



พฤติกรรมกา​ร​เปิด​รับ​และ​ความ​พึง​พอใจ​ต่อ​ราย​การ​ติ​สึบ​เด​ย​
ทาง​ส​ถา​นึ​โทร​ทั​ศ​นั​ไทย​ทึ​วึ​สึ​ช่อ​ง 3

โดย

นาง​สาว​พึ​ม​พึ​แะ​ ศรี​เจ​ริ​ญ

การ​คั​น​ควา​อึ​ส​ระ​นึ​เป็น​ส่ว​น​หนึ​ง​ของ​การ​ศึ​ก​ษา​ตาม​หลั​ก​สู​ตร
วาร​ส​าร​ศาส​ตร​ม​หา​บั​ณ​ฑึ​ต
สา​ข​า​วึ​ชา​การ​บรึ​หาร​สึ​อ​ส​าร​ม​ว​ล​ชน
คณ​ะ​วาร​ส​าร​ศาส​ตร​และ​สึ​อ​ส​าร​ม​ว​ล​ชน ม​หา​วึ​ทย​าลั​ย​ธ​ร​ม​ศาส​ตรึ
ปี​การ​ศึ​ก​ษา 2559
ลึ​ข​สึ​ทึ​ธึ​ของ​ม​หา​วึ​ทย​าลั​ย​ธ​ร​ม​ศาส​ตรึ

พฤติกรรมกาเปิดรับและความพึงพอใจต่อรายการทีลืบเดย์
ทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวี่ลีช่อง 3

โดย

นางสาวพิมพ์แะ ศรีเจริญ



การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
วารสารศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการบริหารสื่อสารมวลชน
คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ปีการศึกษา 2559
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์



AUDIENCE'S VIEWING BEHAVIOR AND SATISFACTION OF
AT TEN DAY TELEVISION PROGRAM ON CHANNEL 3

BY

MISS PIMKHAE SRICHAROEN



AN INDEPENDENT STUDY SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF
THE REQUIREMENTS FOR THE DEGREE OF MASTER OF ARTS
PROGRAM IN MASS COMMUNICATION ADMINISTRATION
FACULTY OF JOURNALISM AND MASS COMMUNICATION
THAMMASAT UNIVERSITY
ACADEMIC YEAR 2016
COPYRIGHT OF THAMMASAT UNIVERSITY

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน

การค้นคว้าอิสระ

ของ

นางสาวพิมพ์แข ศรีเจริญ

เรื่อง

พฤติกรรมการเปิดรับและความพึงพอใจต่อรายการตีสิบเคย์
ทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติ ให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
วารสารศาสตรมหาบัณฑิต (การบริหารสื่อสารมวลชน)

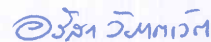
เมื่อ วันที่ 13 ตุลาคม พ.ศ. 2559

ประธานกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ



(อาจารย์ ดร.โมไนยพล ผนเวช)

กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ



(อาจารย์ ดร.อริสรา วิภาตะวัต)

กรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ



(อาจารย์ ดร.พิรยุทธ โอระพันธ์)

คณบดี



(รองศาสตราจารย์พรทิพย์ สัมปัตตะวนิช)

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	พฤติกรรมการเปิดรับและความพึงพอใจต่อรายการ ดีสิบเดีย ทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3
ชื่อผู้เขียน	นางสาวพิมพ์แข ศรีเจริญ
ชื่อปริญญา	วารสารศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชา/คณะ/มหาวิทยาลัย	การบริหารสื่อสารมวลชน วารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ	อาจารย์ ดร. อริสรา วิภาตะวัต
ปีการศึกษา	2559

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมการเปิดรับและความพึงพอใจต่อรายการดีสิบเดีย ทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการดีสิบเดีย ความพึงพอใจต่อรายการดีสิบเดียความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรกับพฤติกรรมการเปิดรับชม รายการดีสิบเดีย ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับชมกับความพึงพอใจต่อรายการดีสิบเดีย ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร

รูปแบบการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ด้วยการใช้แบบสอบถามแบบเก็บข้อมูลเพียงครั้งเดียว (Cross-Sectional Study) เป็นเครื่องมือ ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้กรอกข้อมูลตอบแบบสอบถามด้วยตนเอง (Self-Administration) โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างของการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่าง แบบบังเอิญ (Accidental Sampling) เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างตามที่ผู้วิจัยต้องการโดยแบ่งขั้นตอน การดำเนินงานดังนี้รวมทั้งสิ้น 200 ชุด โดยการแจกแบบสอบถามให้บริเวณชุมชนและสถานที่ต่าง ๆ เช่น สถานีรถไฟฟ้า สถานที่ทำงาน สถาบันการศึกษา ที่พักอาศัย ห้างสรรพสินค้า เป็นต้น ประชากรใน งานวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ชมรายการดีสิบเดีย ที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปี ขึ้นไปและอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และเป็นผู้เคยรับชมรายการดีสิบเดีย ทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 และช่อง 33HD

หลังจากเก็บรวบรวมข้อมูลเรียบร้อยแล้ว ผู้ศึกษาได้ทำการตรวจสอบความสมบูรณ์และ ความถูกต้องของแบบสอบถามและดำเนินการโดยประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS โดยผู้วิจัย ใช้สถิติ 2 ประเภท ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ได้แก่ จำนวน (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ในการนำเสนออธิบายลักษณะทาง ประชากรของกลุ่มตัวอย่าง พฤติกรรมการเปิดรับชมและความพึงพอใจในการรับชมรายการดีสิบเดีย

และสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ได้แก่ การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย (Independent Sample t-test), การวิเคราะห์ความแปรปรวนจำแนกทางเดียว (One-way ANOVA) และการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient)

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุระหว่าง 15-24 ปี มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานเอกชน/ธนาคาร และมีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 15,000 บาท โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการทีเส็บเดีย์ ดังนี้ มีความถี่ในการรับชมรายการทีเส็บเดีย์ 2 ครั้งต่อหนึ่งเดือน ใช้เวลาในการรับชมรายการทีเส็บเดีย์ ในหนึ่งครั้งน้อยกว่าครึ่งรายการ (ประมาณ 30 นาที) และมีลักษณะในการรับชมรายการแบบเปลี่ยนช่องอื่นเมื่อมีโฆษณา

โดยผลความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการทีเส็บเดีย์แบ่งออกเป็น 5 ข้อ ตามลำดับ ดังนี้ ความพึง ความพึงพอใจต่อพิธีกร ความพึงพอใจต่อแขกรับเชิญ ความพึงพอใจต่อบรรยากาศในรายการ และความพึงพอใจต่อรูปแบบการนำเสนอรายการ และลำดับสุดท้ายคือ ความพึงพอใจต่อเนื้อหารายการ โดยสรุปกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อรายการทีเส็บเดีย์ในระดับมาก

โดยความสัมพันธ์ของพฤติกรรมการเปิดรับของผู้ชมรายการทีเส็บเดีย์ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อรายการทีเส็บเดีย์เป็นความสัมพันธ์ทางลบทั้งหมด

คำสำคัญ: พฤติกรรมการเปิดรับ, ความพึงพอใจ, รายการทีเส็บเดีย์

Independent Study Title	AUDIENCE'S VIEWING BEHAVIOR AND SATISFACTION OF AT TEN DAY TELEVISION PROGRAM ON CHANNEL 3
Author	Miss Pimkhae Sricharoen
Degree	Master of Arts
Department/Faculty/University	Mass Communication Administration Journalism and Mass Communication Thammasat University
Independent Study Advisor	Arisara Vipatawat, Ph.D.
Academic Year	2016

ABSTRACT

The Study about Audience's Viewing Behavior and Satisfaction of AT TEN DAY Television Program on Channel 3 and the objective of the study was to study the exposure behaviors of audiences of AT TEN DAY television program and study the satisfaction of audiences toward this television program . Study to relationship between demographic characteristics and audience's viewing behavior and also study to the relationship between audience's viewing behavior and satisfaction of AT TEN DAY program on channel 3 and 33HD of audiences in Bangkok metropolis.

This research is quantitative research, survey research the method for collected data, Self-Administered questionnaire and cross-sectional study by which the respondent complete the data by themselves. The sample selected through 200 people for this research was accidental sampling

The sample aged 15 years and over who was watching AT TEN DAY program on television and live in Bangkok metropolis.

The results of research found that:

The majority are female than male. Aged between 15-24 years with low Bachelor's career employees and monthly income not exceeding 15,000 Thai baht.

The majority of samples viewing behavior are watching AT TEN DAY 2 times per month, and the duration time that majority samples use with this program

is half of program (around 30 minutes per session) and change the channel when advertising.

The result of satisfaction of audience to AT TEN DAY program divided into 5 sides

The majority of samples group satisfied by watching AT TEN DAY as a whole at a high level. When it was found that classification.

The subjects were satisfaction with the moderator of AT TEN DAY and the second was satisfaction with the guest then satisfaction with the atmosphere and entry forms. The lowest satisfaction is content.

The relationship of behavior to audiences of AT TEN DAY was statistically significant at 0.05 level. Correlated with satisfaction of AT TEN DAY is all negative relationship.

Keywords: Audience's Viewing Behavior, Satisfaction, AT TEN DAY television program

กิตติกรรมประกาศ

ตลอดระยะเวลา 2 ปี ที่ผ่านมามาจนถึงวันแห่งความสำเร็จนี้ ผู้วิจัยรู้สึกขอบพระคุณทุกท่านที่เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้การค้นคว้าอิสระฉบับนี้สำเร็จลงอย่างสมบูรณ์ ขอขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านที่ประสิทธิ์ประสาทวิชาให้แก่ข้าพเจ้า ขอขอบพระคุณ อาจารย์ ดร. โมไนยพล รัตนเวช ที่กรุณารับเป็นประธานกรรมการ ขอขอบพระคุณ อาจารย์ ดร. พิรุณ ฮอร์พันธ์ ที่กรุณารับเป็นกรรมการ เสียสละเวลาให้คำแนะนำ ปรับปรุง และแก้ไข ให้งานวิจัยนี้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ทั้งนี้ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งและขอบพระคุณเป็นอย่างยิ่ง

ขอขอบพระคุณ อาจารย์หมวยที่น่ารัก (อาจารย์ ดร. อริสรา วิภาตะวัต) ที่ให้ความเมตตาเป็นที่พักพิงให้แก่วิจัย ขอขอบพระคุณที่ให้ความกรุณาและเสียสละเวลาอันมีค่า คอยตรวจทานเนื้อหาอย่างละเอียด ให้คำแนะนำต่าง ๆ เอาใจใส่และคอยเป็นกำลังใจให้แก่ข้าพเจ้าและเพื่อน ๆ เสมอ

ขอบคุณพี่ ๆ เจ้าหน้าที่โครงการบัณฑิตศึกษาและเจ้าหน้าที่ห้องสมุด คณะวารสารศาสตร์ฯ ทุกท่าน ที่คอยช่วยเหลืออย่างเต็มใจและอำนวยความสะดวกในด้านต่าง ๆ ตลอดระยะเวลาการศึกษา

ขอบคุณเพื่อน ๆ พี่ ๆ น้อง ๆ ทุกคนที่เป็นกำลังใจและรับฟังในทุกครั้งที่เหนื่อยและท้อแท้ ขอขอบคุณพี่น้องแก๊งค์หูกหัวเหว่ย เพื่อน ๆ เกือบ ขอขอบคุณน้องส้มที่ไม่ทอดทิ้งพี่ น้องน้ำ และพี่เบลล์หัวหน้าแก๊งค์ดิงป่าไธย สำหรับมิตรภาพที่มีค่ายิ่ง ขอขอบคุณเพื่อนเบ๊ที่อยู่เคียงบ่าเคียงไหล่กันเสมอมา ขอขอบคุณผู้ดูแลสถานที่อยู่ข้าง ๆ กันตลอดและเป็นกำลังใจของหัวใจ

ขอขอบพระคุณบุพการีอันเป็นที่รักยิ่ง คุณแม่คมแข และคุณพ่อศรีศักดิ์ ศรีเจริญ ที่คอยถามไถ่และเป็นที่กำลังใจให้กันเรื่อย ๆ ตลอดมา ขอขอบคุณพ่อใหญ่ แม่ใหญ่บนสวรรค์ที่เลี้ยงดูหลานคนนี้ด้วยความเมตตาและความรัก หนูหวังว่าพ่อกับแม่คงจะมองลงมาและภูมิใจในตัวหลานสาวคนนี้ ขอขอบคุณธนาคารธนาชาต Flash Scholar ที่เล็งเห็นความสำคัญของการศึกษาและอนุมัติแก่ข้าพเจ้า

ความสำเร็จครั้งนี้ข้าพเจ้าขอมอบให้แก่ทุกท่านและขออัญวยพรให้ทุกท่านมีความสุขเสมอและตลอดไป โดยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า งานวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ได้บ้างไม่มากก็น้อย

นางสาวพิมพ์แข ศรีเจริญ

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	(1)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	(3)
กิตติกรรมประกาศ	(5)
สารบัญตาราง	(9)
สารบัญภาพ	(11)
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 ปัญหานำวิจัย	3
1.3 วัตถุประสงค์การวิจัย	4
1.4 สมมติฐานการวิจัย	4
1.5 ขอบเขตการวิจัย	4
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
1.7 นิยามศัพท์	5
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร	7
2.2 ทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับสาร	10
2.2 ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ	15
2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการจัดรายการวาไรตี้	20
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	23
2.6 กรอบแนวคิดในการศึกษา	25

บทที่ 3 วิธีการวิจัย	26
3.1 ประชากร	26
3.2 กลุ่มตัวอย่าง	26
3.3 การสุ่มกลุ่มตัวอย่าง	27
3.4 ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา	27
3.5 การทดสอบความเที่ยงตรงและเชื่อถือได้ของเครื่องมือ	27
3.6 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	28
3.7 การวิเคราะห์และการนำเสนอข้อมูล	30
3.8 การวัดค่าตัวแปรและเกณฑ์การให้คะแนนคำตอบ	30
3.9 การเก็บรวบรวมข้อมูล	34
3.10 การประมวลผลข้อมูล	34
3.11 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	34
บทที่ 4 ผลการวิจัย	36
4.1 ข้อมูลลักษณะทางประชากร	36
4.2 พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการทีลีสบเคย์	39
4.3 ความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการทีลีสบเคย์	42
4.4 ผลการทดสอบสมมติฐาน	53
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ	64
5.1 สรุปผลการศึกษา	65
5.1.1 ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง	65
5.1.2 พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการทีลีสบเคย์	65
5.1.3 ความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการทีลีสบเคย์	65
5.2 การทดสอบสมมติฐาน	67
5.3 การอภิปรายผล	69
5.3.1 ลักษณะทางประชากรของผู้ชมรายการทีลีสบเคย์ ที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการทีลีสบเคย์ แตกต่างกัน	69

	(8)
5.3.2 พฤติกรรมการเปิดรับของผู้ชมรายการทีสิบเดีย มีความสัมพันธ์กับ ความพึงพอใจต่อรายการทีสิบเดีย	70
5.4 ข้อเสนอแนะ	73
รายการอ้างอิง	74
ภาคผนวก	77
ประวัติผู้เขียน	83



สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4.1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ	36
4.2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ	37
4.3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา	37
4.4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ	38
4.5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ต่อเดือน	38
4.6 จำนวนและร้อยละของความถี่ในการรับชมรายการทีลีสบเดียในหนึ่งเดือน	39
4.7 จำนวนและร้อยละของเวลาในการรับชมรายการทีลีสบเดียแต่ละครั้ง	40
4.8 จำนวนและร้อยละของลักษณะในการรับชมรายการทีลีสบเดียแต่ละครั้ง	41
4.9 จำนวนและร้อยละของผู้ชมที่มีความพึงพอใจต่อเนื้อหารายการ ช่วงแพทซ่าฮาซะ	42
4.10 จำนวนและร้อยละของผู้ชมที่มีความพึงพอใจต่อเนื้อหารายการ ช่วงสนทนา	44
4.11 การจำนวนและร้อยละของผู้ชมที่มีความพึงพอใจต่อพิธีกร แพท ฌปภา	45
4.12 จำนวนและร้อยละของผู้ชมที่มีความพึงพอใจต่อพิธีกร วิทวัส สุนทรวิเนตร์	47
4.13 จำนวนและร้อยละของผู้ชมที่มีความพึงพอใจต่อพิธีกร ฝน ธนสุนทร	48
4.14 จำนวนและร้อยละของผู้ชมที่มีความพึงพอใจต่อแขกรับเชิญในรายการทีลีสบเดีย	50
4.15 จำนวนและร้อยละของผู้ชมที่มีความพึงพอใจต่อบรรยากาศในรายการ	51
4.16 จำนวนและร้อยละของผู้ชมที่มีความพึงพอใจต่อรูปแบบการนำเสนอรายการ	52
4.17 การเปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการทีลีสบเดียจำแนกตามเพศ	54
4.18 การวิเคราะห์ความแปรปรวนของพฤติกรรมเปิดรับชมรายการทีลีสบเดียจำแนกตามอายุ	55
4.19 การวิเคราะห์ความแปรปรวนของพฤติกรรมเปิดรับชมรายการทีลีสบเดีย จำแนกตามระดับการศึกษา	56
4.20 การเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการทีลีสบเดีย จำแนกตามระดับการศึกษา (ด้านเวลาที่ใช้ในการรับชม)	57
4.21 การเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการทีลีสบเดีย จำแนกตามอาชีพ	58
4.22 การวิเคราะห์ความแปรปรวนของพฤติกรรมเปิดรับชมรายการทีลีสบเดีย จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	59
4.23 แสดงค่าสหสัมพันธ์ระหว่างความถี่ในการเปิดรับชมรายการกับความพึงพอใจ ต่อรายการทีลีสบเดีย	60

4.24	แสดงค่าสหสัมพันธ์ระหว่างเวลาที่ใช้ในการเปิดรับชมรายการกับความพึงพอใจ ต่อรายการทีเส็บเดีย์	61
4.25	แสดงค่าสหสัมพันธ์ระหว่างลักษณะในการเปิดรับชมรายการกับความพึงพอใจ ต่อรายการทีเส็บเดีย์	62
5.1	แสดงผลการทดสอบสมมติฐานเรื่องลักษณะทางประชากรของผู้ชมรายการต่อ ความพึงพอใจในการรับชมรายการทีเส็บเดีย์	67
5.2	แสดงผลการทดสอบสมมติฐานเรื่องพฤติกรรมการเปิดรับของผู้ชมรายการทีเส็บเดีย์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อรายการทีเส็บเดีย์	68



สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 กระบวนการเลือกสรร 3 ชั้น	11
2.2 องค์ประกอบของการใช้ประโยชน์ของการได้รับความพึงพอใจ	16
2.3 กรอบแนวคิดในการศึกษา	25



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

สื่อโทรทัศน์เป็นสื่อมวลชนที่มีบทบาทสำคัญอย่างมากและได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย เพราะเป็นสื่อที่สร้างการรับรู้ได้ทั้งด้านภาพและเสียงในคราวเดียวกัน เป็นสื่อที่มีคุณสมบัติดึงดูดความสนใจของผู้ชมได้อย่างมากและรวดเร็ว ซึ่งคุณสมบัติดังกล่าวนี้สร้างมโนทัศน์จากการนำเสนอภาพที่เป็นจริงให้ผู้ชมได้เห็นด้วยตาของตนเองทั้งสิ้น ทำให้ผู้รับชมสามารถรับการถ่ายทอดทางประสบการณ์ ความรู้ ทศนคติ ด้วยคุณสมบัติข้างต้นจึงเป็นเหตุผลที่ทำให้สื่อโทรทัศน์นั้นมีบทบาทต่อชีวิตประจำวัน ในแทบทุกบ้านเรือน ต่างใช้โทรทัศน์เป็นสื่อในการรับรู้ข่าวสารและความบันเทิงต่าง ๆ

สื่อโทรทัศน์ทำหน้าที่เป็นวัฒนธรรมแบบมีสื่อเป็นตัวกลาง (Mass-Mediated Culture) ได้อย่างเยี่ยมยอด กล่าวคือ ผู้ที่รับชมโทรทัศน์นั้นไม่จำเป็นต้องรู้หนังสือก็สามารถรับชมโทรทัศน์ได้ แม้จะกล่าวว่า สื่อวิทยุทำหน้าที่นี้ได้เหมือนกัน แต่วิทยุก็ยังมีย่อจำกัดด้านภาพ อีกทั้งมีรายการโทรทัศน์มากมายให้ได้รับชมตลอดวัน สื่อโทรทัศน์ทำให้เรารับรู้ได้ทั้งภาพและเสียง เป็นสื่อที่นำเสนอข้อมูล ข่าวสารถึงที่พักอาศัยและที่สำคัญสามารถส่งสารไปยังผู้รับชมได้เป็นจำนวนมากในคราวเดียวกัน สื่อโทรทัศน์ยังได้รับการคาดหวังให้ดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพด้วยการเป็นกระบอกเสียงของคนทุกระดับชั้นในสังคม ดังนั้นสื่อโทรทัศน์จึงเป็นสื่อทางเลือกแรกที่บริษัทผู้ผลิตสินค้าอุปโภค บริโภคต่าง ๆ หมายปอง

การที่สื่อโทรทัศน์ได้รับการยอมรับและเป็นสื่อที่มีอิทธิพลต่อประชาชน แม้ว่าสื่อโทรทัศน์จะถูกนำมาเป็นเครื่องมือในการสื่อสาร แต่ก็ยังคงต้องคำนึงถึงบทบาทหน้าที่ และความรับผิดชอบ ของสื่อโทรทัศน์เช่นกัน โดยสื่อโทรทัศน์มีหน้าที่หลักที่สำคัญดังนี้ (อรทัย ศรีสันติสุข, 2529, น. 116)

หน้าที่ในการเสนอข่าวสาร: จากความต้องการที่ต้องมีผู้คอยเฝ้ายามคอยดูแลความปลอดภัยในการเฝ้าคอยดูแลเหตุการณ์ต่าง ๆ นั้น โทรทัศน์ต้องมีหน้าที่รายงานเหตุการณ์หรือส่งข่าวสารให้ผู้อื่นได้รับทราบด้วย

1. หน้าที่ในการเสนอความคิดเห็น: มนุษย์ต้องมีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ซึ่งโทรทัศน์สามารถตอบสนองความต้องการด้านนี้ได้เป็นอย่างดี

2. หน้าที่บริการบันเทิง: ความรื่นเริงบันเทิงใจ ความสนุกสนาน เป็นสิ่งที่ทุกคนแสวงหากันอย่างมาก เพื่อเป็นการพักผ่อนหย่อนใจจากการทำกิจกรรมต่าง ๆ ให้แก่ทุกคนในหลายรูปแบบ

3. หน้าที่บริการการศึกษา: โทรทัศน์จะทำหน้าที่ส่งเสริมความรู้และการศึกษา เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ศิลปวิทยาการต่าง ๆ ในการนำไปใช้ประกอบอาชีพและเพื่อการอยู่ดีมีสุข

แม้ว่าในปัจจุบันสื่อโทรทัศน์ของประเทศไทยได้ก้าวเข้าสู่ระบบดิจิทัล ไม่ได้จำกัดอยู่เพียงแค่ สามถึงสี่ช่องหลักฟรีทีวีเหมือนสมัยที่ยังเป็นระบบอนาล็อก ประชาชนหรือผู้รับสารนั้นมีความเลือกมากมายในการเลือกช่องเพื่อรับชมรายการโทรทัศน์ ทำให้ผู้ผลิตรายการต่าง ๆ ต้องเร่งพัฒนารายการให้มีคุณภาพ ที่มีเนื้อหาสาระ ทันสมัย และรูปแบบที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวเพื่อเป็นการดึงดูดผู้ชมให้สนใจต่อรายการของตน

รายการปิกนิกะบันเทิงหรือรายการวไรตี้โชว์ (variety show) เป็นรายการทางเลือกหลัก ๆ สำหรับการผลิตรายการในประเทศไทย รายการวไรตี้โชว์นั้นได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก เพราะเป็นรายการที่เหมาะสมสำหรับทุกเพศทุกวัย อีกทั้งเนื้อหาการรายการยังเน้นความสนุกสนานไม่เคร่งเครียด ซึ่งเหมาะและสอดคล้องกับวัฒนธรรมของคนไทยที่ชอบเรื่องสนุกสนานอยู่แล้ว ทำให้รายการประเภทนี้มีมากและยังคงเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง จนมากขึ้นและกลายเป็นความจำเจ จึงเป็นหน้าที่ของผู้ผลิตรายการที่จะต้องพัฒนารูปแบบรายการและเนื้อหาการนำเสนอที่แปลกใหม่ ทำให้เกิดการแข่งขันในการพัฒนาคุณภาพของรายการ เพื่อดึงดูดให้ผู้ชมสนใจและติดตามชมตลอดตั้งแต่ต้นจนจบรายการ

รายการตีสิบเคียว โดยบริษัท ทเวนตี ทเวนตี เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด ของ คุณวิฑูรย์ สุนทรวิเนตร์ เดิมรายการตีสิบ ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ทุกคืนวันอังคาร ช่วงเวลา 22.30-00.00 น. โดยเทปแรกออกอากาศในปี พ.ศ. 2540 รายการตีสิบนั้นเป็นรายการวไรตี้โชว์ยุคแรก ๆ ของประเทศไทยที่ได้รับความนิยมอย่างมากและต่อเนื่องเรื่อยมา จนปัจจุบันเป็นเวลาเกือบ 18 ปี ที่รายการตีสิบยังคงออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 แต่เมื่อระบบดิจิทัลเข้ามามีบทบาท ทำให้ช่อง 3 ได้ปรับผังรายการแทบทั้งหมดของช่อง และรายการตีสิบก็ถูกย้ายช่วงเวลามาเป็นช่วงเวลากลางวัน โดยใช้ชื่อใหม่ของรายการว่า ตีสิบเคียว ที่ยังคงความเป็นรายการวไรตี้โชว์ โดยรายการตีสิบเคียวนั้นออกอากาศครั้งแรก วันเสาร์ที่ 1 สิงหาคม พ.ศ. 2558 ทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 และในระบบดิจิทัลช่อง 33 (HD) โดยออกอากาศทุกวันเสาร์ เวลา 15.30-16.45 น. ภายหลังได้มีการเปลี่ยนแปลงเวลาออกอากาศเป็น เวลา 14.45-16.15 น. จนถึงปัจจุบัน รายการตีสิบเคียวมีพิธีกรหลัก 3 ท่าน ได้แก่ คุณวิฑูรย์ สุนทรวิเนตร์ ที่เป็นสัญลักษณ์ของรายการตีสิบ คุณฝน ธนสุนทร นักร้องสาวเสียงไพเราะขวัญใจแม่บ้านพ่อบ้านทั้งหลายเป็นตัวแทนของความเป็นชาวบ้านเข้าถึงได้ และเป็นกันเอง และคุณณปภา ตันตระกูล หรือแพท ณปภา นักแสดงสาวที่มีความเป็นธรรมชาติและสนุกสนาน โดยเวลา 90 นาที ของรายการตีสิบเคียวนั้น ประกอบด้วย 2 ช่วงหลัก โดยเวลาออกอากาศในแต่ละช่วงนั้น แบ่งช่วงละครึ่งของเวลาที่ได้ทั้งหมด หรือลดหลั่นกันไปตามความเหมาะสมของแต่ละเทป ได้แก่ 1. ช่วงแพทซ่าฮาซะ พิธีกรหลักคือ คุณแพท ณปภา นอกจากนี้ยังมีพิธีกรร่วมที่เข้า

มาช่วยสร้างสีสัน และเรียกเสียงหัวเราะจากผู้ชม ได้แก่ ชาร่า AF และยายแห้ว โดยเนื้อหาของรายการช่วงนี้จะเน้นความสนุกสนานแต่ก็จะสอดแทรกความรู้ และสาระประโยชน์ไว้ด้วย โดยแต่ละสัปดาห์จะพาดดาวเด่นจากต้นตำราหรือแม้แต่แขกรับเชิญที่มีชื่อเสียงได้แก่ ศิลปิน ดารา คนดังตามกระแส หมุนเวียนกันมาสร้างเสียงหัวเราะให้แก่ผู้ชม ร่วมสร้างความสนุกสนานอย่างเป็นกันเอง ไม่ว่าจะ เป็น ร้อง เล่น เต้น โชว์ เรียกได้ว่าเป็นความบันเทิงที่ครบรสอย่างแท้จริง 2. ช่วงสนทนา พิธีกรประจำช่วงนี้ได้แก่ คุณวิหวัธ และ คุณฝน ที่จะสัมภาษณ์แขกรับเชิญจากทางบ้าน ศิลปินดารา หรือคนดังที่กำลังเป็นกระแสอยู่ในขณะนั้น อย่างเจาะลึกแบบที่ไม่เคยทราบที่ไหนมาก่อน เกี่ยวกับเรื่องราวทั้งหมดของพวกเขา ที่จะสร้างความประทับใจ ความแปลกใหม่และอาจเป็นเรื่องราวที่สร้างแรงบันดาลใจให้แก่ผู้ชมได้

แม้จะมีการปรับโฉมรูปแบบรายการให้เป็นไปตามยุคตามสมัย แต่ก็ยังคงได้รับความนิยมอยู่แม้ว่าจะไม่ได้มากเท่าในสมัยก่อนเพราะมีรายการต่าง ๆ เกิดขึ้นและเข้ามาเป็นคู่แข่งบ้าง แต่รายการตีสิบเดย์นั้นก็ยังคงได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่องเรื่อยมา การเข้าสู่สนามการแข่งขันรายการในระบบดิจิทัลนั้น ทางผู้ผลิตรายการแม้ว่าจะถูกมองว่าเป็นผู้คร่ำหวอดในวงการผลิตรายการวไรตี้โชว์ กล่าวคือ บริษัท ทเวนตี้ ทเวนตี้ เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด ผู้ผลิตรายการตีสิบเดย์นั้นเป็นผู้ผลิตรายการวไรตี้มาอย่างยาวนาน แต่สำหรับช่วงวันและเวลาออกอากาศใหม่นั้น ได้เปรียบเสมือนสนามแข่งใหม่ และพวกเขากลายเป็นผู้เข้าแข่งขันมือใหม่สำหรับสนามนี้ กล่าวคือ ไม่ว่าจะ เป็นกลุ่มผู้ชมหรือแม้แต่ผู้สนับสนุนโฆษณา (sponsor) นั้นแน่นอนว่าเป็นคนละกลุ่มกับรายการตีสิบเดย์

จากเหตุผลที่กล่าวในข้างต้นแม้ว่ารายการตีสิบเดย์จะเป็นรายการวไรตี้ทอล์คโชว์ที่ออกอากาศมานานแต่เมื่อย้ายวันและเวลาในการออกอากาศแล้ว จะยังสามารถดึงดูดผู้ชมกลุ่มใหม่และรักษาฐานผู้ชมกลุ่มเดิมได้หรือไม่ อย่างไร ทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษา พฤติกรรมการเปิดรับและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการ “ตีสิบเดย์” ทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาไปพัฒนาและปรับปรุงรายการ ตลอดจนสร้างสรรค์รายการที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ชมได้อย่างตรงเป้าหมาย

1.2 ปัญหาวิจัย

1. ลักษณะทางประชากรของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครที่เปิดรับชมรายการตีสิบเดย์เป็นอย่างไร
2. ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครมีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการตีสิบเดย์อย่างไร
3. ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครมีความพึงพอใจต่อรายการตีสิบเดย์อย่างไร

4. พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการกับความพึงพอใจต่อรายการทีสิบเดีย มีความสัมพันธ์กันหรือไม่ อย่างไร

1.3 วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการทีสิบเดีย ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจต่อรายการทีสิบเดีย ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรกับพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการทีสิบเดียของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับชมกับความพึงพอใจต่อรายการทีสิบเดียของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร

1.4 สมมติฐานการวิจัย

1. ลักษณะทางประชากรของผู้ชมรายการทีสิบเดีย ที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการทีสิบเดีย แตกต่างกัน
2. พฤติกรรมการเปิดรับของผู้ชมรายการทีสิบเดีย มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อรายการทีสิบเดีย

1.5 ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับและความพึงพอใจต่อรายการทีสิบเดีย ทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของการศึกษาไว้ดังนี้

1. การวิจัยครั้งนี้ ใช้กลุ่มตัวอย่าง 200 คน และดำเนินการศึกษาในเชิงปริมาณโดยศึกษาเชิงสำรวจ (Survey Research) ด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยให้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ตอบแบบสอบถามด้วยตนเอง (Self-Administration Questionnaire)
2. การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาเฉพาะประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยเลือกเฉพาะผู้ที่เคยรับชมรายการ ทีสิบเดียทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 และช่อง 33 (HD) ในช่วงเวลาออกอากาศเท่านั้น โดยความถี่ในการรับชมเริ่มสำรวจตั้งแต่เคยรับชมเพียง 1 ครั้ง ในเวลา 2-3 เดือน ไปจนถึงรับชมทุกครั้งที่ออกอากาศ (4 ครั้งต่อเดือน)

3. การวิจัยครั้งนี้ใช้เวลาเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงเดือนมิถุนายน 2559 เป็นเวลา 1 เดือน

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อทราบถึงพฤติกรรมการเปิดรับของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการทีลิบเดย์
2. เพื่อทราบถึงความพึงพอใจของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการทีลิบเดย์
3. สามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษา มาพัฒนารูปการผลิตรายการให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ชม
4. เพื่อเป็นข้อมูลและแนวทางในการศึกษาสำหรับผู้ผลิตรายการโทรทัศน์อื่น ๆ และสามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาไปพัฒนาและปรับปรุงรายการตลอดจนนำไปสู่การสร้างสรรครายการที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ชมได้

1.7 นิยามศัพท์

1. **รายการวาไรตี้โชว์** หมายถึง รายการที่นำเสนอความหลากหลายของรูปแบบในแนวผสมผสาน เช่น มีทั้งรูปแบบการแสดงบนเวทีของผู้เข้าร่วมรายการ การแสดงแนวตลกซ้ำซ้อนของผู้เข้าร่วมรายการ การเปิดป้ายชิงรางวัลต่าง ๆ การสัมภาษณ์ผู้เข้าร่วมรายการเป็นต้น โดยรายการประเภทนี้จะไม่นับรูปแบบใดรูปแบบหนึ่งโดยเฉพาะ
2. **รายการทีลิบเดย์** หมายถึง รายการแนวปกิณกะบันเทิง ที่มุ่งเน้นให้ความบันเทิงและสอดแทรกสาระความรู้ที่ทันสมัยให้กับผู้ชม ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 และ ช่อง 33 (HD) ทุกวันเสาร์ เวลา 14.45-16.15 น.
3. **ลักษณะทางประชากร** หมายถึง ลักษณะของผู้ชมรายการทีลิบเดย์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้
4. **ผู้ชมรายการทีลิบเดย์** หมายถึง ประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครที่เปิดรับชมรายการทีลิบเดย์ ทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 และ ช่อง 33 (HD)
5. **พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการทีลิบเดย์** หมายถึง ความถี่ในการเปิดรับชมรายการ (จำนวนครั้งต่อเดือน) ระยะเวลาในการเปิดรับชมรายการ (เวลาที่เปิดรับชมรายการในแต่ละครั้ง) และลักษณะในการเปิดชมรายการ

6. ความพึงพอใจต่อรายการตีสิบเดีย หมายถึง ความรู้สึกที่ได้รับการตอบสนองความต้องการของผู้ชมในการรับชมรายการตีสิบเดีย ทั้งในด้านเนื้อหารายการและวิธีการนำเสนอรายการ ได้แก่ ความพึงพอใจต่อพิธีกร แขกรับเชิญและผู้ร่วมรายการ บรรยายกาศในรายการ และรูปแบบการนำเสนอรายการ



บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษางานวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับและความพึงพอใจต่อรายการทีวีสปีด ทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ผู้วิจัยได้นำแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาใช้เป็น แนวทางการศึกษา ดังนี้ คือ

1. แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร
2. ทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับสาร
3. ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ
4. แนวคิดในการจัดรายการวาไรตี้
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร

แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรนั้นเชื่อว่า ประชากรที่มีลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกันย่อมมีพฤติกรรมที่ต่างกัน สำหรับการสื่อสารที่ถือเป็นพฤติกรรมหลักและสำคัญของมนุษย์ มนุษย์ที่มีคุณสมบัติทางประชากรศาสตร์แตกต่างกันย่อมมีการสื่อสารที่แตกต่างออกไป ไม่ว่าจะเป็นในรูปแบบของการดำเนินชีวิต หรือแม้แต่กิจกรรมที่ทำ การสื่อสารนั้นไม่ได้กล่าวถึงแค่การเลือกใช้ถ้อยคำในการพูดจาสื่อสารเพียงเท่านั้น แต่หมายรวมถึงการเลือกใช้ภาษากายหรือที่เรียกว่าวัจนภาษาก็เช่นกัน หรือแม้แต่การเลือกเปิดรับสื่อก็ตามลักษณะทางประชากรจึงเป็นสิ่งสำคัญในการแบ่งประชาชนออกเป็นกลุ่มย่อย ๆ เพื่อง่ายต่อการศึกษา ซึ่งลักษณะทางประชากรนั้น ได้แก่ (ปรมะ สตะเวทิน, 2546, น. 106)

1. เพศ (Sex)

เพศหญิงและเพศชาย นอกจากจะมีความแตกต่างกันตามลักษณะทางกายภาพแล้ว เรื่องความคิด ทัศนคติ ค่านิยมก็มีความแตกต่างกัน สืบเนื่องจากกรอบของวัฒนธรรมและสังคม ตั้งแต่สมัยก่อนที่กำหนดค่าและบทบาทของเพศสภาพไว้แตกต่างกัน การวิจัยทางจิตวิทยาต่าง ๆ แสดงให้เห็นว่า ผู้หญิงและผู้ชายมีความแตกต่างกันหลายด้าน ไม่ว่าจะเป็นด้านความคิด ค่านิยมและทัศนคติ ดังที่กล่าวไปข้างต้น

ทำให้ผู้หญิงถูกกำหนดให้ดูจิตใจอ่อนไหวหรือเจ้าอารมณ์ (emotional) โอนอ่อนผ่อนตาม (submissive) และเป็นแม่บ้านแม่เรือน (home-oriented) และมักถูกชักจูงได้ง่ายกว่า

ผู้ชาย ในขณะที่ผู้ชายมักใช้เหตุผลและจดจำข่าวสารต่าง ๆ ได้ดีกว่าและมากกว่าผู้หญิง (ปรมะ สตะเวทิน, 2546, น. 114)

สิ่งเหล่านี้ถูกหล่อหลอมจนกลายเป็นความเคยชินและเป็นตรากำหนดว่าเพศหญิงมีความอ่อนไหวมากกว่าเพศชายในแทบทุกด้าน สำหรับสังคมไทยเพศชายถูกยกให้เป็นผู้นำ แม้ว่าปัจจุบันเรื่องของความเท่าเทียมระหว่างเพศได้ถูกยอมรับอย่างแพร่หลาย แต่ในรากของวัฒนธรรมไทยเพศชายยังคงถูกยกย่องเหนือกว่าเพศหญิงเสมอ เพศชายถูกยกย่องให้มีภาวะผู้นำ ใช้เหตุผลมากกว่าอารมณ์ และไม่ถูกชักจูงโดยง่าย ในแง่ของสื่อสารมวลชนพบว่า เพศหญิงชอบชมโทรทัศน์มากกว่าเพศชาย และเพศหญิงนิยมดูรายการบันเทิง ในขณะที่เพศชายชอบดูข่าว ส่วนในด้านกิจกรรมที่กระทำนั้นเนื่องจากผู้หญิงมีเวลาอยู่บ้านมากกว่าผู้ชายที่ส่วนใหญ่มักออกไปทำงาน ทำให้ผู้หญิงมีเวลาในการเปิดรับสื่อมากกว่า สามารถที่จะรับฟังรายการวิทยุได้มากกว่า แต่มักจะใช้เพื่อความผ่อนคลายหรือเพื่อฟังสาระความรู้ต่าง ๆ ที่สอดแทรกในรายการ ในขณะที่ผู้ชายมีเวลารับฟังน้อยกว่าก็มักจะเลือกฟังรายการที่มีเนื้อหาข่าวที่หนัก เช่น ข่าวสารด้านการเมือง ด้านเศรษฐกิจหรือด้านกีฬา เป็นต้น ในด้านความแตกต่างของพฤติกรรมการสื่อสารพบว่า ผู้หญิงมีแนวโน้มและมีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารมากกว่า ในขณะที่ผู้ชายต้องการที่จะส่งและรับสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นไปพร้อม ๆ กับการรับและส่งข่าวสารนั้นด้วย

2. อายุ (Age)

อายุของผู้รับสารเป็นลักษณะสำคัญอีกประการหนึ่งที่ทำให้สามารถวิเคราะห์ผู้รับสารได้ และยังเป็นปัจจัยอันดับต้น ๆ ที่เป็นตัวแปรทำให้มนุษย์มีความแตกต่างกันทั้งในด้านความคิด ทัศนคติ หรือแม้แต่พฤติกรรม อายุเป็นตัวกำหนดความแตกต่างในด้านความคิดและพฤติกรรม รวมถึงเป็นตัวกำหนดระดับของความยากและง่ายในการชักจูงใจด้วย โดยคนมีอายุน้อยมักจะมีความคิดเสรีนิยม ยึดถืออุดมการณ์ ใจร้อน และมองโลกในแง่ดี มากกว่าคนที่มีความอายุมาก ในขณะที่คนที่มีความอายุมากจะมีความคิดอนุรักษนิยม ยึดถือการปฏิบัติ ระมัดระวังและมองโลกในแง่ร้ายมากกว่า และคนที่มีความอายุมากกว่าโอกาสที่จะ ถูกจูงใจและเปลี่ยนใจน้อยลง เนื่องจากผู้ที่อายุมากกว่านั้น มีประสบการณ์ชีวิตและเคยผ่านปัญหาต่าง ๆ มามากกว่าผู้ที่มีความอายุน้อย จึงทำให้ลักษณะของการเปิดรับสื่อมวลชนแตกต่างกัน โดยคนที่มีความอายุมากมักจะเปิดรับสื่อมวลชนเพื่อแสวงหาข่าวสารหนัก ๆ มากกว่าเพื่อความบันเทิง อาทิ คนที่มีความอายุมากมักจะฟังหรือรับชมรายการหนัก ๆ เช่น ข่าวอภิปรายปัญหาทางสังคมมากกว่ารายการเพื่อความบันเทิง ซึ่งแตกต่างจากกลุ่มที่มีความอายุน้อยจะแสวงหาความบันเทิงมากกว่า (ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2534, น. 55)

3. สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ (Socio-economic Status)

สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ หมายถึง อาชีพ (occupation) รายได้ (income) เชื้อชาติและชาติพันธุ์ (race and ethnic group) ตลอดจนภูมิหลังของครอบครัว (family background)

ซึ่งสถานะเหล่านี้ทำให้มนุษย์มีวัฒนธรรม ประสบการณ์ ทักษะคิด ค่านิยมรวมไปถึงเป้าหมายในชีวิตที่ต่างกัน รายได้ตลอดจนเชื้อชาติมีบทบาทสำคัญต่อผู้รับสาร เนื่องจากรายได้นั้นเป็นเครื่องกำหนดความต้องการตลอดจนกำหนดความคิดเกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ และพฤติกรรมต่าง ๆ ด้วย คนที่มีฐานะดีหรือมีรายได้สูง มักจะเป็นผู้ที่มีการศึกษาสูง และมีตำแหน่งการงานที่ดี ดังนั้นจึงมักถูกผลักดันให้จำเป็นต้องเรียนรู้ รับรู้สื่อเพื่อหาข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ เพื่อให้ทันต่อเหตุการณ์อยู่เสมอ (ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2534, น. 55) และมักใช้สื่อสารมวลชนมากกว่าผู้ที่มิรายได้ต่ำพวกเขา มักใช้สื่อมวลชนเพื่อแสวงหาข่าวสารหนักสำหรับนำไปใช้ประโยชน์ในโอกาสต่อไป เช่น การอ่านบทบรรณาธิการ ฟังหรือดูข่าวสารบ้านเมือง ปัญหาสังคมและเศรษฐกิจ อาชีพที่แตกต่างกัน ย่อมทำให้แนวคิด การมองโลก รวมไปถึงอุดมการณ์ และค่านิยมแตกต่างกัน คนต่างเชื้อชาติกันย่อมมีวัฒนธรรมย่อยของแต่ละเชื้อชาติที่คอยกำกับค่านิยม ทักษะคิด ความคิด และพฤติกรรมของคนในเชื้อชาติที่แตกต่างกันออกไป (Burgoon, 1974, pp. 58-59, อ้างถึงใน ประมว สตะเวทิน, 2546, น. 107)

4. การศึกษา (Education)

การศึกษาเป็นตัวแปรสำคัญอีกประการหนึ่งที่ส่งผลต่อความรู้สึกรู้จักคิด ทักษะคิด ค่านิยม อุดมการณ์ รวมไปถึงความต้องการในด้านต่าง ๆ สมร ทองดี (2532, น. 229, อ้างถึงใน กนิษฐา ขาวนอก, 2550, น. 35) กล่าวว่า การได้รับการศึกษาที่ต่างกันไม่ว่าจะเป็น ยุคสมัย สังคม ระดับ การศึกษารวมไปถึงระบบการศึกษา ทุกอย่างที่แตกต่างกันก่อให้เกิดเป็นบุคคลที่มีบุคลิกภาพหนึ่ง ๆ ก็ย่อมไปในทิศทางที่แตกต่างกัน จึงทำให้การศึกษาเป็นบรรทัดฐานและเป็นตัวกำหนดกระบวนการในการเลือกสรร (Selective Process) ดังนั้นจึงทำให้คนที่มีการศึกษาที่สูงมีโอกาสได้รับข้อมูลข่าวสารได้มากกว่า กล่าวคือ คนเหล่านั้นมีความรู้ที่กว้างขวางเพราะได้รับข้อมูลกว้างกว่า และเขาเหล่านั้นก็มีโอกาสที่จะเป็นผู้รับสารที่ดี ในแง่ของด้านการสื่อสารมวลชน ผู้ที่มีการศึกษาสูงกว่ามีทางเลือกในการเลือกใช้สื่อได้มากกว่าผู้ที่มีการศึกษาน้อยกว่า พวกเขา มักใช้สื่อสิ่งพิมพ์ แต่หากมีเวลามากพอ พวกเขาเหล่านั้นก็เลือกใช้สื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุและสื่อภาพยนตร์เช่นกัน ในขณะที่คนที่มีการศึกษาน้อยกว่ามักเลือกใช้สื่อวิทยุ หรือสื่อโทรทัศน์และสื่อภาพยนตร์แทน (ประมว สตะเวทิน, 2546, น. 108)

ความแตกต่างระหว่างปัจเจกบุคคลนั้น มีหลายปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลให้เกิดเป็นความแตกต่างนี้ขึ้น ประเด็นความแตกต่างทางสังคม (Social Differentiation) ของผู้รับสารในกลุ่มประชากรเดียวกันถูกนำมาพิจารณาร่วมด้วย กล่าวคือ ถึงแม้คุณสมบัติที่มองเห็นจากภายนอกของผู้รับสารจะใกล้เคียงกัน แต่โครงสร้างภายใน (Internal Structure) อาทิ ทักษะคิด ความเชื่อ ประสบการณ์ สภาวะทางอารมณ์และจิตใจ ที่แตกต่างกันก็ย่อมส่งผลโดยตรง หรือทางอ้อมจากอิทธิพลของสื่อมวลชน ดังนั้นการเลือกใช้สื่อที่แตกต่างกันของผู้รับสารอาจเป็นผลมาจากสาเหตุของความแตกต่างกันของโครงสร้างภายในของผู้รับสารก็ได้ (ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2534, น. 55)

สรุปคือ ความแตกต่างในด้านคุณสมบัติทางประชากรของแต่ละบุคคล ไม่ว่าจะเป็น เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ ทุกปัจจัยล้วนส่งผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับสื่อทางประชากรที่แตกต่างกันออกไป ดังนั้นในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงเลือกตัวแปรทางประชากรข้างต้นมาศึกษาเพื่อใช้ในการศึกษาคุณลักษณะทางประชากรของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครที่เปิดรับชมรายการทีเส็บเดีย

2.2 ทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับสาร

ในชีวิตประจำวันของมนุษย์จำเป็นต้องมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร เพื่อการสื่อสารและรับรู้ในเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในแต่ละวันอีกทั้งเป็นการแลกเปลี่ยนข่าวสารและประสบการณ์ต่าง ๆ ซึ่งกันและกันนั้นจึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่ง บุคคลที่เปิดรับข่าวสารมากย่อมมีวิสัยทัศน์ มีความรู้ ความเข้าใจต่อสิ่งแวดล้อมและทันเหตุการณ์มากกว่าผู้ที่เปิดรับข่าวสารน้อย อัทคิน (Atkin, 1973, p. 208) อธิบายว่าอิทธิพลของสื่อจะมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับผู้รับสาร ทั้งนี้ผู้รับสารมีสิทธิในการเลือกรับสารว่าจะเปิดรับมากน้อยเพียงใด นอกจากนี้ความสามารถในการตีความตลอดจนการจดจำ รวมถึงการตอบสนองต่อข่าวสารนั้น ๆ ย่อมไม่เท่ากันและแตกต่างกันออกไปในแต่ละคน โรเจอร์ และ สเวนนิ่ง (Roger & Svenning, 1969, อ้างถึงใน พิระ จิระโสภณ, 2540, น. 636) ได้อธิบายว่า สื่อมวลชนครอบคลุมถึงสื่อ 5 ประเภท คือ หนังสือพิมพ์ ภาพยนตร์ วิทยุ นิตยสาร และโทรทัศน์ เหตุนี้ด้วยดัชนีวัดการเปิดรับสื่อมวลชนในความหมาย จึงต้องประกอบด้วย จำนวนรายการโทรทัศน์ที่รับชมต่อวันในสัปดาห์ รายการวิทยุที่รับฟังต่อวันในสัปดาห์ การอ่านหนังสือพิมพ์ต่อวันในสัปดาห์ ภาพยนตร์ที่ดูต่อเดือนในแต่ละปีและอื่น ๆ การเปิดรับสื่อใด ๆ นั่นคือ ความบ่อยครั้งในการเปิดรับ ระยะเวลา รวมถึงจำนวนสื่อในการเปิดรับด้วย

ซึ่งจากการทำวิจัยเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อนั้นได้ใช้ มาตรวัดของลิเคิร์ต (Likert Scale) เป็นตัววัดความถี่ที่ผู้รับสารได้รับ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนคำตอบดังนี้

ระดับการมีส่วนร่วมมากที่สุด	ให้	5 คะแนน
ระดับการมีส่วนร่วมมาก	ให้	4 คะแนน
ระดับการมีส่วนร่วมมากปานกลาง	ให้	3 คะแนน
ระดับการมีส่วนร่วมมากน้อย	ให้	2 คะแนน
ระดับการมีส่วนร่วมน้อยที่สุด	ให้	1 คะแนน

โดยมีเกณฑ์การแปลความหมายเพื่อใช้ในการทำเครื่องมือการเก็บข้อมูลโดยแบบสอบถาม ในหัวข้อ พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการทีเส็บเดีย ด้านความถี่ในการรับชมรายการ ในรอบ 1 เดือน ดังต่อไปนี้

รับชมทุกครั้ง (4 ครั้งต่อเดือน)	= 5 คะแนน
รับชมบ่อย ๆ (3 ครั้ง ต่อเดือน)	= 4 คะแนน
รับชมบ้าง (2 ครั้ง ต่อเดือน)	= 3 คะแนน
ไม่ค่อยรับชม (1 ครั้ง ต่อเดือน)	= 2 คะแนน
แทบจะไม่รับชมเลย (1 ครั้ง ต่อ 2-3 เดือน)	= 1 คะแนน

ปัจจัยการสื่อสารที่มักถูกนำมาเป็นกรอบกำหนดความล้มเหลวของการสื่อสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร คือ กระบวนการเลือกรับข่าวสาร (Selective Processes) ผู้รับสารแต่ละบุคคลนั้นมีกระบวนการเลือกรับรู้ข่าวสารในรูปแบบที่แตกต่างกันไปตามความรู้สึก ความต้องการ ความเชื่อทัศนคติ ตลอดจนประสบการณ์ในชีวิต จึงไม่สามารถยืนยันได้ว่าสารที่ถูกส่งออกไปนั้นจะประสบความสำเร็จ และบรรลุเป้าหมาย แม้ว่าสารนั้น ๆ หรือผู้ส่งสาร จะมีประสิทธิภาพมากเพียงใดก็ตาม

กระบวนการเลือกรับข่าวสาร (Selective Processes) เปรียบเสมือนเครื่องกรอง (Filters) ข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์ เป็นกระบวนการของพฤติกรรมที่ทำให้เกิดการเปิดรับสารที่มีความสอดคล้อง ต่อเนื่องและเชื่อมโยงกัน ซึ่งประกอบไปด้วยการกลั่นกรอง 3 ชั้น (พีระ จิโรโสภณ, 2529, น. 636-640) ดังนี้



ภาพที่ 2.1 กระบวนการเลือกสรร 3 ชั้น

1. การเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจ (Selective Exposure or Selective Attention) เป็นกระบวนการกลั่นกรองขั้นแรก คือ แนวโน้มที่ผู้รับสารจะเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่ง โดยธรรมชาติของมนุษย์มักจะสนใจในสิ่งที่สอดคล้องและสนับสนุนกับความคิดทัศนคติของตน และต่อต้านหรือเลี่ยงที่จะรับข่าวสารใด ที่ขัดแย้ง ไม่สนองตอบและไม่สอดคล้องกับ

ทัศนคติเดิมที่มีอยู่ หากได้รับข่าวสารนั้น ๆ จะก่อให้เกิดภาวะ ที่เรียกว่า “Cognitive Dissonance” คือ ภาวะทางจิตใจที่ทำให้ไม่พึงพอใจ ไม่สบายใจหรือไม่มีความสุขนั่นเอง นอกจากทัศนคติที่เป็นตัวกำหนดในการเลือกเปิดรับหรือสนใจข่าวสารแล้ว ปัจจัยต่าง ๆ ในด้านอื่น ๆ ก็ยังสามารถเป็นตัวกำหนดได้เช่นกัน ไม่ว่าจะเป็นปัจจัยทางด้านสังคม ทางด้านจิตใจ รวมถึงลักษณะเฉพาะส่วนบุคคล เช่น สถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจ ได้แก่ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีปัจจัยด้าน ศาสนา ความเชื่อ อุดมการณ์ วัฒนธรรมประเพณีรวมถึงประสบการณ์ชีวิต เป็นต้น

2. การเลือกรับรู้หรือตีความ (Selective Perception or Selective Interpretation) ถือเป็นกระบวนการกลั่นกรองขั้นต่อมา เมื่อบุคคลเลือกเปิดรับหรือสนใจข่าวสารจากแหล่งหนึ่งแหล่งใดแล้ว ก็ยังมีปัจจัยด้านต่าง ๆ ที่เป็นตัวกำหนดว่า บุคคลนั้น ๆ จะสามารถรับรู้หรือตีความหมายของข่าวสารนั้นได้มากหรือน้อย หรือตรงตามเป้าประสงค์ของผู้ส่งสารหรือไม่ ทั้งนี้ความหมายของสารนั้น ๆ ไม่ได้ขึ้นอยู่กับผู้ส่งสาร ตัวอักษร หรือแม่แต่รูปภาพ แต่ขึ้นอยู่กับปัจจัยในการรับรู้ของผู้รับสารแต่ละบุคคล ปัจจัยดังกล่าวได้แก่ ความรู้ความเข้าใจ ความเชื่อ ทัศนคติ ประสบการณ์ รวมถึงสภาวะอารมณ์ในขณะนั้น เป็นต้น

3. การเลือกจดจำ (Selective Retention) พฤติกรรมการเลือกในขั้นตอนนี้ เป็นการกลั่นกรองขั้นสุดท้าย เป็นแนวโน้มในการเลือกจดจำ โดยพื้นฐานมนุษย์มักเลือกจดจำเฉพาะสิ่งที่ตนมีความสนใจ และตรงกับความต้องการและทัศนคติเดิม แต่ไม่จดจำ หลีกเลียงและไม่ค่อยเปิดรับในสิ่งที่ตรงข้ามกัน ดังนั้นการสื่อสารมวลชน เช่น การโฆษณาหรือรณรงค์ต่าง ๆ ที่ไม่ประสบผลสำเร็จนั้น แม้ว่าผู้รับสารจะเปิดรับ และตีความหมายของโฆษณาได้ แต่เมื่อเนื้อหาไม่ตรงกับความต้องการหรือความต้องการแล้วนั้น ผู้รับสารก็จะไม่เกิดการจดจำ ซึ่งนำไปสู่การไม่คล้อยตามในโฆษณาหรือการรณรงค์นั้น

จากกระบวนการในการเลือกสรร 3 กระบวนการในข้างต้นแสดงให้เห็นถึง ลักษณะความกระตือรือร้น (Active) ของผู้รับสาร และไม่ได้เป็นเพียงผู้รับสารที่เฉื่อยชา (Passive audience) ที่รับผลจากการกระทำของสื่อเพียงทางเดียว นอกจากนี้ยังแสดงให้เห็นว่า ผู้รับสารเป็นผู้เลือกใช้สื่อโดยแท้จริง

ปัจจัยที่ทำให้บุคคลเลือกเปิดรับหรือหลีกเลี่ยงการรับรู้ข่าวสาร ชาร์ล แอตคิน (Atkin, 1973, อ้างถึงใน พิระ จิระโสภณ, 2547) กล่าวว่า บุคคลจะเลือกรับข่าวสารใดจากสื่อมวลชนนั้น มักจะขึ้นอยู่กับเปรียบเทียบระหว่างผลรางวัลตอบแทน กับการลงทุนลงแรง และพันธะผูกพันที่จะตามมา ซึ่งสอดคล้องกับ วิลเบอร์ ชรัมม์ (Schramm, 1973) อธิบายให้เหตุผลว่า มนุษย์ย่อมเลือกในสิ่งที่ใช้ความพยายามน้อยที่สุด (Least Effort) กล่าวคือ ผู้รับสารจะเลือกรับสื่อที่มีความสะดวกที่สุดและได้รับผลตอบแทนดีที่สุด เช่นการได้รับข่าวสารตามที่ต้องการ หรือต้องใช้ความพยายามที่จะรับรู้สูงกว่าการลงทุนลงแรง คือ การต้องลงทุนซื้อให้ได้มา มนุษย์ย่อมแสวงหาข่าวนั้น (Information Seeking)

แต่ถ้าผลประโยชน์ที่ได้น้อยกว่าการที่จะต้องลงทุนลงแรง มนุษย์ก็อาจจะเฉยเมยต่อข่าวสารนั้นได้ (Information Ignore) แต่ถ้าข่าวสารนั้นก่อให้เกิดพันธะผูกพัน เช่น ทำให้เกิดความไม่สบายใจ ไม่พอใจ หรือไม่แน่ใจมากขึ้น มนุษย์ก็อาจจะหลีกเลี่ยงหรือไม่รับข่าวสารนั้นเลย (Information Avoidance) แต่ในบางครั้งถ้าต้องลงทุนลงแรงมากกว่าการพยายามที่จะหลีกเลี่ยง มนุษย์ก็อาจจะเลือกเปิดรับในข่าวสารนั้นอย่างไม่เต็มใจ (Information Yielding) เช่นการยอมดูโฆษณาซ้ำซาก เนื่องจากขี้เกียจเปลี่ยนช่อง หรือเพราะว่าถ้าเปลี่ยนไปช่องไหนก็จะเจอแต่โฆษณาซ้ำซากนี้อยู่ดี

ฮันท์ และ รูเบน (Hunt & Ruben, 1993, pp. 31-33, อ้างถึงใน ประมว สดเวทิน, 2546, น. 122-124) ได้อธิบายถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการเลือกเปิดรับข่าวสาร ดังนี้

1. ความต้องการ (Need) ปัจจัยที่สำคัญที่สุดประการหนึ่งในกระบวนการในการเลือกของมนุษย์คือ ความต้องการทั้งด้านร่างกาย และจิตใจ ทั้งระดับสูงและระดับต่ำ ย่อมเป็นตัวกำหนดการเลือกของมนุษย์ มนุษย์เลือกเพื่อสนองความต้องการ เพื่อให้ได้ข่าวสารที่ต้องการ เพื่อแสดงรสนิยม เพื่อแลกกับการยอมรับในสังคม เพื่อความพอใจ เป็นต้น

2. ทักษะคติและค่านิยม (Attitudes and Values) ทักษะคติ คือ ความชอบและความโน้มเอียงทางใจ (Preference and Predisposition) ต่อเรื่องต่าง ๆ ค่านิยมคือ พื้นฐานที่ยึดถือเป็นความรู้สึกและเป็นตัวกำหนดว่าควร หรือไม่ควรทำอะไร การมีการมีความสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อม และคนทั้งทักษะคติและค่านิยมมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อการเลือกเปิดรับสาร การเลือกข่าวสาร การเลือกความหมายและการเลือกจดจำ

3. เป้าหมาย (Goal) มนุษย์ทุกคนมีเป้าหมายและกำหนดเป้าหมายสำหรับการดำเนินชีวิตทั้งในเรื่องอาชีพ การเข้าสมาคม รวมไปถึงกิจกรรมต่าง ๆ ที่ถูกกำหนดขึ้นด้วยตัวของเราเอง มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สื่อมวลชน การเลือกข่าวสาร การเลือกตีความหมายและการเลือกจดจำ เพื่อสนองเป้าหมายของตนเอง

4. ความสามารถ (Capability) ความสามารถที่จะเข้าถึงหรือเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งรวมทั้งความสามารถด้านภาษามีอิทธิพลต่อเราในการที่จะเลือกรับข่าวสาร เลือกตีความหมาย และเลือกเก็บเนื้อหาของข่าวสารนั้นไว้ เช่น โอกาสที่คนที่รู้เฉพาะภาษาไทยจะใช้เวลาฟังวิทยุ ดูโทรทัศน์หรืออ่านหนังสือพิมพ์ภาษาต่างประเทศมาก ๆ นั้นคงจะอยู่ในระดับต่ำ สาเหตุก็เนื่องมาจากความสามารถด้านภาษาที่จำกัด

5. การใช้ประโยชน์ (Utility) กล่าวโดยทั่วไปแล้วเราจะให้ความสนใจและใช้ความพยายามในการที่จะเข้าใจและจดจำข่าวสารที่เราสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ เช่น คนที่จะซื้อรถใหม่ ก็จะหาบทความหรือโฆษณาเกี่ยวกับรถมาอ่าน การอ่านหนังสือพิมพ์ การดูโทรทัศน์ การฟังวิทยุ ฯลฯ เป็นการกระทำจากการเลือกโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเอาไปใช้ประโยชน์ในด้านต่าง ๆ เช่นกัน

6. สไตล์ในการสื่อสาร (Communication Style) ผู้รับสารจะเปิดรับสารอย่างไรขึ้นอยู่กับสไตล์ในการสื่อสารของผู้ส่งสาร ผู้รับสารจะเกิดความชอบหรือไม่ชอบสื่อบางประเภท ดังนั้นบางคนจึงชอบฟังวิทยุบางคนชอบดูโทรทัศน์ บางคนชอบอ่านหนังสือพิมพ์ ฯลฯ

7. สถานะ (Context) สถานะในที่นี้หมายถึง สถานที่ บุคคลและเวลาที่อยู่ในสถานการณ์การสื่อสาร สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้มีอิทธิพลต่อการเลือกของผู้รับสาร การมีบุคคลอื่นอยู่ด้วยมีอิทธิพลโดยตรงต่อการเลือกใช้สื่อและข่าวสาร การเลือกตีความ และการเลือกจดจำข่าวสาร การที่เราต้องการถูกมองว่าเป็นอย่างไร การที่เราคิดว่ามีบุคคลอื่นมองเราอย่างไร เราเชื่อว่า บุคคลอื่นคาดหวังอะไรจากเรา และการที่เราคิดว่าคนอื่นว่าเราอยู่ในสถานการณ์อะไรแล้วแต่มีอิทธิพลต่อการเลือกของผู้รับสาร

8. ประสบการณ์และนิสัย (Experience and Habit) ผู้รับสารแต่ละคนพัฒนานิสัยการรับสารอันเป็นผลมาจากประสบการณ์ในการรับข่าวสาร พัฒนาความชอบสื่อชนิดใดชนิดหนึ่งรายการประเภทใดประเภทหนึ่ง ดังนั้นเราจึงเลือกที่จะใช้สื่อชนิดใดชนิดหนึ่ง สนใจเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ตีความหมายอย่างใดอย่างหนึ่งและเลือกจดจำเรื่องใดเรื่องหนึ่ง

นอกจากนี้ วิลเบอร์ ชแรมม์ (Schramm, 1973, pp. 121-122) ได้อธิบายถึงองค์ประกอบด้านอื่น ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกรับข่าวสารของบุคคลดังนี้

1. ประสบการณ์ ซึ่งเป็นปัจจัยที่ทำให้ผู้รับส่งสารแสวงหาข่าวสารที่แตกต่างกัน
2. การประเมินสาระประโยชน์ของข่าวสารที่ผู้รับสารแสวงหาเพื่อตอบสนองจุดประสงค์ของตน
3. ภูมิหลังที่ต่างกันทำให้บุคคลมีความสนใจแตกต่างกัน
4. การศึกษาและสภาพแวดล้อมทำให้มีความแตกต่างในพฤติกรรมการเลือกรับสาร
5. ความสามารถในการรับสารเกี่ยวกับสภาพร่างกายและจิตใจที่ทำให้พฤติกรรมการเปิดรับสารแตกต่างกัน
6. บุคลิกภาพ ทำให้มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ การโน้มน้าวใจและพฤติกรรมของผู้รับสาร
7. อารมณ์ สภาพทางอารมณ์ของผู้รับสาร จะทำให้เข้าใจความหมายของ ข่าวสาร หรืออาจเป็นอุปสรรคต่อความเข้าใจความหมายของข่าวสารได้
8. ทัศนคติ จะเป็นตัวกำหนดท่าทีของการรับและตอบสนองต่อสิ่งเร้า หรือ ข่าวสารที่ได้พบเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารนั้น

สุรพงษ์ โสธนะเสถียร (2533, น. 40-44) ได้อธิบายและได้จำแนกวัตถุประสงค์ของการเลือกเปิดรับข่าวสารไว้ 4 ประการ ดังนี้

1. เพื่อการรับรู้ (Cognition) คือ ผู้รับสารต้องการสารสนเทศ (Information) เพื่อสนองความต้องการและความอยากรู้

2. เพื่อความหลากหลาย (Diversions) เช่น การเปิดรับสื่อเพื่อแสวงหาความตื่นเต้น สนุกสนาน รวมทั้งการพักผ่อน

3. เพื่อรรถประโยชน์ทางสังคม (Social Utility) หมายถึง การต้องการสร้างความคุ้นเคย หรือการเป็นส่วนหนึ่งของสังคม เช่นการใช้ภาษาร่วมสมัย เพื่อหลีกเลี่ยงงานประจำหรือหลีกเลี่ยงคนรอบข้าง

4. การผละสังค (Withdrawal) เป็นการเปิดรับสื่อหรือเข้าสื่อ เพื่อหลีกเลี่ยงงานประจำหรือหลีกเลี่ยงคนรอบข้าง

จากทฤษฎีข้างต้นที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ นอกจากจะแสดงให้เห็นว่า ผู้รับสารนั้นเป็นผู้เลือกใช้สื่อแล้ว ยังแสดงให้เห็นว่าในการสื่อสารที่จะสมบูรณ์ได้นั้นต้องอาศัยปัจจัยหลายด้าน และแม้ว่าข้อมูลจะสมบูรณ์เพียงใดก็ไม่อาจเป็นสิ่งที่รันตีได้ว่า ข่าวสารข้อมูลนั้นจะประสบผลสำเร็จหรือไม่ ทั้งนี้สืบเนื่องจากบุคคลหรือผู้รับสารมีคุณลักษณะในการเลือกเปิดรับสื่อแตกต่างกันออกไป จึงเป็นพื้นฐานประการหนึ่งในงานวิจัยว่า ลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกันของผู้ชมรายการทีวีเดียวในเขตกรุงเทพมหานคร จะมีพฤติกรรมการเปิดรับสารอย่างไร และมีความพึงพอใจต่อรายการหรือไม่ อย่างไร

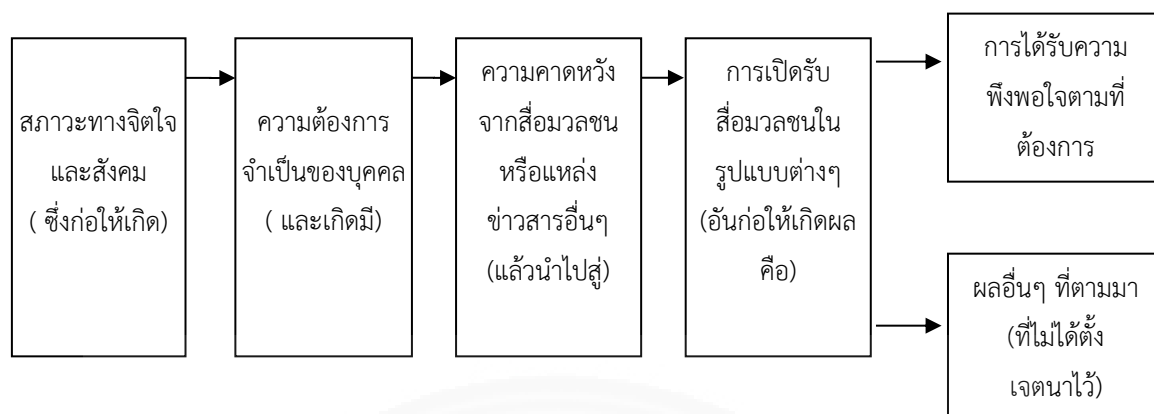
จากทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับสาร แสดงให้เห็นว่าการเปิดรับข่าวสารของผู้รับสารเป็นกระบวนการ โดยผู้รับสารแต่ละคนจะเปิดรับสารด้วยเหตุผลที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งผู้วิจัยจะใช้ทฤษฎีนี้เป็นกรอบในการศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการทีวีเดียวของกลุ่มตัวอย่าง

2.2 ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ

ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ จากการใช้สื่อมวลชนเน้นความสำคัญของ ผู้รับสาร (Audience) ในฐานะที่เป็น “ผู้กระทำการสื่อสาร” กล่าวคือ ผู้รับสารเป็นผู้เลือกรับข่าวสาร และเลือกใช้สื่อ เพื่อตอบสนองความต้องการและความสนใจของผู้รับสารเอง

แคทซ์และคณะ ได้ให้คำอธิบายเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจ จากสื่อมวลชนของผู้รับสาร เกี่ยวกับ 1. สภาวะสังคมและจิตใจ ซึ่งก่อให้เกิด 2. ความต้องการจำเป็นของมนุษย์ และเกิดมี 3. ความคาดหวังจากสื่อมวลชนหรือแหล่งข่าวสารอื่น ๆ แล้วนำไปสู่ 4. การเปิดรับสื่อมวลชนในรูปแบบต่าง ๆ กัน อันก่อให้เกิดผลคือ 5. การได้รับความพึงพอใจตามที่ต้องการ และ 6. ผลอื่น ๆ ตามมาซึ่งอาจไม่ใช่ผลที่ตั้งเจตนาไว้ก็ได้

องค์ประกอบต่าง ๆ เกี่ยวกับแนวคิดในเรื่องการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจจากสื่อมวลชนตามที่กล่าวมาอาจแสดงให้เห็นในรูปแบบจำลองได้ดังนี้ (Katz, Blumer, & Gurevitch, 1973, p. 32, อ้างถึงใน ยุบล เบญจรงค์กิจ, 2534, น. 60)



ภาพที่ 2.2 องค์ประกอบของการใช้ประโยชน์ของการได้รับความพึงพอใจ. จาก *The Use of Mass Communication* (p. 20), by E. Katz, J. G. Blumer, & Gurevitch, 1986, Beverly Hills: Sage.

แบบจำลองการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจนี้ ได้อธิบายถึงกระบวนการรับสารจากการสื่อสารมวลชนโดยปัจเจกบุคคลหรือกลุ่มบุคคล ในกรณีบุคคลหนึ่งบุคคลใดมีความต้องการเลือกบริโภคสื่อมวลชนนั้น ย่อมขึ้นอยู่กับแรงจูงใจหรือความต้องการในการใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชน เพื่อตอบสนองความพึงพอใจของตนเอง

แนวทางการใช้สื่อและความพึงพอใจเน้นการอธิบายเชิงเหตุผลต่อเนื่อง ซึ่งความต้องการ รวมถึงที่มาของความต้องการ แรงจูงใจ ความพึงพอใจและพฤติกรรมต่าง ๆ จะติดต่อเชื่อมโยงและต่อเนื่องกันเป็นลูกโซ่ การวิจัย ซึ่งการวิจัยนั้นจึงอาจจะเจาะลงไปศึกษาโดยเฉพาะแค่ช่วงหนึ่งของลูกโซ่นั้น

ความหมายของคำว่าความพึงพอใจ (Gratification) และคำว่าประโยชน์ (Used) โรเซนเกรน ได้กล่าวไว้ว่า ทั้งสองคำมีความสัมพันธ์กันในด้านที่ ประโยชน์สามารถนำไปสู่ความพึงพอใจ และความพึงพอใจก็อาจได้รับจากประโยชน์ ฉะนั้น นักวิจัยอาจจะศึกษาโดยเฉพาะตัวใดตัวหนึ่งก็ได้ โดยมีเป้าหมายสอดคล้องกัน ทั้งสองตัว

การใช้ประโยชน์และการทำให้เกิดความพึงพอใจจากการใช้สื่อของผู้รับสาร ที่เน้นให้ความสำคัญของกลุ่มผู้รับสารในการใช้เนื้อหาของสื่อมวลชน (The uses of media content) ก็เพื่อทำให้เกิดความพึงพอใจ (Gratifications) โดยตัวผู้รับสารจะเลือกรับสารที่มีความสอดคล้องกับความสนใจ และความต้องการของตนเองเท่านั้น

ทฤษฎีนี้อยู่ภายใต้กรอบทฤษฎีที่นักสื่อสารมวลชนเรียกว่า ทฤษฎีเชิงหน้าที่ (Functional Perspective) คือ การวิเคราะห์เชิงหน้าที่ต่อกัน กล่าวคือ มีความเกี่ยวข้องกันอย่างเป็นระบบ ทั้งแบบลูกโซ่หรือแบบวงจร ดังนั้น พฤติกรรมของมนุษย์จึงอาจอธิบายได้ว่า เกิดขึ้นจากความต้องการ (need) ซึ่งความต้องการของแต่ละบุคคลนั้นก็ย่อมแตกต่างกันไปตามพฤติกรรมการเปิดรับ

สื่อมวลชนของบุคคล ทั้งนี้เกิดขึ้นเพื่อสนองความต้องการของแต่ละบุคคล ซึ่งบุคคลนั้น ๆ ย่อมมีพื้นฐานด้านจิตใจ และประสบการณ์แตกต่างกันไปตามสังคมของบุคคลนั้น ๆ แม้ว่า การใช้สื่อนั้นจะไม่ได้เกี่ยวข้องและตอบสนองความต้องการในทุก ๆ ด้านของมนุษย์ แต่สำหรับในเรื่องความต้องการด้านข่าวสารข้อมูล หรือการเปิดรับสื่อมวลชนนั้น ก็ยังต้องใช้ประโยชน์จากสื่อสารมวลชนเช่นกัน

แคทซ์ และคณะ (อ้างถึงใน ยุบล เบญจรงค์กิจ, 2534, น. 60) ได้ระบุถึงความต้องการมีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อไว้ 5 กลุ่ม คือ

1. ความต้องการความรู้ (Cognitive Needs) เพื่อเสริมความรู้ ข่าวสาร และความเข้าใจในสิ่งแวดล้อมรอบตัว ทั้งนี้ เพื่อสนองความอยากรู้อยากเห็น และเพื่อสำรวจแรงผลักดันของตนเอง
2. ความต้องการทางความรัก (Affective Needs) เพื่อให้เกิดความสุนทรีย์ ความสบายใจ และความสนุกสนาน ซึ่งการจัดการกับแรงกดดันและความบั่นทอนนั้น เป็นแรงจูงใจที่สามารถทำให้เกิดขึ้นได้โดยสื่อ
3. ความต้องการทางสร้างความเป็นตัวเอง (Personal Integrative Need) เพื่อเสริมความมั่นใจ ความน่าเชื่อถือ ความมั่นคงและสถานภาพทางบุคคล
4. ความต้องการสัมพันธ์ภาพทางสังคม (Social Integrative Needs) เพื่อติดต่อสัมพันธ์ต่อครอบครัว เพื่อน และโลก
5. ความต้องการผ่อนคลายความเครียด (Tension Release Needs) เพื่อการหลีกเลี่ยงจากความจริง หรือเบี่ยงเบนความสนใจ เพื่อผ่อนคลายความตึงเครียด

นอกจากนี้ยังมีผลงานวิจัยอื่น ๆ ซึ่งชี้ให้เห็นว่า การรับฟังรายการวิทยุ การชมรายการโทรทัศน์หรือแม้แต่การอ่านหนังสือพิมพ์ของแต่ละบุคคลนั้นย่อมมีเหตุผลต่าง ๆ ประกอบ โดยแม้คอมส์และเบคเกอร์ ยังเน้นเหตุผลในมุมของผู้รับสารในการเลือกติดตามข่าวสารจากสื่อสารมวลชน โดยแบ่งออกเป็น 6 ประการ (McComb & Becker, 1979, pp. 51-52) ดังนี้

1. เพื่อต้องการรู้เหตุการณ์ (Surveillance) โดยการติดตามความเคลื่อนไหวและสังเกตการณ์รอบตัว เพื่อให้รู้ว่าอะไรกำลังเกิดขึ้น เพื่อให้ทันสมัยและทันเหตุการณ์ และเรียนรู้ว่าอะไรเป็นสิ่งที่สำคัญที่ควรจะได้รับรู้
2. เพื่อต้องการคำแนะนำ (Guidance) ในการปฏิบัติตนให้ถูกต้องและมีส่วนช่วยในการตัดสินใจในแต่ละวัน เพื่อความอยู่รอดในระบบสังคมและการเมืองที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน
3. เพื่อนำไปใช้ในการสนทนา (Anticipated Communication)
4. เพื่อความตื่นเต้น (Excitement) เพื่อสร้างความรู้สึกว่าได้ร่วมอยู่ในเหตุการณ์ที่กำลังเกิดขึ้นด้วย
5. เพื่อเสริมความคิดเห็น (Reinforcement) เพื่อตอกย้ำความคิดเห็นให้มั่นคงยิ่งขึ้น หรือช่วยสนับสนุนการตัดสินใจที่ได้กระทำลงไปแล้ว

6. เพื่อความบันเทิง (Entertainment) เพื่อความเพลิดเพลินรวมทั้งการผ่อนคลายอารมณ์ (Emotional Release)

การศึกษาวิจัยเรื่องการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจนั้น เวเบอร์ ในงานวิจัยที่เกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริโภคข่าวสาร (News Gratifications) โดยเฉพาะการรวมผลงานวิจัยต่าง ๆ ออกมาเป็นแผนที่แสดงความพึงพอใจออกเป็น 4 กลุ่ม (Wenner, 1985, pp. 171-193) ดังนี้

1. Orientation Gratification หมายถึง การใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ทางด้านข้อมูลใช้เพื่ออ้างอิงและเป็นส่วนเสริมย้ำในความสัมพันธ์ระหว่างปัจเจกบุคคลกับสังคม รูปแบบของความต้องการที่แสดงออกมา ได้แก่ การติดตามข่าวสาร (surveillance) หรือ การได้มาซึ่งข้อมูลเพื่อช่วยในการตัดสินใจ (decisional utility)

2. Social Gratifications คือ การใช้ข่าวสารเพื่อเชื่อมโยงระหว่างข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสังคม ซึ่งรับรู้จากข่าวสาร เข้ากับเครือข่ายส่วนบุคคลของปัจเจกชน เช่น การนำข้อมูลไปใช้ในการสนทนากับผู้อื่น ใช้เป็นข้อมูลเพื่อการจูงใจ

3. Para-Social Gratifications หมายถึงกระบวนการใช้ประโยชน์ข่าวสารเพื่อดำรงเอกลักษณ์ของบุคคล หรือเพื่อการอ้างอิงผ่านตัวบุคคล หรือปรากฏในเนื้อหาของสื่อ เช่น การยึดถือหรือความชื่นชมผู้อ่านข่าว เป็นแบบอย่างในทางพฤติกรรม

4. Para-Orientalional Gratifications หมายถึงกระบวนการใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ในการลดหรือผ่อนคลายความเครียดทางอารมณ์หรือเพื่อปกป้องตนเอง เช่นเป็นการใช้เวลาให้หมดไปเพื่อความบันเทิง เพื่อความเพลิดเพลิน สนุกสนาน เพื่อหลีกเลี่ยงจากสิ่งอื่นที่ทำให้เกิดความไม่พอใจ

บลูมเลอร์ (Blumler, 1985, p. 50) จำแนกความพึงพอใจที่ทำให้เกิดการเลือกรับสาร โดยแบ่งออกเป็น 4 กลุ่มใหญ่ ๆ ดังนี้

1. การเบนความสนใจออกไปจากสภาพการณ์ในชีวิตจริง (division) ผู้รับสารจะเลือกใช้สื่อเพื่อเข้าไปสู่โลกแห่งจินตนาการในโทรทัศน์หรือภาพยนตร์ เพื่อผ่อนคลายอารมณ์ ทั้งนี้เพราะต้องการหลีกเลี่ยงจากโลกแห่งความจริง หรือหลีกเลี่ยงปัญหาชีวิต หลีกเลี่ยงความเบื่อหน่ายที่ต้องเจอในชีวิตประจำวัน

2. การตอบสนองความต้องการเพื่อน หรือการมีความสัมพันธ์กับสมาชิกอื่น ๆ ของสังคม (personal relationship) ความเป็นเพื่อน เป็นการเลือกใช้สื่อเพื่อชดเชย เป็นรูปแบบที่ชัดเจนมาก เช่นแม่บ้านเปิดวิทยุทิ้งไว้เป็นเพื่อนในขณะที่อยู่บ้านคนเดียวตอนกลางวัน ผู้รับสารบางคนพบว่าเป็นการยากที่จะมีความสัมพันธ์ทางสังคมที่แท้จริงกับผู้อื่น จึงเลือกใช้สื่อเป็นเพื่อนแทน นอกจากนั้นสื่อยังตอบสนองต่อการใช้ประโยชน์ทางสังคมอีกด้วย เช่น การดูโทรทัศน์เพื่อติดตามสถานการณ์บ้านเมือง ข่าวสารและข้อมูลต่าง ๆ อันก่อให้เกิดเป็นประเด็นในการสนทนา และถ่ายทอด

ประสบการณ์และแลกเปลี่ยนข้อมูลและเรื่องราวต่าง ๆ ในชีวิตประจำวัน ทำให้เกิดความสัมพันธ์กับสมาชิกภายในครอบครัว หรือแม้แต่สังคมได้

3. การตอบสนองความต้องการ การแสวงหาเอกลักษณ์ส่วนบุคคล (personal identity) ผู้ชมรายการโทรทัศน์นั้น มักจะนำสารที่ได้รับการรับชมรายการมาเปรียบเทียบกับสถานการณ์ปัจจุบันของชีวิตของตนเองหรือแม้แต่คนใกล้ชิด การสำรวจความเป็นจริงที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้เนื้อหาของรายการ เพื่อช่วยให้ผู้รับสารเข้าใจชีวิต ส่วนการสนับสนุนคุณค่าหรือมาตรฐานทางศีลธรรม สังคมและการเมืองที่จะมาสนับสนุนค่านิยมที่ตนมีอยู่

4. การใช้ประโยชน์ด้านการติดตามเหตุการณ์ต่าง ๆ (Surveillance) เพื่อให้รู้เท่าทันสิ่งที่กำลังเกิดขึ้น นอกจากนั้นบุคคลที่เป็นผู้นำทางความคิด (Opinion Leader) ใช้สื่อเพื่อติดตามข้อมูลข่าวสารในการที่จะดำรงไว้ซึ่งบทบาททางสังคมของตนเอง

นอกจากนี้ คิปแพ็ค และ เมอร์เรย์ (Kippax & Murray, 1980, pp. 335-339) ได้ทำการศึกษาเพิ่มเติมในเรื่องของการรับรู้ในประโยชน์ของสื่อกับการรับรู้ในคุณประโยชน์ของสื่อ ผลการศึกษา มีดังนี้

1. ปัจจัยด้านตัวบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ ทั้งหมดที่กล่าวมาข้างต้นเป็นปัจจัยหลักที่เป็นตัวกำหนดการใช้สื่อและการรับรู้ในคุณประโยชน์ของสื่อ โดยเฉพาะปัจจัยที่เกี่ยวกับอายุ ปรากฏว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป จะเลือกใช้สื่อเพราะคำนึงถึงความสำคัญของสื่อมากกว่ากลุ่มที่มีอายุน้อยกว่า คือ ตั้งแต่ 9-11 ปี กลุ่มที่มีอายุน้อยกว่าจะใช้สื่อเพื่อความบันเทิงเท่านั้น แต่สำหรับกลุ่มที่มีอายุมากกว่านั้นจะเลือกใช้สื่อ เพราะสนใจที่จะรับรู้เรื่องเกี่ยวกับสังคมและความต้องการของตนเอง เป็นต้น

2. ผู้ที่มีระดับการศึกษาสูง จะเลือกใช้สื่อหลากหลายประเภทมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาต่ำ

3. จากประเภทของสื่อที่ทำการศึกษา สื่อโทรทัศน์มักถูกเลือกใช้เป็นอันดับหนึ่ง เพราะกลุ่มเป้าหมายเห็นว่าเป็นสื่อที่มีประโยชน์ โดยให้ข้อมูลต่าง ๆ ทั้งเหตุการณ์ภายในและภายนอกประเทศ อีกทั้งยังให้ความบันเทิงด้วย หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ ภาพยนตร์ จะถูกเลือกใช้เป็นอันดับรองมาตามเหตุผลของการเลือกใช้

4. กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่ เลือกใช้สื่ออย่างมีจุดมุ่งหมายและเข้าใจถึงคุณประโยชน์ของสื่อที่ต่อผู้ใช้

จากการศึกษาของ คิปแพ็ค และ เมอร์เรย์ สรุปได้ว่า ปัจจัยด้านตัวบุคคลนั้นมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สื่อ และความต้องการในการใช้สื่อนั้น มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ในคุณประโยชน์ของสื่อ

ปาล์มกรีน และ เรย์เบิร์น (Plamgreen & Rayburn, 1985, p. 14) ได้ศึกษาและพัฒนาแนวความคิดเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ อย่างรวบรัด ดังนี้

1. ผู้รับสารมีความกระตือรือร้น (active) 2. การใช้สื่อของผู้รับสารส่วนใหญ่จะถูกมองว่าผู้รับสารมีเป้าหมาย (goal directed) และ.... 3. จะมีการแข่งขันกับแหล่งอื่น ๆ ในการได้มาซึ่งการตอบสนองความพึงพอใจและเมื่อ... 4. ผู้รับสารเชื่อมโยงความต้องการ (needs) ของตนในการเลือกใช้สื่อ 5. การบริโภคสื่ออาจบรรลุความพึงพอใจได้แตกต่างกัน ถึงแม้ว่า... 6. เนื้อหาเพียงอย่างนั้นไม่สามารถใช้ในการพยากรณ์ความพึงพอใจได้อย่างถูกต้อง เนื่องจาก... 7. คุณลักษณะของสื่อ (media characteristics) จะเป็นตัวกำหนดระดับความพึงพอใจที่ได้รับการตอบสนองความต้องการ (needs) ในแต่ละครั้งแตกต่างกัน และเนื่องจาก.... 8. ความพึงพอใจที่ได้รับการตอบสนองนั้นสามารถมีจุดเริ่มต้นที่เนื้อหาสื่อ การเปิดรับหรือไม่เปิดรับ และ/หรือ สถานการณ์ทางสังคมที่มีการเปิดรับสื่อเกิดขึ้น

กล่าวโดยสรุป ทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจนั้นเป็นการศึกษาพฤติกรรมการสื่อสารของมนุษย์ว่าเป็นการสื่อสารที่เกิดจากแรงผลักดันภายในผู้รับสารเอง หรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า “ความต้องการของผู้รับสาร” เพื่อเลือกใช้สื่อเพื่อสนองตอบความต้องการในด้านต่าง ๆ และนำไปสู่ความพึงพอใจในการบริโภคสื่อ นั้น ๆ ซึ่งแต่ละบุคคลย่อมมีความต้องการใช้ข่าวสารตอบสนองความพึงพอใจด้วยเหตุผลต่างกัน (ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2534, น. 39)

จากทฤษฎีดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยได้นำมาเป็นกรอบในการศึกษาและวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้ชมรายการตีสิบเคียวว่าผู้ชมได้รับความพึงพอใจอย่างไรหลังจากเปิดรับชมรายการตีสิบเคียว โดยกำหนดกรอบในการศึกษาไว้ 2 ประเด็นหลัก คือ ความพึงพอใจต่อเนื้อหารายการ และความพึงพอใจต่อวิธีการนำเสนอรายการ ซึ่งในประเด็นความพึงพอใจต่อวิธีการนำเสนอรายการ ได้แบ่งย่อยออกเป็นความพึงพอใจต่อพิธีกร ความพึงพอใจต่อแขกรับเชิญและผู้ร่วมรายการ ความพึงพอใจต่อบรรยากาศในรายการ และความพึงพอใจต่อรูปแบบการนำเสนอรายการ

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการจัดรายการวาไรตี้

รายการวาไรตี้หรือรายการปิกนิกะบันเทิง มาจากคำว่า Variety ซึ่งหมายถึง รายการบันเทิงประเภทเบ็ดเตล็ดต่าง ๆ ในสหรัฐอเมริกาและในประเทศไทยเรียกเหมือนกันว่า รายการวาไรตี้โชว์ ซึ่งแตกต่างจากประเทศอังกฤษที่เรียกรายการประเภทนี้ว่า Light Entertainment ซึ่งได้รับความนิยมสูงมาก รายการวาไรตี้โชว์ประกอบไปด้วยรูปแบบที่หลากหลาย ได้แก่ รูปแบบการสัมภาษณ์บุคคลหรือรายการรูปแบบพูดคุย (Talk Show) รูปแบบดนตรี รูปแบบ แสดงตลก รูปแบบการแข่งขัน (Game Show) และรูปแบบการแสดงโชว์พิเศษต่าง ๆ รายการวาไรตี้โชว์นั้นเป็นรูปแบบรายการที่ได้ถูกพัฒนามาจากการแสดงบนเวที (Stage Show) เช่นการแสดงบนโรงละคร การแสดงละครเพลง

เป็นต้น และได้ถูกพัฒนามาจนเป็นรายการวาไรตี้ที่จัดขึ้นในห้องส่งโทรทัศน์และบันทึกเทปไว้เพื่อออกอากาศ (ชัยยงค์ พรหมวงศ์ และ นิคม ทาแดง, 2530, น. 41)

ประเภทของรายการวาไรตี้ทางโทรทัศน์ในประเทศไทยนั้น สามารถแบ่งออกได้ตามรูปแบบของการนำเสนอ โดยแบ่งออกเป็น 3 ประเภท (ชัยยงค์ พรหมวงศ์ และนิคม ทาแดง, 2530, น. 41) ดังนี้

1. วาไรตี้เกมส์โชว์ คือ รายการวาไรตี้โชว์ที่นำเสนอโดยรูปแบบการแข่งขันของผู้ร่วมรายการเป็นหลัก มีการเล่นเกมต่าง ๆ เพื่อชิงรางวัล เช่นรายการ ชิงร้อยชิงล้าน เป็นต้น
2. รายการวาไรตี้ทอล์คโชว์ คือ รายการวาไรตี้โชว์ที่นำเสนอ โดยรูปแบบการสัมภาษณ์แขกรับเชิญหรือผู้เข้าร่วมรายการเป็นหลัก เช่น รายการที่นี่หมอล็อต รายการสามแซ่บ รายการแก๊ง กวาง บ่าง ชะนี เป็นต้น
3. รายการวาไรตี้โชว์ คือ รายการวาไรตี้โชว์ที่นำเสนอความหลากหลายของรูปแบบในแนวผสมผสาน เช่น มีทั้งรูปแบบการแสดงบนเวทีของผู้เข้าร่วมรายการ การแสดงแนวตลกซ้ำซ้อนของผู้เข้าร่วมรายการ การเปิดป้ายชิงรางวัลต่าง ๆ การสัมภาษณ์ผู้เข้าร่วมรายการ เป็นต้น โดยรายการประเภทนี้จะไม่นับรูปแบบใดรูปแบบหนึ่งโดยเฉพาะ ได้แก่ รายการตีสิบเคียว รายการศึก 12 ราศี เป็นต้น

การจัดรายการวาไรตี้โชว์ทุกประเภท มักจะมีรูปแบบการนำเสนอรายการออกเป็น 2 ส่วนหลัก ๆ ดังนี้ (ชัยยงค์ พรหมวงศ์ และนิคม ทาแดง, 2530, น. 41)

1. เนื้อหา (Content)

เนื้อหาของรายการโทรทัศน์ประเภทวาไรตี้โชว์นั้น มักจะเกี่ยวกับการนำเสนอความสามารถของบุคคล เช่น ดารานักแสดง นักร้อง นักดนตรี นักกีฬา เป็นต้น โดยโครงสร้างด้านเนื้อหาสาระของรายการ วาไรตี้โชว์นั้น จะมีส่วนประกอบหลักด้านเนื้อหาดังนี้

- 1.1 การแสดงดนตรีและร้องเพลงของดารานักร้องชั้นนำ
- 1.2 การแสดงตลกและละครเบาสมองขนาดสั้น
- 1.3 การแสดงละครสั้น
- 1.4 การเต้นในรูปแบบต่าง ๆ
- 1.5 การเชิญดารา นักร้องปรากฏตัวร่วมแสดงและสัมภาษณ์
- 1.6 การเล่นเกมเบาสมองที่ตื่นเต้นและเสี่ยงโชคโดยทั้งผู้ร่วมรายการและผู้ชมในห้องส่งมีส่วนร่วม
- 1.7 การแสดงความสามารถพิเศษของนักแสดงบนเวที เช่น มายากล กายกรรม และสิ่งแปลกพิสดาร
- 1.8 การแข่งขันกีฬาเพื่อความบันเทิง

1.9 การดำเนินรายการโดยพิธีกรชายหรือหญิงที่มีชื่อเสียงและได้รับความนิยม

2. วิธีการนำเสนอ (Presentation Technique)

2.1 พิธีกร หรือที่เรียกว่า Host จะเป็นชายหรือหญิงก็ได้ แต่ส่วนมากจะเป็นคู่ทั้งชายและหญิง หรือบางครั้งอาจมีมากกว่าสองคนก็ได้ พิธีกรมักจะมีบุคลิกภาพดีเป็นที่ต้องตาผู้พบเห็น และที่สำคัญต้องมีทักษะในการพูดเป็นอย่างดี กล่าวคือ ต้องสามารถพูดจูงใจให้ผู้ชมทั้งในห้องส่งและทางบ้าน รวมถึงผู้ที่มาร่วมรายการ เกิดความรู้สึกคล้อยตามและกระตุ้นให้เกิดความรู้สึกอยากมีส่วนร่วม หรือมีอารมณ์ร่วมในการนำเสนอได้

2.2 แขกรับเชิญและผู้ร่วมรายการ (Guest/Talent) เป็นวิธีการหนึ่งที่ใช้ดึงดูดผู้ชมได้เป็นอย่างดี โดยแขกรับเชิญนั้นส่วนใหญ่จะเป็นดารานักแสดง หรือนักร้อง หรือบุคคลที่มีชื่อเสียง โดยพิจารณาจากผลงานที่เด่นและเหมาะสมกับช่วงเวลานั้น ๆ

2.3 บรรยากาศ (Atmosphere) การจัดบรรยากาศในการนำเสนอรายการวาไรตี้โชว์ทางโทรทัศน์นั้น จะเน้นความยิ่งใหญ่สวยงามตระการตา เต็มไปด้วยสิ่งที่น่าสนใจ (Spectacular) ซึ่งจะพบได้จากลักษณะของการจัดสิ่งแวดล้อมในการจัดฉาก และอุปกรณ์ประกอบฉาก (Scenery & Props) ในรายการวาไรตี้โชว์ทุกประเภท จะมีลักษณะของความยิ่งใหญ่สวยงามดังนี้อยู่เสมอ เพื่อให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกตื่นตาตื่นใจ นอกจากนี้ยังมีการใช้เทคนิค แสง สี เสียง เข้ามาประกอบด้วย ได้แก่ ไฟกระพริบ ไฟวิ่ง ที่ส่องเป็นลำดับกันจำนวนมากสลับกัน ยังทำให้เกิดความรู้สึกในมิติของอารมณ์มากขึ้น การใช้เทคนิค หมอกหรือควันเทียม (Smog & Smokie) ช่วยส่งเสริมให้บรรยากาศของการแสดงให้ดูน่าสนใจยิ่งขึ้น

2.4 รูปแบบการนำเสนอ (Form of Presentation) การผลิตรายการวาไรตี้โชว์นั้น ต้องคำนึงถึงรสนิยมของคนในสังคมเป็นหลัก รสนิยมดังกล่าว ยกตัวอย่างเช่น งานอดิเรก ประเภทของเพลงที่ฟัง การแต่งกาย เป็นต้น การคอยสังเกตแนวโน้มของสังคมด้วยวิธีการสอบถาม และติดตามข่าวสารในสังคมผ่านทางสื่อมวลชน ด้วยประการที่กล่าวข้างต้นนี้ เป็นประโยชน์อย่างมากที่สามารถนำไปเป็นแกนในการพิจารณาการจัดโครงสร้างเนื้อหาของรายการวาไรตี้โชว์ ได้แก่

2.4.1 การดำเนินรายการตั้งแต่ช่วงเปิดจนถึงปิดรายการ จะต้องมีความต่อเนื่องกลมกลืนกันในทุกส่วน ตั้งแต่ดนตรี การแสดง บุคลิกภาพของผู้แสดงและพิธีกร บทสนทนา การแต่งกาย ตลอดจนสภาพทางเทคนิคและศิลปกรรมในฉาก

2.4.2 การดำเนินรายการเปลี่ยนจากช่วงหนึ่งไปยังอีกช่วงหนึ่ง จะต้องมีการจังหวะและให้อารมณ์ที่สอดคล้องกับเนื้อหาในช่วงนั้น ๆ

2.4.3 การดำเนินรายการในแต่ละช่วงจะต้องกระชับ และความยาวของรายการในแต่ละช่วงต้องไม่สั้นหรือยาวจนเกินไป

2.4.4 การวางตำแหน่งของรายการบันเทิงแต่ละประเภท จะต้องอยู่ในช่วงเวลาที่เหมาะสม โดยยึดความหลากหลายของเนื้อหาทั้งหมดของรายการ และยึดเอาเวลาการประกอบกิจกรรมในแต่ละวันของกลุ่มเป้าหมายเป็นหลัก

จากแนวคิดดังกล่าว แสดงให้เห็นว่าการนำเสนอรายการวาไรตี้โชว์รายการหนึ่ง ๆ นั้น จะต้องมียุทธศาสตร์ประกอบที่สำคัญหลายประการ ดังนั้นเพื่อความพึงพอใจสูงสุดของผู้ชม ผู้ผลิตรายการจำเป็นต้องคำนึงถึงหลักข้างต้น เพื่อนำไปพัฒนาองค์ประกอบต่าง ๆ ในรายการ

จากแนวคิดดังกล่าว ผู้วิจัยนำมาใช้เป็นกรอบในการศึกษาเนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอรายการตีสิบเคียว เนื่องจากรายการตีสิบเคียวจัดเป็นรายการวาไรตี้รูปแบบหนึ่ง

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับและความพึงพอใจต่อรายการตีสิบเคียว ทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 มีงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งมีแนวคิดที่มีความใกล้เคียงและสามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการศึกษาได้ ดังนี้

งานวิจัยเรื่อง “ทัศนคติ ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ของผู้ชมรายการตีสิบเคียว ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 อ.ส.ม.ท.” โดย อนุชิต มุรธาทิพย์ (2542, น. บทคัดย่อ) ผลการวิจัยพบว่า เพศที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมในการรับชมรายการตีสิบเคียว ไม่แตกต่างกัน แต่กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมในการรับชมรายการแตกต่างกัน มีความพึงพอใจและใช้ประโยชน์จากการชมเพื่อให้ได้รับความเพลิดเพลินและความบันเทิงมากที่สุด รองลงมา คือ เพื่อให้ได้รับข้อมูลข่าวสารที่ทันเหตุการณ์และทันโลก โดยความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากการชมรายการอยู่ในระดับมาก

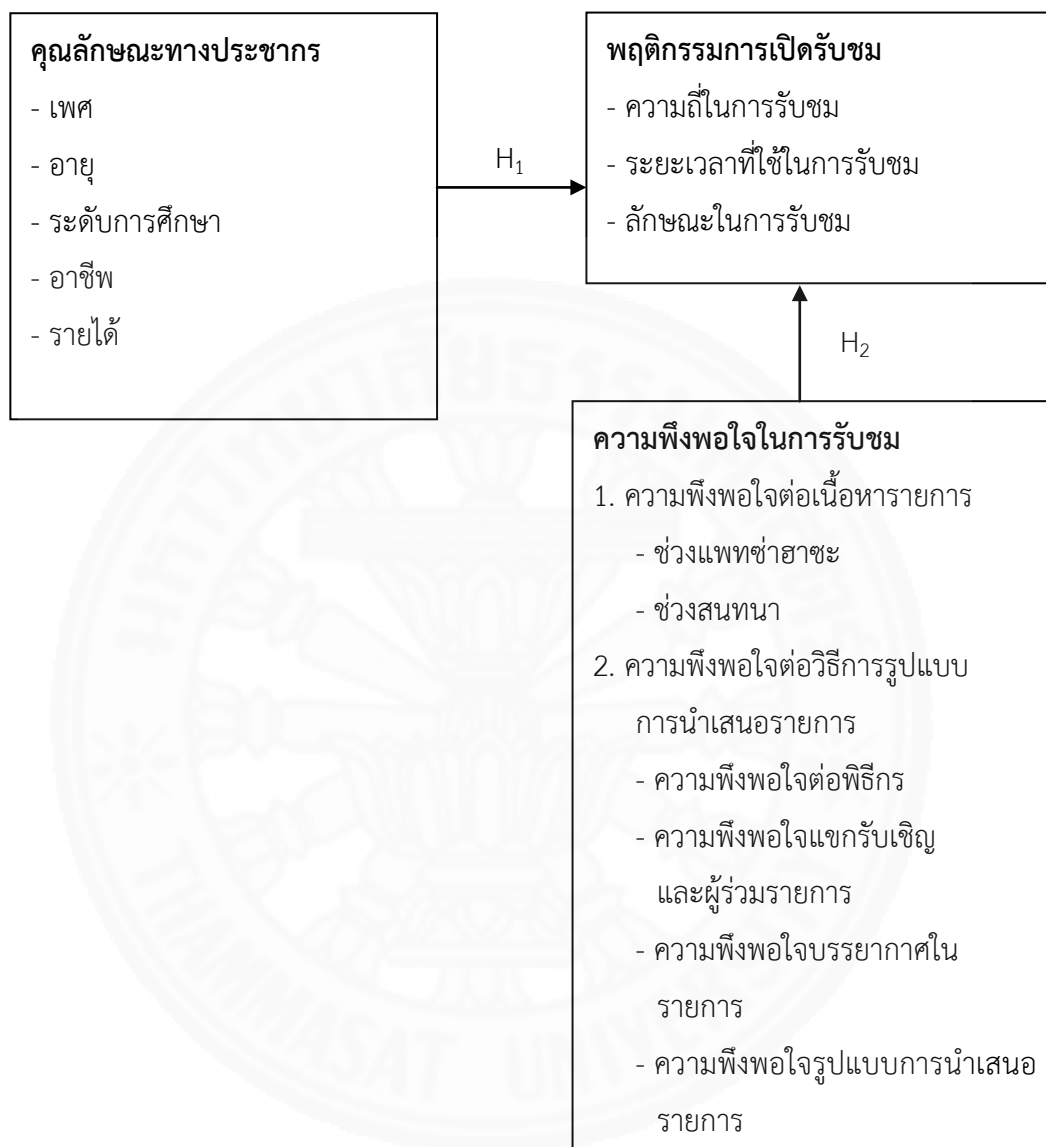
งานวิจัยเรื่อง “การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการเปิดรับรายการข่าวทางโทรทัศน์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร” โดย วิยดา เกียวกุล (2538, น. บทคัดย่อ) ผลการวิจัยพบว่า การเปิดรับรายการข่าวทางโทรทัศน์ มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ และพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีเพศ การศึกษา อาชีพ รายได้ที่แตกต่างกัน รวมถึงอายุที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจรายการข่าวทางโทรทัศน์ ไม่แตกต่างกัน

งานวิจัยเรื่อง “ความพึงพอใจต่อรายการโทรทัศน์ประเภทวาไรตี้โชว์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษา: รายการทไวไลท์โชว์ทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 อ.ส.ม.ท.” โดย ศิริพร สิทธิพิทย (2541, น. บทคัดย่อ) ผลการวิจัยพบว่า ลักษณะทางประชากรและพฤติกรรมในการเปิดรับชมรายการทไวไลท์โชว์ของกลุ่มตัวอย่าง ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อองค์ประกอบทุกด้านของรายการ

งานวิจัยเรื่อง “พฤติกรรม的开รับและความคิดเห็นของผู้ชมต่อรูปแบบรายการ แอน-นัท ไม่จำกัด” โดย แอน ทองประสม (2548, น. บทคัดย่อ) ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างเลือกรับชมรายการเพราะ แกรับเชิญในทุกช่วงรายการมีความน่าสนใจและมีผลต่อการเลือกชมรายการด้านพิธีกรมีบุคลิกภาพดีและเป็นกันเอง มีความน่าเชื่อถือ ด้านเนื้อหารายการคือ เน้นความบันเทิงและทำให้เกิดความคิดสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้ อีกทั้งเนื้อหาทันสมัยทันเหตุการณ์ รูปแบบการนำเสนอของรายการมีความน่าสนใจ

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยจึงใช้กรอบแนวคิดทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ แนวคิดลักษณะทางประชากร ทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับสาร แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ แนวคิดในการจัดรายการวาไรตี้ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มาเป็นกรอบในศึกษาถึงพฤติกรรม的开รับและความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการดีสิบเคย์

2.6 กรอบแนวคิดในการศึกษา



ภาพที่ 2.3 กรอบแนวคิดการวิจัย

บทที่ 3

วิธีการวิจัย

การวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับและความพึงพอใจต่อรายการทีลีสบเดย์ ทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ผู้วิจัยใช้วิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) รูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ด้วยการใช้แบบสอบถามแบบเก็บข้อมูลเพียงครั้งเดียว (Cross-Sectional Study) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้กรอกข้อมูลตอบแบบสอบถามด้วยตนเอง (Self-Administration) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับและความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการทีลีสบเดย์ ทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ซึ่งผู้ศึกษาได้กำหนดระเบียบวิธีการศึกษาตามหัวข้อต่าง ๆ ดังนี้

3.1 ประชากร

ประชากรในงานวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ชมรายการทีลีสบเดย์ ที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปี ขึ้นไป และอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้เพื่อความสะดวกในการแจกแบบสอบถาม เนื่องจากรายการทีลีสบเดย์เป็นรายการทั่วไปเนื้อหารายการเหมาะกับบุคคลทั่วไปและไม่มีกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน ผู้วิจัยจึงเลือกกลุ่มตัวอย่างเริ่มตั้งแต่อายุ 15 ปี เพราะถือเป็นกลุ่มที่มีวุฒิภาวะเหมาะสมในระดับหนึ่ง โดยการสุ่มตัวอย่างครั้งนี้ไม่จำกัดเพศ อาชีพและรายได้

3.2 กลุ่มตัวอย่าง

เนื่องจากกลุ่มประชากรที่รับชมรายการทีลีสบเดย์ คือ ประชากรที่ไม่ทราบจำนวนที่แน่นอนอน (Infinite Population) โดยกำหนดความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 6% และระดับนัยสำคัญ 0.05 ได้จำนวนตัวอย่างเท่ากัน 200 คน ตามสูตรการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Taro Yamane ดังนี้

$$n = \frac{1}{e^2}$$

กำหนดให้ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

e = ค่าความคลาดเคลื่อน ($e = 0.06$)

แทนค่าตามสูตรได้ดังนี้

$$n = \frac{1}{(0.06)^2} = 196.77$$

จากผลการคำนวณ จะได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง (n) = 196.77 ดังนั้นผู้ศึกษาจึงกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้จำนวน 200 คน

3.3 การสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

การเลือกกลุ่มตัวอย่างของการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างตามที่ต้องการโดยการแบ่งขั้นตอนการดำเนินงาน ดังนี้รวมทั้งสิ้น 200 ชุด โดยการแจกแบบสอบถามให้บริเวณชุมชนและสถานที่ต่าง ๆ เช่น สถานีรถไฟ สถานีทำงาน สถาบันการศึกษา ที่พักอาศัย ห้างสรรพสินค้า เป็นต้น โดยผู้วิจัยใช้แจกแบบสอบถามที่มีคำถามคัดกรองกลุ่มตัวอย่างคือ ต้องเป็นผู้เคยรับชมรายการทีลีสบเดียวทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 และช่อง 33 HD

3.4 ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้กำหนดตัวแปรจากสมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 : ลักษณะทางประชากรของผู้ชมรายการทีลีสบเดียวที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการเปิดรับชม รายการทีลีสบเดียวแตกต่างกัน

ตัวแปรอิสระ : ลักษณะทางประชากรของผู้ชมรายการทีลีสบเดียว

ตัวแปรตาม : พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ ทีลีสบเดียว

สมมติฐานที่ 2 : พฤติกรรมการเปิดรับของผู้ชมรายการทีลีสบเดียว มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อรายการทีลีสบเดียว

ตัวแปรอิสระ : พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ ทีลีสบเดียวได้แก่ ความถี่ในการรับชม ระยะเวลาในการรับชมและลักษณะในการรับชม

ตัวแปรตาม : ความพึงพอใจของผู้ชมในการเปิดรับชมรายการทีลีสบเดียว

3.5 การทดสอบความเที่ยงตรงและเชื่อถือได้ของเครื่องมือ

แบบทดสอบที่สร้างขึ้น ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม ก่อนนำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลจริง ด้วยวิธีการดังนี้

1. การทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องเพื่อนำไปใช้เป็นกรอบแนวคิดในการสร้างแบบสอบถาม หลังจากนั้นจึงนำแบบสอบถามเสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อพิจารณาตรวจสอบโครงสร้างและลักษณะทางภาษา ตลอดจนความครบถ้วนของประเด็นคำถาม เพื่อขอคำแนะนำในการปรับปรุงแก้ไขเพื่อความถูกต้อง

2. การทดสอบความเชื่อถือได้ (Reliability) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามจำนวน 30 ชุด ทำการทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างก่อน แล้วจึงนำมาวิเคราะห์โดยใช้สูตร ดังนี้

$$\alpha = \frac{n}{n-1} \left\{ 1 - \frac{\sum V_i^2}{V_t^2} \right\}$$

เมื่อ V_i^2 = ความแปรปรวนของคะแนนแต่ละข้อ

V_t^2 = ความแปรปรวนของคะแนนรวมทุกข้อ

N = จำนวนข้อในแบบสอบถาม

α = ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

Σ = ความแปรปรวนของคะแนนของคำถามแต่ละข้อ

ผลการทดสอบความน่าเชื่อถือโดยรวมเท่ากับ 0.944 โดยมีค่าความพึงพอใจเท่ากับ 0.792 ซึ่งหมายความว่าเครื่องมือนี้มีความน่าเชื่อถือในระดับที่ยอมรับได้

3.6 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถามชนิดให้กลุ่มตัวอย่างตอบคำถามเอง (Self-Administered Questionnaire) ซึ่งประกอบไปด้วยคำถามปลายปิด (Close-Ended Question) เป็นเครื่องมือในการเก็บและรวบรวมข้อมูล โดยแบ่งคำถามออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

แบบสอบถาม (Questionnaire)

เป็นชนิดให้กลุ่มตัวอย่างตอบคำถาม (Self-Administered Questionnaire) ซึ่งประกอบไปด้วยคำถามปลายปิด (Close-ended question) และคำถามปลายเปิด (Open-ended question) และคำถามมาตราส่วนประเมินค่า (Rating scale) โดยแบ่งคำถามออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นการศึกษาเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรและข้อมูลส่วนตัวของกลุ่มตัวอย่าง แบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน เป็นคำถามแบบเลือกคำตอบ (Check list) จำนวน 5 ข้อ

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรม的开รับชมรายการ ดีสลับได้แก่ ความถี่ในการชมรายการ ระยะเวลาในการรับชมรายการ และลักษณะในการเปิดรับชมรายการ เป็นคำถามแบบเลือกตอบ (Check list) จำนวน 3 ข้อ

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจในการเปิดรับชมรายการดีสลับได้แก่ ความพึงพอใจต่อเนื้อหารายการ จำนวน 2 ข้อใหญ่ แบ่งเป็นข้อละ 8 ข้อย่อย คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อพิธีกร จำนวน 3 ข้อใหญ่ แบ่งเป็นข้อละ 9 ข้อย่อย คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อแขกรับเชิญและผู้ร่วมรายการ จำนวน 3 ข้อย่อย คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อบรรยากาศในรายการ จำนวน 2 ข้อย่อย และคำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อรูปแบบการนำเสนอรายการ จำนวน 5 ข้อย่อย เป็นคำถามแบบกำหนดให้ (check list) โดยมีรายละเอียด ดังนี้

3.1 ความพึงพอใจต่อเนื้อหารายการ

- ให้ความรู้ทั่วไปอย่างหลากหลาย
- ให้ความบันเทิง สนุกสนานพร้อมสาระน่าเรียนรู้
- มีความสดใหม่ ทันสมัย ทันเหตุการณ์
- เนื้อหาที่น่าสนใจในรายการเข้าใจง่าย
- เรื่องราวที่น่าสนใจในรายการมีความน่าสนใจ ชวนติดตาม
- มีความกระชับรัดกุม
- มีประโยชน์ สามารถนำมาใช้ในชีวิตประจำวันได้
- ให้แง่คิดในการดำรงชีวิต

3.2 ความพึงพอใจต่อพิธีกร

- มีบุคลิกภาพที่ดี รูปร่างหน้าตาดี
- ยิ้มแย้มแจ่มใส สร้างความเพลิดเพลินสนุกสนาน
- มีน้ำเสียงและกิริยาท่าทางการพูดดีและเหมาะสม
- ใช้ภาษาไทยได้อย่างถูกต้อง เหมาะสม และสื่อสารได้ชัดเจน
- ใช้คำพูดและท่าทางให้รู้สึกคล้อยตามไปกับการนำเสนอ
- ใช้คำพูดและท่าทางให้เกียรติแขกรับเชิญและผู้ชมที่บ้านเสมอ
- การแต่งกายเหมาะสม
- มีไหวพริบ ปฏิภาณดี
- มีความน่าเชื่อถือ

3.3 ความพึงพอใจต่อแขกรับเชิญและผู้ร่วมรายการ

- มีความน่าเชื่อถือ
- มีผลงานหรือเรื่องราวที่น่าสนใจ
- มีความหลากหลาย

3.4 ความพึงพอใจต่อบรรยากาศในรายการ

- การจัดองค์ประกอบฉากสวยงาม ตระการตา
- ใช้เทคนิคทางด้านแสง สี เสียง ทำให้เกิดอารมณ์คล้อยตาม

3.5 ความพึงพอใจต่อรูปแบบการนำเสนอรายการ

- รูปแบบการนำเสนอตลอดรายการ ตั้งแต่ช่วงเปิดรายการไปจนถึงช่วงปิดรายการมีความ สอดคล้องต่อเนื่องกลมกลืนกัน

- รูปแบบการนำเสนอรายการในแต่ละช่วง มีความกระชับเหมาะสม ไม่สั้นหรือยาวจนเกินไป

- รูปแบบการนำเสนอรายการตอนเปลี่ยนช่วงหนึ่งไปยังอีกช่วงหนึ่ง มีความ สอดคล้อง เชื่อมโยงกัน

- วันและเวลาออกอากาศเหมาะสม (ออกอากาศทุกวันเสาร์ เวลา 14.45-16.15 น.)

- ความยาวของรายการเหมาะสม (ออกอากาศทั้งหมด 90 นาที รวมเวลาโฆษณา)

ส่วนที่ 4 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่มีต่อรายการทีลีสบเดย์

3.7 การวิเคราะห์และการนำเสนอข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลมาประมวลผลด้วยคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรม SPSS for Windows สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ได้แก่ จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อใช้อธิบายลักษณะทางประชากรและพฤติกรรม การเปิดรับข้อมูลข่าวสารและการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้บริโภค

3.8 การวัดค่าตัวแปรและเกณฑ์การให้คะแนนคำตอบ

ส่วนที่ 1 ประชากรกลุ่มตัวอย่าง

ผู้ศึกษาจะแบ่งข้อมูลออกเป็นกลุ่ม ๆ ในตัวแปรที่ประกอบเป็นคุณลักษณะทางประชากรดังต่อไปนี้

1.1 เพศของกลุ่มตัวอย่าง แบ่งเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

- ชาย
- หญิง

1.2 อายุของกลุ่มตัวอย่าง แบ่งเป็น 5 กลุ่ม ได้แก่

- 15-24 ปี
- 25-34 ปี
- 35-44 ปี
- 45-54 ปี
- 55 ปีขึ้นไป

1.3 ระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่

- ต่ำกว่าปริญญาตรี
- ปริญญาตรี
- สูงกว่าปริญญาตรี

1.4 อาชีพของกลุ่มตัวอย่างแบ่งออกเป็น 5 กลุ่ม ได้แก่

- นักเรียน/นักศึกษา
- ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ
- พนักงานบริษัทเอกชน/ธนาคาร
- ประกอบธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง/งานบริการ/พ่อบ้าน แม่บ้าน/เกษียณอายุ
- อื่น ๆ

1.5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง แบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่

- ไม่เกิน 15,000 บาท
- 15,001-20,000 บาท
- 20,001-25,000 บาท
- 25,001 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 การวัดพฤติกรรมในการเปิดรับชมรายการทีเส็บเดีย

ผู้ศึกษาได้กำหนดหัวข้อในการวัดพฤติกรรมในการเปิดรับชมรายการทีเส็บเดีย แบ่งเป็น 3 หัวข้อ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1.1 ความถี่ในการเปิดรับชมรายการทีเส็บเดีย ของกลุ่มตัวอย่าง แบ่งเป็น 5 กลุ่ม ได้แก่

- | | | | |
|---------------------------------------|-----|---|-------|
| - รับชมทุกครั้ง (4 ครั้งต่อเดือน) | ให้ | 5 | คะแนน |
| - รับชมบ่อย ๆ (3 ครั้งต่อเดือน) | ให้ | 4 | คะแนน |
| - รับชมบ้าง (2 ครั้งต่อเดือน) | ให้ | 3 | คะแนน |
| - ไม่ค่อยรับชม (1 ครั้งต่อเดือน) | ให้ | 2 | คะแนน |
| - แทบไม่รับชม (1 ครั้ง ต่อ 2-3 เดือน) | ให้ | 1 | คะแนน |

1.2 ระยะเวลาในการเปิดรับชมรายการทีเส็บเดียของกลุ่มตัวอย่าง แบ่งออกเป็น 5 กลุ่ม ได้แก่

- ตั้งแต่ต้นจนจบรายการ (1 ชั่วโมง 30 นาที)	ให้	5	คะแนน
- เกือบทั้งหมดของรายการ (ประมาณ 1 ชั่วโมง)	ให้	4	คะแนน
- ประมาณครึ่งรายการ (ประมาณ 45 นาที)	ให้	3	คะแนน
- น้อยกว่าครึ่งรายการ (ประมาณ 30 นาที)	ให้	2	คะแนน
- เพียงส่วนน้อยของรายการ (ประมาณ 10 นาที)	ให้	1	คะแนน

1.3 ลักษณะในการเปิดรับชมรายการทีเส็บเดีย

- ตั้งใจชมตลอดรายการโดยไม่เปลี่ยนช่อง	ให้	5	คะแนน
- เปลี่ยนสลับช่องอื่นเมื่อมีโฆษณา	ให้	4	คะแนน
- เลือกชมเฉพาะช่วงที่สนใจ	ให้	3	คะแนน
- ชมเรื่อย ๆ ตั้งใจบ้างเป็นบางครั้ง	ให้	2	คะแนน
- เปิดทิ้งไว้เป็นเพื่อน	ให้	1	คะแนน

ส่วนที่ 3 การวัดความพึงพอใจของผู้ชมจากการรับชมรายการทีเส็บเดีย

ผู้ศึกษาได้กำหนดหัวข้อในการวัดความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่รับชมรายการทีเส็บเดีย โดยแบ่งเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

1. ความพึงพอใจต่อเนื้อหารายการ

- ช่วงแพทชาฮาเซะ
- ช่วงสนทนา

2. ความพึงพอใจต่อวิธีการนำเสนอรายการ

2.1 ความพึงพอใจต่อพิธีกร

- แพท ฌปภา ตันตระกูล
- วิทวัส สุนทรวิเนตร์
- ฝน ธนสุนทร

2.2 ความพึงพอใจต่อแขกรับเชิญและผู้ร่วมรายการ

2.3 ความพึงพอใจต่อบรรยากาศในรายการ

2.4 ความพึงพอใจต่อรูปแบบการนำเสนอรายการ

ส่วนที่ 4 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่มีต่อรายการทีเส็บเดีย เป็นคำถามปลายเปิด

การศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับและความพึงพอใจต่อรายการทีเส็บเดีย ทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ทำให้ทราบถึงความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการทีเส็บเดียได้แก่

ความพึงพอใจต่อเนื้อหารายการทั้ง 2 ช่วง คือ ช่วงแพทช์ฮาเซะและช่วงสนทนา ความพึงพอใจต่อพิธีกรทั้ง 3 ท่าน ได้แก่

แพท ฌปภา วิทวัส สุนทรวิเนตร์ และฝน ธนสุนธร ความพึงพอใจต่อแขกรับเชิญ ความพึงพอใจต่อบรรยากาศในรายการ และความพึงพอใจต่อรูปแบบการนำเสนอรายการ สามารถแจกแจงรายละเอียดดังตาราง ดังต่อไปนี้

โดยผลที่ได้จะนำมาให้คะแนนโดยแบ่งออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

มากที่สุด	แทนค่าด้วย	5	คะแนน
มาก	แทนค่าด้วย	4	คะแนน
ปานกลาง	แทนค่าด้วย	3	คะแนน
น้อย	แทนค่าด้วย	2	คะแนน
น้อยที่สุด	แทนค่าด้วย	1	คะแนน

โดยการนำคะแนนที่ได้จากแบบสอบถาม มาหาค่าเฉลี่ยโดยมีเกณฑ์การแปลความหมายค่าเฉลี่ย เพื่อจัดแบ่งระดับความพึงพอใจในการรับชมรายการ ดังนี้

การแปลผลคะแนน มีวิธีการดังนี้

$$\frac{\text{ค่าคะแนนสูงสุด} - \text{ค่าคะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนค่าคะแนนทั้งหมด}}$$

โดยผลที่ได้จะนำมาให้คะแนนโดยแบ่งออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21-5.00	ถือว่า มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.41-4.20	ถือว่า มีความพึงพอใจในระดับมาก
ค่าเฉลี่ย 2.61-3.40	ถือว่า มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.81-2.60	ถือว่า มีความพึงพอใจในระดับน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00-1.80	ถือว่า มีความพึงพอใจในระดับน้อยที่สุด

ในการพิจารณาขนาดของความสัมพันธ์ โดยพิจารณาค่าของ Pearson Correlation เทียบกับเกณฑ์ต่อไปนี้

ค่า .70 ขึ้นไป	ถือว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันสูงมาก
ค่า .50 - .69	ถือว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันสูง
ค่า .30 - .49	ถือว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันปานกลาง
ค่า .10 - .29	ถือว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันต่ำ
ค่า .01 - .09	ถือว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันต่ำมาก

3.9 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้ศึกษาได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการทำแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่าง โดยวิธีแจกแบบสอบถามจำนวน 200 ชุด โดยผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้กรอกแบบสอบถามตามความจริงด้วยตนเอง (Self-Administered) โดยวิธีการกระจายแบบสอบถามด้วยตนเอง ในช่วง เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2559 จากนั้นจะนำแบบสอบถามที่ได้รับมาตรวจสอบความสมบูรณ์และนำข้อมูลที่ได้มาดำเนินการประมวลผลในลำดับต่อไป

3.10 การประมวลผลข้อมูล

หลังจากเก็บรวบรวมข้อมูลเรียบร้อยแล้ว ผู้ศึกษาได้ทำการตรวจสอบความสมบูรณ์และความถูกต้องของแบบสอบถามและดำเนินการดังนี้

1. ลงรหัส (Coding) ในแบบสอบถามทุกฉบับ เพื่อให้ข้อมูลอยู่ในรูปแบบของตัวเลขหรือรหัส
2. คัดลอกรหัสที่ลงเรียบร้อยแล้วในการกรอกแบบฟอร์มการลงรหัส เพื่อบันทึกข้อมูล
3. ประมวลผล โดยนำข้อมูลที่บันทึกไว้มาประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ
4. แปลความหมายของข้อมูลที่ได้หลังจากประมวลผล และจัดทำแสดงผลร้อยละและค่าทางสถิติ เพื่อทำรายงานสรุปและนำเสนอผลการศึกษาต่อไป

3.11 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยใช้สถิติ 2 ประเภท ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนาและสถิติเชิงอนุมาน ดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ได้แก่ จำนวน (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ในการนำเสนออธิบายลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง พฤติกรรมการเปิดรับชมและความพึงพอใจในการรับชมรายการ ทีลีสเบย์
2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ได้แก่ การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย (Independent Sample t-test), การวิเคราะห์ความแปรปรวนจำแนกทางเดียว (One-way ANOVA) และการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient)

สถิติที่ใช้ในสมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรของผู้ชมรายการทีลีสเบย์ ที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการทีลีสเบย์ แตกต่างกัน ลักษณะทางประชากรด้านเพศของ

กลุ่มตัวอย่าง สถิติที่ใช้ในการทดสอบ คือ Independent Sample T-test ส่วนลักษณะประชากร
ด้านอื่น ๆ ได้แก่ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษาและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน สถิติที่ใช้ในการทดสอบ คือ
One-way ANOVA (F-test)

สถิติที่ใช้ในสมมติฐานที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการตีสิบเดียวมีความสัมพันธ์กับ
ความพึงพอใจต่อรายการตีสิบเดียว สถิติที่ใช้ในการทดสอบ คือ Pearson's Product Moment
Correlation Coefficient



บทที่ 4

ผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับและความพึงพอใจต่อรายการทีลีสืบคดี ทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการศึกษาวิจัยโดยใช้ วิธีวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) แบบเก็บข้อมูลเพียงครั้งเดียว (Cross-Sectional Study) โดยใช้วิธีสุ่มกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 200 คน โดยแบ่งการแปลผลสถิติออกเป็น 2 ประเภท คือ การแปลผลเชิงพรรณนา และการแปลผลเชิงอนุมาน โดยแบ่งผลการวิจัยออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ลักษณะทางประชากร

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการทีลีสืบคดี

ตอนที่ 3 ความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการทีลีสืบคดี

ตอนที่ 4 การทดสอบสมมติฐาน

4.1 ข้อมูลลักษณะทางประชากร

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่เป็นลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยนำเสนอข้อมูลเป็นจำนวนของกลุ่มตัวอย่าง ตาม (ร้อยละ) ตารางที่ 4.1-4.5

เพศ

ตารางที่ 4.1

จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	62	31.0
หญิง	138	69.0
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 4.1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยเป็น เพศหญิงร้อยละ 69.0 รองลงมาเป็นเพศชายร้อยละ 31.0

อายุ

ตารางที่ 4.2

จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
15-24 ปี	72	36.0
25-34 ปี	41	20.5
35-44 ปี	36	18.0
45-54 ปี	25	12.5
55 ปี ขึ้นไป	26	13.0
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 4.2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 36.0 อายุระหว่าง 15-24 ปี รองลงมาร้อยละ 20.5 อายุ 25-34 ปี ร้อยละ 18.0 อายุ 35-44 ปี ร้อยละ 13.0 อายุ 55 ปีขึ้นไป และร้อยละ 12.5 อายุ 45-54 ปีตามลำดับ

ระดับการศึกษา

ตารางที่ 4.3

จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	129	64.5
ปริญญาตรี	60	30.0
สูงกว่าปริญญาตรี	11	5.5
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 4.3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 64.5 มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี รองลงมาร้อยละ 30.0 มีการศึกษาระดับปริญญาตรีและร้อยละ 5.5 มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีตามลำดับ

อาชีพ

ตารางที่ 4.4

จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
พนักงานเอกชน/ธนาคาร	64	32.0
นักเรียน/นักศึกษา	41	20.5
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	41	20.5
ธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง/งานบริการ/ พ่อบ้าน แม่บ้าน/เกษียณอายุ	54	27.0
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 4.4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 32.0 มีอาชีพพนักงานเอกชน/ธนาคาร รองลงมาร้อยละ 27.0 มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง/งานบริการ/ พ่อบ้าน แม่บ้าน/เกษียณอายุ ร้อยละ 20.5 มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา และ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ตามลำดับ

รายได้ต่อเดือน

ตารางที่ 4.5

จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 15,000 บาท	65	32.5
15,001-20,000 บาท	45	22.5
20,001-25,000 บาท	44	22.0
25,001 บาท ขึ้นไป	46	23.0
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 4.5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 32.5 มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 15,000 บาท รองลงมาร้อยละ 23.0 มีรายได้ต่อเดือน 25,001 บาท ขึ้นไป ร้อยละ 22.5 มีรายได้ต่อเดือน 15,001-20,000 บาท ร้อยละ 22.0 มีรายได้ต่อเดือน 20,001-25,000 บาท ตามลำดับ

4.2 พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการทีลีสบเคย์

การศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับและความพึงพอใจต่อรายการทีลีสบเคย์ ทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ทำให้ทราบพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการทีลีสบเคย์ได้แก่ ความถี่ในการชมรายการทีลีสบเคย์ในหนึ่งเดือน ระยะเวลาในการรับชมรายการทีลีสบเคย์ในแต่ละครั้ง และลักษณะในการรับชมรายการทีลีสบเคย์ สามารถแจกแจงรายละเอียดดังตาราง ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.6

จำนวนและร้อยละของความถี่ในการรับชมรายการทีลีสบเคย์ในหนึ่งเดือน

ความถี่ในการรับชม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รับชมทุกครั้ง (4 ครั้ง)	9	4.5
รับชมบ่อย ๆ (3 ครั้ง)	22	11
รับชมบ้าง (2 ครั้ง)	65	32.5
ไม่ค่อยรับชม (1 ครั้ง)	63	31.5
แทบไม่รับชม (1 ครั้ง ต่อ 2-3 เดือน)	41	20.5
รวม	200	100.0
ค่าเฉลี่ย	3.52	
ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	1.074	

จากตารางที่ 4.6 พบว่า โดยเฉลี่ยกลุ่มตัวอย่างมีความถี่ในการรับชมรายการทีลีสบเคย์ในหนึ่งเดือน ส่วนใหญ่ร้อยละ 32.5 มีความถี่ในการรับชมรายการทีลีสบเคย์ 2 ครั้งต่อหนึ่งเดือน รองลงมาคือ ร้อยละ 31.5 มีความถี่ในการรับชมรายการทีลีสบเคย์ 1 ครั้งต่อหนึ่งเดือน ร้อยละ 20.5 มีความถี่ในการรับชมรายการทีลีสบเคย์ 1 ครั้ง ต่อ 2-3 เดือน ร้อยละ 11 มีความถี่ในการรับชมรายการทีลีสบเคย์ 3 ครั้ง ต่อหนึ่งเดือน และร้อยละ 4.5 มีความถี่ในการรับชมรายการทีลีสบเคย์ 4 ครั้งต่อหนึ่งเดือน ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7

จำนวนและร้อยละของเวลาในการรับชมรายการทีลีสบเคย์แต่ละครั้ง

เวลาในการรับชม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
----------------	------------	--------

ตั้งแต่ต้นจนจบรายการ (1 ชั่วโมง 30 นาที)	14	7.0
เกือบทั้งหมดของรายการ (ประมาณ 1 ชั่วโมง)	50	25.5
ประมาณครึ่งรายการ (ประมาณ 45 นาที)	35	17.5
น้อยกว่าครึ่งรายการ (ประมาณ 30 นาที)	57	28.5
เพียงส่วนน้อยของรายการ (ประมาณ 10 นาที)	44	22.0
รวม	200	100
ค่าเฉลี่ย	3.33	
ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	1.261	

จากตารางที่ 4.7 พบว่า โดยเฉลี่ยกลุ่มตัวอย่างใช้เวลาในการรับชมรายการทีสิบเคยในหนึ่งครั้ง ส่วนใหญ่ร้อยละ 28.5 ใช้เวลาในการรับชมรายการทีสิบเด้น้อยกว่าครึ่งรายการหรือประมาณ 30 นาที ต่อหนึ่งครั้ง รองลงมาคือ ร้อยละ 25.5 ใช้เวลาในการรับชมรายการทีสิบเคยเกือบทั้งหมดของรายการหรือประมาณ 1 ชั่วโมงต่อหนึ่งครั้ง ร้อยละ 22.0 ใช้เวลาในการรับชมรายการทีสิบเคยเพียงส่วนน้อยของรายการหรือประมาณ 10 นาที ต่อหนึ่งครั้ง ร้อยละ 17.5 ใช้เวลาในการรับชมรายการทีสิบเคยประมาณครึ่งรายการหรือประมาณ 45 นาที ต่อหนึ่งครั้ง และร้อยละ 7.0 ใช้เวลาในการรับชมรายการทีสิบเคยตั้งแต่ต้นจนจบหรือ 1 ชั่วโมง 30 นาที ต่อหนึ่งครั้ง ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8

จำนวนและร้อยละของลักษณะในการรับชมรายการทีสียเคย์แต่ละครั้ง

เวลาในการรับชม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ตั้งใจชมตลอดรายการโดยไม่เปลี่ยนช่อง	22	11.0
เปลี่ยนสลับช่องอื่นเมื่อมีโฆษณา	62	31.0
เลือกชมเฉพาะช่วงที่สนใจ	55	27.5
ชมเรื่อย ๆ ตั้งใจบ้างเป็นบางครั้ง	53	26.5
เปิดทิ้งไว้เป็นเพื่อน	8	4.0
รวม	200	100
ค่าเฉลี่ย	2.81	
ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	1.070	

จากตารางที่ 4.8 พบว่า โดยเฉลี่ยกลุ่มตัวอย่างมีลักษณะในการรับชมรายการทีสียเคย์ในหนึ่งครั้ง ส่วนใหญ่ร้อยละ 31.0 มีลักษณะในการรับชมรายการทีสียเคย์แบบเปลี่ยนช่องอื่นเมื่อมีโฆษณา รองลงมาคือ ร้อยละ 27.5 มีลักษณะในการรับชมรายการทีสียเคย์แบบเลือกชมเฉพาะช่วงที่สนใจ ร้อยละ 26.5 มีลักษณะในการรับชมรายการทีสียเคย์แบบชมเรื่อย ๆ ตั้งใจบ้างเป็นบางครั้ง ร้อยละ 11.0 มีลักษณะในการรับชมรายการทีสียเคย์แบบตั้งใจชมตลอดรายการโดยไม่เปลี่ยนช่อง และร้อยละ 7.0 มีลักษณะในการรับชมรายการทีสียเคย์แบบเปิดทิ้งไว้เป็นเพื่อน ตามลำดับ

4.3 ความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการทีลิบเดย์

การศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับและความพึงพอใจต่อรายการทีลิบเดย์ ทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ทำให้ทราบถึงความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการทีลิบเดย์ได้แก่ ความพึงพอใจต่อนื้อหารายการทั้ง 2 ช่วง คือ ช่วงแพทชาฮาชะและช่วงสนทนา ความพึงพอใจต่อพิธีกรทั้ง 3 ท่าน ได้แก่ แพท ฌบภา วิทวัส สุนทรวิเนตร์ และฝน ธนสุนธร ความพึงพอใจต่อแขกรับเชิญ ความพึงพอใจต่อบรรยากาศในรายการ และความพึงพอใจต่อรูปแบบการนำเสนอรายการ สามารถแจกแจงรายละเอียดดังตาราง ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.9

จำนวนและร้อยละของผู้ชมที่มีความพึงพอใจต่อนื้อหารายการ ช่วงแพทชาฮาชะ

ความพึงพอใจของ ผู้ชมต่อนื้อหา รายการช่วง แพทชาฮาชะ	ระดับความพึงพอใจ									
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	รวม	ค่าเฉลี่ย	ส่วน เบี่ยง เบน มาตรฐาน	ระดับ/ ความ หมาย	อันดับ
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)				
ให้ความรู้ทั่วไปอย่าง หลากหลาย	15 (7.5)	68 (34.0)	108 (54.0)	7 (3.5)	2 (1.0)	200 (100.0)	3.43	0.726	มาก	6
ให้ความบันเทิง สนุกสนาน พร้อม สาระน่าเรียนรู้	28 (14.0)	88 (44.0)	80 (40.0)	4 (2.0)	0 (0.0)	200 (100.0)	3.70	0.729	มาก	1
มีความสดใหม่ ทันสมัย ทัน เหตุการณ์	20 (10.0)	87 (43.5)	84 (42.0)	7 (3.5)	2 (1.0)	200 (100.0)	3.58	0.759	มาก	3
เนื้อหาที่น่าสนใจใน รายการเข้าใจง่าย	21 (10.5)	80 (40.0)	97 (48.5)	1 (0.5)	1 (0.5)	200 (100.0)	3.59	0.702	มาก	2
เรื่องราวที่น่าสนใจ ในรายการมีความ น่าสนใจ ชวน ติดตาม	23 (11.5)	67 (33.5)	98 (49.0)	12 (6.0)	0 (0.0)	200 (100.0)	3.50	0.776	มาก	5

ตารางที่ 4.9

จำนวนและร้อยละของผู้ชมที่มีความพึงพอใจต่อเนื้อหารายการ ช่วงแพทชาฮาชะ (ต่อ)

ความพึงพอใจของ ผู้ชมต่อเนื้อหา รายการช่วง แพทชาฮาชะ	ระดับความพึงพอใจ									
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	รวม	ค่าเฉลี่ย	ส่วน เบี่ยง เบน มาตรฐาน	ระดับ/ ความ หมาย	อันดับ
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)				
มีความกระชับรัดกุม	19 (9.5)	47 (23.5)	121 (60.5)	9 (4.5)	4 (2.0)	200 (100.0)	3.34	0.792	ปานกลาง	8
มีประโยชน์ สามารถ นำมาใช้ใน ชีวิตประจำวันได้	17 (8.5)	56 (28.0)	112 (56.0)	13 (6.5)	2 (1.0)	200 (100.0)	3.36	0.771	ปานกลาง	7
ให้แง่คิดในการ ดำรงชีวิต	25 (12.5)	59 (29.5)	110 (55.0)	6 (3.0)	0 (0.0)	200 (100.0)	3.51	0.750	มาก	4
รวม							3.50	0.566	มาก	

จากตารางที่ 4.9 พบว่า โดยรวมกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อเนื้อหารายการช่วงแพทชาฮาชะ ในระดับ มาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.50 ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจด้านให้ความบันเทิง สนุกสนาน พร้อมสาระน่าเรียนรู้ ในระดับมาก (3.70) มีความพึงพอใจด้านเนื้อหาที่น่าสนใจในรายการเข้าใจง่าย ในระดับมาก (3.59) มีความพึงพอใจด้านมีความสดใหม่ ทันสมัย ทันเหตุการณ์ ในระดับมาก (3.58) มีความพึงพอใจด้านให้แง่คิดในการดำรงชีวิต ในระดับมาก (3.51) มีความพึงพอใจด้านเรื่องราวที่น่าสนใจในรายการมีความน่าสนใจ ชวนติดตาม ในระดับ มาก (3.50) มีความพึงพอใจด้านให้ความรู้ทั่วไปอย่างหลากหลาย ในระดับมาก (3.43) มีความพึงพอใจด้านมีประโยชน์ สามารถนำมาใช้ในชีวิตรประจำวันได้ ในระดับปานกลาง (3.36) และมีความพึงพอใจด้านมีความกระชับรัดกุม ในระดับปานกลาง (3.34) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10

จำนวนและร้อยละของผู้ชมที่มีความพึงพอใจต่อเนื้อหารายการ ช่วงสนทนา

ความพึงพอใจของ ผู้ชมต่อเนื้อหา รายการช่วงสนทนา	ระดับความพึงพอใจ									
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	รวม	ค่าเฉลี่ย	ส่วน เบี่ยง เบน มาตรฐาน	ระดับ/ ความ หมาย	อันดับ
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)				
ให้ความรู้ทั่วไปอย่าง หลากหลาย	27 (13.5)	79 (39.5)	92 (46.0)	2 (1.0)	0 (0.0)	200 (100.0)	3.65	0.720	มาก	2
ให้ความบันเทิง สนุกสนาน พร้อม สาระน่าเรียนรู้	23 (11.5)	92 (46.0)	81 (40.5)	4 (2.0)	0 (0.0)	200 (100.0)	3.67	0.702	มาก	1
มีความสดใหม่ ทันสมัย ทัน เหตุการณ์	25 (12.5)	70 (35.0)	101 (50.5)	4 (2.0)	0 (0.0)	200 (100.0)	3.58	0.732	มาก	4
เนื้อหาที่น่าสนใจใน รายการเข้าใจง่าย	22 (11.0)	87 (43.5)	89 (44.5)	2 (0.5)	0 (0.0)	200 (100.0)	3.64	0.686	มาก	3
เรื่องราวที่น่าสนใจ ในรายการมีความ น่าสนใจ ชวน ติดตาม	28 (14.0)	65 (32.5)	97 (48.5)	9 (4.5)	1 (0.5)	200 (100.0)	3.55	0.806	มาก	5
มีความกระชับรัดกุม	17 (8.5)	64 (32.0)	113 (56.5)	6 (3.0)	0 (0.0)	200 (100.0)	3.46	0.693	มาก	7
มีประโยชน์ สามารถ นำมาใช้ใน ชีวิตประจำวันได้	27 (13.5)	63 (31.5)	103 (51.5)	6 (3.0)	1 (0.5)	200 (100.0)	3.54	0.781	มาก	6
ให้แง่คิดในการ ดำรงชีวิต	30 (15.0)	74 (37.0)	91 (45.5)	5 (2.5)	0 (0.0)	200 (100.0)	3.64	0.762	มาก	3
รวม							3.59	0.598	มาก	

จากตารางที่ 4.10 พบว่า โดยรวมกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อเนื้อหารายการช่วงสนทนา ในระดับ มาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.59 ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจด้านให้ความบันเทิง สนุกสนาน พร้อมสาระน่าเรียนรู้ ในระดับมาก (3.67) มีความพึงพอใจด้านให้ความรู้ทั่วไปอย่าง

หลากหลายในระดับมาก (3.65) มีความพึงพอใจด้านเนื้อหาที่นำเสนอในรายการเข้าใจง่าย (3.64) และ มีความพึงพอใจให้แง่คิดในการดำรงชีวิต (3.64) เท่ากันในระดับมาก มีความพึงพอใจมีความสดใหม่ ทันสมัย ทันเหตุการณ์ ในระดับ มาก (3.58) มีความพึงพอใจเรื่องราวที่นำเสนอในรายการมีความน่าสนใจ ชวนติดตาม ในระดับมาก (3.55) มีความพึงพอใจด้านมีประโยชน์ สามารถนำมาใช้ในชีวิตประจำวันได้ ในระดับมาก (3.54) และมีความพึงพอใจด้านมีความกระชับรัดกุม ในระดับมาก (3.46) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.11

จำนวนและร้อยละของผู้ชมที่มีความพึงพอใจต่อพิธีกร แพท ฌบภา

ความพึงพอใจของผู้ชมต่อพิธีกร แพท ฌบภา	ระดับความพึงพอใจ									
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	รวม	ค่าเฉลี่ย	ส่วน เบี่ยง เบน มาตรฐาน	ระดับ/ ความ หมาย	อันดับ
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)				
มีบุคลิกภาพที่ดี รูปร่างหน้าตาดี	38 (19.0)	92 (46.0)	64 (32.0)	6 (3.0)	0 (0.0)	200 (100.0)	3.81	0.772	มาก	2
ยิ้มแย้มแจ่มใส สร้าง ความเพลิดเพลิน ยามรับชม	37 (18.5)	99 (49.5)	58 (29.0)	6 (3.0)	0 (0.0)	200 (100.0)	3.83	0.755	มาก	1
มีน้ำเสียงและกิริยา ท่าทางในการพูดดี และเหมาะสม	31 (15.5)	87 (43.5)	75 (37.5)	6 (3.0)	1 (0.5)	200 (100.0)	3.70	0.781	มาก	4
ใช้ภาษาไทยได้อย่าง ถูกต้อง เหมาะสม สื่อสารได้ชัดเจน	34 (17.0)	71 (35.5)	86 (43.0)	8 (4.0)	1 (0.5)	200 (100.0)	3.64	0.826	มาก	6
ใช้คำพูดและท่าทาง ให้รู้สึกคล้อยตามไป กับการนำเสนอ	36 (18.0)	69 (34.5)	88 (44.0)	7 (3.5)	0 (0.0)	200 (100.0)	3.67	0.808	มาก	5
ใช้คำพูดและท่าทาง ให้เกียรติแขกรับเชิญ และผู้ชมทางบ้าน เสมอ	29 (14.5)	78 (39.0)	84 (42.0)	9 (4.5)	0 (0.0)	200 (100.0)	3.63	0.784	มาก	7

ตารางที่ 4.11

จำนวนและร้อยละของผู้ชมที่มีความพึงพอใจต่อพิธีกร แพท ฌปภา (ต่อ)

ความพึงพอใจของ ผู้ชมต่อพิธีกร แพท ฌปภา	ระดับความพึงพอใจ									
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	รวม	ค่าเฉลี่ย	ส่วน เบี่ยง เบน มาตรฐาน	ระดับ/ ความ หมาย	อันดับ
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)				
การแต่งกาย เหมาะสม	28 (14.0)	79 (39.5)	86 (43.5)	7 (3.5)	0 (0.0)	200 (100.0)	3.64	0.763	มาก	6
มีไหวพริบ ปฏิภาณดี	32 (16.5)	94 (47.5)	65 (32.5)	9 (4.5)	0 (0.0)	200 (100.0)	3.74	0.776	มาก	3
มีความน่าเชื่อถือ	26 (13.0)	79 (39.5)	83 (41.5)	10 (5.0)	2 (1.0)	200 (100.0)	3.58	0.816	มาก	8
รวม							3.69	0.668	มาก	

จากตารางที่ 4.11 พบว่า โดยรวมกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อพิธีกร แพท ฌปภา ในระดับ มาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.69 ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจด้านยิ้มแย้มแจ่มใส สร้างความเพลิดเพลินยามรับชม ในระดับมาก (3.83) มีความพึงพอใจด้านมีบุคลิกภาพที่ดี รูปร่างหน้าตาดี ในระดับมาก (3.81) มีความพึงพอใจด้านมีไหวพริบ ปฏิภาณดี ในระดับมาก (3.74) มีความพึงพอใจด้านมีน้ำเสียงและกิริยาท่าทางในการพูดดีและเหมาะสม ในระดับมาก (3.70) มีความพึงพอใจด้านใช้คำพูดและท่าทางให้รู้สึกคล้อยตามไปกับการนำเสนอ ในระดับมาก (3.67) มีความพึงพอใจด้านใช้ภาษาไทยได้อย่างถูกต้อง เหมาะสม สื่อสารได้ชัดเจน และ มีความพึงพอใจด้านการแต่งกายเหมาะสม เท่ากันในระดับ มาก (3.64) มีความพึงพอใจด้านใช้คำพูดและท่าทางให้เกียรติแขกรับเชิญและผู้ชมทางบ้านเสมอ ในระดับ มาก (3.63) และ มีความพึงพอใจด้านมีความน่าเชื่อถือ ในระดับ มาก (3.63) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.12

จำนวนและร้อยละของผู้ชมที่มีความพึงพอใจต่อพิธีกร วิทวัส สุนทรวิเนตร์

ความพึงพอใจของ ผู้ชมต่อพิธีกร วิทวัส สุนทรวิเนตร์	ระดับความพึงพอใจ									
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับ/ความหมาย	อันดับ
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)				
มีบุคลิกภาพที่ดี รูปร่างหน้าตาดี	40 (20.0)	92 (46.0)	65 (32.5)	3 (1.5)	0 (0.0)	200 (100.0)	3.84	0.750	มาก	6
ยิ้มแย้มแจ่มใส สร้าง ความเพลิดเพลิน ยามรับชม	41 (20.5)	99 (49.5)	57 (28.5)	2 (1.0)	1 (0.5)	200 (100.0)	3.88	0.751	มาก	4
มีน้ำเสียงและกิริยา ท่าทางในการพูดดี และเหมาะสม	37 (18.5)	103 (51.5)	56 (28.0)	4 (2.0)	0 (0.0)	200 (100.0)	3.86	0.727	มาก	5
ใช้ภาษาไทยได้อย่าง ถูกต้อง เหมาะสม สื่อสารได้ชัดเจน	39 (19.5)	105 (52.5)	52 (26.0)	4 (2.0)	0 (0.0)	200 (100.0)	3.88	0.723	มาก	4
ใช้คำพูดและท่าทาง ให้รู้สึกคล้อยตามไป กับการนำเสนอ	39 (19.5)	100 (50.0)	59 (29.5)	2 (1.0)	0 (0.0)	200 (100.0)	3.88	0.719	มาก	4
ใช้คำพูดและท่าทาง ให้เกียรติแขกรับเชิญ และผู้ชมทางบ้าน เสมอ	44 (22.0)	100 (50.0)	53 (26.5)	3 (1.5)	0 (0.0)	200 (100.0)	3.92	0.736	มาก	2
การแต่งกาย เหมาะสม	42 (21.0)	112 (56.0)	44 (22.0)	2 (1.0)	0 (0.0)	200 (100.0)	3.97	0.686	มาก	1
มีไหวพริบ ปฏิภาณดี	39 (19.5)	103 (51.5)	56 (28.5)	2 (1.0)	0 (0.0)	200 (100.0)	3.89	0.711	มาก	3
มีความน่าเชื่อถือ	42 (21.0)	98 (49.0)	56 (28.0)	4 (2.0)	0 (0.0)	200 (100.0)	3.89	0.748	มาก	3
รวม							3.89	0.623	มาก	

จากตารางที่ 4.12 พบว่า โดยรวมกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อพิธีกร วิทวัส สุนทรวิเนตร์ ในระดับมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.89 ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจด้านการแต่งกายเหมาะสม ในระดับมาก (3.97) มีความพึงพอใจด้านใช้คำพูดและท่าทางให้เกียรติแขกรับเชิญและผู้ชมทางบ้าน เสมอ ในระดับมาก (3.92) มีความพึงพอใจด้านมีความน่าเชื่อถือ และมีความพึงพอใจด้านมีไหวพริบ ปฏิภาณดี ในระดับมากเท่ากันที่ (3.89) มีความพึงพอใจด้านใช้ภาษาไทยได้อย่างถูกต้อง เหมาะสม สื่อสารได้ชัดเจน มีความพึงพอใจด้านใช้คำพูดและท่าทางให้รู้สึกคล้อยตามไปกับการนำเสนอ และมีความพึงพอใจด้านยิ้มแย้มแจ่มใส สร้างความเพลิดเพลินยามรับชมเท่ากันในระดับมาก (3.88) มีความพึงพอใจด้านมีน้ำเสียงและกิริยาท่าทางในการพูดดีและเหมาะสม ในระดับมาก (3.86) มีความพึงพอใจด้านมีบุคลิกภาพที่ดี รูปร่างหน้าตาดี ในระดับ มาก (3.84) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.13

จำนวนและร้อยละของผู้ชมที่มีความพึงพอใจต่อพิธีกร ฝน ธนสุนทร

ความพึงพอใจของ ผู้ชมต่อพิธีกร ฝน ธนสุนทร	ระดับความพึงพอใจ									
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	รวม	ค่าเฉลี่ย	ส่วน เบี่ยง เบน มาตรฐาน	ระดับ/ ความ หมาย	อันดับ
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)				
มีบุคลิกภาพที่ดี รูปร่างหน้าตาดี	39 (19.5)	107 (53.5)	51 (25.5)	3 (1.5)	0 (0.0)	200 (100.0)	3.91	0.710	มาก	2
ยิ้มแย้มแจ่มใส สร้าง ความเพลิดเพลิน ยามรับชม	28 (14.0)	114 (57.0)	55 (27.5)	3 (1.5)	0 (0.0)	200 (100.0)	3.83	0.670	มาก	3
มีน้ำเสียงและกิริยา ท่าทางในการพูดดี และเหมาะสม	27 (13.5)	113 (56.5)	58 (29.0)	2 (1.0)	0 (0.0)	200 (100.0)	3.82	0.660	มาก	4
ใช้ภาษาไทยได้อย่าง ถูกต้อง เหมาะสม สื่อสารได้ชัดเจน	33 (16.5)	96 (48.0)	67 (33.5)	4 (2.0)	0 (0.0)	200 (100.0)	3.79	0.733	มาก	5
ใช้คำพูดและท่าทาง ให้รู้สึกคล้อยตามไป กับการนำเสนอ	27 (13.5)	79 (39.5)	90 (45.0)	4 (2.0)	0 (0.0)	200 (100.0)	3.64	0.735	มาก	8

ตารางที่ 4.13

จำนวนและร้อยละของผู้ชมที่มีความพึงพอใจต่อพิธีกร ฝน ธนสุนทร (ต่อ)

ความพึงพอใจของผู้ชมต่อพิธีกร ฝน ธนสุนทร	ระดับความพึงพอใจ									
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับ/ความหมาย	อันดับ
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)				
ใช้คำพูดและท่าทางให้เกียรติแขกรับเชิญและผู้ชมทางบ้านเสมอ	37 (18.5)	80 (40.0)	81 (40.5)	2 (1.0)	0 (0.0)	200 (100.0)	3.76	0.758	มาก	6
การแต่งกายเหมาะสม	30 (15.0)	104 (52.0)	64 (32.0)	2 (1.0)	0 (0.0)	200 (100.0)	4.01	2.924	มาก	1
มีไหวพริบ ปฏิภาณดี	29 (14.5)	88 (44.0)	79 (39.5)	4 (2.0)	0 (0.0)	200 (100.0)	3.71	0.733	มาก	7
มีความน่าเชื่อถือ	29 (14.5)	92 (46.0)	72 (36.0)	7 (3.5)	0 (0.0)	200 (100.0)	3.71	0.752	มาก	7
รวม							3.80	0.677	มาก	

จากตารางที่ 4.13 พบว่า โดยรวมกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อพิธีกร ฝน ธนสุนทร ในระดับ มาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.80 ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจด้านการแต่งกายเหมาะสม ในระดับมาก (4.01) มีความพึงพอใจด้านมีบุคลิกภาพที่ดี รูปร่างหน้าตาดีในระดับมาก (3.91) มีความพึงพอใจด้านยิ้มแย้มแจ่มใส สร้างความเพลิดเพลินยามรับชม ในระดับมาก (3.83) มีความพึงพอใจมีน้ำเสียงและกิริยาท่าทางในการพูดดีและเหมาะสม ในระดับมาก (3.82) มีความพึงพอใจด้านใช้ภาษาไทยได้อย่างถูกต้อง เหมาะสม สื่อสารได้ชัดเจน ในระดับมาก (3.79) มีความพึงพอใจด้านใช้คำพูดและท่าทางให้เกียรติแขกรับเชิญและผู้ชมทางบ้านเสมอ ในระดับ มาก (3.76) มีความพึงพอใจด้านมีไหวพริบ ปฏิภาณดี มีความพึงพอใจด้านมีความน่าเชื่อถือเท่ากันในระดับ มาก (3.71) มีความพึงพอใจด้านใช้คำพูดและท่าทางให้รู้สึกคล้อยตามไปกับการนำเสนอในระดับ มาก (3.64) ตามลำดับ

ความพึงพอใจของผู้ชมต่อแขกรับเชิญและผู้ร่วมรายการ	ระดับความพึงพอใจ									
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับ/ความหมาย	อันดับ
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)				
มีความน่าเชื่อถือ	21 (10.5)	84 (42.0)	93 (46.5)	2 (1.0)	0 (0.0)	200 (100.0)	3.62	0.684	มาก	3
มีผลงานหรือเรื่องราวน่าสนใจ	26 (13.0)	82 (41.0)	88 (44.0)	4 (2.0)	0 (0.0)	200 (100.0)	3.65	0.728	มาก	2
มีความหลากหลาย	31 (15.5)	83 (41.5)	83 (41.5)	3 (1.5)	0 (0.0)	200 (100.0)	3.71	0.740	มาก	1
รวม							3.66	0.660	มาก	

จากตารางที่ 4.14 พบว่า โดยรวมกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อחקรับเชิญในรายการทีลิลเบย์ ในระดับ มาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.66 ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจด้านมีความหลากหลาย ในระดับมาก (3.71) มีความพึงพอใจด้านมีผลงานหรือเรื่องราวน่าสนใจ ในระดับมาก (3.65) มีความพึงพอใจด้านมีความน่าเชื่อถือในระดับมาก (3.62) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.15

จำนวนและร้อยละของผู้ชมที่มีความพึงพอใจต่อบรรยากาศในรายการ

ความพึงพอใจของ ผู้ชมต่อบรรยากาศ ในรายการ	ระดับความพึงพอใจ									
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	รวม	ค่าเฉลี่ย	ส่วน เบี่ยง เบน มาตรฐาน	ระดับ/ ความ หมาย	อันดับ
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)				
การจัดองค์ประกอบ ฉากสวยงาม ตระการตา	22 (11.0)	72 (36.0)	103 (51.5)	1 (0.5)	2 (1.0)	200 (100.0)	3.55	0.734	มาก	2
ใช้เทคนิคทางด้าน แสง สี เสียง ทำให้ เกิดอารมณ์คล้อย ตาม	31 (15.5)	77 (38.5)	89 (44.5)	0 (0.0)	3 (1.5)	200 (100.0)	3.66	0.791	มาก	1
รวม							3.61	0.736	มาก	

จากตารางที่ 4.15 พบว่า โดยรวมกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อบรรยากาศในรายการ
ดีสิบเดียว ในระดับ มาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.61 ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจด้านใช้เทคนิคทางด้าน
แสง สี เสียง ทำให้เกิดอารมณ์คล้อยตาม ในระดับมาก (3.66) มีความพึงพอใจด้านการจัด
องค์ประกอบฉากสวยงาม ตระการตา ในระดับมาก (3.55) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.16

จำนวนและร้อยละของผู้ชมที่มีความพึงพอใจต่อรูปแบบการนำเสนอรายการ

ความพึงพอใจของ ผู้ชมต่อรูปแบบการ นำเสนอรายการ	ระดับความพึงพอใจ									
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	รวม	ค่าเฉลี่ย	ส่วน เบี่ยง เบน มาตรฐาน	ระดับ/ ความ หมาย	อันดับ
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)				
รูปแบบการนำเสนอ ตลอดรายการ ตั้งแต่ ช่วงเปิดรายการไป จนถึงช่วงปิดรายการ มีความสอดคล้อง ต่อเนื่องกลมกลืนกัน	21 (10.5)	86 (43.0)	92 (46.0)	1 (0.5)	0 (0.0)	200 (100.0)	3.63	0.673	มาก	1
รูปแบบการนำเสนอ รายการในแต่ละช่วง มีความกระชับ เหมาะสม ไม่สั้นหรือ ยาวจนเกินไป	22 (11.0)	86 (43.0)	87 (43.5)	5 (2.5)	0 (0.0)	200 (100.0)	3.62	0.711	มาก	2
รูปแบบการนำเสนอ รายการตอนเปลี่ยน ช่วงหนึ่งไปยังอีก ช่วงหนึ่ง มีความ สอดคล้องเชื่อมโยง กัน	20 (10.0)	83 (41.5)	92 (46.0)	5 (2.5)	0 (0.0)	200 (100.0)	3.59	0.703	มาก	3
วันและเวลา ออกอากาศเหมาะสม (ออกอากาศทุกวัน เสาร์ เวลา 14.45 น.- 16.15 น.)	21 (10.5)	82 (41.0)	87 (43.5)	8 (4.0)	2 (1.0)	200 (100.0)	3.56	0.774	มาก	4
ความยาวของรายการ เหมาะสม (ออกอากาศทั้งหมด 90 นาที รวมเวลา โฆษณา)	20 (20.0)	89 (44.5)	81 (40.5)	10 (5.0)	0 (0.0)	200 (100.0)	3.59	0.737	มาก	3
รวม							3.61	0.637	มาก	

จากตารางที่ 4.16 พบว่า โดยรวมกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อรูปแบบการนำเสนอรายการ ในระดับ มาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.61 ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจด้านรูปแบบการนำเสนอตลอดรายการ ตั้งแต่ช่วงเปิดรายการไปจนถึงช่วงปิดรายการมีความสอดคล้องต่อเนื่องกลมกลืนกัน ในระดับมาก (3.63) มีความพึงพอใจด้านรูปแบบการนำเสนอรายการในแต่ละช่วง มีความกระชับเหมาะสม ไม่สั้นหรือยาวจนเกินไป ในระดับมาก (3.62) พึงพอใจด้านรูปแบบการเสนอรายการตอนเปลี่ยนช่วงหนึ่งไปยังอีกช่วงหนึ่ง มีความสอดคล้องเชื่อมโยงกัน พึงพอใจด้านความยาวของรายการเหมาะสม (ออกอากาศทั้งหมด 90 นาที รวมเวลาโฆษณา) เท่ากันในระดับมาก (3.59) มีความพึงพอใจด้านวันและเวลาออกอากาศเหมาะสม (ออกอากาศทุกวันเสาร์ เวลา 14.45-16.15 น.) ในระดับมาก (3.56) ตามลำดับ

4.4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

1. ลักษณะทางประชากรของผู้ชมรายการทีสิบเดียส์ ที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการทีสิบเดียส์ แตกต่างกัน
2. พฤติกรรมการเปิดรับของผู้ชมรายการทีสิบเดียส์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อรายการทีสิบเดียส์

ผลการทดสอบสมมติฐาน จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้วิธีทางสถิติ T-test สำหรับทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของข้อมูล 2 กลุ่ม ที่เป็นอิสระต่อกัน และใช้วิธีทางสถิติการวิเคราะห์แปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) ในการทดสอบความแตกต่างของข้อมูล 2 กลุ่มขึ้นไป ซึ่งผลการทดสอบสมมติฐานสามารถแสดงได้ดังต่อไปนี้

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรของผู้ชมรายการทีสิบเดียส์ ที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการทีสิบเดียส์ แตกต่างกัน

H_0 : ลักษณะทางประชากรของผู้ชมรายการทีสิบเดียส์ที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการทีสิบเดียส์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ลักษณะทางประชากรของผู้ชมรายการทีสิบเดียส์ที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการทีสิบเดียส์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.18

การวิเคราะห์ความแปรปรวนของพฤติกรรมเปิดรับชมรายการทีวีสปีดเดียร์จำแนกตามอายุ

พฤติกรรมการเปิด รับชมรายการทีวีสปีดเดียร์	อายุ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	t	Sig
ความถี่ในการรับชม	15-24 ปี	72	3.51	1.174	.320	.864
	25-34 ปี	41	3.51	.778		
	35-44 ปี	36	3.69	1.116		
	45-54 ปี	25	3.44	1.293		
	55 ปีขึ้นไป	26	3.42	.945		
เวลาที่ใช้ในการรับชม	15-24 ปี	72	3.23	1.227	1.599	.176
	25-34 ปี	41	3.29	1.054		
	35-44 ปี	36	3.63	1.290		
	45-54 ปี	25	3.64	1.468		
	55 ปีขึ้นไป	26	2.96	1.341		
ลักษณะการรับชม	15-24 ปี	72	2.819	1.19065	1.130	.344
	25-34 ปี	41	2.6098	.91864		
	35-44 ปี	36	2.9722	.94070		
	45-54 ปี	25	2.6400	.95219		
	55 ปีขึ้นไป	26	3.0769	1.19743		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.18 พบว่า ยอมรับ H_0 ค่า Significant (Sig.) ด้านความถี่ในการรับชมมีค่าเท่ากับ 0.864 ด้านเวลาที่ใช้ในการรับชม มีค่าเท่ากับ 0.176 ด้านลักษณะการรับชม มีค่าเท่ากับ 0.344 ที่ระดับนัยสำคัญ (Sig > .05) กล่าวคือ อายุที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมเปิดรับชมรายการทีวีสปีดเดียร์ ด้านความถี่ในการรับชม ด้านเวลาในการรับชมและด้านลักษณะในการรับชมไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.19

การวิเคราะห์ความแปรปรวนของพฤติกรรมเปิดรับชมรายการทีวีสปีดเดียร์จำแนกตามระดับการศึกษา

พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการทีวีสปีดเดียร์	ระดับการศึกษา	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	t	Sig
ความถี่ในการรับชม	ต่ำกว่าปริญญาตรี	129	3.51	1.166	1.215	.299
	ปริญญาตรี	60	3.63	.919		
	สูงกว่าปริญญาตรี	11	3.09	.539		
เวลาที่ใช้ในการรับชม	ต่ำกว่าปริญญาตรี	129	3.32	1.317	5.890	.003*
	ปริญญาตรี	60	3.56	1.125		
	สูงกว่าปริญญาตรี	11	2.18	.404		
ลักษณะการรับชม	ต่ำกว่าปริญญาตรี	129	2.81	1.066	.048	.953
	ปริญญาตรี	60	2.80	1.054		
	สูงกว่าปริญญาตรี	11	2.90	1.300		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.19 พบว่า ยอมรับ H_0 ค่า Significant (Sig.) ด้านความถี่ในการรับชม มีค่าเท่ากับ 0.299 และด้านลักษณะการรับชมมีค่าเท่ากับ 0.953 ที่ระดับนัยสำคัญ (Sig > .05) กล่าวคือ ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการเปิดรับด้านความถี่ในการรับชมและด้านลักษณะในการรับชม ไม่แตกต่างกัน และพบว่า ปฏิเสธ H_0 ค่า Significant (Sig.) ด้านเวลาที่ใช้ในการรับชม มีค่าเท่ากับ 0.003 ที่ระดับนัยสำคัญ (Sig < .05) กล่าวคือ ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการทีวีสปีดเดียร์ด้านเวลาในการรับชมแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.20

การเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการตีสิบเคย์จำแนกตามระดับการศึกษา (ด้านเวลาที่ใช้ในการรับชม)

ระดับการศึกษา		ความแตกต่างของ ค่าเฉลี่ย	Sig.
ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	-.241	.212
	สูงกว่าปริญญาตรี	1.143 [*]	.003
ปริญญาตรี	ต่ำกว่าปริญญาตรี	.241	.212
	สูงกว่าปริญญาตรี	1.384 [*]	.001
สูงกว่าปริญญาตรี	ต่ำกว่าปริญญาตรี	-1.143 [*]	.003
	ปริญญาตรี	-1.384 [*]	.001

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.20 พบว่า ผู้ที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการตีสิบเคย์ด้านเวลาที่ใช้การรับชมน้อยกว่าผู้ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีและผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ค่า Significant (Sig.) ที่ระดับนัยสำคัญ (Sig > .05)

ตารางที่ 4.21

การเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการทีวีสปีดเดียร์จำแนกตามอาชีพ

พฤติกรรมการเปิดรับชม รายการทีวีสปีดเดียร์	อาชีพ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน	t	Sig
ความถี่ในการรับชม	พนักงานเอกชน/ธนาคาร	41	3.36	1.355	1.130	.338
	นักเรียน/นักศึกษา	41	3.63	.968		
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	64	3.67	.817		
	ธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง/ งานบริการ/พ่อบ้าน แม่บ้าน/ เกษียณอายุ	54	3.38	1.172		
เวลาที่ใช้ในการรับชม	พนักงานเอกชน/ธนาคาร	41	3.04	1.263	1.213	.306
	นักเรียน/นักศึกษา	41	3.56	1.323		
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	64	3.31	1.219		
	ธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง/ งานบริการ/พ่อบ้าน แม่บ้าน/ เกษียณอายุ	54	3.40	1.251		
ลักษณะการรับชม	พนักงานเอกชน/ธนาคาร	41	3.04	1.244	1.067	.364
	นักเรียน/นักศึกษา	41	2.87	1.029		
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	64	2.71	1.090		
	ธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง/ งานบริการ/พ่อบ้าน แม่บ้าน/ เกษียณอายุ	54	2.70	.924		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.21 พบว่า ยอมรับ H_0 ค่า Significant (Sig.) ด้านความถี่ในการรับชม มีค่าเท่ากับ 0.388 ด้านเวลาที่ใช้ในการรับชม มีค่าเท่ากับ 0.306 และด้านลักษณะในการรับชม มีค่าเท่ากับ 0.364 ที่ระดับนัยสำคัญ (Sig > .05) กล่าวคือ อาชีพที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการทีวีสปีดเดียร์ด้านความถี่ในการรับชม ด้านเวลาที่ใช้การรับชมและด้านลักษณะในการรับชม ไม่แตกต่างกัน ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.22

การวิเคราะห์ความแปรปรวนของพฤติกรรมเปิดรับชมรายการทีวีสปีดเดียร์จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการทีวีสปีดเดียร์	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	t	Sig
ความถี่ในการรับชม	ไม่เกิน 15,000 บาท	65	3.7692	1.04237	1.986	.117
	15,001-20,000 บาท	45	3.5111	1.12052		
	20,001-25,000 บาท	44	3.2955	1.00185		
	25,001 บาท ขึ้นไป	46	3.4130	1.10707		
เวลาที่ใช้ในการรับชม	ไม่เกิน 15,000 บาท	65	3.3846	1.23355	.894	.445
	15,001-20,000 บาท	45	3.5556	1.15907		
	20,001-25,000 บาท	44	3.1818	1.36863		
	25,001 บาท ขึ้นไป	46	3.1957	1.29305		
ลักษณะการรับชม	ไม่เกิน 15,000 บาท	65	2.9077	1.05657	1.231	.300
	15,001-20,000 บาท	45	2.9111	1.14460		
	20,001-25,000 บาท	44	2.5455	.99894		
	25,001 บาท ขึ้นไป	46	2.8478	1.07429		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.22 พบว่า ยอมรับ H_0 ค่า Significant (Sig.) ด้านความถี่ในการรับชม มีค่าเท่ากับ 0.117 ด้านเวลาที่ใช้ในการรับชม มีค่าเท่ากับ 0.445 และด้านลักษณะการรับชม มีค่าเท่ากับ 0.300 ที่ระดับนัยสำคัญ (Sig > .05) กล่าวคือ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการทีวีสปีดเดียร์ด้านความถี่ในการรับชม ด้านเวลาที่ใช้การรับชมและด้านลักษณะในการรับชมไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการทีลีสบเดียมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อรายการทีลีสบเดีย

H_0 : พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการทีลีสบเดียไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อเนื้อหารายการทีลีสบเดีย

H_1 : พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการทีลีสบเดียมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อเนื้อหารายการทีลีสบเดีย

ตารางที่ 4.23

แสดงค่าสหสัมพันธ์ระหว่างความถี่ในการเปิดรับชมรายการกับความพึงพอใจต่อรายการทีลีสบเดีย

ตัวแปร	ความถี่ในการรับชมรายการทีลีสบเดีย	
	r	Sig.
ความพึงพอใจเนื้อหารายการ (ช่วงแพทช์ฮาเซและช่วงสนทนา)	-.307**	.000
ความพึงพอใจต่อพิธีกรรายการทีลีสบเดีย	-.259**	.000
ความพึงพอใจแขกรับเชิญรายการทีลีสบเดีย	-.092	.196
ความพึงพอใจบรรยากาศในรายการทีลีสบเดีย	-.197**	.005
ความพึงพอใจรูปแบบการนำเสนอรายการทีลีสบเดีย	-.256**	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.23 พบว่า ยอมรับ H_0 กล่าวคือ ความถี่ในการรับชมรายการทีลีสบเดียไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อแขกรับเชิญ ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความถี่ในการรับชมรายการทีลีสบเดียกับความพึงพอใจในการรับชมรายการ ทดสอบด้วยสถิติ Pearson Correlation โดยมีค่า Significant (Sig.) เท่ากับ 0.196 ที่ระดับนัยสำคัญ (Sig > .05) และพบว่า ปฏิเสธ H_0 กล่าวคือ ความถี่ในการรับชมรายการทีลีสบเดียมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อเนื้อหารายการช่วงแพทช์ฮาเซและช่วงสนทนา มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อพิธีกรรายการทีลีสบเดีย มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจบรรยากาศในรายการและมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรูปแบบการนำเสนอรายการทีลีสบเดีย โดยมีค่า Significant (Sig.) เท่ากับ 0.000 และ 0.005 ที่ระดับนัยสำคัญ (Sig < .05)

พิจารณาจากค่าสหสัมพันธ์ (r) พบว่า เป็นความสัมพันธ์ทางลบ ความสัมพันธ์ของความถี่ในการรับชมรายการทีเส็บเดียวกับความพึงพอใจเนื้อหารายการ (ช่วงแพทช์ฮาเซะและช่วงสนทนา) อยู่ในระดับ ปานกลาง ความสัมพันธ์ของความถี่ในการรับชมรายการทีเส็บเดียวกับความพึงพอใจต่อพิธีกรรายการทีเส็บเดียว ความพึงพอใจบรรยากาศในรายการทีเส็บเดียว และความพึงพอใจรูปแบบการนำเสนอรายการทีเส็บเดียว อยู่ในระดับ ต่ำ หมายความว่า ผู้ที่มีความถี่ในการรับชมรายการทีเส็บเดีย่มาก จะมีความพึงพอใจต่อเนื้อหารายการช่วงแพทช์ฮาเซะและช่วงสนทนา พิธีกร บรรยากาศในรายการและรูปแบบการนำเสนอรายการน้อย ส่วนผู้ที่มีความถี่ในการรับชมรายการทีเส็บเดีย่น้อย จะมีความพึงพอใจต่อเนื้อหารายการช่วงแพทช์ฮาเซะและช่วงสนทนา รวมทั้งพิธีกร บรรยากาศในรายการและรูปแบบการนำเสนอรายการ มาก

ตารางที่ 4.24

แสดงค่าสหสัมพันธ์ระหว่างเวลาที่ใช้ในการเปิดรับชมรายการกับความพึงพอใจต่อรายการทีเส็บเดียว

ตัวแปร	เวลาที่ใช้ในการรับชมรายการทีเส็บเดียว	
	r	Sig.
ความพึงพอใจเนื้อหารายการ (ช่วงแพทช์ฮาเซะและช่วงสนทนา)	-.326**	.000
ความพึงพอใจต่อพิธีกรรายการทีเส็บเดียว	-.109	.123
ความพึงพอใจแขกรับเชิญรายการทีเส็บเดียว	-.106	.136
ความพึงพอใจบรรยากาศในรายการทีเส็บเดียว	-.153**	.030
ความพึงพอใจรูปแบบการนำเสนอรายการทีเส็บเดียว	-.113	.111

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4. 24 พบว่า ยอมรับ H_0 กล่าวคือ เวลาที่ใช้ในการรับชมรายการทีเส็บเดียว ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อพิธีกร (0.123) แขกรับเชิญ (0.136) และรูปแบบการนำเสนอรายการ (0.111) ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความถี่ในการรับชมรายการทีเส็บเดียวกับความพึงพอใจในการรับชมรายการ ทดสอบด้วยสถิติ Pearson Correlation โดยมีค่า Significant (Sig.) ที่ระดับนัยสำคัญ (Sig > .05) และพบว่า ปฏิเสธ H_0 กล่าวคือ เวลาที่ใช้ในการรับชมรายการทีเส็บเดียวมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อเนื้อหารายการช่วงแพทช์ฮาเซะและช่วงสนทนา (0.000) และบรรยากาศในรายการ (0.030) โดยมีค่า Significant (Sig.) ที่ระดับนัยสำคัญ (Sig < .05)

พิจารณาจากค่าสหสัมพันธ์ (r) พบว่า เป็นความสัมพันธ์ทางลบ ความสัมพันธ์ของเวลาที่ใช้ในการรับชมรายการทีลิบเคยกับความพึงพอใจเนื้อหารายการ (ช่วงแพทซ์ฮาเซและช่วงสนทนา) อยู่ในระดับ ปานกลาง ความสัมพันธ์ของ เวลาที่ใช้ในการรับชมรายการทีลิบเคยกับความพึงพอใจบรรยากาศในรายการทีลิบเคย อยู่ในระดับ ต่ำ หมายความว่า ผู้ที่ใช้เวลาในการรับชมรายการทีลิบเคยมาก มีความพึงพอใจต่อบรรยากาศในรายการ รวมทั้งเนื้อหารายการช่วงแพทซ์ฮาเซและช่วงสนทนา น้อย ส่วนผู้ที่ใช้เวลาในการรับชมรายการทีลิบเคยน้อย จะมีความพึงพอใจต่อบรรยากาศในรายการ และเนื้อหารายการช่วงแพทซ์ฮาเซและช่วงสนทนา มาก

ตารางที่ 4.25

แสดงค่าสหสัมพันธ์ระหว่างลักษณะในการเปิดรับชมรายการกับความพึงพอใจต่อรายการทีลิบเคย

ตัวแปร	ลักษณะในการรับชมรายการทีลิบเคย	
	r	Sig.
ความพึงพอใจเนื้อหารายการ (ช่วงแพทซ์ฮาเซและช่วงสนทนา)	-.355**	.000
ความพึงพอใจต่อพิธีกรรายการทีลิบเคย	-.339**	.000
ความพึงพอใจแขกรับเชิญรายการทีลิบเคย	-.172**	.015
ความพึงพอใจบรรยากาศในรายการทีลิบเคย	-.277**	.000
ความพึงพอใจรูปแบบการนำเสนอรายการทีลิบเคย	-.278**	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.25 พบว่า ปฏิเสธ ปฏิเสธ H_0 กล่าวคือ ลักษณะในการรับชมรายการทีลิบเคย มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อเนื้อหารายการช่วงแพทซ์ฮาเซและช่วงสนทนา (0.000) ความพึงพอใจต่อพิธีกร (0.000) ความพึงพอใจแขกรับเชิญ (0.015) ความพึงพอใจบรรยากาศในรายการ (0.000) ความพึงพอใจรูปแบบการนำเสนอรายการ (0.000) โดย มีค่า Significant (Sig.) ที่ระดับนัยสำคัญ (Sig < .05)

พิจารณาจากค่าสหสัมพันธ์ (r) พบว่า เป็นความสัมพันธ์ทางลบ ความสัมพันธ์ของลักษณะในการรับชมรายการทีลิบเคยกับความพึงพอใจเนื้อหารายการ (ช่วงแพทซ์ฮาเซและช่วงสนทนา) และพิธีกร อยู่ในระดับ ปานกลาง ความสัมพันธ์ของ ลักษณะในการรับชมรายการทีลิบเคยกับความพึงพอใจต่อแขกรับเชิญ บรรยากาศในรายการและรูปแบบการนำเสนอทีลิบเคย อยู่ในระดับ

ต่ำ หมายความว่า โดย ผู้ที่มีลักษณะในการรับชมรายการตีสิบเคอย่างตั้งใจ จะมีความพึงพอใจ
เนื้อหารายการช่วงแพทชาฮาเซะและช่วงสนทนา พิธีกร แกรับเชิญ บรรยากาศในรายการ และ
รูปแบบการนำเสนอรายการ น้อย ส่วนผู้ที่มีลักษณะในการรับชมรายการตีสิบเคอย่างไม่ตั้งใจ จะมี
ความพึงพอใจเนื้อหารายการช่วงแพทชาฮาเซะและช่วงสนทนา พิธีกร แกรับเชิญ บรรยากาศใน
รายการ และรูปแบบการนำเสนอรายการ มาก



บทที่ 5

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับและความพึงพอใจต่อรายการทีลิบเคย์ ทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 มีวัตถุประสงค์ในการวิจัย คือ

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการทีลิบเคย์ ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจต่อรายการทีลิบเคย์ ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรกับพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการทีลิบเคย์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับชมกับความพึงพอใจต่อรายการทีลิบเคย์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) แบบเก็บข้อมูลเพียงครั้งเดียว (Cross-Sectional Study) มุ่งศึกษาเฉพาะผู้ชมรายการทีลิบเคย์ ทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้วิธีสุ่มกลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 คน

แบบสอบถามประกอบด้วยคำถามปลายปิดและปลายเปิด แบ่งออกเป็น 4 ส่วน โดยคำถามปลายปิดได้แก่ ส่วนที่ 1-3 และส่วนที่ 4 เป็นคำถามปลายเปิด

- ส่วนที่ 1 ลักษณะทางประชากร
- ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการทีลิบเคย์
- ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการทีลิบเคย์
- ส่วนที่ 4 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

โดยการวิจัยครั้งนี้ใช้เวลาเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในช่วงเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2559 เป็นเวลา 1 เดือน

สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลได้ใช้สถิติในการวิเคราะห์ 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนแรกใช้สถิติเชิงพรรณนา (Description Statistics) โดยนำเสนอเป็นตารางความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในการบรรยายข้อมูลคุณลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการทีลิบเคย์ ความพึงพอใจต่อรายการทีลิบเคย์ รวมทั้งข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่มีต่อรายการทีลิบเคย์

ส่วนที่สองใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ได้แก่ สถิติการทดสอบความแตกต่างระหว่างประชากรสองกลุ่ม (T-test) การทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) การเปรียบเทียบพหุคูณ (Multiple Comparison) โดยใช้การทดสอบ LSD (Least

Significant Difference) ในการทดสอบสมมติฐาน และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation Coefficients) ในการทดสอบสมมติฐาน ด้วยระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

5.1 สรุปผลการศึกษา

5.1.1 ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง

จากกลุ่มตัวอย่างที่รับชมรายการทีลีสบเคย์ ทั้งหมดจำนวน 200 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยเป็นเพศหญิงจำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 69.0 และเพศชายจำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 31.0 โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 15-24 ปี คิดเป็นร้อยละ 36.0 และมีระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 64.5 โดยส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน/ธนาคาร จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 32.0 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท คิดเป็นร้อยละร้อยละ 26.5 (ตารางที่ 1-5)

5.1.2 พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการทีลีสบเคย์

พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการทีลีสบเคย์ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ความถี่ในการชมของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คือ 2 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 32.5 ระยะเวลาในการรับชม กลุ่มตัวอย่างใช้เวลาในการรับชมรายการทีลีสบเคย์ในหนึ่งครั้งน้อยกว่าครึ่งรายการหรือประมาณ 30 นาที คิดเป็นร้อยละ 28.5 ส่วนลักษณะในการรับชมรายการทีลีสบเคย์ในหนึ่งครั้ง ส่วนใหญ่ร้อยละ 31.0 มีลักษณะในการรับชมแบบเปลี่ยนช่องอื่นเมื่อมีโฆษณา (ตารางที่ 6-8)

5.1.3 ความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการทีลีสบเคย์

ความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการทีลีสบเคย์ แบ่งออกเป็น 2 ส่วนหลัก ดังนี้ ส่วนแรกคือ ความพึงพอใจต่อเนื้อหารายการทั้ง 2 ช่วง คือ ช่วงแพทซ่าฮาเซ และช่วงสนทนา ส่วนที่สองคือ ความพึงพอใจต่อวิธีการนำเสนอรายการ โดยแบ่งย่อยอีก 4 ส่วน ดังนี้

1. ความพึงพอใจต่อพิธีกร

- แพท ฌปภา ตันตระกูล
- วิทวัส สุนทรวิเนตร์
- ฝน ธนสุนทร

2. ความพึงพอใจต่อแขกรับเชิญและผู้ร่วมรายการ

3. ความพึงพอใจต่อบรรยากาศในรายการ

4. ความพึงพอใจต่อรูปแบบการนำเสนอรายการ

กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อเนื้อหารายการ ทั้ง 2 ช่วง ในระดับสูง โดยช่วงแพทซ่าฮาเซที่ค่าเฉลี่ย 3.504 และช่วงสนทนาที่ค่าเฉลี่ย 3.593 โดยมีความพึงพอใจด้านเนื้อหา

รายการมากที่สุดในส่วนของเนื้อหาที่ให้ความบันเทิง สนุกสนาน พร้อมสาระน่าเรียนรู้ ในช่วงแพทช์ฮาเซะ ที่ค่าเฉลี่ย 3.70 และในช่วงสนทนาที่ค่าเฉลี่ย 3.67 ซึ่งเป็นความพึงพอใจที่อยู่ในระดับสูง (ตารางที่ 9-10)

กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อพิธีกร คือ แพท ฌปภา ที่ค่าเฉลี่ย 3.69 วิทวัส สุนทรวิเนตร์ ที่ค่าเฉลี่ย 3.89 และฝน ธนสุนทร ที่ค่าเฉลี่ย 3.80 โดยทั้ง 3 ท่านอยู่ในเกณฑ์ความพึงพอใจในระดับ สูง (ตารางที่ 11-13)

ความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างต่อแขกรับเชิญและผู้ร่วมรายการ ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจด้านมีความหลากหลายของแขกรับเชิญ ที่ค่าเฉลี่ย 3.71 มีความพึงพอใจด้านมีผลงานหรือเรื่องราวน่าสนใจ ที่ค่าเฉลี่ย 3.65 และมีความพึงพอใจด้านมีความน่าเชื่อถือ ที่ค่าเฉลี่ย 3.62 ตามลำดับ

โดยสรุปกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อแขกรับเชิญและผู้ร่วมรายการ อยู่ในระดับ สูง ที่ค่าเฉลี่ย 3.660 (ตารางที่ 14)

กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อบรรยากาศในรายการดีสิบเคย์ ในระดับ สูง ที่ค่าเฉลี่ย 3.610 ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจด้านการใช้เทคนิคทางด้านแสง สี เสียง ทำให้เกิดอารมณ์คล้อยตาม ที่ค่าเฉลี่ย 3.66 มีความพึงพอใจด้านการจัดองค์ประกอบฉากสวยงาม ตระการตา ที่ค่าเฉลี่ย 3.55 ตามลำดับ (ตารางที่ 15)

ความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างต่อรูปแบบการนำเสนอรายการ ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจด้านรูปแบบการนำเสนอตลอดรายการ ตั้งแต่ช่วงเปิดรายการไปจนถึงช่วงปิดรายการมีความสอดคล้องต่อเนื่องกลมกลืนกัน ที่ค่าเฉลี่ย 3.63 มีความพึงพอใจด้านรูปแบบการนำเสนอรายการในแต่ละช่วง มีความกระชับเหมาะสม ไม่สั้นหรือยาวจนเกินไป ที่ค่าเฉลี่ย 3.62 มีความพึงพอใจด้านรูปแบบการนำเสนอรายการตอนเปลี่ยนช่วงหนึ่งไปยังอีกช่วงหนึ่ง มีความสอดคล้องเชื่อมโยงกัน และพึงพอใจด้านความยาวของรายการเหมาะสม (ออกอากาศทั้งหมด 90 นาที รวมเวลาโฆษณา) เท่ากันที่ค่าเฉลี่ย 3.59 มีความพึงพอใจด้านวันและเวลาออกอากาศเหมาะสม (ออกอากาศทุกวันเสาร์ เวลา 14.45 น.-16.15 น.) ที่ค่าเฉลี่ย 3.56 ตามลำดับ

สรุปได้ว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อรูปแบบการนำเสนอรายการ ที่ค่าเฉลี่ย 3.610 ซึ่งเป็นค่าเฉลี่ยที่อยู่ในระดับสูง (ตารางที่ 16)

5.2 การทดสอบสมมติฐาน

การศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับและความพึงพอใจต่อรายการทีลีสบเคย์ ทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ได้ตั้งสมมติฐานไว้ 2 ข้อ ได้แก่ 1.ลักษณะทางประชากรของผู้ชมรายการทีลีสบเคย์ที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการทีลีสบเคย์แตกต่างกัน และ 2. พฤติกรรมการเปิดรับของผู้ชมรายการทีลีสบเคย์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อรายการทีลีสบเคย์ เมื่อนำผลการศึกษามาวิเคราะห์โดยมีรายละเอียดในแต่ละประเด็น ดังนี้

สมมติฐานการวิจัยที่ 1 ลักษณะทางประชากรของผู้ชมรายการทีลีสบเคย์ ที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการทีลีสบเคย์ แตกต่างกัน

แสดงผลการทดสอบสมมติฐานเรื่องลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการทีลีสบเคย์ แตกต่างกัน

ตารางที่ 5.1

แสดงผลการทดสอบสมมติฐานเรื่องลักษณะทางประชากรของผู้ชมรายการต่อความพึงพอใจในการรับชมรายการทีลีสบเคย์

ลักษณะทางประชากร	พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการทีลีสบเคย์		
	ความถี่ในการรับชม	เวลาที่ใช้ในการรับชม	ลักษณะการรับชม
เพศ	✓	✗	✗
อายุ	✗	✗	✗
ระดับการศึกษา	✗	✓	✗
อาชีพ	✗	✗	✗
รายได้	✗	✗	✗

* หมายเหตุ ✓ แตกต่างกัน ✗ ไม่แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า เพศที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการทีลีสบเคย์ แตกต่างกันในด้านความถี่ในการรับชม แต่ไม่แตกต่างกันในด้านเวลาที่ใช้ในการรับชมและลักษณะการรับชมรายการ (ตารางที่ 17)

อายุที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการทีลีสบเคย์ ด้านความถี่ในการรับชม ด้านเวลาในการรับชม และด้านลักษณะในการรับชมไม่แตกต่างกัน (ตารางที่ 18)

ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับด้านเวลาในการรับชมแตกต่างกัน แต่มีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการทีสิบเดียวด้านความถี่ในการรับชม และด้านลักษณะในการรับชม ไม่แตกต่างกัน (ตารางที่ 19-20)

อาชีพที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการทีสิบเดียวด้านความถี่ในการรับชม ด้านเวลาในการรับชม และด้านลักษณะในการรับชมไม่แตกต่างกัน (ตารางที่ 21)

รายได้ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการทีสิบเดียวด้านความถี่ในการรับชม ด้านเวลาในการรับชม และด้านลักษณะในการรับชมไม่แตกต่างกัน (ตารางที่ 22)

สมมติฐานการวิจัยที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับของผู้ชมรายการทีสิบเดียว มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อรายการทีสิบเดียว

ตารางที่ 5.2

แสดงผลการทดสอบสมมติฐานเรื่องพฤติกรรมการเปิดรับของผู้ชมรายการทีสิบเดียว มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อรายการทีสิบเดียว

ความพึงพอใจต่อรายการทีสิบเดียว	พฤติกรรมการเปิดรับของผู้ชมรายการทีสิบเดียว		
	ความถี่ในการรับชม	เวลาที่ใช้ในการรับชม	ลักษณะการรับชม
ความพึงพอใจต่อเนื้อหารายการทีสิบเดียว	✓	✓	✓
ความพึงพอใจต่อพิธีกรรายการทีสิบเดียว	✓	✗	✓
ความพึงพอใจต่อแขกรับเชิญและผู้ร่วมรายการทีสิบเดียว	✗	✗	✓
ความพึงพอใจต่อบรรยากาศในรายการทีสิบเดียว	✓	✓	✓
รูปแบบการนำเสนอรายการทีสิบเดียว	✓	✗	✓

* หมายเหตุ ✓ มีความสัมพันธ์ ✗ ไม่มีความสัมพันธ์

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า พฤติกรรมการเปิดรับของผู้ชมรายการทีสิบเดียวด้านความถี่ในการรับชม ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อแขกรับเชิญและผู้ร่วมรายการทีสิบเดียว แต่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อเนื้อหารายการ พิธีกร รูปแบบการนำเสนอรายการ และบรรยากาศในรายการทีสิบเดียว เป็นความสัมพันธ์ทางลบ โดยความพึงพอใจต่อเนื้อหารายการ พิธีกร รูปแบบการนำเสนอรายการมีความสัมพันธ์กันที่ระดับ 0.000 และ ความพึงพอใจต่อบรรยากาศในรายการทีสิบเดียว มีความสัมพันธ์กันที่ระดับ 0.005 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยค่า

สหสัมพันธ์ของเนื้อหารายการ คือ -0.307 ค่าสหสัมพันธ์ของพิธีกร คือ -0.259 ค่าสหสัมพันธ์ของรูปแบบการนำเสนอรายการ คือ -0.256 และค่าสหสัมพันธ์ของบรรยากาศในรายการทีลีสบเดีย คือ -0.197 ตามลำดับ (ตารางที่ 23)

พฤติกรรมกรรมการเปิดรับของผู้ชมรายการทีลีสบเดียด้านเวลาที่ใช้ในการรับชม มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อเนื้อหารายการ และบรรยากาศในรายการ เป็นความสัมพันธ์ทางลบ โดยมีค่าความสัมพันธ์ของความพึงพอใจต่อเนื้อหารายการ คือ 0.000 และความพึงพอใจต่อบรรยากาศในรายการ คือ 0.030 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสหสัมพันธ์ของเนื้อหารายการ คือ -0.326 และค่าสหสัมพันธ์ของบรรยากาศในรายการ คือ -0.153 แต่พฤติกรรมกรรมการเปิดรับของผู้ชมรายการทีลีสบเดียด้านเวลาที่ใช้ในการรับชม ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อพิธีกร แกรับเชิญและผู้ร่วมรายการ รวมทั้งรูปแบบการนำเสนอรายการ (ตารางที่ 24)

พฤติกรรมกรรมการเปิดรับของผู้ชมรายการทีลีสบเดียด้านลักษณะในการรับชม มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อเนื้อหารายการ พิธีกร แกรับเชิญและผู้ร่วมรายการ บรรยากาศในรายการ และรูปแบบการนำเสนอรายการ เป็นความสัมพันธ์ทางลบ โดยมีค่าความสัมพันธ์ของความพึงพอใจต่อเนื้อหารายการ พิธีกร บรรยากาศในรายการ และรูปแบบการนำเสนอรายการ คือ 0.000 ส่วนความพึงพอใจต่อแกรับเชิญและผู้ร่วมรายการ คือ 0.015 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสหสัมพันธ์ของเนื้อหารายการ คือ -0.355

ค่าสหสัมพันธ์ของพิธีกร คือ -0.339 ค่าสหสัมพันธ์ของรูปแบบการนำเสนอรายการ คือ -0.278 ค่าสหสัมพันธ์ของบรรยากาศในรายการคือ -0.277 และ ค่าสหสัมพันธ์ของแกรับเชิญและผู้ร่วมรายการ คือ -0.172 ตามลำดับ (ตารางที่ 25)

5.3 การอภิปรายผล

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับและความพึงพอใจต่อรายการทีลีสบเดีย ทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 สามารถอภิปรายผลการศึกษายกได้กรอบแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังต่อไปนี้

5.3.1 ลักษณะทางประชากรของผู้ชมรายการทีลีสบเดีย ที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการทีลีสบเดีย แตกต่างกัน

จากผลการศึกษาลักษณะทางประชากรของผู้ชมรายการทีลีสบเดีย ทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 พบว่า ผู้ชมรายการที่มีเพศแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการเปิดรับชม

รายการตีสิบเดียวด้านความถี่ในการรับชม แตกต่างกัน โดยจากผลการศึกษาพบว่า กลุ่มผู้ชมรายการที่เป็น เพศชาย มีความถี่ในการรับชมรายการตีสิบเดียรมากกว่าเพศหญิง

พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการตีสิบเดียวด้านเวลาที่ใช้ในการรับชม พบว่า กลุ่มผู้ชมที่มีระดับการศึกษา ที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการเปิดรับชมด้านเวลาที่ใช้ในการรับชม แตกต่างกัน พบว่า ผู้ที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการตีสิบเดียว ด้านระยะเวลาที่ใช้การรับชมน้อยกว่าผู้ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี และผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี

โดยผลการวิจัย สอดคล้องกับแนวคิดลักษณะทางประชากรของ ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ (2534, น. 55-56) อธิบายว่า ผู้ที่มีคุณสมบัติทางประชากรแตกต่างกัน จะทำให้มีพฤติกรรมที่ต่างกันไป รวมถึงพฤติกรรมการสื่อสาร นอกจากจะหมายถึง การเลือกใช้ถ้อยคำภาษาหรือการใช้วัจนภาษา ตลอดจนกลยุทธ์ต่าง ๆ ในการสื่อสารเพื่อความสำเร็จตามประสงค์ ยังรวมไปถึงการเลือกใช้สื่อหรือการเปิดรับข่าวสารข้อมูลจากสื่อสารต่าง ๆ ตามที่ผู้รับสารต้องการ ในส่วนของระดับการศึกษาพบว่า มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการตีสิบเดียว กล่าวคือ ผู้ชมที่มีระดับการศึกษาที่ แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการที่แตกต่างกัน อันสอดคล้องกับงานวิจัย ของ สมร ทองดี (2532, น. 229) ที่กล่าวว่า ระดับการศึกษา ถือเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการสื่อสารของผู้รับสารอย่างมาก คนที่ได้รับการศึกษาในระดับ และ ยุคสมัย ที่ต่างกัน และในระบบ การศึกษาที่แตกต่างกัน ย่อมมีความรู้สึกนึกคิด ความต้องการ และอุดมการณ์ที่แตกต่างกัน อันเป็นสิ่งที่ทำให้พฤติกรรมในการรับสารย่อมแตกต่างกันไป

5.3.2 พฤติกรรมการเปิดรับของผู้ชมรายการตีสิบเดียว มีความสัมพันธ์กับ ความพึงพอใจต่อรายการตีสิบเดียว

จากผลการศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการตีสิบเดียว พบว่า สอดคล้องกับแนวคิด ของฮันท์และรูเบน ที่อธิบายไว้ว่า ความต้องการ (need) เป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดปัจจัยหนึ่งใน กระบวนการเลือกของมนุษย์ กล่าวคือ เราเลือกเปิดรับสื่อ เพื่อให้ได้รับข่าวสารที่ต้องการ เพื่อความพอใจ เพื่อสนองความต้องการของเรา เพื่อแสดงรสนิยม (ปรมะ สตะเวทิน, 2546, น. 122-124) เป็นต้น ดังผลการวิจัยที่พบว่า ผู้ชมรายการส่วนใหญ่มีความถี่ในการรับชมรายการตีสิบเดียว 2 ครั้งต่อหนึ่ง เดือน แสดงให้เห็นถึงลักษณะการเลือกเปิดรับเพื่อสนองความต้องการ จากผลการศึกษาความพึงพอใจต่อรายการตีสิบเดียว ทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 พบว่า โดยรวมกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อเนื้อหารายการช่วงแพทซ่าฮาเซ ที่ค่าเฉลี่ย 3.504 มีความพึงพอใจต่อเนื้อหารายการช่วงสนทนา ที่ค่าเฉลี่ย 3.593 ซึ่งอยู่ในระดับ สูง ทั้งสองช่วงรายการ ด้านพิธีกร กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อพิธีกร แพท ฌบภา ที่ค่าเฉลี่ย 3.696 มีความพึงพอใจต่อพิธีกร วิทวัส สุนทรวิเนตร์ ที่ค่าเฉลี่ย

3.891 และ มีความพึงพอใจต่อพิธีกร ฝน ธนสุนทร ที่ค่าเฉลี่ย 3.800 ซึ่งอยู่ในระดับสูงเช่นกัน กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อแขกรับเชิญในรายการตีสิบเคียว ในระดับ สูง ที่ค่าเฉลี่ย 3.660 และมีความพึงพอใจต่อบรรยากาศในรายการตีสิบเคียว ในระดับ สูง ที่ค่าเฉลี่ย 3.610 ด้านรูปแบบการนำเสนอรายการ ที่ค่าเฉลี่ย 3.610 ซึ่งอยู่ในระดับสูง เช่นกัน โดยสรุปกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อรายการตีสิบเคียว ทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ในระดับสูง แต่เมื่อนำมาหาความสัมพันธ์กลับพบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกาเปิดรับและความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อรายการตีสิบเคียวด้านความถี่ในการรับชมรายการ เป็นความสัมพันธ์ทางลบ เป็นส่วนใหญ่ หมายความว่า ผู้ที่มีความถี่ในการรับชมรายการมากมีความพึงพอใจต่อเนื้อหารายการ พิธีกร บรรยากาศในรายการ และรูปแบบการนำเสนอรายการ น้อย ส่วนผู้ที่มีความถี่ในการรับชมรายการตีสิบเคียว (ในรอบ 1 เดือน) น้อย จะมีความพึงพอใจต่อเนื้อหารายการ พิธีกร บรรยากาศในรายการ และรูปแบบการนำเสนอรายการ มาก ซึ่งความถี่ในการรับชมรายการตีสิบเคียว (ในรอบ 1 เดือน) ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อแขกรับเชิญ กล่าวคือ ผู้ที่รับชมรายการบ่อยครั้งอาจเกิดความเบื่อหน่ายกับเนื้อหา รายการ พิธีกร และประเด็นต่าง ๆ ในข้างต้น แต่แขกรับเชิญที่ไม่ซ้ำกันในแต่ละสัปดาห์จึงทำให้ผู้รับชมไม่เบื่อ

เช่นเดียวกับความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกาเปิดรับและความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อรายการตีสิบเคียวด้านเวลาที่ใช้ในการรับชม มีความสัมพันธ์ทางลบ 2 ประเด็น หมายความว่า ผู้ที่ใช้เวลาในการรับชมรายการมากมีความพึงพอใจต่อเนื้อหารายการ บรรยากาศในรายการ น้อย แต่ ผู้ที่ใช้เวลาในการรับชมรายการน้อยมีความพึงพอใจต่อเนื้อหารายการ บรรยากาศในรายการ มาก ส่วนด้าน พิธีกร แขกรับเชิญ และรูปแบบการนำเสนอไม่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ชมรายการ

ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกาเปิดรับและความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อรายการตีสิบเคียวด้านลักษณะในการรับชม มีความสัมพันธ์ทางลบทั้งหมด หมายความว่า ผู้ที่มีลักษณะในการรับชมรายการตีสิบเคียว อย่างตั้งใจ จะมีความพึงพอใจต่อเนื้อหารายการ พิธีกร แขกรับเชิญ บรรยากาศในรายการ และรูปแบบการนำเสนอรายการตีสิบเคียว น้อย ในทางตรงกันข้าม ผู้ที่ไม่ตั้งใจรับชมรายการกลับมีความพึงพอใจต่อรายการตีสิบเคียวมาก โดย วิรุฬ พรรณเทวี (2542, น. 11) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกภายในจิตใจของมนุษย์ที่ไม่เหมือนกัน ขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคลว่า จะมีความคาดหวังกับสิ่งหนึ่งสิ่งใด อย่างไร ถ้าคาดหวัง ตั้งใจ มากและได้รับการตอบสนองด้วยดีจะมีความพึงพอใจมากแต่ในทางกลับกัน ถ้าหากไม่ได้รับการตอบสนองด้วยดีแล้ว อาจจะผิดหวังหรือไม่พอใจเป็นอย่างยิ่ง ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสิ่งที่ตั้งใจไว้ว่าจะมีมากหรือน้อย ซึ่งพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างนั้นมีความสอดคล้องกันกับแนวคิดข้างต้น กล่าวคือ ผู้ที่มีพฤติกรรมกาเปิดรับชมรายการมากและตั้งใจชม

มาก เกิดความพึงพอใจน้อย อาจเกิดจากสาเหตุหลายประการ อันเกิดจากความคาดหวังแต่กลับไม่เป็นไปตามที่ต้องการ เช่น อาจเป็นเพราะเนื้อหารายการ การดำเนินรายการของพิธีกร การคัดเลือกแขกรับเชิญที่มาในรายการ บรรยายกาศรายการ รวมถึงรูปแบบในการนำเสนอรายการ ไม่เป็นไปตามความคาดหวังของผู้ชมรายการ และสอดคล้องกับแนวคิดที่ ปรมะ สตะเวทิน (2530, น. 122-124) ได้กล่าวว่า การใช้ประโยชน์และการทำให้เกิดความพึงพอใจจากการใช้สื่อของผู้รับสาร ที่เน้นให้ความสำคัญของกลุ่มผู้รับสารในการใช้เนื้อหาของสื่อมวลชน เพื่อก่อให้เกิดความพึงพอใจ โดยตัวผู้รับสารจะเลือกรับสารที่มีความสอดคล้องกับความต้องการและความสนใจของตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของ แคทซ์ และคณะ (1973, p. 32, อ้างถึงใน ยุบล เบญจรงค์กิจ, 2534, น. 60) ได้กล่าวว่า การใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจจากสื่อมวลชนของผู้รับสารนั้นเกิดจากสภาวะทางจิตใจและสังคมหรือความต้องการ ก่อให้เกิดความคาดหวังจากสื่อมวลชนซึ่งทำให้เกิดผลตามมา ซึ่งอาจได้รับความพึงพอใจที่สามารถสนองความต้องการได้ ดังกลุ่มผู้ชมรายการที่เปิดรับชมรายการทีละสิบเคเบิล เมื่อมีการเปิดรับชมรายการและมีการรับสารที่สามารถตอบสนองความต้องการของตน อาจก่อให้เกิดความพึงพอใจ ซึ่งสอดคล้องกับ ฉัตรชัย คงสุข (2535, อ้างถึงใน, นิมนวล วงศ์คำลือ และ กิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ, 2556, น. 6) กล่าวว่า ความพึงพอใจหมายถึงความรู้สึกหรือทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่งหรือปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ความรู้สึกพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อความต้องการนั้นได้รับการตอบสนองหรือบรรลุเป้าหมายในระดับหนึ่ง ความรู้สึกดังกล่าวจะลดลงหรือไม่เกิดขึ้น หากความต้องการหรือจุดหมายนั้นไม่ได้รับการตอบสนอง กล่าวคือ เมื่อผู้รับชมรายการทีละสิบเคเบิลบ่อยครั้ง อาจเกิดความเบื่อหน่าย เพราะเมื่อชมมากก็เกิดความคาดหวังที่จะได้รับสิ่งที่ตอบสนองกับความรู้สึก แต่เมื่อชมไปบ่อย ๆ และกลับพบว่า รายการมีรูปแบบการนำเสนอแบบเดิม ๆ จึงอาจทำให้ความชื่นชอบลดลงและกลายเป็นความเบื่อหน่าย แต่ผู้ที่รับชมบ่อยครั้งกลับมีความประทับใจเพราะ ยังเป็นสิ่งที่ใหม่และไม่คุ้นตา

จากผลการศึกษาวิจัยครั้งนี้ สามารถสรุปและแสดงให้เห็นว่า รายการทีละสิบเคเบิลยังคงเป็นรายการวาไรตี้โชว์ที่ประชาชนเลือกชมและยังคงติดตามอยู่อย่างต่อเนื่องและยังคงมีความพึงพอใจต่อรายการอยู่ในระดับสูง แม้จะเป็นการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเพียง 200 คน เพื่อรักษฐานผู้ชมกลุ่มเก่าและเพื่อขยายฐานผู้ชมกลุ่มใหม่ ผู้ผลิตรายการต้องเร่งปรับปรุงพัฒนารูปแบบรายการ และสร้างสรรค์รายการให้คล้องกับความต้องการของผู้บริโภค โดยผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่างานวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์แก่ผู้สนใจและผู้ผลิตรายการได้ไม่มากนัก

5.4 ข้อเสนอแนะ

1. จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ที่รับชมรายการบ่อยครั้งและรับชมอย่างตั้งใจมีความพึงพอใจต่อรายการน้อย แต่ผู้ที่รับชมรายการน้อยและไม่ตั้งใจชมมีความพึงพอใจต่อรายการมาก แสดงให้เห็นถึงความเบื่อหน่ายที่ผู้ชมมีต่อรายการตีสิบเคย์ ดังนั้นทางผู้ผลิตรายการควรปรับเนื้อหารายการ พิธีกร รูปแบบรายการ และบรรยากาศในรายการให้มีความทันสมัย สดใหม่ทันเหตุการณ์ และน่าสนใจอยู่เสมอ เพื่อให้ผู้ชมที่มีความถี่ในการรับชมมากไม่เกิดความเบื่อหน่าย
2. ผู้ผลิตรายการควรเพิ่มเนื้อหาสำหรับสุภาพสตรีให้มากขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ชมรายการ เนื่องจากผลการศึกษาพบว่า ผู้ชมรายการตีสิบเคย์ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง
3. การศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการเก็บข้อมูลจากกลุ่มผู้ชมเฉพาะในเขตกรุงเทพมหานคร เท่านั้น ซึ่งยังไม่ครอบคลุมทุกภูมิภาค เนื่องจากลักษณะประชากรในแต่ละพื้นที่มีความแตกต่างกัน อาจส่งผลให้พฤติกรรม的开ปรับ และความพึงพอใจแตกต่างกัน เพื่อประโยชน์ต่อการวางแผน ปรับปรุงรายการเพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้ชมยิ่งขึ้นอาจมีการขยายการเก็บข้อมูลออกไปยังกลุ่มภูมิภาคหรือจังหวัดใหญ่ ๆ เพื่อให้ทราบถึงความต้องการที่แท้จริงของผู้บริโภค
4. การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการเก็บข้อมูลจากกลุ่มผู้ชมเฉพาะในเขตกรุงเทพมหานคร การศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษากลุ่มผู้ชมให้ครอบคลุมทุกภูมิภาคทั่วประเทศ เพื่อให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ชมรายการที่สมบูรณ์ขึ้น เนื่องจากลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกันในแต่ละพื้นที่อาจส่งผลต่อพฤติกรรมและความพึงพอใจในการรับชมรายการตีสิบเคย์ที่แตกต่างกัน
5. การศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาเฉพาะผู้รับสาร ซึ่งไม่ครอบคลุมทั้งกระบวนการสื่อสาร จึงทำให้ทราบเพียงความต้องการและพฤติกรรมของผู้รับสารเท่านั้น การศึกษาครั้งต่อไปควรมีการศึกษาผู้ส่งสาร หรือผู้ผลิตรายการ เพื่อให้ทราบถึงแนวความคิด การวางแผน และขั้นตอนในการผลิต
6. ควรศึกษาประชาชนที่ไม่รับชมรายการ เพื่อให้ทราบข้อเท็จจริงเกี่ยวกับ สาเหตุที่ไม่รับชมรายการตีสิบเคย์ เพื่อนำไปเป็นข้อมูลในการพัฒนารายการให้ตรงกับความต้องการของผู้ชมต่อไป
7. ควรมีการศึกษาเชิงเปรียบเทียบกับรายการวาไรตี้โชว์ทางโทรทัศน์รายการอื่น ๆ เพื่อวิเคราะห์และชี้ให้เห็นถึงความเหมือนและความแตกต่างของแต่ละรายการ เพื่อนำผลสรุปที่ได้มาพัฒนาและวางแผนกลยุทธ์ในการจัดทำและนำเสนอรายการต่อไป

รายการอ้างอิง

หนังสือ

- ปรมะ สตะเวทิน. (2530). *การสื่อสารมวลชน: กระบวนการและทฤษฎี*. กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
- ปรมะ สตะเวทิน. (2546). *หลักนิเทศศาสตร์* (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
- สุรพงษ์ โสธนะเสถียร. (2533). *การสื่อสารกับสังคม*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. (2534). *การวิเคราะห์ผู้รับสาร*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะนิเทศศาสตร์.
- ชัยยงค์ พรหมวงศ์ และ นิคม ทาแดง. (2530). *ประเภทและรูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์*. ใน *เอกสารการสอนชุดวิชาความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับวิทยุโทรทัศน์* (หน่วยที่ 8-15). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- พีระ จิรโสภณ. (2529). *การเลือกสรรและการแสวงหาข่าวสาร*. ใน *เอกสารประกอบการสอนชุดวิชาหลักและทฤษฎีการสื่อสาร* (หน่วยที่ 11). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- อรัญย์ ศรีสันติสุข. (2529). *บทบาทหน้าที่ของวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์*. ใน *เอกสารการสอนชุดวิชาความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์* (หน่วยที่ 1-7). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

บทความ

- นันทวล วงศ์คำลือ และ กิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ. (ตุลาคม-ธันวาคม 2556). ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ฝ่ายปฏิบัติการเครดิตอาคารแจ้งวัฒนะ. *วารสารการเงิน การลงทุน การตลาด และการบริหารธุรกิจ*, 3 (4), 6.

วิทยานิพนธ์

- วิดา เกียวกุล. (2538). *การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการเปิดรับรายการข่าวทางโทรทัศน์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะนิเทศศาสตร์.

- วิรุฬ พรรณเทวี. (2542). *ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการของหน่วยงาน กระทรวงมหาดไทยในอำเภอเมืองจังหวัดแม่ฮ่องสอน*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, คณะศึกษาศาสตร์, สาขาการบริหารการศึกษา.
- ศิริพร สิทธิธัญ. (2541). *การศึกษาความพึงพอใจต่อรายการโทรทัศน์ประเภทวาไรตี้โชว์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษา: รายการทไวไลท์โชว์ ทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 อ.ส.ม.ท..* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, คณะนิเทศศาสตร์.
- อนุชิต มุรธาทิพย์. (2542). *ทัศนคติ ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ของผู้ชมรายการตีสิบ ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 อ.ส.ม.ท..* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน.

เอกสารอื่น ๆ

- กนิษฐา ชานอก. (2550). *การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร จาก การเปิดรับชมรายการคุณพระช่วย ทางสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์*. (รายงานโครงการเฉพาะ บุคคลปริญญาโทบริหารบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และ สื่อสารมวลชน, สาขาสื่อสารมวลชน.
- แอน ทองประสม. (2548). *พฤติกรรม การเปิดรับ และความคิดเห็นของผู้ชมต่อรูปแบบและพิธีกร รายการแอน-นัท ไม่จำกัด*. (รายงานโครงการเฉพาะบุคคลปริญญาโทบริหารบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาการบริหาร สื่อสารมวลชน.

Books

- Atkin, C. K. (1973). *Anticipated Commutation and Mass Media International Seeking., In Public Opinion Quarterly*. New York: Free Press.
- Blumler, J. G. (1985). *The Social Character of Media Gratifications*. In *Media Gratifications Research: Current Perspective*. Beverly, Calif.: Saga Publications.
- Maxwell, M. E., & Becker, L. B. (1979). *Using Mass Communication Theory*. Englewood Cliffs: N.J. Prentice-Hall, Inc.

- Wenner, L. A. (1985). The Nature of News Gratifications. In *Media Gratifications Research: Current Perspective*. Beverly, Calif.: Saga Publications.
- Plamgreen, P., & Rayburn, J. D. (1985). An Expectancy-Value Approach to Media Gratification. In *Media Gratifications Research: Current Perspective*. Beverly, Calif.: Saga Publications.
- Schramm, W. (1973). Channel and Audiences. In *Handbook of Communication*. Chicago: Rand McNally College Publishing Company.

Article

- Kippax, S., & Murray, J. P. (1980). Using The Mass Media Need Gratification and Perceived Utility. *Communication Research* 7.

ภาคผนวก



แบบสอบถามการวิจัย
เรื่อง
พฤติกรรมการเปิดรับและความพึงพอใจต่อรายการทีลิบเดีย
ทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3

คำชี้แจง:

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการค้นคว้าอิสระ ตามหลักสูตรวารสารศาสตรมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ผู้วิจัยขอทราบข้อมูลเพื่อเป็นประโยชน์ในการศึกษาเท่านั้น ดังนั้น จึงขอความกรุณาตอบคำถามตามความจริง ทั้งนี้เพื่อความถูกต้องของโครงการเฉพาะบุคคลเล่มนี้ เพื่อสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางและประโยชน์ในการพัฒนาต่อไป ผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน ณ โอกาสนี้

Screening Question:

ท่านเคยรับชมรายการทีลิบเดีย ทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 หรือไม่

☐ เคย

☐ ไม่เคย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร

กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ☐ ที่ตรงกับข้อมูลของท่าน

1. เพศ

☐ 1) ชาย

☐ 2) หญิง

2. อายุ

☐ 1) 15-24 ปี

☐ 2) 25-34 ปี

☐ 3) 35-44 ปี

☐ 4) 45-54 ปี

☐ 5) 55 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

☐ 1) ต่ำกว่าปริญญาตรี

☐ 2) ปริญญาตรี

☐ 3) สูงกว่าปริญญาตรี

4. อาชีพ

- ☐ 1) นักเรียน/นักศึกษา
- ☐ 2) นักเรียน/นักศึกษา
- ☐ 3) ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ
- ☐ 4) พนักงานบริษัทเอกชน/ธนาคาร
- ☐ 5) ประกอบธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง/งานบริการ/พ่อบ้าน แม่บ้าน/เกษียณอายุ
- ☐ 6) อื่น ๆ

5. รายได้ต่อเดือนโดยประมาณ

- ☐ 1) ไม่เกิน 15,000 บาท ☐ 2) 15,001-20,000 บาท
- ☐ 3) 20,001-25,000 บาท ☐ 4) 25,001 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการทีลีสบเดีย

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ☐ ที่ตรงกับข้อมูลของท่าน

6. ท่านชมรายการทีลีสบเดียบ่อยครั้งเพียงใด

- ☐ 1) รับชมทุกครั้ง (4 ครั้งต่อเดือน)
- ☐ 2) รับชมบ่อย ๆ (3 ครั้งต่อเดือน)
- ☐ 3) รับชมบ้าง (2 ครั้งต่อเดือน)
- ☐ 4) ไม่ค่อยรับชม (1 ครั้งต่อเดือน)
- ☐ 5) แทบไม่รับชม (1 ครั้ง ต่อ 2-3 เดือน)

7. ท่านใช้เวลาในการรับชมรายการทีลีสบเดีย โดยประมาณเท่าไร

- ☐ 1) ตั้งแต่ต้นจนจบรายการ (1 ชั่วโมง 30 นาที)
- ☐ 2) เกือบทั้งหมดของรายการ (ประมาณ 1 ชั่วโมง)
- ☐ 3) ประมาณครึ่งรายการ (ประมาณ 45 นาที)
- ☐ 4) น้อยกว่าครึ่งรายการ (ประมาณ 30 นาที)
- ☐ 5) เพียงส่วนน้อยของรายการ (ประมาณ 10 นาที)

8. ท่านชมรายการทีลีสบเดีย ในลักษณะใด

- ☐ 1) ตั้งใจชมตลอดรายการโดยไม่เปลี่ยนช่อง
- ☐ 2) เปลี่ยนสลับช่องอื่นเมื่อมีโฆษณา
- ☐ 3) เลือกชมเฉพาะช่วงที่สนใจ
- ☐ 4) ชมเรื่อย ๆ ตั้งใจบ้างเป็นบางครั้ง
- ☐ 5) เปิดทิ้งไว้เป็นเพื่อน

ส่วนที่ 3 การวัดความพึงพอใจของผู้ชมจากการรับชมรายการทีลิบเดย์

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ให้ตรงช่องตามลำดับความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

ความพึงพอใจต่อเนื้อหารายการ

9. ความพึงพอใจต่อเนื้อหารายการ ช่วงแพทช์ฮาซะ

ความพึงพอใจต่อเนื้อหารายการ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ให้ความรู้ทั่วไปอย่างหลากหลาย					
ให้ความบันเทิง สนุกสนาน พร้อมสาระน่าเรียนรู้					
มีความสดใหม่ ทันสมัย ทันเหตุการณ์					
เนื้อหาที่น่าสนใจในรายการเข้าใจง่าย					
เรื่องราวที่น่าสนใจในรายการมีความน่าสนใจ ชวนติดตาม					
มีความกระชับรัดกุม					
มีประโยชน์ สามารถนำมาใช้ในชีวิตประจำวันได้					
ให้แง่คิดในการดำรงชีวิต					

10. ความพึงพอใจต่อเนื้อหารายการ ช่วงสนทนา

ความพึงพอใจต่อเนื้อหารายการ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ให้ความรู้ทั่วไปอย่างหลากหลาย					
ให้ความบันเทิง สนุกสนาน พร้อมสาระน่าเรียนรู้					
มีความสดใหม่ ทันสมัย ทันเหตุการณ์					
เนื้อหาที่น่าสนใจในรายการเข้าใจง่าย					
เรื่องราวที่น่าสนใจในรายการมีความน่าสนใจ ชวนติดตาม					
มีความกระชับรัดกุม					
มีประโยชน์ สามารถนำมาใช้ในชีวิตประจำวันได้					
ให้แง่คิดในการดำรงชีวิต					

ความพึงพอใจต่อวิธีการนำเสนอรายการ

11. ความพึงพอใจต่อพิธีกร ช่วงแพทเข้าฮาชะ (แพท ฌปภา)

ความพึงพอใจต่อวิธีการนำเสนอรายการ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
มีบุคลิกภาพที่ดี รูปร่างหน้าตาดี					
ยิ้มแย้มแจ่มใส สร้างความเพลิดเพลินยามรับชม					
มีน้ำเสียงและกิริยาท่าทางในการพูดดีและเหมาะสม					
ใช้ภาษาไทยได้อย่างถูกต้อง เหมาะสม สื่อสารได้ชัดเจน					
ใช้คำพูดและท่าทางให้รู้สึกคล้อยตามไปกับการนำเสนอ					
ใช้คำพูดและท่าทางให้เกียรติแขกรับเชิญและผู้ชมทางบ้านเสมอ					
การแต่งกายเหมาะสม					
มีไหวพริบ ปฏิภาณดี					
มีความน่าเชื่อถือ					

12. ความพึงพอใจต่อพิธีกร ช่วงสนทนา (วิทวัส สุนทรวิเนตร)

ความพึงพอใจต่อวิธีการนำเสนอรายการ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
มีบุคลิกภาพที่ดี รูปร่างหน้าตาดี					
ยิ้มแย้มแจ่มใส สร้างความเพลิดเพลินยามรับชม					
มีน้ำเสียงและกิริยาท่าทางในการพูดดีและเหมาะสม					
ใช้ภาษาไทยได้อย่างถูกต้อง เหมาะสม สื่อสารได้ชัดเจน					
ใช้คำพูดและท่าทางให้รู้สึกคล้อยตามไปกับการนำเสนอ					
ใช้คำพูดและท่าทางให้เกียรติแขกรับเชิญและผู้ชมทางบ้านเสมอ					
การแต่งกายเหมาะสม					
มีไหวพริบ ปฏิภาณดี					
มีความน่าเชื่อถือ					

13. ความพึงพอใจต่อพิธีกร ช่วงสนทนา (ฝน ธนสุนทร)

ความพึงพอใจต่อวิธีการนำเสนอรายการ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
มีบุคลิกภาพที่ดี รูปร่างหน้าตาดี					
ยิ้มแย้มแจ่มใส สร้างความเพลิดเพลินยามรับชม					
มีน้ำเสียงและกิริยาท่าทางในการพูดดีและเหมาะสม					
ใช้ภาษาไทยได้อย่างถูกต้อง เหมาะสม สื่อสารได้ชัดเจน					
ใช้คำพูดและท่าทางให้รู้สึกคล้อยตามไปกับการนำเสนอ					
ใช้คำพูดและท่าทางให้เกียรติแขกรับเชิญและผู้ชมทางบ้านเสมอ					
การแต่งกายเหมาะสม					
มีไหวพริบ ปฏิภาณดี					
มีความน่าเชื่อถือ					

14. ความพึงพอใจต่อแขกรับเชิญและผู้ร่วมรายการ

ความพึงพอใจต่อแขกรับเชิญและผู้ร่วมรายการ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
มีความน่าเชื่อถือ					
มีผลงานหรือเรื่องราวที่น่าสนใจ					
มีความหลากหลาย					

15. ความพึงพอใจต่อบรรยากาศในรายการ

ความพึงพอใจต่อบรรยากาศในรายการ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
การจัดองค์ประกอบฉากสวยงาม ตระการตา					
ใช้เทคนิคทางด้านแสง สี เสียง ทำให้เกิดอารมณ์คล้อยตาม					

16. ความพึงพอใจต่อรูปแบบการนำเสนอรายการ

ความพึงพอใจต่อรูปแบบการนำเสนอรายการ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
รูปแบบการนำเสนอตลอดรายการ ตั้งแต่ช่วงเปิดรายการไปจนถึงช่วงปิดรายการมีความ สอดคล้องต่อเนื่องกลมกลืนกัน					
รูปแบบการนำเสนอรายการในแต่ละช่วง มีความกระชับเหมาะสม ไม่สั้นหรือยาวจนเกินไป					
รูปแบบการนำเสนอรายการตอนเปลี่ยนช่วงหนึ่งไปยังอีกช่วงหนึ่ง มีความสอดคล้อง เชื่อมโยงกัน					
วันและเวลาออกอากาศเหมาะสม (ออกอากาศทุกวันเสาร์ เวลา 14.45-16.15 น.)					
ความยาวของรายการเหมาะสม (ออกอากาศทั้งหมด 90 นาที รวมเวลาโฆษณา)					

ส่วนที่ 4 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

**** ขอขอบคุณเป็นอย่างสูงที่ท่านสละเวลาอันมีค่าในการให้ข้อมูล****

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ

นางสาวพิมพ์แข ศรีเจริญ

วันเดือนปีเกิด

7 กุมภาพันธ์ 2533

วุฒิการศึกษา

ปีการศึกษา 2555: อักษรศาสตรบัณฑิต (เอเชียศึกษา)

มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์

