การใช้ประโยชน์จากเนื้อหารายการข่าวและความพึงพอใจของผู้ฟังรายการ "ห้องข่าว FM100" สถานีวิทยุเสียงสื่อสารมวลชน เอฟเอ็ม 100 เมกะเฮิรตซ์

Utilization of News Content and Audience Satisfaction with the “FM100 Newsroom” Program of the Voice of Mass Communication Radio Station, FM 100 Megahertz

ปาริสสา กาญจนกุล[1] สุณิสา เมืองแก้ว[2] และ อลิชา ตรีโรจนานนท์[3]

Parissa Kanjanakun[1] Sunisa Muangkaew[2] and Alicha Treerotchananon[3]

สถานีวิทยุเสียงสื่อสารมวลชน คณะการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ 50200[1]

Voice of Masscommunication Radio Broadcasting Station, Faculty of Mass Communication, Chiang Mai University, Chiang Mai 50200 Thailand[1]

สถานีวิทยุเสียงสื่อสารมวลชน คณะการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ 50200[2]

Voice of Masscommunication Radio Broadcasting Station, Faculty of Mass Communication, Chiang Mai University, Chiang Mai 50200 Thailand[2]

คณะการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ 50200[3]

Faculty of Mass Communication, Chiang Mai University, Chiang Mai 50200 Thailand[3]

*Corresponding Author E-mail: parissa.kan@cmu.ac.th

(Received: March 12, 2024; Revised: May 16, 2025; Accepted: June 12, 2025)

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินการใช้ประโยชน์จากรายการ “ห้องข่าว FM100” และความพึงพอใจต่อรูปแบบและเนื้อหารายการ ซึ่งออกอากาศทางสถานีวิทยุเสียงสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ คลื่นความถี่ เอฟเอ็ม 100 เมกะเฮิรตซ์ ผู้วิจัยเลือกใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน (mixed method

research) โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์เป็นเครื่องมือเก็บข้อมูลเชิงปริมาณจากผู้ฟังรายการจำนวน 100 คน และใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะจงร่วมกับการสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) เพื่อขยายความเข้าใจในประเด็นสำคัญและสะท้อนความคิดเห็นเชิงคุณภาพของผู้ฟัง ผลการวิจัยพบว่า ผู้ฟังใช้รายการเพื่อติดตามข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์ในชุมชนและนโยบายภาครัฐ ใช้เพื่อประกอบการตัดสินใจในชีวิตประจำวัน รวมถึงการสื่อสารข้อมูลจากหน่วยงานของตนให้ประชาชนรับรู้ ส่วนหนึ่งยังใช้รายการเพื่อแสวงหาความรู้และเชื่อมโยงกับข่าวสารที่สะท้อนประเด็นร่วมสมัย สำหรับความพึงพอใจ พบว่าผู้ฟังส่วนใหญ่พึงพอใจต่อความสามารถของผู้ดำเนินรายการในการสรุปประเด็นข่าว รองลงมาคือเวลาออกอากาศและเนื้อหาที่ครอบคลุมประเด็นหลากหลายตามลำดับ การวิเคราะห์เนื้อหารายการที่ออกอากาศระหว่างวันที่ 1 มกราคม ถึง 31 ธันวาคม พ.ศ. 2564 จำนวน 254 ตอน พบว่า ประเด็นที่นำเสนอบ่อยที่สุดคือ ด้านสุขภาพและสาธารณสุข รองลงมาคือด้านสังคม การเมือง เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และการศึกษาและงานวิจัย ผู้ฟังบางส่วนเสนอแนะให้เพิ่มช่วงเวลาออกอากาศ เพิ่มช่องทางการเผยแพร่และพัฒนาเนื้อหาให้ทันสมัย หลากหลายและใกล้ชิดกับความเป็นจริงของชุมชนมากยิ่งขึ้น ผลการวิจัยครั้งนี้มีคุณูปการต่อการพัฒนารายการข่าววิทยุในระดับท้องถิ่น โดยเฉพาะรายการที่จัดโดยสถานศึกษาซึ่งมีบทบาทเป็น “วิทยุสถาบันการศึกษา” ที่ส่งเสริมการเรียนรู้ การมีส่วนร่วมและการสื่อสารสาธารณะอย่างสร้างสรรค์ อันจะนำไปสู่การยกระดับคุณภาพรายการและเพิ่มแรงจูงใจในการรับฟังอย่างต่อเนื่องในระยะยาว

คำสำคัญ: การใช้ประโยชน์, ความพึงพอใจ, รายการห้องข่าว FM100, สถานีวิทยุเสียงสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Abstract

This research aims to evaluate the utilization of the “FM100 Newsroom” radio program and audience satisfaction with its format and content. The program is broadcast by the Voice of Mass Communication Radio Station, Chiang Mai University, on the FM100 Megahertz frequency. A mixed method research design was employed. Quantitative data were collected through an online questionnaire from 100 listeners, while qualitative data were

gathered through purposive and in-depth interviews to deepen the understanding of key issues and reflect audience perspectives. The findings revealed that listeners used the program to follow news related to community situations and government policies, to support decision-making in daily life, and to disseminate information from their organizations to the public. Some also used the program as a source of knowledge and a way to stay informed about contemporary issues. In terms of satisfaction, most respondents expressed high satisfaction with the host's ability to summarize news topics, followed by satisfaction with the program's airtime and its coverage of diverse topics. A content analysis of 254 episodes broadcast between January 1 to December 31, 2021, indicated that the most frequently covered topics were related to health and public health, followed by social issues, politics, economy, environment, and education and research. Some listeners suggested extending the airtime, adding more distribution platforms, and making the content more modern, diverse, and closely connected to community realities. This research contributes to the development of local news radio programs, especially those operated by academic institutions. It highlights the role of "institutional radio" in promoting learning, participation, and constructive public communication, ultimately enhancing program quality and fostering long-term audience engagement.

Keywords: Utilization, Satisfaction, FM100 Newsroom, Voice of Mass Communication Chiang Mai University

บทนำ

ด้วยความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสารในปัจจุบัน ส่งผลต่อการเปิดรับสื่อของประชาชน ทำให้สื่อต่าง ๆ ต้องปรับตัวให้เท่าทันกับเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไป เช่นเดียวกับสถานีวิทยุที่ต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบและสร้างสรรค์เนื้อหารายการให้มีความแปลกใหม่ มีคุณค่าและมีประโยชน์ต่อสังคมมากขึ้น

(พัชราพร ดีวงษ์, 2557) รายการห้องข่าว FM100 ที่ออกอากาศทางสถานีวิทยุเสียงสื่อสารมวลชน คณะการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ คลื่นความถี่ เอฟเอ็ม 100 เมกะเฮิรตซ์ (FM 100 MHz) เป็นรายการประเภทข่าวสารและสาระความรู้ครอบคลุมทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมืองและอื่น ๆ ตลอดระยะเวลาออกอากาศได้มีการนำเสนอเนื้อหาที่สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ฟังมากที่สุด แต่เนื่องจากการดำเนินรายการวิทยุกระจายเสียงในปัจจุบัน มิได้มีเพียงการแข่งขันด้านการจัดรายการเท่านั้น เพราะพฤติกรรมของผู้ฟังที่เปลี่ยนแปลงไปและสามารถเลือกรับฟังรายการและเลือกรับสื่อต่าง ๆ ได้มากขึ้น ส่งผลให้สื่อวิทยุต่าง ๆ ต้องมีการปรับตัวทั้งด้านนักจัดรายการ เนื้อหารายการ รูปแบบรายการ

จากผลการศึกษาการปรับตัวของสื่อวิทยุกระจายเสียงในจังหวัดเชียงใหม่ช่วงทศวรรษที่ผ่านมา (พ.ศ. 2550 – 2560) พบว่า กลุ่มผู้ฟังเป้าหมายที่ยังเป็นผู้ฟังประจำของทุกสถานีต่างก็มีอายุ 35 ปีขึ้นไป สถานีจึงเน้นการนำเสนอเนื้อหาที่เป็นเรื่องใกล้ตัวผู้ฟังกลุ่มนี้เป็นหลัก ไม่ว่าจะเป็นเพลงที่เปิดหรือสาระที่เลือกมาออกอากาศ และสำหรับสถานีวิทยุ FM100 ที่เป็นสถานีวิทยุในสถาบันการศึกษา สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จังหวัดเชียงใหม่ (สวท.ชม.) ที่เป็นสถานีของภาครัฐและสถานีวิทยุองค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย จังหวัดเชียงใหม่ (สถานีวิทยุ บมจ. อสมท เชียงใหม่) ทั้งสามสถานีต่างมีต้นกำเนิดมาจากเจตนารมณ์ที่จะทำเพื่อประโยชน์ของประชาชนเป็นสำคัญ จึงเน้นเนื้อหาด้านข่าวสารสาระให้อยู่ในสัดส่วนไม่น้อยกว่าร้อยละ 70 (กุลวัฒน์ ทศพะรินทร์ และ จิรภัทร กิตติวรากูล, 2560) โดยทุกสถานีต้องมีการปรับตัว ไม่ใช่เพียงแข่งขันกันในตลาดวิทยุด้วยกันเอง แต่เป็นการปรับใช้ศักยภาพของตนเองในเชิงรุกเพื่อรับการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์ ดังนั้น แต่ละสถานีจึงให้ความสนใจด้านช่องทางการเผยแพร่และเนื้อหารายการที่จะดึงดูดความสนใจของผู้ฟังให้ติดตามรายการตั้งแต่ต้นจนจบ การจัดรายการวิทยุโดยเฉพาะรายการข่าวต้องหาเทคนิควิธีสร้างความสนใจตั้งแต่เริ่มรายการมีความกระชับ ฉับไวและเนื้อหาที่ใกล้ตัวกับผู้ฟังในพื้นที่กลุ่มเป้าหมายมากที่สุด เพื่อการมีส่วนร่วมและรับฟังรายการอย่างต่อเนื่องและยาวนาน ผู้ฟังจึงมีบทบาทเชิงรุกในการเลือกเปิดรับรายการที่สอดคล้องกับความสนใจและความจำเป็นในชีวิตประจำวัน การศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อผ่านทฤษฎี Uses and Gratifications สามารถอธิบายได้ผ่านแนวคิดของ Palmgreen and Rayburn (1985, อ้างถึงใน ยุพา สุภากุล, 2540) ซึ่งเสนอว่า ความพึงพอใจที่เกิดขึ้นจากการเปิดรับสื่อมีทั้งส่วนที่ผู้ฟังคาดหวังไว้ล่วงหน้า (gratification sought) และส่วนที่ได้รับจริงภายหลังการรับสื่อ (gratification obtained) โดยแนวคิดนี้ยังคงได้รับความสนใจและการนำไปปรับใช้ในงานร่วมสมัยอย่างต่อเนื่อง (Ruggiero, 2000; Sundar & Limperos, 2013)

ในขณะเดียวกัน วิทยุกระจายเสียงในประเทศไทยยังเผชิญความท้าทายจากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคสื่อ การแข่งขันจากแพลตฟอร์มดิจิทัลและข้อจำกัดด้านทรัพยากร การประเมินความพึงพอใจของผู้ฟังและการใช้ประโยชน์จากรายการจึงเป็นกลไกสำคัญในการสะท้อนเสียงของผู้ฟังที่จะนำไปสู่การปรับปรุงรายการข่าวในเชิงนโยบายและการปฏิบัติ เพื่อคงไว้ซึ่งบทบาทของวิทยุในฐานะพื้นที่สาธารณะสำหรับการเรียนรู้ พัฒนาและขับเคลื่อนสังคมในระดับท้องถิ่นอย่างยั่งยืน

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงเห็นความจำเป็นในการศึกษาความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ของผู้ฟัง เพื่อทราบถึงความคาดหวังและเพื่อนำไปสู่การพัฒนาปรับปรุงรายการให้เกิดประโยชน์สูงสุดและตอบสนองต่อผู้ฟังรายการเพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมและเป็นส่วนหนึ่งของการสร้างสังคมชุมชนเมืองเชียงใหม่ที่มีคุณภาพต่อไป

วัตถุประสงค์

1) เพื่อระบุการใช้ประโยชน์จากรายการห้องข่าว FM100 สถานีวิทยุเสียงสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

2) เพื่อประเมินความพึงพอใจต่อเนื้อหารายการห้องข่าว FM100 สถานีวิทยุเสียงสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การสำรวจความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากรายการห้องข่าว FM100 ในครั้งนี้ ผู้วิจัยอาศัยองค์ความรู้ด้านการจัดรายการวิทยุ (radio programming concepts) เป็นฐานในการสร้างกรอบการสำรวจและกำหนดองค์ประกอบการวิเคราะห์ โดยอิงกับกรอบแนวคิดที่อธิบายทั้งการเลือกสรรสื่อ พฤติกรรมการฟังและคุณภาพเนื้อหารายการ แนวคิดเรื่องการเลือกสรรและการเปิดรับข่าวสาร (media selectivity and exposure) มาประกอบการอธิบายกระบวนการตัดสินใจของผู้ฟังในยุคที่สื่อมีความหลากหลายและแข่งขันสูง โดยมีทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses and Gratifications Theory: UGT) เป็นแนวคิดหลักในการอธิบายพฤติกรรมการฟัง ร่วมกับการพิจารณาแนวคิดสื่อเพื่อการพัฒนาสังคม (media for social development) ซึ่งสะท้อนบทบาทของวิทยุในฐานะเครื่องมือขับเคลื่อนสาธารณะ ที่ไม่เพียงสื่อสารข่าวสาร แต่ยังเสริมสร้างทุนทางสังคมและการมีส่วนร่วมของประชาชน ทั้งนี้ ได้ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นกรอบวิเคราะห์ ดังต่อไปนี้

1. ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (use and gratifications theory)

ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (use and gratifications theory) เป็นกรอบการวิเคราะห์สำคัญที่เน้นบทบาทเชิงรุกของผู้บริโภคสื่อในการเลือกสรรสื่อเพื่อตอบสนองความต้องการเฉพาะด้าน Ruggiero (2000) ได้ทบทวนรากฐานของทฤษฎีนี้ไว้อย่างครอบคลุม โดยระบุว่าทฤษฎีดังกล่าวได้เปลี่ยนจุดเน้นของการศึกษาสื่อจากการพิจารณาผลกระทบของสื่อไปสู่การทำความเข้าใจแรงจูงใจและรูปแบบการเลือกใช้สื่อของผู้บริโภค โดยเฉพาะในยุคดิจิทัลที่ผู้ใช้สื่อมีอิสระและมีปฏิสัมพันธ์มากขึ้น ทำให้การวิเคราะห์ต้องครอบคลุมทั้งมิติการใช้งานและความพึงพอใจที่ซับซ้อนยิ่งขึ้น Sundar and Limperos (2013) ได้ขยายขอบเขตของทฤษฎีนี้ผ่านแนวคิด Uses and Grats 2.0 โดยเน้นบทบาทของคุณสมบัติทางเทคโนโลยี (affordances) ในการสร้างแรงจูงใจใหม่ ๆ ต่อการใช้สื่อ เช่น ความสามารถในการเข้าถึงข้อมูลได้ทันที (immediacy) การปรับแต่งตามความต้องการ (customization) และการสร้างอัตลักษณ์ดิจิทัล ซึ่งชี้ให้เห็นว่าทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจสามารถปรับประยุกต์ได้อย่างครอบคลุมเพื่อตอบโจทย์การศึกษาสื่อใหม่ Wenner (2008) ได้นำเสนอการจำแนกประเภทความพึงพอใจที่ได้รับจากสื่ออย่างเป็นระบบ ซึ่งช่วยให้เข้าใจแรงจูงใจของผู้ใช้สื่อได้ละเอียดขึ้น โดยแบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่

Orientational Gratifications: การใช้สื่อเพื่อรับข้อมูลและช่วยในการตัดสินใจ เช่น การฟังข่าวเศรษฐกิจหรือเหตุการณ์สำคัญ

Social Gratifications: การใช้สื่อเพื่อเชื่อมโยงกับเครือข่ายทางสังคม เช่น รายการที่ช่วยสร้างบทสนทนาในกลุ่มเพื่อนหรือชุมชน

Para-Orientational Gratifications: การใช้สื่อเพื่อความบันเทิงหรือการผ่อนคลาย เช่น การฟังเพลงหรือรายการบันเทิงที่ช่วยลดความเครียด

Para-Social Gratifications: การใช้สื่อเพื่อสร้างหรือรักษาความสัมพันธ์ทางจิตใจกับบุคคลในสื่อ เช่น การติดตามและรู้สึกผูกพันกับผู้จัดรายการประจำ

นอกจากนี้ ยังมีนักวิชาการที่ประยุกต์ใช้กรอบทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในการศึกษาเกี่ยวกับสื่อเสียงในบริบทใหม่ เช่น Groot et al. (2025) ซึ่งใช้ทฤษฎีนี้วิเคราะห์การฟังพอดแคสต์ข่าว โดยพบว่าพฤติกรรมการฟังที่ไม่ขึ้นอยู่กับเวลาและสถานที่นั้น แสดงให้เห็นถึงการเลือกใช้สื่อที่มีความยืดหยุ่นและหลากหลายมากขึ้น ทั้งนี้แม้พอดแคสต์และรายการวิทยุจะอยู่ในแพลตฟอร์มต่างกัน แต่ต่างก็เป็นสื่อเสียง (audio-based media) ที่มีลักษณะร่วมกัน เช่น

การฟังประกอบกิจกรรมและการแสวงหาสาระหรือความบันเทิงจากเสียงโดยตรง

สำหรับบริบทประเทศไทย ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจได้รับการนำมาใช้อย่างต่อเนื่องในการศึกษาสื่อวิทยุ ตัวอย่างเช่น พัชราพร ดีวงษ์ (2557) ได้ศึกษาพฤติกรรมการฟังและความพึงพอใจของผู้ฟังรายการวิทยุในจังหวัดเชียงใหม่ โดยอธิบายแรงจูงใจและผลลัพธ์ของการฟังผ่านกรอบทฤษฎีนี้ เช่นเดียวกับ กันยิกา ชอว์ (2562) ที่ประยุกต์ใช้กรอบแนวคิดความพึงพอใจของผู้ฟังในการวิเคราะห์รายการข่าววิทยุ โดยชี้ให้เห็นว่า การใช้เนื้อหาและรูปแบบที่สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้ฟังในยุคดิจิทัลสามารถสะท้อนแรงจูงใจในการเลือกรับสื่อได้อย่างมีนัยสำคัญ นอกจากนี้ สุณิสา เมืองแก้ว และ ธีรภัทร วรรณฤมล (2562) ได้ศึกษาการปรับตัวของสถานีวิทยุกระจายเสียงในยุคหลอมรวมสื่อ โดยพบว่าความเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคส่งผลให้สถานีวิทยุต้องนำเสนอเนื้อหาผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัล อาทิ การฟังย้อนหลังผ่านเว็บไซต์หรือโซเชียลมีเดีย ซึ่งสอดคล้องกับที่ Sundar and Limperos (2013) เสนอแนวคิดที่เรียกว่า Uses and Grats 2.0 ซึ่งเป็นการขยายขอบเขตของทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจเดิมโดยเน้นการปรับเนื้อหาและช่องทางให้ตอบสนองต่อคุณสมบัติเฉพาะของเทคโนโลยีและแรงจูงใจของผู้ฟังในยุคดิจิทัล

2. แนวคิดเกี่ยวกับการเลือกสรรและการเปิดรับข่าวสาร

แนวคิดเกี่ยวกับการเลือกสรรและการเปิดรับข่าวสารเป็นกรอบสำคัญที่อธิบายพฤติกรรมผู้บริโภคสื่อ โดยเฉพาะในบริบทที่ผู้ฟังมีตัวเลือกมากมายและสามารถกำหนดการเปิดรับข่าวสารได้อย่างอิสระทฤษฎีการเลือกสรรการเปิดรับ (selective exposure theory) ซึ่ง Klapper (1960) กล่าวถึงใน The Effects of Mass Communication ชี้ให้เห็นว่า การเปิดรับข่าวสารไม่ได้เกิดขึ้นโดยบังเอิญเสมอไป แต่ผู้บริโภคสื่อมีแนวโน้มเลือกข่าวสารที่สอดคล้องกับความเชื่อและทัศนคติของตนเองเพื่อลดความไม่สบายใจหรือความขัดแย้งต่อความรู้สึกนึกคิดที่เกิดจากข้อมูลที่ไม่ตรงกับกรอบแนวคิดเดิม

นอกจากนี้ Schramm (1971) ได้ขยายความเข้าใจผ่าน How Communication Works โดยเสนอว่า กระบวนการสื่อสารยังครอบคลุมการ “เลือกตีความ” (selective perception) และ “การเลือกจดจำ” (selective retention) กล่าวคือ ผู้ฟังไม่ได้เพียงเลือกเปิดรับข่าวสารเท่านั้น แต่ยังคัดกรองและตีความข้อมูลตามประสบการณ์หรือความเชื่อของตนเอง และเลือกจดจำเฉพาะข้อมูลที่มีนัยสำคัญ ตัวอย่างเช่น ผู้ฟังข่าวสารท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องกับประสบการณ์

ตรงของตนเองจะมีแนวโน้มจดจำและตีความข่าวนั้นอย่างลึกซึ้งกว่าข่าวสารทั่วไป

เช่นเดียวกันกับงานวิจัยของ พรทิพย์ วรกิจโภคาทร (2540) ที่ได้อธิบายว่า ความต้องการข่าวสารของผู้รับสารสามารถแบ่งออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่ (1) ความต้องการข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อตนเอง (2) ข่าวสารที่สอดคล้องกับค่านิยมและความเชื่อ (3) ข่าวสารที่เข้าถึงได้ง่าย และ (4) ความต้องการข่าวสารเพื่อสนองความอยากรู้อยากเห็น ทั้งนี้ งานวิจัยของ ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ (2534) ยังระบุให้เห็นว่า แนวคิดการเลือกสรรข่าวสารเป็นองค์ประกอบสำคัญของการวางแผนและกำหนดกลยุทธ์ด้านการสื่อสาร โดยเฉพาะในการออกแบบเนื้อหาให้ตอบสนองต่อความต้องการและความคาดหวังของกลุ่มเป้าหมายอย่างเหมาะสม

3. แนวคิดและทฤษฎีการจัดและผลิตรายการวิทยุกระจายเสียง

การจัดและผลิตรายการวิทยุกระจายเสียงเป็นกระบวนการที่มีความสัมพันธ์กันอย่างเป็นระบบ โดยเริ่มจากการวางแผนในระดับโครงสร้างไปจนถึงการผลิตเนื้อหาจริงเพื่อออกอากาศ อุษณีย์ ศิริสุนทรไพบูลย์ (2552) อธิบายว่า “การจัดรายการวิทยุกระจายเสียง” หมายถึงการกำหนดแผนปฏิบัติงานก่อนออกอากาศที่ครอบคลุมรูปแบบรายการ เวลา และความยาวของรายการ ซึ่งเป็นการวางแผนในเชิงกว้างเพื่อให้สอดคล้องกับทิศทางของสถานี ส่วน “การผลิตรายการ” คือการนำแผนงานที่วางไว้มาแปลงเป็นรายการที่พร้อมออกอากาศ โดยแบ่งกระบวนการผลิตออกเป็น 3 ขั้นตอนหลัก ได้แก่ ขั้นเตรียมการก่อนผลิต (pre-production) ขั้นการผลิต (production) และขั้นหลังการผลิต (post-production) ซึ่งครอบคลุมการวางแผน การบันทึก การตรวจสอบ และการประเมินผล เพื่อพัฒนาคุณภาพรายการอย่างต่อเนื่อง

สุมน อยู่สิน (2543) ขยายแนวคิดนี้โดยเสนอว่าการจัดรายการวิทยุประกอบด้วย 2 ด้านสำคัญ ได้แก่ (1) การวางแผนรายการ ซึ่งเริ่มจากการวิเคราะห์กลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย เช่น ด้านประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการรับสื่อ เพื่อใช้กำหนดประเภทและเนื้อหารายการให้ตรงกับความต้องการ หากเป็นสถานีเชิงพาณิชย์ ต้องพิจารณาข้อมูลอัตราความนิยม (rating) เพื่อใช้วางแผนกลยุทธ์ และ (2) การวางผังรายการ ซึ่งเป็นการจัดตารางออกอากาศที่ระบุประเภท วัน เวลาและความยาวของรายการ รวมถึงผู้รับผิดชอบในแต่ละช่วง แนวคิดเรื่องการวางผังรายการอย่างมีทิศทางปรากฏทั้งในงานของ McLeish (2005) และ สุมน อยู่สิน (2543) ซึ่งต่างเห็นว่าการจัดลำดับรายการล่วงหน้าจะช่วยเพิ่มความชัดเจนในการผลิตและเพิ่มแรงจูงใจของผู้ฟัง และการออกแบบรายการวิทยุต้อง

ตอบสนองต่อความต้องการของผู้ฟัง ทั้งด้านเนื้อหาและสไตล์การนำเสนอ โดยต้องมีการวางแผนที่สอดคล้องกับกลยุทธ์ของสถานี ขณะที่ Keith (2010) กล่าวถึงความสำคัญของการจัดวางโครงสร้างรายการที่เป็นระบบเพื่อสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวระหว่างผู้ฟังกับสถานี

ในประเทศไทย งานศึกษาของ สุณิสา เมืองแก้ว และ ธีรภัทร วรรณฤมล (2562) ชี้ให้เห็นว่า การผลิตรายการวิทยุที่สอดคล้องกับความต้องการของชุมชน รวมถึงการนำเทคโนโลยีดิจิทัล เช่น แอปพลิเคชันและโซเชียลมีเดีย มาใช้ในการออกอากาศ มีส่วนช่วยส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากรายการและเพิ่มการเข้าถึงของผู้ฟังอย่างชัดเจน ขณะที่ กุลวัฒน์ ทศพะรินทร์ และ จิรภัทร กิตติวรากูล (2560) ยังเสนอว่า การปรับตัวของสื่อวิทยุกระจายเสียงในจังหวัดเชียงใหม่ มีการพัฒนาเนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอที่สร้างสรรค์ เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการฟังที่เปลี่ยนแปลงไปของกลุ่มเป้าหมายในเชิงเทคนิคการผลิตรายการข่าวเสียง กันยิกา ชอว์ (2562) ได้เสนอว่า ลักษณะเฉพาะของสื่อวิทยุซึ่งไม่มีภาพประกอบและมีข้อจำกัดด้านเวลา ทำให้การผลิตข่าววิทยุต้องให้ความสำคัญกับความกระชับ ความชัดเจนของข้อมูลและจังหวะการเล่าเรื่องที่สื่อสารได้ผ่านเสียงเพียงอย่างเดียว เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและความต่อเนื่องในการรับฟัง

กล่าวโดยสรุป การจัดและผลิตรายการวิทยุกระจายเสียงเป็นกระบวนการที่ครอบคลุมตั้งแต่การวางแผนกลยุทธ์ การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย ไปจนถึงการดำเนินการผลิตอย่างมีระบบ จุดมุ่งหมายเพื่อให้ได้เนื้อหาที่มีคุณภาพ ตอบสนองต่อความต้องการของผู้ฟังและสามารถแข่งขันในตลาดสื่อได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4. บทบาทและการใช้ประโยชน์จากวิทยุกระจายเสียง

วิทยุกระจายเสียงยังคงมีบทบาทสำคัญในการสื่อสารสาธารณะและการพัฒนาชุมชน โดยเป็นช่องทางสำคัญที่ช่วยให้ประชาชนได้รับข้อมูลข่าวสารที่จำเป็นสำหรับชีวิตประจำวันและกิจกรรมทางสังคม งานวิจัยหลายชิ้นยืนยันว่าการจัดรายการที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้ฟังสามารถเพิ่มการมีส่วนร่วมและสนับสนุนการพัฒนาชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น การศึกษาของ Keefer and Khemani (2014) ที่พบว่า วิทยุชุมชนในประเทศเบนิน ช่วยยกระดับผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาในพื้นที่ชนบท หรือการศึกษาของ Jenkins and Tacchi (2014) ที่แสดงให้เห็นถึงพลังของวิทยุในการเสริมสร้างพลังและการมีส่วนร่วมของผู้หญิงในชุมชนเนปาล ขณะที่งานของ กันยิกา ชอว์ (2562) ได้ศึกษารายการ “แร็พข่าว” ซึ่งเป็นตัวอย่างที่ชัดเจนของการปรับตัวของวิทยุกระจายเสียงในการนำเสนอข่าวสาร

ในรูปแบบที่ทันสมัย มีการผสมผสานศิลปะร่วมสมัยเพื่อเข้าถึงผู้ฟังในยุคดิจิทัลมากขึ้น ดังนั้น วิทยุกระจายเสียงจึงมีบทบาทที่ไม่จำกัดอยู่เพียงการส่งสาร แต่ยังครอบคลุมถึงการสร้างปฏิสัมพันธ์ การกระตุ้นการมีส่วนร่วมทางสังคม และเป็นสื่อกลางที่สำคัญในการสร้างความเป็นชุมชนในยุคดิจิทัล การสำรวจการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ฟังรายการวิทยุจึงเป็นแนวทางสำคัญที่สถานีวิทยุสามารถนำไปใช้ในการวางแผนผลิตเนื้อหาที่ตอบโจทย์ผู้ฟังและสนับสนุนการมีส่วนร่วมในการพัฒนาสังคมอย่างยั่งยืน

การทบทวนวรรณกรรมเหล่านี้แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากรายการวิทยุกระจายเสียง ได้แก่ คุณภาพเนื้อหา รูปแบบการนำเสนอ กลยุทธ์การสื่อสารและการบูรณาการเทคโนโลยี ซึ่งสอดคล้องกับการสำรวจในครั้งนี้ที่มุ่งเน้นทำความเข้าใจพฤติกรรมผู้ฟังรายการห้องข่าว FM100 สถานีวิทยุเสียงสื่อสารมวลชน เอฟเอ็ม 100 เมกะเฮิรตซ์

ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยเรื่องการใช้ประโยชน์จากเนื้อหารายการข่าวและความพึงพอใจของผู้ฟังรายการ "ห้องข่าว FM100" สถานีวิทยุเสียงสื่อสารมวลชน เอฟเอ็ม 100 เมกะเฮิรตซ์ ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน ประกอบด้วย 2 แนวทางหลัก ได้แก่ การวิเคราะห์เนื้อหา และการเก็บข้อมูลเชิงสำรวจ ดังนี้

1. การวิเคราะห์เนื้อหา

ใช้เทปบันทึกรายการ “ห้องข่าว FM100” ที่ออกอากาศเป็นประจำทุกวันจันทร์ถึงศุกร์ เวลา 08.10 – 08.30 น. ผ่านคลื่น FM 100 เมกะเฮิรตซ์ ตั้งแต่เดือนมกราคมถึงธันวาคม พ.ศ. 2564 รวมทั้งสิ้น 254 ตอน เป็นแหล่งข้อมูลหลักในการวิเคราะห์ลักษณะและประเภทของสาระที่นำเสนอในรายการ โดยจัดประเภทเนื้อหาอย่างเป็นระบบตามกรอบประเด็นสาระข่าวสาร

2. การเก็บข้อมูลเชิงสำรวจ

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยกำหนดจำนวน 100 คน โดยพิจารณาจากผู้ฟังรายการผ่านแฟนเพจ Facebook FM100 เสียงสื่อสารมวลชน ซึ่งมีพฤติกรรมการเข้าถึงรายการอย่างสม่ำเสมอ จากสถิติย้อนหลังพบว่า รายการมีผู้เข้าชมเฉลี่ย 300 – 500 ครั้งต่อวัน และมีอัตราการมีส่วนร่วม (engagement rate) ประมาณร้อยละ 10 – 30 การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างอิงตามตารางของ Krejcie and Morgan (1970) ซึ่งระบุว่า สำหรับประชากรประมาณ 400 – 500 คน ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

ที่เหมาะสมคือ 92 – 100 คน เพื่อให้ได้ระดับความเชื่อมั่น 95% และค่าความคลาดเคลื่อน ±5% นอกจากนี้ ยังมีการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลหลัก โดยใช้วิธีการคัดเลือกแบบเจาะจง ได้แก่ ผู้ฟังรายการประจำที่มีส่วนร่วมกับกิจกรรมของสถานีและเป็นสมาชิก “ชุมชนคนข่าว FM100” จำนวน 10 คน ผู้เชี่ยวชาญในสาขาที่เกี่ยวข้อง เช่น นักวิชาการด้านการสื่อสารมวลชน นักวิชาการด้านการสื่อสารเพื่อการพัฒนาและผู้บริหารสถานีวิทยุจำนวน 3 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การพัฒนาเครื่องมือวิจัยในครั้งนี้ อาศัยการทบทวนวรรณกรรมและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาใช้เป็นกรอบแนวคิดในการออกแบบเครื่องมือที่เหมาะสมกับวัตถุประสงค์ของการศึกษา โดยการวิจัยนี้ประกอบด้วยเครื่องมือหลัก ได้แก่

1. ตารางบันทึกประเด็นเนื้อหาใช้สำหรับการวิเคราะห์เนื้อหารายการ “ห้องข่าว FM100” โดยออกแบบตามแนวทางการจำแนกประเภทประเด็นสาระ (thematic content categories) ซึ่งสะท้อนลักษณะของข่าวสารตามประเด็นสำคัญ (issue-based classification) ที่ปรากฏในแต่ละตอนอย่างเป็นระบบ

2. แบบสอบถามการสำรวจความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากรายการ แบบสอบถามนี้ใช้สำหรับเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1: ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (ใช้ check list)

ส่วนที่ 2: พฤติกรรมการรับฟังรายการ (ใช้ check list)

ส่วนที่ 3: การใช้ประโยชน์จากรายการ “ห้องข่าว FM100” (ใช้ rating scale)

ส่วนที่ 4: ความพึงพอใจต่อรายการในด้านต่าง ๆ (ใช้ likert scale)

ส่วนที่ 5: ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม (ตอบแบบปลายเปิดเชิงพรรณนา)

3. แบบสัมภาษณ์ผู้ฟังรายการประจำ ใช้สำหรับการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพจากผู้ฟังที่มีส่วนร่วมกับรายการ โดยครอบคลุมประเด็นเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อรูปแบบและเนื้อหา การใช้ประโยชน์จากรายการ ข้อคิดเห็นต่อเนื้อหารายการข่าว รวมถึงข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนารายการ

4. แบบสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญในสาขาที่เกี่ยวข้อง ครอบคลุมคำถามเกี่ยวกับรูปแบบและแนวทางการจัดรายการข่าวท้องถิ่น ความคาดหวังของผู้ฟังต่อรายการ ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากรายการ ตลอดจนข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและการปรับปรุงเนื้อหารายการ

เครื่องมือทั้งหมดได้รับการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (content validity) โดยผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาการสื่อสาร จำนวน 3 ท่าน เพื่อประเมินความชัดเจน ความครอบคลุมของเนื้อหาและความเหมาะสมของถ้อยคำ ก่อนนำไปใช้เก็บข้อมูลจริง

วิธีการเก็บข้อมูล

การเก็บข้อมูลในงานวิจัยนี้แบ่งออกเป็น 2 รูปแบบ ได้แก่ การเก็บข้อมูลเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ และการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึก ดังนี้

การเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามออนไลน์เป็นเครื่องมือหลักในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยเผยแพร่แบบสอบถามผ่านช่องทางออนไลน์ ได้แก่ แพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ของสถานีวิทยุเสียงสื่อสารมวลชน FM100 และกลุ่มผู้ฟังที่ติดตามแฟนเพจของรายการ “ห้องข่าว FM100” ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายที่มีการรับฟังรายการอย่างต่อเนื่อง แบบสอบถามจัดทำในรูปแบบ Google Form และกำหนดระยะเวลาในการตอบแบบสอบถามอย่างชัดเจน โดยมีระบบคัดกรองผู้ตอบเพื่อให้แน่ใจว่าเป็นผู้ที่เคยฟังหรือมีประสบการณ์เกี่ยวข้องกับรายการมาก่อน การเก็บข้อมูลดำเนินการภายในช่วงระยะเวลาที่กำหนด และเมื่อได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างครบถ้วนตามเกณฑ์ที่วางไว้ (100 คน) จึงดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

การเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ ดำเนินการโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลหลัก ตามที่ระบุไว้โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง ผ่านการติดต่อโดยตรงและนัดหมายกับผู้ให้สัมภาษณ์

วิธีวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในงานวิจัยนี้แบ่งออกเป็น 2 ส่วนหลัก ได้แก่ การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณและข้อมูลเชิงคุณภาพ ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามออนไลน์นำมาดำเนินการตรวจสอบความครบถ้วนและความถูกต้อง ก่อนนำเข้าสู่กระบวนการวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ (frequency) ค่าร้อยละ (percentage) ค่าเฉลี่ย (mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) เพื่อแสดงลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง พฤติกรรมการรับฟังรายการ ความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์จากรายการ “ห้องข่าว FM100” อย่างเป็นระบบ

นอกจากนี้ สำหรับการวิเคราะห์เนื้อหารายการที่ได้จากเทปบันทึกรายการ ผู้วิจัยได้จัดหมวดหมู่ตามประเภทประเด็นสาระ และบันทึกจำนวนครั้งที่ประเด็นแต่ละประเภทปรากฏในรายการ โดยแสดงผลในรูปแบบ
ตารางแจกแจงความถี่และร้อยละ เพื่อสะท้อนแนวโน้มของเนื้อหาที่รายการนำเสนอในช่วงระยะเวลาการศึกษา

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก ซึ่งรวบรวมจากผู้ฟังรายการที่มีส่วนร่วมพิเศษ และผู้เชี่ยวชาญในสาขาที่เกี่ยวข้อง จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้วิธีการจัดประเภท โดยเน้นการจำแนกประเด็นหลักที่ปรากฏอย่างต่อเนื่องในคำตอบ จากนั้นดำเนินการระบุหัวข้อ (coding) และสังเคราะห์สาระสำคัญโดยพรรณนาเชิงวิเคราะห์ โดยอิงบริบทของรายการข่าวท้องถิ่นและบทบาทของรายการในการตอบสนองความต้องการของผู้ฟัง

ผลการศึกษา

ผลการศึกษาการใช้ประโยชน์จากเนื้อหารายการข่าวและความพึงพอใจของผู้ฟังรายการห้องข่าว FM100 สถานีวิทยุเสียงสื่อสารมวลชน แบ่งเป็น 3 ส่วน นำเสนอตามลำดับได้แก่การจัดจำแนกเนื้อหาที่นำเสนอในรายการ ความคิดเห็นของผู้ฟัง และการใช้ประโยชน์จากรายการห้องข่าว FM100 มีรายละเอียด ดังนี้

ส่วนที่ 1 การจำแนกเนื้อหารายการ “ห้องข่าว FM100”

จากการวิเคราะห์เนื้อหารายการ “ห้องข่าว FM100” ที่ออกอากาศทุกวันจันทร์ถึงวันศุกร์ เวลา 08.10 – 08.30 น. ผ่านคลื่น FM 100 เมกะเฮิรตซ์ ใน พ.ศ. 2564 จำนวนทั้งสิ้น 254 ตอน พบว่าเนื้อหาสาระสามารถจำแนกออกเป็น 6 ประเภทหลัก ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 การจำแนกเนื้อหารายการ “ห้องข่าว FM100”

ลำดับ	ประเภทเนื้อหา	จำนวนตอน (ครั้ง)	ร้อยละ (%)
1	สาธารณสุขและสุขภาพ	74	29.13
2	สังคมและการเมือง	54	21.26
3	เศรษฐกิจ	43	16.93
4	สิ่งแวดล้อม	36	14.17
5	การศึกษาและวิจัย	31	12.20
6	อื่น ๆ	16	6.30
รวม		**254**	**100.00**

ผลการวิเคราะห์พบว่า รายการให้ความสำคัญกับประเด็น ด้านสาธารณสุขและสุขภาพ มากที่สุด (ร้อยละ 29.13) โดยเฉพาะในบริบทของการสื่อสารสถานการณ์โรคโควิด-19 ซึ่งรวมถึงข้อมูลเชิงนโยบาย คำแนะนำด้านสุขภาพและการฉีดวัคซีนในระดับชุมชน รองลงมา ได้แก่ ประเด็นด้านสังคมและการเมือง (ร้อยละ 21.26) ซึ่งสะท้อนบทบาทของรายการในฐานะเวทีกลางในการถ่ายทอดนโยบายของภาครัฐ รวมถึงการสะท้อนปัญหาและเสียงจากชุมชนในพื้นที่ เนื้อหาในหมวดเศรษฐกิจ (ร้อยละ 16.93) เน้นการสื่อสารที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจฐานราก เช่น การตลาดชุมชน การส่งเสริมอาชีพและการกระจายโอกาสทางเศรษฐกิจผ่านการสื่อสาร ขณะที่เนื้อหา

ด้านสิ่งแวดล้อม และการศึกษาและวิจัย รวมกันมีสัดส่วนเกือบหนึ่งในสี่ของเนื้อหาทั้งหมด แสดงให้เห็นถึงความพยายามของรายการในการนำเสนอองค์ความรู้ข้ามสาขาและเชื่อมโยงงานวิชาการกับประเด็นท้องถิ่น ในส่วนของหมวด อื่น ๆ แม้มีสัดส่วนน้อยที่สุด (ร้อยละ 6.30) แต่ประกอบด้วยเนื้อหาที่สะท้อนบริบททางวัฒนธรรม ประเพณี และเหตุการณ์เฉพาะกิจที่มีความสำคัญต่อชุมชน การจัดประเภทเนื้อหาตามลักษณะเชิงประเด็นดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงความหลากหลายของรายการ “ห้องข่าว FM100” ซึ่งทำหน้าที่เป็นพื้นที่สื่อสารสาระเชิงวิชาการ สาธารณะและท้องถิ่นได้อย่างครอบคลุมและมีทิศทางชัดเจน

ส่วนที่ 2 การใช้ประโยชน์จากรายการ “ห้องข่าว FM100” สถานีวิทยุเสียงสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ผลการสำรวจพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้รายการ “ห้องข่าว FM100” เพื่อประกอบการตัดสินใจในชีวิตประจำวัน ($\overline{X}$ = 1.76, S.D. = 0.49) และเพื่อการประชาสัมพันธ์หรือชี้แจงข้อมูลของหน่วยงาน ($\overline{X}$ = 1.72, S.D. = 0.54) รองลงมาคือการประยุกต์ใช้ข้อมูลในงานส่วนตัวหรือวิชาชีพ ($\overline{X}$ = 1.60, S.D. = 0.59) และการติดตามข้อมูลข่าวสารด้านนโยบายภาครัฐ ($\overline{X}$ = 1.57, S.D. = 0.55) รายการยังถูกใช้เพื่อรับรู้สถานการณ์ในชุมชนท้องถิ่น ($\overline{X}$ = 1.49, S.D. = 0.50) และเป็นแหล่งข้อมูลในการติดตามเหตุการณ์บ้านเมืองโดยรวม ($\overline{X}$ = 1.43, S.D. = 0.53) แสดงให้เห็นว่าผู้ฟังนำรายการไปใช้ประโยชน์ในหลากหลายบริบท ทั้งในระดับปัจเจกและระดับองค์กร ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 การใช้ประโยชน์จากรายการ “ห้องข่าว FM100” (n = 100)

ลำดับ	วัตถุประสงค์การใช้ประโยชน์จากรายการ	$\overline{X}$	S.D
1	ประกอบการตัดสินใจในชีวิตประจำวัน	1.76	0.49
2	ประชาสัมพันธ์ข้อมูลของของหน่วยงาน	1.72	0.54
3	ประยุกต์ใช้ในงานส่วนตัวหรือวิชาชีพ	1.60	0.59
4	ติดตามข้อมูลข่าวสารนโยบายภาครัฐ	1.57	0.55
5	ติดตามข่าวสารในชุมชนท้องถิ่น	1.49	0.50
6	ติดตามเหตุการณ์บ้านเมือง	1.43	0.53

ระดับคะแนน: 2 = ใช้ประโยชน์ และ 1 = ไม่ใช้ประโยชน์

กล่าวโดยสรุปได้ว่า ผู้ฟังรายการมีความเห็นว่ารายการมีประโยชน์ในเชิงข้อมูลโดยเฉพาะในการสื่อสารเชิงสาธารณะและการตัดสินใจส่วนบุคคล ซึ่งจะเป็นประเด็นสำคัญในการอภิปรายผลในหัวข้อต่อไป

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจของผู้ฟังรายการ

การสำรวจความคิดเห็นของผู้ฟังรายการ “ห้องข่าว FM100” สถานีวิทยุเสียงสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ดำเนินการกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 คน ซึ่งตอบแบบสอบถามออนไลน์ผ่านช่องทางแฟนเพจรายการ โดยสามารถจำแนกผลการศึกษาออกเป็น 3 ประเด็นย่อย ดังนี้

3.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

กลุ่มตัวอย่างที่เข้าร่วมในการศึกษาครั้งนี้ประกอบด้วยผู้ฟังรายการ “ห้องข่าว FM100” จำนวนทั้งสิ้น 100 คน โดยตอบแบบสอบถามออนไลน์เกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่อรายการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 57.0) เพศชาย (ร้อยละ 41.0) และไม่ระบุเพศ (ร้อยละ 2.0) ในด้านอายุ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 31 – 40 ปี (ร้อยละ 31.0) รองลงมาคือช่วงอายุ 41 – 50 ปี (ร้อยละ 30.0) และกลุ่มอายุ 21 – 30 ปี และกลุ่มอายุ 61 ปีขึ้นไปมีสัดส่วนเท่ากัน (ร้อยละ 11.0) สำหรับระดับการศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 48.0) รองลงมาคือระดับปริญญาโท (ร้อยละ 21.0) ขณะที่กลุ่มที่สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่ามีสัดส่วนต่ำที่สุด (ร้อยละ 4.0) ด้านอาชีพ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับราชการ เป็นพนักงานของรัฐหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ (ร้อยละ 34.0) รองลงมาคือกลุ่มผู้ประกอบกิจการส่วนตัวและพนักงานบริษัทเอกชน ซึ่งมีสัดส่วนเท่ากัน (ร้อยละ 18.0) ขณะที่กลุ่มที่ระบุว่าเป็นนักศึกษามีสัดส่วนน้อยที่สุด (ร้อยละ 2.0)

3.2 พฤติกรรมการรับฟังรายการ “ห้องข่าว FM100”

ในด้านความถี่ในการรับฟังรายการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับฟังรายการในลักษณะ บางครั้ง (ร้อยละ 63.0) รองลงมาคือ นาน ๆ ครั้ง (ร้อยละ 19.0) และ ฟังทุกวันในวันที่รายการออกอากาศ (ร้อยละ 18.0) เมื่อพิจารณาลักษณะการรับฟัง พบว่า กลุ่มผู้ฟังมีพฤติกรรมรับฟังรายการในสองลักษณะที่มีสัดส่วนใกล้เคียงกัน คือ รับฟังในขณะอยู่กับที่ เช่น ที่บ้านหรือที่ทำงาน (ร้อยละ 51.0) และรับฟังขณะเดินทางในรถยนต์ส่วนตัวหรือรถสาธารณะ (ร้อยละ 49.0) ในด้านช่องทางการรับฟัง ผู้ฟังรายการ “ห้องข่าว FM100” รับฟังผ่านเครื่องเสียงติดรถยนต์มากที่สุด (ร้อยละ 34.5) รองลงมาคือสมาร์ทโฟน (ร้อยละ 27.9) และไอแพดหรือแท็บเล็ต (ร้อยละ 2.9) โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เปิดฟังรายการพร้อมกับการทำกิจกรรมอื่น (ร้อยละ 54.0) รองลงมาคือผู้ฟังกลุ่มที่ตั้งใจฟังรายการ

เป็นกิจกรรมหลักตลอดรายการ (ร้อยละ 27.0) และกลุ่มที่รับฟังสลับฟังรายการอื่นไปด้วยเป็นระยะ (ร้อยละ 9.0) ดังแสดงข้อมูลในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 พฤติกรรมการรับฟังรายการ “ห้องข่าว FM100” ของกลุ่มตัวอย่าง

ประเภทข้อมูล	ตัวเลือกที่พบบ่อยที่สุด	ร้อยละ (%)
ความถี่ในการฟัง	ฟังบางครั้ง	63.0
สถานที่ฟัง	ที่บ้าน/ที่ทำงาน	51.0
อุปกรณ์ที่ใช้ฟัง	เครื่องเสียงติดรถยนต์	34.5
ลักษณะการฟัง	ฟังพร้อมทำกิจกรรมอื่น	54.0

3.3 ความพึงพอใจของผู้ฟัง

ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้ฟังต่อรายการ “ห้องข่าว FM100” พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีระดับความพึงพอใจในระดับสูงในทุกด้าน โดยประเด็นที่ได้รับคะแนนเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ผู้ดำเนินรายการมีความสามารถในการสรุปประเด็น ($\overline{X}$ = 4.45, S.D. = 0.65) เวลาในการออกอากาศเหมาะสม ($\overline{X}$ = 4.40, S.D. = 0.68) เนื้อหาครอบคลุมประเด็นด้านเศรษฐกิจ สังคม และการศึกษา ($\overline{X}$ = 4.35, S.D. = 0.66)

ตารางที่ 4 ความพึงพอใจของผู้ฟังรายการ “ห้องข่าว FM100”

ลำดับ	รายการประเมินความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)
1	ผู้ดำเนินรายการสามารถสรุปประเด็นได้ชัดเจน	4.45	0.65
2	เวลาในการออกอากาศเหมาะสมกับช่วงเช้า	4.40	0.68
3	เนื้อหาครอบคลุมหลากหลายด้าน (เศรษฐกิจ สังคม การศึกษา)	4.35	0.66
4	การใช้ภาษาของผู้ดำเนินรายการเข้าใจง่าย	4.28	0.72
5	รายการช่วยให้ติดตามสถานการณ์ได้ทันเหตุการณ์	4.25	0.70
รวม	**ระดับความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับ “มาก”**	**4.35**	

โดยภาพรวม ผู้ฟังมีทัศนคติเชิงบวกต่อรายการในทุกองค์ประกอบ ทั้งในด้านเนื้อหา เวลาออกอากาศและความสามารถของผู้ดำเนินรายการ สะท้อนถึงบทบาทของรายการ “ห้องข่าว FM100” ในการเป็นสื่อสาระสาธารณะที่เข้าถึงง่าย และมีความน่าเชื่อถือในระดับชุมชน

อภิปรายผลการศึกษา

ผลการวิจัยเรื่องการใช้ประโยชน์จากเนื้อหารายการข่าวและความพึงพอใจของผู้ฟังรายการ “ห้องข่าว FM100” สถานีวิทยุเสียงสื่อสารมวลชน เอฟเอ็ม 100 เมกะเฮิร์ต แสดงให้เห็นถึงบทบาทของผู้ฟังในฐานะผู้รับสารที่มีเป้าหมายและความคาดหวังชัดเจน สอดคล้องกับทฤษฎี Uses and Gratifications ที่มองว่าผู้ฟังมิได้เปิดรับสื่ออย่างเรื่อยเฉื่อย หากแต่แสวงหาสาระที่ตอบสนองความต้องการเฉพาะของตน (Blumler & Katz, 1974; Wenner, 2008) ในด้านความพึงพอใจ ผู้ฟังแสดงความพึงพอใจในระดับสูงทุกองค์ประกอบ โดยเฉพาะความสามารถของผู้ดำเนินรายการในการสรุปประเด็นอย่างชัดเจนและความเหมาะสมของเวลาออกอากาศช่วงเช้าซึ่งเอื้อต่อพฤติกรรมการฟังระหว่างการเดินทางหรือในช่วงเริ่มต้นวันทำงานการตอบสนองนี้สะท้อนทั้งความพึงพอใจที่คาดหวัง (gratification sought) และความพึงพอใจที่เกิดขึ้นจริง (gratification obtained) ตามกรอบของ Palmgreen and Rayburn (1985, อ้างถึงใน ยุพา สุภากุล, 2540) นอกจากนี้ พฤติกรรมผู้ฟังส่วนใหญ่ยังเปิดรับรายการในลักษณะ “การฟังเป็นพื้นหลัง” คือรับฟังควบคู่ไปกับการทำกิจกรรมอื่น เช่น การทำงานบ้าน การเดินทางหรือการปฏิบัติงานในสำนักงาน ซึ่งแสดงให้เห็นถึงลักษณะการฟังแบบยืดหยุ่น ไม่จำกัดอยู่ที่การฟังอย่างจดจ่อเพียงอย่างเดียว ข้อมูลนี้สะท้อนความจำเป็นในการออกแบบเนื้อหาที่สามารถ สื่อสารด้วยเสียงได้อย่างมีประสิทธิภาพโดยไม่ต้องพึ่งพาภาพหรือองค์ประกอบที่ซับซ้อน ซึ่งสอดคล้องกับลักษณะดั้งเดิมของสื่อวิทยุในฐานะสื่อที่เข้าถึงง่ายและเหมาะกับการฟังในบริบทชีวิตประจำวัน ผลการศึกษายังชี้ให้เห็นว่าผู้ฟังนำรายการไปใช้เพื่อประกอบการตัดสินใจ การเผยแพร่ข้อมูลของหน่วยงาน และการติดตามนโยบายภาครัฐ ซึ่งแสดงถึงคุณค่าของรายการในฐานะ “สื่อใช้งาน” มากกว่าสื่อเพื่อความบันเทิง และตอกย้ำบทบาทของรายการในฐานะสื่อสาระสาธารณะที่สนับสนุนการดำรงชีวิตของประชาชนในระดับท้องถิ่น

ในด้านลักษณะผู้ฟัง รายงานพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุเฉลี่ยอยู่ในช่วงวัยกลางคนถึงผู้สูงอายุ ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีแนวโน้มรับฟังรายการอย่างต่อเนื่องและมีความภักดีสูง ข้อมูลนี้สามารถนำไปใช้ในการออกแบบเนื้อหาให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายหลัก ขณะเดียวกันยังสามารถพิจารณาเป็นข้อมูลสำหรับวางแผนการสื่อสารเพื่อขยายกลุ่มผู้ฟังไปยังคนรุ่นใหม่ที่มีพฤติกรรมรับสื่อต่างออกไปจากผู้ฟังกลุ่มหลักนี้

โดยสรุป รายการ “ห้องข่าว FM100” ไม่เพียงทำหน้าที่เผยแพร่ข้อมูล แต่ยังสะท้อนให้เห็นถึงศักยภาพของสื่อวิทยุในฐานะพื้นที่กลางที่ตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของผู้ฟัง ทั้งในมิติเนื้อหา รูปแบบการรับฟังและความสัมพันธ์กับบริบทสังคมระดับท้องถิ่นอีกด้วย รองลงมาคือ ด้านสังคม ชุมชน และลำดับสุดท้าย ด้านเศรษฐกิจ ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาเนื้อหารายการให้สอดคล้องกับความต้องการต่อไป

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากผลการวิจัยที่ชี้ให้เห็นว่า รายการ “ห้องข่าว FM100” มีศักยภาพในการทำหน้าที่เป็นสื่อสาธารณะระดับท้องถิ่นที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ฟังได้หลากหลาย ทั้งในเชิงเนื้อหา รูปแบบการนำเสนอและการใช้งานจริงในชีวิตประจำวัน จึงมีข้อเสนอแนะในสองระดับ ได้แก่ ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติสำหรับผู้ผลิตรายการและข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติสำหรับรายการ “ห้องข่าว FM100”

1.1 คงลักษณะการสื่อสารด้วยเสียงเป็นแกนหลัก แม้รายการจะเผยแพร่ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ที่มีภาพประกอบ เช่น เฟซบุ๊กแฟนเพจ แต่พฤติกรรมของผู้ฟังจำนวนมากยังคงฟังรายการจากเครื่องเสียงในรถยนต์หรือขณะทำกิจกรรมอื่น ดังนั้น ควรเน้นการใช้ภาษาพูดที่ชัดเจน บรรยายให้เห็นภาพและสามารถเข้าใจได้จากเสียงเพียงอย่างเดียว โดยไม่ต้องพึ่งพาภาพหน้าจอ

1.2 พัฒนาเนื้อหาให้ตอบสนองกลุ่มผู้ฟังหลัก และขยายฐานไปยังกลุ่มใหม่ ควรเน้นเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มผู้ฟังหลักซึ่งเป็นผู้ใหญ่ถึงสูงวัย เช่น ประเด็นสุขภาพ สิทธิประโยชน์และนโยบายสาธารณะ พร้อมวางแผนขยายฐานผู้ฟังไปยังกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงาน โดยปรับจังหวะการนำเสนอและเพิ่มเนื้อหาที่สอดคล้องกับบริบทของคนรุ่นใหม่ รวมถึงขยายช่องทางการออกอากาศ เช่น YouTube หรือแพลตฟอร์มที่สามารถฟังย้อนหลังได้ตามความสะดวก

1.3 สร้างความร่วมมือกับหน่วยงานในพื้นที่ จากการที่กลุ่มเป้าหมายบางส่วนระบุว่าใช้รายการเพื่อประกาศหรือชี้แจงข้อมูลขององค์กร ควรส่งเสริมความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นหรือสถาบันการศึกษาเพื่อพัฒนาเนื้อหาแบบร่วมผลิต (co-production) ที่สะท้อนประเด็นของท้องถิ่นอย่างแท้จริงและเพิ่มคุณภาพของรายการในฐานะเวทีกลางทางข้อมูล

1.4 ใช้ข้อมูลจากการวิจัยเป็นฐานในการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง ควรนำผลการวิจัยไปใช้ในการออกแบบเนื้อหาใหม่และประเมินผลเป็นระยะ เพื่อให้สามารถปรับเปลี่ยนเนื้อหา รูปแบบและช่องทางการสื่อสารให้เหมาะสมกับพฤติกรรมผู้ฟังที่เปลี่ยนแปลงไป โดยเฉพาะในยุคที่สื่อวิทยุต้องดำรงอยู่ควบคู่กับสื่อดิจิทัล

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ขยายกลุ่มตัวอย่างโดยเพิ่มจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยเฉพาะกลุ่มวัยรุ่นหรือกลุ่มที่ไม่ใช่ผู้ฟังประจำ เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการรับฟังและศึกษาความเป็นไปได้ในการออกแบบรายการที่สามารถขยายฐานผู้ฟังได้ครอบคลุมมากขึ้น

2.2 ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างประเภทเนื้อหากับการใช้ประโยชน์ควรวิเคราะห์ลักษณะของเนื้อหาที่ผู้ฟังนำไปใช้จริงในชีวิตประจำวันหรือในระดับหน่วยงาน เพื่อเป็นข้อมูลเชิงลึกในการพัฒนากลยุทธ์การผลิตเนื้อหาให้ตรงกับความคาดหวังและบริบทของผู้ฟังในพื้นที่ต่าง ๆ

2.3 พัฒนาเครื่องมือวิจัยแบบผสม แนะนำให้ใช้การวิจัยแบบผสมผสาน (mixed methods) โดยรวมแบบสอบถาม การสัมภาษณ์เชิงลึกและการวิเคราะห์พฤติกรรมออนไลน์ เช่น การรับชมย้อนหลังบนแพลตฟอร์มดิจิทัล การแสดงความรู้สึกหรือการมีส่วนร่วมผ่านการให้ความเห็นด้วยข้อความโต้ตอบท้ายเนื้อหา (comment) เพื่อเข้าใจการมีปฏิสัมพันธ์กับรายการในสภาพแวดล้อมจริงอย่างรอบด้าน

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

กันยิกา ชอว์. (2562). “แร็พข่าว” การปรับตัวของสื่อวิทยุกระจายเสียง “News Network” ในยุคดิจิทัล. *วารสารปัญญาภิวัฒน์, 11*(2), 178–190.

กุลวัฒน์ ทศพะรินทร์ และ จิรภัทร กิตติวรากูล. (2560). การปรับตัวของสื่อวิทยุกระจายเสียงในจังหวัดเชียงใหม่. *วารสารนิเทศศาสตร์, 35*(2), 101–118.

พรทิพย์ วรกิจโภคาทร. (2540). *จิตวิทยาการสื่อสาร*. สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

พัชราพร ดีวงษ์. (2557). การคิดสร้างสรรค์รายการวิทยุกระจายเสียงในยุคดิจิทัล: กรณีศึกษา สถานีวิทยุ SEED 97.5. *วารสารนักบริหาร, 34*(1), 158–165.

ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. (2534). *การวางแผนและการประเมินผลการสื่อสารเชิงกลยุทธ์*. คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ยุพา สุภากุล. (2540). *การวิจัยผู้ฟังวิทยุในประเทศไทย*. สถาบันวิจัย.

สุณิสา เมืองแก้ว และ ธีรภัทร วรรณฤมล. (2562). การปรับตัวของวิทยุกระจายเสียงในยุคหลอมรวมสื่อ. *วารสารการสื่อสารมวลชน, 7*(1), 25–44.

สุมน อยู่สิน. (2543). *เอกสารการสอนชุดวิชาการผลิตรายการวิทยุกระจายเสียง หน่วยที่ 1–7* (พิมพ์ครั้งที่ 4). มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

อุษณีย์ ศิริสุนทรไพบูลย์. (2552). *หลักการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์*. สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ภาษาอังกฤษ

Blumler, J. G., & Katz, E. (1974). *The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research*. Sage.

Groot, K. T., Hadden, B., Linssen, D., Santangelo, E., Blaauw, F., Kiewiet, L., & Keppel, P. (2025). Anytime, anyplace? The context-dependency of news podcast use. *Journalism Studies, 26*(4), 567–584.

Jenkins, J., & Tacchi, J. (2014). Power, empowerment and community radio: Media by and for women in Nepal. *Women's Studies International Forum, 44,* 13–22.

Keefer, P., & Khemani, S. (2014). The effects of access to community radio in Benin. *Journal of Development Economics, 109*, 57–72.

Keith, M. C. (2010). *The radio station: Broadcast, satellite & internet* (8th ed.). Focal Press.

Klapper, J. T. (1960). *The effects of mass communication.* Free Press.

Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological Measurement, 30*(3), 607–610.

McLeish, R. (2005). *Radio production* (5th ed.). Focal Press.

Ruggiero, T. E. (2000). Uses and gratifications theory in the 21st century. *Mass Communication and Society, 3*(1), 3–37.

Schramm, W. (1971). How communication works. In W. Schramm (Ed.), *The process and effects of mass communications* (pp. 3–26). University of Illinois Press.

Sundar, S. S., & Limperos, A. M. (2013). Uses and grats 2.0: New gratifications for new media. *Journal of Broadcasting & Electronic Media, 57*(4), 504–525.

Wenner, L. A. (2008). Uses and gratifications on media effects. In J. Bryant & M. B. Oliver (Eds.), *Media effects: Advances in theory and research* (pp. 379–396). Routledge.