปรับคำศัพท์เฉพาะบางคำให้สามารถสื่อสารถึงชาวบ้านทั่วไปได้ง่ายขึ้น ส่วนในด้านเทคนิคการนำเสนอควรนำเสนอรายการที่มีความทันสมัยและโดดเด่นโดยใช้เทคนิคการนำเสนอรูปแบบใหม่โดยการเสนอด้านเทคโนโลยีใหม่ๆ และปรับการนำเสนอให้กระชับขึ้น และด้านเทคนิคการผลิตควรปรับแสงและเสียงเพลงในสมดุลและเกิดความต่อเนื่องของคลิป
- โครงการผลิตสารคดีเพื่อส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนใต้ ด้านเนื้อหารายการควรปรับระยะเวลาในการนำเสนอไม่เกิน 10 – 15 นาที และควรมีเนื้อหาภาษาถิ่นเพิ่มขึ้น ส่วนในด้านเทคนิคการนำเสนอควรมีการจัดเรียงข้อมูลการนำเสนอให้กระชับ ดึงดูดความสนใจ และควรมีช่วงที่ให้ชาวบ้านได้แสดงความคิดเห็น และด้านเทคนิคการผลิตควรปรับปรุงเทคนิคตัดต่อภาพและกราฟฟิกให้มีความทันสมัยมากยิ่งขึ้น
- โครงการรณรงค์สร้างความรู้เพื่อยับยั้งและรู้เท่าทันข่าวปลอม (Stop Fake News) ด้านเนื้อหารายการควรมีเนื้อหาเกี่ยวกับเยาวชนและผู้สูงอายุเพิ่มขึ้น และควรชี้ให้เห็นโทษของการแชร์เฟคนิวเพิ่มเติม ส่วนในด้านเทคนิคการนำเสนอควรเพิ่มรายละเอียดในการนำเสนอและเลือกใช้วิธีการที่มีชื่อเสียงมากขึ้น และด้านเทคนิคการผลิตควรปรับปรุงให้ทันสมัยและกระชับมากขึ้น

- โครงการผลิตรายการเพื่อส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจของคนพิการและประชาชนเกี่ยวกับการส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิคนพิการในการเข้าถึงหรือรับรู้และใช้ประโยชน์จากกิจการโทรทัศน์ด้านเนื้อหารายการควรเพิ่มคำบรรยายเป็นตัวหนังสือ และควรเน้นการมีส่วนร่วมกันในสังคมของผู้พิการและประชาชนทั่วไปเพิ่มมากขึ้น ส่วนด้านเทคนิคการนำเสนอควรมีการบรรยายด้วยเสียงจะช่วยให้คนพิการทางสายตาสามารถร่วมรับรู้ถึงเนื้อหารายการได้ดี และควรมีการเพิ่มข้อความบรรยาย รวมทั้งเขียนบทเนื้อหารายการให้กระชับมากยิ่งขึ้นหรือมีการเพิ่มกราฟฟิกในการนำเสนอเพิ่มเติม และด้านเทคนิคการผลิตควรมีการปรับมุกกล้องให้ดูทันสมัยมากยิ่งขึ้น รวมทั้งควรเพิ่มกราฟฟิกในการนำเสนอ

2) ผลการประเมินผลสัมฤทธิ์ของโครงการติดตามและประเมินผลการผลิตรายการ

การประเมินด้านประสิทธิภาพ (Efficiency) ในด้านการใช้จ่ายงบประมาณ พบว่า งบประมาณทั้งหมดของการผลิตรายการที่ได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนเงินจากกองทุนฯ เท่ากับ 105.6362 ล้านบาท โดยค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการ เท่ากับ 88.5784 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 83.85 ของงบประมาณทั้งหมด

การประเมินด้านประสิทธิผล (Effectiveness)

- **ผลผลิต (Output)** ตัวชี้วัดสำคัญคือจำนวนตอนที่ผลิตสำเร็จ จำนวนตอนที่ออกอากาศ และจำนวนช่องทางที่เผยแพร่ ซึ่งทุกรายการสามารถดำเนินการได้ตามเป้าหมายที่วางไว้ ร้อยละ 100.00
- **ผลลัพธ์ต่อผู้ชม (Outcome)** ด้านตัวชี้วัดเชิงปริมาณ พบว่า ค่าเฉลี่ยเรตติ้งสำหรับการรับชมรายการทางช่องทางสถานีอยู่ที่ 0.06 และที่จำนวนผู้ชมทางช่องทางออนไลน์สามารถสร้างยอดวิวได้ 5,721,396 วิว โดยโครงการส่งเสริมการผลิตและออกอากาศรายการโทรทัศน์ระบบดิจิทัลรายการสำหรับเด็ก มียอดวิวสูงสุด จำนวน 2,969,080 วิว ในขณะที่โครงการผลิตรายการเพื่อส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจของคนพิการและประชาชนเกี่ยวกับการส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิคนพิการในการเข้าถึงหรือรับรู้และใช้ประโยชน์จากกิจการโทรทัศน์มียอดผู้ชมทางออนไลน์ต่ำที่สุด จำนวน 303,008 วิว ซึ่งมาจากข้อจำกัดในการเข้าถึงสื่อออนไลน์ของกลุ่มเป้าหมายและเนื้อหารายการที่ยังไม่ดึงดูดผู้ชมกลุ่มอื่นๆ เท่าที่ควร ในด้านตัวชี้วัดเชิงคุณภาพ พบว่า ผลตอบรับจากผู้ชมในภาพรวมเห็นว่ารายการเพื่อประโยชน์สาธารณะทุกประเภทมีประโยชน์ต่อกลุ่มเป้าหมาย สามารถสร้างความรู้และความเข้าใจในด้านต่างๆ ให้แก่สังคมในภาพรวม ส่งผลให้ผู้ชมมีความพึงพอใจต่อรายการที่นำเสนอมากกว่า ร้อยละ 80.00 ทุกรายการ
- **ผลกระทบ (Impact)** พบว่า ในภาพรวมโครงการที่ได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนฯ ในปี 2563 สามารถสร้างมูลค่าผลประโยชน์ต่อผู้ชมเฉลี่ย 7,603.01 บาท/ราย

3) การประเมินความคุ้มค่าและมูลค่าทางเศรษฐกิจและสังคมที่เกิดขึ้นจากการผลิตและเผยแพร่รายการที่ได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนเงินจาก กทปส.

มูลค่าทางเศรษฐกิจ-สังคมของโครงการประกอบด้วย 2 ส่วน ได้แก่

- **มูลค่าทางตรงที่เกิดจากโครงการ (Direct used value)** หมายถึง มูลค่าที่เกิดจากการผลิตรายการโดยตรง เช่น มูลค่าที่ได้รับจากค่าโฆษณา มูลค่าที่ได้รับการสนับสนุนโครงการ (ค่า Sponsor) เป็นต้น โดยมีมูลค่าทั้งหมด **105,636,200.00 บาท**
- **มูลค่าทางอ้อมที่เกิดจากโครงการ** หมายถึง มูลค่าหรือคุณค่าที่ประชาชน หรือกลุ่มเป้าหมายโครงการผ่านการสอบถามความเต็มใจจ่าย หรือ Willingness to pay: WTP ซึ่งผลมูลค่าความพึงพอใจจ่ายของกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ **6,647,576.22 บาท**
- **ความคุ้มค่าของโครงการ** โดยสรุปมูลค่าทางเศรษฐกิจและสังคมที่เกิดขึ้นจากการผลิตและเผยแพร่รายการที่ได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนเงินจาก กทปส. เท่ากับ **112,283,776.22 บาท** ทำให้เกิดความคุ้มค่าในการดำเนินโครงการเท่ากับ **1.06 เท่า**

12.3 การประเมินความคุ้มค่าและมูลค่าทางเศรษฐกิจและสังคมที่เกิดขึ้นจากการผลิตและเผยแพร่รายการที่ได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนเงินจาก กทปส. ภาพรวม ปี 2562 และ 2563

มูลค่าทางเศรษฐกิจ-สังคมของโครงการประกอบด้วย 2 ส่วน ได้แก่

- **มูลค่าทางตรงที่เกิดจากโครงการ (Direct used value)** หมายถึง มูลค่าที่เกิดจากการผลิตรายการโดยตรง เช่น มูลค่าที่ได้รับจากค่าโฆษณา มูลค่าที่ได้รับการสนับสนุนโครงการ (ค่า Sponsor) เป็นต้น โดยมีมูลค่าทั้งหมด **105,636,200.00 บาท**
- **มูลค่าทางอ้อมที่เกิดจากโครงการ** หมายถึง มูลค่าหรือคุณค่าที่ประชาชน หรือกลุ่มเป้าหมายโครงการผ่านการสอบถามความเต็มใจจ่าย หรือ Willingness to pay: WTP ซึ่งผลมูลค่าความพึงพอใจจ่ายของกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ **6,647,576.22 บาท**
- **ความคุ้มค่าของโครงการ** โดยสรุปมูลค่าทางเศรษฐกิจและสังคมที่เกิดขึ้นจากการผลิตและเผยแพร่รายการที่ได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนเงินจาก กทปส. เท่ากับ **112,283,776.22 บาท** ทำให้เกิดความคุ้มค่าในการดำเนินโครงการเท่ากับ **1.06 เท่า**

12.4 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายสำหรับการปรับปรุงการดำเนินงานของ กทปส.

- 1) ควรให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์และการส่งข้อความที่ตรงกลุ่มเป้าหมาย และให้ความสำคัญกับการพัฒนาเนื้อหา เพื่อเพิ่มความสนใจต่อการผลิตรายการโทรทัศน์สาธารณะประโยชน์ โดยการส่งเสริมจิตสำนึกความรับผิดชอบของพลเมืองและกระตุ้นให้ประชาชนมีส่วนร่วมมากขึ้นในสนับสนุนรายการโทรทัศน์ที่เป็นสาธารณะประโยชน์อย่างเป็นรูปธรรม
- 2) รายการสำหรับการให้ความรู้ความเท่าทันสื่อเกี่ยวกับข่าวปลอม ควรมีการส่งเสริมและสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากเกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันของประชาชนและปัจจุบันมีรูปแบบและช่องทางการเผยแพร่ข่าวปลอมที่หลากหลายและรวดเร็วซึ่งเป็นที่น่ากังวลที่จะเกิดความเสี่ยงในการรับรู้และส่งต่อข่าวปลอมได้ง่าย

- 3) รายการที่ส่งเสริมสิทธิคนพิการ หน่วยงานรัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรสนับสนุนรายการส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจคนพิการอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะกลุ่มผู้ที่มีผู้พิการอยู่ในครัวเรือนเดียวกัน โดยควรเลือกเนื้อหาที่เป็นประโยชน์กับบุคคลที่ต้องอาศัยอยู่ร่วมกับผู้พิการอย่างใกล้ชิด เพื่อเพิ่มความรู้ความเข้าใจสร้างทัศนคติที่ดีในการอาศัยอยู่ร่วมกันกับผู้พิการได้อย่างโดยเคารพ ความแตกต่างและมีปฏิสัมพันธ์กันอย่างเหมาะสม
- 4) รูปแบบการส่งเสริมรายการเพื่อประโยชน์สาธารณะ ควรปรับให้เข้ากับพฤติกรรมของผู้ชมที่เปลี่ยนแปลงไป
- 5) การผลิตรายการต่างๆ ควรปรับรูปแบบให้มีความสร้างสรรค์เนื้อหาของรายการให้มีความแปลกใหม่ และท้าทายฉีกแนว เพื่อตอบสนองต่อพฤติกรรมผู้ชมมีแนวโน้มที่จะชอบเนื้อหารายการที่นำเสนอความสมจริง สดใหม่ ทันต่อเหตุการณ์ และไม่เป็นทางการมากนัก
- 6) การส่งเสริมผู้ผลิตรายเล็ก โดยกำหนดโครงการที่ส่งเสริมเฉพาะผู้ผลิตรายเล็กโดยเฉพาะ และกำหนดเกณฑ์การพิจารณาการจัดสรรทุนฯ และตัวชี้วัดที่เหมาะสมสำหรับผู้ผลิตรายเล็ก เนื่องจากผู้ผลิตรายเล็กจะมีข้อจำกัดด้านงบประมาณ บุคลากร และทรัพยากร

บทที่ 13

หลักสูตรการพัฒนาศักยภาพและองค์ความรู้ด้านการพัฒนา รายการโทรทัศน์ การติดตามประเมินผลการผลิตรายการโทรทัศน์ และการฝึกอบรมหลักสูตร

หลักสูตรอบรม

การติดตามและประเมินผลรายการที่ได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนเงินจาก กทปส.

13.1 หลักการและเหตุผล

จากการติดตามและประเมินผลรายการที่ได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนเงินจากกองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมเพื่อประโยชน์สาธารณะ (กทปส.) และได้มีการร่างเค้าโครงของรายงานการติดตามและประเมินผลการผลิตรายการที่ได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนเงินจาก กทปส. ไปแล้วนั้น ในปี 2566 นี้ ได้มีการจัดทำหลักสูตรอบรม “การติดตามและประเมินผลรายการที่ได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนเงินจาก กทปส.” โดย บริษัท ทริส คอร์ปอเรชั่น จำกัด ร่วมกับ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ได้ดำเนินการสร้างหลักสูตรฝึกอบรมขึ้น ซึ่งเป็นการรวบรวมเนื้อหาที่จำเป็นและเหมาะสมสำหรับผู้ที่เกี่ยวข้องกับการพิจารณาส่งเสริมและสนับสนุนเงินจาก กทปส. หลักสูตรนี้จัดทำขึ้นเพื่อผู้เข้าอบรมจำนวน 50 คน ที่คัดเลือกมาจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ใช้ระยะเวลาในการอบรมทั้งสิ้น 2 วัน โดยแบ่งเป็น 7 หัวข้อ วิทยากรบรรยายเป็นผู้เชี่ยวชาญ จากบริษัท ทริส คอร์ปอเรชั่น จำกัด นักวิชาการด้านสื่อสารมวลชน นักวิชาชีพด้านสื่อสารมวลชน ผู้ผลิตรายการ และคณาจารย์จากคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

13.2 วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้ผู้เข้าร่วมอบรมได้รับความรู้ความเข้าใจในเรื่องของการติดตามและประเมินผลรายการที่ได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนเงินจาก กทปส.
2. เพื่อให้ผู้เข้าร่วมอบรมได้รับความรู้ความเข้าใจด้านการผลิตรายการประเภทต่างๆ ที่ได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนเงินจาก กทปส.
3. เพื่อให้ผู้เข้าอบรมมีความเข้าใจในเรื่องของแนวโน้มและทิศทางการผลิตรายการในอนาคต

13.3 รายชื่อวิทยากร

1. คุณสรเสริญ สงวนศักดิ์
รองกรรมการผู้จัดการ บริษัท ทริส คอร์ปอเรชั่น จำกัด
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มานา ปัจฉิมนันท์
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

3. อาจารย์ ดร.พิชญ์พฐ์ ไวยโชติ
อาจารย์ประจำคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
ผู้สอนวิชาการรู้เท่าทันสื่อ
4. ดร.สรรัตน์ จีรบรรวิสุทธิ์
นักวิชาการด้านนิเทศศาสตร์ และ ผู้เขียนบทละครโทรทัศน์
5. คุณสุรงค์ โพธิ์ไพโรจน์
อาจารย์พิเศษ และ ผู้ผลิตรายการ
6. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรตล แก้วประเสริฐ
อาจารย์ประจำคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
ผู้ผลิตรายการสำหรับผู้พิการและกลุ่มเปราะบาง
7. คุณศุภกร เทพวิชัยศิลปกุล
บรรณาธิการบริหาร และที่ปรึกษาด้านการวางกลยุทธ์สื่อออนไลน์
8. คุณญาดา วัฒนสิน
ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก
9. อาจารย์นท พูนไชยศรี
คณบดีคณะศิลปกรรมและการผลิตสื่อ สถาบันกัญตนา
ผู้อำนวยการฝ่ายบริหารทั่วไป บริษัท กัญตนา มูฟวี่ทาวน์ (2002) จำกัด

13.4 โครงสร้างหลักสูตร

ชื่อวิชา	การติดตามและประเมินผลรายการที่ได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนเงินจาก กทปส.
วิทยากรบรรยาย	คุณสรเสรีฐ สวงวงศ์ดี รองกรรมการผู้จัดการ บริษัท ทริส คอร์ปอเรชั่น จำกัด
วัน-เวลา	วันอังคารที่ 29 สิงหาคม 2566 เวลา 09.00 – 10.30 น.
ชื่อวิชา	แนวโน้มและทิศทางการผลิตรายการที่มีคุณภาพ (เสวนา)
วิทยากรบรรยาย	ดร.พิชญ์พฐ์ ไวยโชติ รองอธิการบดีฝ่ายสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ดร.สรรัตน์ จีรบรรวิสุทธิ์ นักวิชาการด้านนิเทศศาสตร์ ผู้เขียนบทละครโทรทัศน์ คุณสุรงค์ โพธิ์ไพโรจน์ อาจารย์พิเศษ และ ผู้ผลิตรายการ
วัน-เวลา	วันอังคารที่ 29 สิงหาคม 2566 เวลา 10.30 – 12.00 น.
ชื่อวิชา	การผลิตเนื้อหารายการที่มีคุณภาพสำหรับคนพิการและกลุ่มเปราะบาง
วิทยากรบรรยาย	ผศ.ดร.อรตล แก้วประเสริฐ อาจารย์ประจำคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
วัน-เวลา	วันอังคารที่ 29 สิงหาคม 2566 เวลา 13.00 – 14.30 น.

ชื่อวิชา	การผลิตเนื้อหารายการบนแพลตฟอร์มออนไลน์
วิทยากรบรรยาย	คุณศุภกร เทพวิชัยศิลปกุล บรรณาธิการบริหาร ที่ปรึกษาด้านการวางกลยุทธ์สื่อออนไลน์
วัน-เวลา	วันอังคารที่ 29 สิงหาคม 2566 เวลา 14.30 – 16.00 น.
ชื่อวิชา	แนวปฏิบัติที่ดีในการประเมินคุณภาพรายการ
วิทยากร	ผศ.ดร.มานา ปัจฉิมนันท์ คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
วัน-เวลา	วันพุธที่ 30 สิงหาคม 2566 เวลา 09.00 – 10.30 น.
ชื่อวิชา	การผลิตเนื้อหารายการที่มีคุณภาพสำหรับเด็กและเยาวชน
วิทยากรบรรยาย	คุณญาดา วัฒนสิน ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก
วัน-เวลา	วันพุธที่ 30 สิงหาคม 2566 เวลา 10.30 – 12.00 น.
ชื่อวิชา	เทคนิคการผลิตรายการที่มีคุณภาพและช่องทางการเผยแพร่
วิทยากรบรรยาย	อาจารย์ นท พูนไชยศรี คณบดีคณะศิลปกรรมและการผลิตสื่อ สถาบันกัญตนา
วัน-เวลา	วันพุธที่ 30 สิงหาคม 2566 เวลา 13.00 – 14.30 น.
ชื่อวิชา	การรู้เท่าทันสื่อกับการผลิตรายการที่มีคุณภาพ
วิทยากรบรรยาย	ดร.พิชญ์พฐ ไวยโชติ รองอธิการบดีฝ่ายสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
วัน-เวลา	วันพุธที่ 30 สิงหาคม 2566 เวลา 14.30 – 16.00 น.

13.5 คำอธิบายรายวิชา

ชื่อวิชา	<p>การติดตามและประเมินผลรายการที่ได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนเงินจาก กทปส.</p> <p>การประเมินตามเกณฑ์การประเมินของ OECD/DAC และขั้นตอนการติดตามและประเมินผล กระบวนการผลิต เนื้อหา คุณภาพของรายการ การประเมินมูลค่าทางเศรษฐกิจและสังคม ประกอบด้วย แนวทางและวิธีการประเมินมูลค่าผลกระทบที่เกิดจากการดำเนินงาน การวิเคราะห์ห่วงโซ่ผลการดำเนินงาน (Result chain) การกำหนดตัวชี้วัด การออกแบบเครื่องมือที่ใช้ติดตามประเมินผล การแปลงผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคมให้อยู่ในรูปแบบมูลค่าและการประเมินผลสัมฤทธิ์ การประเมินความคุ้มค่าและมูลค่าทางเศรษฐกิจและสังคมที่เกิดขึ้นจากการผลิตและเผยแพร่รายการที่ได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนเงินจาก กทปส.</p>
ชื่อวิชา	<p>แนวโน้มและทิศทางการผลิตรายการที่มีคุณภาพ (เสวนา)</p> <p>จัดในรูปแบบการเสวนา โดยมีตัวแทนจาก นักวิชาการสื่อสารมวลชน และ นักวิชาชีพ โดยมีประเด็นในการพูดคุยเกี่ยวกับเรื่อง แนวโน้ม และ ทิศทางการผลิตรายการที่มีคุณภาพ ในอนาคต ปัญหาและอุปสรรคในการผลิตรายการที่มีคุณภาพ ลักษณะของเนื้อหารายการ ที่ควรได้รับทุนสนับสนุน ปัญหาเรื่องลิขสิทธิ์ของงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการผลิตรายการ และการผลิตรายการโดยใช้ข้อมูลที่ไม่ละเมิดลิขสิทธิ์</p>

- ชื่อวิชา** **การผลิตเนื้อหารายการที่มีคุณภาพสำหรับผู้พิการและกลุ่มเปราะบาง**
การผลิตรายการสำหรับกลุ่มผู้พิการ การผลิตรายการสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ การผลิตรายการสำหรับผู้ด้อยโอกาสทางสังคม การวิเคราะห์กลุ่มผู้รับสาร ข้อจำกัดในการผลิตรายการ แนวโน้มและทิศทางในการผลิตรายการในอนาคต
- ชื่อวิชา** **การผลิตเนื้อหารายการบนแพลตฟอร์มออนไลน์**
การผลิตรายการสำหรับแพลตฟอร์มออนไลน์ ธรรมชาติของสื่อออนไลน์ การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายของรายการ การผลิตเนื้อหาให้เหมาะสมผ่านช่องทางออนไลน์ การผลิตรายการสำหรับ TikTok การผลิตรายการสำหรับ Youtube การวางแผนการผลิตรายการสำหรับเผยแพร่ทางช่องทางออนไลน์ทุกแพลตฟอร์ม การวางแผนการเผยแพร่
- ชื่อวิชา** **แนวปฏิบัติที่ดีในการประเมินผลคุณภาพรายการ**
แนวปฏิบัติที่ดีในการประเมินกระบวนการผลิตเนื้อหา คุณภาพของรายการและการประเมินผลสัมฤทธิ์ของรายการเพื่อประโยชน์สาธารณะ แนวปฏิบัติที่ดีในการประเมินความคุ้มค่าและมูลค่าทางเศรษฐกิจและสังคมที่เกิดขึ้นจากการผลิตและเผยแพร่รายการเพื่อประโยชน์สาธารณะและแนวทางในการประเมินผ่านช่องทาง Social media
- ชื่อวิชา** **การผลิตเนื้อหารายการที่มีคุณภาพสำหรับเด็กและเยาวชน**
ลักษณะเนื้อหา รูปแบบ และภาษาที่ใช้ในรายการเด็ก การแบ่งกลุ่มรายการเด็กและเยาวชนตามกลุ่มเป้าหมาย (อายุ) การวิเคราะห์ผู้รับสาร การผลิตรายการเด็กและเยาวชนเพื่อจุดประสงค์ต่างๆ และ ข้อจำกัดในการผลิตรายการสำหรับเด็ก
- ชื่อวิชา** **เทคนิคการผลิตรายการที่มีคุณภาพและช่องทางการเผยแพร่**
การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย การสร้างสรรค์เนื้อหารายการ ประเภทของรายการ กระบวนการผลิตรายการ ลักษณะของรายการที่มีคุณภาพ ช่องทางการเผยแพร่รายการ และแนวโน้มการผลิตรายการในอนาคต
- ชื่อวิชา** **การรู้เท่าทันสื่อกับการผลิตรายการที่มีคุณภาพ**
แนวคิดเรื่องการรู้เท่าทันสื่อ ลักษณะของเนื้อหารายการที่เป็นสื่อปลอดภัย การสร้างสรรค์เนื้อหารู้เท่าทันสื่อในรายการสำหรับกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกัน การวิเคราะห์กลุ่มผู้รับสาร แนวโน้มและทิศทางในการผลิตรายการที่เนื้อหาเรื่องการรู้เท่าทันสื่อในอนาคต การคุ้มครองผู้บริโภค และการตระหนักรู้ถึงสิทธิของผู้บริโภค

13.6 สรุปผลการจัดอบรมหลักสูตร

13.6.1 สรุปผลการจัดอบรมหลักสูตรในภาพรวม

การอบรมหลักสูตรการพัฒนาศักยภาพและองค์ความรู้ด้านการพัฒนารายการโทรทัศน์การติดตาม ประเมินผลการผลิตรายการโทรทัศน์ ดำเนินการเมื่อวันที่ 29 – 30 สิงหาคม พ.ศ. 2566 เวลา 09.00 – 16.00 น. ผ่านระบบออนไลน์ (ZOOM) โดยมีผู้เข้าร่วมการอบรมหลักสูตรทั้งสิ้น 52 คน (ไม่รวมวิทยากรและทีมงาน) ซึ่งการอบรมจะแบ่งเป็น 3 เนื้อหา/รูปแบบ ดังนี้

1) การอบรมหลักสูตรการติดตามและประเมิน ประกอบด้วย 2 รายวิชา คือ วิชา การติดตามและประเมินผล รายการที่ได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนเงินจาก กทปส. โดยคุณสรเสริญ สงวนศักดิ์ รองกรรมการผู้จัดการ บริษัท ทริส คอร์ปอเรชั่น จำกัด และ วิชา แนวปฏิบัติที่ดีในการประเมินผลคุณภาพรายการ โดย ผศ.ดร.มานา ปัจฉิมนันท์ คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ซึ่งได้ให้ความรู้ด้านแนวคิดและทฤษฎี การติดตามและประเมินผลรูปแบบต่างๆ เทคนิคการประเมินผลที่เหมาะสมกับประเมินผลรายการที่ได้รับการ ส่งเสริมและสนับสนุนเงินจาก กทปส. การวางแผนการติดตามและประเมินผล การกำหนดตัวชี้วัด การออกแบบเครื่องมือที่ใช้ติดตามประเมินผล ไปจนถึงการประเมินความคุ้มค่าและมูลค่าทางเศรษฐกิจและ สังคมที่เกิดขึ้นจากการผลิตและเผยแพร่รายการที่ได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนเงินจาก กทปส. ที่จะ เป็นผลให้ กทปส. ได้วางแผนการดำเนินงานด้านการติดตามและประเมินผลตั้งแต่เริ่มโครงการ (ให้ทุน) จนโครงการแล้วเสร็จ และวัดผลสัมฤทธิ์ได้เหมาะสม และครอบคลุมทุกมิติ

ผลการอบรมเชิงคุณภาพ เนื่องจากเป็นการดำเนินงานอบรมด้วยช่องทางออนไลน์ จึงไม่มีการประเมินผลด้วยการทำแบบทดสอบรายวิชา ทั้งนี้ ในระหว่างการอบรม ผู้เข้าร่วมอบรมไม่มีประเด็นคำถาม หรือข้อสงสัยในส่วนของทั้ง 2 รายวิชา

2) การอบรมหลักสูตรด้านเทคนิคการผลิตรายการ ประกอบด้วย 5 รายวิชา ประกอบด้วย วิชา การผลิตเนื้อหา รายการที่มีคุณภาพสำหรับผู้พิการและกลุ่มเปราะบาง วิชา การผลิตเนื้อหา รายการบน แพลตฟอร์มออนไลน์ วิชา การผลิตเนื้อหา รายการที่มีคุณภาพสำหรับเด็กและเยาวชน วิชา เทคนิคการผลิต รายการที่มีคุณภาพและช่องทางการเผยแพร่ และวิชา การรู้เท่าทันสื่อกับการผลิตรายการที่มีคุณภาพ ซึ่งทุกรายวิชาจะมุ่งเน้นการให้ความรู้ความเข้าใจด้านเนื้อหาและช่องทางการนำเสนอที่เหมาะสมกับ กลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่ม รวมทั้งเทคนิคในการนำเสนอใหม่ๆ ซึ่ง กทปส. สามารถนำความรู้ที่ได้ไปใช้สำหรับ การพัฒนาโครงการและพิจารณาการสนับสนุนเงินทุนสำหรับรายการสาธารณะที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย ในแต่ละกลุ่มได้อย่างถูกต้อง เหมาะสม และมีความจำเป็นในแต่ละช่วงเวลาและสถานการณ์

ผลการอบรมเชิงคุณภาพ เนื่องจากเป็นการดำเนินงานอบรมด้วยช่องทางออนไลน์ จึงไม่มีการประเมินผลด้วยการทำแบบทดสอบรายวิชา ทั้งนี้สามารถทำเวิร์กช็อปได้เฉพาะบางหัวข้อ คือ “รายการ ผลิตเนื้อหา รายการที่มีคุณภาพสำหรับผู้พิการและกลุ่มเปราะบาง” โดยผลการอบรมเชิงคุณภาพของ ผู้เข้าร่วมประชุมสามารถเรียนรู้และเข้าใจเนื้อหา รูปแบบ และ ภาษาที่ใช้ในรายการได้ ผ่านเวิร์กช็อป “การใช้เสียงบรรยายภาพ” จากกิจกรรมที่วิทยากรจัดให้ผู้เข้าร่วมอบรม ดังนี้

- **ฝึกการใช้เสียงบรรยายภาพ** วิทยากรฝึกให้ผู้เข้าร่วมอบรมใช้เสียงบรรยายภาพที่ปรากฏในจอ เพื่อให้ผู้พิการทางสายตาและอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องสามารถเข้าใจได้ง่ายและชัดเจน โดยมีผู้ช่วย วิทยากรที่เป็นผู้พิการทางสายตาเข้าร่วมเวิร์กช็อปเพื่อให้คำแนะนำและข้อเสนอแนะในการใช้

เสียงบรรยายภาพที่เหมาะสมและทำให้ผู้ชมที่เป็นผู้พิการทางสายตาสามารถเข้าใจได้ง่ายและชัดเจน ซึ่งผู้เข้าร่วมอบรมสามารถฝึกฝนทักษะและทำได้ในระดับดี สามารถอธิบายภาพที่ปรากฏให้ผู้พิการทางสายตาเข้าใจได้

- การฝึกเป็นผู้พิการทางสายตาเพื่อเข้าใจผู้ชม โดยวิทยากรได้ให้ผู้เข้าร่วมอบรมวาดภาพจากโจทย์ที่ปรากฏบนจอด้วยการฟังคำอธิบายจากเพื่อนร่วมทีม (โดยไม่ให้ผู้วาดเห็นภาพก่อน) และทายว่าภาพดังกล่าวคือภาพอะไร เพื่อฝึกทักษะการบรรยายภาพและเพื่อการเรียนรู้และเกิดความเข้าใจผู้พิการทางสายตาที่ต้องการคำอธิบายให้ชัดเจน บอกขนาด และทิศทางที่ถูกต้องด้วยการฟังเสียงที่เป็นการบรรยายภาพที่จัดทำขึ้นสำหรับผู้พิการทางสายตาและกลุ่มอื่นๆ ที่ต้องการใช้เสียงบรรยายภาพ ซึ่งผู้เข้าร่วมอบรมสามารถฝึกฝนทักษะและทำได้ในระดับดี สามารถวาดรูปออกมาได้ใกล้เคียงกับต้นแบบ

3) การเสวนาแนวโน้มนิยมและทิศทางการผลิตรายการที่มีคุณภาพ จัดในรูปแบบการเสวนา โดยมีตัวแทนจากนักวิชาการสื่อสารมวลชน และ นักวิชาชีพ ซึ่งมุ่งเน้นการพูดคุยเกี่ยวกับเรื่อง แนวโน้มนิยม และ ทิศทางการผลิตรายการที่มีคุณภาพในอนาคต ปัญหาและอุปสรรคในการผลิตรายการที่มีคุณภาพ ลักษณะของเนื้อหารายการที่ควรได้รับทุนสนับสนุน ปัญหาเรื่องลิขสิทธิ์ของงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการผลิตรายการ และการผลิตรายการโดยใช้ข้อมูลที่ไม่ละเมิดลิขสิทธิ์ โดยได้สะท้อนถึงลักษณะที่แท้จริงของอุตสาหกรรมบันเทิง ที่ภาครัฐอาจต้องให้การสนับสนุนในบางมิติ ที่ภาคเอกชนไม่สามารถดำเนินการได้ หรือไม่เป็นที่นิยมทางการตลาดแต่มีความจำเป็นในเชิงสังคมและภาพรวมของประเทศ

13.6.2 สรุปเนื้อหาวิทยุวิชา

ชื่อวิชา	การติดตามและประเมินผลรายการที่ได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนเงินจาก กทปส.
วิทยากรบรรยาย	คุณสรเสรี สุวรรณศักดิ์ รองกรรมการผู้จัดการ บริษัท ทริส คอร์ปอเรชั่น จำกัด
วัน-เวลา	วันอังคารที่ 29 สิงหาคม 2566 เวลา 09.00 – 10.30 น.

สรุปเนื้อหาวิทยุวิชา

1. กรอบแนวคิดในการติดตามและประเมินผลโครงการ

ในการติดตามและประเมินผลโครงการผลิตรายการเพื่อประโยชน์สาธารณะ จะประกอบด้วยขั้นตอนหลักคือ

(1) การศึกษาและทบทวนวรรณกรรม ประกอบไปด้วย การศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการติดตามและประเมินผล อาทิ ตารางเหตุผลสัมพันธ์ (Logical Framework: Log Frame) ที่เหมาะกับการจัดเตรียมโครงการที่ให้ความสำคัญกับผลลัพธ์ แบบจำลองซิป (CIPP Model) ที่ให้ความสำคัญกับกระบวนการและผลผลิตเหมาะกับการประเมินผลโครงการที่อยู่ระหว่างการดำเนินโครงการมากกว่าโครงการที่แล้วเสร็จและแนวคิดการประเมินโครงการ Development Assistance Committee of the Economic Cooperation and Development (OECD/DAC) ที่ให้ความสำคัญกับผลกระทบและความยั่งยืน เหมาะกับการประเมินผลสัมฤทธิ์ของโครงการที่ดำเนินการแล้วเสร็จ

(2) การติดตามโครงการ โดยโครงการประเภทผลิตรายการเพื่อประโยชน์สาธารณะมีแนวคิดในการติดตามความก้าวหน้าของโครงการตามกระบวนการติดตามผลการดำเนินโครงการ คือ (1) การติดตาม

โครงการ (Project tracking) จะพิจารณาตั้งแต่ความเข้าใจในโครงการ/วัตถุประสงค์ กระบวนการผลิต รายการ จนถึงการดำเนินการผลิตรายการตามโครงการ (2) การควบคุมโครงการ (Project control) เป็นการพิจารณากระบวนการติดตามระหว่างดำเนินการโครงการและจากผลการติดตามโครงการ (Project Tracking) หากพบความล่าช้าของการดำเนินงาน หรือพบความผิดปกติของการเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงของผลการดำเนินโครงการ (Project Movement) จะต้องรับรายงานให้ผู้รับผิดชอบโครงการ และ (3) การทบทวนโครงการ (Project review) เป็นการสรุปผลการติดตามผลการดำเนินงานของโครงการ พร้อมทั้งข้อสังเกต ข้อเสนอแนะ แนวทางในการแก้ไขปัญหา/อุปสรรค และข้อเสนอแนะเพื่อใช้เป็นข้อมูลในการทบทวนและปรับปรุง แนวทางการดำเนินการหรือแก้ไขปัญหาอย่างทันที่

(3) การประเมินผลโครงการ

- การประเมินกระบวนการผลิต เนื้อหา คุณภาพของรายการที่ได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนเงิน จาก กทปส. ประกอบด้วย การประเมินความสอดคล้องของเนื้อหาตามวัตถุประสงค์ของโครงการ และการประเมินเนื้อหารายการ คุณภาพของเทคนิคการนำเสนอและความสมบูรณ์ของเทคนิคการผลิต ซึ่งมีวิธีการประเมินคือจะประเมินจากตัวแทนของกลุ่มเป้าหมายรายการ และกลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้อง โดยการเชิญเข้าร่วมประชุมให้ความเห็นและประเมินผล อาทิ ตัวแทนที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของรายการ ตัวแทนภาคประชาชนที่เป็นผู้ชมผ่านช่องทาง social media ตัวแทนจากผู้ผลิตรายการ ผู้เชี่ยวชาญด้านการเขียนบทและการกำกับรายการ รวมถึงทีมงานการผลิต และตัวแทนจากผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา นักวิชาการ
- การประเมินผลสัมฤทธิ์ของโครงการ : ความเชื่อมโยงห่วงโซ่ผลลัพธ์การดำเนินงาน (Result Chain) จะประกอบด้วย ศึกษาและวิเคราะห์ผลผลิต ผลลัพธ์ และผลกระทบที่เกิดขึ้นและจัดทำห่วงโซ่ผลลัพธ์ (Result Chain) โดยวิเคราะห์ให้เห็นถึงความเชื่อมโยงของผลผลิต ผลลัพธ์ และผลกระทบ และประเมินผลการดำเนินงานตามห่วงโซ่ผลลัพธ์ (Result Chain) โดยใช้ในการประเมินผลการดำเนินงานด้านการพัฒนาของ Development Assistance Committee of the Economic Cooperation and Development (OECD/DAC) ซึ่งพิจารณาผลสัมฤทธิ์ที่เกิดขึ้น ประกอบด้วยผลในระดับผลผลิต (Output) ผลลัพธ์ (Outcome) และผลกระทบ (Impact) ตามผลการวิเคราะห์ห่วงโซ่ผลลัพธ์ (Result Chain) โดยเปรียบเทียบกับเป้าหมายตามภารกิจหรือเป้าหมายที่ปรากฏในแผนงาน โครงการ เพื่อแสดงความสำเร็จ ตลอดจนปัญหาอุปสรรคต่างๆ ที่เกิดขึ้นเพื่อพิจารณาการบรรลุเป้าหมายในแต่ละระดับซึ่งครอบคลุมทั้งด้านความมีประสิทธิภาพ ความมีประสิทธิภาพ ผลกระทบที่เกิดขึ้นและความยั่งยืน

2. กรอบแนวคิดในการประเมินมูลค่าทางเศรษฐกิจและสังคม (Evaluation Framework)

การวัดมูลค่าทางเศรษฐกิจและสังคม และความคุ้มค่าของการดำเนินการตามกิจกรรม จะพิจารณาจากมูลค่าของผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการดำเนินการตามโครงการเทียบกับต้นทุนงบประมาณในการดำเนินการ โดยแนวทางและวิธีการประเมินมูลค่าผลกระทบที่เกิดจากการดำเนินงานจะประเมินผลกระทบของแผนงาน โครงการ ที่ใช้หลักการห่วงโซ่ของผลการดำเนินงาน (Results Chain) เนื่องจากเป็นวิธีการที่สามารถนำไปประเมินโครงการได้หลายประเภท แสดงผลการประเมินได้อย่างชัดเจน โดยเป็นการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงผลไปตามปัจจัยและกระบวนการที่มีผลต่อประเด็นที่จะศึกษา โดยพิจารณาจาก ปัจจัยนำเข้า (Input) กระบวนการ (Process) และผลผลิต (Output) ที่โครงการในแผนยุทธศาสตร์นั้นมีปฏิสัมพันธ์โดยตรง

(Responsible Interacts) ซึ่งนำไปสู่ผลกระทบ (Impact) ตามวัตถุประสงค์ตามแผนงาน ซึ่งการประเมินผลกระทบ ประกอบด้วยกระบวนการในการวิเคราะห์การปฏิบัติภารกิจ การกำหนดตัวชี้วัดและตัวแปร การวิเคราะห์เชิงปริมาณและคุณภาพ การหาความสัมพันธ์ของตัวแปรต่างๆ โดยใช้แบบจำลอง วิธีวิทยา เครื่องมือทางสถิติ เพื่อใช้ในการประมวลผล ตลอดจนนำหลักเกณฑ์ต่างๆ มาประยุกต์เพื่อให้สามารถ ประเมินผลกระทบตามที่ต้องการได้

วิธีวิทยาในการวิเคราะห์และการประเมินผลกระทบ อาทิ One-Shot Case Study วิเคราะห์จากกลุ่มที่ได้รับผลจากโครงการเพียงกลุ่มเดียว Before-after comparison มุ่งเน้นการดำเนินการโดยมีกลุ่มเข้าร่วมโครงการเพียงกลุ่มเดียว แต่ดำเนินการสังเกต (Observation) ผู้เข้าร่วมโครงการ ก่อนและหลังการเข้าร่วมโครงการ และ With-and-Without Comparisons: การวิเคราะห์ที่เปรียบเทียบกลุ่มเข้าร่วมโครงการและกลุ่มควบคุม โดยการเปรียบเทียบความแตกต่าง ระหว่างกลุ่มควบคุมกับกลุ่มเข้าร่วมโครงการ เป็นต้น

ชื่อวิชา	แนวโน้มและทิศทางการผลิตรายการที่มีคุณภาพ (เสวนา)
วิทยากร	อ.ดร.พิชญ์พฐ ไวยโชติ ผู้ดำเนินการเสวนา ผู้ผลิตรายการ ดร.สรรัตน์ บวรวิสุทธิ ผู้เชี่ยวชาญด้านบทละครโทรทัศน์ สุรงค์ พงษ์ไพโรจน์ อาจารย์พิเศษและผู้ผลิตรายการ
วัน-เวลา	วันอังคารที่ 29 สิงหาคม 2566 เวลา 10.30 – 12.00 น.

สรุปผลการเสวนา

- ลักษณะของรายการที่มีคุณภาพเป็นอย่างไร? ประกอบไปด้วยอะไรบ้าง?
 - คุณภาพรายการต้องพิจารณาจากรูปแบบของรายการ เช่น รายการบันเทิงคดี ต้องให้ความเพลิดเพลิน มีขั้นตอนเจริญความคิดและยกระดับจิตใจ
 - คุณภาพรายการในมุมมองของผู้ผลิต แบ่งออกเป็น 2 ด้าน คือ 1) คุณภาพในเชิงเนื้อหา คือ ความบันเทิง และ 2) คุณภาพในเชิงเทคนิค เช่น คุณภาพเสียง ความชัดเจน เป็นต้น
- การเริ่มต้นแนวคิดในการผลิตรายการเริ่มต้นจากสิ่งใด
 - ส่วนใหญ่จะขึ้นอยู่กับสถานีโทรทัศน์ เช่น ถ้าช่องเป็นการผลิตรายการเชิงพาณิชย์ จะมุ่งเน้นที่ความสนใจของผู้ชมเป็นหลัก หรือมุ่งเน้นที่ต้องการนายทุน ก็จะผลิตรายการที่ตอบโจทย์นายทุน
 - สถานีโทรทัศน์เชิงพาณิชย์ : ผู้ผลิตรายการที่ต้องการขายรายการให้แก่สถานี ก็ต้องมีการมองหา นายทุนร่วมด้วย จึงต้องออกแบบเนื้อหารายการที่ตอบโจทย์สถานีและนายทุน ดังนั้นการจัดลำดับความสำคัญของการผลิตรายการ จะขึ้นอยู่กับลูกค้าเป็นอันดับแรก (สถานีและนายทุน) แล้วถึงตามมาด้วยเทคนิคการผลิตรายการ
 - สถานีเพื่อประโยชน์สาธารณะ : จะมองผู้ชมในฐานะ “พลเมือง” จะมุ่งเน้นที่เป้าประสงค์ในเชิงคุณภาพรายการ การตอบรับของผู้ชมในเชิงการกระจายองค์ความรู้ การเข้าถึงองค์ความรู้ และพัฒนาคุณภาพของพลเมือง ดังนั้น การเริ่มต้นคิดรายการจะมุ่งเน้นที่การสร้าง Social Movement และออกแบบเนื้อหารายการตามเป้าหมายที่ตั้งไว้
- การผลิตรายการเพื่อกลุ่มผู้รับสารที่หลากหลาย เช่น กลุ่มเด็กและเยาวชน กลุ่มเปราะบาง สามารถทำได้ อย่งไรบ้าง?

- คุณภาพรายการต้องขึ้นอยู่กับกลุ่มเป้าหมายที่รับสาร แต่อย่างไรก็ตาม ในการออกแบบรายการจะมีการตั้งกลุ่มเป้าหมายหลักไว้ และลำดับกลุ่มเป้าหมายอื่นๆ ตามมา เช่น รายการประกวดร้องเพลงลูกทุ่ง กลุ่มเป้าหมายก็จะเป็นผู้ชมต่างจังหวัด เพราะการแบ่งกลุ่มเป้าหมายจะเป็นการจัดกลุ่มลูกค้าที่เป็นนายทุนในการสนับสนุนโฆษณา
 - กลุ่มเด็กและเยาวชน เป็นกลุ่มที่มีความสนใจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การจะสร้างเนื้อหารายการสำหรับเด็ก ผู้ผลิตหรือสถานีต้องมึงบประมาณและมีการดำเนินงานในรูปแบบระยะยาว เพราะต้องใช้เวลาและความต่อเนื่องกว่าจะเห็นผลสำเร็จของการเสนอเนื้อหาที่สร้างพลวัตในกับสังคม จากการสร้างรายการสำหรับเด็กและเยาวชน โดยรายการเด็กควรสร้างเนื้อหาที่ผู้ปกครองและเด็กได้ดูไปด้วยกันได้ เช่น ทำให้พ่อแม่เด็กดูให้เขารู้ว่าวิธีการเลี้ยงลูกที่ถูกวิธีการดูแลเด็กคืออะไร ส่วนรายการที่ต้องการให้เด็กดูก็คือให้เด็กสามารถเสริมสร้างจินตนาการ มีพัฒนาการในวัยที่เหมาะสม เนื่องจากเด็กเล็ก ผู้ปกครองจะเป็นผู้เลือกเนื้อหารายการให้เด็กดู มากกว่าการใช้ถึงแพลตฟอร์มอื่นๆ ของเด็กโต แต่อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันรายการเด็กในช่องสถานีโทรทัศน์ได้ค่อยๆ หายไป เนื่องจากขาดเงินทุน และนายทุน/สถานีฯ ไม่ให้ความสำคัญและสนใจที่จะดำเนินการต่อ
 - เทรนด์ของรายการเด็กยุคปัจจุบันจากกรณีตัวอย่างของต่างประเทศ จะมุ่งเน้นให้เด็กมีความตระหนักรู้ถึงภัยสังคมมากขึ้น เช่น การทำบางอย่างแบบไหนเรียกว่าถูกล่วงละเมิดทางเพศ และจะมีวิธีการจัดการอย่างไร การถูกเพื่อนกลั่นแกล้งจะจัดการอย่างไร และวิธีจัดการกับสภาพอารมณ์จิตใจของตัวเอง รวมทั้งมีความรู้เท่าทันสื่อ
 - กลุ่มผู้สูงอายุ ปัจจุบันบทบาทของผู้สูงอายุในละครมีน้ำหนักมากขึ้น เนื่องจากการรองรับการก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุของประเทศไทย ซึ่งควรมีการนำเสนอ เช่น บทบาทของคุณตาคุณยายที่อยู่ในละครจะปรับตัวอย่างไรกับความแตกต่างระหว่างวัยของคนในครอบครัว การเป็นโรคอัลไซเมอร์จะรับมืออย่างไร แต่สิ่งที่ยังขาดในการผลิตสื่อสำหรับผู้สูงอายุ คือ สวัสดิการสำหรับผู้สูงอายุ การใช้จ่ายเงินประกันสังคม เงินบำเหน็จ การบริหารจัดการสรรเงินสำหรับผู้สูงอายุ และรู้เท่าทันสื่อ การหลอกลวงต่างๆ
 - รายการโทรทัศน์ปัจจุบัน จะมุ่งเน้นที่กลุ่มคนดูอายุตั้งแต่ 40 ปี เป็นต้นไป ที่มีความผูกพันกับโทรทัศน์มากกว่าเด็กยุคใหม่
 - เทรนด์ในปัจจุบันคือความหลากหลายและความเท่าเทียม ซึ่งละครเกี่ยวกับผู้พิการส่วนใหญ่ของไทย จะสื่อมาในรูปแบบของความสงสารเห็นใจ ไม่เท่าเทียม ดังนั้น การเสนอเนื้อหาควรสอดแทรกเนื้อหาสำหรับผู้พิการทุกเรื่องว่าเราที่ดูสมบูรณ์ทุกอย่างก็มีจุดเปราะบาง บางที่ผู้พิการทางสายตาที่มองไม่เห็นเขาอาจจะเห็นโลกได้ดีกว่าเราที่มองเห็น นำไปสู่การเห็นอกเห็นใจซึ่งกันและกันในฐานะความเป็นมนุษย์
 - ปัจจุบัน รายการสำหรับผู้พิการโดยเฉพาะยังมีน้อยมาก เนื่องจากกลุ่มผู้พิการมีจำนวนไม่มาก ไม่ใช่กลุ่มลูกค้าหลักและมีต้นทุนในการผลิตเพิ่มขึ้นจากการทำล่ามภาษามือ การทำคำบรรยายภาพ เป็นต้น
- แนวโน้มและทิศทางของการผลิตรายการคุณภาพ
- Empathy
 - More local more global

- Innovation มีความคิดสร้างสรรค์ภายใต้บังคับที่จำกัด
- นำเสนอประเด็นทางสังคม สิ่งแวดล้อม และระบบนิเวศ
- ความหลากหลายทางเชื้อชาติและวัฒนธรรม
- OTT Platform Virtual World
- การต่อยอดทรัพย์สินทางปัญญา (การจำกัดด้าน IP)
- ผู้ผลิตคอนเทนต์ละครและสื่ออื่นแพลตฟอร์มจำเป็นต้องร่วมมือกันจัดลิขสิทธิ์ สิทธิบัตร และทรัพย์สินทางปัญญามากขึ้น
- การผลักดัน Soft Power

ชื่อวิชา การผลิตเนื้อหารายการที่มีคุณภาพสำหรับคนพิการและกลุ่มเปราะบาง
วิทยากรบรรยาย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรตล แก้วประเสริฐ
วัน-เวลา วันอังคารที่ 29 สิงหาคม 2566 เวลา 13.00 – 14.30 น.

สรุปเนื้อหารายวิชา

1. กลุ่มเปราะบาง คือ

- ผู้ที่มีความจำเป็นต้องพึ่งพิงผู้อื่นที่สามารถแสดงความคิดเห็นอย่างเป็นอิสระ หรือตัดสินใจด้วยตนเองได้ เป็นกลุ่มที่ถูกเอารัดเอาเปรียบได้ง่าย ผู้ที่รักษาตัวในโรงพยาบาล เด็กทารก ผู้ที่มีความพิการทางสมอง ผู้ป่วยวิกฤติ ผู้ป่วยทางจิต หญิงตั้งครรภ์ ผู้ด้อยโอกาส และนักโทษ ทหารเกณฑ์ แรงงานต่างด้าว
- ลักษณะของกลุ่มเปราะบาง จะไม่สามารถปกป้องตัวเองได้ มีความเสี่ยงต่อการถูกบังคับหรือชักจูง ซึ่งอาจได้รับผลกระทบจากการรับข้อมูลข่าวสารที่ผิด ขาดการรับรู้เท่าทันสื่อ
- จริยธรรมในกลุ่มเปราะบาง คือ หากเมื่อมีการถ่ายทอดทำกลุ่มเปราะบาง ต้องให้กลุ่มเปราะบางที่อนุญาตได้ทราบรายละเอียดเกี่ยวกับการผลิต และการเผยแพร่ มีการยินยอมจากกลุ่มเปราะบางเป็นลายลักษณ์อักษร หรือบันทึกในวิดีโอ และไม่ควรมองหาผลประโยชน์จากกลุ่มเปราะบาง ควรให้ค่าตอบแทน ค่าเดินทาง ทั้งนี้ ข้อพิจารณาในการละเมิดด้านจริยธรรมกลุ่มเปราะบาง อาทิ ใช้กลุ่มเปราะบางโดยไม่มีเหตุผลอันควร ไม่ขออนุญาต ไม่ให้รายละเอียดทั้งหมด ทำการทดลองโดยไม่ขออนุญาต ไม่รักษาความปลอดภัยขณะผลิตรายการ ทั้งขณะผลิตและภายหลังเทปออกอากาศ และไม่รักษาความลับของกลุ่มเปราะบาง เป็นต้น
- การดำเนินรายการสำหรับกลุ่มเปราะบางทางสังคมบางประเภท ควรมีนักจิตวิทยาเข้าร่วมรายการ และมีการแจ้งเตือนหรือคำบรรยายสำหรับแนวทางการปฏิบัติที่ดีในสังคม

2. รายการสำหรับกลุ่มผู้พิการ

- การทำเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางการเห็น เป็นการเพิ่มเสียงบรรยายถึงองค์ประกอบต่างๆ ที่ต้องมองเห็นด้วยตา เช่น บุคลิกลักษณะและกิริยาท่าทางของบุคคลหรือตัวละคร ภาพฉาก ภาพกิจกรรม และสภาพแวดล้อม ตลอดจนสัญลักษณ์หรือข้อความที่ปรากฏ ทั้งนี้ เพื่อให้ผู้ชมที่เป็นคนตาบอดและคนที่มีปัญหาด้านการมองเห็นมีโอกาสได้รับข้อมูลรวมทั้งสาระสำคัญจากสื่อผสมนั้นๆ ครบถ้วนหรือใกล้เคียงกับผู้ชมที่มีสายตาทกติ โดยวิธีการเขียนคำบรรยายภาพสำหรับคนตาบอด มีกระบวนการคือ (1) การทำคิว (2) การอธิบายเรื่องสี่ (3) การบอกเวลาและ

- เสียงต่างๆ ในรายการ (4) การเลือกใช้คำกริยาให้เห็นภาพ (5) ใช้ภาษาสวย ภาษาเข้ากับอารมณ์
ของเรื่อง (6) ควรมีผู้ดำเนินงานร่วมกัน 3 คน และ (7) ไม่ตีความ บอกสิ่งที่เห็น ให้จินตนาการ
- การทำเสียงบรรยายภาพ ปัจจุบัน ถูกกำหนดที่ 1% ต่อวัน ซึ่งสถานีโทรทัศน์อาจใช้วิธี Rerun
หรือการนำเสนอในช่วงเวลาดีก

ชื่อวิชา การผลิตเนื้อหารายการบนแพลตฟอร์มออนไลน์
วิทยากร คุณศุภกร เทพวิชัยศิลปกุล
วัน-เวลา วันอังคารที่ 29 สิงหาคม 2566 เวลา 14.30 – 16.00 น.

สรุปเนื้อหาวิชา

1. แนวโน้มการทำการตลาดผ่าน Social Media

- SHORT-FORM VIDEO คือ วิดีโอสั้นขณะวิดีโอยาว ผู้คนทั่วโลกนั้นมีพฤติกรรมที่ดูคลิปที่สั้นลง
แต่พวกเขาใช้เวลาที่ดูนานมากขึ้น โดยชาวไทยดูคลิปสั้นเฉลี่ย 38 นาทีต่อวัน คลิปเบาสมองแบบ
วิดีโอสั้นมาแรง ผู้คนต้องการที่จะผ่อนคลายเบาสมองเพิ่มมากขึ้นจากเหตุการณ์ต่างๆ ที่ต้องเจอ
ในแต่ละวัน ดังนั้น คลิปที่ดูง่าย ดูสนุก จึงเป็นหนึ่งในช่องทางที่จะทำให้คนสนใจคลิปของเราได้มาก
กว่าเดิม และคลิปข่าวแบบวิดีโอสั้นมาแรง จากผลสำรวจทั่วโลกพบว่าคน ไทยเสพย์คอนเทนต์
ข่าวจากแพลตฟอร์ม TIKTOK สูงถึง 30% ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ต และเป็นอันดับ 1 ของโลก
ในการดูคอนเทนต์ข่าวด้วยวิดีโอสั้น การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย และการสร้างสรรค์เนื้อหา
รายการให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย
- INFLUENCER MARKETING คือ การใช้ INFLUENCER จะช่วยเพิ่มองค์ประกอบความเป็นมนุษย์
ให้แบรนด์มากขึ้น และกลยุทธ์การใช้ CUSTOMER เป็น INFLUENCER
- EMERGING MEDIA การใช้ Platform เป็นกลยุทธ์หลักในการทำตลาด

2. Content Strategy ด้วย Business Model Canvas

- ให้ความสำคัญกับ Who : การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย กลุ่มเป้าหมายคือใคร เขาอยากฟังเรื่องอะไร
How : ช่องทางที่ใช้ในการสื่อสาร ประเด็นสำคัญคืออะไร ลูกค้ำกลุ่มนี้จะเห็นคอนเทนต์ของคุณ
ได้อย่างไร และ What : มีประโยชน์อย่างไร ทำไมคนต้องฟังต้องรู้เรื่องนี้ แตกต่างจากคนอื่นอย่างไร
- Ongoing Content
 - Audience กลุ่มเป้าหมายของคอนเทนต์คือใคร หมายถึงคือลูกค้ำเป้าหมาย (Leads) และ
ลูกค้ำ (Customer) ทำไมคุณต้องทำคอนเทนต์ให้กับลูกค้ำกลุ่มนี้? อะไรที่จะทำให้ลูกค้ำกลุ่มนี้
ชอบคอนเทนต์ของคุณ?
 - Audit ขั้นตอนต่อไปคือการกลับมาดูว่าตอนนี้คุณมีคอนเทนต์อะไรในมือ จากเอกสาร
ประกอบการขายหรือคู่มือใช้งานผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ทราบว่าคุณมีคอนเทนต์ในรูปแบบใดที่ยังไม่มี
และจำเป็นต้องผลิตเพื่อที่จะเป็นคอนเทนต์ที่ตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย และ
การสำรวจคอนเทนต์ของคุณเอง ว่าอะไรคือจุดแข็งและจุดอ่อนของคอนเทนต์ที่ถูกผลิตขึ้น
โดยคุณเอง เพื่อที่จะหาวิธีการที่จะทำให้คอนเทนต์ "ดีกว่า" คอนเทนต์ของคุณเอง
 - Branding ลักษณะของแบรนด์เป็นองค์ประกอบที่มีผลต่อการสร้างคอนเทนต์เป็นอย่างมาก
เพราะแบรนด์เปรียบเสมือนสิ่งที่ทำให้กลุ่มเป้าหมายคาดหวังว่าพวกเขาจะได้อะไรจาก

คอนเทนต์ การที่คอนเทนต์ไปคนละทิศละทางกับแบรนด์อาจก่อให้เกิดความเสียหายได้มากกว่าที่คาดคิด ลักษณะของแบรนด์ คือ ขอบเขตที่กำหนดว่าสามารถสร้างคอนเทนต์ได้ในรูปแบบใดบ้าง คอนเทนต์แบบใดที่ไม่สามารถทำได้ และลักษณะของแบรนด์จะเป็นตัวที่กำหนดว่าคอนเทนต์ที่ถูกผลิตออกมาจะมี Mood and Tone หรือลักษณะในการสื่อสารออกมาเป็นอย่างไร

- Production ใครเป็นผู้ทำคอนเทนต์และแต่ละคนมีหน้าที่อะไร เพื่อที่จะจัดสรรความรับผิดชอบให้กับทีมงาน และทำให้ทีมของสามารถเริ่มงานได้ทันที อีกสิ่งหนึ่งที่สำคัญไม่แพ้กันคือทรัพยากรที่เข้าไปช่วยในการสร้างคอนเทนต์ได้ง่ายขึ้น ไม่ว่าจะเป็น Metadata, Style Guide หรือ Publishing Checklist ที่นอกจากจะทำให้ทีมงานทำงานได้ง่ายขึ้นแล้วทรัพยากรเหล่านี้จะช่วยควบคุมในคอนเทนต์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน และลดความผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้นจากขั้นตอนการผลิตได้
- Formats คอนเทนต์ที่สร้างมาจะถูกปล่อยไปในรูปแบบใด ไม่ว่าจะเป็นบทความในบล็อก อีบุ๊ก อินโฟกราฟฟิก พอดแคสต์ หรือคลิปวิดีโอ ซึ่งต้องดำเนินการจับคู่คอนเทนต์เข้ากับวิธีการเผยแพร่แต่ละแบบที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายและสารที่ต้องการจะสื่อ หากจับคู่ได้อย่างถูกต้อง นอกจากจะสร้างคอนเทนต์ได้ง่ายขึ้นแล้ว ผู้รับคอนเทนต์ก็จะได้รับสารตรงตามความตั้งใจที่อยากให้พวกเขาได้รับรู้
- Workflow สิ่งที่สำคัญในที่นี้ประกอบไปด้วยสองส่วน คือ ส่วนของเครื่องมือที่จะทำให้มองเห็นภาพรวมของกระบวนการทั้งหมด เช่น Content Calendar ซึ่งจะช่วยให้เห็นว่าในแต่ละเดือนต้องทำคอนเทนต์เรื่องอะไร เผยแพร่ในช่องทางใด และต้องทำจำนวนเท่าใด อีกสิ่งหนึ่งคือส่วนของกระบวนการจัดการคอนเทนต์ว่าจะปรับปรุงเปลี่ยนแปลงคอนเทนต์ที่มีอยู่และคอนเทนต์ที่ถูกเผยแพร่ไปแล้วอย่างไร โดยเฉพาะ Evergreen Content ที่เป็นคอนเทนต์ที่ดูเหมือนสดใหม่ และน่าสนใจอยู่ตลอดเวลา ซึ่งเกิดขึ้นได้ด้วยการอัปเดตให้ทันสมัยอยู่เสมอ
- Distribution เรื่องช่องทางในการเผยแพร่คอนเทนต์จะเผยแพร่คอนเทนต์ในช่องทางใด เช่น เว็บไซต์ บล็อก อีเมล หรือ โซเชียลมีเดีย ซึ่งควรที่จะเลือกช่องทางที่ได้ผลที่สุดในการเผยแพร่คอนเทนต์ อีกเรื่องหนึ่งที่สำคัญคือการโปรโมทคอนเทนต์ซึ่งมีทั้งการปล่อยให้ไปตามธรรมชาติ (Organic) คือ การซื้อสื่อเพื่อโปรโมท (Paid Promotion) ที่จะช่วยเพิ่มการรับรู้ที่มีต่อคอนเทนต์
- Stakeholders ไม่ใช่แค่ทีมสร้างคอนเทนต์ที่จะมีส่วนร่วมในกระบวนการผลิตคอนเทนต์ แต่รวมไปถึงทุกคนที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจไม่ว่าจะเป็นผู้ตัดสินใจ ผู้อนุมัติโครงการ หรือผู้นำคอนเทนต์ไปใช้งาน ดังนั้น ควรรู้ว่าผู้ที่เกี่ยวข้องคาดหวังอะไรจากคอนเทนต์ที่กำลังจะถูกสร้างขึ้น และทำอย่างไรถึงจะตอบสนองต่อความคาดหวังที่เกิดขึ้นให้ได้มากที่สุด
- Goals 'เป้าหมายที่ต้องการจากคอนเทนต์คืออะไร' ซึ่งจะช่วยบอกว่ากระบวนการสร้างคอนเทนต์ที่กำลังเดินมานั้นถูกทางหรือไม่ และจะวัดผลที่เกิดขึ้นจากการสร้างคอนเทนต์ได้อย่างไร โดยเป้าหมายที่ตั้งขึ้นมาควรอิงตามหลัก SMART Goals ซึ่งประกอบไปด้วย Specific หรือ เจาะจง Measurable หรือ ประเมินผลได้ Attainable หรือ ทำให้สำเร็จได้ Relevant หรือ ตรงประเด็น และ Timely หรือ ทันเวลา

ชื่อวิชา	แนวปฏิบัติที่ดีในการประเมินคุณภาพรายการ
วิทยากรบรรยาย	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มานา ปัจฉิมนันท์
วัน-เวลา	วันพุธที่ 30 สิงหาคม 2566 เวลา 09.00 – 10.30 น.

สรุปเนื้อหารายวิชา

- แนวปฏิบัติที่ดีในการประเมินผลโครงการ ประกอบด้วย 2 แนวคิดหลัก คือ การประเมินผลโครงการตามแบบจำลองซิป (CIPP Model) และการประเมินผลโครงการตามหลักการของ OECD/DAC
- แนวปฏิบัติที่ดีในการประเมินกระบวนการผลิต เนื้อหา คุณภาพของรายการ ประกอบด้วย
 - Unbiased enlightening information
 - General interest and service programming
 - Programs that leave their mark
 - In-house production
 - National content
- ประเภทเนื้อหารายการในการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ประเภทบริการสาธารณะ ประกอบด้วย
 - เนื้อหาเกี่ยวข้องกับข้อมูลข่าวสาร (Information) เนื้อหาส่วนใหญ่เป็นการให้ข้อมูล เนื้อหาเป็นข้อเท็จจริงหรือเป็น เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริง
 - เนื้อหาเกี่ยวข้องกับสารประโยชน์ (Education) เน้นการให้ความรู้และการต่อยอด เนื้อหาเป็นข้อเท็จจริง และมีความเป็นอัตวิสัย (Subjectivity)
 - เนื้อหาเกี่ยวข้องกับด้านบันเทิง (Entertainment) เน้นการให้ความบันเทิง และเนื้อหาเป็นแนวจิตคติ
- การประเมินผลกระบวนการผลิตรายการ เนื้อหา คุณภาพของรายการ มุ่งเน้นการประเมินความสอดคล้องของเนื้อหาตามวัตถุประสงค์ของกองทุนที่ให้ทุน โดยการประเมินผลความสอดคล้องของเนื้อหาที่ถูกนำเสนอผ่านช่องทางโทรทัศน์ วิทยุ และช่องทางออนไลน์ คุณค่ารายการตามวัตถุประสงค์กองทุนและตามแผนแม่บทกิจการกระจายเสียง และกิจการโทรทัศน์ และการประเมินเนื้อหารายการ คุณภาพของเทคนิคการนำเสนอ และความสมบูรณ์ของเทคนิคการผลิตการประเมินความสอดคล้องของเนื้อหาตามวัตถุประสงค์ของกองทุนให้ทุนคุณภาพของเทคนิคการนำเสนอความสมบูรณ์ของเทคนิคการผลิต
- แนวปฏิบัติที่ดีในการประเมิน ช่องทาง Social listening จะให้ความสำคัญกับประเภทสื่อสังคมออนไลน์ที่เผยแพร่เนื้อหา ปริมาณเนื้อหาในสื่อสังคมในภาพรวม และจำแนกในแต่ละประเภท/แพลตฟอร์ม พฤติกรรมการตอบสนองสื่อสังคมออนไลน์โดยดูจากจำนวนการกดถูกใจ การแสดงความคิดเห็น และ ลักษณะของเนื้อหาตามคำสำคัญ ได้แก่ เนื้อหาที่มีคำสำคัญเชิงบวกเชิงลบ แบบทั่วไป และคำแนะนำผู้ทรงอิทธิพลออนไลน์ (Influencer) โดยรูปแบบในการจัดทำ Social Listening ประกอบด้วย การค้นหาคำสำคัญ (Keyword Search) การวิเคราะห์ความรู้สึกของผู้คนในโลกออนไลน์ (Thematic and sentiment analysis) การวิเคราะห์รูปแบบการกระจายตัวของข้อมูล (Analysis of spread patterns) และการผสมผสานรูปแบบ (Combination of methods)

ชื่อวิชา	การผลิตเนื้อหารายการที่มีคุณภาพสำหรับเด็กและเยาวชน
วิทยากรบรรยาย	คุณญาตา วัฒนสิน
วัน-เวลา	วันพุธที่ 30 สิงหาคม 2566 เวลา 10.30 – 12.00 น.

สรุปเนื้อหาวิชา

1. รายการสำหรับเด็กกลุ่มปฐมวัย (3 – 5 ปี)

3 - 5 ปีคือวัยของเด็ก ก็คือวัยที่เด็กอยู่บนูบาลเพราะฉะนั้นพัฒนาการของเด็กก่อนนบาลทำอะไร เขาต้องทำอะไรในชีวิต ต้องพัฒนาร่างกายและจิตใจอย่างไร เมื่อต้องทำรายการเด็ก ผู้ผลิตต้องทราบพัฒนาการเด็ก โดยเรื่องที่เหมาะสมสำหรับเด็กอายุ 3 - 5 ปี กำลังต้องการเรียนรู้สิ่งต่างๆ รอบตัว ฉะนั้นในการทำรายการสำหรับเด็กกลุ่มนี้ คือ การต้องเน้นในเรื่องการฟังมา ภาษาที่ใช้ และการย้ำสิ่งที่ต้องการจะสื่อซ้ำๆ หลายๆ รอบ เนื่องจากเด็กต้องการการเรียนรู้ และจดจำ รูปแบบของรายการเด็กกลุ่มนี้ต้องมีความชัดเจน โดยส่วนใหญ่รูปแบบของเนื้อหารายการจะไม่เปลี่ยนมากนัก เนื่องจากพัฒนาการของเด็กไม่เปลี่ยนแปลง แต่จะเป็นอัปเดตแนวทางในการนำเสนอ เช่น การใช้ animation มากขึ้น

2. รายการสำหรับเด็กกลุ่มวัยเรียน (6 – 12 ปี)

เด็ก 6 - 12 ปี มีความแตกต่างทางอายุและพัฒนาการค่อนข้างมาก โดยเด็กอายุ 6 ปี จะเริ่มทำอะไรด้วยตัวเองมากขึ้น อยากรู้สิ่งต่างๆ มากขึ้น เนื่องจากเพิ่งได้รู้ได้เรียนแบบจริงจังครั้งแรกจากที่โรงเรียน ในขณะที่เด็กอายุ 12 ปี มีความชำนาญอะไรบางอย่าง สามารถบอกได้ว่าชอบอะไรไม่ชอบอะไร รู้จักตัวเองมากยิ่งขึ้น ดังนั้นในการผลิตรายการสำหรับเด็กกลุ่ม 6 - 12 ปี ผู้ผลิตต้องจำแนกกลุ่มเป้าหมายหลักและกลุ่มเป้าหมายรอง เพื่อกำหนดขอบเขตของเนื้อหาให้แคบลงให้เหมาะกับเด็กที่มีพัฒนาการเดียวกัน โดยเด็กกลุ่มนี้จะต้องการเนื้อหารายการที่มีความตื่นเต้นมากขึ้น มี mission ที่ต้องทำ และต้องมีรูปแบบรายการที่เป็นแบบแผนที่สามารถคาดเดาได้ เพื่อไม่ให้เด็กเกิดความกังวลต่อผลลัพธ์ของเนื้อหารายการมากเกินไป โดยมุ่งเน้นที่เนื้อหาต้องมีความสนุก

3. รายการสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว

เป็นกลุ่มที่มีความหลากหลายทางอายุค่อนข้างมาก การผลิตเนื้อหารายการต้องเน้นที่เด็กดูได้ ผู้ใหญ่ดูแล้วสนุก ดังนั้นต้องมีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายหลักและรอง ซึ่งส่วนใหญ่เนื้อหารายการที่จะสามารถเชื่อมระหว่างทุกกลุ่มอายุได้จะเป็น animation ที่เรื่องราวมีความซับซ้อนขึ้น

4. ข้อจำกัดในการผลิตรายการสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว

- ด้านผู้รับทุน คือ การใส่ข้อมูลที่ไม่จำเป็นแก่เด็ก ซึ่งขัดกับพัฒนาการและสิ่งที่เด็กต้องการ
- ต้องสื่อสารให้ถึงผู้ปกครองที่จะต้องเป็นผู้เปิดรายการให้เด็กดู
- ความยาวของเนื้อหารายการ และการดำเนินรายการที่ช้า อาจทำให้ผู้ใหญ่เบื่อได้ แต่เป็นความจำเป็นของรายการเด็ก โดยเฉพาะกลุ่ม 3 - 5 ปี

5. การผลิตรายการเชิงสร้างสรรค์ที่ส่งเสริมพัฒนาการและการเรียนรู้ของเด็ก

Edutainment เมื่อต้องการจะทำเรื่อง让孩子不知道อยากรู้ต้องทำให้สนุก เมื่อทำรายการในกลุ่มของการเรียนรู้หรือการส่งเสริมพัฒนาการเราต้องเดินคู่กับผู้เชี่ยวชาญที่จะกำหนดเนื้อหาด้านวิชาการ และผู้ผลิตนำเนื้อหาทำให้มีความสุข ต่างจากการเรียนในโรงเรียน

ชื่อวิชา	เทคนิคการผลิตรายการที่มีคุณภาพและช่องทางการเผยแพร่
วิทยากรบรรยาย	อ.นท พูนไชยศรี
วัน-เวลา	วันพุธที่ 30 สิงหาคม 2566 เวลา 13.00 – 14.30 น.

สรุปเนื้อหารายวิชา

- กระบวนการผลิตรายการ
 - ขั้นตอนเตรียมการผลิต (Pre-Production) ประกอบด้วย (1) ข้อมูลการเสนอรายการ อาทิ ชื่อความเป็นมา วัตถุประสงค์ กลุ่มเป้าหมาย รูปแบบ ความยาว สถานที่ที่ออกอากาศ วิธีการนำเสนอ โครงสร้างรายการ พื้นที่โฆษณา และตัวอย่างตอนแรก เป็นต้น (2) ข้อพิจารณาในการวางแผนการถ่ายทำ คือ สถานที่ถ่ายทำ ความต่อเนื่องของเหตุการณ์ สิ่งที่มีค่าใช้จ่ายสูง และคิวผู้ร่วมรายการ
 - ขั้นตอนการผลิต (Production) คือ (1) การแบ่งประเภทช็อต ประกอบด้วย Camera Shot Size Camera Framing Camera Shot Focus Camera Shot Focus Camera Movement และ Shot Mechanisms (2) การเลือกเฟรมภาพ (3) การจัดองค์ประกอบภาพ เน้นจุดสนใจโดยใช้กฎสามส่วนสร้างความสมดุลให้เกิดความต่อเนื่อง
 - ขั้นตอนหลังการผลิต (Post-Production) คือ การตัดต่อ เป็นการเปลี่ยนภาพและเสียงจากหนึ่งช็อต (Shot) ไปยังช็อตต่อไปโดยให้มีความต่อเนื่องและเรียงลำดับเรื่องราวไม่มีการกระโดดหรืออริยาบถซ้ำซ้อน โดยรักษาคุณภาพของภาพและเสียงให้กลมกลืนกันโดยตลอด
- สิ่งที่ต้องระวังในการเลือกช็อต คือ ความชัดของภาพ (focus) คุณภาพของเสียง (audio quality) แสงและสี (exposure & color temperature) การวางภาพและการจัดองค์ประกอบภาพ (composition) ทิศทางในภาพยนตร์ (Screen direction) กฎ 180 องศา กฎ 30 องศา มุมภาพ แนวนสายตา ความต่อเนื่อง และการแสดง
- ช่องทางการเผยแพร่รายการ (แบ่งประเภทตามอุปกรณ์ของผู้รับสาร)
 - จอโทรทัศน์ (รายการโทรทัศน์ ดูสด ดูย้อนหลัง)
 - จอคอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ต สื่อออนไลน์ (รายการออนไลน์, Youtube, Facebook, Website)
 - จอโทรศัพท์มือถือ แท็บเล็ต (Application ต่างๆ)

ชื่อวิชา การรู้เท่าทันสื่อกับการผลิตรายการที่มีคุณภาพ
วิทยากรบรรยาย อ.ดร.พิชญ์พฐ์ ไวยโชติ
วัน-เวลา วันพุธที่ 30 สิงหาคม 2566 เวลา 14.30 – 16.00 น.

สรุปเนื้อหารายวิชา

1. แนวคิดเรื่องการรู้เท่าทันสื่อ

เท่าทันสื่อ คือ ทักษะ หรือความสามารถในการ "ใช้สื่ออย่างรู้ตัว" และ "ใช้สื่ออย่างตื่นตัว"

- การใช้สื่ออย่างรู้ตัว คือ การที่เราไม่หลงเชื่อสื่อง่ายๆ เป็นความสามารถในการคิด วิเคราะห์ ตีความ แยกแยะเนื้อหาสาระ สิ่งที่สื่อนำเสนอขึ้นเป็นความจริงหรือไม่ สามารถตอบสนองกับเนื้อหาได้อย่างมีสติและรู้ตัว โดยผลของการรู้เท่าทันสื่อทำให้บุคคลนั้นไม่ถูกครอบงำจากสื่อ และสามารถใช้สื่อให้เป็นประโยชน์ต่อการเรียนรู้และการดำรงชีวิตของตนเอง ครอบครัว ชุมชนและสังคมต่อไป
- ใช้สื่ออย่างตื่นตัว คือ แทนที่ผู้บริโภคสื่อจะเป็นฝ่ายตั้งรับอย่างเดียว ผู้บริโภคสื่อก็จะต้องเปลี่ยนมาเป็นฝ่ายรุกบ้าง โดยการแสวงหาข้อมูลเพิ่มเติม เข้าถึงข้อมูลข่าวสาร เข้าถึงสื่อที่หลากหลายและมีคุณภาพ สามารถใช้สื่อให้เกิดประโยชน์ มีส่วนร่วมที่พัฒนาสื่อต่างๆ ให้ดีขึ้น เช่น ท้วงติงหรือร้องเรียนเมื่อพบสื่อที่ไม่เหมาะสม และเรียกร้องสิทธิในฐานะเป็นผู้บริโภคสื่อ เป็นต้น

2. ลักษณะของเนื้อหารายการที่เป็นสื่อปลอดภัย โดยมองมิติของบทบาทสื่อที่ส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อ คือ การผลิตสื่อด้วยความรับผิดชอบ และตระหนักถึงผลกระทบต่อสังคม

3. การสร้างสรรค์เนื้อหารายการสำหรับกลุ่มเด็กและเยาวชนในเรื่องการรู้เท่าทันสื่อ

- การวิเคราะห์กลุ่มผู้รับสาร ต้องที่เน้นความสนุกสนาน ส่งเสริมพัฒนาการด้านต่างๆ ของเด็ก
- แนวทางการผลิตรายการสำหรับเด็กและเยาวชน ควรมีการกำหนดแนวความคิดที่ชัดเจน มีรูปแบบการนำเสนอที่น่าสนใจโดยอยู่บนพื้นฐานความเข้าใจในกลุ่มเป้าหมาย เนื้อหารายการควรสอดคล้องกับพัฒนาการตามช่วงวัยของเด็ก ด้วยการนำเสนอที่จุดประเด็นชวนให้เด็กคิด ควรทำรายการเด็กให้น่าสนใจ น่าดู น่าสนุก แสดงออกถึงความเป็นธรรมชาติของเด็ก เป็นรายการที่เด็กและพ่อแม่สามารถดูร่วมกันได้ และมีการผลิตที่มีความพิถีพิถัน

4. การสร้างสรรค์เนื้อหารายการสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุในเรื่องการรู้เท่าทันสื่อ

- การใช้สื่อของผู้สูงอายุ โดยผลทางบวก ได้แก่ การสร้างแรงบันดาลใจ ความรู้ รับข้อมูลข่าวสาร ความบันเทิง ได้มีปฏิสัมพันธ์กับเพื่อนและครอบครัว และผลกระทบต่อด้านลบ คือ ภาวะทางสุขภาพ เช่น ความเครียด สะสม เกิดปัญหาทางสุขภาพ เช่น หัวใจ ความดัน และอาจถูกหลอกลวงได้
- การวิเคราะห์กลุ่มผู้รับสาร ผู้สูงอายุมีความสนใจและความต้องการที่หลากหลาย ในการผลิตรายการสำหรับผู้สูงอายุจึงควรส่งเสริมและสนับสนุนให้ผู้สูงอายุมีส่วนร่วมในการผลิตสื่อเพื่อผู้สูงอายุกันเองร่วมด้วย

5. การสร้างสรรค์เนื้อหารายการสำหรับกลุ่มผู้พิการและกลุ่มเปราะบางในเรื่องการรู้เท่าทันสื่อ

- บริการสำหรับกลุ่มผู้พิการและกลุ่มเปราะบาง กสทช. กำหนดให้เพิ่มข้อมูลระบุ ว่าแต่ละรายการมีบริการพิเศษอะไรบ้างซึ่งจะเป็นประโยชน์กับผู้รับชมอย่างมาก บริการพิเศษ ได้แก่ เสียง

บรรยายภาพ (Audio Description) สำหรับผู้พิการทางสายตา คำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption) สำหรับผู้พิการทางการได้ยิน ล่ามภาษามือ (Sign Language) สำหรับผู้พิการทางการได้ยิน บรรยายใต้ภาพ (Subtitles) สำหรับผู้พิการทางการได้ยิน และระบบเสียงหลายภาษา (Multi-language Audio)

6. ข้อเสนอแนะในการผลิตสื่อ ประกอบด้วย
 - ทำความรู้จัก และทำความเข้าใจกลุ่มเป้าหมาย ในด้านความสนใจ ความต้องการ พฤติกรรม การรับสื่อ ฯลฯ
 - เปิดโอกาสและสนับสนุนให้เด็ก เยาวชน ผู้สูงอายุ ผู้พิการ ผู้เปราะบาง มีส่วนร่วมในการผลิตสื่อ ในทุกขั้นตอนตามแนวคิดกระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม
 - รัฐควรสนับสนุนนโยบาย งบประมาณและพัฒนาบุคลากรเพื่อสนับสนุนการ พัฒนาสื่อเพื่อสูงอายุ เพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตและศักยภาพของ ผู้สูงอายุออกมาให้เป็นที่ประจักษ์สังคม
7. แนวโน้มและทิศทางในการผลิตรายการที่เนื้อหาเรื่องการเรียนรู้เท่าทันสื่อในอนาคต คือ การมีส่วนร่วมจากหลายส่วนที่เกี่ยวข้อง การผลิตสื่อที่ทันสมัย สื่อสารให้ชัดเจน แต่ไม่ยืดเยื้อ และการวางแผนร่วมกันและติดตามผล

13.6.3 สรุปจำนวนผู้เข้าร่วมอบรม

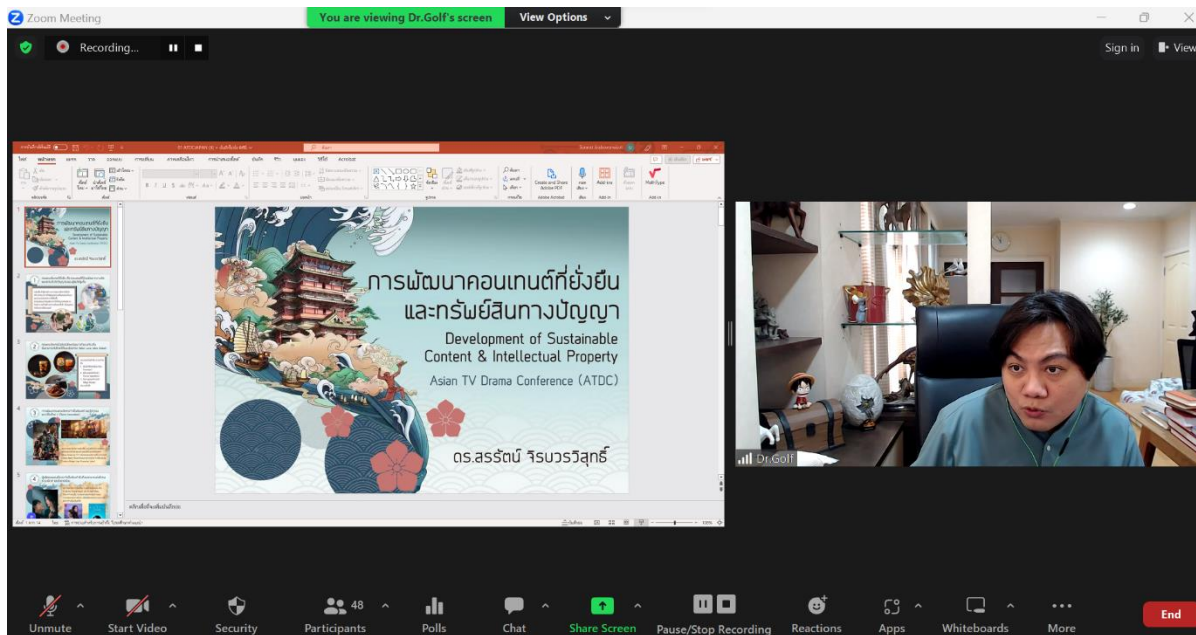
การอบรมด้วยระบบออนไลน์ มีผู้เข้าร่วมการอบรมหลักสูตรทั้งสิ้น 52 คน (ไม่รวมวิทยากรและทีมงาน) โดยมีรายชื่อผู้เข้าร่วมอบรม ดังนี้

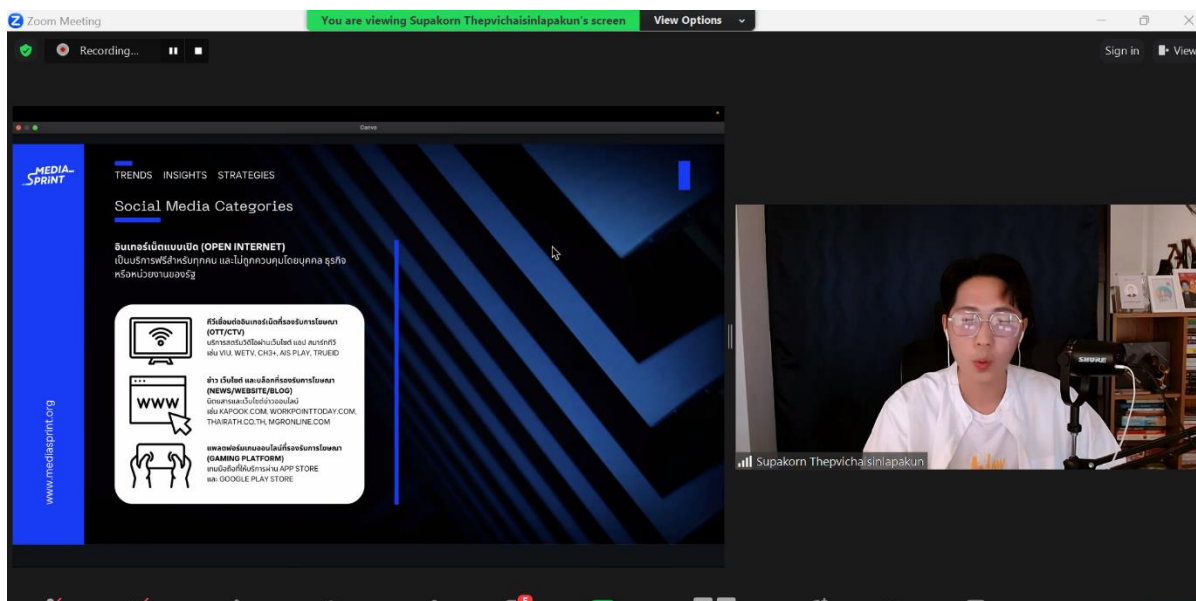
ลำดับที่	ชื่อ - สกุล	ตำแหน่ง	สายงาน	สำนัก
1	ศิริพร		บริหารองค์กร	
2	วิฒนชัย		บริหารองค์กร	
3	สุจิตรา		บริหารองค์กร	
4	อรรณพ		วิเคราะห์	
5	นิธิวุฒิ		บริหารองค์กร	
6	ฉันทพร		บริหารองค์กร	
7	นาง วรกัญญา		บริหารองค์กร	
8	นงนุช		บริหารองค์กร	
9	ดารารวรรณ		บริหารองค์กร	
10	นริศกานต์		บริหารองค์กร	
11	ผุสดี		กระจายเสียงและโทรทัศน์	
12	สบายใจ		กิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์	
13	นางสาวภรณ์พัชร		กิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์	
14	ณัฐพงษ์		กิจการกระจายเสียง	
15	ศลิษา		กิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์	

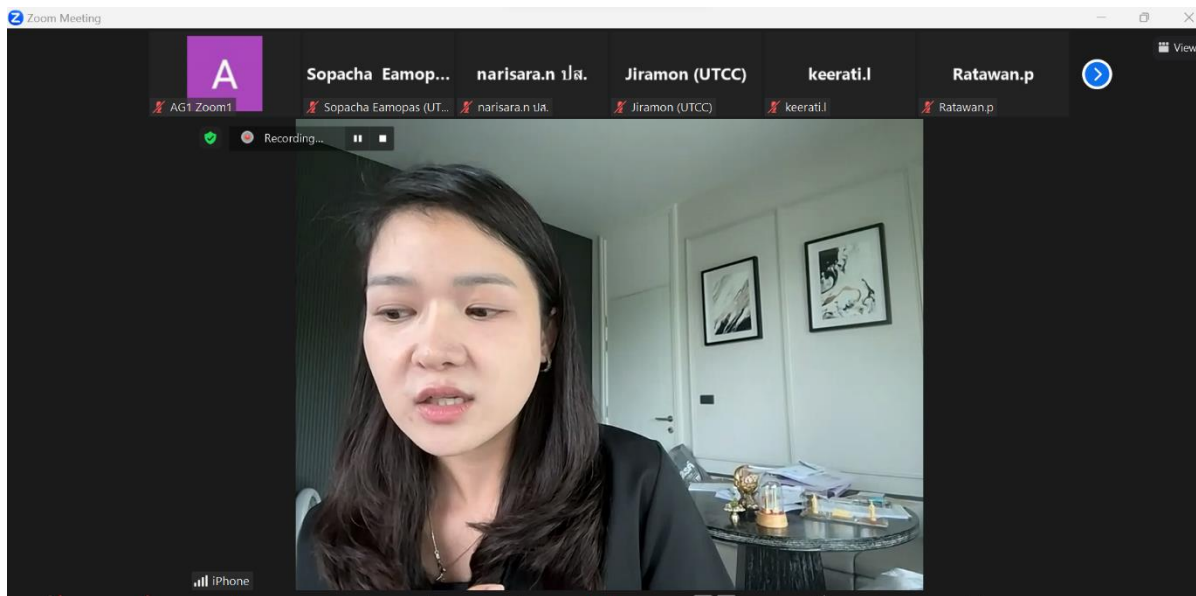
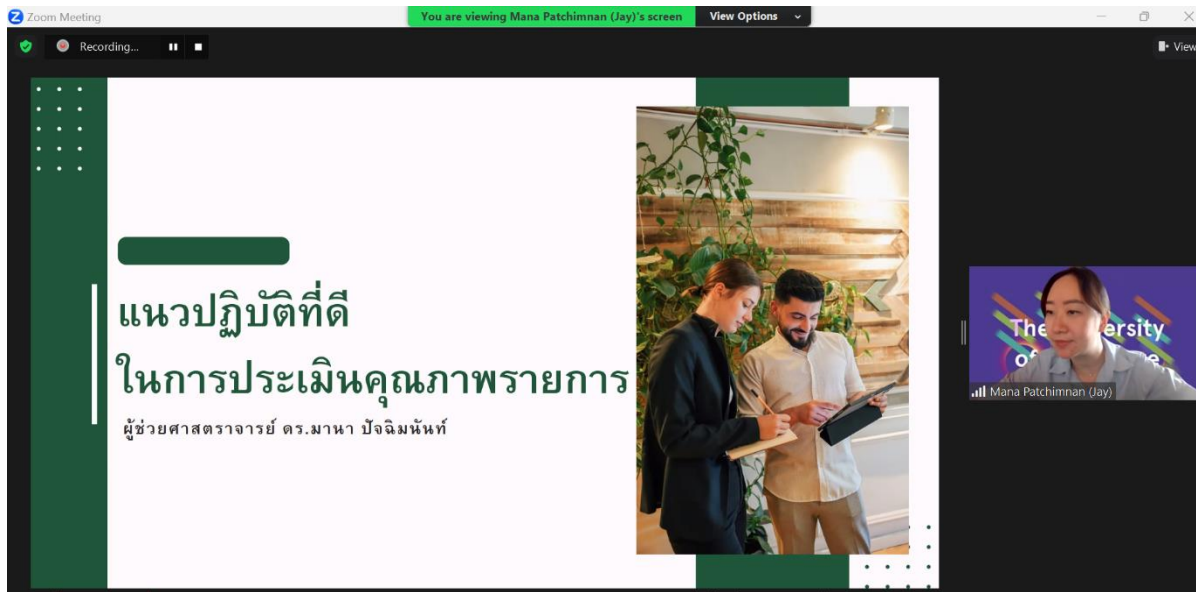
ลำดับที่	ชื่อ - สกุล	ตำแหน่ง	สายงาน	สำนัก
16	อำนาจ		สายงานกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์	
17	ศศิธร		สายงานกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์	
18	นริศรา		กระจายเสียงและโทรทัศน์	
19	กীরติ		กิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์	
20	วรพรรณ		กิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์	
21	ดริณ		กิจการกระจายเสียง และกิจการโทรทัศน์	
22	วรลักษณ์		กิจการกระจายเสียง และกิจการโทรทัศน์	
23	ฉติวุฒิ		สายกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์	
24	รัฐวรรณ		กระจายเสียง	
25	อนุตร์		กิจการกระจายเสียง และโทรทัศน์	
26	เสาวนีย์		สท.	
27	สุธารักษ์		กิจการกระจายเสียง และโทรทัศน์	
28	นางสาวสิรินทิพย์		กระจายเสียง โทรทัศน์	
29	อัมรินทร์		กระจายเสียงและ โทรทัศน์	
30	นายพีรพัฒน์		กระจายเสียงและ โทรทัศน์	
31	รัตนภรณ์		กิจการกระจายเสียง และโทรทัศน์	
32	ทิวาพร		สท	
33	ปิยวรรณ		บริหารองค์กร	
34	นางสาววีรญา		บริหารองค์กร	
35	อรรณพ		บริหารองค์กร	
36	นายสิทธิ		บริหารองค์กร	

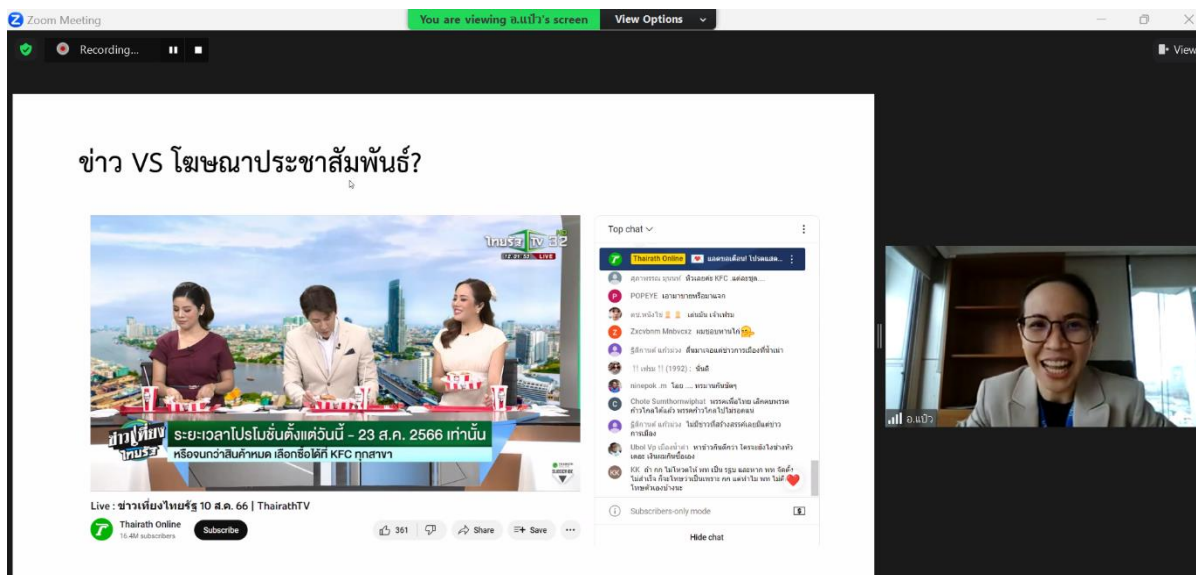
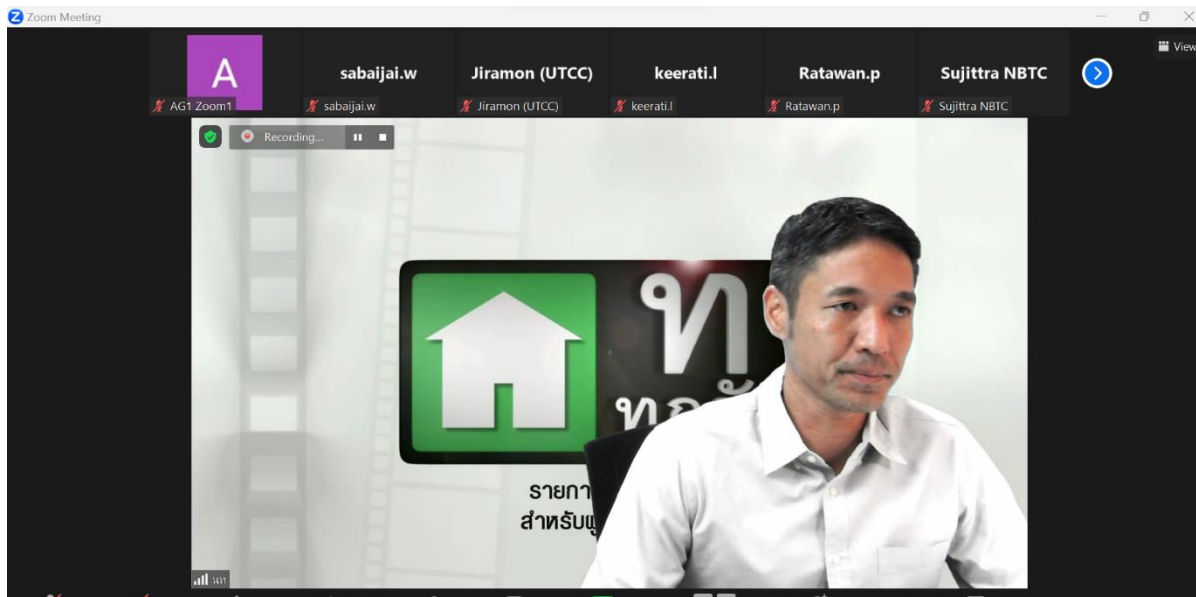
ลำดับที่	ชื่อ - สกุล	ตำแหน่ง	สายงาน	สำนัก
37	พนิดา		บริหารองค์กร	
38	นายอธิวัฒน์		บริหารองค์กร	
39	นิศารัตน์		บริหารองค์กร	
40	จันทกานต์		บริหารองกร	
41	พันธิภา		บริหารองค์กร	
42	ปรีชญา		บริหารองค์กร	
43	พรกนก		บริหารองค์กร	
44	ศจีพร		บริหารองค์กร	
45	ศิริลักษณ์		บริหารองค์กร	
46	เพชร		บริหารองค์กร	
47	นายปัญญาฤกษ์		บริหารองค์กร	
48	สุเมธัส		บริหารองค์กร	
49	พิชญะ		บริหารองค์กร	
50	ใหม่หทัย		บริหารองค์กร	
51	นายบุรินทร์		บริหารองค์กร	
52	นาง วรกัญญา		บริหารองค์กร	

ภาพบรรยากาศการฝึกอบรม









13.6.4 ประวัติวิทยากร

คุณสรเสริญ สงวนศักดิ์

ตำแหน่ง รองกรรมการผู้จัดการ บริษัท ทริส คอร์ปอเรชั่น จำกัด (ทริส)
การศึกษา

วุฒิการศึกษา	สาขา	ปีที่ยจบ	สถาบันการศึกษา
ปริญญาตรี	อุตสาหกรรมศาสตร์ สาขาอิเล็กทรอนิกส์	2533	สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า เจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ปริญญาตรี	นิติศาสตร์	2548	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ปริญญาโท	บริหารธุรกิจ (MBA)	2541	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Certificate	Director Certification Program (DCP) (231/2016)	2559	Thai Institute of Director (IOD)

การจดทะเบียนวิชาชีพ ใบผู้ประกอบวิชาชีพวิศวกรรมสาขาไฟฟ้าสื่อสาร เลขที่ ภพส. 5972

ประวัติส่วนบุคคล

- วันเกิด 3 มิถุนายน 2510
- สัญชาติ ไทย

การฝึกอบรม

ปี พ.ศ.	หลักสูตร
2543	1. การวางแผนกับการประเมินคุณภาพแผนที่ดี 2. Benchmarking การจัดทำ KPI ภาพรวมของ กพท. โดยวิธี NGT 3. Good Corporate Governance 4. The Balanced Scorecard : ระบบวัดและจัดการองค์กรยุค IT
2544	1. Value Based Management (VBM) และ Economic Value Added (EVA) 2. การบริหารความเสี่ยงภายใต้มุมมองการกำกับดูแลกิจการที่ดี 3. Getting Ready for TQA (Thailand Quality Award) 4. การวิเคราะห์หลักทรัพย์
2545	1. หลักเกณฑ์การจัดอันดับการดูแลกิจการ 2. Corporate Governance in Thailand 3. การกำกับดูแลที่ดี 4. Economic Value Added (EVA) 5. หลักเกณฑ์และขั้นตอนในการเสนอขายหุ้นต่อประชาชนและภาระหน้าที่ภายหลัง การเสนอขาย 6. การสำรวจความเสี่ยงทั่วทั้งองค์กร (ภาคปฏิบัติ) 7. Aligning Competencies to Performance Management

ปี พ.ศ.	หลักสูตร
	8. พรบ. บริษัทมหาชน จำกัด 9. Creative Accounting 10. Internal Control 11. พฤติกรรมองค์กร (Organizational Behavior) 12. กรณี ENRON : ไทยจะป้องกันอย่างไร 13. Implementing ALM & Market Risk Management
2546	1. สิทธิของผู้ถือหุ้น 2. IT Governance Audit & Risk Management 3. EVA: Governance Framework 4. PART (Performance Assessment Rating Tool) 5. Knowledge Management Using Social Network Analysis and Communities of Practice
2547	HR Scorecard
2548	Strategic Management in the time of crisis
2550	1. หลักสูตร “Competency สำหรับการบริหารพัฒนาองค์กรภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ และเอกชน” 2. เทคนิคการสรรหา คัดเลือกบุคลากร 3. Vision & Strategies for Success 4. การประชุมเชิงปฏิบัติการ Advanced Scorecard ฯ
2551	Scenario Planning & Leading change
2552	โครงการเสริมสร้างสมรรถนะด้านการพัฒนาวิสาหกิจฯ สคร.
2553	โครงการศึกษาทบทวนการกำหนดโครงสร้างราคาก๊าซธรรมชาติฯ NGV
2554	1. สถิติเพื่อการวิเคราะห์และการพยากรณ์ขั้นสูง 2. การบริหารเวลาและการจัดลำดับ (Time management) 3. IA Experience Sharing 4. ความรู้เกี่ยวกับการบริหารจัดการองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น 5. การประเมินความคุ้มค่าของระบบงบประมาณแบบมุ่งเน้นผลงาน 6. การคิดเชิงระบบ (Systems Thinking)
2555	1. TLCA Annual Risk Management Conference 2012 2. เทคนิคการเป็นวิทยากรฝึกอบรม
2557	1. Competency Based Interview 2. เทคนิคเชิงลึกในการบริหารความเสี่ยง รุ่นที่ 5 3. Management Theatre for Leadership Communication 4. Career Path and Succession Plan
2558	1. Roadmap-to-Management-Excellence

ปี พ.ศ.	หลักสูตร
2559	<ol style="list-style-type: none"> 1. การจัดการองค์กรสู่ความเป็นเลิศตามแนวทาง TQA 2. Director Certification Program (DCP 231/2016) 3. ISO 9001-2015 Requirement / GAP Analysis 4. การใช้ Cloud เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน
2560	<ol style="list-style-type: none"> 1. Managerial Team Synergy 2. Quality and Innovation 3. Talent and Engagement 4. How to develop risk management plan 5. Strategic Scenarios Planning
2561	<ol style="list-style-type: none"> 1. New TRIS New Me by Coach MOZZ 2. IT Governance 3. Powerful Report & Dashboard with Microsoft Power BI Desktop 4. SIA & SROI (Beginner) 5. SIA & SROI (Intermediate)

ประสบการณ์โดยสรุป

สาขาอาชีพ/วิชาชีพ	ประสบการณ์การทำงานโดยสรุป
วิศวกร	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ผู้จัดการแผนกควบคุมคุณภาพฝ่ายวิศวกรรม บริษัท OKI (ประเทศไทย) จำกัด ตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2533-2538 โดยมีประสบการณ์การทำงานด้าน Quality Engineering (Failure Analysis)/ Quality Inprocess Control/ Reliability และ Document Control ▪ ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายขายและบริหารโครงการฝ่ายขายและบริหารโครงการ บริษัท TN Information System ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2538-2543 โดยมีประสบการณ์การทำงานด้านบริหารโครงการพัฒนาและติดตั้งระบบคอมพิวเตอร์ให้กับหน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชน เช่นบริหารโครงการพัฒนาระบบ Online ธนาคารออมสิน (สาขาระดับจังหวัดและอำเภอ) ทั่วประเทศ เป็นต้น
ที่ปรึกษา	<p>ที่ปรึกษาด้านการประเมินผล มีประสบการณ์การทำงานด้านที่ปรึกษาและบริหารโครงการ</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ โครงการประเมินผลการปฏิบัติราชการตามคำรับรองการปฏิบัติราชการ ตั้งแต่ปีงบประมาณ พ.ศ. 2547-2555 โดยเป็นที่ปรึกษาให้กับสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ (ก.พ.ร.) ▪ โครงการประเมินผลการปรับปรุงประสิทธิภาพและประสิทธิผลของงานราชการ เพื่อขอรับเงินรางวัล ประจำปีงบประมาณ 2545 (กลุ่มเศรษฐกิจ) โดยเป็นที่ปรึกษาให้กับสำนักงานข้าราชการพลเรือน (ก.พ.)

สาขาอาชีพ/วิชาชีพ	ประสบการณ์การทำงานโดยสรุป
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ โครงการประเมินผลรัฐวิสาหกิจกลุ่มพลังงาน (ไฟฟ้าและประปา) ประกอบด้วย การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทยการไฟฟ้านครหลวง การไฟฟ้าภูมิภาคการประปานครหลวงการประปาภูมิภาคโดยเป็นที่ปรึกษาให้กับกระทรวงการคลัง ▪ โครงการประเมินผลระดับสายงาน กพผ. ตั้งแต่ปีงบประมาณ พ.ศ. 2543-2545 ทั้ง 13 สายงาน โดยเป็นที่ปรึกษาให้กับการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย

ประวัติการทำงาน

- ประสบการณ์การทำงาน

ปี พ.ศ.	ชื่อหน่วยงาน	ตำแหน่ง	ลักษณะงาน
2533- 2538	แผนกควบคุมคุณภาพ ฝ่ายวิศวกรรม บริษัท OKI (ประเทศไทย) จำกัด	ผู้จัดการแผนก ควบคุมคุณภาพ	- Quality Engineering (Failure Analysis) - Quality Inprocess Control - Reliability
2538- 2543	ฝ่ายขายและบริหารโครงการ บริษัท TN Information System	ผู้ช่วยผู้จัดการ ฝ่ายขายและ บริหารโครงการ	- ขายและบริหารงานโครงการสาขา Online ธนาคารออมสิน - บริหารงานโครงการติดตั้งระบบ คอมพิวเตอร์
2543- 2557	บริษัท ทริส คอร์ปอเรชั่น จำกัด (ทริส)	ผู้อำนวยการ อาวุโส	- ประเมินผลการดำเนินงาน
2557- 2563	บริษัท ทริส คอร์ปอเรชั่น จำกัด (ทริส)	ผู้ช่วยกรรมการ ผู้จัดการอาวุโส	- ประเมินผลการดำเนินงาน
ปัจจุบัน	บริษัท ทริส คอร์ปอเรชั่น จำกัด (ทริส)	รองกรรมการ ผู้จัดการ	- ประเมินผลการดำเนินงาน

ประสบการณ์ในการทำงานที่เกี่ยวกับการประเมินผลการดำเนินงาน และการเป็นวิทยากร

ปี พ.ศ.	ตำแหน่ง	ชื่อหน่วยงานที่รับผิดชอบ	ลักษณะงาน
2543	นักวิเคราะห์	- การไฟฟ้านครหลวง - ธุรกิจระบบส่งการไฟฟ้า ฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย - ธุรกิจระบบเชื้อเพลิง - การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย	- วิเคราะห์อุตสาหกรรมไฟฟ้า - วิเคราะห์องค์กร (กฟน.) - กำหนดตัวชี้วัดที่ใช้ในการประเมินผล
2544	นักวิเคราะห์ อาวุโส	- การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่ง ประเทศไทย - การไฟฟ้านครหลวง - ธุรกิจระบบส่งการไฟฟ้าฝ่าย ผลิตแห่งประเทศไทย - ธุรกิจระบบเชื้อเพลิง - การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย	- วิเคราะห์อุตสาหกรรมไฟฟ้า - วิเคราะห์องค์กร (กฟผ./กฟน.) - กำหนดตัวชี้วัดที่ใช้ในการประเมินผล - กำหนดให้มีการพัฒนาบุคลากรโดยเริ่ม ให้มีการทำ HR Audit (กฟผ./กฟน.) - กำหนดให้มีการพัฒนาบุคลากรและ การพัฒนาระบบ IT เพื่อสนับสนุน การบริหารงานของ กฟผ.
2545	หัวหน้า นักวิเคราะห์	- การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่ง ประเทศไทย - การไฟฟ้านครหลวง - การไฟฟ้าภูมิภาค - การประปานครหลวง กปน. - การประปาภูมิภาค กปภ. - การไฟฟ้าฝ่ายผลิต กฟผ. ทั้ง 13 สายงาน	- บริหารโครงการประเมินผลระดับ สายงาน กฟผ. ทั้ง 13 สายงาน - บริหารการประเมินผลรัฐวิสาหกิจกลุ่ม พลังงาน (ไฟฟ้าและประปา)
2546	ผู้จัดการส่วน	- การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย - การไฟฟ้านครหลวง - การไฟฟ้าภูมิภาค - การประปานครหลวง กปน. - การประปาภูมิภาค กปภ. - ระดับสายงานการไฟฟ้า - ฝ่ายผลิต กฟผ. ทั้ง 13 สายงาน - สำนักงานข้าราชการพลเรือน	- บริหารโครงการประเมินผลระดับ สายงาน กฟผ. ปี 2545 ทั้ง 13 สายงาน - บริหารการประเมินผลรัฐวิสาหกิจ กลุ่มพลังงาน (ไฟฟ้าและประปา) - บริหารโครงการประเมินผลการ ปรับปรุงประสิทธิภาพและประสิทธิผล ของงานราชการ เพื่อขอรับเงินรางวัล ประจำปีงบประมาณ 2545 (กลุ่มเศรษฐกิจ)
2547-2555	ผู้อำนวยการ อาวุโส	- กระทรวงพาณิชย์ - กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา - กระทรวงพัฒนาสังคมและ ความมั่นคงของมนุษย์	- บริหารโครงการประเมินผลระดับ กระทรวง กลุ่มภารกิจ กรม กลุ่มจังหวัด จังหวัด องค์การมหาชน มหาวิทยาลัย

ปี พ.ศ.	ตำแหน่ง	ชื่อหน่วยงานที่รับผิดชอบ	ลักษณะงาน
		<ul style="list-style-type: none"> - กระทรวงวัฒนธรรม - สำนักปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี - สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี - กรมประชาสัมพันธ์ - สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค - สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา - ราชบัณฑิต - กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน (เชียงใหม่ ลำพูน ลำปาง แพร่ น่าน พะเยา แม่ฮ่องสอน) - กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (ชลบุรี ระยอง จันทบุรี ตราด) 	<ul style="list-style-type: none"> - ประเมินผลโครงการการประเมินผล การปฏิบัติงานตามข้อตกลงการปฏิบัติราชการ - วิทยากรบรรยายกรอบประเมินผล การดำเนินงานของส่วนราชการ จังหวัด ตั้งแต่ปีงบประมาณ พ.ศ. 2547-2555 และขององค์การมหาชน ตั้งแต่ปีงบประมาณ พ.ศ. 2548-2553 - วิทยากรบรรยายให้กับหน่วยงานภาครัฐอื่น
2556-ปัจจุบัน	<ul style="list-style-type: none"> - ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ - ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการอาวุโส - รองกรรมการผู้จัดการ 	<ul style="list-style-type: none"> - สำนักงาน กสทช. - สำนักงานพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ - สถาบันวิจัยแสงซินโครตรอน - สถาบันเทคโนโลยีนิวเคลียร์แห่งชาติ - สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ - ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ - สำนักงานเศรษฐกิจจากฐานชีวภาพ - สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ - สถาบันคุณวุฒิวิชาชีพ - สำนักงานคณะกรรมการ สกสค. - กรมทรัพยากรน้ำบาดาล - สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา - สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 	<ul style="list-style-type: none"> - บริหารโครงการสำรวจความพึงพอใจในการให้บริการและความเชื่อมั่นต่อการดำเนินงานขององค์การมหาชนหลายแห่ง เช่น สถาบันวิจัยแสงซินโครตรอน สำนักงานเศรษฐกิจจากฐานชีวภาพ - บริหารโครงการประเมินผลการดำเนินงานรอบ 3 ปีตามวัตถุประสงค์การจัดตั้งองค์กรขององค์การมหาชนหลายแห่ง เช่น สถาบันเทคโนโลยีนิวเคลียร์แห่งชาติ สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศสำนักงานเศรษฐกิจจากฐานชีวภาพ เป็นต้น - บริหารโครงการการทบทวนแผนที่ยุทธศาสตร์เพื่อจัดทำตัวชี้วัด (KPI) และประเมินผลตัวชี้วัด (KPI) ของสำนักงาน กสทช. ประจำปี 2556 และโครงการจัดทำตัวชี้วัด (KPI) และประเมินผลตัวชี้วัด (KPI) ของสำนักงาน กสทช.

ปี พ.ศ.	ตำแหน่ง	ชื่อหน่วยงานที่รับผิดชอบ	ลักษณะงาน
		<ul style="list-style-type: none"> - องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย - กองทุนเพื่อความเสมอภาคทางการศึกษา - สำนักงบประมาณ - กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน 	<ul style="list-style-type: none"> - ประจำปี 2557 (ตั้งแต่ตัวชี้วัดองค์กรจนถึงตัวชี้วัดระดับบุคคล) - บริหารโครงการประเมินผลกระทบการปฏิบัติการกิจการภาครัฐฯ ของสำนักงานพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ - โครงการจ้างที่ปรึกษาเพื่อประเมินผลการดำเนินงานของสำนักงานคณะกรรมการ สกสค. - โครงการศึกษาและพัฒนากระบวนการเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำบาดาลในระดับภูมิภาคอย่างเป็นระบบและยั่งยืน - วิทยากรบรรยายให้กับหน่วยงานภาครัฐ เช่น สถาบันเทคโนโลยีนิวเคลียร์แห่งชาติ สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ สำนักงาน กสทช. - โครงการจัดเก็บข้อมูลเพื่อประเมินมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจและสังคมจากโครงการพัฒนาแหล่งน้ำบาดาลเพื่อการเกษตรในพื้นที่ประสบภัยแล้ง - โครงการงานติดตามและประเมินผลโครงการส่งเสริม SME กิจกรรมการประเมินผลการดำเนินงานโครงการภายใต้งบประมาณการ ปี 2561 - งานประเมินผลการดำเนินงานโครงการตามแผนบูรณาการ ปี 2562 - โครงการค่าใช้จ่ายในการติดตามประเมินผลการดำเนินงานตามแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560 – 2564) ปีที่ 1 - โครงการค่าใช้จ่ายในการติดตามประเมินผลการดำเนินงานตามแผนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติ ฉบับที่ 6 (พ.ศ. 2560 – 2564) ปีที่ 1

ปี พ.ศ.	ตำแหน่ง	ชื่อหน่วยงานที่รับผิดชอบ	ลักษณะงาน
			<ul style="list-style-type: none"> - โครงการประเมินผลการดำเนินงาน องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย (ส.ส.ท.) ประจำปี พ.ศ. 2562 - โครงการการจัดวางระบบการบริหาร ความเสี่ยง การควบคุมภายในและธรรมาภิบาล - โครงการติดตามประเมินผลนโยบาย รัฐบาล : การจัดวางกรอบแนวคิด กระบวนการ ขั้นตอนและวิธีการในการ ติดตามประเมินผลแผนงานบูรณาการ ที่มุ่งเน้นผลสัมฤทธิ์ ในระยะก่อนการ จัดสรรงบประมาณ ระหว่างการใช้จ่าย งบประมาณและภายหลังจากการใช้จ่าย งบประมาณ - โครงการจ้างที่ปรึกษาศึกษาวิเคราะห์ บทบาท ภารกิจและโครงสร้างของ กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน - โครงการประเมินความคุ้มค่าการ ดำเนินงานโครงการและกิจกรรมของ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม - โครงการติดตามและประเมินผลการ ดำเนินงานภายใต้แผนบูรณาการพัฒนา อุตสาหกรรมและบริการแห่งอนาคต ปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 - โครงการประเมินผลครึ่งแผนการส่งเสริม SME ฉบับที่ 4 เป็นต้น

ดร.พิชญ์พฐ ไวยโชติ (Pitchpatu Waiyachote, Ph.D.)

คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

โทร.

Email:

การศึกษา

- **ปริญญาเอก: Ph.D. in Journalism & Mass Communication, The University of North Carolina at Chapel Hill, USA**

Dissertation: A comparison of interactions on Facebook brand pages between global brands and publics in individualistic and collectivistic countries

- **ปริญญาโท: Master of Science in Journalism, West Virginia University, USA**

Thesis: International Public Relations at Top 50 Global Brands: A Converged or Diverged Approach?

- **ปริญญาตรี: Bachelor of Science in Public Relations, minors in Journalism and Marketing (Magna cum laude), Indiana State University, USA**

หลักสูตรอบรมระยะสั้น

- Innovation Driven Entrepreneurship by IDE Center
- Designing Your Life by Stanford Life Design Lab
- Innovative Teaching Scholars Program by Stanford d.School

ผลงานทางวิชาการ

Waiyachote, P. (2021). Perception of Marketing Communication and University Choice Intention of Generation Z in Bangkok. *2021 ANPOR-APCA Annual Conference*. (Online).

พิชญ์พฐ ไวยโชติ. (2564). #เที่ยวทิพย์ ช่วงสงกรานต์ปี 2564 ในมุมมองของการสื่อสารการตลาด. *การประชุมวิชาการระดับชาติด้านการสื่อสารและการบริหารจัดการ ครั้งที่ 5 ปี 2021*. (ออนไลน์).

พิชญ์พฐ ไวยโชติ. (2563). การรักษาความสัมพันธ์ระหว่างแบรนด์และผู้บริโภคในช่วงการรักษาระยะห่างทางกายภาพผ่านทางเนื้อหาของแบรนด์บนสื่อสังคมออนไลน์. *การประชุมวิชาการระดับชาติด้านการสื่อสารและการบริหารจัดการ ครั้งที่ 4 ปี 2020*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

พิชญ์พฐ ไวยโชติ. (2562). การกำหนดกรอบข่าวเกี่ยวกับ Generation Z ที่ปรากฏทางสื่อออนไลน์ในประเทศไทย. *ในการประชุมวิชาการระดับชาติด้านการสื่อสารและการบริหารจัดการ ครั้งที่ 3 ปี 2019*. (น. 541-560). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

พิชญ์พฐ ไวยโชติ. (2561). การใช้ผู้มีอิทธิพลทางความคิดในการสื่อสารการตลาด. *ในการประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการสื่อสาร ครั้งที่ 2 ปี 2018*. (น. 824-833). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

Waiyachote, P. (2015). Career responsibilities and skill requirements for entry-level public relations positions: A content analysis of job advertisements. *Open division, BUU & AMSAR International Conference*. Chonburi: Thailand.

Waiyachote, P. (2014). A content analysis: Interactions between global brands and their publics on global and Thai Facebook brand pages, in L. Cui & M. H. Prosser (Eds.). *Social media in Asia*. Oswego, OR: Dignity Press: World Dignity University Press.

Waiyachote, P. (2012). Social media uses to engage publics by America's top three most-visited cities: A comparative study of the uses of Facebook and Twitter. *Open division, AEJMC Southeast Colloquium Conference*, Blacksburg: Virginia, USA

วิทยากร

- โครงการบรรยายและฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ “ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการผลิตสื่ออย่างปลอดภัยและสร้างสรรค์เพื่อเผยแพร่ในช่องทางสื่อสังคมออนไลน์” โดยสำนักงานปลัดกระทรวงวัฒนธรรม ปี 2565
- “Innovative Online Teaching Technique” ณ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย เมื่อวันที่ 12 มกราคม 2564
- ทักษะการสื่อสารและการนำเสนอเพื่อการปฏิบัติงานสำหรับนักศึกษาสหกิจศึกษา ณ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ปีการศึกษา 2560-2565
- โครงการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ “งานเขียนเพื่อการสื่อสารดิจิทัล” ณ สำนักงานพัฒนาเทคโนโลยีอวกาศและภูมิสารสนเทศ (องค์การมหาชน) เมื่อวันที่ 14 – 15 กรกฎาคม 2563
- การอบรม “เทคนิคการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารผ่าน Social Media” ณ สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย เมื่อวันที่ 12 มีนาคม 2563
- การสัมมนา “เทคนิคการเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์และการสร้างภาพลักษณ์องค์กรผ่านสื่อดิจิทัล” ณ สันนิบาตสหกรณ์แห่งประเทศไทย เมื่อวันที่ 5 กันยายน 2561
- การอบรม “ทักษะการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพสำหรับหัวหน้างาน” ณ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย เมื่อวันที่ 18 มิถุนายน 2561
- อาจารย์พิเศษ คณะนิเทศศาสตร์ (ภาควิชาภาษาอังกฤษ) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (2557)
- อาจารย์พิเศษ ภาควิชานิเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา (2556)

ประสบการณ์การวิชาชีพ/การบริหาร

- ผู้ช่วยอธิการบดี ฝ่ายสื่อสารการตลาดและวิเทศสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย (ม.ค. 2559 – ก.ค. 2563)
- เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ Hill & Knowlton Thailand (2551 - 2553)

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรตล แก้วประเสริฐ

การศึกษา

PhD Film Studies, University of Essex, UK
MA Film and Television Studies, Griffith University, Queensland, Australia
ศศ.บ. ศิลปนิเทศ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ประสบการณ์ทำงาน

2539 - ปัจจุบัน อาจารย์ประจำ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
2539 สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7
2537 Consortium/ Save the Children

ข้อมูลโดยย่อ

เป็นอาจารย์ประจำ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย โดยผลิตสื่อเกี่ยวกับคนตาบอด ร่วมกับนักศึกษาและคณาจารย์ ดังนี้

- 2541 เริ่มโครงการผลิตหนังสือเสียงให้คนตาบอด
- ระหว่างปี 2558 ผลิตละครเสียงบรรยายภาพแสดง ณ โรงเรียนสอนคนตาบอดกรุงเทพ ในปี 2562 เพิ่มการแสดง ณ โรงเรียนธรรมิกวิทยา จังหวัดเพชรบุรี ปี 2562 และ 2564 ได้รับทุนสนับสนุนจากกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์
- ในปี 2559 - 2563 เริ่มผลิตละครภาษามือ โดยแสดง ณ โรงเรียนเศรษฐเสถียร
- ปี 2564 ผลิตหนังสือเสียงร่วมกับ Tokyo University of Foreign Studies โดยได้รับทุนสนับสนุนจาก Japan Foundation
- 2564 เริ่มผลิตวิดีโอออกกำลังกายสำหรับคนตาบอด โดยได้รับทุนสนับสนุนจาก สสส. และกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์

งานสื่อ

- 2558 - ปัจจุบัน ผลิตข่าวพลเมืองเผยแพร่ทาง ThaiPBS โดยเน้นประเด็นทางสังคม และ ศิลปวัฒนธรรม
- 2558 - ปัจจุบัน ผลิตภาพยนตร์สั้น เผยแพร่ทางเทศกาลภาพยนตร์ ทั้งในและต่างประเทศ

คุณศุภกร เทพวิชัยศิลป์กุล

ประวัติการศึกษา

สถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต (สถ.บ.) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ประวัติการทำงาน

2566 – ปัจจุบัน	Editor-in-Chief, WorkpointTODAY (Online News Media) Senior Manager, WORKPOINT GROUP (TV Program Business) Founder, Media Sprint (Social Media Consultant)
2564 - 2566	Strategic Director, Mission To The Moon Media (Online Publisher)
2563 – 2564	Columnist – Freelance, Art4d (Publisher)
2562 – 2563	Landscape Designer, Landscape Tectonix Company Limited (Architecture)

รางวัล

Winner on CTC CREATIVE BUSINESSAWARDS 2023: The Most Creative Business of the Year

Finalist on Thai Media Fund 2022 by Organization of the Government of Thailand: Podcast Media

Winner on Thailand Zocial Awards 2022 by Wiselight: Best Entertainment Podcast on Social Media

Finalist on Thailand InfluencerAwards 2021 by Tellscore: Publisher Influencer

Finalist on Thailand Zocial Awards 2021 by Wiselight: Best Entertainment Podcast on Social Media

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มานา ปัจฉิมนันท์

ตำแหน่งปัจจุบัน

ส.ค. 2563 – ปัจจุบัน: คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

2547 – ปัจจุบัน: อาจารย์ประจำคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

2556 – ปัจจุบัน: ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญ NIA ด้าน Branding และการตลาดออนไลน์

2562 – ปัจจุบัน: ผู้ก่อตั้งบริษัท ดิจิทัล เอบี จำกัด เจ้าของธุรกิจ Startup “Homi Food” Food delivery platform ที่ได้รับรางวัลชนะเลิศจากการแข่งขัน IDE Thailand Competition 2020

2560 – ปัจจุบัน: กรรมการบริษัท อีทซ์ จำกัด (บริษัทที่ปรึกษาและให้บริการด้าน E-commerce)

2562 – ปัจจุบัน: Business Development and Marketing, Harbour.Space@UTCC

2563 – ปัจจุบัน: Co-founder บริษัท Relifnow จำกัด ธุรกิจสตาร์ทอัพด้าน Telehealth ครบวงจร

ประสบการณ์ทำงาน

- 2559 – ก.ค. 2563 (หมดวาระ): รองอธิการบดีฝ่ายสื่อสารการตลาดและวิเทศสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
- 2554 – 2557 ผู้ช่วยอธิการบดีฝ่ายสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
- 2551 – 2554 ผู้อำนวยการศูนย์ศึกษาและวิจัยตราสินค้า มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
- 2552 – 2554 กองบรรณาธิการและคอลัมน์นิสต์ประจำ นิตยสาร Thailand Economic Review
- 2553 – 2554 กรรมการ คณะกรรมการส่งเสริมธุรกิจเชิงสร้างสรรค์ หอการค้าไทย
- 2553 – 2553 กรรมการ คณะกรรมการส่งเสริมภาพลักษณ์ หอการค้าไทย
- 2551 - ปัจจุบัน อาจารย์พิเศษ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- 2552 – 2553 อาจารย์พิเศษ สาขา Broadcasting Journalism Media (BJM) คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน ภาควิชาภาษาอังกฤษ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- 2552 – 2553 อาจารย์พิเศษ หลักสูตรปริญญาโท คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม
- 2552 – 2554 ที่ปรึกษากิตติมศักดิ์ และคอลัมน์นิสต์ประจำ นิตยสาร Business Way
- 2551 หัวหน้าสาขาวิชาการโฆษณา คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
- 2547 – 2550 ประธานคณะกรรมการฝ่ายประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
- 2547 – 2550 กรรมการและเลขานุการ ศูนย์ศึกษาและวิจัยสื่อสารมวลชนอาเซียน มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
- 2543 – 2544 หัวหน้าฝ่ายประชาสัมพันธ์ ธุรกิจอินเทอร์เน็ต บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน)
- 2542 – 2543 เจ้าหน้าที่สื่อมวลชนสัมพันธ์ สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย

การศึกษา

- Thammasat University (2014-2018)
PhD: Mass Communication, GPA 4.00
Dissertation: Communication Networks and Organizational Success Indicators in the 21st Century: A Comparative Study between Thai and Japanese Corporations
- Emerson College, Boston, MA, USA (2002-2003)
Master of Arts Major: Integrated Marketing Communication (IMC) GPA 3.87
- Thammasat University (1996-1999)
Bachelor of Arts in Journalism and Mass Communication
(Major: Public Relations, Minor: Marketing) 1st Class Honor GPA 3.73

การเข้าร่วมฝึกอบรม

- Innovative Teaching Scholar, Stanford University
- Life Design Instructor Training Program by d.School Lab, Stanford University
- Digital strategies for business, Columbia Business School
- Business model canvas, Alexander Osterwalder
- Line Official Account, Mew Social
- IDE Accelerator 2020 (Homi Food Team), IDE Center, UTCC
- Design Thinking, IDEO
- Alibaba MBA Business Case Study Course, Alibaba.com
- Digital Marketing Strategy to Affluent Chinese Tourists, Luxellence Center
- Brand Management for Luxury Tourism & Hospitality, Luxellence Center and TAT
- Executive Course on Digital Disruption Readiness, Bangkok Venture Club

รางวัลที่เคยได้รับ

- พ.ศ. 2563 วิทยานิพนธ์ดีเด่นระดับมหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- พ.ศ. 2546 ศิษย์เก่าดีเด่น คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- พ.ศ. 2556 นักวิจัยดีเด่น มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
- พ.ศ. 2557 นักวิจัยดีเด่น Highest Citation Awards มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

ความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน

Branding, Integrated Marketing communication, Event marketing, Word-of-mouth marketing (Viral Marketing), Online marketing and digital marketing, Storytelling, Marketing Technology, Data-Driven marketing

วิชา/หัวข้อที่เคยสอน

- Brand Management (Master Degree)
- Brand Positioning (Master Degree)
- Digital Marketing
- Digital Transformation
- CRM & CEM
- Branding in Digital Era
- SMEs Branding towards AEC
- IMC (Integrated Marketing Communication) (Master and Bachelor Degree)
- Advanced Media for Public Relations
- Event Marketing
- New Media for Advertising
- Human Relations
- Corporate Social Responsibilities (CSR)
- Advertising Research
- Advertising Production
- Digital Marketing
- Designing Your Life
- Storytelling

ผลงานทางวิชาการ

- พ.ศ. 2547 งานวิจัยเรื่อง Online word-of-mouth: opinion leader and opinion seeker, Emerson College, USA
- พ.ศ. 2548 บทความเรื่อง *Online Word-of-Mouse: An Exploration of Its Antecedents and Consequences* ซึ่งวารสาร *American Academy of Advertising. Conference. Proceedings Saturday, January 1 2005*
- พ.ศ. 2549 บทความเรื่อง *Online Word-of-Mouth (or Mouse): An Exploration of Its Antecedents and Consequences* ซึ่งวารสาร *Journal of Computer-Mediated Communication Volume 11 Issue 4, July 2006*
- บทความวิจัย เรื่อง ภาพลักษณ์แบรนด์ประเทศไทยในสายตานักลงทุนชาวต่างชาติ วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ปีที่ 33, ฉบับพิเศษ (2556), หน้า 198-211

- บทความวิชาการ เรื่อง กระบวนทัศน์แห่งเรื่องเล่าของวอลท์เทอร์ พิชเซอร์ กับการเล่าเรื่องในยุคดิจิทัล วารสาร ICT มหาวิทยาลัยศิลปากร ปี 2559
- บทความวิชาการ เรื่อง ความงามในอุดมคติผ่านสื่อข้ามชาติและผลกระทบต่อการศึกษาความงาม วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ปีที่ 37 ฉบับที่ 1 เดือน มกราคม - มีนาคม 2560 หน้า 125-139
- บทความวิชาการ เรื่อง การวิเคราะห์เครือข่ายทางสังคมกับการวิจัยด้านการสื่อสารในองค์การ วารสารสถาบันพระปกเกล้า กันยายน-ธันวาคม 2560 หน้า 5-18
- Proceedings บทความวิชาการเรื่อง เครือข่ายทางการสื่อสารในองค์การ กับความผูกพันต่อองค์การ ความคิดสร้างสรรค์ และสมรรถนะของทีมงาน หน้า 1367-1383 ซึ่งได้นำเสนอในการประชุมวิชาการระดับชาติ UTCC Academic Day ครั้งที่ 2 ในวันศุกร์ที่ 8 มิถุนายน 2561 ณ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
- Proceedings บทความวิจัยเรื่อง Communication Networks and Organizational Success Indicators in the 21st Century: A Comparative Study between Thai and Japanese Corporations หน้า 733-745 ซึ่งได้นำเสนอในงานประชุมวิชาการระดับนานาชาติ International Academy of Global Business and Trade (IAGBT) เมื่อวันที่ 11 กุมภาพันธ์ 2562 ณ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน

Branding, Integrated Marketing Communication, Digital Marketing, Content Marketing, Pitching, Event marketing, Word-of-Mouth Marketing (Viral Marketing), Storytelling, Network Marketing, Organizational Communication

ประวัติการบรรยาย

- พ.ศ. 2552 การบรรยายโครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการซอฟต์แวร์ ณ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตภูเก็ต
- พ.ศ. 2553 การอบรมพนักงานบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) หัวข้อ การสร้างภาพลักษณ์ตราสินค้า
- พ.ศ. 2553 การบรรยายโครงการอบรมบ่มเพาะธุรกิจหลักสูตร “เสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่” (New Entrepreneur Creation-NEC) ณ จังหวัดพังงา หัวข้อ “การสร้างตราสินค้า (Branding)”
- พ.ศ. 2553 การบรรยายโครงการ SME ไทยเข้มแข็ง หัวข้อ การสร้างตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
- พ.ศ. 2554 การบรรยายโครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการ NEC จัดโดย ศูนย์บ่มเพาะธุรกิจ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตภูเก็ต
- พ.ศ. 2554 โครงการอบรม UTCC Brand Youth Creativity Camp ครั้งที่ 6 หัวข้อ “การสร้างตราสินค้า CSR กับชุมชนอย่างยั่งยืน” โดยจัดรวมกับการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย
- พ.ศ. 2554 โครงการประกวดการสร้างแบรนด์ธุรกิจแบบฉบับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ “Creative Economy” โดยจัดรวมกับกรมทรัพย์สินทางปัญญาและสำนักพัฒนาผลิตภัณฑ์และเพิ่มมูลค่าสินค้า กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

- พ.ศ. 2555 กิจกรรมการอบรมการสร้างแบรนด์เพื่อเจาะตลาดเป้าหมายภายใต้ โครงการพัฒนาการรวมกลุ่มและเชื่อมโยงอุตสาหกรรม (Industrial Cluster Development) สำนักพัฒนาการจัดการอุตสาหกรรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม ปีงบประมาณ 2555
- พ.ศ. 2555 กิจกรรมการอบรมการพัฒนาสถานประกอบการเข้าสู่ AEC ภายใต้โครงสร้างและพัฒนาผู้ประกอบการเพื่อรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) สำนักพัฒนาการจัดการอุตสาหกรรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม ปีงบประมาณ 2555
- พ.ศ. 2555 กิจกรรมการอบรมการพัฒนาสถานประกอบการอาหารไทยเข้าสู่ AEC สำนักพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม ปีงบประมาณ 2555
- พ.ศ. 2555 กิจกรรมการบรรยายเกี่ยวกับการสร้างตราสินค้า (Brand) แก่ผู้ประกอบการ SMEs ของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ ปีงบประมาณ 2555
- พ.ศ. 2556 กิจกรรมการบรรยายเกี่ยวกับการสร้างตราสินค้า (Brand) แก่ผู้ประกอบการ SMEs ของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ ปีงบประมาณ 2556
- พ.ศ. 2556 หลักสูตรการอบรมเชิงปฏิบัติการสร้างสรรค์และพัฒนาแบรนด์สำหรับผู้ประกอบการ OTOP ของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ ปีงบประมาณ 2556
- พ.ศ. 2556 โครงการอบรมและประกวดการสร้างแบรนด์ธุรกิจแบบฉบับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ “Creative Economy” เพื่อใช้เป็นสาระตติงในการสร้างตราสินค้าของท้องถิ่นให้มีความเข้มแข็ง
- พ.ศ. 2557 โครงการอบรมการสร้างแบรนด์สำหรับธุรกิจของผู้พิการ
- พ.ศ. 2559 งานสัมมนาทางวิชาการและการประชุมวิชาการระดับชาติ “Communication 4.0 : นวัตกรรม สร้างสรรค์ ความยั่งยืน?”
- พ.ศ. 2562 การบรรยาย Google Talk ในหัวข้อ Digital marketing
- พ.ศ. 2562 หลักสูตร “Customer Insights” บริษัท ปตท. ไอซีที จำกัด
- พ.ศ. 2562 หลักสูตร “Customer Insights & Storytelling” บริษัท AIS จำกัด (มหาชน)
- พ.ศ. 2563 บรรยายหัวข้อ “Customer network and platform business” ในหลักสูตร Digital and Transformative Leaders จัดโดย หอการค้าไทยและมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
- พ.ศ. 2563 บรรยายในการไลฟ์ “Business Boost up” หัวข้อ New Normal & Business model changing, Line Marketing, Website สร้างได้เองง่ายๆ จัดโดยมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
- พ.ศ. 2563 หลักสูตร “Growth Mindset for Working with Gen X, Y” จำนวน 5 รุ่น ให้แก่บริษัท พูนผล จำกัด
- พ.ศ. 2563 อบรมหัวข้อ “Branding and Customer Value Proposition” จัดโดย กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม
- พ.ศ. 2563 อบรมหัวข้อ “Design thinking and O2O marketing” ให้แก่ บริษัท SCG จำกัด (มหาชน)
- พ.ศ. 2563 บรรยายหัวข้อ “Gen Z คนเปลี่ยน ตลาดเปลี่ยน โลกเปลี่ยน” ในงานสัมมนา ยุทธศาสตร์ค้าปลีกวิถีใหม่ฝ่าโควิด 19 จัดโดย หอการค้าไทย
- พ.ศ. 2563 บรรยายหัวข้อ “The Future of Human Capital Development and the Role of University” ในงานเสวนา Education ICT Forum 2020

- พ.ศ. 2564 บรรยายหัวข้อ “Digital Customers for New Normal” คอร์สออนไลน์ ธนาคารออมสิน
- พ.ศ. 2564 บรรยายหัวข้อ “Digital Communication 4.0” คอร์สออนไลน์ ธนาคารออมสิน
- พ.ศ. 2564 บรรยายหัวข้อ “Innovative Online Teaching Technique” สำหรับอาจารย์มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
- พ.ศ. 2564 บรรยายหัวข้อ “สร้างยอดขายผ่าน Digital Marketing” ให้กับหลักสูตรปั้นผู้ประกอบการสำหรับนักบินและลูกเรือจากสายการบิน การบินไทย 250 คน
- พ.ศ. 2564 บรรยายหัวข้อ “Designing your team work” ให้แก่ผู้บริหารบริษัท V-serve จำกัด
- พ.ศ. 2564 บรรยายหัวข้อ “Customer Insights, Segmentation, Channels” ให้แก่ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
- พ.ศ. 2564 บรรยายหัวข้อ “Customer Insights and Customer Journey” ให้แก่ ธนาคารอาคารสงเคราะห์
- พ.ศ. 2565 บรรยายหัวข้อ “Customer Insights” ให้แก่ สถาบันวิชาการตลาดทุน (วตท.)
- พ.ศ. 2565 บรรยายหัวข้อ “Storytelling for Innovation” หลักสูตร 21-Day Transforming YOU by UTCCC มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
- พ.ศ. 2565 บรรยายหัวข้อ “Sprint 101: Problem solving in 5 days” หลักสูตร 21-Day Transforming YOU by UTCCC มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
- พ.ศ. 2565 บรรยายหัวข้อ “Customer Insights” ให้แก่ ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
- พ.ศ. 2565 บรรยายหัวข้อ “Designing Your Life for Entrepreneurs” ให้แก่ Mission to the Moon ร่วมกับมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
- พ.ศ. 2565 บรรยายหัวข้อ “Pitching Perfect” ให้ ธนาคารออมสิน
- พ.ศ. 2565 บรรยายหัวข้อ “Integrated Marketing Communication” และ “Business Presentation” ให้แก่ บริษัท Food Passion จำกัด
- พ.ศ. 2565 บรรยายหัวข้อ “Digital Marketing & SEO” ให้แก่ บริษัท BJC จำกัด
- พ.ศ. 2565 อบรมเชิงปฏิบัติการ “Design Thinking” เพื่อการวางแผนประจำปี ให้แก่ สภาหอการค้าไทย
- พ.ศ. 2565 บรรยายหัวข้อ “ทักษะการขายและการเจรจาต่อรอง” ให้แก่ บริษัท เบบี อิมเพรส จำกัด (สินค้าสำลีและผ้าอ้อม Moby)
- พ.ศ. 2565 บรรยายหัวข้อ “Content Marketing” ให้แก่ กรมพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์

ประวัติด้านการทำวิจัย

- พ.ศ. 2547 การวิจัยเรื่อง Online Word-of-mouth และบทความวิชาการเรื่อง Online word-of-mouth
- พ.ศ. 2552-2553 การสำรวจการรับรู้ ภาพลักษณ์องค์กร ภาพลักษณ์ตราสินค้าและภาพลักษณ์สินค้าของบริษัท ทีไอที จำกัด (มหาชน) ของประชาชนในประเทศไทย
- พ.ศ. 2553 “การศึกษาการรับรู้ภาพลักษณ์หอการค้าไทย”

- พ.ศ. 2553 “การเปิดรับการสื่อสารการตลาด การรับรู้ตราสินค้า พฤติกรรมและปัจจัยในการตัดสินใจเลือกซื้อบรรจุภัณฑ์ถั่วเน่าพลาสติกแบรนด์ EPP ของผู้บริโภค”
- พ.ศ. 2553 การสำรวจทัศนคติต่อการพัฒนาที่ดินในย่านพระราม 2
- พ.ศ. 2553 โครงการเสริมสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจแก่อุตสาหกรรมอาหารของไทย (สถาบันอาหาร กระทรวงอุตสาหกรรม)
- พ.ศ. 2553 การสำรวจปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด พฤติกรรมการซื้อและการใช้สินค้าไฟแช็ก (Marketing Mix, Purchasing Behavior, and Product Usage of Lighter) ของ บริษัท ที คอสโม อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล จำกัด
- พ.ศ. 2554 “การศึกษาพฤติกรรมการใช้จ่าย ความต้องการและความชื่นชอบเกี่ยวกับการใช้บริการ Community mall ย่านสุขนครสวีสต์ ของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย”
- พ.ศ. 2554 “รูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) การรับรู้ตราสินค้า (Brand Awareness) ทัศนคติ พฤติกรรมการใช้และปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ฝาครอบกระบะและหลังคารถกระบะของผู้บริโภค”
- พ.ศ. 2555 โครงการวิจัยการศึกษาวิเคราะห์แนวทางส่งเสริม SMEs Internationalization ของประเทศที่ประสบความสำเร็จในการส่งเสริม SMEs ของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)
- พ.ศ. 2555 การวิจัยเพื่อการค้นหาผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่นในเชิงวัฒนธรรมและการสร้างสรรค์ ภายใต้โครงการสร้างตราสินค้าใหม่ให้แก่ผลิตภัณฑ์-บริการที่ใช้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นตัวขับเคลื่อน
- พ.ศ. 2555 โครงการวิจัยภาพลักษณ์การลงทุนในประเทศไทยในสายตานักลงทุนชาวต่างชาติ ของสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI)
- พ.ศ. 2555 โครงการวิจัย “Market Research เขตประกอบการ LPN ของบริษัท ธนาพัฒน์ พร็อพเพอร์ตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน)
- พ.ศ. 2555 โครงการวิจัยของบริษัท สกิลพาวเวอร์เซอร์วิส (ประเทศไทย) จำกัด
- พ.ศ. 2556 โครงการสำรวจการรับรู้ภาพลักษณ์ของธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทยในความคิดเห็นของประชาชนในประเทศไทยของธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย (Ibank)
- พ.ศ. 2556 โครงการวิจัยการศึกษาความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับแบรนด์บรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ชานม Jeri-Ann ของ บริษัท ผลิตา จำกัด
- พ.ศ. 2556 โครงการวิจัยพฤติกรรมความต้องการ พฤติกรรมการใช้และปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์สีทองของ บริษัท เมอร์ค จำกัด
- พ.ศ. 2564 โครงการวิจัยต้นแบบนวัตกรรมโมเดลธุรกิจจังหวัด โปรตีนแห่งอนาคต ได้รับสนับสนุนทุนวิจัยจาก กระทรวง อว.
- พ.ศ. 2564 โครงการวิจัยและผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ ต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน ของสำนักงาน ก.พ.ร.
- พ.ศ. 2565 โครงการวิจัยนวัตกรรมโมเดลธุรกิจจังหวัด อาหารแห่งอนาคต (ทุนวิจัย วช.)
- พ.ศ. 2565 โครงการจัดทำแนวทางในการส่งเสริมสิทธิเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นของผู้ประกอบวิชาชีพในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ (กสทช.)

ประวัติการเป็นกรรมการและที่ปรึกษา

- พ.ศ. 2563 – ปัจจุบัน ที่ปรึกษาแบรนด์ Siam Steak และ EZ'S German Sausage
- พ.ศ. 2562 – ปัจจุบัน คณะกรรมการ Re-skill & Up-skill หอการค้าไทย
- พ.ศ. 2562 – ปัจจุบัน คณะกรรมการสื่อสารองค์กร หอการค้าไทย
- พ.ศ. 2564 – ปัจจุบัน คณะกรรมการ Digital Economy หอการค้าไทย
- พ.ศ. 2564 – ปัจจุบัน ผู้เชี่ยวชาญประเมินโครงการด้าน Digital Marketing ของ สวทช.
- พ.ศ. 2562 – 2563 คณะกรรมการ Digital Economy and e-commerce หอการค้าไทย
- พ.ศ. 2560 – 2561 คณะกรรมการ Creative Digital Economy หอการค้าไทย
- พ.ศ. 2553 – 2555 คณะกรรมการแบรนด์และภาพลักษณ์ หอการค้าไทย
- พ.ศ. 2554 – 2555 คณะกรรมการธุรกิจสร้างสรรค์ หอการค้าไทย
- พ.ศ. 2553 – 2555 ที่ปรึกษาด้านการประชาสัมพันธ์ สถาบันไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์
กระทรวงอุตสาหกรรม
- พ.ศ. 2553 ที่ปรึกษาด้านการสร้างแบรนด์ บริษัท ห้างทองลายกนก จำกัด
- พ.ศ. 2553 ที่ปรึกษาด้านการสื่อสารการตลาด บริษัท ยูเนี่ยนฟูดอินดัสตรี จำกัด ผลิตภัณฑ์น้ำมันงา
ตรามังกรคู่
- พ.ศ. 2553 ที่ปรึกษาด้านการสร้างแบรนด์ บริษัท แอสเตอร์ สยาม จำกัด
- พ.ศ. 2554 – 2555 ที่ปรึกษาด้านแบรนด์ ชมรมของฝากกรุงเทพ
- พ.ศ. 2554 ที่ปรึกษาด้านแบรนด์และการตลาด The One Resort จังหวัดภูเก็ต 2554
- พ.ศ. 2554 ที่ปรึกษาด้านแบรนด์และการประชาสัมพันธ์ Sleep with me hotel จังหวัดภูเก็ต
- พ.ศ. 2555 ที่ปรึกษาด้านแบรนด์และการสื่อสารแบรนด์ ผลิตภัณฑ์มะขามจี๊ดจ๊าด
บริษัท 3M Food จำกัด
- พ.ศ. 2555 ที่ปรึกษาด้านแบรนด์ Brand strategy และ Brand communication
ผลิตภัณฑ์น้ำกะทิออร์แกนิก “Merito” ของบริษัท ผลิตภัณฑ์อาหารเมอริท จำกัด 2555
- พ.ศ. 2563 ที่ปรึกษาด้านการตลาดดิจิทัล บริษัท สยามอินเตอร์ฟาร์ม จำกัด (Siam Steak)
- พ.ศ. 2563 ผู้เชี่ยวชาญ โครงการยกระดับศักยภาพ SME โดยพัฒนาระบบผู้ให้บริการทางธุรกิจ
(Service Provider)
- พ.ศ. 2564 ที่ปรึกษาด้านการตลาดดิจิทัล บริษัท เมดโนวา (ประเทศไทย) จำกัด
- พ.ศ. 2564 ผู้ทรงคุณวุฒิพัฒนาหลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาเกษตรศาสตร์
- พ.ศ. 2564 โครงการวิจัยและผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ ต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน ของสำนักงาน ก.พ.ร.
- พ.ศ. 2564 ผู้ประเมินข้อเสนอโครงการวิจัย สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม
- พ.ศ. 2565 โครงการการสื่อสารและสร้างการรับรู้เกี่ยวกับผลการดำเนินการที่มีประสิทธิภาพและ
ลดการใช้ดุลยพินิจของเจ้าหน้าที่รวมทั้งอำนวยความสะดวกในการให้บริการกับประชาชนของ
หน่วยงานภาครัฐ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 ของสำนักงาน ก.พ.ร.

คุณญาดา วัฒนสิน

ประวัติการศึกษา

ระดับปริญญาบัณฑิต ปีการศึกษา 2553
หลักสูตรภูมิสถาปัตยกรรมศาสตร์บัณฑิต (เกียรตินิยมอันดับสอง)
ภาควิชาภูมิสถาปัตยกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
วิทยานิพนธ์ : ศูนย์ศึกษาการฟื้นฟูพื้นที่เหมือง อ.แก่งคอย จ.สระบุรี

ประวัติการทำงาน

2554 ตำแหน่งภูมิสถาปนิก บริษัท ภูมิสถาปนิกกรุงเทพ จำกัด
2555 ตำแหน่งผู้กำกับศิลป์ ผู้จัดการรายการโทรทัศน์ บริษัท มิราเคิล มัชรูม จำกัด
2555-2557 อาจารย์พิเศษ วิชาการก่อสร้างภูมิสถาปัตยกรรมชั้นสูง
หลักสูตรภูมิสถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิต คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรี ลปากร วังท่าพระ
2564-2565 อาจารย์พิเศษ วิชาปฏิบัติการออกแบบ Studio in Design
หลักสูตรสถาปัตยกรรมศาสตร์บัณฑิต คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
2555-ปัจจุบัน กรรมการผู้จัดการ ผู้กำกับศิลป์/ ผู้จัดการรายการโทรทัศน์ บริษัท เมลโล่ ทรี จำกัด

อาจารย์นท พูนไชยศรี

คณบดีคณะศิลปกรรมและการผลิตสื่อ สถาบันกันตนา
ผู้อำนวยการฝ่ายบริหารทั่วไป บริษัท กันตนา มูฟวี่ทาวน์ (2002) จำกัด

ข้อมูลโดยย่อ

เริ่มต้นทำงานละครโทรทัศน์ เป็นผู้ช่วยผู้กำกับการแสดง จากนั้นได้เป็นผู้จัดการกองถ่าย จนกระทั่งได้เป็นผู้กำกับการแสดง ผู้กำกับรายการ และผู้ควบคุมการผลิต นอกจากนี้ยังเป็นอาจารย์ และวิทยากรพิเศษ

ข้อมูลการติดต่อ

โทรศัพท์

อีเมล

การศึกษา

- นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์
คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
พ.ศ. 2554-2556
- นิเทศศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการภาพยนตร์และภาพนิ่ง
คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
พ.ศ. 2539-2543

การทำงาน

- บริษัท กันตนา มูฟวี่ทาวน์ (2002) จำกัด
 - พ.ศ. 2559-ปัจจุบัน
 - ผู้อำนวยการฝ่ายบริหารทั่วไป
 - ผู้ควบคุมการผลิตละครโทรทัศน์
 - พ.ศ. 2545-2559
 - ผู้จัดการกองถ่าย
 - พ.ศ. 2543-2545
 - ผู้ช่วยผู้กำกับการแสดง
- บริษัท มุมใหม่ จำกัด
 - พ.ศ. 2554-ปัจจุบัน
 - ผู้อำนวยการฝ่ายผลิตละครโทรทัศน์
 - ผู้กำกับการแสดง
 - ผู้กำกับรายการ
- สถาบันกันตนา
 - พ.ศ. 2565-ปัจจุบัน
 - คณบดีคณะศิลปกรรมการผลิตสื่อ
 - พ.ศ. 2561-2565
 - รองคณบดีฝ่ายกิจการนักศึกษา

การเป็นอาจารย์พิเศษ

- คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
วิชาการผลิตรายการละคร ปีการศึกษา 2563, 2564, 2565
- คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยสยาม
วิชาการผลิตภาพเคลื่อนไหว ปีการศึกษา 2564, 2565

ผลงานละครโทรทัศน์

- กำกับการแสดง และกำกับรายการ
 - ป่าปลูกรัก 2562 ททบ. 5
 - ป่ารักษัช้าง 2561 ททบ. 5
 - ป่ารักษน้ำ 2560 ททบ. 5
 - แผลดล่องหน 2559 ช่อง 7
 - คู่หูคู่เฮี้ยน 2 2558 ช่อง 7
 - วิญญาณพันธุ่อสูร 2557 ช่อง 7
- ควบคุมการผลิต
 - เคาสน์นางคอย 2565 ช่อง 7
 - รามรักพรางใจ 2564 ช่อง 7
 - ม่านบังใจ 2563 ช่อง 7
 - ลูกผู้ชายหัวใจทองคำ ชุดที่ 1-บ้านของเรา 2562 ททบ. 5
 - ยอดรักนักรบ 2562 ช่อง 7
 - สัมปทานหัวใจ 2561 ช่อง 7
 - คลื่นแห่งศรัทธา 2559 ช่อง 7
 - เพลงพระนาง 2560 ช่อง 7
 - ริชยา 2560 ช่อง 7
 - ดาวหลงฟ้า ภูผาสีเงิน 2559 ช่อง 3
 - ต้นน้ำของแผ่นดิน 2559 ททบ. 5
 - มรสุมสวาท 2559 ช่อง 7
 - แหวนสวาท 2559 ช่อง 7
 - พรหมแดนหัวใจ 2556 ช่อง 7
 - นักสู้มหากาฬ 2556 ช่อง 7
 - ปีนอนงค์ 2555 ช่อง 7

บทที่ 14

คู่มือสำหรับผู้รับทุนการผลิตรายการที่ได้รับการส่งเสริม และสนับสนุนเงินจาก กทปส.

14.1 ส่วนที่ 1 การยื่นขอรับทุน

14.1.1 วัตถุประสงค์กองทุนที่สามารถยื่นขอรับทุนได้

ตามพระราชบัญญัติองค์การจัดสรรคลื่นความถี่ และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 และที่แก้ไขเพิ่มเติม มาตรา 52 ได้กำหนดให้จัดตั้งกองทุนขึ้นในสำนักงาน กสทช. เรียกว่า “กองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ” โดยมีวัตถุประสงค์ ดังต่อไปนี้

1. ดำเนินการให้ประชาชนได้รับบริการด้านกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมอย่างทั่วถึงตลอดจนส่งเสริมชุมชนและสนับสนุนผู้ประกอบการบริการชุมชนตาม มาตรา 51

2. ส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาทรัพยากรสื่อสาร การวิจัยและพัฒนาด้านกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม รวมทั้งความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อเทคโนโลยีด้าน การใช้คลื่นความถี่เทคโนโลยีสารสนเทศ เทคโนโลยีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้พิการ ผู้สูงอายุ หรือผู้ด้อยโอกาส ตลอดจนอุตสาหกรรมโทรคมนาคม และอุตสาหกรรมต่อเนื่อง

3. การส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาบุคลากรด้านกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ กิจการโทรคมนาคม และเทคโนโลยีสารสนเทศ ตลอดจนการดำเนินการขององค์กรซึ่งทำหน้าที่จัดทำ มาตรฐานทางจริยธรรมของการประกอบอาชีพหรือวิชาชีพตามกฎหมายว่าด้วยการประกอบกิจการ กระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์

4. สนับสนุน ส่งเสริม และคุ้มครองผู้บริโภคด้านกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และ กิจการโทรคมนาคม

14.1.2 ประเภททุน กทปส.

ประกาศคณะกรรมการบริหารกองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการและเงื่อนไขการใช้จ่ายเงิน กองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์ สาธารณะ ได้จำแนกประเภทการใช้จ่ายเงินของ กทปส. เพื่อสนับสนุนโครงการ กิจกรรม หรือการดำเนินการ ออกเป็น 4 ประเภท ดังนี้

ประเภทที่ 1 ทุนเปิดกว้าง (Open Grant)

เป็นทุนสนับสนุนทั่วไปที่เปิดโอกาสให้ผู้มีคุณสมบัติตามประกาศคณะกรรมการบริหาร กองทุน เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการและเงื่อนไขการใช้จ่ายเงิน กองทุน พ.ศ. 2560 สามารถยื่นขอรับการ ส่งเสริมและสนับสนุน ทั้งนี้โครงการที่ยื่นต้องสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของกองทุนฯ ตามข้อ 1.1 โดย โครงการประเภทที่ 1 นี้จะมีการเปิดให้ทุนอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง และมีระยะเวลาการเปิดยื่นขอรับ 3 เดือน

ประเภทที่ 2 ทูตที่คณะกรรมการบริหารกองทุนประกาศกำหนด

เป็นโครงการตามนโยบายของคณะกรรมการบริหารกองทุนฯ ที่ประกาศกำหนดเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์กองทุน ซึ่งภายใต้โครงการประเภท 2 นี้ แบ่งการสนับสนุนออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้

2.1 ทูตตามนโยบายของคณะกรรมการบริหารกองทุน (Strategic Grant)

คือ ทูตที่คณะกรรมการบริหารกองทุนออกประกาศขอบเขตของงาน (Term of Reference :TOR) ในโครงการต่างๆ เพื่อให้ผู้ที่คุณสมบัติตามที่กำหนดไว้ในขอบเขตของงานของแต่ละโครงการสามารถยื่นข้อเสนอในการดำเนินการให้ตรงกับขอบเขตของงานที่ประกาศกำหนดไว้

2.2 ทูตตามแนวนโยบายแห่งรัฐ

เป็นทูตที่มุ่งเน้น ความสำเร็จตามแนวนโยบายแห่งรัฐ ที่เปิดโอกาสให้หน่วยงานราชการในระดับกรมขึ้นไป หรือเทียบเท่า สามารถขอรับการส่งเสริมและสนับสนุนเงินจาก กทปส. ได้ โดยการขอรับการสนับสนุนนั้น จะต้องสอดคล้องกับอำนาจหน้าที่และเป็นภารกิจของส่วนราชการที่ยื่นขอรับการสนับสนุนโดยตรง และจะต้องไม่ซ้ำซ้อนกับโครงการตามที่ยื่นขอรับการจัดสรรงบประมาณแผ่นดินโดยผู้มีอำนาจลงนามในการยื่นขอรับการสนับสนุนจะต้องเป็นรัฐมนตรีเจ้ากระทรวง และหากวงเงินที่ขอรับการสนับสนุนเกินกว่า 50 ล้านบาท จะต้องนำเรื่องเสนอคณะรัฐมนตรีเพื่อพิจารณา

2.3 ทูตต่อเนื่อง

เป็นทูตที่ให้แก่ผู้ที่เคยได้รับทุนจาก กทปส. เฉพาะโครงการตามมาตรา 52(2) ด้านการวิจัยและพัฒนา และประสงค์ที่จะขยายผลหรือพัฒนาต่อยอดโครงการดังกล่าวโดยผู้ขอสามารถยื่นความประสงค์ที่จะขอรับทุนต่อเนื่องได้ในระหว่างการดำเนินโครงการที่มีผลสำเร็จไม่น้อยกว่าร้อยละ 80% หรือภายหลังจากโครงการเสร็จสิ้นไม่เกิน 3 ปี โดยจะต้องแสดงเป้าหมายไปสู่การต่อยอดที่สูงขึ้นหรือขยายผลเพิ่มเติมอันเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคมและต่อสาธารณะของประเทศ

ประเภทที่ 3 ทูตที่ กสทช. ประกาศกำหนด

เป็นการให้ทุนตามนโยบายของ กสทช. ตามที่กฎหมายกำหนด เช่น การให้ทุนเพื่อสนับสนุนให้มีบริการโทรคมนาคมพื้นฐานโดยทั่วถึงและบริการเพื่อสังคม (USO) การส่งเสริมชุมชนและสนับสนุนผู้ประกอบการบริการชุมชน การส่งเสริมองค์กรที่มีการจัดทำมาตรฐานทางจริยธรรมตามกฎหมาย เป็นต้น

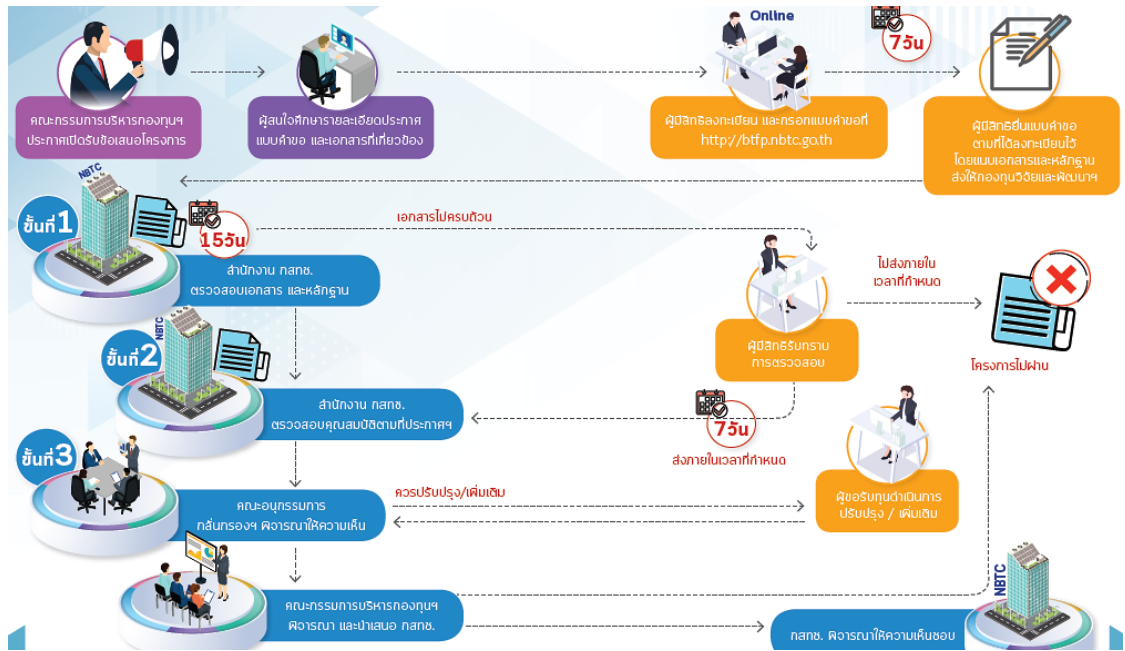
ประเภทที่ 4 ทุนสำหรับกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์

เป็นการให้ทุนตามพระราชบัญญัติ องค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 และที่แก้ไขเพิ่มเติม ตามมาตรา 52(5) การส่งเสริมและสนับสนุนให้กับกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์เป็นประจำทุกปี

14.1.3 ขั้นตอนการยื่นขอรับทุนแต่ละประเภท

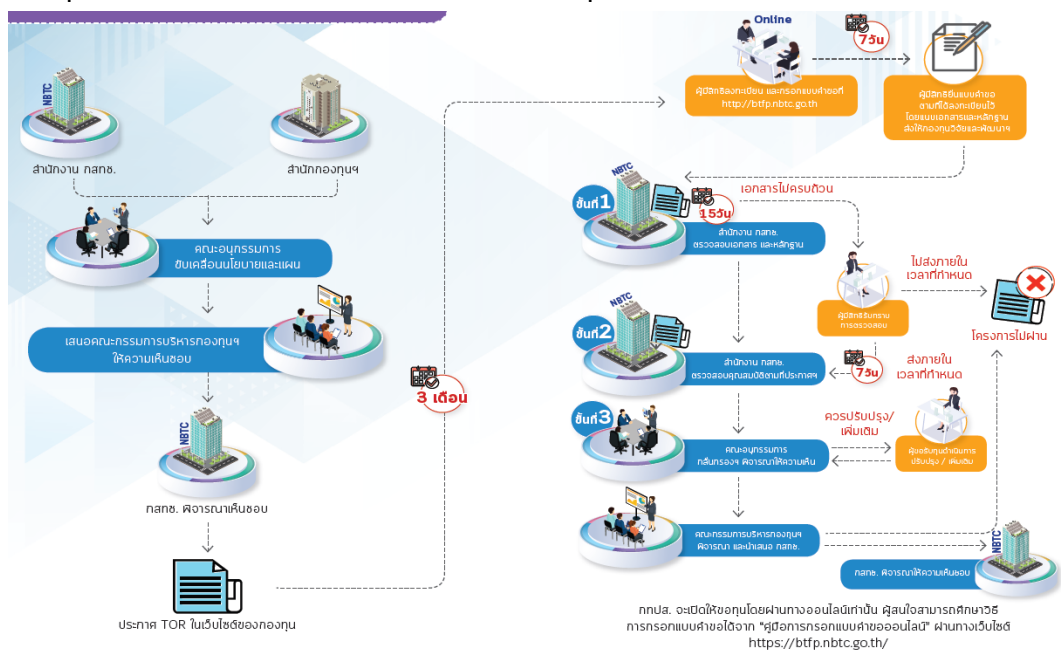
การส่งเสริมและสนับสนุนเงินจากกองทุนในแต่ละประเภท จะมีกระบวนการขั้นตอนการส่งเสริมและสนับสนุนที่แตกต่างกัน ตามประเภทของการให้ทุน ดังนี้

ประเภทที่ 1 ทุนเปิดกว้าง (Open Grant)



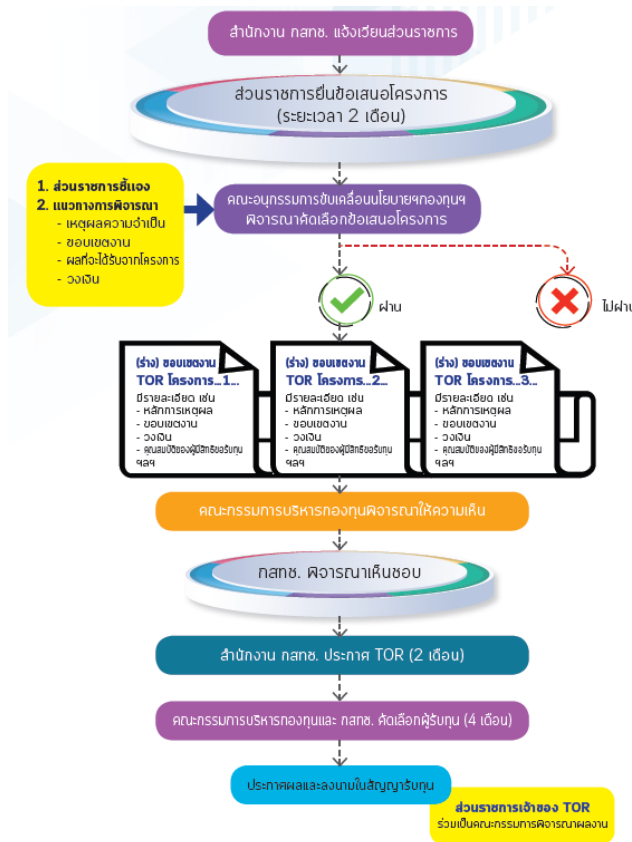
ประเภทที่ 2 ทุนที่คณะกรรมการบริหารกองทุนประกาศกำหนด

2.1 ทุนตามนโยบายของคณะกรรมการบริหารกองทุน (Strategic Grant)



2.2 ทูตามแนวนโยบายแห่งรัฐ

ขั้นตอนการพิจารณาสนับสนุนทุนโครงการประเภทที่ 2 กรณีทำความตกลงกับหน่วยงานของรัฐ



เกณฑ์การยื่นข้อเสนอโครงการทุนตามแนวนโยบายแห่งรัฐ ดังนี้

1. ผู้ยื่นข้อเสนอโครงการต้องเป็นส่วนราชการระดับกรมขึ้นไปหรือเทียบเท่าตามคำนิยามของพระราชบัญญัติวิธีการงบประมาณ พ.ศ. 2561 ทั้งนี้ มิให้หมายความรวมถึงจังหวัดและกลุ่มจังหวัดตามกฎหมายว่าด้วยระเบียบบริหารราชการแผ่นดิน
2. ผู้ลงนามยื่นข้อเสนอโครงการต้องดำรงตำแหน่งอธิบดีหรือเทียบเท่าโดยสามารถยื่นข้อเสนอโครงการได้ในวงเงินไม่เกิน 50 ล้านบาท ทั้งนี้ หากข้อเสนอโครงการเกินกรอบวงเงินดังกล่าวหรือเป็นโครงการที่เป็นภารกิจเกี่ยวพันข้ามส่วนราชการ ให้ปลัดกระทรวงเป็นผู้ลงนามยื่นข้อเสนอโครงการ
3. โครงการที่จะยื่นขอรับการส่งเสริมและสนับสนุนต้องมีความสอดคล้องกับแนวนโยบายแห่งรัฐ นโยบายหรือแผนแม่บทของกองทุน และเป็นไปตามวัตถุประสงค์ตามมาตรา 52 (1) – (4) แห่ง พ.ร.บ. องค์การจัดสรรคลื่นความถี่ฯ โดยจะต้องแสดงให้เห็นถึงประโยชน์ทั้งทางตรงและทางอ้อมที่เกี่ยวข้องกับกิจการกระจายเสียง โทรทัศน์ และโทรคมนาคม
4. โครงการที่จะขอรับการส่งเสริมและสนับสนุนจะต้องมีความสอดคล้องกับอำนาจหน้าที่และภารกิจของหน่วยงานนั้นๆ และไม่มีความซ้ำซ้อนกับโครงการที่ขอรับการจัดสรรจากเงินงบประมาณแผ่นดิน

5. ส่วนราชการที่ยื่นข้อเสนอโครงการ จะต้องให้ความร่วมมือในการเข้าร่วมชี้แจงหรือให้คำแนะนำเกี่ยวกับการคัดเลือกผู้รับทุนตามที่คณะกรรมการเห็นสมควร
6. คณะกรรมการบริหารกองทุนโดยความเห็นชอบของ กสทช. จะเป็นผู้รับผิดชอบดำเนินการคัดเลือกหน่วยงานที่มีความเหมาะสมเพื่อรับทุนในการดำเนินโครงการที่ส่วนราชการเป็นผู้ยื่นข้อเสนอโครงการ
7. ภายหลังจากพิจารณาคัดเลือกผู้รับทุนเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ส่วนราชการจะต้องมอบหมายบุคลากรเข้าร่วมเป็นคณะกรรมการพิจารณาผลงาน
8. ภายหลังจากสิ้นสุดโครงการ ในกรณีที่ผลงานหรือทรัพย์สินของโครงการตกเป็นของส่วนราชการ ส่วนราชการจะต้องมีหน้าที่บริหารดูแลทรัพย์สินหรือผลงานของโครงการ รวมถึงจัดทำงบประมาณเพื่อรองรับการดูแลรักษาหลังสิ้นสุดโครงการ

2.3 ทุนต่อเนื่อง



เกณฑ์การยื่นข้อเสนอโครงการทุนต่อเนื่อง ดังนี้

1. งานวิจัยที่เสนอจะต้องตรงตามวัตถุประสงค์ตามมาตรา 52 (2) แห่ง พ.ร.บ. องค์กรจัดสรรคลื่นความถี่ฯ ได้แก่ ด้านการวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เทคโนโลยีการใช้คลื่นความถี่ เทคโนโลยีสารสนเทศ เทคโนโลยีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้พิการ ผู้สูงอายุ หรือผู้ด้อยโอกาส ตลอดจนอุตสาหกรรมโทรคมนาคม และอุตสาหกรรมต่อเนื่องและผู้เสนอโครงการต้องแสดงเป้าหมายไปสู่การต่อยอดงานวิจัยในลำดับขั้นที่สูงขึ้นหรือขยายผลการวิจัย โดยมุ่งสู่การดำเนินการที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจสังคม และประโยชน์สาธารณะของประเทศ

2. โครงการที่จะยื่นข้อเสนอโครงการได้จะต้องมีผลลัพธ์ที่ได้จากโครงการเดิมอย่างใดอย่างหนึ่ง ดังต่อไปนี้

- 2.1 รายงานผลการวิจัยขั้นพื้นฐาน (Basic Research)
- 2.2 รายงานผลการวิจัยประยุกต์ (Applied Research)
- 2.3 ทรัพย์สินทางปัญญา เช่น
 - 2.3.1 สิทธิบัตร
 - 2.3.2 อนุสิทธิบัตร
 - 2.3.3 ลิขสิทธิ์
- 2.4 ต้นแบบ (Prototype) อย่างใดอย่างหนึ่ง ดังนี้
 - 2.4.1 ต้นแบบผลิตภัณฑ์
 - 2.4.2 ต้นแบบกระบวนการ
 - 2.4.3 ต้นแบบบริการ

3. ผู้เสนอโครงการต้องเป็นหน่วยงานที่เคยได้รับการสนับสนุนเงินจากกองทุนและจะต้องมีทีม นักวิจัยชุดเดิมเป็นหลัก หรืออย่างน้อย 2 ใน 3

4. ผู้เสนอโครงการสามารถยื่นข้อเสนอได้ในระหว่างดำเนินโครงการโดยมีผลความคืบหน้าในการดำเนินโครงการไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 หรือภายหลังการดำเนินโครงการเดิมแล้วเสร็จภายในระยะเวลา ไม่เกิน 3 ปี โดยทั้งนี้ผู้บังคับบัญชาสูงสุดของหน่วยงานที่ผู้เสนอขอรับทุนสังกัดอยู่จะต้องให้ความเห็นชอบในการเสนอข้อเสนอดังกล่าว

5. ผู้เสนอโครงการต้องจัดทำรายงานเบื้องต้นเพื่อวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการดำเนินโครงการดังกล่าวเพื่อประกอบการพิจารณาด้วย

6. ผู้เสนอโครงการต้องมีประวัติการร่วมงานที่ดีกับสำนักงาน กสทช. ดังนี้

- 6.1 ดำเนินโครงการบรรลุผลสำเร็จโดยไม่มีประวัติการทิ้งงาน
- 6.2 ให้ความร่วมมือในการติดตามและประเมินผลโครงการเป็นไปด้วยความเรียบร้อย

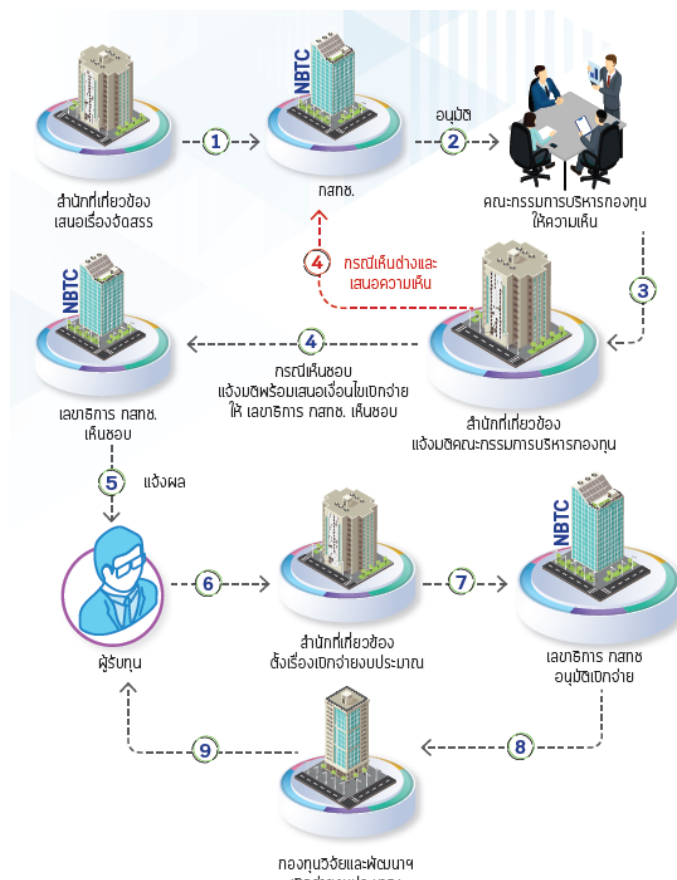
6.3 ส่งมอบงานครบถ้วนตรงตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในสัญญา

7. ผู้เสนอโครงการต้องเป็นผู้รับผิดชอบการดำเนินโครงการหรือกิจกรรมที่ขอโดยตรง

8. ผู้เสนอโครงการจะต้องไม่เสนอขอทุนซ้ำซ้อนกับแหล่งทุนอื่นโดยไม่นับรวมถึงผู้ประกอบการที่ต้องการร่วมทุน (ทั้งลักษณะ In-Cash และ In-kind)

9. การพิจารณาที่นอกเหนือจากเกณฑ์ดังกล่าวให้เป็นดุลยพินิจของคณะกรรมการบริหารกองทุน

ประเภทที่ 3 ทูทที่ กสทช. ประกาศกำหนด



หมายเหตุ การเบิกจ่ายเงินงบประมาณให้ดำเนินการจ้างตามลูกศร (6-9) จนถึงสุดโครงการ

14.1.4 ผู้มีสิทธิขอรับการส่งเสริมและสนับสนุน

ผู้มีสิทธิรับทุนจาก กทปส. ในแต่ละวัตถุประสงค์ แสดงตามตาราง ดังต่อไปนี้

	ผู้ได้รับใบอนุญาต	ผู้ประกอบการอุตสาหกรรม	หน่วยงานของรัฐ	สถานศึกษา	สมาคม มูลนิธิ หน่วยงานไม่แสวงหากำไร	องค์กรเอกชน ส่วนบุคคล	องค์กรเอกชน ไม่แสวงหากำไร	กลุ่ม Start Up	วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
52(1) USO	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
วิจัยชุมชน	✓								
52(2) R&D		✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓
พัฒนาบุคลากร			✓	✓	✓		✓	✓	✓
52(3) มาตรฐานจริยธรรม						✓			
52(4) คุ้มครองผู้บริโภค			✓	✓	✓		✓		

* (Universal of Service Obligation : USO) หมายถึง ดำเนินการให้บริการประชาชนได้รับบริการด้านกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม อย่างทั่วถึง

* (Research and Development : R&D) หมายถึง ส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาทรัพยากรสื่อสาร การวิจัยและพัฒนาด้านกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม รวมทั้งความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อเทคโนโลยีด้านการใช้คลื่นความถี่ เทคโนโลยีสารสนเทศ เทคโนโลยีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้พิการ ผู้สูงอายุ หรือผู้ด้อยโอกาส ตลอดจนอุตสาหกรรมโทรคมนาคม และอุตสาหกรรมต่อเนื่อง

14.1.5 เกณฑ์เบื้องต้นที่ควรรู้ในการตั้งงบประมาณสนับสนุน

1. งบประมาณในหมวดค่าตอบแทนบุคลากรจะต้องมีสัดส่วนไม่เกินร้อยละ 50 ของงบประมาณโครงการ ทั้งนี้อัตราค่าตอบแทนบุคลากร พิจารณาจากคุณวุฒิและประสบการณ์การทำงาน โดยอ้างอิงจากระเบียบกระทรวงการคลัง
2. งบประมาณในหมวดค่าครุภัณฑ์ ให้เป็นไปตามบัญชีมาตรฐานครุภัณฑ์ของสำนักงาน กสทช. พ.ศ. 2558
3. งบประมาณโครงการที่ยื่นขอรับการส่งเสริมและสนับสนุนตามวัตถุประสงค์ของกองทุนฯ ให้เป็นไปตามระเบียบสำนักงาน กสทช. โดยยกเว้นค่าใช้จ่ายในหมวดค่าที่พักผู้ให้ยึดตามระเบียบกระทรวงการคลัง

อ้างอิง	ประเภทบุคลากร	ค่าอาหาร (จัดครบทุกมื้อ)		ค่าที่พัก		ค่าตอบแทนวิทยากร		ค่าเดินทาง
		สถานที่ราชการ	สถานที่เอกชน	พักคนเดียว	พักคู่	บุคลากรของรัฐ	ไม่ใช่บุคลากรของรัฐ	
ระเบียบสำนักงาน กสทช.	ทุกประเภท	660	1,120	1,500 (เฉพาะผู้บริหาร)	900	1,000	2,000	กิโลเมตรละ 6 บาท

4. กรณีผู้ขอรับการส่งเสริมและสนับสนุนเป็นสถาบันการศึกษาในระดับอุดมศึกษาสามารถขอรับการส่งเสริมและสนับสนุนงบประมาณค่าธรรมเนียมมหาวิทยาลัยในสัดส่วนไม่เกินร้อยละ 7 ของงบประมาณโครงการ

5. กรณีโครงการที่ขอรับการส่งเสริมและสนับสนุนมีการขอจัดฝึกอบรม สมควรให้ผู้ขอรับการส่งเสริมและสนับสนุนพิจารณาใช้สถานที่จัดงานภายในองค์กรเป็นหลัก ยกเว้นมีเหตุผลความจำเป็นที่ไม่สามารถดำเนินการได้ ให้ผู้ขอรับการส่งเสริมและสนับสนุนจัดนอกสถานที่

6. ค่าตรวจสอบและจัดทำบัญชีค่าใช้จ่ายโครงการ สามารถตั้งงบประมาณค่าขอได้ กรณีงบประมาณค่าขอไม่เกิน 10,000,000 บาทสนับสนุนได้จำนวน 15,000 บาท และกรณีงบประมาณค่าขอเกิน 10,000,000 บาท สนับสนุนได้จำนวน 20,000 บาท ทั้งนี้ให้ผู้รับทุนต้องจัดจ้างสำนักงานบัญชีคุณภาพที่ผ่านการรับรองคุณภาพสำนักงานบัญชี ตามข้อกำหนดการรับรองคุณภาพ สำนักงานบัญชีของกรมพัฒนาธุรกิจการค้าหรือผู้สอบบัญชีรับอนุญาตตามกฎหมายว่าด้วยผู้สอบบัญชีที่ใบอนุญาตไม่ขาดอายุ หรือไม่ถูกสั่งพักหรือไม่ถูกเพิกถอนใบอนุญาต โดยสภาวิชาชีพหรือถูกเพิกถอนใบอนุญาตตรวจสอบและรับรองโดยหน่วยงานอื่นของทางราชการ หรือรัฐวิสาหกิจ

7. ภาษีมูลค่าเพิ่มหรืออากรอื่นใด ผู้ยื่นขอรับทุนสามารถตั้งงบประมาณโดยรวมภาษีมูลค่าเพิ่มและอากรอื่นใดที่จะเกิดขึ้นในโครงการได้ แต่ทั้งนี้จะต้องมีเอกสารหลักฐานแนบประกอบ

14.1.6 เอกสารหลักฐานประกอบการยื่นขอรับทุน

ลำดับ	เอกสารหลักฐานประกอบแบบคำขอฯ
1	เอกสารแสดงสถานะของหน่วยงานผู้ขอรับทุนที่ออกโดยหน่วยงานของรัฐ ได้แก่ พ.ร.บ. จัดตั้งองค์กร หนังสือจดทะเบียนนิติบุคคลหรือบริษัท หนังสือจดทะเบียนมูลนิธิ หรือสมาคม (ที่ออกโดยหน่วยงานรัฐ)
2	กรณีผู้มีอำนาจกระทำการลงนามเอง
2.1	- คำสั่งแต่งตั้งผู้มีอำนาจลงนาม - คำสั่งแต่งตั้งให้รักษาราชการ - คำสั่งมอบอำนาจปฏิบัติการแทน
3	กรณีมอบอำนาจให้ผู้อื่นเป็นผู้กระทำการแทนองค์กร
3.1	หนังสือมอบอำนาจให้กระทำการแทนฯ
3.2	สำเนาบัตรประจำตัวประชาชนของผู้มอบอำนาจ
3.3	สำเนาทะเบียนบ้านของผู้มอบอำนาจ
3.4	สำเนาบัตรประจำตัวประชาชนของผู้รับมอบอำนาจ
3.5	สำเนาทะเบียนบ้านของผู้รับมอบอำนาจ
3.6	อาคารแสดงම් 30 บาท หรือหนังสือแสดงว่าเป็นหน่วยงานที่ได้รับการยกเว้นไม่ต้องติดอาคารแสดงම්
4	เอกสารแสดงประวัติผู้รับผิดชอบและบุคลากรที่จะดำเนินโครงการ พร้อมส่งรายละเอียดคุณสมบัติ ประสบการณ์การทำงาน พร้อมลงลายมือชื่อเจ้าของประวัติ
5	สถานที่ดำเนินโครงการ
6	สำเนาหลักฐานที่แสดงถึงวัตถุประสงค์ ข้อบังคับ หรือระเบียบขององค์กรหนังสือบริคณห์สนธิ
7	สรุปผลงาน และประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับองค์กร และ/หรือกิจการที่เกี่ยวข้องกับภารกิจด้านกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมย้อนหลังไม่น้อยกว่าหนึ่งปี
8	เอกสารรับรองสถานภาพทางการเงินขององค์กร ที่เชื่อถือได้ (ส่วนราชการได้รับการยกเว้น)
8.1	งบการเงินย้อนหลัง 1 ปี
8.2	Statement ย้อนหลัง 6 เดือน
9	บัญชีรายชื่อบุคคลซึ่งเป็นกรรมการหรือผู้บริหารขององค์กรไม่น้อยกว่าสามคน พร้อมรายละเอียดเกี่ยวกับ ชื่อ เลขที่บัตรประจำตัวประชาชน ที่อยู่ พร้อมทั้งประวัติรายบุคคล และลงลายมือชื่อเจ้าของประวัติ (ส่วนราชการได้รับการยกเว้น)
10	ข้อมูลรายละเอียดข้อเสนอโครงการตามที่กำหนดในภาคผนวก (ถ้ามี)
11	เอกสารเพิ่มเติมอื่นๆ (ถ้ามี)

14.1.7 เกณฑ์พิจารณาโครงการเบื้องต้น

1. โครงการที่ยื่นขอทุนต้องสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของกองทุนข้อใดข้อหนึ่ง รวมถึงต้องมีความสอดคล้องกับกรอบนโยบายการจัดสรรที่ กสทช. และคณะกรรมการบริหารกองทุนกำหนด และต้องสอดคล้องกับแนวนโยบายของทางภาครัฐ ได้แก่

- นโยบายพื้นฐานแห่งรัฐที่ได้กำหนดไว้ในรัฐธรรมนูญหรือนโยบายที่รัฐบาลแถลงต่อรัฐสภา
- แผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี และสอดคล้องกับกรอบนโยบาย Thailand 4.0
- แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
- แผนแม่บทการบริหารคลื่นความถี่ แผนแม่บทกิจการกระจายเสียง และกิจการโทรทัศน์ แผนแม่บทกิจการโทรคมนาคม หรือแผนการจัดให้มีบริการโทรคมนาคมพื้นฐาน โดยทั่วถึงและบริการเพื่อสังคม
- นโยบายและแผนยุทธศาสตร์ กทปส.

2. โครงการที่ขอรับทุน กทปส. ต้องไม่มีความซ้ำซ้อนกับโครงการที่ กสทช. ดำเนินการอยู่

3. โครงการที่ขอรับทุน ต้องมีรายละเอียดครบถ้วนสมบูรณ์ มีเป้าหมายและผลลัพธ์ที่เป็นประโยชน์โดยตรงต่อกิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม

4. ผู้ขอรับทุนต้องเป็นผู้รับผิดชอบดำเนินโครงการด้วยตนเอง

5. ต้องไม่เคยได้รับการสนับสนุนจากแหล่งงบประมาณอื่นมาก่อน

14.1.8 การประกาศผล

ภายหลังการพิจารณาคัดเลือกโครงการโดยผ่านความเห็นชอบจากคณะกรรมการบริหารกองทุน และ กสทช. แล้วเสร็จ กทปส. จะประกาศผลผู้ได้รับการคัดเลือก รวมถึงผู้ที่ไม่ผ่านการคัดเลือก โดยแยกตามวัตถุประสงค์การยื่นคำขอในเว็บไซต์ <http://btfp.nbt.go.th> และอีกช่องทางหนึ่งคือทาง Facebook ชื่อ “กทปส. – กองทุนวิจัยและพัฒนา”

14.2 ส่วนที่ 2 การทำสัญญารับทุน

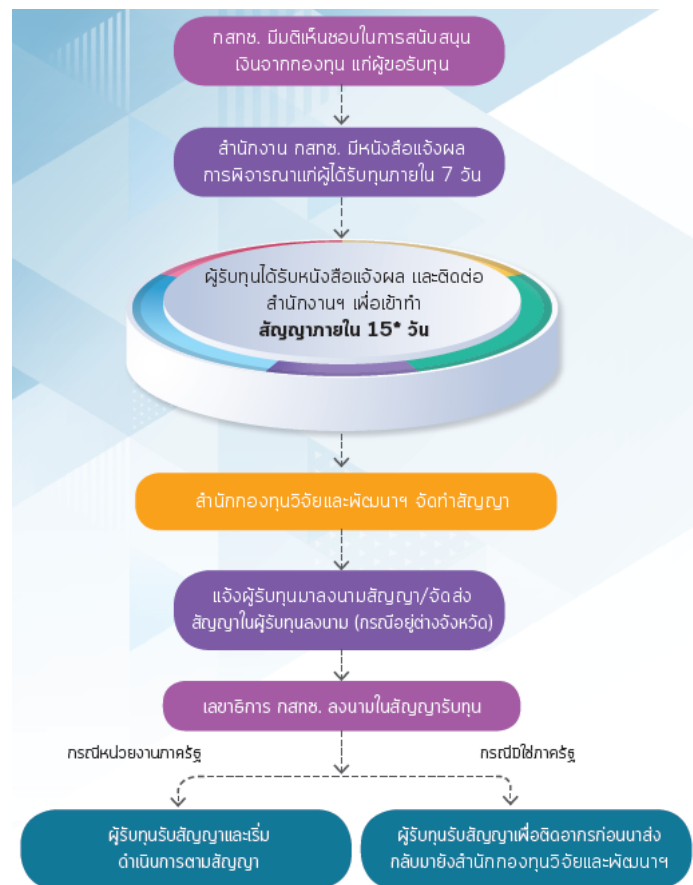
14.2.1 ขั้นตอนลงนามในสัญญา

- การลงนามในสัญญารับทุน

1. หลังจากที กสทช. ได้มีมติเห็นชอบในการสนับสนุนเงินกองทุนแก่ผู้ยื่นขอทุนแล้ว กทปส. จะส่งหนังสือแจ้งผลการพิจารณาแก่ผู้ขอรับทุน เป็นหนังสือภายใน 7 วัน นับตั้งแต่วันที่ กสทช. มีมติ
2. หลังจากผู้ขอรับทุนได้รับหนังสือแจ้ง ผลการพิจารณาแล้วให้ติดต่อสำนักกองทุนวิจัยและพัฒนา เพื่อแจ้งยืนยันการรับทุนฯ เป็นลายลักษณ์อักษรภายใน 15 วัน นับตั้งแต่วันที่ได้รับหนังสือแจ้งดังกล่าวและหลังยืนยันการรับทุนแล้วจะต้องเร่งรัดจัดทำเอกสารสัญญาพร้อมลงนามในสัญญาไม่เกิน 60 วัน นับจากได้รับหนังสือแจ้ง

3. ในกรณีที่ผู้ขอรับการส่งเสริมและสนับสนุนไม่สามารถดำเนินการตาม ข้อ 2. ได้ภายในระยะเวลา 15 วัน ให้ผู้ขอรับการส่งเสริมและสนับสนุน แสดงเหตุผลและความจำเป็นเพื่อขอขยายระยะเวลาในการจัดทำสัญญา
4. หากผู้ขอรับการส่งเสริมและสนับสนุน ไม่ดำเนินการขอขยายระยะเวลาในการจัดทำสัญญาให้ถือว่าผู้ขอรับการส่งเสริมและสนับสนุนเงินจากกองทุนสละสิทธิในคำขอที่ยื่น
5. สำนักกองทุนวิจัยและพัฒนาฯ ดำเนินการจัดทำสัญญา โดยเอกสารในการจัดทำสัญญาจะมีตัวจริง 1 ชุด และสำเนา 1 ชุด และเอกสารทุกหน้าจะต้องลงนามกำกับโดยผู้มีอำนาจกระทำการ หรือผู้ที่ได้รับมอบอำนาจอย่างถูกต้องตามกฎหมายพร้อมตีตราประจำหน่วยงาน/องค์กร ให้ครบถ้วนเพื่อให้ผู้ขอรับการส่งเสริมและสนับสนุนลงนาม ก่อนเสนอเลขાธิการ กสทช. ลงนามต่อไป
6. ภายหลังกเลขาธิการ กสทช. ลงนามในสัญญาเรียบร้อยแล้ว กรณีมีใช้หน่วยงานภาครัฐผู้รับทุนรับสัญญาเพื่อติดอากรก่อนนำส่งกลับมายังสำนักกองทุนวิจัยและพัฒนาฯ

แผนภาพแสดงขั้นตอนการลงนามในสัญญา



- การติดอากรแสตมป์

อากรแสตมป์ในการจัดทำสัญญา (ตราสาร) ประกอบด้วย

1. ต้นฉบับหรือต้นสัญญา

ผู้รับทุนจะต้องเสียอากรแสตมป์สัญญา ในอัตรา 1 บาท ของทุกๆ จำนวนเงิน 1,000 บาท
สูตรการคำนวณมูลค่าอากรแสตมป์

วงเงินที่ได้รับการจัดสรร
1,000

2. คู่ฉบับหรือคู่ฉีกแห่งตราสาร

คือ ตราสารซึ่งมีข้อความอย่างเดียวกันกับต้นฉบับ หรือต้นสัญญาและผู้กระทำตราสาร
ได้ลงลายมือชื่อไว้ อย่างเดียวกับต้นฉบับ

(ก) ถ้าต้นฉบับเสียอากรไม่เกิน 5 บาท มูลค่าอากรแสตมป์ 1 บาท

(ข) ถ้าต้นฉบับเสียอากรเกิน 5 บาท มูลค่าอากรแสตมป์ 5 บาท

ทั้งนี้ อากรแสตมป์ที่เกิดขึ้นเป็นหน้าที่ความรับผิดชอบของผู้รับทุนที่ชำระค่าอากรแสตมป์
ณ สำนักงานสรรพากรพื้นที่ที่ทำสัญญาขึ้น ภายใน 15 วัน นับแต่วันถัดจากวันกระทำ
ตราสารนั้น ซึ่งหากล่าช้า ผู้รับทุนต้องเสียเงินเพิ่ม ดังนี้

- กรณีไม่เกิน 90 วัน เสียเพิ่ม 2 เท่า

- กรณีเกิน 90 วัน เสียเพิ่ม 5 เท่า

14.2.2 เอกสารประกอบสัญญา

หัวข้อ	รายละเอียด	ตัวอย่าง/แบบฟอร์ม
สัญญารับทุน	สัญญารับทุนแบบทรัพย์สินทางปัญญาในผลการวิจัย ให้เป็นของผู้ให้ทุนแต่เพียงผู้เดียว	เอกสารแนบ 1 ตัวอย่างปรากฏ ตามภาคผนวก
	สัญญารับทุนแบบทรัพย์สินทางปัญญาในผลการวิจัย ให้เป็นของผู้ให้ทุนแต่เพียงผู้เดียว	เอกสารแนบ 2 ตัวอย่างปรากฏ ตามภาคผนวก
เอกสารแนบท้ายสัญญา		
หมายเลข 1		
หมายเลข 1.1	สำเนาข้อเสนอโครงการฉบับเต็ม โดยต้องปรับให้สอดคล้อง กับเงื่อนไขที่ได้รับอนุมัติ และตารางงบประมาณที่ผ่าน ความเห็นชอบจาก กสทช.	
หมายเลข 1.2	ผลงานที่คาดว่าจะได้รับจากโครงการ เป็นจำนวนนับ	เอกสารแนบ 3

หัวข้อ	รายละเอียด	ตัวอย่าง/แบบฟอร์ม
หมายเลข 1.3	หนังสือมอบอำนาจและเอกสารประกอบ (บัตรประชาชน และทะเบียนบ้าน ผู้มอบและผู้รับมอบอำนาจ)	เอกสารแนบ 4
หมายเลข 1.4	ใบแสดงการจัดตั้งสมาคม / มูลนิธิ / บริษัท และข้อบังคับ ขององค์กร	
หมายเลข 1.5	เอกสารยืนยันผู้รับทุนและเอกสารแนบ (ภาษี) (ภ.พ. ๒๐ หรือหนังสือได้รับการยกเว้นภาษี)	เอกสารแนบ 5
หมายเลข 2	รายชื่อผู้ดำเนินโครงการหรือคณะนักวิจัย	เอกสารแนบ 6
หมายเลข 3	เงื่อนไขการเบิกจ่ายเงินจากกองทุน (Payment Term)	เอกสารแนบ 7
หมายเลข 4	แบบฟอร์มแผนปฏิบัติการและแผนงบประมาณ	เอกสารแนบ 8
หมายเลข 5	กรรมสิทธิ์ในครุภัณฑ์	เอกสารแนบ 9
หมายเลข 6	สำเนาหน้าสมุดบัญชีเงินฝาก	
หมายเลข 7	ระเบียบคณะกรรมการบริหารกองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ ว่าด้วยการเก็บรักษา การใช้จ่าย การจัดทำบัญชี และระบบบัญชี	
หมายเลข 8	ประกาศคณะกรรมการบริหารกองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขการใช้จ่ายเงิน การติดตาม และการประเมินผล เงินกองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ	

14.2.3 ทรัพย์สินทางปัญญาและการจดสิทธิบัตร

ทรัพย์สินทางปัญญา

แนวปฏิบัติเกี่ยวกับหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขการบริหารจัดการทรัพย์สินทางปัญญา และการจัดสรรผลประโยชน์อันเกิดจากทรัพย์สินทางปัญญาที่ได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนจากกองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ ได้กำหนดสิทธิความเป็นเจ้าของและการบริหารจัดการทรัพย์สินทางปัญญา ดังนี้

1. สิทธิในความเป็นเจ้าของทรัพย์สินทางปัญญา แบ่งเป็น 2 กรณี ดังนี้

1) สำนักงาน กสทช. เป็นเจ้าของทรัพย์สินทางปัญญาแต่เพียงผู้เดียวเว้นแต่จะมีการตกลงกันเป็นอย่างอื่นโดยทำเป็นลายลักษณ์อักษร ภายหลังจากได้มีการตกลงกันไว้แล้ว หากผู้รับทุนมีความประสงค์จะขอรับสิทธิในความเป็นเจ้าของทรัพย์สินทางปัญญาบางส่วนหรือทั้งหมด ผู้รับทุนสามารถกระทำได้โดยต้องปฏิบัติตามวิธีการ เงื่อนไข และระยะเวลาที่สำนักงาน กสทช. กำหนด

2) กรณีผู้รับทุนเป็นหน่วยงานของรัฐและมีศักยภาพ ในการบริหารจัดการทรัพย์สินทาง ปัญญาโดยมีประสบการณ์และผลงานเป็นที่ยอมรับว่าสามารถนำทรัพย์สินทางปัญญาไปพัฒนาให้เกิด ประโยชน์ต่อหน่วยงานและสาธารณชน ให้ผู้รับทุนเป็นเจ้าของทรัพย์สินทางปัญญาแต่เพียงผู้เดียวได้ เว้นแต่จะมีการตกลงกันเป็นอย่างอื่นโดยทำเป็นลายลักษณ์อักษร

กรณีผู้รับทุนไม่สามารถดำเนินการใดๆ ที่แสดงให้เห็นถึงการนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์ ทั้งในเชิงพาณิชย์ หรือเชิงสาธารณประโยชน์ภายในระยะเวลา 18 เดือน นับแต่ได้สิทธิในการบริหาร จัดการทรัพย์สินทางปัญญาให้สำนักงาน กสทช. สงวนสิทธิในการเรียกคืนสิทธิความเป็นเจ้าของหรือ สิทธิในการบริหารจัดการทรัพย์สินทางปัญญา

2. การบริหารจัดการ การจัดสรรผลประโยชน์ แบ่งเป็น 2 กรณี ดังนี้

1) กรณีสำนักงาน กสทช. และผู้รับทุน เป็นเจ้าของทรัพย์สินทางปัญญาร่วมกัน ให้เป็นไป ตามที่คู่สัญญาตกลงกัน

2) กรณีผู้รับทุนเป็นเจ้าของทรัพย์สินทางปัญญาแต่เพียงผู้เดียวให้ผู้รับทุนเป็นผู้บริหารจัดการ ทรัพย์สินทางปัญญาแต่เพียงผู้เดียว

3. ค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการทรัพย์สินทางปัญญา แบ่งเป็น 2 กรณี ดังนี้

1) กรณีสำนักงาน กสทช. หรือผู้รับทุนมีสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาแต่ผู้เดียว ให้ผู้เป็น เจ้าของสิทธิเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายแต่เพียงผู้เดียว เว้นแต่จะมีการตกลงกันเป็นอย่างอื่นโดยทำเป็น ลายลักษณ์อักษร

2) กรณีสำนักงาน กสทช. และผู้รับทุนมีสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาร่วมกัน ให้แต่ละฝ่าย รับผิดชอบค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นตามสัดส่วนที่ได้ตกลงไว้

14.3 ส่วนที่ 3 การดำเนินงานตามสัญญาฯ รับทุน

14.3.1 การส่งมอบงาน

- สิ่งที่ผู้รับทุนต้องส่งมอบ

ผู้รับทุนจะได้นำส่งมอบงานตามที่ระบุไว้ในสัญญา จำนวน 2 อย่าง ประกอบด้วย

1. ผลงานประจำงวด

ผู้รับทุนมีหน้าที่นำส่งผลงานประจำงวดโดยมีเนื้อหาและกำหนดส่งมอบงานเป็นไปตาม เงื่อนไขการเบิกจ่ายเงิน โดยให้จัดทำหนังสือนำเสนอผลงานประจำงวดและขออนุมัติเบิกจ่าย ดังมีตัวอย่างรายงาน/ผลงานประจำงวดปรากฏตามภาคผนวก

ทั้งนี้ ผู้ลงนามในหนังสือดังกล่าวต้องเป็นผู้มีอำนาจกระทำการหรือเป็นผู้รับมอบอำนาจ

2. รายงานความก้าวหน้า

ผู้รับทุนมีหน้าที่นำส่งรายงานความก้าวหน้าประจำไตรมาส จำนวน 6 ชุด ภายใน 15 วัน นับตั้งแต่วันสิ้นสุดของแต่ละไตรมาส โดยต้องมีหนังสือนำส่งและรายงานความก้าวหน้าประจำไตรมาส และนำส่งรายงานความก้าวหน้าประจำปีจำนวน 6 ชุด ภายใน 30 วัน นับตั้งแต่วันสิ้นสุดของปี โดยต้องมีหนังสือนำส่งและรายงานความก้าวหน้าประจำปีเป็นไปตามแบบที่สำนักงาน กสทช. กำหนด ดังมีตัวอย่างรายงานความก้าวหน้าประจำไตรมาส/ประจำปีปรากฏตามภาคผนวก

ทั้งนี้ ผู้ลงนามในหนังสือดังกล่าวต้องเป็นผู้มีอำนาจกระทำการหรือเป็นผู้รับมอบอำนาจ

ตารางสรุปการส่งมอบงาน

รายงาน	กำหนดส่งงาน	จำนวน
ผลงานประจำงวด (ฉบับภาษาไทย) และรายงานทางการเงิน ตามแบบที่กำหนดพร้อมเอกสารหลักฐานที่ผู้ให้ทุนกำหนด	ภายในระยะเวลาตามเอกสารแนบท้ายสัญญา	6 ชุด
รายงานไตรมาส	ภายในระยะเวลา 15 วัน นับแต่วันสิ้นสุดของแต่ละไตรมาส	6 ชุด
รายงานประจำปี	ภายในระยะเวลา 30 วัน นับแต่วันสิ้นสุดของปี	6 ชุด

- ขั้นตอนการพิจารณาตรวจรับผลงาน

สำนักงาน กสทช. จะแต่งตั้งคณะกรรมการพิจารณาผลงานโครงการที่ได้รับทุนซึ่งเป็นผู้ทรงคุณวุฒิ ในด้านที่เกี่ยวข้องจากหน่วยงานภายในสำนักงาน กสทช. และหน่วยงานภายนอก โดยมีองค์ประกอบและอำนาจหน้าที่ ดังนี้

1. องค์ประกอบ

- โครงการที่มีงบประมาณน้อยกว่า 5 ล้านบาท มีองค์ประกอบของคณะกรรมการพิจารณาผลงานการดำเนินโครงการ ไม่น้อยกว่า 3 คน โครงการที่มีงบประมาณตั้งแต่ 5 ล้านบาทขึ้นไป มีองค์ประกอบของคณะกรรมการพิจารณาผลงานการดำเนินโครงการ ไม่น้อยกว่า 5 คน

2. อำนาจหน้าที่

- พิจารณาผลการดำเนินโครงการตามสัญญารับทุนให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและบรรลุวัตถุประสงค์ตามเป้าหมายของโครงการ

- พิจารณาให้ความเห็นในการตรวจรับผลการดำเนินงานของโครงการ หรือให้ความเห็นอื่นที่เกี่ยวข้องกับสัญญารับทุน เสนอต่อเลขาธิการ กสทช. เพื่อประกอบการพิจารณาอนุมัติเบิกจ่ายเงินตามสัญญารับทุนหรืออนุมัติอื่นใดที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินโครงการ ทั้งนี้ ในกรณีที่เห็นว่าผลงานที่ส่งมอบทั้งหมดหรือ งวดใดก็ตามไม่เป็นไปตามรายละเอียดและข้อกำหนดในสัญญารับทุน ให้รายงานเลขาธิการ กสทช. ทราบเพื่อสั่งการตามที่เห็นสมควร

- โดยให้คณะกรรมการตรวจรับผลงานที่ผู้รับทุนส่งมอบภายใน 15 วันทำการ นับแต่วันที่ประธานกรรมการได้ทราบการส่งมอบผลงาน

ทั้งนี้ กรณีคณะกรรมการพิจารณาผลงานโครงการฯ ได้พิจารณาผลงานของผู้รับทุนแล้ว เห็นชอบผลงานและผลการเบิกจ่ายเงินประจำงวดแล้ว สำนักงาน กสทช. จะดำเนินการขออนุมัติเบิกจ่ายจากกองทุนฯ ต่อไป แต่หากคณะกรรมการพิจารณาผลงานโครงการฯ ได้พิจารณาผลงานของผู้รับทุนแล้ว ไม่เห็นชอบผลงานและการเบิกจ่ายเงินประจำงวด สำนักงาน กสทช. จะแจ้งให้ผู้รับทุนแก้ไข ปรับปรุงผลงานต่อไป

- การแก้ไขเมื่อเกิดปัญหาการส่งมอบงาน

ในระหว่างดำเนินโครงการตามสัญญานี้ หากมีปัญหาเกิดขึ้นที่อาจทำให้เป็นอุปสรรคในการดำเนินการ ผู้รับทุนจะต้องแจ้งเป็นหนังสือให้ผู้ให้ทุนได้ทราบภายใน 7 วันนับแต่วันที่ปัญหาดังกล่าวเกิดขึ้น เพื่อหาแนวทางการแก้ไขปัญหาพร้อมกันโดยเร็ว ในกรณีที่ไม่สามารถจะแก้ไขได้ จนทำให้ไม่อาจ

ดำเนินโครงการต่อไป หรือเกิดอุปสรรคอื่นใดทำให้ไม่อาจดำเนินโครงการต่อไปได้โดยมิใช่ความผิดของผู้รับทุน ผู้รับทุนจะต้องคืนเงินเฉพาะส่วนที่เหลือจากการดำเนินโครงการที่ได้รับไปในแต่ละงวดนั้นๆ ให้แก่ผู้ให้ทุนภายใน 7 วัน นับแต่วันที่ผู้ให้ทุนได้แจ้งเป็นหนังสือให้ผู้รับทุนทราบ แต่หากปัญหาหรืออุปสรรคที่เกิดขึ้นเป็นความผิดของผู้รับทุนเอง ผู้รับทุนจะต้องชดใช้คืนเงินทุนทั้งหมดที่ได้รับไปให้แก่ผู้ให้ทุนภายใน 7 วัน นับแต่วันที่ผู้ให้ทุนได้แจ้งเป็นหนังสือให้ผู้รับทุนทราบ

- การส่งมอบงานล่าช้ากว่าที่กำหนด

การส่งมอบงาน ผู้รับทุนจะต้องส่งมอบภายในระยะเวลาที่กำหนดในสัญญาเท่านั้นหากมีเหตุสุดวิสัยไม่สามารถส่งมอบงานได้ภายในกำหนดระยะเวลา ผู้รับทุนจะต้องทำหนังสือขออนุมัติพร้อมบอกถึงเหตุผลความจำเป็นล่วงหน้าอย่างน้อย 15 วัน ก่อนวันส่งมอบงานในงวดนั้นๆ

แผนภาพลำดับขั้นตอนการนำส่งผลงานและเบิกจ่ายเงินประจำงวด



14.3.2 จัดซื้อครุภัณฑ์ในโครงการ

14.3.2.1 ในกรณีที่ผู้รับทุนเป็นหน่วยงานของรัฐ หรือรัฐวิสาหกิจ และมีระเบียบหลักเกณฑ์และวิธีปฏิบัติเกี่ยวกับการขอรับเงินอุดหนุนการวิจัย หรือวิธีปฏิบัติการจัดซื้อจัดจ้างครุภัณฑ์ต่างๆ ของหน่วยงานต้นสังกัดของตนอยู่แล้วก่อนการลงนามสัญญานี้ ให้ผู้รับทุนปฏิบัติตามระเบียบหลักเกณฑ์ และวิธีปฏิบัติเกี่ยวกับการขอรับเงินอุดหนุนการวิจัย หรือวิธีปฏิบัติการจัดซื้อจัดจ้างครุภัณฑ์นั้น

14.3.2.2 หากผู้รับทุนไม่มีระเบียบ หลักเกณฑ์ และวิธีปฏิบัติเกี่ยวกับการขอรับเงินอุดหนุนการวิจัยหรือวิธีปฏิบัติการจัดซื้อจัดจ้างครุภัณฑ์ดังกล่าว หรือเป็นหน่วยงานเอกชน การขอรับเงินอุดหนุนการวิจัย หรือการจัดซื้อจัดจ้างครุภัณฑ์ต่างๆ ให้เป็นไปตามระเบียบหลักเกณฑ์ และวิธีปฏิบัติของผู้ให้ทุน

14.3.2.3 ในระหว่างการดำเนินโครงการ หากมีการจัดกิจกรรม การฝึกอบรม หรือเมื่อสิ้นสุดโครงการผลงานที่ได้ เช่น แอปพลิเคชัน ระบบ เว็บไซต์ อุปกรณ์/ครุภัณฑ์ต่างๆ เป็นต้น ผู้รับทุนจะต้องมีตรา/เครื่องหมายสัญลักษณ์ของผู้ให้ทุนตามที่คุณให้ทุนกำหนด ปรากฏให้เห็นเด่นชัด หรือข้อความอ้างอิง ในผลงานว่า “ได้รับทุนสนับสนุนจากกองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมเพื่อประโยชน์สาธารณะ” หรือข้อความอื่นใดที่มีความหมายคล้ายคลึงกัน ทั้งนี้ ในส่วนของครุภัณฑ์ผู้รับทุนมีหน้าที่ดูแลบำรุงรักษาหรือซ่อมแซมให้อยู่ในสภาพใช้งานได้ดีอยู่เสมอด้วยค่าใช้จ่ายของผู้รับทุนเอง ตลอดระยะเวลาที่ต้องรับผิดชอบ แต่ละโครงการเพื่อกิจการอันเป็นประโยชน์ของผู้รับทุนต่อไป

14.3.2.4 ผู้รับทุนจะต้องจัดทำบัญชีแสดงรายการครุภัณฑ์ยื่นต่อผู้ให้ทุน และยินยอมให้ผู้ให้ทุนหรือผู้ที่ได้รับมอบหมายจากผู้ให้ทุนตรวจตราครุภัณฑ์ต่างๆ ที่จะตกเป็นกรรมสิทธิ์ของผู้ให้ทุนได้ตลอดเวลา โดยผู้ให้ทุนไม่จำเป็นต้องแจ้งล่วงหน้า

14.3.3 การขอเปลี่ยนแปลงสัญญา

หากมีความจำเป็นผู้รับทุนมีสิทธิขอแก้ไข เพิ่มเติม หรือเปลี่ยนแปลง ระยะเวลาโครงการ จำนวนคนกะทำงาน หรือตัวบุคคลในคนกะทำงาน ประเภทครุภัณฑ์ หรือรายละเอียดอื่นใดตามที่กำหนดไว้ในสัญญาได้ โดยผู้รับทุนจะต้องแจ้งเป็นหนังสือพร้อมแสดงเหตุผลให้ผู้ให้ทุนทราบ และต้องปฏิบัติตามคำสั่งหรือคำแนะนำของผู้ให้ทุน การแก้ไข เพิ่มเติม หรือเปลี่ยนแปลงจะต้องได้รับความเห็นชอบเป็นหนังสือจากผู้ให้ทุนก่อน ดังนี้

การขยายระยะเวลาการดำเนินโครงการ

การขยายระยะเวลาในการดำเนินโครงการ ผู้รับทุนจะต้องกระทำก่อนระยะเวลาโครงการสิ้นสุดไม่น้อยกว่า 15 วัน และให้อยู่ในดุลยพินิจของผู้ให้ทุนที่จะพิจารณาตามที่เห็นสมควร เว้นแต่ในกรณีที่มีเหตุสุดวิสัย หรือเหตุใดๆ หรือเหตุการณ์อันหนึ่งอันใดที่ไม่สามารถปฏิบัติงานให้แล้วเสร็จตามเงื่อนไขและกำหนดเวลาแห่งสัญญานี้ ผู้รับทุนต้องแจ้งเหตุหรือเหตุการณ์ดังกล่าวพร้อมหลักฐานเป็นหนังสือให้ผู้ให้ทุนทราบเพื่อขอขยายเวลาดำเนินงาน แต่ต้องไม่เกินวันสิ้นสุดระยะเวลาโครงการตามสัญญา หากผู้รับทุนไม่ปฏิบัติตามจะให้ถือว่า ผู้ดำเนินงานได้สละสิทธิเรียกร้องในการที่จะขอขยายเวลาการทำงานออกไปโดยไม่มีเงื่อนไขใดๆ

ทั้งสิ้น เว้นแต่กรณีเหตุเกิดจากความผิดหรือความบกพร่องของสำนักงานซึ่งมีหลักฐานชัดเจนหรือผู้ให้ทุนทราบดีอยู่แล้วตั้งแต่นั้นทั้งนี้ การขยายระยะเวลาไม่เกินกว่า 90 วัน เป็นอำนาจพิจารณาของเลขาธิการ กสทช. หากเกินกว่า 90 วัน เป็นอำนาจพิจารณาของคณะกรรมการบริหารกองทุน

การขอเปลี่ยนแปลงงบประมาณ

หากมีความจำเป็นที่ผู้รับทุนจะขอเปลี่ยนแปลงรายละเอียดค่าใช้จ่ายโครงการ เช่น เพิ่ม ลด โอนย้ายเปลี่ยนแปลงหมวดงบประมาณโครงการ เป็นต้น ให้ผู้รับทุนจัดทำหนังสือขอเปลี่ยนแปลงรายการงบประมาณพร้อมเหตุผลความจำเป็น และให้อยู่ในดุลยพินิจของผู้ให้ทุน

การเปลี่ยนแปลงบุคลากรโครงการ

หากผู้รับทุนมีความจำเป็นที่ผู้รับทุนจะขอเปลี่ยนแปลงบุคลากรให้ผู้รับทุนจัดทำรายละเอียดประวัติบุคลากรที่ต้องการเปลี่ยนแปลงพร้อมเหตุผลความจำเป็น และให้อยู่ในดุลยพินิจของผู้ให้ทุน

การเปลี่ยนแปลงรายการครุภัณฑ์

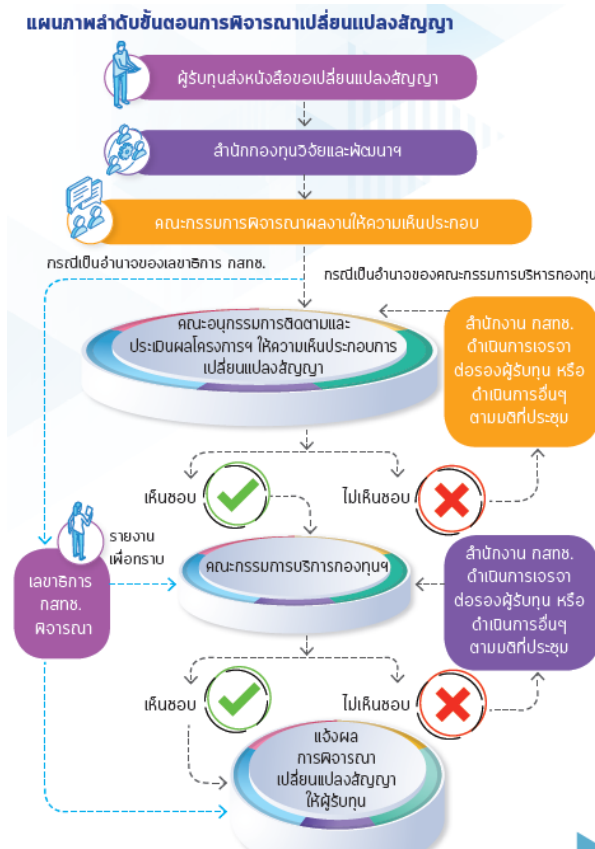
เมื่อผู้รับทุนได้รับอนุมัติงบประมาณสำหรับจัดหาครุภัณฑ์โครงการแล้วต้องดำเนินการให้เป็นไปตามรายการครุภัณฑ์ที่ปรากฏในงบประมาณโครงการ หากผู้รับทุนมีความจำเป็นที่จะขอแก้ไขเปลี่ยนแปลงครุภัณฑ์ นอกเหนือจากที่กำหนดในรายงานงบประมาณให้จัดทำหนังสือขออนุมัติต่อเลขาธิการ กสทช. พร้อมเหตุผลความจำเป็นเมื่อได้รับอนุมัติ แล้วจึงจะดำเนินการได้ ที่ปรากฏในมีหน้าที่จัดทำรายละเอียดครุภัณฑ์ที่ต้องการเปลี่ยนแปลงพร้อมเหตุผลความจำเป็น ทั้งนี้ เป็นอำนาจพิจารณาของเลขาธิการ กสทช. หรือคณะกรรมการบริการกองทุนแล้วแต่กฎหมายกำหนดทั้งนี้ ผู้ลงนามในหนังสือดังกล่าว ต้องเป็นผู้มีอำนาจกระทำการหรือเป็นผู้รับมอบอำนาจ

การพิจารณาเปลี่ยนแปลงสัญญา

- กรณีคณะกรรมการพิจารณาผลงานโครงการฯ ได้พิจารณาการเปลี่ยนแปลงสัญญาแล้ว เห็นชอบให้แก้ไขเปลี่ยนแปลงสัญญา สำนักงาน กสทช. จะดำเนินการเสนอขออนุมัติผู้มีอำนาจอนุมัติตามขั้นตอนต่อไป และจะแจ้งผลการพิจารณาให้กับผู้รับทุนทราบต่อไป

- กรณีคณะกรรมการพิจารณาผลงานโครงการฯ ได้พิจารณาการเปลี่ยนแปลงสัญญาแล้ว ไม่เห็นชอบให้แก้ไขเปลี่ยนแปลงสัญญา สำนักงาน กสทช. จะเสนอผู้มีอำนาจตามขั้นตอน

ทั้งนี้ เป็นอำนาจพิจารณาของเลขาธิการ กสทช. ตามกฎหมายกำหนดและจะแจ้งผลการพิจารณาให้ผู้รับทุนทราบต่อไป



14.4 ส่วนที่ 4 การดำเนินการด้านการเงินและการบัญชี

14.4.1 การเปิดบัญชีโครงการ

ให้ผู้รับทุนเปิดบัญชีเงินฝากธนาคาร เป็นชื่อโครงการหรือชื่อนิติบุคคลที่เกี่ยวข้องในกรณีที่เป็นบัญชีธนาคารกสิกรไทยจะได้รับเงินได้เร็วกว่าธนาคารอื่น

14.4.2 ภาษีมูลค่าเพิ่มและภาษีหัก ณ ที่จ่าย

1. สำนักงานฯ เป็นผู้ประกอบการจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม การดำเนินโครงการของผู้รับทุนถือเป็นการบริการตอบแทนต้องออกใบกำกับภาษีมูลค่าเพิ่ม หากผู้รับทุนไม่ได้รับการยกเว้น

2. สำนักงานฯ เป็นหน่วยงานของรัฐมีหน้าที่หักภาษีเงินได้ ณ ที่จ่ายอัตราร้อยละ 1 จากเงินที่จ่ายให้กับผู้รับทุน (ผู้รับทุนที่เป็นหน่วยงานภาครัฐหรือองค์กรสาธารณกุศล จะได้รับการยกเว้นไม่ถูกหักภาษีเงินได้ ณ ที่จ่าย)

3. ผู้รับทุนต้องยื่นยันตนเองในแบบฟอร์มหนังสือเกี่ยวกับภาษีเงินได้และภาษีมูลค่าเพิ่ม

4. สำนักงาน กสทช. จะออกใบเสร็จรับเงินสำหรับเงินประกันสัญญา/ผลงาน (ถ้ามี) ให้ผู้รับทุน และหากผู้รับทุนต้องการขอคืนเงินเมื่อปฏิบัติครบถ้วนถูกต้องตามสัญญาต้องนำใบเสร็จต้นฉบับมาขอเบิกด้วย

14.4.3 การจ่ายเงินทุนในแต่ละงวด

1. สำนักงานฯ ออกหนังสือรับรองภาษีหัก ณ ที่จ่ายร้อยละ 1 ให้ผู้รับทุน (ยกเว้นในกรณีที่ผู้รับทุนได้รับการยกเว้นไม่ต้องหัก ณ ที่จ่าย)

2. กรณีผู้รับทุนมิใช่หน่วยงานภาครัฐ สำนักงานฯ จะดำเนินการหักเงินประกันสัญญาในงวดแรกจำนวนร้อยละ 5

3. สำนักงานฯ ออกเช็ค/โอนเงินเข้าบัญชีธนาคารตามที่ระบุไว้ในสัญญาโดยผู้รับทุนรับผิดชอบค่าธรรมเนียมธนาคาร

4. ผู้รับทุนออกใบเสร็จ/ใบกำกับภาษี (ถ้ามี) และจัดส่งให้สำนักงานฯ ภายใน 15 วันนับแต่วันที่ได้รับทุนแต่ละงวด

14.4.4 การโอนเงินให้ผู้รับทุน

การส่งมอบงานผู้รับทุนต้องนำส่งหลักฐานการเบิกจ่ายทุกรายการ เพื่อให้คณะกรรมการพิจารณาผลงานการดำเนินโครงการพิจารณาให้ความเห็นชอบ และผู้ให้ทุนทำการตรวจสอบก่อนดำเนินการเบิกจ่ายเงินแต่ละงวดให้แก่ผู้รับทุน ซึ่งผู้ให้ทุนจะจ่ายให้โดยวิธีการโอนเงินเข้าบัญชีเงินฝากของผู้รับทุนตามที่ระบุในเอกสารแนบท้ายสัญญา โดยผู้รับทุนจะรับผิดชอบค่าธรรมเนียมธนาคารที่เกิดจากการโอนเงินที่นอกเหนือจากบัญชีธนาคารกสิกรไทย (บัญชีของผู้ให้ทุน)

- หลังจากผู้ให้ทุนโอนเงินเข้าบัญชีของผู้รับทุนเรียบร้อยแล้ว ผู้รับทุนมีหน้าที่ออกใบเสร็จรับเงินและส่งมอบใบเสร็จรับเงินในแต่ละงวดให้แก่ผู้ให้ทุนภายใน 15 วัน นับแต่ได้รับเงินทุน

14.4.5 การเก็บรักษาเอกสารทางการเงิน การบัญชีและการพัสดุ

ผู้รับทุนต้องเก็บรักษาหลักฐานทางการเงิน การบัญชี และการพัสดุ ในการใช้จ่ายเงินทุกรายการไม่น้อยกว่า 2 ปี นับแต่วันสิ้นสุดโครงการ เพื่อให้ผู้ให้ทุนและสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดินตรวจสอบได้ทุกเมื่อ หรือนำส่งเอกสารดังกล่าวให้แก่ผู้ให้ทุนและสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดินตามที่ผู้ให้ทุนและสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดินร้องขอ

14.5 ส่วนที่ 5 การปิดโครงการ

เมื่อผู้รับทุนได้ดำเนินการตามสัญญาที่กำหนดและส่งมอบผลงานประจำงวดสุดท้าย ให้ผู้รับทุนทำหนังสือส่งมอบผลงานดังกล่าวและขออนุมัติปิดโครงการโดยให้นำส่งรายงานครุภัณฑ์ที่ใช้ดำเนินการภายใต้โครงการฯ และรายงานทางการเงิน และรายงานการตรวจสอบบัญชีโดยผู้สอบบัญชีรับอนุญาต เมื่อมีเงินเหลือจ่ายให้นำส่งคืนให้แก่กองทุนพร้อมดอกเบี้ย หากมีครุภัณฑ์ที่จะต้องส่งคืนกองทุนให้ดำเนินการส่งคืนให้แล้วเสร็จด้วย

14.5.1 การจัดทำรายงานการเงินปิดโครงการ

14.5.1.1 รายงานทางการเงิน

เมื่อปิดโครงการให้ผู้รับทุนจะต้องดำเนินการ ดังนี้

จัดทำรายงานการเงิน โดยแสดงแหล่งที่มาของรายรับ การใช้จ่ายของรายจ่าย ตามแบบที่สำนักงานฯ กำหนด ซึ่งสอดคล้องกับงบประมาณตามหมวดที่ได้รับอนุมัติ รายละเอียดแบบฟอร์มรายงานทางการเงิน รายละเอียดปรากฏตามภาคผนวก

เอกสารของผู้สอบบัญชีรับรองรายงานทางการเงิน ประกอบด้วย

- ใบอนุญาตที่ออกโดยสภาวิชาชีพบัญชี
- ความเห็นของผู้สอบบัญชี
- การรายงานสรุปรายรับรายจ่ายทั้งโครงการ
- การมีอยู่จริงของหลักฐานการใช้จ่าย
- การบันทึกบัญชีถูกต้องครบถ้วน

ทั้งนี้การใช้จ่ายเป็นไปตามหลักเกณฑ์ของสำนักงานฯ เช่น ให้อัตราเฉลี่ยงบประมาณ ข้ามหมวดได้ยกเว้นค่าตอบแทนและครุภัณฑ์

14.5.1.2 รายงานการจัดซื้อครุภัณฑ์ในโครงการ

ต้องจัดทำรายงานครุภัณฑ์ที่จัดซื้อในโครงการ โดยระบุจำนวนงบประมาณที่จัดซื้อ เอกสารหลักฐานการจัดซื้อ และข้อบ่งชี้ลักษณะการใช้งานของครุภัณฑ์นั้นๆ กับโครงการ

ตารางแสดงเอกสารประกอบการขอปิดโครงการ

ลำดับ	เอกสารประกอบการขอปิดโครงการ
1	รายงานทางการเงิน
1.1	แหล่งที่มาของรายรับ การใช้จ่ายของรายจ่าย ตามแบบที่ สำนักงานฯ กำหนด ซึ่งสอดคล้องกับงบประมาณตามหมวดที่ได้รับอนุมัติ
1.2	เอกสารของผู้สอบบัญชีรับรองรายงานทางการเงิน - ความเห็นของผู้สอบบัญชี - รายงานสรุปรายรับรายจ่ายทั้งโครงการ - การมีอยู่จริงของหลักฐานการใช้จ่าย - การบันทึกบัญชีถูกต้องครบถ้วน

ลำดับ	เอกสารประกอบการขอปิดโครงการ
2	<p>รายงานการจัดซื้อครุภัณฑ์ โดยระบุจำนวนงบประมาณที่จัดซื้อเอกสารหลักฐานในการจัดซื้อ และข้อบ่งชี้ลักษณะการใช้งานของครุภัณฑ์นั้นๆ โดยแยกเป็น</p> <ul style="list-style-type: none"> - ครุภัณฑ์ที่เกี่ยวกับการดำเนินโครงการวิจัยโดยตรง - ครุภัณฑ์ที่มีได้ใช้เพื่อความสำเร็จในการดำเนินโครงการวิจัย
3	สิ่งที่ต้องส่งมอบ
3.1	ผลผลิตที่เกิดขึ้นจากโครงการ
3.2	ครุภัณฑ์ที่มีได้ใช้เพื่อความสำเร็จในการดำเนินโครงการวิจัย

14.5.2 การส่งมอบครุภัณฑ์ในโครงการ

- ธรรมเนียมสิทธิในครุภัณฑ์

เมื่อผู้รับทุนดำเนินโครงการเสร็จสิ้นและได้ส่งมอบผลงานงวดสุดท้ายให้กับผู้ให้ทุนครบถ้วน สมบูรณ์ตามที่ระบุไว้ในเงื่อนไขสัญญาแล้ว ผู้รับทุนต้องจัดทำบัญชีแสดงรายการครุภัณฑ์ยื่นต่อผู้ให้ทุน พร้อมทั้งจัดทำหนังสือและส่งมอบครุภัณฑ์ให้แก่ผู้ให้ทุน โดยครุภัณฑ์ต่างๆ ที่เกี่ยวกับการดำเนินโครงการวิจัยโดยตรง ให้ตกเป็นกรรมสิทธิ์แก่ผู้รับทุน ซึ่งเป็นไปตามเอกสารหมายเลข (5) แต่ทั้งนี้ ไม่รวมถึงครุภัณฑ์ที่มีได้ใช้เพื่อความสำเร็จในการดำเนินโครงการวิจัยนั้นโดยเฉพาะ ครุภัณฑ์เช่นว่านั้น ให้ตกเป็นกรรมสิทธิ์ของผู้ให้ทุนเว้นแต่ผู้ให้ทุนจะกำหนดเป็นอย่างอื่น

- การส่งมอบครุภัณฑ์ เมื่อดำเนินโครงการแล้วเสร็จ

กรณีครุภัณฑ์เป็นกรรมสิทธิ์ของผู้ให้ทุน

- ผู้รับทุนต้องส่งครุภัณฑ์ที่จัดซื้อมาระหว่างดำเนินโครงการให้สำนักงานฯ โดยส่งที่สำนักงานกองทุนวิจัยและพัฒนาฯ อาคารไอทิวเวอร์ ผู้รับทุนจัดทำหนังสือส่งมอบครุภัณฑ์โดยมีรายละเอียด และแนบสำเนาหลักฐานการซื้อเป็นใบเสร็จ/ใบกำกับภาษี ที่ชัดเจนแสดง เช่น มูลค่าสินค้า serial no รุ่น ยี่ห้อ สี

กรณีครุภัณฑ์เป็นกรรมสิทธิ์ของผู้รับทุน

- ผู้รับทุนต้องทำหนังสือขอรับมอบครุภัณฑ์ โดยมีรายละเอียดเกี่ยวกับรายการครุภัณฑ์ และแนบสำเนาหลักฐานการซื้อเป็นใบเสร็จ/ใบกำกับภาษีที่ชัดเจนแสดง เช่น มูลค่าสินค้า serial no รุ่น ยี่ห้อ สี

14.5.3 การเบิกจ่ายเงินงวดสุดท้ายและการปิดโครงการ

การเบิกจ่ายเงินงวดสุดท้ายของโครงการและการปิดโครงการ ทำได้เป็น 2 กรณี ดังนี้


กรณีที่ 1 ผู้รับทุนส่งมอบงานงวดสุดท้าย ขอเบิกเงินและปิดโครงการในคราวเดียวกัน กรณีที่ผู้รับทุนส่งมอบงานงวดสุดท้าย พร้อมส่งรายงานทางการเงินและรายงานครุภัณฑ์ พร้อมส่งมอบผลผลิตที่เกิดขึ้นจากโครงการ โดยผู้รับทุนจะแสดงรายจ่ายจริงที่เกิดขึ้นจากโครงการทั้งหมด และเบิกจ่ายจริงตามวงเงินที่เกิดขึ้น แต่ทั้งนี้ต้องไม่เกินกว่าวงเงินที่ได้รับตามสัญญาฯ

กรณีที่ 2 ผู้รับทุนส่งมอบงานสุดท้ายและขอเบิกเงินโดยไม่ได้ขอปิดโครงการในคราวเดียวกัน กรณีนี้คือผู้รับทุนจะส่งมอบงานงวดสุดท้ายและขอเบิกจ่ายเงินงวดสุดท้ายไปก่อน และทำรายงานทางการเงินและรายงานครุภัณฑ์เพื่อขอปิดโครงการในภายหลัง ในกรณีหากผู้รับทุนมีเงินเหลือจ่ายจะต้องส่งเงินที่ได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนเพื่อการดำเนินการ “โครงการ” ในส่วนที่เหลือคืนให้แก่กองทุนภายหลังโครงการสิ้นสุด โดยต้องส่งเงินคืนให้แก่กองทุนภายในระยะเวลา 60 วันนับแต่วันที่โครงการสิ้นสุดลง หากผิดนัดผู้รับทุนต้องชำระดอกเบี้ยในอัตราร้อยละ 7.5 ต่อปี ของจำนวนเงินที่เหลือคืน นับแต่วันผิดนัดจนถึงวันที่ชำระคืนให้แก่ผู้ให้ทุน

ทั้งนี้ให้โอนเข้าบัญชีในชื่อ “กองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ” ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขา สำนักพหลโยธิน เลขที่ 799-2-60735-8 เท่านั้น (ห้ามโอนเข้าบัญชีส่วนตัวพนักงานหรือเจ้าหน้าที่)

ทั้งนี้ ผู้รับทุนต้องส่งหนังสือและสำเนาใบนำฝากเงินภายใน 7 วัน หลังจากนำฝากเงิน เพื่อแจ้งให้สำนักงานฯ

อนึ่งในทั้ง 2 กรณี หากมีดอกเบี้ยเกิดขึ้นในบัญชีของผู้รับทุนระหว่างการดำเนินโครงการจนถึงวันปิดโครงการ ผู้รับทุนจะต้องนำส่งคืนกองทุนวิจัยและพัฒนา

สำนักงาน >>>> OFFICE	สาขาส่งฝากเงิน	
เลขที่บัญชี >>>> A/C NO.	ชื่อ >>>> NAME	
กองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ		

14.6 ส่วนที่ 6 การกระทำผิดสัญญา

14.6.1 การระงับการจ่ายเงินทุนชั่วคราว

ผู้ให้ทุนมีสิทธิระงับการจ่ายเงินทุนชั่วคราวได้ทันทีโดยมีต้องบอกกล่าวล่วงหน้าในกรณีใด กรณีหนึ่งดังต่อไปนี้

1. กรณีผู้รับทุนไม่เริ่มดำเนินโครงการภายใน 30 (สามสิบ) วันนับแต่วันทำสัญญา
2. กรณีผู้รับทุนดำเนินโครงการล่าช้า หรือเกินกว่ากำหนดระยะเวลาโครงการตามสัญญาหรือกรณีมีเหตุขัดข้องใดๆ อันเป็นเหตุทำให้ผู้ให้ทุนเห็นว่าการดำเนินการไม่สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ตามสัญญา หรือการดำเนินโครงการจะไม่เป็นประโยชน์อีกต่อไป
3. กรณีผู้รับทุนไม่ปฏิบัติตามสัญญาข้อใดข้อหนึ่ง
4. กรณีผู้รับทุนละทิ้งโครงการ

14.6.2 การยกเลิกสัญญา

หากผู้ให้ทุนได้แจ้งเป็นหนังสือให้ผู้รับทุนปฏิบัติ หรือแก้ไขให้ถูกต้องภายในเวลาที่กำหนด หากผู้รับทุนไม่ปฏิบัติตาม ผู้ให้ทุนมีสิทธิบอกเลิกสัญญาทั้งหมด หรือแต่บางส่วนโดยแจ้งแก่ผู้รับทุนเป็นหนังสือล่วงหน้าอย่างน้อย 30 (สามสิบ) วัน

กรณีผู้รับทุนไม่ปฏิบัติตามวัตถุประสงค์ของสัญญานี้ ผู้ให้ทุนมีสิทธิบอกเลิกสัญญาได้ทันที หรือเรียกคืนเงินทั้งหมดหรือบางส่วนได้ โดยแจ้งแก่ผู้รับทุนเป็นหนังสือล่วงหน้าอย่างน้อย 30 (สามสิบ) วัน

เมื่อมีการบอกเลิกสัญญาแล้ว ผู้รับทุนจะต้องชำระคืนเงินทุนส่วนที่เหลือจากการดำเนินการโครงการที่ได้รับไปในแต่ละงวด ณ วันที่สัญญาสิ้นสุด รวมทั้งส่งมอบผลงานที่ได้ดำเนินการไปแล้ว ครุภัณฑ์ สิ่งประดิษฐ์ หรือสิทธิประโยชน์อื่นใดอันได้มาจากการให้ทุนตามสัญญาคืนให้แก่ผู้ให้ทุนภายในเวลาที่กำหนด ในกรณีที่ไม่สามารถส่งมอบคืนได้ไม่ว่าด้วยเหตุใดก็ตาม ผู้รับทุนต้องชดเชยราคาเป็นตัวแทนเงินในจำนวนที่ผู้ให้ทุนเห็นชอบ

ทั้งนี้ การบอกเลิกสัญญาตามข้อ 2) หรือ 3) หากผู้ให้ทุนเห็นว่าเหตุแห่งการบอกเลิกสัญญามีได้เกิดจากความรับผิดชอบของผู้รับทุน ผู้ให้ทุนจะพิจารณาจ่ายเงินทุนส่วนที่เหลือให้แก่ผู้รับทุนตามสัดส่วนที่ผู้ให้ทุนเห็นว่าเป็นธรรมและเหมาะสมก็ได้ สำหรับการบอกเลิกสัญญาตามข้อ 1) และ 4) ผู้รับทุนต้องคืนเงินทั้งหมดที่ได้รับแก่ผู้ให้ทุน

14.7 ข้อเสนอแนะในการกำหนดหัวข้อโครงการในอนาคต

ที่ปรึกษาได้มีการรวบรวมข้อมูลจากการสำรวจเพื่อจัดทำข้อเสนอ หัวข้อที่น่าสนใจรวมทั้งแนวโน้มของโลก (Mega Trend) ที่จะสร้างผลกระทบต่อขนาดใหญ่มากประเทศไทย ดังนี้

14.7.1 การเปลี่ยนแปลงของภูมิอากาศ (Climate Change)

- ผลกระทบของภาวะโลกร้อน

สภาวะโลกร้อนเป็นปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นเนื่องจากโลกไม่สามารถระบายความร้อนที่ได้รับจากรังสีดวงอาทิตย์ออกไปได้อย่างปกติ จึงทำให้อุณหภูมิเฉลี่ยของโลกสูงขึ้น และทำให้สภาพอากาศของโลกเปลี่ยนแปลงไป ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อสิ่งมีชีวิตบนโลกทำให้สภาพภูมิอากาศแปรปรวนและส่งผลกระทบต่อความสมดุลของธรรมชาติ และจะก่อให้เกิดความเสียหายมากมายต่อมนุษย์และสิ่งมีชีวิตอื่นๆ บนโลก เช่น อุณหภูมิทั่วโลกสูงขึ้นทำให้มีการขยายตัวทางความร้อนของน้ำในมหาสมุทรส่งผลให้ระดับน้ำทะเลเพิ่มสูงขึ้น สัตว์สายพันธุ์ต่างๆ เสี่ยงต่อการสูญพันธุ์มากขึ้น และเกิดความสูญเสียด้านความหลากหลายทางชีวภาพ เป็นต้น

- เปลี่ยนจากน้ำมันเป็นพลังงานสะอาด

ภายในอีก 20 ปี อัตราส่วนการใช้พลังงานทดแทนอาจสูงเกินกว่า 2 เท่าเป็น 31 เปอร์เซ็นต์ โดยอัตราส่วนของการใช้พลังงานที่ลดลงนั้น เป็นส่วนของพลังงานสกปรก ได้แก่ น้ำมัน และถ่านหิน ปัจจุบันมีการหันมาใช้พลังงานทดแทน หรือ พลังงานสะอาด เพิ่มขึ้น เนื่องจากพลังงานดังกล่าวไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม หรือเกิดมลภาวะที่เป็นพิษอย่างน้อยที่สุดในทุกขั้นตอน ตั้งแต่การผลิต แปรรูป การนำไปใช้งาน จนถึงการจัดการของเสีย ซึ่งพลังงานสะอาดนั้นสามารถนำมาใช้ทดแทนพลังงานแบบเดิมได้อย่างไม่จำกัด และมีหลากหลายชนิดด้วยกัน ไม่ว่าจะเป็น พลังงานแสงอาทิตย์ พลังงานน้ำ พลังงานลม พลังงานความร้อนใต้พิภพ พลังงานเชื้อเพลิงชีวมวล

- การลดลงของการใช้คาร์บอน

การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศเกิดจากปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่ถูกปล่อยสู่ชั้นบรรยากาศที่มากขึ้นขีดความสามารถในการดูดซับของธรรมชาติ โดยสาเหตุหลักมาจากการใช้พลังงาน โดยเฉพาะเชื้อเพลิงฟอสซิลที่มากขึ้นตั้งแต่ยุคปฏิวัติอุตสาหกรรมเป็นต้นมา ผนวกกับการเพิ่มขึ้นของประชากรที่ทำให้มีการเปลี่ยนแปลงการใช้ประโยชน์ที่ดินเพื่อเกษตรกรรมและรองรับการขยายตัวของเมือง ทั้งนี้ประเทศไทยได้มีส่วนร่วมเป็นภาคีสมาชิก COP26 โดยกรอบอนุสัญญาสหประชาชาติว่าด้วยการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ที่มีเป้าหมายสำคัญ คือการควบคุมอุณหภูมิเฉลี่ยของโลกไม่ให้สูงเกินกว่า 2 องศาเซลเซียส และมุ่งเป้าไม่ให้เกิน 1.5 องศาเซลเซียส ภายใต้กรอบอนุสัญญา COP26 ให้ข้อมูลว่า สหราชอาณาจักรที่เป็นประธานการประชุม ได้กำหนดธงในการประชุมไว้ 3 เรื่อง ได้แก่ 1) ทำอย่างไรให้ทุกประเทศสมาชิกยกระดับเป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเพื่อให้อุณหภูมิของโลกต่ำกว่า 2 องศาเซลเซียส และเข้าใกล้หรือถึง 1.5 องศาเซลเซียส 2) การปรับตัวเพื่อรองรับผลกระทบจากอุณหภูมิที่เพิ่มขึ้น และภัยพิบัติทางธรรมชาติที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่จะยิ่งทวีความรุนแรงขึ้น และ 3) กลไกการสนับสนุนทางการเงิน เทคโนโลยีและองค์ความรู้ต่างๆ ที่จะต้องมีการเปลี่ยนผ่านกันระหว่างประเทศพัฒนาแล้วกับประเทศกำลังพัฒนา อีกทั้งความมุ่งหวังประการหนึ่งของการประกาศเจตนารมณ์ในการดำเนินการเพื่อลดการปล่อยคาร์บอนสุทธิเป็นศูนย์นี้ คือ การลดการปล่อยคาร์บอนสุทธิเป็นศูนย์จะกลายมาเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตการทำงานและวัฒนธรรมองค์กรที่ทุกคนสามารถเข้าใจและตระหนักถึงผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศของโลกและร่วมกันลดผลกระทบที่จะเกิดขึ้นเหล่านั้นได้ พร้อมทั้งจะร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งในระดับประเทศและระดับสากลในการดำเนินการเพื่อมุ่งสู่คาร์บอนสุทธิเป็นศูนย์ในระดับองค์กรและทุกพื้นที่การศึกษา

14.7.2 การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี (Technology Disruption)

- การเข้ามามีบทบาทของอินเทอร์เน็ตในชีวิตประจำวัน (IoT เชื่อมต่อการใช้ชีวิต)

IOT หรืออินเทอร์เน็ตในทุกสิ่ง (Internet of Things) หมายถึง เครือข่ายรวมของอุปกรณ์ที่เชื่อมต่อถึงกันและเทคโนโลยีที่อำนวยความสะดวกในการสื่อสารระหว่างอุปกรณ์กับระบบคลาวด์ตลอดจนระหว่างอุปกรณ์ด้วยตัวเอง จากการเกิดขึ้นของชิปคอมพิวเตอร์ราคาไม่แพงและการสื่อสารโทรคมนาคมที่มีแบนด์วิดท์สูง ทั้งนี้ IOT มีประโยชน์ในหลายๆ ด้าน ช่วยอำนวยความสะดวกและลดขั้นตอนบางอย่างในชีวิตประจำวัน ในอนาคตเราสามารถควบคุมการทำงานของสิ่งของทุกอย่างรอบตัวได้ง่ายขึ้นผ่านสมาร์ตโฟนหรือแท็บเล็ต จึงทำให้ตอนนี้มีอุปกรณ์หลายพันล้านเครื่องที่เชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต ซึ่งหมายความว่าอุปกรณ์ต่างๆ ในชีวิตประจำวัน เช่น แปรงสีฟัน เครื่องดูดฝุ่นรถยนต์ และเครื่องจักรสามารถใช้เซ็นเซอร์เพื่อรวบรวมข้อมูลและตอบสนองต่อผู้ใช้ได้อย่างชาญฉลาด

- การพัฒนาอย่างก้าวกระโดดของเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI Development)

- ปรับปรุงมาตรฐานการครองชีพผ่านหุ่นยนต์และ AI

ปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence: AI) เป็นนวัตกรรม และสถาปัตยกรรมแนวใหม่ในการทำให้หุ่นยนต์มีความฉลาดเหมือนกับ หรือเทียบเท่ากับมนุษย์ มีความสามารถในการเรียนรู้ในสิ่งต่างๆ เรียนรู้ถึงเหตุและผล มีความสามารถในการใช้ภาษา และมีความสามารถในการมีความคิดสร้างสรรค์ หุ่นยนต์ AI สมัยใหม่ส่วนมาก มีความสามารถในการเรียนรู้ มีความจำ มีการกระทำที่แน่นอน

ตามระบบที่วางเอาไว้ เพื่อให้ทำงานจนเป็นผลสำเร็จ ดังนั้น ทุนยนต์และปัญญาประดิษฐ์จะถูกใช้งานมากขึ้นซึ่งจะช่วยลดค่าใช้จ่ายลง ประชาชนจะได้ผลิตภัณฑ์ที่ดี ในขณะที่เดียวกันการปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน และค่าขนส่งจะลดลง จากผลสำรวจ พบว่าบริษัทหลายแห่งได้มีการนำเอาเทคโนโลยี AI มาประยุกต์ใช้กับธุรกิจทำให้รายได้ของธุรกิจเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ สิ่งนี้เองที่ทำให้บริษัทเกิดความเชื่อมั่นและนำไปสู่ความต้องการจ้างพนักงานที่มีความเชี่ยวชาญในด้านการพัฒนาและดูแลรักษาเทคโนโลยี AI เพิ่มขึ้น

○ การใช้ข้อมูลเพื่อพัฒนาสังคม (Data Science for Society Development)

นักวิทยาศาสตร์ด้านข้อมูลส่วนใหญ่จัดการกับข้อมูลจำนวนมากเพื่อวิเคราะห์รูปแบบแนวโน้มและอื่นๆ แอปพลิเคชันการวิเคราะห์จะถูกใช้เพื่อทำความเข้าใจแนวโน้มของข้อมูลและนำเสนอการคาดการณ์ในด้านต่างๆ เพื่อการตัดสินใจ เช่น การวิเคราะห์สาเหตุเชิงทำนาย (predictive causal analytics) การวิเคราะห์แบบให้คำแนะนำ (prescriptive analysis) การวิเคราะห์ประเภทนี้ช่วยให้องค์กรกำหนดเป้าหมายได้โดยกำหนดกิจกรรมที่น่าจะประสบความสำเร็จมากที่สุด การวิเคราะห์แบบให้คำแนะนำใช้การอนุมานจากตัวแบบทำนายและแนะนำวิธีที่ดีที่สุดในการบรรลุเป้าหมาย รัฐบาลเมืองใหญ่ๆ (city governments) ซึ่งการนำวิทยาศาสตร์ข้อมูลไปใช้ในกระบวนการนโยบายสาธารณะ ประกอบด้วย การกำหนดนโยบาย (policy making) การนำนโยบายไปปฏิบัติ (policy implementation) และการประเมินผลนโยบาย (policy evaluation) มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างข้อมูลที่มีคุณภาพและทันเวลาโดยการใช้การประมวลผลและการวิเคราะห์ขั้นสูง เพื่อให้สามารถใช้ประโยชน์จากข้อมูลในการสนับสนุนการตัดสินใจหรือที่เรียกว่า การตัดสินใจโดยใช้ข้อมูล (data-driven decision making) ที่ส่งผลให้เกิดการเพิ่มประสิทธิภาพและความสามารถในการแข่งขันของภาครัฐและเอกชน

14.7.3 การเปลี่ยนแปลงทางสังคม (Society Shift)

- การเปลี่ยนแปลงของประชากรโลก (ประชากร, เชื้อชาติ ระดับการศึกษาและด้านอื่นๆ ของประชากร) จะนำมาซึ่งการเปลี่ยนแปลงทางสังคม ดังนั้นจึงเป็นความท้าทายและโอกาสสำหรับภาครัฐและภาคเอกชน Megatrend สนับสนุนการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างอื่นๆ เช่น การพัฒนาเทคโนโลยี และการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ ในขณะที่การเปลี่ยนแปลงแตกต่างไปตามภูมิภาคจะมีผลกระทบต่อท้องถิ่นและตลาดโลกและสังคม สามารถจำแนกออกเป็น 3 ประเภท คือ
 - ประชากรยังคงเพิ่มจำนวนมากขึ้น ตามที่องค์การสหประชาชาติได้คาดการณ์ว่าประชากรโลกจะเพิ่มขึ้นมากกว่า 1 พันล้านคนภายในปี 2030 กับการเติบโตของตลาดและภายในปี 2050 องค์การสหประชาชาติประมาณการว่าร้อยละ 80 ของประชากรโลกที่มีอายุเกิน 60 ปีขึ้นไปจะอยู่ในประเทศกำลังพัฒนา
 - ประชากรที่มีอายุยืน โดยพบว่าร้อยละ 30 ของประชากรในประเทศญี่ปุ่นมีประชากรอายุมากกว่า 60 ปี เช่นเดียวกับจีนที่ปัจจุบันมีประชากรอายุกว่า 80 ปี ประมาณ 29 ล้านคน และภายในปี 2050 จะเพิ่มขึ้นเป็น 120 ล้านคน รายงานข้อมูลประชากรขององค์การสหประชาชาติคาดการณ์ว่าภายในปี 2050 สถานการณ์เช่นนี้จะเกิดกับอีก 55 ประเทศ การที่ประชากรมีอายุยืนยาวขึ้นทำให้มีความจำเป็นที่จะต้องเปลี่ยนแปลง

นโยบายของรัฐบาลครอบคลุมบริการด้านสุขภาพ รวมถึงบริการด้านอื่นๆ หลายประเทศ มีการบังคับใช้กฎหมายด้านสาธารณสุขเพื่อให้แน่ใจว่าผู้สูงอายุได้รับการดูแลอย่างเหมาะสม

- จำนวนเด็กน้อยลง จากสถานการณ์สังคมที่เปลี่ยนแปลงทำให้คนมีการศึกษาแต่งงานน้อย มีจำนวนเด็กเกิดใหม่น้อยลง สิ่งนี้ส่งผลต่อธุรกิจรวมถึงผลผลิตที่ลดลง การมีส่วนร่วมของแรงงานน้อยลง คนรุ่นใหม่จะมีภาระมากขึ้นอันเป็นผลจากความคาดหวังจากผู้สูงอายุ
- ผลกระทบการเปลี่ยนแปลงทางสังคม (Society Shift)
 - ค่าใช้จ่ายด้านการดูแลสุขภาพในสหรัฐฯ ค่าใช้จ่ายในการดูแลสุขภาพคิดเป็นร้อยละ 8 ของจีดีพีในแต่ละปี โดยนับตั้งแต่ปัจจุบันจนถึงปี 2040 สหรัฐฯ ต้องใช้เงินประมาณ 3,400 ล้านเหรียญสหรัฐต่อปี จากการวิเคราะห์ของ World Economic Forum ชี้ให้เห็นว่าช่องว่างระหว่างการออมเพื่อการเกษียณใน 8 ประเทศใหญ่กำลังเติบโต 28 พันล้านเหรียญสหรัฐทุกๆ 24 ชั่วโมงและจะสูงถึง 400 ล้านล้านเหรียญสหรัฐภายในปี 2050 คิดเป็น 5 เท่าของเศรษฐกิจโลกปัจจุบัน โดยจะมุ่งเน้นการออมหลังเกษียณและการหาวิธีเพิ่มรายได้หลังเกษียณอีกด้วย เป็นผลให้อาจมีความต้องการในการได้รับความช่วยเหลือทางการเงิน ตลอดจนคำแนะนำเพิ่มมากขึ้น
 - ทุพพทุฒจะกลายเป็นเพื่อนที่ดีที่สุดของเราเมื่อประชากรอายุยืนยาวมากขึ้น มีแนวโน้มจะใช้เทคโนโลยีเพื่อลดความขาดแคลนแรงงาน ทุพพทุฒมีประสิทธิภาพมากขึ้น (ทุพพทุฒไม่หลับ ไม่ป่วย แต่ต้องการทักษะมากขึ้น) เป็นผลให้เกิดความต้องการแรงงานที่มีทักษะสำคัญ อาทิ นักวิทยาศาสตร์ข้อมูล

ความต้องการของผู้บริโภคกำลังเปลี่ยนอุตสาหกรรมอาหาร โดยผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการบริโภคมากขึ้น ใส่ใจในอาหารและผลิตภัณฑ์ สร้างการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญของอาหาร ตัวอย่างเช่น อาหารออร์แกนิกในสหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 224 จากปี 2005 ถึงปี 2016 อาหารสดใหม่รวมถึงผลิตภัณฑ์ที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพเป็นที่ต้องการมากกว่าอาหารแปรรูป เห็นได้จากยอดขายที่เพิ่มขึ้นของอะโวคาโดและผลเบอร์รี่ นอกจากนี้จากการที่ผู้บริโภคต้องการความสะดวกสบายมากขึ้นส่งผลให้มีการใช้บริการสั่งอาหารทางออนไลน์มากขึ้น



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