



ความคาดหวังและความพึงพอใจที่มีต่อรายการครัวคุณต๋อย

โดย

นางสาวกุลริศา ทูลทิพย์

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต  
สาขาวิชาการบริหารสื่อสารมวลชน  
คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์  
ปีการศึกษา 2559  
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ความคาดหวังและความพึงพอใจที่มีต่อรายการครัวคุณต๋อย

โดย

นางสาวกุลริศา ทูลทิพย์



การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต  
สาขาวิชาการบริหารสื่อสารมวลชน  
คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์  
ปีการศึกษา 2559  
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

EXPECTATION AND SATISFACTION ON KRUAKHUNTOI PROGRAM

BY

MISS KULRISA TOOLTHIP



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

คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน

การค้นคว้าอิสระ

ของ

นางสาวกุลริศา พูลทิพย์

เรื่อง

ความคาดหวังและความพึงพอใจที่มีต่อรายการครัวคุณต๋อย

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติ ให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
วารสารศาสตรมหาบัณฑิต (การบริหารสื่อสารมวลชน)

เมื่อวันที่ 24 กรกฎาคม 2560

ประธานกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ

  
.....  
(อาจารย์ ดร.โมไนยพล รณเวช)

กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ

  
.....  
(รองศาสตราจารย์แอนนา จุมพลเสถียร)

กรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ

  
.....  
(รองศาสตราจารย์วงศัทย์ ต้นชีวะวงศ์)

คณบดี

  
.....  
(รองศาสตราจารย์พรทิพย์ สัมปัตตะวานิช)

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	ความคาดหวังและความพึงพอใจที่มีต่อรายการครัวคุณต๋อย
ชื่อผู้เขียน	นางสาวกุลริศา ทูลทิพย์
ชื่อปริญญา	วารสารศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชา/คณะ/มหาวิทยาลัย	การบริหารสื่อสารมวลชน วารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ	รองศาสตราจารย์แอนนา จุมพลเสถียร
ปีการศึกษา	2559

### บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยนี้ มุ่งศึกษาการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ ความคาดหวัง การเปิดรับชมรายการ ความพึงพอใจ และแนวโน้มพฤติกรรมที่มีต่อรายการครัวคุณต๋อย ตลอดจนความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังก่อนเปิดรับชม การเปิดรับชมรายการ และความพึงพอใจหลังเปิดรับชมรายการ โดยทำการเก็บแบบสอบถาม กับกลุ่มตัวอย่าง 300 คน กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้รับชมรายการครัวคุณต๋อย อายุ 35 ปีขึ้นไป อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิง มีช่วงอายุ 35-50 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี สถานภาพโสด ส่วนใหญ่มีอาชีพ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และมีรายได้ส่วนตัวต่อเดือน 24,001 - 35,000 บาท ส่วนใหญ่เปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับรายการจากสื่อโทรทัศน์ ในประเด็นข่าวสารเกี่ยวกับเมนูอาหาร โดยรับชมรายการ 5 ครั้ง/สัปดาห์ และรับชมรายการมา 4 ปี ส่วนใหญ่ตั้งใจชมตลอดทั้งรายการ โดยรับชมรายการผ่านทางโทรทัศน์มากที่สุด ทั้งนี้ ส่วนใหญ่มีความคาดหวังก่อนการเปิดรับชมรายการ ในระดับมาก ( $\bar{X}$  = 3.82) โดยมีค่าเฉลี่ยความคาดหวังด้าน “ข้อมูลข่าวสาร” มากที่สุด และมีความพึงพอใจหลังการเปิดรับชมรายการ อยู่ในระดับมากเช่นกัน ( $\bar{X}$  = 3.72) โดยมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ ด้าน “ความบันเทิง” มากที่สุด และมีความตั้งใจที่จะเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย ต่อไป ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย พบว่า ความคาดหวังก่อนการเปิดรับชมรายการ มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย และการเปิดรับชมรายการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อรายการครัวคุณต๋อย โดยมีค่าเฉลี่ยของความคาดหวังสูงกว่าความพึงพอใจ

**คำสำคัญ:** ความคาดหวัง, ความพึงพอใจ

Independent Study Title	EXPECTATION AND SATISFACTION KRUAKHUNTOI ON PROGRAM
Author	Miss Kulrisa Toolthip
Degree	Master of Arts
Department/Faculty/University	Mass Communication Administration Journalism and Mass Communication Thammasat University
Independent Study Advisor	Associate Professor Anna Choompolsatien
Academic Year	2016

### ABSTRACT

This research aims to study the media exposure, expectation, satisfaction of audiences and their responses toward "Krua Khun Toi" (a culinary television programme), as well as the relation between the expectation before viewing the programme, during viewing the programme and satisfaction after viewing the programme by requiring 300 questionnaires of sample group. A sample of the study is people residing in Bangkok, viewing the programme and having 35 of age or older.

The study found that a sample of females aged between 35 to 50, possessing undergraduate degree and having single status. Most are bureaucrats and the employees of public enterprise earning between 24,001 to 35,000 baht a month, In 4 years, having been leaded by commercial advertisements on television, mostly samples accessing the programme have viewed it approximately 5 times a week. Moreover, the majority intentionally view the whole programme on television. Mostly, at a high level, have expectations before media exposure ( $\bar{X} = 3.82$ ). Notably, on the average, the expectation of receiving "information" is peak. Besides, after viewing the programme, the satisfaction of the audiences is rather high ( $\bar{X} = 3.72$ ). Their pleasure on entertainment, similarly, is at the maximum level. In consequence, The audiences tend to keep viewing the programme. The proven hypothesis appeared that the expectation before media exposure behaviour relates to the exposure of the programme together with the satisfaction on the programme. Anyway, the sample's expectation is higher than satisfaction's.

**Key words:** expectation, satisfaction.

## กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี เนื่องจากได้รับความกรุณา และการชี้แนะที่เป็นประโยชน์ รวมทั้งการแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ จนทำให้การค้นคว้าอิสระฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ ขอขอบพระคุณคณาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่าน ได้แก่ ดร.โมไนยพล วัฒนเวช รศ. วงททัย ต้นชีวะวงศ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง รศ. แอนนา จุมพลเสถียร กรรมการและที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ ที่คอยแนะนำแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ เอาใจใส่ และผลักดันในทุก ๆ ด้าน ศิษย์จะมีวันนี้ไม่ได้เลยหากไม่ได้รับ “โอกาส” จาก “ครูแอนนา” ครูที่มีแต่ “ให้” ให้ความรู้ไม่จำกัดทุกที่ทุกเวลา จวบจนกระทั่งศิษย์คนนี้ได้มาถึงความสำเร็จทางการศึกษาอีกขั้นหนึ่ง

ขอขอบคุณ อาต๋อย คุณ ไตรภพ ลิ้มปัทม์ ที่ให้ความกรุณาสละเวลาให้สัมภาษณ์ และมอบข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการศึกษา รวมทั้งพี่ ๆ ทีมงานรายการครัวคุณต๋อยที่คอยประสานงานต่าง ๆ จนสำเร็จลุล่วง / ขอขอบคุณ คุณนารีลักษณ์ วิมุขตานนท์ รองผู้อำนวยการสำนักองค์ประธาน ฝ่ายบริหารและประชาสัมพันธ์ สถาบันวิจัยจุฬาภรณ์ และพี่ ๆ น้อง ๆ ในฝ่ายฯ และเพื่อนจากสำนักองค์ประธาน ที่ให้กำลังใจ และเข้าใจในข้อจำกัดบางประการ ทำให้ผู้ศึกษาสามารถทำงานและเรียนควบคู่ไปด้วยความราบรื่น/ ขอขอบคุณ รศ.วิมลพรรณ อาภาเวท รองอธิการบดี ฝ่ายสื่อสารและภาพลักษณ์องค์กร มทร.พระนคร คุณน้ำของดิฉัน สำหรับความห่วงใยเสมอมา และเป็นบุคคลแรกที่จุดประกายในการศึกษา และอ.อรุณการ สัตยพานิชย์ คณบดีคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มทร. พระนคร ที่ให้คำปรึกษาแก่ดิฉันในทุก ๆ เรื่อง เป็นมิตรภาพที่ดี ที่ดิฉันจะไม่ลืมเลือน

ขอขอบคุณ กลุ่มเพื่อน MCA 18 ทุกคนในมิตรไมตรีที่ดี และขอบคุณ “กลุ่มเพื่อน อสรพิช” ที่รัก (ฝน วุ่น ออม เมริน เพีร์น แอนท์ ไอ้ต และแพค) ที่ช่วยกันเรียน ช่วยเหลือ และแบ่งปัน จวบจนวันนี้ที่เราสำเร็จการศึกษาพร้อมกันทุกคน เป็นมิตรภาพที่ดีมาก และขอบคุณ น้องแพค ที่เป็นแบบอย่างที่ดีให้เห็นว่า คนที่ไม่มีโอกาส แต่คอยวิ่งหาโอกาสเพื่อทำตามความฝันของตัวเองสำเร็จนั้น จะต้องมีคามตั้งใจอย่างไร ซึ่งคนที่มีโอกาสเต็มที่อยู่ดีดิฉันจะไม่สู้ได้อย่างไร

สำคัญที่สุด คือ “ครอบครัว” ทุกครั้งที่ดิฉันท้อถอยและสิ้นหวัง “ครอบครัว” เป็นกำลังใจสำคัญที่ทำให้ดิฉันต้องกลับมาสู้ ดิฉันอยากเห็นรอยยิ้มของพวกเขา ในวันที่ดิฉันประสบความสำเร็จ

สุดท้าย ขอขอบคุณ “จิตใจเข้มแข็งของตัวเอง” ดิฉันค้นพบว่า ไม่มีความสำเร็จใด ๆ ที่ได้มาโดยง่าย ต้องอาศัยแรงขับภายในจิตใจ “ความตั้งใจ มุ่งมั่น และทุ่มเท” มาถึงวันนี้ ดิฉันมีความภูมิใจที่สำเร็จการศึกษาจากสถาบันที่บ่มเพาะให้เป็น “คนคุณภาพ” นั่นคือ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

นางสาวกุลริศา ทูลทิพย์

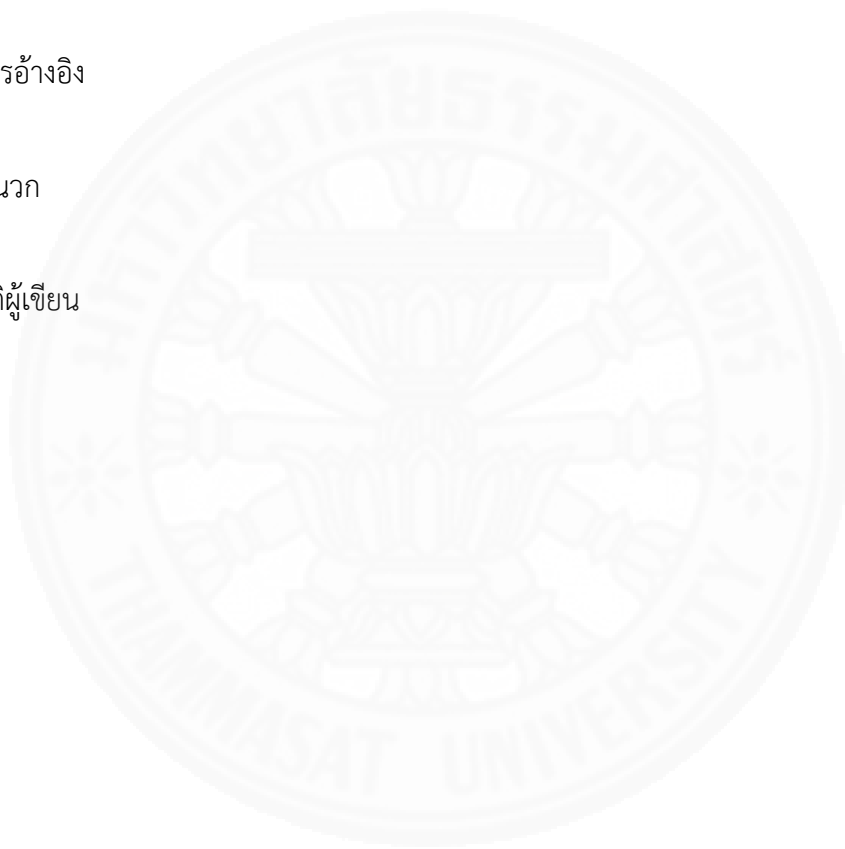
## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	(1)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	(2)
กิตติกรรมประกาศ	(3)
สารบัญตาราง	(7)
สารบัญภาพ	(10)
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา	1
1.2 ปัญหานำการวิจัย	9
1.3 วัตถุประสงค์การวิจัย	9
1.4 สมมติฐานการวิจัย	10
1.5 ขอบเขตการวิจัย	10
1.6 นิยามศัพท์	10
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	11
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	12
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับรายการวาไรตี้โชว์	12
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร (Demographic Characteristic)	15
2.3 ทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อ (Expectancy - Value Theory)	17
2.4 ทฤษฎีในการเปิดรับข่าวสาร (Media Exposure Theory)	19
2.5 ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses and Gratifications Theory)	23



	หน้า
2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	27
2.7 เหตุผลในการตั้งสมมติฐานการวิจัย	32
2.8 กรอบแนวคิดในการวิจัย	35
<b>บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย</b>	<b>36</b>
3.1 ประชากร	36
3.2 กลุ่มตัวอย่าง	36
3.3 วิธีการสุ่มตัวอย่าง	37
3.4 ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา	39
3.5 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	39
3.6 การทดสอบความเที่ยงตรงและเชื่อถือได้ของเครื่องมือวิจัย	43
3.7 การเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล	44
3.8 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	45
<b>บทที่ 4 ผลการวิจัย</b>	<b>51</b>
4.1 ข้อมูลลักษณะทางประชากร	51
4.2 การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับรายการครัวคุณต๋อย	54
4.3 ความคาดหวังก่อนการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย	56
4.4 พฤติกรรมการเปิดรับของผู้ชมรายการครัวคุณต๋อย	66
4.5 ความพึงพอใจหลังการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย	69
4.6 แนวโน้มพฤติกรรมการรับชมรายการครัวคุณต๋อย	78
4.7 การทดสอบสมมติฐาน	79

	หน้า
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	89
5.1 สรุปผลการศึกษา	89
5.2 อภิปรายผลการวิจัย	97
5.3 ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย	105
5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต	106
รายการอ้างอิง	108
ภาคผนวก	112
ประวัติผู้เขียน	122



## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
3.1 แสดงจำนวนเขตที่ถูกเลือกเป็นตัวอย่าง	38
3.2 สมมติฐานการวิจัย สมมติฐานทางสถิติ และสถิติที่ใช้ในการทดสอบ	46
4.1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ	51
4.2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ	52
4.3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา	52
4.4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพสมรส	53
4.5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ	53
4.6 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้ส่วนตัว	54
4.7 จำนวนและร้อยละของการเปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับรายการครัวคุณต๋อย จำแนกตามประเภทสื่อ	54
4.8 จำนวนและร้อยละของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับรายการครัวคุณต๋อย จำแนกตามประเภทข่าวสาร	55
4.9 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังก่อน การเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย ด้านรูปแบบการนำเสนอรายการ	56
4.10 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังก่อน การเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย ด้านคุณสมบัติพิธีกรรายการ	58
4.11 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังก่อน การเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย ด้านเนื้อหารายการ	59
4.12 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังก่อน การเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย ด้านข้อมูลข่าวสาร	61
4.13 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังก่อน การเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย ด้านการปฏิสัมพันธ์กับสังคม	62
4.14 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังก่อน การเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย ด้านความบันเทิง	63
4.15 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังก่อน การเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย ด้านเอกลักษณ์ของปัจเจกบุคคล	64

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.16 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของของความคิดหวังก่อนการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย	65
4.17 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิด (ครึ่ง/สัปดาห์) ในการรับชมรายการครัวคุณต๋อย	66
4.18 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระยะเวลาในการติดตามชมรายการครัวคุณต๋อย	67
4.19 จำนวนและร้อยละของลักษณะการรับชมรายการครัวคุณต๋อย	67
4.20 จำนวนและร้อยละของช่องทางในการรับชมรายการ	68
4.21 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจหลังการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย ด้านรูปแบบการนำเสนอรายการ	69
4.22 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจหลังการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย ด้านคุณสมบัติพิธีกรรายการ	71
4.23 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจหลังการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย ด้านเนื้อหารายการ	72
4.24 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจหลังการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย ด้านข้อมูลข่าวสาร	73
4.25 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจหลังการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย ด้านการปฏิสัมพันธ์กับสังคม	74
4.26 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจหลังการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย ด้านความบันเทิง	75
4.27 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจหลังการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย ด้านเอกลักษณ์ของปัจเจกบุคคล	76
4.28 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของของความพึงพอใจหลังการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย	77
4.29 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของแนวโน้มพฤติกรรมในการรับชมรายการครัวคุณต๋อย	78

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า	
4.30		ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังโดยรวมก่อนการเปิดรับชมรายการครัวเรือนต่อๆ กับการเปิดรับชมรายการครัวเรือนต่อๆ ความถี่ (ครั้ง/สัปดาห์) 79
4.31		ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับชมรายการครัวเรือนต่อๆ ความถี่ (ครั้ง/สัปดาห์) กับการพึงพอใจหลังการเปิดรับชมรายการครัวเรือนต่อๆ 80
4.32		การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังโดยรวมก่อนการเปิดรับชมและความพึงพอใจโดยรวมหลังการเปิดรับชมรายการครัวเรือนต่อๆ 81
4.33		การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังก่อนการเปิดรับชมและความพึงพอใจหลังการรับชมรายการครัวเรือนต่อๆ ด้านรูปแบบการนำเสนอรายการ 82
4.34		การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังก่อนการเปิดรับชมและความพึงพอใจหลังการเปิดรับชมรายการครัวเรือนต่อๆ ด้านคุณสมบัติพิธีกรรายการ 83
4.35		การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังก่อนการเปิดรับชมและความพึงพอใจหลังการเปิดรับชมรายการครัวเรือนต่อๆ ด้านเนื้อหารายการ 84
4.36		การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังก่อนการเปิดรับชมและความพึงพอใจหลังการเปิดรับชมรายการครัวเรือนต่อๆ ด้านข้อมูลข่าวสาร 85
4.37		การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังก่อนการเปิดรับชมและความพึงพอใจหลังการรับชมรายการครัวเรือนต่อๆ ด้านการปฏิสัมพันธ์กับสังคม 86
4.38		การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังก่อนการเปิดรับชมและความพึงพอใจหลังการรับชมรายการครัวเรือนต่อๆ ด้านความบันเทิง 87
4.39		การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังก่อนการเปิดรับชมและความพึงพอใจหลังการเปิดรับชมรายการครัวเรือนต่อๆ ด้านเอกลักษณ์ของปัจเจกบุคคล 88
5.1		แสดงผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย 95

## สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 รูปแบบภาพจำลองทฤษฎีจากความคาดหวังจากสื่อ	18
2.2 รูปภาพแบบจำลองการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจของแคชชัวร์และคณะ	24
2.3 รูปภาพกรอบแนวคิดในการวิจัย	35



## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา

ในโลกยุคสังคมปัจจุบัน หากกล่าวถึงเรากำลังอยู่ในยุคแห่งข้อมูลข่าวสารและเทคโนโลยีสารสนเทศตามแนวความคิดของ อัลวิน ทอฟฟ์เลอร์ (Alvin Toffler) ในหนังสือ The Third Wave “คลื่นลูกที่สาม” ก็คงไม่ผิดนัก การเปลี่ยนแปลงครั้งนี้เกิดจาก “กระแสโลกาภิวัตน์”(Globalization) ที่มนุษย์มีการพัฒนาการติดต่อสื่อสารสามารถหาข้อมูล และเข้าถึงความรู้ต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็วและสะดวกสบาย ผ่านอุปกรณ์ที่รองรับอินเทอร์เน็ต ในยุคนี้เทคโนโลยีสารสนเทศจึงมีบทบาทอย่างมากต่อระบบเศรษฐกิจ การเมือง เทคโนโลยี สังคมและวัฒนธรรมของโลก

การเข้ามาของสื่อใหม่ (New Media) อาทิ Facebook Twitter Instagram และ Youtube เป็นต้น ถือว่าเป็นฟันเฟืองสำคัญในการขับเคลื่อนโลกให้เข้าสู่ยุคโลกาภิวัตน์ (Globalization) ด้วยสื่อใหม่ได้สร้างรูปแบบของการติดต่อสื่อสาร (Communication) ทั้งของบุคคลและสื่อที่ถูกแปลง (Transform) โดยการใช้เทคโนโลยีอย่างสร้างสรรค์ เพื่อให้เกิดระบบการสะท้อนกลับ (interactive) หรือการดำเนินการ (Trans Act) คือการรวมกันระหว่างเทคโนโลยี การติดต่อสื่อสาร และการออกแบบโดยสื่อใหม่ (New Media) สามารถเข้าถึงกลุ่มคนได้มากขึ้นด้วยอุปกรณ์ที่รองรับอินเทอร์เน็ต เช่น สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต หรืออุปกรณ์คอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลที่มีราคาถูกลง ฯลฯ ด้วยคุณสมบัติที่เต็มไปด้วย MultiMedia ไม่ว่าจะเป็นการจัดเก็บไฟล์ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว ไฟล์เสียง รวมถึงการให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงในปัจจุบันที่มีการแข่งขันกันมากขึ้นจึงทำให้ราคาถูกลง ซึ่งองค์ประกอบต่าง ๆ เหล่านี้ จึงทำให้สื่อใหม่ (New Media) เข้าถึงประชาชนได้กว้างขวาง

ในขณะที่การเสพสื่อของผู้บริโภคในยุคปัจจุบันสะท้อนการเปลี่ยนผ่านแพลตฟอร์ม จากการดูเนื้อหาบนหน้าจอทีวี (Traditional Media) ไปสู่หน้าจอคอมพิวเตอร์ สมาร์ทโฟน หรือแท็บเล็ต (New Media) เครื่องมือเหล่านี้เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลให้ผู้ใช้งานมีทางเลือกในการเสพข่าวสารได้หลากหลายช่องทางในทุกที่ ทุกเวลา ตามความสะดวกของผู้บริโภคที่จะเลือกเปิดรับข่าวสารจนกลายมาเป็นเรื่องปกติในชีวิตประจำวันของผู้คนในสังคม ด้วยเหตุนี้จึงทำให้สื่อใหม่ (New Media) กลายเป็นสื่อที่มีอิทธิพลด้วยฐานผู้ใช้ที่มีจำนวนมาก สามารถส่งต่อข้อมูลและแสดงความคิดเห็นอย่างรวดเร็ว เปิดกว้าง เทคโนโลยีสามารถทำลายเส้นแบ่งของบริบท ทางพื้นที่และเวลาลงได้ อีกทั้งในปัจจุบันอยู่ในยุคของ “การหลอมรวมสื่อ” (Media Convergence) ที่มีพัฒนาการไปถึงระดับที่สามารถรวมหน้าที่การ

ทำงานในการสื่อสารต่าง ๆ ไว้ในอุปกรณ์เดียวกัน อุปกรณ์สื่อสารหนึ่ง ๆ สามารถทำการสื่อสารได้มากกว่าหนึ่งหน้าที่ และบรรจุนสาระเนื้อหา (Contents) ได้มากกว่าหนึ่งประเภท เช่น ผู้บริโภค สามารถดูรายงานข่าวโทรทัศน์กระจายเสียงได้จากสมาร์ตโฟน และส่งอีเมลไปหาเพื่อนที่เดินทางไปต่างประเทศได้ เป็นต้น การหลอมรวมเข้าด้วยกันของสื่อจึงส่งผลให้การแบ่งแยกประเภทของสื่อใหม่ในปัจจุบันทำได้ยากยิ่งขึ้น เนื่องจากความก้าวหน้าของเทคโนโลยีที่ทำให้ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้ด้วยตัวเองอย่างง่ายดาย หรือแม้แต่ในมิติของการโฆษณาสินค้าของบริษัทต่าง ๆ ก็เริ่มหันมาสื่อสารการตลาดผ่านอินเทอร์เน็ตมากขึ้น เพราะใช้ต้นทุนน้อย สามารถสื่อสารไปยังผู้บริโภคได้โดยตรงและวัดผลได้ง่าย อิทธิพลของสื่อมวลชนในการกุมอำนาจสื่อจึงถูกลดทอนลง จะเห็นได้ว่าสื่อเก่าต่างหันเข้ามาปรับตัวให้เข้ากับสื่อใหม่ผ่านการสื่อสารกับผู้ชมผ่านอินเทอร์เน็ต และสื่อสังคมออนไลน์มากขึ้น (อ้างใน วงหทัย ต้นชีวะวงศ์, 2555: ออนไลน์) เนื่องจากเข้าถึงข่าวสารได้เร็วกว่าและราคาถูกกว่า จึงทำให้สื่อเก่าที่มีอยู่คือ สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อโทรทัศน์ได้รับผลกระทบอย่างหนักจนเกิดวิกฤตสื่อไทย ในปี พ.ศ. 2559 ดังจะเห็นได้จากการทยอยปิดตัวลงของสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น นิตยสารสกุลไทย นิตยสารพลอยแถมเพชร นิตยสารอิมเมจ หนังสือพิมพ์บ้านเมือง และหนังสือพิมพ์แนวหน้า ฯลฯ เฉกเช่นเดียวกับทางสื่อโทรทัศน์จำนวนผู้ชมลดลงอย่างน่าใจหาย

ดังนั้น การปรับตัวให้เข้ากับยุคสมัยจึงเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งในการอยู่รอดของสื่อในยุคปัจจุบัน สื่อโทรทัศน์บางแห่งต้องหาผู้ร่วมทุนเพิ่มลดต้นทุนการผลิต ปลดพนักงาน ในขณะที่สื่อสิ่งพิมพ์บางแห่งต้องลดต้นทุนการผลิต ปรับระยะการวางแผง ปลดพนักงาน ทำธุรกิจด้านอีเวนต์เพิ่มเติม ขยายหุ้น ตลอดจนการทำพรีกอบบี้ เพื่อหารายได้จากการโฆษณาเพิ่มอีกทาง หรือหันมาบุกตลาดโลกออนไลน์เพิ่มขึ้น และจากสถานการณ์วิกฤตของสื่อไทย ปี 2559 ครั้งนี้ คงไม่มีใครปฏิเสธว่า การเข้ามาของสื่อใหม่ได้เปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและการเปิดรับข่าวสารของผู้บริโภคไปอย่างสิ้นเชิง ทำให้จำนวนผู้อ่านหนังสือพิมพ์และนิตยสาร รวมทั้งผู้ชมโทรทัศน์ลดลงอย่างต่อเนื่องจนสันคลอนภาคธุรกิจสื่อไทยและทั่วโลก

จากผลสำรวจในปี 2559 ในเรื่อง “พฤติกรรมการรับข่าวสารและความเชื่อมั่นของประชาชนที่มีต่อสื่อมวลชน” ของคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย พบข้อมูลที่น่าสนใจว่าคนไทยทุกรุ่นเสพสื่อออนไลน์และข่าวแฮร์สูง แต่ในขณะเดียวกัน คนไทยทุกรุ่นมีความเชื่อถือสื่อหลักดั้งเดิมอย่างสูงสุด โดยประชาชนให้ความเชื่อถือกับการนำเสนอข่าวของสื่อมวลชนผ่านทางโทรทัศน์มากที่สุด คิดเป็นคะแนนเฉลี่ย 3.89 รองลงมาคือสื่อหนังสือพิมพ์ คะแนนเฉลี่ย 3.66 วิทย์ คะแนนเฉลี่ย 3.22 เว็บไซต์ หรือแอปพลิเคชันข่าว คิดเป็นคะแนนเฉลี่ย 3.17 และเชื่อถือข่าวจากสื่อสังคมออนไลน์น้อยที่สุด คิดเป็นคะแนนเฉลี่ย 3.0 ส่วนข้อเสนอแนะของผลสำรวจนี้ระบุว่า สื่อมีอาชีพต้องพัฒนารูปแบบและเนื้อหาเพื่อจูงใจผู้เสพข่าวให้มากขึ้น



จากผลสำรวจข้างต้น สามารถสะท้อนให้เห็นว่า ถึงแม้สื่อใหม่ (New Media) เข้ามามีอิทธิพลอย่างมากต่อผู้คนในสังคม แต่อย่างไรก็ดี สื่อเก่า (Traditional Media) ก็ยังขึ้นชื่อว่าเป็นสื่อที่มีความน่าเชื่อถือมากที่สุด ตัวอย่างเช่น สื่อโทรทัศน์ ด้วยคุณสมบัติของสื่อชนิดนี้ที่สามารถผูกขาดอำนาจสื่อไว้มากที่สุด เพราะสามารถสื่อสารผ่านทั้งภาพเสียง การเคลื่อนไหว และแพร่หลายกระจายเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้กว้างขวางเกือบทุกพื้นที่ของประเทศ โดยในอดีตเราใช้สื่อนี้เป็นตัวแทนของสื่อเก่าที่สื่อสารทางเดียวไปสู่ผู้บริโภคอย่างเห็นได้ชัด (สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ, 2555)

ในปัจจุบันนี้สื่อโทรทัศน์ก็ยังทำหน้าที่มอบสาระและความบันเทิงให้แก่ผู้คนในสังคม โดยนำเสนอผ่านทางรูปแบบต่าง ๆ เช่น รายการข่าว ละคร รายการเกมส์โชว์ รายการทอล์คโชว์ และรายการวาไรตี้โชว์ เป็นต้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งรายการวาไรตี้ (Variety) หรือรายการบันเทิงกะบันเทิง ถือว่าเป็นรายการประเภทหนึ่งที่มีความนิยมจากประชาชนสูงเนื่องจากรายการวาไรตี้ เป็นรายการที่รวบรวมความบันเทิงหลากหลายรูปแบบ เพื่อตอบสนองกลุ่มผู้ชมเป้าหมายที่มีความสนใจในการรับชมแตกต่างกัน โดยรูปแบบรายการจะมีทั้งการแสดงดนตรี ร้องเพลง ละครสั้น เกม สатиต สนทนาและสัมภาษณ์ผู้ร่วมรายการ หรือการแสดงอื่น ๆ อยู่ในรายการ มีพิธีกรเป็นผู้ดำเนินรายการและสร้างสีสันให้กับรายการ ซึ่งจากผลสำรวจพฤติกรรมของผู้ชมที่วิจัยตลอดครึ่งหลังของปี 2558 จากสมาคมมีเดียเอเยนซีและธุรกิจสื่อแห่งประเทศไทย พบว่ารายการวาไรตี้/เกมโชว์ ได้รับความนิยมมาเป็นอันดับ 2 ในขณะที่รายการวาไรตี้สอนทำอาหารได้รับความนิยมมาเป็นอันดับ 5

ด้วยคุณสมบัติของสื่อโทรทัศน์ที่ให้ทั้งภาพเคลื่อนไหว และเสียงเสมือนจริงมากกว่าสื่ออื่นๆ และเข้าถึงครัวเรือนได้โดยตรง และแพร่กระจายได้ไกลทั่วทุกสารทิศนั้น ทำให้สื่อโทรทัศน์กลายเป็นกลไกสำคัญต่อวัฒนธรรมอาหารไทย จากข้อค้นพบของศิรินุช วิเศษนลินวงษ์ (2543) พบว่ามีรายการอาหารทางโทรทัศน์ที่ออกอากาศทุกวันรวมประมาณ 20 รายการต่อสัปดาห์ รวมถึงงานของเอื้องอริน สายจันทร์ (2553) พบว่า มีรายการอาหารทางโทรทัศน์เพิ่มขึ้นเป็น 25 รายการต่อสัปดาห์ และในงานวิจัยของรักชนก สมศักดิ์ (2558) ได้ทำการสำรวจรายการอาหารทางโทรทัศน์เบื้องต้นพบว่า มีรายการอาหารทางโทรทัศน์ประเภทฟรีทีวีจำนวนเพิ่มขึ้นมากถึง 39 รายการต่อสัปดาห์ ซึ่งแสดงให้เห็นว่า รายการอาหารทางโทรทัศน์ได้รับความนิยมมากขึ้น และมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นเรื่อย ๆ เนื่องจากการเติบโตของเคเบิลทีวี และดิจิทัลทีวีที่เกิดขึ้นมากมาย

ตัวอย่างรายการวาไรตี้ที่นำเสนอการสาธิตการประกอบและปรุงอาหารผู้ดำเนินรายการส่วนใหญ่จะเป็นเชฟ หรือผู้เชี่ยวชาญด้านอาหารที่เป็นบุคคลที่มีชื่อเสียง ออกอากาศทางฟรีทีวี (Free TV) เช่น รายการยอดเชฟไทย ทางช่อง 5 (ผู้ดำเนินรายการ เชฟวิชิต มุกระ อดีตหัวหน้าเชฟ โรงแรมแมนดาริน โอเรียนเต็ล กรุงเทพฯ) รายการกินอยู่คือ ทาง ThaiPBS (ผู้ดำเนินรายการ เชฟดวงพร ทรงวิเศษ เชฟหญิงที่ได้รับรางวัล Veuve Clicquot ประเภทเชฟสตรีที่ดีที่สุดในเอเชียประจำปี 2012 จาก Restaurant Magazine นิตยสารอาหารของประเทศอังกฤษ) รายการพลพรรคนักปรุง ทางช่อง 9

(ผู้ดำเนินรายการ เชฟพล ตัณฑเสถียร เชฟชื่อดัง และเจ้าของร้าน Spring Dining Room และ Summer Chocolate House ช.สุขุมวิท 39 และคอลัมน์นิตยสารอาหารให้กับนิตยสารต่าง ๆ ) รายการ Modern 9 Cooking by Yingsak ทางช่อง 9 (ผู้ดำเนินรายการหลัก อ.ดร.ยิ่งศักดิ์ จงเลิศเจษฎาวงศ์ ผู้เชี่ยวชาญทางด้านอาหารชื่อดัง) รายการ Happy Life กับคุณหรีด และอรร้อยเลิศกับคุณหรีด ทางช่อง 3 (ผู้ดำเนินรายการ รพีพรรณ เหลืองอร่ามรัตน์ ผู้เชี่ยวชาญด้านอาหารที่สังคมให้การยอมรับ) เป็นต้น

จากข้อค้นพบที่กล่าวข้างต้น พบว่า ในปัจจุบันได้มีรายการโทรทัศน์ประเภทรายการวาไรตี้ที่นำเสนอการสาธิตการประกอบและปรุงอาหารต่าง ๆ นั้นเกิดขึ้นมากมาย เป็นผลให้เกิดการแข่งขันกันในเชิงธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นทางฟรีทีวี (Free TV) เคเบิลทีวี (Cable TV) และทีวีดาวเทียม (Satellite TV) โดยประชาชนหรือผู้รับชมจะต้องเป็นผู้ตัดสินใจว่าจะเปิดรับชมรายการโทรทัศน์รายการใด มีความพึงพอใจต่อรายการนั้น ๆ อย่างไร และสามารถนำข้อมูลเหล่านั้นไปใช้ประโยชน์ได้หรือไม่ และเหตุจูงใจที่จะดึงให้ผู้ชมหันมาเปิดรับชมรายการก็ขึ้นอยู่กับสาระความรู้และความบันเทิงที่ผู้รับชมจะได้รับผ่านทางเนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอของรายการต่าง ๆ และท่ามกลางภาวะวิกฤตของสื่อไทยในขณะนี้ ไม่ว่าจะด้วยเหตุของการเข้ามาของสื่อใหม่ที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมเปิดรับข่าวสารหันมาเสพสื่อออนไลน์ ให้ความสำคัญกับสื่อโซเชียลมีเดียมากขึ้น จนทำให้ผู้บริโภคดูโทรทัศน์และอ่านหนังสือพิมพ์ลดลง ในส่วนของแง่รายได้จากโฆษณาและเรตติ้งของผู้ชมจากสื่อหนังสือพิมพ์ นิตยสาร และโทรทัศน์ของไทย มีสถานะไม่ต่างจากธุรกิจสื่อต่างประเทศ คืออยู่ในภาวะขาลง หรืออาจเรียกได้ว่า “Sunset Industry” หมายถึง ธุรกิจที่มีแนวโน้มได้รับความนิยมลดลงตลาดผู้บริโภคเปลี่ยนรูปไปสู่ธุรกิจอีกรูปแบบหนึ่ง หรือ ถูกทดแทนด้วยธุรกิจอื่น รวมไปถึงธุรกิจที่ต้องปิดตัวลงไปในอนาคตอันใกล้จากการเข้ามาของสื่อใหม่ (New Media) นั่นเอง จากภาวะวิกฤตสื่อไทยในการผลิตรายการโทรทัศน์ยุคนี้ ได้มีรายการโทรทัศน์ประเภทวาไรตี้อาหารรายการหนึ่งที่มีความยาวของรายการแค่ 20 นาที แต่พบว่าประสบความสำเร็จอย่างสูงสุดจนเป็นรายการโทรทัศน์เพียงรายการเดียวที่มีโมเดลการต่อยอดธุรกิจทั้งออฟไลน์ ออนไลน์ และออนกราวด์ได้ถึง 5 ธุรกิจ ได้แก่ นิตยสาร งานเอ็กซ์โป แอปพลิเคชัน เฟซบุ๊กไลฟ์ และทัวร์ต่างประเทศ โดยรายการโทรทัศน์ที่กล่าวถึงนี้ คือ รายการครัวคุณต๋อย ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3

รายการครัวคุณต๋อย เป็นรายการวาไรตี้อาหารที่นำเสนอสูตรลับความอร่อยของอาหารผสมกับความสนุกสนานในการดำเนินรายการของพิธีกร จำนวน 4 คน แขกรับเชิญในรายการจะต้องเป็นผู้เชี่ยวชาญทางด้านอาหารของแท้ เช่น เชฟ หรือผู้เชี่ยวชาญด้านอาหารชนิดต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นของคาวของหวาน รวมถึงเจ้าของร้านอาหารอร่อยทั่วทุกภาคของประเทศไทยที่ผ่านหลักเกณฑ์การคัดเลือกของรายการก็จะได้เข้ามานำเสนอเมนูอาหารชนิดนั้น พร้อมกับปรุงอาหารในรายการตามแบบต้นฉบับ ที่รับประกันเรื่องรสชาติความอร่อยและความสนุกสนานในการดำเนินรายการ เพื่อให้ผู้ชมได้ทั้งสาระและความบันเทิงไปในเวลาเดียวกัน ออกอากาศวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 13.40 – 14.10 น.ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์

ไทยทีวีสีช่อง 3 โดยเป็นรายการที่อยู่ภายใต้การบริหารงานของบริษัท บอร์น แอนด์ แอสโซซิเอท จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทภายใต้การก่อตั้งและบริหารงานของนายไตรภพ ลิมปพัทธ์

รายการครัวคุณต๋อย ออกอากาศครั้งแรกเมื่อวันที่ 2 พฤษภาคม 2556 จุดเริ่มต้นของรายการ เริ่มจากคุณไตรภพ ลิมปพัทธ์ ทำรายการทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 คือ รายการทูไนท์ โชว์ ซึ่งเป็นรายการวาไรตี้โชว์ และมีช่วงหนึ่งของรายการ “ช่วงอะเมซิ่งต่างแดน” โดยมีคุณณวัฒน์ อิศรเฑียร เป็นพิธีกรประจำช่วง โดยจะนำเสนอเรื่องราวที่น่าสนใจจากทั่วทุกมุมโลกซึ่งจากช่วงอะเมซิ่งต่างแดน นี้เอง คุณ ณวัฒน์ จะต้องนำอาหารหรือขนมที่น่ารับประทาน รวมถึงสิ่งของเครื่องใช้ที่น่าสนใจของประเทศนั้น ๆ กลับมานำเสนอรายการ จนกระทั่งเกิดเป็นช่วงครัวคุณต๋อยขึ้นมา ต่อมาได้มีการพัฒนารูปแบบช่วงครัวคุณต๋อยนี้ ให้เป็นรายการวาไรตี้อาหาร โดยมีวัตถุประสงค์รายการคือ เพื่อให้ผู้ชมได้รับทราบถึงสูตรในการทำอาหารอย่างแท้จริง ตามแบบฉบับที่รักษาประวัติศาสตร์รสชาติดั้งเดิมของอาหารให้คงไว้ นั่นหมายถึง การทำอาหาร 100 ครั้ง รสชาติอาหารต้องเหมือนกันทุกครั้ง และการทำอาหารในแต่ละครั้งจะต้องใช้วัตถุดิบที่ถูกต้องและดีที่สุด เพราะความอร่อยของอาหารนั้นมีต้นทุนซึ่งเหตุผลเดียวที่ทำให้เกิดรายการครัวคุณต๋อยขึ้น เพราะคำว่า “ไม่เชื่อ” ของคุณไตรภพ ลิมปพัทธ์ เจ้าของรายการที่กล่าวว่า...

“ผมไม่เชื่อว่าเชฟ 1 คนจะทำอาหารได้ทั้งโลกแล้วเชฟ 1 คน หรือพ่อครัวแม่ครัวจะสามารถสอนทำอาหารทุกชนิดได้ เช่น ถ้าคุณสอนทำทองหยอดได้ แล้วคุณจะไปสอนทำแกงคั่ว ทำตุ๋นไก่ ผมไม่เชื่อ! และผมไม่เชื่อว่า คนที่มีรากฐานความเป็นเชฟ 1 คน จะสามารถทำอาหารครอบคลุมอาหารไทย จีน ฝรั่งเศส ขนม นม เนยได้หมด ก็เลยคิดว่า รูปแบบรายการจะต้องเอาผู้ที่มีเฉพาะส่วนอาหารนั้นจริง ๆ มาสอนดีกว่า โดยตั้งใจจะเอาผู้ที่เป็นผู้รู้จริง ๆ ไม่ว่าจะ เป็นพ่อครัว แม่ครัวหรือเชฟในอาหารที่เขาู้จริง ๆ ที่เขามีชื่อเสียงจริง ๆ มาสอนดีกว่า ก็เลยทำเป็นรูปร่างขึ้นมา” ไตรภพ ลิมปพัทธ์ (สัมภาษณ์, 30 มีนาคม 2560)

จุดเด่นของรายการครัวคุณต๋อยที่แตกต่างจากรายการสอนการทำอาหารทั่วไป คือ ครัวคุณต๋อยเป็นรายการอาหารแรกของประเทศไทยที่ใช้พิธีกรทั้งหมด 4 คน ในการทำหน้าที่ดำเนินรายการพร้อมกัน ภายในเวลาการออกอากาศของรายการประมาณ 20 นาที ส่วนวิธีการนำเสนอของพิธีกรแต่ละคนจะ ถูกแบ่งสัดส่วนไว้อย่างดี พิธีกร 4 คนจะถูกวางคาแรคเตอร์ไว้ทั้งหมด โดยกำหนดให้พิธีกรในรายการ คือ ภาพตัวแทนของผู้ชมในสังคมที่สะท้อนออกมา คุณไตรภพกล่าวว่า

“จุดนี้คือเสน่ห์ของรายการครัวคุณต๋อย เพราะการดำเนินรายการในรายการอาหารที่มีความยาวเพียง 20 นาที และใช้พิธีกรถึง 4 คน ค่อนข้างยากมากที่จะทำให้ในดำเนินรายการลงตัว ซึ่งพิธีกรในรายการครัวคุณต๋อยทำได้ด้อย่างลงตัว” ไตรภพ ลิมปพัทธ์ (สัมภาษณ์, 30 มีนาคม 2560)

### ภาพตัวแทนของคนดูในสังคมที่สะท้อนออกมาจากตัวพิธีกรรายการครัวคุณต๋อย

1. นายกীরดี เทพธัญญ์ (เฮ้าะ) คือ ภาพตัวแทนของคนที่ไม่รู้เรื่องในข้อมูลอาหารต่าง ๆ
2. นายเจริญพร อ่อนละม้าย (โก๊ะดี อารามบอย) คือ ภาพตัวแทนของคนเฮฮา ถือว่าเป็นตัวสร้างสีสัน
3. นายณวัฒน์ อิสรไกรศีล คือ ภาพตัวแทนของคนที่มีข้อมูลเยอะ และมีความน่าเชื่อถือ
4. นายไตรภพ ลิมปพันธุ์ คือ ภาพตัวแทนของคนที่จัดการและควบคุมสถานการณ์ต่าง ๆ หรือเรียกว่า ผู้ดำเนินรายการหลัก

นอกเหนือจากเสน่ห์ของรายการ คือพิธีกรทั้ง 4 คน ที่มีการกำหนดลักษณะภาพตัวแทนของผู้ชมแล้วนั้น พิธีกรทั้ง 4 คน ก็ไม่ได้เป็นเชฟ หรือผู้เชี่ยวชาญด้านอาหารแต่อย่างใด แต่ในขณะเดียวกันกลับเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียง และมีความรู้ความสามารถในการสื่อสารบอกเล่าเรื่องราวของอาหารได้เป็นอย่างดี ซึ่งจุดนี้จะแตกต่างจากรายการอาหารทั่วไปที่พิธีกรจะต้องเชฟ หรือเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านอาหารสำหรับการทำงานของพิธีกรนั้น จะทำงานร่วมกับแบกรับเชิญในรายการซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านอาหารทั้งจากสถาบันการศึกษาทางด้านอาหารโดยตรง และเป็นเจ้าของร้านอาหารชื่อดังมาร่วมประกอบสร้างความ เป็นอาหาร โดยรายการจะให้ความสำคัญของอาหารที่เป็นความดั้งเดิม ต้นตำรับ หรือโบราณของอาหารในแต่ละชนิด

รูปแบบการนำเสนอของรายการครัวคุณต๋อย แบ่งออกเป็น 2 ช่วง ได้แก่ช่วงตอบจดหมาย และการแนะนำ ๆ ทั่วไป คือ ความรู้ทั่วไป หรือเคล็ดลับของการทำอาหาร และแนะนำร้านอาหารที่ “ไม่กินถือว่าผิด” และช่วงสอนทำอาหาร โดยที่เนื้อหาและรูปแบบในการนำเสนอแต่ละช่วงจะมีลักษณะดังนี้

**ช่วงที่ 1 ช่วงตอบจดหมาย** ช่วงนี้จะทำการตอบจดหมายพิเศษที่บรรจุกความฮาไว้ เพื่อเป็นการโหมโรงก่อนเริ่มรายการ ทางรายการจะตอบจดหมายจากทางบ้านที่เขียนมาถามในทุกเรื่องราว จากนั้นจะเป็นการแนะนำเรื่องราวหลากหลายที่เป็นเรื่องใกล้ครัว ได้แก่

- **ช่วงไม่กินถือว่าผิด** แนะนำอาหารอร่อย เมนูเด็ดประจำท้องถิ่นจากทุกจังหวัดทั่วประเทศไทย โดยมีสโลแกนช่วงย่อยนี้ว่า “ถ้าไปถึงแล้วไม่ได้กินถือว่าผิด” เช่น ถ้าไปจังหวัดเพชรบุรี ต้องแวะกินก้วยเตี๋ยวุ้นน้ำแดง หรือไปจังหวัดเชียงราย ต้องแวะกินต้มเลือดหมูจึงจួយาย หรือร้านสทรส ซึ่งถ้าไม่กินถือว่าผิดตามแบบฉบับของครัวคุณต๋อยที่การันตีไว้

#### หลักเกณฑ์ในการเลือกร้านที่ไม่กินถือว่าผิด

- ร้านที่มีตำนาน
- ระยะเวลาการเปิดของร้านต้องมากกว่า 30 ปีขึ้นไป
- คนในพื้นที่เป็นคนแนะนำให้รู้จัก เช่น ผู้ว่าราชการจังหวัด/ไปรษณีย์/ผู้กำกับการสถานีตำรวจ/ผู้คนในท้องถิ่น โดยทีมงานของรายการจะต้องมีการชิมก่อนจะเชื่อทุกครั้ง

- **เคล็ดลับต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับเรื่องในครัว** เช่น วิธีทอดไข่เจียวให้ฟู วิธีดัดกลิ่นกระเทียมสูตรใหม่ วิธีเลือกซื้อของฯลฯ
- **วัตถุดิบในการทำอาหาร** เช่นการจะหาซื้อปลาหุสด ๆ ปูตัวใหญ่ ไก่บ้าน กุ้งแม่น้ำผักกรอบ ๆ ไร้สารพิษ ฯลฯ
- **ผัก และผลไม้ตามฤดูกาล (Seasoning Food)** การแนะนำการเลือกซื้อผักและผลไม้ในช่วงฤดูต่าง ๆ และถ้าอยากรับประทานให้อร่อย ต้องไปที่ไหน หรือหาซื้อได้ที่ไหน รวมถึงแนะนำเมนูเด็ดสำหรับผักและผลไม้ นั้น ๆ
- **เครื่องครัว** เป็นการอัปเดตนวัตกรรมอุปกรณ์เครื่องใช้ในครัว หรืออุปกรณ์ใหม่ ๆ ที่แปลกตาแบบนี้ใช้ทำอะไร และที่ไหนที่มีการลดราคาสินค้าเครื่องครัว
- **อาหารเพื่อสุขภาพสมุนไพร** แนะนำเคล็ดลับวิธีกินอย่างไรให้มีสุขภาพดี กินอะไรสามารถรักษาหรือแก้โรคอะไร กินอะไรแล้วป้องกันอะไร และกินอะไรแก้อะไร เป็นต้น
- **ร่วมกินฟรีกับทางรายการ** ผู้ชมมีส่วนร่วมกับทางรายการตามที่กำหนดมีสิทธิ์รับบัตรรับประทานอาหารฟรี จากร้านอาหารชื่อดัง

**ช่วงที่ 2 ช่วงหลักของรายการ** จะนำเสนออาหารอร่อย อาหารที่หากินได้ยาก หรือแทบจะสาบสูญไปแล้วเช่น แกงหอม แกงส้มมันขี้หนู แกงบวช หมูชะมวง แกงผักอีไร ไข่หวาน ขนมเกสรลำเจียก ฯลฯ และสูตรอาหารไทยโบราณที่อร่อยครบรสแท้จริงทำอย่างไร เช่น แกงเขียวหวานไก่ แกงพะแนง เนื้อ ขนมจีนน้ำพริก ข้าวแช่ขาววัง โดยแต่ละเมนูที่รายการเลือกสรรมานำเสนอ จะมีผู้รู้ตัวจริงมาสอนวิธีการปรุงอาหารสด ๆ ภายในสตูดิโอ นั้น ๆ พร้อมเผยแพร่สูตรลับเฉพาะตัว และเคล็ดลับความอร่อยที่ไม่เคยเปิดเผยที่ไหนมาก่อน

### **หลักเกณฑ์ในการเลือกเซฟหรือผู้รู้จริง มาสอนทำอาหารในครัวคุณต๋อย**

การคัดเลือก เซฟ ผู้รู้ หรือผู้เชี่ยวชาญทางด้านอาหารขึ้นอยู่กับประสบการณ์ของคุณไต่รภพ และทีมงานรายการครัวคุณต๋อยที่อยู่ในธุรกิจนี้ และมีประสบการณ์ด้านอาหารมานาน ทีมงานรู้ว่าร้านไหนและที่ไหนอร่อย เช่น ถ้าผัดผักบุ้ง จะไม่มีที่ไหนที่จะอร่อยเกิน “ผัดผักบุ้งผอยของครัวเจ๊จ้อ” เพราะผัดผักบุ้งได้กรอบอร่อยและน่ารับประทาน เพราะฉะนั้น เจ๊จ้อ หรือ คุณณชนก แซ่อึ้ง ควรจะเป็นผู้มาสอนให้ทำผัดผักบุ้งในสไตล์ครัวเจ๊จ้อในรายการครัวคุณต๋อย พร้อมเผยแพร่เคล็ดลับที่เป็นส่วนสำคัญในการทำอาหาร เช่น ควรแช่ผักบุ้งแบบไหนที่จะคงความกรอบของผักที่สุดซึ่งเจ๊จ้อ หรือคุณณชนก แซ่อึ้ง จะบอกสูตรให้รายการครัวคุณต๋อยทราบหมด เพราะหลังจากนั้นชมรายการจบแล้ว ผู้ชมกลับไปทำอาหารชนิดนั้น ต้องทำได้จริงและอร่อยจริงตามสูตรเคล็ดลับที่ให้ไว้ ซึ่งเมื่อผู้ชมทำอาหารได้จริงตามที่ได้ชมจากรายการครัวคุณต๋อยไปแล้วนั้น จุดนี้จะเป็นจุดทำให้รายการครัวคุณต๋อยประสบความสำเร็จ โดยเทพการสอนทำผัดผักบุ้งของเจ๊จ้อจากครัวเจ๊จ้อ เมื่อวันที่ 2 พฤษภาคม 2556 เป็นเทปแรกที่ทำให้รายการครัวคุณต๋อยดังขึ้นมา และประชาชนรู้จักแพร่หลายในวงกว้าง



ขั้นตอนกระบวนการการผลิตรายการครัวคุณต๋อยต่อ 1 เทป ทางรายการจะใช้ทีมงานประมาณ 50 คน ในส่วนขั้นตอนการผลิตรายการจะมีการประกอบและปรุงอาหารภายในสตูดิโอจริง จะไม่ใช่แค่การอุ่นอาหาร หรือทำมาจากบ้านหรือที่ร้านอาหารซึ่งจะต้องเกิดขึ้นกับทุกร้านที่มาในรายการครัวคุณต๋อย คือ มีเตาแก๊ส มีเครื่องปรุงของอาหารนั้นทั้งหมด ด้วยเหตุเดียวของผู้ผลิตรายการคือ เวลานำอาหารขึ้นเสิร์ฟในรายการอยู่บนหน้าจอ นั่นคือ เวลานำอาหารที่ปรุงสดใหม่ ๆ มาวางในรายการ ภาพที่ผู้ชมได้เห็นจากจอโทรทัศน์นั้นจะเห็นถึงความร้อนของอาหารมีควันขึ้น ดูสดจริงและรับประทานได้จริง ซึ่งจะทำให้ผู้ชมได้มีความรู้สึกร่วมไปกับอาหารในรายการโดยที่ผู้ชมไม่รู้ตัว เพราะทุกอย่างที่เกิดขึ้นในรายการเป็นของจริงทั้งหมด ด้วยเหตุนี้รายการครัวคุณต๋อยจึงมีความแตกต่างจากรายการอาหารอื่น ๆ

จากการพิถีพิถันในการกระบวนการผลิตรายการนี้ จึงสามารถทำให้รายการครัวคุณต๋อยประสบความสำเร็จในช่วงของการออกอากาศ 3 เดือนแรก มีผู้ชมกล่าวถึงรายการนี้เป็นอย่างมาก และสามารถนำสูตรอาหารต่าง ๆ ในรายการไปประกอบเป็นอาชีพได้ ทางด้านของร้านอาหารที่ได้มาออกรายการนี้ มียอดจำนวนผู้ชมในรายการ เดินทางไปชิมอาหารยังร้านอาหารแห่งนั้นอย่างล้นหลาม และจากความความสำเร็จของรายการครัวคุณต๋อย จึงเป็นที่มาของการเกิดขึ้นของ “นิตยสารครัวคุณต๋อย” เพื่อรองรับกลุ่มผู้ชมที่ยังไม่ถนัดในการใช้เทคโนโลยียอดตีพิมพ์ในช่วงแรกสูงถึงประมาณ 100,000 ฉบับถัดมาในปี 2559 ได้เกิดงานเอ็กซ์โปมหกรรมการกิน ภายใต้ชื่อ “ครัวคุณต๋อย Expo” จัดขึ้น ณ ห้างเอ็มควอเทียร์ โดยมีร้านค้า จำนวน 80 ร้าน ห้องจัดประมาณ 1,000 กว่าตารางเมตร ระยะเวลาจัดงาน 3 วัน และมีผู้ร่วมงานประมาณ 3 แสนคน ถือว่าประสบความสำเร็จอย่างมาก และต่อยอดในความสำเร็จอีกครั้งในปี 2560 ได้จัดงาน “ครัวคุณต๋อย Expo season 2” จัดขึ้น ณ Hall 9 อิมแพค อารีน่า เมืองทองธานี โดยมีร้านค้า จำนวน 200 ร้าน ห้องจัดประมาณ 10,000 กว่าตารางเมตร ผู้ที่เข้าร่วมงานประมาณ 8 แสนคน

นอกจากนั้นยังต่อยอดความสำเร็จของรายการด้วยการปรับตัวรายการให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยี และไลฟ์สไตล์ผู้ชมในปัจจุบัน โดยเมื่อวันที่ 22 ธันวาคม 2559 ได้เปิดตัว “แอปพลิเคชันครัวคุณต๋อย” ด้วยความตั้งใจหลักในการสร้างแอปพลิเคชันนี้ คือ “ต้องการให้ครัวไทยไปไกลถึงครัวโลก” และเพื่อตอบโจทย์ผู้ชมที่มีเวลาจำกัด สามารถต้องการเลือกชมเวลาใดก็ได้ โดยการรวบรวมทุกร้านอาหาร ทุกเมนูทุกกิจกรรมที่เคยออกในรายการ และให้ข้อมูลการเดินทางไปร้านอาหารในแต่ละจังหวัดทั่วประเทศ ในแอปพลิเคชันนี้ จะแบ่งเป็น 2 หลัก คือ เรื่องที่เกี่ยวกับรายการครัวคุณต๋อยทั้งหมด และเรื่องนอกครัว ได้แก่ เรื่องเที่ยว ซื้อปิ้ง หรือรายการต่าง ๆ ภายในบริษัท คือ รายการ ทูเดย์ โชว์ รายการ รีวิวบันเทิง ก็จะถูกไว้ในแอปพลิเคชันนี้เช่นเดียวกัน และเปิดให้ดาวน์โหลดฟรี โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายใด ๆ ทั้งสิ้น หลังจากเปิดให้บริการเกือบ 1 เดือนแรกนั้น มีผู้ใช้งานแล้วกว่า 1.5 แสนยูสเซอร์

จุดเด่นของ “แอปพลิเคชันครัวคุณต๋อย” คุณไตรภพ ลิมปพัทธ์ ประธานกรรมการบริษัท บอร์น แอนด์ แอสโซซิเอทส์ จำกัด ผู้ผลิตรายการ “ครัวคุณต๋อย” มีความตั้งใจให้ใช้ภาษาที่ใช้ในแอปพลิเคชันเป็นภาษาไทยชัดเจน ตัวอักษรมีขนาดใหญ่ เพื่ออ่านแล้วเข้าใจง่าย และในปัจจุบัน “แอปพลิเคชันครัวคุณต๋อย” ถือว่ามียอดดาวน์โหลดสูงที่สุดในประเทศ ประมาณ 400,000 - 500,000 ยูสเซอร์

นอกจากความสำเร็จของรายการที่กล่าวมาข้างต้นแล้ว รายการครัวคุณต๋อยยังต่อยอดธุรกิจจากการเป็นเจ้าของคอนเทนต์รายการวาไรตี้อาหารมาสู่ธุรกิจท่องเที่ยวในแบบ “ครัวคุณต๋อย on tour” โดยจะมีพิธีกรของรายการคือ นายกীরติ เทพธัญญ์ (เอ๊ะ) เป็นหัวหน้าทัวร์นำพาคณะไปรับประทานอาหารจากร้านอาหารชื่อดังหลายประเภทในเมืองต่าง ๆ ของประเทศญี่ปุ่น

ด้วยเหตุนี้ ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจถึงพฤติกรรมของผู้ชมในส่วนของความคาดหวังและความพึงพอใจที่มีต่อรายการครัวคุณต๋อย เพื่อประโยชน์สำหรับการพัฒนาและปรับปรุงรูปแบบรายการ และการผลิตรายการใหม่ในอนาคตโดยเฉพาะรายการประเภทวาไรตี้โชว์ เพื่อให้การผลิตรายการนั้นตอบสนองความต้องการของผู้ชมรายการอย่างแท้จริง โดยสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินชีวิต และประกอบอาชีพต่อไป

## 1.2 ปัญหานำการวิจัย

1. การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ ความคาดหวัง การเปิดรับชมรายการ ความพึงพอใจ และแนวโน้มพฤติกรรมที่มีต่อรายการครัวคุณต๋อยหรือไม่ อย่างไร
2. ความคาดหวัง มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อยหรือไม่ อย่างไร
3. ความการเปิดรับชมรายการ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อรายการครัวคุณต๋อยหรือไม่ อย่างไร
4. ความคาดหวังก่อนการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย มีความแตกต่างกับความพึงพอใจหลังเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อยหรือไม่ อย่างไร

## 1.3 วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ ความคาดหวัง การเปิดรับชมรายการความพึงพอใจ และแนวโน้มพฤติกรรม ที่มีต่อรายการครัวคุณต๋อย
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวัง และการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความการเปิดรับชมรายการ และความพึงพอใจที่มีต่อรายการครัวคุณต๋อย

4. เพื่อศึกษาความแตกต่างความคาดหวังก่อนการเปิดรับชมรายการครีวคุณต่อ และ ความพึงพอใจหลังเปิดรับชมรายการครีวคุณต่อ

#### 1.4 สมมติฐานการวิจัย

**สมมติฐานการวิจัยที่ 1** ความคาดหวัง มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับชมรายการครีวคุณต่อ

**สมมติฐานการวิจัยที่ 2** การเปิดรับชมรายการครีวคุณต่อ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อรายการครีวคุณต่อ

**สมมติฐานการวิจัยที่ 3** ความคาดหวังของผู้ชมก่อนเปิดรับชมรายการครีวคุณต่อ แตกต่างกับความพึงพอใจหลังเปิดรับชม

#### 1.5 ขอบเขตการวิจัย

การศึกษานี้มุ่งศึกษาถึงความคาดหวัง การเปิดรับชมรายการ ความพึงพอใจ ที่มีต่อรายการครีวคุณต่อ โดยกลุ่มตัวอย่างที่จะทำการศึกษา คือ ผู้รับชมรายการครีวคุณต่อ ทั้งเพศชายและเพศหญิง ที่มีอายุระหว่าง 35 ปีขึ้นไป เฉพาะในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่มีความหลากหลายทางประชากรศาสตร์ โดยมีระยะเวลาในการเก็บข้อมูลในเดือนพฤษภาคม – มิถุนายน พ.ศ. 2560

#### 1.6 นิยามศัพท์

**ลักษณะทางประชากร** หมายถึง เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส และรายได้ของผู้ชมรายการครีวคุณต่อ

**การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับรายการ** หมายถึง ความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับรายการครีวคุณต่อ ผ่านทางสื่อโทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อออนไลน์ สื่อนอกบ้าน และประเด็นข่าวสารที่เปิดรับเป็นประจำ

**ความคาดหวัง** หมายถึง ระดับความต้องการของผู้ชมที่มีต่อรายการครีวคุณต่อ ก่อนที่จะเปิดรับชมรายการในการศึกษานี้จะศึกษาระดับความคาดหวัง 7 ด้าน คือ ด้านรูปแบบการนำเสนอรายการ ด้านคุณสมบัติพิธีกรรายการ ด้านเนื้อหารายการ ด้านข้อมูลข่าวสาร ด้านการปฏิสัมพันธ์กับสังคม ด้านเอกลักษณ์ของปัจเจกบุคคลและด้านความบันเทิง



**การเปิดรับชมรายการ** หมายถึง ความถี่ในการเปิดรับชมรายการครัวเรือนต่อ (ครั้ง/สัปดาห์) ระยะเวลาในการเปิดรับชมรายการ และลักษณะการเปิดรับชมรายการผ่านช่องทางใด

**ความพึงพอใจ** หมายถึง ระดับความพอใจหรือไม่พอใจของผู้ชมรายการครัวเรือนต่อที่ได้รับ การตอบสนองจากรายการ 7 ด้าน คือ ด้านรูปแบบการนำเสนอรายการ ด้านคุณสมบัติพิธีกรรายการ ด้านเนื้อหารายการ ด้านข้อมูลข่าวสาร ด้านการปฏิสัมพันธ์กับสังคม ด้านเอกลักษณ์ของปัจเจกบุคคล และด้านความบันเทิง

**แนวโน้มพฤติกรรมกรรมการเปิดรับ** หมายถึง ความตั้งใจที่เปิดรับชมรายการครัวเรือนต่อไปใน อนาคต และความตั้งใจที่จะแนะนำคนอื่นให้เปิดรับชมรายการครัวเรือนต่อ

### 1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อทราบถึงการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ ความคาดหวัง การเปิดรับชมรายการ ความพึงพอใจ และแนวโน้มพฤติกรรมที่มีต่อรายการครัวเรือนต่อ
2. เพื่อเป็นแนวทางสำหรับผู้ผลิตรายการโทรทัศน์โดยเฉพาะรายการโทรทัศน์ประเภทวาไรตี้โชว์ในการออกแบบเนื้อหาและรูปแบบรายการ รวมไปถึงการปรับปรุงแก้ไขรายการให้มีความน่าสนใจตรงต่อความต้องการของผู้ชมมากยิ่งขึ้น
3. เพื่อนำข้อมูลจากการศึกษาเป็นแนวทางสำหรับผู้สนใจศึกษาในเรื่องที่เกี่ยวข้องใน อนาคตต่อไป

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่อง “ความคาดหวัง และความพึงพอใจที่มีต่อรายการครัวคุณต๋อย” ผู้วิจัยได้นำแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องมาเพื่อใช้เป็นกรอบแนวคิด และแนวทางในการศึกษาดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับรายการวาไรตี้โชว์
2. แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร (Demographic Characteristic)
3. ทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อ (Expectancy - Value Theory)
4. ทฤษฎีในการเปิดรับข่าวสาร (Media Exposure Theory)
5. ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses and Gratifications Theory)
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
7. เหตุผลในการตั้งสมมติฐานการวิจัย
8. กรอบแนวคิดในการวิจัย

#### 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับรายการวาไรตี้โชว์

รายการครัวคุณต๋อยรายการวาไรตี้โชว์แนะนำอาหารพร้อมสูตรลับในการทำอาหารให้อร่อยตามต้นตำรับ รายการประเภทวาไรตี้โชว์ หรือรายการปิกนิกะบันเทิง มาจากคำว่า Variety หมายถึง รายการบันเทิงเบ็ดเตล็ดต่าง ๆ รายการประเภทนี้ประกอบด้วยรูปแบบความบันเทิงหลายรูปแบบ ได้แก่ รูปแบบการสัมภาษณ์บุคคล หรือรายการรูปแบบพูดคุย (Talk Show) รูปแบบดนตรี รูปแบบแสดงตลก รูปแบบการแข่งขัน (Game Show) และรูปแบบการแสดงโชว์พิเศษต่าง ๆ

รายการวาไรตี้โชว์ทางโทรทัศน์ในประเทศไทย สามารถแบ่งประเภทโดยพิจารณาจากรูปแบบการนำเสนอรายการได้ 3 ประเภท ดังนี้ (ชัยยงค์ พรหมวงศ์ และนิคม ทาแดง, 2530, น. 41)

1. วาไรตี้เกมโชว์ เป็นรายการวาไรตี้ที่นำเสนอรูปแบบการแข่งขันของผู้เข้าร่วมรายการเป็นหลัก มีการเล่นเกมต่าง ๆ เพื่อชิงรางวัล เช่น รายการแฟนพันธุ์แท้ เป็นต้น
2. วาไรตี้ทอล์คโชว์ เป็นรายการที่นำเสนอรูปแบบการสัมภาษณ์ผู้เข้าร่วมรายการเป็นหลัก เช่น รายการวู้ดดี้เกิดมาคุย เป็นต้น

3. วาไรตี้โชว์ เป็นรายการวาไรตี้ที่เสนอความหลากหลายของรูปแบบในแนวผสมผสาน เช่น มีรูปแบบทั้งการแสดงบนเวทีของผู้เข้าร่วมรายการ การสัมภาษณ์ผู้เข้าร่วมรายการ เป็นต้น รายการ จะไม่นับรูปแบบใดรูปแบบหนึ่งโดยเฉพาะ เช่น รายการสตาร์โชว์ เป็นต้น

ในการจัดรายการวาไรตี้โชว์ทุกประเภท ทั้งรายการวาไรตี้เกมโชว์ วาไรตี้ทอล์คโชว์ หรือ วาไรตี้โชว์โดยตรง มักจะมีการนำเสนอรายการออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

**1. เนื้อหา (Content)**มักเกี่ยวกับการนำเสนอความต้องการของบุคคล เช่น ดารา นักร้อง นักดนตรี นักกีฬา เป็นต้น โดยโครงสร้างด้านเนื้อหาสาระของรายการวาไรตี้โชว์นั้น จะหลีกเลี่ยงไม่ พ้นส่วนประกอบด้านเนื้อหารายการ ดังนี้ (ชัยยงค์ พรหมวงศ์ และนิคม ทาแดง, 2530, น. 41)

- การแสดงดนตรีและการร้องเพลงของดารานักร้องชั้นนำ
- การแสดงตลก และละครตลกเบาสมองขนาดสั้น
- การแสดงละครสั้น
- การเต้นรำ เต้นระบำ โมเดิร์นแดนซ์ บัลเลต์ นาฏศิลป์
- การเชิญดารา นักร้อง นักแสดง มาปรากฏตัวร่วมแสดงและสัมภาษณ์
- การเล่นเกมส์เบาสมองที่ตื่นเต้น และการเสี่ยงโชคโดยให้ผู้ชมทั้งในและนอกห้องส่ง มีส่วนร่วม
- การแสดงความสามารถพิเศษของนักแสดงบนเวที เช่น กายกรรม มายากล และสิ่ง แปลกประหลาดหาชมยาก
- การแข่งขันกีฬาเพื่อความบันเทิง ไม่ใช่เพื่อการแข่งขันที่มุ่งหวังเอาแพ้ชนะอย่างจริงจัง

## 2. วิธีการนำเสนอ (Presentation Technique)

**2.1 พิธีกร (Host)** พิธีกรในรายการวาไรตี้โชว์มักเรียกว่า Host อาจเป็นชายหรือหญิงก็ได้ แต่ส่วนใหญ่จะใช้พิธีกรคู่ทั้งชายและหญิง หรือบางครั้งจะใช้พิธีกรร่วมทำงานกันหลายคน มักจะใช้คนที่มีความบุคลิกภาพที่ดี เป็นที่ติดตามผู้พบเห็น และที่สำคัญ จะต้องเป็นผู้ที่มีทักษะในการพูดเป็นอย่างดี คือจะต้องสามารถใช้คำพูดชักจูงให้ผู้ชมทั้งในห้องส่งและทางบ้าน รวมทั้งผู้ที่มาร่วมรายการเกิดความรู้สึกคล้อยตามไปกับการนำเสนอ และกระตุ้นให้เกิดความรู้สึกอยากมีส่วนร่วม หรือมีอารมณ์ร่วมในการดำเนินรายการ

**2.2 แขกรับเชิญและผู้ร่วม (Guest/Talent)** การเชิญผู้ที่มีชื่อเสียงในด้านต่าง ๆ มาร่วมรายการ ถือเป็นวิธีดึงดูดผู้ชมได้วิธีหนึ่ง อย่างไรก็ตาม คุณสมบัติของผู้รับเชิญร่วมรายการเป็นสิ่งสำคัญ ส่วนใหญ่จะพิจารณาจากผลงานของผู้นั้นว่าดีเด่นมากน้อยเพียงใด และเหมาะสมกับช่วงเวลานั้นหรือไม่ รวมทั้งผู้ที่ได้รับเชิญมาร่วมรายการจะต้องมีความหลากหลาย และเมื่อเชิญแล้ว ต้องให้ผู้ที่ได้รับเชิญทราบความมุ่งหมาย และต้องมีการเตรียมการซักซ้อมก่อนบันทึกรายการ หรือออกอากาศแพร่ภาพ

**2.3 บรรยากาศในรายการ (Atmosphere)**การจัดบรรยากาศในการนำเสนอรายการวาไรตี้โชว์ทางโทรทัศน์ จะเน้นความยิ่งใหญ่ตระการตาเต็มไปด้วยสิ่งที่น่าสนใจ ซึ่งจะพบได้จากลักษณะของการจัดสิ่งแวดล้อมขององค์ประกอบการจัดฉาก ในรายการวาไรตี้โชว์ไม่ว่าจะเป็นรายการโชว์ ทอล์คโชว์ หรือวาไรตี้โดยตรงก็ตาม จะมีลักษณะของความยิ่งใหญ่ ทำให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกตื่นตาตื่นใจ นอกจากนี้ ยังมีการใช้เทคนิคด้านแสงและสีต่าง ๆ ได้แก่ ไฟกระพริบ ไฟวิ่ง ไฟสปอตไลท์ และยังมีการใช้หมอกควันเทียมช่วยส่งเสริมให้บรรยากาศของการแสดงดูประหนึ่งว่า เป็นเรื่องที่เกิดขึ้นในดินแดนแห่งความฝัน เป็นภาพมายาที่มนุษย์สามารถเข้าถึง และสัมผัสได้ นอกจากนี้ใช้สิ่งแวดล้อมทางด้านฉาก แสงสี แล้ว เสียงยังเป็นองค์ประกอบที่สำคัญอย่างหนึ่งที่ถูกนำมาใช้เสริมสร้างบรรยากาศให้ตื่นต้ามกยิ่งขึ้น

**2.4 สไตล์และรูปแบบการนำเสนอ (Style and Form Presentation)** การผลิตรายการโทรทัศน์แบบวาไรตี้โชว์ต้องคำนึงถึงรสนิยมของคนในสังคม รสนิยมของคนในที่นี้ หมายถึงสังคมส่วนใหญ่โดยเฉพาะสังคมของผู้ชมเป้าหมาย เช่น งานอดิเรก ประเภทของเพลง การแต่งกาย การเลือกใช้สิ่งของอุปโภคบริโภค การคอยสังเกตแนวโน้มของสังคมด้วยวิธีการสอบถาม และติดตามข่าวคราวทางสื่อมวลชน ตลอดจนการทำการสำรวจความนิยมของสมาชิกในสังคมด้วยตนเองจะช่วยได้มาก ซึ่งข้อมูลทั้งหมดจะเป็นประโยชน์อย่างมาก โดยในการเลือกความบันเทิงรูปแบบต่าง ๆ เข้ามาบรรจุเป็นส่วนประกอบ หรือเป็นแกนของรายการ สิ่งที่จะต้องพิจารณาในการจัดโครงสร้างเนื้อหาของรายการวาไรตี้โชว์ ได้แก่

2.4.1 การดำเนินรายการตั้งแต่ช่วยเปิดจนถึงปิดรายการ จะต้องมีความต่อเนื่องกลมกลืนกันในทุกส่วน ไม่ว่าจะเป็นดนตรี ร้องเพลง การเดินประกอบ บทสนทนา การแต่งกาย เป็นต้น

2.4.2 การดำเนินรายการเปลี่ยนจากช่วงหนึ่งไปยังอีกช่วงหนึ่ง จะต้องมีความจำเป็นและให้อารมณ์ที่สอดคล้องกับเนื้อหาช่วงนั้น ๆ

2.4.3 การดำเนินรายการในแต่ละช่วงจะต้องกระชับ และความยาวของรายการในแต่ละช่วงจะต้องไม่สั้นหรือยาวจนเกินไป

2.4.4 การวางตำแหน่งของรายการบันเทิงแต่ละประเภท จะต้องอยู่ในช่วงเวลาที่เหมาะสม โดยยึดเอาความหลากหลายของเนื้อหาทั้งหมดของรายการ และยึดเอาเวลาการประกอบกิจกรรมในแต่ละวันของผู้ชมกลุ่มเป้าหมายเป็นหลัก

จากการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับรายการวาไรตี้โชว์ ทำให้ทราบว่ารายการครัวคุณต๋อยนั้น เป็นรายการวาไรตี้โชว์แนะนำอาหารรูปแบบใหม่ พร้อมสูตรลับในการทำอาหารให้อร่อยตามต้นตำรับอย่างแท้จริง โดยเสน่ห์ของรายการอีกอย่าง คือ การมีพิธีกรดำเนินรายการถึง 4 คน ซึ่งเรียกได้ว่าเป็นรายการวาไรตี้โชว์แนะนำอาหารเพียงรายการเดียวในประเทศไทยที่มีพิธีกรดำเนินรายการ 4 คนในเวลา

เดียวกัน โดยมีการกำหนดคาแร็คเตอร์ของพิธีกรรมตามลักษณะของผู้ชมประเภทต่าง ๆ ภายในสังคม เพื่อเพิ่มความบันเทิงสนุกสนาน และสื่อสารให้ถึงกลุ่มผู้ชมที่เป็นกลุ่มเป้าหมายให้มากที่สุด ซึ่งทุกช่วงของรายการทั้งหมด มีการนำเสนอตรงตามหลักแนวคิดเกี่ยวกับรายการวาไรตี้โชว์

## 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร (Demographic Characteristic)

แนวคิดลักษณะทางประชากรเป็นแนวคิดที่มีหลักการของความเป็นเหตุผล กล่าวคือ พฤติกรรมต่าง ๆ ของมนุษย์เกิดขึ้นตามแรงขับจากภายนอก (Exogenous Factors) ที่มากระตุ้น และพฤติกรรมส่วนใหญ่ของเราจะเป็นไปตามแบบฉบับที่สังคมวางไว้เช่น คนรุ่นไหนควรจะทำพฤติกรรมอย่างไร และสังคมทั่ว ๆ ไปมักจะกำหนดให้บุคคลที่มีคุณสมบัติประชากรแตกต่างกัน มีแบบแผนพฤติกรรมที่แตกต่างกัน (กาญจนา แก้วเทพ, 2541, น. 302)

ปรมะ สตะเวทิน (2541, น. 105-109) กล่าวว่า การสื่อสารจัดเป็นพฤติกรรมที่สำคัญอย่างหนึ่งของมนุษย์ เมื่อบุคคลที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน ส่งผลให้มีพฤติกรรมทั่ว ๆ ไปแตกต่างกันไปด้วย พฤติกรรมการสื่อสารนั้นหมายรวมถึงการเลือกใช้สื่อหรือการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ ตามที่ผู้รับสารต้องการด้วย งานวิจัยที่ใช้ทฤษฎีทางประชากรมักจะใช้เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้านประชากรกับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร หรือการรับรู้จากสื่อต่าง ๆ เนื่องจากในแต่ละกลุ่มประชากรจะมีกิจกรรมและการดำเนินชีวิตที่แตกต่างกัน ประชากรที่อยู่ในกลุ่มเดียวกันก็จะมีกิจวัตรและพฤติกรรมต่าง ๆ ในทำนองเดียวกันหรือเหมือนกัน

ผู้รับสารแต่ละคนมีคุณลักษณะเฉพาะตัว เช่น อายุ ระดับการศึกษา เพศ สถานะทางสังคม เศรษฐกิจ ศาสนา ภูมิลำเนา เป็นต้น คุณสมบัติเหล่านี้จะมีอิทธิพลต่อผู้รับสารในการทำการสื่อสารอย่างไรก็ตามในการสื่อสารสถานการณ์ต่าง ๆ กันนั้น จำนวนของผู้รับสารก็มีปริมาณแตกต่างกันไป คือมีตั้งแต่ 1 คนไปจนถึงการสื่อสารมวลชน ซึ่งการวิเคราะห์ผู้รับสารที่มีจำนวนน้อยมักไม่ค่อยมีปัญหาหรือน้อยกว่าการวิเคราะห์ผู้รับสารจำนวนมาก ดังนั้น ลักษณะทางประชากรย่อมมีผลต่อทัศนคติและพฤติกรรม เนื่องจาก บุคคลอยู่ในลักษณะประชากรร่วมกันย่อมมีทัศนคติและพฤติกรรมที่คล้ายคลึงกัน (ปรมะ สตะเวทิน, 2546, น. 112-117) โดยสามารถแบ่งลักษณะประชากรของผู้รับสาร (Demographic Characteristics of Audience) ได้ดังนี้

1. **เพศ (Sex)** ถึงแม้ว่าสังคมไทยจะมีการเปลี่ยนแปลงความคิดเรื่องเพศไปแล้วก็ตาม แต่เพศก็ยังมีส่วนต่อการสื่อสารซึ่งส่งผลให้เกิดความแตกต่างในเรื่องความคิด ค่านิยม และทัศนคติ เนื่องจากวัฒนธรรมและสังคมกำหนดบทบาทและกิจกรรมของคนสองเพศไว้ต่างกัน ดังนั้น จึงส่งผลทำให้พฤติกรรมการสื่อสารของเพศหญิงและเพศชายแตกต่างกัน

เพศชายและเพศหญิงมีความคิด ทักษะคิดและพฤติกรรมที่แตกต่างและเหมือนกัน ซึ่งตามธรรมชาติแล้วเพศชายและเพศหญิงจะมีคุณลักษณะที่ต่างกัน ถึงแม้สภาพสังคมปัจจุบันจะเปลี่ยนแปลงไป แต่ก็ยังมีหลายอย่างที่เพศชายและเพศหญิงยังมีสถานะของตนอยู่ ดังนั้น การสื่อสารทุกครั้งไม่ว่าจะระดับบุคคลกลุ่ม หรือมวลชน จะต้องคำนึงถึงการสื่อสารนี้กำลังสื่อสารกับผู้รับสารเพศใด (พรทิพย์ วรกิจโกศาทร, 2529, น. 312)

**2. อายุ (Age)** อายุเป็นปัจจัยที่สำคัญประการหนึ่งที่มีผลต่อของผู้รับสาร โดยทำให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่องความคิดและพฤติกรรม โดยทั่วไปแล้วคนอายุน้อยมักมีความคิดเสรีนิยม (more liberal) ยึดถืออุดมการณ์ ใจร้อน และมองโลกในแง่ดีมากกว่าคนสูงอายุ เนื่องจากคนอายุมากมักมีแนวคิดอนุรักษนิยม (more conservative) ยึดถือการปฏิบัติ มีความระมัดระวัง มองโลกในแง่ร้าย และไม่ชอบการเปลี่ยนแปลง มากกว่าคนอายุน้อย ซึ่งมีสาเหตุมาจากคนที่มีอายุมากได้มีประสบการณ์ในชีวิต มีความผูกพันที่ยาวนาน และมีผลประโยชน์ในสังคมมากกว่าคนที่มีอายุน้อย ซึ่งแสดงให้เห็นว่า คนที่รุ่นต่างกันนั้นมีประสบการณ์ของชีวิตที่แตกต่างกันด้วย จึงทำให้ทัศนคติและความรู้สึกนึกคิดของคนต่างวัยไม่เหมือนกัน ดังนั้นคนอายุน้อยจึงถูกชักใจได้ง่ายกว่าคนอายุมาก และมีพฤติกรรมในการสื่อสารที่ชอบเปิดรับข่าวสารประเภทบันเทิง ในขณะที่คนที่มีอายุมากมักจะแสวงหาข่าวสารประเภทหนัก ๆ เช่น ข่าวการเมือง สังคม เศรษฐกิจ และวัฒนธรรม เป็นต้น

**3. การศึกษา (Education)** การศึกษาหรือความรู้ เป็นตัวแปรสำคัญอย่างหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อความรู้สึก นึกคิด ความเชื่อ ทักษะคิด ค่านิยม ของบุคคลที่มีต่อเรื่องต่าง ๆ ซึ่งนับได้ว่าเป็นตัวแปรที่มีความสำคัญมากต่อประสิทธิภาพการสื่อสารของบุคคลนั้น ๆ เนื่องจากสถาบันการศึกษาเป็นสถานที่อบรมกล่อมเกล่าให้บุคคลเป็นคนที่มีความรู้ความสามารถไปในทิศทางที่แตกต่างกัน ดังนั้น การศึกษาจึงเป็นตัวกำหนดในกระบวนการเลือกสรรของผู้รับ เช่น บุคคลที่มีการศึกษาสูง จะมีความสนใจในข่าวสารกว้างขวาง แต่จะไม่เชื่ออะไรง่าย ๆ จะต้องมีหลักฐานหรือเหตุผลสนับสนุนเพียงพอที่จะเชื่อ หรือผู้มีการศึกษาสูงมักจะใช้สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์มากกว่าสื่อวิทยุ โทรทัศน์ และภาพยนตร์ เป็นต้น ในขณะที่คนที่มีการศึกษาน้อยมักจะใช้สื่อประเภทวิทยุ โทรทัศน์ และภาพยนตร์ กล่าวอีกนัยหนึ่งคือ หากผู้มีการศึกษาสูงมีเวลาว่างพอ คนเหล่านี้จะใช้ทั้งสื่อประเภทสิ่งพิมพ์และสื่อวิทยุ โทรทัศน์ และภาพยนตร์ แต่หากมีเวลาจำกัดผู้ที่มีการศึกษาสูงมักจะแสวงหาข่าวสารจากสื่อสิ่งพิมพ์มากกว่าจากสื่อประเภทอื่น

**4. สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ (Socio-Economic Status)** หมายถึง อาชีพ (Occupation) รายได้ (Income) เชื้อชาติและชาติพันธุ์ (Race and Ethnic Group) ตลอดจนภูมิหลังของครอบครัว (Family Background) ปัจจัยเหล่านี้ส่งผลให้คนมีวัฒนธรรม ประสบการณ์ ทักษะคิด ค่านิยม และเป้าหมายที่ต่างกัน นอกจากนี้ คนที่มีพื้นฐานทางครอบครัวต่างกันย่อมมีค่านิยม ความคิด ความเชื่อ ตลอดจนพฤติกรรมที่ต่างกัน ปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้จึงมีอิทธิพลสำคัญต่อผู้รับสาร ในการกำหนด



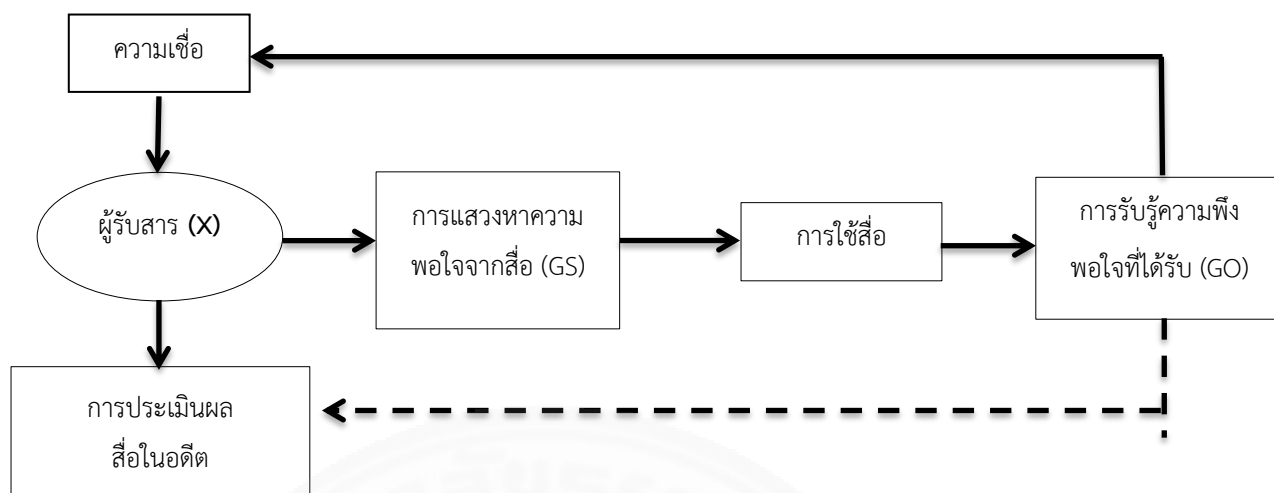
เนื้อหาที่ผู้รับสารจะเปิดรับให้สอดคล้องต่อความคิดความเชื่อ ค่านิยม รวมทั้งสถาบัน หรือหน่วยงานที่ผู้รับสารสังกัดอยู่

จากแนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร อันได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ (อาชีพ และรายได้)จึงมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ ความคาดหวัง การเปิดรับชมรายการ ความพึงพอใจ และแนวโน้มพฤติกรรมของผู้รับสาร ผู้ศึกษาจึงได้นำแนวคิดนี้มาใช้ในการวิเคราะห์ผู้ชมรายการครวัคคุณต่อว่าตัวแปรในเรื่อง เพศ อายุ การศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ และรายได้ส่วนตัวมีผลอย่างไรต่อ การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ ความคาดหวัง การเปิดรับชมรายการ ความพึงพอใจ และแนวโน้มพฤติกรรมที่มีต่อรายการครวัคคุณต่อ

### 2.3 ทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวังจากสื่อ (Expectancy-Value Theory)

ทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวังจากสื่อ (Expectancy-Value Theory) เป็นทฤษฎีที่พัฒนามาจากทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses & Gratifications Theory) โดยเป็นการอาศัยแนวคิดที่ว่า บรรดาวิธี การวิจัยที่สังกัดแนวของทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจนั้น ได้มุ่งความสนใจที่จะศึกษาแรงจูงใจ (Motivation) ของบุคคลในการใช้สื่อ ซึ่งแรงจูงใจในการเลือกใช้สื่อ่นั้นเกิดจากการคาดการณ์ไว้ล่วงหน้าก่อนแล้วว่า สื่อแต่ละประเภทจะให้รางวัลหรือผลทางบวกแก่ผู้รับสารในลักษณะใดบ้าง เช่น การดูข่าวก็ได้รางวัลเป็นข้อมูล การดูหนังหรือละครก็ได้รางวัลเป็นความสนุกสนานบันเทิง เป็นต้น โดยรางวัลที่ได้มาจากการใช้หรือเปิดรับสื่อ นั้น จะมีลักษณะเป็นผลทางจิตใจที่ทำให้บุคคลกำหนดคุณค่า (Value) หรือความชื่นชอบเป็นส่วนตัว แก่ผลลัพธ์รางวัลแบบต่าง ๆ เช่น บางคนอาจถือว่าผลลัพธ์ที่เป็นรางวัลทางใจแบบเพลิดเพลินสำคัญกว่าข่าวสาร ดังนั้น เมื่อมีการซื้อหนังสือพิมพ์มาอ่าน จึงเปิดหน้าละครก่อนที่จะอ่านข่าว หรือในกรณีโทรทัศน์อาจจะเปลี่ยนช่องที่กำลังนำเสนอข่าวไปสู่ช่องที่มีละคร เป็นต้น ผลลัพธ์ที่เป็นรางวัลทางใจนี้ เรียกว่า “ความพึงพอใจที่ได้รับจากสื่อ”(Media Gratifications) (กาญจนา แก้วเทพ, 2556, น. 293)

รางวัลทางใจนั้นอาจเกิดมาจากวิธีการใช้สื่อในหลาย ๆ ลักษณะ เช่น ผู้รับสารบางคนอาจชื่นชอบสื่อโทรทัศน์มากที่สุด หรืออาจเลือกใช้เฉพาะสื่อบางประเภทจนกระทั่งเกิดความชอบที่เฉพาะเจาะจงเพียงบางรายการเท่านั้น และความพึงพอใจนี้จะกลายมาเป็นพื้นฐานความรู้สำหรับการคาดการณ์ที่จะเลือกสื่อต่าง ๆ ต่อไปในอนาคต ความรู้ดังกล่าวจะถูกเก็บสะสมเพิ่มเติมเอาไว้เป็นฐานข้อมูลเกี่ยวกับสื่อฐานความรู้ดังกล่าวจะช่วยให้ผู้รับสารตัดสินใจเลือกเปิดรับสื่อใหม่/อยู่ตลอดเวลา (กาญจนา แก้วเทพ, 2556, น. 293) โดย ปาล์มกรีน และ เรย์เบิร์น Palmgreen & Rayburn, 1985, อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ, 2556 น. 293 ได้นำแนวคิดดังกล่าวมาแสดงเป็นแบบจำลองเพื่อให้เข้าใจได้ง่ายขึ้น ดังนี้



ภาพ 2.1 รูปแบบภาพจำลองทฤษฎีจากความคาดหวังจากสื่อ. จาก สื่อมวลชน: ทฤษฎีแนวทางและการศึกษา (น. 293), โดยกาญจนา แก้วเทพ, 2556, กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนจำกัดภาพพิมพ์.

จากแผนภาพข้างต้น ปาล์มกรีน และ เรย์เบิร์น (Palmgreen & Rayburn) อธิบายว่า เรื่องการใช้สื่อของผู้รับสาร เกิดมาจากการทำงานผสมผสานระหว่าง การรับรู้ว่าเขาจะได้รับประโยชน์อะไรบ้างจากสื่อ และความชื่นชอบเป็นส่วนตัว (Value) ที่บุคคลนั้นมีต่อประโยชน์ที่คาดเอาไว้ว่าจะเกิดขึ้น และในแบบจำลองนี้ได้แยกแยะระหว่าง “ความคาดหวังว่าจะได้รับความพอใจ หรือการแสวงหาความพึงพอใจ (Gratifications sought - GS)” และ “ความพึงพอใจที่ได้รับหรือความพึงพอใจที่ได้รับจริง (Gratifications obtained - GO)” ในกรณีที่ GO มีค่ามากกว่า GS กล่าวคือ ความพอใจที่เกิดขึ้นจริงดีกว่าที่คาดหวังเอาไว้ ก็จะมีผลทำให้ผู้รับสารมีความพอใจสื่อในระดับสูงมาก อัตราความชื่นชมและความสนใจก็จะเพิ่มขึ้นอีกด้วย หากเป็นกรณี GS มีค่าน้อยกว่า GO กล่าวคือ ความพึงพอใจที่ได้รับจริงมีค่าน้อยกว่าความคาดหวังว่าจะได้รับความพอใจ ผลที่เกิดขึ้นก็จะกลับกัน และปรากฏออกมาเป็นการที่เรตติ้ง (Rating) ของรายการตกลง หรืออัตราการขายสื่อลดลง หรือการกดไปคูช่องอื่น ๆ แทนในกรณีของสื่อโทรทัศน์

ศิริชัย ศิริกายะ และกาญจนา แก้วเทพ (2531, น. 110 -112) ได้ศึกษาตัวแปรความต้องการที่ผู้รับสารต้องการจากสื่อมวลชน ซึ่ง McQuail และคณะได้สร้างไว้ แล้วนำมาปรับปรุงขึ้นใหม่เพื่อให้สอดคล้องกับการใช้สื่อมวลชนโดยผู้รับสาร ดังนี้

1. ความต้องการสารสนเทศ
2. ความต้องการสร้างเอกลักษณ์ให้แก่บุคคล
3. ความต้องการรวมตัว และปฏิสัมพันธ์ทางสังคม
4. ความต้องการความบันเทิง



จากทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวังจากสื่อ สามารถนำมาเป็นกรอบแนวคิดการศึกษาครั้งนี้ เนื่องจากทำให้เข้าใจถึงความคาดหวังในการใช้สื่อของผู้รับสาร เพื่อให้เกิดความพึงพอใจมากขึ้น และใน ส่วนของความคาดหวังนี้ ผู้ศึกษาจะศึกษาถึงความต้องการของผู้ชมที่มีต่อรายการครัวคุณต๋อย ก่อนที่จะ เปิดรับชมรายการ ในด้านรูปแบบการนำเสนอรายการ ด้านคุณสมบัติพิธีกรรายการ ด้านเนื้อหารายการ ด้านข้อมูลข่าวสาร ด้านการปฏิสัมพันธ์กับสังคม ด้านเอกลักษณ์ของปัจเจกบุคคล และด้านความบันเทิง

## 2.4 ทฤษฎีเกี่ยวข้องในการเปิดรับข่าวสาร (Media Exposure Theory)

ในสังคมยุคปัจจุบันสื่อมวลชนถือว่ามีบทบาทสำคัญต่อชีวิตประจำวันของมนุษย์ มนุษย์ จำเป็นต้องเปิดรับข่าวสาร ซึ่งพฤติกรรมการเลือกเปิดรับข่าวสารของผู้รับเกิดจากปัจจัยพื้นฐาน ดังนี้ (Merrill & Lowenstein, 1971, อ้างถึงใน วัชรพงศ์ แสงเมฆ, 2554, น. 12 - 13)

1. **ความเหงา** ซึ่งเหตุผลทางจิตวิทยาเชื่อว่า โดยปกติมนุษย์ย่อมไม่ชอบที่จะอยู่ลำพัง จะพยายามที่รวมกลุ่มเพื่อสังสรรค์กับผู้อื่นเท่าที่มีโอกาส แต่ถ้าไม่สามารถที่จะติดต่อสังสรรค์กับบุคคลได้ โดยตรง ก็จะอยู่กับสื่อต่าง ๆ ที่ใช้ในการสื่อสาร และบางคนก็จะพอใจที่อยู่กับสื่อมวลชนมากกว่า สื่อ บุคคล อาจเป็นเพราะสื่อมวลชนเป็นเพื่อนแก้เหงา และไม่สร้างแรงกดดันในการสนทนา หรือการกดดัน ทางสังคมของผู้รับสาร

2. **ความอยากรู้อยากเห็น** ซึ่งเป็นคุณสมบัติพื้นฐานของมนุษย์ ซึ่งสื่อมวลชนสามารถที่จะ ตอบสนองในสิ่งเหล่านี้ได้ โดยสื่อประเภทต่าง ๆ ถือเอาความอยากรู้อยากเห็นเป็นหลักสำคัญอย่าง หนึ่งในการเสนอข่าวสาร

3. **ประโยชน์ใช้สอย** มนุษย์ต้องการรับรู้ข่าวสารเพื่อประโยชน์แก่ตนเอง ทั้งในเรื่องของ การเสริมบารมี การช่วยให้สะดวกสบาย หรือความสนุกสนานบันเทิง ข่าวสารเหล่านี้นอกจากจะให้ คุณค่าในทางปฏิบัติแล้ว ยังให้ความคิด ซึ่งสามารถหาได้จากสื่อสารมวลชน

4. **ลักษณะเฉพาะของสื่อมวลชนทั่วไป** ที่สามารถตอบสนองความต้องการ คือผู้รับสาร แต่ละคนจะหันเข้าหาลักษณะเฉพาะบางอย่างจากสื่อที่จะสนองความต้องการและทำให้ตนเองเกิดความ พึงพอใจ ความกลัว ความคาดหวัง ฯลฯ ซึ่งจะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้สื่อ

เมื่อมนุษย์มีกระบวนการในการเลือกรับข่าวสาร สมควร กวียะ (2540, น. 114) กล่าวถึง ทฤษฎีกระบวนการเลือกสรร (Selective Process) ว่าประกอบด้วยขั้นตอนสำคัญต่าง ๆ ดังนี้

1. **การเลือกแสวงหาข่าวสาร (Selective Information Seeking)** บุคคลมักจะ แสวงหาข่าวสารที่ให้ความรู้ และความบันเทิง แต่จะตัดสินใจเลือกที่ให้ผลตอบแทนสูงเพื่อเปรียบเทียบกับ การลงทุน หรือพันธะผูกพันที่จะตามมา เช่น การชมละครโทรทัศน์ทางสถานีโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 7 ก็กับการชมภาพยนตร์ไทยทางเคเบิลทีวีซึ่งทั้ง 2 อย่างจะให้รสชาติความสนุกสนานพอ ๆ กัน แต่ผู้ชม

ส่วนใหญ่จะเลือกชมละครโทรทัศน์ช่อง 7 มากกว่า เนื่องจากไม่ต้องเสียค่าสมาชิกรายเดือนเหมือนกับการชมเคเบิลทีวี

**2. การเลือกเปิดรับ หรือเลือกสนใจ (Selective Exposure or Selective Attention)** คือ แนวโน้มที่ผู้รับสารจะเลือกเปิดรับ หรือสนใจข่าวสารที่สอดคล้องกับความรู้ ทักษะคติ ความเชื่อ หรือสถานภาพทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม นั่นคือ เหตุผลว่าทำไมคนหนึ่งชอบอ่านข่าวจากหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ในขณะที่อีกคนหนึ่งชอบอ่านข่าวจากหนังสือพิมพ์มติชน

**3. การเลือกรับรู้หรือตีความ (Selective Perception or Selective Interpretation)** คือ หลังจากที่ผู้รับสารเปิดรับข้อมูลข่าวสารก็จะเกิดการรับรู้ความหมาย หรือตีความหมายของข่าวสารแตกต่างกันไปตามความสนใจ ทักษะคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง แรงจูงใจ สภาวะทางร่างกาย หรือสภาวะทางอารมณ์และจิตใจของตนเองแล้ว ดังนั้น ผู้รับสารในแต่ละคนอาจตีความเฉพาะข่าวสารที่สอดคล้องกับลักษณะของบุคคลนั้น นอกจากนี้จะทำให้ข่าวสารบางส่วนถูกตัดทิ้งไปแล้ว ยังมีการบิดเบือนข่าวสารให้มีทิศทางเป็นที่น่าพอใจของแต่ละบุคคลด้วย

**4. การเลือกจดจำ (Selective Retention)** บุคคลจะเลือกจดจำข่าวสารในส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ หรือทักษะคติความเชื่อของแต่ละคน โดยมักจะลืมข่าวสาร หรือไม่นำไปถ่ายทอดต่อในส่วนที่ตนเองไม่สนใจ ไม่เห็นด้วย หรือเรื่องที่ขัดแย้งกับความคิดของตนเอง ดังนั้น การเลือกจดจำเนื้อหาของสารที่ได้รับไว้นั้น จึงเท่ากับเป็นการเสริมให้ทักษะคติ หรือความเชื่อเดิมของเรามีความมั่นคงยิ่งขึ้น และเปลี่ยนแปลงได้ยากขึ้น เพื่อนำไปใช้เป็นประโยชน์ในโอกาสต่อไป ส่วนหนึ่งอาจนำไปใช้เมื่อเกิดความรู้สึกขัดแย้งและมีสิ่งที่ไม่สบายใจ

การเลือกจดจำนั้น เปรียบเสมือนเครื่องกรองชั้นสุดท้ายที่มีผลต่อการส่งสารไปยังผู้รับสาร ในบางครั้งข่าวสารอาจถูกปฏิเสธตั้งแต่แรกโดยการไม่เลือกอ่าน ฟัง หรือชมรายการ และในกรณีที่ได้รับสารเลียงไม่ได้ ผู้รับสารก็อาจตีความข่าวสารที่ได้รับมานั้นตามความเข้าใจ หรือความต้องการของตนเอง แต่ หากข่าวสารนั้นไม่ได้เปิดโอกาสให้ตีความหมายต่างไปได้ ผู้รับสารยังสามารถปฏิเสธข่าวสารนั้นได้ในขั้นตอนสุดท้าย คือ เลือกจดจำเฉพาะบางส่วนที่ตนเองชอบใจหรือต้องการเท่านั้น

นอกจากกระบวนการเลือกสรรในการเปิดรับข่าวสาร 4 ขั้นตอน ที่กล่าวไปแล้วข้างต้นผู้รับสารยังมีเหตุผลอื่น ๆ ในการเลือกเปิดรับสารต่าง ๆ ซึ่งเหตุผลในการเลือกเปิดรับของผู้รับสารแต่ละคนนั้น มีความแตกต่างกันไป โดยสามารถจำแนกได้ดังนี้ (พีระ จิรโสภณ, 2529, น. 636 - 640, อ้างถึงใน พิเชษฐ์ วรียนันท์กุล, 2555, น. 21-22)

**1. เพื่อความรู้ (Cognition)** หมายถึง การที่ผู้รับสารต้องการข่าวสาร เพื่อตอบสนองต่อความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ในด้านความอยากรู้ และต้องได้รับการยอมรับว่าตนเองเป็นส่วนหนึ่งของสังคม ดังนั้น จึงจำเป็นต้องเข้าใจว่าส่วนประกอบของสังคม โดยการรับรู้ข่าวสารผ่านสื่อมวลชนในรูปแบบหลักต่าง ๆ ได้แก่

- ข่าวสารไม่ว่าจะเป็นภายในหรือภายนอกสังคม
- ความรู้ไม่ว่าจะเป็นความรู้ทางวิชาการ หรือความรู้รอบตัว
- ความบันเทิง

**2. เพื่อความหลากหลาย (Diversions)** เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของมนุษย์ในรูปแบบที่แตกต่างกันออกไป เช่น

- การกระตุ้นอารมณ์ (Stimulus) เป็นการเปิดรับสื่อเพื่อแสวงหาความเข้าใจ ความสนุกสนาน ความตื่นเต้น ทั้งนี้ เพื่อต้องการลดความน่าเบื่อหน่ายในชีวิตประจำวัน
- การพักผ่อน (Relaxation) เป็นการเปิดรับสื่อเพื่อผ่อนคลายความตึงเครียดที่มากเกินไป หรือลดความเร่งรีบในชีวิตประจำวันให้น้อยลง

**3. เพื่อประโยชน์ทางสังคม (Social Utility)** หมายถึง ความจำเป็นของบุคคลที่ต้องการเป็นส่วนหนึ่งในสังคม ดังนั้น การเปิดรับสื่ออาจเป็นการแสดงถึงการยอมรับการสมาคมในสังคม (Prosocial) และความผูกพันต่อผู้อื่น ซึ่งอาจแสดงออกได้ดังนี้

- การใช้ภาษาร่วมสมัย (Conversion Currency) ซึ่งผู้รับสารอาจเปิดรับสื่อเพื่อต้องการความทันสมัย โดยการแสดงออกถึงการใช้ภาษา เช่น คำพูดและความเข้าใจต่อค่านิยมใหม่ ๆ เพื่อแสดงความเป็นกลุ่มเดียวกัน โดยสื่อมวลชนจะเป็นสะพานเชื่อมของคนในกลุ่มเหล่านั้น การใช้ภาษาร่วมสมัยมักปรากฏได้ชัดเจนในกลุ่มวัยรุ่น และการโฆษณา เป็นต้น
- สื่อมวลชนสัมพันธ์ (Parasocial Relationship) ในสังคมที่ก้าวหน้ามากขึ้น ปัจเจกชนยิ่งกลับมีความรู้สึกโดดเดี่ยว เนื่องจากเวลาที่มีอยู่อย่างจำกัดที่ถูกนำไปใช้เพื่อการแข่งขันและการประกอบอาชีพ มนุษย์เป็นสัตว์สังคมที่ต้องการสังคม แต่การสมาคมกับมนุษย์ด้วยกันนั้นถูกจำกัดด้วยสังคมที่ก้าวหน้าแบบอุตสาหกรรม มนุษย์จึงมักมีสื่อมวลชนเป็นเพื่อนแทน หรืออย่างน้อยก็อาศัยสื่อมวลชนในการแสวงหามิตร เช่น สังคมชุมชนเมือง เช่น กรุงเทพมหานครนั้น ประชากรส่วนใหญ่ต้องอาศัยสื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุและโทรทัศน์ เป็นเพื่อนมากกว่าการคบกับเพื่อนบ้านด้วยกัน

**4. การผลจากสังคม (Withdrawal)** มีลักษณะตรงกันข้ามเพื่อประโยชน์ทางสังคม กล่าวคือ ในการเปิดรับสื่อหรือเข้าหาสื่อ นั้น เป็นการหลีกเลี่ยงงานประจำที่สร้างความน่าเบื่อหน่ายให้แก่ชีวิต จึงให้คนเร่งรีบในการทำงาน และเพื่อจะเข้าหาสื่อเพื่อความบันเทิงใจ เช่น การเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ เป็นต้น

นอกจากนี้ต้องทำความเข้าใจถึงการวัดพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ โดย แม็คลอยด์ และ โอคีฟ (McLeod & O'Keefe, 1972, p. 123, อ้างถึงใน อมรัตน์ วีระวงศ์, 2555, น. 19) กล่าวว่า ตัวชี้ (Index) ที่ใช้วัดพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ (Media Exposure) ส่วนใหญ่ใช้ 2 อย่าง คือ

1. วัดจากเวลาที่ใช้สื่อ (Time Spent with Media)

## 2. วัดจากความถี่ของการใช้สื่อ โดยแยกตามประเภทของเนื้อหารายการที่แตกต่างกัน (Frequency of Use of Various Media Content Categories)

แม้คลอยด์ กล่าวว่า การวัดในเรื่องเวลาที่ใช้กับสื่อ มีข้อเสียที่ค่าตอบขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่างเช่น ความสนใจของผู้ฟัง เวลาว่างของคนที่มีอยู่ และการมีสื่ออยู่ใกล้ตัว ฯลฯ ด้วยเหตุนี้ ค่าตอบเกี่ยวกับเวลาที่ใช้จึงไม่สามารถแปลความหมายในทางจิตวิทยา และมักไม่ให้เกิดชัดเจน เมื่อนำไปเชื่อมโยงความสัมพันธ์กับตัวแปรอื่น ดังนั้น เพื่อแก้ไขปัญหาค่าตอบที่ไม่ชัดเจนในเรื่องนี้ จึงได้มีการวัดตัวแปรการเปิดรับสื่อมวลชน โดยใช้ความถี่ของการใช้สื่อเฉพาะเจาะจงในเนื้อหา เช่น การวัดความถี่ของการอ่านข่าวที่มีเนื้อหาหนักในหนังสือพิมพ์ ความถี่ของการชมรายการโทรทัศน์ และความถี่ของการรับฟังรายการวิทยุ เป็นต้น

ในการศึกษาเรื่องการเปิดรับสื่อ นั้น ควรทำความเข้าใจถึงคุณลักษณะ และความหลากหลายในรูปแบบของสื่อ ผู้ส่งสารจึงมีโอกาสเลือกสื่อที่จะใช้ได้มาก แต่เป้าหมายของการเลือกนี้คือ เพื่อการเข้าถึงผู้รับสารเป็นสำคัญ โดยผู้รับสารจะเปิดรับสื่อตามลักษณะ ดังต่อไปนี้ (พรทิพย์ วรกิจโกภาร, 2529, น. 292)

**1. เลือกสื่อที่สามารถจัดหาได้ (Availability)** ธรรมชาติของมนุษย์นั้นจะใช้ความพยายามเพียงระดับหนึ่งเท่านั้น อะไรที่ได้มาอยากมากๆ มักจะไม่ได้รับการคัดเลือก แต่ถ้าสามารถได้มาไม่ยากนักมักจะเลือกสิ่งนั้น เช่นเดียวกับสื่อ ผู้รับสารจะเลือกรับสื่อที่ไม่ต้องใช้ความพยายามมาก เช่น ในชนบทส่วนใหญ่จะเกิดรับฟังวิทยุกระจายเสียงเป็นสำคัญเพราะสามารถจัดหาได้ง่ายกว่าสื่ออื่น เป็นต้น

**2. เลือกสื่อที่สอดคล้อง (Consistence)** กับความรู้ ค่านิยม ความเชื่อ และทัศนคติของตนเอง

**3. เลือกสื่อที่สะดวก (Convenience)** ปัจจุบันผู้รับสารสามารถเลือกรับสื่อได้ทั้งทางวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และสื่อบุคคล โดยแต่ละคนจะมีพฤติกรรมการรับสื่อแตกต่างกันตามความสะดวก เช่น บางคนนิยมรับฟังข่าวสารทางวิทยุกระจายเสียงขณะขับรถ

**4. เลือกสื่อตามความเคยชิน (Accustomedness)** ปกติจะมีบุคคลกลุ่มหนึ่งในทุกสังคมที่ไม่ค่อยเปลี่ยนแปลงการรับสื่อที่ตนเคยรับอยู่ ซึ่งมักจะพบในบุคคลที่มีอายุมาก เช่น เคยฟังวิทยุกระจายเสียงเป็นประจำ มักจะไม่สนใจ โทรทัศน์ หรือสื่ออื่น ๆ

**5. ลักษณะเด่นเฉพาะของสื่อ** เป็นคุณลักษณะเฉพาะของสื่อที่มีต่อการเลือกสื่อของผู้รับสาร เช่น ลักษณะเด่นของหนังสือพิมพ์ ที่สามารถให้รายละเอียดข่าวสารได้ดีกว่า ราคาคง นำติดตัวไปได้ทุกที่ เป็นต้น

สำหรับการศึกษาในครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย ในด้านความถี่ในการรับชมรายการ (ครั้ง/สัปดาห์) โดยจะนำทฤษฎีการเปิดรับข่าวสารมาเป็นแนวทางและกรอบการศึกษา รวมถึงวิเคราะห์พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการของผู้ชมรายการครัวคุณต๋อย

## 2.5 ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses and Gratifications Theory)

ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses and Gratifications Theory) เป็นการเน้นความสำคัญของกลุ่มผู้รับสาร มากกว่าที่จะให้ความสำคัญกับอิทธิพลของสื่อในฐานะผู้ส่งสาร ซึ่งอาจถือได้ว่าเป็นรูปแบบหนึ่งของการศึกษาบทบาทหน้าที่ของสื่อ (Functionalism) เพียงแต่ว่าแทนที่จะตอบคำถามว่าสื่อมีบทบาทหน้าที่ต่อสังคมอย่างไร ก็เปลี่ยนมาเป็นมุมมองของปัจเจกบุคคลว่าคนแต่ละคนใช้สื่อเพื่อทำหน้าที่อะไรบ้าง (กาญจนา แก้วเทพ, 2553, น. 285)

การใช้และความพึงพอใจในการสื่อสารประกอบไปด้วยขั้นตอนหลัก 3 ขั้นตอน ได้แก่ (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, 2533, น. 114)

1. ผู้รับสาร ในฐานะที่มีบทบาทรุก (Active) และมีวัตถุประสงค์เสมอในการสื่อสาร (Goal Directed)
2. การใช้หรือการเปิดรับสื่อหนึ่ง ๆ ที่ได้เลือกสรรแล้ว เพื่อสนองต่อความต้องการของตนตามข้อ 1 มิใช่เป็นการเปิดรับสารที่เลื่อนลอยหรือเป็นผลชักจูงจากผู้ส่งสารอย่างเดียว
3. ความพอใจในสื่อ เกิดขึ้นต่อเมื่อการเปิดรับสื่อหรือการใช้สื่อที่เลือกแล้วนั้นเป็นไปอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น ในทางกลับกันผู้ส่งสารต่างหากจำเป็นต้องแข่งขันกัน เพื่อการบริหารให้ผู้รับสารพึงพอใจ มิใช่เกิดจากตัวผู้ส่งสารเองนั้นพอใจ

นอกจากนี้ คาสซาต้า และ เอสเต้ (Cassta & Asnte, 1979, p. 88-89) ก็ได้เสนอแนวคิดเรื่องการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจไว้ ดังนี้

1. ผู้รับสารจะเป็นผู้กระทำการแสวงหาข่าวสารจากสื่อมวลชน เพื่อตอบสนองความพึงพอใจ
2. ผู้รับสารจะเป็นผู้เลือกสื่อจากสื่อทั้งหมดที่มีอยู่
3. ผู้รับสารจะตระหนักว่าสื่อที่เลือกนั้นจะสนองความต้องการ ความสนใจและมีความเกี่ยวข้องมากเพียงพอ
4. ผู้รับสารจะใช้สื่อใด ๆ โดยไม่รวมถึงการตัดสินใจจากพฤติกรรมการบริโภคสื่อตามความเคยชินเดิม

กาญจนา แก้วเทพ (2553, น.285-286) ได้ให้ทัศนะเกี่ยวกับแนวคิดหลักของการวิเคราะห์การใช้และความพึงพอใจของผู้รับสารที่มีต่อสื่อ ดังนี้

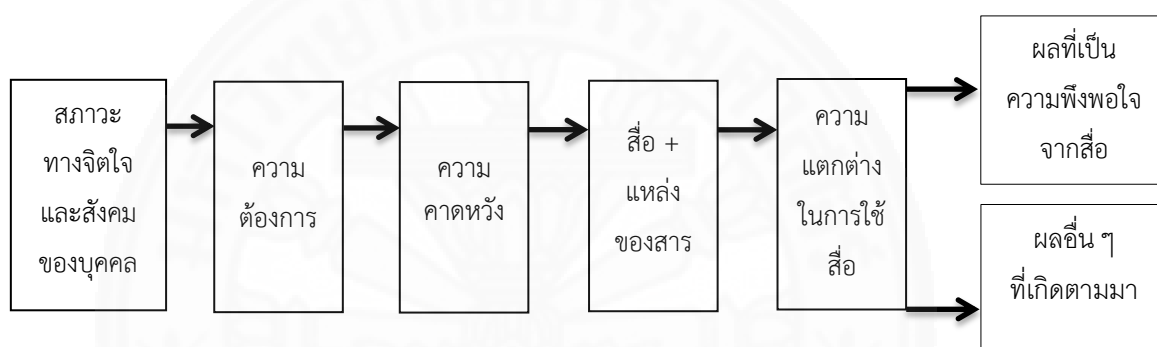
1. ส่วนใหญ่ในการเปิดรับสารของผู้รับสารนั้น ผู้รับสารมีความตั้งใจที่จะแสวงหาข่าวสารเพื่อนำมาใช้ประโยชน์ในทางใดทางหนึ่ง เช่น เพื่ออาชีพการงาน เพื่อประกอบการตัดสินใจเลือกซื้อ เพื่อความรู้เพื่อควบคุมสถานการณ์ และเพื่อเตรียมพร้อมสำหรับการลงมือกระทำ เป็นต้น

2. เมื่อมีความตั้งใจที่แน่นอนในการเปิดรับสื่อ การเข้าไปใช้สื่อจึงไม่ใช่กิจกรรมที่ทำไปตามอย่างไร้เป้าหมาย หากแต่เป็นกิจกรรมที่มีเป้าหมายที่แน่นอน (Goal-Oriented Activity)

3. ในสภาวะการแสวงหาข่าวสารของผู้รับสาร สื่อมวลชนมิได้เป็นทางเลือกทางเดียวของบุคคล เป็นตัวเลือกตัวหนึ่งในตัวเลือกอื่น ๆ ที่ผู้รับสารสามารถเลือกได้

4. สำหรับทิศทางที่บุคคลจะเลือกแสวงหาและใช้สื่อประเภทใดนั้น เกิดจากความต้องการของบุคคลเป็นอย่างแรก จากนั้นความต้องการดังกล่าว จะถูกแปรมาเป็นแรงจูงใจ (Motivation) ที่จะผลักดันให้บุคคลเคลื่อนเข้าหาการใช้สื่อประเภทต่าง ๆ

จากหลักการทั้ง 4 ประการนี้ หากแปรรู้ออกมาเป็นกรอบของกระบวนการในแต่ละขั้นตอนอย่างละเอียดนั้น จะได้ออกมาเป็นขั้นตอนตามแบบจำลอง ดังนี้



ภาพที่ 2.2 รูปถ่ายแบบจำลองการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจของแคชท์และคณะ. จาก Communication Theories: origins, method and uses (pp.295), by W. Severin, Tankard Jr., 1998, New York: Longman.

จากแบบจำลองข้างต้นนี้สามารถอธิบายได้ว่า สภาวะทางจิตใจและสังคมที่แตกต่างกัน ส่งผลให้มนุษย์มีความต้องการที่แตกต่างกันไป โดยความต้องการที่แตกต่างกันนี้ ทำให้แต่ละคนคาดคะเนว่า สื่อแต่ละประเภทจะสนองความพอใจได้แตกต่างกันออกไปด้วย ดังนั้น ลักษณะการใช้สื่อของบุคคลที่มีความต้องการไม่เหมือนกันจะแตกต่างกันไป ขั้นสุดท้ายคือ ความพอใจที่ได้รับจากการใช้สื่อก็จะแตกต่างกันไปด้วย

ขณะที่ทางด้าน แม็คคอมส์ และ เบคเกอร์ (McCombs & Becker, 1979, pp. 51-52, อ้างถึงใน ศันสนีย์ นิธิจินดา, 2552, น. 20-21) ได้กล่าวถึงเหตุผลในการแสวงหาข่าวสารจากสื่อมวลชนในการตอบสนองความต้องการ โดยมองจากมุมมองของผู้รับสารทั่วไป ด้วยเหตุผล 6 ประการ ดังต่อไปนี้

1. เพื่อต้องการรู้เหตุการณ์ (Surveillance) โดยติดตามความเคลื่อนไหวและสังเกตการณ์รอบตัว เพื่อให้รู้ว่าเกิดอะไรขึ้น เพื่อให้ทันเหตุการณ์ ทันสมัย และเรียนรู้ว่าอะไรเป็นสิ่งสำคัญที่ควรจรรู้



2. **เพื่อต้องการตัวช่วยในการตัดสินใจ (Decision)** ในการปฏิบัติตนให้ถูกต้องและช่วยในการตัดสินใจในแต่ละวัน เพื่อความอยู่รอดในระบบสังคมและการเมืองที่เป็นอยู่ การเปิดรับสารจากสื่อมวลชนต่าง ๆ นับว่าเป็นประสบการณ์หนึ่งที่จะช่วยในการตัดสินใจได้

3. **เพื่อนำไปใช้ในการสนทนา (Discussion)** เพราะมนุษย์เป็นสัตว์สังคม ต้องมีการพบปะพูดคุยกันตลอดเวลา การเปิดรับสารจากสื่อมวลชนจึงมีประโยชน์ในการได้รับข้อมูลข่าวสารที่สามารถนำไปคุยกับคนอื่นได้

4. **เพื่อต้องการเสริมความคิดเห็นหรือสนับสนุนการตัดสินใจของตัวเอง (Reinforcement)** เพื่อเสริมความคิดเห็นให้มั่นคงยิ่งขึ้น หรือช่วยสนับสนุนการตัดสินใจที่ได้กระทำลงไปแล้ว

5. **เพื่อต้องการมีส่วนร่วม (Participation)** มนุษย์ต้องการมีส่วนร่วมในสังคม เพื่อไม่ให้รู้สึกโดดเดี่ยว

6. **เพื่อความบันเทิงและผ่อนคลายอารมณ์ (Relaxing and Entertaining)** เพื่อความเพลิดเพลินรวมทั้งการผ่อนคลายอารมณ์ โดยพบว่าส่วนใหญ่ มนุษย์มักใช้ประโยชน์จากการเปิดรับสื่อมวลชนเพื่อความบันเทิงและผ่อนคลายอารมณ์

จากเหตุผลทั้ง 6 ประการในเรื่องการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในการใช้สื่อมวลชนของแม็คคอมส์ และเบคเกอร์ นั้นก็สอดคล้องกับการจัดหมวดหมู่ของบทบาทหน้าที่ของสื่อจากมุมมองปัจเจกบุคคลของบลัมเลอร์ แมคควอล และบราวน์ (Blumler, McQuail, & Brown, 1972, อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ, 2533, น.288-289) ซึ่งได้ทำการจัดออกมาเป็น 4 กลุ่มใหญ่ ๆ ดังนี้

1. **ความเพลิดเพลิน (Diversion)** จะแสดงออกในรูปของการใช้สื่อเพื่อหลบเลี่ยงออกมาจากประสบการณ์ในชีวิตประจำวันที่ซ้ำซากจำเจ หรือเพื่อหลบหนีปัญหา

2. **มนุษย์สัมพันธ์ (Personal Relation)** เป็นการใช้สื่อเพื่อเสริมความสัมพันธ์กับคนอื่น ๆ ในสังคม

3. **เอกลักษณ์ของปัจเจกบุคคล (Personal Identity)** เป็นการใช้สื่อเพื่อต่อยอดหรืออ้างอิงกับกลุ่ม เพื่อเสริมสร้างเอกลักษณ์ของตนเอง

4. **ติดตามข่าวสาร (Surveillance)** เป็นการติดตามข่าวสารต่าง ๆ และสังเกตการณ์รอบตัว เพื่อจะได้อ่านข่าวสารทันต่อเหตุการณ์

จากการศึกษาในครั้งนี้ เป็นการศึกษาคาดหวังและความพึงพอใจที่มีต่อรายการครัวคุณต๋อย ซึ่งเป็นรายการที่ออกอากาศผ่านทางสื่อโทรทัศน์ ซึ่ง นภาพรณ์ อัจฉริยกุล และคณะ (2547, น. 279) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์จากสื่อโทรทัศน์ โดยได้อธิบายไว้ว่า ในฐานะปัจเจกบุคคล ผู้รับสารได้ใช้สื่อโทรทัศน์เป็นแหล่งข้อมูลข่าวสาร ความรู้ และความบันเทิง เพื่อได้รับประโยชน์ต่าง ๆ ดังนี้

1. **การใช้สื่อโทรทัศน์เพื่อความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน** ด้วยปัจจุบันนี้ ในแต่ละวันมีเหตุการณ์ต่าง ๆ เกิดขึ้นมากมายในสังคม ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อโดยตรงถึงบุคคลทั้งทางตรงและทางอ้อม การรับรู้ข่าวสารจึงเป็นเรื่องที่จำเป็นเพื่อเตรียมการด้านความปลอดภัยได้อย่างทันที่ เช่น การเตือนภัยสึนามิให้แก่พื้นที่ใกล้เคียง เพื่อให้สามารถอพยพผู้คน และสามารถป้องกันอันตรายที่อาจเกิดขึ้นอย่างกะทันหันได้

2. **การใช้สื่อโทรทัศน์เพื่อเป็นข้อมูลในการดำรงชีวิต** เพราะการมีข้อมูลมากพอจะสามารถนำมาปรับใช้ในชีวิตประจำวันได้ ซึ่งทำให้การตัดสินใจดำเนินการในเรื่องใด ๆ ก็ตามเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ โดยข้อมูลที่ผู้รับสารใช้ในการดำรงชีวิต สามารถแบ่งออกได้เป็นข้อมูลระยะสั้นที่เป็นปัจจุบัน และข้อมูลแสดงแนวโน้ม (Trend) ในอนาคต

3. **การใช้สื่อโทรทัศน์เพื่อเป็นเพื่อน เป็นสื่อประจำครอบครัว** ในระยะแรกวิทยุโทรทัศน์เปรียบเสมือนสื่อใหม่ที่มีความน่าสนใจ ทำให้ผู้ชมสนใจและรอคอยชมอย่างจริงจัง แต่เมื่อเวลาผ่านไปวิทยุโทรทัศน์ได้เปลี่ยนบทบาทการใช้งานสื่อมาเป็นลักษณะที่เป็นเพื่อน (Companion Medium) เป็นสื่อประจำครอบครัว หรือเป็นเสียงประกอบ (Background Noise) ในวงสนทนาหรือในการทำกิจกรรมในชีวิตประจำวัน เนื่องจากมนุษย์เป็นสัตว์สังคมที่อยู่รวมกันเป็นกลุ่ม แต่บางครั้งก็ต้องการเวลาส่วนตัว สื่อโทรทัศน์จึงเป็นสื่อที่ทำหน้าที่เป็นเพื่อนได้อย่างดี เพราะ “ภาพและเสียง” จะสามารถช่วยให้มนุษย์ไม่รู้สึกรำคาญหรือหงุดหงิด นอกจากนั้น สื่อโทรทัศน์ยังเป็นสื่อประจำครอบครัว (Family Medium) โดยสมาชิกในครอบครัวสามารถรับชมรายการต่าง ๆ ร่วมกัน และใช้เป็นหัวข้อในการพูดคุยร่วมกันได้

4. **การใช้สื่อโทรทัศน์เพื่อเป็นแหล่งความบันเทิง** นอกเหนือจากการทำงานเพื่อความมั่นคง ในชีวิตแล้ว มนุษย์ยังต้องการผ่อนคลายและพักผ่อนหย่อนใจด้วยการแสวงหาความบันเทิงในชีวิตประจำวัน โทรทัศน์จึงเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งที่จะสร้างความบันเทิงให้แก่ผู้ชมได้ทุกเพศทุกวัย เพราะมีรายการหลากหลายรูปแบบที่ตอบสนองต่อความต้องการต่างกันของผู้รับสาร นอกจากนั้น ยังเปิดโอกาสให้ผู้ชมได้เข้ามามีส่วนร่วมในรายการ ซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการของมนุษย์ทั้งด้านความเพลิดเพลินและความพึงพอใจ ภูมิใจที่ได้ปรากฏตัวผ่านสื่อมวลชนอีกด้วย

5. **การใช้สื่อโทรทัศน์เพื่อความรอบรู้ ทันสมัย และได้รับการยอมรับจากสมาชิกในสังคม** การได้รับการยอมรับจากบุคคลรอบข้างและสังคม ส่วนหนึ่งเกิดจากความรอบรู้ มีความทันสมัย สามารถพูดคุยสื่อสารกับใคร ๆ ได้ ซึ่งคุณลักษณะดังกล่าวเกิดจากการเปิดรับสารอย่างสม่ำเสมอและหลากหลาย การรับรู้ข่าวสารเหตุการณ์ความเคลื่อนไหวของสังคมรอบตัวและทั่วโลก ทำให้สามารถ นำสารนั้นมาถ่ายทอดต่อ และแลกเปลี่ยนแสดงความคิดเห็น ซึ่งสามารถวิเคราะห์และสนทนากับผู้อื่นในสังคมจนทำให้เป็นที่ยอมรับของบุคคลอื่นในสังคม



**6. การใช้สื่อโทรทัศน์เพื่อการพัฒนาตนเอง** เนื่องจากมนุษย์มีความต้องการความก้าวหน้า ต้องการการยอมรับ และมีการแข่งขันในสังคมตลอดเวลา มนุษย์จึงต้องพัฒนาตัวเองอยู่เสมอ ซึ่งปัจจุบันแหล่งความรู้ที่เปิดกว้างและทั่วถึง คือ การให้ความรู้ผ่านสื่อวิทยุโทรทัศน์ ที่มีลักษณะรวมทั้งภาพและเสียงจึงเอื้อประโยชน์ต่อการเรียนรู้

จากการศึกษาทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ สามารถนำมาเป็นกรอบการศึกษาในครั้งนี้เพื่อช่วยให้ทราบว่า การเปิดรับสื่อของผู้รับสารนั้นแท้จริงแล้วเกิดจากความคาดหวังที่จะได้รับความพึงพอใจจากสื่ออย่างไร ซึ่งในส่วนของความพึงพอใจจะทำการศึกษาในส่วนของด้านรูปแบบการนำเสนอรายการ ด้านคุณสมบัติพิธีกรรายการ ด้านเนื้อหารายการ ด้านข้อมูลข่าวสาร ด้านเอกลักษณ์ของปัจเจกบุคคล และด้านความบันเทิงของรายการครีวคุณต่อ

## 2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จิราพร ประพันธ์เจริญ (2557) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมการเปิดรับ ความคาดหวัง และความพึงพอใจของผู้อ่านในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อนิตยสาร a day Bulletin” เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล โดยการใช้กลุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวนทั้งสิ้น 300 คน

จากผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 18-25 ปี มีระดับการศึกษาสูงสุด คือ ระดับปริญญาตรี/เทียบเท่า ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้างเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท

ด้านพฤติกรรมการเปิดนิตยสาร a day BULLETIN พบว่า กลุ่มตัวอย่างได้รับนิตยสาร a day BULLETIN จากสถานีรถไฟฟ้า BTS/MRT มากที่สุด ส่วนใหญ่อ่านนิตยสาร a day BULLETIN 1 เล่ม/เดือน ใช้ระยะเวลาในการอ่านนิตยสาร a day BULLETIN แต่ละครั้ง 10-20 นาที อ่านคอลัมน์ Interview สัมภาษณ์คนดัง มากที่สุดเป็นอันดับที่ 1

ด้านความคาดหวังจากการเปิดรับนิตยสาร a day BULLETIN กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีความพึงพอใจด้านความบันเทิงมากที่สุด ในประเด็น ความเพลิดเพลิน สนุกสนาน

ด้านความพึงพอใจจากการเปิดรับนิตยสาร a day BULLETIN กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจ อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีความพึงพอใจด้านความบันเทิงมากที่สุด ในประเด็น ความเพลิดเพลิน สนุกสนาน

ด้านแนวโน้มการเปิดรับนิตยสาร a day BULLETIN ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีแนวโน้มความตั้งใจที่จะเปิดรับนิตยสาร a day BULLETIN อยู่ในระดับมาก ทั้งประเด็น ความตั้งใจในการที่จะเปิดรับต่อไปในอนาคต และประเด็น ความตั้งใจที่จะแนะนำบุคคลอื่นให้เปิดรับ

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย พบว่า ความคาดหวังจากการเปิดรับนิตยสาร a day BULLETIN ได้แก่ ความคาดหวังโดยรวม ความคาดหวังด้านข้อมูลข่าวสาร ความคาดหวังด้านความบันเทิง ความคาดหวังด้านการเสริมสร้างเอกลักษณ์ส่วนบุคคล และความคาดหวังด้านปฏิสัมพันธ์ทางสังคมไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับนิตยสาร a day BULLETIN ความถี่ (เล่ม/เดือน) และพฤติกรรมการเปิดรับนิตยสาร a day BULLETIN ความถี่ (เล่ม/เดือน) ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากการเปิดรับนิตยสาร a day BULLETIN ได้แก่ ความพึงพอใจโดยรวม ความพึงพอใจด้านข้อมูลข่าวสาร ความพึงพอใจด้านบันเทิง ความพึงพอใจด้านการเสริมสร้างเอกลักษณ์ส่วนบุคคล และความพึงพอใจด้านปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ส่วนความพึงพอใจจากการเปิดรับนิตยสาร a day BULLETIN ทั้งความพึงพอใจโดยรวม ความพึงพอใจด้านข้อมูลข่าวสาร ความพึงพอใจด้านบันเทิง ความพึงพอใจด้านการเสริมสร้างเอกลักษณ์ส่วนบุคคล และความพึงพอใจด้านปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ล้วนมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการเปิดรับนิตยสาร a day BULLETIN

อรสิณี อมรโมฬี (2557) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ความคาดหวัง การเปิดรับ และความพึงพอใจที่มีต่อรายการวันใหม่ไทยพีบีเอส สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส” เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล โดยการใช้กลุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวนทั้งสิ้น 300 ตัวอย่าง

จากผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ส่วนใหญ่มีช่วงอายุระหว่าง 24-35 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 10,000-20,000 บาท รวมทั้งความถี่ในการเปิดรับชมรายการวันใหม่ไทยพีบีเอส 2 ครั้ง/สัปดาห์ มีระยะเวลาเฉลี่ยในการเปิดรับชม 30-49 นาที และติดตามรับชมรายการ 1-6 เดือน มากที่สุด โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกชมเฉพาะช่วงที่สนใจ รองลงมา คือ เปิดรายการทิ้งไว้พร้อมกับทำกิจกรรมอย่างอื่นไปด้วย เปลี่ยนช่องทุกครั้ง ที่มีช่วงพักรายการ และรับชมตั้งแต่ต้นจนจบรายการ ตามลำดับ

ขณะที่ความคาดหวังก่อนเปิดรับชมรายการวันใหม่ไทยพีบีเอสของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยความคาดหวังด้าน “ข้อมูลข่าวสาร” มากที่สุด รองลงมา คือ ด้าน “การดำรงเอกลักษณ์บุคคล” ด้าน “การปฏิสัมพันธ์กับสังคม” และด้าน “ความบันเทิง” ตามลำดับ ส่วนความพึงพอใจหลังเปิดรับชมรายการวันใหม่ไทยพีบีเอสของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้าน “ข้อมูลข่าวสาร” มากที่สุด รองลงมาด้าน “การปฏิสัมพันธ์กับสังคม” ด้าน “การดำรงเอกลักษณ์บุคคล” และด้าน “ความบันเทิง” ตามลำดับ ผลการวิจัยยังพบว่า แนวโน้มการเปิดรับชมรายการวันใหม่ไทยพีบีเอส กลุ่มตัวอย่างมีความตั้งใจที่จะเปิดรับชมรายการวันใหม่ไทยพีบีเอสระดับมาก

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย ยังพบว่า ความคาดหวังก่อนการเปิดรับชมรายการวันใหม่ไทยพีบีเอสของผู้ชมมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับรายการวันใหม่ไทยพีบีเอสของผู้ชม ส่วนการเปิดรับรายการวันใหม่ไทยพีบีเอสของผู้ชมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจหลังเปิดรับชมรายการวันใหม่ไทยพีบีเอสของผู้ชม ขณะที่ความพึงพอใจหลังเปิดรับชมรายการวันใหม่ไทยพีบีเอสของผู้ชมมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการเปิดรับชมรายการวันใหม่ไทยพีบีเอส แตกต่างกับความพึงพอใจหลังเปิดรับชมรายการวันใหม่ไทยพีบีเอสของผู้ชม

จิตราพรรณ รัตนพงษ์ (2556) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมการเปิดรับ ความคาดหวัง ประโยชน์ และความพึงพอใจที่มีต่อสื่ออินโฟกราฟิกของไทยรัฐออนไลน์” เป็นการวิจัยเชิงปริมาณใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล โดยการใช้กลุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวนทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง

จากผลการวิจัยพบว่า ลักษณะทางประชากรนั้น เพศชายและเพศหญิงมีความใกล้เคียงกัน ส่วนใหญ่เป็นวัยทำงานตอนต้น อายุระหว่าง 24-35 ปี มีการศึกษาสูงสุดอยู่ในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001- 20,000 บาทโดยมีพฤติกรรมในการเปิดรับ คือ ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างมีความถี่ในการเปิดรับสื่ออินโฟกราฟิกของเว็บไซต์ไทยรัฐออนไลน์ ประมาณ 2 ครั้งต่อเดือน มีระยะเวลาในการเปิดรับ 4 นาทีต่อครั้ง

ช่วงเวลาในการเปิดรับสื่ออินโฟกราฟิกไทยรัฐออนไลน์ คือ ช่วงเวลา 18.00-23.59 น. สถานที่ในการเปิดรับสื่ออินโฟกราฟิกไทยรัฐออนไลน์ คือ บ้าน ประเภทเนื้อหาที่เปิดรับสื่ออินโฟกราฟิกไทยรัฐออนไลน์ คือ ข่าวการเมือง และมีลักษณะในการเปิดรับสื่ออินโฟกราฟิกของเว็บไซต์ไทยรัฐออนไลน์จากคอมพิวเตอร์ PC

ในส่วนของความคาดหวังประโยชน์ กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังประโยชน์ที่มีต่อสื่ออินโฟกราฟิกของเว็บไซต์ไทยรัฐออนไลน์ อยู่ในระดับความคาดหวังประโยชน์สูง ด้านความต้องการรู้เหตุการณ์ “เพื่อประโยชน์เรียนรู้ว่าอะไรเป็นสิ่งที่สำคัญที่ควรรู้” และกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจที่มีต่อสื่ออินโฟกราฟิกของเว็บไซต์ไทยรัฐออนไลน์ ซึ่งอยู่ในระดับความพึงพอใจสูง ด้านการออกแบบประเด็น “รูปแบบในการนำเสนอที่เข้าใจง่าย” และแนวโน้มพฤติกรรมที่จะติดตามสื่ออินโฟกราฟิกของเว็บไซต์ไทยรัฐออนไลน์ กลุ่มตัวอย่างมีแนวโน้มพฤติกรรมในการเปิดรับ ระดับแนวโน้มพฤติกรรมในการเปิดรับมากระเด็น “แนวโน้มพฤติกรรมที่จะติดตามสื่ออินโฟกราฟิกเพราะความสวยงามและน่าสนใจ”

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยพบว่า 1. ลักษณะทางประชากรแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่ออินโฟกราฟิกในเว็บไซต์ไทยรัฐออนไลน์ที่ไม่แตกต่างกัน 2. ลักษณะทางประชากรที่มีความแตกต่างกันมีความพึงพอใจที่มีต่อสื่ออินโฟกราฟิกในเว็บไซต์ไทยรัฐออนไลน์ที่ไม่แตกต่างกัน 3. ความคาดหวังประโยชน์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่ออินโฟกราฟิกในเว็บไซต์ไทยรัฐออนไลน์ 4. พฤติกรรมการเปิดรับสื่ออินโฟกราฟิกมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อสื่ออินโฟกราฟิกในเว็บไซต์ไทยรัฐ

ออนไลน์ 5.ความพึงพอใจมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมในการเปิดรับที่มีต่อสื่ออินโฟกราฟิก ในเว็บไซต์ไทยรัฐออนไลน์

พิมพลอย ปัจชัยโย (2553) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมในการเปิดรับและความพึงพอใจรายการข่าวบันเทิง ดาวกระจาย ทางโมเดิร์นไนน์ทีวีของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร” เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล โดยการใช้กลุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวนทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง

จากผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย อายุระหว่าง 21-25 ปี มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 15,000 บาท

ในส่วนของพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการข่าวบันเทิงดาวกระจาย พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความถี่ในการเปิดรับชมรายการ คือ 1-2 วันต่อสัปดาห์ โดยจะรับชมรายการประมาณ 10 นาที มีลักษณะการชมรายการแบบเปลี่ยนช่องสลับไปมากับช่องอื่น ส่วนช่วงต่าง ๆ ในรายการข่าวบันเทิงดาวกระจายที่กลุ่มตัวอย่างชอบชมมากที่สุดอันดับหนึ่ง คือ ช่วงข่าวฮือฮาประเด็นร้อนประจำวัน

ขณะที่ในด้านของความพึงพอใจจากการรับชมรายการพบว่า ด้านเนื้อหารายการกลุ่มตัวอย่างมีความพอใจในระดับมาก โดยความพึงพอใจมากเป็นอันดับแรก คือ ความเหมาะสมของเนื้อหาข่าวที่น่าสนใจในรายการ ส่วนด้านรูปแบบรายการ กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อการดำเนินรายการโดยรวมในระดับมาก โดยพบว่าหัวข้อที่กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจมากที่สุด คือ ท่าสัญลักษณ์ดาวกระจายของพิธีกร ส่วนความพึงพอใจด้านพิธีกรโดยรวมอยู่ในระดับมาก ในส่วนของความพึงพอใจหลังรับชมรายการ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งหัวข้อที่กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจมากเป็นอันดับแรก คือ ความบันเทิงและความเพลิดเพลินจากการรับชม

จากการทดสอบสมมุติฐานพบว่า ลักษณะทางประชากรในด้านเพศ ระดับการศึกษา รายได้ ที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการแตกต่างกัน ในส่วนของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับชม กับความพึงพอใจในการชมรายการข่าวบันเทิงดาวกระจาย พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับชมมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับความพึงพอใจในการชมรายการ ทั้งด้านเนื้อหา ด้านรูปแบบรายการ ด้านพิธีกรดำเนินรายการ และความพึงพอใจหลังจากรับชมรายการ

ศันสนีย์ นิธิจินดา (2552) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “การเปิดรับ ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ของผู้ชมรายการ คริส ดีลิเวอรี ทางสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ในเขตกรุงเทพมหานคร” เป็นการวิจัยเชิงปริมาณเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างที่เคยชมรายการในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวนทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง

จากผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุระหว่าง 20 -30 ปี มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000บาท

ในส่วนของพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความถี่ในการเปิดรับชมรายการ 1-2 ครั้งต่อเดือน มีลักษณะการชมรายการแบบตั้งใจชมรายการ แต่ไม่ได้มีการจดบันทึกความรู้ไว้ และรับชมรายการมาตลอด ตั้งแต่รายการออกอากาศในเดือนมกราคม 2550

ขณะที่ในส่วนของความพึงพอใจจากการรับชมรายการ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจด้านเนื้อหาการรายการอยู่ในระดับสูง โดยมีความพึงพอใจที่รายการ คริส ตีลีเวอร์รี่ เป็นรายการสอนภาษาอังกฤษแบบเข้าใจง่าย อธิบายได้ชัดเจนอยู่ในระดับสูงมาก ส่วนความพึงพอใจที่พิธีกรใช้คำพูดหรือภาษาที่เป็นกันเอง เข้าใจง่าย พิธีกรมีความรู้และเชี่ยวชาญภาษาอังกฤษเป็นอย่างดีอยู่ในระดับสูงมาก

สำหรับการใช้ประโยชน์จากการรับชมรายการ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการใช้ประโยชน์จากการชมรายการทางด้านข้อมูลข่าวสารโดยรวมในระดับสูง โดยมีการใช้ประโยชน์จากรายการ เพื่อได้รับความรู้ในการใช้ภาษาอังกฤษจากสถานการณ์ต่าง ๆ ในชีวิตประจำวัน และเสริมทักษะภาษาอังกฤษส่วนในด้านการใช้ประโยชน์ทางด้านการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการใช้ประโยชน์จากการชมรายการโดยรวมในระดับสูง ส่วนการใช้ประโยชน์จากการชมรายการด้วยความบันเทิง ก็อยู่ในระดับสูงเช่นเดียวกัน

นอกจากนี้ ในการทดสอบสมมติฐาน พบว่าตัวแปรทางด้านลักษณะประชากรมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ โดยผู้ชมรายการที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ คริส ตีลีเวอร์รี่ แตกต่างกัน ทั้งนี้ พบว่าพฤติกรรมการเปิดรับของผู้ชมรายการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากการชมรายการ และพฤติกรรมการเปิดรับของผู้ชมรายการมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากการชมรายการในทางบวก

ศีลวัตร วุฒิวงศ์ (2552)ทำการศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมการเปิดรับ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อรายการข่าว 3 มิติทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ” พบว่า เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างที่เคยชมรายการในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวนทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง

จากผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุต่ำกว่า 30 ปี มีการศึกษา อยู่ในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ/ ข้าราชการ มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,000-20,000 บาทต่อเดือน ผู้ชมส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการข่าว 3 มิติ บ้าง (2-3วัน ต่อสัปดาห์) แต่ไม่ได้เจาะจงเลือกวันที่แน่นอน คือ ระหว่างวันธรรมดา หรือวันเสาร์ – อาทิตย์ใน

การรับชมรายการ แต่จะรอชมเมื่อเห็นโฆษณา/ ตัวอย่างข่าวที่สนใจ และจะชมตลอดตั้งแต่ต้นจนจบรายการ แต่จะเปลี่ยนช่องไปชมรายการอื่นเฉพาะในช่วงที่โฆษณาเท่านั้น

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้ประโยชน์จากการรับชมรายการ ข่าว 3 มิติ เพื่อรับรู้เหตุการณ์ประจำวัน และมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด เมื่อได้รับชมเรื่องราวที่น่าสนใจและเป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ รองลงมา คือ พอใจต่อข้อมูลข่าวที่มีความลึก/ เจาะลึก/ มีเนื้อหาละเอียดทำให้เข้าใจความเป็นมาเป็นไป และทำให้เกิดความเข้าใจมากขึ้น

นอกจากนี้ ผลการวิจัยพบว่า เพศและการศึกษาที่แตกต่างกัน ส่วนอายุ อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ ข่าว 3 มิติ จำแนกตามจำนวนวันต่อสัปดาห์ไม่แตกต่างกัน ผู้ชมที่มีเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ ข่าว 3 มิติ จำแนกตามระยะเวลาที่ชมรายการ ข่าว 3 มิติไม่แตกต่างกัน

## 2.7 เหตุผลในการตั้งสมมติฐานการวิจัย

### แนวคิดและทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความคาดหวังและการเปิดรับชมรายการ คร่าวๆ

ทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวัง (Expectancy-Value Theory) เป็นทฤษฎีที่พัฒนามาจากทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses & Gratifications Theory) โดยเป็นการอาศัยแนวคิดที่ว่า บรรดาวิธี การวิจัยที่สังกัดแนวของทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจนั้น จะมุ่งความสนใจที่จะศึกษาแรงจูงใจ (Motivation) ของบุคคลในการใช้สื่อ ซึ่งแรงจูงใจในการเลือกใช้สื่อ นั้นเกิดจากการคาดการณ์ไว้ล่วงหน้าแล้วว่า สื่อแต่ละประเภทจะให้รางวัลหรือผลทางบวกแก่ผู้รับสารในลักษณะใดบ้าง โดยรางวัลที่ได้มาจากการใช้หรือเปิดรับสื่อ นั้น จะมีลักษณะเป็นผลทางจิตใจที่ทำให้บุคคลกำหนดคุณค่า (Value) หรือความชื่นชอบเป็นส่วนตัว แก่ผลลัพธ์รางวัลแบบต่าง ๆ เช่น บางคนอาจ ถือว่าผลลัพธ์ที่เป็นรางวัลทางใจแบบเพลิดเพลินสำคัญกว่าข่าวสาร ดังนั้น เมื่อมีการซื้อหนังสือพิมพ์มาอ่าน จึงเปิดหน้าละครก่อนที่จะอ่านข่าว หรือในกรณีโทรทัศน์อาจจะเปลี่ยนช่องที่กำลังนำเสนอข่าวไปสู่ช่องที่มีละครเป็นต้น ผลลัพธ์ที่เป็นรางวัลทางใจนี้ เรียกว่า “ความพึงพอใจที่ได้รับจากสื่อ” (Media Gratifications) (กาญจนา แก้วเทพ, 2556, น. 293)

รางวัลทางใจนั้น อาจเกิดมาจากวิธีการใช้สื่อในหลาย ๆ ลักษณะ เช่น ผู้รับสารบางคนอาจชื่นชอบสื่อโทรทัศน์มากที่สุด หรืออาจเลือกใช้เฉพาะสื่อบางประเภทจนกระทั่งเกิดความชอบที่เฉพาะเจาะจงเพียงบางรายการเท่านั้น และความพึงพอใจนี้จะกลายมาเป็นพื้นฐานความรู้สำหรับการคาดการณ์ที่จะเลือกสื่อต่าง ๆ ต่อไปในอนาคต ความรู้ดังกล่าวจะถูกเก็บสะสมเพิ่มเติมเอาไว้เป็น



ฐานข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสื่อฐานความรู้ดังกล่าว จะช่วยให้ผู้รับสารตัดสินใจเลือกเปิดรับสื่อใหม่/อยู่ตลอดเวลา (กาญจนา แก้วเทพ, 2556, น. 293)

ศิริชัย ศิริกายะ และกาญจนา แก้วเทพ (2531, น. 110 -112) ได้ศึกษาตัวแปรความต้องการที่ผู้รับสารต้องการจากสื่อมวลชน ซึ่ง McQuail และคณะได้สร้างไว้ แล้วนำมาปรับปรุงขึ้นใหม่ เพื่อให้สอดคล้องกับการใช้สื่อมวลชนโดยผู้รับสาร ดังนี้

1. ความต้องการสารสนเทศ
2. ความต้องการสร้างเอกลักษณ์ให้แก่บุคคล
3. ความต้องการรวมตัว และปฏิสัมพันธ์ทางสังคม
4. ความต้องการความบันเทิง

ทางด้านทฤษฎีการเปิดรับข่าวสาร ยังเชื่อว่าการใช้สื่อของผู้รับสารนั้นเกิดมาจากปัจจัยหลายประการ จากแนวคิดของ ปาล์มกรีน และเรย์เบิร์น (1985) การเลือกใช้สื่อต่าง ๆ ของผู้รับสารมาจากการแสวงหาความพึงพอใจ เช่น เพื่อต้องการรู้เหตุการณ์ เพื่อต้องการมาช่วยในการตัดสินใจ เพื่อนำไปใช้ในการสนทนา เป็นต้น โดยหลังจากเปิดรับสื่อต่าง ๆ ของผู้รับสารแล้ว จะต้องมียอมรับของผู้รับสารว่ามีความพึงพอใจต่อสื่อตามที่คาดหวังไว้มากน้อยเพียงใด

นอกจากนั้นยังพบว่ามิงานวิจัยที่กล่าวถึงความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังและการเปิดรับชม รายการ ดังนี้ อรสินี อมรโมฬี (2557, น. บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ความคาดหวัง การเปิดรับ และ ความพึงพอใจที่มีต่อรายการวันใหม่ไทยพีบีเอส สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส” กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา มีทั้งสิ้นจำนวน 300 คน จากการศึกษาพบว่า ความคาดหวังก่อนการเปิดรับชมรายการวันใหม่ไทยพีบีเอส ของผู้ชมมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับรายการวันใหม่ไทยพีบีเอสของผู้ชม

จิตราพรรณ รัตนพงษ์ (2556, น. บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมการเปิดรับความคาดหวังประโยชน์ และความพึงพอใจที่มีต่อสื่ออินโฟกราฟิกของไทยรัฐออนไลน์” กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษามีทั้งสิ้นจำนวน 400 คน จากการศึกษาพบว่า ความคาดหวังประโยชน์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่ออินโฟกราฟิกในเว็บไซต์ไทยรัฐออนไลน์

ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษาความสัมพันธ์ของความคาดหวังกับการเปิดรับชมรายการ จึงตั้งเป็นสมมติฐานการวิจัยที่ 1 ดังนี้

**สมมติฐานการวิจัยที่ 1** ความคาดหวัง มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย

**แนวคิดและทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการเปิดรับชมรายการและความพึงพอใจที่มีต่อรายการครัว คุณต๋อย**

จากทฤษฎีการเปิดรับข่าวสาร เชื่อว่าการใช้สื่อของผู้รับสารนั้นเกิดมาจากปัจจัยหลายประการจากแนวคิดของ ปาล์มกรีน และเรย์เบิร์น (1985) การเลือกใช้สื่อต่าง ๆ ของผู้รับสารมาจากการ



แสวงหาความพึงพอใจ เช่น เพื่อต้องการรู้เหตุการณ์ เพื่อต้องการมาช่วยในการตัดสินใจ เพื่อนำไปใช้ในการสนทนา เป็นต้น โดยหลังจากเปิดรับสื่อต่าง ๆ ของผู้รับสารแล้ว จะต้องมึผลตอบรับของผู้รับสารว่ามีความพึงพอใจต่อสื่อตามที่คาดหวังไว้มากน้อยเพียงใด

นอกจากนั้นยังพบว่ามีการวิจัยที่กล่าวถึงความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับชมรายการ และ ความพึงพอใจ ดังนี้ อมรโมฬี (2557, น. บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ความคาดหวัง การเปิดรับ และความพึงพอใจที่มีต่อรายการวันใหม่ไทยพีบีเอส สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส” กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษามีทั้งสิ้นจำนวน 300 คน จากการศึกษาพบว่า การเปิดรับรายการวันใหม่ไทยพีบีเอสของผู้ชม มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจหลังเปิดรับชมรายการวันใหม่ไทยพีบีเอสของผู้ชม

จิตราพรรณ รัตนพงษ์ (2556, น. บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมการเปิดรับ ความคาดหวังประโยชน์ และความพึงพอใจที่มีต่อสื่ออินโฟกราฟิกของไทยรัฐออนไลน์” กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษามีทั้งสิ้นจำนวน 400 คน จากการศึกษาพบว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อสื่ออินโฟกราฟิกในเว็บไซต์ไทยรัฐออนไลน์

พิมพลอย ปัจฉัยโย (2553, น. บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมการเปิดรับและ ความพึงพอใจรายการข่าวบันเทิง ดาวกระจาย ทางโมเดิร์นไนน์ทีวีของประชาชนในเขต กรุงเทพมหานคร” กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษามีทั้งสิ้นจำนวน 400 คน จากการศึกษาพบว่า พฤติกรรมการเปิดรับชมมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับความพึงพอใจในการชมรายการ ทั้งด้านเนื้อหา ด้านรูปแบบรายการ ด้านพิธีกรดำเนินรายการ และความพึงพอใจหลังจากรับชมรายการ

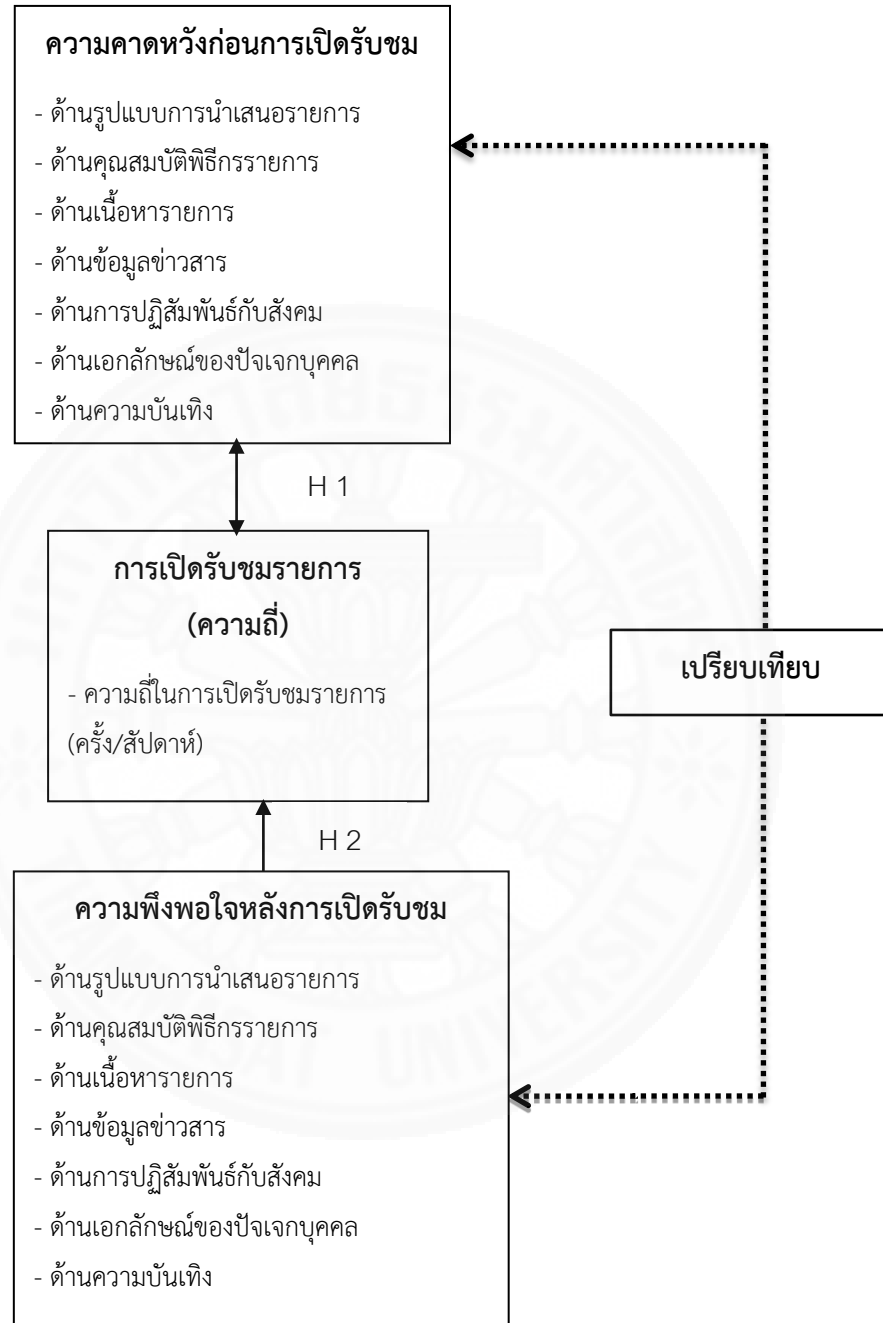
ศันสนีย์ นิธิจินดา (2552, น. บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “การเปิดรับ ความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์ของผู้ชมรายการ คริส ดีลิเวอร์รี่ ทางสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ในเขต กรุงเทพมหานคร” กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษามีทั้งสิ้นจำนวน 400 คน จากการศึกษาพบว่า พฤติกรรมการเปิดรับของผู้ชมรายการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากการชมรายการ

ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษาความสัมพันธ์ของการเปิดรับชมรายการกับความพึงพอใจ จึงตั้งเป็นสมมติฐานการวิจัยที่ 2 ดังนี้

**สมมติฐานการวิจัยที่ 2** การเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อรายการครัวคุณต๋อย

**สมมติฐานการวิจัยที่ 3** ความคาดหวังของผู้ชมก่อนเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย แตกต่างกับความพึงพอใจหลังเปิดรับชม

## 2.8 กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 2.3 รูปภาพกรอบแนวคิดในการวิจัย

## บทที่ 3

### ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาเรื่อง “ความคาดหวัง และความพึงพอใจที่มีต่อรายการครัวคุณต๋อย” เป็นการศึกษาข้อมูลในรูปแบบการวิจัยข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ดำเนินการเก็บข้อมูลโดยการสำรวจ (Survey Research) เป็นการวัดผล ณ เวลาใดเวลาหนึ่งเพียงครั้งเดียว (Cross-Sectional Study) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ชนิดที่ให้ผู้ตอบเป็นผู้กรอกแบบสอบถามเอง (Self-Administered Questionnaire) โดยการใช้คำถามปลายเปิด (Open-ended Questions) และแบบปลายปิด (Closed-ended) เป็นการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ผลการศึกษา โดยผู้ศึกษาได้กำหนดระเบียบวิธีการศึกษาดังนี้

#### 3.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นผู้ชมรายการครัวคุณต๋อย ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 อายุระหว่าง 35 ปีขึ้นไป เนื่องจากเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของรายการ เป็นต้นไป “จำนวนราษฎรทั่วราชอาณาจักร” โดยสำนักทะเบียนกลาง กรมการปกครอง ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 พบว่า ประชากรที่มีสัญชาติไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร มีจำนวน 5,592,075 คน

#### 3.2 กลุ่มตัวอย่าง

การกำหนดกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยคำนวณตามสูตรของทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยให้เกิดความคลาดเคลื่อนได้ไม่เกิน 6% สูตรต่อไปนี้

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากร (N) ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครที่เปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย เป็นจำนวนที่แน่นอน

$$\text{ดังนั้น } n = \frac{1}{e^2}$$

โดยกำหนดให้

$n$  = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

$e$  = ค่าความคลาดเคลื่อน

แทนค่า

$$\begin{aligned} n &= \frac{1}{(0.06)^2} \\ &= 277.77 \end{aligned}$$

จากสูตรข้างต้น เมื่อกำหนดออกมาจะได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ( $n$ ) = 277.77 คน  
ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 300 คน

### 3.3 วิธีการสุ่มตัวอย่าง

การศึกษาในครั้งนี้ ผู้ศึกษาจะใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบผสม (Mixed Sampling) โดยใช้การเลือกตัวอย่างแบบกลุ่ม แบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Sampling) เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างและข้อมูลที่มีคุณสมบัติตามที่ต้องการ โดยมีการดำเนินงาน 4 ขั้นตอน ดังนี้

**ขั้นตอนที่ 1** สุ่มตัวอย่างโดยอาศัยหลักความน่าจะเป็น (Probability Sampling) ด้วยการสุ่มแบบเขตการปกครองทั้งหมด (Stratified Sampling) เพื่อแบ่งพื้นที่ตามเขตการปกครองของกรุงเทพมหานคร ซึ่งแบ่งได้ 3 กลุ่มเขตหรือเขตชั้นภูมิ ตามที่ตั้งของพื้นที่ (กองควบคุมและจัดการคุณภาพสิ่งแวดล้อม สำนักปลัดกรุงเทพมหานคร, 2554) ได้แก่

1.1 ชั้นภูมิที่ 1 กลุ่มเขตชั้นใน ประกอบด้วย 21 เขตปกครอง ได้แก่ พระนคร ป้อมปราบศัตรูพ่าย สัมพันธวงศ์ ปทุมวัน บางรัก ยานนาวา สาทร บางคอแหลม ดุสิต บางซื่อ พญาไท ราชเทวี ดินแดง ห้วยขวาง คลองเตย จตุจักร ธนบุรี คลองสาน บางกอกน้อย บางกอกใหญ่ และวัฒนา

1.2 ชั้นภูมิที่ 2 กลุ่มเขตชั้นกลาง ประกอบด้วย 18 เขตปกครอง ได้แก่ พระโขนง ประเวศ บางเขน บางกะปิ ลาดพร้าว บึงกุ่ม บางพลัด ภาษีเจริญ จอมทอง ราษฎร์บูรณะ สวนหลวง บางนา ท่งครุ บางแค วังทองหลาง คันนายาว สะพานสูง และสายไหม

1.3 ชั้นภูมิที่ 3 กลุ่มเขตชั้นนอก ประกอบด้วย 11 เขตปกครอง ได้แก่ มีนบุรี ดอนเมือง หนองจอก ลาดกระบัง ตลิ่งชัน หนองแขม บางขุนเทียน หลักสี่ คลองสามวา บางบอน และทวีวัฒนา

**ขั้นตอนที่ 2** ผู้ศึกษาได้ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบกลุ่ม (Cluster random sampling) โดยในแต่ละกลุ่มเขต ตามที่ตั้งของพื้นที่ เลือกมา 20% (โดยประมาณ) จากเขตการปกครองทั้งหมดที่มี 50 เขต คือ 10 เขต ดังนั้นจะได้กลุ่มตัวอย่างจากแต่ละกลุ่มเขต

**ขั้นตอนที่ 3** ในแต่ละกลุ่มเขต ผู้ศึกษาได้แบ่งขนาดกลุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยทำการจับฉลากเพื่อเลือกเขตที่จะทำการสุ่มตัวอย่างในแต่ละกลุ่ม ซึ่งผลจากการจับฉลากได้เขตที่จำทำการเก็บข้อมูล ดังนี้

1. เขตชั้นใน ได้แก่ ปทุมวัน ห้วยขวาง คลองเตย บางซื่อ
2. เขตชั้นกลาง ได้แก่ ลาดพร้าว บางพลัด บางเขนบางแค
3. เขตชั้นนอก ได้แก่ ดอนเมือง และตลิ่งชัน

โดยทำการสุ่มตัวอย่างทั้งหมด 10 เขต เขตละ 30 คน รวมทั้งหมดเป็นกลุ่มตัวอย่าง 300 คนดังตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1

แสดงจำนวนเขตที่ถูกเลือกเป็นตัวอย่าง

เขต	จำนวนเขตทั้งหมด	จำนวนเขตตัวอย่าง	เขตตัวอย่าง
เขตชั้นใน	21	4	ปทุมวัน ห้วยขวาง คลองเตย บางซื่อ
เขตชั้นกลาง	18	4	ลาดพร้าว บางพลัด บางเขน บางแค
เขตชั้นนอก	4	2	ดอนเมือง ตลิ่งชัน
รวม	50	10	10

ที่มา: การแบ่งเขตการปกครอง, โดยกองควบคุมและจัดการคุณภาพสิ่งแวดล้อม สำนักปลัดกรุงเทพมหานคร, 2544.

**ขั้นตอนที่ 4** ใช้การสุ่มตัวอย่างโดยไม่อาศัยหลักความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) ด้วยการสุ่มตัวอย่างแบบตรงตามชนิด (Typical Sampling) คือ เลือกเฉพาะผู้ที่เคยเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย ในช่วงระยะเวลาภายใน 1 ปี ที่ผ่านมา และมีอายุระหว่าง 35 ปีขึ้นไปในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น

### 3.4 ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

จากวัตถุประสงค์ของการศึกษาได้กำหนดตัวแปรที่เกี่ยวข้องในการศึกษาดังต่อไปนี้

**สมมติฐานการวิจัยที่ 1** ความคาดหวังมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย

ตัวแปร คือ ความคาดหวังของผู้ชมก่อนที่จะเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย และการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย

**สมมติฐานการวิจัยที่ 2** การเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อรายการครัวคุณต๋อย

ตัวแปร คือ การเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อยและความพึงพอใจที่มีต่อรายการครัวคุณต๋อย

**สมมติฐานการวิจัยที่ 3** ความคาดหวังของผู้ชมก่อนเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย แตกต่างกับความพึงพอใจหลังเปิดรับชม

ตัวแปร คือความคาดหวังก่อนการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย และความพึงพอใจหลังเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย

### 3.5 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ผู้ศึกษาใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งมีทั้งคำถามปลายปิด (Close – ended question) คำถามปลายเปิด (Open – ended question) และคำถามแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ตอบคำถามด้วยตนเอง (Self – Administered Questionnaire) โดยแบ่งคำถามออกเป็น 7 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ และรายได้

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับรายการครัวคุณต๋อย

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับความคาดหวังก่อนการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย

ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมกาเปิดรับชมรายการคร้วคุณตอย

ส่วนที่ 5 คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจหลังจากเปิดรับชมที่มีรายการคร้วคุณตอย

ส่วนที่ 6 คำถามเกี่ยวกับแนวโน้มพฤติกรรมในการเปิดรับชมรายการคร้วคุณตอย

ส่วนที่ 7 คำถามเกี่ยวกับข้อเสนอแนะทั่วไปเกี่ยวกับรายการคร้วคุณตอย

### หลักเกณฑ์การให้คะแนน

**ส่วนที่ 1** คำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพสถานภาพสมรส และรายได้ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบกำหนดคำตอบให้ (Check List) จำนวน 6 ข้อ

**ส่วนที่ 2** คำถามเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับรายการคร้วคุณตอย ประกอบด้วยกาเปิดรับข่าวสารในสื่อประชาสัมพันธ์ และประเด็นข่าวสารที่เปิดรับเป็นประจำของรายการคร้วคุณตอย ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบกำหนดคำตอบให้ (Check List) จำนวน 2 ข้อ

**ส่วนที่ 3** คำถามเกี่ยวกับความคาดหวังก่อนกาเปิดรับชมรายการคร้วคุณตอยว่ามีความต้องการในด้านรูปแบบการนำเสนอรายการ ด้านคุณสมบัติพิธีกรรายการ ด้านเนื้อหารายการ ด้านข้อมูลข่าวสาร ด้านการปฏิสัมพันธ์กับสังคม ด้านเอกลักษณ์ของปัจเจกบุคคล และด้านความบันเทิง มากน้อยเพียงใดก่อนจะเปิดรับชมรายการเป็นแบบกำหนดคำตอบให้ (Check List) จำนวน 27 ข้อ

ในการวัดความคาดหวังก่อนกาเปิดรับชมรายการคร้วคุณตอย กลุ่มตัวอย่างจะต้องตอบคำถามในส่วนแบบประเมินค่าคำตอบจำกัด (Itemized Scale) โดยผู้ศึกษาได้กำหนดหัวข้อในการวัดความคาดหวังก่อนกาเปิดรับชมรายการคร้วคุณตอย ออกเป็น 7 ด้าน ดังนี้

1. ด้านรูปแบบการนำเสนอรายการ
2. ด้านคุณสมบัติพิธีกรรายการ
3. ด้านเนื้อหารายการ
4. ด้านข้อมูลข่าวสาร
5. ด้านการปฏิสัมพันธ์กับสังคม
6. ด้านเอกลักษณ์ของปัจเจกบุคคล
7. ด้านความบันเทิง

ผู้ศึกษาได้กำหนดคำถามให้กลุ่มตัวอย่างเลือกแสดงความคิดเห็นจากคำตอบที่มีให้เลือก 5 คำตอบ ดังนี้

ความคาดหวังมากที่สุด	ได้	5	คะแนน
ความคาดหวังมาก	ได้	4	คะแนน
ความคาดหวังปานกลาง	ได้	3	คะแนน



ความคาดหวังน้อย ได้ 2 คะแนน

ความคาดหวังน้อยที่สุด ได้ 1 คะแนน

ผู้ศึกษาได้วัดค่าเฉลี่ยความคาดหวังก่อนการเปิดรับชมรายการครีวคุณต่อๆ โดยนำคะแนนที่ได้จากแบบสอบถามส่วนที่ 4 มารวมกันแล้วหาค่าเฉลี่ย โดยมีเกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ยดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21-5.00 หมายถึง มีความคาดหวังอยู่ในระดับ มากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.41-4.20 หมายถึง มีความคาดหวังอยู่ในระดับ มาก

ค่าเฉลี่ย 2.61-3.40 หมายถึง มีความคาดหวังอยู่ในระดับ ปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.81-2.60 หมายถึง มีความคาดหวังอยู่ในระดับ น้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00-1.80 หมายถึง มีความคาดหวังอยู่ในระดับ น้อยที่สุด

สาเหตุที่มีการแบ่งเกณฑ์การวัดค่าเฉลี่ยในส่วนนี้ออกเป็น 5 ระดับ เนื่องจากศึกษาต้องการศึกษาค่าเฉลี่ยในด้านความคาดหวังก่อนในการเปิดรับชมอย่างละเอียด ได้แก่ ระดับน้อยที่สุด ระดับน้อย ระดับปานกลาง ระดับมาก และระดับมากที่สุด

**ส่วนที่ 4** คำถามเกี่ยวกับการเปิดรับชมรายการครีวคุณต่อๆจำนวน 4 ข้อ ซึ่งประกอบด้วย ความถี่ในการรับชมรายการใน 1 สัปดาห์ ระยะเวลาในการรับชมรายการ เป็นคำถามปลายเปิด จำนวน 2 ข้อ ลักษณะในการรับชมรายการ และลักษณะการเปิดรับชมรายการจากช่องทางอื่น ๆ เป็นคำถามปลายปิด แบบกำหนดคำตอบให้ จำนวน 2 ข้อ เป็นการวัดในระดับนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ในการวัดการเปิดรับชมรายการครีวคุณต่อๆ โดยผู้ศึกษาได้กำหนดคำตอบต่าง ๆ ออกเป็น 3 หัวข้อ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ความถี่ในการรับชมรายการต่อการชมรายการใน 1 สัปดาห์ เป็นคำถามปลายเปิดแบบจำนวน 1 ข้อ

2. ระยะเวลาในการรับชมรายการครีวคุณต่อๆ เป็นคำถามปลายเปิด จำนวน 1 ข้อ

3. ลักษณะการรับชมรายการครีวคุณต่อๆ เป็นแบบกำหนดคำตอบให้ (Check List) จำนวน 1 ข้อ

4. ลักษณะการเปิดรับชมรายการจากช่องทางอื่น ๆ เป็นแบบกำหนดคำตอบให้ (Check List) จำนวน 1 ข้อ

**ส่วนที่ 5** คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจหลังจากเปิดรับชมรายการครีวคุณต่อๆว่ามีความพึงพอใจต่อรายการในด้านรูปแบบการนำเสนอรายการ ด้านคุณสมบัติพิธีกรรายการ ด้านเนื้อหารายการ ด้านข้อมูลข่าวสาร ด้านการปฏิสัมพันธ์กับสังคม ด้านเอกลักษณ์ของปัจเจกบุคคล และด้านความบันเทิง มากน้อยเพียงใด แบบกำหนดคำตอบให้ จำนวน 27 ข้อ

ในการวัดความพึงพอใจหลังจากเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย กลุ่มตัวอย่างจะต้องตอบคำถามในส่วนแบบประเมินค่าคำตอบจำกัด (Itemized Scale) โดยผู้ศึกษาได้กำหนดหัวข้อในการวัดความพึงพอใจหลังการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย ออกเป็น 7 ด้าน ดังนี้

1. ด้านรูปแบบการนำเสนอรายการ
2. ด้านคุณสมบัติพิธีกรรายการ
3. ด้านเนื้อหารายการ
4. ด้านข้อมูลข่าวสาร
5. ด้านการปฏิสัมพันธ์กับสังคม
6. ด้านเอกลักษณ์ของปัจเจกบุคคล
7. ด้านความบันเทิง

ผู้ศึกษาได้กำหนดคำถามให้กลุ่มตัวอย่างเลือกแสดงความคิดเห็นจากคำตอบที่มีให้เลือก 5 คำตอบ ดังนี้

ความคาดหวังมากที่สุด	ได้	5	คะแนน
ความคาดหวังมาก	ได้	4	คะแนน
ความคาดหวังปานกลาง	ได้	3	คะแนน
ความคาดหวังน้อย	ได้	2	คะแนน
ความคาดหวังน้อยที่สุด	ได้	1	คะแนน

ผู้ศึกษาได้วัดค่าเฉลี่ยความพึงพอใจหลังจากเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย โดยนำคะแนนที่ได้จากแบบสอบถามส่วนที่ 5 มารวมกันแล้วหาค่าเฉลี่ย โดยมีเกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ย ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	4.21-5.00	หมายถึง	มีความพึงพอใจอยู่ในระดับ มากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	3.41-4.20	หมายถึง	มีความพึงพอใจอยู่ในระดับ มาก
ค่าเฉลี่ย	2.61-3.40	หมายถึง	มีความพึงพอใจอยู่ในระดับ ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	1.81-2.60	หมายถึง	มีความพึงพอใจอยู่ในระดับ น้อย
ค่าเฉลี่ย	1.00-1.80	หมายถึง	มีความพึงพอใจอยู่ในระดับ น้อยที่สุด

สาเหตุที่มีการแบ่งเกณฑ์การวัดค่าเฉลี่ยในส่วนนี้ออกเป็น 5 ระดับ เนื่องจากศึกษาต้องการศึกษาค่าเฉลี่ยในด้านความพึงพอใจหลังในการเปิดรับชมอย่างละเอียด ได้แก่ ระดับน้อยที่สุด ระดับน้อย ระดับปานกลาง ระดับมาก และระดับมากที่สุด

**ส่วนที่ 6** คำถามเกี่ยวกับแนวโน้มพฤติกรรมในการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อยว่ามีความตั้งใจที่จะเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อยต่อไปในอนาคต และความตั้งใจที่จะแนะนำคนอื่นให้เปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อยหรือไม่ แบบกำหนดคำตอบให้ จำนวน 2 ข้อ

ในการวัดแนวโน้มพฤติกรรมในการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อยกลุ่มตัวอย่างจะต้องตอบคำถามในส่วนแบบประเมินค่าคำตอบจำกัด (Itemized Scale) โดยผู้ศึกษาได้กำหนดหัวข้อในการวัดแนวโน้มพฤติกรรมในการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย ออกเป็น 2 ด้าน ดังนี้

1. ความตั้งใจที่เปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อยต่อไปในอนาคต
2. ความตั้งใจที่จะแนะนำคนอื่นให้เปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย

ผู้ศึกษาได้กำหนดคำถามให้กลุ่มตัวอย่างเลือกแสดงความคิดเห็นจากคำตอบที่มีให้เลือก 5 คำตอบ ดังนี้

ตั้งใจมากที่สุด	ได้	5	คะแนน
ตั้งใจมาก	ได้	4	คะแนน
ตั้งใจปานกลาง	ได้	3	คะแนน
ตั้งใจน้อย	ได้	2	คะแนน
ตั้งใจน้อยที่สุด	ได้	1	คะแนน

ผู้ศึกษาได้วัดค่าเฉลี่ยแนวโน้มพฤติกรรมในการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย โดยนำคะแนนที่ได้จากแบบสอบถามส่วนที่ 6 มารวมกันแล้วหาค่าเฉลี่ย โดยมีเกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ย ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	4.21-5.00	หมายถึง	มีความตั้งใจอยู่ในระดับ มากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	3.41-4.20	หมายถึง	มีความตั้งใจอยู่ในระดับ มาก
ค่าเฉลี่ย	2.61-3.40	หมายถึง	มีความตั้งใจอยู่ในระดับ ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	1.81-2.60	หมายถึง	มีความตั้งใจอยู่ในระดับ น้อย
ค่าเฉลี่ย	1.00-1.80	หมายถึง	มีความตั้งใจอยู่ในระดับ น้อยที่สุด

สาเหตุที่มีการแบ่งเกณฑ์การวัดค่าเฉลี่ยในส่วนนี้ออกเป็น 5 ระดับ เนื่องจากศึกษาต้องการศึกษาค่าเฉลี่ยในด้านความตั้งใจในการเปิดรับชมอย่างละเอียด ได้แก่ ระดับน้อยที่สุด ระดับน้อย ระดับปานกลาง ระดับมาก และระดับมากที่สุด

**ส่วนที่ 7** คำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่ผู้ชมมีต่อรายการครัวคุณต๋อย เป็นลักษณะคำถามปลายเปิด จำนวน 1 ข้อ

### 3.6 การทดสอบความเที่ยงตรงและเชื่อถือได้ของเครื่องมือวิจัย

ผู้ศึกษาได้ดำเนินการทดสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย โดยการทดสอบหาความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม ดังนี้

1. การทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) ผู้ศึกษาได้ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาใช้เป็นกรอบความคิดในการสร้างแบบสอบถาม หลังจากนั้นผู้ศึกษาได้นำแบบสอบถามเสนอให้ผู้ทรงคุณวุฒิ ได้แก่ อาจารย์ที่ปรึกษา และคณะกรรมการรายงานโครงการเฉพาะบุคคล เป็นผู้ตรวจสอบในด้านความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) ความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ (Wording) และความเที่ยงตรงด้านโครงสร้าง (Construct Validity) เพื่อขอคำแนะนำในการปรับปรุงแก้ไข เพื่อให้แบบสอบถามสามารถให้คำตอบในการศึกษาครั้งนี้ได้

2. การทดสอบความเชื่อถือได้ (Reliability) ผู้ศึกษาได้นำแบบสอบถามในการวิจัยไปทำการทดสอบกับกลุ่มประชากรที่มีคุณลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการทำการทดสอบเบื้องต้น (Pretest) จำนวน 30 ชุด เพื่อทดสอบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความเข้าใจในแบบสอบถามหรือไม่ จากนั้นนำมาหาค่าความเชื่อถือได้ของแบบสอบถาม โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์ของครอนบาค (Cronbach 's Alpha Coefficient) ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป ทั้งนี้ ผลการทดสอบหาค่าความเชื่อถือได้ หากมีค่าตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไป ถือว่าเชื่อถือได้ค่อนข้างสูง (สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2546, น. 261) ซึ่งผลการทดสอบความน่าเชื่อถือได้ของแบบสอบถามที่นำมาใช้ในการวิจัยครั้งนี้ มีค่า Cronbach 's Alpha ดังนี้

2.1 ค่าสัมประสิทธิ์ของครอนบาค (Cronbach 's Alpha Coefficient) รวม ของแบบสอบถามประเด็น ความคาดหวังก่อนการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย มีค่าเท่ากับ 0.946

2.2 ค่าสัมประสิทธิ์ของครอนบาค (Cronbach 's Alpha Coefficient) รวม ของแบบสอบถามประเด็น ความพึงพอใจหลังการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย มีค่าเท่ากับ 0.954

2.3 ค่าสัมประสิทธิ์ของครอนบาค (Cronbach 's Alpha Coefficient) รวม ของแบบสอบถามประเด็น แนวโน้มพฤติกรรมในการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย มีค่าเท่ากับ 0.938

จากผลการทดสอบความน่าเชื่อถือได้ (Reliability Coefficient) ของแบบสอบถามมีความเฉลี่ยเกินกว่า 0.70 ถือว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือในระดับที่ยอมรับได้ และสามารถนำไปใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ได้

### 3.7 การเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาเป็นผู้เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยวิธีการแจกแบบสอบถามจำนวน 300 ชุด ตามเขตพื้นที่ที่กำหนดไว้ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยให้กลุ่มตัวอย่าง เป็นผู้ตอบคำถามด้วยตนเอง (Self – Administered Questionnaire) ในช่วงวันที่ 5 มิถุนายน – 5 กรกฎาคม 2560 จากนั้นจะนำแบบสอบถามที่ได้รับมาตรวจความสมบูรณ์ และนำข้อมูลที่ได้มาดำเนินการ ดังนี้

1. ลงรหัส (Coding) ในแบบสอบถามทุกฉบับ เพื่อให้ข้อมูลอยู่ในรูปของตัวเลขหรือรหัส

2. ประมวลผล โดยนำข้อมูลที่บันทึกไว้มาประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ (SPSS for Windows)

3. แปลความหมายของข้อมูลที่ได้หลังจากประมวลผล และจัดทำตารางแสดงผลร้อยละ และค่าสถิติ เพื่อทำรายงานสรุปผลการศึกษาต่อไป

### 3.8 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังต่อไปนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เป็นการใช้ค่าสถิติ โดยการหาค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อพรรณนาข้อมูลการคาดหวังก่อนเปิดรับชม การเปิดรับชมรายการ ความพึงพอใจหลังเปิดรับชม และแนวโน้มพฤติกรรมที่กลุ่มตัวอย่างมีต่อการชมรายการด้วย รวมทั้งความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่มีต่อรายการ

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้ในการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตามในการทดสอบวัตถุประสงค์ต่าง ๆ ซึ่งสถิติที่นำมาใช้ในการวัดผล ได้แก่

การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยสำหรับประชากรกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน (t-test Independence) และการวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) โดยใช้การวิเคราะห์ ตามตารางที่ 3.2

## ตารางที่ 3.2

สมมติฐานการวิจัย สมมติฐานทางสถิติ และสถิติที่ใช้ในการทดสอบ

สมมติฐาน	สถิติที่ใช้ในการทดสอบ
<p><b>สมมติฐานการวิจัยที่ 1</b> ความคาดหวังมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย</p> <p><b>สมมติฐานการวิจัยที่ 1.1</b> ความคาดหวังด้านข้อมูลข่าวสารมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย</p> <p><b>โดยสมมติฐานทางสถิติที่ 1.1 ดังนี้</b></p> <p><math>H_0</math>: ความคาดหวังไม่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อยความถี่ (ครั้งต่อสัปดาห์)</p> <p><math>H_1</math>: ความคาดหวัง มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อยความถี่ (ครั้งต่อสัปดาห์)</p>	<p>Pearson's Product Moment Correlation Coefficient</p>
<p><b>สมมติฐานการวิจัยที่ 2</b> การเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อยมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อรายการครัวคุณต๋อย</p> <p><b>สมมติฐานทางสถิติที่ 2.1</b> การเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อยความถี่ (ครั้ง/สัปดาห์) มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อรายการครัวคุณต๋อย</p> <p><math>H_0</math>: การเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย ความถี่ (ครั้ง/สัปดาห์) ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อรายการครัวคุณต๋อย</p> <p><math>H_1</math>: การเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย ความถี่ (ครั้ง/สัปดาห์) มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวม ที่มีต่อรายการครัวคุณต๋อย</p>	

## ตารางที่ 3.2

สมมติฐานการวิจัย สมมติฐานทางสถิติ และสถิติที่ใช้ในการทดสอบ (ต่อ)

สมมติฐาน	สถิติที่ใช้ในการทดสอบ
<p><b>สมมติฐานการวิจัยที่ 3</b> ความคาดหวังของผู้ชมก่อนเปิดรับชมรายการครีวคุณต๋อย แตกต่างกับความพึงพอใจหลังเปิดรับชม</p> <p><b>โดยสมมติฐานทางสถิติที่ 3 ดังนี้</b></p> <p><math>H_0</math>: ความคาดหวังก่อนเปิดรับชม ไม่แตกต่างกับความพึงพอใจหลังเปิดรับชม</p> <p><math>H_1</math>: ความคาดหวังก่อนเปิดรับชม แตกต่างกับความพึงพอใจหลังเปิดรับชม</p>	<p>Dependent t-test</p>
<p><b>สมมติฐานการวิจัยที่ 3.1</b> ความคาดหวังด้านรูปแบบการนำเสนอรายการของผู้ชมก่อนเปิดรับชมรายการครีวคุณต๋อย แตกต่างกับความพึงพอใจด้านรูปแบบการนำเสนอรายการหลังเปิดรับชม</p> <p><b>โดยมีสมมติฐานการวิจัยที่ 3.1 ดังนี้</b></p> <p><math>H_0</math>: ความคาดหวังด้านรูปแบบการนำเสนอรายการของผู้ชมก่อนเปิดรับชมรายการครีวคุณต๋อย ไม่แตกต่างกับความพึงพอใจด้านรูปแบบการนำเสนอรายการหลังเปิดรับชม</p> <p><math>H_1</math>: ความคาดหวังด้านรูปแบบการนำเสนอรายการของผู้ชมก่อนเปิดรับชมรายการครีวคุณต๋อย แตกต่างกับความพึงพอใจด้านรูปแบบการนำเสนอรายการหลังเปิดรับชม</p>	



## ตารางที่ 3.2

สมมติฐานการวิจัย สมมติฐานทางสถิติ และสถิติที่ใช้ในการทดสอบ (ต่อ)

สมมติฐาน	สถิติที่ใช้ในการทดสอบ
<p><b>สมมติฐานการวิจัยที่ 3.2</b> ความคาดหวังด้านคุณสมบัติพิธีกรรายการของผู้ชมก่อนเปิดรับชมรายการครีวคุณต๋อย แตกต่างกับความพึงพอใจด้านคุณสมบัติพิธีกรรายการรายการหลังเปิดรับชม</p> <p><b>โดยมีสมมติฐานการวิจัยที่ 3.2 ดังนี้</b></p> <p><math>H_0</math>: ความคาดหวังด้านคุณสมบัติพิธีกรรายการของผู้ชมก่อนเปิดรับชมรายการครีวคุณต๋อย ไม่แตกต่างกับความพึงพอใจด้านคุณสมบัติพิธีกรรายการรายการหลังเปิดรับชม</p> <p><math>H_1</math>: ความคาดหวังด้านคุณสมบัติพิธีกรรายการของผู้ชมก่อนเปิดรับชมรายการครีวคุณต๋อย แตกต่างกับความพึงพอใจด้านคุณสมบัติพิธีกรรายการรายการหลังเปิดรับชม</p>	<p>Dependent</p> <p>t-test</p>
<p><b>สมมติฐานการวิจัยที่ 3.3</b> ความคาดหวังด้านเนื้อหารายการของผู้ชมก่อนเปิดรับชมรายการครีวคุณต๋อย แตกต่างกับความพึงพอใจด้านเนื้อหารายการหลังเปิดรับชม</p> <p><b>โดยมีสมมติฐานการวิจัยที่ 3.3 ดังนี้</b></p> <p><math>H_0</math>: ความคาดหวังด้านเนื้อหารายการของผู้ชมก่อนเปิดรับชมรายการครีวคุณต๋อย ไม่แตกต่างกับความพึงพอใจด้านเนื้อหารายการ หลังเปิดรับชม</p> <p><math>H_1</math>: ความคาดหวังด้านเนื้อหารายการของผู้ชมก่อนเปิดรับชมรายการครีวคุณต๋อย แตกต่างกับความพึงพอใจด้านเนื้อหารายการหลังเปิดรับชม</p>	

## ตารางที่ 3.2

สมมติฐานการวิจัย สมมติฐานทางสถิติ และสถิติที่ใช้ในการทดสอบ (ต่อ)

สมมติฐาน	สถิติที่ใช้ในการทดสอบ
<p><b>สมมติฐานการวิจัยที่ 3.4</b> ความคาดหวังด้านข้อมูลข่าวสารของผู้ชมก่อนเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย แตกต่างกับความพึงพอใจด้านข้อมูลข่าวสารหลังเปิดรับชม</p> <p><b>โดยมีสมมติฐานการวิจัยที่ 3.4 ดังนี้</b></p> <p><math>H_0</math>: ความคาดหวังด้านข้อมูลข่าวสารของผู้ชมก่อนเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย ไม่แตกต่างกับความพึงพอใจด้านข้อมูลข่าวสาร หลังเปิดรับชม</p> <p><math>H_1</math>: ความคาดหวังด้านข้อมูลข่าวสารของผู้ชมก่อนเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย แตกต่างกับความพึงพอใจด้านข้อมูลข่าวสาร หลังเปิดรับชม</p>	<p>Dependent t-test</p>
<p><b>สมมติฐานการวิจัยที่ 3.5</b> ความคาดหวังด้านการปฏิสัมพันธ์กับสังคมของผู้ชมก่อนเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย แตกต่างกับความพึงพอใจด้านการปฏิสัมพันธ์กับสังคมหลังเปิดรับชม</p> <p><b>โดยมีสมมติฐานการวิจัยที่ 3.5 ดังนี้</b></p> <p><math>H_0</math>: ความคาดหวังด้านการปฏิสัมพันธ์กับสังคมของผู้ชมก่อนเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย ไม่แตกต่างกับความพึงพอใจด้านการปฏิสัมพันธ์กับสังคม หลังเปิดรับชม</p> <p><math>H_1</math>: ความคาดหวังด้านการปฏิสัมพันธ์กับสังคมของผู้ชมก่อนเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย แตกต่างกับความพึงพอใจด้านการปฏิสัมพันธ์กับสังคม หลังเปิดรับชม</p>	

## ตารางที่ 3.2

สมมติฐานการวิจัย สมมติฐานทางสถิติ และสถิติที่ใช้ในการทดสอบ (ต่อ)

สมมติฐาน	สถิติที่ใช้ในการทดสอบ
<p><b>สมมติฐานการวิจัยที่ 3.6</b> ความคาดหวังด้านความบันเทิงของผู้ชมก่อนเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย แตกต่างกับความพึงพอใจด้านความบันเทิงหลังเปิดรับชม</p> <p><b>โดยมีสมมติฐานการวิจัยที่ 3.6 ดังนี้</b></p> <p><math>H_0</math>: ความคาดหวังด้านความบันเทิงของผู้ชมก่อนเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย ไม่แตกต่างกับความพึงพอใจด้านความบันเทิงหลังเปิดรับชม</p> <p><math>H_1</math>: ความคาดหวังด้านความบันเทิงของผู้ชมก่อนเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย แตกต่างกับความพึงพอใจด้านความบันเทิงหลังเปิดรับชม</p>	Dependent t-test
<p><b>สมมติฐานการวิจัยที่ 3.7</b> ความคาดหวังด้านเอกลักษณ์ของปัจเจกบุคคลของผู้ชมก่อนเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย แตกต่างกับความพึงพอใจด้านความบันเทิงหลังเปิดรับชม</p> <p><b>โดยมีสมมติฐานการวิจัยที่ 3.7 ดังนี้</b></p> <p><math>H_0</math>: ความคาดหวังด้านเอกลักษณ์ของปัจเจกบุคคลของผู้ชมก่อนเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย ไม่แตกต่างกับความพึงพอใจด้านความบันเทิง หลังเปิดรับชม</p> <p><math>H_1</math>: ความคาดหวังด้านเอกลักษณ์ของปัจเจกบุคคลของผู้ชมก่อนเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย แตกต่างกับความพึงพอใจด้านความบันเทิงหลังเปิดรับชม</p>	

## บทที่ 4

### ผลการวิจัย

การศึกษาเรื่อง“ความคาดหวัง และความพึงพอใจที่มีต่อรายการครัวคุณต๋อย” ใช้แนวทางการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ด้วยการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล และให้กลุ่มตัวอย่างกรอกแบบสอบถามเอง (Self-Administered Questionnaire) โดยทำการเก็บข้อมูล ณ เวลาใดเวลาหนึ่งเพียงครั้งเดียว (Cross-Sectional Study)กลุ่มตัวอย่างวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ชมรายการครัวคุณต๋อย ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 อายุระหว่าง 35 - 50 ปี และอายุ 51 ปีขึ้นไป อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 300 คน แบ่งการอภิปรายผลการวิจัยออกเป็น 7 ส่วนดังนี้

- 4.1 ข้อมูลลักษณะทางประชากร
- 4.2 การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับรายการครัวคุณต๋อย
- 4.3 ความคาดหวังก่อนการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย
- 4.4 พฤติกรรมการเปิดรับของผู้ชมรายการครัวคุณต๋อย
- 4.5 ความพึงพอใจหลังการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย
- 4.6 แนวโน้มพฤติกรรมการรับชมรายการครัวคุณต๋อย
- 4.7 การทดสอบสมมติฐาน

#### 4.1 ข้อมูลลักษณะทางประชากร

ตารางที่ 4.1

จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	79	26.3
หญิง	221	73.7
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 4.1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชาย จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 26.3 และเป็นเพศหญิง จำนวน 221 คน คิดเป็นร้อยละ 73.7

## ตารางที่ 4.2

จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
35 - 50 ปี	209	69.7
ตั้งแต่ 51 ปีขึ้นไป	91	20.3
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 4.2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีอายุ 35 - 50 ปี จำนวน 209 คน คิดเป็นร้อยละ 69.7 และอายุตั้งแต่ 51 ปีขึ้นไป จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 20.3

## ตารางที่ 4.3

จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เกินมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	43	14.4
อนุปริญญา/ปวส.	15	5.0
ปริญญาตรี	142	47.3
สูงกว่าปริญญาตรี	100	33.3
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 4.3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการศึกษาระดับปริญญาตรี มากที่สุด จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 47.3 รองลงมา คือ สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 ระดับการศึกษาไม่เกินมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 14.4 และอนุปริญญา/ปวส. จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 5.0 ตามลำดับ

## ตารางที่ 4.4

จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพสมรส

สถานภาพสมรส	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โสด	151	50.4
สมรส	130	43.3
หย่าร้าง/หม้าย	19	6.3
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 4.4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีสถานภาพโสด มากที่สุด จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 50.4 รองลงมา คือ สถานภาพสมรส จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 43.3 และสถานภาพหย่าร้าง/หม้าย จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 6.3 ตามลำดับ

## ตารางที่ 4.5

จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	7	2.3
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	84	28.0
พนักงานบริษัทเอกชน	74	24.7
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	72	24.0
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	40	13.3
รับจ้างอิสระ	23	7.7
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 4.5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มากที่สุด จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 28.0 รองลงมา คือ พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 24.7 และนักเรียน/นักศึกษา น้อยที่สุด จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 2.3

## ตารางที่ 4.6

จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้ส่วนตัว

รายได้ส่วนตัว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 7,500 บาท	28	9.3
7,501-18,000 บาท	57	19.0
18,001-24,000 บาท	41	13.7
24,001-35,000 บาท	76	25.3
35,001-50,000 บาท	56	18.7
50,001 บาทขึ้นไป	42	14.0
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 4.6 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีรายได้ส่วนตัว 24,001- 35,000 บาท มากที่สุด จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 25.3 รองลงมา คือ รายได้ 7,501-18,000 บาท จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 19.0 และรายได้ต่ำกว่า 7,500 บาท น้อยที่สุด จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 9.3

## 4.2 การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับรายการครัวคุณต๋อย

## ตารางที่ 4.7

จำนวนและร้อยละของการเปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับรายการครัวคุณต๋อย จำแนกตามประเภทสื่อ

ประเภทสื่อ	จำนวน (คำตอบ)*	ร้อยละ
สื่อโทรทัศน์	281	51.7
สื่อนอกบ้าน (ป้ายบิลบอร์ด/คัทเอ้าท์/แผ่นป้ายโฆษณาบน รถไฟฟ้า/รถประจำทาง)	10	1.8
สื่อออนไลน์ (เฟซบุ๊ก รายการ/เว็บไซต์/แอปพลิเคชันครัวคุณต๋อย)	148	27.3



## ตารางที่ 4.7

จำนวนและร้อยละของการเปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับรายการครัวคุณต๋อย จำแนกตามประเภทสื่อ (ต่อ)

ประเภทสื่อ	จำนวน (คำตอบ)*	ร้อยละ
สื่อสิ่งพิมพ์ (นิตยสารครัวคุณต๋อย)	35	6.4
กิจกรรมพิเศษของรายการ (งานมหกรรมอาหาร“ครัวคุณต๋อย EXPO”)	23	4.2
บุคคลในครอบครัว เพื่อน และคนรู้จัก	46	8.6
รวม	543	100.0

หมายเหตุ. \*เลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตารางที่ 4.7 พบว่า กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับรายการครัวคุณต๋อย จากสื่อโทรทัศน์ มากที่สุด จำนวน 281 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 51.7 รองลงมา คือ สื่อออนไลน์ (เฟซบุ๊กรายการ/เว็บไซต์/แอปพลิเคชันครัวคุณต๋อย) จำนวน 148 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 27.3 และ สื่อนอกบ้าน (ป้ายบิลบอร์ด/คัทเอ้าท์/แผ่นป้ายโฆษณาบนรถไฟฟ้า/รถประจำทาง) น้อยที่สุด จำนวน 10 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 1.8

## ตารางที่ 4.8

จำนวนและร้อยละของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับรายการครัวคุณต๋อย จำแนกตามประเภทข่าวสาร

ประเภทข่าวสาร	จำนวน (คำตอบ)*	ร้อยละ
เมนูอาหาร	285	56.9
แซกรับเชิญในรายการ (เซฟ/ผู้เชี่ยวชาญในด้านอาหาร/เจ้าของร้านอาหาร)	131	26.1
กิจกรรมพิเศษต่าง ๆ เช่น งานมหกรรมครัวคุณต๋อย	70	14.0
การแจกของรางวัลในรายการ	15	3.0
รวม	501	100.0

หมายเหตุ. \*เลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตารางที่ 4.8 พบว่า กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับรายการครัวคุณต๋อย เกี่ยวกับเมนูอาหาร มากที่สุด จำนวน 285 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 56.9 รองลงมา คือ เกี่ยวกับแขก รับเชิญในรายการ (เซฟ/ผู้เชี่ยวชาญในด้านอาหาร/เจ้าของร้านอาหาร) จำนวน 131 คำตอบ คิดเป็น ร้อยละ 26.1 เกี่ยวกับกิจกรรมพิเศษต่าง ๆ เช่น งานมหกรรมครัวคุณต๋อย จำนวน 70 คำตอบ คิดเป็น ร้อยละ 14.0 และเกี่ยวกับการแจกของรางวัลในรายการ จำนวน 15 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 3.0 ตามลำดับ

#### 4.3 ความคาดหวังก่อนการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย

ตารางที่ 4.9

จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังก่อนการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย ด้านรูปแบบการนำเสนอรายการ

ประเด็นความคาดหวัง	ระดับความคาดหวัง					รวม	ค่าเฉลี่ย (ระดับ ความ คาดหวัง)	ค่า เบี่ยงเบน มาตรฐาน
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
การนำเสนอในช่วงที่ 1 มี ความน่าสนใจ และ สนุกสนาน (ช่วงตอบ จดหมาย/การแนะนำเรื่อง ใกล้ครัว เช่น เคล็ดลับต่าง ๆ และเมนูเด็ด	37 (12.3)	99 (33.0)	140 (46.7)	12 (4.0)	12 (4.0)	300 (100.0)	3.46 (มาก)	0.904
การนำเสนอในช่วงที่ 2 มี ความน่าสนใจชวนติดตาม (ช่วงนำเสนออาหารอร่อย และหาทานได้ยาก โดยมี แขกรับเชิญมาปรุงอาหาร แบบสด ๆ )	96 (32.0)	140 (46.6)	60 (20.0)	2 (0.7)	2 (0.7)	300 (100.0)	4.09 (มาก)	0.775

ตารางที่ 4.9

จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังก่อนการเปิดรับชมรายการครัว  
คุณต๋อย ด้านรูปแบบการนำเสนอรายการ (ต่อ)

ประเด็นความคาดหวัง	ระดับความคาดหวัง					รวม	ค่าเฉลี่ย (ระดับ ความ คาดหวัง)	ค่า เบี่ยงเบน มาตรฐาน
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
แขกรับเชิญ ได้แก่ เชฟ และ ผู้เชี่ยวชาญด้านอาหารที่มา สอนทำอาหารมีความน่าสนใจ	73 (24.3)	164 (54.7)	56 (18.7)	6 (2.0)	1 (0.3)	300 (100.0)	4.01 (มาก)	0.736
ช่วงเวลาที่ออกอากาศ (ออกอากาศทุกวันจันทร์- ศุกร์ เวลา 13.40-14.10 น.) มีความเหมาะสม	62 (20.7)	104 (34.6)	96 (32.0)	29 (9.7)	9 (3.0)	300 (100.0)	3.60 (มาก)	1.015
ฉากในรายการและเทคนิค ด้านแสง สี ช่วยสร้าง บรรยากาศในการชมรายการมี ความตื่นตาตื่นใจเหมาะสมกับ รูปแบบรายการ	31 (10.3)	122 (40.7)	111 (37.0)	26 (8.7)	10 (3.3)	300 (100.0)	3.46 (มาก)	0.912
ดนตรีประกอบรายการช่วย สร้างบรรยากาศในการชม รายการให้มีความตื่นเต้นมาก ยิ่งขึ้น	53 (17.7)	103 (34.4)	106 (35.3)	28 (9.3)	10 (3.3)	300 (100.0)	3.54 (มาก)	0.996
ค่าเฉลี่ย							3.69 (มาก)	0.636

จากตารางที่ 4.9 พบว่า โดยภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังก่อนการเปิดรับชม  
รายการครัวคุณต๋อย ด้านรูปแบบการนำเสนอรายการ มีค่าเฉลี่ย 3.69 หมายถึง กลุ่มตัวอย่างมีความ  
คาดหวังมากก่อนการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย ด้านรูปแบบการนำเสนอรายการ ในประเด็น การ

นำเสนอในช่วงที่ 2 มีความน่าสนใจชวนติดตาม (ช่วงนำเสนออาหารอร่อยและหาทานได้ยาก โดยมีแขกรับเชิญมาปรุงอาหารแบบสด ๆ ) มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.09 ถือว่ามีความคาดหวังมาก รองลงมาคือ ประเด็น แขกรับเชิญ ได้แก่ เชฟ และผู้เชี่ยวชาญด้านอาหารที่มาสอนทำอาหาร มีความน่าสนใจ มีค่าเฉลี่ย 4.01 ถือว่ามีความคาดหวังมาก และประเด็น การนำเสนอในช่วงที่ 1 มีความน่าสนใจและสนุกสนาน (ช่วงตอบจดหมาย/การแนะนำเรื่องใกล้ครัว เช่น เคล็ดลับต่าง ๆ และเมนูเด็ด และประเด็น ฉากในรายการ และเทคนิคด้านแสง สี ช่วยสร้างบรรยากาศในการชมรายการมีความตื่นตาตื่นใจเหมาะสมกับรูปแบบรายการ น้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.46 เท่ากัน ถือว่ามีความคาดหวังมาก

#### ตารางที่ 4.10

จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังก่อนการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย ด้านคุณสมบัติพิธีกรรายการ

ประเด็นความคาดหวัง	ระดับความคาดหวัง					รวม	ค่าเฉลี่ย (ระดับ ความ คาดหวัง)	ค่า เบี่ยงเบน มาตรฐาน
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
พิธีกรมีบุคลิกภาพเหมาะสมกับรูปแบบรายการ	63 (21.0)	135 (45.0)	82 (27.3)	9 (3.0)	11 (3.7)	300 (100.0)	3.77 (มาก)	0.939
พิธีกรสามารถใช้คำพูดโน้มน้าวใจให้ผู้ชมและแขกรับเชิญรู้สึกคล้อยตาม และสนุกสนานในการดำเนินรายการ	89 (29.7)	131 (43.6)	59 (19.7)	9 (3.0)	12 (4.0)	300 (100.0)	3.92 (มาก)	0.985
พิธีกรมีความรู้ในข้อมูลต่าง ๆ ที่จะนำเสนอ	72 (24.0)	144 (48.0)	67 (22.3)	8 (2.7)	9 (3.0)	300 (100.0)	3.87 (มาก)	0.909
พิธีกรมีความสามารถในการจัดการและแก้ไขเหตุการณ์เฉพาะหน้าได้ดี	69 (23.0)	151 (50.0)	64 (21.3)	11 (3.7)	5 (1.7)	300 (100.0)	3.89 (มาก)	0.855
ค่าเฉลี่ย							3.86 (มาก)	0.816

จากตารางที่ 4.10 พบว่า โดยภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังก่อนการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย ด้านคุณสมบัติพิธีกรรายการ มีค่าเฉลี่ย 3.86 หมายถึง กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังมากก่อนการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย ด้านคุณสมบัติพิธีกรรายการ ในประเด็น พิธีกรสามารถใช้คำพูดโน้มน้าวใจให้ผู้ชมและแขกรับเชิญรู้สึกคล้อยตาม และสนุกสนานในการดำเนินรายการ มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.92 ถือว่ามีความคาดหวังมาก รองลงมา คือ ประเด็น พิธีกรมีความสามารถในการจัดการและแก้ไขเหตุการณ์เฉพาะหน้าได้ดี มีค่าเฉลี่ย 3.89 ถือว่ามีความคาดหวังมาก และประเด็น พิธีกรมีบุคลิกภาพเหมาะสมกับรูปแบบรายการ น้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.77 ถือว่ามีความคาดหวังมาก

#### ตารางที่ 4.11

จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังก่อนการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย ด้านเนื้อหารายการ

ประเด็นความคาดหวัง	ระดับความคาดหวัง					รวม	ค่าเฉลี่ย (ระดับ ความ คาดหวัง)	ค่า เบี่ยงเบน มาตรฐาน
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
ได้รับข้อมูลข่าวสารตามที่คาดหวังไว้	54 (18.0)	162 (54.0)	78 (26.0)	5 (1.7)	1 (0.3)	300 (100.0)	3.88 (มาก)	0.723
สามารถนำข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากรายการไปพูดคุยกับบุคคลอื่นตามที่คาดหวังไว้	79 (26.3)	121 (40.4)	84 (28.0)	13 (4.3)	3 (1.0)	300 (100.0)	3.87 (มาก)	0.890
ได้รับความสนุกสนานจากการชมรายการตามที่คาดหวังไว้	90 (30.0)	133 (44.4)	60 (20.0)	10 (3.3)	7 (2.3)	300 (100.0)	3.96 (มาก)	0.919
รายการมีรูปแบบแปลกใหม่	48 (16.0)	125 (41.7)	91 (30.0)	26 (8.7)	10 (3.3)	300 (100.0)	3.58 (มาก)	0.969
เนื้อหารายการมีความน่าเชื่อถือ	76 (25.3)	151 (50.3)	55 (18.4)	10 (3.3)	8 (2.7)	300 (100.0)	3.92 (มาก)	0.898

## ตารางที่ 4.11

จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังก่อนการเปิดรับชมรายการครัว  
คุณต๋อย ด้านเนื้อหารายการ (ต่อ)

ประเด็นความคาดหวัง	ระดับความคาดหวัง					รวม	ค่าเฉลี่ย (ระดับ ความ คาดหวัง)	ค่า เบี่ยงเบน มาตรฐาน
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
เนื้อหารายการมีความ ทันสมัย เหมาะกับ สถานการณ์ปัจจุบัน	71 (23.7)	151 (50.2)	65 (21.7)	11 (3.7)	2 (0.7)	300 (100.0)	3.93 (มาก)	0.810
ค่าเฉลี่ย	3.86 (มาก)	0.743						

จากตารางที่ 4.11 พบว่า โดยภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังก่อนการเปิดรับชม  
รายการครัวคุณต๋อย ด้านเนื้อหารายการ มีค่าเฉลี่ย 3.86 หมายถึง กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังมาก  
ก่อนการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย ด้านเนื้อหารายการ ในประเด็น ได้รับความสนุกสนานจากการ  
ชมรายการตามที่คาดหวังไว้ มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.96 ถือว่ามีความคาดหวังมาก รองลงมา คือ  
ประเด็น เนื้อหารายการมีความทันสมัย เหมาะกับสถานการณ์ปัจจุบัน มีค่าเฉลี่ย 3.93 ถือว่ามีความ  
คาดหวังมาก และประเด็น รายการมีรูปแบบแปลกใหม่ น้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.58 ถือว่ามีความ  
คาดหวังมาก

ตารางที่ 4.12

จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังก่อนการเปิดรับชมรายการครัว  
คุณต๋อย ด้านข้อมูลข่าวสาร

ประเด็นความคาดหวัง	ระดับความคาดหวัง					รวม	ค่าเฉลี่ย (ระดับ ความ คาดหวัง)	ค่า เบี่ยงเบน มาตรฐาน
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
ได้รับความรู้จากในเรื่อง ร้านอาหารที่ตนเองสนใจ	91 (30.4)	141 (47.0)	57 (19.0)	10 (3.3)	1 (0.3)	300 (100.0)	4.04 (มาก)	0.811
ได้รับความรู้ทางด้าน อาหารเพิ่มมากขึ้น	94 (31.3)	162 (54.0)	38 (12.7)	5 (1.7)	1 (0.3)	300 (100.0)	4.14 (มาก)	0.720
ตอบสนองต่อความอยาก รู้อยากเห็นและความ สนใจในเรื่องอาหารที่หา ทานยากในปัจจุบัน	117 (39.0)	122 (40.6)	51 (17.0)	8 (2.7)	2 (0.7)	300 (100.0)	4.15 (มาก)	0.841
นำความรู้ที่ได้รับจาก รายการมาประกอบอาชีพ เพื่อสร้างรายได้ให้แก่ ตนเอง	64 (21.3)	115 (38.3)	78 (26.0)	29 (9.7)	14 (4.7)	300 (100.0)	3.62 (มาก)	1.067
ค่าเฉลี่ย							3.99 (มาก)	0.715

จากตารางที่ 4.12 พบว่า โดยภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังก่อนการเปิดรับชม  
รายการครัวคุณต๋อย ด้านข้อมูลข่าวสาร มีค่าเฉลี่ย 3.99 หมายถึง กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังมาก  
ก่อนการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย ด้านข้อมูลข่าวสาร ในประเด็น ตอบสนองต่อความอยาก  
รู้อยากเห็นและความสนใจในเรื่องอาหารที่หาทานยากในปัจจุบัน มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.15 ถือว่า  
มีความคาดหวังมาก รองลงมา คือ ประเด็น ได้รับความรู้ทางด้านอาหารเพิ่มมากขึ้น มีค่าเฉลี่ย 4.14  
ถือว่ามีความคาดหวังมาก และประเด็น นำความรู้ที่ได้รับจากรายการมาประกอบอาชีพเพื่อสร้าง  
รายได้ให้แก่ตนเอง น้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.62 ถือว่ามีความคาดหวังมาก



ตารางที่ 4.13

จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังก่อนการเปิดรับชมรายการครัว  
คุณต่อๆ ด้านการปฏิสัมพันธ์กับสังคม

ประเด็นความคาดหวัง	ระดับความคาดหวัง					รวม	ค่าเฉลี่ย (ระดับ ความ คาดหวัง)	ค่า เบี่ยงเบน มาตรฐาน
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
สามารถนำเรื่องราวที่ ได้รับจากรายการไปเป็น หัวข้อสนทนากับบุคคล อื่นในสังคมได้	42 (14.0)	122 (40.7)	104 (34.6)	18 (6.0)	14 (4.7)	300 (100.0)	3.53 (มาก)	0.965
เสริมสร้างความสัมพันธ์ ระหว่างครอบครัวเช่นการ ไปรับประทานอาหาร ณ ร้านอาหารที่ทางรายการ แนะนำ	60 (21.0)	138 (46.0)	71 (23.7)	20 (6.8)	11 (3.7)	300 (100.0)	3.72 (มาก)	0.979
ค่าเฉลี่ย							3.63 (มาก)	0.926

จากตารางที่ 4.13 พบว่า โดยภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังก่อนการเปิดรับชม  
รายการครัวคุณต่อๆ ด้านการปฏิสัมพันธ์กับสังคม มีค่าเฉลี่ย 3.63 หมายถึง กลุ่มตัวอย่างมีความ  
คาดหวังมากก่อนการเปิดรับชมรายการครัวคุณต่อๆ ด้านการปฏิสัมพันธ์กับสังคม ในประเด็น  
เสริมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างครอบครัว เช่นการไปรับประทานอาหาร ณ ร้านอาหารที่ทางรายการ  
แนะนำ มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.72 ถือว่ามีความคาดหวังมาก รองลงมา คือ ประเด็น สามารถนำ  
เรื่องราวที่ได้รับจากรายการไปเป็นหัวข้อสนทนากับบุคคลอื่นในสังคมได้ มีค่าเฉลี่ย 3.53 ถือว่ามีความ  
คาดหวังมาก

## ตารางที่ 4.14

จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังก่อนการเปิดรับชมรายการครัว  
คุณต๋อย ด้านความบันเทิง

ประเด็นความคาดหวัง	ระดับความคาดหวัง					รวม	ค่าเฉลี่ย (ระดับ ความ คาดหวัง)	ค่า เบี่ยงเบน มาตรฐาน
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
ผ่อนคลายความเครียด	104 (34.7)	108 (36.0)	72 (24.0)	4 (1.3)	12 (4.0)	300 (100.0)	3.96 (มาก)	1.001
ได้รับความเพลิดเพลิน	111 (37.0)	104 (34.7)	70 (23.3)	5 (1.7)	10 (3.3)	300 (100.0)	4.00 (มาก)	0.987
ใช้เวลาว่างให้เป็น ประโยชน์	102 (34.0)	100 (33.3)	79 (26.3)	8 (2.7)	11 (3.7)	300 (100.0)	3.91 (มาก)	1.018
ค่าเฉลี่ย							3.96 (มาก)	0.956

จากตารางที่ 4.14 พบว่า โดยภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังก่อนการเปิดรับชม  
รายการครัวคุณต๋อย ด้านความบันเทิง มีค่าเฉลี่ย 3.96 หมายถึง กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังมาก  
ก่อนการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย ด้านความบันเทิง ในประเด็น ได้รับความเพลิดเพลิน มากที่สุด  
มีค่าเฉลี่ย 4.00 ถือว่ามีความคาดหวังมาก รองลงมา คือ ประเด็น ผ่อนคลายความเครียด มีค่าเฉลี่ย  
3.96 ถือว่ามีความคาดหวังมาก และประเด็น ใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ น้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.91

ตารางที่ 4.15

จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังก่อนการเปิดรับชมรายการครัว  
คุณต๋อย ด้านเอกลักษณ์ของปัจเจกบุคคล

ประเด็นความคาดหวัง	ระดับความคาดหวัง					รวม	ค่าเฉลี่ย (ระดับ ความ คาดหวัง)	ค่า เบี่ยงเบน มาตรฐาน
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
เสริมสร้างเอกลักษณ์ของ ตนเองให้เป็นผู้มีความ รอบรู้ทางด้านอาหารมาก ขึ้น	51 (17.0)	126 (42.0)	94 (31.3)	21 (7.0)	8 (2.7)	300 (100.0)	3.64 (มาก)	0.935
เสริมสร้างเอกลักษณ์ของ ตนเองในการนำข้อมูล ข่าวสารในรายการมาใช้ อ้างอิงในการสนทนาของ ตนเอง เพื่อเพิ่มความ น่าเชื่อถือมากขึ้น	50 (16.7)	128 (42.6)	90 (30.0)	21 (7.0)	11 (3.7)	300 (100.0)	3.62 (มาก)	0.966
ค่าเฉลี่ย							3.63 (มาก)	0.920

จากตารางที่ 4.15 พบว่า โดยภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังก่อนการเปิดรับชม  
รายการครัวคุณต๋อย ด้านเอกลักษณ์ของปัจเจกบุคคล มีค่าเฉลี่ย 3.63 หมายถึง กลุ่มตัวอย่างมีความ  
คาดหวังมากก่อนการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย ด้านเอกลักษณ์ของปัจเจกบุคคล ในประเด็น  
เสริมสร้างเอกลักษณ์ของตนเองให้เป็นผู้มีความรอบรู้ทางด้านอาหารมากขึ้น มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย  
3.64 ถือว่ามีความคาดหวังมาก รองลงมา คือ ประเด็น เสริมสร้างเอกลักษณ์ของตนเองในการนำ  
ข้อมูลข่าวสารในรายการมาใช้อ้างอิงในการสนทนาของตนเอง เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือมากขึ้น มี  
ค่าเฉลี่ย 3.62 ถือว่ามีความคาดหวังมาก

ตารางที่ 4.16

ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของของความคาดหวังก่อนการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย

ประเด็นความคาดหวัง	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความคาดหวัง
ด้านรูปแบบการนำเสนอรายการ	3.69	0.636	มาก
ด้านคุณสมบัติพิธีกรรายการ	3.86	0.816	มาก
ด้านเนื้อหารายการ	3.86	0.743	มาก
ด้านข้อมูลข่าวสาร	3.99	0.715	มาก
ด้านการปฏิสัมพันธ์กับสังคม	3.63	0.926	มาก
ด้านความบันเทิง	3.96	0.956	มาก
ด้านเอกลักษณ์ของปัจเจกบุคคล	3.63	0.920	มาก
ค่าเฉลี่ย	3.82	0.668	มาก

จากตารางที่ 4.16 พบว่า โดยภาพรวมความคาดหวังก่อนการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อยของกลุ่มตัวอย่าง มีค่าเฉลี่ย 3.82 ถือว่า มีความคาดหวังมาก รายละเอียดดังนี้

กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังก่อนการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย ด้านข้อมูลข่าวสารมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.99 ถือว่ามีความคาดหวังมาก รองลงมา คือ ด้านความบันเทิง มีค่าเฉลี่ย 3.96 ถือว่ามีความคาดหวังมาก และด้านการปฏิสัมพันธ์กับสังคม กับด้านเอกลักษณ์ของปัจเจกบุคคล น้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.63 เท่ากัน ถือว่ามีความคาดหวังมาก

#### 4.4 พฤติกรรมการเปิดรับของผู้ชมรายการครัวคุณต๋อย

ตารางที่ 4.17

จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความถี่ (ครั้ง/สัปดาห์) ในการรับชมรายการ ครัวคุณต๋อย

ความถี่ (ครั้ง/สัปดาห์)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1	84	28.0
2	39	13.0
3	50	16.6
4	29	9.7
5	98	32.7
รวม	300	100.0
ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.06 หรือ 3 (ครั้ง/สัปดาห์)		
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.631 (ครั้ง/สัปดาห์)		

จากตารางที่ 4.17 พบว่า กลุ่มตัวอย่างรับชมรายการครัวคุณต๋อยโดยเฉลี่ย 3.06 หรือ 3 ครั้ง/สัปดาห์ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.631 ครั้ง/สัปดาห์ โดยมีความถี่ 5 ครั้ง/สัปดาห์ มากที่สุด จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 32.7 รองลงมา คือ ความถี่ 1 ครั้ง/สัปดาห์ จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 28.0 และความถี่ 4 ครั้ง/สัปดาห์ น้อยที่สุด จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 9.7

## ตารางที่ 4.18

จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระยะเวลาในการติดตามชมรายการครัวคุณต๋อย

ระยะเวลา (ปี)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1	47	15.7
2	89	29.7
3	55	18.3
4	109	36.3
รวม	300	100.0
ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 2.75 หรือ 3 (ปี)		
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.109 (ปี)		

จากตารางที่ 4.18 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระยะเวลาในการรับชมรายการครัวคุณต๋อยโดยเฉลี่ย 2.75 หรือ 3 ปี ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.109 ปี โดยมีระยะเวลาในการรับชม 4 ปี มากที่สุด จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 36.3 รองลงมา คือ ระยะเวลา 2 ปี จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 29.7 และระยะเวลา 1 ปี น้อยที่สุด จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 15.7

## ตารางที่ 4.19

จำนวนและร้อยละของลักษณะการรับชมรายการครัวคุณต๋อย

ลักษณะการรับชม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ตั้งใจชมตลอดทั้งรายการ	116	38.7
ชมเรื่อย ๆ ตั้งใจชมเฉพาะช่วงที่สนใจ	111	37.0
ชมเรื่อย ๆ แต่เปลี่ยนช่องสลับไปมากับช่องอื่น	37	12.3
เปิดทิ้งไว้ ชมบ้าง ไม่ชมบ้าง	31	10.3
เปิดทิ้งไว้เป็นเพื่อน ไม่ได้ตั้งใจชม	5	1.7
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 4.19 พบว่ากลุ่มตัวอย่างรับชมรายการครัวคุณต๋อยอย่างตั้งใจชมตลอดทั้งรายการ มากที่สุด จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 38.7 รองลงมา คือ ชมเรื่อย ๆ ตั้งใจชมเฉพาะ

ช่วงที่สนใจ จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 37.0 และเปิดทิ้งไว้เป็นเพื่อน ไม่ได้ตั้งใจชม น้อยที่สุด จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.7

ตารางที่ 4.20

จำนวนและร้อยละของช่องทางในการรับชมรายการ

ช่องทางในการรับชม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โทรทัศน์	224	74.6
ชมย้อนหลังใน Born TV Official ของ Youtube	41	13.7
เฟซบุ๊ก लाईฟ (Facebook LIVE) รายการครัวคุณต๋อย	29	9.7
แอปพลิเคชัน (Application) รายการครัวคุณต๋อย	6	2.0
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 4.20 พบว่ากลุ่มตัวอย่างรับชมรายการครัวคุณต๋อย ผ่านทางโทรทัศน์ มากที่สุด จำนวน 224 คน คิดเป็นร้อยละ 74.6 รองลงมา คือ ชมย้อนหลังใน Born TV Official ของ Youtube จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 13.7 รับชมผ่านเฟซบุ๊ก लाईฟ (Facebook LIVE) รายการครัวคุณต๋อย จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 9.7 และแอปพลิเคชัน (Application) รายการครัวคุณต๋อย น้อยที่สุด จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0 ตามลำดับ



#### 4.5 ความพึงพอใจหลังการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย

ตารางที่ 4.21

จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจหลังการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย ด้านรูปแบบการนำเสนอรายการ

ประเด็นความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ					รวม	ค่าเฉลี่ย (ระดับ ความ พึงพอใจ)	ค่า เบี่ยงเบน มาตรฐาน
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
การนำเสนอในช่วงที่ 1 มีความน่าสนใจ และสนุกสนาน (ช่วงตอบจดหมาย/การแนะนำเรื่องใกล้ครัว เช่น เคล็ดลับต่าง ๆ และเมนูเด็ด	44 (14.6)	129 (43.0)	101 (33.7)	14 (4.7)	12 (4.0)	300 (100.0)	3.60 (มาก)	0.933
การนำเสนอในช่วงที่ 2 มีความน่าสนใจชวนติดตาม (ช่วงนำเสนออาหารอร่อยและหาทานได้ยาก โดยมีแขกรับเชิญมาปรุงอาหารแบบสด ๆ )	94 (31.3)	141 (47.0)	56 (18.7)	9 (3.0)	-	300 (100.0)	4.07 (มาก)	0.786
แขกรับเชิญ ได้แก่ เชฟ และผู้เชี่ยวชาญด้านอาหารที่มาสอนทำอาหารมีความน่าสนใจ	92 (30.7)	144 (48.0)	58 (19.3)	5 (1.7)	1 (0.3)	300 (100.0)	4.07 (มาก)	0.771
ช่วงเวลาี้ออกอากาศ (ออกอากาศทุกวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 13.40-4.10 น.)มีความเหมาะสม	44 (14.6)	130 (43.3)	89 (29.7)	23 (7.7)	14 (4.7)	300 (100.0)	3.56 (มาก)	0.988

ตารางที่ 4.21

จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจหลังการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย ด้านรูปแบบการนำเสนอรายการ (ต่อ)

ประเด็นความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ					รวม	ค่าเฉลี่ย (ระดับ ความ พึงพอใจ)	ค่า เบี่ยงเบน มาตรฐาน
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
ฉากในรายการและเทคนิค ด้านแสง สี ช่วยสร้าง บรรยากาศในการชมรายการ มีความตื่นตาตื่นใจเหมาะสม กับรูปแบบรายการ	33 (11.0)	127 (42.3)	103 (34.4)	25 (8.3)	12 (4.0)	300 (100.0)	3.48 (มาก)	0.938
ดนตรีประกอบรายการช่วย สร้างบรรยากาศในการชม รายการให้มีความตื่นเต้น มากยิ่งขึ้น	54 (18.0)	97 (32.3)	110 (36.7)	29 (9.7)	10 (3.3)	300 (100.0)	3.52 (มาก)	1.003
ค่าเฉลี่ย							3.72 (มาก)	0.727

จากตารางที่ 4.21 พบว่า โดยภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจหลังการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย ด้านรูปแบบการนำเสนอรายการ มีค่าเฉลี่ย 3.72 หมายถึง กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจมากหลังการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย ด้านรูปแบบการนำเสนอรายการ ในประเด็นการนำเสนอในช่วงที่ 2 มีความน่าสนใจชวนติดตาม (ช่วงนำเสนออาหารอร่อยและหาทานได้ยาก โดยมีแขกรับเชิญมาปรุงอาหารแบบสด ๆ ) และประเด็น แขกรับเชิญ ได้แก่ เชฟ และผู้เชี่ยวชาญด้านอาหารที่มาสอนทำอาหาร มีความน่าสนใจ มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.07 เท่ากัน ถือว่ามีความพึงพอใจมาก รองลงมา คือ ประเด็น การนำเสนอในช่วงที่ 1 มีความน่าสนใจ และสนุกสนาน (ช่วงตอบจดหมาย/การแนะนำเรื่องใกล้ครัว เช่น เคล็ดลับต่าง ๆ และเมนูเด็ด มีค่าเฉลี่ย 3.60 ถือว่ามีความพึงพอใจมาก และประเด็น ฉากในรายการ และเทคนิคด้านแสง สี ช่วยสร้างบรรยากาศในการชมรายการ มีความตื่นตาตื่นใจเหมาะสมกับรูปแบบรายการ น้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.48 ถือว่ามีความพึงพอใจมาก

ตารางที่ 4.22

จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจหลังการเปิดรับชมรายการครัว  
คุณต่อๆ ด้านคุณสมบัติพิธีกรรายการ

ประเด็นความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ					รวม	ค่าเฉลี่ย (ระดับ ความ พึงพอใจ)	ค่า เบี่ยงเบน มาตรฐาน
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
พิธีกรมีบุคลิกภาพเหมาะสม กับรูปแบบรายการ	55 (18.4)	140 (46.7)	76 (25.3)	16 (5.3)	13 (4.3)	300 (100.0)	3.69 (มาก)	0.974
พิธีกรสามารถใช้คำพูดโน้มน้าวใจให้ผู้ชมและแขกรับ เชิญรู้สึกคล้อยตาม และ สนุกสนานในการดำเนิน รายการ	64 (21.3)	141 (47.0)	66 (22.0)	18 (6.0)	11 (3.7)	300 (100.0)	3.76 (มาก)	0.975
พิธีกรมีความรู้ในข้อมูล ต่าง ๆ ที่จะนำเสนอ	56 (18.7)	146 (48.6)	78 (26.0)	12 (4.0)	8 (2.7)	300 (100.0)	3.77 (มาก)	0.892
พิธีกรมีความสามารถในการ จัดการและแก้ไขเหตุการณ์ เฉพาะหน้าได้ดี	56 (18.7)	145 (48.3)	81 (27.0)	14 (4.7)	4 (1.3)	300 (100.0)	3.78 (มาก)	0.848
ค่าเฉลี่ย							3.75 (มาก)	0.855

จากตารางที่ 4.22 พบว่า โดยภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจหลังการเปิดรับชม  
รายการครัวคุณต่อๆ ด้านคุณสมบัติพิธีกรรายการ มีค่าเฉลี่ย 3.75 หมายถึง กลุ่มตัวอย่างมีความพึง  
พอใจมากหลังการเปิดรับชมรายการครัวคุณต่อๆ ด้านคุณสมบัติพิธีกรรายการ ในประเด็น พิธีกรมี  
ความสามารถในการจัดการและแก้ไขเหตุการณ์เฉพาะหน้าได้ดี มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.78 ถือว่ามี  
ความพึงพอใจมาก รองลงมา คือ ประเด็น พิธีกรมีความรู้ในข้อมูลต่าง ๆ ที่จะนำเสนอ มีค่าเฉลี่ย  
3.77 ถือว่ามีความพึงพอใจมาก และประเด็น พิธีกรมีบุคลิกภาพเหมาะสมกับรูปแบบรายการ น้อยที่สุด  
มีค่าเฉลี่ย 3.69 ถือว่ามีความพึงพอใจมาก

ตารางที่ 4.23

จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจหลังการเปิดรับชมรายการครัว  
คุณต๋อย ด้านเนื้อหารายการ

ประเด็นความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ					รวม	ค่าเฉลี่ย (ระดับ ความ พึงพอใจ)	ค่า เบี่ยงเบน มาตรฐาน
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
ได้รับข้อมูลข่าวสารตามที่ คาดหวังไว้	71 (23.6)	137 (45.7)	85 (28.3)	5 (1.7)	2 (0.7)	300 (100.0)	3.90 (มาก)	0.799
สามารถนำข้อมูลข่าวสาร ที่ได้รับจากรายการไป พูดคุยกับบุคคลอื่นตามที่ คาดหวังไว้	70 (23.3)	121 (40.4)	89 (29.7)	13 (4.7)	7 (2.3)	300 (100.0)	3.78 (มาก)	0.932
ได้รับความสนุกสนานจาก การชมรายการตามที่ คาดหวังไว้	80 (26.7)	127 (42.3)	72 (24.0)	10 (3.3)	11 (3.7)	300 (100.0)	3.85 (มาก)	0.975
รายการมีรูปแบบแปลก ใหม่	67 (22.3)	97 (32.4)	100 (33.3)	24 (8.0)	12 (4.0)	300 (100.0)	3.61 (มาก)	1.043
เนื้อหารายการมีความ น่าเชื่อถือ	77 (25.7)	139 (46.3)	63 (21.0)	12 (4.0)	9 (3.0)	300 (100.0)	3.88 (มาก)	0.940
เนื้อหารายการมีความ ทันสมัย เหมาะกับ สถานการณ์ปัจจุบัน	54 (18.0)	152 (50.6)	72 (24.0)	17 (5.7)	5 (1.7)	300 (100.0)	3.78 (มาก)	0.866
ค่าเฉลี่ย							3.80 (มาก)	0.832

จากตารางที่ 4.23 พบว่า โดยภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจหลังการเปิดรับชม  
รายการครัวคุณต๋อย ด้านเนื้อหารายการ มีค่าเฉลี่ย 3.80 หมายถึง กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจมาก  
หลังการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย ด้านเนื้อหารายการ ในประเด็น ได้รับข้อมูลข่าวสารตามที่

คาดหวังไว้ มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.90 ถือว่ามีความพึงพอใจมาก รองลงมา คือ ประเด็น เนื้อหา รายการมีความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ย 3.88 ถือว่ามีความพึงพอใจมาก และประเด็น รายการมีรูปแบบ แปลกใหม่ น้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.61 ถือว่ามีความพึงพอใจมาก

ตารางที่ 4.24

จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจหลังการเปิดรับชมรายการครัว คุณต่อย ด้านข้อมูลข่าวสาร

ประเด็นความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ					รวม	ค่าเฉลี่ย (ระดับ ความ พึงพอใจ)	ค่า เบี่ยงเบน มาตรฐาน
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
ได้รับความรู้จากในเรื่อง ร้านอาหารที่ตนเองสนใจ	96 (32.0)	130 (43.3)	65 (21.7)	5 (1.7)	4 (1.3)	300 (100.0)	4.03 (มาก)	0.851
ได้รับความรู้ทางด้าน อาหารเพิ่มมากขึ้น	85 (28.3)	150 (50.0)	58 (19.3)	5 (1.7)	2 (0.7)	300 (100.0)	4.04 (มาก)	0.777
ตอบสนองต่อความอยากรู้ อยากเห็นและความสนใจ ในเรื่องอาหารที่หาทาน ยากในปัจจุบัน	75 (25.0)	140 (46.7)	72 (24.0)	9 (3.0)	4 (1.3)	300 (100.0)	3.91 (มาก)	0.851
นำความรู้ที่ได้รับจาก รายการมาประกอบอาชีพ เพื่อสร้างรายได้ให้แก่ตนเอง	53 (17.7)	110 (36.6)	96 (32.0)	23 (7.7)	18 (6.0)	300 (100.0)	3.52 (มาก)	1.058
ค่าเฉลี่ย							3.88 (มาก)	0.786

จากตารางที่ 4.24 พบว่า โดยภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจหลังการเปิดรับชม รายการครัวคุณต่อย ด้านข้อมูลข่าวสาร มีค่าเฉลี่ย 3.88 หมายถึง กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจมาก หลังการเปิดรับชมรายการครัวคุณต่อย ด้านข้อมูลข่าวสาร ในประเด็น ได้รับความรู้ทางด้านอาหาร เพิ่มมากขึ้น มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.04 ถือว่ามีความพึงพอใจมาก รองลงมา คือ ประเด็น ได้รับความรู้

จากในเรื่องร้านอาหารที่ตนเองสนใจ มีค่าเฉลี่ย 4.03 ถือว่ามีความพึงพอใจมาก และประเด็น นำความรู้ที่ได้รับจากรายการมาประกอบอาชีพเพื่อสร้างรายได้ให้แก่ตนเอง น้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.52 ถือว่ามีความพึงพอใจมาก

ตารางที่ 4.25

จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจหลังการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย ด้านการปฏิสัมพันธ์กับสังคม

ประเด็นความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ					รวม	ค่าเฉลี่ย (ระดับ ความ พึงพอใจ)	ค่า เบี่ยงเบน มาตรฐาน
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
สามารถนำเรื่องราวที่ได้รับ จากรายการไปเป็นหัวข้อ สนทนากับบุคคลอื่นใน สังคมได้	64 (21.3)	110 (36.7)	94 (31.4)	22 (7.3)	10 (3.3)	300 (100.0)	3.65 (มาก)	1.002
เสริมสร้างความสัมพันธ์ ระหว่างครอบครัวเช่นการ ไปรับประทานอาหาร ณ ร้านอาหารที่ทางรายการ แนะนำ	57 (19.0)	138 (46.0)	72 (24.0)	20 (6.7)	13 (4.3)	300 (100.0)	3.69 (มาก)	0.996
ค่าเฉลี่ย							3.67 (มาก)	0.953

จากตารางที่ 4.25 พบว่า โดยภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจหลังการเปิดรับชม รายการครัวคุณต๋อย ด้านการปฏิสัมพันธ์กับสังคม มีค่าเฉลี่ย 3.67 หมายถึง กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจมากหลังการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย ด้านการปฏิสัมพันธ์กับสังคม ในประเด็น เสริมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างครอบครัว เช่นการไปรับประทานอาหาร ณ ร้านอาหารที่ทางรายการแนะนำมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.69 ถือว่ามีความพึงพอใจมาก รองลงมา คือ ประเด็น สามารถนำเรื่องราวที่ได้รับจากรายการไปเป็นหัวข้อสนทนากับบุคคลอื่นในสังคมได้ มีค่าเฉลี่ย 3.65 ถือว่ามีความพึงพอใจมาก

ตารางที่ 4.26

จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจหลังการเปิดรับชมรายการครัว  
คุณต๋อย ด้านความบันเทิง

ประเด็นความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ					รวม	ค่าเฉลี่ย (ระดับ ความ พึงพอใจ)	ค่า เบี่ยงเบน มาตรฐาน
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
ผ่อนคลายความเครียด	100 (33.3)	112 (37.3)	71 (23.7)	6 (2.0)	11 (3.7)	300 (100.0)	3.95 (มาก)	0.990
ได้รับความเพลิดเพลิน	100 (33.3)	114 (38.0)	68 (22.7)	6 (2.0)	12 (4.0)	300 (100.0)	3.95 (มาก)	1.000
ใช้เวลาว่างให้เป็น ประโยชน์	92 (30.6)	107 (35.7)	76 (25.3)	11 (3.7)	14 (4.7)	300 (100.0)	3.84 (มาก)	1.051
ค่าเฉลี่ย							3.91 (มาก)	0.975

จากตารางที่ 4.26 พบว่า โดยภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจหลังการเปิดรับชม  
รายการครัวคุณต๋อย ด้านความบันเทิง มีค่าเฉลี่ย 3.91 หมายถึง กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจมาก  
หลังการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย ด้านความบันเทิง ในประเด็น ผ่อนคลายความเครียด และ  
ประเด็น ได้รับความเพลิดเพลิน มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.95 เท่ากัน ถือว่ามีความพึงพอใจมาก  
รองลงมา คือ ประเด็น ใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ มีค่าเฉลี่ย 3.84 ถือว่ามีความพึงพอใจมาก



ตารางที่ 4.27

จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจหลังการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย ด้านเอกลักษณ์ของปัจเจกบุคคล

ประเด็นความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ					รวม	ค่าเฉลี่ย (ระดับ ความ พึงพอใจ)	ค่า เบี่ยงเบน มาตรฐาน
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
เสริมสร้างเอกลักษณ์ของ ตนเองให้เป็นผู้มีความ รอบรู้ทางด้านอาหาร มากขึ้น	77 (25.7)	117 (39.0)	84 (28.0)	14 (4.6)	8 (2.7)	300 (100.0)	3.80 (มาก)	0.963
เสริมสร้างเอกลักษณ์ของ ตนเองในการนำข้อมูล ข่าวสารในรายการมาใช้ อ้างอิงในการสนทนาของ ตนเอง เพื่อเพิ่มความ น่าเชื่อถือมากขึ้น	48 (16.0)	145 (48.3)	77 (25.7)	20 (6.7)	10 (3.3)	300 (100.0)	3.67 (มาก)	0.937
ค่าเฉลี่ย							3.74 (มาก)	0.917

จากตารางที่ 4.27 พบว่า โดยภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจหลังการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย ด้านเอกลักษณ์ของปัจเจกบุคคล มีค่าเฉลี่ย 3.74 หมายถึง กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจมากหลังการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย ด้านเอกลักษณ์ของปัจเจกบุคคล ในประเด็นเสริมสร้างเอกลักษณ์ของตนเองให้เป็นผู้มีความรอบรู้ทางด้านอาหารมากขึ้น มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.80 ถือว่ามีความพึงพอใจมาก รองลงมา คือ ประเด็น เสริมสร้างเอกลักษณ์ของตนเองในการนำข้อมูลข่าวสารในรายการมาใช้อ้างอิงในการสนทนาของตนเอง เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือมากขึ้น มีค่าเฉลี่ย 3.67 ถือว่ามีความพึงพอใจมาก

ตารางที่ 4.28

ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของของความพึงพอใจหลังการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย

ประเด็นความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความพึงพอใจ
ด้านรูปแบบการนำเสนอรายการ	3.72	0.727	มาก
ด้านคุณสมบัติพิธีกรรายการ	3.75	0.855	มาก
ด้านเนื้อหารายการ	3.80	0.832	มาก
ด้านข้อมูลข่าวสาร	3.88	0.786	มาก
ด้านการปฏิสัมพันธ์กับสังคม	3.67	0.953	มาก
ด้านความบันเทิง	3.91	0.975	มาก
ด้านเอกลักษณ์ของปัจเจกบุคคล	3.74	0.917	มาก
ค่าเฉลี่ย	3.78	0.765	มาก

จากตารางที่ 4.28 พบว่า โดยภาพรวมความพึงพอใจหลังการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อยของกลุ่มตัวอย่าง มีค่าเฉลี่ย 3.78 ถือว่า มีความพึงพอใจมาก รายละเอียดดังนี้

กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจหลังการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย ด้านความบันเทิงมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.91 ถือว่ามีความพึงพอใจมาก รองลงมา คือ ด้านข้อมูลข่าวสาร มีค่าเฉลี่ย 3.88 ถือว่ามีความพึงพอใจมาก และด้านการปฏิสัมพันธ์กับสังคม กับด้านเอกลักษณ์ของปัจเจกบุคคล น้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.67เท่ากัน ถือว่ามีความพึงพอใจมาก

#### 4.6 แนวโน้มพฤติกรรมการรับชมรายการครัวคุณต๋อย

ตารางที่ 4.29

จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของแนวโน้มพฤติกรรมการรับชมรายการครัวคุณต๋อย

ประเด็นแนวโน้ม	ระดับความตั้งใจ					รวม	ค่าเฉลี่ย (ระดับ ความ ตั้งใจ)	ค่า เบี่ยงเบน มาตรฐาน
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
ท่านมีความตั้งใจที่จะเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อยต่อไป	88 (29.3)	111 (37.0)	80 (26.7)	16 (5.3)	5 (1.7)	300 (100.0)	3.87 (มาก)	0.954
ท่านมีความตั้งใจที่จะแนะนำคนอื่นให้เปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย	57 (9.0)	118 (39.3)	95 (31.7)	19 (6.3)	11 (3.7)	300 (100.0)	3.64 (มาก)	0.980
ค่าเฉลี่ย							3.75 (มาก)	0.932

จากตารางที่ 4.29 พบว่า โดยภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีแนวโน้มพฤติกรรมการรับชมรายการครัวคุณต๋อย มีค่าเฉลี่ย 3.75 หมายถึง กลุ่มตัวอย่างมีความตั้งใจมากในการรับชมรายการครัวคุณต๋อย โดยมีความตั้งใจที่จะเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อยต่อไป มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.87 ถือว่ามีความตั้งใจมาก รองลงมา คือ มีความตั้งใจที่จะแนะนำคนอื่นให้เปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย มีค่าเฉลี่ย 3.64 ถือว่ามีความตั้งใจมาก

#### 4.7 การทดสอบสมมติฐาน

**สมมติฐานการวิจัยที่ 1** ความคาดหวังก่อนการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย ความถี่ (ครึ่ง/สัปดาห์)

##### สมมติฐานทางสถิติ

$H_0$  : ความคาดหวังก่อนการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย ไม่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย ความถี่ (ครึ่ง/สัปดาห์)

$H_1$  : ความคาดหวังก่อนการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย ความถี่ (ครึ่ง/สัปดาห์)

ตารางที่ 4.30

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังโดยรวมก่อนการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย กับการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย ความถี่ (ครึ่ง/สัปดาห์)

ตัวแปร	ความคาดหวังโดยรวม
การเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย ความถี่ (ครึ่ง/สัปดาห์)	$r = 0.265$ $P\text{-value} = 0.000^{**}$ $(n = 300 \text{ คน})$

P-value คือ Sig.(2-tailed)  $**P\text{-value} < 0.01$

จากตาราง 4.30 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังก่อนการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย กับการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย ความถี่ (ครึ่ง/สัปดาห์) มีค่าเท่ากับ 0.265 และค่า P-value เท่ากับ 0.000 น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ดังนั้น จึงปฏิเสธสมมติฐานว่าง ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ 1 สรุปได้ว่า ความคาดหวังก่อนการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย ความถี่ (ครึ่ง/สัปดาห์)

เนื่องจากความสัมพันธ์ดังกล่าวมีค่าเป็นบวก นั่นคือ เมื่อมีความคาดหวังก่อนการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อยเพิ่มขึ้น จะทำให้การเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย ความถี่ (ครึ่ง/สัปดาห์) เพิ่มขึ้นด้วย และตัวแปรดังกล่าวมีความสัมพันธ์กันต่ำ

**สมมติฐานการวิจัยที่ 2** การเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย ความถี่ (ครั้ง/สัปดาห์) มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจหลังการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย

**สมมติฐานทางสถิติ**

$H_0$  : การเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย ความถี่ (ครั้ง/สัปดาห์) ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจหลังการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย

$H_1$  : การเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย ความถี่ (ครั้ง/สัปดาห์) มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจหลังการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย

ตารางที่ 4.31

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย ความถี่ (ครั้ง/สัปดาห์) กับความพึงพอใจหลังการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย

ตัวแปร	ความพึงพอใจโดยรวม
การเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย ความถี่ (ครั้ง/สัปดาห์)	$r = 0.330$ $P\text{-value} = 0.000^{**}$ (n = 300 คน)

P-value คือ Sig.(2-tailed)  $**P\text{-value} < 0.01$

จากตาราง 4.31 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย ความถี่ (ครั้ง/สัปดาห์) กับความพึงพอใจหลังการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย มีค่าเท่ากับ 0.330 และค่า P-value เท่ากับ 0.000 น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ดังนั้น จึงปฏิเสธสมมติฐานว่าง ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ 2 สรุปได้ว่า การเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย ความถี่ (ครั้ง/สัปดาห์) มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจหลังการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย

เนื่องจากความสัมพันธ์ดังกล่าวมีค่าเป็นบวก นั่นคือ เมื่อมีการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย ความถี่ (ครั้ง/สัปดาห์) เพิ่มขึ้น จะทำให้ความพึงพอใจหลังการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อยเพิ่มขึ้นด้วย และตัวแปรดังกล่าวมีความสัมพันธ์กันปานกลาง

**สมมติฐานการวิจัยที่ 3** ความคาดหวังก่อนการเปิดรับชม แตกต่างกับความพึงพอใจ  
หลังการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย

**สมมติฐานทางสถิติ**

$H_0$  : ความคาดหวังก่อนการเปิดรับชม ไม่แตกต่างกับความพึงพอใจหลังการเปิดรับชม  
รายการครัวคุณต๋อย

$H_1$  : ความคาดหวังก่อนการเปิดรับชม แตกต่างกับความพึงพอใจหลังการเปิดรับชม  
รายการครัวคุณต๋อย

ตารางที่ 4.32

การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังโดยรวมก่อนการเปิดรับชมและความพึงพอใจ  
โดยรวมหลังการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย

โดยรวม	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	t	P-value
ความคาดหวังก่อนก่อนเปิดรับชม	3.82	0.668	1.817	0.070
ความพึงพอใจหลังการเปิดรับชม	3.78	0.765		

P-value คือ Sig.(2-tailed)

จากตารางที่ 4.32 พบว่า ค่า t เท่ากับ 1.817 และค่า P-value 0.070 มากกว่าระดับ  
นัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานว่าง ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่ 3  
สรุปได้ว่า ความคาดหวังก่อนการเปิดรับชม ไม่แตกต่างกับความพึงพอใจหลังการเปิดรับชมรายการ  
ครัวคุณต๋อย

**สมมติฐานการวิจัยที่ 3.1** ความคาดหวังก่อนการเปิดรับชม แตกต่างกับความพึงพอใจ หลังการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย ด้านรูปแบบการนำเสนอรายการ

**สมมติฐานทางสถิติ**

$H_0$  : ความคาดหวังก่อนการเปิดรับชม ไม่แตกต่างกับความพึงพอใจหลังการเปิดรับชม รายการครัวคุณต๋อย ด้านรูปแบบการนำเสนอรายการ

$H_1$  : ความคาดหวังก่อนการเปิดรับชม แตกต่างกับความพึงพอใจหลังการเปิดรับชม รายการครัวคุณต๋อย ด้านรูปแบบการนำเสนอรายการ

ตารางที่ 4.33

การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังก่อนการเปิดรับชมและความพึงพอใจหลังการรับชมรายการครัวคุณต๋อย ด้านรูปแบบการนำเสนอรายการ

ด้านรูปแบบการนำเสนอรายการ	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	t	P-value
ความคาดหวังก่อนก่อนเปิดรับชม	3.69	0.636	-0.924	0.356
ความพึงพอใจหลังการเปิดรับชม	3.72	0.727		

P-value คือ Sig.(2-tailed)

จากตารางที่ 4.33 พบว่า ค่า t เท่ากับ -0.924 และค่า P-value 0.356 มากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานว่าง ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่ 3.1 สรุปได้ว่า ความคาดหวังก่อนการเปิดรับชม ไม่แตกต่างกับความพึงพอใจหลังการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย ด้านรูปแบบการนำเสนอรายการ

**สมมติฐานการวิจัยที่ 3.2** ความคาดหวังก่อนการเปิดรับชม แตกต่างกับความพึงพอใจ หลังการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย ด้านคุณสมบัติพิธีกรรายการ

**สมมติฐานทางสถิติ**

$H_0$  : ความคาดหวังก่อนการเปิดรับชม ไม่แตกต่างกับความพึงพอใจหลังการเปิดรับชม รายการครัวคุณต๋อย ด้านคุณสมบัติพิธีกรรายการ

$H_1$  : ความคาดหวังก่อนการเปิดรับชม แตกต่างกับความพึงพอใจหลังการเปิดรับชม รายการครัวคุณต๋อย ด้านคุณสมบัติพิธีกรรายการ



## ตารางที่ 4.34

การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังก่อนการเปิดรับชมและความพึงพอใจหลังการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย ด้านคุณสมบัติพิธีกรรายการ

ด้านคุณสมบัติพิธีกรรายการ	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	t	P-value
ความคาดหวังก่อนก่อนเปิดรับชม	3.86	0.816	3.273	0.001**
ความพึงพอใจหลังการเปิดรับชม	3.75	0.855		

P-value คือ Sig.(2-tailed) \*\*P-value<0.01

จากตารางที่ 4.34 พบว่า ค่า t เท่ากับ 3.273 และค่า P-value 0.001 น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ดังนั้น จึงปฏิเสธสมมติฐานว่าง ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ 3.2 สรุปได้ว่า ความคาดหวังก่อนการเปิดรับชม แตกต่างกับความพึงพอใจหลังการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย ด้านคุณสมบัติพิธีกรรายการ โดยผู้ชมมีความคาดหวังก่อนการเปิดรับชมมากกว่าความพึงพอใจหลังการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย ด้านคุณสมบัติพิธีกรรายการ

**สมมติฐานการวิจัยที่ 3.3** ความคาดหวังก่อนการเปิดรับชม แตกต่างกับความพึงพอใจ หลังการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย ด้านเนื้อหารายการ

**สมมติฐานทางสถิติ**

$H_0$  : ความคาดหวังก่อนการเปิดรับชม ไม่แตกต่างกับความพึงพอใจหลังการเปิดรับชม รายการครัวคุณต๋อย ด้านเนื้อหารายการ

$H_1$  : ความคาดหวังก่อนการเปิดรับชม แตกต่างกับความพึงพอใจหลังการเปิดรับชม รายการครัวคุณต๋อย ด้านเนื้อหารายการ

ตารางที่ 4.35

การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังก่อนการเปิดรับชมและความพึงพอใจหลังการ เปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย ด้านเนื้อหารายการ

ด้านเนื้อหารายการ	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	t	P-value
ความคาดหวังก่อนก่อนเปิดรับชม	3.86	0.743	2.077	0.039*
ความพึงพอใจหลังการเปิดรับชม	3.80	0.832		

P-value คือ Sig.(2-tailed) \*P-value<0.05

จากตารางที่ 4.35 พบว่า ค่า t เท่ากับ 2.077 และค่า P-value 0.039 น้อยกว่าระดับ นัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังนั้น จึงปฏิเสธสมมติฐานว่าง ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ 3.3 สรุปได้ว่า ความคาดหวังก่อนการเปิดรับชม แตกต่างกับความพึงพอใจหลังการเปิดรับชมรายการครัว คุณต๋อย ด้านเนื้อหารายการ โดยผู้ชมมีความคาดหวังก่อนการเปิดรับชมมากกว่าความพึงพอใจหลัง การเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย ด้านเนื้อหารายการ

**สมมติฐานการวิจัยที่ 3.4** ความคาดหวังก่อนการเปิดรับชม แตกต่างกับความพึงพอใจ  
หลังการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย ด้านข้อมูลข่าวสาร

**สมมติฐานทางสถิติ**

$H_0$  : ความคาดหวังก่อนการเปิดรับชม ไม่แตกต่างกับความพึงพอใจหลังการเปิดรับชม  
รายการครัวคุณต๋อย ด้านข้อมูลข่าวสาร

$H_1$  : ความคาดหวังก่อนการเปิดรับชม แตกต่างกับความพึงพอใจหลังการเปิดรับชม  
รายการครัวคุณต๋อย ด้านข้อมูลข่าวสาร

ตารางที่ 4.36

การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังก่อนการเปิดรับชมและความพึงพอใจหลังการ  
เปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย ด้านข้อมูลข่าวสาร

ด้านข้อมูลข่าวสาร	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	t	P-value
ความคาดหวังก่อนก่อนเปิดรับชม	3.99	0.715	3.685	0.000**
ความพึงพอใจหลังการเปิดรับชม	3.88	0.786		

P-value คือ Sig.(2-tailed) \*\*P-value<0.01

จากตารางที่ 4.36 พบว่า ค่า t เท่ากับ 3.685 และค่า P-value 0.000 น้อยกว่าระดับ  
นัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ดังนั้น จึงปฏิเสธสมมติฐานว่าง ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ 3.4  
สรุปได้ว่า ความคาดหวังก่อนการเปิดรับชม แตกต่างกับความพึงพอใจหลังการเปิดรับชมรายการครัว  
คุณต๋อย ด้านข้อมูลข่าวสาร โดยผู้ชมมีความคาดหวังก่อนการเปิดรับชมมากกว่าความพึงพอใจหลัง  
การเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย ด้านข้อมูลข่าวสาร

**สมมติฐานการวิจัยที่ 3.5** ความคาดหวังก่อนการเปิดรับชม แตกต่างกับความพึงพอใจ  
หลังการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย ด้านการปฏิสัมพันธ์กับสังคม

**สมมติฐานทางสถิติ**

$H_0$  : ความคาดหวังก่อนการเปิดรับชม ไม่แตกต่างกับความพึงพอใจหลังการเปิดรับชม  
รายการครัวคุณต๋อย ด้านการปฏิสัมพันธ์กับสังคม

$H_1$  : ความคาดหวังก่อนการเปิดรับชม แตกต่างกับความพึงพอใจหลังการเปิดรับชม  
รายการครัวคุณต๋อย ด้านการปฏิสัมพันธ์กับสังคม

ตารางที่ 4.37

การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังก่อนการเปิดรับชมและความพึงพอใจหลังการ  
รับชมรายการครัวคุณต๋อย ด้านการปฏิสัมพันธ์กับสังคม

ด้านการปฏิสัมพันธ์กับสังคม	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	t	P-value
ความคาดหวังก่อนก่อนเปิดรับชม	3.63	0.926	-1.369	0.172
ความพึงพอใจหลังการเปิดรับชม	3.67	0.953		

P-value คือ Sig.(2-tailed)

จากตารางที่ 4.37 พบว่า ค่า t เท่ากับ -1.369 และค่า P-value 0.172 มากกว่าระดับ  
นัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานว่าง ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่ 3.5  
สรุปได้ว่า ความคาดหวังก่อนการเปิดรับชม ไม่แตกต่างกับความพึงพอใจหลังการเปิดรับชมรายการ  
ครัวคุณต๋อย ด้านการปฏิสัมพันธ์กับสังคม

**สมมติฐานการวิจัยที่ 3.6** ความคาดหวังก่อนการเปิดรับชม แตกต่างกับความพึงพอใจ  
หลังการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย ด้านความบันเทิง

**สมมติฐานทางสถิติ**

$H_0$  : ความคาดหวังก่อนการเปิดรับชม ไม่แตกต่างกับความพึงพอใจหลังการเปิดรับชม  
รายการครัวคุณต๋อย ด้านความบันเทิง

$H_1$  : ความคาดหวังก่อนการเปิดรับชม แตกต่างกับความพึงพอใจหลังการเปิดรับชม  
รายการครัวคุณต๋อย ด้านความบันเทิง

ตารางที่ 4.38

การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังก่อนการเปิดรับชมและความพึงพอใจหลังการ  
รับชมรายการครัวคุณต๋อย ด้านความบันเทิง

ด้านความบันเทิง	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	t	P-value
ความคาดหวังก่อนก่อนเปิดรับชม	3.96	0.956	1.606	0.109
ความพึงพอใจหลังการเปิดรับชม	3.91	0.975		

P-value คือ Sig.(2-tailed)

จากตารางที่ 4.38 พบว่า ค่า t เท่ากับ 1.606 และค่า P-value 0.109 มากกว่าระดับ  
นัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานว่าง ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่ 3.6  
สรุปได้ว่า ความคาดหวังก่อนการเปิดรับชม ไม่แตกต่างกับความพึงพอใจหลังการเปิดรับชมรายการ  
ครัวคุณต๋อย ด้านความบันเทิง

**สมมติฐานการวิจัยที่ 3.7** ความคาดหวังก่อนการเปิดรับชม แตกต่างกับความพึงพอใจ หลังการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย ด้านเอกลักษณ์ของปัจเจกบุคคล

**สมมติฐานทางสถิติ**

$H_0$  : ความคาดหวังก่อนการเปิดรับชม ไม่แตกต่างกับความพึงพอใจหลังการเปิดรับชม รายการครัวคุณต๋อย ด้านเอกลักษณ์ของปัจเจกบุคคล

$H_1$  : ความคาดหวังก่อนการเปิดรับชม แตกต่างกับความพึงพอใจหลังการเปิดรับชม รายการครัวคุณต๋อย ด้านเอกลักษณ์ของปัจเจกบุคคล

ตารางที่ 4.39

การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังก่อนการเปิดรับชมและความพึงพอใจหลังการ เปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย ด้านเอกลักษณ์ของปัจเจกบุคคล

ด้านเอกลักษณ์ของปัจเจกบุคคล	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	t	P-value
ความคาดหวังก่อนก่อนเปิดรับชม	3.63	0.920	-3.108	0.002**
ความพึงพอใจหลังการเปิดรับชม	3.74	0.917		

P-value คือ Sig.(2-tailed) \*\*P-value<0.01

จากตารางที่ 4.39 พบว่า ค่า t เท่ากับ -3.108 และค่า P-value 0.002 น้อยกว่าระดับ นัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ดังนั้น จึงปฏิเสธสมมติฐานว่าง ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ 3.7 สรุปได้ว่า ความคาดหวังก่อนการเปิดรับชม แตกต่างกับความพึงพอใจหลังการเปิดรับชมรายการครัว คุณต๋อย ด้านเอกลักษณ์ของปัจเจกบุคคล โดยผู้ชมมีความคาดหวังก่อนการเปิดรับชมน้อยกว่าความ พึงพอใจหลังการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย ด้านเอกลักษณ์ของปัจเจกบุคคล

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง “ความคาดหวังและความพึงพอใจที่มีต่อรายการครัวคุณต๋อย” มีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อศึกษาการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ ความคาดหวัง การเปิดรับชมรายการความพึงพอใจ และแนวโน้มพฤติกรรม ที่มีต่อรายการครัวคุณต๋อย
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวัง และการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความการเปิดรับชมรายการ และความพึงพอใจที่มีต่อรายการครัวคุณต๋อย
4. เพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่างความคาดหวังก่อนการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย และความพึงพอใจหลังเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย

#### 5.1 สรุปผลการศึกษา

##### ส่วนที่ 1 ลักษณะทางประชากร

จากการศึกษาทางประชากรของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือ กลุ่มประชาชนเพศชาย และเพศหญิง ที่มีอายุระหว่าง 35-50 ปี และอายุ 51 ปีขึ้นไป จำนวน 300 คน พบว่า

1. **เพศ** กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 221 คน คิดเป็นร้อยละ 73.7 รองลงมาคือ เพศชาย จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 26.3
2. **อายุ** กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 35-50 ปี จำนวน 209 คน คิดเป็นร้อยละ 69.7 รองลงมาคือช่วงอายุตั้งแต่ 51 ปีขึ้นไป จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 20.3
3. **ระดับการศึกษา** กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 47.3 รองลงมาคือ สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 และอันดับสุดท้ายคือ ระดับการศึกษาไม่เกินมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 14.4

**4. สถานภาพ** กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 50.4 รองลงมาคือ สถานภาพสมรส จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 43.3 และอันดับสุดท้ายคือ สถานภาพหย่าร้าง/หม้าย จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 6.3

**5. อาชีพ** กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 28.0 รองลงมาคือ พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 24.7 และอันดับสุดท้ายคือ นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 2.3

**6. รายได้ส่วนตัว** กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ส่วนตัวต่อเดือนอยู่ในช่วง 24,001-35,000 บาท จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 25.3 รองลงมาคือ มีรายได้อยู่ในช่วง 7,501-18,000 บาท จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 19.0 และอันดับสุดท้ายคือ ช่วงรายได้ต่ำกว่า 7,500 บาท จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 9.3

## ส่วนที่ 2 การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับรายการครัวคุณต๋อย

ผลการศึกษาเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับรายการครัวคุณต๋อย พบว่า

1. สื่อประชาสัมพันธ์ที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับรายการครัวคุณต๋อย ผลการศึกษาสื่อประชาสัมพันธ์ที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับรายการครัวคุณต๋อย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์ จำนวน 281 คน คิดเป็นร้อยละ 51.7 รองลงมาคือ เปิดรับข่าวสารจากสื่อออนไลน์ (เฟซบุ๊กรายการ/เว็บไซต์/แอปพลิเคชันครัวคุณต๋อย) จำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 27.3 และอันดับสุดท้ายคือ เปิดรับข่าวสารจากสื่อนอกบ้าน (ป้ายบิลบอร์ด/คัทเอ๊าท์/แผ่นป้ายโฆษณาบนรถไฟฟ้า/รถประจำทาง) จำนวน 10 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 1.8

2. ประเด็นข่าวสารเกี่ยวกับรายการครัวคุณต๋อยที่เปิดรับเป็นประจำ ผลการศึกษา ประเด็นข่าวสารเกี่ยวกับรายการครัวคุณต๋อยที่เปิดรับเป็นประจำของกลุ่มตัวอย่างพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับประเด็นข่าวสารเกี่ยวกับเมนูอาหาร จำนวน 285 คน คิดเป็นร้อยละ 56.9 รองลงมาคือ เปิดรับประเด็นข่าวสารเกี่ยวกับแซ่กับเชิญในรายการ (เซฟ/ผู้เชี่ยวชาญในด้านอาหาร/เจ้าของร้านอาหาร) จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 26.1 อันดับต่อมาคือ เปิดรับประเด็นข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมพิเศษต่าง ๆ เช่น งานมหกรรมครัวคุณต๋อย จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 14.0 และอันดับสุดท้ายคือ เปิดรับประเด็นข่าวสารเกี่ยวกับการแจกของรางวัลในรายการ จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0 ตามลำดับ

## ส่วนที่ 3 ความคาดหวังก่อนการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย

ผลการศึกษาเกี่ยวกับความคาดหวังก่อนการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อยพบว่า โดยภาพรวมความคาดหวังก่อนเปิดการรับชมรายการครัวคุณต๋อยของกลุ่มตัวอย่าง มีค่าเฉลี่ย 3.82 ถือว่า มี



ความคาดหวังมาก โดยกลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังด้าน “ข้อมูลข่าวสาร” มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.99 รองลงมา คือ “ด้านความบันเทิง” มีค่าเฉลี่ย 3.96 ด้าน “การปฏิสัมพันธ์กับสังคม” และด้าน “เอกลักษณ์ของปัจเจกบุคคล” มีค่าเฉลี่ย 3.63 เท่ากัน

เมื่อพิจารณาความคาดหวังก่อนเปิดการรับชมรายการครัวคุณต๋อยในแต่ละด้านสามารถจำแนกเป็นรายประเด็นได้ดังนี้

1. ด้านรูปแบบการนำเสนอรายการ พบว่า โดยเฉลี่ยกลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังด้านรูปแบบการนำเสนอรายการ ในประเด็น “การนำเสนอในช่วงที่ 2 มีความน่าสนใจชวนติดตาม (ช่วงนำเสนออาหารอร่อยและหาทานได้ยาก โดยมีแขกรับเชิญมาปรุงอาหารแบบสด ๆ)” มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.09 รองลงมาคือ ประเด็น “แขกรับเชิญ ได้แก่ เซฟ และผู้เชี่ยวชาญด้านอาหารที่มาสอนทำอาหารมีความน่าสนใจ” มีค่าเฉลี่ย 4.01 ถัดมาคือประเด็น “การนำเสนอในช่วงที่ 1 มีความน่าสนใจและสนุกสนาน (ช่วงตอบจดหมาย/การแนะนำเรื่องใกล้ครัว เช่น เคล็ดลับต่าง ๆ และเมนูเด็ด” และประเด็น “ฉากในรายการ และเทคนิคด้านแสง สี ช่วยสร้างบรรยากาศในการชมรายการมีความตื่นตาตื่นใจเหมาะสมกับรูปแบบรายการ” มีค่าเฉลี่ย 3.46 เท่ากัน ตามลำดับ โดยทุกประเด็นความคาดหวังก่อนเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย : ด้านรูปแบบการนำเสนอรายการ หมายถึงว่า ผู้ชมรายการครัวคุณต๋อยมีความคาดหวังก่อนการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อยมาก

2. ด้านคุณสมบัติพิธีกรรายการ พบว่า โดยเฉลี่ยกลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังด้านคุณสมบัติพิธีกรรายการ ในประเด็น “พิธีกรสามารถใช้คำพูดโน้มน้าวใจให้ผู้ชม และแขกรับเชิญรู้สึกคล้อยตาม และสนุกสนานในการดำเนินรายการ” มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.92 รองลงมาคือ ประเด็น “พิธีกรมีความสามารถในการจัดการและแก้ไขเหตุการณ์เฉพาะหน้าได้ดี” มีค่าเฉลี่ย 3.89 และประเด็น “พิธีกรมีบุคลิกภาพเหมาะสมกับรูปแบบรายการ” มีค่าเฉลี่ย 3.77 ตามลำดับ โดยทุกประเด็นความคาดหวังก่อนเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย : ด้านด้านคุณสมบัติพิธีกรรายการหมายถึงว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังก่อนการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อยมาก

3. ด้านเนื้อหารายการ พบว่า โดยเฉลี่ยกลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังด้านเนื้อหา รายการ ในประเด็น “ได้รับความสนุกสนานจากการชมรายการตามที่คาดหวังไว้” มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.96 รองลงมาคือ ประเด็น “เนื้อหารายการมีความทันสมัย เหมาะกับภาวะการณ์ปัจจุบัน” มีค่าเฉลี่ย 3.93 และ ประเด็น “รายการมีรูปแบบแปลกใหม่” มีค่าเฉลี่ย 3.58 ตามลำดับ โดยทุกประเด็นความคาดหวังก่อนเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย : ด้านเนื้อหารายการหมายถึงว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังก่อนการเปิด รับชมรายการครัวคุณต๋อยมาก

4. ด้านข้อมูลข่าวสาร พบว่า โดยเฉลี่ยกลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังด้านข้อมูล ข่าวสาร ในประเด็น “ตอบสนองต่อความอยากรู้อยากเห็น และความสนใจในเรื่องอาหารที่หาทานยากในปัจจุบัน” มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.15 รองลงมาคือ ประเด็น “ได้รับความรู้ทางด้านอาหารเพิ่มมากขึ้น” มี

ค่าเฉลี่ย 4.14 และประเด็น “นำความรู้ที่ได้รับจากรายการมาประกอบอาชีพเพื่อสร้างรายได้ให้แก่ตนเอง” มีค่าเฉลี่ย 3.62 ตามลำดับ โดยทุกประเด็นความคาดหวังก่อนเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย : ด้านข้อมูลข่าวสารหมายถึงว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังก่อนการเปิด รับชมรายการครัวคุณต๋อยมาก

5. ด้านการปฏิสัมพันธ์กับสังคม พบว่า โดยเฉลี่ยกลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวัง ด้านการปฏิสัมพันธ์กับสังคม ในประเด็น “เสริมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างครอบครัว เช่น การไปรับประทานอาหาร ณ ร้านอาหารที่ทางรายการแนะนำ” มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.72 และประเด็น “สามารถนำเรื่องราวที่ได้รับจากรายการไปเป็นหัวข้อสนทนากับบุคคลอื่นในสังคมได้” มีค่าเฉลี่ย 3.53 ตามลำดับ โดยทุกประเด็นความ คาดหวังก่อนเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย : ด้านการปฏิสัมพันธ์กับสังคม หมายถึงว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังก่อนการเปิด รับชมรายการครัวคุณต๋อยมาก

6. ด้านความบันเทิง พบว่า โดยเฉลี่ยกลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังด้านความบันเทิง ในประเด็น “ได้รับความเพลิดเพลิน” มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.00 รองลงมาคือ ประเด็น “ผ่อนคลายความเครียด” มีค่าเฉลี่ย 3.96 และประเด็น “ใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์” มีค่าเฉลี่ย 3.91 ตามลำดับ โดยทุกประเด็นความคาดหวังก่อนเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย : ด้านความบันเทิงหมายถึงว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังก่อนการเปิด รับชมรายการครัวคุณต๋อยมาก

7. ด้านเอกลักษณ์ของปัจเจกบุคคล พบว่า โดยเฉลี่ยกลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังด้านเอกลักษณ์ของปัจเจกบุคคล ในประเด็น “เสริมสร้างเอกลักษณ์ของตนเองให้เป็นผู้มีความรอบรู้ทางด้านอาหารมากขึ้น” มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.64 และประเด็น “เสริมสร้างเอกลักษณ์ของตนเองในการนำข้อมูล ข่าวสารในรายการมาใช้อ้างอิงในการสนทนาของตนเอง เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือมากขึ้น” มีค่าเฉลี่ย 3.62 ตามลำดับ โดยทุกประเด็นความคาดหวังก่อนเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย : ด้านเอกลักษณ์ของปัจเจกบุคคลหมายถึงว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังก่อนการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อยมาก

#### ส่วนที่ 4 พฤติกรรมการเปิดรับของผู้ชมรายการครัวคุณต๋อย

ผลการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับของผู้ชมรายการครัวคุณต๋อย พบว่า

##### 1. ความถี่ (ครั้ง/สัปดาห์) ในการรับชมรายการครัวคุณต๋อย

กลุ่มตัวอย่างมีความถี่ในการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย 5 ครั้ง/สัปดาห์ มากที่สุด จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 32.7 รองลงมาคือ 1 ครั้ง/สัปดาห์ จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 28.0 และ 4 ครั้ง/สัปดาห์ จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 9.7 ตามลำดับ

## 2. ระยะเวลาในการติดตามรับชมรายการครัวคุณต๋อย

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระยะเวลาเฉลี่ยในการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย 4 ปี มากที่สุด จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 36.3 รองลงมาคือ 2 ปี จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 29.7 และ 1 ปี จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 15.7 ตามลำดับ

## 3. ลักษณะการรับชมรายการครัวคุณต๋อย

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ พบว่า ตั้งใจชมตลอดทั้งรายการ มากที่สุด จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 38.7 รองลงมาคือ ชมเรื่อย ๆ ตั้งใจชมเฉพาะช่วงที่สนใจ จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 37.0 และเปิดทิ้งไว้เป็นเพื่อน ไม่ได้ตั้งใจชม จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.7 ตามลำดับ

## 4. ช่องทางในการรับชมรายการครัวคุณต๋อย

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างรับชมรายการครัวคุณต๋อยผ่านทางโทรทัศน์ มากที่สุด จำนวน 224 คน คิดเป็นร้อยละ 74.6 รองลงมาคือ ชมย้อนหลังใน Born TV Official ของ Youtube จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 13.7 ถัดมาคือรับชมผ่านเฟซบุ๊กไลฟ์ (Facebook LIVE) รายการครัวคุณต๋อย จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 9.7 และแอปพลิเคชัน (Application) รายการครัวคุณต๋อย จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0 ตามลำดับ

## ส่วนที่ 5 ความพึงพอใจหลังการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย

ผลการศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจหลังการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย พบว่า โดยภาพรวมความพึงพอใจหลังเปิดการรับชมรายการครัวคุณต๋อยของกลุ่มตัวอย่าง มีค่าเฉลี่ย 3.78 ถือว่า มีความพึงพอใจมาก โดยกลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจหลังการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย ด้าน “ความบันเทิง” มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.91 รองลงมาคือ ด้าน “ข้อมูลข่าวสาร” มีค่าเฉลี่ย 3.88 และ “ด้านการปฏิสัมพันธ์กับสังคม” กับ “ด้านเอกลักษณ์ของปัจเจกบุคคล” มีค่าเฉลี่ย 3.67 เท่ากัน

เมื่อพิจารณาความความพึงพอใจหลังเปิดการรับชมรายการครัวคุณต๋อยในแต่ละด้าน สามารถจำแนกเป็นรายประเด็นได้ดังนี้

1. รูปแบบการนำเสนอรายการ พบว่า โดยเฉลี่ยกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจด้าน รูปแบบการนำเสนอรายการ ในประเด็น “การนำเสนอในช่วงที่ 2 มีความน่าสนใจชวนติดตาม (ช่วงนำเสนออาหารอร่อยและหาทานได้ยาก โดยมีแขกรับเชิญมาปรุงอาหารแบบสด ๆ)” และประเด็น “แขกรับเชิญ ได้แก่ เชฟ และผู้เชี่ยวชาญด้านอาหารที่มาสอนทำอาหาร มีความน่าสนใจ” มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.07 เท่ากัน รองลงมาคือ ประเด็น “การนำเสนอในช่วงที่ 1 มีความน่าสนใจ และสนุกสนาน (ช่วงตอบจดหมาย/ การแนะนำเรื่องใกล้ครัว เช่น เคล็ดลับต่าง ๆ และเมนูเด็ด” มีค่าเฉลี่ย 3.60 และประเด็น “ฉากในรายการ และเทคนิคด้านแสง สี ช่วยสร้างบรรยากาศในการชมรายการมีความตื่นตาตื่นใจเหมาะสมกับรูปแบบรายการ” มีค่าเฉลี่ย 3.48 ตามลำดับ โดยทุกประเด็นความพึงพอใจหลังเปิดรับชม

รายการครัวคุณต๋อย :ด้านรูปแบบการนำเสนอรายการ หมายถึงว่า ผู้ชมรายการครัวคุณต๋อย มีความพึงพอใจหลังการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อยมาก

2. ด้านคุณสมบัติพิธีกรรายการ พบว่า โดยเฉลี่ยกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจด้านคุณสมบัติพิธีกรรายการ ในประเด็น “พิธีกรมีความสามารถในการจัดการและแก้ไขเหตุการณ์เฉพาะหน้าได้ดี” มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.78 รองลงมาคือ ประเด็น “พิธีกรมีความรู้ในข้อมูลต่าง ๆ ที่จะนำเสนอ” มีค่าเฉลี่ย 3.77 และประเด็น “พิธีกรมีบุคลิกภาพเหมาะสมกับรูปแบบรายการ” มีค่าเฉลี่ย 3.69 ตามลำดับ โดยทุกประเด็นความพึงพอใจหลังเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย : ด้านคุณสมบัติพิธีกรรายการหมายถึงว่า ผู้ชมรายการครัวคุณต๋อย มีความพึงพอใจหลังการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อยมาก

3. ด้านเนื้อหารายการพบว่า โดยเฉลี่ยกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจด้านเนื้อหารายการ ในประเด็น “ได้รับข้อมูลข่าวสารตามที่คาดหวังไว้” มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.90 รองลงมาคือ ประเด็น “เนื้อหารายการมีความน่าเชื่อถือ” มีค่าเฉลี่ย 3.88 และประเด็น “รายการมีรูปแบบแปลกใหม่” มีค่าเฉลี่ย 3.61 ตามลำดับ โดยทุกประเด็นความพึงพอใจหลังเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย : ด้านเนื้อหารายการหมายถึงว่า ผู้ชมรายการครัวคุณต๋อย มีความพึงพอใจหลังการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อยมาก

4. ด้านข้อมูลข่าวสารพบว่า โดยเฉลี่ยกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจด้านข้อมูล ข่าวสารในประเด็น “ได้รับความรู้ทางด้านอาหารเพิ่มมากขึ้น” มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.04 รองลงมาคือ ประเด็น “ได้รับความรู้จากในเรื่องร้านอาหารที่ตนเองสนใจ” มีค่าเฉลี่ย 4.03 และประเด็น “นำความรู้ที่ได้รับจากรายการมาประกอบอาชีพเพื่อสร้างรายได้ให้แก่ตนเอง” มีค่าเฉลี่ย 3.52 ตามลำดับ โดยทุกประเด็นความพึงพอใจหลังเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย: ด้านข้อมูลข่าวสารหมายถึงว่า ผู้ชมรายการครัวคุณต๋อยมีความพึงพอใจหลังการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อยมาก

5. ด้านการปฏิสัมพันธ์กับสังคม พบว่า โดยเฉลี่ยกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจด้านการปฏิสัมพันธ์กับสังคม ในประเด็น “เสริมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างครอบครัว เช่น การไปรับประทานอาหาร ณ ร้านอาหารที่ทางรายการแนะนำ” มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.69 และประเด็น “สามารถนำเรื่องราวที่ได้รับจากรายการไปเป็นหัวข้อสนทนากับบุคคลอื่นในสังคมได้” มีค่าเฉลี่ย 3.65 ตามลำดับโดยทุกประเด็นความพึงพอใจหลังเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย : ด้านการปฏิสัมพันธ์กับสังคม หมายถึงว่า ผู้ชมรายการครัวคุณต๋อย มีความพึงพอใจหลังการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อยมาก

6. ด้านความบันเทิงพบว่า โดยเฉลี่ยกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจด้านความบันเทิงในประเด็น “ผ่อนคลายความเครียด” และประเด็น “ได้รับความเพลิดเพลิน” มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.95 เท่ากัน และประเด็น “ใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์” มีค่าเฉลี่ย 3.84 ตามลำดับโดยทุกประเด็นความพึงพอใจหลัง เปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย : ด้านความบันเทิง หมายถึงว่า ผู้ชมรายการครัวคุณต๋อย มีความพึงพอใจหลังการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อยมาก

7. ด้านเอกลักษณ์ของปัจเจกบุคคล พบว่า โดยเฉลี่ยกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจด้านเอกลักษณ์ของปัจเจกบุคคล ในประเด็น“เสริมสร้างเอกลักษณ์ของตนเองให้เป็นผู้มีความรอบรู้ทางด้านอาหารมากขึ้น” มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.80 รองลงมาคือ ประเด็น “เสริมสร้างเอกลักษณ์ของตนเองในการนำข้อมูลข่าวสารในรายการมาใช้อ้างอิงในการสนทนาของตนเอง เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือมากขึ้น” มีค่าเฉลี่ย 3.67 ตามลำดับ โดยทุกประเด็นความพึงพอใจหลัง เปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย : ด้านเอกลักษณ์ของปัจเจกบุคคล หมายถึงว่า ผู้ชมรายการครัวคุณต๋อย มีความพึงพอใจหลังการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อยมาก

### ส่วนที่ 6 แนวโน้มพฤติกรรมการรับชมรายการครัวคุณต๋อย

ผลการศึกษาเกี่ยวกับแนวโน้มพฤติกรรมการเปิดรับของผู้ชมรายการครัวคุณต๋อยพบว่า โดยเฉลี่ยกลุ่มตัวอย่างมีความตั้งใจที่จะเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย ระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.75 หมายถึง กลุ่มตัวอย่างมีความตั้งใจในการรับชมรายการครัวคุณต๋อยมาก โดยเป็นประเด็น “ความตั้งใจที่จะเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อยต่อไป” มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.87 และประเด็น “ความตั้งใจที่จะแนะนำ คนอื่นให้เปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย” มีค่าเฉลี่ย 3.64 โดยทั้งสองประเด็นความตั้งใจที่จะเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย หมายถึงว่า ผู้ชมรายการครัวคุณต๋อย มีความตั้งใจที่จะเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อยมาก

### ส่วนที่ 7 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ความคาดหวังและความพึงพอใจที่มีต่อรายการครัวคุณต๋อย” ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบสมมติฐานการวิจัยที่กำหนดไว้ 3 ข้อ สามารถสรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

ตารางที่ 5.1

แสดงผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย
สมมติฐานการวิจัยที่ 1 ความคาดหวังก่อนการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย มีความสัมพันธ์ กับการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย ความถี่ (ครั้ง/สัปดาห์)	
สมมติฐานการวิจัยที่ 1.1 ความคาดหวัง มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อยความถี่ (ครั้งต่อสัปดาห์)	ยอมรับสมมติฐานการวิจัย ( $r = 0.265$ , $P\text{-value} < 0.01$ )

## ตารางที่ 5.1

## แสดงผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย (ต่อ)

สมมติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย
<b>สมมติฐานการวิจัยที่ 2</b> การเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อรายการครัวคุณต๋อย	
<b>สมมติฐานการวิจัยที่ 2.1</b> การเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย ความถี่ (ครั้ง/สัปดาห์) มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อรายการครัวคุณต๋อย	ยอมรับสมมติฐานการวิจัย ( $r = 0.330$ , $P\text{-value} < 0.01$ )
<b>สมมติฐานการวิจัยที่ 3</b> ความคาดหวังก่อนการเปิดรับชม แตกต่างกับความพึงพอใจหลังการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
<b>สมมติฐานการวิจัยที่ 3.1</b> ความคาดหวังก่อนการเปิดรับชม แตกต่างกับความพึงพอใจหลังการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย ด้านรูปแบบการนำเสนอรายการ	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
<b>สมมติฐานการวิจัยที่ 3.2</b> ความคาดหวังก่อนการเปิดรับชม แตกต่างกับความพึงพอใจหลังการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย ด้านคุณสมบัติพิธีกรรายการ	ยอมรับสมมติฐานการวิจัย ( $t = 3.273$ , $P\text{-value} < 0.01$ )
<b>สมมติฐานการวิจัยที่ 3.3</b> ความคาดหวังก่อนการเปิดรับชม แตกต่างกับความพึงพอใจหลังการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย ด้านเนื้อหารายการ	ยอมรับสมมติฐานการวิจัย ( $t = 2.077$ , $P\text{-value} < 0.05$ )
<b>สมมติฐานการวิจัยที่ 3.4</b> ความคาดหวังก่อนการเปิดรับชม แตกต่างกับความพึงพอใจหลังการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย ด้านข้อมูลข่าวสาร	ยอมรับสมมติฐานการวิจัย ( $t = 3.685$ , $P\text{-value} < 0.01$ )
<b>สมมติฐานการวิจัยที่ 3.5</b> ความคาดหวังก่อนการเปิดรับชม แตกต่างกับความพึงพอใจหลังการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย ด้านการปฏิสัมพันธ์กับสังคม	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
<b>สมมติฐานการวิจัยที่ 3.6</b> ความคาดหวังก่อนการเปิดรับชม แตกต่างกับความพึงพอใจหลังการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย ด้านความบันเทิง	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
<b>สมมติฐานการวิจัยที่ 3.7</b> ความคาดหวังก่อนการเปิดรับชม แตกต่างกับความพึงพอใจหลังการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย ด้านเอกลักษณ์ของปัจเจกบุคคล	ยอมรับสมมติฐานการวิจัย ( $t = -3.108$ , $P\text{-value} < 0.01$ )



## 5.2 อภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาเรื่อง “ความคาดหวังและความพึงพอใจที่มีต่อรายการครัวคุณต๋อย” สามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ดังนี้

### ข้อมูลลักษณะทางประชากร

จากผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ส่วนใหญ่มีช่วงอายุ 35-50 ปี เนื่องจากเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของรายการ การศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า สถานภาพโสด ส่วนใหญ่มีอาชีพข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ และส่วนใหญ่มีรายได้ส่วนตัวต่อเดือนอยู่ในช่วง 24,001- 35,000 บาท

### การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับรายการครัวคุณต๋อย

จากผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับรายการครัว คุณต๋อยจากสื่อโทรทัศน์ ซึ่งสอดคล้องกับผลสำรวจในปี 2559 ในเรื่อง “พฤติกรรมการรับข่าวสารและความเชื่อมั่นของประชาชนที่มีต่อสื่อมวลชน” ของคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย พบว่า คนไทยทุกรุ่นเสพสื่อออนไลน์และข่าวแชร์สูง แต่ในขณะเดียวกัน คนไทยทุกรุ่นมีความเชื่อถือสื่อหลักดั้งเดิมอย่างสูงสุด โดยประชาชนให้ความเชื่อถือกับการนำเสนอข่าวของสื่อมวลชนผ่านทางโทรทัศน์มากที่สุด

นอกจากนั้นยังสอดคล้องกับงานวิจัยของนภภรณ์ อัจฉริยกุล และคณะ (2547, น. 279) ที่ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์จากสื่อโทรทัศน์ โดยอธิบายไว้ในตอนหนึ่งว่า ในฐานะปัจเจกบุคคล ผู้รับสารได้ใช้สื่อโทรทัศน์เพื่อเป็นข้อมูลในการดำรงชีวิต เพราะการมีข้อมูลมากพอจะสามารถนำมาปรับใช้ในชีวิตประจำวันได้ ซึ่งทำให้การตัดสินใจดำเนินการในเรื่องใด ๆ ก็ตามเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ โดยข้อมูลที่ผู้รับสารใช้ในการดำรงชีวิต สามารถแบ่งออกได้เป็นข้อมูลระยะสั้นที่เป็นปัจจุบัน และข้อมูลแสดงแนวโน้ม (Trend) ในอนาคต

ในส่วนของประเด็นข่าวสารเกี่ยวกับรายการครัวคุณต๋อยที่เปิดรับเป็นประจำของกลุ่มตัวอย่างพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับประเด็นข่าวสารเกี่ยวกับเมนูอาหารนั้น ได้ตรงการพัฒนา รูปแบบรายการครัว คุณต๋อยในช่วงแรก คือ การพัฒนาช่วงครัวคุณต๋อย ช่วงหนึ่งในรายการทูไนท์โชว์ ให้กลายมาเป็น รายการครัวคุณต๋อยรายการที่สอนทำอาหาร โดยวัตถุประสงค์ของรายการเพื่อให้ผู้ชมได้รับทราบถึงสูตรในการทำอาหารอย่างแท้จริง

### ความคาดหวังก่อนการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย

จากผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังก่อนเปิดการรับชมรายการครัวคุณต๋อยอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.82 โดยกลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังด้าน “ข้อมูลข่าวสาร” มากที่สุด

เมื่อพิจารณาความคาดหวังก่อนเปิดการรับชมรายการครัวคุณต๋อย ด้านข้อมูลข่าวสาร พบว่าประเด็น “ตอบสนองต่อความอยากรู้อยากเห็น และความสนใจในเรื่องอาหารที่หาทานยากในปัจจุบัน” มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.15 รองลงมาคือ ประเด็น “ได้รับความรู้ทางด้านอาหารเพิ่มมากขึ้น” มีค่าเฉลี่ย 4.14 และประเด็น “นำความรู้ที่ได้รับจากรายการมาประกอบอาชีพเพื่อสร้างรายได้ให้แก่ตนเอง” มีค่าเฉลี่ย 3.62 จากผลการศึกษาดังกล่าว สามารถนำทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อ ตามแนวทางของ ปาล์มกรีน และเรย์เบิร์น Palmgreen & Rayburn, 1985, อ้างถึงใน (กาญจนา แก้วเทพ, 2556 น. 293) มาอธิบายได้ว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังต่อรายการเป็นแรงจูงใจสำคัญที่นำไปสู่การตัดสินใจเปิดรับและสนองต่อความคาดหวังที่มีอยู่ก่อนการเปิดรับชมรายการขณะที่ พีระ จิโรสภณ (2529, น. 636 – 640, อ้างถึงในพิเชษฐ์ วรียนันท์กุล, 2555, น. 21-22) ได้ระบุว่า ผู้รับสารยังมีเหตุผลอื่น ๆ ในการเลือกเปิดรับสารต่าง ๆ ซึ่งเหตุผลหนึ่งในการเลือกเปิดรับของผู้รับสารคือเพื่อความรู้ (Cognition) หมายถึง ความต้องการข่าวสาร เพื่อตอบสนองต่อความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ในด้านความอยากรู้อยากเห็น และต้องได้รับการยอมรับว่าตนเองเป็นส่วนหนึ่งของสังคม โดยการรับรู้ข่าวสารผ่านสื่อมวลชนในรูปแบบหลักต่าง ๆ ได้แก่ ข่าวสารภายในหรือ ภายนอกสังคม ความรู้ทางวิชาการ หรือ ความรู้รอบตัว และความบันเทิงและยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ อรสินี อมรโมฬี (2557) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ความคาดหวัง การเปิดรับ และความพึงพอใจที่มีต่อรายการ วันใหม่ไทยพีบีเอส สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส” พบว่า ความคาดหวังก่อนเปิดรับชมรายการวันใหม่ ไทยพีบีเอสของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยความคาดหวังด้าน “ข้อมูลข่าวสาร” มากที่สุด

ความคาดหวังด้านความบันเทิง เป็นด้านที่กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังก่อนเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.96 รองลงมาจาก ด้านข้อมูลข่าวสาร โดยเฉพาะ ประเด็น “ได้รับความเพลิดเพลิน” มีค่าเฉลี่ย 4.00 รองลงมาคือ ประเด็น “ผ่อนคลาย ความเครียด” มีค่าเฉลี่ย 3.96 และประเด็น “ใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์” มีค่าเฉลี่ย 3.91 ซึ่งตรงกับรูปแบบรายการครัวคุณต๋อย ที่เป็นรายการวาไรตี้ที่นำเสนอสูตรลับความอร่อยปนความฮา รับประกันรสชาติความอร่อยและความสนุกสนาน เพื่อให้ผู้ชมได้ทั้งสาระและความบันเทิงไปในเวลาเดียวกันและสอดคล้องกับ ศิริชัย ศิริภายะ และกาญจนา แก้วเทพ (2531, น. 110 -112) ที่ได้ศึกษาตัวแปรความต้องการที่ผู้รับสารต้องการจากสื่อมวลชน ซึ่ง McQuail และคณะได้สร้างไว้แล้วนำมาปรับปรุงขึ้นใหม่ เพื่อให้สอดคล้องกับการใช้สื่อมวลชนโดยผู้รับสาร ดังนั้นความต้องการสารสนเทศ ความต้องการสร้างเอกลักษณ์ให้แก่บุคคล ความต้องการรวมตัว และปฏิสัมพันธ์ทางสังคม และความต้องการความบันเทิง



ส่วนความคาดหวังด้าน “การปฏิสัมพันธ์กับสังคม” และด้าน “เอกลักษณ์ของปัจเจกบุคคล” มีค่าเฉลี่ย 3.63 เท่ากัน ซึ่งถือว่าอยู่ในระดับน้อย แต่ก็ยังเป็นด้านที่มีค่าเฉลี่ยความคาดหวังที่สูงกว่าอีกสองด้านที่กล่าวมาข้างต้น เป็นไปได้ว่า รายการครัวคุณต๋อย เป็นรายการวาไรตี้ประเภทสอนทำอาหารที่มุ่งเน้นการให้สาระความรู้ทางด้านอาหารและความบันเทิงในเวลาเดียวกัน แต่เมื่อเทียบกับรายการวาไรตี้โชว์ประเภทอื่น ๆ เช่น วาไรตี้ทอล์คโชว์ หรือ วาไรตี้เกมโชว์ ความคาดหวังส่วนนี้อาจ ไม่เด่นชัดนัก

### พฤติกรรมกาเปิดรับของผู้ชมรายการครัวคุณต๋อย

จากผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างในการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย 5 ครั้ง/สัปดาห์มากที่สุด รองลงมา 1 ครั้ง/สัปดาห์ส่วนใหญ่มีระยะเวลาเฉลี่ยในการติดตามรับชมรายการครัวคุณต๋อย 4 ปีมากที่สุด สอดคล้องกับรูปแบบ พฤติกรรมการเปิดรับสื่อของแม็คลรอยด์ และโอคีฟ (McLeod & O'Keefe, 1972, p. 123, อ้างถึงใน อมตรัตน์ วีระวงศ์, 2555, น. 19) ที่ยึดถือเวลาที่ใช้กับสื่อ (Time Spent with Media) และความถี่ของการใช้สื่อ (Frequency) โดยแยกตามประเภทของเนื้อหารายการที่แตกต่างกัน เป็นตัวชี้ (Index) ที่ใช้วัดพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ (Media Exposure) เพื่อให้คำตอบที่ได้จากการวัดพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ แล้วนำไปเชื่อมโยงกับ ตัวแปรอื่นเพื่อให้ได้ผลที่ชัดเจน

เมื่อพิจารณาลักษณะการรับชมรายการครัวคุณต๋อย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ตั้งใจชมตลอดทั้งรายการ มากที่สุด ตามแนวคิด ของ เมอร์ริลล์ และโลเวนสไตน์ Merrill & Lowenstein, 1971, (อ้างถึง วัชรพงศ์ แสงเมฆ, 2554, น. 12 - 13) ที่ว่า แรงผลักดันของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อและข่าวสารของบุคคลมาจากคุณสมบัติพื้นฐานของมนุษย์ที่มีความอยากรู้อยากเห็นและต้องการที่จะรับรู้ข้อมูลข่าวสารเพื่อตอบสนองความต้องการของตัวเอง สอดคล้องกับสมควร กวียะ (2540, น. 114) ที่ระบุว่า มนุษย์มีกระบวนการในการเลือกเลือกเปิดรับ หรือสนใจข่าวสารที่สอดคล้องกับความรู้ ทัศนคติ ความเชื่อ หรือสถานภาพทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมเช่นเดียวกับ พรทิพย์ วรกิจโกภาธร(2529, น. 292) ระบุว่า ผู้รับสารจะเปิดรับสื่อตามลักษณะที่สอดคล้อง (Consistence) กับความรู้ ค่านิยม ความเชื่อ และทัศนคติของตนเอง สอดคล้องกับงานวิจัยของคันสนีย์ นิธิจินดา (2552) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง “การเปิดรับ ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ของผู้ชมรายการ คริส ดีลิเวอรี ทางสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ในเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่า ในส่วนของพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีลักษณะการชมรายการแบบตั้งใจชมรายการ แต่ไม่ได้มีการจดบันทึกความรู้ไว้ และรับชมรายการมาตลอด

ในส่วนช่องทางในการรับชมรายการครัวคุณต๋อยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับชมรายการครัวคุณต๋อยผ่านทางโทรทัศน์ มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 74.6 รองลงมาคือ ชมย้อนหลังใน Born TV Official ของ Youtube มีค่าเฉลี่ย 13.7 ซึ่งสอดคล้องกับผลสำรวจในปี 2559 เรื่อง “พฤติกรรมการรับ

ข่าวสารและความเชื่อมั่นของประชาชนที่มีต่อสื่อมวลชน” ของคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย พบว่า คนไทยทุกรุ่นเสพสื่อออนไลน์และข่าวแฮร์สูง แต่ในขณะเดียวกัน คนไทยทุกรุ่นมีความเชื่อถือสื่อหลักดั้งเดิมอย่างสูงสุด โดยประชาชนให้ความเชื่อถือกับการนำเสนอข่าวของสื่อมวลชนผ่านทางโทรทัศน์มากที่สุด คิดเป็นคะแนนเฉลี่ย 3.89 และจากผลสำรวจในข้างต้น สะท้อนให้เห็นว่า ถึงแม้สื่อใหม่ (New Media) เข้ามามีอิทธิพลอย่างมากต่อผู้คนในสังคม แต่อย่างไรก็ดี สื่อเก่า (Traditional Media) อย่างเช่น สื่อโทรทัศน์ก็ยังได้ชื่อว่าเป็นสื่อที่มีความน่าเชื่อถือมากที่สุดซึ่งตรงกับ สุรสิทธิ์ วิชาญรัฐ (2555) กล่าวว่า สื่อโทรทัศน์มีคุณสมบัติบางอย่างที่สามารถผูกขาดอำนาจสื่อไว้มากที่สุด เพราะสื่อสารผ่าน ทั้งภาพและเสียง และแพร่หลายกระจายเข้าไปยังเกือบทุกพื้นที่ของประเทศ

### ความพึงพอใจหลังเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย

จากผลการวิจัยพบว่า โดยรวมความพึงพอใจหลังเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อยของกลุ่มตัวอย่าง อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.78 สอดคล้องกับงานวิจัยของจิราพร ประพันธ์เจริญ (2557) ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรม การเปิดรับ ความคาดหวัง และความพึงพอใจของผู้อ่านในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อนิตยสาร a day Bulletin” พบว่า ในด้านความพึงพอใจจากการเปิดรับนิตยสาร a day BULLETIN กลุ่มตัวอย่างมี ความพึงพอใจ อยู่ในระดับมาก เช่นเดียวกับ อรสินี อมรโมฬี (2557) ศึกษาเรื่อง “ความคาดหวัง การเปิดรับ และความพึงพอใจที่มีต่อรายการวันใหม่ไทยพีบีเอส สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส” กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจหลังเปิดรับชมรายการวันใหม่ไทยพีบีเอสของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจ ด้านความบันเทิง มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.91 รองลงมาคือ ด้านข้อมูลข่าวสาร มีค่าเฉลี่ย 3.88 และด้านการปฏิสัมพันธ์กับสังคม มีค่าเฉลี่ย 3.67 ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยความพึงพอใจใน หลังการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย ด้านความบันเทิง พบว่า ประเด็น “ผ่อนคลายความเครียด” และประเด็น “ได้รับความเพลิดเพลิน” มีค่าเฉลี่ย 3.95 เท่ากัน ซึ่งถืออยู่ในระดับมาก และประเด็น “ใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์” มีค่าเฉลี่ย 3.84 จากการศึกษาดังกล่าวสามารถนำทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses and Gratifications Theory) ของแคทซ์และคณะ (Katz et al., 1974) ได้อธิบายถึง รูปแบบการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจจากสื่อมวลชนว่าเกิดจากสภาวะทางจิตใจและสังคมที่แตกต่างกัน ส่งผลให้ผู้รับสารมีความต้องการที่แตกต่างกันไป โดยความต้องการที่แตกต่างกันนี้ ทำให้แต่ละคนคาดคะเนว่าสื่อแต่ละประเภทจะสนองความพอใจได้แตกต่างกันออกไปด้วย ดังนั้น ลักษณะการใช้สื่อของบุคคลที่มีความต้องการ ไม่เหมือนกันจะแตกต่างกันไป ขั้นสุดท้ายคือ ความพอใจที่ได้รับจากการใช้สื่อก็จะแตกต่างกันไปด้วย

ความพึงพอใจด้านข้อมูลข่าวสารพบว่า ประเด็น “ได้รับความรู้ทางด้านอาหารเพิ่มมากขึ้น” มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.04 รองลงมาคือ ประเด็น “ได้รับความรู้จากในเรื่องร้านอาหารที่ตนเอง

สนใจ” มีค่าเฉลี่ย 4.03 และประเด็น “นำความรู้ที่ได้รับจากรายการมาประกอบอาชีพเพื่อสร้างรายได้ให้แก่ตนเอง” มีค่าเฉลี่ย 3.62 จากผลการศึกษาดังกล่าว สามารถนำทฤษฎีสามารถเชื่อมโยงได้กับแบบจำลองของ ปาล์มสกรีน และเรย์เบิร์น (Plamgreen & Rayburn, 1985) ที่ได้ศึกษาทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ คือ ทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อ (Expectancy-Value Theory) มีนิยามกรอบแนวคิดเกี่ยวกับการแสวงหาความพึงพอใจ (Gratifications sought) ว่าเป็นการหาผลลัพธ์โดยคาดหวังเอาไว้ล่วงหน้าถึงการได้มาซึ่งผลลัพธ์นั้น การแสวงหาความพึงพอใจของบุคคลในฐานะผู้รับสารต่อสื่อหนึ่ง ๆ มาจากการผสมผสานระหว่างความคาดหวังของแต่ละบุคคลต่อคุณสมบัติเฉพาะของสื่อชนิดนั้น ร่วมกับการประเมินค่าทางอารมณ์ด้วยคุณสมบัติที่มีอยู่ในสื่อ กลายเป็นแรงจูงใจให้ผู้รับสารแสวงหาความพึงพอใจจากสื่อ และนำไปสู่การตัดสินใจที่ใช้สื่อหนึ่ง ๆ เมื่อผู้รับสารได้รับความพึงพอใจจากสื่อ ผลที่ได้รับจะย้อนกลับมาต่อย้ำความเชื่อที่มีอยู่เดิมอีกครั้งหนึ่ง รวมไปถึงย้อนกลับไปประเมินผลที่ได้รับอีกครั้งหนึ่งด้วยและยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ คันสนีย์ นิธิจินดา (2552) ศึกษาเรื่อง “การเปิดรับ ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ของผู้ชมรายการ คริส ตีลิวอร์รี่ ทางสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ในเขตกรุงเทพมหานคร” กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจหลังเปิดรับชมรายการคริส ตีลิวอร์รี่ มีความพึงพอใจด้านเนื้อหารายการอยู่ในระดับสูง เช่นเดียวกับ งานวิจัยของ พิมพลอย ปัจชัยโย (2553) ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมการเปิดรับและความพึงพอใจรายการข่าวบันเทิง ดาวกระจาย ทางโมเดิร์นไนน์ทีวีของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร” กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจจากการรับชมรายการดาวกระจายในด้านเนื้อหารายการ มีความพอใจในระดับมาก คือ ความเหมาะสมของเนื้อหาข่าวที่น่าเสนอ

ส่วนความพึงพอใจด้านปฏิสัมพันธ์กับสังคม มีค่าเฉลี่ย 3.67 ซึ่งถือว่าอยู่ในระดับน้อย แต่ก็ถือว่าเป็นด้านที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงกว่า เมื่อเทียบกับสองด้านข้างต้นเป็นไปได้ว่า รายการครัวคุณต๋อยเป็นรายการวาไรตี้ ประเภทสอนทำอาหาร ที่มุ่งเน้นการให้สาระความรู้ทางด้านอาหารและความบันเทิงไปในเวลาเดียวกัน แต่เมื่อเทียบกับรายการวาไรตี้โชว์ประเภทอื่น ๆ เช่น วาไรตี้ทอล์คโชว์ หรือ วาไรตี้เกมโชว์ ความพึงพอใจส่วนนี้อาจไม่เด่นชัดนัก

### **แนวโน้มพฤติกรรมมารับชมรายการครัวคุณต๋อย**

จากผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความตั้งใจที่จะเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อยระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.75 แสดงให้เห็นว่า แนวโน้มการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อยต่อไปในอนาคตก็มีมากเช่นเดียวกัน ซึ่งอาจจะเป็นด้วยจากรายการครัวคุณต๋อย ที่เป็นรายการวาไรตี้ที่น่าเสนอสูตรลับความอร่อยปนความฮา ที่รับประกันรสชาติความอร่อยและความสนุกสนาน และด้วยเนื้อหารายการที่หลากหลาย และมีรูปแบบรายการที่น่าสนใจ จึงทำให้ผู้ชมได้รับทั้งสาระและความบันเทิงไปในเวลาเดียวกัน

เมื่อพิจารณาแนวโน้มการเปิดรับชมรายการครีวคุณต่อในแต่ละประเด็น พบว่า ประเด็น “ตั้งใจที่จะเปิดรับชมรายการครีวคุณต่อไป” มีค่าเฉลี่ยสูงกว่า ประเด็น “ความตั้งใจที่จะแนะนำคนอื่นให้เปิดรับชมรายการครีวคุณต่อไป” ไม่มากนัก สะท้อนให้เห็นว่าทั้งกลุ่มตัวอย่างและบุคคลรอบข้างกลุ่มตัวอย่างมีแนวโน้มเปิดรับชมรายการครีวคุณต่อ อยู่ในระดับมาก ซึ่งเป็นผลต่อเนื่องจากความพึงพอใจในการเปิดรับชมรายการครีวคุณต่อของกลุ่มตัวอย่าง โดยนำไปสู่ความตั้งใจติดตามรับชมรายการอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งเป็นแรงจูงใจให้บุคคลที่ใกล้ชิด เช่น ครอบครัว ญาติพี่น้อง เพื่อนบ้าน รวมถึงเพื่อนร่วมงาน เลือกรับชมรายการครีวคุณต่อไปด้วย

### อภิปรายผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

**สมมติฐานการวิจัยที่ 1** ความคาดหวังมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับชมรายการครีวคุณต่อ

ความถี่ (ครั้ง/สัปดาห์)

ผลการศึกษาพบว่า ความคาดหวังก่อนเปิดรับชมรายการครีวคุณต่อของผู้ชม ได้แก่ ด้านรูปแบบการนำเสนอรายการ ด้านคุณสมบัติพิธีกรรายการ ด้านเนื้อหารายการ ด้านข้อมูลข่าวสาร ด้านการปฏิสัมพันธ์กับสังคม ด้านเอกลักษณ์ของปัจเจกบุคคล และด้านความบันเทิงกับการเปิดรับชมรายการครีวคุณต่อ (ความถี่/สัปดาห์) โดยความคาดหวังทุกด้านเป็นความสัมพันธ์ทางบวก สอดคล้องกับทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อ (Expectancy - Value Theory) ระบุว่า ผู้รับสารแต่ละคนมีความคาดหวังต่อสื่อซึ่งเป็นแรงจูงใจ (Motivation) ของบุคคลในการใช้สื่อ ซึ่งแรงจูงใจในการเลือกใช้นั้นเกิดจากการคาดการณ์ไว้ล่วงหน้าก่อนแล้วว่า สื่อแต่ละประเภทจะให้รางวัลหรือผลทางบวกแก่ผู้รับสารลักษณะใดบ้าง ซึ่งรางวัลที่ได้มาจากการใช้หรือเปิดรับสื่อ นั้น จะเป็นผลทางจิตใจที่ทำให้บุคคลกำหนดคุณค่า (Value) หรือความชื่นชอบเป็นส่วนตัว แก่ผลลัพธ์รางวัลแบบต่าง ๆ ซึ่งตรงกับแนวคิดของ กาญจนา แก้วเทพ (2556, น. 293) ที่ระบุว่า ผลลัพธ์ที่เป็นรางวัลทางใจนี้ เรียกว่า “ความพึงพอใจที่ได้รับจากสื่อ” (Media Gratifications) ผลการศึกษายังสอดคล้องกับงานวิจัยของอรสิณี อมรโมฬี (2557) ศึกษาเรื่อง “ความคาดหวัง การเปิดรับ และความพึงพอใจที่มีต่อรายการวันใหม่ไทยพีบีเอส สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส” ความคาดหวังก่อนการเปิดรับชมรายการวันใหม่ไทยพีบีเอสของผู้ชม มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับชมรายการวันใหม่ไทยพีบีเอสของผู้ชม ในแง่ความบ่อยครั้งในการชม โดยเป็นความสัมพันธ์ทางบวก

จากทฤษฎี และผลการวิจัยที่เกี่ยวข้องในข้างต้น สามารถนำมาเชื่อมโยงและอธิบายผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยนี้ได้ว่า ความคาดหวังต่อรายการครีวคุณต่อของผู้ชม ได้แก่ ด้านรูปแบบการนำเสนอรายการ ด้านคุณสมบัติพิธีกรรายการ ด้านเนื้อหารายการ ด้านข้อมูลข่าวสาร ด้านการปฏิสัมพันธ์กับสังคม ด้านเอกลักษณ์ของปัจเจกบุคคล และด้านความบันเทิงมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับชมรายการครีวคุณต่อ (ความถี่/สัปดาห์) เกิดจากแรงจูงใจในการเลือกเปิดรับชมรายการตามความถี่

(ครึ่ง/สัปดาห์) ที่แตกต่างกันของกลุ่มตัวอย่างแต่ละคน เพื่อสนองความคาดหวังในด้านต่าง ๆ ที่จะได้รับจากการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย

**สมมติฐานการวิจัยที่ 2** การเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย ความถี่ (ครึ่ง/สัปดาห์) มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจหลังการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย

ความถี่ (ครึ่ง/สัปดาห์)

ผลการศึกษาพบว่า การเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย ความถี่ (ครึ่ง/สัปดาห์) มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมหลังเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย ประกอบด้วย ด้านรูปแบบการนำเสนอรายการ ด้านคุณสมบัติพิธีกรรายการ ด้านเนื้อหารายการ ด้านข้อมูลข่าวสาร ด้านการปฏิสัมพันธ์กับสังคม ด้านเอกลักษณ์ของปัจเจกบุคคล และด้านความบันเทิง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ปาล์มสกรีน และเรย์เบิร์น (Plamgreen & Rayburn, 1985) ที่อธิบายว่า ความพึงพอใจที่เกิดขึ้นจากการใช้สื่อ นั้น จะเกิดขึ้นต่อเนื่องเมื่อมีการใช้สื่ออย่างต่อเนื่อง และใช้มาเป็นระยะเวลานานพอสมควร โดยมีทั้งความพึงพอใจที่เกิดจากความคาดหวังว่าจะได้รับความพึงพอใจหรือแสวงหาความพึงพอใจ และการรับรู้ความพึงพอใจที่ได้รับหรือความพึงพอใจที่ได้รับจริง

นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ อรสินี อมรโมฬี (2557) ศึกษาเรื่อง “ความคาดหวังการเปิดรับ และความพึงพอใจที่มีต่อรายการวันใหม่ไทยพีบีเอส สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส” พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับรายการวันใหม่ไทยพีบีเอสของผู้ชมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจหลังเปิดรับชมรายการวันใหม่ไทยพีบีเอสของผู้ชม โดยความถี่ในการเปิดรับชมโทรทัศน์มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความพึงพอใจที่มีต่อรายการวันใหม่ไทยพีบีเอส สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส

พิมพลอย ปัจชัยโย (2553) ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมการเปิดรับและความพึงพอใจรายการข่าวบันเทิง ดาวกระจาย ทางโมเดิร์นไนน์ทีวีของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับชม กับความพึงพอใจในการชมรายการข่าวบันเทิงดาวกระจาย มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับความพึงพอใจในการชมรายการ ทั้งด้านเนื้อหา ด้านรูปแบบรายการ ด้านพิธีกรดำเนินรายการ และความพึงพอใจหลังจากรับชมรายการ

ศันสนีย์ นิธิจินดา (2552) ศึกษาเรื่อง “การเปิดรับ ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ของผู้ชมรายการ คริส ดีลิเวอรี ทางสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ในเขตกรุงเทพมหานคร” พฤติกรรมการเปิดรับของผู้ชมรายการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากการชมรายการ

ผลการศึกษาข้างต้น สอดคล้องกับแนวทางการศึกษาทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses and Gratifications Theory) ของแคทซ์และคณะ (Katz et al., 1974) ได้อธิบายถึงรูปแบบการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจจากสื่อมวลชนว่าเกิดจากสภาวะทางจิตใจและสังคมที่ต่างกัน ส่งผลให้ผู้รับสารมีความต้องการที่ต่างกันไป โดยความต้องการที่ต่างกันนี้ ทำให้แต่ละคนคาดคะเนว่าสื่อแต่ละประเภทจะสนองความพอใจได้แตกต่างกันออกไปด้วย ดังนั้น ลักษณะการ



ใช้สื่อของบุคคลที่มีความต้องการไม่เหมือนกันจะแตกต่างกันไป ขั้นสุดท้ายคือ ความพอใจที่ได้รับจากการใช้สื่อก็จะแตกต่างกันไปด้วย

**สมมติฐานการวิจัยที่ 3** ความคาดหวังโดยรวมของผู้ชมก่อนเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย แตกต่างกับความพึงพอใจโดยรวมหลังเปิดรับชม

ผลการศึกษาพบว่า ความคาดหวังโดยรวมของผู้ชมก่อนเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย แตกต่างกับ ความพึงพอใจโดยรวมหลังเปิดรับชมรายการ โดยความพึงพอใจโดยรวมของผู้ชมหลังเปิดรับชมรายการน้อยกว่าความคาดหวังโดยรวม ก่อนเปิดรับชมรายการ เมื่อพิจารณาในแต่ละด้าน พบว่า ความคาดหวัง และความพึงพอใจด้านคุณสมบัติพิธีกรรายการ ด้านเนื้อหารายการ ด้านข้อมูลข่าวสาร และด้านความบันเทิง มีความแตกต่างกัน โดยทั้งความพึงพอใจ ด้านคุณสมบัติพิธีกรรายการ ด้านเนื้อหารายการ ด้าน ข้อมูลข่าวสาร และด้านความบันเทิง หลังเปิดรับชม น้อยกว่าความคาดหวังด้านคุณสมบัติพิธีกรรายการ ด้านเนื้อหารายการ ด้านข้อมูลข่าวสาร และด้านความบันเทิง หลังเปิดรับชม สอดคล้องกับงานวิจัยของอรสิณี อมรโมฬี (2557) ศึกษาเรื่อง “ความคาดหวัง การเปิดรับ และความพึงพอใจที่มีต่อรายการวันใหม่ไทยพีบีเอส สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส” พบว่า ความคาดหวังก่อนการเปิดรับชมรายการวันใหม่ไทยพีบีเอสของ ผู้ชม และความพึงพอใจหลังเปิดรับชมรายการวันใหม่ไทยพีบีเอสของผู้ชมมีความแตกต่างกัน โดยผู้ชมรายการวันใหม่ไทยพีบีเอส มีความคาดหวังมากกว่าความพึงพอใจรายการวันใหม่ไทยพีบีเอส

อย่างไรก็ตาม การทดสอบสมมติฐานการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยพบว่า ความคาดหวังด้านรูปแบบนำเสนอรายการ ด้านการปฏิสัมพันธ์กับสังคม และด้านเอกลักษณ์ของปัจเจกบุคคลก่อนเปิดรับชมรายการ ไม่แตกต่างจากความพึงพอใจด้านรูปแบบนำเสนอรายการ ด้านการปฏิสัมพันธ์กับสังคม และด้านเอกลักษณ์ของปัจเจกบุคคล หลังเปิดรับชม

จากผลการทดสอบสมมติฐานและงานวิจัยที่กล่าวมาข้างต้น สามารถเชื่อมโยงได้กับแบบจำลองของ ปาล์มสกรีน และเรย์เบิร์น (Plamgreen & Rayburn, 1985) ที่ได้ศึกษาทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ คือ ทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อ (Expectancy-Value Theory) โดยมีนิยามกรอบแนวคิดเกี่ยวกับการแสวงหาความพึงพอใจ (Gratifications sought) ว่าเป็นการหาผลลัพธ์โดยคาดหวังเอาไว้ล่วงหน้าถึงการได้มาซึ่งผลลัพธ์นั้น โดยการแสวงหาความพึงพอใจของบุคคลในฐานะผู้รับสารต่อสื่อหนึ่ง ๆ มาจากการผสมผสานระหว่างความคาดหวังของแต่ละบุคคลต่อคุณสมบัติเฉพาะของสื่อชนิดนั้น ร่วมกับการประเมินค่าทางอารมณ์ด้วยคุณสมบัติที่มีอยู่ในสื่อ กลายเป็นแรงจูงใจให้ผู้รับสารแสวงหาความพึงพอใจจากสื่อ และนำไปสู่การตัดสินใจที่ใช้สื่อหนึ่ง ๆ เมื่อผู้รับสารได้รับความพึงพอใจจากสื่อ ผลที่ได้รับจะย้อนกลับมาตอกย้ำความเชื่อที่มีอยู่เดิมอีกครั้งหนึ่ง รวมไปถึงย้อนกลับไปประเมินผลที่ได้รับอีกครั้งหนึ่งด้วย

จากทฤษฎีและผลการวิจัยที่เกี่ยวข้องข้างต้น สามารถนำมาอธิบายผลการทดสอบ สมมติฐานการวิจัยครั้งนี้ว่า ความคาดหวังโดยรวมของผู้ชมก่อนเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย แตกต่าง กับความพึงพอใจโดยรวมหลังเปิดรับชมรายการ เนื่องด้วยก่อนเปิดรับชมรายการ ผู้ชมมีการคาดการณ์ เอาไว้ล่วงหน้าว่าจะได้รับประโยชน์และความพึงพอใจอย่างไรบ้างจากการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย โดยทั้งหมดนี้เป็นความคาดหวังที่สะท้อนให้เห็นถึงความรู้สึกหรือความต้องการส่วนตัวของแต่ละบุคคลที่ ต้องการได้รับการตอบสนอง และเมื่อใดที่ผู้ชมเลือกเปิดรับชมรายการแล้ว และความคาดหวังในด้าน ต่างๆ ที่มีต่อรายการสามารถตอบสนองมากกว่าที่ผู้ชมคาดหวังไว้ ก็จะเกิดแปรเปลี่ยนเป็นความพึงพอใจ ที่เกิดขึ้นจริง และจะทำให้ผู้ชมมีความพึงพอใจอย่างสูง แต่ในทางตรงกันข้าม หากหลังรับชมรายการครัว คุณต๋อยแล้ว ความคาดหวังด้านต่าง ๆ ของผู้ชมที่มีต่อรายการได้รับการตอบสนองน้อยกว่าที่คาดหวัง เอาไว้ ความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการก็จะลดน้อยลงตามไปด้วย

### 5.3 ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1. จากการศึกษาความคาดหวัง ก่อนเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย และความพึงพอใจ หลังเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อยพบว่า ในส่วนของความคาดหวังก่อนเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย ด้านข้อมูลข่าวสาร พบว่า มีค่าเฉลี่ย 3.99 ซึ่งอยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ ด้านความบันเทิง มีค่าเฉลี่ย 3.96 ในด้านนี้คงอยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน เมื่อพิจารณาผลการศึกษาในส่วนของความคาดหวังก่อนเปิด รับชมรายการ 2 ประเด็นแรก พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังในการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย ด้านข้อมูลข่าวสาร ในประเด็น “ตอบสนองความอยากรู้อยากเห็นและความสนใจในเรื่องอาหารที่หาทาน ยากในปัจจุบัน” มากที่สุดรองลงมาคือ ประเด็น “ได้รับความรู้ทางด้านอาหารเพิ่มมากขึ้น” ขณะที่ ด้าน ความบันเทิง พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังในการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย ด้านความบันเทิง ในประเด็น “ได้รับความเพลิดเพลิน” มากที่สุด รองลงมาคือ ประเด็น “ผ่อนคลายความเครียด”

ในทางตรงกันข้าม ในส่วนของความพึงพอใจหลังเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อยด้าน ความบันเทิง พบว่า มีค่าเฉลี่ย 3.91 ซึ่งอยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ ด้านข้อมูลข่าวสาร มีค่าเฉลี่ย 3.88 ในด้านนี้คงอยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน เมื่อพิจารณาผลการศึกษาในส่วนของความพึงพอใจหลังเปิดรับชม รายการ 2 ประเด็นแรก พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย ด้าน ความบันเทิง ในประเด็น “ผ่อนคลายความเครียด” และประเด็น “ได้รับความเพลิดเพลิน” มากที่สุด เท่ากัน

จากการศึกษาความคาดหวัง ก่อนเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย และความพึงพอใจ หลังเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อยพบว่า ทั้งในส่วนของความคาดหวังก่อนเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย และความพึงพอใจหลังเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย ในด้านข้อมูลข่าวสาร และด้านความบันเทิงนั้น

มีค่าเฉลี่ยสูง และอยู่ใน 2 อันดับแรกทั้งหมด สะท้อนให้เห็นถึงในการทำรายการวาไรตี้อาหารในปัจจุบัน อย่างเช่นรายการครัวคุณต๋อยนั้น ผู้ผลิตรายการควรให้ความสำคัญกับ ข้อมูลข่าวสาร และความบันเทิง มากขึ้น เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้ชมอย่างสูงสุด

2. จากผลการวิจัยทั้งในส่วนความคาดหวัง และความพึงพอใจต่อรายการครัวคุณต๋อย ด้านการปฏิสัมพันธ์กับสังคม พบว่า น้อยที่สุดเมื่อเทียบกับด้านอื่น ๆ อาจเป็นเพราะรูปแบบรายการครัวคุณต๋อยเป็นรายการวาไรตี้อาหาร ที่มุ่งเน้นการนำเสนอเมนูอาหารประเภทต่าง ๆ ตามแบบต้นฉบับ ที่รับประกันรสชาติความอร่อยและความสนุกสนานในรายการ เพื่อให้ผู้ชมได้ทั้งสาระและความบันเทิงไปในเวลาเดียวกันนั้น มากกว่าสัดส่วนเนื้อหาที่พอจะทำให้ผู้ชมรายการนำไปเป็นหัวข้อสนทนากับบุคคลอื่นในสังคมได้ ทั้งนี้ ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการผลิตรายการครัวคุณต๋อยอาจนำผลการศึกษานี้ไปปรับปรุงรูปแบบและการนำเสนอ ในส่วนของข้อมูลในแต่ละช่วงให้มีความน่าสนใจ ทันสมัย และมีความน่าเชื่อถือ โดยสอดแทรกไปในช่วงต่าง ๆ ของรายการ เพื่อสร้างแรงจูงใจให้ผู้ชมรู้สึกสนใจ และตื่นตาตื่นใจไปกับการรับชมรายการมากขึ้น

3. จากผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังก่อนเปิดรับชม กับความพึงพอใจหลังเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย พบว่า แตกต่างกันเล็กน้อย โดยความพึงพอใจโดยรวมก่อนเปิดรับชมรายการ น้อยกว่าความคาดหวังหลังเปิดรับชมรายการ ด้านเอกลักษณ์ของปัจเจกบุคคล สูงกว่าความพึงพอใจหลังเปิดรับชมในด้านเดียวกัน โดยเฉพาะในประเด็น “เสริมสร้างเอกลักษณ์ของตนเอง ให้เป็นผู้มีความรอบรู้ทางด้านอาหารมากขึ้น” ความพึงพอใจอยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ย 3.80 จากข้างต้นสามารถสะท้อนให้เห็นว่า ผู้จัดทำรายการครัวคุณต๋อยควรปรับปรุงรายการ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการและสร้างความพึงพอใจแก่ผู้ชมหลังเปิดรับชมรายการมากขึ้น

#### 5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

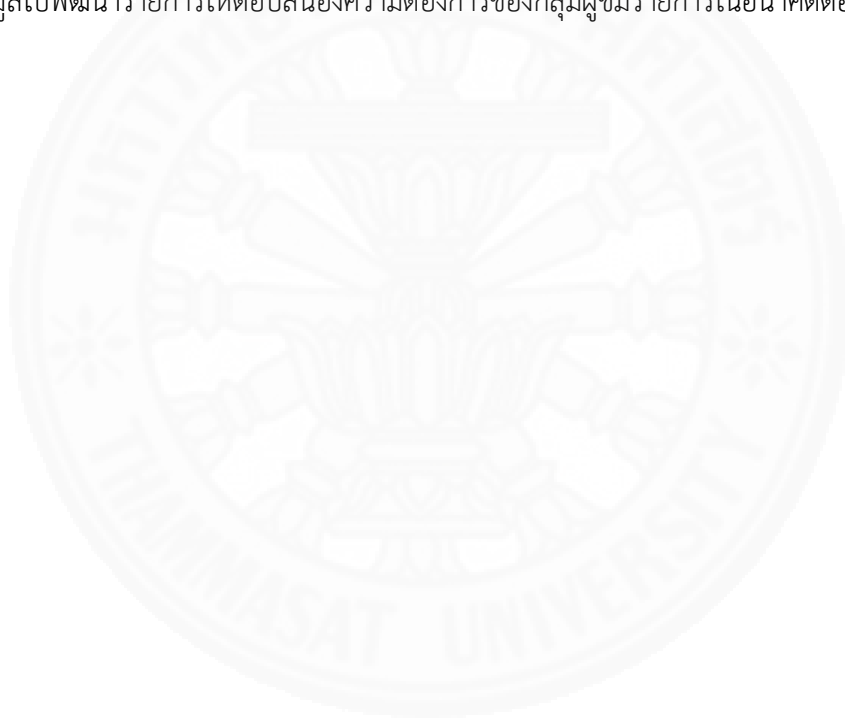
1. การศึกษาครั้งนี้มีรูปแบบการศึกษาเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ด้วยการใช้วิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ดังนั้น สำหรับการวิจัยในอนาคต ผู้วิจัยที่มีความสนใจในประเด็นที่คล้ายคลึงกับการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ทำการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพิ่มเติม โดยใช้ การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interviews) กับผู้ผลิตรายการ หรือการสนทนากลุ่ม (Focus Groups) กับกลุ่มผู้ชมรายการ ทั้งที่เป็นกลุ่มผู้ชมเป็นประจำของรายการ (Fanclub) และกลุ่มผู้ชมที่เปิดรับชมแบบนาน ๆ ครั้ง เพื่อจะได้ผลการศึกษาเชิงลึก และมีความละเอียดมากขึ้น โดยสามารถนำข้อมูล ไปพัฒนารายการให้ตรงต่อความต้องการกับกลุ่มผู้ชมมากขึ้น



2. การศึกษาครั้งนี้ศึกษาเฉพาะกลุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น ดังนั้น การศึกษา ครั้งต่อไป ควรมีการเก็บข้อมูลวิจัยจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นกลุ่มผู้ชมรายการในต่างจังหวัดด้วย เพื่อให้ ได้ข้อมูลที่หลากหลายและครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

3. การศึกษาครั้งต่อไปศึกษากลุ่มเป้าหมายอื่นๆ ที่ไม่ใช่กลุ่มเป้าหมายหลักรายการ เช่น กลุ่มผู้ชมรายการที่อยู่ในวัยผู้ใหญ่ตอนต้น (Early adulthood) ที่มีช่วงอายุระหว่าง 18 – 35 ปี เพื่อ ขยายฐานกลุ่มผู้ชมรายการให้กว้างขึ้น

4. การศึกษาครั้งต่อไป ควรมีการศึกษาในตัวแปรด้านอื่น ๆ ได้แก่ ทศนคติ และ ภาพลักษณ์ที่มีต่อรายการครัวคุณต๋อย เพื่อจะทำให้ทราบถึงทัศนคติของกลุ่มผู้ชมรายการ รวมถึง ภาพลักษณ์ของรายการ เพื่อความครอบคลุมในการรับรู้ภาพลักษณ์ของรายการครัวคุณต๋อย ซึ่งสามารถ นำข้อมูลไปพัฒนารายการให้ตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้ชมรายการในอนาคตต่อไป



## รายการอ้างอิง

### หนังสือและบทความในหนังสือ

- กาญจนา แก้วเทพ. (2553). *สื่อมวลชน: ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา* (พิมพ์ครั้งที่2). กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนจำกัดภาพพิมพ์.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2556). *สื่อมวลชน: ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา* (พิมพ์ครั้งที่4). กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนจำกัดภาพพิมพ์.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2541). *การวิเคราะห์สื่อ: แนวคิดและเทคนิค*. กรุงเทพฯ: อินฟินิตี้เพรส.
- ชัยยงค์ พรหมวงศ์ และนิคม ทาแดง. (2530). *ประเภทรูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์*. ใน เอกสารการสอนชุดวิชาความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับวิทยุโทรทัศน์ (หน่วยที่ 8-15). นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
- นภาพรณ์ อัจฉริยกุล และคณะ. (2547). *การใช้วิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์*. ใน เอกสารการสอนชุดวิชาความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับวิทยุโทรทัศน์ (หน่วยที่ 8-15). นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
- พรทิพย์ วรกิจโกคาพร. (2529). *หลักและทฤษฎีการสื่อสาร*. ใน เอกสารการสอนชุดวิชานิเทศศาสตร์. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- พีระ จิรโสภณ. (2529). *หลักและทฤษฎีการสื่อสาร*. ใน เอกสารการสอนชุดวิชาหลักและทฤษฎีการสื่อสาร (หน่วยที่ 9-15). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ประมะ สตะเวทิน. (2541). *การสื่อสารมวลชน: กระบวนการและทฤษฎี* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
- ประมะ สตะเวทิน. (2546). *หลักการนิเทศศาสตร์*. กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
- ศิริชัย ศิริกายะ และกาญจนา แก้วเทพ. (2531). *ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. (2546). *ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์เฟื่องฟ้าพรินต์ติ้ง.
- สมควร กวียะ. (2540). *สื่อมวลชนดลชีวิต*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แก้วน้ำ.
- สุรพงษ์ โสธนะเสถียร. (2533). *การสื่อสารกับสังคม*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

## วิทยานิพนธ์

จิตราพรรณ รัตนพงษ์. (2556). *พฤติกรรมกาารเปิดรับ ความคาดหวังประโยชน์ และความพึงพอใจที่มีต่อสื่ออินโฟกราฟิกของไทยรัฐออนไลน์*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ).

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาวิชาสื่อสารมวลชน.

ศิรินุช วิเศษนลินวงศ์. (2543). *การสร้างคความหมายเชิงสัญลักษณ์และการนำเสนอในรายการทำอาหารทางโทรทัศน์*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะนิเทศศาสตร์, สาขาการ สื่อสารมวลชน.

ศีลวัตร วุฒิมงคล (2552). *พฤติกรรมกาารเปิดรับ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อรายการข่าว 3 มิติทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน.

อรสิณี อมรโมหี. (2557). *ความคาดหวัง การเปิดรับ และความพึงพอใจที่มีต่อรายการวันใหม่ไทยพีบีเอส สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาวิชาการบริหารสื่อสารมวลชน.

เอื้องอริน สายจันทร์. (2553). *บทบาทรายการอาหารทางโทรทัศน์ในการสืบทอดวัฒนธรรมอาหาร*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะนิเทศศาสตร์, สาขาการ สื่อสารมวลชน.

## รายงานทางเทคนิคและรายงานการวิจัย

รักชนก สมศักดิ์ และทิฆัมพร เอี่ยมเรไร. (2558). *บทบาทหน้าที่ของรายการโทรทัศน์ในการสื่อสารอัตลักษณ์อาหารไทย*. ใน *วารสารวิทยาการจัดการสมัยใหม่ ปีที่ 9 (ฉบับที่ 1)*. มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง, คณะวิทยาการจัดการ.

## เอกสารอื่นๆ

กองควบคุมและจัดการคุณภาพสิ่งแวดล้อม. (2554). สำนักปลัดกรุงเทพมหานคร.

จิราพร ประพันธ์เจริญ. (2557). *พฤติกรรมกาารเปิดรับ ความคาดหวัง และความพึงพอใจของผู้อ่านในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อนิตยสาร a day Bulletin*. (รายงานโครงการเฉพาะบุคคลปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาวิชาการจัดการสื่อสารองค์กร.

- พิเชษฐ์ วรรณานันท์กุล. (2555). *พฤติกรรมกาารเปิดรับ ความคาดหวัง และความพึงพอใจของผู้ชมรายการ ทูไนท์โชว์ทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ในเขตกรุงเทพมหานคร*. (รายงานโครงการเฉพาะบุคคลปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาวิชาการบริหารสื่อสารมวลชน.
- พิมพลอย ปัจชัยโย. (2553). *พฤติกรรมกาารเปิดรับและความพึงพอใจรายการข่าวบันเทิง ดาวกระจาย ทางโมเดิร์นไนน์ทีวีของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร*. (รายงานโครงการเฉพาะบุคคลปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาวิชาการบริหารสื่อสารมวลชน.
- วัชรพงศ์ แสงเมฆ. (2554). *พฤติกรรมกาารเปิดรับ ความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อการรับชมรายการ ดี ไฮคอล คนบันดาลใจ*. (รายงานโครงการเฉพาะบุคคลปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาวิชาการบริหารสื่อสารมวลชน.
- ศันสนีย์ นิธิจินดา. (2552). *กาารเปิดรับ ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ของผู้ชมรายการ คริส ดีลีเวอรี ทางสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ในเขตกรุงเทพมหานคร*. (รายงานโครงการเฉพาะบุคคลปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาวิชาการบริหารสื่อสารมวลชน.
- อมรัตน์ วีระวงศ์ (2555). *กาารเปิดรับข่าวสารจากเครื่องมือสื่อสารการตลาดเพื่อการรับรู้และยอมรับวัฒนธรรม self-serve ในตราสินค้าอภีเกียของผู้บริโภคเขตกรุงเทพมหานคร* (รายงานโครงการเฉพาะบุคคลปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาวิชาการจัดการสื่อสารองค์กร.

### สื่ออิเล็กทรอนิกส์

- กรุงเทพธุรกิจออนไลน์. (2559). *ผลสำรวจในปี 2559 พฤติกรรมกาารรับข่าวสารและความเชื่อมั่นของประชาชนที่มีต่อสื่อมวลชน*. สืบค้นจาก <http://www.bangkokbiznews.com/news/detail/713646>
- ไทรภพพรวยไม่รู้เรื่อง ! ถอดโมเดล “ครัวคุณต๋อย” แดกยอด 5 ธุรกิจ. (2560). สืบค้นจาก <http://positioningmag.com/1115401>
- ไทยรัฐออนไลน์ (16 กุมภาพันธ์ 2560). *ไทรภพเบนเข็มสู่ธุรกิจใหม่ครัวคุณต๋อย Expo season 2-on tourเริ่มแล้ว*. สืบค้นจาก <https://www.thairath.co.th/content/859368>
- บุญยิ่ง ประทุม. (2556). *กระแสแห่งการพัฒนา*. สืบค้นจาก <https://www.gotoknow.org/posts/147491>

- ผู้จัดการออนไลน์. (2 กุมภาพันธ์ 2560). *ทำทีวีเหน้อยต่อย โทรภพแตกไลน์ทำทัวร์ปี้มเงิน ผนีก 4 พันธมิตรชู่มโปรเจกตใหญ่*. สืบค้นจาก <http://www.manager.co.th/iBizChannel/ViewNews.aspx?NewsID=9600000010959>
- สมาคมมีเดียเอเยนซีโฆษณาไทย เผยผลสำรวจคนดูทีวีดิจิตอลทั่วไทยที่ 75%. (2559). สืบค้นจาก <http://www.dailytech.in.th/the-survey-of-digital-tv-across-thailand-at-75-percent/>
- The Third Wave ถอดรหัสคลื่นลูกที่สาม*. (2559). สืบค้นจาก <http://www.maruey.com/article/contentinjournal0038.html>

### สัมภาษณ์

- โทรภพ ลิมปพัทธ์ .ประธานกรรมการ บริษัท บอร์น แอนด์ แอสโซซิเอท จำกัด. สัมภาษณ์, 30 มีนาคม 2560

### Books

- Cassata; Mary B.;and Molefi K. Asante. (1979). *Mass communication: Principles and practices*. New York: Macmillan.
- Katz, E.,Blumler, J.G., & Gurvitch, M. (1974). *Utilization of mass communication by the individual*. In J.G. Blumler, & E. Katz (Eds.),*The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research* (pp.19-23). Beverly Hills: Sage.
- Klapper, JT. (1960). *The Effect of Mass Communication*. New York: The Free Press.
- McCombs, M.E., & Becker, L.B. (1978). *Using Mass Communications Theory*. New Jersey: Prentice-Hall.
- McLoeod J.M. & O'Keefe, G. Jr. (1972), *The Socialization Perspectives and Communication Behavior*. In G. Kline and P. Tichenor(eds.), *Current perspectives in mass communication research* (pp.121-168). Beverly Hills:Sage.
- Palmgreen, P., & Rayburn, J.D. (1985). *An expectancy-value approach to media gratifications*. In K. E. Rosengren, P. Palmgreen & L. A. Wenner (Eds.) , *Media Gratification Research: Current Perspectives* (pp. 61-72). Beverly Hills, CA: Sage.



### แบบสอบถาม

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในระดับปริญญาโท คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ เพื่อศึกษา “ความคาดหวัง และความพึงพอใจที่มีต่อรายการครัวคุณต๋อย” โปรดตอบคำถามทุกข้อคำถามตามความเป็นจริง ขอขอบคุณในการยินยอมตอบแบบสอบถามในครั้งนี้

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดของท่านมากที่สุด เพียงข้อเดียว

#### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร

1. เพศ

- 1) ชาย                       2) หญิง

2. อายุ

- 1) 35-50 ปี                       2) ตั้งแต่ 51 ปี ขึ้นไป

3. ระดับการศึกษาปัจจุบัน/สูงสุด

- 1) ไม่เกินมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.                       2) อนุปริญญา/ปวส.  
 3) ปริญญาตรี                       4) สูงกว่าปริญญาตรี

4. สถานภาพสมรส

- 1) โสด                       2) สมรส                       3) หย่าร้าง/หม้าย

5. อาชีพในปัจจุบัน

- 1) นักเรียน/นักศึกษา                       2) ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ  
 3) พนักงานบริษัทเอกชน                       4) ประกอบธุรกิจส่วนตัว  
 5) พ่อบ้าน/แม่บ้าน                       6) อื่น ๆ โปรดระบุ .....

6. รายได้ส่วนตัว

- 1) ต่ำกว่า 7,500 บาท                       2) 7,501-18, 000 บาท  
 3) 18,001-24,000บาท                       4) 24,001-35,000 บาท  
 5) 35,001-50,000 บาท                       6) 50,001-ขึ้นไป

## ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับรายการครัวคุณต๋อย

7. ท่านเปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์ “รายการครัวคุณต๋อย” จากสื่อใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

- 1) สื่อโทรทัศน์
- 2) สื่อออนไลน์ (ป้ายบิลบอร์ด/คัทเอ้าท์ / แผ่นป้ายโฆษณาบนรถไฟฟ้า/รถประจำทาง)
- 3) สื่อออนไลน์ (เฟซบุ๊ก/รายการ/เว็บไซต์/ แอปพลิเคชัน ครัวคุณต๋อย)
- 4) สื่อสิ่งพิมพ์ (นิตยสารครัวคุณต๋อย)
- 5) กิจกรรมพิเศษของรายการ (งานมหกรรมอาหาร “ครัวคุณต๋อย EXPO”)
- 6) บุคคลในครอบครัว เพื่อน และคนรู้จัก

8. ท่านจะเปิดรับข่าวสาร “รายการครัวคุณต๋อย” ในประเด็นใดต่อไปนี้เป็นประจำ (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

- 1) เมนูอาหาร
- 2) แขกรับเชิญในรายการ (เชฟ/ ผู้เชี่ยวชาญในด้านอาหาร/เจ้าของร้านอาหาร)
- 3) กิจกรรมพิเศษต่างๆ เช่น งานมหกรรมครัวคุณต๋อย
- 4) การแจกของรางวัลในรายการ
- 5) อื่นๆ โปรดระบุ.....

## ส่วนที่ 3 ความคาดหวังก่อนเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย

**ก่อนที่เปิดรับชม** ท่านมีความคาดหวังจากการเปิดรับชม “รายการครัวคุณต๋อย” ในด้านต่าง ๆ ต่อไปมาน้อยเพียงใด

ประเด็นก่อนการเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย	ระดับความคาดหวัง				
	คาดหวังมากที่สุด	คาดหวังมาก	คาดหวังปานกลาง	คาดหวังน้อย	คาดหวังน้อยที่สุด
<b>ด้านองค์ประกอบของรายการว่าไรดี</b>					
<b>-รูปแบบการนำเสนอรายการ</b>					
9. การนำเสนอในช่วงที่ 1 มีความน่าสนใจและสนุกสนาน (ช่วงตอบจดหมาย / การแนะนำเรื่องใกล้ครัว เช่น เคล็ดลับต่างๆ และเมนูเด็ด					



ประเด็นก่อนการเปิดรับชม รายการครัวคุณต๋อย	ระดับความคาดหวัง				
	คาดหวัง มากที่สุด	คาดหวัง มาก	คาดหวัง ปาน กลาง	คาดหวัง น้อย	คาดหวัง น้อย ที่สุด
10. การนำเสนอในช่วงที่2 มีความน่าสนใจ ชวนติดตาม (ช่วงนำเสนออาหารอร่อยและ หาทานได้ยาก โดยมีแขกรับเชิญ มาปรุง อาหารแบบสดๆ)					
11. แขกรับเชิญ ได้แก่ เชฟ และ ผู้เชี่ยวชาญด้านอาหารที่มาสอนทำอาหาร มีความน่าสนใจ					
12. ช่วงเวลาที่ออกอากาศ (ออกอากาศทุก วันจันทร์ – ศุกร์ เวลา 13.40 -14.10 น.) มี ความเหมาะสม					
13. ฉากในรายการ และเทคนิคด้านแสง สี ช่วยสร้างบรรยากาศในการชมรายการมี ความตื่นตาตื่นใจ เหมาะสมกับรูปแบบ รายการ					
14. ดนตรีประกอบรายการ ช่วยสร้าง บรรยากาศในการชมรายการให้มีความ ตื่นเต้นมากยิ่งขึ้น					
<b>- คุณสมบัติพิธีกรรายการ (ไตรภพ ลิมปพัทธ์/ ณวัฒน์ อิศรไกรศิลป์/ กิรติ เทพธัญญ์ (เอ๊ะ) และ เจริญพร อ่อนละม้าย (โก๊ะตี๋ อารามบอย)</b>					
15. พิธีกรมีบุคลิกภาพเหมาะสมกับรูปแบบ รายการ					
16. พิธีกรสามารถใช้คำพูดโน้มน้าวใจให้ ผู้ชม และ แขกรับเชิญรู้สึกคล้อยตาม และสนุกสนานในการดำเนินรายการ					
17. พิธีกรมีความรู้ในข้อมูลต่างๆ ที่จะ นำเสนอ					

ประเด็นก่อนการเปิดรับชม รายการครัวคุณต๋อย	ระดับความคาดหวัง				
	คาดหวัง มากที่สุด	คาดหวัง มาก	คาดหวัง ปาน กลาง	คาดหวัง น้อย	คาดหวัง น้อย ที่สุด
18. พิธีกรมีความสามารถในการจัดการ และแก้ไขเหตุการณ์เฉพาะหน้าได้ดี					
<b>-ด้านเนื้อหารายการ</b>					
19. ได้รับข้อมูลข่าวสารตามที่คาดหวังไว้					
20. สามารถนำข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจาก รายการไปพูดคุยกับบุคคลอื่นตามที่ คาดหวังไว้					
21. ได้รับความสนุกสนานจากการชม รายการตาม ที่คาดหวังไว้					
22. รายการมีรูปแบบแปลกใหม่					
23. เนื้อหารายการมีความน่าเชื่อถือ					
24. เนื้อหารายการมีความทันสมัย เหมาะ กับภาวะการณ์ปัจจุบัน					
<b>ความคาดหวังด้านข้อมูลข่าวสาร</b>					
25. ได้รับความรู้จากในเรื่องราวอาหารที่ ตนเองสนใจ					
26. ได้รับความรู้ทางด้านอาหารเพิ่มมากขึ้น					
27. ตอบสนองต่อความอยากรู้อยากเห็น และความสนใจในเรื่องอาหารที่หาทานยาก ในปัจจุบัน					
28. นำความรู้ที่ได้รับจากรายการมา ประกอบอาชีพเพื่อสร้างรายได้ให้แก่ตนเอง					
<b>ความคาดหวังด้านการปฏิสัมพันธ์กับสังคม</b>					
29. สามารถนำเรื่องราวที่ได้รับจากรายการ ไปเป็นหัวข้อสนทนากับบุคคลอื่นในสังคม ได้					

ประเด็นก่อนการเปิดรับชม รายการครัวคุณต๋อย	ระดับความคาดหวัง				
	คาดหวัง มากที่สุด	คาดหวัง มาก	คาดหวัง ปาน กลาง	คาดหวัง น้อย	คาดหวัง น้อย ที่สุด
30. เสริมสร้างความสัมพันธ์ระหว่าง ครอบครัว เช่นการไปรับประทานอาหาร ณ ร้านอาหารที่ทางรายการแนะนำ					
<b>ความคาดหวังด้านความบันเทิง</b>					
31. ผ่อนคลายความเครียด					
32. ได้รับความเพลิดเพลิน					
33. ใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์					
<b>ความคาดหวังด้านเอกลักษณ์ของปัจเจกบุคคล</b>					
34. เสริมสร้างเอกลักษณ์ของตนเองให้เป็น ผู้มีความรอบรู้ทางด้านอาหารมากขึ้น					
35. เสริมสร้างเอกลักษณ์ของตนเองในการ นำข้อมูลข่าวสารในรายการมาใช้อ้างอิงใน การสนทนาของตนเอง เพื่อเพิ่มความ น่าเชื่อถือมากขึ้น					

#### ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรม的开รับของผู้ชมรายการครัวคุณต๋อย

36. โดยเฉลี่ยท่านติดตามชมรายการครัวคุณต๋อย ..... ครั้ง ต่อสัปดาห์
37. ท่านติดตามชมรายการครัวคุณต๋อย มาเป็นระยะเวลาานาน ..... ปี ..... เดือน (เริ่มออกอากาศครั้งแรกตั้งแต่วันที่ 2 พฤษภาคม 2556)
38. ท่านชมรายการครัวคุณต๋อยในลักษณะใด
- 1) ตั้งใจชมตลอดทั้งรายการ
  - 2) ชมเรื่อย ๆ ตั้งใจชมเฉพาะช่วงที่สนใจ
  - 3) ชมเรื่อย ๆ แต่เปลี่ยนช่องสลับไปมากับช่องอื่น
  - 4) เปิดทิ้งไว้ ชมบ้าง ไม่ชมบ้าง
  - 5) เปิดทิ้งไว้เป็นเพื่อน ไม่ได้ตั้งใจชม

39. ท่านชมรายการครัวคุณต๋อยทางช่องทางใดเป็นประจำ

- 1) โทรทัศน์
- 2) เฟสบุ๊ก लाईฟ (Facebook LIVE) รายการครัวคุณต๋อย
- 3) แอปพลิเคชัน (Application) รายการครัวคุณต๋อย
- 4) ชมย้อนหลังใน Born TV Official ของ Youtube

### ส่วนที่ 5 คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจจากการรับชมรายการครัวคุณต๋อย

หลังจากที่เปิดรับชม ท่านมีความพึงพอใจจากการรับชมรายการครัวคุณต๋อยด้านต่างๆ ต่อไปนี้ มากน้อยเพียงใด

ความพึงพอใจจากการชมรายการครัวคุณต๋อย	ระดับความพึงพอใจ				
	พอใจ มาก ที่สุด	พอใจ มาก	พอใจ ปาน กลาง	พอใจ น้อย	พอใจ น้อย ที่สุด
<b>ด้านองค์ประกอบของรายการวาไรตี้</b>					
<b>รูปแบบการนำเสนอรายการ</b>					
40. การนำเสนอในช่วงที่ 1 มีความน่าสนใจ และ สนุกสนาน (ช่วงตอบจดหมาย /การแนะนำเรื่องใกล้ครัว เช่น เคล็ดลับต่างๆ และเมนูเด็ด					
41. การนำเสนอในช่วงที่ 2 มีความน่าสนใจชวนติดตาม (ช่วงนำเสนออาหารอร่อยและหาทานได้ยาก โดยมีแขก รับเชิญมาปรุงอาหารแบบสดๆ)					
42. แขกรับเชิญ ได้แก่ เชฟ และผู้เชี่ยวชาญด้านอาหาร ที่มาสอนทำอาหาร มีความน่าสนใจ					
43. ช่วงเวลาที่ออกอากาศ (ออกอากาศทุกวันจันทร์ – ศุกร์ เวลา 13.40 -14.10 น.) มีความเหมาะสม					
44. ฉากในรายการ และเทคนิคด้านแสง สี ช่วยสร้าง บรรยากาศในการชมรายการมีความตื่นตาตื่นใจ เหมาะสมกับรูปแบบรายการ					
45. ดนตรีประกอบรายการ ช่วยสร้างบรรยากาศในการ ชมรายการให้มีความตื่นเต้นมากยิ่งขึ้น					

ความพึงพอใจจากการชมรายการครัวคุณต๋อย	ระดับความพึงพอใจ				
	พอใจ มากที่สุด	พอใจ มาก	พอใจ ปาน กลาง	พอใจ น้อย	พอใจ น้อย ที่สุด
<b>คุณสมบัติพิธีกรรายการ (คุณไตรภพ ลิมปพัทธ์/ คุณณวัฒน์ อิศรไกรศีล/ คุณกิริติ เทพธัญญ์ หรือ คุณเอี๊ยะ /คุณเจริญพร อ่อนละม้าย หรือ โกะตี อารามบอย)</b>					
46. พิธีกรมีบุคลิกภาพเหมาะสมกับรูปแบบรายการ					
47. พิธีกรสามารถใช้คำพูดโน้มน้าวใจให้ผู้ชม และแขก รับเชิญรู้สึกคล้อยตาม และสนุกสนานในการดำเนิน รายการ					
48. พิธีกรมีความรู้ในข้อมูลต่างๆ ที่จะนำเสนอ					
49. พิธีกรมีความสามารถในการจัดการ และแก้ไข เหตุการณ์เฉพาะหน้าได้ดี					
<b>ด้านเนื้อหารายการ</b>					
50. ได้รับข้อมูลข่าวสารตามที่คาดหวังไว้					
51. สามารถนำข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากรายการไป พูดคุยกับบุคคลอื่นตามที่คาดหวังไว้					
52. ได้รับความสนุกสนานจากการชมรายการตามที่ คาดหวังไว้					
53. รายการมีรูปแบบแปลกใหม่					
54. เนื้อหารายการมีความน่าเชื่อถือ					
55. เนื้อหารายการมีความทันสมัยเหมาะกับภาวะการณ์ ปัจจุบัน					
<b>ความพึงพอใจด้านข้อมูลข่าวสาร</b>					
56. ได้รับความรู้จากในเรื่องร้านอาหารที่ตนเองสนใจ					
57. ได้รับความรู้ทางด้านอาหารเพิ่มมากขึ้น					
58. ตอบสนองต่อความอยากรู้อยากเห็น และความสนใจ ในเรื่องอาหารที่หาทานยากในปัจจุบัน					
59. นำความรู้ที่ได้รับจากรายการมาประกอบอาชีพเพื่อ สร้างรายได้ให้แก่ตนเอง					

ความพึงพอใจจากการชมรายการครัวคุณต๋อย	ระดับความพึงพอใจ				
	พอใจ มากที่สุด	พอใจ มาก	พอใจ ปาน กลาง	พอใจ น้อย	พอใจ น้อย ที่สุด
<b>ความพึงพอใจด้านการปฏิสัมพันธ์กับสังคม</b>					
60. สามารถนำเรื่องราวที่ได้รับจากรายการไปเป็นหัวข้อสนทนากับบุคคลอื่นในสังคมได้					
61. เสริมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างครอบครัว เช่น การไปรับประทานอาหาร ณ ร้านอาหารที่ทางรายการแนะนำ					
<b>ความพึงพอใจด้านความบันเทิง</b>					
62. ผ่อนคลายความเครียด					
63. ได้รับความเพลิดเพลิน					
64. ใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์					
<b>ความพึงพอใจด้านเอกลักษณ์ของปัจเจกบุคคล</b>					
65. เสริมสร้างเอกลักษณ์ของตนเองให้เป็นผู้มีความรอบรู้ทางด้านอาหารมากขึ้น					
66. เสริมสร้างเอกลักษณ์ของตนเองในการนำข้อมูลข่าวสารในรายการมาใช้อ้างอิงในการสนทนาของตนเองเพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือมากขึ้น					

### ส่วนที่ 6 คำถามเกี่ยวกับแนวโน้มพฤติกรรมการรับชมรายการครัวคุณต๋อย

ท่านมีความตั้งใจจะเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อยต่อไป และความตั้งใจที่จะแนะนำคนอื่นให้เปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย

แนวโน้มพฤติกรรมการรับชมรายการครัวคุณต๋อย	ระดับความตั้งใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
67. ท่านมีความตั้งใจที่จะเปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อยต่อไป					
68. ท่านมีความตั้งใจที่จะแนะนำคนอื่นให้เปิดรับชมรายการครัวคุณต๋อย					

### ส่วนที่ 7 ข้อเสนอแนะทั่วไปเกี่ยวกับรายการครัวคุณต๋อย

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

**ประวัติผู้เขียน**

ชื่อ	นางสาวกุลริศา ทูลทิพย์
วันเดือนปีเกิด	6 พฤษภาคม 2525
วุฒิการศึกษา	นิเทศศาสตรบัณฑิต (วิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์) มหาวิทยาลัยรังสิต
ตำแหน่ง	นักประชาสัมพันธ์ ฝ่ายบริหารและประชาสัมพันธ์ สำนักองค์ประธาน สถาบันวิจัยจุฬาภรณ์

