

รายงานการประเมินด้านจำนวนและความพึงพอใจของผู้ชม
และการสนับสนุนจากประชาชน
(เป็นส่วนหนึ่งของการประเมินผลการดำเนินงาน ส.ส.ท. ประจำปี 2563)

โดยศูนย์บริการวิชาการแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รายงานการประเมินด้านจำนวนและความพึงพอใจของผู้ชม และการสนับสนุนจากประชาชน

พระราชบัญญัติองค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2551 มาตรา 50 ได้กำหนดให้คณะกรรมการนโยบายจัดให้มีการประเมินผลการดำเนินงานประจำปีขององค์การ โดยคณะกรรมการประเมินผล ซึ่งเป็นบุคคลภายนอกองค์การ เพื่อประโยชน์ในการส่งเสริมการดำเนินการขององค์การให้เกิดประสิทธิภาพ เกิดผลสัมฤทธิ์ สร้างความรับผิดชอบและความเชื่อถือแก่สาธารณชนในกิจการขององค์การ ตลอดจนมีการติดตามความก้าวหน้า และการตรวจสอบการดำเนินงานขององค์การ ซึ่งในปี 2563 ศูนย์บริการวิชาการแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยในฐานะคณะกรรมการประเมินผล (ผู้ประเมินภายนอก) ได้ดำเนินการประเมินผลตามขอบเขตที่กำหนดโดยอาศัยข้อมูลจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิและข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากการสัมภาษณ์ การสอบถาม และการจัดประชุมกลุ่มย่อยผู้มีส่วนเกี่ยวข้องและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมายของ ส.ส.ท. ทั้งคณะกรรมการนโยบาย ผู้บริหาร บุคลากร ผู้ชม/ผู้ฟังรายการ สภาผู้ชมผู้ฟังรายการ และหน่วยงานภายนอกที่เกี่ยวข้อง และนำข้อมูลที่ได้เข้าสู่กระบวนการประมวลผล และวิเคราะห์ข้อมูล โดยกำหนดเกณฑ์การประเมินผล ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึง มีความคิดเห็นเชิงบวกน้อย

คะแนนเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึง มีความคิดเห็นเชิงบวกปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึง มีความคิดเห็นเชิงบวกมาก

คะแนนเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึง มีความคิดเห็นเชิงบวกมากที่สุด

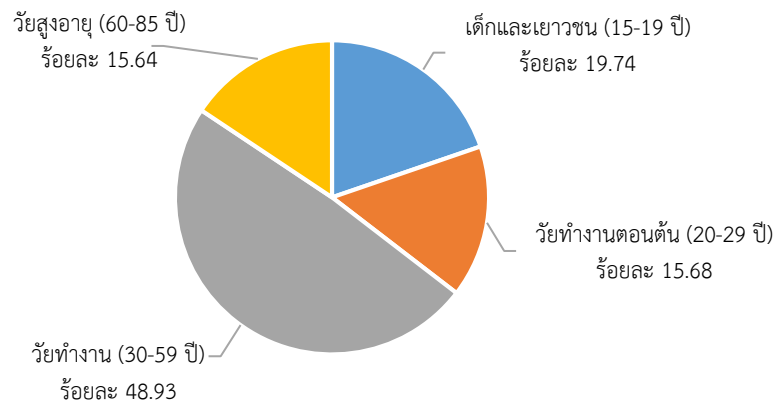
ทั้งนี้ สามารถสรุปและรายงานผลการประเมินด้านความพึงพอใจของผู้ชม และการสนับสนุนจากประชาชนในปี 2563 ได้ดังนี้

จากการสำรวจประชาชนกลุ่มเป้าหมายผู้รับชม/รับฟังรายการของไทยพีบีเอสทั้งสิ้น 2,358 ตัวอย่าง ครอบคลุม 5 ภูมิภาค รวมถึงกรุงเทพฯ และปริมณฑล โดยการสำรวจจำแนกกลุ่มอายุอ้างอิงสัดส่วนตามหลักประชากรศาสตร์ 4 กลุ่มอายุ คือ 1) เด็กและเยาวชน (15-19 ปี) ร้อยละ 22.61 2) วัยทำงานตอนต้น (20-29 ปี) ร้อยละ 18.49 3) วัยทำงาน (30-59 ปี) ร้อยละ 45.62 และ 4) วัยสูงอายุ (60-85 ปี) ร้อยละ 13.28

ตารางที่ 1 จำนวนตัวอย่างของการสำรวจข้อมูล

กลุ่มตัวอย่าง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เด็กและเยาวชน (15-19 ปี)	466	19.74
วัยทำงานตอนต้น (20-29 ปี)	370	15.68
วัยทำงาน (30-59 ปี)	1,154	48.93
วัยสูงอายุ (60-85 ปี)	369	15.64
รวม	2,358	100.00

ภาพที่ 1 จำนวนตัวอย่างของการสำรวจข้อมูล



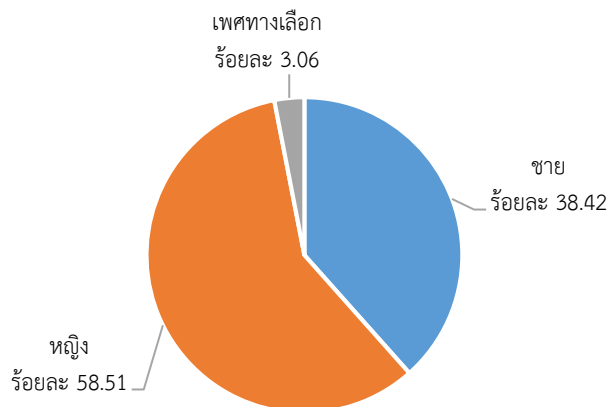
ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามผู้ชม/ผู้ฟังรายการของไทยพีบีเอส

จากการสำรวจด้านข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามผู้ชม/ผู้ฟังรายการของไทยพีบีเอส พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 58.51 รองลงมาเป็นเพศชาย ร้อยละ 38.42 และเพศทางเลือก ร้อยละ 3.06 โดยมีสถานภาพโสด ร้อยละ 57.06 สมรส ร้อยละ 36.98 และหย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่ ร้อยละ 5.96 ทั้งนี้ จำแนกเป็นผู้ที่มีบุตร ร้อยละ 36.16 โดยมีบุตรเฉลี่ยต่อครอบครัวจำนวน 2 คน

ตารางที่ 2 สัดส่วนเพศของผู้ตอบแบบสอบถามผู้ชม/ผู้ฟังรายการของไทยพีบีเอส

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	906	38.42
หญิง	1,380	58.51
เพศทางเลือก	72	3.06
รวม	2,358	100.00

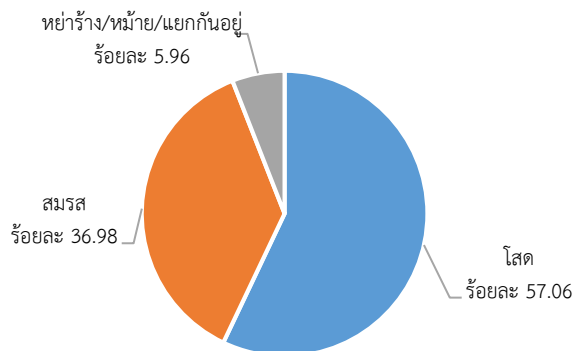
ภาพที่ 2 สัดส่วนเพศของผู้ตอบแบบสอบถามผู้ชม/ผู้ฟังรายการของไทยพีบีเอส



ตารางที่ 3 สัดส่วนสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามผู้ชม/ผู้ฟังรายการของไทยพีบีเอส

สถานภาพ	ร้อยละ
โสด	57.06
สมรส	36.98
หย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่	5.96

ภาพที่ 3 สัดส่วนสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามผู้ชม/ผู้ฟังรายการของไทยพีบีเอส

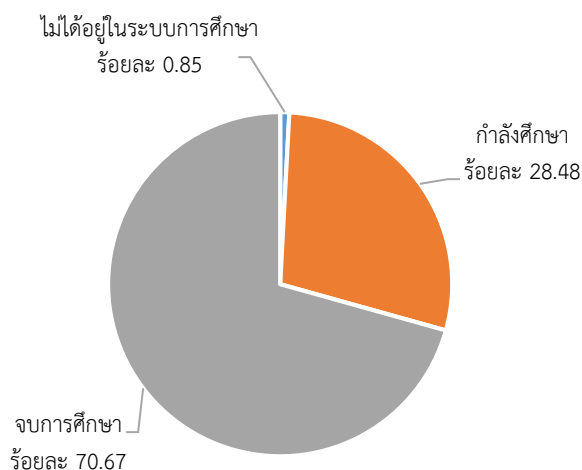


ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาถึงระดับการศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มผู้จบการศึกษา ร้อยละ 70.67 และอยู่ในระบบการศึกษาในปัจจุบัน ร้อยละ 28.48 ในขณะที่ ร้อยละ 0.85 ไม่ได้อยู่ในระบบการศึกษา และเมื่อพิจารณาในรายละเอียดกลุ่มผู้จบการศึกษา ส่วนใหญ่ ร้อยละ 51.16 จบการศึกษาระดับปริญญาตรี/ปวส. รองลงมาจบการศึกษาในระดับมัธยมศึกษา/ปวช. ร้อยละ 23.58 ส่วนในกลุ่มผู้อยู่ในระบบการศึกษาในปัจจุบัน ส่วนใหญ่ ร้อยละ 48.21 กำลังศึกษาในระดับปริญญาตรี/ปวส. ซึ่งใกล้เคียงกับกลุ่มผู้กำลังศึกษาในระดับมัธยมศึกษา/ปวช. (ร้อยละ 45.63)

ตารางที่ 4 สัดส่วนการอยู่ในระบบการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถามผู้ชม/ผู้ฟังรายการของไทยพีบีเอส

	ร้อยละ
ไม่ได้อยู่ในระบบการศึกษา	0.85
กำลังศึกษา	28.48

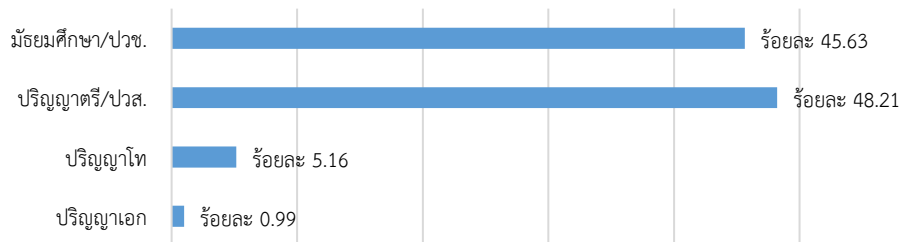
ภาพที่ 4 สัดส่วนการอยู่ในระบบการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถามผู้ชม/ผู้ฟังรายการของไทยพีบีเอส



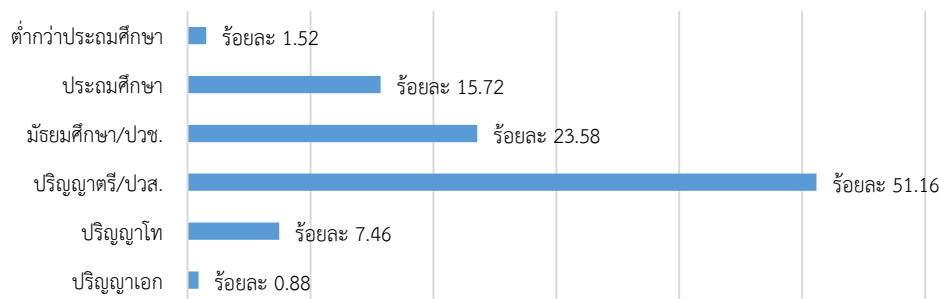
ตารางที่ 5 สัดส่วนระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถามผู้ชม/ผู้ฟังรายการของไทยพีบีเอส

ระดับการศึกษา	ร้อยละ
กำลังศึกษา	
มัธยมศึกษา/ปวช.	45.63
ปริญญาตรี/ปวส.	48.21
ปริญญาโท	5.16
ปริญญาเอก	0.99
รวม	100.00
จบการศึกษา	
ต่ำกว่าประถมศึกษา	1.52
ประถมศึกษา	15.72
มัธยมศึกษา/ปวช.	23.58
ปริญญาตรี/ปวส.	51.16
ปริญญาโท	7.46
ปริญญาเอก	0.88
รวม	100.00

ภาพที่ 5 สัดส่วนระดับการศึกษาของกลุ่มผู้กำลังอยู่ในระบบการศึกษาผู้ตอบแบบสอบถามผู้ชม/ผู้ฟังรายการของไทยพีบีเอส



ภาพที่ 6 สัดส่วนระดับการศึกษาของกลุ่มผู้สำเร็จการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถามผู้ชม/ผู้ฟังรายการของไทยพีบีเอส

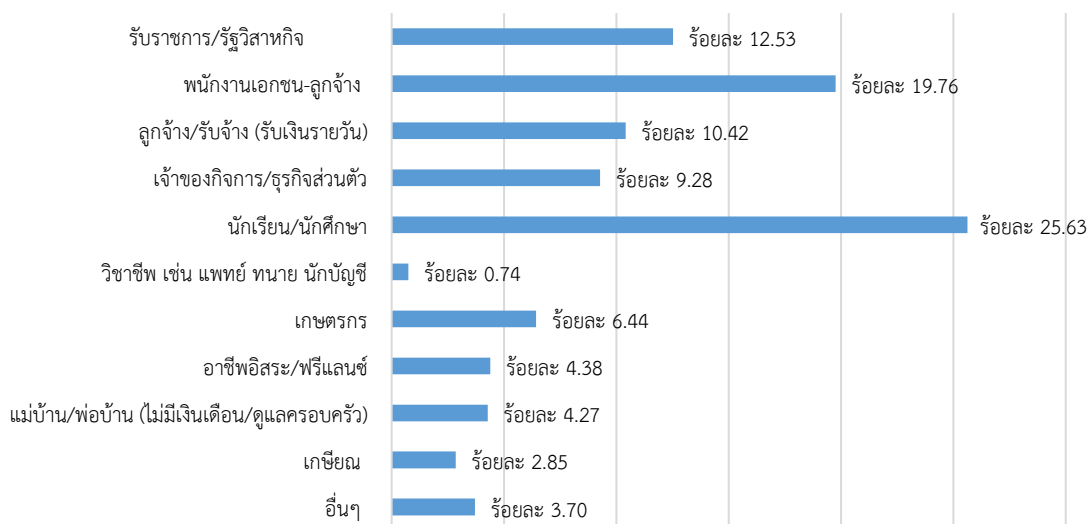


นอกจากนั้น หากพิจารณาอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ร้อยละ 25.63 เป็นนักเรียน/นักศึกษา รองลงมา ร้อยละ 19.76 เป็นพนักงานเอกชน-ลูกจ้าง ลำดับที่ 3 ประกอบอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 12.53 ซึ่งใกล้เคียงกับกลุ่มลูกจ้าง/รับจ้าง (รับเงินรายวัน) ร้อยละ 10.42 โดยส่วนใหญ่ ร้อยละ 47.12 มีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาทต่อเดือน รองลงมา มีรายได้ในช่วง 15,000 – 20,000 บาทต่อเดือน (ร้อยละ 25.03)

ตารางที่ 6 สัดส่วนอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถามผู้ชม/ผู้ฟังรายการของไทยพีบีเอส

อาชีพ	ร้อยละ
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	12.53
พนักงานเอกชน-ลูกจ้าง	19.76
ลูกจ้าง/รับจ้าง (รับเงินรายวัน)	10.42
เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว	9.28
นักเรียน/นักศึกษา	25.63
วิชาชีพ เช่น แพทย์ ทนาย นักบัญชี	0.74
เกษตรกร	6.44
อาชีพอิสระ/ฟรีแลนซ์	4.38
แม่บ้าน/พ่อบ้าน (ไม่มีเงินเดือน/ดูแลครอบครัว)	4.27
เกษียณ	2.85
อื่นๆ	3.70

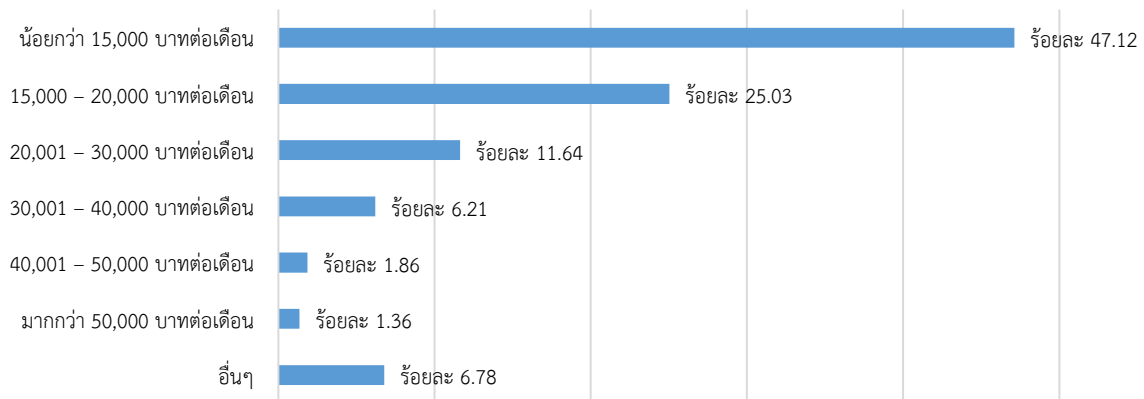
ภาพที่ 7 สัดส่วนอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถามผู้ชม/ผู้ฟังรายการของไทยพีบีเอส



ตารางที่ 7 สัดส่วนระดับรายได้ของผู้ตอบแบบสอบถามผู้ชม/ผู้ฟังรายการของไทยพีบีเอส

ระดับรายได้	ร้อยละ
น้อยกว่า 15,000 บาทต่อเดือน	47.12
15,000 – 20,000 บาทต่อเดือน	25.03
20,001 – 30,000 บาทต่อเดือน	11.64
30,001 – 40,000 บาทต่อเดือน	6.21
40,001 – 50,000 บาทต่อเดือน	1.86
มากกว่า 50,000 บาทต่อเดือน	1.36
อื่นๆ	6.78

ภาพที่ 8 สัดส่วนระดับรายได้ของผู้ตอบแบบสอบถามผู้ชม/ผู้ฟังรายการของไทยพีบีเอส



ลักษณะการอยู่อาศัยของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ร้อยละ 80.76 อาศัยอยู่กับเพื่อนหรือครอบครัวเฉลี่ยครอบครัวละประมาณ 4 คน โดยมีสัดส่วนผู้อยู่อาศัยเป็นเยาวชนอายุต่ำกว่า 15 ปี เฉลี่ย 1 คน อายุช่วง 15-19 ปี เฉลี่ย 1 คน อายุช่วง 20-29 ปี เฉลี่ย 2 คน อายุช่วง 30-60 ปี เฉลี่ย 2 คน และ อายุ 60 ปีขึ้นไป เฉลี่ย 1 คน

ความคิดเห็นและพฤติกรรมการรับสื่อไทยพีบีเอส

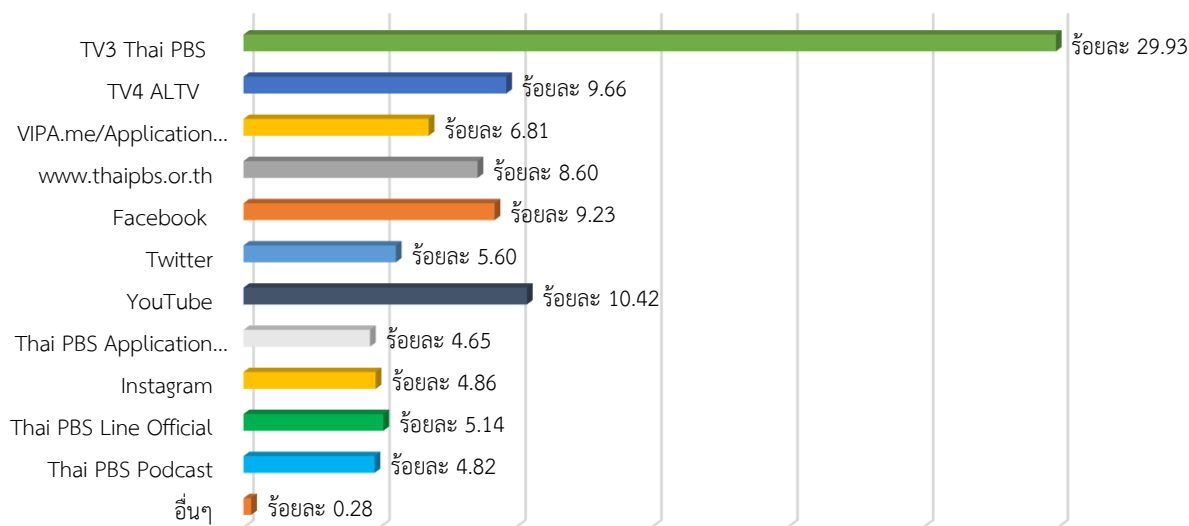
ผลจากการสำรวจด้านความคิดเห็นและพฤติกรรมการรับสื่อไทยพีบีเอสของผู้ตอบแบบสอบถามในภาพรวมด้านช่องทางของไทยพีบีเอส พบว่า ช่องทางที่มีผู้รับชมมากที่สุด 4 ลำดับแรก คือ โทรทัศน์ดิจิทัล ช่องหมายเลข 3 TPBS (ร้อยละ 29.93) YouTube (ร้อยละ 10.42) โทรทัศน์ดิจิทัลช่องหมายเลข 4 ALTV (ร้อยละ 9.66) และ Facebook (ร้อยละ 9.23) โดยกลุ่มรายการที่ผู้ชม/ผู้ฟังรู้จักมากที่สุด 3 ลำดับแรก คือ กลุ่มรายการข่าว (ร้อยละ 90.98) กลุ่มรายการสารคดี (ร้อยละ 65.65) และกลุ่มรายการวาไรตี้ (ร้อยละ 50.93) ในขณะที่ การประเมินด้านความถี่ในการรับชม/ติดตาม พบว่า รูปแบบการรับชม/ติดตามเป็นไปในรูปแบบเดียวกันในทุกช่องทาง คือ ส่วนใหญ่รับชมไทยพีบีเอสไม่บ่อย 1-2 วัน/สัปดาห์ ยกเว้นในกลุ่มผู้ชมที่ที่รับชมผ่านช่องทาง โทรทัศน์ดิจิทัลช่องหมายเลข 3 Thai PBS ที่ส่วนใหญ่ ร้อยละ 53.36 รับชมค่อนข้างบ่อย 3-4 วัน/สัปดาห์ โดยกลุ่มรายการที่ผู้ชม/ผู้ฟังรู้จักมากที่สุด 3 ลำดับแรก คือ กลุ่มรายการข่าว (ร้อยละ 90.98) กลุ่มรายการสารคดี (ร้อยละ 65.65) และกลุ่มรายการวาไรตี้ (ร้อยละ 50.93)

ตารางที่ 8 ช่องทางของไทยพีบีเอสที่นิยมรับชม/รับฟังของผู้ตอบแบบสอบถามผู้ชม/ผู้ฟังรายการของไทยพีบีเอส

ช่องทาง	ร้อยละ
TV3 Thai PBS	29.93
TV4 ALTV	9.66
VIPA.me/Application VIPA	6.81
www.thaipbs.or.th	8.60
Facebook	9.23
Twitter	5.60
YouTube	10.42
Thai PBS Application Mobile	4.65

ช่องทาง	ร้อยละ
Instagram	4.86
Thai PBS Line Official	5.14
Thai PBS Podcast	4.82
อื่นๆ	0.28

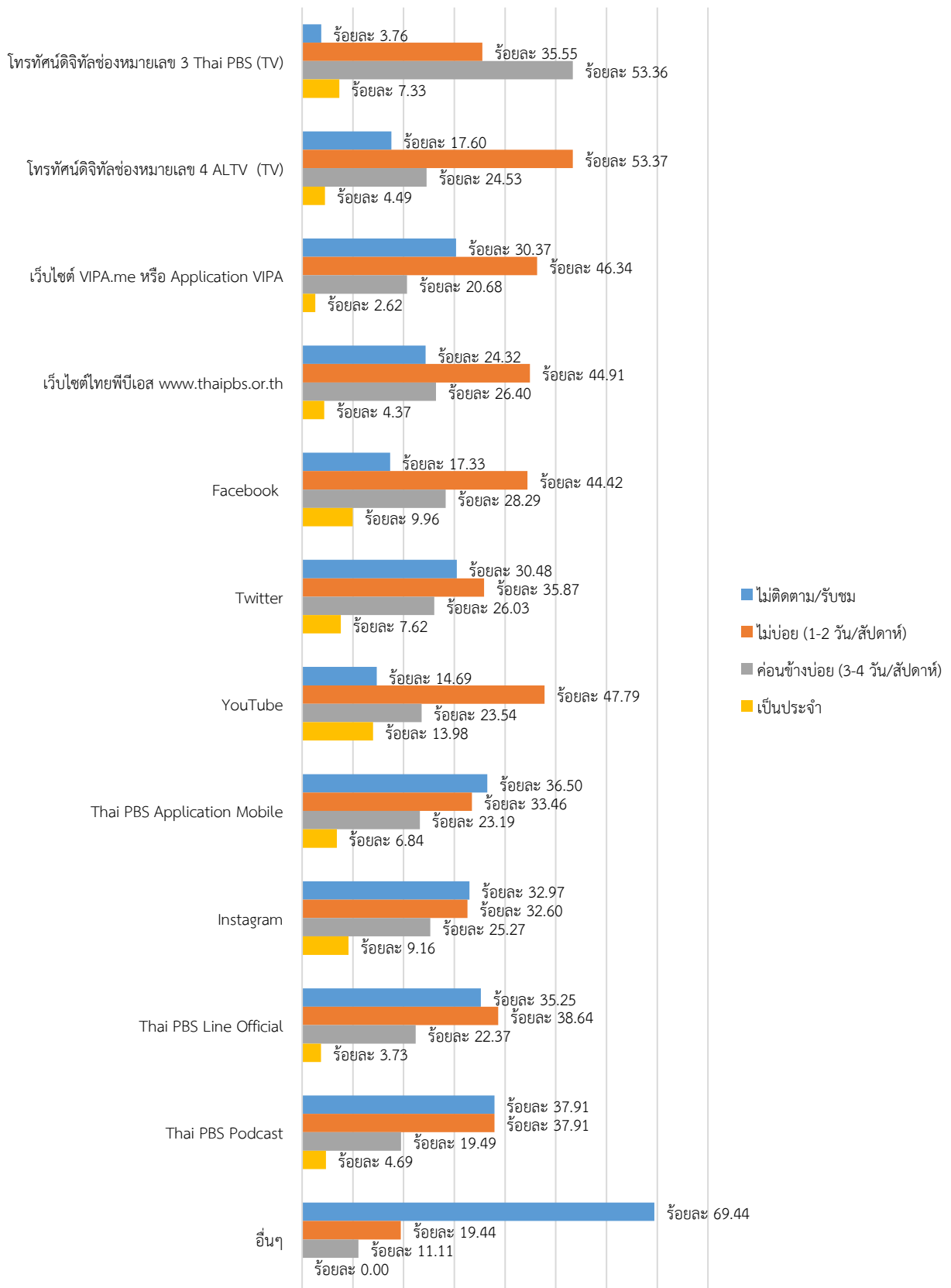
ภาพที่ 9 สัดส่วนช่องทางของไทยพีบีเอสที่นิยมรับชม/รับฟังของผู้ตอบแบบสอบถามผู้ชม/ผู้ฟังรายการของไทยพีบีเอส



ตารางที่ 9 ความถี่ของการติดตามรับชม/รับฟังรายการผ่านช่องทางของไทยพีบีเอสของผู้ตอบแบบสอบถาม

ช่องทาง	ความถี่การติดตาม (ร้อยละ)			
	ไม่ติดตาม/ รับชม	ไม่บ่อย (1-2 วัน/สัปดาห์)	ค่อนข้างบ่อย (3-4 วัน/สัปดาห์)	เป็นประจำ
โทรทัศน์ดิจิทัลช่องหมายเลข 3 Thai PBS (TV)	3.76	35.55	53.36	7.33
โทรทัศน์ดิจิทัลช่องหมายเลข 4 ALTV (TV)	17.60	53.37	24.53	4.49
เว็บไซต์ VIPA.me หรือ Application VIPA	30.37	46.34	20.68	2.62
เว็บไซต์ไทยพีบีเอส www.thaipbs.or.th	24.32	44.91	26.40	4.37
Facebook	17.33	44.42	28.29	9.96
Twitter	30.48	35.87	26.03	7.62
YouTube	14.69	47.79	23.54	13.98
Thai PBS Application Mobile	36.50	33.46	23.19	6.84
Instagram	32.97	32.60	25.27	9.16
Thai PBS Line Official	35.25	38.64	22.37	3.73
Thai PBS Podcast	37.91	37.91	19.49	4.69
อื่นๆ	69.44	19.44	11.11	0.00

ภาพที่ 10 สัดส่วนความถี่ของการติดตามรับชม/รับฟังรายการผ่านช่องทางของไทยพีบีเอสของผู้ตอบแบบสอบถาม

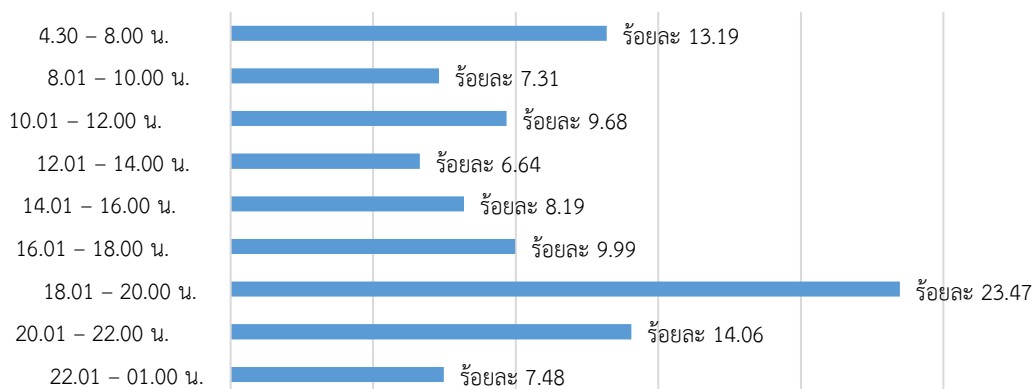


ผลการประเมินด้านช่วงเวลาใดที่รับชมรายการจากไทยพีบีเอสบ่อยที่สุด โดยจำแนกเป็น 3 ช่องทางหลัก คือ 1) โทรทัศน์ดิจิทัลช่องหมายเลข 3 Thai PBS 2) โทรทัศน์ดิจิทัลช่องหมายเลข 4 ALTV และ 3) ช่องทางออนไลน์ (Website/Social Media/Application) ช่องทางต่างๆ ของไทยพีบีเอส ผลการสำรวจ พบว่า โทรทัศน์ดิจิทัลช่องหมายเลข 3 Thai PBS ผู้ชมรับชมในช่วงวันทำงานและวันหยุดในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน คือ ร้อยละ 47.43 และ ร้อยละ 52.58 ตามลำดับ โดยช่วงที่รับชมมากที่สุด คือ ช่วง 18.01-20.00 น. (ร้อยละ 23.47) รองลงมา คือ ช่วง 20.01-22.00 น. (ร้อยละ 14.06) ซึ่งใกล้เคียงกับช่วง 4.30-8.00 น. (ร้อยละ 13.19) ในขณะที่ ช่องทางโทรทัศน์ดิจิทัลช่องหมายเลข 4 ALTV ส่วนใหญ่รับชมในช่วงวันหยุด ร้อยละ 57.55 โดยช่วงเวลาที่รับชมมากที่สุด 3 ช่วงเวลาใกล้เคียงกัน คือ ช่วง 6.00-8.00 น. (ร้อยละ 17.02) ช่วง 16.01-18.00 น. (ร้อยละ 17.76) และช่วง 18.01-20.30 น. (ร้อยละ 18.19) ส่วนช่องทางออนไลน์ (Website/Social Media/Application) ส่วนใหญ่รับสื่อในช่วงวันหยุด (ร้อยละ 55.69) โดยช่วงเวลาที่นิยมรับสื่อมากที่สุด คือ ช่วง 19.01-21.00 น. (ร้อยละ 19.18) รองลงมา คือ ช่วง 17.01-19.00 น. (ร้อยละ 14.56) และลำดับที่ 3 คือ ช่วง 10.01-12.00 น. และ 15.01-17.00 น. ใกล้เคียงกัน (ร้อยละ 12.70 และ ร้อยละ 12.78)

ตารางที่ 10 ช่วงเวลาที่รับชม/รับฟังรายการของไทยพีบีเอสผ่านช่องทางโทรทัศน์ดิจิทัลช่องหมายเลข 3 Thai PBS ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ช่วงเวลาที่รับชม/รับฟังรายการ	ร้อยละ
4.30 – 8.00 น.	13.19
8.01 – 10.00 น.	7.31
10.01 – 12.00 น.	9.68
12.01 – 14.00 น.	6.64
14.01 – 16.00 น.	8.19
16.01 – 18.00 น.	9.99
18.01 – 20.00 น.	23.47
20.01 – 22.00 น.	14.06
22.01 – 01.00 น.	7.48

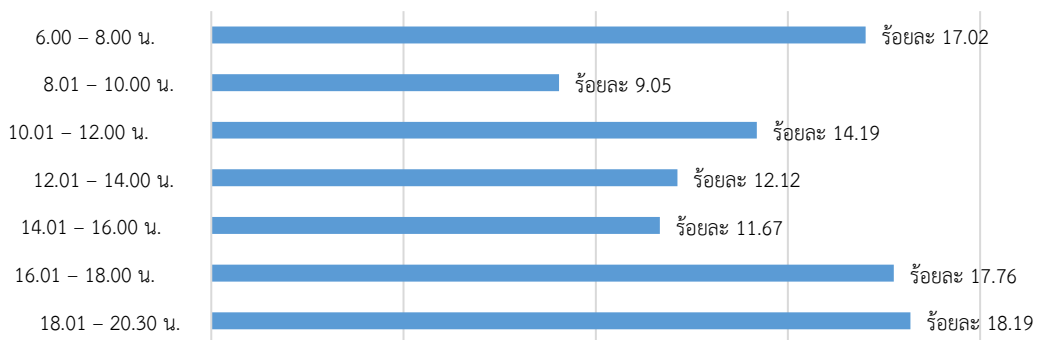
ภาพที่ 11 สัดส่วนช่วงเวลาที่ได้รับชม/รับฟังรายการของไทยพีบีเอสผ่านช่องทางโทรทัศน์ดิจิทัลช่องหมายเลข 3 Thai PBS ของผู้ตอบแบบสอบถาม



ตารางที่ 11 ช่วงเวลาที่รับชม/รับฟังรายการของไทยพีบีเอสผ่านช่องทางโทรทัศน์ดิจิทัลช่องหมายเลข 4 ALTV ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ช่วงเวลาที่รับชม/รับฟังรายการ	ร้อยละ
6.00 – 8.00 น.	17.02
8.01 – 10.00 น.	9.05
10.01 – 12.00 น.	14.19
12.01 – 14.00 น.	12.12
14.01 – 16.00 น.	11.67
16.01 – 18.00 น.	17.76
18.01 – 20.30 น.	18.19

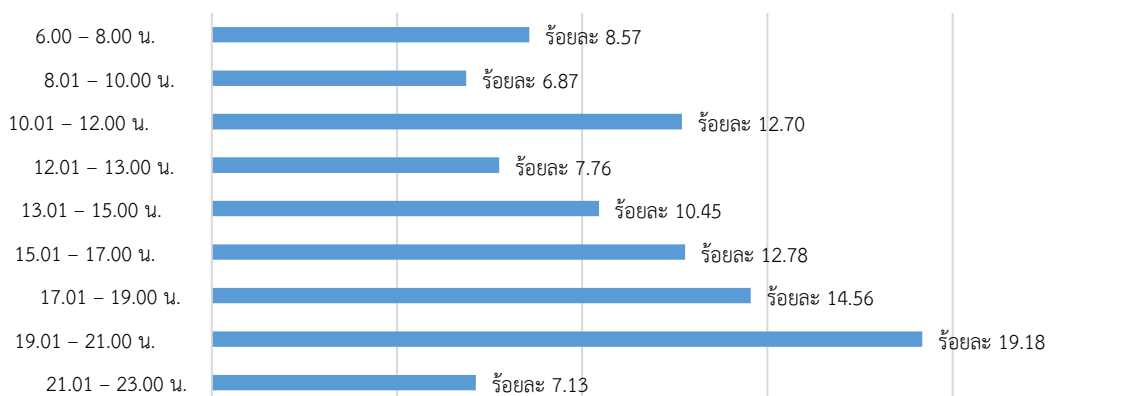
ภาพที่ 12 สัดส่วนช่วงเวลาที่รับชม/รับฟังรายการของไทยพีบีเอสผ่านช่องทางโทรทัศน์ดิจิทัลช่องหมายเลข 4 ALTV ของผู้ตอบแบบสอบถาม



ตารางที่ 12 ช่วงเวลาที่รับชม/รับฟังรายการของไทยพีบีเอสผ่านช่องทางออนไลน์ (Website/Social Media/Application) ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ช่วงเวลาที่รับชม/รับฟังรายการ	ร้อยละ
6.00 – 8.00 น.	8.57
8.01 – 10.00 น.	6.87
10.01 – 12.00 น.	12.70
12.01 – 13.00 น.	7.76
13.01 – 15.00 น.	10.45
15.01 – 17.00 น.	12.78
17.01 – 19.00 น.	14.56
19.01 – 21.00 น.	19.18
21.01 – 23.00 น.	7.13

ภาพที่ 13 สัดส่วนช่วงเวลาที่รับชม/รับฟังรายการของไทยพีบีเอสผ่านช่องทางออนไลน์ (Website/Social Media/Application) ของผู้ตอบแบบสอบถาม

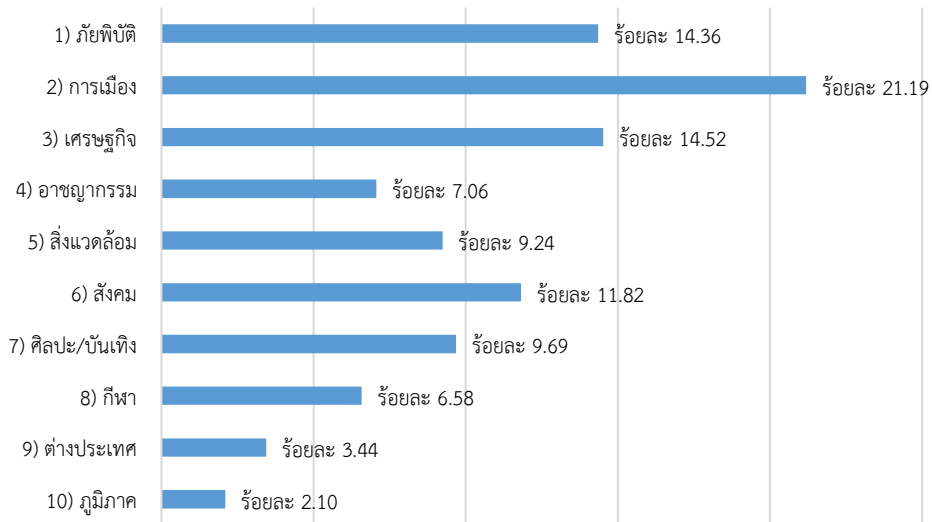


ผลการประเมินด้านเนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอที่ติดตาม/รับชมเป็นประจำ ในด้านเนื้อหาผู้ชมนิยมเนื้อหาข่าวการเมืองมากที่สุด (ร้อยละ 21.19) รองลงมา คือ เนื้อหาด้านเศรษฐกิจและภัยพิบัติในระดับใกล้เคียงกัน (ร้อยละ 14.52 และ 14.36 ตามลำดับ) ในรูปแบบการนำเสนอแบบรายงานสด/รายงานสถานการณ์ได้รับความนิยมมากที่สุด (ร้อยละ 31.90) รองลงมา คือ รูปแบบการคุยข่าว/เล่าข่าว (ร้อยละ 18.90) และลำดับที่ 3 คือรูปแบบสรุปข่าว/ข่าวสั้น (ร้อยละ 13.18) ในขณะที่เนื้อหารายการ ผู้ชมส่วนใหญ่นิยมเนื้อหาด้านท่องเที่ยวมากที่สุด (ร้อยละ 12.32) รองลงมา คือ เนื้อหาด้านปัญหาสังคม และรายการเด็ก (ร้อยละ 8.54 และ 8.02) ในขณะที่ ด้านสิ่งแวดล้อม และอาหารได้รับความสนใจในลำดับรองลงมา และเมื่อพิจารณาประเด็นด้านรูปแบบการนำเสนอ พบว่า ส่วนใหญ่นิยมการนำเสนอในรูปแบบสารคดี (ร้อยละ 45.85) รองลงมา คือ รูปแบบวาไรตี้ และละคร/ซีรีส์ ในสัดส่วนใกล้เคียงกัน (ร้อยละ 16.50 และ 14.32 ตามลำดับ)

ตารางที่ 13 เนื้อหาข่าวที่ติดตาม/รับชมเป็นประจำของผู้ตอบแบบสอบถาม

เนื้อหาข่าว	ร้อยละ
1) ภัยพิบัติ	14.36
2) การเมือง	21.19
3) เศรษฐกิจ	14.52
4) อาชญากรรม	7.06
5) สิ่งแวดล้อม	9.24
6) สังคม	11.82
7) ศิลปะ/บันเทิง	9.69
8) กีฬา	6.58
9) ต่างประเทศ	3.44
10) ภูมิภาค	2.10

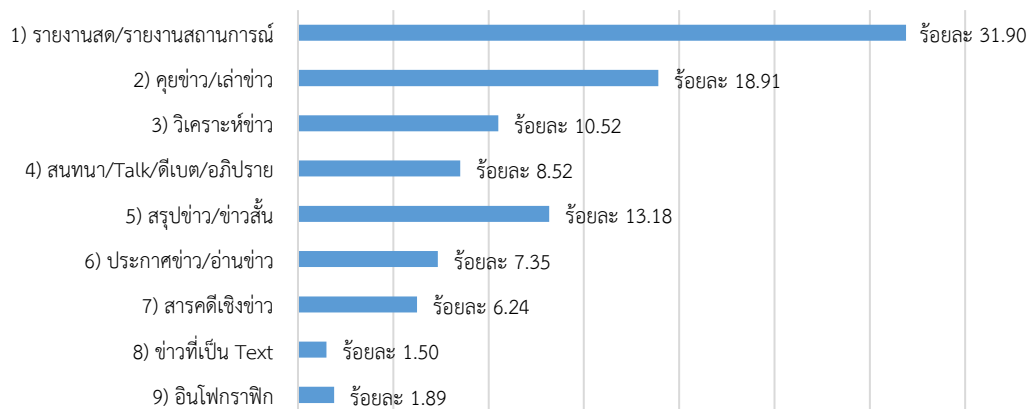
ภาพที่ 14 สัดส่วนเนื้อหาข่าวที่ติดตาม/รับชมเป็นประจำของผู้ตอบแบบสอบถาม



ตารางที่ 14 รูปแบบการนำเสนอข่าวที่ติดตาม/รับชมเป็นประจำของผู้ตอบแบบสอบถาม

รูปแบบการนำเสนอข่าว	ร้อยละ
1) รายงานสด/รายงานสถานการณ์	31.90
2) คิวข่าว/เล่าข่าว	18.91
3) วิเคราะห์ข่าว	10.52
4) สนทนา/Talk/ดีเบต/อภิปราย	8.52
5) สรุปข่าว/ข่าวสั้น	13.18
6) ประกาศข่าว/อ่านข่าว	7.35
7) สารคดีเชิงข่าว	6.24
8) ข่าวที่เป็น Text	1.50
9) อินโฟกราฟิก	1.89

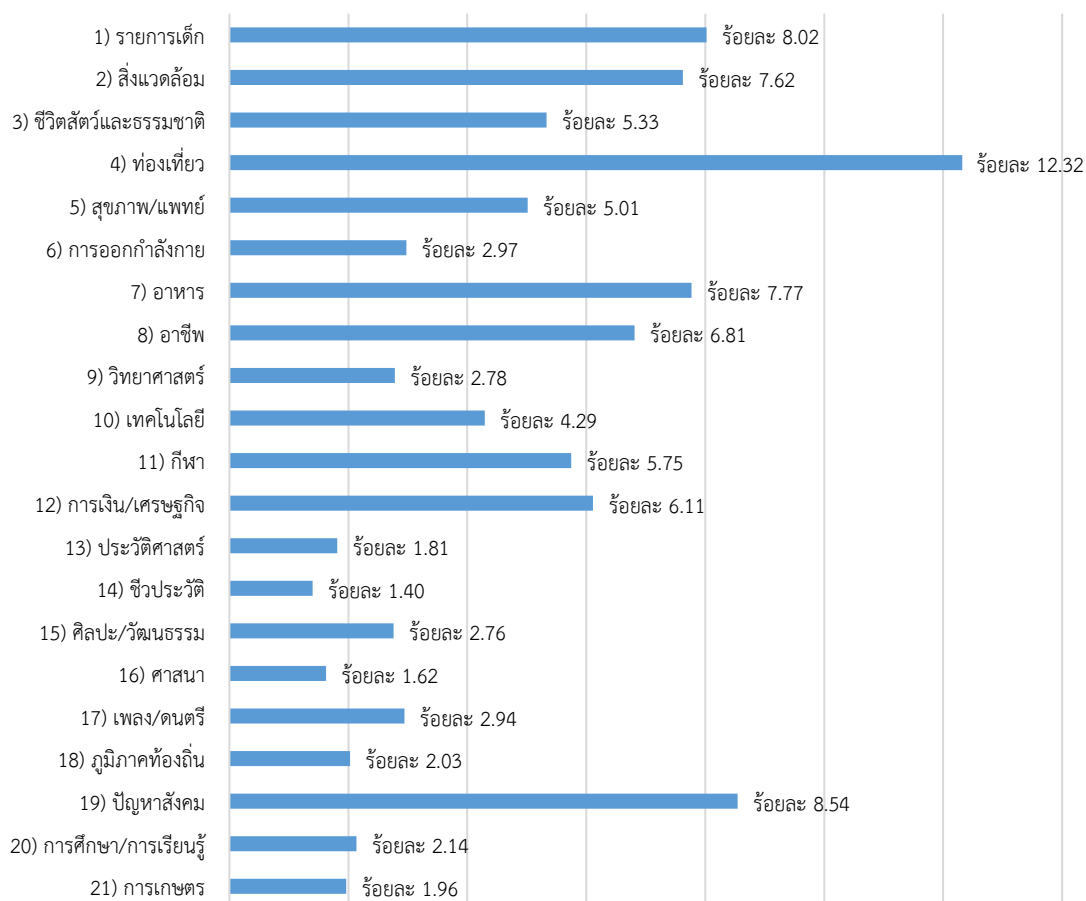
ภาพที่ 15 สัดส่วนรูปแบบการนำเสนอข่าวที่ติดตาม/รับชมเป็นประจำของผู้ตอบแบบสอบถาม



ตารางที่ 15 เนื้อหารายการที่ติดตาม/รับชมเป็นประจำของผู้ตอบแบบสอบถาม

เนื้อหารายการ	ร้อยละ
1) รายการเด็ก	8.02
2) สิ่งแวดล้อม	7.62
3) ชีวิตสัตว์และธรรมชาติ	5.33
4) ท่องเที่ยว	12.32
5) สุขภาพ/แพทย์	5.01
6) การออกกำลังกาย	2.97
7) อาหาร	7.77
8) อาชีพ	6.81
9) วิทยาศาสตร์	2.78
10) เทคโนโลยี	4.29
11) กีฬา	5.75
12) การเงิน/เศรษฐกิจ	6.11
13) ประวัติศาสตร์	1.81
14) ชิวประวัติ	1.40
15) ศิลปะ/วัฒนธรรม	2.76
16) ศาสนา	1.62
17) เพลง/ดนตรี	2.94
18) ภูมิภาคท้องถิ่น	2.03
19) ปัญหาสังคม	8.54
20) การศึกษา/การเรียนรู้	2.14
21) การเกษตร	1.96

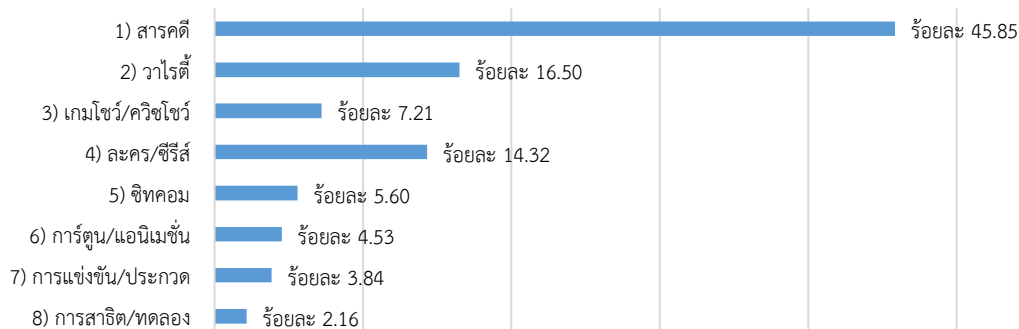
ภาพที่ 16 สัดส่วนเนื้อหารายการที่ติดตาม/รับชมเป็นประจำของผู้ตอบแบบสอบถาม



ตารางที่ 16 รูปแบบการนำเสนอรายการที่ติดตาม/รับชมเป็นประจำของผู้ตอบแบบสอบถาม

รูปแบบการนำเสนอรายการ	ร้อยละ
1) สารคดี	45.85
2) วาไรตี้	16.50
3) เกมโชว์/ควิซโชว์	7.21
4) ละคร/ซีรีส์	14.32
5) ชิทคอม	5.60
6) การ์ตูน/แอนิเมชัน	4.53
7) การแข่งขัน/ประกวด	3.84
8) การสาธิต/ทดลอง	2.16

ภาพที่ 17 สัดส่วนรูปแบบการนำเสนอรายการที่ติดตาม/รับชมเป็นประจำของผู้ตอบแบบสอบถาม



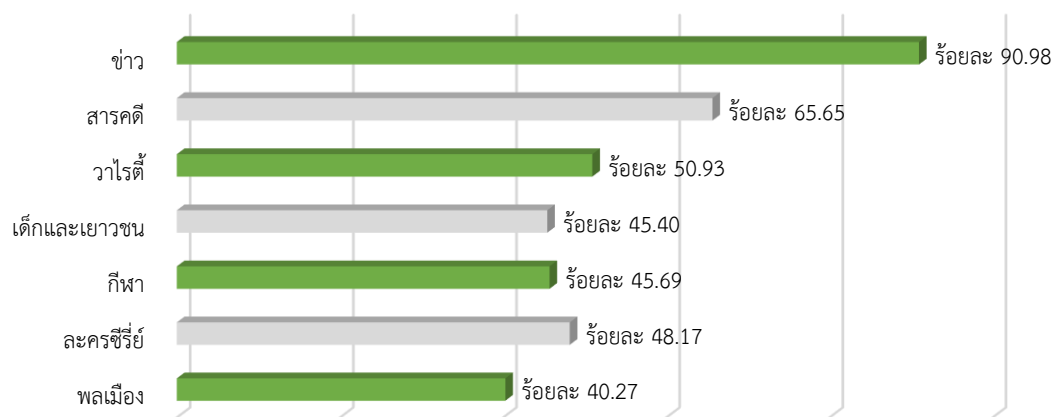
การประเมินความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์จากการรับชมหรือรับฟังรายการของไทยพีบีเอส

หากพิจารณาในมิติด้านการติดตามและความพึงพอใจ พบว่า ในภาพรวมของทุกกลุ่มรายการที่มีผู้ชมรู้จักมากที่สุด คือ กลุ่มรายการข่าว (ร้อยละ 90.98) รองลงมา คือ กลุ่มรายการสารคดี (ร้อยละ 65.65) และลำดับที่ 3 คือ กลุ่มรายการวาไรตี้ (ร้อยละ 50.93) โดยความถี่ในการรับชมพบว่าส่วนใหญ่มีความถี่ในกลุ่มไม่บ่อย (1-2 วัน/สัปดาห์) และค่อนข้างบ่อย (3-4 วัน/สัปดาห์) ในสัดส่วนใกล้เคียงกันในทุกกลุ่มรายการ และเมื่อพิจารณาในมิติด้านความพึงพอใจต่อกลุ่มรายการต่างๆ ทุกกลุ่มรายการได้คะแนนความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดย 3 ลำดับแรก คือ กลุ่มรายการข่าว กลุ่มรายการสารคดี และกลุ่มรายการเด็กและเยาวชน ที่ระดับ 3.82 3.59 และ 3.53 คะแนน ตามลำดับ

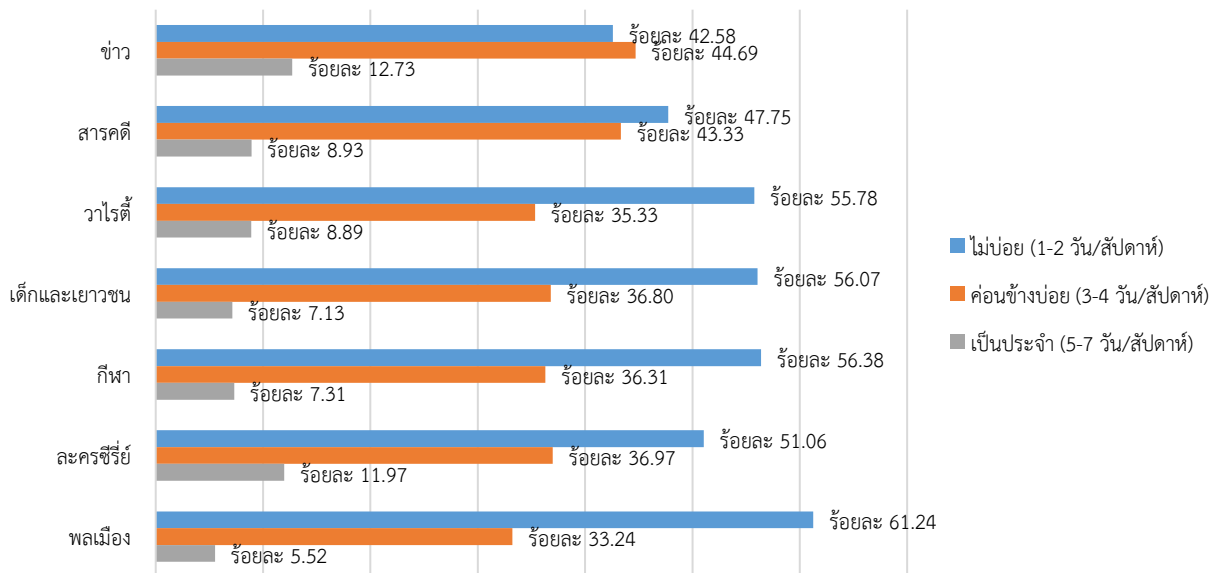
ตารางที่ 17 การรู้จัก การติดตาม และความพึงพอใจต่อกลุ่มรายการต่างๆ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

กลุ่มรายการ	การรู้จัก (ร้อยละ)	ความพึงพอใจ		ความถี่ในการติดตาม (ร้อยละ)		
		คะแนน	ระดับ	ไม่บ่อย (1-2 วัน/สัปดาห์)	ค่อนข้างบ่อย (3-4 วัน/สัปดาห์)	เป็นประจำ (5-7 วัน/สัปดาห์)
ข่าว	90.98	3.82	มาก	42.58	44.69	12.73
สารคดี	65.65	3.59	มาก	47.75	43.33	8.93
วาไรตี้	50.93	3.42	มาก	55.78	35.33	8.89
เด็กและเยาวชน	45.40	3.53	มาก	56.07	36.80	7.13
กีฬา	45.69	3.48	มาก	56.38	36.31	7.31
ละครซีรีส์	48.17	3.44	มาก	51.06	36.97	11.97
พลเมือง	40.27	3.33	ปานกลาง	61.24	33.24	5.52

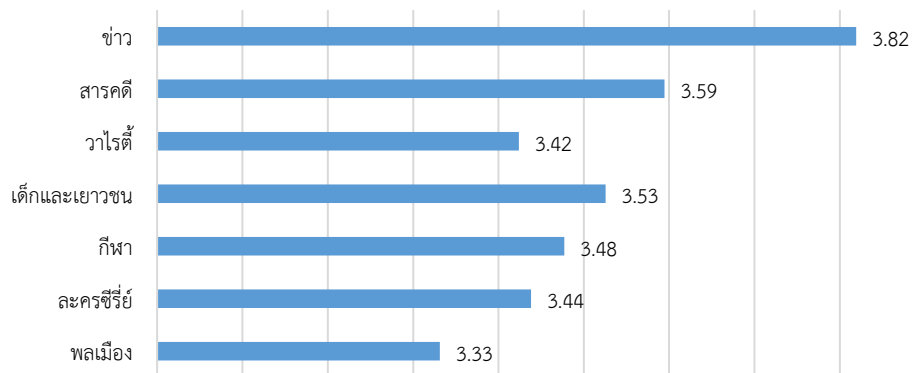
ภาพที่ 18 การรู้จักกลุ่มรายการต่างๆ ของผู้ตอบแบบสอบถาม



ภาพที่ 19 การติดตามกลุ่มรายการต่างๆ ของผู้ตอบแบบสอบถาม



ภาพที่ 20 ความพึงพอใจต่อกลุ่มรายการต่างๆ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

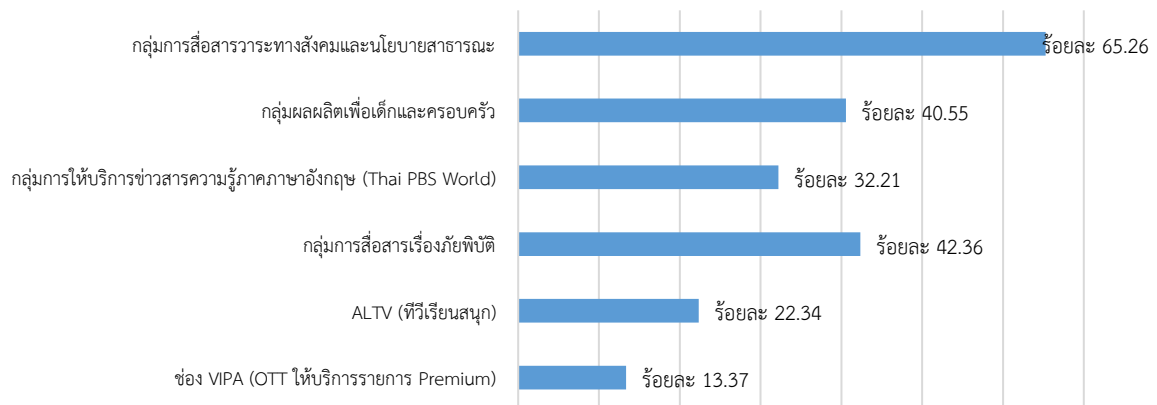


ทั้งนี้ เมื่อพิจารณารายการที่เป็นผลผลิตริเริ่มใหม่และบริการเพิ่มเติม ในปี 2563 ใน 6 กลุ่มรายการ/บริการ ประกอบด้วย 1) กลุ่มการสื่อสารวาระทางสังคมและนโยบายสาธารณะ 2) กลุ่มผลผลิตเพื่อเด็กและครอบครัว 3) กลุ่มการให้บริการข่าวสารความรู้ภาคภาษาอังกฤษ (Thai PBS World) 4) กลุ่มการสื่อสารเรื่องภัยพิบัติ 5) ALTV (ทีวีเรียนสนุก) และ 6) ช่อง VIPA (OTT ให้บริการรายการ Premium) จากการสำรวจ พบว่า กลุ่มรายการที่มีการติดตามมากที่สุด 3 ลำดับแรก คือ 1) กลุ่มการสื่อสารวาระทางสังคมและนโยบายสาธารณะ (ร้อยละ 65.26) 2) กลุ่มการสื่อสารเรื่องภัยพิบัติ (ร้อยละ 42.36) และ 3) กลุ่มผลผลิตเพื่อเด็กและครอบครัว (ร้อยละ 40.55) โดยกลุ่มรายการส่วนใหญ่ผู้ชมมีความพึงพอใจในภาพรวมในระดับมาก ยกเว้นช่อง VIPA (OTT ให้บริการรายการ Premium) ที่มีคะแนนความพึงพอใจในระดับปานกลาง ทั้งนี้ ช่องทางที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในทุกกลุ่มรายการคือ ช่องทาง TV ยกเว้นช่อง VIPA (OTT ให้บริการรายการ Premium) ที่ชมผ่าน Website :Vipa.me มากที่สุด

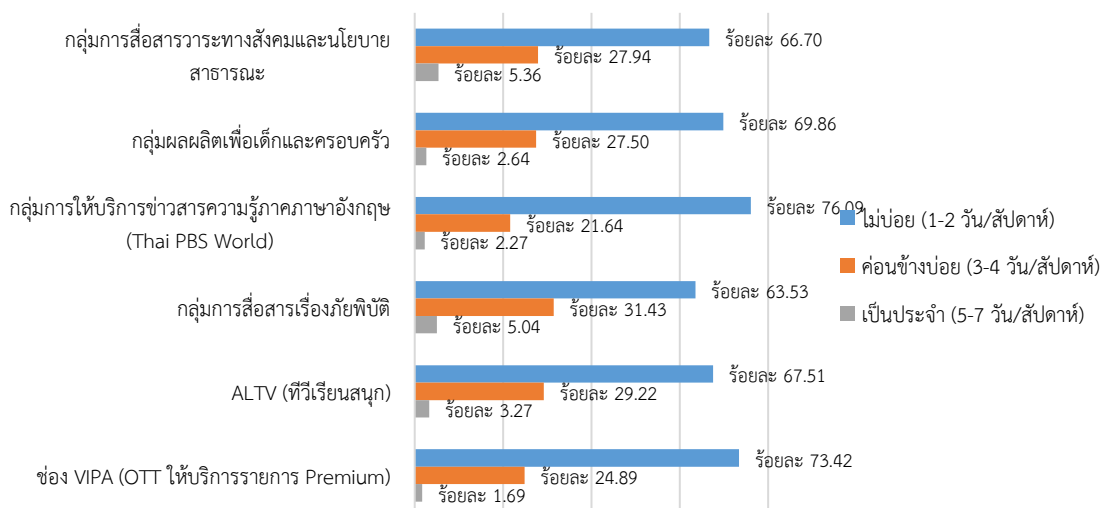
ตารางที่ 18 การติดตาม และความพึงพอใจต่อกลุ่มรายการที่เป็นผลผลิตริเริ่มใหม่และบริการเพิ่มเติม ในปี 2563 ของผู้ตอบแบบสอบถาม

กลุ่มรายการ	การติดตาม (ร้อยละ)	ความถี่ (ร้อยละ)			ความพึงพอใจ	
		ไม่บ่อย (1-2 วัน/สัปดาห์)	ค่อนข้างบ่อย (3-4 วัน/สัปดาห์)	เป็นประจำ (5-7 วัน/สัปดาห์)	คะแนน	ระดับ
กลุ่มการสื่อสารวาระทางสังคมและนโยบายสาธารณะ	65.26	66.70	27.94	5.36	3.43	มาก
กลุ่มผลผลิตสำหรับเด็กและครอบครัว	40.55	69.86	27.50	2.64	3.48	มาก
กลุ่มการให้บริการข่าวสารความรู้ภาคภาษาอังกฤษ (Thai PBS World)	32.21	76.09	21.64	2.27	3.41	มาก
กลุ่มการสื่อสารเรื่องภัยพิบัติ	42.36	63.53	31.43	5.04	3.46	มาก
ALTV (ทีวีเรียนสนุก)	22.34	67.51	29.22	3.27	3.42	มาก
ช่อง VIPA (OTT ให้บริการรายการ Premium)	13.37	73.42	24.89	1.69	3.17	ปานกลาง

ภาพที่ 21 สัดส่วนการติดตามกลุ่มรายการที่เป็นผลผลิตริเริ่มใหม่และบริการเพิ่มเติม ในปี 2563 ของผู้ตอบแบบสอบถาม



ภาพที่ 22 สัดส่วนความถี่ในการติดตามกลุ่มรายการที่เป็นผลผลิตริเริ่มใหม่และบริการเพิ่มเติม ในปี 2563 ของผู้ตอบแบบสอบถาม



ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาถึงประโยชน์ที่ได้รับจากการรับชม/รับฟังรายการต่อผลผลิตในแต่ละกลุ่มรายการ ที่นำเสนอปรากฏว่าทุกผลผลิตได้รับความพึงพอใจในระดับมากทั้งสิ้น กล่าวคือ ผลผลิตด้านข่าวได้รับความพึงพอใจในระดับมากที่สุดที่ระดับคะแนนมากที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับผลผลิตด้านอื่น (3.63 คะแนน) โดยเฉพาะประโยชน์ด้านการเป็นแหล่งข้อมูลข่าวสารที่มีความถูกต้องและเชื่อถือได้ เป็นแหล่งข้อมูลข่าวสารที่ฉับไว ทันต่อสถานการณ์ และการสร้างความตระหนัก ตื่นตัวและให้ความสำคัญกับปัญหา/สถานการณ์/เรื่องราวในการดำเนินชีวิต/สังคม/โลก ในขณะที่ ผลผลิตด้านสารคดีได้รับความพึงพอใจในระดับมากเช่นกัน (3.61 คะแนน) โดยเฉพาะประโยชน์ด้านสามารถนำความรู้ที่ได้ไปใช้ใน ชีวิต หรือการทำงาน ครอบครัว และสังคม และการเกิดความรู้ใหม่ แนวคิดใหม่ และการสร้างมุมมองที่สร้างสรรค์ ส่วนผลผลิตด้านเด็กและเยาวชน ได้รับความพึงพอใจในระดับมาก (3.61 คะแนน) โดยด้านเสริมสร้างจินตนาการ การแสดงออก ความสามารถ และความคิดสร้างสรรค์ และด้านส่งเสริมการเรียนรู้ และกระตุ้นพัฒนาการด้านสติปัญญา ได้รับความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ผลผลิตด้านกีฬา/นันทนาการได้รับความพึงพอใจในระดับมาก (3.53 คะแนน) โดยด้านสร้างความสนใจและอยากมีส่วนร่วม/ติดตามการแข่งขันกีฬาได้คะแนนมากที่สุด ผลผลิตด้านละครซีรีส์ได้รับความพึงพอใจในระดับมาก (3.50 คะแนน) โดยด้านเกิดความรู้สึกเพลิดเพลิน/ผ่อนคลาย และให้แง่คิด การสร้างความเข้าใจในสังคม วัฒนธรรมที่หลากหลายได้คะแนนมากที่สุด ผลผลิตด้านรายการวาไรตี้ได้รับความพึงพอใจในระดับมาก (3.47 คะแนน) โดยด้านเกิดความรู้ใหม่ แนวคิดใหม่ และการสร้างมุมมองที่สร้างสรรค์ ได้คะแนนมากที่สุด และผลผลิตด้านรายการภาคพลเมืองได้รับความพึงพอใจในระดับมาก (3.48 คะแนน) โดยด้านการสร้างให้เกิดความมั่นใจในการแสดงออกซึ่งคุณค่าของวิถีท้องถิ่นได้คะแนนมากที่สุด

ตารางที่ 19 ประโยชน์ที่ได้รับจากการรับชม/รับฟังรายการต่อผลผลิตด้านข่าวของผู้ตอบแบบสอบถาม

ประเด็น	ประโยชน์ที่ได้	
	คะแนน	ระดับ
1.1 เป็นแหล่งข้อมูลข่าวสารที่ฉับไว ทันต่อสถานการณ์	3.65	มาก
1.2 เป็นแหล่งข้อมูลข่าวสารที่มีความถูกต้องและเชื่อถือได้	4.13	มาก
1.3 เป็นแหล่งข้อมูลข่าวสารที่มีความรอบด้าน สมดุล มีความหลากหลาย	3.53	มาก
1.4 สร้างความตระหนัก ตื่นตัวและให้ความสำคัญกับปัญหา/สถานการณ์/เรื่องราวในการดำเนินชีวิต/สังคม/โลก	3.67	มาก
1.5 สร้างทักษะและพฤติกรรมในการวิเคราะห์และตั้งคำถาม	3.45	มาก
1.6 สร้างทัศนคติเรื่องความเข้าใจและความเห็นอกเห็นใจ	3.49	มาก
1.7 มองเห็นทางเลือก ทางออก และสามารถนำความรู้จากข้อมูลข่าวสารไปใช้ใน ชีวิต การทำงาน ครอบครัว และสังคม	3.51	มาก
คะแนนเฉลี่ย	3.63	มาก

ตารางที่ 20 ประโยชน์ที่ได้รับจากการรับชม/รับฟังรายการต่อผลผลิตด้านสารคดีของผู้ตอบแบบสอบถาม

ประเด็น	ประโยชน์ที่ได้	
	คะแนน	ระดับ
2.1 ได้รับความรู้ที่หลากหลาย เกิดแง่คิด และเข้าใจเรื่องราว/ประเด็นต่างๆ	3.65	มาก
2.2 เกิดความรู้ใหม่ แนวคิดใหม่ และการสร้างมุมมองที่สร้างสรรค์	3.68	มาก
2.3 เกิดแรงจูงใจหรือแรงบันดาลใจ ในการใช้ชีวิตและการทำสิ่งต่างๆ	3.63	มาก
2.4 สร้างความตระหนัก ตื่นตัวและให้ความสำคัญกับสถานการณ์/เรื่องราวในการดำเนินชีวิต/สังคม/โลก	3.63	มาก

2.5 สามารถนำความรู้ที่ได้ไปใช้ในชีวิต หรือการทำงาน ครอบครัว และสังคม	3.70	มาก
2.6 สามารถนำเนื้อหาสาระจากรายการ/ความรู้จากรายการไปแลกเปลี่ยนพูดคุยกับผู้อื่น	3.57	มาก
2.7 ช่วยต่อยอดความคิด และผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคม	3.40	ปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	3.61	มาก

ตารางที่ 21 ประโยชน์ที่ได้รับจากการรับชม/รับฟังรายการต่อผลผลิตด้านเด็กและเยาวชนของผู้ตอบแบบสอบถาม

ประเด็น	ประโยชน์ที่ได้	
	คะแนน	ระดับ
3.1 ส่งเสริมการเรียนรู้ และกระตุ้นพัฒนาการด้านสติปัญญา	3.74	มาก
3.2 เสริมสร้างจินตนาการ การแสดงออก ความสามารถ และความคิดสร้างสรรค์	3.76	มาก
3.3 สร้างแรงจูงใจหรือแรงบันดาลใจ ในการเรียนรู้และทำสิ่งต่างๆ	3.47	มาก
3.4 ส่งเสริมการจัดการทางอารมณ์ และการอยู่ร่วมกับผู้อื่นในสังคม	3.57	มาก
3.5 สร้างโอกาสการทำกิจกรรมร่วมกันในครอบครัวจากการรับชม	3.43	มาก
3.6 สามารถนำความรู้ที่ได้ไปใช้ในชีวิต การเรียน ครอบครัว และสังคม	3.70	มาก
คะแนนเฉลี่ย	3.61	มาก

ตารางที่ 22 ประโยชน์ที่ได้รับจากการรับชม/รับฟังรายการต่อผลผลิตด้านกีฬา/นันทนาการของผู้ตอบแบบสอบถาม

ประเด็น	ประโยชน์ที่ได้	
	คะแนน	ระดับ
4.1 ได้รับความรู้ด้านกีฬาที่มีความถูกต้อง	3.50	มาก
4.2 ได้เรียนรู้และเปิดโลกทัศน์ด้านกีฬาที่มีความหลากหลาย	3.48	มาก
4.3 สร้างแรงบันดาลใจให้อยากเล่นกีฬา/ออกกำลังกาย	3.37	ปานกลาง
4.4 ทำให้มีทัศนคติที่ดีต่อคุณค่าของกีฬาท้องถิ่น/พื้นบ้าน	3.59	มาก
4.5 สร้างความสนใจและอยากมีส่วนร่วม/ติดตามการแข่งขันกีฬา	3.63	มาก
4.6 สามารถนำเนื้อหาสาระจากรายการ/ความรู้จากรายการไปแนะนำหรือแลกเปลี่ยนพูดคุยกับผู้อื่น	3.61	มาก
คะแนนเฉลี่ย	3.53	มาก

ตารางที่ 23 ประโยชน์ที่ได้รับจากการรับชม/รับฟังรายการต่อผลผลิตด้านละครซีรี่ส์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ประเด็น	ประโยชน์ที่ได้	
	คะแนน	ระดับ
5.1 ให้แง่คิด การสร้างความเข้าใจในสังคม วัฒนธรรมที่หลากหลาย	3.58	มาก
5.2 ได้รับชมรายการที่เป็นต้นแบบรายการบันเทิงที่มีคุณภาพ (เช่น ไม่ต้องมีบทตบตี)	3.60	มาก
5.3 สร้างความตระหนักถึงการยอมรับและให้ความสำคัญกับวัฒนธรรมที่หลากหลายและความแตกต่างของชีวิต	3.36	ปานกลาง
5.4 เกิดความรู้สึกเพลิดเพลิน/ผ่อนคลาย	3.67	มาก
5.5 สามารถนำความรู้ที่ได้ไปใช้ในชีวิต หรือการทำงาน	3.46	มาก
5.6 สามารถนำเนื้อหาสาระจากรายการ/ความรู้จากรายการไปแลกเปลี่ยนพูดคุยกับผู้อื่น	3.33	ปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	3.50	มาก

ตารางที่ 24 ประโยชน์ที่ได้รับจากการรับชม/รับฟังรายการต่อผลผลิตด้านรายการวาไรตี้ของผู้ตอบแบบสอบถาม

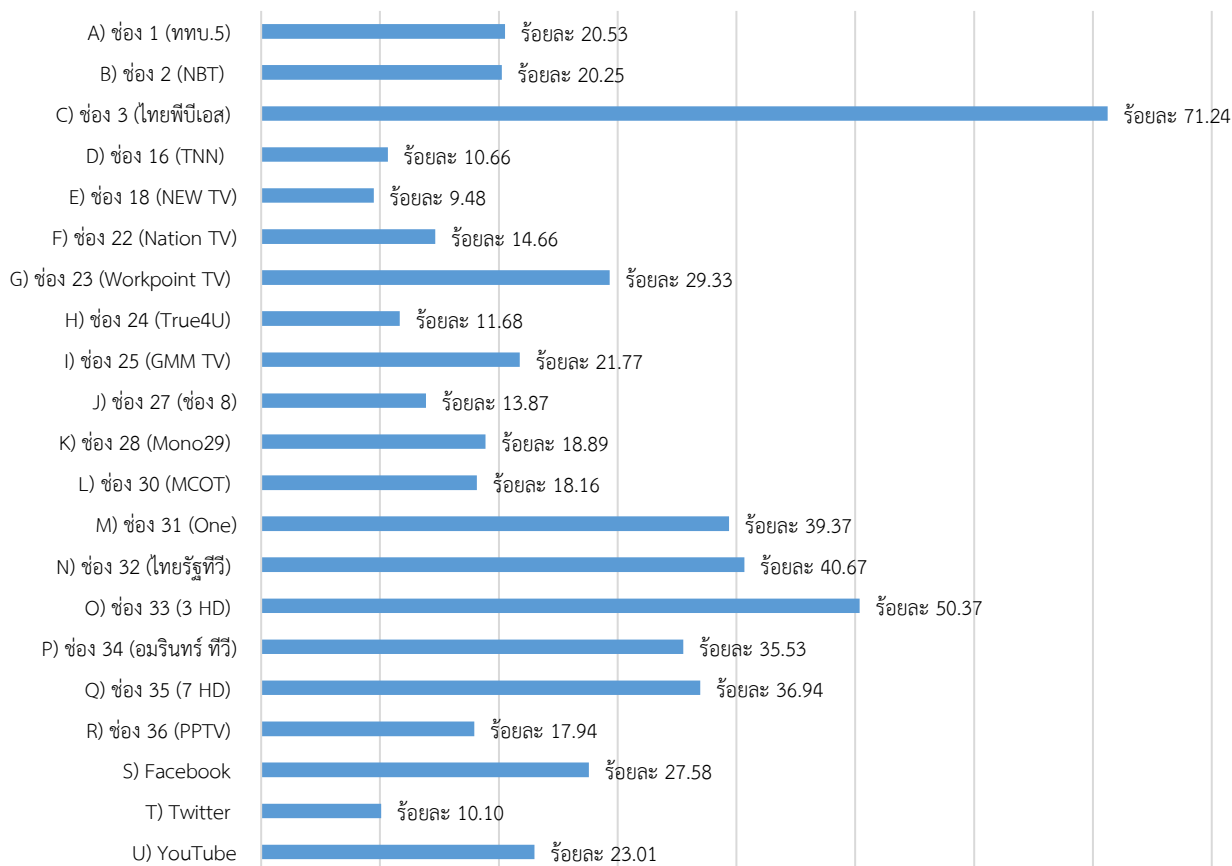
ประเด็น	ประโยชน์ที่ได้	
	คะแนน	ระดับ
6.1 ได้รับความรู้ที่หลากหลาย เกิดแนวคิด และความเข้าใจเรื่องราว/ประเด็นต่างๆ	3.40	ปานกลาง
6.2 ได้รับรู้วิถีชีวิต ความคิดและคุณค่าของกลุ่มคนอื่นที่แตกต่างจากเรา	3.44	มาก
6.3 เกิดความรู้ใหม่ แนวคิดใหม่ และการสร้างมุมมองที่สร้างสรรค์	3.60	มาก
6.4 เกิดแรงจูงใจหรือแรงบันดาลใจส่งเสริมคุณค่า/ค่านิยมที่ดีในการดำเนินชีวิต	3.58	มาก
6.5 เกิดความรู้สึกเพลิดเพลิน/ผ่อนคลาย	3.46	มาก
6.6 สามารถนำความรู้ที่ได้ไปใช้ในชีวิต หรือการทำงาน ครอบครัว และสังคม	3.44	มาก
6.7 สามารถนำเนื้อหาสาระจากรายการ/ความรู้จากรายการไปแลกเปลี่ยนพูดคุยกับผู้อื่น	3.37	ปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	3.47	มาก

ตารางที่ 25 ประโยชน์ที่ได้รับจากการรับชม/รับฟังรายการต่อผลผลิตด้านรายการภาคพลเมืองของผู้ตอบแบบสอบถาม

ประเด็น	ประโยชน์ที่ได้	
	คะแนน	ระดับ
7.1 ได้รับความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมวิถีความเป็นอยู่ของคนไทยที่มีความแตกต่างหลากหลายของคนไทยในภูมิภาคต่างๆ	3.66	มาก
7.2 ช่วยเปิดโลกทัศน์ ให้มุมมองใหม่ และเข้าใจวิถีชีวิตความเป็นอยู่ และเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นในระดับท้องถิ่นและภูมิภาคอย่างทั่วถึง	3.34	ปานกลาง
7.3 กระตุ้นต่อยอดความคิด และผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่ดีขึ้นในสังคม	3.31	ปานกลาง
7.4 สามารถนำความรู้ที่ได้ไปใช้ในชีวิตจริง หรือในการทำงาน	3.43	มาก
7.5 สามารถนำเนื้อหาสาระจากรายการ/ความรู้จากรายการไปแลกเปลี่ยนพูดคุยกับผู้อื่น	3.52	มาก
7.6 เกิดความมั่นใจในการแสดงออกซึ่งคุณค่าของวิถีท้องถิ่น	3.60	มาก
คะแนนเฉลี่ย	3.48	มาก

นอกจากนั้น เมื่อพิจารณาถึงการดำเนินงานในปี 2563 ของ ส.ส.ท. มีภารกิจที่มุ่งเน้นการนำเสนอสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ในทุกช่องทางอย่างต่อเนื่อง เพื่อเป้าหมายในการสร้างความเข้าใจให้แก่ประชาชนในวงกว้าง ซึ่งผลการดำเนินงานมีการประเมินผลความพึงพอใจต่อการดำเนินงานในสถานการณ์พิเศษดังกล่าว ผลการประเมินสะท้อนประสิทธิภาพอย่างชัดเจนของการดำเนินงาน กล่าวคือ หากพิจารณาการเลือกรับชมและเชื่อถือการรายงานสถานการณ์โควิด-19 พบว่า ประชาชนกลุ่มตัวอย่างเลือกรับชมการรายงานสถานการณ์จากช่อง 3 (ไทยพีบีเอส) เป็นลำดับที่ 1 (ร้อยละ 71.24) ลำดับที่ 2 ช่อง 33 (3 HD) (ร้อยละ 50.37) ลำดับที่ 3 ช่อง 32 (ไทยรัฐทีวี) (ร้อยละ 40.67) ลำดับที่ 4 ช่อง 31 (One) (ร้อยละ 39.37) และลำดับที่ 5 ช่อง 35 (7 HD) (ร้อยละ 36.94) ส่วนในด้านความเชื่อถือ พบว่า ประชาชนกลุ่มตัวอย่างเชื่อถือรายงานสถานการณ์ของช่อง 3 (ไทยพีบีเอส) เป็นลำดับที่ 1 (ร้อยละ 30.90) รองลงมา คือ ช่อง 33 (3HD) และช่อง 32 (ไทยรัฐทีวี) ส่วนในด้านความพึงพอใจต่อการรายงานสถานการณ์ในภาพรวม ผู้ชมมีความพึงพอใจในระดับมาก โดยเฉพาะประเด็นด้านความรวดเร็ว ฉับไว ทันต่อเหตุการณ์ และต่อเนื่อง และเนื้อหา/ข้อมูลเป็นข้อเท็จจริงมีความถูกต้องและเชื่อถือได้จากแหล่งข้อมูลภาครัฐ และสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องต่อสถานการณ์

ภาพที่ 23 สัดส่วนการเลือกรับชมการรายงานสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 จากสื่อต่างๆ ของผู้ตอบแบบสอบถาม



การประเมินผลสำเร็จของการดำเนินงานของไทยพีบีเอส ผลการประเมินในภาพรวม พบว่า ในทุกเป้าประสงค์ที่พิจารณามีระดับความสำเร็จในทัศนของผู้ชม/ผู้ฟังรายการในระดับมากที่สุด ซึ่งระดับคะแนนเฉลี่ย 3.59 คะแนน โดยมีความสำเร็จสูงสุดในด้านไทยพีบีเอสนำเสนอเนื้อหาข่าวสาร/รายการที่ถูกต้อง ครบถ้วน รอบด้าน เชื่อถือได้ และมุ่งเน้นผลประโยชน์ของสาธารณะ ทั้งในสถานการณ์ปกติและภาวะวิกฤติ (3.65 คะแนน) รองลงมา คือ ด้านไทยพีบีเอสนำเสนอข่าวสาร/รายการที่หลากหลายประเภท ครอบคลุมเนื้อหา/เหตุการณ์ที่สาธารณชนให้ความสนใจทั้งในระดับท้องถิ่น ระดับภูมิภาค และระดับประเทศ (3.62 คะแนน) และลำดับที่ 3 คือ ด้านไทยพีบีเอสนำเสนอข่าวสาร ความรู้ สารบันเทิงที่มีคุณภาพ และเผยแพร่ผ่านช่องทางที่หลากหลาย โดยคำนึงถึงผู้ชมทุกกลุ่ม (ทุกเพศ ทุกวัย ทุกสถานะทางสังคม) (3.60 คะแนน)

ตารางที่ 26 การประเมินผลสำเร็จของการดำเนินงานของไทยพีบีเอสจากผู้ตอบแบบสอบถาม

ประเด็น	คะแนน	ระดับ
1. ไทยพีบีเอสนำเสนอข่าวสาร ความรู้ สารบันเทิงที่มีคุณภาพ และเผยแพร่ผ่านช่องทางที่หลากหลาย โดยคำนึงถึงผู้ชมทุกกลุ่ม (ทุกเพศ ทุกวัย ทุกสถานะทางสังคม)	3.60	มาก
2. ไทยพีบีเอสนำเสนอข่าวสาร/รายการที่หลากหลายประเภท ครอบคลุมเนื้อหา/เหตุการณ์ที่สาธารณชนให้ความสนใจทั้งในระดับท้องถิ่น ระดับภูมิภาค และระดับประเทศ	3.62	มาก
3. ไทยพีบีเอสนำเสนอเนื้อหาข่าวสาร/รายการที่ถูกต้อง ครบถ้วน รอบด้าน เชื่อถือได้ และมุ่งเน้นผลประโยชน์ของสาธารณะ ทั้งในสถานการณ์ปกติและภาวะวิกฤติ	3.65	มาก

ประเด็น	คะแนน	ระดับ
4. ไทยพีบีเอสนำเสนอข่าวสาร/รายการที่มีเนื้อหาเป็นกลาง ปราศจากอคติ เป็นอิสระจากกลุ่มบุคคล รัฐ และทุน ให้ความเท่าเทียมเป็นธรรมกับทุกฝ่าย	3.58	มาก
5. ไทยพีบีเอสนำเสนอเนื้อหาและรายการที่โดดเด่น แตกต่างจากสถานีโทรทัศน์ช่องอื่น โดยเฉพาะเรื่องราวหรือประเด็นสาธารณะที่ถูกละเลย	3.53	มาก
6. การทำหน้าที่สื่อสาธารณะของไทยพีบีเอสมีความคุ้มค่าและเป็นที่ยอมรับของสังคมได้	3.55	มาก
คะแนนเฉลี่ย	3.59	มาก

การประเมินผลกระทบที่เกิดจากการรับชมรายการไทยพีบีเอส

พิจารณาการประเมินผลกระทบใน 3 มิติหลัก คือ ผลกระทบต่อบุคคล ผลกระทบต่อสาธารณะ และผลกระทบต่อผู้กำหนดนโยบาย โดยผลสำรวจในมิติผลกระทบต่อบุคคลมีการประเมินใน 4 ด้านย่อย คือ การเพิ่มโอกาสในการสร้างรายได้ ผลการสำรวจพบว่ากลุ่มตัวอย่างร้อยละ 28.99 ได้รับผลจากการชมรายการโดยเกิดผลกระทบเฉลี่ยในระดับปานกลาง (2.69 คะแนน) และสามารถสร้างรายได้ได้เฉลี่ยปีละ 28,000 บาท ในขณะที่ผลกระทบด้านการช่วยลดค่าใช้จ่าย ผลการสำรวจพบว่ากลุ่มตัวอย่างร้อยละ 28.99 ได้รับผลกระทบในมิติดังกล่าว และผลกระทบอยู่ในระดับน้อย (2.55 คะแนน) และสามารถลดรายจ่ายได้เฉลี่ยปีละประมาณ 13,300 บาท ส่วนผลกระทบในด้านการช่วยลดหนี้สิน ผลจากการสำรวจพบว่ากลุ่มตัวอย่างร้อยละ 25.95 ได้รับผลกระทบในมิตินี้ โดยผลกระทบที่ได้อยู่ในระดับปานกลาง (2.64 คะแนน) โดยสามารถช่วยลดหนี้ได้ประมาณปีละ 9,400 บาท ทั้งนี้ รายการที่ก่อให้เกิดผลกระทบ เช่น รายการดูให้รู้ รายการทุกทิศทั่วไทย รายการคนสู้โรค รายการกินอยู่คือ รายการมหาอำนาจบ้านนา และรายการห้องเรียนตัวเข้ม นอกจากนี้ ผลกระทบที่เกิดในด้านการใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวันในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง (3.00 คะแนน)

ในขณะที่ผลกระทบต่อสาธารณะ ประเมินผลใน 3 ประเด็นย่อย คือ การเพิ่มพูนความรู้และประสบการณ์การมีสุขภาวะที่ดีขึ้น และความมั่นคงในชีวิตและทรัพย์สิน ซึ่งผลจากการสำรวจในภาพรวมพบว่า กลุ่มตัวอย่างเฉลี่ยร้อยละ 56.46 มีความเห็นว่าการรับชมรายการของไทยพีบีเอสก่อให้เกิดผลกระทบทั้ง 3 ประเด็นย่อยในระดับปานกลางทั้งสิ้นที่ระดับ 3.05 2.92 และ 2.84 คะแนน ตามลำดับ

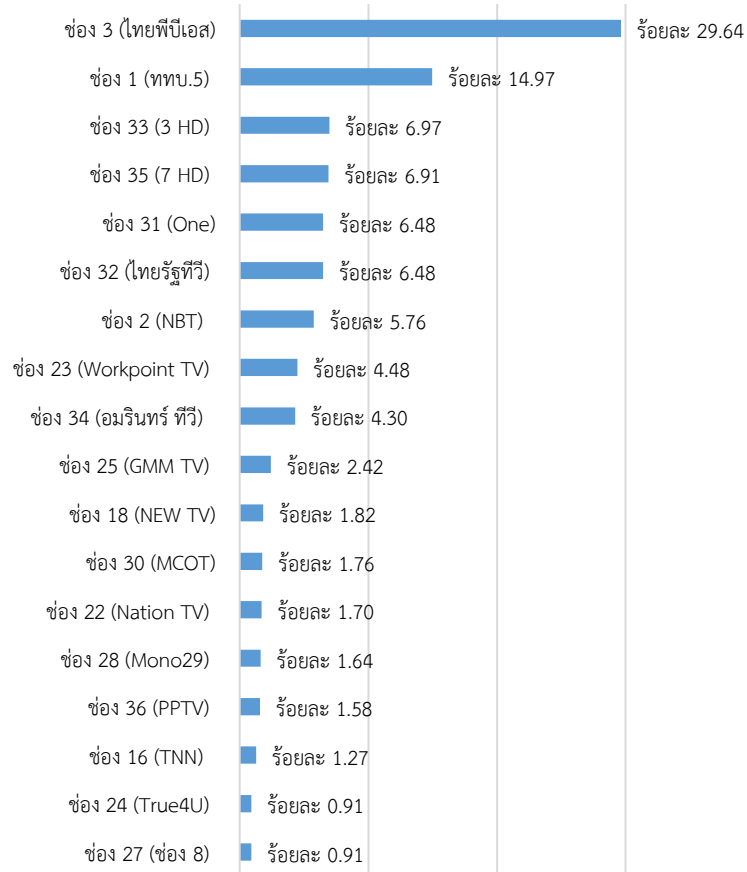
นอกจากนั้น ผลกระทบต่อผู้กำหนดนโยบาย จากการสำรวจในภาพรวม พบว่า กลุ่มตัวอย่างเฉลี่ยร้อยละ 53.82 มีความเห็นว่ารายการของไทยพีบีเอสก่อให้เกิดผลกระทบต่อผู้กำหนดนโยบายในทุกด้านในระดับปานกลางทั้งสิ้น โดยด้านการส่งผลต่อผู้กำหนดนโยบายทางเศรษฐกิจที่ระดับ 2.77 คะแนน ด้านการส่งผลต่อผู้กำหนดนโยบายด้านสังคมที่ระดับ 2.81 คะแนน ด้านการส่งผลต่อผู้กำหนดนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมที่ระดับ 2.85 คะแนนและด้านการส่งผลต่อผู้กำหนดนโยบายด้านสาธารณสุขที่ระดับ 2.99 คะแนน

ดังนั้น ในภาพรวมประโยชน์ที่ได้รับและผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการรายการจากไทยพีบีเอสมีความคุ้มค่าจากการสำรวจพบว่าอยู่ในระดับมาก (3.87 คะแนน)

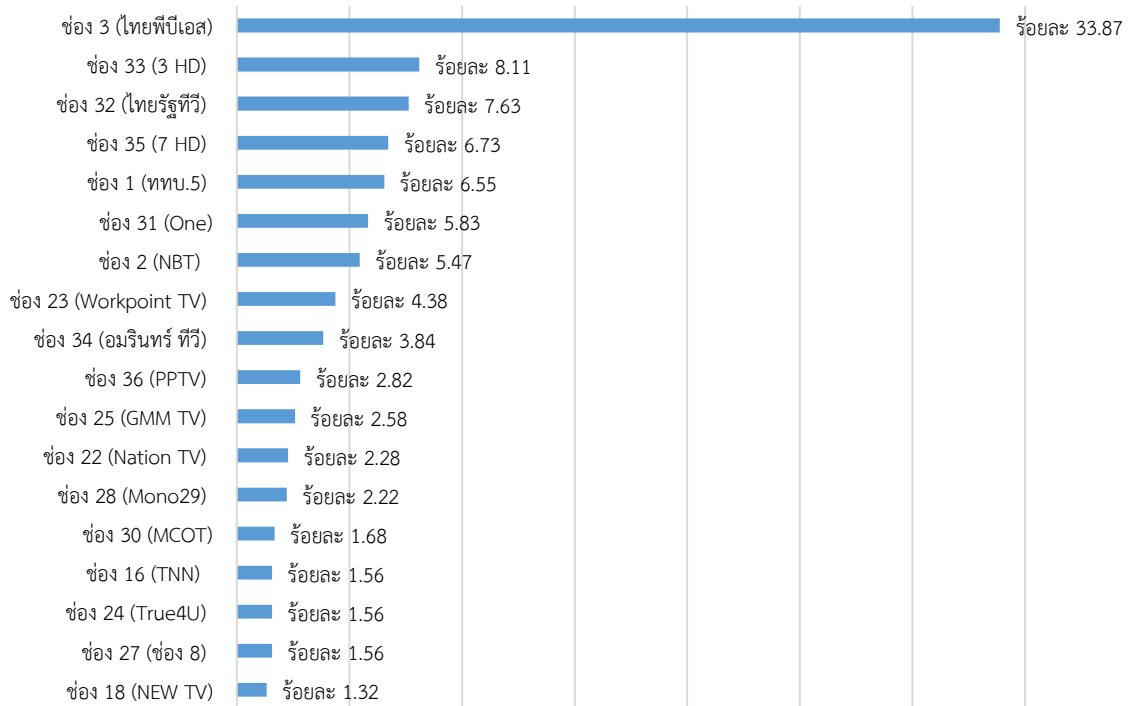
ประเด็นความเป็นกลาง ความไว้วางใจ และความถูกต้อง

ผลการจัดลำดับด้านความเป็นกลาง ความไว้วางใจ และความถูกต้องของการนำเสนอข่าวสารของโทรทัศน์ดิจิทัลที่รับชม พบว่า ทั้ง 3 ประเด็น ผู้ชม/ผู้ฟังให้คะแนนไทยพีบีเอสเป็นลำดับที่ 1 ทั้ง 3 ประเด็น

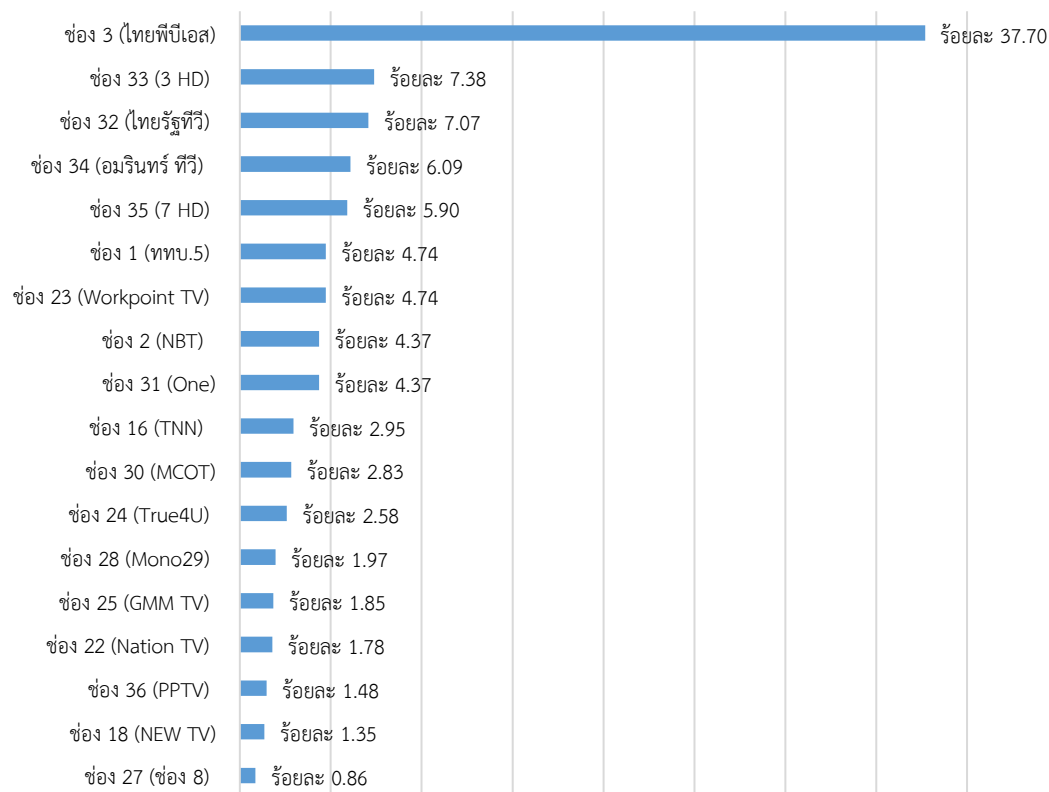
ภาพที่ 24 สัดส่วนระดับความเป็นกลางของการนำเสนอข่าวสารของโทรทัศน์ดิจิทัลที่รับชมของผู้ตอบแบบสอบถาม



ภาพที่ 25 สัดส่วนระดับความไว้วางใจของการนำเสนอข่าวสารของโทรทัศน์ดิจิทัลที่รับชมของผู้ตอบแบบสอบถาม



ภาพที่ 26 สัดส่วนระดับความถูกต้องของการนำเสนอข่าวสารของโทรทัศน์ดิจิทัลที่รับชมของผู้ตอบแบบสอบถาม



ในการประเมินด้านการสื่อสารองค์การต่อบุคคลภายนอก/ผู้ชมวัดจากภาพลักษณ์ของไทยพีบีเอสที่ปรากฏต่อสายตาผู้ชม/ผู้ฟังรายการ เพื่อประเมินว่าการดำเนินงานที่ก่อให้เกิดผลผลิตในทุกช่องทางและทุกกิจกรรมของไทยพีบีเอสนั้นถูกสื่อสารไปถึงผู้รับชม/ผู้ฟังให้เข้าใจว่าไทยพีบีเอสมีภาพลักษณ์อย่างไร โดยอาศัยเกณฑ์การประเมินในมิติการคำนวณค่าร้อยละเพื่อรายงานผลด้านภาพลักษณ์ ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย ร้อยละ 20.00 – 36.19 หมายถึง มีความคิดเห็นเชิงบวกน้อยที่สุด

คะแนนเฉลี่ย ร้อยละ 36.20 – 52.19 หมายถึง มีความคิดเห็นเชิงบวกน้อย

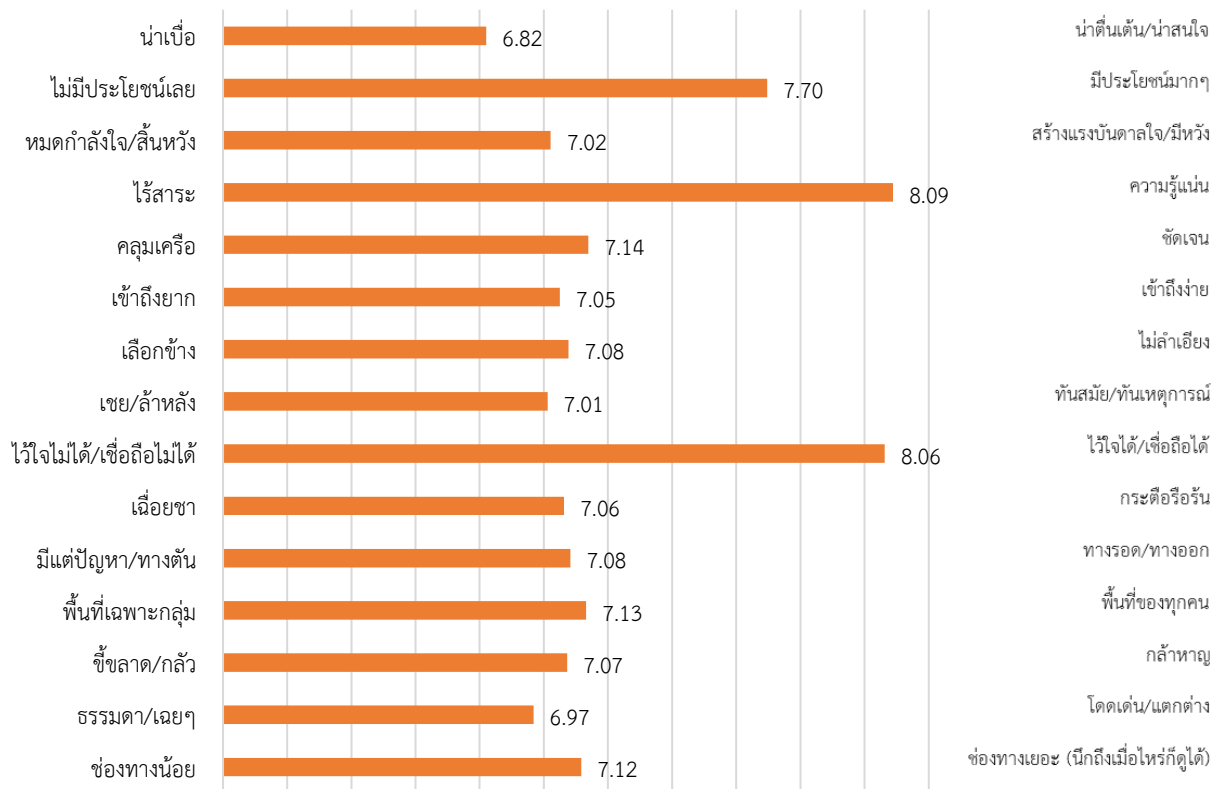
คะแนนเฉลี่ย ร้อยละ 52.20 – 68.19 หมายถึง มีความคิดเห็นเชิงบวกปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย ร้อยละ 68.20 – 84.19 หมายถึง มีความคิดเห็นเชิงบวกมาก

คะแนนเฉลี่ย ร้อยละ 84.20 – 100.00 หมายถึง มีความคิดเห็นเชิงบวกมากที่สุด

ซึ่งจากผลการประเมินผู้รับบริการในภาพรวมใน 15 มิติด้านภาพลักษณ์ของไทยพีบีเอสในภาพรวมพบว่าทุกมิติที่ประเมินผลมีภาพลักษณ์มาทางบวกอยู่ในเกณฑ์ดีทั้งสิ้น (ช่วงคะแนน ร้อยละ 68.20-84.19) โดยเฉพาะผลผลิตที่ไทยพีบีเอสนำเสนอสะท้อนภาพลักษณ์ด้านความรู้และความไว้วางใจได้/เชื่อถือได้ได้คะแนนมากที่สุด (8.09 และ 8.06 คะแนน (ร้อยละ 80.90 และ 80.60)) ในขณะที่ลำดับรองลงมาคือ ภาพลักษณ์ด้านการนำเสนอข้อมูลที่มีประโยชน์ (7.70 คะแนน (ร้อยละ 77.00)) ซึ่งผลจากการประเมินสะท้อนให้เห็นได้อย่างชัดเจนว่าจากผลผลิตที่ไทยพีบีเอสนำเสนอ ข้อมูลที่ถูกนำเสนอถึงผู้รับอย่างผู้ชม/ผู้ฟังรายการสามารถรับสาระประโยชน์ที่ได้จากการสื่อสารอย่างเต็มที่ ส่วนภาพลักษณ์ในด้านอื่นๆ เช่น ความชัดเจน การเป็นพื้นที่ของทุกคน และการมีช่องทางเข้าถึงที่หลากหลายมีภาพลักษณ์ที่อยู่ในเกณฑ์ดีเช่นเดียวกัน โดยมีระดับคะแนนด้านภาพลักษณ์ใกล้เคียงกันมากในช่วง ร้อยละ 70.10-71.40 และหากพิจารณาด้านภาพลักษณ์ที่มีแนวโน้มคะแนนทางลบมากกว่าภาพลักษณ์ด้านอื่นโดยเปรียบเทียบ คือ ด้านความโดดเด่น/แตกต่าง (6.97 คะแนน (ร้อยละ 69.70)) และด้านความน่าตื่นเต้น/น่าสนใจ (6.82 คะแนน (ร้อยละ 68.20)) ซึ่งผลการประเมินแสดงให้เห็นว่าการนำเสนอเนื้อหาผ่านรายการและช่องทางต่างๆ ของไทยพีบีเอสในภาพรวมยังคงมีจุดเน้นที่ต้องพัฒนาในด้านรูปแบบการนำเสนอที่น่าสนใจและน่าติดตาม เพื่อสร้างให้รายการมีความโดดเด่นและแตกต่างจากสื่ออื่นๆ มากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ หากสามารถพัฒนาในจุดดังกล่าวได้จะสามารถเพิ่มจำนวนผู้รับชมกลุ่มเป้าหมายให้เข้ามาติดตามรายการที่มีสาระประโยชน์ของไทยพีบีเอสได้มากยิ่งขึ้น

ภาพที่ 27 การประเมินภาพลักษณ์ของไทยพีบีเอสในทัศนะของผู้ชม/ผู้ฟังรายการ



ที่มา: จากการสำรวจ

ปัญหาและข้อเสนอแนะ

ปัญหาที่พบจากการติดตามไทยพีบีเอสในภาพรวม พบว่า การนำเสนอเนื้อหาที่มีสาระดีแต่ขาดความน่าติดตาม การดำเนินรายการขาดความทันสมัย และการนำเสนอเนื้อหาข่าวซ้ำเดิมในแต่ละช่วงรายการข่าว ขาดความแตกต่างและสร้างสรรค์ ขาดการประชาสัมพันธ์ไทยพีบีเอสอย่างกว้างขวางและทั่วถึง

ทั้งนี้ ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อไทยพีบีเอสในปี 2563 ในระดับมาก (7.00 คะแนน) โดยประเด็นที่มีความพึงพอใจมากที่สุดในด้านการเป็นสื่อที่มีความน่าเชื่อถือ เป็นกลาง และวางใจได้ พร้อมทั้ง การนำเสนอที่มุ่งเน้นการมีส่วนร่วมของประชาชนจากรายการต่างๆ