

พฤติกรรมของคนงานและผู้บริหารธุรกิจในการรับข่าวสารจากสื่อมวลชนท้องถิ่น :

ศึกษาเฉพาะกรณีในเขตอำเภอเมืองสงขลาและหาดใหญ่

(Behavior of Workers and Business Managers in
Information Receiving from Local Mass Media :
A Case Study in Songkla-Haad Yai Region)

รายงานการวิจัย

โดย

อำพร วิจิตรกุล

จกพิศ ศิริรัตน์



ว.บ. (มหาวิทยาลัยสงขลา)

M.B.A. (Central State University)

พศ.บ. (จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย)

M.S. (Fort Hays State University)

เลขที่	063 333
เลขที่เก็บ	005315
วัน เดือน ปี	-2.7.2. 2526

ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะบริหารศาสตร์
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ หาดใหญ่
เมษายน ๒๕๒๖

บทคัดย่อ

ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมของคณงานและผู้บริหารธุรกิจในการรับข่าวสารจากสื่อมวลชนท้องถิ่น เฉพาะกรณีในอำเภอเมืองสงขลาและอำเภอหาดใหญ่ พบว่าพฤติกรรมภายนอกที่แสดงออกของคณงานและผู้บริหารมีความคล้ายคลึงกันเป็นส่วนมาก ความคล้ายคลึงกันนี้ปรากฏอยู่ในเรื่องของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นที่นิยมอ่านมากที่สุดคือหนังสือพิมพ์ไทยแหลมทอง สถานีวิทยุกระจายเสียงที่นิยมรับฟังมากที่สุดคือสถานีวิทยุกระจายเสียงในระบบ F.M. ซึ่งได้แก่สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยและสถานีวิทยุสถานีทหารเรือสงขลา สถานีวิทยุโทรทัศน์ที่นิยมรับชมมากที่สุดคือสถานีวิทยุโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ซึ่งมีสถานีถ่ายทอดในท้องถิ่น นอกจากนี้ยังมีความคล้ายคลึงกันในแง่ของความถี่ ช่วงเวลา และสถานที่ในการรับชมวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ มีความแตกต่างทางพฤติกรรมภายนอกบ้างเล็กน้อยเกี่ยวกับหนังสือพิมพ์ กล่าวคือผู้บริหารส่วนใหญ่นิยมซื้อหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นและอ่านไม่เป็นเวลา ในขณะที่คณงานไม่นิยมซื้อหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น และนิยมอ่านในเวลาเช้าก่อนเวลาทำงาน

ได้พบว่ามีข้อแตกต่างของพฤติกรรมภายในบางประการ กล่าวคือ ผู้บริหารส่วนมากจะชอบรับฟังหรือรับชมรายการที่ให้ความรู้ แต่คณงานส่วนมากชอบรับชมรายการบันเทิง อย่างไรก็ตามบุคคลทั้งสองประเภทมีทัศนคติที่ตรงกันคือไม่ชอบรายการโฆงฉก

ABSTRACT

The study was carried out on the behavior of workers and business managers in information receiving from local mass media in Muang Songkla and Haad Yai districts. It was found that overt behavior of workers and managers was generally similar. Similarity was evident by the facts that the most read local newspaper was Thai Laem Thong, the most listened to radio stations were the F.M. broadcasted Radio of Thailand and Songkla Naval Stations, the most watched television station was Channel 7 which was relayed by a local station. Further similarity was found in the frequency, time period and the place of listening and watching radio and television. Slight difference was found regarding newspapers. Most of managers bought their own copies of local newspapers and had no definite time period for reading, while most workers did not buy local newspapers and read local newspapers in the morning before work.

Some of the difference in covert behavior was detected. Most of the managers liked to attend to programs which possessed knowledge value, while most workers attended to the entertainment programs. Both the managers and the workers, however, agreed on the dislike of advertising.

สารบัญ

บทที่

หน้า

1	บทนำ	1
	ความสำคัญของปัญหา	1
	ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	2
	วัตถุประสงค์ของการวิจัย	5
	ขอบเขตของการค้นคว้าวิจัย	5
	วิธีการวิจัย	6
	ขนาดและการเลือกตัวอย่าง	7
	ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	7
	คำจำกัดความที่ใช้อยู่ในการวิจัย	8
2	สื่อมวลชน	10
	ประเภทของสื่อมวลชน	10
	หนังสือพิมพ์	11
	วิทยุกระจายเสียง	14
	วิทยุโทรทัศน์	15
	วัตถุประสงค์ของการส่งวิทยุกระจายเสียงหรือวิทยุโทรทัศน์ ในประเทศไทย	16
	ข้อสรุป	17
3	หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น	18
	จำนวนหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น	18
	แนวความคิดในการบริหารหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น	19
	ลักษณะของการออกหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น	20
	รูปแบบของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น	21
	อัตราส่วนของเนื้อหาชนิดต่าง ๆ	22
	ข้อสรุป	30

บทที่		หน้า
4	วิद्यุกระจ่ายเสียงและวิद्यุโทรทัศนในท้องถิ่น	31
	สถานีวิทยุกระจายเสียงในจังหวัดสงขลา	31
	เนื้อหาของกรการกระจายเสียง	34
	ประเภทของธุรกิจที่ใช้บริการโฆษณา	35
	การสำรวจกระแสประชามติโดยสถานีวิทยุกระจายเสียง	36
	สถานีวิทยุโทรทัศนในจังหวัดสงขลา	37
	เกณฑ์ควบคุมปริมาณและระยะเวลาระหว่างกรโฆษณาและ บริการธุรกิจ	38
	ข้อสรุป	39
5	พฤติกรรมของคณงานในการรับข่าวสารจากสื่อมวลชนท้องถิ่น	41
	ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับคณงานในท้องถิ่น	41
	พฤติกรรมของคณงานในการรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น	43
	พฤติกรรมของคณงานในการรับข่าวสารจากวิทยุกระจายเสียง ในท้องถิ่น	45
	พฤติกรรมของคณงานในการรับข่าวสารจากวิทยุโทรทัศน ในท้องถิ่น	48
	ข้อสรุป	51
6	พฤติกรรมของผู้บริหารในการรับข่าวสารจากสื่อมวลชนท้องถิ่น	53
	ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้บริหารในท้องถิ่น	53
	พฤติกรรมของผู้บริหารในการรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น	55
	พฤติกรรมของผู้บริหารในการรับข่าวสารจากวิทยุกระจายเสียง ในท้องถิ่น	56
	พฤติกรรมของผู้บริหารในการรับข่าวสารจากวิทยุโทรทัศน ในท้องถิ่น	58
	ข้อสรุป	61

7	การเปรียบเทียบพฤติกรรมของคนงานและผู้บริหารในการรับข่าวสาร	62
	การเปรียบเทียบข้อมูลทั่วไป	62
	การเปรียบเทียบพฤติกรรมในการรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น	64
	การเปรียบเทียบพฤติกรรมในการรับข่าวสารจากวิทยุกระจายเสียงท้องถิ่น	66
	การเปรียบเทียบพฤติกรรมในการรับข่าวสารจากวิทยุโทรทัศน์ท้องถิ่น	69
	ข้อสรุป	72
6	ข้อสรุปและข้อเสนอแนะ	74
	ข้อสรุป	74
	ข้อเสนอแนะ	76
	บรรณานุกรม	78
	ภาคผนวก	81
	แบบสอบถามโครงการวิจัย	83

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
3-1	หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น	18
3-2	อัตราส่วนรอยละของเนื้อที่ชาวสังคม	25
3-3	การวิเคราะห์ความแปรปรวนของอัตราส่วนรอยละของเนื้อที่ ชาวสังคม	25
3-4	อัตราส่วนรอยละของเนื้อที่บทความ	26
3-5	การวิเคราะห์ความแปรปรวนของอัตราส่วนรอยละของเนื้อที่ บทความ	26
3-6	อัตราส่วนรอยละของเนื้อที่โฆษณา	27
3-7	การวิเคราะห์ความแปรปรวนของอัตราส่วนรอยละของเนื้อที่โฆษณา	27
3-8	อัตราส่วนรอยละของเนื้อที่ประกาศผลการออกรางวัลสลากกินแบ่ง	28
3-9	การวิเคราะห์ความแปรปรวนของอัตราส่วนรอยละของประกาศผล การออกสลากกินแบ่ง	28
3-10	อัตราส่วนรอยละของเนื้อที่เนื้อหาอื่น ๆ	29
3-11	การวิเคราะห์ความแปรปรวนของอัตราส่วนรอยละของเนื้อที่ เนื้อหาอื่น ๆ	29
3-12	ค่าเฉลี่ยอัตราส่วนรอยละของเนื้อหาประเภทต่าง ๆ ของหนังสือพิมพ์ ท้องถิ่น	30
4-1	ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับสถานีวิทยุกระจายเสียงในจังหวัดสงขลา	32
4-2	อัตราส่วนรอยละของเวลากระจายเสียงของเนื้อหาประเภทต่าง ๆ	35
4-3	ประเภทธุรกิจที่ให้บริการโฆษณา	36
4-4	รายการของสถานีวิทยุโทรทัศน์ในจังหวัดสงขลา	37
5-1	ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับคนงานในอำเภอเมืองสงขลาและอำเภอ หาคิใหญ่	42

ตารางที่		หน้า
5-2	ลำดับของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นที่คนงานอ่าน	44
5-3	จำนวนเครื่องรับวิทยุกระจายเสียงที่บ้านของคนงาน	46
5-4	สรุปข้อเสนอแนะของคนงานในการปรับปรุงรายการวิทยุกระจายเสียง	47
5-5	จำนวนเครื่องรับวิทยุโทรทัศน์ที่บ้านของคนงาน	48
5-6	สรุปข้อเสนอแนะของคนงานในการปรับปรุงรายการวิทยุโทรทัศน์	50
6-1	ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้บริหารในอำเภอเมืองสงขลาและอำเภอหาดใหญ่	54
6-2	ลำดับของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นที่ผู้บริหารอ่าน	55
6-3	จำนวนเครื่องรับวิทยุที่บ้านของผู้บริหาร	57
6-4	สรุปข้อเสนอแนะของผู้บริหารในการปรับปรุงรายการวิทยุกระจายเสียง	58
6-5	จำนวนเครื่องรับวิทยุโทรทัศน์ที่บ้านของผู้บริหาร	59
6-6	สรุปข้อเสนอแนะของผู้บริหารในการปรับปรุงรายการวิทยุโทรทัศน์	60

สารบัญรูป

รูปที่		หน้า
7-1	เปรียบเทียบข้อมูลทั่วไประหว่างคนงานกับผู้บริหาร	63
7-2	เปรียบเทียบหนังสือพิมพ์ที่ชอบอ่าน	65
7-3	เปรียบเทียบสถานีวิทยุกระจายเสียงที่ชอบฟัง	68
7-4	เปรียบเทียบรายการวิทยุกระจายเสียงที่ชอบฟัง	69
7-5	เปรียบเทียบช่วงเวลาในการรับชมรายการวิทยุโทรทัศน์	71
7-6	เปรียบเทียบรายการวิทยุโทรทัศน์ที่ชอบฟัง	72

ในปัจจุบันนี้ เป็นที่ยอมรับกันแล้วว่าสื่อมวลชนอันได้แก่ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และภาพยนตร์มีบทบาทและอิทธิพลต่อชีวิตประจำวันของประชาชนและต่อองค์การธุรกิจอย่างมาก อิทธิพลที่เห็นได้ชัดอย่างเด่นชัดก็คือ การส่งข่าวสารให้ประชาชนรับทราบอย่างรวดเร็ว มีอาณาบริเวณทางภูมิศาสตร์ซึ่งครอบคลุมได้กว้างขวาง และสามารถกระจายข่าวสารต่อประชาชนจำนวนมาก ในแง่ของธุรกิจนั้น องค์การธุรกิจเป็นจำนวนมากที่จำเป็นต้องพึ่งพาอาศัยสื่อมวลชนเพื่อการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ทั้งนี้เพื่อสร้างทัศนคติและสร้างความนิยมในองค์การผลิตภัณฑ์หรือบริการอย่างใดอย่างหนึ่ง และเพื่อความอยู่รอดและการเจริญเติบโตขององค์การนั้น ๆ เพราะฉะนั้นสื่อมวลชนจึงกลายเป็นสื่อการโฆษณาขององค์การธุรกิจซึ่งจะขาดเสียไม่ได้

ความสำคัญของปัญหา

เนื่องจากจังหวัดสงขลาเป็นจังหวัดใหญ่ทางภาคใต้ ซึ่งได้รับการพิจารณาให้เป็นเมืองหลักศูนย์กลางด้านการพาณิชย์ การอุตสาหกรรม การบริหารของภาคใต้ และได้รับการพัฒนาทางด้านต่าง ๆ ดังนั้นบริเวณภาคใต้-สงขลา จึงเป็นบริเวณที่เจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว^{1,2} และจะเจริญเติบโตต่อไปอีกในอนาคต เนื่องจากรัฐบาลมีโครงการที่จะสนับสนุนให้เป็นแหล่งอุตสาหกรรม โดยจะจัดให้มีท่าเรือน้ำลึกและสะพานข้ามทะเลสาบสงขลาเป็นคน

¹ สำนักงานจังหวัดสงขลา, รายงานขอราชการของจังหวัดสงขลา, สงขลา 2524, หน้า 6 - 7.

² ปรีชา อัครวิจิตรกระการ, การสำรวจอุตสาหกรรมการผลิตในท้องถิ่น รายงานโครงงานนักศึกษา ภาควิชาวิศวกรรมอุตสาหกรรม คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, สงขลา 2524.

ในขณะที่บริเวณสงขลา-ภาคใหญ่ กำลังขยายตัวอยู่อย่างมากนี้เอง ทางด้าน สื่อมวลชนท้องถิ่นก็ได้เจริญเติบโตและพัฒนาตามไปควบ แต่ทว่าองค์การธุรกิจในพื้นที่ยังไม่ได้มีการศึกษาถึงความต้องการของประชากรเป้าหมายมากนัก รวมทั้งรายการต่าง ๆ จากทางวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ส่วนมากก็ถ่ายทอดหรือนำมาจากส่วนกลางของประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องข่าวสารเกี่ยวกับธุรกิจ ดังนั้นจึงควรมีการพัฒนาศึกษาศักยภาพของ สื่อมวลชนในพื้นที่เพื่อการส่งข่าวสารให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของประชากรยิ่งขึ้น ซึ่งโครงการวิจัยนี้ได้พยายามรวบรวมข้อมูลเหล่านี้มาศึกษา เพื่อให้สามารถนำมาใช้งานได้ในอนาคต

ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในประเทศไทยได้มีผู้ศึกษาถึงทรัพยากรสื่อมวลชนไว้มากแล้ว สมควร กวียะ³ ศึกษาถึงจำนวนสื่อมวลชนในจังหวัดต่าง ๆ ทั่วประเทศ สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ สำนักงานนายกรัฐมนตรีศึกษาถึงบทบาทของสื่อมวลชนและประเภทต่าง ๆ ของชาวบ้าน⁴ ซึ่งเป็นการศึกษาอย่างกว้าง ๆ ในแง่ของการศึกษาที่ละเอียดยิ่งขึ้น สมควร กวียะ⁵ ได้

³ สมควร กวียะ, นามานุกรมทรัพยากรสื่อสารมวลชนทั่วประเทศไทย โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ 2515.

⁴ สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ สำนักงานนายกรัฐมนตรี, การศึกษาบทบาทของสื่อมวลชนต่อการศึกษาของชาวบ้าน สภาพปัจจุบันของสื่อมวลชน กรุงเทพฯ 2522.

⁵ สมควร กวียะ, นิสัยการรับข่าวสารของประชาชนในหมู่บ้านชนบทไทย เอกสารวิจัยหมายเลข 7 สถาบันไทยคดีศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ สิงหาคม 2523.

ศึกษาถึงนิสัยการ รับฟังข่าวสารของประชาชนในหมู่บ้านชนบทไทยทั่วทุกภาคของประเทศไทย และได้ให้ข้อสรุปที่น่าสนใจเป็นจำนวนมาก พร้อมทั้งยังได้ชี้ให้เห็นถึงนิสัยในการรับฟังข่าวสารจากสื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ กล่าวคือ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ โทรทัศน์และภาพยนตร์ อย่างไรก็ตามในการศึกษาคั้งนี้มีได้จำแนกว่า เป็นสื่อมวลชนระดับท้องถิ่นหรือระดับประเทศ และกลุ่มประชาชนที่ศึกษานั้นจำแนกตามลักษณะอาชีพ 4 อาชีพคือ เกษตรกรกรมบริหาร การ ธุรกิจ และรับจ้าง

บำรุง สุขพรรณ⁶ ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมของประชาชนในชนบทในการรับฟังวิทยุกระจายเสียงของกองอำนวยการกลางรักษาความปลอดภัยแห่งชาติ จังหวัดเชียงราย ซึ่งเป็นกรณีศึกษาเฉพาะท้องถิ่น เน้นเฉพาะในเรื่องของพฤติกรรมในการรับฟังโดยมีจุดมุ่งหมายจะนำข้อมูลไปสนับสนุนการพัฒนาชนบทเท่านั้น กองการศึกษาผู้ใหญ่ กรมสามัญศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ⁷ ได้ศึกษาถึงพฤติกรรมของประชาชนในจังหวัดอุบลราชธานีในการรับข่าวสารทางวิทยุและไปรษณีย์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปพัฒนาการออกอากาศของวิทยุกระจายเสียงให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

⁶ บำรุง สุขพรรณ, พฤติกรรมกรรับฟังข่าวสารวิทยุกระจายเสียงและผลที่มีต่อการพัฒนาชนบท : ศึกษาเฉพาะกรณีวิทยุกระจายเสียงกองอำนวยการกลางรักษาความปลอดภัยแห่งชาติ จังหวัดเชียงราย เอกสารวิจัยหมายเลขที่ 9 สถาบันไทยคดีศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ สิงหาคม 2523.

⁷ กองการศึกษาผู้ใหญ่ กรมสามัญศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ, การศึกษาสภาพความเป็นอยู่ ความสนใจ และการรับฟังข่าวสารทางวิทยุและไปรษณีย์ ของประชาชนในจังหวัดอุบลราชธานี ปี 2519 กรุงเทพฯ 2520.

ในต่างประเทศก็มีการศึกษาวิจัยในลักษณะคล้าย ๆ กัน ในศรีลังกา Goonasekera⁸ ได้ศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการรับฟังข่าวสารจากวิทยุกระจายเสียง กับอาชีพและถิ่นฐานในเมืองและชนบท ในอินเดีย Sandhu⁹ ได้ศึกษาถึงพฤติกรรมการรับฟังข่าวสารจากวิทยุของชาวนาในแคว้นปัญจาบ จะเห็นได้ว่าการศึกษาพฤติกรรมการรับฟังข่าวสารจากสื่อมวลชน เป็นงานวิจัยที่จะต้องทำ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สามารถนำไปใช้ในการปรับปรุงการใช้สื่อมวลชนให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเทศกำลังพัฒนา

ในโครงการวิจัยนี้เป็นโครงการวิจัยที่มีขอบเขตจำกัดและชัดเจน กล่าวคือ จะจำกัดการศึกษาเฉพาะในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับสื่อมวลชนที่มีแหล่งกำเนิดหรือสถานที่ตั้งอยู่ภายในท้องถิ่นจังหวัดสงขลาเท่านั้น จึงเป็นโครงการริเริ่มศึกษาเฉพาะกรณีของจังหวัดสงขลา โดยเฉพาะอย่างยิ่งเป็นการศึกษาพฤติกรรมของคณงานและผู้บริหารธุรกิจในการรับฟังข่าวสารจากสื่อมวลชนท้องถิ่น ซึ่งไม่เคยมีผู้ใดทำการศึกษามาก่อน

⁸ S.A. Goonasekera, Radio Listenership Behaviour in Relation to Occupation and Urbanisation in Sri Lanka, Paper Presented at A.M.I.C. Seminar, Research Division, Department of Information, Colombo, Sri Lanka, October 1972.

⁹ A.S. Sandhu, Characteristics, Listening Behaviour and Programme Preference of the Radio Owning Farmers in Punjab, Ph.D. Thesis summary report, New Delhi Indian Agricultural Research Institute, 1970.

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

มีสาระสำคัญพอสรุปได้ ดังนี้

1. เพื่อรวบรวมและศึกษาข้อมูล เกี่ยวกับลักษณะและ เนื้อหาของสื่อมวลชนท้องถิ่น
2. เพื่อรวบรวมและศึกษาพฤติกรรมการรับข่าวสารของผู้บริหารและคนงานในองค์การธุรกิจท้องถิ่น
3. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบอิทธิพลของปัจจัยต่าง ๆ อาทิเช่น ระดับอาชีพ สถานที่ตั้งของที่ทำงาน อายุ เพศ ต่อพฤติกรรมการรับข่าวสารจากสื่อมวลชนท้องถิ่น
4. เพื่อหาแนวทางปรับปรุงศักยภาพของสื่อมวลชนท้องถิ่นให้เข้ากับความต้องการของประชากรท้องถิ่น
5. เพื่อเสนอแนะแนวทางการใช้สื่อมวลชนท้องถิ่นในการเผยแพร่ข่าวสารธุรกิจให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

ขอบเขตของการค้นคว้าวิจัย

เนื่องจากการวิจัยนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับลักษณะการดำเนินงานของสื่อมวลชนท้องถิ่นควบคู่ไปกับการศึกษาพฤติกรรมการรับข่าวสารของคนงานและผู้บริหารองค์การธุรกิจในอาณาบริเวณหาคีใหญ่และอำเภอเมืองสงขลา

ผู้ดำเนินการวิจัยจึงได้กำหนดสื่อมวลชนที่จะนำมาพิจารณา คือ

1. หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น
2. วิทยุกระจายเสียงท้องถิ่น ทั้ง P.M. และ A.M.
3. วิทยุโทรทัศน์ท้องถิ่น

สื่อมวลชนท้องถิ่นทั้ง 3 ชนิดที่นำมาพิจารณาจะตั้งสำนักงานและมีสถานที่ตั้งอยู่ในจังหวัดสงขลาเท่านั้น

ในการวิจัยครั้งนี้ได้วิเคราะห์รายการและเนื้อหาของสื่อมวลชนทั้ง 3 ชนิด ตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ถึงกรกฎาคม และต่อจากนั้นได้ออกสัมภาษณ์ผู้บริหารและคนงานโดยการสุ่มตัวอย่างและกรอกแบบสอบถามตามองค์การธุรกิจ 38 องค์การ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ตรงตามความเป็นจริงมากที่สุดและเพื่อประโยชน์ในการกระจายข้อมูล

วิธีการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นเรื่องเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริหารและคนงานในองค์การธุรกิจ ซึ่งไม่มีผู้ใครรวบรวมมาก่อน ดังนั้นผู้ดำเนินการวิจัยจำเป็นต้องรวบรวมข้อมูลโดยทำการวิจัยสนาม (Field research) ด้วยการใช้เทคนิคการสังเกตการณ์ (Observation techniques) ควบคู่ไปกับการสัมภาษณ์ (Interview) ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) กับผู้บริหารและคนงานในองค์การธุรกิจ

ใบแบบสอบถามสำหรับการวิจัยครั้งนี้ได้แบ่งออกเป็น 5 ส่วน ด้วยกัน คือ

1. แบบสอบถามเกี่ยวกับหัวข้อแบบสอบถาม
2. แบบสอบถามเกี่ยวกับวิหุญกระจายเสียง
3. แบบสอบถามเกี่ยวกับวิหุญโทรทัศน์
4. แบบสอบถามเกี่ยวกับหนังสือพิมพ์
5. แบบสอบถามเกี่ยวกับการใช้สื่อมวลชนท้องถิ่น

โดยคำถามแต่ละส่วนได้ถูกสร้างขึ้นเพื่อให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่ได้ตั้งไว้ แบบสอบถามที่ได้สร้างขึ้นนั้นประกอบด้วยคำถามแบบปิด (Closed end questions) โดยมีคำตอบให้เลือก (Multiple choice) และคำถามแบบเปิด (Opened end questions) โดยให้ตอบแบบสั้น ๆ แบบสอบถามนี้ได้นำมาทำการทดสอบก่อนล่วงหน้า (Pre-test) ในเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2525 เพื่อดูความถูกต้องของคำถามและความเข้าใจ และความเป็นไปได้ของคำถามใบแบบสอบถามนี้ได้นำมาใช้กับประชากรตัวอย่าง ต่อจากนั้นจึงได้แก้ไขแบบสอบถามให้ถูกต้องและสมบูรณ์แบบ และออกเก็บข้อมูลจริงอีกครั้งในระหว่างเดือนกันยายน - ตุลาคม พ.ศ. 2525

นอกจากการไต่ถามสอบถามแล้ว การวิจัยครั้งนี้ยังใช้เอกสาร ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง
 ให้ที่สามารถรวบรวมได้ พร้อมทั้งได้นำการวิเคราะห์เนื้อหาของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น ตาราง
 รายการของสถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์มาประกอบในการทำการวิจัยด้วย

ขนาดและการเลือกตัวอย่าง

เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการวิจัย ได้แบ่งชั้นก่อนการสุ่ม
 ตัวอย่าง ดังนี้

1. แบ่งองค์การธุรกิจออกเป็น 2 กลุ่ม
 - ก. องค์การธุรกิจที่ตั้งอยู่ในเขตอำเภอเมืองสงขลา
 - ข. องค์การธุรกิจที่ตั้งอยู่ในเขตอำเภอหาดใหญ่
2. เลือกเฉพาะองค์การธุรกิจที่มีคนงานอย่างน้อย 4 คนขึ้นไป และมีผู้บริหาร
 อย่างน้อย 1 คน
3. เลือกเฉพาะองค์การธุรกิจที่ตั้งอยู่ในเขตอำเภอหาดใหญ่และเมืองสงขลา
 38 องค์การ

ประชากรที่ทำการสัมภาษณ์จึงมี 2 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้บริหารจำนวน 38 คน
 กลุ่มคนงานจำนวน 152 คน จำนวนขององค์การและประชากรที่สัมภาษณ์ถูกจำกัดโดยทรัพยากร
 ของโครงการนี้ และความร่วมมือขององค์กรต่าง ๆ สามารถจะให้ได้

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ในการวิจัยครั้งนี้คาดว่าจะได้รับประโยชน์ดังต่อไปนี้

1. จะได้มีข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะและเนื้อหาของสื่อมวลชนท้องถิ่น พฤติกรรม
 การรับข่าวสารของประชากรในองค์การธุรกิจ ซึ่งเป็นข้อมูลที่ยังไม่มีผู้ศึกษารวบรวมไว้
2. เพื่อจะได้นำข้อมูลเหล่านี้ไปใช้ประโยชน์ในการปรับปรุงการดำเนินงาน
 ของสื่อมวลชนท้องถิ่นให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

3. ผู้บริหารองค์การธุรกิจสามารถนำข้อมูลเหล่านี้ไปใช้ในการเลือกสื่อมวลชน เพื่อใช้ในการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ ซึ่งจะเป็นการช่วยให้ประหยัดทรัพยากรของ องค์การ ทั้งยังจะได้ใช้สื่อมวลชนท้องถิ่นให้โดยคุ้มค่า

4. จะโคทรอบแนวโน้มของการพัฒนาสื่อมวลชนท้องถิ่นให้สอดคล้องกับความต้องการขององค์การธุรกิจท้องถิ่นด้วย

คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย

มีศัพท์ที่ใช้ในการวิจัยซึ่งต้องให้คำนิยามไว้เพื่อความเข้าใจที่ถูกต้องและเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน คำศัพท์เหล่านั้น คือ

พฤติกรรม หมายถึง ความรู้สึก การรับรู้ การฝัน การคิด ซึ่งเป็นพฤติกรรมภายใน (Covert behavior) ซึ่ง เป็นความในใจ และกริยาอาการที่ผู้อื่นสังเกตได้ ไม่ว่าจะควยคาเปล่าหรือเครื่องมือ จัดว่าเป็นพฤติกรรมภายนอก (Overt behavior)

ผู้บริหาร หมายถึง พนักงานที่มีอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบในการรักษาผลประโยชน์ขององค์การธุรกิจ นับตั้งแต่พนักงานที่อยู่ ในตำแหน่งระดับหัวหน้างานขึ้นไปจนถึงระดับสูงสุด⁸

คนงาน หมายถึง พนักงานระดับปฏิบัติการที่ไม่มีคนอยู่ใต้มงคัมบัญชา รองลงไปอีกแล้ว เป็นผู้รับคำสั่งมาลงมือปฏิบัติอย่างเดี่ยวเท่านั้น⁹

⁷ ชัยพร วิชชาวุธ, ความจำนง แผนกวิชาจิตวิทยา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, โรงพิมพ์ชวนพิมพ์, กรุงเทพมหานคร 2520 หน้า 147.

⁸ จำนวนค์ สมประสงค์, แรงงานสัมพันธ์กับการสหกรณ์ออมทรัพย์ในโรงงาน สำนักพิมพ์โอเคียนสโตร์, กรุงเทพมหานคร กันยายน 2524 หน้า 14.

⁹ เรื่องเดียวกัน หน้า 15.

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยมิได้ถือว่าคนงาน
(Workers) เป็นแค่เพียงผู้ใช้แรงงาน
(Laborers) เท่านั้น หากยังหมายความ
ครอบคลุมพนักงานระดับปฏิบัติการทั่วไป ที่มีได้
มีอำนาจหน้าที่บังคับบัญชาผู้อื่น

สื่อมวลชนท้องถิ่น หมายถึง

อุปกรณ์สำหรับใช้ในการสื่อสารมวลชน เช่น
หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ เป็นต้น ซึ่งมี
สถานที่ตั้งดำเนินการอยู่ในท้องถิ่นนั้น

บทที่ 2

สื่อมวลชน

คำว่าสื่อมวลชน มาจากคำภาษาอังกฤษที่ว่า Mass media ซึ่งประกอบขึ้นมาจากคำว่า Mass หมายถึง กลุ่มคนจำนวนมาก ปวงชน หรือมวลชน ส่วนคำว่า Media หมายถึง สื่อ หรือตัวกลางระหว่างสิ่งหนึ่งกับอีกสิ่งหนึ่ง เมื่อใช้ในการติดต่อสื่อสาร หรือกล่าวอีกอย่างหนึ่งว่าสื่อมวลชน หมายถึง "ตัวแทนหรือเครื่องมือต่าง ๆ ที่จะสื่อความคิด ทัศนคติ ข่าวสาร หรือภาพพจน์ต่าง ๆ ไปสู่ประชาชนหรือมวลชนเป็นจำนวนมาก"¹

ประเภทของสื่อมวลชน

สื่อมวลชนมีมากมายหลายชนิด และการแบ่งประเภทของสื่อมวลชนอาจแบ่งออกได้หลายแบบด้วยกัน เป็นต้นว่า สื่อมวลชนอาจแบ่งได้เป็น 2 ประเภท² คือ

1. สื่อประเภทสิ่งพิมพ์ (Printed matters) หมายถึง หนังสือพิมพ์ นิตยสาร แผ่นพับ ใบปลิว เป็นต้น
2. สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Electronics) เช่น วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ ภาพยนตร์

การแบ่งประเภทของสื่อมวลชนอีกแบบหนึ่ง จะแบ่งสื่อมวลชนเป็น 2 ประเภทคือ

1. สื่อปฐมภูมิ (Primary media) ได้แก่ หนังสือพิมพ์ วิทยุโทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียง ภาพยนตร์

¹อรุณีประภา ทอมเศรษฐี, การสื่อสารมวลชนเบื้องต้น ภาควิชาภาษาไทยและภาษาตะวันออก คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง , กรุงเทพฯ 2520 หน้า 45.

²จงจิต ศรีพรรณ, การสื่อสารมวลชน โครงการตำรามหาวิทยาลัย ศูนย์หนังสือเชียงใหม่, เชียงใหม่ 2524 หน้า 16.

2. สื่อทุติยภูมิ (Secondary media) เป็นต้นว่า ฟิล์มสตริป โปสเตอร์ และ
 บุกเลตส์ (Booklets)

อย่างไรก็ตาม Alan Wells ได้ให้ความสำคัญแก่สื่อเพียง 3 ชนิดคือ
 วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และหนังสือพิมพ์ ว่ามีบทบาทมากที่สุดในสมัยปัจจุบัน³

หนังสือพิมพ์

หนังสือพิมพ์ (Newspaper) เป็นสื่อมวลชนที่เก่าแก่และยังคงสามารถเสนอ
 ข่าวสารให้แก่มวลชนอย่างกว้างขวางแมกระทั่งในปัจจุบัน ลักษณะเด่นของหนังสือพิมพ์ใน
 ฐานะสื่อมวลชน ก็คือสามารถเก็บข่าวสารไว้นาน อ่านเมื่อไรก็ได้ที่สะดวก ให้รายละเอียด
 ได้มากกว่าวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ เหมาะสำหรับประชาชนที่ชอบอ่านหนังสือมาก
 กว่าฟังวิทยุกระจายเสียงหรือชมวิทยุโทรทัศน์

กล่าวกันว่าหนังสือพิมพ์ที่แท้จริงควรมีคุณสมบัติดังต่อไปนี้⁴

1. พิมพ์จำหน่ายอย่างน้อยสัปดาห์ละครั้ง
2. พิมพ์โดยเครื่องจักร
3. หาซื้อได้ง่าย ไม่มีการกีดกันผู้ซื้อว่าเป็นชนชั้นใด
4. พิมพ์ทุกเรื่องที่น่าสนใจ
5. คึงถูกใจคนที่อ่านหนังสือได้ทั่วไป
6. ออกจำหน่ายตรงเวลา และเสนอข่าวที่ทันต่อเหตุการณ์
7. มีการพิมพ์จำหน่ายเรื่อย ๆ อย่างมั่นคงและต่อเนื่อง

³ Alan Wells, Mass Media and Society Palo Alto, California:
 National Press Book., 1972, p.1.

⁴ Edwin Emery, The Press and America The Time of India
 Press, Bombay, 1969, p.4.

สำหรับในประเทศไทย พระราชบัญญัติการพิมพ์ พ.ศ. 2484 มาตรา 4 ได้ให้คำจำกัดความของหนังสือพิมพ์ไว้ว่า "หนังสือพิมพ์ หมายถึง สิ่งพิมพ์ที่มีชื่อจำหน่าย เช่นเดียวกันและออกหรือเจตนาจะออกตามลำดับเรื่อยไป มีกำหนดเวลาหรือไม่ก็ตาม มีข้อความต่อเนื่องไม่ก็ตาม"⁵

เป็นที่น่าสังเกตว่าคำจำกัดความของหนังสือพิมพ์ยังมีความยืดหยุ่นมาก และพระราชบัญญัติการพิมพ์ก็ไม่ได้ระบุกำหนดเวลาในการออกหนังสือพิมพ์เอาไว้

ประเภทของหนังสือพิมพ์

อรุณีประภา หอมเศรษฐ์ ได้แบ่งประเภทของหนังสือพิมพ์ตามลักษณะของแหล่งรายได้ออกเป็น 2 ประเภทคือ

1. Party press หมายถึง หนังสือพิมพ์ที่ได้รับทุนอุดหนุนจากพรรคการเมือง หรือกลุ่มการเมืองต่าง ๆ เป็นส่วนใหญ่

2. Penny press หมายถึง หนังสือพิมพ์ที่อาศัยความสนับสนุนจากผู้อ่าน คือมีรายได้ส่วนใหญ่มาจากการลงโฆษณา และจากการจำหน่ายหนังสือพิมพ์ ต่อมา Penny press ได้กลายเป็น Popular paper คือเป็นหนังสือพิมพ์ที่มีเรื่องต่าง ๆ ที่เป็นการเอาใจผู้อ่านมากที่สุด

เมื่อพิจารณาอีกแง่หนึ่ง ในประเทศไทยสามารถจำแนกประเภทของหนังสือพิมพ์ตามความกว้างขวางของการเผยแพร่ออกเป็น 2 ประเภทคือ

1. หนังสือพิมพ์ระดับชาติ (National paper) หมายถึง หนังสือพิมพ์ที่ออกวางจำหน่ายทั่วประเทศ เช่น หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ เกลียวีส สยามรัฐ เป็นต้น

⁵อรุณีประภา หอมเศรษฐ์, เรื่องเดิม หน้า 61.

2. หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น (Local paper หรือ Community paper.)

เป็นหนังสือพิมพ์ที่พิมพ์จำหน่ายในท้องถิ่น เช่น ในอำเภอ ในจังหวัด หรือในภูมิภาคส่วนใดส่วนหนึ่งของประเทศ หนังสือพิมพ์เหล่านี้มีจำนวนมาก แต่ไม่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักและยังไม่มีผู้สนใจทางการศึกษาวิจัยเพื่อพัฒนามาตรฐานของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นในประเทศไทยมากนัก

หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น

David R. Bowers ทำการศึกษาเกี่ยวกับหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นในสหรัฐอเมริกาในประมาณช่วง พ.ศ. 2507 - 2517 ได้ให้ข้อสังเกตดังต่อไปนี้⁶

1. เทคนิคการพิมพ์แบบออฟเซตทำให้การเริ่มต้นกิจการหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นไม่ต้องใช้เงินทุนมากนัก เป็นผลให้หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นมีจำนวนมากมายหลายฉบับ
2. การที่หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นหลาย ๆ ฉบับ แต่ละฉบับมีจำนวนจำหน่ายไม่มากนัก หากจะใช้เครื่องพิมพ์ออฟเซตร่วมกันในโรงพิมพ์เดียวกัน จะช่วยให้ประหยัดค่าใช้จ่ายได้มาก
3. หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นที่ออกจำหน่ายรายสัปดาห์ที่มีอยู่เดิมสามารถขยายกิจการทั้งเป็นหนังสือพิมพ์ฉบับใหม่ ๆ เพิ่มขึ้นมาอีก
4. บางครั้งเจ้าของโรงพิมพ์จะซื้อกิจการหนังสือพิมพ์มาเป็นของตนเอง
5. เกิดการแข่งขันกันระหว่างหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นมากยิ่งขึ้น

ในประเทศไทยยังมีได้มีการศึกษาเกี่ยวกับหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นมากเพียงพอที่จะนำข้อมูลมาเปรียบเทียบกันได้ ซึ่งการศึกษาเกี่ยวกับหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นในประเทศไทย ควรจะได้รับความสนใจมากยิ่งขึ้น เพื่อให้สามารถปรับปรุงหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นให้มีคุณภาพ และมีประโยชน์มากยิ่งขึ้น

⁶ David R. Bowers, "The Impact of Centralized Printing on the Community Press," in Alan Wells, Mass Media and Society, Palo Alto, California: National Press Book, 1972, pp. 19 - 22.

วิทยุกระจายเสียง

พระราชบัญญัติวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ พ.ศ. 2498 มาตรา 3
ได้ให้คำจำกัดความของวิทยุกระจายเสียงไว้ดังนี้⁷

"วิทยุกระจายเสียง หมายความว่า การส่ง หรือการรับเสียงด้วยคลื่นแสรุทเซียน"

"คลื่นแสรุทเซียน หมายความว่า คลื่นแม่เหล็กไฟฟ้าที่มีความถี่ระหว่าง 10
กิโลไซเคิลต่อวินาที และ 3,000,000 เมกกะไซเคิลต่อวินาที"

จะเห็นได้ว่าคำจำกัดความนี้กินความกว้างมาก ครอบคลุมความถี่ที่ใช้ในการคิด
ต่อสื่อสารด้วยคลื่นวิทยุทั้งหมด

คณะกรรมการบริหารวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ (กบว.) ได้กำหนด
คำจำกัดความของวิทยุกระจายเสียง ในระเบียบว่าด้วยวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์
พ.ศ. 2516 ไว้ดังต่อไปนี้⁸

"วิทยุกระจายเสียง หมายความว่า การส่งคลื่นวิทยุในย่านความถี่คลื่นวิทยุ
535 ถึง 1605 กิโลเฮิรตซ์ และย่านความถี่ 87 ถึง 100 เมกกะเฮิรตซ์ อันมีความประสงค์
ให้เข้าถึงมวลชนโดยตรง"

เป็นที่น่าสังเกตว่าคำจำกัดความตามระเบียบดังกล่าวครอบคลุมเฉพาะความ
ถี่คลื่นของการกระจายเสียงในระบบ A.M. บางส่วน (535 - 1605 กิโลเฮิรตซ์) และ
ระบบ F.M. บางส่วน (87 - 100 เมกกะเฮิรตซ์) แต่มิได้ครอบคลุมระบบ S.W.

⁷ 7 กองงานคณะกรรมการบริหารวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ กรมประชาสัมพันธ์ สำนักนายกรัฐมนตรี, กฎหมายและระเบียบเกี่ยวกับวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์
กรุงเทพ 2524 หน้า 1

⁸ 8 เรื่องเดียวกัน หน้า 30

(2 - 22 เมกกะเฮิซท์) และการส่งข่าวสารทางวิทยุที่มีโคอยู่ในระหว่างช่วงความถี่ที่ระบุไว้ข้างต้น ให้ถือว่าเป็นวิทยุคมนาคม⁹ มีใช้วิทยุกระจายเสียง

วิทยุโทรทัศน์

พระราชบัญญัติวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ พ.ศ. 2496 มาตรา 3 ให้คำจำกัดความของวิทยุโทรทัศน์ไว้ว่า¹⁰

"วิทยุโทรทัศน์ หมายความว่า การส่งหรือการรับภาพนิ่งหรือภาพเคลื่อนไหวในลักษณะไม่ถาวรด้วยคลื่นแอมพลิจูดเปลี่ยนแปลง" ¹¹

ระเบียบว่าด้วยวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ พ.ศ. 2516¹¹ ได้ให้คำจำกัดความเพิ่มเติมว่า

"วิทยุโทรทัศน์ หมายความว่า การส่งภาพด้วยคลื่นวิทยุในย่านความถี่คลื่นวิทยุ 54 - 74.6, 174 - 216, 470 - 505 และ 610 - 690 เมกกะเฮิซท์ หรือส่งภาพทางสาย อันมีความประสงค์ให้เข้าถึงมวลชนโดยตรง"

การส่งภาพด้วยคลื่นวิทยุในช่วงความถี่อื่น ๆ นอกเหนือจากนี้ให้ถือว่าเป็นวิทยุคมนาคมทั้งสิ้น¹²

⁹ เรื่องเดียวกัน หน้า 21

¹⁰ เรื่องเดียวกัน หน้า 2

¹¹ เรื่องเดียวกัน หน้า 38

¹² เรื่องเดียวกัน หน้า 21

ประเภทของรายการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์

ระเบียบว่าด้วยวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ พ.ศ. 2518 ยังได้กำหนดประเภทของรายการเป็น 4 ประเภท¹³ กล่าวคือ

1. ข่าว
2. ความรู้
- 3.บันเทิง
4. โฆษณาและบริการธุรกิจ

การแบ่งรายการเป็น 4 ประเภทนี้ จะได้นำมาพิจารณาประกอบในการศึกษาในโครงการวิจัยนี้

วัตถุประสงค์ของการส่งวิทยุกระจายเสียงหรือวิทยุโทรทัศน์ในประเทศไทย

วัตถุประสงค์ได้ถูกกำหนดไว้ในระเบียบว่าด้วยวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ พ.ศ. 2518 ไว้ดังนี้¹⁴

1. ส่งเสริมให้ประชาชนมีความเข้าใจในการปกครองระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์เป็นประมุข
2. ส่งเสริมนโยบายและประโยชน์ส่วนรวมของประเทศชาติ ทั้งในด้านการเมือง การทหาร การเศรษฐกิจ และสังคม
3. ส่งเสริมให้ประชาชนมีความสำนึกและรับผิดชอบต่อประเทศชาติ ศาสนา และพระมหากษัตริย์
4. ส่งเสริมให้ประชาชนมีความสามัคคีร่วมมือร่วมใจซึ่งกันและกัน

¹³ เรื่องเดียวกัน หน้า 45

¹⁴ เรื่องเดียวกัน หน้า 41

5. เชิญชวนให้ประชาชนทอผ้าและทอผ้าทอ คอลกจนลัทธิที่เป็นภัยต่อประเทศชาติ และมีความร่วมมือกับมิตรประเทศ
6. เป็นสื่อมวลชนที่ีสำหรับการสื่อข่าวทั่วไปและข่าวจากรัฐบาลไปสู่ประชาชน เพื่อให้เกิดความเข้าใจอันดีและถูกต้องโดยรวดเร็ว
7. สนับสนุนและส่งเสริมการค้าเป็นงานของส่วนราชการหรือรัฐวิสาหกิจเจ้าของสถานี หรือกิจการของทางราชการ
8. สนับสนุนกิจการเกี่ยวกับการศึกษาของชาติ
9. ส่งเสริมให้ประชาชนช่วยกันรักษาวัฒนธรรม ชนบธรรมเนียมประเพณีและภาษาไทยให้ดำรงอยู่ด้วยดี
10. ให้ความรู้และความบันเทิงแก่ประชาชนโดยชอบด้วยวัฒนธรรม ชนบธรรมเนียมประเพณีและศีลธรรมอันดีงาม
11. ร่วมมือกับนานาชาติที่เป็นมิตรของประเทศไทย ในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและรายการที่เป็นประโยชน์คือส่วนรวม เพื่อให้เกิดความเข้าใจอันดีต่อกัน

จะเห็นได้ว่าวัตถุประสงค์ส่วนใหญ่จะ เน้นความต้องการของรัฐที่จะให้วิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์เป็นเครื่องมือในการบริหารประเทศ ดังนั้นรัฐบาลจึงมีได้ อนุญาตให้มีสถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์เป็นของเอกชน สถานีวิทยุกระจายเสียง และวิทยุโทรทัศน์ในประเทศไทยทุกสถานีจะเป็นของหน่วยงานราชการหรือรัฐวิสาหกิจเท่านั้น

สรุป

ในบทนี้ได้ทำการศึกษาความหมายและคำจำกัดความต่าง ๆ จากเอกสารตลอดจนกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสื่อมวลชนที่สำคัญ ซึ่งได้แก่ หนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง และวิทยุโทรทัศน์ ซึ่งข้อมูลต่าง ๆ เหล่านี้จะเป็นประโยชน์ในการศึกษาวิจัยในบทต่อ ๆ ไป

บทที่ 3
หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น

ในการศึกษาเกี่ยวกับหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นในจังหวัดสงขลา ผู้วิจัยได้ใช้เทคนิคการเก็บข้อมูล 2 แบบด้วยกันคือ แบบแรกเป็นการสัมภาษณ์บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นโดยใช้แบบสอบถามเป็นแนวทางประกอบการสัมภาษณ์ การสัมภาษณ์ครั้งนี้ช่วยให้ได้รับข้อมูลซึ่งนอกเหนือจากที่คาดคะเนว่าจะได้หลายประการ ส่วนเทคนิคแบบที่สองคือ การศึกษาจากหนังสือพิมพ์ โดยการวิเคราะห์เนื้อหาของหนังสือพิมพ์ต่าง ๆ ข้อมูลที่ได้จากวิธีการเก็บข้อมูลทั้งสองแบบนี้ สามารถนำมาตรวจสอบยืนยันซึ่งกันและกันเพื่อให้ได้ข้อมูลที่แน่นอนและเชื่อถือได้ยิ่งขึ้น

จำนวนหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น

จากการสำรวจจำนวนหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นในจังหวัดสงขลา ระหว่างวันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2525 ถึง 31 สิงหาคม 2525 พบว่ามีหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นที่ออกวางจำหน่ายอย่างสม่ำเสมออยู่เป็นประจำ 8 ฉบับ ดังแสดงรายละเอียดไว้ในตารางที่ 3 - 1 เป็นที่น่าสังเกตว่าหนังสือพิมพ์ทุกฉบับตีพิมพ์ในอำเภอหาดใหญ่ ไม่มีการตีพิมพ์ในอำเภออื่นเลย

ตารางที่ 3 - 1
หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น

ลำดับที่	ชื่อหนังสือพิมพ์	ชื่อบรรณาธิการผู้พิมพ์ ผู้โฆษณา	สำนักงานหรือสำนักพิมพ์
1	ก้าวใหม่	นายนรา คำทับนัน	25/5 ถนนแสงศรี อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา
2	ไทยแหลมทอง	นายวราน้อย วิริยะกุล	166/3 ถนนประธานอุทิศ อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา

ลำดับที่	ชื่อหนังสือพิมพ์	ชื่อบรรณาธิการผู้พิมพ์ ผู้โฆษณา	สำนักงานหรือสำนักพิมพ์
3	"สู้" ฉบับปฏิวัติ	นายบุญส่ง หมู่ศิริ	86/3 ถนนแสงศรี อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา
4	เสียงไทย	นายเฉลิม ฤทธิมนตรี	3/9 ถนนราษฎร์อุทิศ อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา
5	เกียรติศักดิ์	นายยงศักดิ์ จันทร์ศิริ	124 ถนนศุภสารรังสรรค์ อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา
6	ไทยราษฎร์	นายสมบูรณ์ สิริวิเชียร	17/16 ซอยศุภสารรังสรรค์ อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา
7	ไทยทักษิณ	นายธนา พันธุ์เมธา	40/1 - 2 ถนนรัตการ อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา
8	อุธร	นายจุมพล อามทิพย์	41 ถนนศรีภูวนารถใน อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา

นอกจากหนังสือพิมพ์ที่พิมพ์จำหน่ายประจำอยู่ 8 ฉบับแล้ว ยังปรากฏว่ามีหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นบางฉบับ เช่น ราษฎร์และทักษิณใหม่ ที่พิมพ์จำหน่ายเพียงไม่กี่ฉบับในช่วงเวลาที่ผ่านมา ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้จะศึกษาเฉพาะหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นที่มีจำหน่ายเป็นประจำเท่านั้น

แนวความคิดในการบริหารหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น

จากการสัมภาษณ์บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นที่ออกจำหน่ายเป็นประจำ 8 ฉบับ พอจะสรุปแนวความคิดของบรรณาธิการในการบริหารหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น เรื่องความสำคัญจากมากไปหาน้อย ดังนี้

1. กองการจะให้ประชาชนในท้องถิ่น ทั้งในจังหวัดสงขลาและจังหวัดใกล้เคียง
ไต่ถามขอเท็จจริงเกี่ยวกับท้องถิ่น
 2. เพื่อให้ความรู้แก่ประชาชน โดยเสนอในรูปแบบความต่าง ๆ
 3. เพื่อให้บริกาารแก่ประชาชน หน่วยราชการ และองค์การเอกชน โดยการ
ตีพิมพ์ประกาศรับสมัครงาน คำกักสินพิพาทภาษาคำขวัญของศาลสถิตย์ยุติธรรม และจัดให้มีคอลัมน์
แสดงความคิดเห็นของประชาชน
 4. ให้การสนับสนุนและส่งเสริมผู้ที่สร้างคุณงามความดีแก่ท้องถิ่น และทั้งถึง
บุคคลและหน่วยงานที่ทำงานยกพร่อง ทั้งนี้เพื่อให้ผู้กระทำความดีมีกำลังใจปฏิบัติหน้าที่งาน
ให้ดียิ่งขึ้น และผู้ที่ทำงานยกพร่องได้รับทราบขอทักท้วง
 5. นำปัญหาท้องถิ่นขึ้นมาเผยแพร่ ชี้แนะแนวทางแก้ไขเพื่อให้ประชาชนและ
หน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้รับทราบ และช่วยกันหาทางแก้ไข
 6. ส่งเสริมการประกอบอาชีพ ธุรกิจ และอุตสาหกรรมในท้องถิ่น โดยจัดให้
มีบทความให้ความรู้ทางการเกษตร มีการโฆษณาเกี่ยวกับธุรกิจโรงแรม และกิจการท่องเที่ยว
- แนวความคิดเหล่านี้เป็นเพียงแนวความคิดกว้าง ๆ ซึ่งบรรณาธิการนำมาใช้ในการ
การกำหนดเป้าหมาย นโยบาย และในการดำเนินการหนังสือพิมพ์ในท้องถิ่น

ลักษณะของการออกหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น

ลักษณะการออกหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นในจังหวัดสงขลา พอจะจำแนกออกได้เป็น
2 ลักษณะกล่าวคือ

1. ออกทุกกระยะประมาณ 7 วัน คือออกวางตลาดจำหน่ายในวันที่ 1, 8,
16 และ 24 ของทุกเดือน ซึ่งได้แก่หนังสือพิมพ์ไทยแหลมทอง เกียรติศักดิ์ ไทยทักษิณ และภูธร
2. ออกทุกกระยะประมาณ 15 วัน ออกวางตลาดจำหน่ายในวันที่ 1 และ 16
ของทุกเดือน ได้แก่ หนังสือพิมพ์ก้าวหน้า "สุ" ฉบับปฏิวัติ เสียงไทย และไทยราษฎร์

เป็นที่น่าสังเกตว่าหนังสือพิมพ์ทุกฉบับจะวางจำหน่ายในวันที่ 1 และ 16 ซึ่งเป็นวันที่ประกาศผลการออกวางวัลสลากกินแบ่งรัฐบาล และหนังสือพิมพ์ทุกฉบับจะตีพิมพ์ผลการออกวางวัลนี้ด้วย หนังสือพิมพ์แต่ละฉบับจะมีการตีพิมพ์ประมาณ 3,000 - 4,000 ฉบับต่อครั้ง จำนวนที่ตีพิมพ์จะขึ้นอยู่กับความสามารถในการผลิตของโรงพิมพ์และความสามารถของฝ่ายบริหารหนังสือพิมพ์ที่จะหาโฆษณาและจัดจำหน่าย

หนังสือพิมพ์ที่พิมพ์ในจังหวัดสงขลาจะมีขอบเขตการจัดจำหน่ายส่วนใหญ่อยู่ในจังหวัดสงขลา ยะลา และนราธิวาส และมีการจัดจำหน่ายในจังหวัดอื่น ๆ ในภาคใต้ด้วย แต่จำนวนจำหน่ายไม่มากนัก

รูปแบบของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น

ขนาดของรูปเล่มหนังสือพิมพ์แต่ละฉบับจะแตกต่างกัน แต่ส่วนใหญ่จะมีขนาดประมาณ 12" x 18" ซึ่งเป็นหนังสือพิมพ์ขนาดครึ่งหนึ่ง (half size) ของขนาดหนังสือพิมพ์ส่วนกลางที่จำหน่ายทั่วประเทศ ซึ่งมีขนาดประมาณ 14" x 23" ขนาดของรูปเล่มถูกจำกัดโดยความสามารถของแท่นพิมพ์ที่ใช้ในการพิมพ์ จำนวนหน้าของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นจะมีประมาณ 8 - 16 หน้า เกือบทุกฉบับพิมพ์ด้วยสีขาวดำ มีการพิมพ์สองสีไม่เกิน 2 สี ตัวพิมพ์ไม่ค่อยชัดเจน บรรณาธิการส่วนมากยอมรับว่าเครื่องพิมพ์ไม่ทันสมัย พิมพ์ได้ช้าและพิมพ์สีได้ไม่สวย

การแบ่งเนื้อหาที่ตีพิมพ์ยังแบ่งได้ไม่ชัดเจนนัก แต่พอจะแบ่งเนื้อหาได้เป็น 6 ประเภท กล่าวคือ

1. ข่าวทั่วไป จะเป็นข่าวที่เน้นด้านเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในจังหวัดสงขลา และจังหวัดใกล้เคียง

ข่าวส่วนใหญ่ไม่ใช่ข่าวสดเพราะหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นไม่ได้ออกทุกวัน ดังนั้นจึงมักจะเน้นด้านการวิจารณ์ข่าวมากกว่าความใหม่สดของข่าว

2. ชาวสังคม เน้นที่บุคคล ชื่อ ยศ ตำแหน่ง อาชีพ ในลักษณะของการแจ้งให้ทราบว่าใครทำอะไร ที่ไหน เมื่อไร แล้วอาจจะมีคำชมเชยหรือทักท้วงไว้วางใจความสั้น ๆ

3. บทความ บทความที่ลงพิมพ์มีหลายประเภท นับตั้งแต่บทความเกี่ยวกับวิชาการงานการเกษตร การประกอบอาชีพ และบทความวิพากษ์วิจารณ์และเสนอข้อคิดเห็นในเรื่องต่าง ๆ โดยทั่วไป เช่น การทำงานของหน่วยราชการ เป็นต้น

4. การโฆษณา หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นทุกฉบับถือว่าการโฆษณาเป็นสิ่งสำคัญ และจำเป็นเพื่อความอยู่รอดของหนังสือพิมพ์ กล่าวโดยเฉลี่ยแล้วหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นจะมีเนื้อที่โฆษณาประมาณ 36% ของเนื้อที่ ธุรกิจโรงแรมจะใช้เนื้อที่มากที่สุดคือประมาณ 40% ของเนื้อที่โฆษณาทั้งหมด รองลงไปคือธุรกิจท่องเที่ยว หองอาหารและสถานบันเทิง ต่อจากนั้นเป็นทางร้านขายสินค้าอุปโภคบริโภค และสถานศึกษาเอกชนต่าง ๆ อาทิเช่น โรงเรียนพณิชยการ โรงเรียนพิมพ์ดีด เป็นต้น

5. ประกาศผลการออกรางวัลสลากกินแบ่งของรัฐบาล หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นทุกฉบับที่ออกจำหน่ายในวันที่ 1 และ 16 ของแต่ละเดือน จะมีประกาศผลการออกรางวัลสลากกินแบ่งด้วย เขาใจกันว่ามีผู้อ่านหนังสือพิมพ์จำนวนมากที่ซื้อหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเนื่องจากต้องการอ่านและตรวจสอบสลากกินแบ่งจากประกาศผลการออกรางวัลสลากกินแบ่งเท่านั้น

6. เนื้อหาอื่น ๆ ได้แก่ แจ้งความของหน่วยราชการต่าง ๆ ประกาศศาล จังหวัดต่าง ๆ ในภาคใต้ รหัสไปรษณีย์ ประกาศของเทศบาล ประกาศการยื่นซองประกวดราคารับเหมาก่อสร้าง และเนื้อหาอื่น ๆ ที่ไม่อาจจัดได้ว่าอยู่ในประเภทใดประเภทหนึ่งของเนื้อหา 5 ประเภทแรกที่กล่าวมาข้างต้น

อัตราส่วนของเนื้อหาชนิดต่าง ๆ

ผู้วิจัยได้สุ่มตัวอย่างหนังสือพิมพ์แต่ละฉบับมา 5 ตัวอย่าง และทำการวิเคราะห์อัตราร้อยละของเนื้อหาชนิดต่าง ๆ เช่น ชาวสังคม บทความ และการโฆษณา

โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์ความแปรปรวน (analysis of variance)¹ เพื่อจะดูว่าหนังสือพิมพ์ทุกฉบับมีเนื้อหาชนิดใดที่มีอัตราร้อยละเท่า ๆ กันบ้าง

อัตราส่วนของร้อยละของเนื้อหาข่าวสังคมของหนังสือพิมพ์ต่าง ๆ ใดแสดงไว้ในตารางที่ 3 - 2 พร้อมด้วยค่าเฉลี่ย (means) และความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviations) การวิเคราะห์ความแปรปรวนใดแสดงไว้ในตารางที่ 3 - 3 อัตราส่วนของความแปรปรวนมีนัยสำคัญที่ระดับ $\alpha = 0.01$ จึงถือได้ว่าค่าเฉลี่ยอัตราส่วนร้อยละของเนื้อหาข่าวสังคมของหนังสือพิมพ์แต่ละฉบับไม่เท่ากัน

อัตราส่วนร้อยละของเนื้อหาบทความใดแสดงไว้ในตารางที่ 3 - 4 การวิเคราะห์ความแปรปรวนใดแสดงไว้ในตารางที่ 3 - 5 และได้พบว่าค่าเฉลี่ยอัตราส่วนร้อยละของเนื้อหาบทความของหนังสือพิมพ์แต่ละฉบับแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ $\alpha = 0.01$

ตารางที่ 3 - 6 แสดงถึงอัตราส่วนร้อยละของเนื้อหาโฆษณา และตารางที่ 3 - 7 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวน พบว่าค่าเฉลี่ยอัตราส่วนร้อยละของเนื้อหาโฆษณาของหนังสือพิมพ์แต่ละฉบับจะแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ $\alpha = 0.01$

อัตราส่วนร้อยละของเนื้อหาประกาศผลการออกรางวัลสลากกินแบ่ง ใดแสดงไว้ในตารางที่ 3 - 8 การวิเคราะห์ความแปรปรวนใดแสดงไว้ในตารางที่ 3 - 9 พบว่าค่าเฉลี่ยของเนื้อหาประกาศผลการออกรางวัลสลากกินแบ่งของหนังสือพิมพ์แต่ละฉบับไม่แตกต่างกันที่ระดับ $\alpha = 0.01$ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าหนังสือพิมพ์ไม่ได้ออกตีพิมพ์ประกาศผลการออกรางวัลทุกฉบับ แต่ตีพิมพ์เฉพาะฉบับที่ออกในวันที่ 1 และ 16 ของแต่ละเดือนเท่านั้น ทำให้ค่าของความแปรปรวนสูงจนไม่พบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยดังกล่าวแล้ว

1

A.H. Bowker and G.J. Lieberman, Engineering Statistics

Tokyo: Maruzen Company, Ltd., 1959, pp.286 - 307.

อัตราส่วนร้อยละของเนื้อที่เนื้อหาอื่น ๆ ได้แสดงไว้ในตารางที่ 3 - 10 ได้พบว่าหนังสือพิมพ์เกียรติศักดิ์และภูธร ไม่มีเนื้อหาอื่น ๆ นอกจากเนื้อหา 5 ประเภทแรก คือ ข่าวทั่วไป ข่าวสังคม บทความ โฆษณา และประกาศผลการออกรางวัลสลากกินแบ่ง การวิเคราะห์ความแปรปรวนแสดงไว้ในตารางที่ 3 - 11 ได้พบว่าค่าเฉลี่ยของอัตราส่วนร้อยละของเนื้อที่เนื้อหาอื่น ๆ แตกต่างกันระหว่างหนังสือพิมพ์อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ

$$\alpha = 0.01$$

จากการวิเคราะห์เนื้อหาของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นที่พิมพ์ในจังหวัดสงขลา อาจกล่าวได้ว่าหนังสือพิมพ์แต่ละฉบับได้จัดอัตราส่วนเนื้อที่ของเนื้อหาประเภทต่าง ๆ ไม่เหมือนกัน และดูเหมือนว่าหนังสือพิมพ์แต่ละฉบับจะจัดอัตราส่วนเนื้อที่ของเนื้อหาตามที่ตนเห็นสมควรโดยไม่ปรากฏว่ามีกฎเกณฑ์แน่นอน ยกเว้นแต่ว่าหนังสือพิมพ์ทุกฉบับที่พิมพ์ในวันที่ 1 และ 16 ของแต่ละเดือนจะตีพิมพ์ผลการออกรางวัลสลากกินแบ่งไว้ด้วย

เพื่อความสะดวกแก่การอ้างอิงและการศึกษาในอนาคต ค่าเฉลี่ยอัตราส่วนร้อยละของพื้นที่เนื้อหาประเภทต่าง ๆ ของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นทั้งหมดรวม 40 ฉบับที่สุ่มตัวอย่างมาศึกษา ได้แสดงไว้ในตารางที่ 3 - 12 จะพบว่าค่าเฉลี่ยอัตราส่วนเนื้อที่ของเนื้อหาของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเรียงตามลำดับมากไปหาน้อยได้ดังนี้ คือ การโฆษณา 36.11% บทความ 25.52% ข่าวทั่วไป 17.97% ข่าวสังคม 14.95% ประกาศผลการออกรางวัลสลากกินแบ่ง 4.32% และเนื้อหาอื่น ๆ 1.13% จะเห็นได้อย่างชัดเจนว่าอัตราส่วนของการโฆษณามีความสำคัญมากที่สุด ทั้งนี้ก็เพราะรายได้จากการโฆษณาเป็นรายได้หลักของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น ซึ่งกล่าวโดยทั่วไปแล้วมีความสำคัญมากกว่ารายได้จากการจำหน่ายหนังสือพิมพ์

ตารางที่ 3 - 2
อัตราส่วนร้อยละของเนื้อที่ชาวสังคม

ลำดับที่	ชื่อหนังสือพิมพ์	นับที่					ความเบี่ยงเบน	
		1	2	3	4	5	ค่าเฉลี่ย	มาตรฐาน
1	ดาวใหม่	11.00	7.70	9.88	5.05	12.26	9.16	2.05
2	ไทยแหลมทอง	11.57	11.11	14.84	13.93	15.24	13.34	1.69
3	ฉบับปฏิวัติ	18.32	26.05	21.57	23.15	14.65	21.15	5.05
4	เสียงไทย	13.65	17.33	16.66	15.40	12.32	15.11	2.05
5	เกียรติศักดิ์	9.55	7.51	9.26	6.65	9.10	8.47	1.21
6	ไทยราษฎร์	9.92	6.09	24.81	16.02	9.77	13.32	7.34
7	ไทยทักษิณ	21.12	16.64	15.35	13.42	12.74	15.85	3.33
8	ภูธร	17.44	17.00	28.54	25.65	27.07	23.14	5.50

ตารางที่ 3 - 3
การวิเคราะห์ความแปรปรวนของอัตราส่วนร้อยละของเนื้อที่ชาวสังคม

Source	Sum of Squares	Degree of freedom	Mean Square	Variance Ratio
ระหว่างหนังสือพิมพ์	933.72	7	133.39	} 8.11*
ภายในหนังสือพิมพ์	526.36	32	16.45	
รวม	1460.08	39	37.44	

* มีนัยสำคัญที่ระดับ $\alpha = 0.01$

ตารางที่ 3 - 4
อัตราส่วนร้อยละของเนื้อที่บทความ

ลำดับที่	ชื่อหนังสือพิมพ์	ฉบับที่					ค่าเฉลี่ย	ความเบี่ยงเบน มาตรฐาน
		1	2	3	4	5		
1	ดาวใหม่	44.17	46.12	49.85	15.98	46.90	40.60	13.92
2	ไทยแหลมทอง	20.97	21.69	22.29	20.39	22.79	21.63	0.97
3	สู่มัธยมปฏิบัติ	17.93	19.83	22.64	20.85	9.73	19.20	5.03
4	เสียงไทย	9.08	0.00	7.99	13.16	10.38	8.12	4.93
5	เกียรติศักดิ์	31.73	33.73	36.14	40.77	32.29	29.11	14.64
6	ไทยราษฎร์	19.74	53.59	13.42	15.64	21.86	24.85	16.41
7	ไทยทัศนวิ	26.77	33.86	27.66	29.54	29.58	29.48	2.73
8	ภูธร	31.30	32.16	22.49	25.38	22.45	26.76	4.70

ตารางที่ 3 - 5
การวิเคราะห์ความแปรปรวนของอัตราส่วนร้อยละของเนื้อที่บทความ

Source	Sum of Squares	Degree of freedom	Mean Square	Variance Ratio
ระหว่างหนังสือพิมพ์	3489.56	7	498.51	} 5.15*
ภายในหนังสือพิมพ์	3099.48	32	96.86	
รวม	6589.04	39	168.95	

* มีนัยสำคัญที่ระดับ $\alpha = 0.01$

ตารางที่ 3 - 6
อัตราร้อยละของเนื้อที่โฆษณา

ลำดับที่	ชื่อหนังสือพิมพ์	ฉบับที่					ค่าเฉลี่ย	ความเบี่ยงเบน มาตรฐาน
		1	2	3	4	5		
1	ข่าวใหม่	19.32	22.97	25.94	70.93	21.82	32.20	21.78
2	ไทยแหลมทอง	52.50	50.08	44.21	46.25	46.16	47.84	3.36
3	สู้ฉบับปฏิวัติ	35.42	31.22	32.32	34.92	65.40	39.86	14.39
4	เสียงไทย	24.41	18.53	27.73	18.79	34.86	24.86	6.81
5	เกียรติศักดิ์	45.61	46.36	42.39	43.70	52.49	46.11	3.89
6	ไทยราษฎร์	49.54	23.18	38.82	42.47	51.11	41.02	11.18
7	ไทยทักษิณ	32.17	34.12	31.98	33.92	33.58	33.15	1.01
8	ภูธร	19.05	26.88	21.41	21.39	22.39	22.22	2.88

ตารางที่ 3 - 7

การวิเคราะห์ความแปรปรวนของอัตราร้อยละของเนื้อที่โฆษณา

Source	Sum of Squares	Degree of freedom	Mean Square	Variance Ratio
ระหว่างหนังสือพิมพ์	3187.04	7	455.29	} 3.87*
ภายในหนังสือพิมพ์	3766.54	32	177.70	
รวม	6953.58	39	178.30	

*มีนัยสำคัญที่ระดับ $\alpha = 0.01$

ตารางที่ 3 - 8

อัตราส่วนร้อยละของเนื้อที่ประดาผลการออกรางวัลสลากกินแบ่ง

ลำดับที่	ชื่อหนังสือพิมพ์	ฉบับที่					ค่าเฉลี่ย	ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน
		1	2	3	4	5		
1	ก้าวใหม่	7.78	7.84	0.00	0.00	6.89	4.50	4.13
2	ไทยแหลมทอง	0.00	5.25	0.00	5.71	0.00	2.19	3.01
3	สุดมันปฎิวัติ	8.98	0.00	0.23	0.00	0.00	1.84	3.99
4	เสียงไทย	9.10	7.83	8.86	9.29	8.04	8.62	0.65
5	เกียรติศักดิ์	3.59	3.65	3.56	0.00	0.00	2.16	1.97
6	ไทยราษฎร์	5.80	0.67	9.31	8.96	5.55	6.06	3.48
7	ไทยทัศน	5.73	0.00	5.80	6.07	0.00	3.52	3.22
8	ภูธร	9.45	0.00	9.66	0.00	9.07	5.64	5.15

ตารางที่ 3 - 9

การวิเคราะห์ความแปรปรวนของอัตราส่วนร้อยละของประดาผลการออกรางวัลสลากกินแบ่ง

Source	Sum of Squares	Degree of freedom	Mean Square	Variance Ratio
ระหว่างหนังสือพิมพ์	198.42	7	28.35	2.39
ภายในหนังสือพิมพ์	378.99	32	11.84	
รวม	577.41	39	14.81	

Variance ratio ไม่มีนัยสำคัญที่ระดับ $\alpha = 0.01$

ตารางที่ 3 - 10

อัตราร้อยละของเนื้อที่เนื้อหาอื่น ๆ

ลำดับที่	ชื่อหนังสือพิมพ์	ฉบับที่					ค่าเฉลี่ย	ความเบี่ยงเบน มาตรฐาน
		1	2	3	4	5		
1	ข่าวใหม่	4.74	2.72	0.54	0.63	0.39	1.64	1.67
2	ไทยแหลมทอง	0.00	0.00	2.62	0.00	0.00	0.56	1.26
3	สูดฉบับปฏิวัติ	0.00	0.00	0.69	0.46	0.00	0.27	0.40
4	เสียงไทย	0.00	0.00	0.00	2.20	0.00	0.44	0.98
5	เกียรติศักดิ์	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
6	ไทยราษฎร์	2.39	0.00	0.00	0.00	0.00	0.46	1.07
7	ไทยทักษิณ	1.15	1.49	6.47	4.91	11.77	5.56	4.57
8	ภูธร	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00

ตารางที่ 3 - 11

การวิเคราะห์ความแปรปรวนของอัตราร้อยละของเนื้อที่เนื้อหาอื่น ๆ

Source	Sum of Squares	Degree of freedom	Mean Square	Variance Ratio
ระหว่างหนังสือพิมพ์	123.15	7	17.59	} 4.98
ภายในหนังสือพิมพ์	112.69	32	3.53	
รวม	236.04	39	6.05	

มีนัยสำคัญที่ระดับ $\alpha = 0.01$

ตารางที่ 3 - 12

ค่าเฉลี่ยของอัตราส่วนร้อยละของเนื้อที่
ของเนื้อหาประเภทต่าง ๆ ของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น

ลำดับที่	ประเภทของเนื้อหา	ค่าเฉลี่ย (ร้อยละ)
1	ข่าวทั่วไป	17.97
2	ข่าวสังคม	14.95
3	บทความ	25.52
4	การโฆษณา	36.11
5	ประกาศผลการออกรางวัลสลากกินแบ่ง	4.32
6	เนื้อหาอื่น ๆ	1.13

สรุป

ในบทนี้เฝ้าทำการศึกษาค้นคว้าข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับหนังสือพิมพ์ในท้องถิ่น พบว่ามีหนังสือพิมพ์ที่ตีพิมพ์ในจังหวัดสงขลาออกเป็นประจำทุก 7 วันหรือ 14 วันอยู่ 6 ฉบับ ทุกฉบับตีพิมพ์ในอำเภอเมืองหาดใหญ่ เนื้อหาสาระเกือบทั้งหมดจะเกี่ยวข้องกับจังหวัดสงขลาและจังหวัดใกล้เคียง รูปแบบของหนังสือพิมพ์มีขนาดเล็กกว่าหนังสือพิมพ์จากส่วนกลางของประเทศ ทุกฉบับใช้เทคนิคการพิมพ์สีลาสมัย เนื่องจากเครื่องพิมพ์ที่ใช้เป็นเครื่องเก่าที่ใช้มานานแล้ว จากการวิเคราะห์เนื้อหาพบว่าโดยเฉลี่ยจะให้ความสำคัญแก่การโฆษณาสูงถึง 36.11% อาจเป็นเพราะรายได้หลักของหนังสือพิมพ์มาจากการโฆษณา การแบ่งสัดส่วนของเนื้อหาของหนังสือพิมพ์แต่ละฉบับไม่เหมือนกัน ซึ่งก็ขึ้นอยู่กับนโยบายและวิธีปฏิบัติงานของผู้บริหารหนังสือพิมพ์แต่ละฉบับ

วิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ในท้องถิ่น

วิทยุกระจายเสียง (Radio) และวิทยุโทรทัศน์ (Television) เป็นสื่อมวลชนที่มีความสำคัญอย่างยิ่งในท้องถิ่นจังหวัดสงขลา เพราะเป็นสื่อที่สามารถเผยแพร่ข่าวสารได้อย่างรวดเร็วและครอบคลุมอาณาเขตอย่างกว้างขวาง ถึงแม้ว่าในจังหวัดสงขลาจะยังมีได้มีการสำรวจอย่างเป็นทางการ แต่ก็เกินไปไต่อย่างมากกว่าจำนวนบุคคลที่รับฟังวิทยุกระจายเสียงหรือรับชมวิทยุโทรทัศน์ในแต่ละวันมีมากกว่าจำนวนผู้อ่านหนังสือพิมพ์ ดังนั้นการศึกษาเพื่อสามารถหาแนวทางใช้ประโยชน์วิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ ให้ได้ประสิทธิภาพในการให้ความรู้และความบันเทิงแก่ผู้ฟังและผู้ชมจึงมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง

ในบทนี้จะได้เสนอผลการสำรวจเกี่ยวกับวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ในท้องถิ่นจังหวัดสงขลา ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าเป็นการศึกษาอย่างละเอียดครั้งแรกในท้องถิ่นนี้ โดยหวังว่าข้อมูลต่าง ๆ ที่รวบรวมมาไว้ในที่นี้จะสามารถนำไปใช้อ้างอิง และใช้เป็นประโยชน์ได้ในการวางแผนดำเนินการประชาสัมพันธ์ในส่วนภูมิภาคส่วนนี้ของประเทศไทย

สถานีวิทยุกระจายเสียงในจังหวัดสงขลา

จากการสำรวจพบว่าสถานีวิทยุกระจายเสียงในจังหวัดสงขลาทั้งหมด 8 สถานี ซึ่งในจำนวนนี้ส่งกระจายเสียงอย่างเป็นทางการ 6 สถานี และอยู่ในระหว่างการทดลองส่งกระจายเสียง 2 สถานี ในการศึกษาครั้งนี้จะไม่จำแนกสถานภาพของสถานีว่าเป็นสถานีวิทยุซึ่งกระจายเสียงอย่างเป็นทางการหรือทดลองกระจายเสียง บางสถานีจะกระจายเสียงในระบบ A.M. บางสถานีจะกระจายเสียงในระบบ F.M. และบางสถานีมีทั้งการกระจายเสียงทั้งระบบ A.M. และ F.M. ในตารางที่ 4 - 1 แสดงให้เห็นถึงข้อมูลพื้นฐานบางประการเกี่ยวกับสถานีวิทยุกระจายเสียงในจังหวัดสงขลา อันได้แก่ ชื่อสถานี ระบบกระจายเสียง สถานีที่ตั้งของสถานี กำลังส่งและความถี่ ซึ่งกำกับหน่วยงานใด

ตารางที่ 4 - 1

ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับสถานีวิทยุกระจายเสียงในจังหวัดสงขลา

ลำดับที่	ชื่อสถานี	ระบบกระจายเสียง	สถานที่ตั้ง	กำลังส่ง (กิโลวัตต์)	ความถี่	สังกัด	หมายเหตุ
1	สถานีวิทยุกระจายเสียง ศูนย์ประชาสัมพันธ์เขต 3 สงขลา กรมประชาสัมพันธ์	F.M.	อ.หาดใหญ่	1	90.5 MHz	กรมประชาสัมพันธ์	ไม่มีโฆษณา
2	สถานีวิทยุกระจายเสียงสงขลา	F.M.	อ.เมืองสงขลา	5	90 MHz	กองทัพเรือ	
	สถานีทหารเรือ (ส.ทร.6) สงขลา	A.M.	อ.เมืองสงขลา	20	1430 kHz	กองทัพเรือ	
3	สถานีวิทยุกระจายเสียง มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ สงขลา (ม.ก.จ)	A.M.	อ.เมืองสงขลา	20	1269 kHz	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	
4	สถานีวิทยุกระจายเสียงกองทัพภาคที่ 4 ค่ายเสนาณรงค์	A.M.	อ.หาดใหญ่	10	1602 kHz	กองทัพบก	
5	สถานีวิทยุกระจายเสียงประจำท้องถิ่น (วปถ.5)	A.M.	อ.หาดใหญ่	10	747 kHz	กองทัพบก	

ลำดับที่	ชื่อสถานี	ระบบ กระจายเสียง	สถานที่ตั้ง	กำลังส่ง (กิโลวัตต์)	ความถี่	สังกัด	หมายเหตุ
6	สถานีวิทยุกระจายเสียง พิทักษ์สันติราษฎร์	A.M.	อ.หาดใหญ่	10	1098 KHz	กรมตำรวจ	
7	สถานีวิทยุกระจายเสียง ทหารอากาศ 011	A.M.	อ.หาดใหญ่	5	1323 KHz	กองทัพอากาศ	
6	สถานีวิทยุกระจายเสียง มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์	F.M.	อ.หาดใหญ่	1	88 KHz	มหาวิทยาลัย สงขลานครินทร์	ไม่มีโฆษณา

* หมายเหตุ KHz = กิโลเฮิรตซ์

 MHz = เมกกะเฮิรตซ์

จะเห็นได้ว่าสถานีส่วนมากคือ 6 สถานีตั้งอยู่ในอำเภอหาคีใหญ่ ส่วนอีก 2 สถานีตั้งอยู่ในอำเภอเมืองสงขลา กำลังส่งของสถานีวิทยุกระจายเสียงเหล่านี้ส่วนมากมีขนาด 10 กิโลวัตต์ซึ่งทำให้สามารถส่งกระจายเสียงครอบคลุมบริเวณจังหวัดสงขลาและจังหวัดใกล้เคียง เช่น ปัตตานี ตรัง สตูล นราธิวาส พัทลุง และนครศรีธรรมราชเท่านั้น มีเพียงสถานีเดียวคือสถานีวิทยุกระจายเสียงมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ซึ่งสามารถส่งกระจายเสียงครอบคลุมไต่ทั้ง 14 จังหวัดภาคใต้นับตั้งแต่ชุมพรลงมา นอกจากนี้ยังสามารถครอบคลุมจังหวัดในฝั่งทะเลตะวันออก เช่น ชลบุรี ระยอง และจันทบุรีไต่บางส่วนอีกด้วย สถานีที่มีกำลังส่ง 5 กิโลวัตต์ สามารถครอบคลุมพื้นที่ส่วนใหญ่ของจังหวัดสงขลา ส่วนสถานีมีส่งด้วยกำลังส่ง 1 กิโลวัตต์สามารถครอบคลุมเฉพาะบางส่วนของอำเภอหาคีใหญ่และอำเภอเมืองสงขลาเท่านั้น กล่าวโดยสรุปแล้วกำลังส่งส่วนมากจะเพียงพอสำหรับการกระจายเสียงครอบคลุมจังหวัดสงขลาและจังหวัดใกล้เคียงเท่านั้น

เนื้อหาของกรกระจายเสียง

เนื้อหาของกรกระจายเสียงในที่นี้จะแบ่งออกเป็น 4 ประเภทใหญ่ ๆ กล่าวคือ ข่าว ความรู้ บันเทิง โฆษณาและบริการธุรกิจ จากการศึกษาพบว่าเนื้อหาของกรกระจายเสียงของสถานีวิทยุกระจายเสียงในระบบ A.M. และ F.M. อาจมีความแตกต่างกันจากการสุ่มตัวอย่างโดยวิธีสุ่ม (random sampling) รายการกระจายเสียงในแต่ละสัปดาห์โคพบรายละเอียดของเนื้อหาซึ่งแสดงในตารางที่ 4 - 2

รายการบันเทิงซึ่งส่วนใหญ่เป็นรายการเพลงและมีละครอยู่บ้างเล็กน้อยจัดว่าเป็นเนื้อหาส่วนใหญ่ของกรกระจายเสียง กล่าวคือใช้เวลาโดยเฉลี่ย 61.2% ในการกระจายเสียงควยระบบ A.M. และ 48.0% ของระบบ F.M. เนื้อหารองลงไปคือความรู้และข่าวซึ่งใช้เวลาเท่า ๆ กัน แต่เป็นที่น่าสังเกตว่าสถานีวิทยุกระจายเสียงในระบบ F.M. จะให้ความสำคัญแก่ความรู้และข่าวมากกว่าสถานีวิทยุกระจายเสียงในระบบ A.M. สิ่งที่น่าสนใจอีกประการหนึ่งก็คือสถานีในระบบ A.M. จะมีการโฆษณาโดยเฉลี่ย 7.6%

แต่สถานีในระบบ F.M. จะมีโฆษณาเพียง 2% ทั้งนี้เพราะมีสถานีวิทยุ F.M. อยู่ 2 สถานีที่ไม่ได้รับอนุมัติโดยคณะกรรมการบริหารวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ (กบว.) ให้ทำการโฆษณา

ตารางที่ 4 - 2

อัตราส่วนร้อยละของเวลากระจายเสียงของเนื้อประเภทต่าง ๆ

สถานีที่กระจายเสียงในระบบ A.M.					สถานีที่กระจายเสียงในระบบ F.M.				
ตัวอย่างที่	ข่าว	ความรู้	บันเทิง	โฆษณา	ตัวอย่างที่	ข่าว	ความรู้	บันเทิง	โฆษณา
1	10	9	66	5	1	30	40	30	0
2	15	6	71	8	2	23	11	66	0
3	10	40	40	10	3	21	16	57	6
4	10	10	70	10	เฉลี่ย	24.7	22.3	51.0	2.0
5	21	16	57	6					
เฉลี่ย	14.6	16.2	61.2	7.6					

ประเภทของธุรกิจที่ใช้บริการโฆษณา

ข้อ ๑.

จากข้อมูลที่ได้จากฝ่ายบริหารของสถานีวิทยุกระจายเสียงในระบบ A.M.

6 สถานี สามารถประมาณค่าความสำคัญของประเภทธุรกิจที่ใช้บริการโฆษณา ดังแสดงในตารางที่ 4 - 3

ธุรกิจ เป็นที่น่าสังเกตว่าธุรกิจที่ใช้บริการโฆษณาในสถานีวิทยุกระจายเสียงในท้องถิ่นมากที่สุด ก็คือร้านค้าเครื่องอุปโภคบริโภค ในขณะที่ธุรกิจใช้เนื้อที่โฆษณาในหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นมากที่สุดก็คือธุรกิจโรงแรม

ตารางที่ 4 - 3
ประเภทธุรกิจที่ใช้บริการโฆษณา

ลำดับที่	ประเภทธุรกิจ	อัตราส่วนร้อยละของเวลาที่ให้บริการโฆษณา
1	ร้านค้าเครื่องอุปโภคบริโภค	30
2	โรงภาพยนตร์	25
3	บ้านและที่ดินจัดสรร	15
4	โรงแรม	5
5	โรงเรียนพาณิชย์และอาชีวศึกษา	5
6	ปุ๋ยและยาที่ใช้ในการเกษตร	5
7	ยารักษาโรค	5
	รวม	100

การสำรวจกระแสประชามติโดยสถานีวิทยุกระจายเสียง

จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารสถานีวิทยุกระจายเสียงในท้องถิ่นทั้งหมด 6 สถานี พบว่าส่วนใหญ่คือ 6 สถานีไม่เคยทำการสำรวจกระแสประชามติอย่างเป็นทางการ โดยการ สุ่มตัวอย่างผู้ฟังเพื่อสัมภาษณ์ขอทราบความคิดเห็นด้วยการกรอกแบบฟอร์มสำรวจ หรือโดยวิธีอื่น ๆ มีเพียง 2 สถานีเท่านั้นที่เคยทำการสำรวจกระแสประชามติของผู้รับฟังรายการ กระจายเสียง

อย่างไรก็ตาม ทุกสถานีใช้วิธีการรับฟังกระแสประชามติจากจดหมายหรือโทรศัพท์ ที่ผู้รับฟังรายการส่งมาที่สมรายการต่าง ๆ โดยทางสถานีจะพยายามจึกรายการใดที่เป็นที่พอใจ ของผู้ฟัง มีการขอรองโดยวาจาในรายการต่าง ๆ ในผู้ฟังจดหมายหรือโทรศัพท์มาที่สมและ ให้ความสำคัญในการปรับปรุงรายการ

สถานีวิทยุโทรทัศน์ในจังหวัดสงขลา

สถานีวิทยุโทรทัศน์ที่ตั้งอยู่ในจังหวัดสงขลามีอยู่ 2 สถานี คือสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย จังหวัดสงขลา ช่อง 10 ทศใหญ่ ซึ่งเปิดดำเนินการมาตั้งแต่ปี พ.ศ.2505 และสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 (สถานีทศใหญ่ - ช่อง 6) เป็นสถานีในเคเบิลรับสัญญาณจากสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 กรุงเทพมหานคร และถ่ายทอดแพร่ภาพ ซึ่งเปิดดำเนินการแพร่ภาพเมื่อปี พ.ศ.2524 ทั้งสองสถานีใช้เครื่องส่งขนาด 10 กิโลวัตต์ ในระบบ 625 เส้น มีรัศมีครอบคลุมพื้นที่เป็นระยะทางประมาณ 100 กิโลเมตร คือสามารถส่งสัญญาณครอบคลุมจังหวัดสงขลา สตูล ตรัง ยะลา ปัตตานี นราธิวาส พัทลุง และนครศรีธรรมราช

สัดส่วนของรายการของสถานีวิทยุโทรทัศน์ทั้งสองสถานีนี้เท่า ๆ กัน กล่าวคือ มีอัตราส่วนร้อยละของเวลาโดยประมาณดังแสดงในตารางที่ 4 - 4

ตารางที่ 4 - 4

รายการของสถานีวิทยุโทรทัศน์ในจังหวัดสงขลา

ลำดับที่	รายการของสถานีวิทยุโทรทัศน์	อัตราส่วนร้อยละของเวลาโดยเฉลี่ย
1	บันเทิง	45
2	ความรู้และรายการของหน่วยงานราชการ	22
3	ข่าว	14
4	กีฬา	10
5	โฆษณา	9
	รวม	100

สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ทศใหญ่ในขณะที่ยังดำเนินการสำรวจในปี พ.ศ.2525 ใ้ได้รับสัญญาณถ่ายทอดทั้งหมดมาจากกรุงเทพมหานคร ดังนั้นธุรกิจท้องถิ่นจึงไม่มีโอกาสให้บริการโฆษณาสินค้าและบริการ แต่สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย จังหวัดสงขลา ช่อง 10 ทศใหญ่ให้บริการโฆษณาแก่ธุรกิจท้องถิ่นประมาณ 25% ของโฆษณาทั้งหมด

เกณฑ์ควบคุมปริมาณและระยะเวลาระหว่างการโฆษณาและบริการธุรกิจ

ในการกำหนดปริมาณการโฆษณานั้น ทั้งสถานีวิทยุโทรทัศน์และสถานีวิทยุกระจายเสียงจะต้องปฏิบัติตามระเบียบว่าด้วยวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ พ.ศ. 2516¹

ข้อ 35 ที่ว่า

"ข้อ 35 สำหรับสถานีที่ได้รับอนุญาตให้มีรายการโฆษณาและบริการธุรกิจ
ต้องใช้เวลาสำหรับรายการโฆษณาและบริการธุรกิจไม่เกินกำหนดเวลา ดังต่อไปนี้

- (1) สถานีวิทยุกระจายเสียงไม่เกินชั่วโมงละ 6 นาที
- (2) สถานีวิทยุโทรทัศน์ไม่เกินชั่วโมงละ 10 นาที

โดยการโฆษณาและบริการธุรกิจนั้น ให้เว้นระยะเวลาแต่ละครั้งให้ห่างกันพอสมควรตามวิธีการที่ กบว. กำหนด เว้นแต่การโฆษณาประกอบรายการถ่ายทอดนอกสถานที่เป็นครั้งคราว

กำหนดเวลาตาม (2) และวิธีการโฆษณาและบริการธุรกิจตามวรรคสอง
กรมประชาสัมพันธ์อาจพิจารณากำหนดเป็นอย่างอื่นได้สำหรับรายการวิทยุโทรทัศน์บางรายการ
ทั้งนี้ตามระเบียบที่ กบว. กำหนด"

ในส่วนองระยะเวลาระหว่างการโฆษณานั้น ระเบียบคณะกรรมการบริหาร
วิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ ว่าด้วยวิธีการโฆษณาทางวิทยุโทรทัศน์ พ.ศ. 2523²
ข้อ 3 ระบุไว้ว่า

¹ กองงานคณะกรรมการบริหารวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ กรมประชาสัมพันธ์
สำนักนายกรัฐมนตรี้, หลักเกณฑ์การตรวจพิจารณาภาพยนตร์และโฆษณาทางวิทยุโทรทัศน์
กรุงเทพ 2523 หน้า 11.

² กองงานคณะกรรมการบริหารวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ กรมประชาสัมพันธ์
สำนักนายกรัฐมนตรี้, กฎหมายและระเบียบเกี่ยวกับวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์
กรุงเทพ 2524 หน้า 95.

- " ข้อ 3 การโฆษณาและบริการธุรกิจให้กระทำได้อดังนี้
- 3.1 รายการต่ำกว่า 30 นาที โฆษณาได้ไม่เกิน 2 ครั้ง
 - 3.2 รายการ 30 นาที โฆษณาได้ไม่เกิน 3 ครั้ง
 - 3.3 รายการตั้งแต่ 31 ถึง 40 นาที โฆษณาได้ไม่เกิน 4 ครั้ง
 - 3.4 รายการตั้งแต่ 41 ถึง 50 นาที โฆษณาได้ไม่เกิน 5 ครั้ง
 - 3.5 รายการตั้งแต่ 51 ถึง 60 นาที โฆษณาได้ไม่เกิน 6 ครั้ง"

เป็นที่น่าสังเกตว่าไม่มีระเบียบกำหนดระยะเวลาระหว่างการโฆษณาทางวิทยุกระจายเสียง

กล่าวโดยกว้าง ๆ แล้วสถานีวิทยุกระจายเสียงควรมีค่าเฉลี่ยของอัตราส่วนของเวลาการโฆษณาไม่เกิน $\frac{6}{60} \times 100 = 13.3\%$ และสถานีวิทยุโทรทัศน์ควรมีค่าเฉลี่ยของอัตราส่วนของเวลาการโฆษณาไม่เกิน $\frac{10}{60} \times 100 = 16.6\%$ ทั้งนี้จะเห็นได้ว่าอัตราส่วนเวลาของการโฆษณาของสถานีวิทยุกระจายเสียงในท้องถิ่นดังแสดงในตารางที่ 4 - 2 คือเฉลี่ย 7.6% ของการกระจายเสียงในระบบ A.M. และเฉลี่ย 2.0% ในระบบ F.M. ยิ่งไปกว่านั้นคณะกรรมการบริหารวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์กำหนดไว้มาก ในส่วนของสถานีวิทยุโทรทัศน์ในท้องถิ่นนั้น ดังแสดงในตารางที่ 4 - 4 อัตราส่วนของเวลาโฆษณาโดยเฉลี่ย 9.0% ก็นับว่าต่ำกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้เช่นกัน

ข้อสรุป

บทนี้ได้เสนอผลการศึกษาสถานภาพของวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ในท้องถิ่นในแง่มุมต่าง ๆ กัน ในส่วนของวิทยุกระจายเสียงนั้นได้ศึกษาถึงจำนวนสถานีวิทยุกระจายเสียง ระบบการกระจายเสียง เนื้อหาของรายการ ประเภทของธุรกิจที่ใช้บริการโฆษณา และการสำรวจกระแสประชามติโดยสถานีวิทยุกระจายเสียงเหล่านี้ ในส่วนของสถานีวิทยุโทรทัศน์นั้น ก็ได้สำรวจบันทึกข้อมูลพื้นฐาน เช่น ระบบและกำลังการแพร่ภาพ อาณาเขตที่สัญญาณโทรทัศน์ครอบคลุม เนื้อหาของรายการ และสัดส่วนของบริการโฆษณาที่ให้แก่ธุรกิจท้องถิ่น

แม้ว่าข้อมูลเหล่านี้จะมีสิ่งใหม่เสียทั้งหมด แต่ในการศึกษารังนี้ นับว่า
 เป็นครั้งแรกที่ได้มีการจัดนำข้อมูลต่าง ๆ เหล่านี้มาเรียบเรียงไว้ให้เป็นระเบียบ เป็นหลัก
 ฐานที่จะใช้อ้างอิงและศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติมต่อไป เมื่อได้พิจารณาถึงว่าธุรกิจและ
 อุตสาหกรรมในจังหวัดสงขลากำลังเจริญเติบโต และแหล่งชุมชนในบริเวณอำเภอเมืองสงขลา
 และอำเภอหาดใหญ่กำลังเติบโตอย่างรวดเร็ว บทบาทของวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์
 ในท้องถิ่นนับวันจะสำคัญยิ่งขึ้น ข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับวิทยุกระจายเสียงและโทรทัศน์เหล่านี้
 อาจจะนำมาใช้เป็นประโยชน์ในการวางแผนเกี่ยวกับภูมิภาคส่วนนี้ในอนาคต

พฤติกรรมของคณงานในการรับข่าวสารจากสื่อมวลชนท้องถิ่น

เป็นที่ยอมรับกันแล้วว่าประเทศไทยกำลังพัฒนาทางคานอุตสาหกรรม และการเจริญเติบโตทางคานอุตสาหกรรมนี้เอง ซึ่งมีผลเกี่ยวของไปถึงการเจริญเติบโตทางคานพาณิชย์กรรมควย ขอมหมายถึงการเพิ่มจำนวนอยางรวดเร็วของคณงานหรือพนักงานในองคการอุตสาหกรรมและธุรกิจ คณงานเหล่านี้ก็เช่นเดียวกับประชาชนอาชีพอื่น ๆ ก็จะสามารถใชประโยชน์จากสื่อมวลชนท้องถิ่นได้ โดยการอ่านหนังสือพิมพ์ รับฟังวิทยุกระจายเสียง และชมวิทยุโทรทัศน์ในท้องถิ่น แต่พฤติกรรมในการรับฟังข่าวสารอาจจะแตกต่างกันไปตามอาชีพระดับตาง ๆ ถาจะถือวาคณงานเป็นผู้ปฏิบัติหนาที่งานอาชีพระดับต่าสุดในองคการธุรกิจและอุตสาหกรรม และผู้บริหารเป็นเสมือนตัวแทนของปฏิบัติหนาที่งานอาชีพระดับสูง เพื่อที่จะใชประโยชน์จากสื่อมวลชนในท้องถิ่นให้มีประสิทธิภาพก็ขึ้น มีความจำเป็นที่จะตองศึกษาพฤติกรรมของบุคคลในอาชีพระดับตาง ๆ ในการรับข่าวสาร เพื่อสามารถนำเอาข้อมูลเหล่านี้ไปพิจารณาใช้ในการจัดเนื้อหาและเวลาของการเผยแพร่ข่าวสารให้เหมาะสมยิ่งขึ้น ซึ่งการศึกษาพฤติกรรมในลักษณะนี้ยังไม่เคยมีผู้ใดทำการวิจัยในจังหวัดสงขลามาก่อน

ในบทนี้จะไคศึกษาพฤติกรรมของคณงานในการรับข่าวสารจากสื่อมวลชนท้องถิ่น โดยไคทำการสุ่มตัวอย่างสมภษณคณงาน 152 คน จากองคการธุรกิจและอุตสาหกรรม 38 องคการ ซึ่งใชแบบสอบถามประกอบการสำรวจ ในการศึกษารั้งนี้จะศึกษาเฉพาะกรณีในเขตอำเภอมืองสงขลาและอำเภอกาฬใหญ่ ซึ่งเป็นบริเวณที่กำลังเติบโตอยางรวดเร็วทั้งทางคานอุตสาหกรรมและพาณิชย์กรรมที่สุคในภาคใคเท่านั้น

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับคณงานในท้องถิ่น

จากการสุ่มตัวอย่างสำรวจ ไคทำการสำรวจคณงานทั้งเพศชายและเพศหญิง 50% เท่ากัน ส่วนใหญ่คือ 46.4% มีอายุระหว่าง 15 - 24 ปี รองลงไป 38.4% มีอายุระหว่าง 25 - 34 ปี ถังนั้นจึงอาจกล่าวไควาคณงานเกือบทั้งหมดคือ 84.8% อยู่ใน

วัยหนุ่มสาว คนงานส่วนมากคือ 31.6% สำเร็จการศึกษาในระดับ ม.ศ.4 - 5 และอาชีวศึกษา รองลงไป 29.0% สำเร็จการศึกษาในระดับ ม.ศ.1 - 3 คนงานส่วนใหญ่ 62.2% เป็นโสด และส่วนมากถึง 92.0% นับถือศาสนาพุทธ มีเพียง 5.4% ที่นับถือศาสนาอิสลาม คนงานส่วนมาก 61.1% มีรายได้อยู่ในช่วง 1,000 - 2,000 บาทต่อเดือน รายละเอียดได้แสดงไว้ในตารางที่ 5 - 1

ตารางที่ 5 - 1

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับคนงานในอำเภอเมืองสงขลาและอำเภอหาดใหญ่
(จำนวนคนงานที่สุ่มสำรวจ 152 คน)

เพศ	%	ระดับการศึกษา	%
ชาย	50.0	ป. 1 - 4	17.0
หญิง	50.0	ป. 5 - 7	12.5
<u>สถานภาพสมรส</u>	%	ม.ศ.1 - 3	29.0
โสด	62.2	ม.ศ.4 - 5	7.9
สมรส	32.4	อาชีวศึกษา	23.7
หย่าหรือหม้าย	5.4	อุดมศึกษา	9.9
		37.6	
<u>ศาสนา</u>	%	<u>รายได้ต่อเดือน (บาท)</u>	%
พุทธ	92.0	1,000 - 1,500	32.6
อิสลาม	5.4	1,501 - 2,000	26.5
คริสต์	2.6	2,001 - 2,500	11.8
		2,501 - 3,000	6.9
		3,001 - 3,500	5.6
		3,501 - 4,000	6.9
		4,001 - 4,500	1.4
		4,500 ขึ้นไป	6.3

พฤติกรรมของคณงานในการ รับข่าวสาร จากหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น

เป็นที่ยอมรับกันว่าหนังสือพิมพ์จากส่วนกลาง อาทิเช่น ไทยรัฐ เกลนิวิสต์ สยามรัฐ เหล่านี้เป็นคน มีขอบเขตการจำหน่ายกว้างขวางและมีอิทธิพลต่อประชาชนทั่วไป เหนือกว่าหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น แต่มีใจว่าหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นจะไร้ความสำคัญ หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นยังสามารถมีอิทธิพลต่อทัศนคติของประชาชนบางกลุ่มไ้บ้าง โดยความเป็นจริงแล้วยังมิได้มีการศึกษาถึงอิทธิพลของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นต่อประชาชนในท้องถิ่นกันอย่างจริงจัง และหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นก็ยังมีได้รับการพัฒนาอย่างมีหลักเกณฑ์ตามหลักวิชาการให้มีประสิทธิภาพเต็มที่

ในการศึกษาครั้งนี้ได้ทำการสำรวจพฤติกรรมของคณงานในการ รับข่าวสาร จากหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น โดยใช้การสัมภาษณ์ประกอบคววแบบสอบถาม ผลการสำรวจพอสรุปได้ดังต่อไปนี้

คณงานจำนวน 70.4% แจงว่าตนอ่านหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น ซึ่งนับว่าเป็นจำนวนที่สูงกว่าที่คาดคะเนไว้ เมื่อสอบถามถึงความถี่ในการอ่าน คณงาน 50.0% ทอมว่าอ่านทุกสัปดาห์ ต่อคำถามที่ว่าใครหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นมาอ่านโดยวิธีใด คณงานส่วนใหญ่ 53% แจงว่าหนังสือพิมพ์เหล่านี้มีอยู่ในที่ทำงานซึ่งใครจะอ่านก็ได้ รองลงไป 39.6% กล่าวว่ซื้อ มาอ่านเอง ส่วนสถานที่ที่อ่านหนังสือพิมพ์นั้นคณงานส่วนใหญ่อ่านที่บ้านถึง 40.0% ส่วน 36.8% อ่านที่ทำงาน

เมื่อทำการสอบถามเกี่ยวกับช่วงเวลาที่ใช้อ่านหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น คณงานมัก จะอ่านนอกเวลาทำงาน กล่าวคือ 17.3% อ่านในช่วงเวลา 6.00 - 9.00 น. รองลงไป 16.05% อ่านในช่วงเวลา 18.00 - 21.00 น. และในช่วงเวลากลางวันคือ 12.00 - 15.00 น. จะมีผู้อ่าน 14.8%

เนื่องจากหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นมีอยู่หลายฉบับด้วยกัน จึงได้ทำการสอบถามว่า คณงานอ่านหนังสือพิมพ์อะไรบ้าง และพอจะสรุปลำดับหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นที่คณงานอ่านมากที่สุดเรียงตามลำดับดังแสดงไว้ในตารางที่ 5 - 2

ตารางที่ 5 - 2

ลำดับของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นที่คนงานอ่าน

ลำดับที่	ชื่อหนังสือพิมพ์	อัตราร้อยละของคนงาน
1	ไทยแหลมทอง	27.3
2	เกียรติศักดิ์	13.7
3	ก้าวใหม่	10.7
4	ไทยทัศนัย	8.8
5	ภูธร	8.3
6	ไทยราษฎร์	6.3
7	เสียงไทย	5.9
8	"ลู" ฉบับปฏิวัติ	2.4
-	อื่น ๆ และไม่ตอบ	<u>16.6</u>
	รวม	<u>100.0</u>

เป็นที่น่าสังเกตว่าหนังสือพิมพ์ไทยแหลมทองมีผู้อ่านมากที่สุดคือ 27.3% ซึ่งมากกว่าอันดับรองลงไปมากคือมากกว่าหนังสือพิมพ์เกียรติศักดิ์ซึ่งมีผู้อ่าน 13.7% และเป็นที่น่าสังเกตอีกว่าหนังสือพิมพ์ทั้งสองฉบับดังกล่าวนี้ออกจำหน่ายทุกสัปดาห์ ดังนั้นการที่หนังสือพิมพ์ออกวางจำหน่ายทุกสัปดาห์แทนที่จะเป็นทุก 2 สัปดาห์อาจจะจะเป็นปัจจัยหนึ่งที่ช่วยให้มีผู้อ่านมากกว่าหนังสือพิมพ์อื่น ๆ ซึ่งนอกเหนือไปจากเนื้อหาของหนังสือพิมพ์และความสามารถในการจัดจำหน่าย

เกี่ยวกับความชอบของคนงานต่อเนื้อหาประเภทต่าง ๆ ในหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นนั้น คนงานส่วนใหญ่ 33.8% ชอบอ่านข่าว รองลงไป 17.4% ชอบอ่านคอลัมน์สังคม ส่วนเนื้อหาที่คนงานไม่ชอบอ่านมากที่สุดคือ 36.9% โลกการโฆษณา เมื่อสอบถามถึงความคิดเห็นเกี่ยวกับ

กับเนื้อหาต่าง ๆ ว่ามีมากไป พอดีแล้วหรือน้อยไป คนงานส่วนใหญ่ 56.0% บอกว่ามี
โฆษณามากเกินไป ซึ่งความไม่ชอบการโฆษณานี้ก็ไม่ได้ไปจากความคาดหมาย คนงาน
ส่วนมาก 21.2% บอกว่าปริมาณของข่าวมีพอดีแล้ว และคนงานส่วนมาก 29.6% ให้ความ
คิดเห็นว่าเนื้อหาบริการประชาชน เช่น ประกาศรับสมัครงาน มีน้อยเกินไป และรองลงไป
คือบทความและสารคดีซึ่งคนงาน 28.7% เห็นว่ายังมีน้อยเกินไป

เมื่อทำการสอบถามทัศนคติว่าหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นมีประโยชน์และมีคุณค่าทาง
ข่าวสารหรือไม่ คนงานส่วนใหญ่เป็นจำนวนถึง 68.8% ยอมรับว่ามี อีก 11.6% กล่า
ว่ามีมาก 9.8% กล่าว่ามีน้อย ส่วนที่กล่าวว่ามีประโยชน์เพียง 0.9% นอกนั้นไม่ตอบ
คำถาม จะเห็นได้โดยชัดเจกว่าคนงานยอมรับโดยแจ่มชัดว่าหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นมีประโยชน์
และมีคุณค่าทางข่าวสาร คนงานส่วนใหญ่ 27.5% เสนอว่าหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นควรที่จะเพิ่ม
ข่าวใหม่มากยิ่งขึ้น รองลงไป 19.6% ต้องการให้มีการปรับปรุงรูปร่างและการพิมพ์ให้
ชัดเจน และน่าอ่านยิ่งขึ้น

พฤติกรรมการรับข่าวสารจากวิทยุกระจายเสียงในท้องถิ่น

เกี่ยวกับการรับฟังรายการทางวิทยุกระจายเสียงนั้น คนงานส่วนใหญ่ 89.3%
กล่าวว่าตนรับฟังรายการจากวิทยุกระจายเสียง ในส่วนผู้ที่รับฟังรายการจากสถานีวิทยุ
กระจายเสียงนั้น ส่วนใหญ่ 66.2% รับฟังเป็นประจำทุกวัน

คนงานส่วนมากคือ 75.0% กล่าวว่ามิได้มีเครื่องรับวิทยุเป็นของตนเอง และเมื่อ
ถามว่าที่บ้านของคนงานมีเครื่องรับวิทยุกี่เครื่อง ปรากฏคำตอบทั้งที่แสดงในตารางที่ 5 - 3

ข้อมูลเหล่านี้แสดงว่าคนงานส่วนใหญ่ถึง 85.1% มีเครื่องรับวิทยุอยู่ที่บ้าน
ซึ่งอาจจะ เป็นของตนเองหรือของบุคคลอื่น นับว่าวิทยุกระจายเสียงเป็นสื่อมวลชนที่แพร่หลาย
เป็นอย่างมาก เมื่อได้สอบถามเพิ่มเติมว่าสถานที่รับฟังวิทยุกระจายเสียงเป็นประจำคือสถาน
ที่ใด ส่วนใหญ่ 66.2% ตอบว่าที่บ้าน รองลงไปคือ 25.8% ตอบว่าทำงาน การที่มีคนงาน
จำนวนไม่น้อยรับฟังวิทยุในสถานที่ทำงานแสดงให้เห็นว่า ในสถานที่ทำงานเป็นจำนวนมากที่
อนุญาตให้คนงานฟังวิทยุกระจายเสียงได้

ตารางที่ 5 - 3
จำนวนเครื่องรับวิทยุกระจายเสียงที่บ้านของคณงาน

จำนวน	อัตราร้อยละของคณงาน
ไม่มีเลย	14.9
1 เครื่อง	54.7
2 เครื่อง	22.3
3 เครื่อง	4.7
4 เครื่องขึ้นไป	<u>3.4</u>
รวม	<u>100.0</u>

ท่อดำถามที่ว่าช่วงเวลาใดที่รับฟังวิทยุกระจายเสียงเป็นประจำ ส่วนใหญ่ 19.6% จะรับฟังวิทยุในตอนเช้า คือเวลา 6.00 - 9.00 น. รองลงไป 15.6% รับฟังในเวลาเย็นระหว่าง 18.00 - 21.00 น. เป็นที่น่าสังเกตว่าช่วงเวลาที่คุณงานนิยมรับฟังวิทยุกระจายเสียงจะคล้ายคลึงกับช่วงเวลาที่คุณงานอ่านหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น ในวันจันทร์ - ศุกร์ คณงานส่วนใหญ่ 66.4% จะรับฟังวิทยุในช่วงเวลาานระหว่าง 0 - 2 ชั่วโมง แต่ในวันเสาร์ - อาทิตย์ แนวโน้มช่วงเวลาในการรับฟังจะนานมากยิ่งขึ้น กล่าวคือ คณงาน 59.1% จะรับฟังวิทยุกระจายเสียงเป็นเวลานานระหว่าง 1 - 2 ชั่วโมง

เมื่อสอบถามว่าสถานีวิทยุกระจายเสียงสถานีใดที่รับฟังเป็นประจำ คณงานส่วนใหญ่ 30.3% รับฟังสถานีวิทยุกระจายเสียงสถานีทหารเรือ สงขลา (สทร.6) รองลงไปคือ สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย ศูนย์ประชาสัมพันธ์เขต 3 ซึ่งคณงาน 20.7% รับฟัง เป็นที่น่าสังเกตว่าทั้งสองสถานีนี้กระจายเสียงด้วยระบบ F.M. ทั้งสองสถานี โดยเฉพาะสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยกระจายเสียงด้วยระบบ F.M. เพียง

ระบบเดียวและไม่มีรายการโฆษณาสินค้า ส่วนสถานีวิทยุกระจายเสียงสถานีทหารเรือ
สงขลา มีการกระจายเสียงในระบบทั้ง A.M. และ P.M. และมีโฆษณาสินค้าบาง
เล็กน้อย

ต่อข้อซักถามที่ว่าชอบฟังรายการวิทยุกระจายเสียงประเภทใด ส่วนใหญ่ 34.2%
ชอบรายการบันเทิง รองลงไป 29.5% ชอบรายการข่าว ส่วนรายการที่ไม่ชอบมากที่สุด
คือ 58.3% ไม่ชอบรายการโฆษณา คนงานส่วนใหญ่ 59.3% กล่าวว่ามีการกระจาย
น้อยเกินไป และคนงานส่วนมาก 59.7% กล่าวว่ารายการโฆษณามีมากเกินไป

เมื่อให้คนงานเสนอข้อคิดเห็นว่ารายการของสถานีวิทยุกระจายเสียงต่าง ๆ
ในจังหวัดสงขลาควรจะมีเพิ่มเติมเนื้อหาสาระและปรับปรุงคุณภาพได้อย่างไร ได้พบข้อคิด
เห็นที่พอจะสรุปได้ในตารางที่ 5 - 4 กล่าวคือส่วนใหญ่ต้องการให้เพิ่มรายการที่มีสาระ
ความรู้และลดโฆษณาลง เป็นที่น่าสนใจจากคนงานบางส่วนเสนอแนะว่าโฆษณาควรพูดให้ชัดเจน
และใช้ภาษาที่ถูกต้อง ซึ่งเป็นประเด็นที่น่าหยิบยกไปพิจารณาต่อไปในการปรับปรุงรายการ
กระจายเสียง

ตารางที่ 5 - 4

สรุปข้อเสนอแนะของคนงานในการปรับปรุงรายการวิทยุกระจายเสียง

ลำดับที่	สิ่งที่ควรปรับปรุง	อัตราร้อยละของคนงาน
1	ให้มีรายการที่มีสาระและให้ความรู้เพิ่มขึ้น	43.4
2	ลดการโฆษณา	32.5
3	เพิ่มรายการข่าว	12.1
4	โฆษณควรพูดให้ชัดเจนและใช้ภาษาที่ถูกต้อง	6.0
5	ควรปรับปรุงเครื่องส่งวิทยุกระจายเสียงให้ดีขึ้น	6.0
	รวม	<u>100.0</u>

พฤติกรรมของคณงานในการรับข่าวสารจากวิทยุโทรทัศน์ในท้องถิ่น

เมื่อสอบถามว่าชมรายการวิทยุโทรทัศน์หรือไม่ คณงานเกือบทั้งหมดคือ 94.1% ตอบว่าชม ผู้ที่รับชมรายการวิทยุโทรทัศน์นั้นส่วนใหญ่ 62.3% รับชมอยู่เป็นประจำทุกวัน คณงานส่วนใหญ่คือ 71.1% กล่าวว่ามิเครื่องรับวิทยุโทรทัศน์เป็นของตนเอง ซึ่งนับว่าเป็นอัตราส่วนที่ค่อนข้างสูง คือ น้อยกว่าอัตราส่วนของการเป็นเจ้าของเครื่องรับวิทยุกระจายเสียง (75.0%) เพียงเล็กน้อย ต่อขอซักถามที่ว่าที่บ้านของคณงานมีเครื่องรับวิทยุโทรทัศน์กี่เครื่อง ปรากฏค่าคอมดังแสดงในตารางที่ 5 - 5

ตารางที่ 5 - 5

จำนวนเครื่องรับวิทยุโทรทัศน์ที่บ้านของคณงาน

จำนวนที่มี	อัตราร้อยละของคณงาน
ไม่มีเลย	14.1
1 เครื่อง	69.7
2 เครื่อง	13.4
3 เครื่อง	2.1
4 เครื่องขึ้นไป	<u>0.7</u>
รวม	<u>100.0</u>

} 85.9

เป็นที่น่าสังเกตว่าคณงานส่วนใหญ่เป็นอัตราส่วนถึง 85.9% มีเครื่องรับวิทยุโทรทัศน์อยู่ที่บ้าน ซึ่งเป็นอัตราส่วนใกล้เคียงกับอัตราส่วนคณงานที่มีเครื่องรับวิทยุกระจายเสียงที่บ้าน (85.1%) การที่คณงานส่วนใหญ่มีเครื่องรับวิทยุโทรทัศน์เป็นของตนเองหรือที่มีอยู่ที่บ้านซึ่งอาจจะ เป็นของบุคคลอื่นในครอบครัวมีอัตราสูงมาก อาจจะ เป็นเพราะสาเหตุหลาย ๆ อย่างประกอบกัน เป็นต้นว่าเครื่องรับวิทยุโทรทัศน์ที่จำหน่ายอยู่ในเขตจังหวัดสงขลา

มีราคาถูกลงกว่าส่วนอื่นของประเทศ เพราะมีเครื่องรับวิทยุโทรทัศน์ที่ผลิตในต่างประเทศที่มีราคาขายต่ำกว่าเครื่องที่ผลิตในประเทศจำหน่ายอยู่อย่างกว้างขวาง นอกจากนี้ก็เป็นไปไ้กว่าคนงานส่วนใหญ่ในจังหวัดสงขลามีฐานะค่อนข้างดีและมีคนงานเป็นจำนวนมากที่มีรายได้จากสวนยางพารา นอกเหนือไปจากค่าจ้างแรงงานตามปกติ

สถานที่ที่คนงานรับชมรายการวิทยุโทรทัศน์นั้น ส่วนใหญ่ 77.8% รับชมที่บ้าน 13.2% รับชมที่ทำงาน เขาใจว่าอาจจะเป็นเพราะคนงานพักอยู่ภายในบริเวณโรงงานหรือสถานที่ทำงาน ซึ่งมีเครื่องรับวิทยุโทรทัศน์ของคนงานโค้ชมนอกเวลาทำงาน ส่วนที่เหลือ 9.0% รับชมที่บ้านไกลเรือนเคียง ซึ่งอาจเป็นเพราะลักษณะของสังคมชนบทที่ยังมีการไปมาหาสู่กันระหว่างเพื่อนบ้าน

ต่อคำถามที่ว่าช่วงเวลาใดที่คนงานรับชมรายการวิทยุโทรทัศน์เป็นประจำ ส่วนใหญ่ 37.8% จะชมในช่วงหัวค่ำคือเวลาระหว่าง 18.00 - 21.00 น. ถัดลงไปคือ 27.5% จะชมในช่วงกึ่งกลางเวลา 21.00 - 24.00 น. ในระหว่างวันจันทร์ - ศุกร์ คนงานส่วนใหญ่ 80.9% จะชมรายการวิทยุโทรทัศน์เป็นเวลา 0 - 3 ชั่วโมง ส่วนในวันเสาร์ - อาทิตย์ นั้นคนงาน 89.8% จะชมรายการโทรทัศน์เป็นเวลานาน 1 - 4 ชั่วโมง คือมีแนวโน้มที่ว่าในวันเสาร์ - อาทิตย์ คนงานจะชมรายการวิทยุโทรทัศน์นานกว่าวันจันทร์ - ศุกร์

เกี่ยวกับสถานีวิทยุโทรทัศน์ช่องใดที่คนงานรับชมรายการมากที่สุดนั้นส่วนใหญ่ 70.0% จะรับชมสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 (สถานีภาคใหญ่ - ช่อง 6) เขาใจว่าอาจจะเป็นเพราะคุณภาพของภาพที่รับได้ชัดเจนนึกกว่า รองลงไป 28.5% จะรับชมสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 10 ภาคใหญ่ นอกจากนี้มีคนงาน 1.5% ที่ว่ารับชมรายการจากสถานีวิทยุโทรทัศน์ของประเทศมาเลเซียมากที่สุด แม้ว่าจำนวนคนงานที่รับชมรายการโทรทัศน์จากประเทศมาเลเซียในอำเภอหาดใหญ่และอำเภอเมืองสงขลาจะมีน้อย แต่เมื่อคำนึงถึงว่าในบริเวณเขตแดนต่อเนื่องระหว่างประเทศไทยกับประเทศสหพันธรัฐมาเลเซีย นั้น ประชาชนในท้องถิ่นชายแดนเข้าไ้ภาษา มาเลย์ไ้ดี และคุณภาพของภาพที่

ปรากฏงานจอโทรทัศน์ของสถานีวิทยุโทรทัศน์ที่ส่งมาจากมาเลเซียดีกว่าภาพของสถานีวิทยุโทรทัศน์ที่ส่งจากประเทศไทย อัตราส่วนของผู้ชมในบริเวณชายแดนอาจจะแตกต่างกันไปจากนี้ก็ได้ แต่อย่างไรก็ตามในการวิจัยครั้งนี้ได้สำรวจเฉพาะพฤติกรรมของคณงานในเขตอำเภอภาคใหญ่และอำเภอเมืองสงขลาเท่านั้น ไม่ได้ครอบคลุมไปถึงคณงานในองค์กรธุรกิจที่ตั้งอยู่ในอำเภออื่น ๆ ในเขตชายแดน

เกี่ยวกับเนื้อหาของรายการวิทยุโทรทัศน์นั้นคณงานส่วนใหญ่ 28.3% ชอบรายการบันเทิง รองลงไป 24.6% ชอบรายการข่าว ส่วนรายการที่ไม่ชอบมากที่สุดคณงานส่วนใหญ่ 59.7% ไม่ชอบรายการโฆษณา และคณงานส่วนใหญ่ 70.9% เห็นว่ารายการโฆษณามีมากเกินไป คณงานส่วนใหญ่ 51.9% กล่าวว่ารายการที่ให้ความรู้มีน้อยเกินไป

เมื่อขอให้คณงานแสดงความคิดเห็นว่าควรที่จะเพิ่มเติมเนื้อหาสาระและปรับปรุงคุณภาพของรายการวิทยุโทรทัศน์อย่างไรบ้าง ได้พบข้อคิดเห็นซึ่งพอจะสรุปได้ดังแสดงในตารางที่ 5 - 6 ส่วนใหญ่คณงานต้องการให้ลดโฆษณา และเสนอให้เพิ่มรายการที่มีสาระความรู้เพิ่มขึ้น ซึ่งก็เป็นข้อสรุปที่คล้าย ๆ กับกรณีของข้อเสนอแนะให้ปรับปรุงรายการวิทยุกระจายเสียง ส่วนที่แตกต่างออกไปก็คือ คณงานมีข้อเสนอให้เพิ่มรายการถ่ายทอดการแข่งขันกีฬา ลดรายการภาพยนตร์โร้สาระ ภาพยนตร์ไทย เป็นต้น และปรับปรุงระบบการส่งแพร่ภาพและเสียงให้ดียิ่งขึ้น

ตารางที่ 5 - 6

สรุปข้อเสนอแนะของคณงานในการปรับปรุงรายการวิทยุโทรทัศน์

ลำดับที่	สิ่งที่ควรปรับปรุง	อัตราร้อยละของคณงาน
1	ลดการโฆษณา	40.6
2	เพิ่มรายการที่มีสาระและให้ความรู้	29.2
3	เพิ่มรายการถ่ายทอดการแข่งขันกีฬา	18.9
4	ลดรายการที่โร้สาระ	7.5
5	ควรปรับปรุงระบบการส่งแพร่ภาพและเสียงให้ดียิ่งขึ้น	3.8
	รวม	100.0

ข้อสรุป

ในบทนี้ ได้เสนอผลการสำรวจและวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของพนักงาน ในการรับข่าวสารจากสื่อมวลชนท้องถิ่น ซึ่งเริ่มค้นคว้าการศึกษาข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับพนักงาน ในองค์การธุรกิจและอุตสาหกรรมในอำเภอเมืองสงขลาและอำเภอหาดใหญ่ ซึ่งเป็นข้อมูลที่ เกี่ยวข้องกับอัตราส่วนรอยละของพนักงานจำแนกตามปัจจัยต่าง ๆ เช่น เพศ อายุ ระดับ การศึกษา สถานะการสมรส ศาสนาและรายได้

พนักงานจำนวน 70.4% อ่านหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น และพนักงานส่วนมากอ่านหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นทุก ๆ สัปดาห์ ส่วนมากหนังสือพิมพ์เหล่านี้จะมีอยู่ที่สถานที่ทำงาน และพนักงานส่วนใหญ่จะอ่านในเวลาเชาก่อนทำงาน หนังสือพิมพ์ที่อ่านมากที่สุดคือ "ไทยแหลมทอง" พนักงานส่วนใหญ่เห็นว่าหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นมีประโยชน์ มีคุณค่าทางข่าวสาร ชอบอ่านข่าวมากที่สุดและอยากให้มีเนื้อหาบริการประชาชนเพิ่มขึ้น

พนักงานส่วนใหญ่ถึง 75.0% มีเครื่องรับวิทยุกระจายเสียงเป็นของตนเอง และมักจะได้รับฟังรายการวิทยุกระจายเสียงในช่วงเวลา 6.00 - 9.00 น. สถานีวิทยุกระจายเสียงที่รับฟังมากที่สุดคือ สถานีวิทยุกระจายเสียงสถานีทหารเรือ สงขลา (สทร.6) และสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย ซึ่งมีการกระจายเสียงด้วยระบบ F.M. มีรายการเพลงเป็นส่วนใหญ่ และมีการโฆษณาบ่อย พนักงานส่วนใหญ่ชอบฟังรายการบันเทิง เช่น เพลง และส่วนใหญ่ต้องการให้มีรายการที่ให้ความรู้มากยิ่งขึ้น

พนักงานส่วนมากถึง 71.1% มีเครื่องรับวิทยุโทรทัศน์เป็นของตนเอง ส่วนใหญ่ จะรับชมรายการโทรทัศน์ในช่วงเวลา 18.00 - 21.00 น. ส่วนใหญ่รับชมรายการของสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 (สถานีหาดใหญ่ - ช่อง 6) และส่วนมากชอบรับชมรายการบันเทิง รองลงไปคือรายการข่าว พนักงานส่วนใหญ่ต้องการให้ลดรายการโฆษณาลง และเพิ่มรายการที่มีสาระและให้ความรู้มากขึ้น

กล่าวโดยสรุป คนงานในอำเภอเมืองสงขลาและอำเภอหาดใหญ่สามารถรับ
 ข่าวสารจากสื่อมวลชนท้องถิ่น คือ หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น วิทยุกระจายเสียงท้องถิ่น และวิทยุ
 โทรทัศน์ท้องถิ่นได้อย่างกว้างขวาง คนงานส่วนใหญ่ชอบอ่านข่าวจากหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น
 ชอบฟังรายการบันเทิงจากวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ คนงานมีข้อคิดเห็นว่าสื่อ
 มวลชนท้องถิ่นเหล่านี้ควรเพิ่มรายการที่ให้สาระและความรู้มากยิ่งขึ้น คนงานบางส่วน
 มีจำนวนน้อย ถึงกับเสนอว่าควรลดรายการภาพยนตร์ทางวิทยุโทรทัศน์ที่ไร้สาระเช่น
 ภาพยนตร์ไทยออกเสียบ้าง

พฤติกรรมของผู้บริหารในการรับข่าวสารจากสื่อมวลชนท้องถิ่น

ผู้บริหารเป็นบุคคลที่มีตำแหน่งในสายการบังคับบัญชาสูงกว่าคนงาน และเป็นที่เข้าใจกันโดยทั่วไปว่าผู้บริหารมักจะมีการศึกษาสูงกว่า ฐานะดีกว่า และอาจจะมีทัศนคติและพฤติกรรมหลาย ๆ อย่างผิดแปลกไปจากคนงาน แม้ว่าผู้บริหารจะมีจำนวนน้อยกว่าจำนวนคนงาน แต่ผู้บริหารก็เป็นผู้มีอำนาจในการจัดการธุรกิจ โดยเฉพาะในการศึกษาค้นคว้าความรู้ และโฆษณาในสื่อมวลชน และอาจจะเป็นผู้ที่สนใจที่จะได้รับข่าวสารจากสื่อมวลชนท้องถิ่นมากกว่าคนงานก็ได้ อย่างไรก็ตามความเข้าใจดังกล่าวข้างต้นนี้อาจจะเป็นจริงหรือไม่ก็ได้ เพราะยังไม่ปรากฏว่ามีผู้ใดเคยศึกษาวิจัยมาก่อน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในจังหวัดสงขลา ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่าไม่เคยมีการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริหารในการรับข่าวสารจากสื่อมวลชนท้องถิ่นเลย

การศึกษาพฤติกรรมของผู้บริหารในการรับข่าวสารจากสื่อมวลชนท้องถิ่นในโครงการวิจัยนี้จึงนับว่าเป็นการริเริ่ม โดยผู้วิจัยคาดหวังว่าจะได้รวบรวมข้อมูลที่ได้ไว้เป็นหลักฐาน เพื่อจะให้เป็นพื้นฐานแก่โครงการวิจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับภูมิภาคส่วนนี้ และข่าวสารที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลอาจจะใช้เป็นประโยชน์ในการปรับปรุงเนื้อหาและสาระของสื่อมวลชนท้องถิ่น และอาจจะแสวงหาแนวทางที่จะให้ผู้บริหารธุรกิจท้องถิ่นใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชนท้องถิ่นได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น การศึกษาพฤติกรรมของผู้บริหารและคนงาน ยังจะเปรียบเทียบให้เห็นข้อแตกต่างของพฤติกรรมของกลุ่มบุคคลที่อยู่ในระดับฐานะทางสังคมที่ต่างกัน ในเรื่องของการรับข่าวสารจากสื่อมวลชนท้องถิ่น ทั้ง ๆ ที่ผู้บริหารและคนงานเหล่านี้ต่างก็อยู่ในวงการธุรกิจและอุตสาหกรรมเหมือนกัน

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้บริหารในท้องถิ่น

จากการสุ่มตัวอย่างสำรวจผู้บริหาร 38 คนจากองค์การจำนวน 38 องค์การ พบว่าผู้บริหารส่วนใหญ่เป็นเพศชาย กล่าวคือมีจำนวนผู้บริหารเพศชายถึง 71.1% ส่วนใหญ่

ถึง 56.8% อยู่ในวัยหนุ่มสาวคือ มีอายุระหว่าง 25 - 34 ปี เป็นที่น่าสังเกตว่าส่วนมากถึง 42.1% สำเร็จการศึกษาชั้นอุดมศึกษา สถานภาพทางการสมรสนั้นจัดอยู่ในสถานะโสด 50% และสมรสแล้วอีก 50% เท่ากัน และส่วนใหญ่ถึง 61.1% มีรายได้สูงกว่า 4,500 บาท/เดือน

เป็นที่น่าสนใจกว่าสำรวจไม่พบผู้บริหารที่นับถือศาสนาอิสลามเลยแม้แต่รายเดียว เกือบทั้งหมดคือ 97.4% นับถือศาสนาพุทธ นอกจากนั้น 2.6% นับถือศาสนาคริสต์ ไม่พบว่ามีผู้นับถือศาสนาอื่น ๆ นอกเหนือจากนี้ การที่ผู้สุมตัวอย่างไม่พบผู้บริหารที่นับถือศาสนาอิสลามในอำเภอเมืองสงขลาและอำเภอหาดใหญ่เป็นสิ่งที่น่าประหลาดใจ และเป็นปรากฏการณ์ที่น่าจะมีผู้สนใจศึกษาคนควาคือไปว่า เพราะเหตุใดจึงเป็นเช่นนั้น รายละเอียดของข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้บริหารธุรกิจในท้องถิ่นได้แสดงไว้ในตารางที่ 6 - 1

ตารางที่ 6 - 1

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้บริหารในอำเภอเมืองสงขลาและอำเภอหาดใหญ่

(จำนวนผู้บริหารที่สุ่มสำรวจ 38 คน)

<u>เพศ</u>	<u>%</u>	<u>ระดับการศึกษา</u>	<u>%</u>
ชาย	71.1	ป.1 - 4	2.6
หญิง	28.9	ป.5 - 7	0.0
<u>สถานภาพสมรส</u>	<u>%</u>	ม.ศ.1 - 3	15.8
โสด	50.0	ม.ศ.4 - 5	21.1
สมรส	50.0	อาชีวศึกษา	18.4
		อุดมศึกษา	42.1
<u>ศาสนา</u>	<u>%</u>	<u>รายได้ต่อเดือน (บาท)</u>	<u>%</u>
พุทธ	97.4	ต่ำกว่า 3,000	11.2
อิสลาม	0.0	3,000 - 3,500	16.7
คริสต์	2.6	3,500 - 4,000	2.8
		4,000 - 4,500	8.3
		4,500 ขึ้นไป	61.0

พฤติกรรมของผู้บริหารในการรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น

ผู้บริหารส่วนใหญ่คือ 73.0% อ่านหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น ในจำนวนนี้ส่วนมากคือ 53.6% อ่านประมาณสัปดาห์ละครั้ง และส่วนใหญ่ 37.5% ใ้หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นมาโดยการซื้อมาอ่านเอง ส่วนมากคือ 48.5% อ่านหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นในสถานที่ทำงานของตน เวลาที่อ่านนั้นผู้บริหารส่วนใหญ่ 31.6% ตอบว่าอ่านไม่เป็นเวลาแน่นอน แต่ 21.1% ตอบว่าอ่านในช่วงเวลาตอนเช้าก่อนเวลาทำงาน กล่าวคือในเวลาประมาณ 6.00 - 9.00 น. และผู้ที่ไม่อ่านหนังสือพิมพ์ส่วนใหญ่ 45.5% เป็นเพราะไม่มีเวลาจะอ่าน

เมื่อได้สอบถามว่าหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นฉบับใดที่ผู้บริหารอ่านบ่อย ก็พบว่าส่วนมากคือ 30.8% อ่านหนังสือพิมพ์ "ไทยแหลมทอง" รองลงไป 17.3% อ่านหนังสือพิมพ์ "เกียรติศักดิ์" รายละเอียดของลำดับหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นที่ผู้บริหารอ่านบ่อยที่สุด ได้แสดงไว้ในตารางที่ 6 - 2

ตารางที่ 6 - 2

ลำดับของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นที่ผู้บริหารอ่าน

ลำดับที่	ชื่อหนังสือพิมพ์	อัตราร้อยละของผู้บริหาร
1	ไทยแหลมทอง	30.8
2	ไทยทักษิณ	17.3
3	เกียรติศักดิ์	13.5
4	ก้าวใหม่	9.6
5	ภูธร	9.6
6	ไทยราษฎร์	5.8
7	วันใหม่	3.9
8	เสียงไทย	1.9
-	อื่น ๆ และไม่ตอบ	7.6
	รวม	<u>100.0</u>

เกี่ยวกับความชอบของผู้บริหารต่อเนื้อหาประเภทต่าง ๆ ของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นนั้น ส่วนใหญ่ 29.6% ชอบอ่านข่าว และคอลัมน์ที่ไม่ชอบมากที่สุดคือ คอลัมน์โฆษณา ซึ่งผู้บริหาร 32.0% ไม่ชอบ และส่วนใหญ่คือ 63.0% กล่าวว่าคอลัมน์โฆษณามีมากเกินไป และ 34.5% กล่าวว่าคอลัมน์ข่าวมีน้อยเกินไป ผู้บริหารส่วนมากคือ 48.4% ยอมรับว่าหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นมีประโยชน์และมีคุณค่าทางข่าวสาร

ผู้บริหารธุรกิจและอุตสาหกรรมในจังหวัดสงขลาเหล่านี้ ได้ให้ข้อคิดเห็นในการเพิ่มเติมเนื้อหาสาระและปรับปรุงคุณภาพหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นดังต่อไปนี้คือ ส่วนใหญ่ 29.2% ขอให้เพิ่มความถูกต้องและรวดเร็วของข่าว รองลงมา 25.0% ขอให้เพิ่มเนื้อหาที่ให้ความรู้ ซึ่งข้อคิดเห็นเหล่านี้ถ้าจะเป็นประโยชน์แก่หนังสือพิมพ์ในการปรับปรุงเนื้อหาและคุณภาพให้ดียิ่งขึ้น

พฤติกรรมของผู้บริหารในการรับข่าวสารจากวิทยุกระจายเสียงในท้องถิ่น

ผู้บริหารเกือบทั้งหมดคือ 92.1% ตอบว่าตนเองรับฟังรายการจากวิทยุกระจายเสียง และในจำนวนนี้ 76.5% รับฟังเป็นประจำทุกวัน ผู้บริหารจำนวนมากถึง 97.3% มีเครื่องรับวิทยุเป็นของตนเอง และเมื่อถามว่าที่บ้านของผู้บริหารมีเครื่องรับวิทยุกี่เครื่องปรากฏคำตอบได้แสดงไว้ในตารางที่ 6 - 3 เครื่องรับวิทยุกระจายเสียงจึงเป็นสิ่งที่มิได้อยู่แพร่หลาย และวิทยุกระจายเสียงจึงเป็นสื่อมวลชนที่สามารถส่งข่าวสารถึงผู้บริหารได้เป็นอย่างดี

สถานที่ ๆ รับฟังวิทยุเป็นประจำวัน ผู้บริหารส่วนใหญ่ 63.2% รับฟังที่บ้าน รองลงไปคือ 26.3% รับฟังที่ทำงาน ช่วงเวลาที่รับฟังมากที่สุดคือในเวลาเช้ามืดระหว่าง 6.00 - 9.00 น. ซึ่งมีผู้รับฟังถึง 34.6% รองลงไปเป็นช่วงเวลากลางคืนคือในเวลา 18.00 - 21.00 น. ซึ่งมีผู้บริหารรับฟัง 25.5% ผู้บริหารส่วนมากมักจะไม่ใช้เวลาฟังวิทยุนานมากนักในแต่ละวัน กล่าวคือในระหว่างวันจันทร์ถึงศุกร์ ผู้บริหารส่วนใหญ่ 48.4% จะรับฟังวิทยุเป็นเวลาน้อยกว่า 1 ชั่วโมง รองลงไป 38.7% รับฟัง 1 - 2 ชั่วโมง

ในระหว่างวันเสาร์และอาทิตย์ส่วนใหญ่ 51.7% จะรับฟังวิทยุเป็นเวลาน้อยกว่า 1 ชั่วโมง รองลงไป 20.7% รับฟัง 1 - 2 ชั่วโมง กล่าวคือในวันเสาร์-อาทิตย์ผู้บริหารจะใช้เวลาฟังวิทยุน้อยลงในขณะที่คนงานใช้เวลาฟังวิทยุมากขึ้น

ตารางที่ 6 - 3
จำนวนเครื่องรับวิทยุที่บ้านของผู้บริหาร

จำนวน	อัตราร้อยละของผู้บริหาร
ไม่มีเลย	2.7
1 เครื่อง	37.8
2 เครื่อง	37.8
3 เครื่อง	5.4
4 เครื่องขึ้นไป	<u>16.3</u>
รวม	<u>100.0</u>

ข้อความที่ว่าสถานีวิทยุกระจายเสียงสถานีใดที่รับฟังเป็นประจำ ผู้บริหารส่วนใหญ่ 34.2% รับฟังสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย ศูนย์ประชาสัมพันธ์เขต 3 รองลงไปคือ 30.4% รับฟังสถานีวิทยุกระจายเสียงสถานีทหารเรือสงขลา ซึ่งทั้งสองสถานีนี้กระจายเสียงควยระบบ F.M. และสถานีวิทยุกระจายเสียงสถานีทหารเรือสงขลา มีการกระจายเสียงในระบบ A.M. ด้วย

ผู้บริหารส่วนมากคือ 36.1% ชอบฟังรายการข่าว รองลงไป 27.9% ชอบรายการความรู้ และ 26.7% ชอบรายการบันเทิง ผู้บริหารทั้ง 100% ไม่ชอบรายการโฆษณา ผู้บริหารส่วนใหญ่ 59.1% กล่าวว่ารายการความรู้น้อยเกินไป และ 52.2% กล่าวว่ารายการโฆษณามีมากเกินไป

เมื่อขอใ้ผู้บริหารเสนอข้อคิดเห็นว่รายการของสถานีวิทยุกระจายเสียงควรจะเพิ่มเกิมนเนื้อหาสาระ และปรับปรุงคุณภาพอย่างไรบ้าง ใ้รับข้อคิดเห็นพื่อที่จะสรุปใ้กังแสดงในตารางที่ 6 - 4 กล่าวคือส่วนใหญ่ของกรใ้เพิ่มรายการความรู้ สารคดี บทความทางวิชาการที่ใ้ประโยชน์ และขอใ้ลดการโฆษณา

ตารางที่ 6 - 4

สรุปขอเสนอแนะของผู้บริหารในการปรับปรุงรายการวิทยุกระจายเสียง

ลำดับที่	สิ่งที่ควรปรับปรุง	อัตราร้อยละของผู้บริหาร
1	ควรรลดการโฆษณา	35.5
2	เพิ่มรายการที่มีสาระและความรู้	22.6
3	เพิ่มรายการข่าว	19.4
4	ปรับปรุงเครื่องส่งวิทยุกระจายเสียงใ้ดีขึ้น	12.9
5	เพิ่มรายการบันเทิง	6.4
6	โฆษณาควรพื่อใ้หักเงินและใ้ภาษาที่ถูกต้อง	<u>3.2</u>
	รวม	<u>100.0</u>

พฤติกรรมของผู้บริหารในการรับข่าวสารจากวิทยุโทรทัศน์ในท้องถิ่น

ผู้บริหารเกือบทั้งหมดคือ 97.4% กล่าวว่าคนรับชมรายการวิทยุโทรทัศน์ และ 73.0% กล่าวว่าชมเป็นประจำทุกวัน ผู้บริหารส่วนใหญ่คือ 66.8% มีเครื่องรับวิทยุโทรทัศน์เป็นของตนเอง ซึ่งใ้เป็นอัตราส่วนที่สูง แต่ก็ใ้ยังน้อยกว่าอัตราส่วนของการเป็นเจ้าของเครื่องรับวิทยุกระจายเสียง (97.3%) ประมาณ 10% คอคำตอบที่ว่าที่บ้านของผู้บริหารมีเครื่องรับวิทยุโทรทัศน์ก็เครื่อง ซึ่งอาจจะใ้เป็นของตนเองหรือคนอื่น ๆ ในบ้านก็ได้ ปรากฏค่าตอบใ้กังแสดงในตารางที่ 6 - 5 กังนั้นจึงอาจกล่าวใ้ได้ว่าผู้บริหารองค์การธุรกิจและอุตสาหกรรมในอำเภอเมืองสงขลาและอำเภอหาคีใหญ่สามารถรับข่าวสารจากวิทยุโทรทัศน์ใ้ได้อย่างสะดวก

ตารางที่ 6 - 5

จำนวนเครื่องรับวิทยุโทรทัศน์ที่บ้านของผู้บริหาร

จำนวนที่มี	อัตราการร้อยละของผู้บริหาร
ไม่มีเลย	5.3
1 เครื่อง	52.6
2 เครื่อง	29.0
3 เครื่อง	7.9
4 เครื่องขึ้นไป	5.2
รวม	100.0

สถานที่ ๆ ผู้บริหารเกือบทั้งหมดคือ 91.2% รับชมรายการวิทยุโทรทัศน์ก็ที่บ้าน รองลงไป 5.4% คือที่ทำงาน เวลาที่รับชมส่วนใหญ่ 47.5 อยู่ในช่วงเวลา 18.00 - 21.00 น. รองลงไปคือ 24.6% อยู่ในช่วงเวลา 21.00 - 24.00 น. ในช่วงวันจันทร์ถึงศุกร์ผู้บริหารส่วนมากคือ 37.5% จะใช้เวลารับชมรายการวิทยุโทรทัศน์เป็นเวลา 1 - 2 ชั่วโมง ในช่วงวันเสาร์และอาทิตย์ผู้บริหารส่วนใหญ่ 37.1% จะรับชมรายการวิทยุโทรทัศน์เป็นเวลา 2 - 3 ชั่วโมง คือจะใช้เวลารับชมเพิ่มขึ้นในช่วงวันสุดสัปดาห์

ถือคำถามที่ว่าสถานีวิทยุโทรทัศน์ช่องใดที่ผู้บริหารรับชมเป็นประจำ ส่วนใหญ่ 51.7% จะรับชมรายการของสถานีโทรทัศน์สีกองทัพมดของ 7 (สถานีภาคใหญ่ - ช่อง 6) รองลงมา 46.3% รับชมรายการของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 10 ภาคใหญ่ อาจกล่าวได้ว่ารับชมทั้ง 2 สถานีเท่า ๆ กัน ไม่มีความแตกต่างกันมากนัก

เกี่ยวกับเนื้อหาของรายการวิทยุโทรทัศน์นั้น ผู้บริหารส่วนมากคือ 27.6% ชอบรายการข่าว รองลงมา 24.3% ชอบรายการที่ให้ความรู้ 23.5% ชอบรายการบันเทิง และ 19.1% ชอบรายการสารคดี รายการที่ไม่ชอบมากที่สุดคือรายการโฆษณา ซึ่งผู้บริหาร

82.4% กล่าวว่าไม่ชอบ ผู้บริหารส่วนมากคือ 44.4% เห็นว่ารายการข่าวมีน้อยเกินไป 37.0% เห็นว่ารายการที่ให้ความรู้มีน้อยเกินไป และส่วนใหญ่คือ 66.7% เห็นว่าปริมาณเนื้อหาของรายการโฆษณา มีมากเกินไป

เมื่อขอให้ผู้บริหารเหล่านี้แสดงความคิดเห็นว่าควรปรับปรุงเนื้อหาสาระ และคุณภาพของรายการวิทยุโทรทัศน์อย่างไร ได้พบข้อคิดเห็นที่พอจะสรุปได้ดังแสดงในตารางที่ 6 - 6 ผู้บริหารส่วนใหญ่คือ 34.2% ต้องการให้เพิ่มรายการที่มีสาระให้ความรู้ และประโยชน์ อาทิเช่น รายการสารคดีให้มากยิ่งขึ้น รองลงไป 23.7% ต้องการให้ลดการโฆษณา ซึ่งเป็นที่น่าสังเกตว่าผู้บริหารเป็นจำนวนไม่น้อยคือ 18.4% อยากให้ลดรายการที่ไร้สาระ เช่น ภาพยนตร์ไทย ภาพยนตร์การ์ตูนญี่ปุ่น ภาพยนตร์จีนประเภทกำลังภายใน ตลอดจนรายการชิงโชคต่าง ๆ

ตารางที่ 6 - 6

สรุปข้อเสนอแนะของผู้บริหารในการปรับปรุงรายการวิทยุโทรทัศน์

ลำดับที่	สิ่งที่ควรปรับปรุง	อัตราร้อยละของผู้บริหาร
1	เพิ่มรายการที่มีสาระและให้ความรู้	34.2
2	ลดการโฆษณา	23.7
3	ลดรายการที่ไร้สาระ	18.4
4	เพิ่มรายการข่าว	15.8
5	ปรับปรุงเครื่องส่งให้ดีขึ้น (เฉพาะสถานีโทรทัศน์ช่อง 10 ชาติใหญ่)	5.3
6	ปรับปรุงผู้ประกาศให้พูดชัดเจนและถูกต้อง	2.6
	รวม	<u>100.0</u>

ข้อสรุป

ในบทนี้ได้เสนอผลการสำรวจและวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริหารในการรับข่าวจากสื่อมวลชนในท้องถิ่น ซึ่งเริ่มต้นด้วยการศึกษาข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้บริหารองค์การธุรกิจ ในอำเภอเมืองสงขลาและอำเภอหาดใหญ่ โภคแสงให้เห็นอัตราส่วนร้อยละของจำนวนผู้บริหารจำแนกตามปัจจัยต่าง ๆ เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานะการสมรส ศาสนา และรายได้เหล่านี้เป็นต้น

ผู้บริหาร 73.0% อ่านหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น ส่วนมากจะอ่านประมาณหนึ่งครั้งใน 2 สัปดาห์ ส่วนมากจะซื้อมาอ่านเอง และมักจะอ่านไม่เป็นเวลาแน่นอน หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นที่อ่านมากที่สุดคือ "ไทยแหลมทอง" ผู้บริหารส่วนใหญ่ชอบอ่านข่าวและยอมรับว่าหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นมีประโยชน์และมีคุณค่าทางข่าวสาร

ผู้บริหารเกือบทั้งหมดคือ 97.3% มีเครื่องรับวิทยุกระจายเสียงเป็นของตนเอง ส่วนมากมักจะรับฟังเป็นประจำทุกวันในช่วงเวลา 6.00 - 9.00 น. สถานีวิทยุกระจายเสียงที่รับฟังมากที่สุดก็คือสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย และสถานีวิทยุกระจายเสียงสถานีทหารเรือสงขลา ซึ่งทั้งสองสถานีมีการกระจายเสียงในระบบ F.M. เป็นหลัก และผู้บริหารส่วนมากมักจะชอบฟังรายการข่าวจากสถานีวิทยุกระจายเสียงเหล่านี้

ผู้บริหารส่วนใหญ่คือ 86.8% มีเครื่องรับวิทยุโทรทัศน์เป็นของตนเอง และส่วนมากจะรับชมรายการโทรทัศน์ในช่วงเวลา 18.00 - 21.00 น. และรับชมรายการของสถานีโทรทัศน์ในท้องถิ่นทั้งสองสถานีเท่า ๆ กัน ส่วนมากจะนิยมรับชมรายการข่าว ผู้บริหารส่วนใหญ่มีความเห็นว่าควรจะมีให้มีการเพิ่มรายการที่มีสาระให้ความรู้และมีประโยชน์ยิ่งขึ้น และผู้บริหารจำนวนไม่น้อยที่เสนอให้ลดรายการที่ไร้สาระ เช่น ภาพยนตร์ไทย การกวนผู้ป่วน ภาพยนตร์จีนประเภทกำลังภายใน รวมทั้งรายการชิงโชคต่าง ๆ ออกเสียบ้าง

การเปรียบเทียบพฤติกรรมของคณงานและผู้บริหารในการรับข่าวสาร

บทที่ 5 ได้กล่าวถึงผลการสำรวจพฤติกรรมของคณงานในการรับข่าวสารจากสื่อมวลชนท้องถิ่น และในบทที่ 6 ได้แสดงผลการสำรวจพฤติกรรมของผู้บริหารในเรื่องเดียวกัน แต่ยังมีได้มีการนำมาเปรียบเทียบหาความคล้ายคลึงหรือความแตกต่างให้เห็นอย่างชัดเจน ดังนั้นในบทนี้จึงจะได้นำเอาความคล้ายคลึงหรือความแตกต่างของพฤติกรรมของบุคคลสองกลุ่มนี้มาเปรียบเทียบให้เห็นชัดเจนขึ้น

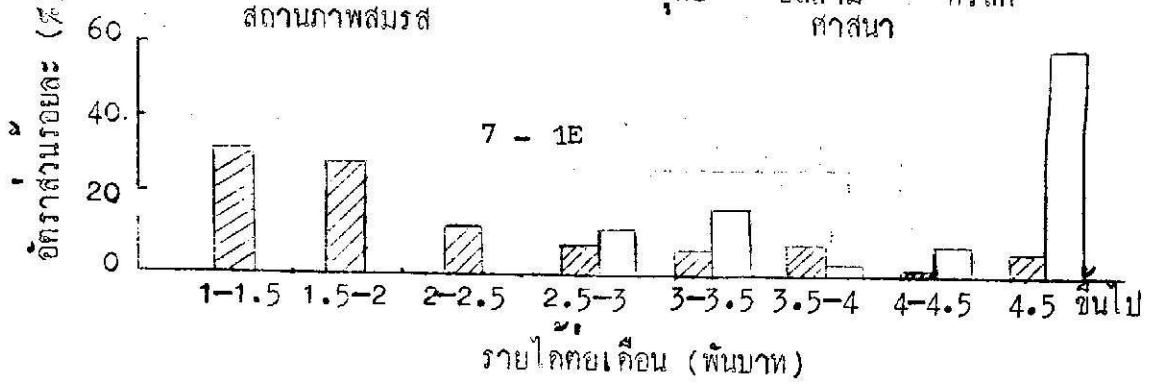
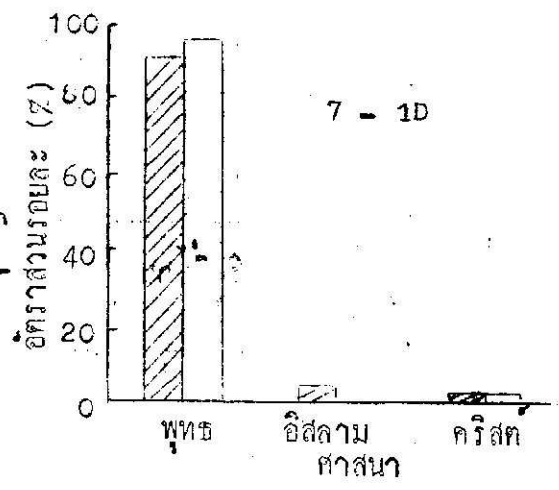
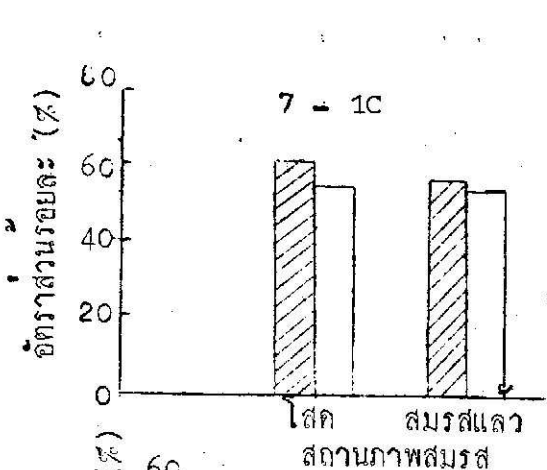
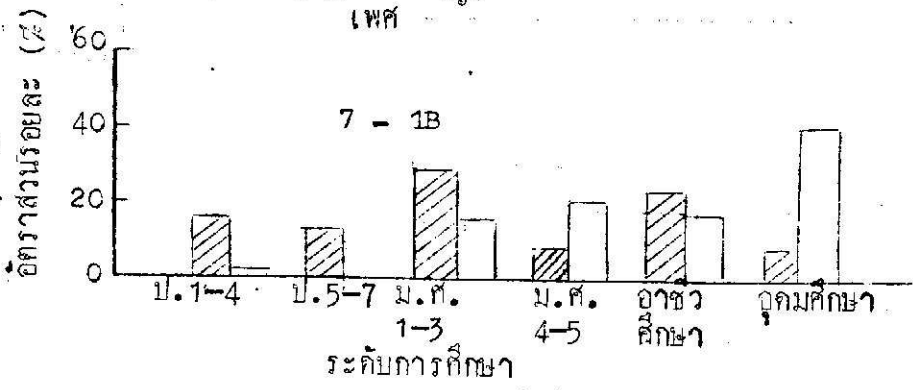
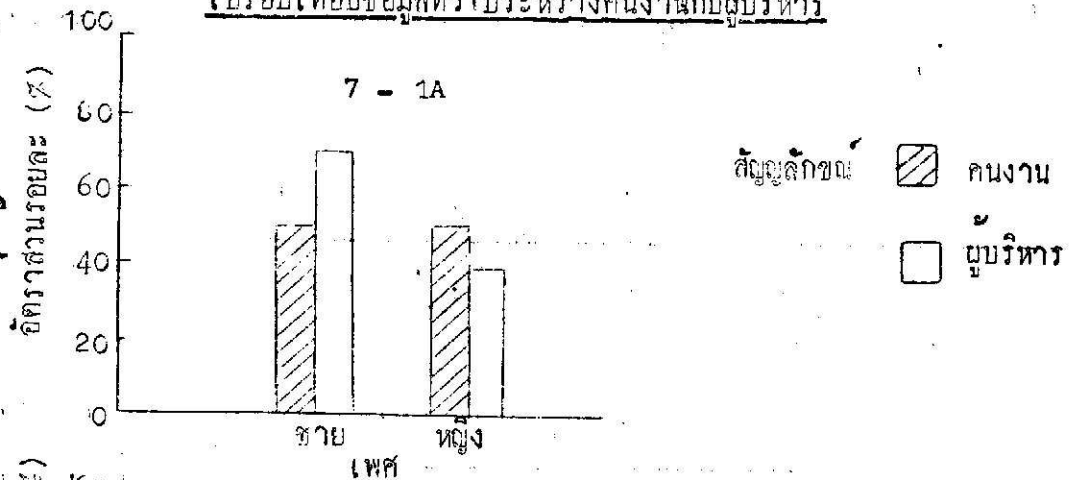
การเปรียบเทียบข้อมูลทั่วไป

ก่อนอื่นได้นำข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับ เพศ การศึกษา สถานภาพสมรส ศาสนา และรายได้ระหว่างคณงานและผู้บริหารมาเปรียบเทียบกันดังแสดงในรูปที่ 7 - 1 มาเปรียบเทียบกันโดยขอสังเกตุดังต่อไปนี้

1. เพศ ผู้บริหารส่วนใหญ่ 71.1% เป็นชาย ส่วนคณงานนั้นมีเพศชายและหญิง 50% เท่ากันพอดี
2. การศึกษา ผู้บริหารส่วนมาก 42.1% สำเร็จการศึกษาระดับอุดมศึกษา ในขณะที่คณงานส่วนมากสำเร็จการศึกษาในระดับ ม.ศ.1 - 3 เป็นจำนวน 29.0% และอาชีวศึกษา 23.7% ระดับการศึกษาของผู้บริหารจึงสูงกว่าของคณงานอย่างชัดเจน
3. สถานภาพสมรส ผู้บริหารมีสถานภาพเป็นคนโสดและสมรสแล้วประเภทละ 50.0% ส่วนคณงานมีสถานภาพสมรสแล้วรวมทั้งหย่าหรือหม้าย 67.6% ซึ่งสูงกว่าผู้บริหาร
4. ศาสนา ทั้งผู้บริหารและคณงานส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธ มีคณงานนับถือศาสนาอิสลามและศาสนาคริสต์บางส่วนเล็กน้อย เป็นที่น่าสังเกตุว่าจากจำนวนผู้บริหารที่ตอบข้อสอบถาม 36 คน ไม่มีผู้นับถือศาสนาอิสลามเลย

รูปที่ 7 - 1

เปรียบเทียบขอมูลทั่วไประหว่างคนงานกับผู้บริหาร



5. รายได้ ผู้บริหารมีรายได้สูงกว่าคนงานอย่างชัดเจน กล่าวคือ คนงานส่วนใหญ่ถึง 72.9% จะมีรายได้ต่ำกว่า 2,500 บาทต่อเดือน ในขณะที่ผู้บริหารส่วนมาก 61.1% มีรายได้สูงกว่าเดือนละ 4,500 บาท

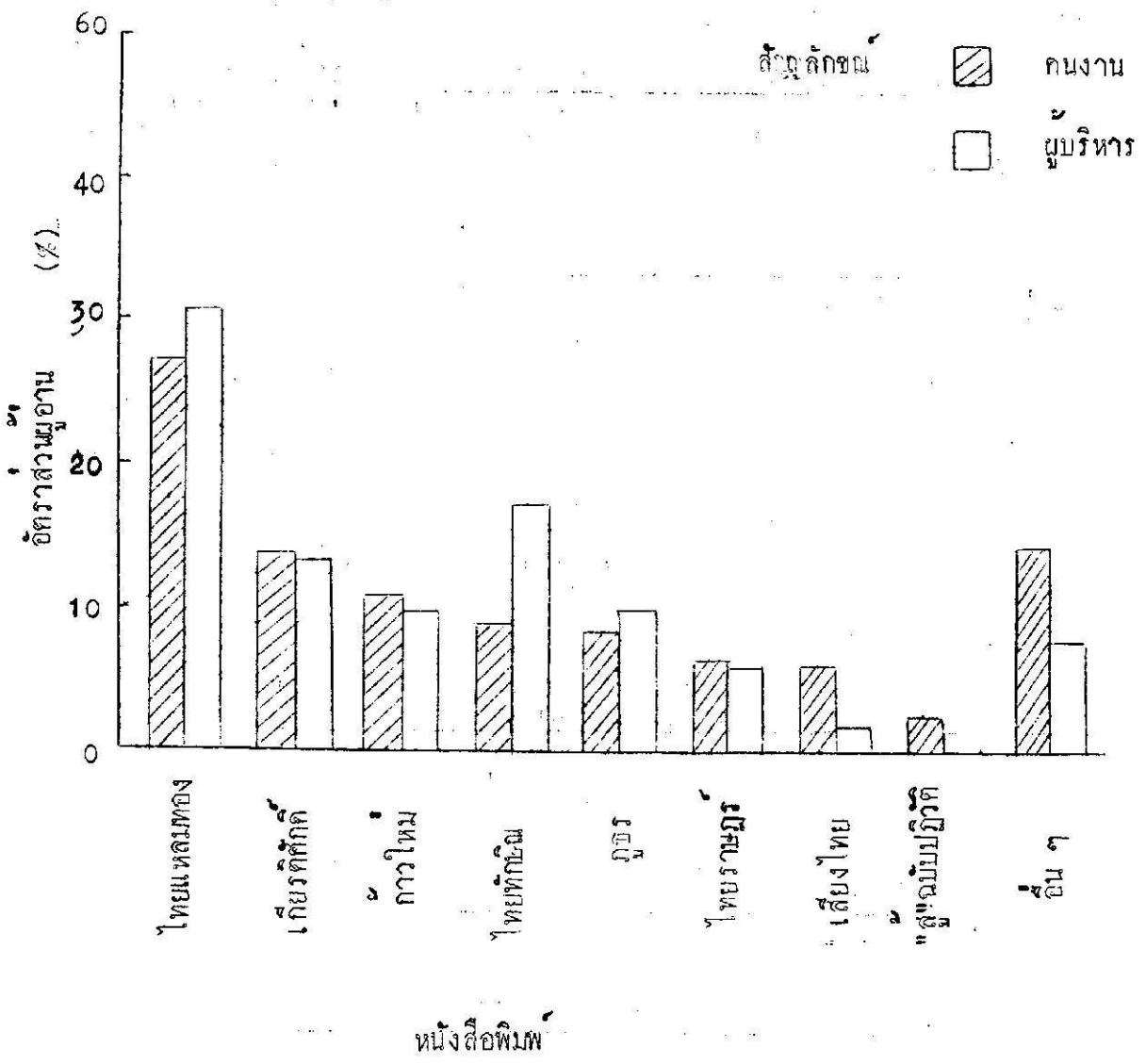
การเปรียบเทียบพฤติกรรมในการรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น

ในการเปรียบเทียบพฤติกรรมในการรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นระหว่างคนงานและผู้บริหาร ได้พบข้อสรุปบางประการดังต่อไปนี้

1. อัตราส่วนจำนวนผู้อ่านหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น ผู้บริหารและคนงานส่วนใหญ่อ่านหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น ผู้บริหารเป็นจำนวนสูงถึง 73.4% และคนงาน 70.4% กล่าวว่าคนอ่านหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น
2. การได้มาซึ่งหนังสือพิมพ์ ผู้บริหารส่วนมากซื้อหนังสือพิมพ์มาอ่าน แต่คนงานส่วนใหญ่อ่านหนังสือพิมพ์ซึ่งมีอยู่ในสถานที่ทำงานอยู่แล้ว
3. ความถี่ในการอ่าน ผู้บริหารและคนงานส่วนใหญ่จะอ่านหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นประมาณสัปดาห์ละครั้ง
4. ช่วงเวลาี่อ่าน ผู้บริหารส่วนมากไม่มีช่วงเวลาอ่านหนังสือพิมพ์ที่แน่นอน ในขณะที่คนงานส่วนมากจะอ่านหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นในตอนเช้าคือระหว่าง 6.00 - 9.00 น.
5. สถานที่ ๆ อ่านเป็นประจำ ทั้งผู้บริหารและคนงานส่วนมากจะอ่านหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นในสถานที่ทำงานหรือที่บ้าน
6. หนังสือพิมพ์ที่อ่านมากที่สุด ทั้งผู้บริหารและคนงานอ่านหนังสือพิมพ์ "ไทยแหลมทอง" มากที่สุด คนงานอ่านหนังสือพิมพ์ "เกียรติศักดิ์" มากรองลงไป ส่วนผู้บริหารอ่านหนังสือพิมพ์ "ไทยทักษิณ" มากรองลงไป การเปรียบเทียบได้แสดงรายละเอียดไว้ในรูปที่ 7 - 2
7. ประเภทของเนื้อหาที่ชอบ ผู้บริหารและคนงานส่วนใหญ่ชอบอ่านข่าวมากที่สุด และชอบโ้ษะณานอยที่่สุด

รูปที่ 7 - 2

เปรียบเทียบหนังสือพิมพ์ที่อ่าน



๘. ความคิดเห็นต่อปริมาณเนื้อหาของคอลัมน์ต่าง ๆ ทั้งผู้บริหารและคนงานส่วนใหญ่เห็นว่ามีการโฆษณามากเกินไป ผู้บริหารเห็นว่ามีความน้อยเกินไป ในขณะที่คนงานมีความเห็นว่าคอลัมน์บริการประชาชน เป็นคนว่าการประกาศรับสมัครงานน้อยเกินไป

9. ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงเนื้อหาสาระ ผู้บริหารส่วนมากเสนอแนะให้มีการปรับปรุงความถูกต้องและความรวดเร็วของข่าว คนงานส่วนใหญ่ต้องการให้เพิ่มจำนวนของข่าวใหม่มากยิ่งขึ้น

10. การประเมินคุณค่าของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น ทั้งผู้บริหารและคนงานส่วนใหญ่ยอมรับว่าหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นมีประโยชน์ และมีคุณค่าทางข่าวสาร

กล่าวโดยสรุปแล้วพฤติกรรมของผู้บริหารและคนงานในการรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นมีความคล้ายคลึงกันมาก มีข้อแตกต่างเพียงเล็กน้อย เช่น ผู้บริหารซื้อหนังสือพิมพ์อ่านเองในขณะที่คนงานอ่านหนังสือพิมพ์ที่สถานที่ทำงานจัดไว้ให้อ่าน คนงานนิยมอ่านหนังสือพิมพ์ในตอนเช้า ในขณะที่ผู้บริหารไม่มีเวลาอ่านที่แน่นอน ดังนี้เป็นต้น

การเปรียบเทียบพฤติกรรมในการรับข่าวสารจากวิทยุกระจายเสียงท้องถิ่น

การเปรียบเทียบไคกระทำที่ละหัวข้อดังต่อไปนี้

1. อัตราส่วนจำนวนผู้รับฟังวิทยุกระจายเสียง ทั้งผู้บริหารและคนงาน ก็คือทั้งหมดตอบว่าตนเองรับฟังวิทยุกระจายเสียง
2. อัตราส่วนการเป็นเจ้าของเครื่องรับวิทยุกระจายเสียง ผู้บริหารเกือบทั้งหมดมีเครื่องรับวิทยุกระจายเสียงเป็นของตนเอง กล่าวคือผู้บริหาร 97.3% และคนงาน 75.0% มีเครื่องรับวิทยุกระจายเสียงเป็นของตนเอง
3. ความถี่ในการรับฟัง ผู้บริหารและคนงานส่วนใหญ่รับฟังวิทยุกระจายเสียงเป็นประจำทุกวัน
4. ช่วงเวลาที่ได้รับฟัง ทั้งผู้บริหารและคนงานส่วนมากจะรับฟังวิทยุในช่วงเวลา 6.00 - 9.00 น. รองลงไปคือ 16.00 - 21.00 น.

5. สถานที่ ๆ รับฟัง ผู้บริหารและคณาจารย์ส่วนมากรับฟังวิทยุกระจายเสียงที่บ้านของตน รองลงไปคือสถานที่ทำงาน

6. สถานีวิทยุกระจายเสียงที่รับฟังมากที่สุด ผู้บริหารส่วนมากจะรับฟังสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย ศูนย์ประชาสัมพันธ์เขต 3 รองลงไปคือสถานีวิทยุสถานีทหารเรือสงขลา แต่คณาจารย์ส่วนมากจะรับฟังสถานีวิทยุสถานีทหารเรือสงขลา รองลงไปคือสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย เป็นที่น่าสังเกตว่าทั้งผู้บริหารและคณาจารย์นิยมรับฟังการกระจายเสียงในระบบ F.M. ซึ่งส่วนใหญ่เป็นรายการเพลง ส่วนสถานีวิทยุกระจายเสียงในระบบ A.M. นั้นมีผู้บริหารและคณาจารย์รับฟังน้อยมาก รูปที่ 7 - 3 แสดงการเปรียบเทียบสถานีวิทยุกระจายเสียงที่คณาจารย์และผู้บริหารชอบรับฟัง

7. ประเภทของรายการที่ชอบ ผู้บริหารส่วนใหญ่ชอบฟังรายการข่าว รองลงไปคือรายการที่ให้ความรู้ แต่คณาจารย์ส่วนมากชอบรายการบันเทิง เช่น เพลง รองลงไปชอบรายการข่าว ดังแสดงในรูปที่ 7 - 4 ต่อคำถามที่ว่าไม่ชอบรายการใดมากที่สุดนั้น ทั้งผู้บริหารและคณาจารย์ส่วนใหญ่ไม่ชอบโฆณามากที่สุด

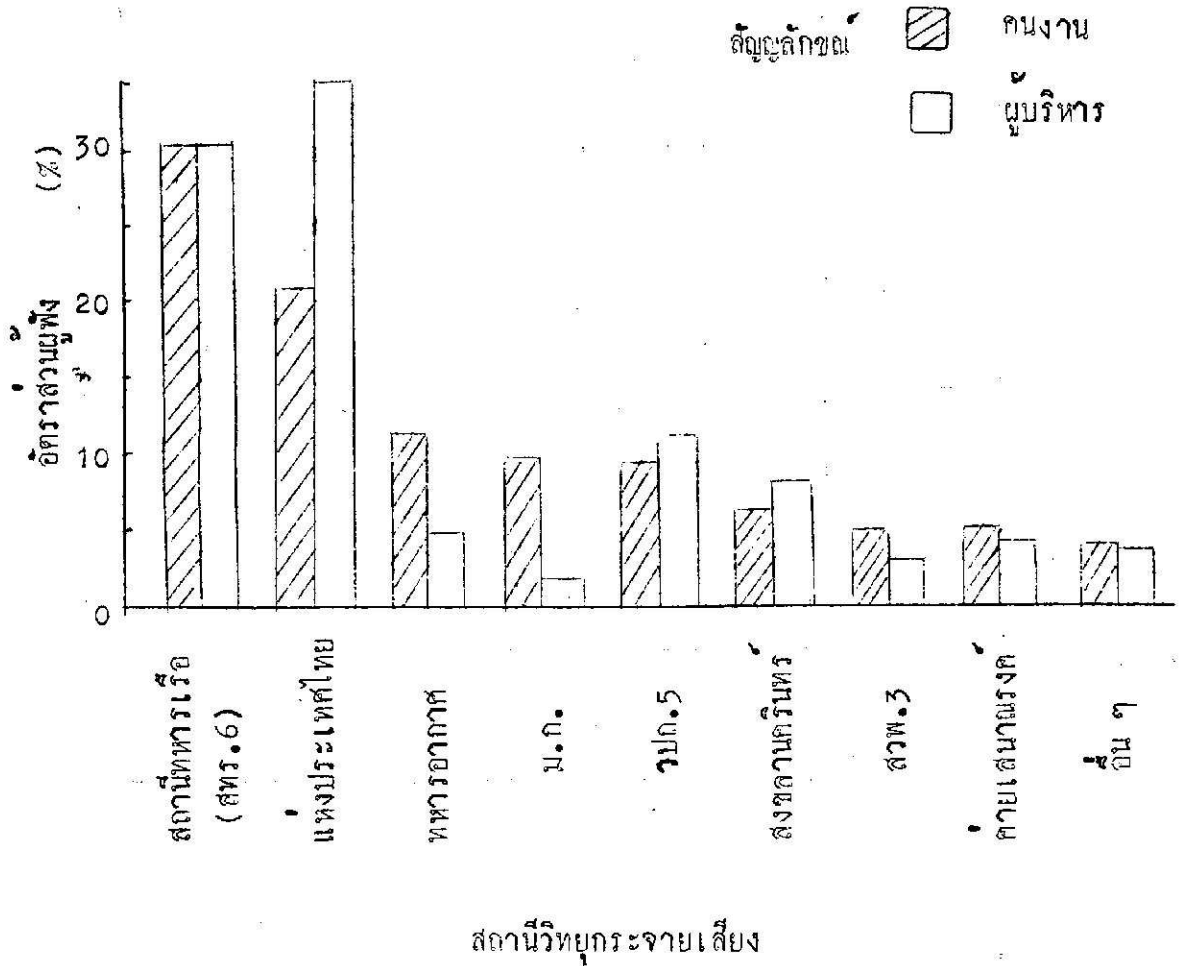
8. ความคิดเห็นต่อรายการประเภทต่าง ๆ ทั้งผู้บริหารและคณาจารย์ส่วนใหญ่กล่าวว่าไม่ชอบรายการที่ให้ความรู้มากเกินไป และมีรายการโฆณาเกินไป

9. ขอเสนอแนะในการปรับปรุงเนื้อหาสาระและคุณภาพของการกระจายเสียง ทั้งผู้บริหารและคณาจารย์ต้องการให้สถานีวิทยุกระจายเสียงเพิ่มรายการที่ให้สาระความรู้ และลดการโฆณา

กล่าวโดยสรุปแล้ว ส่วนมากผู้บริหารและคณาจารย์จะมีความคิดเห็นและพฤติกรรมในการรับฟังคล้าย ๆ กัน มีข้อแตกต่างอยู่บางเฉพาะบางเรื่อง เช่น ผู้บริหารชอบฟังรายการข่าวและรายการที่ให้ความรู้ ในขณะที่คณาจารย์ส่วนมากชอบฟังรายการบันเทิง ทั้งผู้บริหารและคณาจารย์ชอบฟังการกระจายเสียงในระบบ F.M. แต่มีความแตกต่างกันที่ว่าผู้บริหารส่วนใหญ่ชอบรับฟังสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย ศูนย์ประชาสัมพันธ์เขต 3 ในขณะที่คณาจารย์ส่วนใหญ่ชอบรับฟังสถานีวิทยุกระจายเสียงสถานีทหารเรือสงขลา ทั้งนี้เป็นคน ทั้งผู้บริหารและคณาจารย์ส่วนใหญ่ต้องการให้มีรายการที่ให้สาระความรู้มากขึ้น และต้องการให้ลดการโฆณาให้น้อยลง

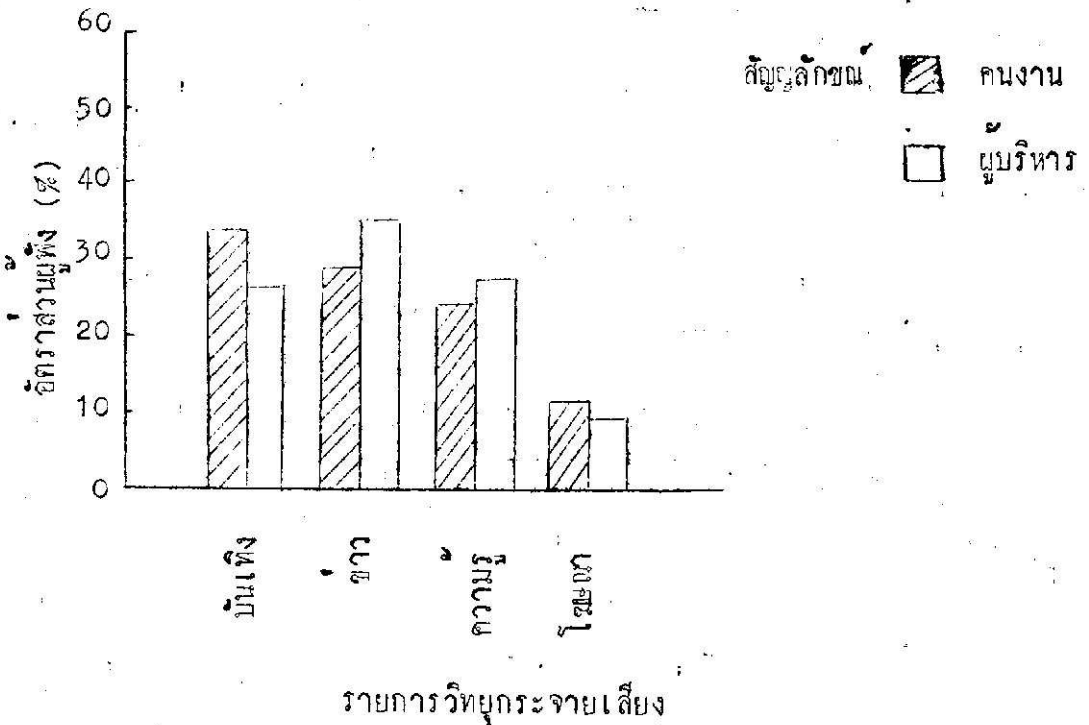
รูปที่ 7 - 3

เปรียบเทียบสถานีวิจัยกระจายเสียงที่ชอบฟัง



รูปที่ 7 - 4

เปรียบเทียบรายการวิทยุกระจายเสียงที่ขอฟัง



การเปรียบเทียบพฤติกรรมในการ รับข่าวสารจากวิทยุโทรทัศน์ท้องถิ่น

ในการเปรียบเทียบพฤติกรรมระหว่างผู้บริหารและพนักงานในการ รับฟังข่าวสารจากวิทยุโทรทัศน์ท้องถิ่น ปรากฏผลดังต่อไปนี้

1. อัตราส่วนจำนวนผู้รับชมวิทยุโทรทัศน์ ผู้บริหารและพนักงานเกือบทั้งหมด กล่าวว่าเป็นผู้รับชมวิทยุโทรทัศน์ โดยอัตราส่วนของผู้บริหารสูงกว่าพนักงานเล็กน้อย คือ 97.4% ต่อ 94.1%
2. อัตราส่วนการเป็นเจ้าของเครื่องรับวิทยุโทรทัศน์ ผู้บริหารส่วนใหญ่ 66.6% มีเครื่องรับวิทยุโทรทัศน์เป็นของตนเอง พนักงานส่วนใหญ่ 71.1% ก็มีเครื่องรับวิทยุโทรทัศน์ของตนเองเช่นกัน ซึ่งอัตราส่วนของการเป็นเจ้าของเครื่องรับวิทยุโทรทัศน์จัดว่าค่อนข้างสูง โดย

อัตราส่วนของผู้บริหารจะสูงกว่าคนงาน ซึ่งก็เป็นไปตามคาดหมายเพราะผู้บริหารมีรายได้สูงกว่า และมีความสามารถที่จะเป็นเจ้าของเครื่องรับวิทยุโทรทัศน์ได้มากกว่าคนงาน

3. ความถี่ของการรับชม ทั้งผู้บริหารและคนงานส่วนใหญ่รับชมรายการวิทยุโทรทัศน์เป็นประจำทุกวัน

4. ช่วงเวลาที่ได้รับชม ผู้บริหารและคนงานส่วนใหญ่รับชมในช่วงเวลา 16.00 - 21.00 น. รองลงไปคือ 21.00 - 24.00 น. รูปที่ 7 - 5 แสดงให้เห็นความคล้ายคลึงกันของช่วงเวลาที่รับชมระหว่างคนงานและผู้บริหาร

5. สถานที่ ๆ รับชม ทั้งผู้บริหารและคนงานส่วนมากจะรับชมที่บ้าน รองลงมาคือที่สถานที่ทำงาน

6. สถานีวิทยุโทรทัศน์ที่รับชมมากที่สุด ผู้บริหารและคนงานส่วนมากจะรับชมสถานีวิทยุโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 (สถานีหาคีใหญ่ - ช่อง 6) รองลงไปคือสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 10 หาคีใหญ่

7. ประเภทของรายการที่ชอบ ผู้บริหารส่วนมากชอบรายการข่าวมากที่สุด รองลงมาคือรายการที่ให้ความรู้ ส่วนคนงานส่วนมากนั้นชอบรายการบันเทิงมากที่สุด รองลงมาคือรายการข่าว ดังแสดงในรูปที่ 7 - 6 ทั้งผู้บริหารและคนงานส่วนใหญ่ไม่ชอบรายการโฆษณามากที่สุด

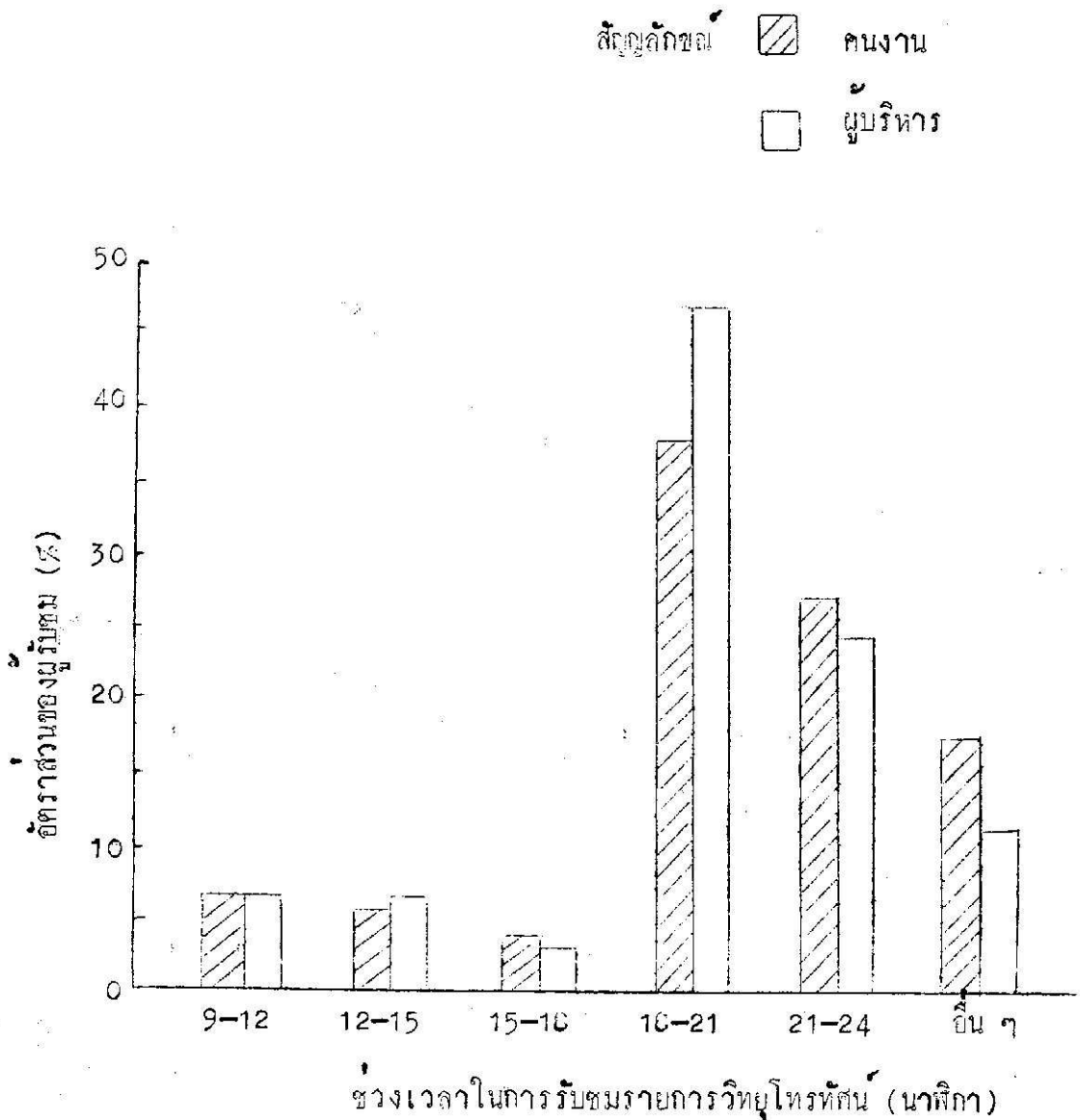
8. ความคิดเห็นต่อรายการประเภทต่าง ๆ ทั้งผู้บริหารและคนงานส่วนใหญ่มีความเห็นว่ามีรายการโฆษณามากเกินไป และมีรายการที่ให้ความรู้และรายการข่าวน้อยเกินไป

9. ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงเนื้อหาสาระและคุณภาพของการแพร่ภาพ ผู้บริหารส่วนใหญ่เสนอแนะให้เพิ่มรายการที่มีเนื้อหาสาระเป็นลำดับแรก และลดการโฆษณา ลงเป็นลำดับที่สอง นอกจากนี้ผู้บริหารเป็นจำนวนไม่น้อยยังเสนอให้ลดรายการที่ไร้สาระ เช่น ภาพยนตร์ไทย ภาพยนตร์การ์ตูนญี่ปุ่น ภาพยนตร์จีนประเภทกำลังภายในและรายการชิงโชคต่าง ๆ ลงเสียบ้าง ในส่วนของคนงานนั้นก็มีความคิดเห็นไม่แตกต่างไปจากผู้บริหารมากนัก คือคนงานส่วนใหญ่เสนอว่าควรลดโฆษณาลงเป็นลำดับแรก ควรเพิ่มรายการที่มี

สาระและความรู้เพิ่มขึ้นเป็นลำดับที่สอง กล่าวโดยย่อก็คือทั้งผู้บริหารและคนงานส่วนใหญ่ต้องการให้รายการวิทยุโทรทัศน์มีเนื้อหาสาระมากขึ้น ลดรายการที่ไร้สาระและการโฆษณาที่น้อยลง ซึ่งทัศนคตินี้สมควรที่ผู้บริหารสถานีวิทยุโทรทัศน์จะนำไปพิจารณาประกอบกับการปรับปรุงรายการให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ชมยิ่งขึ้น

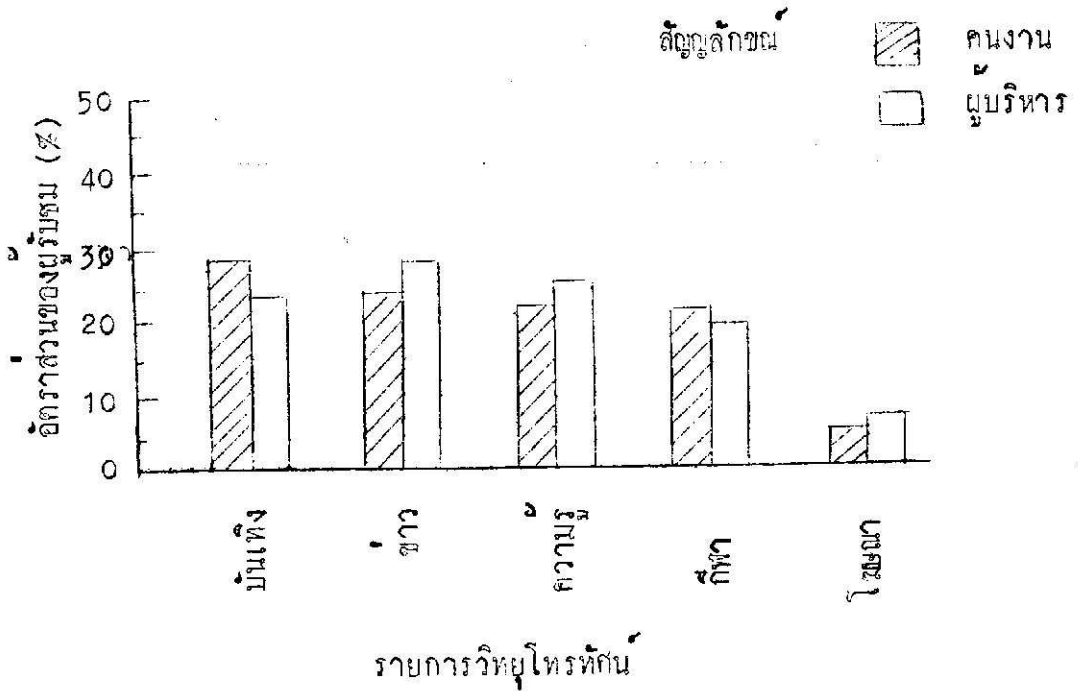
รูปที่ 7-5

เปรียบเทียบช่วงเวลาในการรับชมรายการวิทยุโทรทัศน์



รูปที่ 7-6

เปรียบเทียบรายการวิทยุโทรทัศน์ที่ชอบฟัง



ข้อสรุป

ในบทนี้ได้อธิบายเปรียบเทียบพฤติกรรมของผู้นบริหารและคนงานในการรับฟังข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น วิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ท้องถิ่น ได้พบความคล้ายคลึงของพฤติกรรมส่วนใหญ่ เช่น ความถี่ในการรับข่าวสาร ช่วงเวลาที่ใช้รับข่าวสาร ความนิยมในการรับข่าวสารหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นฉบับเดียวกันคือหนังสือพิมพ์ "ไทยแหลมทอง" ความนิยมในการรับฟังวิทยุกระจายเสียงในระบบ F.M. เป็นต้น

ความแตกต่างของพฤติกรรมที่สังเกตพบ ส่วนใหญ่จะเป็นเรื่องเกี่ยวกับรสนิยม (taste) บางอย่าง ซึ่งกล่าวโดยสรุปแล้วคนงานส่วนใหญ่นิยมรับฟังและรับชมรายการบันเทิงมากกว่าผู้นบริหาร ในขณะที่ผู้นบริหารนิยมรับฟังและรับชมรายการข่าวและความรู้มากกว่าคนงาน

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นงานริเริ่ม จำนวนข้อมูลที่ศึกษาและขอบเขตของงาน
จึงยังอยู่ในวงจำกัดอยู่มาก เป็นคนว่าศึกษาเฉพาะคนงานและผู้บริหารในอำเภอเมืองสงขลา
และอำเภอหาดใหญ่ แต่ยังมีโลกครอบคลุมอำเภออื่น ๆ บุคคลในอาชีพอื่น ๆ นอกจากบุคคล
ในวงการธุรกิจ การศึกษารังนี้จึงเป็นการปูพื้นฐานที่จำเป็นให้แก่โครงการต่อเนื่องที่จะมี
ขอบเขตการศึกษากว้างขวางยิ่งขึ้นกว่านี้ในอนาคต

จากการศึกษาในโครงการนี้ ได้พบข้อสรุปและขอเสนอแนะที่น่าสนใจหลายประการ ที่อาจจะเป็นประโยชน์แก่การศึกษาต่อเนื้อที่จะมีในอนาคต ซึ่งจะได้นำมาพิจารณาในบทนี้

ขอสรุป

ในการเปรียบเทียบข้อมูลทั่วไปได้พบว่าผู้บริหารมีระดับการศึกษาและรายได้สูงกว่าคนงาน ซึ่งก็เป็นไปตามที่คาดหมาย เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบพฤติกรรมในการรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น ส่วนใหญ่แล้วผู้บริหารและคนงานมีพฤติกรรมคล้ายคลึงกันในเรื่องของอัตราส่วนจำนวนผู้อ่าน สถานที่ ๆ อ่านหนังสือพิมพ์เป็นประจำคือสถานที่ทำงาน หนังสือพิมพ์ฉบับที่อ่านมากที่สุดคือ "ไทยแหลมทอง" ประเภทของเนื้อหาที่ชอบมากที่สุดคือข่าวเป็นต้น ส่วนความแตกต่างระหว่างผู้บริหารและคนงานจะปรากฏในเรื่องของช่วงเวลาที่ใช้อ่าน และการเสนอขอคิดเห็นในการปรับปรุงเนื้อหาสาระของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น ซึ่งผู้บริหารจะเน้นการปรับปรุงคุณภาพของข่าว ที่หมายถึงความถูกต้องและความรวดเร็ว ส่วนคนงานต้องการให้เพิ่มปริมาณของจำนวนข่าวให้มากยิ่งขึ้นและต้องการให้มีคอลัมน์บริการประชาชน เช่น แรงความสมัครงาน เป็นต้น ในขณะที่ผู้บริหารสนใจเฉพาะเรื่องข่าวเป็นเรื่องใหญ่

พฤติกรรมในการรับข่าวสารจากวิทยุกระจายเสียงของผู้บริหารและคนงาน มีความคล้ายคลึงกันเป็นส่วนใหญ่ในเรื่องอัตราส่วนของผู้รับฟังวิทยุกระจายเสียง อัตราส่วนการเป็นเจ้าของเครื่องรับวิทยุกระจายเสียง ความถี่ในการรับฟัง ช่วงเวลาที่รับฟัง สถานที่ที่รับฟังและความคิดเห็นที่มีต่อรายการประเภทต่าง ๆ ทั้งผู้บริหารและคนงานในอำเภอเมืองสงขลาและอำเภอหาดใหญ่นิยมรับฟังการกระจายเสียงในระบบ F.M. ความแตกต่างของพฤติกรรมจะปรากฏในเรื่องของสถานีวิทยุกระจายเสียงที่ชอบรับฟัง ผู้บริหารส่วนมากนิยม

รับฟังรายการของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย ศูนย์ประชาสัมพันธ์เขต 3
ในขณะที่คนงานส่วนใหญ่นิยมรับฟังรายการของ สถานีวิทยุกระจายเสียงสถานีทหารเรือสงขลา
ผู้บริหารส่วนใหญ่กล่าวว่าชอบฟังรายการข่าวมากที่สุด ในขณะที่คนงานส่วนใหญ่ชอบฟังราย
การบันเทิง ซึ่งส่วนมากเป็นรายการเพลง

จากการศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมในการรับข่าวสารจากวิทยุโทรทัศน์ ได้พบ
ว่ามีความคล้ายคลึงกันระหว่างคนงานและผู้บริหารในเรื่องของอัตราส่วนผู้รับชมวิทยุโทรทัศน์
และอัตราส่วนการเป็นเจ้าของเครื่องรับวิทยุโทรทัศน์ ซึ่งมีอัตราส่วนค่อนข้างสูงและปรากฏ
ว่าอัตราส่วนของผู้บริหารสูงกว่าคนงานเพียงเล็กน้อย นอกจากนี้ยังพบความคล้ายคลึงกัน
ในเรื่องของความถี่ในการรับชมคือทุกวัน ช่วงเวลาที่รับชมมากที่สุดคือ 18.00 - 21.00 น.
สถานที่ ๆ รับชมมากที่สุดคือที่บ้าน สถานีที่รับชมมากที่สุดคือสถานีวิทยุโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7
(สถานีภาคใหญ่ - ช่อง 6) ความคิดเห็นที่ว่ามียุทธการโฆษณามากเกินไปและรายการที่ให้
สาระความรู้น้อยเกินไป และทั้งผู้บริหารและคนงานเสนอแนะว่าควรจะลดการโฆษณา เพิ่ม
รายการที่มีสาระความรู้

ความแตกต่างของความคิดเห็นได้แสดงออกมาเมื่อผู้บริหารส่วนใหญ่กล่าวว่าชอบ
รายการข่าวและรายการที่ให้ความรู้เป็นลำดับแรก ส่วนคนงานกล่าวว่าชอบรายการบันเทิง
มากที่สุด ส่วนรายการข่าวนั้นชอบเป็นลำดับที่รองลงไป ซึ่งก็เป็นกรณีที่คล้าย ๆ กับความชอบ
ที่แสดงออกต่อรายการวิทยุกระจายเสียง ซึ่งคนงานก็กล่าวว่าชอบรายการบันเทิง ในขณะที่
ผู้บริหารส่วนใหญ่ชอบรายการข่าวและรายการที่ให้ความรู้

กล่าวโดยย่อแล้วการศึกษาคั้งนี้ได้พบข้อสรุปดังต่อไปนี้

1. พฤติกรรมภายนอกที่แสดงออกของผู้บริหารและคนงานมีความคล้ายคลึงกัน
เป็นต้นว่าในเรื่องของความถี่ ช่วงเวลา สถานที่ ๆ รับข่าวสารจากสื่อมวลชนท้องถิ่น
หนังสือพิมพ์ที่อ่าน ประเภทของการกระจายเสียงที่รับฟัง (ระบบ ๒.๓.๓.) สถานีวิทยุโทรทัศน์
ที่รับชม เหล่านี้มีความคล้ายคลึงกันเป็นส่วนมาก มีความแตกต่างเพียงเล็กน้อย เช่น คนงาน
ส่วนมากไม่ซื้อหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น แต่ผู้บริหารซื้อ คนงานอ่านหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นในเวลาเช้า
ส่วนผู้บริหารอ่านไม่เป็นเวลา

2. พฤติกรรมภายใน ซึ่งหมายความถึง หัตถ์คดีในแง่ของความชอบหรือไม่ชอบ มีถึงความแตกต่างกันระหว่างผู้บริหารและคนงานมากพอที่จะสังเกตได้ ดังจะเห็นได้จากผู้บริหารส่วนใหญ่ชอบรับฟังหรือรับชมรายการข่าวและรายการที่ให้ความรู้มากที่สุด แต่คนงานส่วนใหญ่ชอบรับฟังหรือรับชมรายการบันเทิงมากที่สุด ข้อแตกต่างนี้เห็นได้อย่างชัดเจน

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาในโครงการนี้ ได้พบข้อเสนอแนะหลายประการที่อาจจะเป็น ประโยชน์สำหรับการศึกษาค้นคว้าไปในอนาคต

1. เนื่องจากโครงการนี้เป็นโครงการริเริ่ม ชอบเขตของงานจึงจำกัดอยู่ เฉพาะการศึกษาจากตัวอย่างคนงานและผู้บริหารในอำเภอเมืองสงขลาและอำเภอหาดใหญ่ หากต้องการให้ข้อมูลและข่าวสารตลอดจนข้อสรุปมีประโยชน์และมีขอบเขตกว้างขวางกว่านี้ ควรจะได้มีการศึกษารอบคลุมพื้นที่ทั้งจังหวัดสงขลา หรือจังหวัดชายแดนภาคใต้ หรือจังหวัด ภาคใต้ทุกจังหวัด

2. การจำกัดการศึกษาให้เกี่ยวข้องกับคนงานและผู้บริหารในองค์กร ชุมกิจ ดังเช่นในโครงการนี้ เป็นการศึกษาที่ค่อนข้างจำกัด หากต้องการจะไขข่าวสารที่มีความหมายครอบคลุมประชากรในท้องถิ่นให้มากยิ่งขึ้น ควรจะศึกษาให้ครอบคลุมกลุ่มประชากร ในอาชีพต่าง ๆ เช่น เกษตรกร ชาวประมง ข้าราชการ เป็นต้น

3. การศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมของประชาชนในการรับฟังข่าวสารจากสื่อมวลชนระดับท้องถิ่นเป็นสิ่งสำคัญ ที่ควรจะได้มีการศึกษาอย่างต่อเนื่องมากขึ้น และควรที่ หน่วยงานที่รับผิดชอบเกี่ยวกับสื่อมวลชน ตลอดจนผู้บริหารสื่อมวลชนเอกชน ควรจะได้สนใจ ศึกษาศึกษาและนำข้อมูลพร้อมทั้งข้อสรุปที่ได้จากการศึกษาวิจัยไปใช้ประโยชน์ ซึ่งจะช่วยให้ การดำเนินงานของสื่อมวลชนต่าง ๆ สอดคล้องกับความต้องการของประชาชน และมีส่วนร่วม ในการพัฒนาธุรกิจ อุตสาหกรรม ตลอดจนถึงเกษตรกรรม และอาชีพอื่น ๆ ของประชาชนได้ คี ยิ่งขึ้น

การศึกษาวิจัยอย่างต่อเนื่อง และการนำผลการศึกษาวิจัยไปใช้ให้เป็นประโยชน์
 จึงเป็นสิ่งจำเป็นที่ทั้งหน่วยราชการและเอกชนจะต้องร่วมมือกัน เพื่อการเผยแพร่ข่าวสารแก่
 ประชาชนจะมีประสิทธิภาพและได้รับการยอมรับจากประชาชนมากยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

กระทรวงศึกษาธิการ กรมสามัญศึกษา กองการศึกษาผู้ใหญ่ การศึกษาสภาพความเป็นอยู่ ความสนใจ และการรับฟังข่าวสารทางวิทยุและไปรษณีย์ ของประชาชนใน จังหวัดอุบลราชธานี ปี 2519. กรุงเทพฯ 2520.

จงจิต ศรีพรรณ. การสื่อสารมวลชน. โครงการตำรามหาวิทยาลัย ศูนย์หนังสือเชียงใหม่ เชียงใหม่ 2524.

จำนงค์ สมประสงค์. แรงงานสัมพันธ์กับการสหกรณ์ออมทรัพย์ในโรงงาน. สำนักพิมพ์ โอเคียนส์โคร์, กรุงเทพมหานคร 2524.

ชัยพร วิชาวุธ. ความจำมนุษย์. แผนกวิชาจิตวิทยา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โรงพิมพ์ชวนพิมพ์, กรุงเทพมหานคร 2520.

บำรุง สุขพรรณ. พฤติกรรมกรับฟังข่าวสารวิทยุกระจายเสียงและผลที่มีต่อการพัฒนาชนบท : ศึกษาเฉพาะกรณีวิทยุกระจายเสียง กองอำนวยการกลางรักษาความปลอดภัยแห่งชาติ จังหวัดเชียงราย. เอกสารวิจัยหมายเลขที่ 9 สถาบันไทยคดีศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ 2523.

ปรีดา อัครวินิจकरण. การสำรวจจุดอุตสาหกรรมการผลิตในท้องถิ่น. รายงานโครงการ นักศึกษา ภาควิชาวิศวกรรมอุตสาหกรรม คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, สงขลา 2524.

สมควร กวียะ. นามานุกรมทรัพยากรสื่อสารมวลชนทั่วประเทศไทย. โรงพิมพ์มหาวิทยาลัย ธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ 2515.

- สมควร กวียะ. นิสัยการรับข่าวสารของประชาชนในหมู่บ้านชนบทไทย. เอกสารวิจัย
หมายเลข 7 สถาบันไทยคดีศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ 2523.
- สำนักงานจังหวัดสงขลา. รายงานขอราชการของจังหวัดสงขลา. สงขลา 2524.
- สำนักนายกรัฐมนตรี กรมประชาสัมพันธ์ กองงานคณะกรรมการบริหารวิทยุกระจายเสียงและ
วิทยุโทรทัศน์. กฎหมายและระเบียบเกี่ยวกับวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์.
กรุงเทพฯ 2523.
- สำนักนายกรัฐมนตรี กรมประชาสัมพันธ์ กองงานคณะกรรมการบริหารวิทยุกระจายเสียงและ
วิทยุโทรทัศน์. หลักเกณฑ์การทรวพิจารณาภาพยนตร์และโฆษณาทางวิทยุโทรทัศน์.
กรุงเทพฯ 2523.
- สำนักนายกรัฐมนตรี สำนักงานคณะกรรมการศึกษาแห่งชาติ. การศึกษามหาชนของสื่อมวลชน
ต่อการศึกษาของชาวยาน สภาพปัจจุบันของสื่อมวลชน. กรุงเทพฯ 2522.
- อรุณีประภา หอมเศรษฐี. การสื่อสารมวลชนเบื้องต้น. ภาควิชาภาษาไทยและภาษาตะวันออก
คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง, กรุงเทพฯ 2520.

ภาษาอังกฤษ

- Bowker, A.H. and G.J. Lieberman. Engineering Statistics.
Tokyo: Maruzen Co. Ltd., 1959.
- Emery, Edwin. The Press and America. The Time of India Press,
Bombay, 1969.
- Goonasekera, S.A. Radio Listenership Behaviour in Relation to Occupation
and Urbanisation in Sri Lanka. Paper Presented at A.M.I.C.
Seminar, Research Division, Department of Information, Colombo,
Sri Lanka, 1972.

Sandhu, A.S. Characteristics, Listening Behaviour and Programme Preference of the Radio Owning Farmers in Punjab. Ph.D. thesis summary report, New Delhi Indian Agricultural Research Institute, 1970.

Wells, Alan. Mass Media and Society. Palo Alto, California: Nation Press Book., 1972.

แบบสอบถามโครงการวิจัย

เรื่อง

พฤติกรรมของคณาจารย์และผู้บริหารธุรกิจในการรับข่าวสารจากสื่อมวลชนท้องถิ่น :

ศึกษาเฉพาะกรณีในเขตอำเภอเมืองสงขลาและหาดใหญ่

ข้อมูลทั่วไป

1. ชื่อบริษัท (โรงงาน)
2. ตำแหน่ง
3. ชื่อ นามสกุล
4. เพศ ชาย หญิง
5. อายุ ทำกว่า 15 ปี 15 - 24 ปี 25 - 34 ปี
 35 - 44 ปี 45 - 54 ปี 55 ปีขึ้นไป
6. การศึกษา
 ป.1 - ป.4 ป.5 - ป.7
 มศ.1 - มศ.3 มศ.4 - มศ.5
 จบอาชีวศึกษา จบอุดมศึกษา
 อื่น ๆ (โปรดระบุ)
7. สถานภาพสมรส
 โสด สมรส
 หย่าหรือหม้าย อื่น ๆ (โปรดระบุ)
8. ศาสนา
 พุทธ อิสลาม
 คริสต์ อื่น ๆ (โปรดระบุ)

9. รายได้ที่ได้รับต่อเดือน

- 1,000 – 1,500 บาท
 2,001 – 2,500 บาท
 3,001 – 3,500 บาท
 4,001 – 4,500 บาท

- 1,501 – 2,000 บาท
 2,501 – 3,000 บาท
 3,501 – 4,000 บาท
 สูงกว่า 4,500 บาท

แบบสอบถามเกี่ยวกับหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น

1. ท่านอ่านหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นบ้างหรือไม่

อ่าน

ไม่เคยอ่าน

2. ถ้าอ่าน อ่านบ่อยหรือไม่

ประมาณสัปดาห์ละครั้ง

ประมาณ 2 สัปดาห์ครั้ง

ประมาณ 3 สัปดาห์ครั้ง

อื่น ๆ (โปรดระบุ)

3. ท่านอ่านหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น โดยการ

ซื้อ

ขอยืมอ่าน

บอกรับเป็นสมาชิก

ไลฟรี่

อื่น ๆ (โปรดระบุ)

4. สถานที่ที่ท่านอ่านหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเป็นประจำ

ที่บ้าน

ที่ทำงาน

บ้านใกล้เคียง

ร้านค้า

อื่น ๆ (โปรดระบุ)

5. ปกติแล้วท่านอ่านหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเวลาใดบ้างเป็นประจำ (โปรดระบุมา 3 ลำดับ)

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 6.01 - 9.00 น. | <input type="checkbox"/> 9.01 - 12.00 น. |
| <input type="checkbox"/> 12.01 - 15.00 น. | <input type="checkbox"/> 15.01 - 18.00 น. |
| <input type="checkbox"/> 18.01 - 21.00 น. | <input type="checkbox"/> 21.01 - 24.00 น. |
| <input type="checkbox"/> 24.01 - 3.00 น. | <input type="checkbox"/> 3.01 - 6.00 น. |
| <input type="checkbox"/> อ่านไม่เป็นเวลา | |

6. ในแต่ละวันท่านใช้เวลาในการอ่านหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นนานเท่าใด

ชั่วโมง	วันจันทร์ - ศุกร์	วันเสาร์ - อาทิตย์
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง		
1 - 2 ชั่วโมง		
2 - 3 ชั่วโมง		
3 - 4 ชั่วโมง		
มากกว่า 4 ชั่วโมง		

7. หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นที่ท่านอ่านบ่อย ๆ คือ (โปรดระบุไม่เกิน 3 ลำดับ)

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> หนังสือพิมพ์ข่าวใหม่ | <input type="checkbox"/> หนังสือพิมพ์เกียรติศักดิ์ |
| <input type="checkbox"/> หนังสือพิมพ์ทักษิณใหม่ | <input type="checkbox"/> หนังสือพิมพ์ไทยทักษิณ |
| <input type="checkbox"/> หนังสือพิมพ์ไทยราษฎร์ | <input type="checkbox"/> หนังสือพิมพ์ไทยแหลมทอง |
| <input type="checkbox"/> หนังสือพิมพ์ภูธร | <input type="checkbox"/> หนังสือพิมพ์เสียงไทย |
| <input type="checkbox"/> หนังสือพิมพ์ "สู้" ฉบับปฏิวัติ | <input type="checkbox"/> หนังสือพิมพ์วันใหม่ |
| <input type="checkbox"/> ไม่สนใจชื่อหนังสือพิมพ์ | <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (โปรดระบุ) |

8. ท่านชอบอ่านคอลัมน์ประเภทใดบ้างในหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น

คอลัมน์	ชอบ	เฉย ๆ	ไม่ชอบ
ข่าว			
สังคม			
บทความและสารคดี			
โฆษณา			
บริการประชาชน			
ประกาศผลสลากกินแบ่งของรัฐบาล			
อื่น ๆ (โปรดระบุ)			

9. ท่านเห็นว่าปริมาณเนื้อหาของคอลัมน์ดังต่อไปนี้เป็นอย่างไร

รายการ	เนื้อหาของรายการ		
	มากเกินไป	พอดี	น้อยเกินไป
ข่าว			
สังคม			
บทความและสารคดี			
โฆษณา			
บริการประชาชน			
ประกาศผลสลากกินแบ่งของรัฐบาล			
อื่น ๆ (โปรดระบุ)			

10. ถ้าท่านไม่ได้อ่านหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น เพราะ

ไม่ชอบอ่าน

ไม่มีหนังสือพิมพ์อ่าน

ไม่มีเวลาอ่าน

ได้รับความวุ่นวายจากแหล่งอื่น ๆ

(โปรดระบุ)

11. ท่านเห็นว่าหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นมีประโยชน์และมีคุณค่าทางข่าวสารหรือไม่

มีมาก

มี

มีน้อย

ไม่มี

เฉย ๆ

12. ท่านเห็นว่าหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นควรจะเพิ่มเติมเนื้อหาสาระและปรับปรุงคุณภาพอย่างไร ขอเสนอแนะ

ก.

ข.

ค.

แบบสอบถามเกี่ยวกับวิทยุกระจายเสียงท้องถิ่น

1. ท่านฟังรายการทางวิทยุหรือไม่

ฟัง

ไม่ได้ฟัง

2. ถ้าฟัง ท่านรับฟังวิทยุบ่อยหรือไม่

ทุกวัน

ประมาณ 3 วันต่อครั้ง

ประมาณ 5 วันต่อครั้ง

ประมาณ 7 วันต่อครั้ง

นาน ๆ ครั้ง

3. ท่านมีวิทยุเป็นของตนเองหรือไม่

มี

ไม่มี

4. ที่บ้านของท่านมีเครื่องรับวิทยุกี่เครื่อง

ไม่มี

มี 2 เครื่อง

มีมากกว่า 3 เครื่อง

มี 1 เครื่อง

มี 3 เครื่อง

5. สถานที่ที่ท่านฟังวิทยุเป็นประจำ

ที่บ้าน

ฟังขณะนั่งรถยนต์

อื่น ๆ (โปรดระบุ)

ที่ทำงาน

บ้านใกล้เคียง

6. ปกติแล้วท่านฟังวิทยุในช่วงเวลาใดบ้างเป็นประจำ (โปรดระบุมา 3 ลำดับ)

6.01 - 9.00 น.

12.01 - 15.00 น.

18.01 - 21.00 น.

24.01 - 3.00 น.

ฟังไม่เป็นเวลา

9.01 - 12.00 น.

15.01 - 18.00 น.

21.01 - 24.00 น.

3.01 - 6.00 น.

7. ในแต่ละวันท่านฟังรายการต่าง ๆ ทางวิทยุนานเท่าใด

ชั่วโมง	วันจันทร์ - ศุกร์	วันเสาร์ - อาทิตย์
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง		
1 - 2 ชั่วโมง		
2 - 3 ชั่วโมง		
3 - 4 ชั่วโมง		
มากกว่า 4 ชั่วโมง		

8. สถานีวิทยุที่ท่านรับฟังเป็นประจำ (โปรดระบุมา 3 ลำดับ)

- สถานีวิทยุกระจายเสียงทหารอากาศ 011
- สถานีวิทยุกระจายเสียง สทท.6
- สถานีวิทยุกระจายเสียงกองทัพภาคที่ 4 ค่ายเสนาณรงค์
- สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย ศูนย์ประชาสัมพันธ์เขต 3
- สถานีวิทยุกระจายเสียงมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
- สถานีวิทยุกระจายเสียง มก. สงขลา
- สถานีวิทยุกระจายเสียง สวท.3 สงขลา
- สถานีวิทยุกระจายเสียง วปท.5 ภาคใหญ่
- ไม่ทราบ เพราะไม่สนใจ
- อื่น ๆ (โปรดระบุ)

9. ท่านชอบฟังรายการวิทยุประเภทใดบ้างดังต่อไปนี้

รายการ	ชอบ	เฉย ๆ	ไม่ชอบ
ข่าว			
ความรู้			
บันเทิง			
โฆษณาและบริการธุรกิจ			
อื่น ๆ (โปรดระบุ)			

10. ท่านเห็นว่าปริมาณเนื้อหาของรายการวิทยุดังต่อไปนี้เป็นอย่างไร

รายการ	เนื้อหาของรายการ		
	มากเกินไป	พอดี	น้อยเกินไป
ข่าว			
ความรู้			
บันเทิง			
โฆษณาและบริการธุรกิจ			
อื่น ๆ (โปรดระบุ)			

11. ถ้าท่านไม่ไ้ฟังวิทยุเลย เพราะท่าน

ไม่มีวิทยุที่จะฟัง

ไม่มีเวลาฟัง

ได้รับข่าวสารจากแหล่งอื่น ๆ (โปรดระบุ)

12. ท่านเห็นว่ารายการของสถานีวิทยุควรจะมีเพิ่มเติมเนื้อหาสาระและปรับปรุงคุณภาพของวิทยุอย่างไร

ขอเสนอแนะ

ก.

ข.

ค.

แบบสอบถามเกี่ยวกับวิทยุโทรทัศน์ท้องถิ่น

1. ท่านดูโทรทัศน์หรือไม่

ดู

ไม่ดู

2. ถ้าคุณทานคูโทรหัตถ์บ่อยหรือไม่

ทุกวัน

ประมาณ 5 วันต่อครั้ง

นาน ๆ ครั้ง

ประมาณ 3 วันต่อครั้ง

ประมาณ 7 วันต่อครั้ง

3. ท่านมีเครื่องรับโทรหัตถ์เป็นของตนเองหรือไม่

มี

ไม่มี

4. ที่บ้านของท่านมีเครื่องรับโทรหัตถ์กี่เครื่อง

ไม่มี

มี 2 เครื่อง

มีมากกว่า 3 เครื่อง

มี 1 เครื่อง

มี 3 เครื่อง

5. สถานที่ที่ท่านคูโทรหัตถ์เป็นประจำ

ที่บ้าน

บ้านใกล้เคียง

ที่ทำงาน

อื่น ๆ (โปรดระบุ)

6. ปกติแล้วท่านคูโทรหัตถ์ในช่วงเวลาใดบ้างเป็นประจำ (โปรดระบุมา 3 ลำดับ)

9.01 - 12.00 น.

15.01 - 18.00 น.

21.01 - 24.00 น.

12.01 - 15.00 น.

18.01 - 21.00 น.

อื่น ๆ (โปรดระบุ)

7. ในแต่ละวันท่านคูโทรหัตถ์นานเท่าใด

ชั่วโมง	วันจันทร์ - ศุกร์	วันเสาร์ - อาทิตย์
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง		
1 - 2 ชั่วโมง		
2 - 3 ชั่วโมง		
3 - 4 ชั่วโมง		
มากกว่า 4 ชั่วโมง		

8. สถานีโทรทัศน์ที่ท่านดูเป็นประจำ (โปรดเรียงลำดับ)

- สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 10 ทรูทีวี
- สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 (สถานีทรูทีวี - ช่อง 6)
- อื่น ๆ (โปรดระบุ)

9. ท่านชอบดูรายการโทรทัศน์ประเภทใดบ้างดังต่อไปนี้

รายการ	ชอบ	เฉย ๆ	ไม่ชอบ
ข่าว			
ความรู้			
บันเทิง			
กีฬา			
โฆษณาสินค้า			

10. ท่านเห็นว่าปริมาณเนื้อหาของรายการโทรทัศน์ดังต่อไปนี้เป็นอย่างไ

รายการ	เนื้อหาของรายการ		
	มากเกินไป	พอดี	น้อยเกินไป
ข่าว			
ความรู้และราชการ			
บันเทิง			
โฆษณา			
อื่น ๆ (โปรดระบุ)			

11. ถ้าท่านไม่ดูโทรทัศน์เลยเพราะท่าน

- ไม่มีโทรทัศน์
- ไม่มีเวลาดู
- ได้รับความสารถอื่น ๆ (โปรดระบุ)

12. ท่านเห็นว่าการของสถานีโทรทัศน์ควรจะมีเพิ่มเติมเนื้อหาสาระและปรับปรุงคุณภาพของโทรทัศน์อย่างไร
- ขอเสนอแนะ

- ก.
- ข.
- ค.

แบบสอบถามเกี่ยวกับการใช้สื่อมวลชนท้องถิ่น

1. ท่านเคยลงโฆษณา แจ้งความ หรือประกาศในสื่อมวลชนท้องถิ่นบ้างหรือไม่
- ไม่เคย
- เคย
2. ถ้าเคย ท่านลงโฆษณาในสื่อมวลชนท้องถิ่นประเภทใด
- วิทยู
- โทรทัศน์
- หนังสือพิมพ์
3. ท่านเคยลงโฆษณา แจ้งความ หรือประกาศในสื่อมวลชนท้องถิ่นบ่อยเพียงใด โดยประมาณ

เวลา	สื่อมวลชนท้องถิ่น		
	วิทยู	โทรทัศน์	หนังสือพิมพ์
ปีละครั้ง			
6 เดือนครั้ง			
3 เดือนครั้ง			
ทุก ๆ เดือน			